

第一部分

亦庄开发区“十三五”时期 文创产业发展规划总体研究

第一章

CHAPTER 1

文创产业发展规律特征研究

一、文化创意产业发展内涵及概念界定

(一) 文化创意产业内涵

文化创意产业是以创意为核心,由“文化、创意、科技”三者深度结合形成的产业集群,是向大众提供文化、艺术、精神、心理、娱乐产品的新兴产业。文化创意产业兴起的时代条件是全球化和进入消费型社会,社会基础是人们精神文化消费的需求日益增长。

文化创意产业与创意产业的关系与区别。当代文化创意产业的兴起源于创意产业这一创新理念的发现。创意产业,是作为进入后工业社会、现代服务业高度发达的国家和地区选择的一种新兴产业,是现代社会向后现代社会转型的一次产业升级。创意产业的概念最早出现在 1998 年出台的《英国创意产业路径文件》中,该文件明确提出,所谓创意产业,就是指那些从个人的创造力、技能和天分中获取发展动力的企业,以及那些通过对知识产权的开发可创造潜在财富和就业机会的活动。文化创意产业和创意产业的内涵和外延基本上一致,不同之处仅在于“文化创意产业”更为强调文化价值、文化资源的产业化开发和利用,强调文化与创意的结合,而“创意产业”更为强调个人的创造力。

文化创意产业与文化产业的区别。文化创意产业和文化产业非常接近,但不完全等同于文化产业。与文化产业相比,一方面,文化创意产业还包含了如建筑设计、服装设计等方面的内容,行业范围更为宽泛;另一方面,“文化创意产业”更为突出“个人创意”和“内容生产”,“文化产业”更多地强调文化产品和服务的生产与提供。

(二) 文化创意产业分类

在我国甚至全球范围内,北京最早明确对“文化创意产业”进行了行业分类。2006 年底,北京市统计局、国家统计局北京调查总队制定发布了《北京市文化创意产业分类》,将国民经济行业分类中的 82 个行业小类和 6 个行业中类纳入文化创意产业范围,并建立了由三个层次组成的分类体系。第一层根据文化创意活动的特点分为 9 个大类,分别是:文化艺术,新闻出版,广播、电视、电影,软件、网络及计算机服务,广告会展,艺术品交易,设计服务,旅游、休闲娱乐,其他辅助服务。第二层依照产业链和上下层分类的关系分为 27 个中类。第三层共有 88 个小类,为具体的国民经济行业。(其中有部分行业小类的活动不是纯的文化创意活动)(见表 1-1)

表 1-1 北京市文化创意产业分类

类别名称	具体分类
文化艺术	1. 文艺创作、表演及演出场所 2. 文化保护和文化设施服务 3. 群众文化服务 4. 文化研究与文化社团服务 5. 文化艺术代理服务
新闻出版	1. 新闻服务 2. 书、报、刊出版发行 3. 音像及电子出版物出版发行 4. 图书及音像制品出租
广播、电视、电影	1. 广播、电视服务 2. 广播、电视传输 3. 电影服务
软件、网络及计算机服务	1. 软件服务 2. 网络服务 3. 计算机服务

续表

类别名称	具体分类
广告会展	1. 广告服务 2. 会展服务
艺术品交易	1. 艺术品拍卖服务 2. 工艺品销售
设计服务	1. 建筑设计 2. 城市规划 3. 其他设计
旅游、休闲娱乐	1. 旅游服务 2. 休闲娱乐服务
其他辅助服务	1. 文化用品、设备及相关文化产品的生产 2. 文化用品、设备及相关文化产品的销售 3. 文化商务服务

进入 21 世纪以来,由于高新技术被广泛应用,使信息产业与文化产业全面互渗,文化产业与其他产业相互渗透,出现了一批新兴的文化创意产业,并逐步成为全国以及区域经济发展的支柱产业。在产业融合的大趋势中,新兴文化业态不断产生,文化产业规模和边界进一步扩大,文化产业的内涵不断丰富,这对文化产业的分类及统计工作提出了新的要求。对文化产业概念的定义和分类也体现了一个国家和地区文化产业发展的战略思考以及政策导向性。

