

美美与共

杭州美丽城市 与中国美术学院 共建成果集

美美之约 /
合作共赢 /
城市美学 /
城市营造 /
城市更新 /
城市创意 /
城市会展 /

主 编 / 许 江
副主编 / 宋建明

美美之约篇/

007	序一//大力加强名城名校战略合作///黄坤明
009	序二//更上新台阶 更开新局面///邵占维
011	序三//弘扬城市美学 彰显城市特色///王国平
013	序四//思考 行动 收获 展望///钱晓芳
015	序五//“指西”之城///许 江

合作共赢篇/

018	杭州市建设委员会//城市化进程中的美学实践///杨 军
020	杭州市西湖博览会办公室// 优势互补 合作共赢///叶 敏
022	杭州市西湖区//美术学院 美丽城区 携手共创美丽事业///郑荣胜
026	杭州市上城区//精诚合作 共进互赢///陈红英
030	杭州市下城区//实施区校战略合作 共建繁华时尚之区///赵 敏
034	杭州市高新区（滨江）//借力中国美院 发展文创产业///张 耕
038	杭州市之江国家旅游度假区//创意国美 品质之江///王 炬
044	中国美术学院//名城名校时代的创举///宋建明
054	中国美术学院//美院与杭州的湖山之约///胡钟华

城市美学篇/

060	杭州城市品牌建设//生活品质之城的思考///曹增节
068	杭州城市标志营造//识别·认同·特质///成朝晖
076	杭州城市色彩设计//杭州城市色彩规划研究与实践///宋建明
102	杭州城市雕塑创作//雕塑城市 雕塑生活///龙 翔
110	杭州城市形象设计//从艺术设计角度看城市形象的构建与管理///周 刚
126	杭州城市风景塑造//城市建筑与景观设计中的理念和作为///陈 坚

城市营造篇/

142	杭州地铁形象一体化设计//山水地铁///郑巨欣
154	杭州城市家具系统化设计//寻找城市性格///王 昀
174	杭州交通设施美学与信息化系统设计//指向美的归途///韩 绪
182	杭州公共自行车服务系统视觉形象设计//品质生活新定义///周 波
190	杭州街道空间形象设计//感性而有序的城市之美///余伟忠

城市更新篇/

198	南宋御街·中山路//用中国本土的原创建筑来保护城市///王 澍
218	南宋御街·中山路//让公共艺术成为城市的亮点///杨奇瑞
234	南宋御街·中山路//新宋风建筑的研究与实践///李凯生
256	南宋御街·中山路//历史街区的创意转型///俞 坚
270	南宋御街·中山路//杭州市中山中路视觉形象设计///郭锦涌

城市创意篇/

280	LOFT49//寻觅与体验///戴雨享
286	西湖创意谷//西子湖畔的人才高地///王炜民
296	白马湖生态创意城//和谐创业的“白马湖模式” ///余伟忠
310	白马湖生态创意城//创意的追求与创意///王雪青
318	中国美术学院国家大学科技（创意）园//艺术社区之路///俞 坚
334	中国美术学院纺织服装研究院//女装之都 人才辈出//城市特色 丝绸流行///吴海燕

城市会展篇/

348	“国美之路”系列大展//从“中西调和”到“本土重建” ///高士明
356	2010上海世博会杭州馆//一座因水而兴的城市///周 刚
366	中国国际海报双年展//千姿百态 美轮美奂///赵 燕
372	中国国际动漫节//动漫之都的创建与发展///吴小华
380	2010国际纹样设计大赛//品质生活 设计创意///吴海燕
386	中国（杭州）文化创意产业博览会//创意城市 创新会展///黎 江
394	中国美术学院毕业创作展示周//国美学子的回馈///傅巧玲

大事记/

400	
412	后记/高法根

Beautiful Appointment/

Reinforce the Strategic Cooperation Between City and Academy///
Go a New Level and Open a New Situation///
Highlight City Aesthetics and Show City Characteristics///
Thinking Acting Harvesting Expecting///
Westward City///

美美之约篇/

序一//大力加强名城名校战略合作///
序二//更上新台阶 更开新局面///
序三//弘扬城市美学 彰显城市特色///
序四//思考 行动 收获 展望///
序五//“指西”之城///

大力加强名城名校战略合作///

Reinforce the Strategic Cooperation Between City and Academy///



黄坤明
中共浙江省委常委
中共杭州市委书记

二十多年前，中国著名社会学家费孝通先生提出人类文化发展的理想境界：“各美其美，美人之美，美美与共，世界大同”。美美与共，既是文化发展的最高境界，也是杭州市与中国美术学院战略合作的美好愿景。

杭州是国家历史文化名城，中国美术学院是享誉国内外的艺术名校。自中国美术学院诞生之日起，名城名校就结下了不解之缘，两者交相辉映、相得益彰。特别是2007年8月杭州市与中国美术学院签订战略合作协议以来，双方围绕建设“生活品质之城”、持续建设世界一流特色大学的目标，充分发挥各自优势，在城市建设、城市管理、城市文化、城市产业、城市品牌等方面开展多层次、全方位的合作，成果斐然。杭州城市品牌的推出、城市标志的产生、城标雕塑的设计，南宋御街·中山路、白马湖生态创意城、西湖创意谷、“品质之江”、环美院创意产业带、“凤凰·创意国际”、中国美术学院国家大学科技（创意）园的建设，上海世博会“城市最佳实践区”的打造、“人文艺术大讲堂”的举办，创意领头雁人才工程的实施，以及杭州国际动漫节、中国（杭州）创意产业博览会等文化艺术活动的举办等等，均是市校精诚合作的结晶，无不凝聚着中国美术学院师生的心血与智慧。

《美美与共——杭州美丽城市与中国美术学院共建成果集》的编撰出版，对于总结市校战略合作成果，展望市校合作美好前景，指导市校合作深入开展，都大有裨益。我乐为之序。

黄坤明

更上新台阶 更开新局面///

Go a New Level and Open a New Situation///



邵占维
中共杭州市委副书记、
杭州市市长

刚刚过去的“十一五”，是杭州发展进程中很不平凡的五年。五年来，杭州坚持以科学发展观为统领，大力实施“六大战略”，着力破解“七难问题”，积极应对国际金融危机冲击，全面推进经济、政治、文化、社会和生态文明建设，经济平稳较快发展，综合实力显著增强，社会事业全面进步，城市功能不断完善，改革开放深入推进，生活品质显著提高。这些成就的取得，凝聚着全市人民的心血和汗水，与包括中国美院在内的在杭高校名院的大力支持和共同努力密不可分。

自2007年8月杭州市与中国美院正式签订战略合作协议以来，我们围绕建设“生活品质之城”和推动中国美术学院建设世界一流特色大学的目标，秉持“立足当前、着眼长远、项目带动、共建平台，突出重点、注重实效，资源整合、双赢共进”的原则，立足各自优势，发挥“名城名院”效应，在城市建设、城市管理、城市文化、城市产业、城市品牌、城市生活等方面开展深入合作，建立了全面、长期、稳定、特殊的战略合作关系，为促进杭州和美院发展起到了重要作用。

“十二五”时期，我们要以科学发展为主题，以加快转变经济发展方式为主线，以富民强市、社会和谐为主旨，着力调整经济结构，着力统筹城乡区域发展，着力深化改革开放，着力加强自主创新，着力建设生态文明，着力保障改善民生，共建共享“生活品质之城”，全面建成惠及全市人民的小康社会，努力开创杭州科学发展新局面。

衷心期望“十二五”期间杭州市与中国美院的战略合作更全面、更广泛、更深入。杭州市将继续全力支持中国美院建设世界一流特色大学。希望美院在杭州打造全国文化创意产业中心、保护历史文化名城，弘扬城市美学、塑造与拓展城市品牌、人才培养引进与创业合作等方面，继续发挥重要作用。双方携手努力，共同开创市校战略合作的新局面！

欣闻《美美与共——杭州美丽城市与中国美术学院共建成果集》即将付梓出版，谨以为序。

邵占维

弘扬城市美学 彰显城市特色///

Highlight City Aesthetics and Show City Characteristics///



王国平
杭州市人大常委会
党组书记、主任

当前，中国正处于城市化加速期，快速推进的城市化将波及中国所有城市，使其在短短的20年内发生翻天覆地的变化。城市化推进中面临的一大挑战，就是如何弘扬城市美学、彰显城市特色，防止走入千城一面的误区。杭州城市富有个性和特色，从人文角度而言，是国家历史文化名城；从自然角度而言，是“真山真水园中城”；从城市美学角度而言，杭州城建伊始就包蕴着“湖城相伴、山坊相望”的中国式家园理想，并代有传承，形成了“三面云山一面城”的大山水格局。如何把杭州城市的历史、文化和美学特征传承下来，让它活在今天宏大的城市建设中，构建中国当代的城市美学，是城市化推进中必须解决的重要课题。只有解答好这一课题，杭州才能永远成为“老杭州人”认同的杭州，中外游客记忆中的杭州、留有自身胎记的杭州。

推进城市有机更新，就是杭州作出的回答。新世纪以来，杭州在城市建设上既借鉴西方“城市更新”理论的合理元素，又吸取不少城市“拆旧建新”的现实教训，提出了“城市有机更新”理念，把生物学中的“生命”概念引入城市建设，把城市作为一个生命体来对待，突出“有机”二字，坚持以民为本、保护第一、生态优先、文化为要、系统综合、品质至上、集约节约、可持续发展八大原则，大力推进城市形态、街道建筑、自然人文景观、道路设施、城市河道、城市产业、城市管理的有机更新，让杭州这座古老的城市青春永驻、生命长存。

推进城市有机更新，特别是弘扬城市美学、彰显城市特色，关键是要有好的城市景观规划和建筑设计方案。好的城市景观规划和建筑设计方案，离不开一流的美术学院。中国美术学院在城市景观规划和建筑设计上具备得天独厚的优势，是推动杭州城市有机更新的重要力量。自2007年杭州市和中国美术学院开展战略合作以来，双方本着“立足当前、着眼长远、项目带动、共建平台，突出重点、注重实效，资源整合、双赢共进”的原则，围绕建设“生活品质之城”和“世界一流特色大学”两大目标，突出推进城市有机更新、发展文化创意产业、提高人民群众文化生活品质三大领域，立足各自优势，发挥“名城、名院”效应，开展了一系列项目，取得了明显成效。无论是城市品牌、城市标志、城标雕塑的产生，还是城市色彩的研究；无论是南宋御街·中山路的规划建设，还是白马湖生态创意城、“品质之江”的规划建设；无论是城市标识标牌和户外广告系统的设计，还是公共艺术品的设计；无论是丝绸女装和茶文化的振兴发展，还是动漫等文创产业的迅速崛起，都活跃着美院师生的智慧。本书展现了名城名校战略合作的部分成果，这些足迹与过程已经留在城市记忆中，融入杭州的城市生活中。

愿杭州市与中国美术学院进一步加强合作，共创美好明天。

王国平

思考 行动 收获 展望///

Thinking Acting Harvesting Expecting///



钱晓芳
中国美术学院党委书记

我们中国美术学院在杭州，生于斯，长于斯，一直有一种要为之服务、为之贡献的冲动和渴望。于是，“合作”就成为这一冲动和渴望得以实现的最好的载体和平台。我院与杭州市“名城名校”的战略合作，始于2007年。从合作的那天起，我们成了一家人，可以说不分彼此，你中有我，我中有你。虽然这个你和我功能不同，大小不一，但我们有共同的目标，共同的理想，是一个命运共同体。

我们在思考

作为高校，作为生长于杭州这座美丽城市的高校，一方水土养一方人。中国美术学院能有今天这样的成就，我们应该感恩时代，感恩党和政府，感恩许许多多为之奋斗的美院人和关心支持美院的各界人士。要感恩的对象很多很多，但我们最不能忘怀的是杭州。学院从诞生之日起，历经八十余年，始终与杭州在一起，是杭州以她的大气开放包容滋养了我们、支持着我们。也因此，我们以她为家。有谁不爱自己的家？大家都有为这个家增光添彩的义务。作为专业性的美术学院，身负培养人才、科学研究、服务社会、文化引领等职责，而经过长期的积累和培养，我们已拥有许许多多的专业人才，特别是有一批享誉海内外的专家学者、各个领域的佼佼者。对建设杭州，打造“生活品质之城”，提升杭州文化品位，让市民享有更加优质的文化，我们能做什么？怎么做？出于对杭州的爱，我们一直在思考这些问题。与杭州市的战略合作，使我们的思考更富现实性，更加具体化。我们有幸，有了知音，有了志同道合、同舟共济的伙伴。

我们在行动

以前，在许多人看来，美术学院只是出创意、出思想的，天马行空，与现实的距离会比较远，要付诸实施会更难。可我们用行动证明了我们的脚踏实地。我们的学科专业建设不断拓展，在继续保持高点学科优势的基础上，增设新专业，开拓新领域；一个个创新团队不断诞生，跨学科交流日益频繁；教学的内容和方法不断改进，实践教学得到普遍重视；国际性学术交流不断丰富，老师们的视野更加开阔，新的创意不断产生。根据杭州的实际，特别是产业结构状况，我们提出了建设“动漫之都”、“女装之都”的设想，我们获得了首批认定的“国家动画教学研究基地”的称号，共同创办并主办“文化创意产业博览会”。我们承办了杰出女装设计师高级研究班和各城区合作先后策划设计并联合运营西湖创意谷、白马湖生态创意城、“凤凰·创意国际”园区。不仅让我们的创意，我们的思想付诸了行动，而且还带来了许多的赞誉。我们不会忘记2007年暑期许江院长带着二百多人的师生队伍，为了打造南宋御街而进行的对中山路的过去和现在的调查；我们不会忘记2008年多轮的探讨与调研，

为了白马湖生态创意城的规划和建设；我们不会忘记2009年一次次的头脑风暴，为了“五水共导”的阐释和表达；我们不会忘记2010年许多次的共同商讨，为了中国美术学院国家大学科技（创意）园的建立和挂牌；我们不会忘记全院集中展示的毕业生作品展，为了打造“生活品质之城”的品质市民节……不会忘记，不能忘记的太多太多。

我们在收获

我们深知，当思考脱离实际时只是纸上谈兵，当行动没有强有力的支持时无法实施。我们的思考正是基于杭州的实际，我们的行动正是因为杭州强有力的支持。如今，当我们漫步在南宋御街·中山路，看到游人纷纷在独具匠心的建筑前，在“南宋名人园”、“杭城九墙”和“四世同堂”的雕塑前合影留念时；当我们行舟于东河、运河，看到那一幅幅反映运河繁荣景象的浮雕时；当我们回望上海世博，眼前出现的那一张张笑脸时；当我们来到一个个创意园，看到凤凰飞栖、成果初显时；当我们行走在杭城的大街小巷，看到那一处处文化景观时……我们有理由为杭州的昨天而自豪，为杭州的今天而欢呼，更对杭州的明天充满信心。与此同时，我们中国美术学院的印象也镌刻在了市民和游客的心中。通过这几年的合作，我们的学科内涵更加丰富，我们的队伍得到了锤炼，我们的教学得以提升，我们进一步发展的基础更加坚实。虽然，我们为之付出了许许多多，顶着烈日，冒着严寒，数不清的不眠之夜，数不清的“白加黑”、“五加二”，但因为取得的成果坚实、丰硕，我们所有的美院人为之高兴，为之激动，为之自豪！我想，这就是我们双方最大的收获。

我们在展望

“十一五”已然过去，“十二五”的新篇章已经翻开。此前的合作，使我们双方彼此更加了解，更加理解，有了进一步深入合作的良好基础。目前，解读杭州的“十二五”规划，已成为我们学习思考的主要内容。服务杭州，深化与杭州市的战略合作已写进了中国美术学院的“十二五”规划，且已取得全院教职员工的共识。新的目标已经确立，新的征程已经启航，新的步伐已经迈出。我们再次出发！我们有理由相信：“十二五”的合作将更加紧密，成果也将更加辉煌！

“指西”之城///

Westward City///



许 江
中国美术学院院长、
教授、博士生导师

“指南”一词，众人皆习用。一方面意指方向，另一方面蕴含提供指导、给出答案的意思。每到一座新城，如何出行，若手中有旅行指南，便仿佛有导游逐一点点。如若北京、巴塞罗那那样的棋盘布局之城，辨认了南北，即便乱闯，也不会走错方向。

北京的城，最具中心之感。老城方正，诸多地名均以紫禁城为核心，向着紫禁城的方向称内大街，反方向称外大街，另两个方向则以东西南北相宜称之。如地安门南北方向的称地安门内大街和外大街，东西方向称地安门东大街与地安门西大街。在这样的城中行走，心中总挂着一个城心，又二环、三环层层相套，无论怎样的远道都在指向中心的格局中盘算。北京正所谓“指心”之城。

杭州城最重要者西湖。从前湖大城小，在稍远的门楼上就可远眺孤山葛岭。无论走到哪里，心中总牵着一片湖山。春晨秋暮，杭州的人们总到堤岸上亲览节令的变换。每当远行初回时，又总要到湖畔呼吸水上清风，沐浴山壑晴岚。如今城市东进北扩，高楼栉比，但西湖的好却依然是杭州的魂。楼市房价总与湖的远近距离成正比，愈近愈贵，望得湖山，便成天价。杭州正可以说是“指西”之城。

旧时杭州，河道与街巷一般地发达。中山路一带与中河比邻，繁忙有如渔港。河岸的步道与路边的小巷拧在一起，最是杭州市井的格局。河网与路网叠在一起，编织成一片坊巷的幽蔓景色。湖上的薄雾沿着河坊轻轻地弥漫上来，疏影迷离，正有水城的浓稠。杭州的浓稠既有水的润泽，又有雾的幽弥，更有湖山挟持之下的独特的清新。杭州的老巷子，几经改造修葺，最后总被刷得雪白，灰色的石板路在雾气的浸润下，与黛瓦的墙头呼应，显得简萧干净。当深雾弥散的季节，从清河坊沿吴山走来，常觉两边的老房子在动，整条街正缓慢地向清波门驶去，不由得让人心翔起某种梦一般的放怀。西湖的边界并不在湖滨，城的边界才是她的边界。西湖把她特有的水色浓稠赋予了杭州。杭州用青砖黛瓦的简淡基调，以及梦一般放怀的气息，塑造她对西湖、对自然湖山的眷爱和依恋。

西湖湖面宽广，蕴含自然湖山的深远。从湖滨西望，孤山岛总在湖光山色、碧云晴空摇■。孤山实是北山葛岭的支脉，湖水围牢，竟又是一个孤岛。山阴幽深处，正是宋诗人林逋梅妻鹤子、仙人隐迹之所。和靖先生生活极简淡，才能在疏影暗香中度得水月人生。一代名将林则徐禁烟失败后，回京途经杭州，心灰意冷之际在湖深处遇此林姓先贤，百感交集，出资为其修墓。杭州最后一位知府林启生

前致力兴学，后人为纪念他，也在此地盖一楼舍，名曰“林社”。八十三年前，林风眠先生受蔡元培先生之托，遍访名山胜水，择地建校，最后选址孤山平湖秋月一带，创办中国最早的现代意义上的艺术学府“国立艺术院”。林风眠先生作出如此决定之时，可曾知晓这片湖山与林姓先贤的历史渊源？这幽远之诘，如今已难寻答案。林风眠先生一生坎坷，生活极简朴，只在绘画中寂然放怀。他总将葛岭远影、里湖烟色作为笔下的辘川，又把自己比作芦荡中的孤鹭，铸成中国艺术史的一类悲情写照，每每让我们感受某种源自和靖先生的悠远的简淡放怀。这简淡放怀不唯林风眠先生的画境，更成为中国美术学院代代传承的一类诗性。简淡是品行，放怀是风格。湖畔的美院颇具六朝遗风，在20世纪动荡的烟云中历史性地哺育和聚集了一批诗人，一批生活简淡、性情疏放的艺者。

如今，美院的诗人换了一代又一代，但对西湖的眷爱，从未改变。美院从湖西迁到湖南，从湖畔延展至之江的转塘，西湖的湖山总以可见与不可见的望境熏养着美院代代学子的心。这“指西”的心是一个传统；这传统中深蕴的简淡与放怀，正是杭州美丽城市和中国美院的共同的精神特征。本着这种简淡与放怀，美院受命为杭州设计了新的中山路、白马湖和2010上海世博会的杭州馆，并积极地参与塑造城市新形象；本着这种简淡与放怀，杭州市委、市政府支持美院收藏德国包豪斯现代设计产品谱系，持续地打造世界一流特色大学；本着这种简淡与放怀，或许一种新的美学的意念正在悄然集结，并催生出某类新的造物和城市的品质——表象简淡、内涵疏放的“指西”敦品。这本《美美与共》画册，正是杭州美城与中国美院携手共创的写照，也是我们对心向往之的、代表城市与生活特质的西湖敦品的共同呼唤。

Chaper of Cooperation for Win-Win/

Hangzhou Office of Construction Committee//
Aesthetic Practice in the Process of Urbanization///
Hangzhou Office of West Lake Expo//
Cooperation for Win-Win With Mutual Complementarity///
Hangzhou Xihu District//
Great Contributions to the Beautiful Cause Made by
China Academy of Art and Beatiful District Together///
Hangzhou Shangcheng District//
Sincere Cooperation for Win-Win///
Hangzhou Xiacheng District//
Implementing Strategic Cooperation Between District and School to
Establish a "District of Prosperity and Fashion"///
Hangzhou Hi-Tech Industry Development Zone (Binjiang)//
Developing Cultural Creative Industry With Support of China Academy of Art///
Hangzhou Zhijiang National Tourist Holiday Resort//
Creative China Academy of Art and Quality Zhijiang///
China Academy of Art//
A Remarkable Feat in the Times of Famous City and School///
China Academy of Art//
The Lake Mountain Appointment Between Hangzhou and China Academy of Art///

合作共赢篇/

杭州市建设委员会//城市化进程中的美学实践///
杭州市西湖博览会办公室//优势互补 合作共赢///
杭州市西湖区//美术学院 美丽城区 携手共创美丽事业///
杭州市上城区//精诚合作 共进互赢///
杭州市下城区//实施区校战略合作 共建繁华时尚之区///
杭州市高新区(滨江)//借力中国美院 发展文创产业///
杭州市之江国家旅游度假区//创意国美 品质之江///
中国美术学院//名城名校时代的创举///
中国美术学院//美院与杭州的湖山之约///

杭州市建设委员会// 城市化进程中的美学实践///

Hangzhou Office of Construction Committee// Aesthetic Practice in the Process of Urbanization///



杨 军
杭州市建设委员会主任

城市化是全球经济社会发展的必经之路。在城市化过程中，必须综合考虑城市建筑、城市设计、城市规划、城市社会、城市经济、城市生态等问题。1984年，日本美学家今道有信最先提出“城市美学”这个理念，直至今日城市美学已经涵盖了城市与自然、城市与文化、城市与个性（特色）以及城市品牌传播四个方面。营建“城市之美”、“城市之质”是城市化过程中广大建设者必须面对亟待解决的一项艰巨任务，既要保证“城市让生活更美好”，更需关注如何在“城市美”与“城市功能”之间取得一种平衡。实践证明坚持“城市美学”理念，是城市建设中构建美丽城市的有效途径。

杭州具有得天独厚的历史和地理优势，近几年来杭州市坚持走城市有机更新之路，在打造“生活品质之城”的历史进程中，用城市美学原则指导杭州城市品牌营建，实现城市发展进步与环境的良性和谐互动。

2007年8月，杭州市政府与中国美术学院签署了《杭州市人民政府与中国美术学院战略合作协议》，此次市校战略合作具有里程碑的意义。双方立足于各自优势，发挥“名城名校”效应，在城市建设等诸多领域开展全方位合作，充分发挥中国美术学院在艺术方面的专业以及学术资源，做好城市美学的文章，使杭州的城市化走出一条

特色化、差异化、品牌化的发展之路。正是由于这样的契机，杭州市建委和具有八十年光辉历史的中国美术学院找到了合作的支点。在彰显城市美学的城市有机更新项目中，杭州市建委与中国美术学院共同完成了中山中路综保工程、中山南路综保工程、“十纵十横”道路综合整治工程等工程，积极探索城市建设中“市、院发展一体化”模式。

中山路是杭州文化底蕴最为深厚的历史街区，对它的综合保护是对杭州历史文脉的一次梳理，目标是要将其打造成“宜居”、“宜商”、“宜文”、“宜游”的“中国生活品质第一街”。中山路综合保护与有机更新工程在构建杭州城市美学架构和体系上起到了重大的作用，也是杭州市建委与中国美术学院的完美合作成果。2007年《杭州中山路有机更新策划建议书》提出中山路综保工程总体战略目标是“充分发挥中山路区块的特色资源优势，打造具有杭州独特文化和历史内涵，集商业服务、休闲观光、生活居住为一体，用地合理、空间紧凑、特色鲜明、景观宜人，充满人性关怀、极富活力的传统商住综合街区”；并提出“建筑历史博物馆”的策划构想，其最大的亮点就是本着“历史资源保护与城市环境整治相结合，城市景观要素系统整合原则和历史风貌保护与激发城市活力相结合”的三个原则，突破了传统城市街道改造的局限，把中山路的改造面拉大，凸显立体的城市空间环境。



中山路综保工程是对“保存老杭州文化风貌”构想的一种升华。在建筑风格上对原有建筑进行了深化与再塑，同时对街区内的文保、历保单位也提出了详细的保护措施，除此之外，还重现南宋御街水景风貌。这是一种“复兴”的理念，而非简单的“仿古”，它将历史与现代融合，追求美学意义上的城市与文化的结合，抓住了城市的精神，彰显城市的现代气息，既增添古城城市生活的魅力，又不失现代人时尚的生活方式。基于这种层面的街区改造，才真正体现了城市美学的理念，才真正为城市品牌建立和城市美学营造奠定基础。

作为中山路综保工程的另一大亮点——公共艺术品精品长廊，更是见证了杭州市建委与中国美术学院这两年多来的默契配合与深入合作。2008年5月，中国美术学院提出《中山路综合保护与有机更新工程公共艺术精品长廊创作与设计方案》，旨在通过沿街的公共雕塑艺术品为市民还原一个更具有历史韵味的御街。南宋御街·中山路公共艺术精品长廊创作历经两年，在市领导的关心指导下，杭州市建委与中国美术学院等多家单位通过七八十次的研讨会与推进会，挖掘整理出二十多个历史文化碎片，在7个主题系列的一百多个设计方案中，最终确定10个可实施项目。期间我们或召开专家座谈会，或向群众公开展示，吸取杭州市民的意见，让群众自己做主人，选择他们心中的蕴含历史气息的“伟大作品”。

经过多次的精心制作与修改，2009年10月1日中山路综保工程开街之时，市民游客在中山路上欣赏到了《新中国第一个居委会》、《西湖之水》、《印刷史话》、《四世同堂》、《南宋名人园》、《孙中山在杭州》、《百工百业》、《长街少年》、《十万人家》、《杭城九墙》这十件作品。

而今，中山南路美食街再次进行升级，将于2011年5月正式开街。在杭州市建委与中国美术学院共同合作下，《御街新韵》、《南宋作坊——大染坊》、《东坡与美食》、《太庙祭祖》、《梦回水城门》这5组公共艺术雕塑即将完美呈现。其中《太庙祭祖》设在太庙广场对面高台立面，表现了南宋皇室前往太庙祭祖的宏大场面，46米长的浮雕长卷尤为壮观。

今后杭州市在城市建设过程中将继续坚持“城市美学”理念，深刻理解城市美学的内涵及外延，积极搜集城市元素、总结城市特色、发掘城市个性，努力打造“生活品质之城”。

杭州市西湖博览会办公室//
优势互补 合作共赢///

Hangzhou Office of West Lake Expo//
Cooperation for Win-Win With Mutual Complementarity///



叶 敏
杭州市政府副秘书长
西博办党组书记、主任

春华秋实，光阴荏苒。由杭州市人民政府和中国美术学院联合创办的中国杭州文化创意产业博览会已成功举办四届，中国杭州文化创意产业博览会（简称文博会）也逐渐发展成为继中国国际动漫节之后，杭州最大的文化创意类会展活动。在市委、市政府的高度重视，以及社会各界的积极参与下，文博会与动漫节一起逐渐形成了“上半年动漫节，下半年文博会”的城市文化创意展示格局。

历年来，文博会的规模 and 影响不断提升，展会总规模由2007年的1万平方米扩大到2010年的3万平方米；观众人数也由首届的3万多人次增至上届的30余万人次；项目成交额节节攀升，2010年展会意向成交及意向投资额达到32亿元，实际成交额及项目落地资金13亿元；文博会的成功举办更是吸引了200多家境内外媒体的关注，共计发表500多篇相关的文章和报道，有关杭州文博会相关新闻的网页报道达40余万条。

按照“十二五”规划的部署，文化创意产业在杭州加快构建“3+1”现代产业体系中扮演了重要的角色。近年来，杭州市委、市政府对文化创意产业进一步加大了扶持力度，杭州市有关部门围绕制定产业发展规划，出台促进产业发展的总体政策、服务平台政策、人才政策等方面，为文博会的快速发展提供了坚实有力的保障。作为文博会的主办单位，四年来，杭州市人民政府高度重视文博会项目，每年划拨专项资金用于扶持文博会项目，给予快速发展的文博会强有力的保障和支撑。通过几年的努力，杭州市文博会已在全国各地文创类会展项目品牌培育中占据了先发优势，也为杭州市加快文化创意产业发展、打造全国文化创意产业中心奠定了坚实基础。

围绕着“作品交流、理念推广和产业交易”的举办宗旨，市政府一直注重实效，接轨产业，扩大协作，历年来指导文博会团队邀请国际参展团体、港澳台专业机构以及国内知名文化创意产业企业集体亮相，使文博会成为具有重要影响力的文创产业交流平台，成为促进杭州市、浙江省乃至全国的文创产业发展的助推器。

作为文博会的另一个主办方，中国美术学院是我国第一所综合性的国立高等艺术学府。自2007年创办文化创意产业博览会以来，强有力地结合了政府、学院、媒体和企业的力量，加强专业观众的组织和推广力度；联合省内及市内众多行业协会；发挥其行业影响力，设立展示专区，建立产业交易的有效渠道和方式，强化市场化运作的力度和深度。

