

新・東京

美學經濟

探索一座未來城市和七位大師的設計力

東京，一座令人熟悉的亞洲大城，儘管歷經日本十年的不景氣，如今卻不斷變臉，呈現未來城市的新風貌。

他們怎樣運用設計力、創意力和文化力，讓自己脫胎換骨？

又如何透過安藤忠雄、植村秀、原研哉等國際級設計大師，打造二十一世紀的美學經濟？

楊瑪利、藍麗娟、陳應欽 著

天下文化
財經企管

遠見

NEW DESIGN IN TOKYO

新・東京美學經濟：探索一座未來城市和七位大師設計力/
楊瑪利、藍麗娟、陳應欽著．-- 第一版．-- 臺北市：
天下遠見，2007.10
面；公分．-- (財經企管；CB362)

ISBN 978-986-216-011-4 (平裝)

1. 美術經濟學 2. 設計 3. 創意
4. 日本美學

901.5

96018830

財經企管CB362

新・東京美學經濟

探索一座未來城市和七位大師的設計力

作者 | 楊瑪利、藍麗娟、陳應欽

系列主編 | 林宜諄

責任編輯 | 林宜諄

封面設計・美術設計 | 趙圓雍 (特約)

出版者 | 天下遠見出版股份有限公司

創辦人 | 高希均、王力行

天下遠見文化事業群 總裁 | 高希均

發行人 | 事業群總編輯 | 王力行

天下文化編輯部總監 | 許耀雲

版權暨國際合作開發協理 | 張茂芸

法律顧問 | 理律法律事務所陳長文律師 著作權顧問 | 魏啟翔律師

地址 | 台北市104松江路93巷1號2樓

讀者服務專線 | (02) 2662-0012

傳真 | (02)2662-0007 ; (02)2662-0009

電子郵件信箱 | cwpc@cwgv.com.tw

直接撥帳號 | 1326703-6號 天下遠見出版股份有限公司

製版廠 | 凱立國際資訊股份有限公司

印刷廠 | 立龍印刷有限公司

裝訂廠 | 台興裝訂股份有限公司

登記證 | 局版台業字第2517號

總經銷 | 大和圖書報股份有限公司 電話 | (02) 8990-2588

出版日期 | 2007年10月16日第一版

2007年11月10日第一版第2次印行

定價 | 330元

ISBN:978-986-216-011-4

書號: CB362

天下文化書坊 <http://www.bookzone.com.tw>

※本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司調換。

※本書僅代表作者言論，不代表本社立場。

G131.34
2011

港台書

新・東京美學經濟

探索一座未來城市和七位大師的設計力

楊瑪利、藍麗娟、陳應欽 著



THE NATION

新・東京美學經濟

探索一座未來城市和七位大師的設計力

序

- | | |
|------------------------|-----|
| 【推薦序】二十一世紀的日本高度 姚仁祿 | 004 |
| 【推薦序】東京：一座美學的洗禮池 李清志 | 007 |
| 【自序】新興的東京視覺力 楊瑪利 | 010 |

遇見新・東京

- | | |
|------------------------|-----|
| 01 新東京誕生 亞洲新興創意城市崛起 | 014 |
| 02 現代建築美學 精品旗艦店的競豔大賽 | 022 |
| 03 未來的城市 與環境共生的空間 | 032 |

取經新・東京

■新・東京設計力：

- | | |
|-------------------------------------|-----|
| 04 設計力 1 城市美學新地標——中城Tokyo Midtown | 042 |
| 05 設計力 2 站上哈日風潮最前線 | 056 |
| 06 設計力 3 Midtown概念店迎向國際 | 060 |

■新・東京創意力：

- | | |
|---|-----|
| 07 創意力 1 六本木藝術金三角 | 078 |
| 08 創意力 2 創意交流舞台——國立新美術館 | 086 |
| 09 創意力 3 生活藝術殿堂——21_21設計館、森美術館、三多利美術館 | 098 |

■新・東京文化力：

- | | |
|-----------------------------|-----|
| 10 文化力 1 日本工藝精神再現 | 106 |
| 11 文化力 2 大倉飯店——45年不變的和風原味 | 110 |
| 12 文化力 3 大倉陶園——88年前就是御瓷經典 | 118 |

