

中國设计產業

发展战略研究

杨畅 著

清华大学出版社

中国设计产业发展战略研究

杨 畅 著

東華大學出版社

· 上海 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

中国设计产业发展战略研究 / 杨畅著. —上海:
东华大学出版社, 2015.4

ISBN 978-7-5669-0762-2

I. ①中… II. ①杨… III. ①产品设计—产业发展
发展战略—研究—中国 IV. ①TB472

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 072972 号

责任编辑 杜燕峰

封面设计 魏依东

中国设计产业发展战略研究

ZHONGGUO SHEJI CHANYE FAZHAN ZHANLUE YANJIU

杨 畅 著

出版发行 东华大学出版社 (上海市延安西路 1882 号, 200051)

本社网址 <http://www.dhupress.net>

天猫旗舰店 <http://dhdx.tmall.com>

营销中心 021-62193056 62373056 62379558

印 刷 当纳利 (上海) 信息技术有限公司

开 本 787 mm × 960 mm 1/16

印 张 15.75

字 数 242 千字

版 次 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5669-0762-2/TB · 004

定 价 49.00 元

导 言

设计产业是在后工业化时期，经济蓬勃发展背景下产生的新兴产业，纵观世界经济、产业转型以及城市发展进程，设计产业已经成为不可或缺的内涵和标志。在发达国家和地区，设计产业更享有了“富国之源”“强国之基”的美誉。在国内，设计产业已经成为文化创意产业、现代服务业乃至高新技术产业的重要组成部分，是制造业创新式发展、跨越式发展的重要支撑；是属于最容易突破、最容易见效的产业；也是覆盖整体产业的“突破型”产业和“带动型”产业；更是促进从“制造”向“创造”跨越的先导产业以及提升城市文化软实力的重要触媒。设计产业整体能级的高低，直接反映了产业竞争能力和城市发展实力。

伴随着“供给端”从“微笑曲线”底部走向高端，“研发设计、营销”的内生诉求日益旺盛，而且“需求端”的数量逐步放大、水平逐渐提高、层次日益多元。所以，充分依托设计服务，加快实现“供给端”与“消费端”的充分对接，提升实体经济的附加价值，已经成为中国各级政府和广大企业的共同诉求。国内已经出台了

一系列促进政策，为设计产业发展营造了良好的发展氛围，在可见的未来，中国设计产业将获得无比巨大的市场发展空间。以北京、上海、深圳为代表，近年来他们大力推动“设计之都”建设，已经取得了显著成效，对中国设计产业的发展起到了巨大的推动和引领作用。但也应该看到，现阶段中国设计产业仍然面临较多问题，产业发展的能级不足、辐射的范围狭窄和产业跃升的基础不牢等现象依然存在，已经成为制约中国设计产业发展的瓶颈。

本书从宏观视角出发，探索中国设计产业发展的战略路径，以期为中国设计产业发展提供相应的理论支撑与实践指导。

首先，从产业视角，在对设计产业的基本定义与内涵进行剖析的基础上，充分厘清了发展设计产业的战略必要性，指出了目前国内发展设计产业面临的重大战略机遇。

其次，对国内设计产业的发展态势进行了研究，梳理了国内设计产业拥有的资源禀赋，北京、上海、深圳在打造“设计之都”过程中取得的初步成果，以及国内在推进设计产业过程中面临的主要问题与瓶颈，在此基础上对下一阶段发展设计产业的思路进行了初步思考。

本书还针对设计产业重大项目、设计产业特色区域、设计产业园区载体、设计产业融合发展、设计产业推进政策等方面，进行了细化分析与研究，使本书在战略性、前瞻性的基础上，具备了较强的可操作性。

本书观点仅限于学术范围，不足之处，敬请批评指正。

作者

目录

1	第一章 设计产业发展概述
2	第一节 设计产业基本定义与涵盖范围
16	第二节 中国发展设计产业的重要意义
20	第三节 中国设计产业面临的市场机遇
31	第二章 设计产业发展态势研究
32	第一节 中国设计产业发展的总体构成
55	第二节 中国三大“设计之都”的鲜明特征
80	第三节 中国设计产业面临的问题
88	第四节 推动设计产业发展的总体思路
99	第三章 设计产业重大项目研究
100	第一节 建立中国工业设计研究院的必要性
106	第二节 中国工业设计研究院的目标架构
117	第三节 中国工业设计研究院的组建方式
122	第四节 中国工业设计研究院的运行模式
127	第四章 设计产业特色区域研究
128	第一节 建设长阳路创意设计走廊的基础条件
134	第二节 长阳路创意设计走廊的目标定位
142	第三节 建设长阳路创意设计走廊的重点任务

