

上海市社会科学创新研究基地
文化创意产业发展研究系列

创意 设计之都

全球概览与上海战略

主 编：王慧敏 王兴全
副主编：刘 平 孙 洁

METROPOLIS OF DESIGN:
GLOBAL DYNAMIC
AND SHANGHAI STRATEGY



上海市社会科学创新研究基地
文化创意产业发展研究系列

创意 设计之都

全球概览与上海战略

主 编：王慧敏 王兴全
副主编：刘 平 孙 洁



上海社会科学院出版社
Shanghai Academy of Social Sciences Press

图书在版编目(CIP)数据

创意设计之都:全球概览与上海战略/王慧敏,王
兴全主编. —上海:上海社会科学院出版社,2014
ISBN 978-7-5520-0612-4

I. ①创… II. ①王… ②王… III. ①城市文化-研
究 IV. ①C912.81

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 111976 号



创意设计之都:全球概览与上海战略

主 编:王慧敏 王兴全

责任编辑:张晓栋

封面设计:黄婧昉

出版发行:上海社会科学院出版社

上海淮海中路 622 弄 7 号 电话 63875741 邮编 200020

http://www.sassp.org.cn E-mail: sassp@sass.org.cn

照 排:南京理工出版信息技术有限公司

印 刷:上海信老印刷厂

开 本:720×1020 毫米 1/16 开

印 张:16

插 页:2

字 数:244 千字

版 次:2014 年 5 月第 1 版 2014 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5520-0612-4/C·083

定价:48.00 元

版权所有 翻印必究

前 言

创意产业的发展遵循着从创意产业到创意经济,再向创意社会发展的演进轨迹。继 20 世纪末世界各地掀起创意产业发展浪潮之后,创意城市正成为当今全球发展的新热点,人的创造力、文化、知识等无形资源正取代有形物质资源成为城市经济增长与财富创造的主要源泉,创意产业和创意人才在城市的集聚,也催生了创意经济和创意社会的萌芽,城市进入了由创意全面驱动的新阶段,当前,构建创意城市已经成为许多国家和城市的重点战略,体现了包容性增长的新理念。

在此背景下,城市的发展理念、发展目标和发展模式发生了深刻变化,创意城市的发展及其规律特征也因此成为近年来国内外学术界关注的前沿性课题,正吸引着越来越多的学者参与研究和探讨,西方学术界对创意城市的系统研究始于本世纪初,但在相关概念和政策应用上至今仍然是存在着大量的争议,近年来,国内学术界和相关部门对创意城市的研究也越来越重视。

《创意设计之都:全球概览与上海战略》一书基于上海社会科学院创意城市课题组最近几年所进行的有关创意产业和创意城市课题的研究,特别是欧美日等国创意城市、联合国创意城市网络“设计之都”、以及“世界设计之都”的最佳实践与经验,本书对创意城市发展的驱动机制及其路径、制度设计进行了全面而深入的研究论证和学理分析,首次提出了创意城市的 PIN 理论分析框架,具有较强的学术意义和理论价值。

2010 年上海加入联合国教科文组织创意城市网络,成为全球第七个“设计之都”,近年来,通过大力发展文化创意设计产业,驱动城市转型

发展,促进上海城市持续创新能力的提高,迈向亚太文化创意中心的战略目标。本书在借鉴国外经验的基础上,针对上海进一步推进创意城市(设计之都)建设的瓶颈、障碍进行研究,提出通过创意城市(设计之都)建设促进上海实现“创新驱动发展、经济转型升级”的具体目标、战略、行动路线图和可操作的政策措施建议。目前,我国不少城市正处在调整产业结构、改变经济发展模式的重要时期,全国各地也正在谋划“十三五”时期的新发展,相信本书的出版将有助于进一步开阔和启发我国城市转型的发展思路,促进城市的持续健康发展。

