

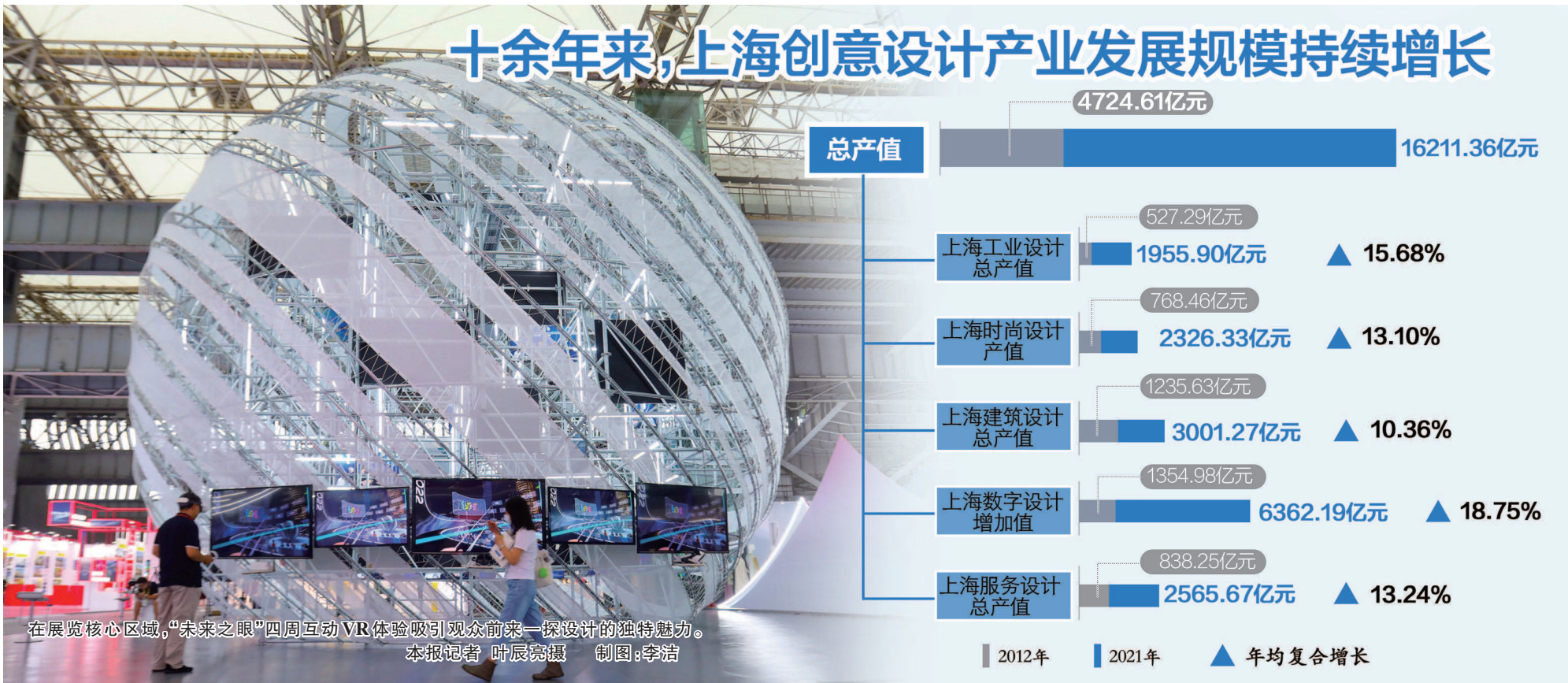
首届世界设计之都大会今天启幕

“上海设计”共铸城市品牌点亮美好生活

设计，共铸城市品牌，点亮美好生活。大到一座城市，小到一支笔，设计的力量不可小觑。2010年，上海被联合国教科文组织“创意城市网络”授予“设计之都”称号。过去十多年来，上海创意与设计产业取得长足发展，赋能产业创新，提升城市能级，构建生态体系，改善市民生活，让世界更加了解锐意创新、海纳百川的上海，也让“上海设计”不断走向世界，讲述中国故事、上海故事。

十年磨剑，上海“设计之都”已然成为一张亮丽的名片

十余年来,上海创意设计产业发展规模持续增长



■本报记者 徐晶卉 张天弛

有人说，认识一座城市，要看设计者的格局。2017年的最后一天，黄浦江两岸45公里滨江公共空间贯通开放，3年之后，苏州河两岸42公里滨水岸线串成“项链”，描摹“一江一河”的写意画笔，绘出“可漫步、可阅读、有温度”的水岸空间。设计，放大了“人民城市”的内涵。