147	第五章	设计产业园区载体研究
148	第一节	设计产业园区载体的发展现状
156	第二节	设计产业园区发展的战略方向
162	第三节	设计产业园区发展的重点环节
167	第六章	设计产业融合发展研究
168	第一节	设计产业与相关产业融合发展的重要意义
175	第二节	设计产业与相关产业的融合思路
183	第三节	设计产业与相关产业融合发展的突破口
189	第七章	设计产业政策手段研究
190	第一节	发达国家和地区推动设计产业发展的主要手段
208	第二节	国家推进设计产业发展的相关政策梳理
220	第三节	中国三大“设计之都”发展经验梳理
230	第四节	推进设计产业发展的政策建议
239	参考文献	
242	后 记	

第一章 设计产业发展概述

当人类第一次将石头打磨成工具，第一次制作陶器的过程中，创意设计就开始了。伴随着工具、陶器的制作，在满足基本功能时，制作者的审美态度会无意地注入制作过程，设计在人类生活中诞生了。而设计产业则是建立在综合运用科技成果和工学、美学、心理学、经济学等知识，对产品的内容、功能、结构、形态及包装等进行整合、优化、创新活动的基础上的产业，是在后工业化时期，经济蓬勃发展背景下产生的新兴产业，是符合城市产业发展导向的现代服务业的重要组成，是促进城市中“制造”向“创造”跨越的先导产业以及提升城市文化软实力的重要触媒。随着设计带来的社会经济效益飞速增长以及设计消费需求的不断涌现和壮大，设计产业已成为当前最具发展潜力的新兴产业之一。

第一节 设计产业基本定义与涵盖范围

目前,中国对于“设计”的总体认识仍处于探索阶段,对于设计产业的定义也同样处于摸索阶段。本节在梳理设计相关概念的基础上,借鉴发达国家和地区以及国内领军城市对设计产业的定义及涵盖范围,探索给出了设计产业的相关定义,并提出发展设计产业所需要的支撑要素及主要动力。

一、设计产业的基本定义与内涵

1. 设计产业的相关概念

(1) 设计。“设计”在中国的定义与国际工业设计联合会 2006 年的定义基本一致,主要指从美学的角度围绕产品的外观、触感等出发,以产品为导向,有目标地将计划、规划、设想通过视觉、听觉、嗅觉、触觉等感官形式传达出来的艺术性的创作活动。从词源学的角度考察,“设”意味着“创造”,“计”意味着“安排”。英语 Design 的基本词义是“图案”“花样”“企图”“构思”“谋划”等,词源是“刻以印记”的意思。因此设计的基本概念是“人为了实现意图的创造性活动”,它有两个基本要素:一是人的目的性,二是活动的创造性。日本中生代国际级平面设计大师原研哉认为,“所谓设计,通过创造与交流来认识我们生活在其中的世界”。在他看来,设计的落脚点应更加侧重于社会,去解决社会上多数人共同面临的问题,方为设计的本质,而在问题的解决过程中,即设计过程中所产生的人类能够共同感受到的,对美的追求,以及由此引发的触动甚至改动,便是设计最有魅力的地方。

(2) 创意。创意是设计的灵魂,是推动设计的内生力量。对于“创意”的看法,仁者见仁,智者见智,每个人都有自己的答案,从不同角度会有不同的解释。美国广告专业杂志《广告时代》在总结多方面意见的基础上说:“广告创意是一种控制工作,广告创意是为别人陪嫁,而非自己出嫁,优秀的创意人深知此道,他们在熟知商品、市场销售等多种信息的基础上,发

