

发展北京设计创意产业打造世界设计之都

胡 鸿

(北京工业大学, 北京 100124)

摘要: 通过对北京地区设计创意产业现状的调研,及世界设计之都概念的分析,根据北京建设世界城市的目标和国内外设计发展趋势,提出发展北京设计创意产业,打造世界设计之都,必须完善产业政策,立足政府引导;实现产业升级,促进经济发展;依托人才优势,发展高端服务业;提高城市国际化水平,树立北京国际品牌形象;提升北京软实力,弘扬中国文化的主张。

关键词: 北京地区;设计创意产业;设计之都

中图分类号: TB472.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)06-0106-05

Beijing Want to Develop Design and Creative Industry and Build up World-class Design City

HU Hong

(Beijing University of Technology, Beijing 100124, China)

Abstract: Trough research for the status of design and creative industry in Beijing area and analysis of the concept of world-class design city, according to the goal of building Beijing into a world-class city and international design trends, it proposed that if Beijing wanted to develop design and creative industry and built up world-class design city, she must improve the industrial policy and based on government guidance; achieve industrial upgrading and promote economic development; rely on talented person superiority and the development of high-end services; improve the city an international level and establish the brand image of the Beijing international; promotes the Beijing soft strength and brings honor to the Chinese culture.

Key words: Beijing area; design and creative industry; design of city

创意产业又称创意工业、创造性产业、创意经济、文化创意产业等等,它是基于创造力而形成的产业。自2005年底北京市确立大力发展文化创意产业的重大战略决策以来,经过5年发展,文化创意产业已经成为北京市仅次于金融业的第二大支柱产业,其中设计服务行业已经成为北京市经济增长速度最快的领域之一。2010年,北京市成立“申都委员会”准备向联合国教科文组织申报“世界设计之都”。因此,进一步促进北京设计创意产业与现代生产的有机融合,提高产品附加值,推动企业的产业升级,促进以工业设计为代表的面向生产的服务业发展,成为北京打造世界设计之都的工作重点。

1 创意产业与世界设计之都

1.1 从创意产业到文化创意产业

1998年,英国创意产业特别工作组首次对创意产业进行了定义。“那些源自个人的创造性、技能及智慧,通过对知识产权的开发和运用可创造潜在财富和就业机会的活动”统属创意产业,包括工业设计在内的13种行业。这一定义突出了创意产业的核心内容:文化和创意,以致文化创意产业这个概念后来被许多国家和地区采用,概念的内涵和范围也不断扩展^[1]。

2006年中共中央办公厅、国务院办公厅印发的

收稿日期: 2011-01-09

基金项目: 2010北京市教育委员会社科计划面上项目(SM201010005010)

作者简介: 胡鸿(1966-),女,四川遂宁人,北京工业大学副教授,主要从事设计历史及理论研究。

《国家“十一五”时期文化发展纲要》，首次提出了“文化创意产业”这一概念。同年，北京市委市政府出台了《北京市促进文化创意产业发展的若干政策》，“文化创意产业”的称谓是对我国文化、政治、历史、经济的一种高度的融合，“其名称本身包含了文化、创意、产业3个内容，分别代表了文化创意产业既有区别又相互关联的3个阶段，三位一体，共同构成了文化创意产业的内涵。因此文化创意产业可以定义为：源于文化元素的创意和创新，经过高科技和智力的加工产生出高附加值产品，形成的具有规模化生产和市场潜力的产业^[2]”。

1.2 设计创意产业的提出

经过近年来北京文化创意产业的发展，特别是金融危机的冲击之后，北京市政府对于以工业设计为代表的文化创意产业在北京产业经济中发挥的重要作用有了更深刻的认识，认识到设计创意产业有别于传统文化产业，是一个新型创意产业，对北京经济转型和企业的提升发挥着重要作用。

事实上，“设计创意产业”是英国提出“创意产业”的关键点，联合国教科文组织将创意产业定义为：“按照工业标准生产，在生产、储存及分配文化产品和服务的一系列的活动”，这个定义把从事文化产品的生产经营活动以及为其提供相关服务的行业列入创意产业，使与庞大的工业联系紧密的设计创意产业发展为巨大的创造性产业和创造性经济。欧美几个主要发达国家率先发现了新“设计创意产业”的特征和发展端倪，感受到了设计产业对国家和地区的社会和经济所带来的巨大改造和增长潜力，纷纷提出了“设计立国”概念，并制定了“设计在内，制造在外”的国家产业发展战略，今天，设计创意产业已成为国际社会发展的主流和引擎^[3]。