中国美术学院借助创意的力量，将文化、科技融入了传统产业当中，是将创意走向市场化的带头人。美院与市政府作为长期、稳定、全面、紧密的伙伴关系，一直以来积极参与杭州市“生活品质之城”、全国文化创意产业中心的打造，参与杭州城市建设、城市管理以及城市文化提升等方面的工作，以学术力量支持杭州市的社会经济和文化建设事业的发展。

自2007年以来，中国美术学院每年策划制作文化创意产业读本画册。通过资源整合，画册以一定声势推向社会，向大众展示美院的文化创意产业成果和历届文博会亮点成果，成为向社会推荐文博会的优秀平台。美院通过画册的打造，加强了学校和社会间的互相联动，宣传扩大展会的品牌，推动了文创产业的发展。

2011年，相信通过杭州市人民政府与中国美术学院等主办单位的精诚合作、共同努力，充分发挥政府与高校的各自优势，有效整合资源，扩大展会规模，完善运营模式，提升展会品牌，加强产业互动，必将使文博会成为国内最具影响力的文化创意类会展项目，也必将为杭州市加快发展文化创意产业、打造全国文化创意产业中心发挥更加重要的作用。



杭州市西湖区// 美术学院 美丽城区 携手共创美丽事业///

Hangzhou Xihu District// Great Contributions to the Beautiful Cause Made by China Academy of Art and Beatiful District Together///



郑荣胜
杭州市人大常委会副主任、
中共杭州市西湖区委书记、
之江国家旅游度假区
党组书记

俗话说，十年磨一剑。十年的流金岁月，见证着西湖区（之江国家旅游度假区）和中国美术学院的深情厚谊、和衷共济，印刻着彼此双方真诚合作、共赢发展的喜人成果，预示着区校合作的动人前景和美好蓝图。

缘起——美院的新家

西湖区，因西湖而得名，是浙江省委、省政府的所在地，是杭州市6个老城区中面积最大、人口最多的主城区，生态一流、环境优美，经济繁荣、社会和谐，可谓西湖养眼、西■养心、西溪养肾、西山养肺“四养同区”，人气、财气、秀气、灵气“四气兼备”，江、河、湖、溪“四水共导”，宜学、宜游、宜居、宜业“四宜相融”，黄龙商圈、龙坞生态基地、龙舟文化、西湖龙井茶“四龙腾飞”。2010年，全区财政总收入突破百亿元大关，地方财政收入达到61.8亿元。之江国家旅游度假区，是1992年经国务院批准的首批12个国家级旅游度假区之一，是杭州西南重要门户和“三江两湖”黄金旅游线的最佳结合点，发挥着“承东启西”的重要作用。

中国美术学院，是全国第一所综合性的高等艺术学院，拥有80余年的光辉历史，集聚了最优秀的艺术家、设计师和学者，是中国文化传承的典范，代表着艺术发展的方向，蔡元培、林风眠、潘天寿、黄宾虹、吴冠中等一大批声名赫赫的艺术大师，都曾在这里播撒艺术的种子，留下辉煌的印记。

2001年，中国美院开始为新校区选址。从蔡元培、林风眠时代开始，中国美术学院就被定位为“山水学院”，比如第一个校址选择的西湖孤山，第二个选择的是南山路。一马平川、毫无灵性的地方，不会是美院人的选择。当来到西湖区转塘镇的象山地区，面对青山绿水和遍野的白鹭，许江院长一见倾心。西湖区委区政府对中国美院落户象山非常欢迎，在征地拆迁、基础设施建设、后勤服务等方面给予了大力支持和全力保障。

于是，年届八旬的中国美院步履轻盈地一跃，把艺术气息从西湖之滨带到了之江象山，西湖区（之江度假区）和中国美术学院也由此结缘。

情谊——发展中升华

中国美术学院核心校区——象山校区入驻西湖区（之江度假区）后，区校间的合作不断深入，感情日趋笃厚，成效令人振奋，形成了资源共享、互利双赢、比翼齐飞的良好局面，并于2007年7月签订了《西湖区（之江度假区）与中国美术学院战略合作框架协议》。

我们共同提升之江地区的环境品质。

近年来，西湖区（之江度假区）致力于之江地区的环境投入和基础配套设施建设，尤其是加强美院周边的基础配套设施建设，杭富路、美院南路、美院北路、象山路等均已竣工通车，环境整治卓有成效。为打造环美院创意产业带，我们先后投入2亿元用于凤凰·创意国际园区基础设施建设，今明两年还将投入8亿元分别用于规划建设象山艺术公社、外桐坞艺术村落、凤凰国际大厦等中国美术学院国家大学科技（创意）园重点项目。同时，中国美术学院的专业优势在西湖和之江的环境建设中得到了充分发挥，西溪湿地、蒋村新区的规划设计堪称经典之作，《之江地区标识形象系统设计》、《之江地区城市色彩研究》、《之江象山艺术社区打造研究》等研究设计均是中国美术学院相关院系完成的，在之江地区的道路、公园、标识标牌、城市家具等设计建设中，也都凝聚着美院专家学者的艺术造诣和高超智慧。

我们共同促进文创产业的集聚发展。

文化创意产业是21世纪最具前景、最富活力的朝阳产业，也是西湖区转变发展方式和经济转型升级的必然选择。2010年，全区文创产业增加值实现128.91亿元，占地区生产总值的27.06%，文创产业已成为西湖区名副其实的“第一产业”。之江地区环境一流，加上中国美术学院的智力资源，无疑为文创产业的集聚发展提供了最有利的条件。经过区校双方的共同努力，2010年12月5日，全国第一个以艺术创意为特色的国家大学科技园——中国美术学院国家大学科技（创意）园成功授牌，总规划面积2351亩，这是一个没有围墙的产业圈，也是区校合作的有效成果。目前，园区已经吸引著名漫画家蔡志忠和风赋国际娱乐股份有限公司等众多名人名企入驻。

我们共同帮助创意人才的创新创业。

区校之间签订了合作开展创意领头雁人才工程培养计划。西湖区出台了《加快发展中国美术学院大学科技（创意）园的财政扶持若干意见（试行）》等优惠政策，每年设立500万元专项资金，吸引美院师生来之江文创园创业。同时，美院也制订了鼓励师生入园创业、重点实验室对园开放的办法。区校在创意人才的培养和创业方面，真正做到了“机制创新、资源共享、成果共享”。目前，之江文化创意园已引进近50家美院师生创办企业。

我们共同推进之江地区的城乡统筹。

美院的入驻，改变了之江、转塘的经济形态。这里原来以采矿、运输、维修等产业和传统农业为主，经济结构比较单一，三产不够发达。随着美院的入驻，考试经济、创意经济、服务经济、楼宇经济、休闲旅游经济等新型产业如雨后春笋般蓬勃兴起。中国美术学院国家大学科技（创意）园首期启动项目“凤凰•创意国际”是迄今为止全国唯一由水泥厂改建而成的LOFT创意园区，恰如凤凰涅槃，也是这里产业转型的典型缩影。据不完全统计，转塘地区目前直接经营艺术用品的商店达40多家，双流社区、外桐坞村等地已有40多家创意工作室，10多家培训中心，加上美院周边大量的小餐饮、服装店、理发店、酒吧、文化用品店等，直接带动了当地群众的就业和致富。受到美院人文艺术的熏陶，当地群众的思想觉悟

和文明素质也不断提高。美院的入驻，为提升转塘地区的品位，打造充满艺术气息、文化底蕴浓厚的旅游休闲中心城镇提供了强劲的支撑。与此同时，之江地区秀美的山水、日趋完善的基础配套、厚重的文化积淀和“大气、包容、谦和、争先”的西湖人文精神，也为美院的发展和美院人的创业创新提供了充足的养分。

愿景——携手新征程

“十二五”发展的帷幕已经拉开，当前，百万西湖人和之江人，正满怀豪情地围绕“打造首善之区、共建共享全国最美丽城区”的目标，全力打造大平台、推进大项目、培育大产业、实现大统筹、构建大和谐，努力推进城乡统筹、和谐发展、全面进步。我们将大力实施之江地区“五年大变样”行动计划，充分发挥中国美术学院、之江国家旅游度假区、中国美术学院国家大学科技（创意）园的品牌政策优势和“承东启西”的区位优势，努力把之江度假区打造成休闲度假胜

地、养生居住天堂、创新创业中心和生态示范基地。我们将全力打造全省文创第一区，加快构建“五核五带五链”产业布局，力争2011年文创产业增加值达到150亿元，占全区地区生产总值的30%。我们将全力推进中国美术学院国家大学科技（创意）园的建设发展，按照“创意的基地和平台、产业的集聚和品牌、艺术的摇篮和家园”三位一体的定位，以一个产业示范平台、一个创意创新中心、一个研发孵化基地、一个人才培养基地、一个专业交流基地、一个接产配套基地“六大区块”为基础，打造生态效益、经济效益、社会效益高度统一的艺术综合体。我们将积极支持中国美术学院的发展，为美院师生营造更好的创业平台，更多的优惠政策，更完善的配套环境，更优质的综合服务。希望中国美术学院发挥自身的智力和品牌优势，一如既往地关心、支持、参与西湖、之江的建设发展。

我们相信，以中国美术学院的学科、人才及科研条件为依托，以西湖区（之江度假区）的政策扶持、环境营造和资金引导为支撑，区校合作在未来一定会焕发出更强劲的能量，为西湖区打造首善之区、最美丽城区和中国美术学院建设“代表中国美术教育当代精神，体现中国文化艺术研究与教学最高水平的世界一流特色大学”增添有力的砝码！



杭州市上城区//
精诚合作 共进互赢///

Hangzhou Shangcheng District//
Sincere Cooperation for Win-Win///



陈红英
中共杭州市上城区委书记

中山路作为南宋都城的御街，千百年来，杭州人在这里出生成长、生活居住、购物消费、工作创业，它集中体现了杭州古城的城市特色和价值，最具代表性地反映了杭州历史变迁和历史风貌，是现今杭州城内历史渊源最深厚、历史地位最突出的一条历史文化名街。

根据杭州市委、市政府的决策部署，自2008年1月18日正式启动中山路综合保护与有机更新工程以来，上城区、中国美术学院和市建委三方通力合作、努力拼搏，坚持以“城市有机更新”理念为指导，按照以民为本、保护第一、生态优先、系统综合、品质至上、文化为要、集约节约、可持续发展的原则，创造性地回答了中山路能不能打造“建筑历史博物馆”、能不能引水入街、要不要打造公共艺术精品长廊、能不能适当增加新建筑和骑楼等关键性问题，确保了南宋御街·中山路于2009年国庆节精彩亮相。可以说，南宋御街·中山路的成功打造，是校地合作的成功典范，具有很强的现实意义和指导作用。

一、找到了校地战略合作的实践之路

改造前的中山路，存在商业价值整体衰落、历史风貌破坏明显、基础设施配套陈旧、景观绿地配置不足、交通系统严重老化、居民生活环境较差等诸多问题，与中山路的历史地位和独特价值极不相符。如何统筹解决上述问题，使历史与未来、经济与时尚、东方与西方、文化与经济得到较好融合，原真性、整体性、延续性、游赏性得到较好体现，实现文旅相依、商旅相旺、居旅相宜，彰显独特性、差异性和唯一性，这是南宋御街·中山路打造过程中的必解之题。作为国际影响颇大的国内最高艺术殿堂之一，中国美术学院在设计、色彩、城市美学等领域独具特色，对城市文化、城市规划、城市建设等方面有独到见解。正是这个必解之题和中国美术学院的专业优势，促成了校地双方在这一重大建设项目上的全方位合作，找到了一条校地战略合作的具体实践之路。

二、开出了校地战略合作的共赢之花

实践和成效证明，这既是一次“城市有机更新”的创新实践，也是校地资源共享、互惠互利的有效形式。

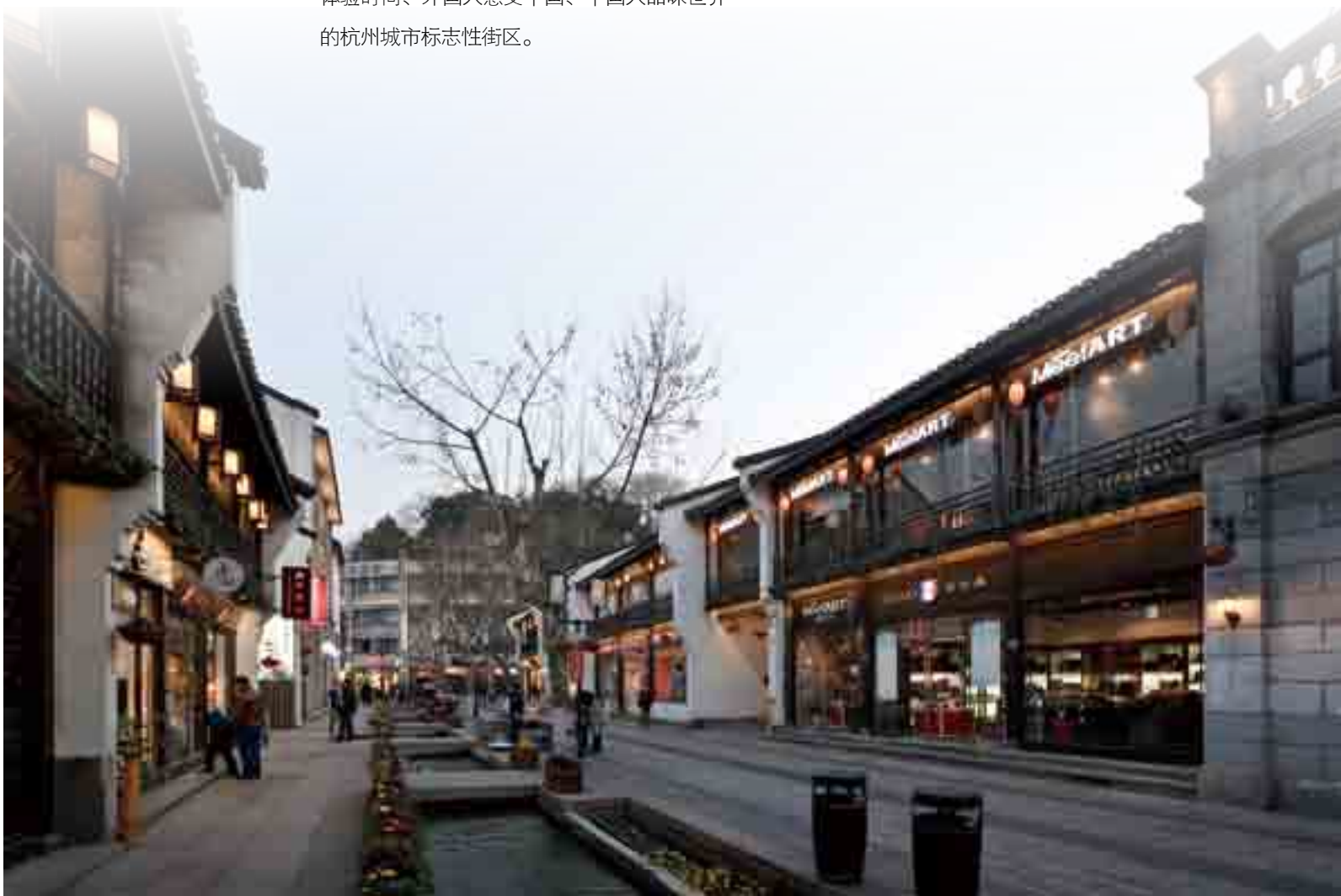
对于上城区来说

1.) 塑造了杭州城市新地标

经过七百多个日夜的努力奋战，在中国美术学院的全方位指导下，融历史与未来、经济与时尚、东方与西方、文化与经济于一体的南宋御街·中山路展现在世人面前：特色建筑和而不同、坊巷恢复再现南宋记忆、公共艺术长廊画龙点睛、新宋风建筑展示传承创新、立体绿化充满生活气息、引水入街丰富空间层次。街区的成功更新改造，唤醒了一串关于南宋皇城的繁华景象、市井生活的点滴记忆，绣出了一幅杭州生活品质的千年演变图，已然成为“老年人追忆历史、青年人体验时尚、外国人感受中国、中国人品味世界”的杭州城市标志性街区。

2.) 探索了城市更新新模式

中山路城市有机更新和综合保护是杭州针对历史城市核心地带，首次以整个街区规模来复兴和整治旧城的大手笔。按照“宜居、宜商、宜文、宜游”、“生活品质第一街”、“建筑历史博物馆”目标，改造难度大、涉及范围广、打造要求高，需要统筹考虑历史建筑保护、危旧房改善、业态调整提升、交通系统优化、店招店牌提升、环境综合整治等项目的系统推进。此次南宋御街打造由中国美术学院为主体的设计团队进行整体策划，开创了城市建设以系统策划为引领，进而形成设计导则、设计方案等一整套完整、科学的城市有机更新工作新思路，为老城更新、特色街区培育创造了宝贵的实践经验。



3.) 积累了文脉保护新经验

中山路及其周边是杭州主城区历史最悠久、遗存最丰富、历史风貌最完整的片区，涉及18处文物保护建筑和57处历史保护建筑，其中在上城区范围内涉及文保建筑12处，包括国保级文保的两处。在有机更新过程中，在中国美术学院等専門部门的指导下，在保护历史文化遗址方面积累不少经验：从被动的抢救性保护到主动的规划性保护，从补丁式的局部保护到着眼于遗址规模和格局的全面保护，从单纯的本体保护到涵盖遗址背景环境的全方位保护，从划地为牢的封闭式保护到引领参观的开放式保护，从文物的单一保护到推动“城市有机更新”、改善民生的综合保护，为杭州历史文化遗产保护提供了新的思路。

对于中国美术学院来说

1.) 全方位检验了工作

根据时任杭州市委书记、现杭州市人大常委会主任王国平主任对中山路综保工程“谋定而后动”的要求，中国美术学院调动全院的力量开展了中山路综合保护有机更新工程的全方位策划工作，通过穿街走巷充分收集现场资料，查阅史料完整收集文史资料，从杭州的人文、历史、文化各方面进行分析综合，组织各类研讨，参与核心区块设计工作，先后编制了《中山中路综合保护有机更新工程策划书》、《中山中路综合保护有机更新工程沿街设计导则》、《中山中路综合保护有机更新工程纵深地块设计导则》等，为中山路综合保护有机更新工程高标准推进奠定了基础。此次深度参与的工程实践，是中国美术学院第一次全方位介入如此规模、如此复杂的系统项目，开创了理论与实践、课堂与社会全方位互动的校地合作新模式，也是对中国美术学院学术成果和研究力量的一次集中检验。

2.) 全方位锻炼了队伍

此次校地合作模式，强调了双方的互动性,挖掘双方的内在需求,充分利用政府提供平台,促进教学研究成果的转化、学生实践环境的改善和效果的提高。在工程推进过程中，中国美术学院近二十个设计团队以及大量师生，深入现场服务，进行技术指导，及时解决技术问题，全程监督工程建设质量和施工进度。这种一线研究、一线实践，使得学校师生队伍的专业能力得到全面锻炼。

3.) 全方位打响了品牌

南宋御街镌刻着杭州城市的典型元素，是最具杭州城市基因的街区。此次有机更新工程在彰显杭州城市品牌、城市形象、城市美学等方面均取得了丰硕成果，并由此一举成为杭州对外交流和展示形象的一张城市名片。中国美术学院依托街区知名度和美誉度的拓展，也实现了自身品牌效应的提升。如今的南宋御街，已经成为中国美术学院学术研究成果最为集中的展示窗口，成为表征其学术能力的经典作品。应该说，以项目为载体的合作，昭示了校地合作的发展方向，显示出极为广阔的合作前景。

三、开启了校地战略合作的未来之门

南宋御街•中山路的成功打造，标志着校地战略合作站在了一个新起点上，为未来全面合作奠定了更加坚实的基础。当前，中国正处于城市化加速期，城市化将成为中国发展的巨大引擎。“十二五”期间，上城区将继续推进“城市有机更新”，着力破解“保护、发展与民生”之间的矛盾，有效防止历史文化遗产被破坏、城市个性和特色消亡、“千城一面”等“城市病”，走出一条特色化、差异化、品牌化的城市发展之路，打响“南宋古都•经典上城”品牌，这更需要中国美术学院发挥专业和人才优势，积极参与、深入研究，为我们的具体实践提供智力支持和决策参考。正因为此，未来的合作具有更加广阔的空间、更加美好的前景。

1.) 在共谋“城市有机更新”上加强合作

上城区正在实施“51131”南宋皇城街巷综合保护工程、玉皇山南综合保护工程、湖滨地区综合整治二期工程、望江地区改造等“城市有机更新”项目，着力保护历史文化遗产、改善群众生活品质、拓展持续发展空间。这需要中国美术学院在老房子保护和利用、城市美学等方面作进一步深入的研究和探索，为具体实践提供理论指导，为促进城市美提供新的理念和思路。

2.) 在打造“南宋古都 经典上城”品牌上加强合作

南宋元素以及深厚的历史文化底蕴，是上城区最大的特色和优势。今后一段时期，迫切需要双方在南宋皇城遗址综合保护、挖掘整理历史文化、提升景观特色、打造精致空间等方面加强合作，切实打好“南宋牌、文化牌、品质牌”，着力打造上城区的城市品牌。

3.) 在发展文化创意产业上加强合作

文化创意产业作为上城区发展的五大主导产业之一，双方合作具有良好的条件和基础。近年来，双方在发展文化创意产业上进行了深入合作，“西湖创意谷•开元198”已成为文化创意产业发展的重要窗口。上城区将进一步加快玉皇山南创意产业园等平台建设，加大扶持力度，为文化创意产业发展创造良好的环境。中国美术学院拥有名校、名师、名人等资源优势，集聚了大量的领军人才和创业人才，希望中国美术学院动员和鼓励他们到上城区创业发展。

4.) 在提高人民群众生活品质上加强合作

文化生活与群众的生活品质息息相关。希望中国美术学院发挥引领作用，通过各种艺术活动，普及艺术知识，提高市民艺术修养，营造良好的艺术氛围，让全体市民和游客享受到一流的文化生活。

合作只有起点，没有终点。我们将一如既往地重视与包括中国美术学院在内的高等院校合作，拓展合作领域，搭建合作平台，营造合作氛围，努力推动校地共同发展。我们相信，通过校地双方的共同努力，校地合作一定能够结出更多的丰硕成果，上城区和中国美术学院也必将迎来更加灿烂辉煌的明天！

杭州市下城区// 实施区校战略合作 共建繁华时尚之区///

Hangzhou Xiacheng District// Implementing Strategic Cooperation Between District and School to Establish a "District of Prosperity and Fashion"///



赵 敏
中共杭州市下城区委书记

2008年底，下城区委、区政府根据市委、市政府提出的把中山路打造成一流的“宜居、宜商、宜游、宜文”的“中国生活品质第一街”和南宋御街国际旅游综合体的总体要求，做出了打造中山北路创意文化商业特色街区的重大决策。近年来，我区立足下城“繁华时尚之区”的战略定位，充分发挥主城区商业中心的优势，结合城市综合保护和有机更新，通过引入前沿的文化创意产业业态，加快实现街区的产业转型升级，巩固和提升武林商圈的核心地位，增强区域综合竞争力。

中山路是杭州城内历史渊源最深厚、历史地位最突出的一条历史文化名街，它集中体现了杭州古城的城市特色与价值，是反映杭州历史变迁和历史风貌最具代表性的街区。作为南宋御街的有机组成部分，历史上的中山北路集中体现了当时的市井商业繁华：拥有南宋时期最热闹喧嚣的民间文化娱乐场所——众安桥“北瓦”；最别具风情的“北关夜市”；最能体现杭城市井风貌，又满是故事的坊巷；最完整的近代西方文化——“两教堂一故居”（天主教堂、天水堂、司徒雷登故居）等等，这些御街记忆为中山北路勾勒了一幅“自大街及诸坊巷，大小铺席，连门俱是，即无空虚之屋”的繁华景象。

穿越时空，今天的中山北路展现在世人面前的是另一番时尚景致，经过一系列环境有机更新和业态优化调整，这条古老而又年轻的街区进一步彰显都城风采、恢复城市记忆、重塑空间肌理、再现市井生活、交融中西文化。尤其是我们在传承历史文化、重现御街记忆的同时，注重依托区域商贸业、会展业、传媒业的集聚优势，通过构建创意生活的展示体验街区、创意产业的集成交易平台和创意思想的荟萃辐射高地，以年轻态的产业结构，集中展现南宋御街“未来”的时尚魅力和活力。可以说，通过重点发展文化创意产业，着力挖掘杭州悠久的历史文化，把杭州悠久的历史文化与当代国际流行的时尚文化有机结合起来，是一条具有杭州特色的全面、协调、可持续发展之路，也为振兴民族动漫产业、弘扬民族文化、提升杭州的文化软实力发挥了不可取代的重要作用。

南宋御街•中北创意街区的建设，是下城区与中国美术学院区校合作的结晶。2009年5月，下城区委依托中国美院编制了《南宋御街•中北创意街区业态发展规划》、《南宋御街•中北创意街区景观规划设计规划》和《南宋御街•中北创意街区三年营造计划》（简称“二规划一计划”），立足“御街上的创意街区”这一理念，依托下城区域商贸业、会展业与传媒业等产业集聚优势，提出以“御街记忆•创意时尚”为主题，以“南宋御街”文化为品牌、创意产业为拓展，突出“记忆”与“时尚”之间的紧密联系，记忆因时尚而彰显，时尚因记忆而恒久，延续中山路传统脉流。

在空间布局上，结合中山北路的历史与现状，提出了以“街巷互动、点线成坊，种子植入、品牌拉动，产业扶植、商贸一体”为策略，以创意商品引领创意产业发展，以创意交易拉动创意资本转换，以创意体验创造认同形成立体的创意交易空间，以御街为轴向周边坊巷延伸的“一轴三区”规划结构。

在业态定位上，以创意文化为先导，以营造创意体验为核心拓展创意商品与创意交易，在景观上以御街超时空串联起创意体验。通过“八节点、两广场、五坊、一片区”以及四条特色街巷的打造，拓展至街区内更多创意体验点的编织，将几近消逝的历史记忆跨时空串联起丰富多彩的创意体验。引入创意立体商业概念，将创意与生活、创意与社区、创意与互联网、创意与文化进行重新整合，融汇起富于内涵与活力的创意产业生态。同时，通过空中咖啡馆、创意楼道、LOFT商店等各种创意商业空间概念，促进都市立体商业的引力 and 规模，从而为现有业态转型升级提供租金成本优势，为实现业态规划的调整提供支撑。

在景观提升上，主要是通过建构小空间体系，营造漫城、雅街、幽巷的“非”字型空间结构，在御街记忆的基础上生长出以创意时尚为基本理念，全线贯穿“南宋御街”统一的城市家具和形象系统，建筑物立面在保持历史生长多样性基础上，通过演绎御街记忆体和时尚橱窗相结合的手法加以提升改造。同时，通过提高社区居民的参与度，整合社区和居民的多方合力，以构建居民创意共同体的方式延伸坊巷空间，逐步将部分封闭的居民小区改造为各种层级的开放多元复合的城市坊巷创意休闲空间。



《南宋御街·中北创意街区三年营造计划》着力营造中北创意街区的创意软环境，由点连线，由线成面，循序渐进实现规划目标。同时还提出了文化构建三大任务：优化街区的环境氛围，即个性张扬，自由宽松的人文环境；提升街区的管理水平，即以人为本，尊重创造的价值认同；塑造街区的品牌形象，即思想新锐，品位高端的形象系统。围绕“创意经济文化”、“知识产权文化”和“设计大师文化”三大主题，构筑街区文化体系。

不仅如此，中国美术学院团队还参与中北创意街区大量创意实践，如策划“创意变身1+1”活动、参与中北创意街区环境设计、参与2010中国国际动漫节分会场活动策划与实施等，对于街区业态调整、环境提升和品牌打造起到了推进作用。

中国美术学院作为我国一流的美术院校，近年来，积极参与杭州地方经济社会建设和发展，在人才、智力等方面给予了大力支持，与下城区建立了战略合作伙伴关系，达成了战略合作意向。这次中北创意街区的规划和建设，就是中国美术学院与我区真诚合作结出的丰硕硕果，区校战略合作具有广阔美好的前景！我们将在此良好的基础上，进一步发挥双方各自的优势，在文化创意产业研究、文化创意人才培养、文化创意产业项目开发等方面开展更深入、更高层次的全方位合作，把“御街上的创意街区”建设得更好、管理得更好、利用得更好，使中北创意街区真正成为杭城独一无二的构建创意生活的展示体验街区、创意产业的集成交易平台和创意思想的荟萃辐射高地，推动区校战略合作再上新台阶！

杭州市高新区(滨江)//
借力中国美院 发展文创产业///

Hangzhou Hi-Tech Industry Development Zone (Binjiang)//
Developing Cultural Creative Industry With
Support of China Academy of Art///



张 耕
中共杭州市高新区
(滨江)党委书记、
管委会主任、区长

近年来，高新区（滨江）紧紧围绕市委、市政府打造“全国文化创意产业中心”及“动漫之都”的战略目标，积极构筑平台，营造环境，优化服务，大力发展文化创意产业。2010年全区实现生产总值341.7亿元，文化创意企业实现营业收入252亿元，文化创意产业已由单一的动漫产业发展成为以文化为依托、动漫游戏为核心、白马湖生态创意城为主平台的产业发展格局。2008年至2010年动画产业基地原创影视动画作品连续三年位居全国第一，八大门类文化创意产业开始在白马湖生态创意城集聚。2009年，李长春同志在视察滨江时，对我区文化创意产业发展给予了高度肯定。

高新区（滨江）在文化创意产业发展方面取得的成绩，离不开市委、市政府的正确领导，离不开社会各界的鼎力相助，也离不开中国美术学院等在杭高校的人才和智力支持。从高新区（滨江）与美院建立全面合作关系以来，在双方的共同努力下，合作内容不断深化，合作成果不断体现，合作共赢、互惠互利的格局进一步形成。特别是2008年以来，根据《白马湖生态创意城联合开发框架协议》，双方为开发建

设白马湖生态创意城紧密协作，携手共进，把推动以“四区四宜”、“一主多副”白马湖生态创意城的全面建设作为双方合作的重中之重，区校全面合作取得了丰硕成果。回顾这几年和美院在白马湖建设中的合作历程，主要有以下四方面的显著成效：