2012 年,国家统计局修订发布了《文化及相关产业分类(2012 年)》,结合新时期文化产业发展的特点和需求,对文化产业概念的定义和分类体现了一个国家和地区文化产业发展的战略思考以及政策导向性。新修订的文化及相关产业的范围包括 10 大类 50 小类,进一步拓展了文化产业的范畴。

表 1-2 新修订的文化及相关产业分类

大类	中类
一、新闻出版发行服务	(一)新闻服务 (二)出版服务 (三)发行服务

续表

大类	中类
二、广播电视电影服务	(一)广播电视服务 (二)电影和影视录音服务
三、文化艺术服务	(一)文艺创作与表演服务 (二)图书馆与档案馆服务 (三)文化遗产保护服务 (四)群众文化服务 (五)文化研究和社团服务 (六)文化艺术培训服务 (七)其他文化艺术服务
四、文化信息传输服务	(一)互联网信息服务 (二)增值电信业务(文化部分) (三)广播电视传输服务
五、文化创意和设计服务	(一)广告服务 (二)文化软件服务 (三)建筑设计服务 (四)专业设计服务
六、文化休闲娱乐服务	(一)景区游览服务 (二)娱乐休闲服务 (三)摄影扩印服务
七、工艺美术品的生产	(一)工艺美术品的制造 (二)园林、陈设艺术及其他陶瓷制品的制造 (三)工艺美术品的销售
八、文化产品生产的辅助生产	(一)版权服务 (二)印刷复制服务 (三)文化经纪代理服务 (四)文化贸易代理与拍卖服务 (五)文化出租服务 (六)会展服务 (七)其他文化辅助生产

续表

大类	中类
九、文化用品的生产	(一)办公用品的制造 (二)乐器的制造 (三)玩具的制造 (四)游艺器材及娱乐用品的制造 (五)视听设备的制造 (六)焰火、鞭炮产品的制造 (七)文化用纸的制造 (八)文化用油墨颜料的制造 (九)文化用化学品的制造 (十)其他文化用品的制造 (十一)文具乐器照相器材的销售 (十二)文化用家电的销售 (十三)其他文化用品的销售
十、文化专用设备的生产	(一)印刷专用设备的制造 (二)广播电视电影专用设备的制造 (三)其他文化专用设备的制造 (四)广播电视电影专用设备的批发 (五)舞台照明设备的批发

(三) 文化创意产业特点

文化创意产业基本的经济特点具体表现在六个方面：

1. 创意产品需求的不确定性

文化创意产业生产的产品不是基本的物质性必需产品，而是更富于精神性、文化性、娱乐性、心理性的产品。随着人们生活水平的提高，对这种精神性产品的需求总体上在日益提升，需求量越来越大，这是创意产业发展的根本动力。但是对于每个具体的产品如电影、电视剧、广告片、MTV、动漫、网络游戏来说，这种需求又有很大的不确定性。每个创意产品对于消费者的需求来说，存在时尚潮流、个体嗜好、传播炒作、时机选择、社会环境、文化差异、地域特色等多种不确定因素，因而，大大增加了创意产品的风险。

2. 创意为王的精神特质

创意产业的精神性、流动性、易逝性决定了创意产业的根本：创意为王，

创造性是创意产业的生命线。创意产业的产品最忌讳沿袭陈规俗套,它在总体上必须凸显出产品独具特色,才能“击中”人心,在市场上获得超值的效益。当代消费型社会,大众流行文化遵循时尚化、潮流化的运行方式,使文化产品的新颖性、短时性和强烈的空间(视觉)特征空前凸显出来。广告、建筑、艺术和文物、工艺品、设计、时装设计、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视广播、游戏与网络游戏,以及动漫、DV、FLASH、短信、手机视频无不强烈地依凭新的创意和新的设计。

3. 产业化链条的依赖性

创意产业尽管十分推崇创造者的个人创造力,但它既不是闭门造车,也不是由个人独立完成。文化创意产品的产业化必须由创意策划、技术制作、传播操作、管理协调、商品销售等多方合作才能最终完成,它是各方协同联合的产物,因此对于文化产业链的构建至关重要。

