



QUANQIUCHUANGYICHENGSHIWANGLUOYANJIU

全球创意城市 网络研究

主 编 王景强

副主编 李 辉 张晓蕾



山东科学技术出版社
www.lkj.com.cn

QUANQIUCHUANGYICHENGSHIWANGLUOYANJIU

全球创意城市 网络研究

主 编 王景强
副主编 李 辉 张晓蕾

 山东科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

全球创意城市网络研究 / 王景强主编. — 济南 : 山东科学技术出版社, 2018.5

ISBN 978-7-5331-9523-6

I. ①全… II. ①王… III. ①城市网络—研究—世界 IV. ①F299.1

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第093374号

责任编辑: 孙雅臻 庞晓峰

装帧设计: 李晨溪

主管单位: 山东出版传媒股份有限公司

出 版 者: 山东科学技术出版社

地址: 济南市市中区英雄山路189号

邮编: 250002 电话: (0531) 82098088

网址: www.lkj.com.cn

电子邮件: sdkj@sdpress.com.cn

发 行 者: 山东科学技术出版社

地址: 济南市市中区英雄山路189号

邮编: 250002 电话: (0531) 82098071

印 刷 者: 山东金坐标印务有限公司

地址: 莱芜市嬴牟西大街28号

邮编: 271100 电话: (0634) 6276022

开本: 787mm × 1092mm 1/16

印张: 14.75

字数: 224千

印数: 1-1000

版次: 2018年6月第1版 2018年6月第1次印刷

定价: 49.00元

山东省社会科学规划研究项目

“全球创意城市网络成员城市的实践与启示”

(批准号: 15BGLJ08)

研究成果

引言 / 在全球化平台上讲好中国城市故事

作为后工业社会和经济全球化背景下的一种城市发展策略，创意城市（creative city）建设成为一种全球性的潮流，已经步入后工业化阶段的西方发达国家城市正努力通过创意城市建设重新激发活力，新兴市场国家如我国的许多城市也将打造创意城市作为实现新型城市化的重要策略。

创意城市建设涉及城市定位、文化策略、创意产业发展、创意阶层集聚、城市空间建构、城市品牌营销以及体制机制建设等众多问题，需要多学科、跨领域、系统性持续建构，需要理论与实践双线并行、协同推进。

理论研究方面，自上世纪90年代以来，“创意城市”开始逐步成为研究热点，并已取得了诸多开拓性成果。

一是在创意城市的概念和内涵阐发方面，部分学者，如Peter Hall赋予“创意城市”以宽泛的含义，凡以创新性思维建设的城市即可视为“创意城市”，因此“创意城市”的历史与城市的历史相始终。部分学者则将“创新城市”视为一种城市复兴与更新的策略框架；大部分学者将

“创意城市”视作一种与当代创意经济发展相联系的城市形态。

二是在创意城市构成要素方面，学者们已经提出了“七要素”“三要素”“3T”“3S”诸多框架，其中最具影响力的是美国卡耐基梅隆大学Florida教授提出的创意城市“3T”框架，即技术（technology）、人才（talent）和包容（tolerance）。英国学者Scott则认为创意城市的关键是要形成所谓的“创意场”（creative field），即促进学习和创新的社会结构。虽然理论框架各异，但基本上都强调创意城市要有多元开放的社会文化环境，要形成完整的创意产业链或创意集群，要有吸引创意群体集聚的高品质生活环境等。

三是创意城市的类型。在此方面最具代表性的成果是Hospers的创意城市四种类型理论，即技术创新型城市（technological—innovative cities）、文化智力型城市（cultural—intellectual cities）、文化技术型城市（cultural—technological cities）和技术组织型城市（technological—organisational cities）。

此外，围绕创意城市的发展策略、创意城市评估以及创意产业发展、创意经济打造、创意阶层会聚、文化区建构、城市形象认知与城市品牌营销等细分领域，也有众多研究成果。

实践方面，最具影响力的就是联合国教科文组织（UNESCO）发起实施的“创意城市网络”（UNESCO creative cities network, UCCN）项目，这是一个旨在加强将创意作为战略驱动要素的城市间交流、合作，促进经济、社会、文化和环境可持续发展的全球城市联盟。入选城市分为7个类别，分别是“设计之都”“文学之都”“音乐之都”“手工艺与民间艺术之都”“电影之都”“媒体艺术之都”和“美食之都”。