有人说，认识一座城市，要看它的日常细节。与每个人生活息息相关的是一支笔、一瓶面霜，在工业设计创新驱动中，改变着产业格局，也塑造着未来认知。设计，共铸城市品牌，点亮美好生活。

大到一座城市，小到一支笔，设计的力量不可小觑。2010年，上海被联合国教科文组织“创意城市网络”授予“设计之都”称号。过去十多年来，上海创意与设计产业取得长足发展，赋能产业创新，提升城市能级，构建生态体系，改善市民生活，让世界更加了解锐意创新、海纳百川的上海，也让“上海设计”不断走向世界，讲述中国故事、上海故事。

十年磨剑，上海“设计之都”已然成为一张亮丽的名片。

设计赋能产业创新,打造领先优势

“没有设计，就没有未来。”上海家化研发资深总监贾海东用一句话点出设计所蕴藏的能量。上海家化拥有国家级工业设计中心，在设计总监徐军看来，设计对产业的促进，在于给企业带来人才培养、科研投入、行业地位上的更大突破。上海家化旗下“佰草集”品牌刚刚推出全新太极肌源修护系列，产品在内含乌药专利的基础上，设计上创新采用“日晷”概念逆时针设计，将中国传统美学文化与现代设计

理念巧妙结合。

无论是工业设计、时尚设计，还是建筑设计、数字设计，一个品牌要在激烈的市场竞争中脱颖而出，设计是最能讲述产品价值观、阐述创新力的语言。过去十余年间，上海涌现出一批知名设计企业，成为上海“设计之都”建设的中坚力量，12家企业被认定为国家级工业设计中心。

一架飞机，工业设计如何赋能？日前，国产大飞机C919完成取证试飞，跨过又一个里程碑，其驾驶舱就是由中国商飞上海飞机设计研究院设计的，曾入选2018年中国优秀工业设计金奖。“大国重器”中的“上海设计”，拉动上海工业设计总产值提高到去年的1955.90亿元。

一支笔，能有多大能量？晨光文具给出答案：包揽全球四大工业设计奖，产品远销50个国家和地区。设计的背后，是对研发创新的高要求。晨光文具每年投入超1亿元用于新品研发和设计创新，最近推出的一支“植物残渣笔”，由甘蔗皮、小麦秸秆、杉木等制成，可替代约四分之一笔杆材料，在新材料、新工艺的探索中诠释绿色可持续的设计理念。

十余年来，上海创意设计产业发展规模持续增长，总产值从2012年的4724.61亿元增长到2021年的16211.36亿元，年均复合增长率超过10%。市经济信息化委相关负责人介绍，在工业设计、时尚设计、建筑设计、数字设计、服务设计等领域，上海继续保持着全国领先优势，发挥设计赋能和驱动作用，推动经济高质量发展、市民高品质生活和城市高效能治理。

设计赋能城市软硬实力,提升城市能级

经济决定城市发展的速度，文化决定城市发展的深度，设计则将城市的速度、深度甚至温度，用更温柔的形态呈现在世人眼前。

日前，黄浦区“大豫园片区”整体建

设拉开帷幕，成为城市更新的又一鲜活案例。在豫园股份总裁倪强看来，这个更大的豫园至少有三层设计理念：于产业扩容而言，这里将串联起外滩金融集聚带和淮海路、新天地商圈，打造成意涵东方生活美学的全球时尚文化秀场；于历史文化的传承保护而言，“大豫园片区”将通过设计，为老城厢地区带来跨时空建筑风格的融合以及片区整体审美“步调”的和谐；于民生而言，设计则着力解决交通不畅、公共空间不足等“顽疾”，努力把这里打造成重视人本价值、体现人民城市魅力的实践区。

“城市是人集中生活的地方，城市建设必须把让人民宜居安居放在首位，把最好的资源留给人民”。在深入践行人民城市重要理念的当下，上海正努力打造硬实力、提升软实力，更加高瞻远瞩的城市设计能起到锦上添花的作用。

以“一江一河”设计为例，黄浦江两岸诞生了多个城市新地标和公共艺术空间，上海世博城市最佳实践区因为坚持绿色低碳、生态环保、以人为本的设计理念，获得了LEED-ND铂金级认证。作为参与设计方，在华建集团副总裁周静瑜看来，推动上海建设世界一流“设计之都”，就要做设计的“引领者”和“探索者”，将上海理念、设计梦想传向世界。

《上海市城市总体规划(2017-2035年)》提出，要建设“令人向往的创新之城、人文之城、生态之城”。中心发力、“五个新城”、一江一河……上海将设计作为构筑城市未来发展优势的战略方向之一，以设计打造活力城市空间、以设计优化城市公共服务、以设计点亮民众美好生活，持续提升城市能级，打造设计创新型城市典范。