4. 创意产品的多样性与差异性

创意产品具有创意的多样性和差异性。由于创意产业更多地具有文化艺术的特性,因而其风格、基调、艺术特色更具有多样性与差异性。既包括纵向的差异性,即产品与产品之间在产品水平、等级和质量的区分,是对产品的“原创性”“技巧性”或艺术境界的评价;也包括横向的不同类别不同特色之间的区别,即消费者在同样质量同样水平的创意产品之间会因为其习惯、偏爱而做出不同选择。

5. 对高科技手段的依赖性

传统文化产业以文化旅游业、一般演出业、工艺品等为主。但是文化创意产业必须更多的依赖高科技产业。一方面,高科技能支撑文化创意产业的升级换代,与高科技结合能创造新的业态,是文创产业发展的主力军,如动漫、游戏、虚拟技术、3D技术等;另一方面,高科技可以改造提升传统的文化创意产业,如数字出版、数字会展、虚拟旅游体验等,实现了文化产业的创意化发展,有效提升了文化产品的附加值。

6. 对知识产权保护的重要性

文化创意产业的本质是知识经济。文化创意产业的核心就在于最大限度地发挥人的创造力,由创造力产生的创意成果必须是独特的、原创的

且有意义的,文创产业的根基和生命力都是基于原创所激发的“差异”和“个性”。以“文化”“创意”为主体的产业核心内容是围绕着“以知识、创造力为源泉”的一系列行为,而为了使核心内容发挥其应有的作用,对知识产权的保护与利用就显得尤为重要。知识产权是产业生存和发展的关键,是对文化创意产品知识性、原创性的承认与保护,是对文化产品开发者创造力的尊重和鼓励。同时,知识产权的实现也是文创产业得以交易的根本。

二、我国文化创意产业发展的若干重要趋势

目前,在即将跨入第一个“百年”最后5年的冲刺阶段,我国文化创意产业会迎来新的发展高峰。随着信息革命和全球化的不断深入,文化创意产业将呈现出八大新的发展趋势。

(一)“互联网+”成为文创产业发展的重要支撑

进入第三次工业革命时期,云端应用、电子商务、物联网成为支撑大数据时代、智慧城市以及城镇化发展的重要趋势,文化和高科技融合促进发展越来越成为经济发展的一个极其强大的推动力。在2015年全国人大会议上,李克强总理在政府工作报告中明确提出“互联网+”行动计划。“互联网+”在改变社会生产和生活的过程中,其用户创新、开放创新、大众创新、协同创新的特质首先引爆的就是文化产业,现代信息传播技术不仅为文化的生产和传播插上了翅膀,而且对传统的信息传播方式进行了深刻改造,从根本上推动了传统信息传播业全产业链的转型升级,催生了一系列以数字技术为支撑、具有低成本、高质量、高时效、高产出等的文创产业。

(二)先进科学技术为文创产业发展开辟了巨大空间

飞速发展的科学技术为文化创意产业的发展开辟了新的发展空间。其中,虚拟现实技术将会为基于图纸的建筑结构三维建模技术、文化演艺新的表现形式等带来新手段。三维虚拟展示技术通过运用物品在虚拟空间中的3D展示技术,开发虚拟室内设计、虚拟演艺表演、文物鉴赏等产品和服务,给

用户提供沉浸式的交互手段,为文化旅游产业、历史文化、科学文化等体验式经济提供前所未有的可行性和创新性。影视特效制作技术方面,在已有虚拟现实技术的基础上,围绕影视制作研发配套的软硬件关键设备 and 应用产品,会逐步应用到虚拟数字影棚中。

(三)“文化+”成为拓展文创产业发展空间、为传统产业升级发展注入创新新基因的重要手段

随着2014年《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》的出台,以“文化+”为核心的文创产业与传统产业的融合发展成为文创产业发展的重要内容,提出要发挥文化创意和设计服务对制造业、建筑业、消费品工业、信息产业、旅游业、农业、体育产业等领域的支持作用,强化“文化+科技”“文化+金融”“文化+贸易”等产业的融合发展,实现以文化提升传统产业的附加值和以融合发展拓展文化产业发展空间的双赢格局。各地方、各部门均陆续出台了落实该意见的具体措施。

