



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Shanghai
City of Design

Member of the
UNESCO Creative Cities
Network since 2010

上海设计印象2011

Shanghai Design Impression 2011

Shanghai
Design
Impression
2011

UNESCO 'Creative City'
(Shanghai) Promotion Office
Shanghai Municipal Commission
of Economy and Informatization

联合国教科文组织“创意城市”(上海)推进工作办公室 编
上海市经济和信息化委员会



格致出版社
上海人民出版社



上海设计印象2011

Shanghai Design Impression 2011

联合国教科文组织“创意城市”（上海）推进工作办公室 编
上海市经济和信息化委员会
UNESCO 'Creative City'
(Shanghai) Promotion Office
Shanghai Municipal Commission of Economy and Informatization



格致出版社
上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

上海设计印象.2011/ 联合国教科文组织“创意城市”
(上海)推进工作办公室,上海市经济和信息化委员会
编. —上海:格致出版社:上海人民出版社,2011

ISBN 978-7-5432-1967-0

I. ①上… II. ①联…②上… III. ①设计—作品集—
上海市—现代 IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第099355号

责任编辑:彭琳

封面设计:顾传熙

装帧设计:赵昱 马忠兰

上海设计印象 2011

联合国教科文组织“创意城市”(上海)推进工作办公室 编
上海市经济和信息化委员会

出版 世纪出版集团 格致出版社
www.ewen.cc www.hibooks.cn
上海人民出版社

(200001 上海福建中路193号24层)



编辑部热线 021-63914988
市场部热线 021-63914081

发行 世纪出版集团发行中心
印刷 上海界龙艺术印刷有限公司

纸张 协茂纸业
HIAP MOH PAPER

协茂纸业(上海)有限公司
电话:021-63258033

开本 889×1194毫米 1/16
印张 11.5
字数 130,000
版次 2011年6月第1版
印次 2011年6月第1次印刷
ISBN 978-7-5432-1967-0/F·437
定价 68.00元

序 言

创意设计与科技、经济和文化有着密切联系。根据国际工业设计联合会于 2006 年对设计的最新定义,“设计是一种创造性的活动,其目的是为物品、过程、服务以及它们在整个生命周期中构成的系统建立起多方面的品质。因此,设计既是创新技术人性化的重要因素,也是经济文化交流的关键因素”。促进创意设计业发展,加快设计创新体系建设,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,加快形成服务经济为主的产业结构;有助于促进创意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,扩大上海城市影响力,促进创新型城市建设。

2010 年对于上海创意设计业的发展是一个重要而关键的年份。1 月份,中共中央总书记、国家主席胡锦涛在考察上海创意产业发展时提出,“要进一步做好园区规划,不断完善服务体系,努力营造创新氛围,真正把创意产业培育成上海经济发展的新亮点”;2 月份,上海市正式获联合国教科文组织批准,加入“创意城市网络”,成为“设计之都”;5 月~10 月,举世瞩目的 2010 上海世博会成功举办,促进了创意设计理念的传播,加速了上海与海内外国家和地区在创意产业方面的合作交流。2010 年,上海创意产业总产值达 4418 亿元,增加值达 1340 亿元。创意产业正成为上海新的支柱产业。

上海市文化创意产业“十二五”发展规划中,已经将工业设计、时尚设计、建筑与城市设计等创意设计业纳入重点发展领域。“十二五”期间,上海将围绕加快推进“四

编辑委员会

主 任： 王 坚

副 主 任： 邵志清 贺寿昌

委 员： 林 艺 庄 培 罗志伟

邵 峰 王乐毅

编辑人员

主 编： 邵志清 贺寿昌

副 主 编： 林 艺

执行副主编： 罗志伟 马骋超

成 员： 张靖欣 丁怡琼

个率先”、建设“四个中心”工作，以加入联合国教科文组织“创意城市网络”、建设“设计之都”为契机，不断提高设计创新能力，营造设计创新氛围，优化设计创新服务体系，完善政策措施，全面推动创意设计业快速发展，进一步促进产业转型升级，提升城市竞争力和文化软实力。力争到 2015 年，上海创意设计业知识产权保护环境更加完善，基本形成创意设计要素资源集聚、市场主体活跃、产业布局合理、带动效应显著的设计创新体系，使企业设计创新能力显著增强，创意设计业对全市经济和社会的贡献度进一步提高，使上海成为更具国际影响力的“设计之都”。

