

从“深圳速度”“深圳质量”到“深圳设计”

——关于深圳文化创意产业发展的几点思考

李小甘

(深圳市文化创意与设计联合会, 广东 深圳 518000)

[摘要] “深圳设计”是新时代深圳魅力、动力、活力和创新力迸发的生动体现,也是深圳从快速发展、质量提升到迈入创新引领新阶段的显著标志。以“深圳设计”为标识的深圳文化创意产业如何持续领跑,在新征程上跑出“加速度”?本文结合深圳设计的发展历程,深度分析了“深圳设计”如何逐步成为继“深圳速度”“深圳质量”后又一新的城市品牌,如何成为推动深圳产业转型升级的强大驱动力和赋能经济高质量发展的新引擎。本文对新时代“深圳设计”如何更上一层楼进行了深刻的思考,从打造设计人才荟萃“新高地”、打出精准有力的政策“组合拳”、营造激发文化创意的“强磁场”、开拓品牌化发展“新路径”、形成设计产业集群“新势力”、缔造引领未来生活“新趋势”等六个方面进行了剖析与展望。重点对“深圳设计”如何提升国际化水平提出可行性建议,包括谋长远,探索建设世界一流“设计之都”的新路径;重品牌,完善国际知名设计“奖、展、节、周、月”全链条;广交流,着力推动“深圳设计走出去,世界设计走进来”;敢担当,推动“深圳设计”参与重大项目主动服务全国;打基石,培育国际视野的创意市民,为文创产业发展注入活力,通过种种努力与探索,推动深圳设计在全球更具“能见度”和知名度。

[关键词] 深圳速度 深圳质量 深圳设计 文化创意 城市品牌

[中图分类号] F114

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-983X(2022)05-0144-08

“深圳设计”是新时代深圳魅力、动力、活力和创新力迸发的生动体现,也是深圳从快速发展、质量提升到迈入创新引领新阶段的显著标志。习近平总书记在深圳经济特区建立40周年庆祝大会上的重要讲话中,要求深圳对标国际一流水平,大力发展金融、研发、设计、会计、法律、会展等现代服务业,提升服务业发展能级和竞争力。《粤港澳大湾区发展规划纲要》提出,深圳要努力成为具有世界影响力的创新创意之都。《中共中央 国务院关于支持深圳建设

中国特色社会主义先行示范区的意见》寄望深圳到2035年建成具有全球影响力的创新创业创意之都,支持深圳大力发展数字文化产业和创意文化产业,引进世界高端创意设计资源,设立面向全球的创意设计大奖。新创意会衍生出无穷的新产品、新市场和财富创造的新机会,新创意是推动经济发展的原动力。^[1]创意产业就其本质来说可以认为是新经济的重要元素。

新时代、新召唤。文化创意产业是全球经济与文化发展的一个重要潮流,是以发达国家

收稿日期: 2022-05-09

作者简介: 李小甘,深圳市文化创意与设计联合会会长,深圳读书月总顾问,著有《文化的力量》《面向未来的深圳设计》《深圳文化创新进行时》等著作,主要从事文化创新与城市发展研究。

为主体,进而影响到了发展中国家的趋势,是当前世界经济的重要产业部类,已成为多数发达国家的支柱产业。^[2]以“深圳设计”为标识的深圳文化创意产业如何持续领跑,在新征程上跑出“加速度”?深圳如何对标国际一流城市,努力打造中国文化创意产业发展“最佳示范”?深圳如何找准文化创意产业发展的痛点、难点、堵点,顺应市场需求与发展趋势,助推深圳迈向具有全球影响力的创新创业创意之都?这都是值得我们认真思考与努力实践的问题。

一、为什么将“深圳设计”定位为新的城市品牌

文化经济理论家凯夫斯认为,创意产业提供我们宽泛地与文化的、艺术的或仅仅是娱乐的价值相联系的产品和服务,包括书刊出版、视觉艺术、表演艺术、录音制品、电影电视,甚至时尚、玩具和游戏。^[3]设计还是创意产业的重要标志。深圳是中国内地最早被联合国教科文组织授予“设计之都”称号的城市,平面设计、工业设计、服装设计、家具设计、珠宝设计等都在国内引领时尚。同时,深圳拥有“中国文化产业第一展”——中国(深圳)国际文化产业博览交易会。深圳的文化创意产业增加值占GDP的比重多年来居于高位,达到10%。城市不同阶段的发展必然有不同特点。“深圳设计”逐步成为继“深圳速度”“深圳质量”后又一新的城市品牌。