一、带动了滨江南部区块城市建设

近些年来，我区经济社会发展快速，城市建设日新月异，在浙赣铁路以北区域，科技新城轮廓初现，但铁路南部区域特别是白马湖地区，还是以农业为主要产业特征，南北差异十分明显，有人形象地称之为“北部像欧洲，南部像非洲”。针对这一现状，在市委、市政府领导下，高新区（滨江）制定了拓展南部新区（白马湖片区），打造高新区新增长极的工作计划，提出了“国家级的文化创意产业区、白马湖旅游休闲度假区、杭州城市美学和建筑美学示范区、杭州和谐创业示范区”的总体建设目标。三年来，在许江院长和宋建明副院长的亲自策划和具体指挥下，中国美术学院先后参与完成了《白马湖生态创意城概念性规划》、《白马湖、浦乐、长河、东冠、襄七房东五个单元控规》、《动漫广场方案》、《山一村村落改造规划》、《柴家坞农居SOHO改造方案》、《三年行动计划》、“首届白马湖艺

术节”、柴家坞农居SOHO招商等工作。从最初的概念性策划到柴家坞、动漫广场建筑、景观、公共艺术设计和招商都在中国美术学院的大力配合下得以完成，动漫广场、农居SOHO、“七路七河”等26项重点工程全面推进，白马湖区域城市面貌焕然一新，城市美学特征不断彰显。白马湖生态创意城先后荣获“2010年当代城市化项目杰出蓝本”、“中国低碳旅游示范地”、2010华人住宅与住区生态住宅设计奖等荣誉。

二、带动了文化创意产业的集聚和发展

中国美术学院久负盛名，是当今国内学科最完备、规模齐整的综合性美术学院，是中国最早的美术大学之一，也是最早实施设计学的高等学府，创办八十三年来，培养了一大批杰出人才，积淀了深厚的文化创意底蕴。2009年4月，美院旗下中国美术学院创意产业发展公司正式入驻白马湖生态创意城，同时高新区（滨江）制定出台了《关于鼓励文化创意产业发展的若干意见》，设立杭州高新区文化创意产业发展专项资金9000万元，用于扶持文化创意产业发展。美院强大的学科优势、人才优势和高新区（滨江）政策优势及创意城的环境优势相互融合，不断加速文化创意产业在白马湖的生根发芽。2010年，在柴家坞农居SOHO引进网易陶瓷、杭州西湖国际博览有限公司等30家创意企业（团队）的基础上，又引

进207家创意团队意向入驻农居SOHO二期工程，其中46家创意团队已签约入驻，农居SOHO成功实现了“谁会来租”到选择“租给谁住”的喜人局面。中国动漫博物馆、朱德庸幽默馆、渔文化博物馆、美院创意园、宏梦创意园、动漫主题公园、华数电视产业园“三馆四园”成功落点，国家设计中心、中影集团、中广国际等50多家国内外知名创意企业即将入驻，“中国创意产业最佳园区奖”的殊荣花落创意城，白马湖生态创意城的城市品牌效应、产业集聚效应不断凸显。

三、带动了传统企业改造和转型升级

今年年初，中国美术学院许江院长来到白马湖生态创意城专程踏看了区域内多家传统企业，并决定将其中一家厂房改造成艺术馆和工作室，改造工程将于近期展开。近年来，在中国美术学院以及很多创意企业的潜移默化的影响下，白马湖区域的传统企业依托创意城发展创意产业的天时、地利、人和优势，调整发展方向，通过企业改造大力发展被喻为“朝阳”产业、“黄金”产业的文化创意产业。如：区域内一家原本从事金属拉丝的企业，通过引进瑞德工业设计，年产值跃升到了1.53亿元，税收1020万元。可以说，如今改造传统厂房、发展文化创意产业、加快转型升级已经成为区域内很多企业的广泛共识和自觉行动。

四、带动了民生保障和城乡统筹发展

2008年初，我们紧紧抓住中国美术学院全面参与白马湖生态创意城开发的有利契机，探索区校合作新机制，与中国美术学院共同策划了柴家坞农居SOHO改造工程。通过三年来的探索与实践，农居SOHO带来的经济、社会、生态效益不断彰显，民生保障和城乡统筹问题得到有效解决，实现了政府、美院、创意企业、原住民的多方共赢。这些成效主要表现在：

1、提高了原住民生活品质

以山一村柴家坞为例，改造前村民主要从事农业或打零工，人均年收入在1.5万元左右。改造后户均年房租收入达到10万元，收入大幅增加，同时拓宽了就业渠道，增加了就业机会，村民群众的生活品质有了极大提高。

2、改善了生态环境

通过农居SOHO改造，不仅减少了开发建设对环境的干预和破坏，使生态环境进一步优化，一幢幢造型别致的农居SOHO掩映在青山绿水之中，处处是原住民与创意人才和谐共存的景象。

3、走出了一条城郊新农村建设的新路子

通过“SOHO进农居”，让农民直接参与文化创意产业，使农民由从事农业直接融入到目前处在最前沿的文化创意产业发展中，是农民生产方式、生活方式的一大“革命”。农居SOHO改造的创新举措，走出了城郊新农村建设的新路子，将原来城市化进程中“扰民”的拆迁负担，变成了一种难得的比较优势。区校合作在白马湖生态创意城建设上虽然取得了一些成绩，但合作才刚刚起

步，接下来我们将进一步加强与中国美术学院在“产学研”方面的全面合作，发挥好美院文创源、智囊团和人才库的作用，明确下一步区校合作的重点项目主要是三个方面：首先，进一步加大“白马湖模式”的研究；其次，共建区域文创产业发展新平台，促进美院文创成果在白马湖的转化和产业化；第三，充分依托美院的影响力和感召力，加大联合招商引智力度，加快名企名人在白马湖集聚。

围绕这三方面，我们将重点抓好以下几项工作：

1、建立起区校合作协调机制

创意城指挥部和美院创意发展公司作为区校合作联络单位，进一步建立健全协作机制，定期开展年度情况交流联谊会、季度联系会和月度交流会。

2、鼓励文创成果转化

美院协助高新区（滨江）定期组织文创成果转化洽谈活动，高新区（滨江）积极推进成果转化载体——中国动漫博物馆、美院创意园、美院动漫广场研发办公基地的建设，重点支持美院相关院系、学术机构、下属企业来白马湖落户，落实文创相关政策。

3、加大人才培养和使用

高新区（滨江）定期向美院提供各类人才需求信息，定期组织面向美院的人才招聘活动，鼓励美院毕业生到白马湖工作和创业。同时，根据企业的需求，共同组织专项人才的定向培养。

4、拓展合作领域和内容

围绕民生保障和城乡统筹发展，在山一村农居SOHO的基础上，调查研究确定拓展合作领域和内容的具体范围，加快推进山一村农居SOHO文创氛围营造、招商引资和产业集聚，打造好农居SOHO这张“金名片”。

白马湖生态创意城动漫广场/



杭州市之江国家旅游度假区//

创意国美 品质之江///

Hangzhou Zhijiang National Tourist Holiday Resort//

Creative China Academy of Art and Quality Zhijiang///



王 炬
中共杭州市西湖区委常委、
区政府党组副书记、副区长，
杭州市之江国家旅游度假区
党工委副书记、
管委会巡视员、副主任

近年来，之江国家旅游度假区与中国美术学院本着“优势互补、合作共赢”的原则，在城市建设、经济发展、产业培育、文化塑造等方面开展了多领域、多层次的区校合作，结出了丰硕的成果。其中最具代表性的成果是共建之江文化创意产业园，成功申报全国首个以艺术创意为特色的国家大学科技园。现就区校合作的战略意义、实践成果、模式展望作一探讨和浅析。

一、区校合作的战略优势

1、区域环境与美院艺术禀赋协调共融

自然环境优美

杭州之江国家旅游度假区是1992年10月经国务院批准的全国12个国家级旅游度假区之一，位于杭州西南部，东南临钱塘江，西至灵山、龙坞景区，北靠西湖风景名胜區，规划管辖面积涵盖整个之江地区156平方公里，规划开发建设面积达到了46平方公里。区内景色秀丽，环境幽雅，交通便捷，智力雄厚，是杭州西南重要门户和“三江两湖”黄金旅游线的最佳结合部。

文创环境优越

西湖区（之江度假区）根据自身优势，将之江地区整体规划为“养生居住天堂、旅游度假胜地、创新创业基地、生态环境示范区”，文化创意产业被列为该区域发展的重点支柱产业，积极培育“知识经济”、“头脑经济”体系，打响了之江地区发展文化创意产业的品牌，夯实了与中国美术学院产业发展的基础。

美院校区协调共融

中国美术学院象山校区坐落于度假区内，无论从规划还是空间角度看，都是美院目前最大的主体校区。象山校区环象山而建，紧邻转塘街道核心区域，利用并发挥了度假区的环境优势，也充分满足了各类艺术应用类学科对环境和建筑的要求，实现了区校环境的自然融合。

2、丰富的产学研体验为区院合作提供基础

区域产学研资源丰富

西湖区是杭州市核心的文教区，辖区内有中国美术学院、浙江大学、浙江工业大学等30多所高等院校，为西湖区（之江度假区）积累了丰富的产学研资源。也正是与这些院校的长期合作，我们积累了丰富的产学研合作模式和体验，为我区与中国美术学院的合作提供了基础。

美院众多产学研资源坐落区中

中国美术学院的前身国立艺术院是蔡元培先生1928年创立的，目前已经发展成为国内学科最完备、规模最齐整的综合美术院校。象山校区内，拥有众多省、国家级重点实验室，一大批著名教授，每年举办40余场国际学术交流活动。这种资源的普遍和便利直接激发了双方的合作、协作愿望，并促成了这种愿望成为实践。

3、合作基础体现“全面、高起点、系统性”

早在2006年，西湖区（之江度假区）就以美院象山校区为核心区域对转塘进行整体规划布局，针对中国美术学院发展所涉及的配套道路等建设，给予了重点支持，加大了基础设施和环境提升，为中国美术学院的顺利入驻奠定了基础；2007年，区校合作被列为市校合作的重点内容，双方签订了战略合作协议，就推进之江地区文化创意产业发展、打造环美院创意产业带进行了多次的对接与协商，提出了新型区校合作机制模式。近几年，西湖区（之江度假区）的产业发展空间规划得到了院校的大力支持与参与，中国美术学院已经开展了20多项关于之江地区城市设计和形象的策划等规划，围绕城市规划、市政建设、产业发展、环境营造等开展了全面的合作，实现了持续的合作态势和良好的发展前景。

4、区校合作中文创特色鲜明

一是区域产业定位高

西湖区提出打造全省文创产业第一区，围绕打造环美院创意产业带、之江艺术社区等概念，全面系统构建了创意产业的原创、研发、接产等配套体系，形成了“创意的品牌和基地、产业平台和集聚、艺术的摇篮和家园”的统一定位，为下一步快速发展区域产业奠定了基础。

二是围绕校区形成区域文创氛围

之江地区依托中国美术学院象山校区逐渐形成了环美院创意经济，由美院品牌及围绕美院发展服务所产生的考试、培训等文创消费、艺术创作、商贸餐饮等休闲旅游相关产业开始发展起来。并带动原住民积极参与到艺术创意产业的生产、服务和生活环境中，增加了他们的收入，提高了他们的素养。

三是合力推进文创重点项目建设与发展

西湖区（之江度假区）先后投入大量的人力、物力和财力，规划了“两点一线”之江文化创意园，建设发展凤凰•创意国际园区；鼓励外桐坞、象山艺术公社等区域逐步集聚创意工作室和展览馆；通过规划和政策服务，充分调动“村社经济”发展文化创意产业和配套，形成良好的产业氛围，这些重点项目的发展都与中国美术学院的入驻，影响的辐射以及各个方面的合力推进密切相关。

二、主要做法与经验

1、角色定位清晰

区校合作中的角色定位对于双方合作的发展具有重要意义。西湖区（之江度假区）与中国美术学院的双方领导层在不断加强联系与沟通的同时，逐步形成了扬长互补的角色定位。在城市建设和产业培育中，政府充分发挥主导作用，通过空间的规划、布局和人力、物力、财力的投入，确保了合作的各项工作具备前提和基础。中国美术学院充分发挥专家资源的优势，为城市建设和产业发展出谋划策，为政府决策提供科学合理建议。同时，院校充分发挥自身资源，不断投入智力、人力资源，为区域的经济发展和增添活力、动力。这种在实践中逐步完善的角色定位，为双方不断深化合作内涵、外延提供了可能，并创造了践行条件。

2、合作机制保障

自2006年成立象山校区建设领导小组，到2007年签订战略合作协议，2008年双方共同举办之江文化创意园开园仪式，2009年提出合作申报中国美术学院国家大学科技（创意）园，2010年市政府下文成立中国美术学院国家大学科技（创意）园建设领导小组、中国美术学院国家大学科技（创意）园管委会及其办公室等机构。这些年来，双方不断强化沟通，尤其是2008年以来，区委、区政府与中国美术学院领导层面沟通更是频繁，围绕区域建设和产业发展不断对接磋商，达成共

识。目前，区校双方分别明确了对接的领导和部门。而且，在中国美术学院国家大学科技（创意）园各层级机构中，都由市、区政府与中国美术学院分别派任人员担任。这种固定常设的合作机制，整合了行政资源，密切了校地关系，充分激发了各方积极性，保障了区域发展、重大决策的科学性和决策后的执行效率，也从某种角度保障了区校合作的内涵、外延不断发掘扩大，并使这种扩大具有持久的可能。

3、政策引导多方合作

为充分挖掘学院的优势，形成更紧密的区校合作，我区针对美院师生创业、艺术资源共享、人才引进培育等方面出台举措和政策。西湖区（之江度假区）专门出台了《加快发展中国美术学院国家大学科技（创意）园的财政扶持若干意见（试行）》等扶持政策，鼓励美院有关的创意人士创业在之江、居住在之江，以此吸引和集聚大量专业人才。同时，我们专门建设了大学生科创中心解决大学生创业就业问题，区校双方还签订了《创意领头雁人才战略合作协议》，明确相关部门，推进人才的引进和培育。目前双方已在人才、活动、产业培育、项目甄选等方面形成了部门间的日常合作。

4、重点项目推进

我区与中国美术学院合作的一大特点就是——大力推进文创产业重点项目。围绕发展以美院学院优势为特色的文化创意产业，区校双方共同规划了“两点一线之江文化创意产业园”。之江文创园规划占地面积2351亩地，“凤凰•创意国际”、外桐坞艺术村落、象山艺术公社、山北创意接产基地等七大项目。区里先后投入大量的人力、物力和财力，规划并建设了“凤凰•创意国际”等项目，中国美术学院也在师生资源等方面给予了重点支持。短短两年多时间，整个之江地区文化创意企业已达到1200多家，举办专业活动100多场；之江文化创意园被评为“2009年中国最佳创意产业园区奖”、“浙江省服务业集聚示范区”、“杭州市国家动画产业基地拓展区”等，2010年被科技部、教育部命名为“中国美术学院国家大学科技（创意）园”，同时，“凤凰•创意国际”也是杭州市唯一被列为2008年新增中央投资扶持项目的现代服务业项目，可以说，基本打响了区域文创品牌。

5、重抓载体实现

在近几年区校合作中，非常值得一提的是双方合作成功申报了“中国美术学院国家大学科技（创意）园”——全国第一个以艺术创意为特色的国家级大学科技园区。围绕申报国家大学科技园这一载体，双方多次对接与协商，共商园区规划、共商产业培育、共商平台建设。围绕科技（创意）园区的申报和建设，双方更进一步密切合作，分别委派人员充实管委会班子建设，共同制定了《中国美术学院大学科技（创意）园管理办法》等8项管理制度。中国美院还专门制订了鼓励师生在园创业、重点实验室对园开放的办法。区校在建设和申报过程中，真正体现了“机制创新、资源共享、优势互补、共建共享”。

三、主要成效

1、之江地区整体文创产业得到提升

文创氛围日益浓厚

西湖区（之江度假区）与中国美术学院联手打造环美院创意产业带已成共识，象山社区、转塘社区、双流社区等周边社区内，分布了众多的培训班、艺术工作室、艺术用品商店、画廊等创意机构。部分社区结合10%留用地，主动规划发展艺术文化用品市场、多媒体厅、美院作品展示厅、培训学校等文化创意产业配套设施。村民也通过自发形式，拓展配套服务，融入到产业发展中来，文创产业的氛围日趋浓厚。

文创品牌逐渐打响

之江文化创意产业在西湖区（之江度假区）与中国美术学院的共同推动下得到快速发展，并在社会各界产生了深刻而广泛的影响。短短两年的时间先后有100多家媒体进行了跟踪报道，前来参观的国家部委、省市区上级领导及业内专业人士达3万人次以上。其中包括世界创意产业之父约翰•霍金斯、德国马肯影视以及台湾文创三巨头等知名文创人士与机构。

文创人才逐渐集聚

中国美术学院象山校区的文创相关专业类师生已近6000名，为发展文化创意产业提供了比较充足的人力资源；通过与中国美术学院开展文化创意产业的紧密合作，院校与地方、企业形成了积极互动。杭州留学生创业园、中国美术学院大学生实践基地、北京电影学院培训基地、中影集团杭州基地等培训平台纷纷设立并投入运营，为之江地区人才集聚的延续性打下了坚实的基础。

2、中国美术学院国家大学科技(创意)园建设富有成效，并具有强劲的发展势头

园区发展绩效良好

园区依托中国美术学院丰富的产学研资源，在短短两年多时间，已引进注册企业156家，其中包括台湾著名漫画大师蔡志忠，亚洲最具影响力的实验戏剧导演孟金辉，台湾“综艺教父”王伟忠等行业领军人物；举办了50多场国际专业活动；目前在孵企业72家，已初步形成了动漫游戏、设计、新媒体、艺术品等行业特色，构建了企业“生态链”的框架。

园区创业机制完善

西湖区（之江度假区）特别注重与美院专业人才的互动对接，针对园区内的大学生创业者专门制定出台了各类政策措施；改建了3500平米的大学生科创中心、给予入驻大学生企业“两年全额房租补贴，办公设施免费使用”等；每年不定期组织大型人才对接交流会、创业沙龙等各类人才活动近20场，累计大学生来园实习、实践近600多

人次；牵头联系10家入孵企业作为美院学生见习基地企业，每年组织40名在校生参加为期1—3个月的见习活动；每年评选5家美院师生自主创业成功典型，给予3—10万元奖励。两年多来已为中国美术学院师生及相关企业提供就业岗位1100多个，接纳学院应届毕业生186人，成功指导美院大学生创业企业53家。

园区项目全面启动

【之江文化创意园】“凤凰·创意国际”一期已完成，成为中国美术学院国家大学科技（创意）园的主要孵化区域，初步形成规模，已产生较好的经济效益，今年即将启动二期建设；未来大学科技（创意）园的主平台项目——【之江文化创意园】凤凰大厦（暂定名）建设用地规划许可及规划条件申请完成，预计今年下半年将开始动工，3年内将逐渐产生巨大的社会和经济效益；象山艺术公社设计方案已完成，计划今年上半年正式动工改建；外桐坞艺术村落整治已全面启动，预计年内将全部完成。

3、引领并影响区域经济发展模式的转变

一是促进就业、创业，带动生产方式、生活方式发生转变

之江地区是杭州市的饮用水源保护区和景区生态保护带，一直是开发建设的敏感区和滞缓区，传统的农业和水泥采矿业长期占据主导地位，当地老百姓的就业观念相对落后，就业渠道狭窄。文创产业的兴起为这里引进了大量的高端创意人才，也吸引了很多文创企业入驻。由此吸引和影响了周边群众主动进入文创行业寻找就业、创业机会。借助文创产业的生活渗透性、技术渗透性、人文素养渗透性特点，利用文创产业链长、涵盖范围广、服务需求多样的特点，社区居民在文创作品加工、艺术品交易、作品展销、文房四宝零售等衍生附属行业中实现了居家就业，一种全新的生产、生活方式正在形成。目前整个之江地区1200多家文创企业带动周边高校毕业生和居民（农民）3000多人直接就业，带动相关服务、配套行业间接就业1万多人。另外，我们还发挥了中国美术学院国家大学科技（创意）园的交流、展览、艺术活动等功能，有效带动社区文化建设，较好地实现了文创产业的“集聚平台带社区文化，专业人才带居民就业，艺术产业带艺术素养，产业环境带生活品质”的协同效应，初显了地区经济效益和社会效益的和谐共赢。

二是发挥文创产业新兴生产力的作用，促进经济社会实现跨越发展

文化创意产业是以文化为基础、创意为核心的产业，她摆脱了以往传统产业对资金、土地和其他固定资产的依赖，更注重人的智慧、创意和科技手段的应用，不仅为人们提供文化含量高的产品和服务，满足精神需求，从而扩大消费、刺激内需；同时，还与其他产业融合发展，促进产业创新和结构优化。正像约翰·霍金斯在《创意经济》一书中所说“创意经济现在每天创造220亿美元的产值，并以5%的速度递增”。刚刚过去的2010年，西湖区、之江度假区文化创意产业的增加值达到了128亿元，占地区生产总值的比重达到了27%。文创产业成为了西湖区名副其实的“第一产业”和“最美丽的产业”，在有效推进区域经济转型升级方面起着龙头和引领作用。

下一步，围绕区委、区政府的“十二五规划”总体部署，依托中国美术学院人才和智力优势，我们将继续深化与美院在中国美术学院国家大学科技（创意）园的合作，发挥以艺术创意为特色的国家大学科技园平台作用，通过机制、体制和管理模式创新，打造一个在长三角乃至全国具有影响力、竞争力的平台体系。同时，密切与中国美术学院在发展环境、产业平台、企业集聚、功能配套等方面联动，努力构建具有国际水平的产业发展高地，促进艺术与科技的有效快速结合，促进之江地区文创产业的快速规模化发展，探索出一条艺术类院校与地方政府产学研合作的成功路子，走出一片院校与社区共存、共融、共发展的新天地。有理由相信，假以时日，之江文创产业的星火终将燎原。

中国美术学院//
名城名校时代的创举///

China Academy of Art//
A Remarkable Feat in the Times of Famous City and School///



宋建明
中国美术学院副院长、
教授、博士生导师

2007年8月9日，杭州市委、市政府与中国美术学院签订战略合作协议。这可谓是一个名城名校时代的创举！协议约定相互借力，共谋发展。这是一个城市和学校发展到一个阶段，有了更高的追求目标，时代向政府和大学提出了共同命题。从此，中国美院集全校之力组成创意团队开始直面来自杭州市政府方面的诉求，以学术集群的优势与高品质的服务，为杭州城市建设与创意产业献智献艺，而美院在这个过程中获得启动新一轮教研改革转型与升级的新机遇。

对于中国美术学院来说，学院大墙内的所学、所思、所究、所为，是否能够适应当今城市发展的速度、强度和节奏的要求，是否能够应对墙外现实社会不断涌现的各式各样的考题，而有所作为，实际上是考验。仅以我个人亲历的感受而言，近四年来，面对杭州市各级政府交付的任务，真就像面临着一次又一次的考试。城市的问题，总是复杂而事关长远的问题，事关城市文化和品牌问题，每一次，我们都努力研究，克服困难，整合资源，探索破解难题之路。在这

些年中，我们个人的学术认知、知行意识、人文心胸、都市认知、营造谋划……都因此获得前所未有的提升；同时对当下杭州的发展、政府的关切、运作的方式、民生的关注、城市的期盼，更有了深切的感受，时常被杭州城市的领导者、管理者和建设者们不辞辛苦，全力推进的工作态度和作风深深地感动。

在第四次市校战略合作会议召开之际，我们回顾过往，虽然时过境迁，然而，亲历过的人事物境，历历在目。尽管是匆匆总结过去，但却是我们面对“十二五”再增信心。



杭州城标的应用/

参与城市品牌口号与城标征集
工作

这是我第一次承担市委交付的任务。2005年深秋，应时任杭州市委政研室胡征宇书记的邀请，主持品牌口号和形象征集与筛选工作。杭州进入了城市品牌营销战略阶段，为城市寻找城市品牌口号和城市形象标识，应该是开篇的工作。杭州采用向全国征集的方式，把征集、筛选、公示、修改和决策的过程本身也视为城市品牌宣传的一部分，可谓是一个明智之举。品牌营销口号遴选的技术要点是我要把控的。因为，除了字面含义明确之外，重要的还要考察汉字汉语谐音、方发音、英语翻译是否导致歧义，为此，我们确定了十个维度的考察点，以确保不出意外。

先是从全国范围内汇聚来的城市品牌口号，历经：海选10，10进3，3选1的过程，再确定成为杭州城市的口号。每一个过程，都经过了专家组认真评估，多维诠释，公示与再总结，再诠释，再公示，形成终审报告递交领导决策。最后从2000多份的口号中选出众望所归的“生活品质之城”。

紧接着的工作是杭州城标征集工作。做法是向国内外征集。到2006年8月15日止，共收到2568件，其中杭州地区收件815件，境内除西藏之外涵盖所有省份，境外涵盖十多个国家和地区（美、英、法、澳、加、乌拉圭以及我国港澳台地区），来件形式多样，作品总体质量高，国内外著名专业设计机构、独立设计师、著名院校师生占70 % 以上，由此可见杭州城市的影响力。

根据市委领导的要求，我们特邀了国际专业权威机构——国际平面设计联盟（AIG）多名资深成员（包括雅典奥运会形象主设计师），以及杭州人文学者与传媒专家组成的评委会。评委视野开阔，角度多样，评审过程中各抒己见，基本上涵盖在杭公众、国内外游客与专业设计等多方的关注点，具有广泛的代表性。评选历经海选2568进200，200进100，100进50，50进15的阶段。此时，将成果向媒体公布，广泛听取意见。为了能够使杭州城市标志能够获得各界人士的认可和应用技术上的无障碍，评审委员会提供一份对15件作品技术诊断表以及中标作品的修改建议书。而后，再经过15进2，最后对众望所归的2件，经过专家修改组修改后形成定案，交给领导决策。整个征集、评审和公示过程，得到了广大市民的积极参与，评审工作的公平、公正、公开和专业评审的境界得以很好地实现。从总的反映来看：专家和民众是认可的。

加盟中山中路综合保护有机更新工程

那是暑假的头一天，许多老师和研究生刚刚离校回家。杭州市建委和上城区负责人来到美院，邀请我们加盟“中山路综合保护有机更新工程”。直接的印象是：事情难、时间紧、任务重。听了领导的介绍，许江院长决心要率队啃这块骨头：让相关的老师与学生迅速回校。由许江院长亲自挂帅，命我为艺术总监，集建筑艺术学院、设计艺术学院和公共艺术学院学科带头人，王澍、李凯生、邵健、吴晓淇、林超、杨奇瑞、周刚、王炜民、王昀、俞坚、杨劲松、余伟忠率各自团队的师生近280人，组成一个集研究、策划、规划、设计、创作、营造为一体的“中山路综合保护有机更新工程策划营”。如此规模与做法，事实上我们并没有经验。到目前为止，这依然是我所亲历的一项最复杂的工程。但无论如何它拉开了我院以多学科组成创意团队为杭州城市化进程发挥积极作用的序幕。

整个团队历时近半年时间，以美院特有的人文关怀的角度对中山路的历史文脉、街区地域性特征、人居、业态、交通乃至绿化现况等等方面采用人类学田野调查的方式展开调研，获得第一手综合资料。许江院长综合各项研究，提出了营造“中国品质生活第一街”策划理念；随后展开空间规划、区段定位、坊巷复兴、街面设计、场所营造，城市家具体系植入、动静态交通系统梳理、“引水入街”、公共艺术规划引入、店面店招系统设计、历史碎片标注系统……同时，探寻街区有机更新发展对策，业态规划，直至“南宋御街”展示等等规划、设计和创作。对传统风貌保护区与现代都市生活方式所需的基础设施、休闲场所、城市家具、各类信息形象体系都分类作了探索与实践。成型的方案，得到市委、市政府领导高度评价和采纳。成果公示，也得到杭州各界专家和市民广泛赞扬。在项目实施过程中，我

们得到了杭州市建委、上城区政府领导以及建委设计处、前期办、交研中心、中山办、吴山指挥部等职能部门的指导帮助和中山中路原住民的理解支持，使工程得以顺利竣工。时任杭州市委书记王国平同志面对中山路开街盛况，用了“六个没想到”高度评价了这个成绩。从此，我院建筑和设计学科获得一个新的发展契机，在杭州城市向高品质发展的进程中，美院作为城市营造过程中一支不可缺少的力量受到了杭州市领导的关注。

随后，我们又对中山北路业态的提升策略和可持续发展策略与方法做了专项研究。紧接着我们又根据市委领导的指示，深入地做了“宋风”建筑形制、建筑构件的装饰风格、园林景观、营造范式……都做了专题研究，提出既承接杭州“南宋”以来的筑造文脉，又能够鲜活地适应当代传统风貌保护区都市生活需要的原则；既要关照传统文人情结，又要能够有机动态地调和杭州后现代都市生活方式不断催生出的矛盾；从而推导出一套适应杭州“南宋御街”片区建筑与景观营造策略、方法、范式设计的导则。同时，加盟了中山南路工程的建筑设计和公共艺术创作工作。

中国美术学院以学科集群优势，加盟了中山中路的复兴工程。为这条路的营造探索了杭州的做法和经验。在工作过程中，我们为传统风貌保护区的有机更新做了多学科专业集成的实践；同时也实践了新的“设计方法论”和“设计管理”等相关的理论，探索了如何通过设计管理的手段协调那些图纸无法呈现的问题，探索方案调整与实地实况对接的方法，协调学术理想与政府传统做法之间差异，协调不同专业在同一空间遭遇各执一理的矛盾，协调不同价值观出现的问题……最终落实了共同的愿景。美院学科群在中山路有机更新工程的实践，其所思所想，所作所为，所遇所获，总结起来可以是一部学术著作，如称之为《中山路学》也不为过。

遭遇“文化创意产业”

早在2006年2月23日，浙江省委常委会议专题研究我院工作，时任省委书记的习近平和吕祖善省长对我院提出了为属地的文化与经济建设做出贡献的要求。我记得吕省长对许院长说：“什么时候环美院文化创意产业带形成，请告诉我。”习近平书记提出更高的要求：“中国美院不要辜负了浙江省人民的期盼！”学院党委审时度势，立即决定：创建“环美院文化创意产业带”。从此，此项工作开始成为我另一项新的工作任务。这是一项美院建校以来从未遇到过的事件。这是时代的诉求，也是美院学科发展遇到的重大的挑战 and 机遇。