目錄Contents

面對新・大師

13 新・大師 日本創意力大舉輸出	128
14 新・大師 1 日本建築教父 黑川紀章 Kisho Kurokawa	132
15 新・大師 2 日本建築大師 安藤忠雄 Ando Tadao	142
16 新・大師 3 亞洲設計鬼才 杉浦康平 Sugiura Kohei	154
17 新・大師 4 日本美容時尚大師 植村秀 Shu Uemura	164
18 新・大師 5 日本設計大師無印良品設計總監 原研哉 Kenya Hara	174
19 新・大師 6 日本包裝設計大師 卷波宰平 Saihei Makinami	180
20 新・大師 7 資生堂中國宣傳部部長 廣哲夫 Tetsuo Hiro	190

前進新・東京check in

■住宿／Accommodation	202
-------------------	-----

東京新體驗 | 頂級時尚旅館之旅

文華東方酒店 | Mandarin Oriental Tokyo

麗池卡登飯店 | Ritz-Carlton Tokyo

柏悅酒店 | Park Hyatt Tokyo

TIPS | 「旅館達人」葉怡蘭的飯店旅遊哲學

■美食餐廳／Restaurant	220
------------------	-----

■旅遊資訊／Information	221
-------------------	-----

■交通／Transportation	222
--------------------	-----



二十一世紀的日本高度

姚仁祿（大小創意齋創意長）

從去年至今，我密集造訪日本有六次之多，因為太過頻繁，街上甚至有個謠言說，我媽媽是個日本人。

言歸正傳，我最近研究創意經濟、創意新貴（creative class）與創意城市（creative city），加上對日本的觀察，我深刻認為，東京在十年的經濟蕭條之後，正以創意城市的企圖心再起。

過去，CNN搬到亞特蘭大去，所以媒體相關從業者就必須跟著搬去；現在，創意經濟卻改變遊戲規則——哪一個都市適合創意人住、吸引愈多創意人，公司就會開在那裡，於是，這城市就會變成創意城市（creative city），吸引更多創意人。我相信，東京是要往創意城市走。

為什麼？

無印良品最近出版一本書《家》，畫出日本人口變化的曲線。在西元2000年，日本總人口數開始下降。以前日本人的平均居住空間小，當未來人口變少，居住空間應該會變大。所以理論上，日本需要開放、多元化、多樣化，才能接收各國來的創意新貴，以增加未來的國力。

紀律和實力讓日本重新站起來

從創意城市的角度來看現在東京的整個新變化，我就有這個體會。

以前，日本的開放是很慢的，語言尤其是個問題；現在，到東京中城（Midtown），講英文幾乎是可以通行的，還有針對外國創意階級、外國人口的各種文化、綠化與居住設施。



除了創意城市之外；我另一個對東京的觀察，就是它的國力。

1980年代，日本人普遍認為，有錢就可以解決所有的事情，日本人之富有，連美國洛克斐勒大樓都買得下來；泡沫崩潰後才發現，再怎麼有錢，還是會有垮掉的一天。過去的十年，是日本最辛苦的十年，但是，我發現日本並沒有浪費時間，讓我敬佩的是，它不是從八〇年代的高度站起來，而是以二十一世紀的高度站起來。

為什麼？

日本人一直沒被擊潰的，還不只是紀律，而是實力。當泡沫經濟崩潰之後，日本人發現他們擁有的錢變成泡泡，於是，它回過頭來看，沒有失去的就是根，那就是它的紀律和強大的實力。它上面雖然被砍掉了，但是下面又再發芽長出新的樹，這次，日本人在實力上長出一棵新的樹，可以面對未來，而不是想要重新回到富有，也就是說，在文明上，它又向前走了更大一步。

在中城與它的週邊，就可以看到二十一世紀的日本高度。

在中城與周邊的博物館，你可以看到回歸日本傳統文化的設計，比如大量採用人造的木皮、竹皮，可見環保已經相當程度被實踐，不再需要砍樹。在中城有許多回歸、擷取傳統文化元素的概念店，整個中城的步調比較屬於慢生活的，在我看來，這些都是日本已經走到「素華」（understated luxury）或「低調奢華」時代的重要元素，我認為，這其實更像二十一世紀。