现在,“深圳设计”深度融入城市发展的历程,也从一定程度上塑造了城市的产业格局与精神气质。近年来,深圳经济的高质量发展,市民生活品质的不断提升,都离不开“深圳设计”发挥的重要作用。“深圳设计”已经成为推动深圳产业转型升级的强大驱动力和赋能经济高质量发展的新引擎。

(一)“深圳设计”定位:进入新发展阶段的创新引擎与城市品牌

文化创意是通过观念、情感和品味的传达,赋予文化产品和文化服务某种独特的“象征意

义”。^[4]深圳市委市政府历来重视对创意设计产业的战略引领及布局。2004年,深圳确立建设“两城一都”的战略目标;2007年,深圳正式启动申请“设计之都”工作;2008年,深圳成为联合国教科文组织创意城市网络的一员,成为中国内地第一座“设计之都”;2010年,联合国教科文组织创意城市网络国际大会在深圳举行;2016年,深圳推出了《深圳文化创新发展2020(实施方案)》,对“深圳设计”的发展进行统筹规划;2017年,首届深圳设计周暨环球设计大奖面世,打造全球设计融合交流平台;2021年,深圳获评国家首批工业设计示范城市。对“深圳设计”的重视,凸显了进入新发展阶段的深圳,正在“设计”城市新的定位与路径。

设计作为一种创新力量,已渗透到深圳经济与社会发展的各个领域,不断完善升级产业链。经过多年来设计力量的沉淀,“深圳设计”作为新的增长动力,正在城市的经济社会发展中起着日益重要的作用。

“深圳设计”已融入深圳的城市定位与规划,也成为发展创新产业、孵化创意人才、推广城市形象、体验美好生活的城市重要“基础设施”。对设计的持续推动已经成为城市共识,深圳将继续发挥设计产业在引导经济发展中的作用,让创意设计推动传统产业的转型升级,让设计推动城市变得更宜居更美好。

(二)“深圳设计”趋势:推动产业升级,赋能经济高质量发展

“深圳设计”扎根、生长于城市的产业土壤中,具有蓬勃的生命力。作为产业升级的动能,“深圳设计”伴随着城市的发展,持续对深圳的产业、文化、生活、观念产生积极的影响与推动,呈现出一座“设计之都”的精彩图景。

经过多年发展,“深圳设计”形成了自己的特点:与市场、产业紧密结合,与知识创新、创意变革齐头并进,与国际时尚、消费潮流同步接轨。“深圳设计”与产业强势互补、同频同向,打下了深厚的产业基础,吸引了包括人才、资金等国内外资源。尤其近年来,深圳加快相关产业

政策的出台,从而使高端制造的价值更加彰显,产业的核心竞争力也不断加大,让设计成为持续推动产业转型升级、赋能经济高质量发展的新引擎。

如今,深圳已集聚了50多家创意设计园区、6000多家规模较大的设计企业和近20万名专业设计人员。近年来,深圳在德国红点奖、iF设计奖评选中包揽了全国1/3的奖项,在设计精品方面佳作迭出。2021年,深圳以数字创意为代表的文化产业增加值持续增长,为经济社会高质量发展注入了新动能。伴随着时代的技术转移和科技进步,深圳通过推动设计发展,从而引导需求、引领消费、创造市场,紧扣高质量发展这条主线,聚焦人民群众美好生活需要,持续有力地打造一流“深圳质量”、构建先进“深圳标准”、树立鲜明“深圳品牌”、塑造具有强大生命力的“深圳设计”。

同时,扎根深圳多年的创意十二月、深圳设计周、深港城市/建筑双城双年展等,通过举办一系列贴近生活、贴近市民的活动,加强市民的参与意识,点燃人们心中的艺术火种,鼓励着每一位市民的创造力。大量的创意活动不仅充分体现了深圳这座创新之城的城市气质,也让设计在市民心中享有清晰标识和卓然地位。在深圳,设计已融入市民生活,创意已深入人心,市民尽情享受创意之美、创意之乐。创意的多元、参与的广泛,让这座城市活力四射、创意十足。