(四)以内容为核心的文创产业成为产业竞争的重中之重

文化创意产业本身是以内容为王的行业。当代文化产业发达国家的发展经验也证明:只有坚持以内容为王,坚持以传统文化为基本的内容创作,文化产业才能不断发展壮大。在文化内容创作—文化产品传播—文化生产服务—文化设备生产的文创整体产业链中,后三个环节基于我国较为发达的制造业、一般现代服务业和传统文化服务业,已经有了非常好的基础。但是在文化消费内容的原创性、高品质和针对性上仍然有较大的欠缺,而且随着国人对文化生活的重视,以文化创意内容为核心的文创产业将成为各行业、各地区文创产业竞争的核心阵地。

(五)文化消费迅速扩展为文化产业发展开辟巨大空间

人民群众对文化消费需求的升级具有强大的内生动力。随着经济的快速发展,市民的社会消费结构进一步向发展型和享受型升级,居民文化消费和科技体验、文化生活、文化产品和服务质量的要求日益增强。因此,广播影视、教育培训、演出演艺、出版发行、文化创意生活用品等以文化终端消费

为核心的文化创意产业发展,会成为构建统一开放、竞争有序、丰富多彩的现代文化消费市场体系和适应城乡居民消费结构新变化、审美新需求的重要支撑。

(六) 文化创意企业间的竞争强度愈加强烈

一方面,传统文化企业进入转型发展的关键时期。随着行政改革与市场化改革一体化的持续推进,未来几年,传统媒体和传统文化产业将继续遭遇较大幅度的冲击,所有传统文化传媒企业都面临产业变动、技术变动和生活方式变动等带来的新挑战和转型的压力,需要在一段时间内适应新的商业模式和迎合转型发展的要求。预计两三年后,传统媒体将下降 20% 左右的市场份额。另一方面,近年来文创企业之间的并购显著增多。包括新媒体企业与传统媒体企业之间,有实力的大型文创企业与创新型中小企业之间,部分传统产业等转型而来的文化企业与国内外文创企业项目之间等都存在较多的并购,未来五年将是文化企业并购的高峰期。

(七) 文化产业组织两极化趋势更加明显

文化创意产业的组织构成将呈现“哑铃状”特征。一方面,少数以产业链、资本链为纽带的平台型企业集团主导市场,如若干网络巨头企业、资本较强的文创企业通过并购等手段,实现综合娱乐、购物、社交、金融和版权交易等各种功能要素的综合性平台化运作,将成为巨无霸文化传媒企业。另一方面,由于文化创意产业在本质上是个性化产品和服务的集合,因此着眼于针对性、人性化的“定制”文化创意产业产品为主的中小微公司会成为市场主体,促进了文化产业的创新发展。

三、国内外典型区域文创产业发展经验

选取中国台湾地区、广东顺德、陕西曲江和澳大利亚昆士兰三个国内外典型区域,梳理总结出三大区域发展文创产业的模式、经验和措施,能为亦庄开发区发展文化创意产业提供重要经验借鉴启示。

（一）澳大利亚昆士兰创意园通过“政、产、尚、学、研一体化”的集聚模式，强调产业、政府和高等教育与研究机构的相互依存性发展相关产业

澳大利亚昆士兰科技大学创意产业园区，它是澳大利亚促进创意产业发展的重要战略举措。该项目投资 6000 万澳大利亚元（其中 1500 万澳大利亚元由昆士兰省政府资助），2001 年开始筹建，于 2004 年 5 月正式启用，是澳大利亚第一个由政府与教育界共同为发展创意产业而合作的项目。

1. 园区具备功能划分明确

昆士兰科技大学创意产业园区主要分为三大功能区，以教育和培训、研究中心为主导，企业为基础，形成“产官学”合作发展的良好局面，成为推动澳大利亚创意产业发展的主要动力。①教育和培训。昆士兰省是一个极重视创意产业发展的地区。昆士兰科技大学（QUT）的创意产业学院下设设计、舞蹈、视觉艺术、音乐、创意写作、广告、新闻、电视媒体、动画、数字媒体等科系，倾全力培育创意产业人才，并提供创意人才培养。②研究中心。该园区包括创意产业研究与应用中心（CIRAC）和互动设计中心（ACID）。中心研究目前澳大利亚创意产业的近期发展，以及其他国家创意产业的发展经验，特别是亚洲地区，进而为澳大利亚政府提供发展策略与规划。③产业。该园区包括创意产业事业中心（CIEC），为企业提供新产业化的开发与进行平台，还集聚了一些数字媒体、设计、剧团等企业。因此，在那栋名为“Theworks”的大楼内，所有学术教授、研究专家与企业人员齐聚一堂，而在走路不到十分钟的距离外，就是学生的教室和剧场。

