

# 全球经验，启发上海“设计之都”新灵感

## 共同铸造城市品牌，共同构建开放、融合、共生的创意设计合作体系

■本报记者 徐晶卉

联合国教科文组织“创意城市网络”成立于2004年。截至目前，共有来自全球80余个国家和地区的295个城市“入网”，其中29个国家的43个城市获得“设计之都”称号，上海就是其中之一。

近20年来，世界各大“设计之都”在推进城市经济、文化和可持续发展上成果斐然，积累了丰富经验。昨天晚间举办的“设计之都”线上峰会上，来自欧洲、亚洲、美洲的“设计之都”建设者、参与者在云端汇聚，分享设计拉动城市经济文化、应对时代挑战的解决方案。在创意城市上海推进工作办公室副秘书长潘瑾看来，不同的城市有不同的借鉴之处，这些鲜活的案例能给上海带来新的灵感。

### 把设计作为推动变革的工具

法国圣埃蒂安市与上海同期加入联合国“创意城市网络”，此后，两座城市在创意城市框架下开展了大量合作。在圣埃蒂安市副市长马克·沙索本看来，“与上海一样，圣埃蒂安也正处在转型中，我们以设计作为推动变革的工具，用于改善市民生活环境，促进经济发展，并推动整个地区的发展”。

圣埃蒂安在设计政策制定方面积累了众多经验。马克·沙索本举例说，该市从2011年开始设立“设计主管”职位，目的是将设计与地方当局实施的项目相结合，赋予设计师创造空间；去年，圣埃蒂安艺术与设计高等学院还特别为公共政策设计管理专业设立了国家高等艺术学位；最近，该市启动新项目“设计之都：媒体与科学”，目的是将城市打造成为一个艺术、设计与城市环境融为一体的标杆。

意大利都灵市2014年获颁“设计之都”，也是唯一入选的意大利城市。从那时起，都灵一直致力于创建一个地域性设计体系。都灵市副市长罗珊娜·帕奇亚说，这个体系由该市政府、大学、产业和商业机构等50多个合作伙伴共同形成一个本地网络，提供专业知识和文化知识，驱动关键变化以迎合市民和游客的需求。“都灵设计的宗旨，是将其作为实现高水平发展的战略杠杆。”罗珊娜·帕奇亚说，一方面它拉长长板，比如，都灵一直以汽车工业而闻名，因此，设计一直在为当地的汽车行业赋能。另一方面，城市也意识到，设计作为创新工具，还能够赋能城市创新发展的其他领域，包括创建环境的可持续性、社会创新、城市再生等，为美好城市加分。

### 注重居住者在城市设计中的参与作用

在不同城市的观点碰撞中，“以人为本”的设计理念被频频提及，它不仅体现在设计的善意与友好上，也包括了普通人在城市设计中的参与性和共情力。

在实践中，圣埃蒂安开展了一系列实验性和有参与性的设计项目，大部分是自下而上的，这些项目已融入城市的基因中，一些最初的项目，甚至成为社会创新的重要因素。马克·沙索本据此认为，城市设计非常合适调动区域内利益相关者的积极性，通过参与、思考和执行真正具有社会影响的项目，一些环境和社会挑战都有望得到妥善解决；通过鼓励公众创新，民众可以更积极参与设施、服务设计甚至公共政策的制定，“设计在发展中，可适当提供公众参与途径，包括用户共创、用户监督、用户检验，从而使项目更贴近居民生活”。

如何与城市居住者在公共空间的设计上形成共情，从而推动城市的有序更新？英国邓迪创意城市负责人安妮·马斯给出了妙招——通过设计可视化来推动变革。她通过邓迪当地一条街道在疫情中的无车化改造过程来阐述自己的观点，好的设计需要投资和政府承诺，但每个人接受变化都需要时间，通过交付和展示成功，就可以在设计中嵌入政策和程序，推动城市更新。

罗珊娜·帕奇亚也特别提到了民众参与城市规划。她认为，当下每个城市面临的挑战很多，这迫使城市要重新思考发展模式，重视人们之间的关系和他们居住的地区，“从公共空间设计开始，文化必须日益开放和包容，要给予空间设计有远见的思维”。

昨天的峰会上，世界设计之都大会组委会也总结了上海“设计之都”建设的经验，并联合国内外设计领域的专家学者和产业界同仁，发起“共同推进全球一流‘设计之都’建设上海倡议”，以设计赋能产业创新发展、塑造城市活力空间、优化城市公共服务、点亮民众美好生活、共同铸造城市品牌，共同构建开放、融合、共生的创意设计合作体系。



▲ 作为中国第一台真正意义上的“全球车”，MG MULAN实现了“万辆赴欧”。图为今年7月21日，一批MG MULAN汽车在上海海通码头整装出发前往欧洲。 本报记者 张伊辰摄