(三)“深圳设计”影响:打造中国现代设计的核心城市和产业高地

“深圳设计”作为新的城市品牌和增长极,在国内外日益取得重要影响。2018年10月,《孤独星球》出炉《2019全球十大最佳旅游城市榜单》,深圳成为中国唯一上榜城市,上榜理由也正与创新力、创意设计有关。而深圳发起的“深圳设计周暨环球设计大奖”,吸引了数十个国家和地区的大批设计师参展、参赛、参会,作为一场国际性文化活动,提升了深圳在全球设计界的专业地位和话语权。今天的深圳,已

然成为中国现代设计的核心城市和产业高地。

我们也注意到,在2021年深圳设计周上发布的《中国设计,深圳识见》中,有这样的论述:

“深圳,一座40余年以创新创业的基底基因孕育生长了强大设计力量的城市。以一座城市的鲜活实践对‘中国式现代化’作出生动阐释,过去的深圳,伴随着高速发展,培育和集聚了改革开放后第一批中国设计新力量;今天的深圳,肩负着建设中国特色社会主义先行示范区的新使命,正以崭新的视界和怀抱,积蓄设计的新动能。”^[5]

作为新时代的产业引擎与创新的驱动力,“深圳设计”正与创新同行,而将这一品牌擦得更亮,以设计的强赋能,不断推动城市发展与进步,将中国特色社会主义先行示范区建设交出“深圳设计”的新答卷。

二、新时代“深圳设计”如何更上一层楼

源于全球文化产业的发展,创意成为时下的热词。40余年创新创业的基底基因,让深圳孕育生长了强大的设计力量。^[5]如今的深圳,正以崭新的姿态,激发设计的新动能,让设计更好赋能产品、赋能产业、赋能城市,推动经济社会高质量发展。加快创意设计人才聚集、优化政策环境、打造设计品牌、营造良好氛围等举措,正引领深圳的创意设计产业走向新的春天。新时代,“深圳设计”如何更上一层楼,可从六个方面深入谋划,加快推进,既要“扬长”,亦要“补短”,全方位提升。

一是打造设计人才荟萃“新高地”。人才是设计产业发展的核心要素。作为以创造力为主体的知识密集型产业,设计产业对人的依赖尤为突出。同为“设计之都”的新加坡非常重视设计人才的培育,制定了《新加坡设计产业人力资源计划》,包含普通教育、职前教育、继续教育三方面内容。其中,普通教育旨在提供设计思维新课程,推动设计进校园;职前教育重在提高

设计院校水准,促进跨专业交流;继续教育鼓励企业开展设计培训,增加员工发展机会。

深圳要打造立体化、多层次的人才培养体系,培养大量不同层级的设计人才和具有国际视野的复合型专业人士,发挥各类人才的创意和智慧,繁荣创意设计产业。合格的创意人才应是较高文化素质的、既懂艺术又懂经济和经营运作的复合型管理人才。^[6]

在基础教育方面,要把设计思维引入校园、带进课堂。孩子与生俱来便具有丰富想象力,应从小孕育创意的思维、丰富创意的体验,把培养设计思维提升到教育的核心地位,开设更多培养设计思维的课程,开展更多文创设计进校园的活动,激发青少年的创新创意热情,培养他们的创新意识和创新能力。在高等教育方面,要加快建设创新创意设计学院,加强设计类专业建设。站在新时代的起点,深圳对设计类高等教育的需要,对优秀设计人才的需求,比以往任何时候都迫切。近年来,深圳大学、深圳技术大学、深圳职业技术学院等高校都建立了艺术与创意及设计的相关学院,深圳创新创意设计学院、哈尔滨工业大学(深圳)国际设计学院先后开工建设,这些设计类专业院校将紧密结合粤港澳大湾区的发展需要、产业的转型升级需求和创意设计高端人才的培养需求,采用国际化办学模式,以应用为导向,培养具有国际视野和竞争力的设计领域高层次创新人才。

栽下梧桐树,引来金凤凰。除了大力培养,还要强力引进。在引进高端设计人才方面,深圳要优化人才政策和激励机制,把设计企业纳入人才引进重点机构和重点扶持单位,强化人才吸引力,畅通引才聚才渠道,支持企业与高校院所项目合作或设计策划等方式,吸引海内外高端设计人才来深就业。

二是打出精准有力的政策“组合拳”。完善的政策体系是创意设计产业发展的重要支撑。作为最早一批的“设计之都”,加拿大蒙特利尔很早就制定了《蒙特利尔设计三年行动计划》,