设计赋能生态体系构建,提供创新动力

一本书，如何跟“冰”产生联系？在沪

全球500强企业当纳利采用创新技术制作了一本“冰书”，用一个特殊的隐喻，让阅读者直观感受到全球气候变暖、冰川消融的变化。

这本“冰书”有着创造性设计：它以热敏材料为纸张、以变温油墨印刷。读者阅读之前，需要把它放进冰箱冷冻15至25分钟，才能看到上面的图像和文字；而在拿出来阅读后，随着周围温度的不断上升，原本色彩鲜艳的图书内容又会慢慢褪色，直至完全消失。

据介绍，“冰书”的印刷历时4个月，在变温油墨技术基础上，当纳利又研发了一整套五色油墨方案，并用繁复的丝网印刷手法手工操作制作。

插上设计的羽翼，产业得以构建并延长价值链和服务链，新服务、新体验、新模式竞相迸发，设计的发展空间也由此拓展。市经济信息化委相关负责人透露，上海聚力“四链”协同，构建价值链以拓展设计发展空间，做强产业链以夯实供给基础，培育创新链来聚合内生动能，提升服务链来激发行业活力，并以此构建扎实的设计创新生态体系。

过去十多年，上海持续优化设计类产业园区空间布局，为创意设计发展提供载体，提升创意设计集聚带的能量。截至目前，上海共认定149家市级文创园区、16家示范楼宇和28家示范空间。2020年，园区总建筑面积已达836万平方米，入驻文创企业近2万余家，带动就业70多万人，税收贡献超过300亿元。

同时，依托区域资源和高校院所，上海打造了环同济建筑和创意设计、环东华时尚设计、环交大数字设计等一批“设计之都”特色设计产业集聚区，引进和培育了一批国际和国家级专业设计大师、设计领军人才、青年设计师才俊，设计创新人才梯队不断完善，为创新提供不竭动力。

计环节也越来越细分，从而形成了品牌的核心竞争力。

设计与文化交融,在国潮中彰显文化自信

在很多人的印象中，老凤祥很“老”。从“年龄”看，这一品牌从1848年创立至今，已横跨3个世纪。但最近的一份消费者调研报告显示，产生购买行为的消费者年龄段，比想象中年轻得多。

这一顶金凤冠的火爆就是最好证明，设计成了老字号“减龄”的关键因素。去年，这一高价值产品就卖出了100多套，主要用于婚嫁喜事。黄雯说，在设计这款产品时，团队就考虑到年轻人对于中式婚礼的需求，“近年来，国潮崛起带动年轻人文化自信，而优秀的设计是一种无声的语言，能表达年轻人对国潮的价值观和自信感”。

设计与文化自信的关联，从表面看是一顶金凤冠的风冠，内涵则来自对传统文化的挖掘、提炼与重新演绎。黄雯说，在翻阅古籍设计“风舞九天”的过程中，团队深刻感受到中国文化的源远流长，由此又生发出大量灵感，最终决定开辟“风祥喜事”系列产品。从一顶凤冠起步，老凤祥的“风祥喜事”已带动“喜事国潮”成为整个黄金珠宝行业的新风向，在商业之路越走越宽的同时，将文化自信润物无声地融入产品之中。今年，老凤祥还首推“风祥喜事荟”，向“国潮”“国风”“国韵”方向发力，让老字号引领新潮流。

■本报记者 徐晶卉

如果仔细梳理全球一流城市，巴黎、纽约、伦敦……它们都有一个共同的标签——世界设计之都。设计之于一座城市的重要性，可见一斑。

在2022世界设计之都大会启幕之际，记者采访了联合国教科文组织创意城市上海推进工作办公室副秘书长潘瑾，她曾全程参与上海加入联合国“创意城市网络”的申请工作。十多年前，上海为何从“设计”入手加入“创意城市网络”，十多年的“设计之都”建设，上海做对了什么，又如何赋能城市“长大”？这位见证者有着她自己的独到见解。

十多年前上海“入网”

很少有人知道，上海是中国最早与联合国“创意城市网络”接触和互动的城市之一。作为见证者，潘瑾对此记忆犹新。“创意城市网络是联合国教科文组织于2004年推出的一个项目，2005年上海已经介入这一项目。”

2009年，上海申请加入联合国“创意城市网络”。潘瑾透露，“创意城市网络”下设很多主题，上海基于自身特点和优势综合考虑，选择了设计方向，因为“设计所带动的产业关联度最大”。申报时潘瑾做了整体梳理，发现设计在上海有着深厚积淀，比如，中国第一个建筑设计所、第一个工业设计事务所都在上海。另一方面，上海自2009年开始加速产业转型，原来的轻工业逐步向长三角区域转移，同时发力先进制造业，“产业附加值的增长靠什么，我们觉得，设计能为产业升级带来新生价值，也有助于长三角一体化的联动”。