2. 众多的国家研究机构成为推动园区发展的重要动力

昆士兰科技大学创意产业园区内的主要实体有三个企业事业中心、两个研究中心和一个创意产业学院。①创意产业事业中心。它位于创意产业园区内，主要提供灵活的空间和通道为一些新创意的产业化开发和交易服务。这种交易的实现往往是通过与大学教职员工和学生协作来提供真正创意实践和创意内容。②凯文格罗夫都市村。它是昆士兰科技大学与昆士兰政府相连接的中介机构。而昆士兰科技大学在这个村首先发展起来的就

创意产业园区和健康与生物医学创新研究院。后来陆续补充并扩建了教育学、健康保健、司法研究等教学与研究机构,形成了今天的凯文格罗夫都市村。③ACID 互动设计中心是一个股份有限公司。它的部分资金来源于联邦教育部。该公司有一个由理论界、产业界研究人员和研究生组成的超过 80 人的团队,它在创意内容和产业之间架起了一座桥梁。ACID 研究团队的工作通过新的产业以及和大学的合作关系成了整个澳大利亚乃至国际上的重要力量。ACID 的经营领域主要有游戏开发、数字艺术、表演和视觉艺术、设计、电影、电视和多媒体等。④澳大利亚国家研究理事会创意产业研究中心 CCI。该中心建于 2005 年 7 月。它是澳大利亚政府经由澳大利亚国家研究理事会(ARC)投资建立的第一个非科学技术领域的国家社科基金项目研究中心。它也是一个以 QUT 为主的由澳大利亚六所大学加上 ACID 组成的联合研究中心,中心由专家委员会、管理委员会、顾问委员会和董事会组成。⑤创意产业与创新研究院。ICI 于 2005 年 8 月建立,取代了创意产业研究和应用中心,是 QUT 一个更大的包含各种学科的研究机构,由六个院系组成,即建筑环境和工程、商学、创意产业、教育学、信息技术、法律和 QUT 卡苏丁校区。

(二)中国台湾地区通过“文化与本土制造业、文化与生活需求、产业与本土文化的多重融合”,打造了文创产业特色优势

1. 政府主导推进

台湾文化创意产业的成长伴随有关部门自下而上的政策扶植。先从社区起步。1994 年“文建会”的“社区总体营造”政策,使具有特色的社区观光产业得以发展,同时社区民众的经济条件得到改善。之后,文化创意产业被纳入政策层面。“文建会”以“文化产业化”和“产业文化化”指导文化创意产业的运作。通过开展自下而上的政策扶植,台湾的文化创意产业逐渐成熟起来。

2. 闲置厂房的利用是发展文创产业的重要途径

台湾的创意产业在发展过程中,提出了“规划设置创意文化园区”计划,

主要是将停止使用的生产基地:台北酒厂旧址、台中酒厂旧址、嘉义酒厂旧址、台南仓库群和花莲酒厂旧址五大创意文化园区视为文化创意产业发展的重点示范基地,以推进文化创意产业的集聚化发展。

3. 注重文化与制造业资源的优势融合,构建全产业链

台湾的动漫产业通过“动漫生产—动画片播出—衍生产品开发—收益—再生产”这个完整的良性循环产业链,让动漫产业获得了巨大的经济利益,实现了动漫产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售,与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产,以及音乐、主题公园和旅游等与动漫相关的经营产业。其中,台湾动漫产业也是利用台湾本身制造业的优势,实施融合化发展动漫衍生品制造的重要趋势。衍生品的融合潜力巨大,基本上可与任何制造业相合作,包括音像、图书等内容类产品,玩具、文具、玩偶、模型、道具、卡片、游戏等形象类衍生产品,动漫会展、主题公园、娱乐场所等综合类产品,在增加动漫产业利润的同时也提升了动漫作品的知名度。