八〇年代的日本是一種很有錢、很忙碌、需要靠一大堆名牌來撐場面、強調「豪華」的氛圍。相較之下，走在中城，你會覺得很放鬆，像國立新美術館或森美術館，這些都成為日本素華 life style 中很重要的元素。



這種素華，也可以在日本現在引領潮流的建築身上看到。像安藤忠雄那種清水混凝土的建築能被接受，這類型的建築師已開始被選擇，就表示日本已經不喜歡做豪華的東西了。

不從原地跳起，而是向前跳躍

過去這幾年，台灣也已經進入一個政治跟經濟比較低盪的時期。有人問我，台灣有沒有可能像日本這樣再起？

我覺得，台灣要學的不是複製原本的樣子，從原地跳起，而是往前跳。我們不太可能學日本，因為我們的民族性格跟日本人就是不同，台灣的民族性是非常不守規矩，所以無法學日本的一板一眼，但可以在不守規矩中做對的事。我們不可能變成日本，但是我們可以學它們，如何在看似沒有路的情勢下走出來，它能有遠見地做都市更新，雖由財團主導、規劃、興建，在做的過程中跟政府合作，卻能做出觀光客川流不息的開發案，幫助日本向未來跨出一大步。

期待台灣也能出現一個包容更多可能性、多元的創意人的創意城市，在創意經濟時代，向前躍步再起。（姚仁祿口述，藍麗娟整理）



推薦序

東京——一座美學的洗禮池

李清志（實踐大學建築設計研究所專任副教授）

東京是個設計之都，喜歡設計或從事設計的人，都會時常前往這座都市朝聖或見學。每次前往東京都像是被設計美感重新洗滌了一番，特別是居住在台北這樣一座缺乏美感城市中的人，更感覺需要經常到東京去遊逛走走，接受美學的洗禮。

這些年來，我每年幾乎都要到東京旅行觀察，因為東京這座城市每年都會推出許多令人驚喜的設計作品，從工業設計、服裝設計、媒體設計，到建築設計，甚至都市規畫等領域，綻放著一朵朵燦爛美麗的美學煙花。

以建築領域為例，數位建築師渡邊誠以前衛的手法，在澀谷地區創造了令人驚異的機械怪獸建築，新世紀初又在飯田橋設計了一座美麗的金屬花朵，顛覆了地鐵車站出口傳統的呆板與無趣；妹島和世則在表參道精華區設計了CD旗艦店，明亮輕巧的造型，突顯出女性纖細潔白的美學特色；伊東豐雄所設計的TOD'S旗艦店則以表參道樺木為設計靈感，呈現在其建築立面，其新穎的結構方式，叫觀者莫不瞠目結舌。

除了日本當代建築師的表現之外，國外建築師也紛紛到東京開創新局，早期的法國設計師菲力普·史塔克（Philippe Starck）曾在淺草吾妻橋旁，設計了一座屋頂有金黃色火焰的建築，不僅成為當地的地標，也成為東京知名的後現代建築；後來拉斐爾·文尼歐里（Raafael Vinoly）為東京市設計了一座足以誇耀世界的玻璃建築——TOKYO FORUM，讓每個到東京開會的出差者，都會感受到東京的偉大與富強；表參道上最耀眼的明珠，要算是瑞士雙人組赫佐與莫諾（H & de M）所設計的PRADA旗艦店，整座建築在陽光下閃閃發亮，散發出高貴與華麗的名牌氣質。



成為全球都市更新的觀摩典範

都市規畫案也是東京這幾年最吸引人的焦點。自從六本木之丘推出之後，全世界的人都希望前往東京去觀摩，希望瞭解這座都市更新案是如何成功的？不論是街道家具、公共藝術、美術館規畫、庭園規畫等等，都成為眾人討論的話題，六本木之丘同時也掀起了美學的革命，創造出美學至上的新東京形象。

如今又有品川、汐留等都市更新開發案，而2007年春天推出的「中城」規畫案，更因其中包括安藤忠雄、隈研吾等建築大師所設計的美術館，加上青山公園旁，由建築師黑川紀章新設計的國立新美術館，形成了所謂的「美學金三角」，間接創造了都市美學經濟的新指標。