值得赞赏和欣慰的是,在上海文化创意产业发展战略研究领域,以上海社会科学院为核心的一支年轻专业研究团队逐渐成长起来了,由我的学生王慧敏研究员担任首席专家的研究团队,在2013年成功入选上海市社会科学创新研究基地,该研究团队多年来坚守上海文化创意产业发展战略的学术研究,不仅出版研究系列专著,发表多篇有影响力的学术论文,而且注重理论与实践紧密结合的研究特色,每年深入实际调研,积累基础素材,编撰《上海文化创意产业发展报告》,并先后完成上海市政府关于“文化创意产业发展‘十二五’规划”、“上海建设创意城市的重点、措施及政策”、“上海设计之都三年行动计划”等多项重大战略性实证性课题,成果获得上海市政府决策咨询奖,在推进上海文化创意产业的发展实践中发挥了积极的智库功能,作出了重要的理论贡献。

希冀上海学术界涌现出更多的后起之秀,在推进文化创意产业学科建设的同时,为我国文化强国的实践贡献学术智慧。

厉无畏

2014年5月

目 录

前 言	1
-----------	---

全球概览篇：国际案例与发展经验

第一章 神户：从空间·经济·文化设计到社会设计	3
一、设计之都建设的背景	3
二、设计之都建设的战略与推进机制	6
三、设计之都推进的途径与措施	8
四、设计之都建设的特点与经验	14
第二章 名古屋：倡导可持续发展的生态设计	17
一、设计之都建设的背景	17
二、设计之都建设的战略与推进机制	19
三、设计之都推进的途径与措施	22
四、设计之都建设的特点与经验	25
第三章 首尔：为所有人的设计	28
一、设计之都建设的背景	28
二、设计之都建设的战略与推进机制	29
三、设计之都推进的途径与措施	31
四、设计之都建设的特点与经验	37
第四章 柏林：向新型文化时尚之都转型	39
一、设计之都建设的背景	39
二、设计之都建设的战略与推进机制	46
三、设计之都建设的政策与措施	48

第五章 圣埃蒂安:设计渗透生活的每处细节	53
一、设计之都建设的背景	53
二、设计之都建设的战略与推进机制	54
三、设计之都建设的政策与措施	56
第六章 格拉茨:当代设计与文化遗产的融合	59
一、设计之都建设的背景	59
二、设计之都建设的战略与推进机制	60
三、设计之都建设的政策与措施	62
第七章 都灵:不仅仅是汽车设计	65
一、设计之都建设的背景	65
二、设计之都建设的战略与推进机制	66
三、设计之都建设的政策与措施	69
第八章 赫尔辛基:设计主导城市发展	72
一、设计之都建设的背景	72
二、设计之都建设的战略与推进机制	73
三、设计之都建设的政策与措施	75
第九章 布宜诺斯艾利斯:设计和生活紧密联系	79
一、设计之都建设的背景	79
二、设计之都建设的战略与推进机制	82
三、设计之都建设的政策与措施	83
第十章 蒙特利尔:设计构成美好生活的来源	87
一、设计之都建设的背景	87
二、设计之都建设的战略与推进机制	89
三、设计之都建设的政策与措施	91

理论研究篇:创意城市与 PIN 框架

第一章 创意城市:背景与内涵	97
一、发展背景:城市转型升级	98
二、发展理念:文化创意与跨界融合	101

三、发展模式:软环境营造与价值重塑	104
四、发展演进:梯级特征与动态变迁	108
第二章 PIN 模型:体系建构与环境再造	111
一、公共政策(Policy):多赢化与创意环境	112
二、文化体验(Interactivity):多元化与创意平台	114
三、社会网络(Network):便捷化与创意通道	115
第三章 PIN 演进:关键要素与发展趋势	117
一、公共政策:规范化和服务化	117
二、文化体验:多样性和包容性	120
三、社会网络:体系化和专业化	123
第四章 PIN 特征:全球创意设计之都经验观察	126
一、公共政策:战略与机制	126
二、文化体验:消费与载体	141
三、社会网络:交流与服务	145