4. 注重文化与生活的传承

台湾的文化创意产业注重于生活的传承,涉及了衣、食、住、行、育、乐等方方面面与生活密切相关的产业。其拥有独具特色的“生活美学”理念。开展广泛的休闲生活产业和体验经济,使文化与生活完美地结合。文化创意产业着眼于生活,传播乐活理念,能让人感受到融入生活中的文化创意。

(三) 广东顺德工业设计城以“拉—引—提—转”的模式为核心,通过三大措施促进了设计产业的形成

2009年9月,国内规模最大的工业设计产业基地——广东工业设计城启动建设。从顺德工业设计园到广东工业设计城,顺德的工业设计产业实现了由园到城的跨越,广东工业设计城对珠三角的产业和城市产生了积极的带动效应。以高端学术引领产业新未来,广东工业设计城作为全国创新设计的“试验田”与“桥头堡”,开创了全方位链接工业设计产业链的上下游,并为其提供高端增值服务的发展模式。2009—2015年,设计城将实施重点项目12项,预计总投资22.1亿元。其中,近期实施的项目有7项:国家工业设计与创意产业(顺德)基地、国家工业设计实验室、国际工业设计交流中

心、设计广场、设计公寓、设计国际酒店、工业设计咨询中心;远期实施项目有5项:中国工业设计学院、工业设计博物馆、设计之谷、设计师休闲公园、多功能创意街区。

广东工业设计城的运营方为广东同天投资管理有限公司。该公司是国内最早从事以工业设计为核心、建设工业设计产业集群的民营企业,拥有在工业设计产业化运营方面的核心业务与独特的商业模式,专注于设计资源整合(工业设计类、动漫设计类、服装设计类、旅游设计类及综合设计类)、公共服务平台建设、设计创意产业园开发运营,以及新产业与城市互动发展研究。目前,已掌握了上千家国内外优质的设计企业、上百位国际设计大师和几十所国际高等院校的资源。公司骨干团队年富力强,多学科背景交融,由金融、传媒、法律、投资等各领域的资深人士组成。自美、英、法、德、日、澳等各国留学归来的一批年轻人则形成了公司极具活力与竞争力的未来中坚力量。

1. 广东通过“拉—引—提—转”的模式,促进了工业设计从个体行为到产业形成的转变

拉:设计师通过个人的行为将工业设计从院校象牙塔中拉下来,与制造业相融合。同时,根据制造业自身发展的需要,产业设计的需求,这种市场拉力拉动了工业设计机构的出现,从而形成广东工业设计产业的雏形。例如,1987年广州大学万宝工业设计研究院成立,以及1988年广州美术学院成立南方工业设计事务所。引:广东各级政府举办各类设计活动,推动工业设计产、学、研的结合,建立各级设计公共服务平台,出台各项扶持政策,引导企业树立正确价值导向的经营理念,达到“微笑曲线”的顶端,在设计上,建立起自身的竞争优势。提:企业为了动态提升价值创造能力,增加产品的附加值,满足来自市场的挑战,从而产生更人性化的设计需求,加速工业设计产业的形成。比如,康佳在20世纪90年代初推出衫霸电视系列,就是通过工业设计增加产品附加值,建业竞争优势的一个典型案例。转:由于广东的设计资源具有比较优势,使用成本较低,如设计师的工资、办公场地的租金低等,同时,随着广东制造业的蓬勃发展,形成了庞大的设计市场,吸引了国外和港台地区的设计企业,通过独资或合资的方式在广东设立公司。这种贴近市场、迅速满足客户需求的方式所带来的优势,同时也促进了广东制