联合国教科文组织在“创意城市网络”项目的使命宣言中宣示：

通过这一网络，各成员城市可以分享最佳的实践经验和发展公共部门、私有企业以及公民社会之间的各类合作伙伴关系，以期达到如

下目的：

- 加强文化活动、产品和服务的创建、制作、传播与宣传。
- 建立创意和创新枢纽，拓宽文化领域创意人员和专业人士的发展机遇。
- 完善人们接触和参与文化生活的方式，尤其是边缘化族群、弱势群体及个人参与文化生活的方式。
- 将文化与创意充分纳入可持续发展规划中。

“创意城市网络”项目秉承联合国教科文组织一以贯之的保护人类文化遗产和文化多元性的核心价值理念，适应了后工业时代城市创意化的发展趋势，以七大类别的创意城市遴选，为创意城市建设提供了系统化、可操作的建设路径，并搭建起创意城市交流、学习、合作的全球化平台，得到了世界各国城市的积极响应。项目自2004年实施以来，截至2017年底，全球共有来自75个国家的180座城市成为网络成员城市，为各种类型的创意城市建设树立起成功的范例。

中国是截至目前拥有“创意城市网络”成员城市最多的国家。随着2017年11月澳门、长沙、武汉和青岛4座城市正式加入，我国的全球创意城市已经扩军到了13座城市，分别为深圳（设计之都，2008年）、上海（设计之都，2010年）、成都（美食之都，2010年）、哈尔滨（音乐之都，2010年）、杭州（手工艺与民间艺术之都，2012年）、北京（设计之都，2012年）、苏州（手工艺与民间艺术之都，2014年）、景德镇（手工艺与民间艺术之都，2014年）、承德（美食之都，2014年）、澳门（美食之都，2017年）、长沙（媒体艺术之都，2017年）、武汉（设计之都，2017年）、青岛（电影之都，2017年）。特别是长沙和青岛的加入，填补了我国创意城市在媒体艺术之都与电影之都两个类别的空白，使得我国的创意城市已经涵盖了除“文学之都”之外的其他六大类别。

当前，我国已经步入中国特色社会主义建设的新时代，加快创意

城市建设是实现城市高质量发展的重要途径。创意城市的建设，毫无疑问要立足自身实际，路径也有多种选择，如条件基本具备，完全可以将申请创建联合国教科文组织全球创意城市作为重要抓手，因为这一项目既为创意城市建设提供了可实施的路径，又提供了学习参照的标杆。且一旦入选，即可加入全球性的创意城市网络，不仅显著提升城市的品牌效应，更可在全球化的平台上展现中国城市的创意形象。已经有越来越多的城市开始全面系统推进创意城市建设，如山东省2018年发布的《山东省新旧动能转换重大工程实施规划》中明确提出，要“推动文化创意和设计服务发展，支持济南、烟台、潍坊、威海等创建联合国教科文组织‘创意城市’”。

在全球的经济与文化发展中，城市的节点作用日益凸显。在新时代的城市高质量发展中，创意城市的价值日益彰显。期盼有更多的城市，从全球创意城市网络这一项目中汲取更多城市创新发展的经验；期盼有更多的城市，能够成功加入这一网络，在全球化的平台上讲好中国城市故事，展现中国文化的魅力、中国创意的活力。

目 录 /

● 全球创意网络城市的中国实践

第一章

北京：从“中国之窗”到“设计之都” / 王锡彬 002

第二章

上海：打造全球卓越城市的“设计引擎” / 李淑婷 020

第三章

深圳：“设计之都”新势力 / 崔文秀 040

第四章

杭州：传统现代，一苇杭之 / 王明晨 054

第五章

苏州：“人间天堂”秀出“新手艺” / 巴晓祎 067

第六章

景德镇：“千年瓷都”光耀世界 / 刘 涛 077

第七章

成都：创意成就“美食之都” / 胡 盼 089

第八章

顺德：从“粤菜发源地”到“美食之都” / 周慧琳 107

第九章

哈尔滨：冰城夏都的“音乐传奇” / 白安迪 118

第十章

青岛：新晋“电影之都” / 成 双 129

● 全球创意网络城市的国际经验

第十一章

引领未来的全球“设计之都” / 周慧琳 144

第十二章

异彩纷呈的全球“手工艺与民间艺术之都” / 巴晓祎 156

第十三章

魅力无穷的全球“美食之都” / 胡 盼 168

第十四章

全球“电影之都”的光影传奇 / 成 双 174

第十五章

翰墨飘香的全球“文学之都” / 李淑婷 183

第十六章

全球“音乐之都”：奏响城市的华彩乐章 / 白安迪 196

第十七章

现代时尚的全球“媒体艺术之都” / 崔文秀 208

后 记 / 222

全球创意网络城市的中国实践

第一章

北京：从“中国之窗”到“设计之都”