1.3 设计创意产业与世界设计之都

正是看到“设计”作为新产业革命所蕴含的改变世界的巨大能量，世界各大城市间展开了争当世界设计之都的激烈竞争，形成了国际上2个“设计之都”品牌。

面对国际经济发展的新动向，联合国教科文组织建立了“创意城市网络”，并在创意城市中设立了“设计之都”称号，目前已经命名的6个“设计之都”是：柏林、布宜诺斯艾利斯、蒙特利尔、名古屋、神户和深圳。此外，国际设计联盟(IDA)每2年举行一次国际

竞选，选出一个世界杰出的设计城市并授予其“世界设计之都(WDC)”的称号。目前已经获此称号的城市有都灵、首尔、赫尔辛基。

设计创意产业对这些城市的经济、社会和文化发展起到巨大的推动作用，各城市不仅在竞争中重新定位了城市形象，将战略发展与设计规划结合起来，还为其居民创造了更高品质的生活，并以此为契机在世界上树立起自己在经济、社会、文化方面的城市品牌形象。

此外，当前国际公认的伦敦、纽约、东京、巴黎等四大世界城市，也无一不是世界级设计中心。

2 北京设计创意产业的发展

2.1 服务业为主导的北京地方经济结构

北京以服务业为主导的经济结构与以上海为代表的长三角，深圳为代表的珠三角地区不同，后两者的设计发展与南方家电、家具、玩具、汽车等工业的发达紧密地联系在一起，而北京地区以软件、信息服务、研发为主的高新技术服务业为主，发展以移动通信、计算机及网络、集成电路、光电显示、生物为主的高新技术制造业。因此，北京的服务业结构以现代服务业中的生产性服务业、文化创意产业为特色。

现代服务业是现阶段世界经济与社会发展的核心力量，北京的服务业特别是现代服务业发展水平居于全国领先地位。2008年，北京服务业增加值占地区生产总值(以下称地区GDP)的比例高达73.2%，已超过了2006年世界发达国家平均72%的水平。2007年，北京服务业就业人数占就业总人数的比例达到71.1%，已接近世界发达国家的平均水平。2008年，北京现代服务业增加值占地区GDP的比例高达51.7%，已超过理论上界定的反映后工业社会特征的新服务经济标准。从而在我国的省级区域和国际大都市中率先迈入新服务经济行列。

2.2 设计创意产业成为北京经济新的增长点

北京现代服务业的飞速发展，离不开成为北京经济支柱之一的文化创意产业。文化创意产业既是技术、经济、文化的交融，又包涵了城市的创造力和文化底蕴，是一种高风险，高附加值，资源节约生态型产业。以2007年为例，北京市服务业占GDP比重达72.1%，而以设计创意产业为代表的现代服务业实现

产值 4372.8 亿元, 占全市服务业产值的 68.05%, 数据显示, 2006—2009 年, 文化创意产业增加值平均增长 21.9%, 高于全市 GDP 增长率 7.5 个百分点。2010 年上半年, 北京文化创意产业实现增加值 804.3 亿元, 占全市 GDP 比重为 12.6%, 文化创意产业已经成为首都经济的重要支柱和新的增长点。

实际上, 北京现代服务业不仅已进入国际大都市行列, 而且正向生产性服务业主导的服务经济全面转型。2005—2009 年, 北京市 GDP 累计现价增长 74.4%, 其中生产性服务业的累计增长高达 109.8%, 2004 年, 北京市工业设计产业的产值为 100 亿元, 从部分设计企业反馈的情况看, 其中约 40% 的设计收入来自北京市工业企业。因此, 北京市工业企业在工业设计上的投入达到了 40 亿元。设计创意产业成为拉动首都经济的强大引擎。

2.3 北京设计创意产业的规模化态势

2005 年在北京市政府的支持下, 建立了全国第 1 个工业设计创意产业基地——北京 DRC 工业设计创意产业基地。到 2006 年的《北京市促进文化创意产业发展的若干政策》、2007 年的《北京市“十一五”时期文化创意产业发展规划》、2009 年广泛征求意见的《北京市关于支持设计创意产业发展的实施办法-草》, 2010 年的申办世界设计之都和《北京市促进设计产业发展指导意见》的公布。随着北京市政府对设计创意产业的认知不断深化, 不仅出台了相关的扶持政策, 而且市政府还直接参与、切实促进北京设计产业的建设发展, 使北京设计创意产业呈现出规模化的态势, 成为除上海、广东地区外国内设计力量最集中的地区。