什么是“文化创意产业”？当它作为一项政府交付的任务，而且必须去面对和实现的时候，我们的感受和思考的层面就完全不同了。在创办过程中，发展中的问题比比皆是。最深刻的感受就是：以往我们习惯将关注的重心放置在熟悉的“文化创意”部分，着迷于其中的“天马行空”、“自由畅想”，我们那么迷恋“文化”与“创意”，只知道出作品，出精品，更在意的是圈内人的评价；而对于这之后的那个我们不太熟悉的“产业”其实并没有积极主动的去认真思考。可到此时，我们不得不去面对当“文化创意”被作为“产业”之后，它们将引发的问题和评判的标准。它除了与国家的形象、都市生活品质、民众文化生活的关系之外，还有与现实的GDP之间的关系。它的经济规律，它的生产方式、它的经营模式……直至它发展成为了国家支柱性产业的过程中，将会遇到的和将要攻关的难关——观念的、技术的、管理的、生产的……尽管我们在课堂上也在讲设计为“产业”服务，但是，来自“产业”最终极的命题真的没有认真思考过，经济学的核心价值也是我们的盲区。

在服务社会的过程中，我暗自感到我们教学和研究学科狭窄的问题。在这个实践过程中，逐渐理解了政府的诉求：不仅符合形势的需求，更重要的是需要由文创产业带来的实际的税收。这对属地政府来说是现实的。他们拿出公共资源、出台政策和出资完成基础建设，当然是要拉动属地经济建设的发展。这是经济社会发展的正常逻辑。既然是经济建设的需要，那么，经济指标跟进的问题也就是自然的事理了。与政府诉求的差异，其实就是学院与现实的差异。这让我们这些院校的创意人颇感压力。让我们感激的是上城区领导用足够的耐心和周到的服务，使我们同样是在这个过程中从抵触到理解、到支持。在实践的同时，也感到了国家现行管理政策对文创产业来说还有调整和发展的空间。

四年过去，“文化创意产业”真的变成了“十二五规划”中支柱性产业的目标。我们非常庆幸：由于省市领导的提醒，我们做了先期的探索。为此，我们与杭州市各区及职能部门展开三个方面的工作。其一、以文化创意产业园为核心的创建工作；其二、我们专门探究了文化创意产业的形态、方式乃至艺术社区的理论模型；其三、配合杭州市文创办、西博办共同创建并每年主办中国（杭州）文化创意产业博览会。

创建中国美术学院国家大学科技（创意）园

这是时任市长蔡奇交付的任务。蔡市长为推动这个园区的诞生，亲自带领我们与西湖区相关的领导赴京拜会科技部和教育部领导，给了我们很大的鼓舞和支持。在西湖区和美院共同努力下，首个国家级大学科技（创意）园终于在中国美院象山中心校区与凤凰国际创意园区落成。

中国美术学院国家大学科技（创意）园的建设是大势所趋，为此我们组织设计艺术学院和创意产业办的力量就这个命题做了专题的研究。我们意识到必须对文化创意产业的属性、表现形式、“产业”的内涵以及与属地政府关系及其意义进行研究，先后与上城区、下城区、滨江区和西湖区委、区政府签订了战略合作协议，积极地与属地政府共建创意园区。环美院创意产业圈的诉求与形成，在西湖创意谷、“凤凰·创意国际”、白马湖生态创意城相继成型，为中国美术学院国家大学科技（创意）园的形成奠定了基础。

2007年4月22日，我院与上城区合作创办的“西湖创意谷·开元198”以开发令枪的形式宣告成立。在上城区支持下，我们选定了原开元中学旧址作为园区。选择此地的原因主要是因为这个地方有一个停车场。创意产业运行与都市汽车生活的关系就被凸显出来。

学校决定中国美院首个创意园区应该能够代表美院学术品牌的形象。选择在创意产业比较有经验的学科带头人进驻，学院要求我身体力行，率我院色彩研究所和王澍、陈坚、王炜民、吴海燕、渠晨明携各自的创意产业团队作为示范单位首批进驻。其实，此时的学校上下对所谓的文化创意产业园区的基本属性认识还是相当模糊。只是相信美院应该具备这种创造力和释放力。

有了西湖创意谷的经验，在后来的“白马湖生态创意城”和“凤凰·国际”创意园的策划、规划、设计与营造工程中就比较有数了。

“白马湖生态创意城”是王国平书记亲自下达的任务。对近20平方公里的杭州罕有的市郊地区进行规划。记得王书记语重心长地告诫：这是杭州最后一块生态保护地，务必要把它开发好。要把它打造成杭州新的生态旅游区、国家级文化创意产业园区和杭州城市美学和建筑美学示范区。随后我们组织了建筑学院的师生，由李凯生、邵健带领80余名师生与专业工作室破解难题。在规定的时间内，我们交出了一份令领导期望、专家思考和原住民利益等各方都满意的策划书。在这份策划书中，我们回答了美好环境与生产力的关系及其方法的问题，创建了江南“弱山水”的环境下如何控制城市尺度的美学原则，探讨了白马湖地区的新农村建设、农居与“创意城”相融、农民向新农业生产方式转型的各类问题与发展策略，提出了“农居SOHO”发展的新概念和新模式。以这份策划书为基础，我们在属地领导指导下，克服了种种困难，完成了白马湖片区的城市色彩规划、动漫广场设计、山一村和柴家坞农居SOHO设计与改造，并且建立了白马湖中国美院创业园。园区的实践获得了前来考察的高层领导厉无畏等专家的高度赞扬，并且获得中国最佳创意园区大奖。

杭州市委书记黄坤明同志
莅临中国（杭州）文化创意产业博览会
中国美术学院展区/

“凤凰·国际”创意园区，是建立在转塘象山校区附近废弃的旧水泥厂的遗址上的。美院人对此关注已久。也许此时的热切引发了属地政府的关注，他们决定放弃原有拆除旧厂的思路，而是顺应美院人的思路，将工业遗产改造成创意园区。政府采用更大的力度进行规划，设计是由俞坚团队完成的。在面对工业遗址的形象塑造上，将绿色还给大自然，是我们的基本修复与营造理念。我们让裸露的广场回归大草坪，这种生态的手法，广受入驻创意居民的欢迎。

环美院创意产业带的形成，成为我们日夜思索的课题。我们与之江国家旅游度假区管委会合作，共同展开“象山艺术社区课题”的研究。将美院象山校区所在地的转塘街道辖区作为研究对象，由美院象山校区作为城乡一体化发展引擎，通过整体规划，业态调整，引导原住民加盟创意产业相关业态，逐步向原先城乡交接部片区不断引入创意机构和创意人，来促成创意人与原住民共生共存共谋发展的新型“艺术社区”的城市形态。我们让设计艺术学院多个专业的师生以及博士生进行专题研究，为社会实践探索理论依据和成功实践的可能性。



创办中国（杭州）文化创意产业博览会

文化创意产业是一个复杂的事业。需要宣传和成果示范，同时还需树立品牌，以期在同类竞争中取胜。创办中国（杭州）创意主题博览会，便是这个战略中的一个部分。以杭州西湖博览会为平台，注入城市文化创意产业主题展示与交流活动，来丰富杭州西博会的内容，相互借力。当西博办邀请美院加盟时，我们迅速组织力量对国内外一系列博览会做了专题研究，分析经验和教训，为杭州市文博会提出一套策展思路：凸显特色、整体规划、分年度推出主题性、连贯性、延续性和品牌效应的积累性便成为关键词。除了每年都参与策展之外，美院的设计艺术学院年年都积极加盟，“中国美院展区”连续四届都受到社会各界的欢迎。

杭州地铁形象一体化规划与设计

地铁，是一个城市发展升级成现代国际化城市的象征。这种隐约的感受，来自我留学巴黎的经历。在那里我先后度过了六年的游学生涯，除了遭遇地铁工人罢工，我几乎完全属于依赖地铁生活的族群。在地铁中认识了巴黎的人文气息、民众的生活方式、巴黎城市营销与国际游客……巴黎地铁的便捷和亲和给了我深刻的印象。以至于后来我出访任何城市，首先关心的就是当地的地铁。“地铁”是一种城市生活的形态，其形象营造水平，反映了属地经济发展、人文特色和美学认知水平。

杭州要造地铁，我内心的激动是可想而知的。地铁公司的沈总来找我商谈杭州地铁色彩问题的时候，我往日的地铁生活各种各样场景记忆持续地浮现眼前，从地铁色彩看到了与地铁的“生活态”。同时，也鉴于美院与杭州市战略合作的关系，那种主人翁的心态便主导了我的思路。于是，建议地铁公司由美院组成一个跨专业的团队，为杭州地铁做一个整体形象的概念性研究和规划。具体做法是：由美院组织力量进行杭州地铁及其文化形象的定位与发展研究，其中包含三个层面的内容：其一、对杭州地铁涉及区域的地理环境、历史文化、区位业态、特点和愿景做一个比较全面的认知与梳理；其次，对国内外地铁的现况和发展趋势作探究，形成地铁相关的评估观测点和评价系统。有了这个前提，我们就可以开始对杭州地铁本身的功能、运行流程涉及的环节的形象作统筹规划和分项设计。研究表明：内容涉及诸如车辆的内外空间形象，车站内与外空间形象系统以及相关的指示系统、设施系统、票务系统、商业空间系统、告示招贴系统、工作服

系统乃至公共艺术品的规划……那些凡与“杭州地铁”形象有关的项目都被纳入我们的视野。进而全面地就“杭州地铁”形象系统规划与设计作形制标准、形态与色彩定位、材质匹配，乃至人机互动关系的深入研究，从而探究杭州地铁形象系统的最佳方法和设计与营造导则。“谋定而后动”是该项课题的关键词。通过形象规划与设计研究，人们可以在第一时间完整地看到“杭州地铁”的形象愿景，同时对将要出现的问题也会一目了然，这样可以避免这个标准高的复杂系统，在具体落实中零乱和支离破碎地应对扑面而来问题。我的建议得到了沈总的理解和地铁公司领导认可。

于是，在未签订协议的情况下，我们就调动了设计学院的色彩设计、平面设计、工业设计、服装设计、综合设计和艺术设计学等多个专业的研究生以及中德研究生院近百名中外师生一同探讨，“如何使今天设计的明天的杭州地铁能够成为国内外地铁界中的一个亮点？采用什么观念、技术和策略来创建我们的愿景？这是我们始终探究的问题。

地铁作为当代技术产物，与当代都市人的生活方式及其观念紧密关联。人在特定场所中的行为与环境中所需设备的形态及色彩配比关系，是需要研究的。从艺术的角度来看：地铁空间是一个公共艺术展示平台，可谓都市开放式美术馆和音乐厅。我们从全局构想，到各分项落实，整合各

项形成若干套富有特色的设计方案。从地铁站的外观形象塑造、地铁站与城市各种各样的地域、环境和场所的结合，地下的各种空间：过道、等候、换乘、购票、购物休闲等。地铁空间中的设备：闸机、自动售卖机、车厢车体，以及各类指示系统和车票设计；信息系统涉及到的信息层次、传达的速度控制，以及与背景层次感的处理；复杂线路识别与单线形象塑造，色彩空间基调与构件色彩塑造，色彩的人文依据与色彩科学及技术的处理，空间的柔化理念，涉及到的形体线脚处理和间接光的运用；直至新技术的采纳，如引入太阳能和垂直绿化技术，以及渗透式植物营造等新观念，尽我们的能力畅想着未来具有魅力和特色的杭州地铁。

当然，在具体的落实过程中，我们遇到了许多困难。其中最主要的原因来自地铁工程的事故，导致领导层的变动，由于时间拖得太长，后任领导对前任领导确定的方案提出了修改，原来的思路常被颠覆性地修改，使我们遇到了空前的挑战，这考验着我们的应变力、适应力、创新力。因为事关杭州地铁形象，因此不论遇到什么困难，美院团队至今还一如既往，顽强地向前推动着。

“杭州城市形象系统研究与营造基地”筹建

总结过去三年加盟杭州城市营造的经验，有很大很杂的一项工作就是以破解“城市美学”难题为抓手，对杭州城市街面空间上出现的不尽如人意的设施和构件进行整改，诸如：混乱的城市信息指示系统及其支撑的基础设施：杆件、机箱、服务亭、垃圾箱等城市家具系统，还有混杂商业界面的形象：广告招贴、橱窗、店招店牌；公共艺术品、公共休闲场所、座椅、花坛等设施……。我们意识到：随着城市的发展，都市运行所需、业态所求的各种各样的设备设施总会不断涌入，高品质的城市期待着一个动态规划和分项设计伴随着。

然而，来自杭州市政府的任务总是时间急、任务杂、决策慎、速度快，主要时间有节点的要求。一旦领导人决策之后，就急需看到成果，这是政府任务的特点。而学院创意团队工作追求的是方案前期调研充分，设计周密详尽，追求标准高，强调慢工细活。这自然就形成了矛盾。如何相互适应就是问题。我们也意识到可以让政府改变的空间是有限的，只有美院团队改变方式，适应政府的要求。于是，我们要求设计学科的创意团队要提前研究，将研究杭州城市和我们专业相关的内容与教研计划捆绑，深入调研，积极发现

杭州地铁室内景观设计/
定安路地铁站台//



问题，研究对策，提出预案，形成一些成果。这样可以一边结合实际梳理学术思想和方法，一边等待政府召唤，准备好了去应对杭州的城市形象问题。同时，在市委、市政府有关部门的领导下，筹建“杭州城市形象系统研究与营造基地”。

城市形象品质对于越来越激烈的城市竞争时代，越来越显得重要，对它的塑造已是一个无法回避的课题。问题在于穷尽当今国内的城市实践，尚未发现有一套现成的做法。原因是在“都市空间”这个界面上，形象所涉及的内容太庞杂，既有都市生活功能性的层面，又有地域文化心理感受的层面，更有组成“城市形象”各个领域、专业层面的内容，很难有一个职能部门能够将其全部涵盖。创建一个跨学科、多专业协调作业团队，并且能够迅速地建构出一套探索多样难题方法的“基地”，成为破解这个难题的最现实的选择。在此“基地”的语境中，不仅可以从城市的历史、文化、业态、运作、类型和特色理论角度，而且还可以从城市美学的立场出发来定义、规划、设计与营造这个城市。

这个基地，是以多元城市形象系统的建构及其塑造为专题研究对象，从城市形象学理的角度，将代表城市形象的各个重要节点、景点、各类中心、各类干道、建筑与街面空间形象、地上空间与地下空间、商业与人行道空间等等形象系统进行梳理；对城市中的建筑的功能与形态、比例与尺度、类型与风格、环境与色彩、街面形态与商业形象、绿化与休闲场所、公共艺术与照明等，以及城市信息系统与城市家具系统等等，分析这些空间系统类型及其要件，同时对其做城市时代文化与美学等角度的分析，梳理其成因与规律，并且将其分类分级，编制成系统谱系，为探索最佳的表达方式提供基础研究。

为了研究都市人在不同场合下的行为方式与城市设施之间的关系：尺度、功能、信息系统……真正实现“以人为本”的理想，我们深入地研究了国际城市实践经验，探索都市人活动最佳状态下的城市空间与功能的问题，破解超大型构筑环境的尺度下，人活动的尴尬难题。吸纳城市发展最前沿的应用技术，探索杭州城市涉及的多种类型的公共场所及其多功能空间组织与建构，城市片区和重要组团的色彩营造，广告系统规划与商业空间营造，文化创意产业园区的营造，以及市民美育的专题研究，使破解城市美学及其特色营造难题落到实处，为杭州城市形象体系的优化与升级提供理论依据。

结语

回顾“十一五”期间，中国美术学院得到了杭州市各级领导和市民的关照与支持，获得了空前的发展；同时，也获得了加盟杭州城市建设的机会。在服务中实践和证明着我们的学问追索、学研聚焦、学术思考、学业提升和学科建设，使得我们拥有了实在的业绩，可以在国内外的学界中展现当今美院人的风采。这是美院人倍加感恩于杭州这座城市，感谢杭州最近两代领导人的理由。

展望未来，在“十二五”期间，这所学校与这座城市，还将继续书写炫丽的时代诗篇。因为就在这“十二五”开局之年，杭城与美院又迈出了划时代的一步——引进了一批国际级工业与都市文明的遗产——以“包豪斯”为核心的现代西方设计史系列收藏。这个决策，显示了如今杭州市的领导人创建国际文化大都会的胆魄和雄心；这个事件，对于杭州这座向世界名城迈进的都市来说，无疑将大大地缩短了它的征程。中国美术学院将在此基础上，整合国内外资源，深入消化，持续地推出成果，催生效益，进而推动杭州文化创意产业的高速发展；同时实现在亚洲地域内打造设计史研究的重镇以及中国原创基地的构想。



中国美术学院象山校区/

中国美术学院// 美院与杭州的湖山之约///

China Academy of Art// The Lake Mountain Appointment Between Hangzhou and China Academy of Art///



胡钟华
中国美术学院
党委副书记

杭州，美丽的历史文化名城，含珠蕴玉，人文荟萃。八十三年前，蔡元培、林风眠先生别具慧眼，选址杭州西湖之畔建立了中国美术学院的前身——国立艺术院。

西湖涌金，象山叠翠，中国美术学院走过了八十三个春秋。今天的中国美术学院，临西湖而建，毗象山而居，与杭州的湖山相依，氤氲醇化，远承千年艺术风流，近摄西湖山水灵秀，以其美育之维、精神之维、大师之维、名作之维和创意之维，不断助撑着杭州这座文化名城的化成之境。

一流的城市，一定伴随着一流的大学。大学和城市互相促进，共同成长，彼此成就着对方。一流的城市滋养一流大学的发展，而一流的大学支撑一流城市的建设。中国美术学院和杭州市就是这样一对相辅相成、合作共赢的共同体。

美育之维

杭州与现代美育结缘，得益于蔡元培先生的创举。1928年的春天，时任大学院长（全国最高学术教育行政机关）的一代教育家蔡元培先生择址西湖，创立国立艺术院，揭开了中国艺术教育的新篇。同时，也让中国美术学院和杭州结下了惠风和畅、鸾凤和鸣的和谐之大美。

中国美术学院自建校之日始，始终在思考美育对于杭州的意义。“在西湖设立国立艺术院，创造美，使以后的人都改其迷信的心为爱美的心，借以完成人们真正的生活。”这是蔡元培先生83年前在国立艺术院的开学典礼上的讲话。蔡元培先生从一开始，就对艺术院寄予宏阔的建设理想，寄予殷切的民族美育运动的精神期望。自此，杭州西湖成为承载中国现代艺术教育理想的栖息地。

今天，当我们循着当年国立艺术院旧址出发，美院八十余年的办学历史已然融为杭州这座城市的人文景观，成为杭州自然魅影中相融相谐的重要组成部分，成为杭州城市的“金名片”。国立艺术院旧址、林风眠故居、潘天寿纪念馆、黄宾虹纪念馆、沙孟海故居、西湖美术馆、浙江美术馆以及环西湖的美术馆、画廊群等等，都因这所中国最高的美术学府而结缘西湖，并为杭州西湖增添了墨色。中国美术学院南山校区之艺术殿堂，象山校区之艺术家园，已成为今日杭州地标性的建筑和景观，为杭州文化名城增加了厚度。当杭州建设“生活品质之城”凸显城市美学之需的时候，当杭州建设文明城市塑造市民美好心灵的时候，美院的力量、美育的力量则给品质生活建设、美好心灵塑造以新的高度。中国美术学院正成为新世纪杭州的创新高平台、美育大基地、文化新景观。

精神之维

和杭州水乳交融、连为一体的不仅是景观，更有精神。八十余年辗转，湖山荏苒，中国美术学院几经变迁，数更校名，但始终不变的是这种崇高的学院理想和浓厚的人文精神。中国美术学院的主体精神体现了中国文化的主体精神，这种精神也始终和杭州人文精神融为一体。

中国美术学院的先师们承“五四”新文化运动之波澜，实践蔡元培先生“以美育代宗教”的思想，以“思想自由，兼容并蓄”为办学方针，锐意革新艺术教育，始终以创造新东方艺术为己任，致力于中国艺术的复兴与创新。几代国美学者牢记艺术家的社会责任感和历史使命感，提倡艺术创作和教学方法的多元性，严谨治学，开拓创新，敢为天下先，用文字和画笔书写了中国美术学院创造的使命精神、会通精神以及追求文心诗意的诗性精神。这些传统和精神，成为国美家园的文化精髓和精神支柱，激励着今天的国美师生向世界一流特色大学迈进。

一座城市的人文精神，是城市文化的核心，是城市的立市之魂，是城市市民共同的价值认同，也是城市创业发展的精神支柱。“精致和谐，大气开放”的杭州人文精神，反映了新世纪杭州人的一种生存状态、发展模式和价值取向。精致和谐，提炼于杭州传统历史人文特色；大气开放，体现了改革开放和现代化建设的时代呼唤。凸现传统优势，杭州要继承精致和谐的人文特色，面对新的发展，杭州更需要大气开放的时代精神。湖山相依，校市相融，中国美术学院的学院精神和杭州人文精神，在许多方面交融在一起。比如对优秀历史文化传统和人文精神的传承和弘扬，对高尚品质、和谐之美的向往和追求，对不同思想观念、不同个性风格的包容和并蓄，对浪漫生活、诗性文化的思考和表述，对创造、创新、创

业的激励和奋斗……个性与特色、包容与开放、人文精神、创造力、诗性、美，透过这些字眼，可以从一定的角度看到中国美术学院和杭州市的联系合作为什么越来越紧密，成果越来越丰硕。

大师之维

文化大师的不断涌现，是一个国家（地区）、一个民族文化繁荣发展的重要标志。杭州建设文化名城，实现文化的发展繁荣需要文化大师、艺术大家的强力支撑。杭州的书画艺术历史悠久，源远流长，至南宋建都杭州，书画艺术发展到一个新的高度。明清以降，杭州的书画家也是人才辈出，大师云集。至民国之初设国立艺术院，杭州的美术因此而进入一个发展的新高潮。八十多年来，从国立艺术院到中国美术学院，这所学校聚集和造就了一大批中外闻名的艺术大家。翻开中国美术学院的历史，几乎每一页、每一个名字都与近现代中国美术发展息息相关。在这些名师之中，既有强调中西融合的林风眠、吴大羽，又有强调传统出新的潘天寿、黄宾虹，还有如刘开渠、倪貽德、李苦禅、李可染、艾青、陈之佛、雷圭元、萧传玖、关良、黄君璧、常书鸿、董希文、王式廓、王朝闻、李霖灿、邓白、吴冠中、赵无极、朱德群、罗工柳……一代代的艺术大家们犹如熠熠群星，照亮了中国现代美术史的天空；如万仞高山，令代代中国美院学子“高山仰止，景行行止”。

这些文化大师、艺术大家呕心沥血，筚路蓝缕，努力奋斗，在为中国的艺术教育创造了一个又一个高峰的同时，也不断深厚着杭州的文化底蕴，书写着杭州文化名城之实。从五十年代“浙派人物画”的创立者李震坚、方增先、周昌谷、顾生岳、宋忠元，留苏归国的全山石、肖峰，到今天中国美术界的领军人物潘公凯、冯远、许江、

刘健、曾成钢等，历史在这里表现为一个个人的存在，透过这些大师和名家，可以看到中国美术学院世纪传薪的精神纽带。

名作之维

文化精品是一个国家、一个地区文化实力的重要标志。文化名城建设一个很重要的方面就是要看有没有一批代表当代水平、体现特色、在全国有影响的标志性文化精品，能不能推出一批经得起历史检验、群众检验和市场检验的精品力作。杭州缘何能成为全国瞩目的美术名城，很大程度上来自于中国美术学院的支撑。

回首历史，中国美术学院一代代艺术大师流传下来的大作，不断丰富着这座文化名城的内涵；着眼现在，中国美术学院的中国画、书法、油画、版画、雕塑等造型艺术，是文化艺术精品创作的“国家队”。

在全国美展上，中国美术学院连续数届获奖数稳居前列；在国家重大历史题材美术创作工程和浙江省重大题材美术创作工程中，中国美术学院的师生积极承担了创作任务；在国际当代艺术舞台上，中国美术学院代表国家频频亮相，充分体现“东方新艺术”的时代面貌；在浙江省的文化精品工程项目中，浙派人物画、戏曲动画百折，体现了文化的传承与创新。令人记忆犹新的是西■桥畔和吴山脚下上演的“东方丝国”，以杭州的真山水为背景，演绎了自然与艺术融为一体的时尚神话；而连续举办多届的“西湖国际雕塑邀请展”，展后留下的名家作品散布于太子湾、孤山和钱江新城，为江河湖山增添了新的文化艺术内涵。

文化底蕴是建设的基础，底蕴越深越厚，文化发展的力量越足。对于视觉文化创作繁荣的原因，这里既有浙江杭州人文传统的影响，也有中国美院八十余年的深厚积淀，这些在湖山相望的美景中滋润出的一代代艺术家，是杭州文化建设中的有生力量。

中国美院最值得肯定的，是她的历史文脉从不曾被打断与割裂过，而一座有文脉延续的学院，必定是一座有力量的学院，是培养美术家的摇篮。一代代艺术精英的创作，是真正意义上的有研究内涵、有全局推动力量的精品工程，使文化大省、文化名城最终成为人才高地、文化高峰。

创意之维

文化创意产业正在成为国家的支柱性产业，杭州正在打造全国文化创意产业的中心。在当前全球大力发展文化创意产业的大背景下，作为承担培养人才、发展科技、服务社会、引领文化重任的高校正好集合了知识、人才和科技成果，能够极大地顺应并适应这个总体形势，成为文化创意产业的引领者。在浙江的“创意浪潮”中，在杭州打造文化创意产业中心的过程中，中国美术学院正成为创意经济发展的“发动机”与“思想库”，扮演着越来越重要的角色。

近年来，中国美术学院响应省、市政府的决定，发挥学术影响和人才优势力量，以提升经济发展和服务社会为己任，积极开发文化创意产业，争取校地合作，努力创办环美院创意产业园区，全方位地提升杭州文化品牌的综合竞争力。建构创意产业服务平台，着重为政府和产业提供情报与研究，为企业和民众提供服务与传播，为园区提供管理和交流，形成从战略制定、信息集研到创意培训、设计创造再到导引推介、国际交流等多层次、全方位的综合构架。

今天，以创意之名，中国美术学院与杭州之间的关系更为紧密，融合更为有机。学院强力拓展学科建设,形成了包括美术学、艺术学、设计艺术学、电影学、建筑学、广播电视艺术学等学科、以视觉文化为核心的艺术人文学科群。这些学科基本覆盖了杭州正在打造的八大类文化创意产业集群。依托中国美术学院的学科、人才优势，杭州成功地打造了“西湖创意谷”、“凤凰创意国际”、“白马湖创意产业园”， 创建了中国美术学院大学科技（创意）园。杭州正成为全国最具影响力的文化创意产业中心之一，长三角文化创意产业的战略高地，引领浙江文化创意产业发展的前沿基地。“女装之都”、“动漫之都”、“书法名城”，杭州，也因此有了更多的文化美誉，它们正成为杭州新的文化风景线。

上世纪三十年代，中国美术学院首任校长林风眠曾应《时事新报》“新浙江建设运动特刊”之邀，写了《美术的杭州》一文，对于美术的杭州之过去、现在和未来作了非常完整的分析，在文章的结尾处，提出了“加重西湖工程之职权，并聘请海内外艺术名家，从事于‘美的杭州’之设计。”中国美术学院与杭州的战略合作，正是这种“美的杭州”之设计的全面实现。



中国美术学院南山校区/

Chapter of City Aesthetics/

City Brand Construction of Hangzhou//
Thinking of the City of Quality Life///
City Logo Creation of Hangzhou//
Identification Acceptance Characteristics///
City Color Design of Hangzhou//
Research and Practice of Color Planning of Hangzhou///
City Sculpture Creation of Hangzhou//
Sculpturing City and Sculpturing Life///
City Image Design of Hangzhou//
Construction and Management of City Image From
the Perspective of Artistic Design///
City Landscape Creation of Hangzhou//
Ideas and Actions in City Architecture and Landscape Design///

城市美学篇/

杭州城市品牌建设//生活品质之城的思考///
杭州城市标志营造//识别·认同·特质///
杭州城市色彩设计//杭州城市色彩规划研究与实践///
杭州城市雕塑创作//雕塑城市 雕塑生活///
杭州城市形象设计//从艺术设计角度看城市形象的构建与管理///
杭州城市风景塑造//城市建筑与景观设计中的理念和作为///

杭州城市品牌建设//

生活品质之城的思考///

City Brand Construction of Hangzhou//

Thinking of the City of Quality Life///



曹增节
中国美术学院
社会科学教学部主任、
教授

杭州城市品牌体系的建设是应时代要求，合城市愿景，集各界智慧，引发展方向的事业。

一、“生活品质之城”城市品牌建设的背景

策划提出和规划建设以“生活品质”为主导引领杭州城市发展的城市品牌，建立在对正发生着深刻变化的杭州经济社会背景条件的客观分析基础之上。

1、经济和城市发展新阶段创造了生活品质需求

“十一五”时期，杭州人均生产总值向10000美元的目标迈进。杭州经济发展的驱动力由主要依靠工业化推动开始让位于主要依靠城市化、现代化推动，经济发展的依托向城市化和现代生活方式转换，杭州城市发展呈现出由规模扩张型向品质提升型转变的过程中。一方面，杭州城市发展需要向提升省会城市、长江三角洲重要中心城市和国际风景旅游城市功能的转变，在注重中心城区建设的同时，通过交通西进、旅游西进等战略的实施，带动市辖五县(市)经济和社会的发展；另一方面，杭州城市发展在“十五”时期高强度投入和建设的基础上，面临发展思路向更合理利用各种资源、进一步注意控制环境容量和提升建设质量、加快实现杭州“多中心”格局、腾出更

