

在现场

# 创意产品其实就是生活用品

◆ 朱砂



■ 市民在莫干山路 50 号香格纳画廊 H 空间观看“一切牢固的都有可能消亡”展览

2001年,以“莫干山路50号”——目前苏州河畔保留最完整的民族纺织工业建筑遗存的姿态,走进人们的视野。之后的十几年里,大众对于苏州河畔的老房子有了全新的印象,同乐坊、红坊、8号桥、1933老场坊……纷纷粉墨登场。

十多年过去了,创意产业方兴未艾,由老房子功能置换后诞生的创意园人气各有不同,有的人头攒动,有的门庭冷清。除了出租空间,创意园的管理者还能做什么?“为城市带来精彩,为生活增加色彩”,创意园区为我们究竟带来了哪些变化?

## 关键词:服务 为创业者牵线找机会

在全球排名第三的游戏公司做副总监的叶维中在而立之年选择辞职创业,靠自己的创意打一片属于自己的天地。彼时,上海国际设计交流中心正在招商,叶维中租下了一百多平方米的一个空间,带着五六个人的团队开始了自己的工作室。三年多过去了,当年的工作室已经成为拥有三十多名员工的上海摩意网络科技有限公司,并且获得了文化部网络动漫原创扶持基金;入围了美国 Siggraph 大会 New Tek 公司动画比赛;创立了魔豆动漫原创中心和魔豆成才教育平台两大品牌。

叶维中说,这几年里,自己是和园区一起成长的。除了创业初期园区提供的比较优惠的租金外,园区还积极地为园区内的企业寻求各种机会。半年前,上海男篮三位大将的卡通形象出炉,赢得了球迷们的好评,而操刀这组卡通形象的,正是叶维中的公司。“是园区在中间积极牵线,为我们争取到了机会。非常感谢园区,领导者的思路和富有创意的想法,让我们这些小企业得到了很多机会。”

## 关键词:互动 有需求的为懂设计的出主意

载着珍贵历史碎片的莫干山路50号创意园,是上海最早的创意园之一,是上海最具影响力的艺术仓库群、文化创意产业基地,也是全国最具影响的园区之一,

一,无论酷暑还是寒冬,这里总是人头攒动,只是这些年里,来这里的人悄悄地在变化。从早期的艺术家、收藏家、画廊经营者,到如今有了 M50 的知名品牌。

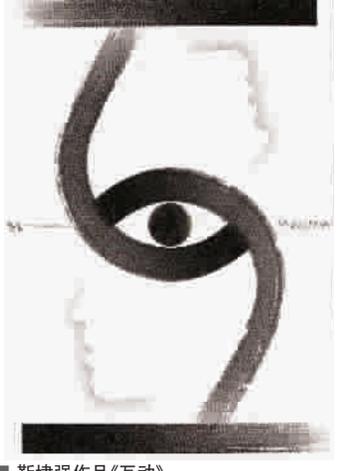
今年的市民文化节中的市民创意大赛就是由园区里承办的。围绕“与生活对话,让创意发声”的主题,市民创意大赛将评出 100 名市民设计师。上海 M50 文化创意产业发展有限公司总经理王艺介绍说,今年,大赛的组委会接到了不少盲人、残疾人打来的电话,“他们虽然自己未必能做设计,但是会提出一些很好的点子。”在王艺看来,这些来自弱势群体的金点子,正是创意走进柴米油盐的实际生活最好的切入点——因为,好的创意,就是可以让生活更加便捷,更多温情。

创意园区品牌的衍生产品——已经举办了两年多的吾灵小小画家坊这个夏天也将推出新内容。这个以幼儿“创意美术”开发和培训为特色的活动得到了孩子们的喜爱,很多孩子参加了一次又想再参加一次,可是,忙着工作的家长们并没有太多的时间在炎热的暑假里一次次带孩子来参加。于是,这个暑假,孩子们将可以走进书店,把小小画家坊的课程带回家。第一册包含 20 个课程的出版物 8 月就将和孩子们见面,除了教授孩子们对综合材料的运用外,随书还会配上一个材料包。孩子们可以在家里和爸爸妈妈一起完成自己的创意美术作品。

## 关键词:交流 与大师对话向能者学习

近年来,随着创意产业的蓬勃发展,从中国制造到中国创造成为越来越多的中国人的梦想。要进步就要向能者学习,要和强者交流。华人杰出平面设计师展将于 2013 上海设计之都活动周期间亮相。届时,青年设计师们将有机会与设计界的教父级人物靳埭强先生面对面交流对话。

因为工作原因走过不少国家,也时刻关注着各地创意产业的王艺说,自己在一些创意产业发达的国家,总会被细节惊艳到。“我在意大利看到那里售卖的



■ 靳埭强作品《互动》



■ 吾灵小小画家坊颇有人气

简装啤酒,外包装是个纸盒,有个开口拉开就是个小龙头,拧开龙头啤酒就会流出来,这样的设计既方便又有趣。日本人习惯带便当,他们的商店里有各种各样的便当盒,有不同图案的,有不同功能的。那些经过设计师创意设计的细节,让便当盒充满了温情。”王艺说,“相比之下,中国的设计师们更喜欢‘拗造型’,而且,那些加入设计师创意的产品价格往往很高。其实什么叫创意产品?创意产品首先是生活用品,比如一个温酒器,一只便当盒。因为加入了设计师的创意,这些最常见的生活用品多了趣味和情感,也让我们的生活添了色彩。”