包含拓展国内外市场、提高民众设计意识、支持“设计之都”工作等五项内容,有力地巩固了其老牌设计重镇的地位。近十几年来,深圳出台了一系列推动创意设计产业发展的利好政策。政府主管部门主动创新角色定位,在产业扶持、产业引领上下功夫,在组织协调、资金支持、人才政策等方面充分保障,为设计产业高质量发展提供了有力的支撑和保障。

然而,从当下情况来看,扶持政策“落地难”的问题也较为突出,具体表现为申请补贴的门槛较高、条件较难达到,补贴资金下拨周期较长、政策宣传路径不通畅等。此外,政策的普惠力度还不够,很多细分行业尚未覆盖到。政府部门在制定政策时要坚持问题导向,广泛征求意见,充分考虑基层实际,理解中小微企业的难处,站在政策受益对象的角度和立场考虑问题,制定更切合实际需求、更精细化的普惠性政策,打出力度更大、精度更准的“组合拳”,为产业发展提供更强有力的保障与支持。

三是营造激发文化创意的“强磁场”。文化是创意活动的基础,为创意提供资源,而创意活动的目标和核心是创意文化内容,文化资源经过转化、融合、提升,再生成适应当前时代和社会需求的全新文化样式。^[7]发展创意设计产业,培养文化创意人才,离不开有利于激发文化创意的人文环境。开放的环境、包容的氛围是一座城市发展的无形资产,城市文化越是开放多元、兼容并蓄,就越能迸发更多创意的能量。

深圳环球设计大奖特别终审团主席、国际设计联合会主席乔纳森·斯特瑞布利曾经说过:

“喜欢深圳,是因为它的勇敢和开放,它的生机和现代感为设计提供了沃土。”目前,深圳已涌现出十余个专业性、国际化的设计活动,包括“让设计无处不在”的深圳设计周、致力打造设计界“奥斯卡”的深圳环球设计大奖、探寻“城市、社会与人”的关系的深港城市建筑双城双年展,鸿衣羽裳、流光溢彩的深圳时装周,“全球工业设计第一展”的深圳国际工业设计大展等,这些代表性的设计盛事,均在深圳本

土培育、萌发和茁壮成长，并在业界有一定影响。^[8]我们要精心培植这些品牌活动，锲而不舍坚持办下去，使之成为推广城市形象、孵化创意人才、体验美好生活、营造浓郁创意氛围的重要平台。

深圳要营造更丰沃优质的土壤、更创新包容的环境，让创意设计人才在这里充分发挥创造力和想象力，让创意设计企业在这里满怀信心地精耕细作，让更多人在这里感受浓郁的创意气息与蓬勃的生机活力，让城市因为强大的创意设计能力而备受关注、赢得尊重。

四是开拓品牌化发展“新路径”。一直以来，世界各国都非常重视自身品牌的打造。以英国的“设计之都”邓迪为例，这座城市专门制定了《邓迪行动计划》，推广“邓迪制造”，引导文化创意与设计产业从业者共同开发城市集体品牌要素，供本土设计师和零售商使用，讲好设计故事。经过多年的蓬勃发展，深圳创意设计产业生机勃勃，已走出高质量发展之路。作为新的城市名片，“深圳设计”进一步突显设计赋能作用，在其推动下，深圳的创意设计产业结构日益优化，呈现出品牌集聚和协同创新的新态势。

然而，“深圳设计”要走上“品牌化”之路，仍然任重道远。深圳设计产业仍面临品牌企业规模总体偏小、未形成国际顶级品牌、人才资源空间资源限制产业品牌发展等问题与挑战。^[9]深圳要从产业、企业、产品、人才角度，立体构筑“深圳设计”品牌，进一步巩固特色、打造亮点，提升深圳文化创意设计行业的知名度、影响力和辐射力；加大力度吸引全球知名设计品牌来深发展总部经济，积极主动融入世界设计发展大格局，努力打造一系列具有国际水准和国际竞争力的文创设计产业品牌，推动“深圳设计”不断提升国际知名度和影响力。

五是形成设计产业集群“新势力”。创意设计产业集群的形成是创意设计产业发展过程中“质”的飞跃，创意设计产业集群促进创意设计产业优化组合、集聚发展、资源流动，将形成巨大的集聚效应和规模效益。^[10]我们不妨看看