展并赢得广告运动，这就是广告创意的真正内涵。”朱莉娅·卡梅伦（Julia Cameron）认为，“创意是一笔灵魂交易”。中国一直以来对“创意”进行了细致论述，汉朝王充《论衡·超奇》：“孔子得史记以作《春秋》，及其立义创意，褒贬赏诛，不复因史记者，眇思自出於胸中也。”宋朝程大昌《演繁露·纳粟拜爵》：“秦始皇四年，令民纳粟千石，拜爵一级，按此即鼂错之所祖效，非错勑意也。”王国维《人间词话》三三：“美成深远之致不及欧秦，唯言情体物，穷极工巧，故不失为第一流之作者。但恨创调之才多，创意之才少耳。”郭沫若《鼎》：“文学家在自己的作品的创意和风格上，应该充分地表现出自己的个性。”

（3）创意经济。理查德·佛罗里达（2012）提出，“创意经济”的核心是创意成为最重要的经济驱动力，“知识”与“信息”是创意的工具和材料，“创新”是创意的产品，这种产品既可以表现为一种全新技术产品，也可以是一种新颖的商业模式或方法。

（4）创意产业。一般而言，凡是由创意推动的产业均属于创意产业，通常把以创意为核心增长要素的产业或缺少创意就无法生存的相关产业称为创意产业。该定义的核心就是“创意”，并且强调了“创意”的支柱作用和不可或缺的地位。而设计往往作为“创意产业”的重要组成部分，得到了发达国家和地区的高度重视。

当1997年布莱尔竞选英国首相时，为了摆脱当时低迷的经济现状，改变国际上一贯保守的英国形象，新工党政府发起了“新英国运动”这一后来改变了世界的经济活动。“新英国运动”重新定义了工业设计、艺术设计等在产业中的地位，鼓励和促进以设计为核心的中小企业的发展，同时促使相关业务的产业化和集群化，由此推动了创意产业的诞生。

1998年的《英国创意产业路径文件》中提出：“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。”这个定义将创意产业中最为重要的一点——“创意”解读为个人的创造力、技能和天分。同时，我们可以发现，创意产业化的关键即是将“抽象的文化和想法”转换为高度经济价值。

当时的英国根据这一定义的创意产业覆盖了广告、建筑、美术和古董交易、手工艺、设计、时尚、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件，以及电视、广播等诸多领域。在英国确立的创意产业中，“设计”是相对狭义的概念，主要指设计咨询、设计相关要素的产业、室内和环境设计，关联活动包括精致艺术、平面设计、时尚设计、工艺（即小规模家具制作）、多媒体、网址和数位媒体设计、电视制作、互动和数位的电视设计、工业设计、研发、模具制作，关联产业包括公共关系和咨询管理、建筑学、包装、时尚设计、广告、家具和陈设品、个人用品、交通运输、医学、电子、时尚奢侈品、财务、电信、制药、国营部门、食物和饮料、消费品、零售。与此同时，创意产业中的广告、建筑、时尚设计等大类与设计产业的广义概念具有极为密切的关联（表 1.1）。

表 1.1 2001 年英国《创意产业发展报告》中与设计产业相关的产业门类

范畴	核心活动 （主要产业活动）	关联活动	关联产业
（1）广告 Advertising	消费者研究、顾客行销管理及互动沟通计划、消费者喜好与反映的确认、广告创意、促销活动、公共关系的推动、媒体计划、购买与评估、广告素材的营造	创意及自由工作坊、剪辑设备、文宣品、摄影、电影和数位摄制记录、数位世代、多媒体和网际网路产品、行销咨询、广告陈列	公共关系、促销活动、直销、（美术）设计、电视和广播、电影、市场研究
（2）建筑 Architecture	建筑设计、规划许可、产业讯息	建筑环境、地景和其他特殊设计、都市计划、建筑费用控管计划、建筑遗迹保护、简报撰写、可行性研究、专案管理、投标文件评估、建筑监测、电子商务	营造业、结构工程学、测量、物业管理
（3）手工艺 Crafts	创作、手工艺品的展示及生产、纺织品、陶器、珠宝银饰、金属、玻璃制品	材料的供应、通路、零售、网路贩售、生产与陈列、工艺博览会、工艺杂志和书籍、工具和器械	设计、时尚、艺术和古董、市场、商品、旅游业

(续表)