上海发展篇:实践观察与战略路径

第一章 上海创意城市:历史和未来	157
一、历史:丰厚文化的积淀	157
二、未来:世界设计的舞台	159
三、愿景:更好的设计,更好的生活	161
第二章 上海设计之都:历程观察	164
一、自发萌芽阶段(2000~2003 年)	164
二、集聚提速阶段(2004~2006 年)	165
三、规划引导阶段(2007~2010 年)	167
四、腾飞发展阶段(2010 年至今)	168
第三章 上海设计之都:产业观察	170
一、文化创意产业发展规模	170
二、创意设计产业发展特征	172
三、重点设计产业发展动态	174

四、重点设计产业案例分析·····	177
第四章 上海设计之都:园区观察 ·····	184
一、园区发展背景·····	184
二、园区规模与空间分布·····	185
三、园区发展特征·····	187
四、问题与瓶颈·····	190
第五章 上海设计之都:政策观察 ·····	192
一、产业聚焦政策:明确重点产业·····	194
二、产业融合政策:推动科技与文化融合·····	194
三、空间集聚政策:优化空间布局·····	195
四、扶持与监管政策:财政、税收、工商并举·····	195
五、保障与激励政策:加强知识产权保护与人才培养·····	196
第六章 上海设计之都:活动观察 ·····	197
一、城市品牌:营造氛围,推介城市·····	198
二、时尚引领:确立流行、孵化创意·····	200
三、人才群体:吸纳名家、发现新锐·····	201
四、行业活动:汇集思路,支持转型·····	203
第七章 上海设计之都:PIN 路径 ·····	207
一、公共政策·····	208
二、文化体验·····	213
三、社会网络·····	215
第八章 上海设计之都:后续战略 ·····	218
一、战略目标:提升竞争力和影响力·····	218
二、战略思路:构建经济·文化·社会综合设计体系·····	219
三、战略路径:融合·服务·开放·····	222
四、战略举措:资源整合与协同创新·····	225
附录 ·····	229
后记 ·····	245

全球概览篇：

国际案例与发展经验

在城市发展进入后工业化的时代背景下,伴随产业转移、城市重生和创意产业的兴起,创意城市应运而生。国外创意城市普遍重视激发文化艺术创造过程中的创新能力和发展活力,将其作为推动城市复兴和重生的驱动力,在推动创意消费和经济发展的基础上,注重创新创意在社会、文化、生活等领域的实践和应用,以此建设和推进创意城市,实现城市的全面更新与持续发展。

创意设计之都是以设计为主题的创意城市。综观全球城市转型升级的发展历程,设计产业在城市就业、增长、出口、艺术等方面都发挥了极其重要的作用,是城市步入后工业时期的核心产业,推进创意设计之都的建设已经成为国外城市实现转型所普遍采取的创新发展战略。

本篇对10个已经获得联合国教科文组织“设计之都”称号,以及国际工业设计联合会(ICSID)“世界设计之都(WDC)”称号的国外城市逐一进行案例研究。

第一章 神户：从空间·经济·文化设计到社会设计^①

一、设计之都建设的背景

(一) 城市概况

神户位于日本本州岛的西部，人口 154 万，面积 544 平方公里，是仅次于东京、横滨、大阪、名古屋、札幌的日本第六大城市，也是日本美丽而又最具异国风情的国际贸易港口城市。历史上神户市不仅在日本而且在亚洲都算得上是文化创意的先驱城市。在日本，神户市是最早与欧洲各国进行贸易的窗口之一，因此使其成为西洋文化在日本最早的登陆地点。来源于西洋的酒店、照相馆、餐厅、冰激凌、干洗店、电信、啤酒、高尔夫球场等在日本都是最早见于神户市。

该市于 2008 年 10 月被联合国教科文组织批准加入其“创意城市网络”，继布宜诺斯艾利斯(2005 年 8 月)、柏林(2005 年 11 月)、蒙特利尔(2006 年 5 月)之后，成为联合国创意城市网络“设计之都”的第 4 位成员。