法国“设计之都”圣埃蒂安的典型做法，这座城市将工业厂房改造成集教育、研究、商业、文化、青少年活动、住宅和休闲为一体的大型创意社区，并引进国家戏剧中心，建立“设计与创意城市生活实验室”作为平台，让企业和用户、设计院校和合作机构直接对接。

目前，深圳创意设计产业集群效应已初步显现。深圳要把优势做强，抓住大湾区、示范区建设的历史机遇，进一步推动形成国内国际文化创意交汇融合的群落，促进世界产业要素向粤港澳大湾区倾斜、产业资源在深圳集聚，打造具有国际影响力、竞争力的文化创意产业集群。文化创意产业集聚区内的企业能够优势互补，形成整体创新网络，将文化创意相关企业、大学和科研院所等主体联合起来，提高各主体之间的技术和市场信息交流，提高文化创意产品的研发、生产和销售效率。^[11]为此，深圳一方面要努力扩大产业集群主体，充分发挥深圳的资源、区位和营商环境的综合优势，鼓励国内外龙头企业、知名企业地区总部、各类研发中心、行业协会和领军人才设计工作室等落户深圳，进一步提高名企、名品、名家的集聚程度。另一方面，要创新集聚区管理体制，优化服务功能。创意产业链条的形成和创意经济的加速发展有赖于在政府引导、企业主导以及各方参与条件下，通过一定的地理载体(如创意产业园、文化产业园、特色艺术街区)来形成文化创意产业集群。^[12]

政府要努力提供完善的设施租用制度、专业的融资管理体系、高效的运营机制和常态的政策指导，简化审批手续，促使集聚区内形成包含研发、投资、孵化、制作、培训、推广、交易的完整创意设计产业链条，鼓励集聚区内的创意设计企业形成各自的特色，形成专、精、特、新的企业内涵。^[10]

六是缔造引领未来生活“新趋势”。创意点亮生活，设计引领未来。深圳作为“设计之都”，不仅肩负着以创意设计改变中国产业处于价值链低端的国际分工格局、实现“中国制

造”到“中国创造”跨越的重大使命,同时也通过创意设计引导市场,引领未来生活,用创意描绘未来城市图景,丰富城市创新基因和内涵。

创意产业融合传统文化与现代数字技术、生产服务业与消费服务业,处于产业链、价值链的高端,跨越和渗透诸多行业。^[13]在创意设计的推动下,移动互联网、云计算、大数据等新一代信息技术的发展和融合,不仅改变了人们的生活方式,也大大增强了政府及相关机构提供公共服务的能力,降低了服务成本,使城市功能发生了质的变化。近年来,新加坡一直致力于通过技术手段改进公共服务部门购买设计服务的流程,制定设计服务采购的指导方针以引导用户和设置标准,改进设计项目招标过程,采用更有效的方法对提案的设计进行评估,对入围和中标单位付出的时间和精力给予一定补偿。

“深圳设计”是面向未来的设计,理应在引领未来生活中先行先试。从互联网思维到“互联网+”,从理论思辨到实践运行,以互联网为代表的高科技与文化的高度融合,打开了创意、创新、创造的新局面。^[14]深圳可通过大数据分析市场需求、把握未来发展趋势,呈现设计在解决问题中的实践和创新价值;通过运用人工智能、云计算等方式,推动设计过程数字化、智能化,促进设计和科技的深度融合;抓住民生和治理的痛点难点,通过设计优化服务,回应民众的日常关切;提升设计美学水准,让生产生活、产业产品、环境生态更有品质,用设计实现美好生活,体现人文关怀。

三、“深圳设计”如何提升国际“能见度”和知名度

深圳成为中国第一个“设计之都”以来,设计与城市发展并驾齐驱,与全球创新网络相接相融,设计人才集聚,文创产业蓬勃发展,创意设计成果层出不穷,国际国内影响力与日俱增。拥有一定国际知名度与美誉度的深圳文创设计,如何在提升国际化水平上更上一层楼,在全

球更具“能见度”和知名度?