(4) 设计 Design	设计咨询、设计相关要素的产业、室内和环境设计	精致艺术、平面设计、时尚设计、工艺(即小规模家具制作)、多媒体、网址和数位媒体设计、电视制作、互动和数位的电视设计、工业设计、研发、模具制作	公共关系和咨询管理、建筑学、包装、时尚设计、广告、家具和陈设品、个人用品、交通运输、医学、电子、时尚奢侈品、财务、电信、制药、国营部门、食物和饮料、消费品、零售
(5) 时尚设计 Designer Fashion	服装设计、展览用服装制作、顾问与传播通路	杂志出版、设计教育、时尚绘图设计、产品设计、时尚摄影、发型及化妆造型、配件设计、香水设计、时装模特儿的塑造	纺织品、制衣、服饰零售

新西兰与英国一样,归类其文化艺术相关产业为“创意产业(creative industries)”,整合其相关产业中的创意部门(creative sector),并考虑到数据统计的可获得性,提出其主要创意产业为:广告、软件与计算机服务(包括互动休闲软件)、出版、电视与电台、电影及录影带、建筑、设计、时尚设计、音乐与表演艺术、视觉艺术(包括精致艺术、工艺与古董)(表 1.2)。

表 1.2 新西兰创意产业中设计产业的细分内容

产业类别	细分(依照行业分类代码 ANZSIC 中的行业分类)	主要活动
广告	广告服务	代理服务、广告服务、广告空间或时段销售、广告陈列、样品发布
软件与计算机服务(包括互动休闲软件)	计算机咨询服务,	计算机咨询服务、计算机设计服务、软件生产服务(不同于大批量生产)、系统分析服务
出版	报纸印刷和出版, 期刊杂志出版, 书籍和其他出版, 录制媒体(如录音、录像)的制造和出版	报纸印刷和出版、期刊杂志出版、书籍和其他出版、录制媒体制造和出版
电视与电台	电视服务, 电台服务	节目制作、新闻资料收集
电影及录影带	电影及录影带生产	电影(胶)片或磁带的生产、电视片或电视磁带的生产

(续表)

建筑	建筑服务	建筑咨询服务、建筑草案设计、城镇规划服务
设计	商业美术和展览服务	商业美术服务、绘图设计服务、Signwriting、Ticket writing
时尚设计	Business services nec (其中一小部分)	服装设计(注重设计,与服装生产明显有差异)
音乐与表演艺术	音乐和戏剧产品,录音工作室,表演艺术活动场所, services to the arts nec	现场戏剧或音乐演出(音乐会、歌剧、芭蕾或戏剧)、录音工作室
视觉艺术和手工艺(包括精致艺术、工艺与古董)	古董和二手商品的零售,创意艺术,摄影工作室	创意艺术(即油画、素描、雕塑、陶器等视觉艺术)、肖像和其他摄影艺术、古董和二手商品零售

资料来源: Creative industries in New Zealand – Economic contribution [R] NZ INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH (INC.)2002-3

2001 年 12 月,新加坡政府成立经济检讨委员会(Economic Review Committee)以检讨新加坡的发展策略,并制定未来发展方向,此委员会之下又依不同产业分类分为七个小组委员会,其中的服务产业委员会则由八个工作小组组成,而创意产业工作小组(Creative Industries Working Group, CIWG)为其中之一。以英国创意产业定义为基础,CIWG 经过九个月的研究,于 2002 年 9 月提出第一份针对新加坡而拟定的创意产业发展策略—《创意产业发展策略:推动新加坡的创意经济》。新加坡创意产业主要内容包括三类,一是艺术与文化,包括摄影、表演及视觉艺术、艺术品与古董买卖、手工艺品;二是设计,包括软件设计、广告设计,建筑设计、室内设计、平面产品及服装设计;三是媒体,包括出版业、广播业、数字媒体及电影等(表 1.3)。

(5) 文化创意。文化创意的概念则更为宽泛,将所有文化性的活动与创意性的活动均纳入了文化创意的范畴。我国香港地区经历了从“创意产业”到“文化及创意产业”的转变。香港特区政府从 20 世纪 90 年代开始重视文化创意产业的发展,2001 年和 2003 年特区政府行政首脑的《施政报告》先后强调了文化创意产业的重要性。2002 年 9 月,半官方机构香港贸易发展局