(二) 经济、产业概况

第二次世界大战时期，神户市的重工业一度非常发达，造船、钢铁、车辆、航空机器等金属和机械器具类制造业的产值占全市工业总产值的比重曾经达到 7 成(1942 年)。但其后由于空袭而使生产设备遭受重大破坏，1945 年，神户的工业总产值大幅下滑至战前的 1/6，相应的，出口额也急剧下降至战前的 6%，进口额降至战前的 30%，人口剧减至战前的 1/3^②。

① 本章部分内容作者发表于《地域研究与开发》2012 年第 3 期。

② 数据来源：神户市产业振兴局编：《神户经济 2012》。

第二次世界大战后,受日本经济重建、1950年代的朝鲜战争,以及1955年以后日本经济进入高速成长时期等外部因素的影响,神戸市的钢铁、机械、食品、橡胶等产业产值急速提升,使其经济得到很大发展。但其后,由于日本各地都上马国际港口建设,使神戸港的利用率逐步降低,加之受土地资源贫乏影响,工业用地不足等因素,迫使很多企业外迁,1974年以后,日本又经受了两次石油危机的影响,导致成本急剧上升而需求减少,神戸的重厚长大型重工业的比重逐渐下降,城市经济发展相比其他日本大城市受到很大影响。

在这样的背景下,神戸市着手开发临海区域以及内陆区域等新的产业空间,努力实施产业结构调整优化,重点发展服务业等第三产业。依托城市的地域优势和交通、产业基础,神戸市着重发展时尚产业、观光旅游会展产业等创意产业以及高技术产业。

造船、汽车、钢铁、食品、橡胶制造业等是神戸市的传统优势产业。近年来,服务业等第三产业发展迅猛,比重不断扩大,但与日本其他大城市相比,制造业的比重依然较高(表1)。其港口城市的开放氛围和消费者对时尚的敏感,还造就了神戸市时尚产业的发达。其中,化学合成鞋类、纺织服装、贵金属和珠宝(珍珠)、西洋糕点食品、清酒等成为其时尚产业的特色优势产品。其清酒销售量约占日本全国的3成,使神戸成为日本最大的清酒产地,

表1 神戸市经济产业概况(2009年)

		在日本全国所处地位
全市生产总值(亿元)	4 575.17	占日本全国的1.3%,位列20个大城市的第7位
制造业占比(%)	18.5	高于全国大城市平均值7.7个百分点
服务业占比(%)	22.6	低于全国大城市平均值3.2个百分点
批发零售业占比(%)	14.1	低于全国大城市平均值3.9个百分点
人均年收入(万元)	22.37	比全国人均年收入高1.91万元,位列20个大城市的第9位

资料来源:根据神戸市产业振兴局编《神戸经济2012》和名古屋市官方网站统计数据《大都市比较统计年表平成22年》(<http://www.city.nagoya.jp/somu/page/0000037589.html>),按照1元=13日元的汇率计算得出。

注:日本的服务业分类与我国不同,此处的服务业应仅指“其他不可分类的服务業”,不包括专业服务、生活娱乐服务等。

拥有“滩五乡”这一全国著名品牌,近年来,清酒的外销量逐年增长;神户的珍珠出口量约占日本全国的8成,是世界知名的少有的珍珠集散地。

(三) 建设设计之都的背景

神户市当初的城市建设与其他日本城市大不相同,城中由英国人设计建造的外国人居住区能够充分表现这一点。该地区的街灯不是汽灯而是电灯,电线埋设在地下,下水道设施完备,比当时的其他城市都展现出更美的城市景观。市区的六甲山麓修建了许多幢外国人居住的房屋,被称为“异人馆”,世界各个宗教的教会也积聚于此。神户港是优良港口,因此,适宜于进口原材料生产加工后再出口的产业发展,像钢铁、造船、火柴等,进出口贸易业在此基础上也很发达。