制造业的发展。这种现代服务业的转移,加速了广东设计产业的发展壮大。

2. 导入前沿理念,用大数据预测产业新需求

作为中国艺术与设计学术领域的高端会议,“清华国际艺术·设计学术月”创办于2009年,活动每届确定一个学术主题,通过在世界范围内邀请相关研究领域的专家学者进行学术讲座及课程研讨,引领艺术学科领域的前沿思潮。自2011年开始,该活动首次走出清华园,走出北京,走进广东,来到了顺德北滘。本届活动的主题为“大数据时代的设计思考”。据介绍,随着个人电脑、智能手机和掌上智能设备的普及,互联网、移动网络、社交媒体、各种传感器每时每刻都在产生海量的数据,一个大规模产生、分享、应用数据的时代正在开启。在商业、经济及其他领域中,决策将日益基于数据和分析而作出,而并非基于经验和直觉。“对设计产业来说,大数据是一个全新的课题,也是一个非常有价值的金矿。”清华大学教授柳冠中说,在科学研究中,原来很多不被揭示的秘密,可以通过数据分析研究找到一种相关的联系,这种方法也正是设计产业发展所急需的。他说,作为产业链的关键环节,工业设计必须超前引领市场需求。每年年底,制造业都会研究第二年要生产什么,如果简单依靠过去的统计方式,那么最终的结果可能是“过去式”的,今年什么好卖,明年可能就继续生产什么,如此一来,很容易造成产能过剩。而借助大数据云计算的方式,则可以帮助企业预测消费者未来的需求,而非眼前的需求。例如,有调查显示,如果国内的小家电、手机全部停产,当下的库存量足够让国人使用两三年。对顺德和广东这种家电制造大区来说,也面临着未来5年到10年需要生产什么产品的问题。“这必须针对市场发展的中长期趋势进行一个基础性的研究。”柳冠中说,如何运用大数据来帮助设计行业把脉提出新思路,反过来,如何通过设计思考来给大数据的方法、流程和结果带来更多的感性思考、用户认知和感情因素,将冷冰冰的数据洪流转化为纷杂用户的需求和市场机会的良性输出,这正是本次论坛希望达到的一个目标。

3. 打造协同创新平台,邀国际专家支招广东设计发展

记者了解到,开幕式之后,组委会在北滘举办了2013年中国工业设计北滘论坛。“中国工业设计北滘论坛”是“清华国际艺术·设计学术月”学术品

牌的一大创新,自2010年开始,该论坛就选定广东工业设计城作为基地,通过组建区域性的设计协同创新平台,以设计战略引领下的制造业产业转型为方向,不断探索设计园区建立协同设计创新的机制性路径,助力广东省在发展方式的转型中的创新能力建设。张凤昌说,此前连续两届北滘论坛的成功举办,实现了学术研究的价值最大化,为中国制造业产业发展方式转型和工业设计研究理论的落地作出了示范。这种将高端学术引领、国际前沿理念、社会发展诉求、资源互动共享结合在一起的模式,体现了“政产学研商”合作模式的价值,这种模式作为连接宏观政策与微观操作、理论与实践、教育与市场的桥梁,为我国设计产业在发展转型期的良性发展提供了扎实的理论基础和丰富的经验积累。据介绍,本次论坛以“广东制造——广东工业设计博物馆”的筹建为主题,邀请到了德国 Vitra 设计博物馆馆长 Marc Zehntner、澳大利亚维多利亚设计博物馆资深设计师 Jo Pritchard、上海设计之都促进中心副秘书长沈榆、广东工业设计培训学院常务副院长汤重熹、澳大利亚蒙纳士大学设计学院教授 Ian Wong 等国内外专家,通过聚焦中国科学发展、大国设计战略、国情研究和文化复兴等专题,探讨广东工业设计博物馆的定位,并初步提出广东工业设计博物馆规划的意象。论坛期间,广东工业设计城还举办了“中国工业设计博物馆上海品牌设计展”,通过极具特色的“上海牌”产品来呈现上海设计的发展历程和发展背景,别开生面地展示了中国特定地域在工业设计文化与社会发展之间的有机联系,从“工业设计与地域经济发展”的角度对“工业设计博物馆”筹建的必要性进行诠释。

4. 建工业设计研究院,让设计产业与学术同步发展

广东工业设计城发展有限公司负责人说,清华大学作为我国第一个创建工业设计体系的高校,在工业设计学科理论、基础、教育、体系建设等方面作出了杰出的贡献,多项理论方法在国内乃至国际设计界都产生了导向性影响,而广东工业设计城虽然不是国内建设最早,也不是投资最大的工业设计园区,但经过5年的发展已经成为了中国最具影响力的主题园区之一,二者强强联合,探索学术和产业的融合发展,将能扭转广东工业设计学术滞后于广东工业设计产业的局面,让设计产业与学术前沿同步发展。据介绍,借助清华的影响力,广东工业设计城组建了中国厨房设计联盟,聚合国内制造