走在東京街頭，處處可見精心設計所留下的痕跡，或許我們可以說，東京是一座設計密度強烈的城市，街頭的小型建築——派出所，就是最好的例子。國內的派出所都是制式的紅鋼磚碉堡，但是觀察東京街頭的派出所建築，可以看見建築師多樣性的巧思設計與建築哲學，例如池袋車站東口的貓頭鷹派出所，成功呈現池袋地區「貓頭鷹」的傳統地區印象；由知名女建築師妹島和世設計的調布車站北口派出所，則類似一塊巧克力三明治，十分另類；北川原溫設計的日本橋派出所充滿著超現實主義的色彩；最令人驚豔的是建築師藤木隆男所設計的派出所，漂亮的玻璃組合猶如陽光下閃耀的水晶魔術方塊，叫人難以不去注意它。

除了派出所之外，市區交通系統的設計也叫人眼睛為之一亮，雖然東京地區的電車系統以懷舊著稱，但是行駛在隅田川的交通船卻展現出東京設計的多元性。整



個隅田川中，有掛著紅燈籠、帶著江戶情調的「屋形船」，也有一般平扁的現代遊船，最近更出現了一艘類似科幻電影中的玻璃太空船，這艘船是由創作《銀河鐵道999》與《宇宙戰艦大和號》著名的漫畫家松本零士所設計，將人們帶入未來世界的科幻想像之中。

最近到東京搭乘最新的小田急浪漫列車VSE50000型前往箱根地區，列車是由建築師所設計，新穎的外型，加上充滿細緻感的室內設計，坐在其間享受精緻的艙內咖啡服務，佐以窗外的流逝美景，深覺置身在設計感強烈的東京，真是無比的幸福！

《遠見》雜誌與天下文化出版社所策劃製作的《新・東京美學經濟》一書，是國內少數深入東京、研究探討城市設計活力的一本書，編輯群辛勤奔走東京最近最火紅的設計風暴區，不只是做浮面的觀察報導，同時也從數據、深度採訪中，探求東京設計力突飛猛晉的內在動力與企圖。

身為一位東京城市觀察家，我極力推薦本書給所有喜歡東京、對設計有興趣的朋友們，讀完這本書對於你的東京功力指數，絕對會有加乘的效果。



新興的東京視覺力

楊瑪利

2007年6月底，以《2000年大趨勢》一書暢銷全球的趨勢專家約翰·奈思比（John Naisbitt），應天下遠見文化事業群邀請，來台進行兩場演講，與多個拜會行程。

那一次趨勢專家奈思比為台灣讀者帶來11個決勝未來的定見，並點出五大未來趨勢。事實上，早在2006年11月底，奈思比最近新書《Mind Set!》就已經由天下文化出版，我前後翻閱了幾次，發現在他點出來的未來五大趨勢中，我個人每次閱讀都會受到震撼的，無疑都是視覺力當道。

奈思比旁徵博引了世界各地的最新發展動態，得出未來將是視覺力決勝一切的年代。例如，他談到建築時，就指出建築已經不再是讓人在裡面活動的房子而已，而是必須與文化、藝術、歷史、設計等結合的新生活藝術。也就是說，未來每一棟建築在規劃時，除了硬體機能、軟體使用必須考慮外，還必須思考如何呈現超強「視覺力」，才是成功之道。