这样的历史使神户市形成了自由、进取的风土和不断追求、培育新事物的观念意识,富于创造、创新精神。日本历史上很多新潮时尚都发源于神户,如烫发、爵士乐、超市、卡拉OK等^①。

不过,第二次世界大战后,日本的产业结构发生了很大变化,加之实行经济运营的中央管制和规制加强,大贸易商纷纷将总部迁往大阪、东京,大型钢铁企业川崎制铁、神户制钢以及川崎重工迁往别处,使神户市失去了昔日重厚长大产业据点的地位,其城市建设各个方面的先驱性作用也日益减弱。为扭转颓势,神户市早在1973年就提出要建设“时尚之都”,后又确定建设“休闲度假之都”,在日本率先明确提出运用城市设计进行城市建设。

经过1995年的阪神大地震之后,神户市更加积极地运用设计进行城市建设,率先制定了“神户2010规划”,从更加宽广的视野出发,提出了运用城市设计进行城市建设规划。2006年7月,神户商工会议所(即商会)提交了一份建设设计之都的建议书,以此为契机,神户市开始了实质性的设计之都建设。“神户2015规划”进一步将城市未来发展目标定位于“提升生活和经济品质”,“创造新的价值和魅力”。

^① 参见日本神户市运用设计促进建设创意城市研究会:《设计之都神户建设创意城市战略》,2007年2月。

(四) 设计之都发展的理念与内涵

神户市对设计的理解和认识是一种广义的大设计概念,不仅包含外观形状和颜色的设计,还包含能够产生外观形状和颜色设计方案的计划与制度体系,以及构成其基础的意图与思维方式。神户正是基于这样一种对设计的认识来制定城市发展的中长期规划,其目的是要重新发掘神户的优势资源与特色,创造城市新的魅力、活力以及优裕的生活。神户的优势资源与特色就是“街道”、“生活文化”和“制造技术”,三者都离不开“设计”,因此,将设计之都建设作为新的城市发展战略是神户发挥城市自身优势和特色,实现城市转型发展的最佳选择。

二、设计之都建设的战略与推进机制

(一) 建设设计之都的战略与目标

神户市于2005年制定5年城市发展规划《神户2010规划:优裕的创意城市神户》,提出今后5年神户城市发展的方向是要建设“高质量生活”,以安全、安心、健康为基础,以多样性交流与融合创造新价值为特征的创意之都。2008年获得联合国教科文组织创意城市网络“设计之都”称号后,2010年,神户市又制定了下一个5年发展规划——《神户2015规划》,提出城市下一步发展目标是“提升生活和经济品质”,“创造新的价值和魅力”。

在《神户2010规划:优裕的创意城市神户》中,制定了涵盖城市发展各个方面的12项行动计划,并提出了计划实施的项目和要达到的具体指标。

其中,“文化创意都市推进计划”提出,神户市要建成以人为主体的有个性的生活方式和有活力的街道的“文化创意都市”,至2010年具体要达到:全市从事日常文化活动的市民人数占总人口的30%,开展文化与传统活动2200次(5年共计),创意产业从业人员达到18000人(约占全市总人口的1.2%),主办艺术文化类竞赛项目15次。重点实施项目包括:

(1) 市民文化活动支持项目。实施艺术文化活动资助制度和冠名支持制度,支持市民、相关团体和艺术文化企业开展多种艺术文化活动。

(2) 培养和提高文化艺术修养。对儿童要从小培养艺术情操,进行文

化艺术教育,街道建设要考虑创造有利于培养艺术家的氛围和环境,支持文艺志愿者和文艺经理人的培养。

(3) 通过文化艺术创造新产业。推进建设文化艺术竞赛之都,吸引更多世界各地文化艺术人士到访、聚会、开展交流、竞赛活动;支持发展影像文化产业,举办日本商业动漫表彰活动;充实“街边艺术舞台”。将街道公共空间打造成为市民与艺术家、游客以艺术为媒介的聚会、交流、提高技艺、切身感受艺术的场所,还要在机场、港口等城市入口进行爵士乐现场演奏,给来访者留下“时尚之都”的第一印象。