“设计之都”是联合国教科文组织创办的“全球创意城市网络”中的一种类型。入选城市须经严格的评审程序方能加入这一网络，其中，尤其以“设计之都”的竞争最为激烈。2012年6月15日，联合国教科文组织正式授予北京“设计之都”称号，联合国教科文组织副总干事格塔丘·安吉达发表致辞，肯定北京将主流文化纳入发展战略的道路是与联合国教科文组织的目标相一致，这表明，北京已成为国际一流的设计重镇。

北京是国家首都、直辖市、国家中心城市、超大城市、国际大都市，更是全国政治、文化、国际交往、科技创新的中心，在各条战线均处于领先地位，给北京带来了极为优越的窗口效应。从与“设计之都”联系最为密切的方面来看，作为文化中心，北京这座三千年古都，是首批国家历史文化名城，更是世界上拥有世界文化遗产数量最多的城市。作为科技创新中心，北京是全国教育最发达的地区，是全国高等院校的中心，聚集了全国数量最多的重点大学，同时也是全国最大的科学技术研究基地，有着大量国家级科研院所与科技产业园，每年产生全国三分之一的科技创新成果。以此为依托，目前北京拥有各类设计企业2万余家，设计从业人员近25万人；拥有798艺术区等30个设计产业集聚区，汇集上万家企业；涌现出绿色制版印刷等一系列重大科技成果。这一切，都无疑使北京荣膺世界“设计之都”实至名归。

一、北京优势：实至名归的“设计之都”

（一）北京设计拥有辉煌的历史

在上世纪70年代末80年代初，设计行业在北京兴起。当时，全国的绝大部分高端印刷品都来自北京，全国各地的品牌都来这里寻求最满意的包装（引自1995年北京日报）。因为对外开放较早，对外来事物接触较多，北京不仅拥有先进的设备，还有先进的管理模式、经营模式，北京的流程分工从内地缓慢的工作进度中开始逐步开始领先。上世纪80年代初，以联合国在中国举办的“包装设计培训班”为标志，现代平面设计开始在北京萌芽。80年代后期，在设计启蒙运动中成长起来的设计师开始在一个特殊领域——出口商品包装中活跃起来，他们开始尝试“系列化”设计，追求自己的“设计风格”。设计和广告、印刷、传媒开始相互融合，为今后的发展打好了基础。进入上世纪90年代，这批设计师慢慢由全国各地向北京会集，形成一种在全国具有先锋带头作用的局面。

（二）北京设计拥有雄厚的产业优势

目前北京设计业年产值超过800亿元，行业内吸引了2万多名设计师，各类设计院所和设计公司2万家，从业人员逾25万人，有各类设计专业院校112所。北京设计师的作品服务了遍及全国的大型企业集团和文化机构，从为中国人扬眉吐气的“世界建筑师大会”申办标志、“2008北京申奥”标志，到竖立在纽约时代广场的三九集团标志；从中国第一家股份制银行北京发展银行的行徽到畅销世界的康佳与创维电视品牌，以及平安保险、万科集团、太太药业、中国轻骑、海尔集团、海南一汽、古井酒业、红塔集团、五粮液集团、华为技术、中兴通讯等数不胜数的众多企业与品牌形象，北京设计为中国特别是北京的经济建设与企业发展作出了杰出贡献。

（三）北京设计之都建设的整体规划

早在2012年，北京就已在联合国教科文组织与中国联合国教科文组织全国

委员会指导下，在社会各界的广泛参与和支持下，制定了《北京“设计之都”建设发展规划纲要（2012—2020）》，并专门成立了北京设计之都协调推进委员会，由北京市市长担任主任，委员来自十五个政府机构的负责人，并通过了初期计划——《全面推进北京设计产业发展工作方案》。该方案要求用3年时间，培育设计产业50强企业，建设3—5个设计产业集聚区。到2012年，设计产业服务收入突破1300亿元，推动北京成为全国设计核心引领区。