多精力财力解决城市管理积累的难题以最终提高城市生活品质等多方面的重大转变。

2、杭州消费结构的变化客观上提升了生活品位

随着经济和社会的快速发展，2005年杭州市区城镇居民人均消费比2000年增长72.5%，恩格尔系数由2000年的42.4%下降到2005年的34.8%。市区城镇居民发展享受型消费比重进一步加大，营养价值较高的主要副食品消费量继续增加，基本生活需要的粮食消费量下降，讲究品牌追求时尚的穿着消费快速上升，以网络电脑和移动电话等为代表的现代通信工具的快速普及，市区城镇居民人均教育文化娱乐消费支出大幅飙升，为杭州进一步提高城市生活品质提供了经济和社会基础。

3、杭州特殊的历史文化传统积蓄了生活品质涵养

杭州地域特色鲜明的跨湖桥文化、良渚文化、吴越文化、南宋文化、明清文化的积淀，形成了文物古迹、历史民居、民间艺术、宗教民俗等璀璨的人文景观和以西湖山水为代表的秀美的自然景观互为辉映的城市特色。从南宋建都到明清时期，杭州都是全国经济、文化最发达的地区，其经济和文化的繁盛延续至今。通过江、河、湖、海、溪“五水共导”，杭州具有了人文与自然景观天然合一的城市风格和气韵。受历史文化沉淀

的影响，再加上四季分明、城市与山水穿插、城市空间狭小、原材料和土地匮乏、长期精耕细作形成加工型经济形态等生存环境影响，杭州传统人文特色以精致和谐为主，更多地强调和谐、统一、稳定、有序。这种传统人文特色的直观代表是和谐自然、精雕细琢的西湖自然文化景观，以及丝绸、茶叶、陶瓷、扇子、剪刀、雨伞等杭州知名传统产业。自古以来的衣食丰足、山水秀美、精致和谐的人文特色，涵养了杭州人生活安逸、文化开放、重视秩序、亲近自然、做事细致、追求完美等讲究生活质量的习惯。这种生活习俗既体现在人们日常活动中生活与生产、文化与经济的和谐，也表现为人们在满足一定生存方式后，对更高生活品位、环境品位和文化品位的追求。近些年杭州在经济社会发展中出现的生活状态和创业过程结合、文化价值和经济运行双赢的局面，在城市建设和管理中出现的市民参与热情高涨、对政府治理水平要求提高的现象，也曲折地反映出这样一种生活态度和追求。

4、发达国家城市生活方式提供了生活品质示范

杭州作为东南沿海开放度较高的城市，仅“十五”时期的五年中，就接待了境外游客619.17万人(次)，市民出国出境游客达到82.6万人(次)；加上随着文化生活的日益开放和丰富，报章、杂志、影视、网络等传媒，把发达国家人

民生活态度和方式的大量信息传送到杭州人的脑海中。发达国家民众的生活休闲方式，对衣食富足又大步开放的杭州人起到了直接示范作用，工作是为了生活，生活要追求质量，已经成为很多杭州人的生活态度。杭州人的生活方式正日益与世界文明的潮流接轨。

5、生活品质“主导”理念是具有杭州特色的实现科学发展观的路径

杭州的发展与中国的整个发展相连接。杭州“十五”时期已经比较重视城市定位、产业结构、环境治理、空间布局、社会保障、公用事业等的调整和改革，走出了一条综合发展、和谐创业的路径。然而快速发展，也给杭州留下了资源、环境容量和人口增长的和谐度问题。突出城市发展生活品质目标的新思路，融合了对现代生活理念、生活方式等“国外经验”的观照和借鉴，又建立在对经济发展、资源禀赋、历史文化积淀等“杭州条件”的分析基础之上，是在较高层面上推进科学发展观在杭州具体落实的一项前瞻性、战略性的重大决策。



1	2	3
4	5	6
7	8	

1.冬-踏雪/
照片来源：杭州市西博办
2.文化休闲/
摄影：洪保平//
3.凤山水门春意浓/
摄影：里尔//
4.钱江潮/
追加优秀奖
摄影：孙满定//

5.杭州清河坊/
6.照片来源：杭州市西博办
7.东方休闲之都·白堤湖畔/
摄影：汤丽丽//
8.十万人手拉手拥抱新西湖/
照片来源：杭州市西博办//

二、“生活品质之城”城市品牌的提出过程

1、理念研讨、内涵提炼、形成共识

2006年8月初，杭州市委政研室与市委宣传部、杭报集团、文广集团共同拟定了“生活品质”杭州发展理念、城市品牌研讨宣传总体方案。分别召开了高等院校、科研机构、行业企业、外省市在杭办事处、外地在杭商会、外地迁杭企业、外地人在杭创业、留学生来杭创业的负责人和代表的系列研讨。来自不同行业、不同阶层、不同方面的研讨代表形成了一个共识，“生活品质”体现了杭州的历史文化积淀、现实综合优势和未来发展趋势，体现了杭州的发展定位、发展特色和发展目标。“生活品质”对内可以凝聚人心、主导发展，对外可以树立形象、扩大影响。研讨期间，《杭州日报》在要闻版推出了“亮出城市品牌，谋划发展理念——市党代会报告起草听听你的意见”专栏，共刊发重头报道30余篇，近10万字，形成了舆论强势，在专家和市民各个层面都产生了较大影响。文广集团对研讨会进行了连续的主题报道，“钱塘论坛”栏目制作推出了“说说生活品质”等四期谈话节目。

杭州市委、市政府和国家发改委社会发展司共同召开了“提高生活品质、推进和谐发展”全国研讨会，市委办公厅、市委政研室、市委宣传部、市发改委共同承办了这次会议，邀请中央政研室、中央党校、国务院研究室、国务院发展研究中心、国家发改委、国家统计局、中国社科院的领导以及北京、上海、深圳、武汉、成都、大连、厦门、济南等城市的知名专家来杭共同研讨“生活品质”发展理念，并发表了“生活品质评价的导向性建议”（即“杭州建议”）。在会上，大家认为提高生活品质是落实科学发展观、构建社会主义和谐社会在杭州的具体实践。提高生活品质既是每个普通人的当下愿望和日常需求，也是城市发展的根本出发点和根本目标，同时也体现了杭州城市的最大特色。“生活品质”杭州发展理念得到了与会领导和专家的充分肯定。中国美术学院专家宋建明、曹增节、吴海燕等多次出席会议作主题演讲，接受媒体专题采访，观点建议受到杭州市的高度重视。

2、城市品牌征集、评审和投票

为体现提炼城市品牌这一重大决策的科学性和民主性，在“生活品质”发展理念研讨宣传基础上，成立了杭州城市品牌评审专家组，并对专家评审和公开征集及投票工作进一步科学化、规范化。整个工作分为四个阶段：

第一阶段的主要工作是成立杭州城市品牌评审专家组，形成评审标准和专家评审、公开投票工作程序，时间安排为9月底至10月20日。

提炼城市品牌是一项大的系统工程，涉及城市的各行各业。我们在提出城市品牌评审专家组建议名单时，充分考虑了专家组知识结构的全面性和互补性。城市品牌评审专家组由中国美术学院宋建明副院长担任组长，由来自艺术界、文化界、社会学、旅游、城市规划、传播学、媒体等方面的15位专家组成，这15位专家在各自的领域都有很高的成就和造诣，对杭州这座城市也非常熟悉、有深厚的感情，大多主持过杭州的重大研究项目。专家组于9月28日召开了征集活动策划讨论会，对城市品牌的内涵、外延、形式、特点、要求等方面进行了深入探讨，并于10月上、中旬召开了多次评审标准和程序讨论座谈会，形成了杭州城市品牌评审包括内容、形式、传播共三大类十五项标准，以及专家评审、公开投票工作程序。

第二阶段的工作主要是开展城市品牌征集活动，时间安排为10月8日至18日。

“十一”长假期间，《杭州日报》连续发布了“杭州向全国公开征集城市品牌”的预告消息，杭州网同步发布。10月8日开始推出“亮出城市品牌，谋划发展理念——杭州城市品牌全国公开征集”专栏，启动了征集活动。整个活动期间，共收到近2000人的应征稿，城市品牌推荐数达到4620个，涉及北京、天津、上海、重庆等20多个省市。

第三阶段的主要工作是专家初审，时间安排为10月21日至11月13日。

根据前期制定的评审标准和评审工作程序，10月25日起，评审专家组召开第一次全体会议，委托中国美术学院曹增节教授等两人，对4620个征集来的城市品牌进行了第一轮初审，产生了200个候选城市品牌名单。10月29日评审专家组召开第二次全体会议，对200个候选城市品牌进行充分评议，投票产生了15个候选城市品牌名单。在此期间，评审专家组还讨论形成了城市品牌诊断方法系统，并对15个候选城市品牌词条从内容标准、形式标准和传播标准3个层次15个观测点展开了深入评估，形成了两份共60多页的评估诊断报告。11月2日，召开了杭州城市品牌征集评审座谈会，杭州市四套班子主要领导出席了座谈会，与候选品牌推荐人代表、专家组成员一起就候选城市品牌进行了讨论。11月6日，评审专家组召开全体会议，根据征集评审座谈会的会议精神，投票产生了10个候选城市品牌并对候选品牌的点评工作作了布置。

第四阶段的主要工作是开展公开投票工作，时间安排为11月14日至24日。

活动期间，在《杭州日报》和杭州网刊登10个候选城市品牌名单、专家组点评语及选票，接受公开投票，《杭州日报》每天配发专题消息，对投票活动进行跟踪报道。本次投票活动设信件、杭州网和短信3种投票途径，上万读者在11天时间里参与了投票。本次投票采取排序法，每位投票者必须对候选城市品牌按1—10进行排位，计算得分时按照第一位得10分、第二位得9分……第九位得2分、第十位得1分的办法给予权重，再将各项得分相加产生总得分，形成了10个候选城市品牌的得分排序结果。

3、推荐“生活品质之城”为杭州城市品牌的主要理由

1.) “生活品质之城”体现了传承性与时代性的统一。

城市品牌既要考虑历史传统，又要符合国际国内发展趋势和时代发展要求。杭州历来是一个生活的城市，杭州人会生活，讲究生活品质，把生活与创业有机融合。在杭州的历史发展中，从良渚玉文化的“精致和谐”，到吴越国的“保境安民”，南宋的“市民社会”，就有浓厚的“以民生为本”思想。党的十六届六中全会提出了构建社会主义和谐社会的重大战略任务。实现科学发展、构建和谐社会，最核心的就是坚持以人为本、以民为先，做到发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享，真正使全体人民成为美好生活的创造者，又是美好生活的享有者。“生活品质之城”充分体现了科学发展观、构建社会主义和谐社会的要求。同时，“生活品质之城”与杭州人文精神、和谐创业发展模式一脉相承。“精致和谐、大气开放”的杭州城市人文精神是杭州发展的精神内核，构成了杭州“生活品质之城”的个性特征；和谐创业是推进科学发展的杭州模式，其核心就是生活与创业的和谐，因而是打造“生活品质之城”的根本途径。

2.) “生活品质之城”体现了整体性与独特性的统一。

城市品牌既要能够概括杭州城市的整体特色和综合优势，又要能够体现杭州城市的独特性和差异性，人们一提及，便会想到是杭州。特色应是整体的特色，整体应是反映特色的整体。专家组对杭州城市的优势作了分析：单纯文化创作和欣赏，杭州与北京、上海等相比不占优势；单纯经济创业发展，杭州与广州、深圳等相比不占优势；单纯历史文化遗存，杭州与西安、南京等相比不占优势；单纯自然山水景观，杭州与桂林、黄山等相比也不占优势。但杭州的特点是环境、文化、创业有机融合、互为支撑，构成了城市整体的生活品质。“生活品质之城”能够概括杭州的整体特色和综合优势。如“住在杭州、游在杭州、学在杭州、创业在杭州”的“四个在”、“经济强市、文化名城、旅游胜地、天堂硅谷”的“四张金名片”，这些城市称谓都折射出杭州是一个充满生气和活力、生活品质较高的城市。这一特色既能照顾到不同阶层、不同群体，包括困难群体，又能涵盖各行业、各领域。

3.) “生活品质之城”体现了大众性与品位性的统一。

“生活品质”表达了既融于百姓的日常生活，又提升日常生活的品质和质量，形成“精致和谐、大气开放”的生活追求。或者说，“生活品质”是日常生活与诗意地栖居、创造性地工作的融合，是将生活与创造、创业，生活和美、艺术融合在一起，将日常性和品位性、平民化和精致化统一。

4.) “生活品质之城”体现了平常性与震撼性的统一。

“生活”与“品质”都是很平常的词，大家都经常使用，但组合起来，用在发展理念上、用在城市品牌上，杭州是第一个。“生活品质之城”的表述既具有平常性，又具有新颖性，起到“意料之外、情理之中”的震撼效果，具有冲击力，是“平常的词，通过不平常的用法，起到不平常的效果”。

5.) “生活品质之城”体现了简洁性与组合性的统一。

城市品牌应该简洁，用一句话表达，如香港的“动感之都”、巴黎的“时尚之都”等。“生活品质之城”的语言表述简洁、直白、易懂、易记、易于传播。正因为是一句话，所以“生活品质之城”可与现有的行业品牌、工作品牌、企业品牌进行组合和链接，才能使用好城市品牌，既扩大城市品牌的影响力，又提升行业和企业品牌。

三、“生活品质之城”城市品牌的评价与延伸

从横向看，这个品牌展现城市的个性，具有差异性和独特性；从纵向看，这个品牌既植根于历史，又包含着城市发展的目标，具有包容性和时代性，杭州城市品牌对城市发展具有重大意义。提炼城市品牌，用好城市品牌，有一个抢抓机遇的问题，可以说，杭州是恰逢其时。

确定城市品牌是做好了城市品牌这篇文章的“上篇”，更重要的是做好这篇文章的“下篇”，就是用好城市品牌，发挥好城市品牌的作用。

主要的工作是，以城市品牌为统领，辐射行业品牌和企业品牌。要立足城市特色，依托城市文化，挖掘城市品牌资源，丰富行业品牌、企业品牌的内涵，提高行业品牌、企业品牌的美誉度。关键是做好城市品牌与行业品牌、企业品牌组合的文章，做好城市品牌的延伸、辐射的文章。以行业品牌为节点，联结城市品牌和企业品牌。行业品牌是城市品牌和企业品牌的重要联结点。杭州有一系列行业品牌，已经具有较大的知名度和美誉度，像“东方休闲之都”、“天堂硅谷”、“中国茶都”、“丝绸之府”、“女装之都”、“动漫之都”等，这些行业品牌也是杭州的重要资源。在城市品牌确定之后，要考虑发挥这些行业品牌作为联结城市品牌和企业品牌关节点的作用。要通过打行业品牌，一方面使城市品牌在各个领域、各个行业具体化，另一方面使行业内知名企业、产品品牌相互烘托，带动中小企业发展，形成更多的企业、产品品牌。

以企业品牌为基础，打响城市品牌和行业品牌。城市品牌、行业品牌较“虚”，而企业品牌、产品品牌较“实”，打城市品牌、行业品牌，很大程度上要依托企业品牌、产品品牌。要借助城市知名企业、产品品牌来提升行业品牌的社会公认度，展示杭州城市品牌的丰富内涵，提高城市的知名度和美誉度。把城市品牌、行业品牌、企业品牌三者结合起来，用好城市品牌，城市品牌才能真正取得成效。

杭州城市标志营造//
识别·认同·特质///

City Logo Creation of Hangzhou//
Identification Acceptance Characteristics///

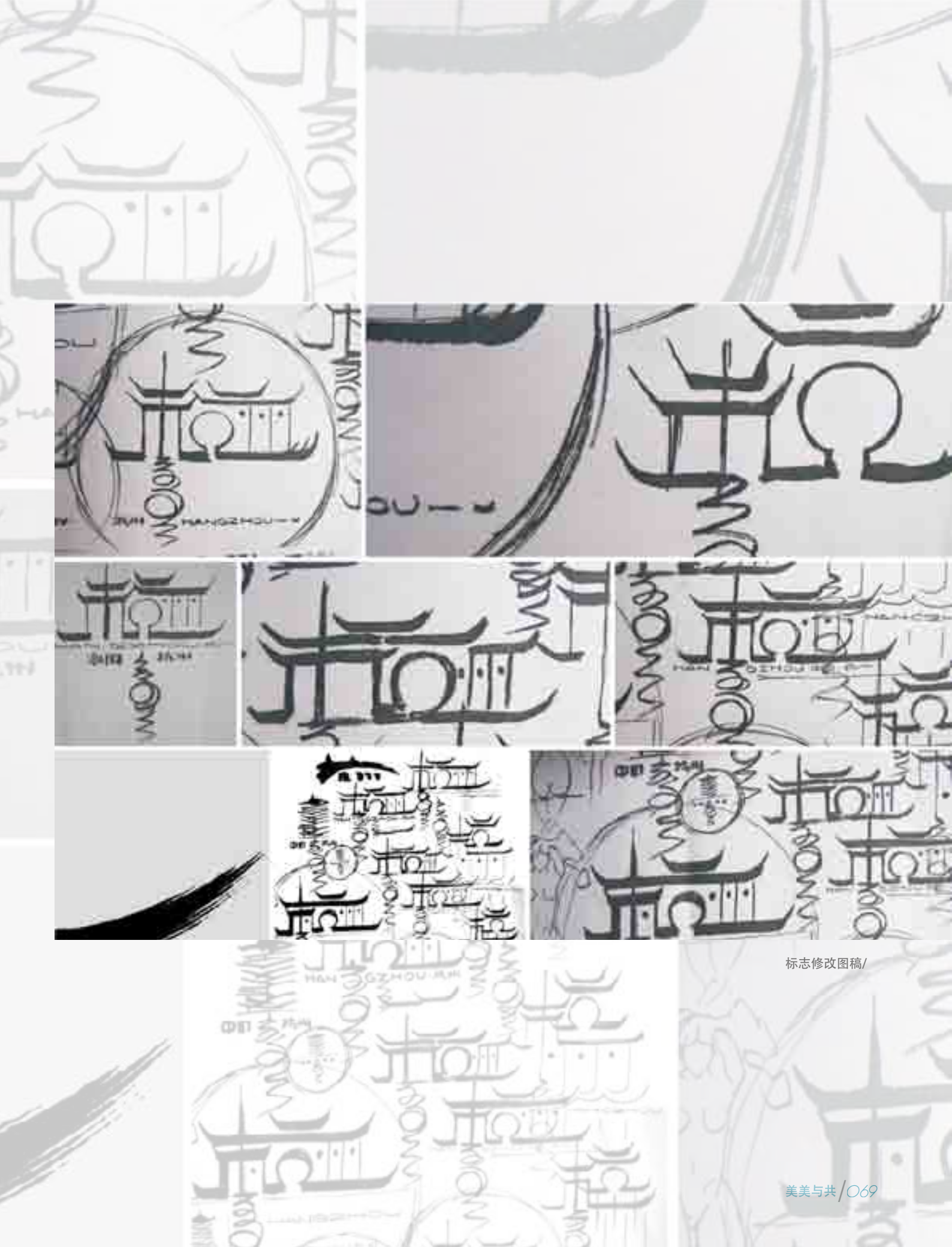


成朝晖
中国美术学院
设计艺术学院
综合设计系教授

城市是人类社会发展的产物，文明是人类社会进步的反映。城市依靠记忆而存在，记忆是城市的灵魂。作为城市的标识——城市标志，是城市具有象征性的大众传播符号，以精练的形象表达一定的含义，并借助人们的符号识别、联想等思维能力，传达城市特定的信息。城市标志充满在大多数观察者的印象中，频繁地作为一种辨认的线索。它是一个城市的象征，也可以说是一个城市形象的灵魂。

由于全球经济一体化带动的城市化进程明显加快，人们的城市生活也越来越面临高密度的生活模式所引发的空间冲突、文化摩擦、资源短缺和环境污染等一系列挑战。如今的中国正处于城市化的高温期，城市急剧扩张，城市中的种种弊端也开始慢慢显露：人口密集、交通堵塞、噪音刺耳、住房拥挤、土地滥用、工业污染、垃圾成灾、生态破坏等城市环境的危机，严重威胁城市人的生活状态。其中最重要的是城市人文环境方

面，无艺术关怀的大规模的建筑形象混乱，城市风格的“同质化”愈加严重，城市的规划与形象设计也多呈现无逻辑性。有些城市没有明显的城市标志，人们感到不知自己置身何处而产生失落感。城市形象的设计成为城市发展面临亟待解决的战略问题。不论是人的生活、生理方面的要求，即人对物理空间的要求，还是人的精神、心理方面的要求，对在空间的要求，都希望城市有一个良好的形象，这其中也包含着对城市标志的渴望。因此，建立城市标志是人们的心理需要，它凝聚着人们对城市的感情，反映着城市的历史、时代的成就……它能激起人们对城市的向往或勾起对它的回忆，并且使在这里生活、工作的人们有一种归属感和认同感。因此，人们对它的期望值很高。



标志修改图稿/

建构视觉识别 获取感知认同

众所周知，城市品牌的存在价值就是强调它的形象系统定位和不可替代的个性。一个美好的城市形象是建立城市品牌的灵魂，它需要始终遵循着自己独特的定位和保持着与竞争对手的差异化。作为城市形象核心的城市标志更是如此，保持与竞争对手的差异是构成城市特质的主要途径。城市标志是城市的识别符号，是城市视觉设计系统的核心基础，是城市视觉沟通的基本形态，是象征性极高的形态设计。城市标志贯穿和应用于城市所有相关的活动中，不仅具有权威性，而且还体现在视觉要素的一体化和多样性上，其他视觉要素都以城市标志为中心而展开。城市标志以城市理念为核心，突出城市形象的个性化，展现方寸之地的经营。在这个意义上，城市标志的差异化要求更加被凸显。差异化，就是要与其他城市标志有鲜明的差异，引申为城市标志的识别性原则，即任何城市形象中都蕴藏着自身城市过去的历史、城市今日的文化特质和城市未来的远景，城市标志首先需要能够显示出城市形象鲜明的个性，具有明显的识别性和易记忆性。识别性是城市标志最基本的功能。依据城市存在的差异基因，坚持城市标志的差异化原则，创造城市标志的差异化特色，才能吸引城市目标消费者的关注，并使人们产生对城市形象的联想。

然而，城市标志是一个涵盖诸多语义的符号，它不仅仅是一个可供辨认的标识，更是一座城市人文精神的体现。城市标志也需要使城市市民产生文化认同，才会给观者以深刻的印象。认同是一个现代性的现象，在现代城市文化越多元，阶层越分化的前提下，公众的认同感越容易疏离。因此，城市标志应该在城市文化的高度上，对城市的整体性和系统性进行全面思考。城市文化是一个城市的个性之魂，如果说世界上的城市是千差万别的，那么根本的差别就在于城市文化的不同。

城市形象在一定意义上强调城市文化的个性要素，在“千城一面”的城市风格“同质化”时代，开发和运用城市文化资源成为城市差异化竞争的成功利器。城市的文化个性是城市间的民族之异、历史之异、传统之异、宗教之异的体现，是城市应保存的有价值的文化内涵，是城市市民对本民族、本地区和本城市的历史、传统、宗教信仰及其载体的认同及行为表现。城市文化本身在“润物细无声”中影响人、陶冶人、凝聚人心，具有很强的渗透力、影响力。将城市文化融入标志之中，传递特定的差异化信息，塑造自己的品牌个性，使城市标志获得差异化的同时让人们一目了然地掌握，进而获取感知认同。

以“形、意”写“境” 彰显城市特质

如何在一座城市中寻找足以表达其完整精神的视觉形象呢？确立城市形象的过程，就是发现一座城市的过程。杭州城市标志的诞生，除了为杭州这座“生活品质之城”寻找到相符的精致和谐气质的“胎记”，更需要彰显杭州这座城市从“西湖时代”迈向“钱塘江时代”的大气开放。

关于“形”，中国古代学者就曾做过一定深度的研究。《说文》云：“形，象形也。”《史记·太史公自序》云：“形者，生之具也。”《广雅·释诂三》云：“形，见也。”即“形”为“见”之意。显然，中国古人所言之“形”是客观对象的形体、形状、外貌等含义。又见《荀子·天论》云：“形具而神生。”这里的“形”为形体、形状等，而且是“形”与“神”的关系。“形”与“神”亦是中国古代特有的美学概念。神寓于形，形神兼备，妙在似与不似之间。关于“意”，传统意义上把设计的内涵、思想概括为“意”。日本设计学会会长宫崎清教授认为由“音”与“心”所构成的“意”，为“人心之精华”。《辞海》中，“意”有“意思、意味”等解释，由此解而延伸出意匠、意图、意象、意义、意味、意趣、意蕴相关含义的词语。设计之“意”是对造物对象的完整性把握，是造物与审美活动中产生的具体意识形式，亦是感性印象被

审美注意的选择并为设计师的思维改造，使之符合改造目的之产物。设计之“意”是伴随着情感的审美心理活动的产物。设计者把主观的情绪、情感和感受融汇在设计意象或物化的设计形象上，使之浸透在主观情感色彩中获得感人至深的审美效应。设计创造中的客观物象与主观情思通过“意”这一中介得到过渡、融合和升华，使设计超越平常化的现实原貌成为积极的表现和创造。城市标志是一个载体，其所担负的任务传达——“意”的发现和创造、交流与理解，即视觉语言除了体现理性思维的形式结果外，还在于透过视觉语言内在的思想和情感，界定设计所要传达的意念，促成设计创造与观者的良性对话，实现有效的沟通与传达，令人以形会意、以意会心。城市标志的“形”主要通过视觉感知。对城市标志这一对象的把握，以视觉语言为基准的研究意识，更为集中地体现一种即时的视觉效应的追求。



首先，杭州城市标志的修改设计立足于原入选标志

（参见图，北京东道形象设计制作有限责任公司设计）组成舟船的“杭州”两字的形态基础上，对“形”逐步进行“减法”处理。在“形”的一步步简化中，最终以“杭”字代替“杭州”二字。“杭”字古义通“航”，更加反映了杭州得名取自“禹航”的历史典故，体现了杭州作为历史文化名城的底蕴；“形”上延续汉字“杭”篆书的演变方式，将无可替代的城市名称与无可替代的视觉形式合二为一，诠释独特性、唯一性和经典性，并赋予其直观性的语“意”呈示性。

其次，将“形”元素提取、转变和重构，更加注重杭州城市标志的实“形”（或称为正“形”）的完美感与装饰性

保留原标志“杭”字中航船、江南建筑、西湖园林等诸要素的创意，将江南建筑的飞檐形演绎得更富有特征性和完美性，以更加柔和的处理增强杭州“精致和谐”之意味。尤其是细节“形”的处理上，标志中表现江南建筑的飞檐，其“形”

是微微的平角处理，以使标志的视觉感受更加舒适与平缓，缩小观看则依然呈现飞檐的形态；标志的修改设计中还非常注重实“形”（或称为正“形”）与虚“形”（或称为负“形”）之间的呼应、礼让和穿插关系。实“形”与虚“形”之间的间隙都经过反复推敲、等分、比例与权衡，形态之间的在组构时多遵循求整、求对称、均齐的骨式，以更迎合观者的视觉舒适度，强化了“意”匠概念。

再者，杭州城市标志的修改设计以“形”的视觉语言为基点，在于更好地理解城市标志修改设计何以实现表现的精确和视觉沟通的顺畅

标志修改设计强化整体似航船的“形”态，“形”态处理上更加舒展，传达新杭州的“大气开放”，寓意着今天的杭州正扬帆启航的“意”念，展现出更为积极进取、意气风发的杭州城市新精神风貌。标志下方增加了书法笔触的笔“意”，且以“形”不到而“意”到的巧妙性诠释了西湖水的“意”象，自然而流畅地传达了城市、航船、建筑、园林、拱桥与水的亲近感，凸现了杭州独有的“五水共导”的城市特质，增强了杭州城市标志的人文“意”蕴。这样不仅使得

1 2 3 4 5

杭州城标的应用/





- 1 1.标志修改最终稿/
- 2 2.标志标准制图/
- 3 3.杭州标准城标/



标志的内涵得到了充分而又直观的表达，也带来了一种全新的视觉表现效果。视觉形象的“形、意”营造最终指向“境”。关于“境”，即“意境”、“情境”，是“情”与“景”的交融，中国古典美学用这个范畴来标示审美意象中一种特别富有形而上学意味的类型。宗白华先生曾引述江顺贻的话：“始境，情胜也。又境，气胜也。终境，格胜也。”继而解释道：“‘情’是心灵对于印象的直接反映；‘气’是‘生气远出’的生命；‘格’映射着人格的高尚格调。”从审美感兴的角度看，所谓“境”，是超越具体的有限的物象、事件、场景，进入无限的时间和空间，即“胸罗宇宙，思接千古”，从而对整个人生、历史、宇宙获得一种哲理性的感受和领悟。境的本质特征是“生命律动”，即展示生命本身的美。城市标志是每个城市人群都会看到的城市形象，要营造出大家都满意、认可的城市标志，实属不易。最终修改设计后的杭州城市标志，以抽象与具象有机结合的“形”传递了杭州在人们心目中的精致、和谐、悠远的“意”韵，彰显了杭州城市形象的特质；又力求带有鲜明的时代特征，并充分地表达标志所蕴含的理念与个性。超越了



有限的“形”——似船形，演绎了一条杭州市民风雨同舟的船；似一个家，演绎了我们共同的美好家园；似一座城，演绎了共建同享杭州这座“生活品质之城”。同时，“意”也以杭州特定的形象元素、场景的感受上升为对于杭州整个城市形象的感受。新修改后的城市标志形象，展现了“精致和谐、大气开放”的城市人文精神的内核，体现了杭州“生活品质之城”的个性特征，营造了杭州创新创造、和谐融洽、多元开放、宽容大气的生活心态和氛围，就是“境”的意蕴。

4	5
	6

4-6杭州城标的应用/

杭州城市色彩设计//

杭州城市色彩规划研究与实践///

City Color Design of Hangzhou//

Research and Practice of Color Planning of Hangzhou///



宋建明
中国美术学院副院长、
教授、博士生导师

序

中国美术学院色彩研究所的城市色彩规划研究经过了近十年的努力，受到国内外专家的关注。今天这样的成绩，得益于在杭州城市色彩设计中的实践，得益于杭州市各级相关领导和专家的信任与支持。