(4) 打造和加强神户城市品牌。城市中心区要建成便于步行的街道,使步行者能够一边步行一边欣赏城市风景和露天音乐会及充满艺术情调的城市空间,使城市功能与艺术结合,表现神户的时尚;发挥爵士乐发源地和被誉为世界四大长笛演奏比赛“神户国际长笛演奏比赛”的影响力,推进“音乐之都”建设;支持开展多元文化交流、传播活动,积极争取主办国际性活动,提高神户的知名度;利用“发源于神户”的文化和商品,如爵士乐、西洋点心和电影等,打造“神户品牌”;推进设计之都建设,以加入联合国创意城市网络为契机,扩大与其他成员城市的交流与合作,提高神户“设计之都”的知名度。

(二) 设计之都推进机制

神户市政府专门成立了由市长任负责人的“设计之都推进本部”机构负责推进设计之都建设。下设“设计顾问委员会”、“资深委员”和“推进委员会”,顾问委员会成员包括神户商会副会长、著名的产品设计师、企业经营者协会顾问和神户大学名誉教授;资深委员由规划调整局局长担任;推进委员会则由市民参与推进局、国际观光旅游局、环境局、产业振兴局、建设局、城市规划总局、港口总局和教育局的正职负责人构成。在委员会之下再设“行动小组”,其中再设一个“设计之都推进办公室”,具体负责实施推进设计之都建设的各项措施^①。其专门成立政府机构——市民参与推进局,促进全民参与型城市建设和发展模式的推进机制,在世界所有设计之都中是独有

^① 设计之都神户网站:<http://www.kobe-designhub.net/>网站资料。

的,显示出神戸市政府极其重视市民参与城市建设,视市民为城市建设的主体之一,全力促进市民的参与。

三、设计之都推进的途径与措施

神戸市提出设计之都建设的基本理念是要进行“提高生活层次的设计”、“发挥个性与魅力的设计”、“振兴发展经济的设计”、“提高创造力的设计”和“培育精神文化并传承的设计”;以城市设计、生活设计和工业设计为基本方针,从三个方面实施设计之都发展战略:即“空间的设计”、“经济的设计”和“文化的设计”;在此基础上,近年来,神戸市又引入了“社会设计”的概念,进一步丰富了“大设计”的内涵,使“大设计”成为“大创意”,即从设计的视角,吸取来自于各种人群相互交流而产生的新点子和创意,从而不断解决各种社会问题,并将其作为推进设计之都建设的主要途径之一,开创了设计之都建设的新模式。

(一) 空间的设计

空间的设计旨在保护、保留城市原有的美丽和魅力,同时创造出既能够感受到自然和历史的气息,又能够满足市民基本生活要求、使居住者和来访者都感到舒适的空间。

神戸的中心城区被山和海所环抱,拥有迷人的自然景色,山与水的对比和衬托,造就了富于特色的空间,显得优雅而时尚,尤以中心城区的原外国人居住地区最具代表性。该地区原先由英国人设计,是外国人居住和从事商务活动的中心地区,建有许多近代西洋建筑风格的商务楼宇,虽然很多企业总部已经迁离,但其独特的风格和情调依旧,成为优雅店铺的集聚地和城市品牌,也是外地人、外国人到访该市必去之处。

除了自然和历史赋予的特色空间之外,神戸市还积极地人为改造空间,进行空间的设计。早在1978年,神戸市就在日本率先出台《神戸市城市景观条例》,明确以保护、培育、创造为基础,制定城市景观基本规划和城市景观地区划定,成立城市景观审议会。此外,神戸市还强调以市民为主体参与城市景观建设,这成为它的一大特色。