据统计, 近年来北京市设计产业实现快速发展, 形成了建筑设计、规划设计、工业设计、集成电路设计等优势行业, 涌现出一批年销售收入过亿元的龙头企业 and 一批高水平的专业设计机构。截止 2009 年底, 北京现有包括工业设计在内的各类设计院所、设计公司 2 万多家, 在北京的联想、方正、恒基伟业、LG 等一批高科技企业和跨国公司都建有独立的工业设计研发部门。设计从业人员约 25 万人, 其中工业设计产业从业人员已达 10 万人, 设计产业服务收入超过 800 亿元。在设计教育方面, 北京开设设计专业的院校达 112 所, 在校生 3 万余人, 有 30 多所高校开设了工业设计类专业; 此外, 北京 DRC 工业设计创意产业基地、751 时尚设计广场等一批产业集聚区正不断发展壮

大; “中国创新设计红星奖”已成为具有一定国际影响力的国内权威专业设计大奖。随着国际设计机构和企业大量涌入, 制造业升级、国内设计需求不断增加, 2010 年北京还成立了首家中国设计交易市场, 以提升设计产业、打造世界设计之都⁴。

3 打造世界设计之都 树立北京世界城市形象

3.1 立足政府引导完善产业政策

2009 年 12 月底, 北京市委书记刘淇提出了北京“瞄准建设世界城市”的目标。而目前国际公认的世界城市无一不是世界设计的中心。因此, 打造北京设计之都, 必然成为北京总体发展战略。同时, 北京设计创意产业的现状及其蓬勃的发展势头, 也为向联合国教科文组织和国际设计协会申请国际设计之都称号打下了良好的基础。2010 年, 在以工信部为首的 11 个国家部委联合发布了《关于促进工业设计发展的若干指导意见》后, 北京市人民政府在 10 月 12 日批转了市科委《北京市促进设计产业发展的指导意见》, 明确提出了“用 5 ~ 10 年时间, 推动北京成为全国设计核心引领区和具有全球影响力的设计创新中心, 将北京建设成为世界设计之都”的发展目标⁵。

3.1.1 加强机制建设制定扶持政策

与美国政府不干预经济的自由竞争机制不同, 中国的国情使政府的政策直接决定着国民经济的发展方向。因此, 要发展创意设计产业, 就需要政府完善法规、政策, 通过在企业财政扶持、人才激励机制、保护知识产权、开展国际合作方面建立健全的机制, 使政府控制和主导着创意产业的发展方向、发展进度、发展重点, 引导和推动北京创意产业的发展。目前, 《北京市促进设计产业发展的指导意见》从目标定位、提升产业竞争力、市场建设、人才建设、组织保障等九方面提出的一系列扶持政策。

3.1.2 规划创意产业蓝图推进企业聚集发展

通过政府对北京设计产业的宏观规划, 打造不同定位的设计产业园区, 带动区域设计产业和经济发展。一方面, 市政府根据所辖区县的特点, 因地制宜的制定差异化的区县设计产业发展方向, 如海淀主攻集成电路设计和电子产品设计、石景山发展动漫游戏设计和工程设计、大兴打造工业设计等; 另一方面, 在市政府的引导下, 各区县针对自己在全市的定位, 制

定出各具特色的设计发展政策,实现各区县产业的优势互补,形成鲜明的区域特色。

3.1.3 搭建中介平台提供支持服务

通过对当前设计产业的调查,可以看到如何让政府的政策得以实施,使设计企业受到切实的支持,已成为阻碍设计产业发展的难题。因此,建立政府和民间合作的专业性支持机构,搭建政府和企业间的中介平台已刻不容缓。中介组织从政府机构与公共团体等多渠道获得资金,接受政府部门的指导和监督,按照政府的意图开展工作。

3.2 实现产业升级促进经济发展

建设世界城市目标的提出,对北京经济增长方式的转变和产业结构升级产生了重大影响。在北京建设世界城市的产业结构调整中,设计创意产业作为生产服务业和文化创意产业的重要成员将发挥重要作用,到2012年,设计产业收入突破1300亿元。正如英国约翰·霍金斯说,21世纪的任何产业都将是创意产业,创意和创新无所不在,并将成为一切产业的核心^[6]。