首先,谋长远,瞄准具有全球影响力的创新创业创意之都的总目标,探索建设世界一流“设计之都”的新路径,对标全球顶尖城市,制订深圳未来五年乃至十年的发展规划,打造独具特色的“深圳设计”发展模式。深圳要建成具有全球影响力的创新创业创意之都,应大力提升深圳文创设计产业的国际化水平。今年2月,上海出台《上海建设世界一流“设计之都”的若干意见》,正式开启了上海建设世界一流“设计之都”新篇章。作为比上海提前两年迈入“设计之都”行列的深圳应增强紧迫感,坚持新发展理念,通过更为科学的规划设计、更为精准的谋篇布局,在创意设计的发展上与上海并驾齐驱,成为国内两颗熠熠生辉的“双子星”,进而跻身国际一流行列。

其次,重品牌,打造举世瞩目的文创设计品牌,完善国际知名设计“奖、展、节、周、月”全链条,让世界通过这些品牌活动聚焦深圳。2017年,深圳创新推出“城市文化菜单”,成为国内城市里第一份对标国际一流城市推出的文化菜单。城市文化菜单,一方面是丰富市民精神文化生活的重要途径,让市民在家门口就可享受“月月有主题,全年都精彩”的文化风景,另一方面也是提升深圳国际化形象的必然选择。现在,深圳有创意设计日、深圳设计周、创意十二月、深圳环球设计大奖,还有蜚声海内外的读书月、文博会,这些品牌活动,各有各的精彩,但如何系统集成、如何全局谋划、如何做精做强,需要从国际辐射力和影响力上来锻造与集成。比如环球设计大奖,能否媲美“红点”奖;比如文博会,如何拓展其国际辐射力,创新“线上+线下”模式实现365天不落幕,成为享誉全球的文创产业盛会;比如深圳时装周,能否打造成为中国国际时装周(深圳),汇聚和展示全球时尚资源。我们要通过努力,打造一批真正国际化、国家级的文创活动品牌,成为世界了解中国文创、进入中国市场的重要窗口,也成为中国文创产业和设计师们走向国际的重要舞台。

第三,广交流,着力推动“深圳设计走出去,世界设计走进来”,依托联合国“创意城市网络”加强交流合作,讲好中国故事、深圳故事,彰显文化自信。“走出去”方面,支持深圳文创设计品牌参加国外大赛与展览,鼓励实力雄厚的服装、珠宝、家居等行业在全球布局设计研发中心,制定深圳文创设计品牌的海外推广计划,在世界各地设立一批海外交流中心。推动文化的对外贸易,加快国际合作渠道的打造,支持深圳设计企业与海外公司合作开发新项目、新产品,建立和完善海外市场专业服务体系。

“请进来”方面,通过联合国“创意城市网络”平台积极开展多领域的项目合作和人才交流,提高国际化资源整合的原创能力、管理能力。比如,打造一系列中外合作设计文化基地,谋划更具想象力和辐射力的全球设计峰会、设计高端论坛,搭建举世瞩目的国际合作交流大平台,逐步提升深圳文创设计乃至中华文化的话语引导权。这样的交流,亦承载着推动中华文化走出去的使命:当中国日益处于国际舞台中央,深圳需要通过文创产业的走出去与广交流,让世界了解中国文化,展示中国的文化自信。

第四,敢担当,要重视“大国重器”的设计,推动“深圳设计”参与重大项目,主动服务全国,进而提升国际知名度和辐射力。目前,“深圳设计”在国际化方面仍有短板,一个重要的表现就是缺乏“大国重器”,尽管获奖无数,尽管产品类型众多,但偏向于消费类型,一直缺乏重大项目与大型工程,在国家级奖项方面,几乎无缘国家工业设计大奖。为此,深圳需要加大制度设计和政策推动,集中优势资源、优秀人才,打开对外通道,在国家大型工程的建设中凸显“深圳设计”的力量,以大国担当推动“深圳设计”在国际上赢得进一步认可与尊重。

第五,打基石,培育国际视野的创意市民,打造创意勃发的创意城市,为文化创意产业发展注入源源不断的活力。观察众多国际创意城市,我们都会发现,创意城市的打造需要包容、公平、民主、开放的城市氛围,城市文化的多元

性和开放性,可以更好促进创意人才、创意企业和创意产业的充分交流和深度融合。文化创意产业是在城市市民审美需求的基础上产生的。^[15]今天的深圳,具有粤港澳大湾区的区位优势,先行示范区的领先优势,改革开放城市的文化特质,高科技城市的创新气质,如此种种,皆是推动深圳文创产业国际化的有利因素,而这座城市的市民,在“设计之都”建设和文创产业发展的环境中耳濡目染,他们的创新特质、创意气质的持续涵养,可有效助力创意城市的建设。深圳可以通过一系列以市民为主体的活动,让市民深度参与、欣赏、体验和再创造,让广大市民从身边生活和缤纷活动中感知创意设计的魅力,激发市民创新创造的热忱和动能,赋予创意文化深深扎根民间又获市场青睐的不竭生命,政府、社会、企业和市民一起发力,托举起创新创意之城的瑰丽未来。