而豈止是建築，從媒體發展、商品設計、產品包裝、到大規模的都市規畫等，視覺力都將是決勝因素。

這本書正是探討東京新興的「城市視覺力」，正在如何成形、如何發展、以及



如何震撼全世界。

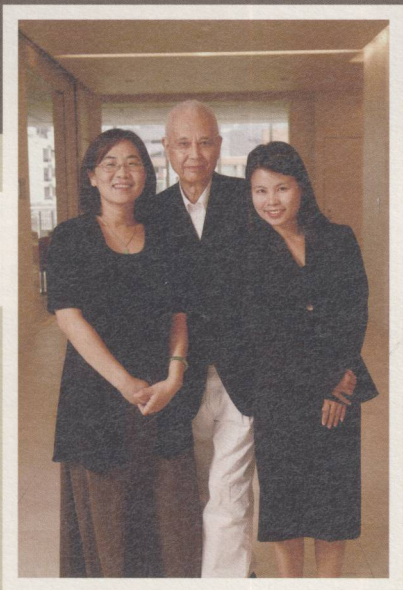
走一趟不一樣的東京設計之旅

2007年3月底，東京精華地帶六本木Midtown開幕後，引起國際媒體大量關注，各種分析與解讀不斷，是吸引我們前去一探究竟的最主要原因。

當台灣的都市規畫概念還停留在「容積率」、要多保留一些綠地空間時，Midtown早在七年前規劃之初，就用「設計」為主軸，從硬體、軟體、到商店、商品，全部用設計概念貫穿呈現，簡直是提出了一個大型的概念都市給全世界看。

5月底、6月初，我到東京訪問時，每有空檔就到Midtown走走看看，感受每一寸土地、每一個細節的濃濃設計味，集設計、美感、精緻、奢華、綠色、環保於一身，心中也不免驚歎：原來日本比台灣進步這麼多。

但是，六本木Midtown並不是東京唯一的變臉。追溯起來，東京從21世紀一開始就逐漸在改變市容，從點、線、到面，浮現新城市美學的氣勢。到底東京有什麼新面貌？正在如何演變中？背後的思惟理念又是什麼？都是我們想要解答的問題。



本書作者楊瑪利（左）、藍麗娟（右）於植村秀合影，由陳應欽攝。



不過，目前台灣出版市場上已有很多東京的旅遊、設計相關書籍，我自己也一直在問自己：這本書到底跟其他介紹東京的書籍，有哪些不同呢？

我想，最大的不同，在於這本書的內容，完全都是《遠見》記者的第一手採訪資料。凡是書上的內容，都是千辛萬苦爭取到建築師、開發商、設計師本人的面對面訪問後，再辛辛苦苦整理出來的。跟一般書籍可能是作者自己的遊記有很大的不同，因此，對想要深入了解創作背後思惟的人，應該有更大的參考價值。

再來，儘管這本書也具備旅遊東京時的導覽手冊功能，但這其實並非一本旅遊書，而是探討設計產業如何發展、甚至延伸到各種面向的故事。

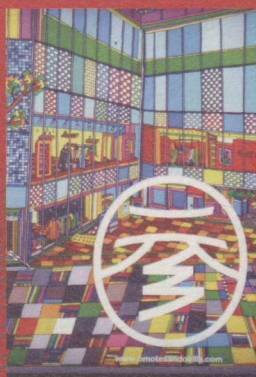
同時，這本書也專訪了七位台灣人耳熟能詳的日本設計師和建築師，包括安藤忠雄、黑川紀章、原研哉、植村秀等人，聽他們暢談創作的理念。能夠一次看到這麼多日本設計與建築大師的專訪，其實也是本書的一大特色。

我相信帶著這本書遊東京，一定會有很不一樣的東京設計之旅。



決定一座城市的國際高度，是計算其天際線規模，還是摩天大樓離地有多遠？

東京，曾被建築大師安藤忠雄形容為「無臉城市」，從2007年開始密集展開換臉行動，從新美術館、中城到新丸之內的開幕，東京正在跟世人展示，除了全球金融中心、亞洲時尚之都，她也可以是未來城市的樣板。



遇見 新・東京

Tokyo Metropolis

01

新東京誕生

亞洲新興創意城市崛起

若說中東的杜拜，是從一無所有的沙漠裡，無中生有興建起來的21世紀創意城市；那麼台灣人最熟悉的鄰國日本首都東京，則正從一大片老舊都市景觀中，一點一滴，從點、到線、到面，大幅改頭換面，崛起為亞洲新興的創意城市。

最近去東京，不論走到哪裡，最常看見的字眼就是：「新」。

光是2007前半年，東京就完成了三個新城市建設，每一個都吸引日本國內的眼光，還頻頻引起國際的重視。

關於東京

歷史沿革：自1868年日本皇室從京都遷到江戶，並改名為東京以來，東京一直是日本的首都，同時也是日本政治、經濟、文化、交通等中心。

地理位置：位於日本本州島東部，靠近東京灣

人口：與周邊的千葉、神奈川、埼玉三縣構成首都圈，現有人口約1200萬人，約占日本總人口的十分之一

面積：2162平方公里

語言：日語