# 发展是个硬道理

◆ 潘剑锋(视觉艺术家)

应朋友之邀走访了外省某处创意园区,这里原来是上世纪的老工厂。我们在园区里走了一圈,由于没有导视牌,就像是进入了一个迷宫。内有不同类型的所谓创意公司,有做建筑和设计的,也有只卖原材料的,真可谓鱼龙混杂。

当初令老厂长匪夷所思的是为什么今天的年轻人硬是喜欢他这个破烂不堪的地方?本来快要倒塌的老厂房现在反成了许多大小不同的公司竞相入驻的香饽饽。但稍有远见的厂长已经面临新的挑战。发展的确是个硬道理,否则就有可能净身出局。以下是我作为设计师的几点个人想法,也许对老厂长们有所启发。

**1. 现代创意平台运营商**

首先是必须转变思路,从收租婆转化到现代创意平台运营商。必须提升服务和现代意识,除了为租户提供办公空间,厂长们得想想还能为他们做些什么?作为服务平台的空间几乎没有选择地必须研究租户的商业需求和生活形态,实际上对于一个创意园区来讲,最大的资源不是每个月的房租,而是不同租户的智源和创意,所以为每一个人的创意实施搭建共享平台应该是创意园区的主要工作。有眼球和人气的地方必然有经济!因而每个创意园区就应该是不同的现代创意社区。虽然网络提供了更方便快捷的现代交流,但是现实空间中面对面的交流更加持久和有效。创意活动的策划成为当务之急。高质量的创意激发活动将可能决定园区的人气和发展的。

**2. 开放的创意社区平台**

创意园区作为地方经济和文化的特色区域,实则可以承担更大的社会教育功能。大部分创意园区缺乏对周边的业态和消费及人流走向的分析,所以创意园区就似乎变成了一个个动物园,少有和周边社区产生互动的。我以为创意园区不应该是关闭的,也不应该只是针对租户,还要能够服务周边社区,才有可能聚集更大的社会能量,实现回馈社区服务的社会义务。另外开放的社区平台可以让创意走入生活,让园区成为人的园区,因为我们不是笼子里的动物。

**3. 品牌视觉形象沟通**

创意园区应该首先就是一个创意的主体,每一个创意园区实则都是一个独特的品牌,代表了不同的历史沉淀和人文特征。努力挖掘自身的历史文化特色,将其和现代的生活方式实行有效沟通和互动,才能树立长久有效的形象。而品牌形象的树立基于对自己的区域经济和文化的清晰的定位和展望,因为不同的品牌形象将带来不同的经济和人流,一厢情愿地往高端大气上档次靠,不见得都成功,而做一个有特色的园区实际上更容易执行和持久,所以特色决定了形象和未。

**4. 关注个体,关注未来**

只有个体的发展才有创意的发展,缺乏了人的思想,创意园区便空有园区而没有创意了。大部分创意园区自然青睐国际著名企业和机构,除了可以收取更高的租金,还可以提升园区的档次和知名度,这虽然无可厚非,但我却以为这有悖于创意精神,我不怀疑大公司的创意能力,但小型的公司和个体往往比较灵活,他们应该是整个创意产业中最具活力的分子,我相信一个没有新生文化的文化体是没有未来的。所以整个社会都应该多为年轻人的成长搭建发展的平台和创造机会,这关系到整个创意产业的将来,因为年轻人是未来稳定社会还有我们养老金的保证。

草就以上几点,希望可以抛砖引玉,引发更多讨论,让我们拥有更好的创意园区。

大家说

## 一城一设计

# 咖啡店? 设计产品馆!

◆ 陆俊毅

地点:杭州 出品:何何设计

“孰料”设计产品店位于方形水泥森林“凤凰创意国际”的中心。以时尚为导向,聚集了时下东、西方炙手可热的各类设计产品,或摩登、或简约、或优雅、或复古,包括德国 Authentics 的巨型背包,日本 I.D.E.A 的极致简约手表,韩国 Lufdesign 的清新绿叶书签、奥地利 Paper-nomad 的再生环保 ipad 纸套、泰国 Asian Art Import 的原生原木家具、德国 Donkey 新鲜创意的趣味茶包,等等等等来自 20 多个国家和地区的不同品牌。

“孰料”咖啡店,百年前存放水泥的建筑获得新生,如今盛放的是咖啡香。上等的进口咖啡豆,资深咖啡师的醇熟手工艺,简洁现代感的空间设计,带来味觉视觉的别样体验。



■ 墙壁、置物架、地板一律刷白,令陈列区充满肃穆感



■ 所有看似粗糙的表面,触感其实光滑,精致在其中

编者按

生活在有设计的城市是幸运的。也许是手伴的一件小物,也许是一处公共设施……文字精悍,图片精彩,本栏欢迎来稿,投稿邮箱:wup@wxjt.com.cn