3.2.1 推动传统产业升级拓展现代服务业发展

一方面,通过设计服务,使制造业加速向高端化方向发展。2008年,以现代汽车、奔驰汽车等为代表的北京现代制造业实现增加值832.7亿元,占工业增加值的比重达37.9%^[7]。但通过对制造企业的调查可以发现,要进一步提升北京制造业的竞争力和集约发展水平,将现代制造业由“中国制造”转型为“中国创造”,还有待通过设计提升产业到价值链的高端,因为设计的价值不仅体现在它自身的服务所得到的报酬,更体现在通过设计为企业所创造的高附加值上。另一方面,在第三产业中,进一步拓展现现代服务业,加快设计、金融、信息服务等生产性服务业的发展,“结合北京特点和优势,重点发展工业设计、建筑设计、工程设计、规划设计等一批产业规模较大、集聚效应明显、具有一定国际影响力的设计行业”^[8]。

3.2.2 提升自主创新能力推动产业结构调整

产业结构是指生产要素在各产业部门间的比例构成和它们之间相互依存、相互制约的关系。以工业设计为代表的设计创意产业不仅是北京现代服务业的一个重要组成部分,而且由于它在企业、市场中的特殊作用,在提高设计产业自主创新能力,加大设计技术和设计成果的推广应用力度方面,能够结合设计新技术的发展及行业应用特点,不断创新设计产品和

服务,帮助北京实现产业结构优化升级,提升制造业和服务业整体发展水平和发展质量。依托资源优势 and 制造业空间布局,设计创意产业将优化北京生产性服务业空间结构;积极促进生产性服务业与现代制造业互动发展,由此扩大设计创意产业服务全国乃至全球的影响力,促进北京城市经济的发展^[8]。

3.3 依托人才优势发展高端服务业

从伦敦、纽约、东京、巴黎4个世界级设计中心发展来看,“设计创意产业”的高地形成,必须是该国家最集中、最发达、最先进的高教育、高科技、高文化、高人才地区。北京汇集了众多的高校和科研机构,集中了大量的人才,高新技术的发展在国内居于最高水平,在抢占全国创意产业中心城市地位,进而发展为国际设计中心方面拥有得天独厚的优势。

3.3.1 多渠道设计教育培育人才资源

一是加大政府对创意人力资源开发的投入,加强北京高等院校设计专业的学科建设,鼓励产学研联合培养符合市场需求的实践型设计人才;二是发挥社会力量,利用多种形式、多种途径增加设计教育投入,如开展企业与院校的合作。企业为指定设计项目投入一定经费,学生得到实际锻炼,企业获得更多的创意,实现企业与院校的双赢;三是注重人才培养,树立“终身培训第一”的理念。

3.3.2 认定专业职称建立人才数据库

建立设计专业技术人员职称认定,既对设计行业人才的管理进行规范,又有助于吸引国内外优秀设计人才来京创业或从事设计创新工作,有利于企业招聘国内外高端设计人才,调动设计人才的积极性。同时,通过专业职称的认定,建立起自由设计师动态数据库,为设计师更好地在设计产业集聚区、企业设计部门和设计企业工作搭建平台,为设计师成长和创业创造便利条件。

3.4 提高城市国际化水平树立北京国际品牌形象

根据联合国教科文组织的创意城市网络章程,设计之都不仅可以在国际舞台上和顶尖创意城市进行交流、合作,引进国际上最新的创意理念和高端的创意活动创意,而且,加入创意城市网络在某种意义上是让享有设计之都称号的城市加入国际文化产品营销网,进入全球文化产品供应链。通过打造设计之都,使北京加入国际创意城市网络,将为北京提供一个国际化平台,使之向世界城市目标大步迈进。

3.4.1 建设国际合作平台拓展产业发展空间

要想北京创意产业在国际舞台上开辟新的发展空间和市场,提高城市国际化水平,中国设计既需要请进来,吸引国际设计组织、跨国公司和境外著名设计机构来京设立设计中心或分支机构,在京举办设计创新活动和商业活动;又需要走出去,“鼓励设计企业、机构和设计师积极参与国际设计领域竞争,与国际设计组织建立交流合作机制,与国际设计企业、机构及设计师建立多种形式业务往来,参与国际标准的制定,开展国际设计项目合作,共享设计信息渠道”^[9]。