为了综合反映上海“设计之都”建设成果，在上海创意设计联席会议各成员单位的支持下，上海市经济和信息化委员会、联合国教科文组织“创意城市”（上海）推进工作办公室组织征集和筛选了一批优秀设计创新案例。全书分为工业设计、时尚设计、建筑与城市设计、室内设计、视觉艺术设计、创意产业集聚区等六个部分，共计 35 个案例。这些案例是上海文化创意产业发展的一个缩影，从中可以看到设计创新对企业的建设与发展，对经济和社会的进步所起的巨大作用。通过展示这些案例，我们希望能引起读者思考，在行业和企业间起到相互借鉴的作用，进一步推动企业创新求变，积极转变经济增长方式，为把上海打造成亚洲乃至全球创意中心城市而努力。

因编撰时间有限，书中如有疏漏与不妥之处，谨请读者批评指正。

编委会
2011 年 5 月

目 录

第一部分 工业设计

- | | |
|-------------------------|---------|
| 02 泛亚：诠释中国汽车自主设计能力成长之路 | 徐 婷 |
| 06 先进设计让外高桥造船扬威海外 | 陈 刚 |
| 10 工业设计创新推动“荣泰”可持续发展 | 丁 伟 |
| 14 奔腾：一个创意设计的品牌传说 | 张靖欣 |
| 17 上海民族乐器一厂：用设计创新弘扬民族文化 | 马骋超 |
| 22 震旦：精准与环保地设计办公家具 | 高曰菖 |
| 26 以“设计系统竞争力”代替“设计竞争力” | 丁怡琼 |
| ——工业设计理念之“浩汉模式” | |
| 30 博路：设计以人为本 | 丁怡琼 王 虹 |

第二部分 时尚设计

- | | |
|----------------------|-----|
| 36 上海家化：行走在“视觉创新”征途上 | 王 茁 |
| 42 创新设计让老凤祥永续不老传奇 | 张靖欣 |
| 48 罗莱家纺：设计不仅仅为好看 | 马骋超 |
| 52 追求潮流文化，不走寻常路 | 小 亚 |
| ——设计印象之美特斯邦威 | |
| 56 武学凯：用设计串联服装产业 | 马骋超 |
| 60 苏州河边的骨瓷坊 | 赵春阳 |

第三部分 建筑与城市设计

66	创新规划打造外滩全新“金融生态”	顾 军
72	打造永不落幕的城市舞台 ——上海世博文化中心案例	沈 洁 周 健
78	“旋动”的魅力 ——2010 上海世博会“上汽·通用汽车馆”案例	戎武杰 刘 缨 黄 恕
84	沪上·生态家：用高科技创想未来生态家园	张靖欣
88	用灯光传递城市底蕴 ——上海众意“流星雨”夜景灯光案例	吴振伟

第四部分 室内设计

- | | | |
|-----|---|-----|
| 92 | 中国“大陶瓷”概念的完美实践
——上海东方艺术中心陶瓷艺术壁挂创作设计漫谈 | 任宣平 |
| 96 | 艺术琉璃在佛教建筑装饰中的运用
——灵山梵宫镇馆之宝华藏世界琉璃佛事壁画赏析 | 钱孟烨 |
| 100 | 海华：将传统中国文化融入现代室内设计 | 姚 兢 |
| 102 | 荣欣装潢：做普通百姓能享受的个性化服务 | 李 敏 |
| 106 | 还原居住空间的舒适本质 | 沈嘉俊 |