表 1.3 新加坡创意产业中设计产业的涵盖范围

大类	细项产业
艺术和文化	表演艺术、视觉艺术、文学艺术、摄影、手工艺品、图书馆、博物馆、画廊、档案馆、拍卖、舞台监督、遗址、艺术表演场所、节庆文艺活动支持企业
设计	广告设计、建筑设计、网页和软件设计、图形设计、工业产品设计、时尚设计、通信设计、内部设计和环境设计
媒体	广播（包括无线电、电视和有线播放）、数字媒体（包括软件、计算机服务）、电影和视频录像、已录制的音乐及出版物

资料来源: Creative Industries Development Strategy- Propelling Singapore's Creative Industry [R] Ministry of Trade and Industry.2002-9

公布了首份题为《香港的创意产业》的研究报告，评估创意产业对香港经济的贡献。2005 年香港特区政府在《施政报告》中详细分析了香港推动文化创意产业的原因及限制，同时将创意产业的发展置入城市发展的议程当中。

2. 本书对设计产业的基本定义

就现状而言，国内设计产业虽已形成初步规模，但距离真正实现产业化仍有一段距离。中国对设计的认识受大美术观念的影响很深，艺术“第一性”的认识倾向普遍存在，如工业设计以前被称为“工业美术设计”，导致在国家层面一直没有确定设计产业的产业归属和类别划分。目前，国家层面对设计产业行业总体并没有明确统一的界定和行业分类标准。国家统计局公布的《国民经济行业分类代码（2002 版）》并未将设计做为一个专门的行业门类，而是将设计作为一个重要业务环节穿插到其他行业分类。特别是在制造业分类中，如“花画工艺品制造”指出：“指以绢、丝等为原料经造型设计、模压等工艺精制工艺品的制作活动。”

设计产业与经济发展水平呈现明显的正向关联，当经济发展到一定阶段，设计产业的规模也会不断壮大，逐渐从实体产业中分离，形成独立的产业形态，其整体或部分门类在经济社会发展中的重要地位日益凸显。随着近年来国内文化创意产业的大力发展，设计产业在发展中逐步为社会所关注，各地纷纷自定文化及创意产业的分类标准，并在分类中将设计产业纳入进去。

上海市：明确提出将设计产业作为文化创意产业的重点发展领域，其内

容包括：工业设计、时尚设计、广告包装设计、动漫软件设计、建筑规划设计、会展设计、设计管理咨询业。

北京市：2006年12月北京发布的《北京市文化创意产业分类标准》规定设计服务业包括建筑设计、城市规划、其他设计。

深圳市：2005年深圳发改委颁布的〔2005〕1号文件——《深圳市文化发展规划纲要(2005-2010年)》提出要重点发展创意设计产业,包括工业设计、平面设计、建筑设计、时装设计、礼品设计、环境艺术、室内装潢、广告设计、动漫设计、产品外观设计等10大类。

杭州市：2008年4月15日印发《杭州市文化创意产业八大重点行业统计分类》的通知规定,设计服务业包括包括工业设计、建筑设计、广告设计及咨询策划业等11个子类。

应该看到的是,对设计产业的定义正在成熟和规范化,伴随设计产业的逐步发展,设计产业及相关概念的定义必将进一步走向规范和完善。

设计产业是建立在综合运用科技成果和工学、美学、心理学、经济学等知识,对产品的内容、功能、结构、形态及包装等进行整合、优化、创新活动的基础上的产业,是在后工业化时期,经济蓬勃发展背景条件下产生的新兴产业,是符合城市产业发展导向的现代服务业的重要组成,是促进城市中制造向“创造”跨越的先导产业以及提升城市文化软实力的重要触媒。

促进设计产业发展,有助于提升产品附加值,扩大消费需求;有助于提高企业竞争力,创建自主品牌;有助于转变经济发展方式,加快形成以服务经济为主的产业结构;有助于促进设计更加贴近群众生活,提高人们的生活品质;有助于增强城市软实力,扩大城市影响力,促进创新型城市建设。

二、设计产业的支撑要素

环顾全球发达国家和地区,设计产业的环境、人文、产业和市场四大要素相互促进。其中,环境要素和人文要素为设计产业的发展提供基础支撑,产业要素和市场要素则聚焦城市功能,为设计产业提供经济层面的支持。