制图：冯晓瑜

▼ 上汽带来飞凡R7新能源汽车以及比例模型，展现上汽集团国家级工业设计中心的强大创新潜力。

本报记者 叶辰亮摄



### 上汽集团创新研究开发总院总设计师邵景峰：

# 重新定义汽车美学，以设计赋予科技温度

■本报记者 周渊

MG MULAN作为中国第一台真正意义上的“全球车”实现“万辆赴欧”，即将上市的飞凡R7在首届世界设计之都大会上揭开面纱……中国车企龙头上汽集团，在拥抱智能网联新赛道上屡屡交出令人眼前一亮的作品，除了研发、技术领域的“硬核”突破外，新车的“颜值”也独具魅力。

这些由内而外的“上新”，均出自上汽设计中心。在上汽集团创新研究开发总院总设计师邵景峰看来，与传统汽车相比，新能源车如同一个生命体，“设计不再局限于车的豪华装饰，而是真正服务于技术，以设计赋予科技温度，以科技赋予设计力量”。

### 设计回归“以人为本”的初心

未来感的“智能座舱”什么样？主打“极智”的飞凡R7给出了答案：搭载飞凡Rising OS智能交互系统简化各种繁琐操作，实现更“丝滑”的人

机交互；43英寸宽幅真彩三联屏采用一体化封装，但在角度上又有些许微调——当副驾沉浸式观看影片时，并不会让驾驶员分心……

智能电动车“真香”的同时，也对汽车造型设计带来更多挑战，为此，邵景峰带领团队不断寻找功能与设计的最优解。比如，飞凡R7车身布局了33个高性能感知硬件，其中的激光雷达既无法改变造型，还要考虑到系统发热、密封、降噪等问题，为了将它们“藏”进车身，设计团队和工程师共同设计出自然过风结构；将跑车型线条融入SUV车身，为了获得理想的风阻系数，设计师们一步步“抠”出低风阻轮毂、隐藏式门把手、豪车同款无框车门等细节。

“电车重新定义了汽车美学，对设计者来说，以往堆砌豪华装饰的套路走不通了，在汽车成为智能移动终端、各种新技术层出不穷的当下，设计成为引导它们进入日常生活的载体，回归‘以人为本’的初心。”邵景峰告诉记者。

设计理念在变，设计团队也在不断进阶。邵景峰表示，上汽设计中心上海总部有一支300多人的设计团队，成员来自世界各地，其中

不乏建筑师、新材料设计师等“跨界”成员，时下流行的参数化设计就源于建筑设计元素。为了更准确捕捉前瞻设计趋势，上汽设计中心还组建了设计战略研究实验室、计算设计实验室以及可视化设计实验室3个前瞻设计实验室。其中，设计战略将设计环节前移，从人们的需求、使用场景着手进行调研、布局设计。

国际视野也是上汽设计的一大亮点。邵景峰介绍，上汽设计中心在伦敦建立了欧洲前瞻设计中心，在东京等地设有前瞻工作室。东西方灵感碰撞已催生出一系列火花，比如第三代荣威RX5就出自英国前瞻设计中心之手，MG MULAN则由中英两个团队共同设计，突破纯电动车设计同质化的局面。同时，作为上汽“全产业链出海”的重要布局，海外设计中心也成为直面当地市场、捕捉消费者反馈最直接的渠道。

### 上海成为汽车设计潮流策源地

凭借新能源和智能网联等先发优势，中国汽车在智能化、电动化赛道实现“弯道超车”，

已成为全球最大的新能源汽车市场。邵景峰特别谈到，上海汇集了全球最多的汽车设计人才，逐渐成为汽车设计潮流策源地。

邵景峰认为，智能电动车已形成“国潮”。“从上海乃至全国来看，汽车首次大规模进入家庭是在2000年左右，这批车主不断成长，对生活品质要求越来越高。眼下中国制造高端智能电动车的出现，集聚了广阔的发展前景，消费者愿意为国产买单，是对国货的自信接纳。这对设计师提出了更高要求，要具备捕捉技术变革、消费变革的能力，有一定的引领性，打造‘恰逢其时’的产品。”作为创新“国家队”的上汽集团，已围绕高端产品、满足普通需求的家用产品，以及MG品牌为代表的时尚群体辅排设计，每条产品线都有设计团队全方位的支持。

邵景峰表示，设计与美息息相关，同时它的本质是解决问题、满足实际需求，设计过程也承载许多美学相关的情感诉求。“立足上海这座‘设计之都’，大家对美的追求已达到一定阶段，设计的审美情绪可以起到强劲的引领作用，促进各个行业发展前进”。