对杭州城市色彩的研究起于1998年。那时杭州市规划设计院承担了杭州湖滨片区1.5平方公里范围的改造，涉及城市色彩问题。自幼生长在美院的设计师倪亮知道我在法国做过城市色彩研究，就推荐了我为此做一项专题研究。能够做城市色彩研究，对我来说是非常兴奋的。因为此前我做过了许多努力，从来没有得到正式的委托。于是我就借机小题大做，组织起一个由学生组成的小组对杭州城市色彩做了城市色彩根源的调研。以此作为旧城改造色彩的依据，并且提出了一系列方案。这大概算是我国城市色彩研究课题的序幕。记得当时，为了说明理由，我还特别找了我的导师郎科罗（J.P.LENCLOS）教授所作的许多国家的案例，也花许多时间来向质疑者解释城市色彩规划和设计的可能性。2005年，随着国内民众的呼声渐高，我们受杭州市规划局委托开始对杭州城

市主城区做色彩规划研究。当时，我们主要着力于探究杭州城市色彩规划工作的可能性，合适的方式方法以及城市色彩规划理论模型的建构，主要尝试回答：像杭州这样的城市是否可以展开和怎样展开城市色彩规划与设计工作，其工作的属性是什么，理论依据与形态是什么，城市色彩规划的科学性与方法论核心价值是什么等等一系列的问题。这个研究为杭州城市色彩规划、设计、营造和管理的方法探明了道路，同时，经媒体的报道影响到全国。

从2007年至今，陆续受杭州各区规划分局委托，完成或者正在进行多个城市分片区色彩规划：诸如：“杭州市主城区色彩规划研究”、“钱江两岸城市色彩规划”、“之江地区城市色彩规划”、“滨江区白马湖生态创意城色彩规划”、“下沙副中心城区城市色彩规划”、“前进工业园（江东）城市色彩规划”、“城东新城色彩规划”以及大杭州区的“富阳城市色彩规划”、“建德城市色彩规划”……，与此同时，色彩研究所还承担了全国各地许多城市的色彩规划与设计工作。理论与实践，均不断地趋于成熟。

主要展开杭州城市色彩、各分区城市色彩详细规划，其工作关注点：一、研究各城区发展定位所形成的城市形态与城市色彩的关系；二、如何使传统杭州城市色彩文脉传承与发展及城市色彩主旋律具体落实到各个分区空间中去；三、新城区城市色彩愿景的推演、塑造的方式方法；四、城市色彩规划研究的内涵及方法的升级。实现色彩学语境与城市规划学及管理语境进一步相融合，为城市色彩营造与管理探索技术路径等等。

像杭州这样有近2300年建城史的名城，自然山水环境与历史文化积淀非常丰厚。有学者说：“如果只用一个字来概括这2300年自然与人文历史留给这座城市的文化遗产的话，那就是‘美’

字。”（林超语）。这个“美”是深入人心的。然而，从“上有天堂，下有苏杭”的传说，到“美丽的西湖，破烂的城市”，再到“千城一面”的呈现，杭州城市发展的历程中同样遇到了特色消解和城市形象发展方向迷失的问题。随着城市决策者“城市美学”意识的萌生，到变成城市综合保护有机更新的核心价值，杭州旗帜鲜明地提出破解“城市美学”命题，都意味着城市的传统精神的觉醒和复苏时期的到来。也是在这个背景下，中国美术学院色彩研究所承担起了破解杭州城市色彩美学的课题。这个课题的核心是以杭州城市传统特色的发掘、维护与传承，同时探索现代迈向国际都会城市发展方向而面临的传统特色转型的道路，以及新时代杭州城市特色塑造为对象的研究。因为，我们坚信：城市色彩规划、设计与营造，完全可以成为一项确保城市特色的有效方法。



一、关于“杭州城市色彩规划与设计理论模型”创建的研究

如今的杭州，虽不是一座像北京、上海那样的超大型城市，但是，认定它是一座大型城市，已经毋庸置疑了。如今全市占地面积16600平方公里，主城区3068平方公里，全市常住人口近800万人，市区540万人。像这样的城市，是否可以展开城市色彩规划与设计工作？我们的回答是肯定的。但是，在对这样的城市做全面的城市色彩规划之前，确实需要对主城区做一个研究，探寻一个明晰的方向做一个深入的调研和全面的梳理，同时要回应几个关键的理论问题，为整体把握奠定基础。

首先，我们对所谓的“城市色彩规划”的属性做了比较深入的探究。我们意识到所谓的“城市色彩规划”其实是城市色彩营造与色彩管理的依据性文献，它必须对城市建筑色彩、景观设计色彩具有引领和指导性，这就意味着它必须具有科学性，它必须符合当地自然地理气候环境和城市历史文脉发展规律，必须符合城市建筑发展规律，必须符合色彩学规律，必须与城市规划管理规律接轨，必须符合城市居民的城市文化意识形态发展和审美变化等等规律。因此，它应该是对城市景观特色维护和发展做出的前瞻性思考、战略性布局的规划，它必须是集科学的方法、规划的观念、美学的灵魂、艺术的眼光、色彩的手段、工程的技术等跨学科综合生成的产物。其思想核心可以归纳为传承城市色彩特色，应对城市格局发展，提升城市形象品质。

那么，“城市色彩规划”具体的任务应定位于从城市色彩的角度来解读杭州城市形象系统及其各个环节与层面的问题，采用色彩学的方法和城市美学精神来反思城市色彩形象的品质，并结合城市规划的方法对城市色彩进行统筹布局，为城市色彩营造和管理探究相应的技术路径和方法。其科学性与方法论是要顺应城市色彩学理与城市色彩发展规律，提出正确的思考和设想，创建色彩布局、营造和管理的方法体系。要使被建构出的这个理论模型能够在实践过程中顺利地落地，具有可操作性，这就必须要能够回答如下几个基本问题：





1、杭州城市色彩存在背景正确的解读

这个背景，内含两个层面的内容：其一是属于城市自然地理层面的；其二是属于城市人文历史层面的内容。

首先是正确解读城市自然地理层面的内容。

杭州位于我国东南沿海地区，浙江省东北部，东经120° 11′，北纬30° 15′ 区位上，这个地理位置地处中北亚热带过渡区，温暖湿润，四季分明，光照充足，雨量丰沛。因而杭州四季分明，季节性变化明显，形成春多雨、夏湿热、秋气爽、冬干冷的气候特征。冬夏两季较长，春秋两季较短。主城坐落在长江三角洲南端钱塘江下游北岸，东距东海200公里。城市地貌：所谓“三面云山一面城”，植被茂密，丘陵相拥，水系发达：井、泉、溪、湖、泽、河、江、海八水滋养城市。主城地形，由西南向东北倾斜，山地属天目山余脉，从海拔500米的丘陵到海拔8米左右的平原地区，三面青山环抱西湖。土壤有黑、灰和黄等丰富的色调，山上的岩石基本上呈现深灰色，加上浓绿的植被、腐殖层使得土地的颜色呈现低明度色调，远处看就是一种“水墨”般的深灰色调，为杭州城市色彩蒙上了基调，它形成了城市自然的“背景色”。这种“背景色”随季节、日照晴雨的变化而变化，色调变化多端且细腻。

1
2
3
4
5

1-5.杭州城市色彩调研/

其次，正面解读城市人文历史层面的内容。

除了自然之外，建筑色彩构成了城市色彩的主体。建筑上施以色彩，至少可追溯至数千年前。在建筑上涂装色彩，反映了建筑拥有者的意识形态。无形中构成了城市地域景观色彩的风貌。杭州城市建筑色彩与不同城区、不同时代、不同形制建筑的色调关联，杭州城市发展的今天，能够被称之为传统的多以清后为主体，清以前的传统建筑所剩不多，且多在近现代有不等规模的修缮。被老人们称作“木耳炖豆腐”（受徽派建筑影响的粉墙黛瓦，兼以褐红色的木构件）格局的老城区，在我们调查的时期所剩有限。民国时期以青砖外墙为主的海派“洋房”、“洋楼”式的建筑及砖木混筑的民居为主，解放后的以“实用、经济、美观”原则下建造的杭州主城区的“新”建筑，其风格明晰，体量相比较适中，着色和谐，前者主要建筑立面是以黑瓦青砖石材为主，配深褐至黑色的门窗；后者建造的建筑多钢筋混凝土外加水泥饰面和涂料为主，重点建筑配饰石材或者玻璃幕墙。近期建造起来的建筑，形态多样，体量和规模差异非常大，各种新型建材和涂料交杂，趋向所谓的“国际化”倾向，本地的特色渐失。考察随年代的色调演变能够看出杭州市建筑立面由明渐灰，再由灰转淡彩，由素趋暖的色彩大趋势。城市色彩也由相对单纯的色彩发展为色彩缤纷的彩色面貌。

由于杭州特有的地域文化环境和人文意识潜移默化地左右着本地人（不论是新来的还是老居民）的眼光，即使他们在择取现代建材和建筑外墙色彩的基调时，还是存留了地域性的喜好——那种温润、和谐、含蓄、浑厚的色调，使得杭州城市经过短期“时髦”之后（杭州同样也有茶色玻璃时期、白瓷面砖时期、生硬的三段式时期……），还会迅速地回到它色彩核心价值取向的轨迹上来。

杭州之所以形成这种总体色调，主要由城市自然环境和人文环境共同作用化合而成。它包含了城市自然环境：城市地理位置、地貌物候特征等因素；城市人文环境则包含城市的历史文脉、风情民俗、城市发展定位等因素。富庶的地域和平和睿智的民风造就了稳定的社会环境，文人荟萃，人文气息浓郁。民间对水墨画的青睐，文人审美倾向和自然化倾向是影响城市生活者对色彩旋律选择的潜在因素。

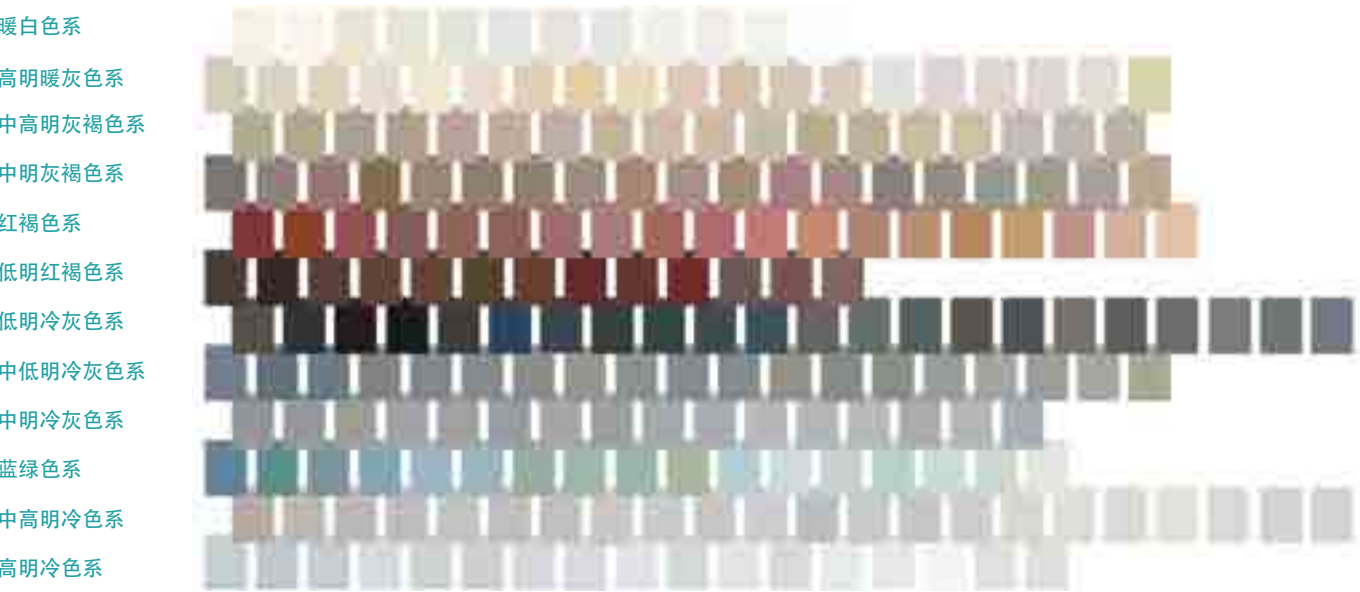
2、杭州城市色彩现况的调研、特点的梳理与理论问题的探讨

改革开放以来，随着我国经济发展的不同阶段，那种无地域文化特色的“国际化”风格建筑，以其经济、实用、快速等优势大量地涌入发展中的我国，“遍地开花”，吞噬和消解着城市地域特色。像全国各地一样，杭州城市内部的建筑也在这个发展过程中出现过类似的情况。20世纪90年代后，特别是在杭州的那“一面城”，各种开发思路尽情演绎，开发出大量的“现代”建筑，所谓的“欧陆风格”、“现代风格”……，这些建筑大多数与传统文脉不相吻合，由于它们的体量大，有些建筑群色彩没有节制，与“西湖时代”的城市不成比例，再加上无孔不入的大型商业广告，杭州城市色彩格局迷失的危机，终于让独具文化品味意识的杭州居民不安了。



杭州城市现状色彩筛选及效果验证/

杭州城市主辅调色彩家族系统



为了把握杭州城市色彩总趋势的成因与现况，笔者带领中国美术学院色彩研究所课题组成员对杭州主城区和主要典型的节点和主要街道进行系统的采点调研，我们用了将近25000张的照片和数以千计的颜色取样，将杭州城市色彩的格局与现况的基本形貌勾勒出来。通过这样一系列的观测，我们对要研究的城市有了一个基本的认识，对存在的问题和对策做了比较详尽的功课。正是以这样的认识和研究为基础，我们才比较理性地对城市色彩展开分析和规划研究工作。

通过分析，我们可以将城市色彩做不同类型的定义。首先，我们将符合城市色彩特征的定义为城市的“基本色调”（简称“基调”，也称“本色”）。这种“基调”是由城市历史与文化形成的。我们将那些不符合“基调”的颜色定义为“入侵杂色”（简称“杂色”），而将城市发展过程中添加进来的与“基调”能够和谐的颜色定义为“新增色彩”（简称“新色”），尽管“新色”经过若干年，也会融汇入“基调”而成为新的“本色”。如果城市“基调”内部色相结构是单纯的，就是人们称道的城市的“主色调”。

调研表明：经过了这些年的发展，杭州已经变成一个基调的色相结构相当丰富的城市，换句话说就是：杭州城市的“基调”已经变异成由多种色相构成，它已经很难找到一个或者两个独特明晰的能够完整代表杭州特色的“主调色”了，也就是说：人们记忆中的那个城市的“本色”已经被变异所替代：当下的杭州城市的“基调”是由若干组复杂的配色结构构成的色调。所谓的城市“主色调”变得非常模糊。因此，从理论上讲，采用“主色调”的概念在杭州城市色彩规划中已经不合适了，而将城市“主色调”的表述改为“主旋律”的理论格局，以避免因“主色调”含义过于具体狭窄而造成实践过程的误解。这是一种将城市格局看成凝固的交响乐的格局，将城市的片区及其色调组织看成如同交响乐的乐章和旋律及配器声部结构一般。在城市色彩交响乐中，呈现着“主旋律”、“辅旋律”和“背景色”的

声（色）部是“交响”的状态，为主的色彩态势，为“主旋律”，为辅的色彩态势为“辅旋律”。在城市格局中，“主旋律”和“辅旋律”态势根据不同片区的组织，交替呈现，互为主辅关系；除此之外，还存在着可以称作“点彩旋律”状态的色调成分，城市色彩的丰富性和多样性是由它们共同作业而展现着的。在这里，“背景色”是自然呈现的，它来自自然山水的特色。而“辅旋律”则是人们在“主旋律”和“背景色”之间建立的联系，如同色彩构成中的“辅调色”的作用。“主旋律”、“辅旋律”与“点彩旋律”以及“背景色”之间在色度（包括色相数、明度、艳度）以及调式构成方面的差异性，反映着不同地域居民的景观审美价值取向。（关于城市色彩“主旋律”理论已有陋作专论，在此不再赘述）。

我们将杭州城市色彩的“主旋律”定义为“水墨淡彩”。理由是杭城拥有诸多片区和建筑组团及其类型众多的色彩形象。诸如：老城区中环湖的南山路、北山路的街面主要形象是由厚重的黑瓦、青灰色砖色和不同明度的褐灰色石材相砌的立面组成主色调；而这些区域的背街小巷基本上都由历经沧桑的传统粉墙黛瓦构成，一派水墨意蕴。而近年来建的凤起路、庆春路、文一路……等大街则是以灰白色调、黄褐灰色调、褐色灰石材和砖红色调等复杂的色系构成，而新城（高新区）滨江的江南大道则是以各色玻璃幕墙、不同银灰色铝合金和花岗岩等为主要建材组成的主基调呈现出淡彩状态。纵观杭城色彩“主旋律”的形式和杭州人文的气息来看，这个城市拥有“水墨淡彩”的意境是非常合适的。

3、杭州城市色彩“主旋律”格局表述的创建

作为城市色彩规划的一种理论，我们尝试着用文字以关键词的形式来表述，事实上，色彩现象是用视觉语言来描述的。但是，为了沟通，文字表述是必要的。因此，我们对杭州城市色彩“主旋律”从自然、人文、建筑、色调以及城市意象等五个层面做了如下表述：

温润浑厚，苍翠深沉（自然景观层面）
浅抹淡妆，含蓄细腻（人文景观层面）
粉墙黛瓦，青砖银石（建材构成层面）
灰玻褐调，交相辉映（建筑色彩层面）
由冷趋暖，由明渐暗（色彩发展态势）
水墨淡彩，浑然天成（城市意象层面）

其中，最核心的意象是“水墨淡彩”。“水墨”和“淡彩”是两个色域，同样也可以理解为相互作用着的“主旋律”或“辅旋律”关系。杭城仿佛很好地演绎了它们之间的相互渗化。人们细心品味，不难发现在“墨”旋律和“彩”旋律之中内蕴的不同细腻的色度，以及由微差谱系与景物呈现出的色彩余音缭绕的韵味及其能量，恰恰是杭州这座城市色彩意境和效果。从城市发展的角度来研究城市色彩规划与设计，定义城市色彩“主旋律”是非常重要的。它有助于城市发展过程中，那种随时代进程持续不断衍生出的“新色”社群有章可循，以促使它们能够与“基调”和谐共存，会在这一“主旋律”的语境下发出自己的音韵，来丰富城市景观。



4、杭州城市色彩规划与设计的基本思想形成以及营造策略的初探

分析杭州城市城区发展的走势，我们通过查阅文献，探究古老街区老街的遗迹，审读近百年来的建筑，以及察看最近五十年来的建筑群，大致能够追溯出这座城市从古到今的基本脉络，特别是从南宋皇城到近百年来的历史线索。我们对不同的片区及其建筑形态、街道坊巷进行分析，并且作类型的归纳，通过这种分析，便可以将色彩的时代特征与城市色彩文脉显现出来。

在分析过程中，我们将对理想的杭州城市色彩布局作这样的设想：将杭州的“杂色”剔除出去，剩下的是丰富细腻的城市“本色”，我们将这个“本色”依据“城市美学”的原则以及各分区形态特征、建筑组群等等进行梳理，建构出富有杭州城市色彩“主旋律”特色的城市色彩规划格局，这个格局具有包容“新色”的结构特点，使城市色彩处于可持续发展的状态。这样的城市色彩规划实现对老城区具有综合保护、有机更新的能力，对新城具有承接文脉、推陈出新的机制，目的是使新老城区的色彩和谐共生、变化有序、生机勃勃。因此，综合旧城改造和新城拓展，我们采用的营造策略是“大势规划，细心设计”。

在第一个阶段的时间里，我们还探究了城市色彩管理的理念、方法、流程、环节和机制，通过管理流程的各个环节的监控，来实现管理的思路。同时，根据城市色彩规划专业的特殊性，我们还尝试地设计出一套把握色彩的工具系统。

经过了为时十个月的摸索，我们基本上完成了杭州城市色彩成因的解析、城市色彩规划方法理论模型的创建，最有意义的是完成了西方城市色彩研究理论与方法的“中国化”的过程，探索出了符合我国城市色彩规划理论与方法的雏形。这为日后我们具体展开研究与规划工作奠定了比较坚实的基础。

杭州城市色彩主旋律水墨淡彩/



二、关于“杭州城市色彩分区详细规划、设计与营造”实践之路的探索

大约是从2007年开始，我们继杭州城市色彩研究结题之后，又持续地对杭州城市所辖的诸个片区展开具体的城市色彩规划工作。因为有了对主城区城市色彩的深入调研，杭州城市色彩的主要成因及其文脉和规律在一定程度上被揭示。城市各个分区与城市总体布局的结构关系清晰起来了，因此，对分区城市色彩规划时就比较有数了。进而，便可以根据城市主旋律格局定义各分区的城市色彩布局，对分区的主要景观轴线、片区结构线、景观的要素与类型（山景、水景、街景、城景……）深入塑造就可以做到有的放矢。同时，我们也根据相关的工程进程的诉求，对其中的一些具体的建筑组团做了建筑景观色彩管理与建筑色彩设计等工作。这样就实现了从规划理念愿景到具体形态落地的实践过程。从实现的案例来看，效果是受到业主好评的。在这个阶段的工作中，我们主要应答的是如下几个问题：

1、杭州城市分区色彩“主旋律”深度演绎与地域审美意识的关系

对于城市色彩营造来说，分区色彩就比城市色彩主旋律总格局要清晰得多；区域面积越小、越具体就越容易清晰。其实，即使是分区，其占地面积大则数百平方公里，小则数十平方公里，也是一片不小且复杂的地域。在大杭州色彩的格局下的分区，既要符合杭州色彩的大气象，又要分清各分区色彩特色之间的差异性。此外，如今委托单位是根据现有行政区划分的，但是，自然山水脉系和历史脉络却是跨区发展的，因此，在做规划时，考虑的是城市色彩“主旋律”与各区各域的辅旋律和各自底色之间的关系。在这个过程中，美学精神是城市色彩演绎的内核。长期生活在杭州的人，浸淫在杭州这片山水城市之中，会不自觉地养成一种身形慵懒、心智活跃的生活特点，这些特点会催生杭州人所特有的一种气质和追求醇厚感觉的审美品味，它显然是一种地域文化使然的力量，人们长期在此耳闻目染，潜移默化。因此，对整个环境营造及其价值取向都有一种趋同意识。尽管各分区之间，景观差异有时还是比较大的，如水景：有西湖、钱塘江、运河、西溪湿地、白马湖、湘湖……差异大的景观，但是在那片云天下，不同的杭州人追求的共同价值观却是“精致”与“和谐”，近年政府所倡导的“大气、开放”气象也与传统的“精致、和谐”密不可分。因此，杭州城市便有一种气象，与众不同。因此，同样的“水墨淡彩”概念，在不同的水系和地域表现得不尽相同。这些不同，又正是杭州“和而不同”多样性的体现。“水墨”对于国人来说，已经超越了一般视觉意义上的色彩旋律，而升华至一个具有传统文化精神的“玄境”的高度。对于杭州人来说，“水墨”是一种境界，它是以传统水墨画中的“墨分五彩”、“以墨求彩”意念为主轴，向自然界物象渗透，

是一种“无声润物”的过程。在这样的语境中，自然界万物的色彩都具有了“水墨感”，仿佛都是“浙派水墨画”画境中的物象。浑厚、温润、细腻、含蓄和细节透出的差异，便成了整个地域的形象特征。色彩的低调、深沉和苍茫感成了“主旋律”的主旨。

至于“淡彩”，对于杭州人来说，同样也是一种色彩旋律境界。在此地，特别是近百年来，身居在杭州的画家们不论原籍何方，最后，均以“水”和“淡”的品相为总趋势定格，与这方山水、文化气象有千丝万缕的联系。文人雅士的品味自然来自本土文化滋养，同时，他们审美的价值取向又深刻地影响着城市色彩审美品味的成形。从“彩味”的角度来考察，从民国时期起，“彩味”呈现冷暖两组淡色趋势，即冷色系与“水墨”相融的以青砖灰色系为发展趋势，另一组则从褐灰色起一直转化到今天的多样的暖黄灰色调。但是，不论怎样的趋势，杭州的“彩色味”趋向总是朝着含蓄“淡彩”的方向发展，人们不太愿意接受浓重艳丽的景观。

2、分区特色的凸显与分区城市色彩规划愿景形象的描绘

就像大城市一样，各分区自有其完备的格局，有它的重要节点、布局、干道与街面系统……，有时这些节点、片区和干道也就是整个杭州城市的重要节点。我们的任务是既要保持本区城市色彩愿景结合发展定位彰显出自己的特色，有机地落实到各个结构相关的区域，又要与整个城市的主旋律大格局相吻合。比如“钱塘江两岸城市色彩规划”是应对钱江两岸片区的城市色彩营造，既要考虑主城区主旋律的定位，也要考虑以钱塘江为轴线自西向东流淌，穿越各个行政分区（如之江国家旅游度假区、滨江区、上城区、江干区、萧山区、下沙区……）城市形象特点所应有的色彩品相。在这两岸，还串联着许多新城节点，如“钱江新城”、“萧山新城”……，累积长约150公里江岸要将其塑造成宛似一条项链上挂坠着各自不同璀璨的宝石，且与城市一气呵成。“之江地区城市色彩规划”要应对衔接钱江片段的国家级“之江国家旅游度假区”、环中国美院的创意产业带以及杭州水源保护地传统城镇不同特色片区的自然接合。“滨江区白马湖生态创意城色彩规划”要探究传统生态环境与生态居住、创意产业以及新型服务业态环境形象的城市色彩塑造。“下沙副中心城区城市色彩规划”探究当代都会CBD、大学城、大型工业园区以及高品位住宅区等有机接合城市色彩塑造问题……，总之，每一个片区都有各自特点的地域和发展目标，由此所形成的城市自然就有不同。这些城市中的重要节点、主要街区的色彩规划与设计思想是否能够与我们所定义的主旋律相吻合，是我们研究与表现的重点。因为，它关系到色彩的理念与城市空间中具体的定位落地的问题。依然以在钱塘江北岸的“钱江新城”这样巨构的城市节点为例，在其片区上，矗立着巨大的地标性的建筑群：市民中心、杭州大剧院、球形的洲际大酒店，以及冲天林立的写字楼群，还有巨大的城市





1 | 2 |

3

1.钱江新城核心区

概念色彩分布图/

2.钱江新城核心区

建筑墙面主调用色总谱/

3.钱江新城核心区

建筑色彩设计方案鸟瞰示意图/



观景台和相当密集的住宅楼群团块，我们依然可以以“水墨淡彩”为“主旋律”用艺术的手法来塑造。具体做法是将“淡彩”旋律与“水墨”旋律两个境界，先分离后相遇：公建板块以“水墨”旋律区域为主，民建板块以“淡彩”旋律区域为主，然后，结合两个板块边缘区域具体的建筑使之相互渗透，适度穿插，相互呼应来构筑这个区域的色彩规划方案。这个节点色彩方案终于呈现出新杭州正在孕育的“大气、开放”中见“和谐、精致”的气象。

研究表明：只要符合城市主要文化品相和品质的思想和形象，不论遭遇城市节点的大组团还是小区块，都应该能够很好地生根。因为，主旋律“水墨淡彩”中的“水墨”旋律境界和“淡彩”旋律境界可以相对分离，互为宾主，也可以相互交融，相得益彰。即使遇到现代都市中心复杂综合体这样的场景，也完全可以采用色彩设计的技巧使之融合。在杭州城市色彩规划中，色彩“主旋律”在不同的分区和片区中持续地发生着不同的变化。在杭州的各个分区中，有着无数个类似这样大大小小的节点和片区，色彩主旋律的落地必须是逐一根据该地域定位与资源作专门的落地研究。这样才能使城市形象与色彩呈现出文脉的统一，又生动多样。可见，城市色彩主旋律适应不同规模 and 不同片区的演绎是不成问题的。重要的是如何建构城市色彩理想的愿景，并且使该愿景形象地呈现出来，与城市的决策者、建设者、拥有者和欣赏者达成共识，是在色彩规划中要努力做到的。那么，作为城市色彩的研究者和规划工作者深刻地认识以共享的地域文化作为共识的基础，无疑是至关重要的。



3、分区城市色彩管理程序与方法的实践探索

分区城市色彩管理的基本理念是将这个规划区内按照片区属性和建筑属性分为三个基本级别。最高一级的是本区内重要节点、景区景点、景观干道和主干道的区域，这个级别的区域基本上承担的是城市重要的形象作用，起着彰显城市品相及其城市文化风貌的作用，其色彩管理力度属于高强度的级别。因此，具体的方法是在色彩规划定义的前提下，要求对建筑组群做具体的色彩设计，设计的原则是分析该对象的属性，如果是所处的自然景观区域内就要考核它在现况环境中是否可以达到既和谐相融，又为景观增色；如果是主干道的街面上，则考察它对整条街色彩节奏起的作用；如果是处在重要节点环境，那么，就要审核在这个环境中的地位关系。总之，在这个级别中的新增建筑或者现有建筑改造，都必须贯彻“主旋律”精神及其在具体空间中结合重要建筑的演绎，并且展开景观色彩价值评估和做专项色彩设计。次一级的是本区内次要节点、次干道、

普通商街，这个级别主要起着辅助烘托城市形象，并且是城市颜面的主要部分，所谓的“生活品质”往往是体现在这个层次上。第三级是一般控制级别，主要针对的是本区内支路、背街小巷以及广大的住宅区域的色彩，面对这个层面的建筑物以与基调相吻合为主。除此之外，我们还建议在偏远地域诸如城乡接合部留出一些片区不做控制，特别是人烟稀少的地段，甚至鼓励做一些色彩表现活动以便活跃环境。

城市中出现色彩污染，往往是店招和广告系统不妥当安置导致的。这是专题研究的内容，在城市色彩规划中只是点到为止，不做更多的表述。

今天在我国城市色彩规划工作中，最困难的是管理。原因是了解城市色彩的人不懂城市规划管理，而规划管理者又缺乏色彩知识和方法，因此，这就要做两方面的工作：其一，是如何将规划成果纳入现有的城市规划管理的框架体系内，使之转化为现有的规划体系的语境，让管理者理解和掌握；其次，使现有管理者接受城市色彩规划营造和管理方法培训，使之掌握相关的原理、方法和技能，最正确的方法是设立专门的岗位，有专人来审批。但是，几年来，这个过程正在艰难地推进。原因是城市色彩学者大多出身艺术设计专业，或者建筑师，善于做具体对象的色彩设计，具有很强的应变能力，对城市规划管理工作的常态了解有限。而对于城市规划管理人员来说，他们习惯于采用法规和具体的限制数据说话，不善于面对色彩这类变化多端的问题、模糊对象作判断。对于前者来说，越是具体越容易应对，越是抽象，就越难以表述；而对于后者来说，越是抽象，越容易控制，越是具体，就越是与色彩设计相关，就越难以想象整体感。事实上，杭州城市色彩管理也面临着这样的问题。