1. 环境要素

(1) 经济基础。设计产业的发展与城市所处的经济发展阶段密切相关。

如 18 世纪末期的工业革命大大推动了英、法等国的经济发展,提高了生产力水平,巴黎和伦敦的设计产业随之迅速发展;正是美国 20 世纪初经济的快速发展和日本二战后的经济腾飞,才使得纽约和东京成为世界设计产业领军城市变为现实。

(2) 城市影响力。一个地区只有兼蓄世界设计精华、本土风情,才能领导国际设计潮流,提升设计产业发展的水平和档次,其设计产业中心地位才得以确认,巴黎和纽约尤具代表性。巴黎自中世纪以来就是国际学术、文化和艺术交流中心,兼容并蓄各类文化,宽容大度接纳各国人才;而作为一个移民城市,纽约一直是美国与欧洲海运、贸易和交流的中枢,以及世界文化、学术和经济的大熔炉。由此,强大的城市国际影响力,为巴黎和纽约的设计产业发展提供了良好的国际标签。

(3) 设计发言权。设计发言权反映着一个城市在国际设计产业的地位和领导力。任何一种时尚风气,其发源地备受世人关注。设计产业接近时尚生活前沿,是各类设计信息的汇集地和全球设计信息的发布中心,国际知名的产业预测公司在巴黎、伦敦、纽约和东京都设有分支机构,采集设计信息,通过举办各类设计业发布会和相关展览活动,展示创意,周期性发布流行趋势的权威预测,从而引导国际设计产业的发展潮流。

(4) 风格特色。城市个性是设计产业发展的重要影响因素。二战前,纽约的设计产业,一直唯巴黎马首是瞻,没有自己的风格。二战后,伴随大众休闲风格的形成,其国际地位才逐步确立。全球设计产业领军城市,在不尽相似的历史文化背景影响下,诠释了不同的设计风格:如巴黎的繁华与浪漫、米兰的古典与平和、纽约的休闲与自然、伦敦的前卫与创新、东京的多变与活力,这些国际大都市的标志性风格甚至成为了城市之魂。

2. 人文要素

(1) 文化艺术氛围。民族的文化传统、开放的艺术氛围是设计产业发展壮大的丰厚土壤。巴黎拥有悠久的历史与文化传统,卢浮宫(图 1.1)、巴黎圣母院、爱丽舍宫、凡尔赛宫、协和广场、巴士底广场、艾菲尔铁塔、凯旋门等名胜古迹举世闻名,浪漫典雅的艺术气息,催生着设计师源源不断的灵感。世界文化名城伦敦丰富的历史文化资源以及古罗马文明的实用与高

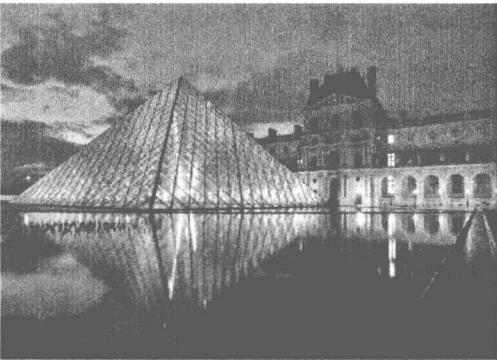


图 1.1 法国卢浮宫

雅兼备则是伦敦和米兰的艺术源泉。

(2) 代表人物。来自世界各地的时尚名流、世界顶尖的设计师、设计品牌营销者、世界著名的设计买手等，是设计产业发展中最具活力的人才要素，是设计产业能否在世界范围内享有声誉的关键。

一是时尚名流。特殊的政治、文化、艺术的特殊氛围使代表性城市成为社会各界人士的集聚地，包括政界名流、经济巨擘、文化名人、影视明星、皇室成员、贵夫人等，催生了庞大的设计需求，引发源源不断的创意灵感（表 1.4）。

表 1.4 社会名流所引发的设计潮流

英国王室	
温莎公爵	运动鞋、拼花毛衣、温莎结
戴安娜王妃	婚礼服、光滑的发式
美国第一家庭	
杰奎琳·肯尼迪	药丸盒帽、A 字裙、Empire-waist 长袍、蓬松的发式、过大号的太阳眼镜
奥巴马	皮衣
娱乐界	
猫王	喇叭裤
英国披头士乐队	Mod Suit 长发
麦当娜	蕾丝
迈克尔·杰克逊	单只手套