### 木马设计创始人丁伟：

# 一把电竞椅透露出怎样的设计产业价值

■本报记者 史博臻

“啧啧，真是质感好物”“国货真香！”“软硬适中，好看舒服”……在电商平台，ZUOWE电竞椅又收到了一波好评，这是上海木马工业设计有限公司丁伟团队的又一力作。

电竞椅，这个原本仅限于职业电竞选手使用的专业座椅，近年备受追捧，成为不少年轻人家装的“标配”。就在上个月，“天猫新生活研究所”发布的消费趋势报告显示，电竞椅与洗碗机、智能马桶正成为中国家庭的“新三大件”。

### 如何设计一把受人青睐的电竞椅

对于当下的消费者来说，电竞椅的使用场景一般在家中，这意味着，电竞椅在满足“电竞”功能之外，还带有“家具”属性。那么，什么样的电竞椅更受人青睐？带着疑问，丁伟和团队从目标用户、市场现有产品研究着手，展开设计洞察。他们发现，目标用户会选择更专业的电竞椅品牌与产品，也会格外关注电竞椅的外观设计与家装的匹配性，其他评判依据还包括产品功能和体验、可装配性和实用性、人机工学适用和舒适健康等因素。在此基础上，设计师理顺了思路：我们不是在设计一把电竞座椅，而是要让它成为休闲娱乐体验系统的一部分。

最终，一把有“座”为的电竞椅立在聚光灯下。它采用汽车座椅技术，将活力元素与电竞椅融合。坐垫使用了独特的透气发泡海绵制作工艺，坐上去柔软而有支撑力，再加之双曲线设计，分担压力，久坐不塌，确保舒适性。靠背贴合人体曲线，多档调节，令手臂保持在合适又舒服的姿势上。

### 设计产业由服务型转向驱动型

当然，不要以为设计师的创意只贡献给

实物单品，他们的想法往往会超越狭义上产品的范畴，用文创方式赋能地域发展。在丁伟看来，随着社会的不断发展，设计范式从商业设计逐渐转向社会创新与可持续设计。由此一来，设计价值也由节点价值转为系统价值，设计产业由服务型转向驱动型。

由他主导并推动的“设计立县”计划，是一项持续了十余年的社会创新设计作品。该项目源于团队的一次田野考察，发现了县域产业发展、手工业传承创新与人才培养的种种矛盾。经过不断深化，“设计立县”已衍生四代理念：产业合作、工业设计基地、城市创意生态、地域一二三产业融合发展，并与近20个地区建立合作，助力城市发展、产业转型升级、创业孵化。汉匠坊是“设计立县”4.0阶段孵化的代表品牌，项目基于洋河镇特色的酿酒产业和酒文化打造而成，产品包揽中国红星奖、酒博会金奖、红点当代设计奖、IF设计奖等奖项。

如今，木马设计已成立20年，聚集了从创新研究、工业设计、结构设计到交互设计、品牌体验创新等多个领域的设计服务团队，服务企业达千余家，涵盖飞利浦、通用电气、三星等知名企业。

### 持续发掘“上海设计”的内涵

作为设计界老将，丁伟感慨：“属于设计的美好时代已经到来。”今年2月，在上海建设世

界一流“设计之都”推进大会上，丁伟作为设计师代表发出倡议：“创意是我们的灵魂，创新是我们的血液，上海设计师，行动起来，共同创造更有价值的产品和服务！”在会上，丁伟留意到了两个时间节点——到2025年，上海基本建成设计产业繁荣、品牌卓越、生态活跃、氛围浓郁的“设计之都”；到2030年，全面建成世界一流“设计之都”。

他表示，这对于设计师而言是非常值得期待的，对于城市而言也是非常重要的发展契机。“上海‘设计之都’的推动政策，系统阐释了设计与产业、设计与城市环境、设计与服务、设计与民众生活和城市品牌之间的关系，不同要素之间互相链接，形成完整的设计生态”。

路径清晰且坚定。设计赋能产业发展，不断打造产业核心竞争力，促进供给侧改革；在城市空间设计中，发挥上海建筑设计优势，保护传承上海城市文脉；在城市服务领域，不断提升政务、交通、养老、医疗和基础设施等公共服务能级；在民众需求方面，以设计点亮群众美好生活；在城市品牌营造中，通过城市品牌设计彰显“开放、创新、包容”的城市品格。

最后，丁伟寄语“2022世界设计之都大会”，希望教育界、产业界和政府能够在新一轮设计推进政策的引领下，构建协同创新体系。持续发掘“上海设计”内涵，从产业、品牌、文化、人才等角度，立体构筑“设计之都”品牌，从而有效推动产业、城市、文化和社会融合发展。



电竞椅。 ZUOWE

“设计立县”计划中的代表品牌汉匠坊。（均采访对象供图） 制图：冯晓瑜

# 设计无界 相融共生