落实到具体行动上，北京在申报“设计之都”的过程中，打造了一批有代表性的“政策产品”。

1. 推广：北京国际设计周

自2009年起，国家文化部与北京市人民政府开始共同主办北京国际设计周。北京国际设计周的发展定位为国家推进创意设计与相关产业融合发展的重要平台，北京国际设计周致力于形成与公众互动的“展示周”、与专业互动的“交流周”、与产业互动的“交易周”，同时通过重点案例实验和示范平台的持续运营，逐步形成设计周服务于首都创新发展的常态化模式。设计周贯穿“设计之都、智慧城市”的理念，以“设计+”为主题，每年以设计周为核心，延伸出主题展览、主宾城市、经典设计奖、北京设计论坛、设计博览会、创新设计服务大会、设计贸易交易会、设计之旅、时尚北京等数十项涵盖会展、竞赛、文化交流等以设计为主题的文化活动，并举办近千项创意设计活动，广泛分布在京津冀地区的相关文化创意场所。设计周重点关注设计作为一种方法论，对推动国家经济转型，优秀传统文化传承创新，构建高精尖产业结构，产业结构转型、优化、升级等方面的作用。在这里，中国 and 北京正在用设计的思维和手段直面当下的诸多问题，深度思考，寻求好的方式去看待问题，找到解决的方案，努力创新与创造——从“中国制造”升级为“中国智造”“中国创造”。至今，北京国际设计周已由行业盛会转变为产业平台，并在国际上产生了较大影响力。如今的北京国际设计周，正在摸索中尝试打造一个开放式的设计服务平台，并致力于全方位提升品质。

2. 科研：中国设计艺术院

2010年4月，中国艺术研究院中国设计艺术院正式挂牌。中国设计艺术院将以中国艺术研究院的学术资源为依托，调动、整合区域内科研力量，承担设计理论研究、设计项目咨询与实施、设计产业政策咨询建议等职责。同时，设计信息发布服务平台“中国设计网”开通。中国设计艺术院成立的意义在于，可整合国内外优质设计资源，加强设计产业研究，促进国家政策与企业、教育科研机构在设计创新方面的衔接，增进设计领域的国际交流，进一步从信息分析、组织协作、咨询服务等方面推进设计领域各项工作。至今，中国设计艺术院主要设置了设计产业研究中心、设计教育研究中心、设计咨询委员会、设计师专家工作室、“中国设计”信息中心、《中国设计年鉴》编辑部、《中国设计》杂志编辑部等专门机构承担各项职能，同时还设立设计艺术学博士后流动站以及综合办公室，形成一个教育理论研究与培训实践相结合的运作平台。中国设计艺术院成立了专门咨询委员会，在对设计产业理论、设计产业扶持策略、设计产业与文化资源联系、产业结构调整等问题进行深入研究的基础上，协助政府部门制定相关政策，为企业经营与发展提供建议。

3. 市场：中国设计交易市场

2010年6月，“中国设计交易市场”正式在北京揭牌。2011年2月，北京开始着手建设中国设计交易市场，并落户于中关村德胜科技园。中国设计交易市场主要包括四大部分：中国设计交易所、中国创新设计红星奖博物馆、设计招商区和品牌机构。其中，中国设计交易所是一个核心部分，它计划用3年左右时间，在周边聚集100家以上国内外著名设计机构和企业，为1000家以上企业提供交易服务。中国设计交易所是专为设计交易双方提供专利咨询、资质认证、法律顾问、风险投资、结算服务、融资基金、知识产权等一站式服务的机构，实行设计资质认证，建立市场准入机制。服务对象涉及工业设计、软件设计、建筑环境设计、工程设计、平面设计、工艺美术设计、服饰设计、咨询策划等领域的企业。目前，中国设计交易所已经在中关村德胜科技园挂牌，北京市委、市政府高度重视，相关部门正着手建设这国内首个设计交易市场，以建立设计