“当时，我们在与联合国教科文组织交流和沟通过程中，所有人对上海加入‘创意城市网络’都持非常欢迎的态度，大家非常看好上海的未来。”潘瑾说。2010年，上海获得联合国教科文组织“创意城市网络”授予的“设计之都”称号。那一年，全球只有20个城市“入网”。

放在城市发展的高度来“设计”

对比国内外很多城市，潘瑾认为，上海在“设计之都”建设中最成功的一点，在于明确了战略发展方向，把设计放置于城市发展的高度来考量，放置于经济发展的广度来考虑。

“从规划中可以看到，上海‘设计之都’的规划没有偏科，在工业设计、时尚设计、建筑设计、数字设计、服务设计等领域多维发展。”潘瑾表示，上海一直致力于推动创意设计发展与城市发展并行，同时搭建了很多公共服务平台，比如，很早就推出上海国际设计周，每年推出“上海设计100+”，如今又升级举办世界设计之都大会，将多元资源有效整合在一起。

与此同时，上海还有国际合作交流的优势。潘瑾介绍，上海是资源要素聚集之地，也是人才汇聚之地，很早就制定了让“上海设计”走出去的计划，与巴黎、伦敦、纽约设计周有紧密沟通，也善于把上海设计师作品推向国际顶尖奖项。而在人才层面，上海几乎所有的高校都设置了艺术专业，与国际顶尖艺术类高校都有设计交流的互动，人才梯队层次分明，引领着专业设计领域的发展。

“从十多年的发展来看，设计对产业创新发展、打造城市空间、优化公共服务、点亮美好生活、共铸城市品牌等城市各个功能板块的赋能作用巨大，很好体现了城市软实力，也有助于上海以设计讲好中国故事，更好融入全球叙事网络。”潘瑾说。

联合国教科文组织创意城市上海推进工作办公室副秘书长潘瑾：

上海『设计之都』建设：高起点规划多维度发展

老凤祥设计中心主任、首席设计师、中国工艺美术大师黄雯：从一顶金凤冠看设计赋能“老字号”

■本报记者 徐晶卉

百年老字号品牌老凤祥每年“上新”约1000多件新品，这两年，老凤祥设计中心主任、首席设计师、中国工艺美术大师黄雯最满意的作品之一，是一项名为“风舞九天”的金凤冠，9只凤凰或展翅或俯视，在凤冠上惟妙惟肖。在小红书等平台上，这款产品被年轻人追捧，更由此带动“喜事国潮风”成为黄金珠宝行业内的一条新赛道，把路走得更宽了。

在黄金珠宝领域，优秀的工艺设计是消费者买单的决定因素之一，因此，设计早已成为产业的核心竞争力。黄雯认为，设计之于百年老字号品牌的意义更为深远，一方面，它与工艺技术相辅相成，有助于驱动产业能级持续提升，扩大上海品牌的影响力；另一方面，设计与文化自信休戚相关，是彰显大国风范和城市品格的无声载体。

设计与工艺互动,锻造品牌核心竞争力

“风舞九天”的最新一次亮相，是在第

三届上海“五五购物节”的首届钻石珠宝文化节上，很快就成了全场“C位”。在黄雯看来，设计从不是单一而孤立的，设计的天马行空与艺术能力的落地，是对新技艺、新材料的挑战。

设计“风舞九天”的时候，团队大胆畅想：能否用同一种材料来展现凤冠的华丽与美。足金无疑是最好的材料，但足金较其他材质更软也更重，难以固形来呈现全新设计。黄雯介绍，设计团队最终采用了足金硬化工艺，这是品牌与上海交通大学材料实验室最新开发的“新技能”，通过微量元素的调整，达到更硬足金的需求。团队还创新采用“幻彩拉丝”技艺，通过激光的不同频率来敲击打磨，让黄金刻面呈现五彩光泽。

“无论是工业设计还是时尚设计，要达到一定独特性，必须由新工艺和新材料来支撑。”这是黄雯的感触，两者的相辅相成，便是一个品牌核心竞争力的具象体现。老凤祥的“进化”之路也是如此，最初，老师傅手拿一支毛笔，为客人设计高定款珠宝首饰，设计与工艺系于一人。如今，这个老字号品牌的原创团队已扩容到100多人，由设计师和工艺师相互配合，设



百年老字号品牌“老凤祥”带来贵金属设计制作的新风尚。

本报记者 叶辰亮摄

设计无界 相融共生