第五部分 视觉艺术设计

- | | | |
|-----|------------------------------|---------|
| 112 | 东魂西技，方兴未艾
——从动态版《清明上河图》说起 | 王 峰 孙 伟 |
| 116 | 石库门里的新天地
——九木传盛缔造“黄酒”奇迹 | 邵隆图 侯志奎 |
| 120 | 包装设计助力元臻品牌成长 | 顾传熙 |
| 124 | 梅高：着眼全局塑造东方葡萄酒商业价值 | 邱匡炜 |
| 128 | “刀”锋策略
——打造中国原创动漫行业最温暖的品牌 | 黄晓铭 |
| 132 | 当现代标志设计遇到中国传统元素 | 刘文艺 |

第六部分 创意产业集聚区

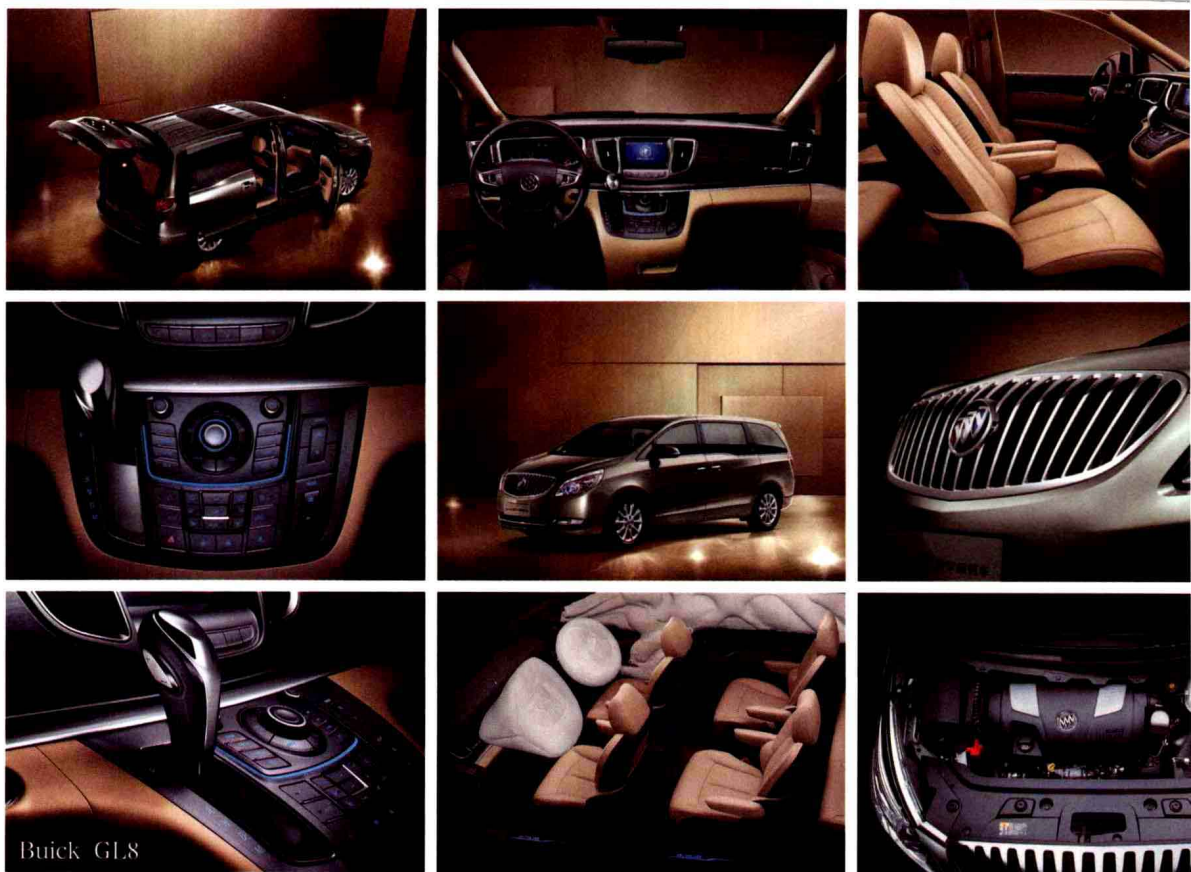
- | | | |
|-----|-----------------------------------|-----|
| 138 | 昔日轻纺工业巨头 今朝创意产业新秀
——上海纺控战略转型之路 | 丁怡琼 |
| 142 | 8 号桥：老牌集聚区的扩张与提升 | 周学文 |
| 146 | 大柏树数字设计集聚区：统筹规划下的区域繁荣 | 洪叔子 |
| 150 | 浦原科技的“核聚变”与“核裂变” | 张靖欣 |
| 154 | 德必·法华 525 创意树林：用创意服务创意产业 | 罗晓霞 |