3.4.2 树立北京品牌增强产业辐射

将“北京国际设计周”、“北京时装周”等活动打造成国际知名的设计品牌,扩大“中国创新设计红星奖”等品牌奖项的国际影响力,使北京加入国际品牌城市行列。同时,举办设计活动和普及设计宣传,使优秀设计得到大众的关注,通过优秀的设计产品的使用将设计意识渗透到市民的日常生活中去,增强城市对持续创新的自信,更全面地向世界展示北京城市的新形象。

3.5 提升北京软实力弘扬中国文化

文化软实力是21世纪的核心竞争力,当今世界先进城市都是文化软实力十分强大的城市,在城市发展战略中非常重视文化因素,千方百计抢占文化资本这一重要制高点。北京作为文化古都,具备多元的政治、经济、文化功能,大量的科技、智力资源,丰富的历史、文化遗产。深厚的文化奠定了北京在世界城市竞争中独特的文化软实力。

3.5.1 发扬工艺传统传承历史文化

北京有着深厚的传统工艺文化,凝聚着中国传统设计的思想和精湛的技艺;其丰富多彩的工艺美术设计,体现了北京的城市文脉和精神。要树立北京的品牌形象,促进北京旅游服务业的发展,既需要发展现代设计服务产业,又必须保留和发扬北京传统设计,通过对新时代环境下北京工艺美术设计的继承和发展,弘扬北京城市文化,以创造性、开拓性的创意把丰富深厚的历史文化资源转化为文化创意资本,加强具有浓郁北京特色和中国特色的首都文化创意品牌定位。

3.5.2 挖掘文化底蕴提升北京软实力

打造“设计之都”战略,不仅将借助全球创意城市网络平台,从其他创意城市那里学到先进的思想和理念,还可以通过深入挖掘北京文化底蕴,将设计创新与“人文北京”建设紧密结合起来。综合多种设计手

段,在动漫游戏设计、电子产品设计等创意设计中释放文化因素,对内能主导文化市场,在外来文化的冲击下捍卫国家的文化主权;对外从设计和创意领域突破中西方文化的障碍,帮助中国文化和价值观走向世界,使博大精深的文化资源成为作用强大的“软实力”,全方位、多角度、整体地在国际上树立自己独具特色的形象,带动北京世界城市建设。

4 结语

20世纪90年代以来,随着都市经济的发展,商务成本的提高,产业结构的调整,导致一些传统工业的衰退和外移。设计创意产业作为一种新生的产业力量正在全球范围迅速崛起,成为世界很多大都市经济增长的新亮点。“设计之都”称号是顺应当前世界城市发展潮流而产生的,它不仅能提高城市的知名度、美誉度,而且能树立城市品牌形象,成为城市巨大的无形资产。北京打造设计之都,将为北京设计创意产业带来更多的机会和发展的空间,进一步促进设计创意产业与现代生产的有机融合,以更宽广的国际视角高度推进以设计为核心的创意产业各个领域的整体发展,使北京的设计创意产业不仅能引领中国的创意产业,而且成为世界设计的中心。

参考文献:

- [1] 金元浦.文化创意产业的概念解析[J].科技信息参考,2005.(余不详)
- [2] 张振鹏,王玲.我国文化创意产业的定义及发展问题探讨[J].科技管理研究,2009(6):192.
- [3] 贺艳.创意产业在国外[EB/OL].(2009-09-23)www.p5w.net/news/cjxw/200907/t2484789.htm.
- [4] 北京工业设计促进中心.做大做强工业设计促进生产性服务业发展[EB/OL].[2009-12-02].www.docin.com/p-35820468.html.
- [5] 北京市科委.北京市促进设计产业发展的指导意见[EB/OL].[2010-12-01]zhengwu.beijing.gov.cn/gzdt/gggs/t1141496.htm.
- [6] 约翰·霍金斯.创意经济:如何点石成金[M].洪庆福,孙薇薇,刘茂玲,译.上海:上海三联书店,2006.
- [7] 孟为.北京第三产业比重居全国第一 实现产业结构转变[N].北京日报,2009-09-02.
- [8] 袁海霞.2009年北京市服务业形势分析及2010年展望[EB/OL].[2009-12-01].(余不详)