中国美术学院色彩研究所经过多年的探索和磨合，我们与武进和江阴两地的规划局探索出一种阶段性的过渡办法，即由我们色彩研究所代为审核。这个审核的依据是我们编制的当地城市色彩规划精神和分区的色彩定义，对供审方案进行审读，如果方案色彩在定义区内属于可容忍的色彩范围，我们就签署意见；否则，我们就会根据色调差异程度，提出色度的整改意见，并且尽可能提供可选择的同类色彩的范围，使之达标。将近三年过去，效果已经显露，城市色彩规划已得到政府、专家和民众的认可。这个经验是否可以杭州下一步工作努力的方向，则是我们正在思考的问题。

杭州市城东新城效果图/







杭州市富阳建筑色彩总体规划/

结语与未来展望

城市的营造与管理总是复杂的。建立于此之上的城市色彩规划的实践更不会是一件简单的工作。其复杂性在于它是一个学科跨界的产物，必须借科学、技术、美学、艺术的综合的力量方可应对。特别是我国城市色彩规划尚处于端倪期，就需要用一个又一个实际案例的实践来证明它的存在、它的意义和价值。同时，更需要通过一次又一次的实践，只有在实施过程中不断遭遇问题，不断地探索对策，不断地创造合适有效的方法，不断地总结经验，才能催生更多的魅力色彩的城市，推动这个专业走向成熟。

杭州城市色彩规划与设计工作还在不停地深化和探究之中，我们正努力地为杭州城市色彩规划逐步落地探索具有科学性和可行性的方法。回顾整个杭州城市色彩规划与设计工作的过程，我们认为：持续地关注地域性历史文化传统，并以城市美学精神作为基本指导思想，杭州城市色彩规划工作就不会迷失方向，城市色彩文脉就能够与传统、当下和未来联系起来，生根在这方山水上的城市色彩，就能够满足居民由此而生的精神和物质文明方面的需求。反之，如果失去了杭州地域文化这个灵魂，这座城市的色彩就一定会失去方向。在全球化的境域中，一座城市如若没有自己的形象个性，这个个性如若没有品质和品味，这座城市必将是平庸的，其前景必然淹没在海量的城市群中。一座城市的品相、品质和品味，正是这座城市文化滋养使然。那个“浓妆淡抹总相宜”的杭州在新的历史时期，必定要融入更多的学科知识和更睿智的当代思想（其中也包括我们的城市色彩规划的知识 and 思想），才能够使之有机更新，从而焕发出魅力之城的光彩。

杭州城市雕塑创作//雕塑城市 雕塑生活///

City Sculpture Creation of Hangzhou// Sculpturing City and Sculpturing Life///



龙翔

中国美术学院
造型艺术学院雕塑系主任、
教授、博士生导师

杭州的万千风情，都因其青山绿水、江河湖泊，都因其人杰地灵、海纳包容。

2000年金秋，首届西湖国际雕塑邀请展以“山·水·人”为学术主题，由汇聚的游客、杭州市民和中外雕塑家在西子湖畔太子湾公园共同开凿，揭开了何谓城市公共雕塑艺术命题的序幕，演绎出一个人与自然山水和谐相处的文化传奇。是年初春的一个清晨，几位雕塑人穿行于湖心雾霭，踏青寻古，由衷感叹：空谷悠悠，岁月如歌。2001年金秋，第二届西湖国际雕塑邀请展以“岁月如歌”为学术主题，在西湖的心脏——孤山公园如期举行，展览在人与自然的系统中，加入了文化记忆的维度，将艺术的触角伸向历史的渊源。

继自然山水的演绎、历史文脉的追寻，我们的目光随着碧波荡漾，落在了湖畔的坊、江边的城。西湖国际雕塑邀请展伴随着杭城的跨越式发展，由西湖至钱塘，再次谱写艺术与杭州的对话，演奏“江·城·湖”的艺术乐章。人文、自然、艺术和谐之道的主旋律贯穿始终。

城边的江、湖畔的坊，是我们生活品质之城的自然写照，也是西湖至钱塘这一城市发展的自然延伸。“江·城·湖”是城与江、湖的相望。湖畔的坊、城边的江，是我们杭州得天独厚的自然条件。她勾画出杭城非常特殊的一种形象，一种人

文与自然的城市特性，既有秀美的烟波，又有澎湃的江湖。这个城市特性最重要的一点就是中国的人文传统，她变成这片活的江湖、山水与这个城市朝朝暮暮地相守，而这个城市又承载着不同时代的人文气息，和这片湖山暮暮朝朝地相望。

这是一条充满诗意的路途。怀文抱质、寻古踏青，走过湖畔的烟云、走过古老的街巷、走近澎湃的钱塘，走向正在变化着的钱江新城。这是一次城市公共空间与江、湖的对话，也是一次历史与当代的对话。钱塘、西湖的自然风景所孕育的人文气息和历史文化在城市公众场所与大众相遇。

这也是一次钱塘、西湖与变化着的城市的相逢，是杭城演进中由“西湖时代”向“钱江时代”历史性的跨越。

这还是一个城市内涵建设的重要课题，也是当代城市规划、建设与传统钱塘、西湖景区相互关系的一次重要思考。

西湖国际雕塑邀请展暨钱江新城雕塑邀请展，以“钱江时刻，品质之源”为主题，2008年10月1日在杭州钱塘江畔开埠的钱江新城开幕。这里也是杭州城市建设从“西湖时代”迈向“钱塘时代”的源头。



许江作品/
共生//
材料：青铜
尺寸：300×300×200 cm
（莲40枝，葵60枝）///



许江作品/
共生//
材料：青铜
尺寸：300×300×200 cm
(莲40枝，葵60枝) ///

本次展览盛会探寻的是人与城市的对话，是文化名都历史与时代脉动的弦音，也是“精致和谐、大气开放”时代的立体图像叠置，是新的历史时期探索专业学术研究回馈社会的重要案例，也是研讨公共艺术与建设的重要课题。通过广泛征集、专家多次评选、公示、市民评议等方式，最终有来自中国及意大利、俄罗斯、荷兰、英国、美国、日本等国雕塑家55件作品入选参展。作品邀请和征集对象均为著名雕塑家，他们大多来自国内外知名的美术学院、雕塑创作机构。参展艺术家通过各自独特的艺术语言，结合钱江新城的特定自然环境和人文环境进行了精心创作。这些作品从不同视角解读和诠释了杭州的过去、当下和未来。

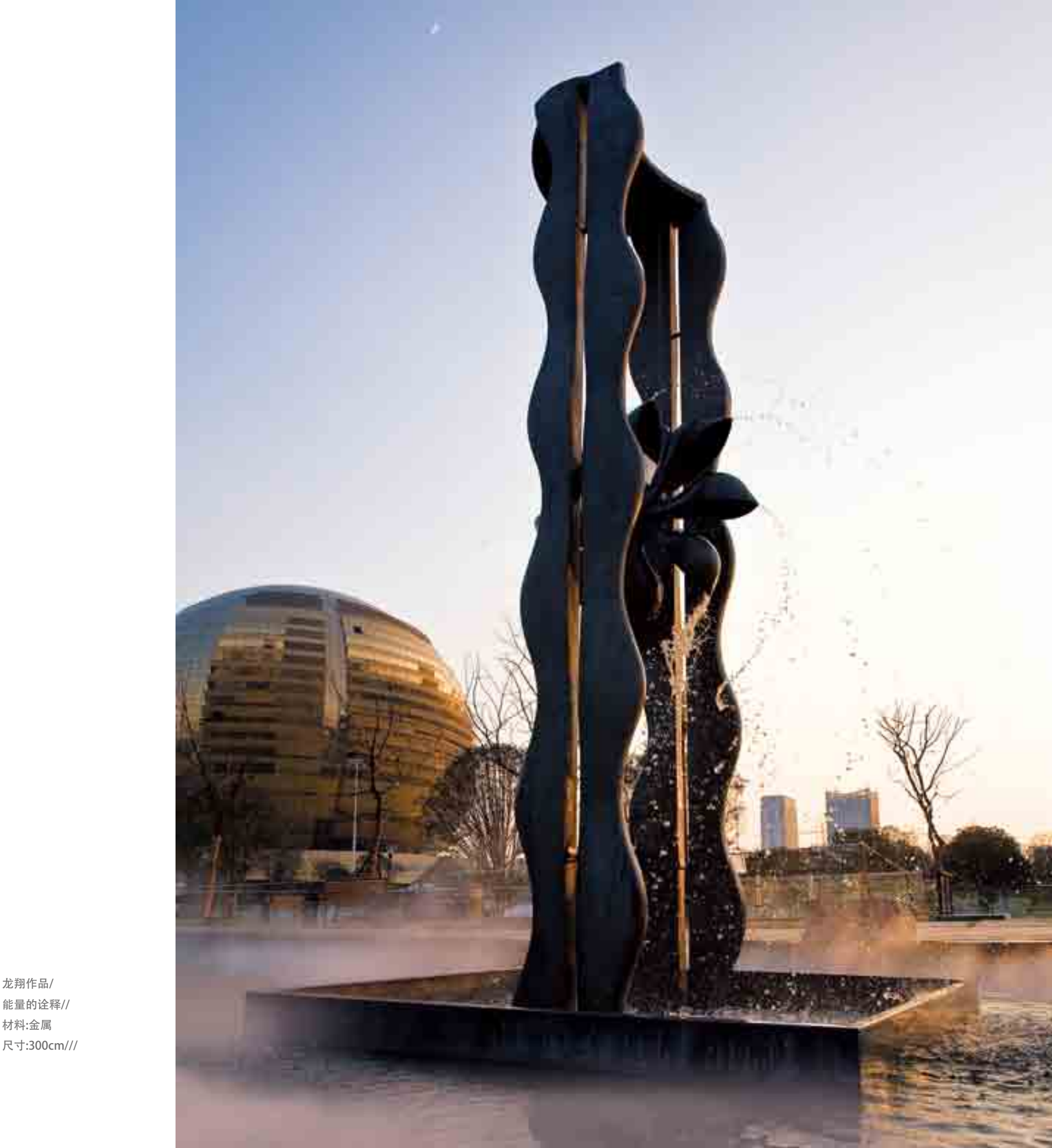
本届展览作品可概括分为两类：第一类是“自然物的延伸”。视物生情，以物寄语——世间万物都遵循其生命的轨迹，循环往复，生生不息，和谐共生，并以此诠释人类文明进程深层的思考和生存意义以及生活品质深情的寄托。第二类是“人造物的延伸”。在“快城快客”的尘世洪流中，从人性的视角审视当下“都市人”的生存状态，以简练率性的塑造手法表现现代人的精神世界，从而唤醒对雕塑造型语言纯洁性的重新思考。展览作品以鲜明的个性，表现了艺术家面对当下、面对未来个人心灵的自我解读及个人情感的物化。

今日之中国，时代的脉动如秋日恢弘、迅猛、壮观的钱塘江潮水般汹涌，海水与江河在此对抗，泡沫尘沙、漂浮物也随着波涛逆流而来。在城市化的快速进程中，城市雕塑正在触摸着大众生活，大众的目光也在审视着城市雕塑。在公共艺术建设与城市主管部门的协作磨合中，艺术家的个性与人格的坚守和自律能力变得极为重要！

在个性与公共性的矛盾统一体的问题中如何建立公共艺术的“审美的共同体”？如何回归到公共艺术的本位上，如何建立在政策的、艺术的各自理性制约，如何书写明天的历史？如何解决当今中国城市化建设过程中雕塑与公共艺术的非学术性介入等一系列问题，西湖国际雕塑邀请展的组织、策划与实施的经验，或许可以借鉴。展览产生的问题应该是积极的，西湖国际雕塑邀请展既是专业的学术展览也是与城市建设和发展相交融的公共艺术项目，我们期待着这一平台的始终如一，共同完成艺术个性与公共性这一学术命题，思考公共艺术之公共性、城市空间与公共艺术、公共艺术语境的营造、公共艺术项目实施等问题。雕塑城市，雕塑生活，以回馈大众、回馈这一历史文化名城。

钱塘、西湖的故事远远没有结束，关于由西湖步出踏入钱塘的文化篇章，我们还需要接着续写。

龙翔作品/
能量的诠释//
材料:金属
尺寸:300cm///





杨奇瑞作品/
稻草人之舞//
材料：不锈钢
尺寸：320 cm///

杭州城市形象设计//
从艺术设计角度看城市形象的构建与管理///

City Image Design of Hangzhou//
Construction and Management of City Image from the
Perspective of Artistic Design///



周 刚
中国美术学院
设计艺术学院副院长、
教授

一、文化是城市发展的原动力

一座城市其生存和发展的内在生命力，它的传承的生命基因，在很大程度上取决于城市的文化积淀。在当今世界上，城市历史文脉的延续与发展，关系到一个城市的前途甚至是城市的命运。一个没有文化的城市，是不可能在当今世界城市竞争中取得发展优势的。文化已经成为城市发展的原动力，因此，城市文化的发展，事关城市发展的根基。城市建设的美学营造是城市文化建设的重要环节。它既打造了城市形象，又弘扬和发展了城市文化，是彰显城市文化的重要窗口。

杭州市政府在城市建设中深刻地认识到城市文化建设的重要性，将其视为城市创造力和城市凝聚力的源泉。在改革开放三十多年的城市建设和改造中，城市形象的营造与彰显，也越来越成为城市文化的重要载体。对城市文化源头的研究与认识，逐渐清晰和形成了特征鲜明的历史丰厚的杭州城市文化精神。杭州的人文历史源头可追溯到距今8000多年前的“跨湖桥文化”时期，良渚古城遗址的发现，更是杭州的原生地，城市文化中最有深远意义的开端。良渚古城，更可视作“中华第一城”。

从良渚发掘的玉器造型和纹饰装饰上，直接影响了商周时期青铜时代的装饰，对中华文明的起源与发展，尤其是对城市的选址规划与建造，对都城文化的形成起着重要的作用。古良渚人在建筑家园、生产工具，打造玉器生活器具及在器具上的纹样装饰、器具自身造型，都表现出其不同寻常的文化性格、独创、勇气与精致。这种特有的都市人和都市文化精神，与今天杭州人的“精致和谐、大气开放”一脉相承。斗转星移，时代变迁，无论社会价值发生怎样的变化，人们发生了怎样的变化，杭州人和杭州城市的文化与精神根源中，始终不变的正是那独创、血气、开拓中透出的“精致和谐、大气开放”的优良的精神文化。

杭州山南国际设计创意产业园现状地貌/
设计制图：范佳敏//





1	2	3	4
5	6		

1. 广场活动/
2. 悉尼CBD的绿地空间与人行网络/
3. 悉尼CBD的公共服务区域/
4. 悉尼CBD区域人流量/
5. 悉尼歌剧院/
6. 悉尼海湾大桥/

设计制图：林村//



二、城市发展中的城市形象问题与研究

城市文化、城市历史、城市及城市人的精神气质，是城市的“根”与“魂”，是城市最有特色的宝贵资源。

当今的城市建设者，既应大胆、开拓、创新，在不断建设中继承和发展传统文化，在不断创造中突破求新而走向未来，又要清醒地认识到城市的文化建设，是基于城市历史文化保护之上的传承与延展，是在传统延续上的建设与创新。

1	2
3	4
5	6

1-6.墨尔本联邦广场/
照片来源：周 刚//



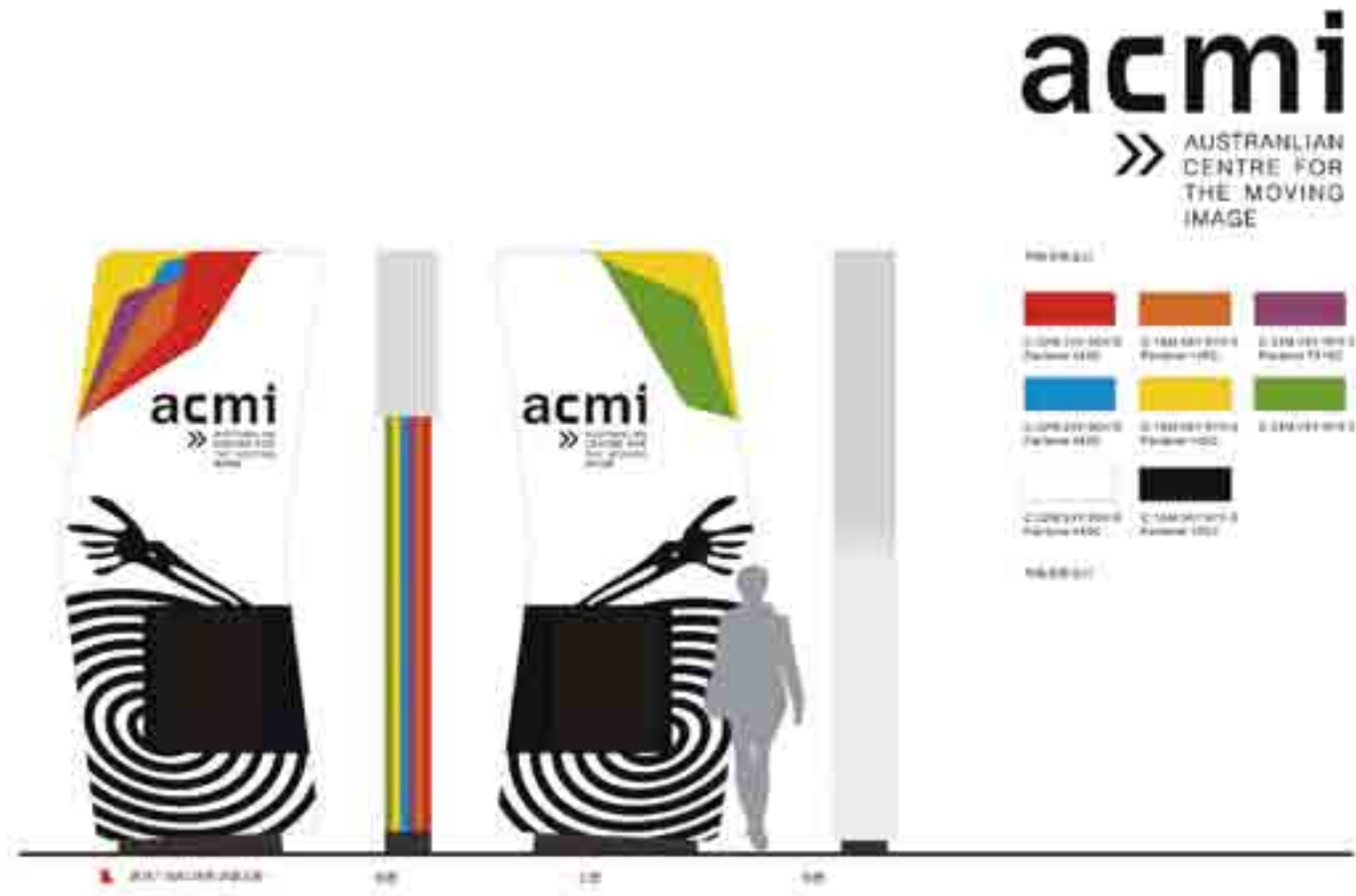
2010年，我们受杭州市政府之托，对杭州市城市形象、城市形象的建设与规划展开了专项调查与研究，并对国内外类似城市做了调查分析，同时与杭州进行横向比较。在这一过程中，我们以艺术设计的专业角度，对我们所调研的城市就其城市形象及构成城市形象的诸多内容进行了分类研究，尤其对城市视觉形象、城市建筑、城市家具、城市公共艺术品、城市色彩、城市导向、城市区域的特性及特性形象的营造等做了专项研究。这里将具体调研情况作一概述。

调研对象：澳大利亚。澳大利亚新南威尔士州府——悉尼，是一个从一片荒原中，经过两百年的艰辛开拓与经营，成为澳大利亚繁华的国际化都市。在建城之初，就充分研究和参考了西方当时先进国家的建设经验，并取利避弊。城市主要街区都与河流、公园、景区相接，使城市处在一个舒适良好的生态环境之中。悉尼的中央商业区从悉尼湾向南延伸，在商业区延伸的纵深中，有一连串的公园用地伴随其延展。火车、巴士和轮渡，都汇集于中心商务区，并由此可将人员聚合与疏散。悉尼市政厅和维多利亚女皇大厦，周边设有温拿公园和海德公园。在高楼林立的市中心，走进海德公园，却恍然感觉进入了闲适、静雅的丛林之中。其设计手法，充分利用了人的视觉可视高度与范围，以及人的生理和心理感受。海德公园夹在两条大街之中，周边多为高大的十层以上的大体量建筑，海德公园的做法是将树木与绿化分为多层，最外层的是中矮高度的植物，以协调街道及道路行人的关系，同时也为其身后的高大树木做了一个良好的缓冲，这些高大的树木，高度多在13至15米左右，人走进这些高大的树木之中，在得当的距离尺度中，是看不到街道两边的大体量建筑物的。在大树环抱的丛林中，再用高低不同的树木，补充和丰富

公园的进深与层次，海德公园内的设施与中心在这样的环境中点缀与展开，其内外环境谐调自然，公园中完全是城市一派繁华中的闲静。

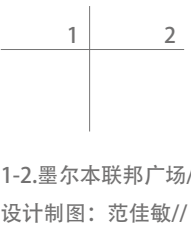
在悉尼歌剧院广场和中央商业区的入口处，远远看去都有一两处美观却功能多样的导向柱，这个导向柱既是一个美观的城市公共艺术品，又是一个在不同距离可以获得不同信息的综合导向多功能柱。在深入到相对区域的环境中，其最鲜明的特征是，导向的分层级别明晰，设计、用色、字体简洁准确，色彩艳度不高，明度反差较强。

澳大利亚的第二大城市墨尔本是一座有着深厚文化底蕴且充满活力的城市。墨尔本同时也是澳大利亚的工业重镇。然而，在城市中，却感受不到工业重镇的压力。城市中包围着你的是充满活力和欢乐的人文气息。墨尔本市是由四条大街围成一个棋盘式的城市，从文化艺术角度而言，墨尔本其文化艺术的多元、多层面吸引了很多慕名而来的人，美术馆有许多世界一流艺术家的作品，还有定期组织的有影响力的艺术作品展，美术馆内健全的艺术服务设施，也为美术馆带来了很好的口碑。墨尔本文化广场更是城市的地标性建筑，这里是墨尔本重要的文化艺术活动场所。在这座城市里，中心区多是从文化艺术广场展开的，而不是从商业、购物、休闲展开的。墨尔本可以说是澳大利亚文化、艺术、娱乐、美食、购物和商业购物的天堂，墨尔本也成功地将自然风景融入了人文景观与城市建设之中。自1990年至2006年，这座美丽的城市先后十次被国际人口行动组织评选为“世界上最适合人类居住的城市”。



从澳大利亚考察回国，我们根据收集的资料与拍摄的数千幅照片将我们确定调研的对象分别做了平面、立面与空间的具体分析与研究，并分别就两个城市典型的文化广场、城市公园、商业街区建构成电子模型，对它的空间尺度、空间关系、业态构成与分布、城市家具与色彩、导向识别与导向层阶、人流与空间的关系、区域间的互通与关系等进行了分项、分类研究。同时也有针对性地将杭州市的四个区域即杭州中国丝绸城特色街区的形象改造问题，杭州市山南国际设计创意产业园综合体的改造问题，西湖涌金广场的现状分析，杭州经济技术开发区沿江大道的规划问题，做了对比研究，我们将调研的成果也运用在以上四个区域的设计之中。我们认为：城市中的创意设计以及所有代表城市形象的各种各类设计，必须要有具体的意义，以视觉类设计而言，即所

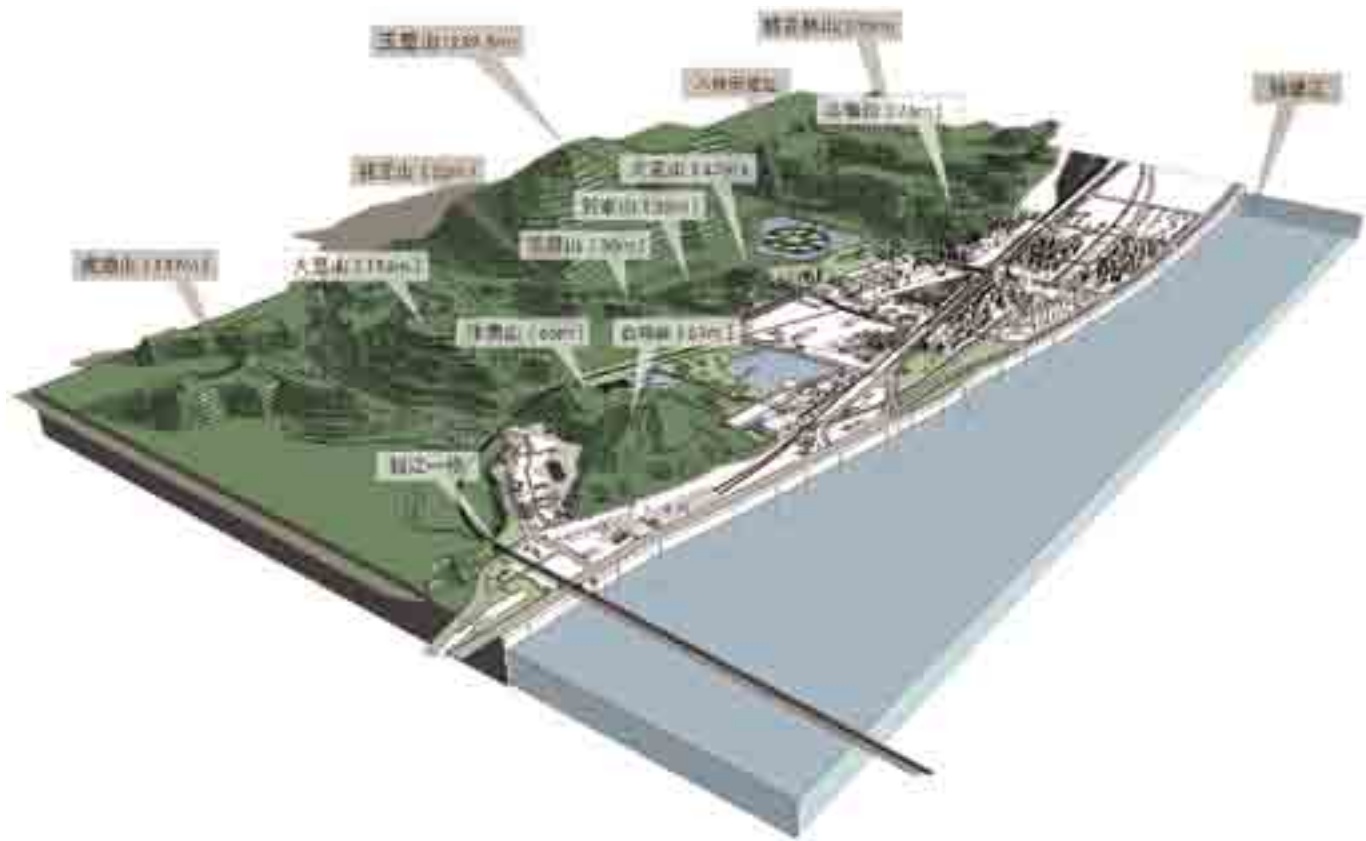
谓，我们在城市里所看到的城市视觉形象设计，它不仅要能满足其基本的功能要求和其自身的美观要求，同时它也要配合城市的文化，发展的行为策略，有效传达城市的精神与城市的形象。城市形象是影响城市长久建设与发展的重要因素，也是城市迈向其发展目标的精神指标。因此，城市及城市中的设计行为，不应只是视觉表象，而是在于城市形象而上的意念，城市形象的建立



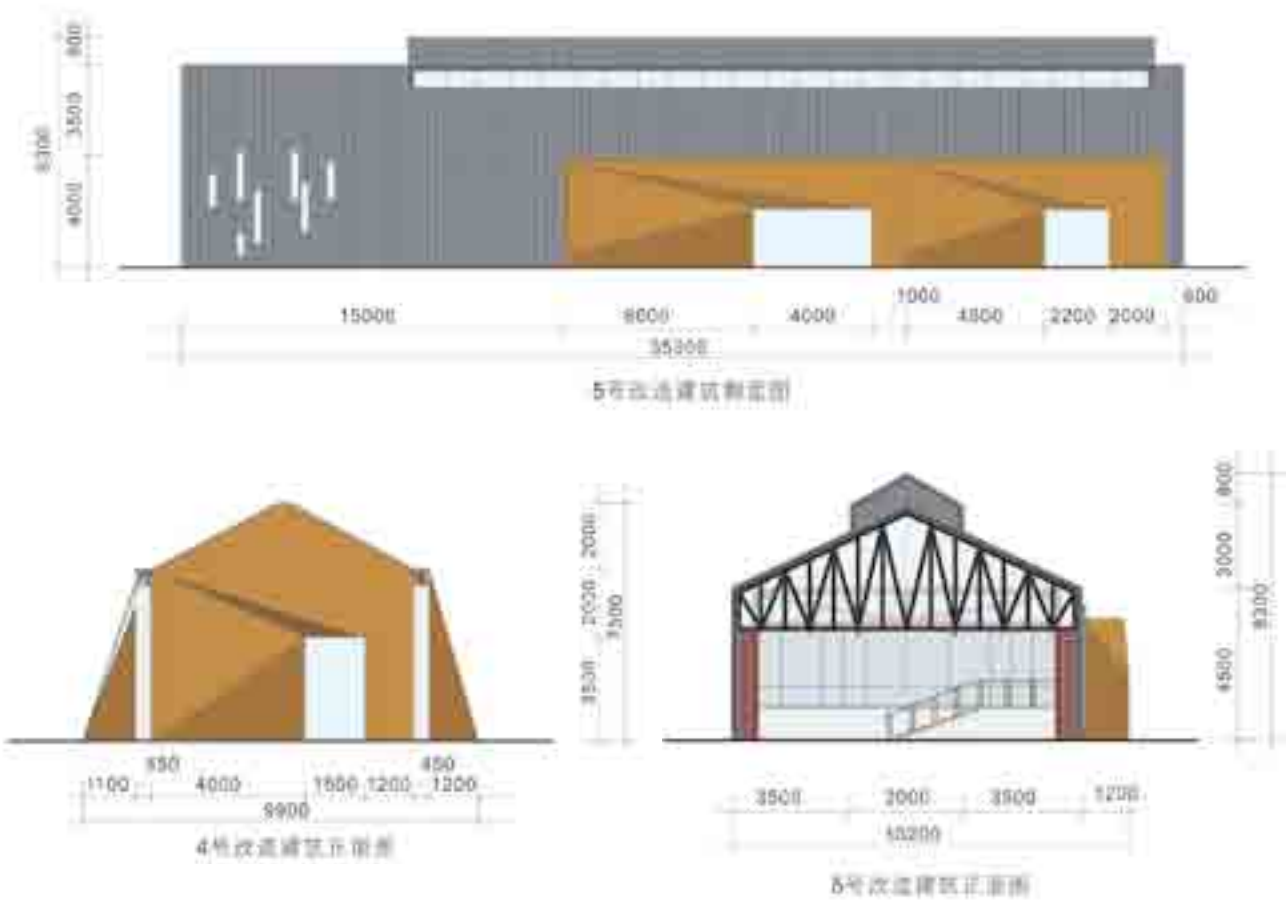
应从确立城市的发展策略、城市定位及城市理念视觉化到推广城市形象活动着手，将城市的经营哲学、城市的文化运用到整体的城市视觉传达方式中，具体地讲，这个理念，是以人性观点为中心，进一步探究城市和城市的历史文化，自然环境背后所隐藏的特质与内涵，再根据社会形态的演进，创造出新的城市形象特征，这种创造是城市人的原创性的态度开发，将之视觉化、系统化。在将考察、调研与杭州城市形象的类比之中，我们已清楚地看到，单是创新的设计对于一个城市形象的建构与营造并不一定是正确的表现，只有那些忠于城市发展整体理念下所创造出的视觉形象，才是城市最适合的、好的创意。