附 录

第一部分

INDUSTRIAL DESIGN

工业设计



泛亚：诠释中国汽车自主 设计能力成长之路

徐婷 / 文

2010年11月28日，全新别克GL8豪华商务车隆重上市，国产豪华公商务MPV（多用途汽车）从此翻开了崭新的一页。别克GL8豪华商务车不仅是一款完全由泛亚设计团队创作的汽车，而且在设计、动力、操控、科技等各方面都超越了原有产品。随着别克GL8的上市，越来越多的人将眼光聚焦到泛亚。

泛亚汽车技术中心有限公司成立于1997年6月12日，是由通用汽车（中国）公司与上海汽车工业（集团）总公司（现上海汽车集团股份有限公司）合资组建的国内第一家中外合资汽车设计开发中心，注册资金6900万美金。泛亚从成立之初，就将发展目标设定为“中国领先的世界级汽车设计、开发和试验服务公司”，提供从汽车造型、工程、试验认证到生产支持全系列的汽车开发服务。

泛亚人深刻地意识到：在中国汽车行业高速发展以及竞争日趋激烈的今天，自主创新已经成为不可逆转的历史潮流。作为通用全球6大核心研发机构之一，泛亚一方面在全球平台产品的设计早期即参与中国消费市场的信息输入，并凭借自己的工程强项牵头全球产品项目的功能开发；另一方面继续走本土自主开发之路，进一步完善整车和动力总成的全过程开发能力。



本地化开发队伍能力不断提高

泛亚始终秉持着“以自我能力的提高为前提，以自主知识产权的汽车产品为目标，以市场机制和市场竞争为背景”的原则，通过合作、合资的学习实践不断提升公司的开发水平，最终形成自主创新、自主开发的能力。2002年，泛亚更是将自己的愿景定义为“成为面向未来，国内领先，国际上有竞争力的汽车开发公司”。

作为合资技术中心，泛亚深知“本地化开发队伍的能力是自主开发的关键”。因此，泛亚始终强调提高本土化开发能力，致力于培养一支有能力、有经验的队伍。一方面，泛亚通过承接大量产品开发项目，锻炼队伍、积累经验、培养人才，不仅为上海通用汽车提供了强大的技术后盾，也为工程设计人员的成长提供了良好的土壤。另一方面，泛亚通过加大相关设备的投入，培养试验工程师的能力，积累开发试验流程、标准等方面的经验，进而带动实际工作中软件运用能力的提高。

十多年来，泛亚一直走在中国汽车设计开发的最前沿，从1998年别克“新世纪”轿车的引进项目开始，陆续完成了雪佛兰“赛欧”、“乐骋”、“乐风”、“景程”和“科鲁兹”系列，别克“凯越”、“君威”、“君越”、“林荫大道”和“陆尊”系列，凯迪拉克“赛威”等系列车型的引进和开发工作。

泛亚在不断积累经验，提升研发能力。通过制定零部件在整车上与其他相关零件的综合性能标准，促使本土的零部件供应商不断提高技术水平；使得中外合资供应商的外方不能照搬国外零件，转而培养本土的技术开发队伍。泛亚工程师在车辆开发中的主导作用，将带动零部件设计、集成，推动零部件供应商自主开发能力的提高。

汽车开发能力的逐步培养

泛亚从小改到大改，从改外观、内饰到改车身、动力总成，改动的项目不断增多，难度不断加大。引进“赛欧”时，新开发零件5.1%，沿用零件94.9%。而到了2002版“君威”项目，泛亚组建了发动机、内饰和外饰三个项目组，完成了全车10个大项（包括总布置、动力总成、底盘/动力总成集成、内饰、外饰、电器、空调/发动机冷却系统、计算机模拟分析、整车认证、制造工程）、38个子项的全新设计或改进以及试验、试制直到上市支持的整个过程。泛亚共有约120名工程师