资源聚集地和完善设计产业服务体系。

北京通过打造全产业链条的聚集格局,促进产业升级与发展,不仅助力北京在较短时期内成功摘得“设计之都”的荣誉,从长远来看,这更体现了北京对设计产业整体布局和产业发展方式的一种成功的顶层设计。北京正是通过设计资源共享平台、设计师服务中心、北京国际设计周等机构和交流平台,努力发展成为全球设计产业贸易中心,努力成为引领“中国设计”的学习型、创新型城市,并逐渐在国际上形成对“北京设计”的品牌认可,使北京迅速成为名副其实的“世界设计之都”。

二、北京特色:以中国之窗展现中国设计

北京作为国家首都,是全国的政治和文化中心,作为国际交流的窗口,北京必然要通过举办2008年北京奥运会为代表的一系列重大国际活动,提升在国际舞台上的影响力,这些重大国际活动长期以来都是中国特色的社会主义优越性的最大体现。中国改革开放的伟大成就得到充分展示,中华民族优秀的传统文化得到更广泛传播,中华民族精神内在本质的中华体育精神得到弘扬,中国的政治、经济、文化、科技、教育、环境等方面得到了向世界宣传、展示、交流的机会。故此,设计之于北京,就必然有着更为深刻复杂的内在要求。

在近三十年来的中国设计发展历程中,人们对设计的认知主要是基于社会经济的视角,设计常被视为一种经营资源,一种推进经济发展的重要促销策略,并被有效地组织到经济发展过程之中。对北京这个城市来说,每一次重大国际活动的举办,无疑是用优秀的设计展示自己的绝佳机会。这便是北京作为“设计之都”的特征——以中国之窗展现中国设计。

(一) 中国之窗与中国设计

早在改革开放初期,北京就将成功申办亚运会作为一次向世界宣传中国的机会。经过精心设计,熊猫盼盼被定为1990年北京亚运会的吉祥物,其手持金牌作奔跑状的憨态可掬的形象,伴随着刘欢高亢的歌声席卷亚洲。盼盼的原型出生于四川,1984年,4岁的熊猫遭遇食物危机被人救起,后成为亚运会的吉祥

物“盼盼”而名扬天下。选择国宝熊猫作为亚运会的吉祥物，在当时来说是一个巨大的成功，它不仅征服了全国人民，同时也赢得了全亚洲人的好感，一股代表着中国的“盼盼风”甚至还吹到了世界范围内。盼盼让更多人认识到改革开放十多年后中国的新面貌。

2008年北京奥运会的举办，使中国设计成为奥运盛会的有机组成部分，它贯穿于北京奥运从筹划到举办的全过程，并以展示与传播奥运理念和中国文化这一与以往截然不同的形式深入人心。可以说，通过奥运会这一平台彰显了中国设计在经济领域之外所具有的社会价值，并用一系列具有闪亮视觉形象的设计作品，以最吸引人的方式践行着奥运会所倡导的文化传播理念。

北京奥运会不仅让人们体会到体育的澎湃激情，也让人们深切感受到中国设计的动人魅力，北京奥运会必然会对中国设计的发展起到巨大的推动作用。北京奥运作为一个具体且又包罗万象的设计活动，它的成果是中国设计的方案、一种新的可能、一种自成体系的哲学观念，这些都是唯中国所独有的设计。下面以三个代表性设计为例：

北京奥运会奖牌的创意取自中国古代龙纹玉璧造型，体现中华民族自古以来的以“玉”比“德”的价值观、荣誉观。奖牌正面使用国际奥委会统一规定的图案，即站立的胜利女神和希腊潘纳辛纳科竞技场全景形象。奖牌背面镶嵌玉璧，正中的金属图形上镌刻着北京奥运会的会徽。奖牌挂钩由中国传统玉双龙蒲纹璜演变而成。北京奥运会奖牌的中国特色浓厚、艺术风格尊贵典雅，将中国文化与奥林匹克精神有机地结合在一起。以其奖赠奥运优胜者，是一种崇高的荣誉和礼赞。

北京2008年奥运会体育图标以篆字结构为基本形式，兼具中国古代甲骨文、金文等文字的象形意趣和现代图形的简化特征。在中国，“篆”有“圆转”之意，圆润流畅、秀美典雅、刚柔并济，集中体现了中国传统美学的精华与神韵。它不仅符合体育图标易识别、易记忆、易使用的简化要求，更通过其特有的形态将体育图标的运动特征和丰富的文化内涵凝炼，达到了形与意的和谐统一。