参考文献:

- [1]杜德斌,盛磊.创意产业:现代服务业新的增长点[J].经济导刊,2005(8):78-82.
- [2]金元浦.我国文化创意产业发展的三个阶梯与三种模式[J].中国地质大学学报(社会科学版),2010(1):20-25.
- [3]凯夫斯.创意产业经济学[M].北京:新华出版社,2004.
- [4]厉无畏.创意改变中国[M].北京:新华出版社,2009.
- [5]深圳新闻网.中国设计,深圳识见[EB/OL].(2021-12-25)[2022-06-06].http://www.sznews.com/news/content/2021-12/25/content_24839177.htm.
- [6]唐建军.关于文化创意的几点认识[J].东岳论丛,2006(3):74-77.
- [7]赵敏.创意理论研究的新领域[N].中国社会科学报,2022-04-15(007).
- [8]新华社.“深圳设计”引领创新创业创意[EB/OL].(2021-08-31)[2022-06-06].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1709572367897464943&wfr=spider&for=pc>.
- [9]深圳新闻网.文创产业增加值占GDP比重超10%“深圳设计”成为新城市名片[EB/OL].(2019-09-25)[2022-06-06].<http://www.sznews.com/>

news/content/2019-09/25/content_22496011.htm.

[10]尚光一. 厦门市创意设计产业集群的发展路径探析[J]. 厦门特区党校学报, 2014(5): 12-16.

[11]蔡荣生, 王勇. 国内外发展文化创意产业的政策研究[J]. 中国软科学, 2009(8): 77-85.

[12]李魁. 基于创新视角的创意产业与创意经济研究[J]. 兰州学刊, 2007(11): 45-47.

[13]褚劲风. 世界创意产业的兴起、特征与发展趋势[J]. 世界地理研究, 2005(4): 16-22.

[14]金元浦. 我国当前文化创意产业发展的新形态、新趋势与新问题[J]. 中国人民大学学报, 2016(4): 2-10.

[15]李思屈. 审美经济与文化创意产业的本质特征[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2009(8): 100-106.

【责任编辑 史敏】

From “Shenzhen Speed” and “Shenzhen Quality” to “Shenzhen Design” —Thoughts on the Development of Shenzhen’s Cultural and Creative Industries

LI Xiaogan

Abstract: “Shenzhen Design” is a vivid manifestation of Shenzhen’s charm, power, vitality and innovation in the new era, and it is also a significant symbol of Shenzhen’s rapid development and quality improvement to entering a new stage of innovation and leadership. How can Shenzhen’s cultural and creative industry continue to lead the way with Shenzhen design as a logo to accelerate on the new journey? The article written by Li Xiaogan who is the president of Shenzhen Federation of Cultural Creativity and Design, combined with the development process of Shenzhen Design, deeply analyzed how Shenzhen design gradually come true. How does a new city brand after “Shenzhen Speed” and “Shenzhen Quality” become a powerful driving force for Shenzhen’s industrial upgrading and a new engine for high-quality economic development? The article deeply pondered how Shenzhen design can be taken to a higher level, from creating a “new highland” for the gathering of design talents, making precise and powerful policy “combination punches”, creating a “strong magnetic field” that stimulates cultural creativity. The six aspects of opening up the new paths of brand development, forming the new force of the design industry cluster, and creating the new trend to lead the future life were analyzed and prospected. At the same time, the article focuses on putting forward suggestions on how to improve the international level of Shenzhen design, including taking a long-term view, exploring a new path to build a world-class “design capital” focusing on branding, and improving internationally renowned design awards and exhibitions and extensive exchanges focusing on promoting “Shenzhen design goes out, world design comes in”. It is necessary to promote Shenzhen design to participate in major projects and actively serve the whole country and lay the foundation stone and cultivate creativity with an international perspective. Besides, It is necessary to inject vitality into the development of cultural and creative industries, and promote Shenzhen design to become more visible and famous in the world.

Keywords: Shenzhen speed; Shenzhen quality; Shenzhen design; cultural innovation; city brand