雪佛兰新赛欧两厢



参与了此项目，投入约 41200 个工作日，新开发零件 600 余个，占有零件的 35%；并涉及到国内配套厂 100 余家、国外配套厂 20 余家。2004 年，“别克君威系列轿车开发项目”获得了中国汽车工业科技进步一等奖。

2008 年起陆续发布的雪佛兰“科鲁兹”，别克“新君威”和“新君越”等车型，则是泛亚与通用全球工程中心共同开发的最新全球车型。泛亚还凭借自己出色的内饰设计开发能力，担当了“新君越”的内饰设计开发工作。其全球车型已经同时在北美进行销售，泛亚的设计真正迈出了国门，进入了全球舞台。2010 年投放市场的雪佛兰“新赛欧”，更是完全由本土开发人员根据中国市场的消费需求，在一个全新架构上开发出的两款车型，加之发动机完全由泛亚独立研发，车辆的新零件率高达 98%。这充分表明泛亚已经完全具备了整车及动力总成系统的全过程开发能力。

尝试探索未来产品的设计方向

为了不断探索汽车的前沿开发趋势，泛亚在不断开发投产车型的同时，还每隔一年推出一款概念车。目前已经陆续推出了“麒麟”、“凤凰”、“鲲鹏”、“畅意”、“别克未来-Buick Riviera”和“别克商务”共计 6 款概念车型。

1999 年的“麒麟”概念车，是第一辆由中国设计师针对中国市场自行设计、开发的概念车，成为中国汽车设计史上的一座里程碑；2001 年的“凤凰”燃料电池车，成为中国第一辆使用氢气和电力作为能源的可驾驶混合动力概念车；2003 年的“鲲鹏”概念车，一举突破了国内传统的微型车概念，问鼎“米其林挑战设计比赛”；2005 年的“畅意”概念车，全程采用数字化开发技术，并充分融合了中国传统元素；2007 年发布的“别克未来-Buick Riviera”概念车将别克经典设计元素与现代设计理念完美结合，它完全由本土的设计师设计完成，直瀑式的隔栅、流畅的“弧光曲棱”侧面特征线、环抱式的内饰设计理念和冰蓝色的环绕光带一起，进一步定义了别克品

别克未来概念车





别克愿景 SUV 概念车

牌未来产品的设计语言。2010 年，泛亚的设计师又藉 2009 年推出的“别克商务”概念车，设定了未来豪华商务车的设计方向。日前上市的全新别克 GL8 豪华商务车沿袭了 2009 年别克商务概念车的设计理念，其充满现代气息的流畅线条、立体直瀑式格栅、多维蓝光 Bi-Xenon HID 前大灯、360 度环抱一体式内饰设计、冰蓝环绕氛围灯等设计元素，都传承并发扬了全新一代别克家族的经典设计语言，融大气、尊贵于动静之间，引领了豪华商务车的设计趋势。作为别克品牌的全新力作，该车荟萃尖端科技，无论是占据动力科技制高点的 3.0L V6 SIDI 智能直喷发动机、享誉全球的 2.4L Ecotec 发动机以及与之完美匹配的六速手自一体变速箱，还是超高强度车身设计、OnStar 安吉星全时在线助理、别克高标准 Quiet tuning 静音科技等，都展现了国内 MPV 市场前所未有的豪华科技配置，缔造了豪华公商务座驾的全新境界。这些车型都是泛亚研发创新能力的实战演练和充分证明。所有这些努力，都为未来产品的设计方向作出了有益的探索。

泛亚立足于中国本土，针对国内汽车市场需求，培养并依靠中国本地人员，充分整合通用全球资源，在零部件集成、系统集成直至车辆开发的全过程中不断积累经验，提升了本土人员的核心能力，并促进了自主开发具有中国特色和竞争力产品能力的形成。