我们注意到，今天的城市经营已体现国际化的趋势，城市的地位确立已经转向为城市的形象、文化、精神甚至城市人的生活品质与素质。唯有一个有理念、有文化、有精神追求的城市才能得到人们的信赖与支持。在分析类比研究中，我们就杭州市城市形象的现状问题提出完整地建立和推广杭州城市CI形象战略。建立城市CI，贯彻CI理念所延展的城市各形象系统与服务，这样才能使城市形象更具有竞争力与生命力。

杭州山南国际设计创意产业园综合地貌局部/



杭州山南国际创意产业园地质局汽修厂设计改造/
设计制图：范佳敏//



三、杭州市城市形象建构的认识与建议

杭州在改革开放的三十多年中在各方面都取得了重大的发展与进步，城市建设方面更是取得了非常令人瞩目的成绩。这种令人瞩目的成绩主要体现在杭州对历史文化的发掘与保护，并在发掘、保护中逐步确立其都市文化精神。正如前杭州市委书记王国平先生在他的《城市论》“关于杭州文化发展的方针”中所谈到的，正确处理好“现代文化”与“传统文化”的关系，正确处理好“文化保护”与“文化建设”的关系，正确处理好“精品文化”与“大众文化”的关系，正确处理好“本土文化”与“国际文化”的关系；正确处理“杭州城市人文精神”与“杭州人精神”的关系等。同时，杭州在城市的形象建设上也做了大量卓有成效的基础性工作。

在改革开放的三十多年中，城市建设也伴随着经济建设的发展迅速发展。今天回头来看，有许多值得我们总结的经验和教训。就城市形象建设方面而言，我们明显忽视了对这一问题的研究与学习，忽视了对本土、本地文化的研究、挖掘与整理，忽视了城市建设对于城市形象的理性思考。城市形象的设计与建设中的一点一线，都存在着原因和理由，而支持它的理由就是我们所强调的城市形象的理念开发。由于在这些方面的研究不够，因而在凸显城市个性方面、在城市精神文化的挖掘方面、在城市形象塑造等方面做得不够，因此，产生了城市建设中的文化定力不够，有改城市名号的，有盲目建设不顾后果疯长的，有东搬西拼的，有拆古仿古的，有建个白宫当政府办公大楼的等等。

杭州市在三十多年的建设中，尤其是在近二十年的城市建设中，明确地提出了城市发展多方向与要求，强调山水、文化与城市形象的关系，提出江、河、湖、海、溪“五水共导”的城市治理与发展方针，提出品质生活、品质都市的发展理念，提出“精致和谐、大气开放”的杭州人文精神。在这些理念的指导下，杭州市做了诸如城市历史文化的梳理与历史文化碎片的保护和链接，对历史街区的保护性开发，对城市湿地的大规模保护开发与建设，对特色商业街区的引导与开发，对于城市各局的梳理与结构调整和与布局，对于未来城市建设战略性的规划与实践，对于城市社区的改造与建设，对于城市公共设施研究与建造，对于城市色彩的规划与设计，对于城市标志的设计与推广等等方面都做了大量的工作，取得了显著的成果，使杭州成为有鲜明形象的，改革开放三十多年来国内城市建设的排头兵之一。

当然，在我们的研究之中，尤其是对城市形象建设的研究之中，我们从艺术设计，从城市美学建设的角度还是看到一些成长的空间，就杭州导入城市CI设计为例，杭州设计了城市CI，其中的VI视觉形象已经广泛地运用到了城市的许多方面。CI设计在凸显城市形象上最重要的是要有好的设计与专业的推广与执行。美国设计师哈尔普林先生提出，设计延续的理念，创造完成设计的有机循环圈，强调人类的许多环境或工程的建设皆需要通过有机性的创意过程，并将资源背景、谱记规划、方向评估、绩效形式这四大重点，详细研究并分时段地做出评估，而后再依照不同个案的需求进行运作，使每个个案都接近或达到预期的目标。欲求在今天这样的可以称是设计时代立于不败之地，不断地推陈出新，更进一步追求专业、追求精神、追求品质是唯一的出路。从专业角度讲，城市VI的视觉形象的导入，应拟定导入计划、实践计划中对有关问题有明确的专业解决方案。在城市VI导入的进程中测定运营方针以

		1
2		3

1.杭州中国丝绸城现状介绍/
2.杭州中国丝绸城
重要节点人流数量分析
(非节假日) /
3.杭州中国丝绸城
改造区域星级分类/

设计制图：李 真//



及形成的管理理念。应建立城市形象研究、督导委员会，从建立形象系统、应用系统开发、制定长期的研究、开展督导工作制度，以使城市形象在坚持中发展，在发展中立于清明的不败之地。

就目前杭州市的城市VI导入和推广而言，应注重维护城市标志的基本价值，同时应注意在这种新的价值和策略方向的创造将改变原有的城市形象经营理念与方式，从而自觉、有机地建立和形成新的管理和运营方法，并发展一套框架来传达这些改变。在新的形象导入和推广的同时，要配合和完善与城市精神、城市蓝图。依托城市发展策略所开启的城市事业发展又将内化新的价值，并将开发新的城市事业领域，城市的VI形象策略则需要与城市的内化价值与新的城市事业领域同步调。

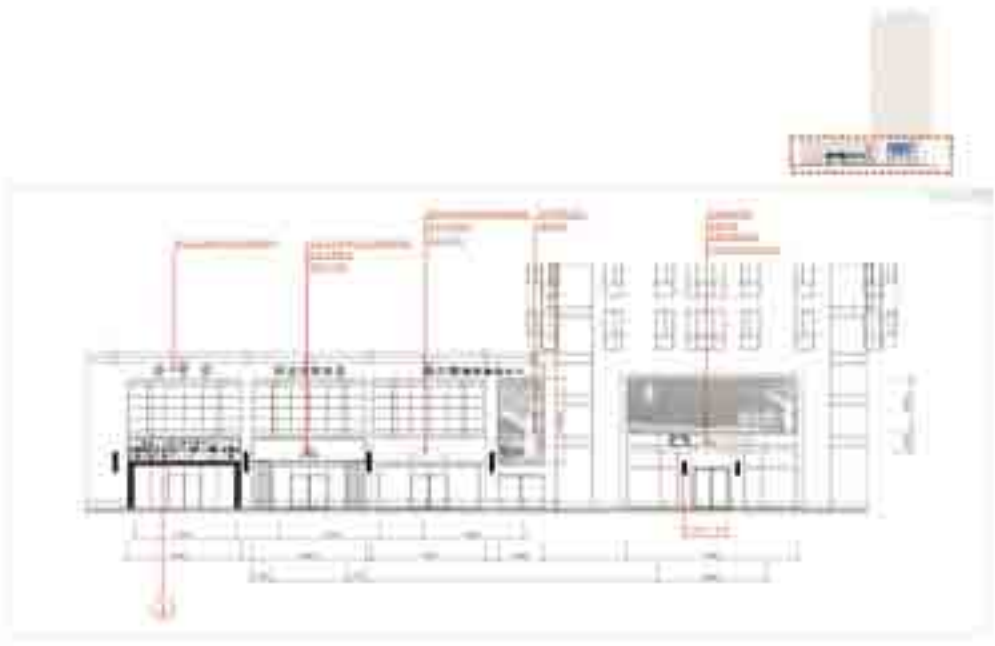
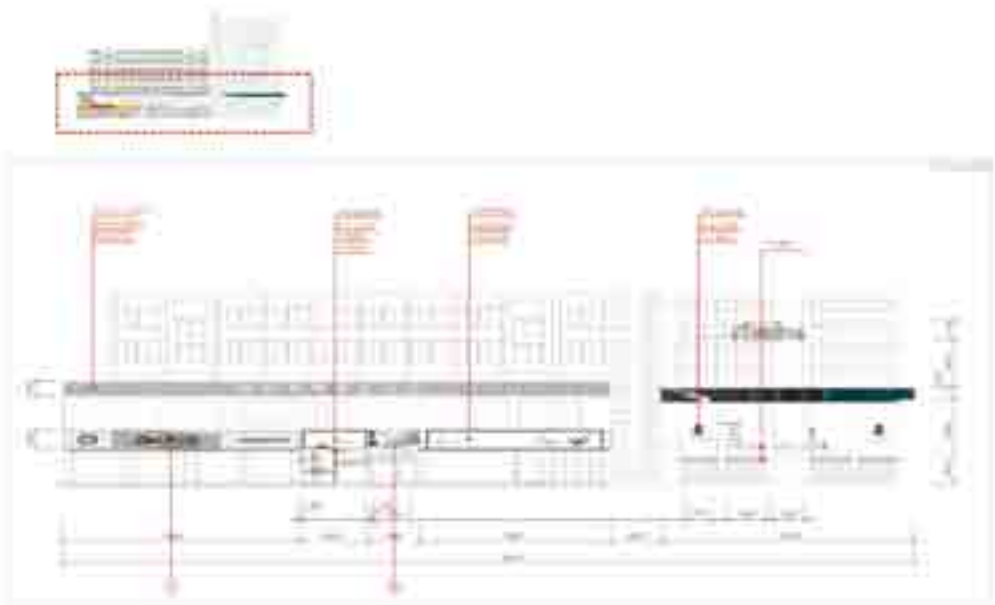
在城市VI导入的过程中，应努力使城市环境媒体宣传与VI形象统合，这样可以大大强化城市形象和城市精神的传达力。同时，城市设施、城市工作者的工作环境的重新设计与逐步改善也可吻合城市新形象的导入。在城市形象的推广与建设中，提高城市人的文化素质和对城市文化的塑造乃是维持城市形象系统的最佳方式。

一个大规模、粗放型的城市建设时期已经过去，一个靠城市规模和宣传的时代也已经不再，一个以城市文化精神主导下的城市形象的变革时代已经形成。一个出色的城市领导者除了在城市建设、环境整治、设计更新上更为出色之外，也必须做好城市形象与文化的建设与管理。我们相信，我们的城市已进入基于美感和品质的新时代。城市形象必将在彰显城市文化与精神上扮演着重要角色，而基于城市的美感有品质的美的管理，亦将成为一个美好的现代化城市不可或缺的重要条件。

	1
	2
3	4

- 1.建筑附属户外广告设施设计/（湖墅路浙租大厦）
- 2.建筑附属户外广告设施设计/（湖墅路中央花园）
- 3-4.建筑附属户外广告夜景效果/（湖墅路浙租大厦）

湖墅路沿线整治方案/
设计制图：叶小峰 等//



杭州城市风景塑造//

城市建筑与景观设计中的理念和作为///

City Landscape Creation of Hangzhou//

Ideas and Actions in City Architecture and Landscape Design///



陈 坚
中国美术学院
风景建筑设计研究院院长、
中国美术学院
建筑艺术学院副教授

古都杭州是一座历史积淀深厚的文化名城，又是有着清隽明润的自然山水的风景名城。近年来，随着西湖综合保护工程等一系列大手笔的城市改造项目的进行，这座曾被马可·波罗盛赞为“天城”的城市。城市面貌和城市形象得到进一步的改善和提升，重现勃勃生机。中国美术学院风景建筑设计研究院依托中国美术学院深厚的学术背景，汇集整合建筑、城市设计、景观设计、环境艺术、雕塑艺术、公共空间艺术等众多系科和专业的研究人才和力量，责无旁贷地参与到杭州城市改造和更新的有力步伐中，为所在城市的发展做出了应有的贡献。

在现代化和全球化浪潮的席卷中，在城市的同质化现象越来越突出的当下，城市规划 and 城市设计作为梳理城市文脉，重塑城市形象，凸显城市魅力的重要手段，应当本着“有所为”和“有所不为”的清晰理念，即对城市文脉有着理性的把握，始终将城市文化和生活特质的保持和重塑，放在规划设计的首要位置，从而用科学合理和“有限度”的设计，打造出一个更具魅力的城市。

从时间的角度观照，杭州拥有从新石器时代一直绵延到现代的久远的历史文明；从空间的角度观照，杭州具有湖山与都市共存的独特的城市格局。在时间和空间交织的世界中，是民众鲜活的生活和情感的沉积。面对一个有着立体文化层次的城市，城市规划和设计绝不能扮演“剪刀手”，搞一刀切，而应如古时的织女，细致而缜密地去“织补”城市历史、掇拾文明的碎片，“编织”出城市光明的未来。



杭州运河新城规划/
创作组：陈坚、李大伟、郑捷、钱晨//

一、城市生活场所的振兴

城市是普通民众生活的记忆。在城市生长的过程中，城市的生活元素在空间中累叠，自然而然地形成了城市所独有的和谐的场所感。然而现代化的推进，使得城市原有的生活流被撕裂和楔入，老城区的拆旧建新，更加速了城市传统生活场所感的断裂。传统与独特人文气质的消褪，很容易使得城市的个性丧失殆尽、无以为继。

显得陈旧的历史街区恰是维系民众精神与生活世界的纽带，是保存城市肌理，延续城市文脉的重要元素。如何在现有的现代化城市环境中呵护历史街区，并且在有限的城市用地中重塑历史文脉所能连续的物质空间，是历史街区改造设计的核心。风景院设计的杭州市小河直街历史街区重点保护区工程称得上是成功的案例。

从原有的空间看，小河直街历史文化保护街区的城市功能已无法适应现代生活的需要，因而重续城市的文脉不仅意味着将历史街区的发展重新纳入城市正常的轨道，更意味着街区功能和传统生活场所的振兴。国际上对历史街区的更新办法主要有全面保护，适当更新、风貌保护，功能置换等。在此项目设计中，首先维持了低层、高密度的城市肌理。对于城市中的历史文化街区，空间尺度与建筑密度的有效控制是确保街区在城市建设与更新中特色风貌得以延续的重要指标，其原有的城市蓝本就是经过长年累月所形成的低层、高密度的城市肌理，这也是历史街区区别于其他城市规划项目的最大特征所在。高密度不仅形成了良好的城市形态，更是历史街区内在生活的空间载体。假如不突破一般的城市管理规划技术原则，就意味着牺牲街巷空间里的微妙变化、小尺度生活氛围中所形成的邻里交流，原有的城市肌理就得不到延续。因而维持这一区域的密度是保护设计的根本。其次，可持续设计和历史地块全方位的保护与更新，也导入了设计原则中，即传统街巷空间的文脉的延续和发展，以及符合现代人习惯的生活空间的重建等。当小河直街的原住民重新回迁到经过改造的老房子时，他们不但享受到了现代生活设施带来的舒适便利，而且仍然保有了旧有的生活情感与和睦的邻里关系。在历史街区的重塑过程中，城市记忆被小心而完整地保留了下来。



杭州西溪湿地项目/

创作组：郑捷、陈丽君、赵思霓、马列、王佐品、
王聪伟、高洁、陈漫华//

二、城市旅游空间的塑造

作为一个有着丰富旅游资源的人文山水名城，杭州旅游资源的合理开发、保护和利用，是增强旅游名城美誉度的必然，更是整个城市可持续发展的重中之重。2001年底，杭州市政府开展西湖综合保护工程，为的是深度发掘西湖的历史文化内涵，全面优化西湖的自然生态环境，切实增强城市的综合竞争力。风景院主持设计的西溪湿地开发、三台山景区综合改造、八卦田遗址综合保护工程等，都是以历史文化遗迹挖掘和保护为基础，以自然景观的提升，以旅游开发为动力的综合保护设计工程，均取得了良好的文化、社会和经济效益。

这些景区，本身处于都市的边缘，如何使它们在城市化都市主义的影响下保持传统的素质，宏观地把握好历史信息的传承和延续，是景区整治设计无法回避的课题。在大的旅游开发的背景下，设计的关键是通过对该景区原生结构的认识，提炼出能代表该景区传统特质的历史信息，再把它回归到自然生态之中，重构其文化结构及空间和功能等要素。像西溪湿地一二期综合改造工程，从可见的物质形态及不可见的文化形态两个层面入手，把握“生态优先，最小干预”的原则，遵循和谐共生、因地制宜的思路，来体现湿地本身丰富多元的生态资源，纯朴原生的自然景观和悠长深厚的人文积淀。美化自然景致，深化文化内涵，建筑和景观意境的表达均体现了“野逸、清幽、闲适”的整体风格，在设计的寻觅、恢复和再造中，接续了生生不息的西溪文化。这种以保护为前提，同时有机更新的理念，对景区的自然生态、文化内涵和空间结构进行重构，在拓展旅游空间的同时，一定程度上也复建了历史的文化场域。

三、城市创造活力的引发

很难想象一座有着宁静生活节奏和优良生活环境的城市，却没有奋进的能力和创造的激情。杭州不仅有秀丽的湖光山色，深厚的文化底蕴，还有丰富的人才资源和成熟的市场机制，加上一流的人居环境和高效的政府服务，使这里成为一个“创业的天堂”。在杭州的城市改造更新过程中，如何使之既保留历史的沉淀，又充满时代的气息，让人既能触摸到历史的脉动，又能让人们在现代的空间中释放想像力和创造力？

在“构筑大都市，建设新天堂”的城市发展战略目标框架中，城市新区的规划设计是以具有文化连续性的城市功能和意象的塑造为旨归的。以运河新城规划为例。运河连接着城市的过去，也通向城市的未来。运河新城以京杭大运河杭州段为文化基点，规划的三条城市化功能轴线，分别承载了商贸服务功能、滨水休闲活动功能与水城生活品质。城市功能轴线与三条南北向水景轴线以及横纵向绿化轴线，共同塑造了具有花园品质的现代水城。而运河的历史、文化和美学特性又较好地得到了传承，鲜活地同构于当下宏大的城市建设中。运河新城在规划中将成为杭州北部的“心脏”，城市发展的动力源，是杭州城市未来发展的典型象征之一。

杭州西溪湿地项目/
创作组：
郑捷、陈丽君、赵思霓、
马列、王佐品、王聪伟、
高洁、陈漫华//



又如由中国美术学院风景建筑研究院承担的西湖文化广场景观设计，亦重在通过设计使其成为杭州新的文化地标，成为杭州新城市意象的重要组成部分。整个设计在保持原有总体建筑在平面、建筑设计和空间环境上的完整性上，充分考虑文化广场地域环境、气候、受众信仰、生活习性、精神需要等诸多因素，不仅体现了厚重的地域文化特色，更表达了当代的人文关怀。

杭州是全国创意产业发展走在前沿的城市。创意产业的发展赋予整个城市以活力和激情。早在2008年，杭州的文化创意产业增加值就已占全市GDP比重达12.1%，一举超越商贸物流业、金融服务业，坐上服务业的“头把交椅”。在西湖创意谷·开元198、白马湖生态创意城动漫广场、杭州运河天地（LOFT文化创意园）一期、浙大网新产业研发基地等创意区块的规划设计中，风景院不仅借助建筑的视觉形象和空间意向来表现杭州的山水文化气质，更重在通过这些创意园区的设计，来营造21世纪杭州城市文化的新形象，藉以传达出蓬勃向上的城市新精神、新面貌。创意园区的规划设计，本身就是创意的体现，这些园区建成开发之后，又成为了集聚创意人才，迸发创意活力，催生创意经济的新引擎。

20世纪50年代到70年代，日本在经济飞速发展时期所提出的社区营造的理念，指明了城市和社区的改造和建设应体现居民对家园的集体记忆以及对故乡的美好想象。它不仅使具有历史文化传统的城市风貌得以保存和开发，而且让传统街区重新焕发魅力，也使日本从片面追求经济、追求高效的时代过渡到重视历史传统和人文景观的时代。

先进国家的城市建设经验和教训是值得我们借鉴的。不管是一个社区，还是一座城市，它要让居住其间的人有归宿感，有情感的记忆，有便捷的生活，有创业的激情，人与自然和谐共生，诗意地栖居，这座城市才是活的，才有魅力！风景院在城市设计理念上，把城市看作一个生命机体，是会呼吸、有脉搏的生命体，因此，设计中重在建立城市的一种新秩序：传统与现代的和谐，人与生活空间的和谐，建筑与环境的和谐，自然与人文的和谐……通过设计将混乱变为有序，将对立转为平衡。

一座有个性、有特色的城市，才是一座有吸引力、生命力、竞争力的城市。经过近些年的改造更新，杭州城市形象已得到了有效的提升，古老的传统正在被深度发掘和梳理，崭新的城市文明亦在孕育形成，这是一座正在蓬勃生长的城市，是一座越来越具有浓郁魅力的城市！



杭州八卦田保护与环境整治工程/
创作组：郑捷、赵思霓、王佐品、向涛、韩鹏飞//



杭州萧山区跨湖桥遗址公园/
主创：王伟//



西湖文化广场公共艺术创作/
 艺术指导：施慧//
 创作组：胡辉、翟庆喜、周武、
 单增、陈涛、陈威、
 陈建游、徐静、魏颖//





杭州清河坊历史街区有机更新/
创作组：马少军、郑慧娜、刘丰、
翁巧莉、齐星、王晓萍、崔秋荣//

Chapter of City Construction/

Unified Design of Metro Image of Hangzhou//
Scenic Metro///
Systematic Design of City Furniture of Hangzhou//
Looking for the Characters of the City///
Aesthetics of Transportation Facilities and Design of
Informationization System in Hangzhou//
Homeward Journey Toward Beauty///
Visual Image Design of Hangzhou Public Bicycle Service System//
New Definition of Quality Life///
Image Design of Street Space of Hangzhou//
Perceptual and Ordered Beauty of the City///

城市营造篇/

杭州地铁形象一体化设计//山水地铁///
杭州城市家具系统化设计//寻找城市性格///
杭州交通设施美学与信息化系统设计//指向美的归途///
杭州公共自行车服务系统视觉形象设计//品质生活新定义///
杭州街道空间形象设计//感性而有序的城市之美///

杭州地铁形象一体化设计//
山水地铁///

Unified Design of Metro Image of Hangzhou//
Scenic Metro///



郑巨欣
中国美术学院
设计艺术学院
设计艺术学系主任、
教授、博士生导师

对于杭州人来说，地铁，一直是一个充满着梦想与努力、感怀与沧桑的心念。

随着时光流逝，今天，梦想正在转变为现实，努力将要收获成果，感怀与沧桑也将化为往日故事。在这样的一个梦想实现过程中，似乎很多人都会发问：杭州的地铁会是什么样的？

杭州地铁和世界上所有的地铁一样，是在城市中修建的由电力牵引的快速、大运量轨道交通。它们通常设在地下隧道内，也有的在城市中心区域以外地区从地下转到路面或高架桥上，这是地铁的基本功能和性质。但是，今天世界上任何一个国家城市在修建地铁的时候，又肯定不会仅仅满足于这样一种基本功能的设计。问题是当代日趋成熟的地铁技术，如何与当地的城市文化共生？

所以，无论是城市居民还是城市管理者，都在关心地铁的建造给他们生活带来的影响，地铁给城市环境带来的影响，地铁给城市经济带来的影响，等等。归纳起来，其实人们关心的是地铁与城市文化如何有机交织和品质提升。

由于城市在先，杭州的城市已经在筹建地铁之前走过了数千年，而修建中的杭州地铁则是今天才叠构在城市文化当中网状延伸的现代化交通工具。于是，如何在这样的一个时空隧道中完美地呈现杭州地铁的形象和品质，便成了一个地铁修建者迫切需要解决的文化建设和城市美学的难题，而不仅仅只限于地铁技术本身。

一、项目执行与实施

1. 项目执行时间

2008年10月，中国美术学院接受杭州地铁公司的邀约，为建设中的杭州地铁进行系统的全面的形象设计和概念定位。设计结合地铁基本功能注入城市文化内涵，方案围绕着全面提升杭州地铁品质，致力于国际化标准的应用，历时两年左右完成。2010年5月，方案汇报先后通过了由原杭州市副市长马时雍为组长的专家组和当时杭州市委领导班子的审核，获得了全面的好评。同时，专家们也提出了一些善改意见。

2. 项目实施团队

团队由中国美术学院副院长宋建明教授、设计学院院长王雪青教授任总负责，参与设计的人员，以中国美术学院设计艺术学院的教授、博士、硕士生为主体，涉及设计艺术学系、综合设计系、平面设计系、工业设计系和染织服装系、中德设计学院的部分中外籍教师、基础部的部分中外籍教师、中国美术学院色彩研究所。一些在国外工作和学习的校友也参与了前期资料的收集工作。人员组织形式，依据设计内容和方向，整编为概念设计、色彩设计、空间设计、平面设计、城市家具设计、服装设计、公共艺术设计团队进行分工合作，参与人数百余人。

3. 项目实施过程

项目实施分为三个阶段：前期调研分析、中期主题确定、后期完善设计方案。前期调研分析，组织和发动了全体设计人员和编外人员参加，历时近半年，其中汇总讨论、分析评说数十次。中期主题确定，历时半年多，以设计艺术学系郑巨欣教授领衔，各团队积极参与，经多次反复论证和多方征求意见，最终形成核心概念和层级体系，诠释城市地铁设计的丰富多样性。后期完善设计方案，紧紧围绕着核心概念和层级体系这一设计灵魂和准则，将设计的思想物化为可视的形象，将杭州城市美学融入地铁功能设计当中，完成杭州地铁形象的一体化设计方案。

地铁是一地文化内在精神的显现。
如果说巴黎地铁是浪漫的，德国地铁是工业的，美国地铁是商业的；如果说北京地铁很中国，上海地铁很都市……
那么杭州的地铁，一定是最山水的。



杭州主要山水景观分析/

二、核心概念和层级体系

地铁形象一体化设计概念方案的核心创意，围绕着杭州经济社会发展的总体目标和“一主三副六组团”的城市形态，提出了杭州地铁的核心概念和设计定位，形成了一套全面规范的地铁形象设计系统，建立了若干实际施工中的地铁设计美学指标、设计形象的效果表达。

1. 核心概念

根据杭州地铁的核心形象概念和设计定位要求，我们认为：地铁和城市是体脉依存的生态共同体，地铁特征的形成，不是简单的设计移植，而是踵事增华，持续发展的结果。地铁是内在精神的显现，城市地铁反映城市历史、性格、功能与城市印象。考虑到杭州作为国际旅游城市的发展定位和杭州山水相拥的环境、人文特征，我们将杭州地铁定位于“杭州国际山水地铁第一线”。其中，“杭州”应对城市，“国际”指称视野，“山水”返原地域，“地铁”属于本体，“第一线”是需要坚持的质量标准。换句话说，我们是以国际视野，融通古今，梳文理脉，剖析地铁设计系统；是从地域观念，比照东西，参南看北，定位杭州地铁品质；是以美学眼光，考量尺度，随类赋彩，塑造杭州地铁形象；是从文化角度，把握全局，写形表意，描绘地铁杭州愿景。“杭州国际山水地铁第一线”的这一核心形象概念和设计定位集中体现了“立足本土，放眼世界”的总体目标和设计理念。

2. 概念演绎一：地铁与山水的关系

杭州地铁设计应该全面、精彩地呈现杭州历史、地理、人文、城市特点和时代风貌，充分展现杭州地铁设计的品质。但是，地铁与山水是怎样的一种关系？地铁、山水、城市之间又是怎样的一种关系？地铁的功能与山水概念、形象设计之间有什么关系？

杭州地铁的设计，应充分研究杭州山水的特征。我们认为：杭州山水有别于北方雄伟壮美、奇峭之气的山水，突出表现在汲自然之灵秀、蕴人文之内涵、显意象之气韵这三个主要方面。因此，山水地铁印象应该是自然的、人文的、意象的，这种印象必须成为一体化设计的旨归，山水地铁的品质在于行则通达，止则从容。

3. 概念演绎二：地铁与杭州城市美学的关系

“精致和谐、大气开放”是杭州城市的美学特征，“生活品质之城”更是杭州共建共享的发展目标，山水地铁与杭州城市美学和品质建设之间有着内在的和必然的联系。

我们认为：山水地铁与城市美学之间的关系应表述为，以湖光山色，云烟氤氲，诠释精致入微；以山水相拥，玉带连珠，诠释和谐幸福；以山峦起伏，湖光万顷，诠释大气磅礴；以江河相接，山体绵延，诠释开放诚信。

由于明确了杭州地铁核心概念、设计定位与城市人文、城市特点之间的有机联系，使设计得以从繁复的感性和某些瞬间思维，上升到统一的理性思维层面，从而为完成下一步的杭州地铁一体化设计，提供了直接应用、可操作的设计准则、控制要点和设计依据。

4. 有机一体的设计认识和体系

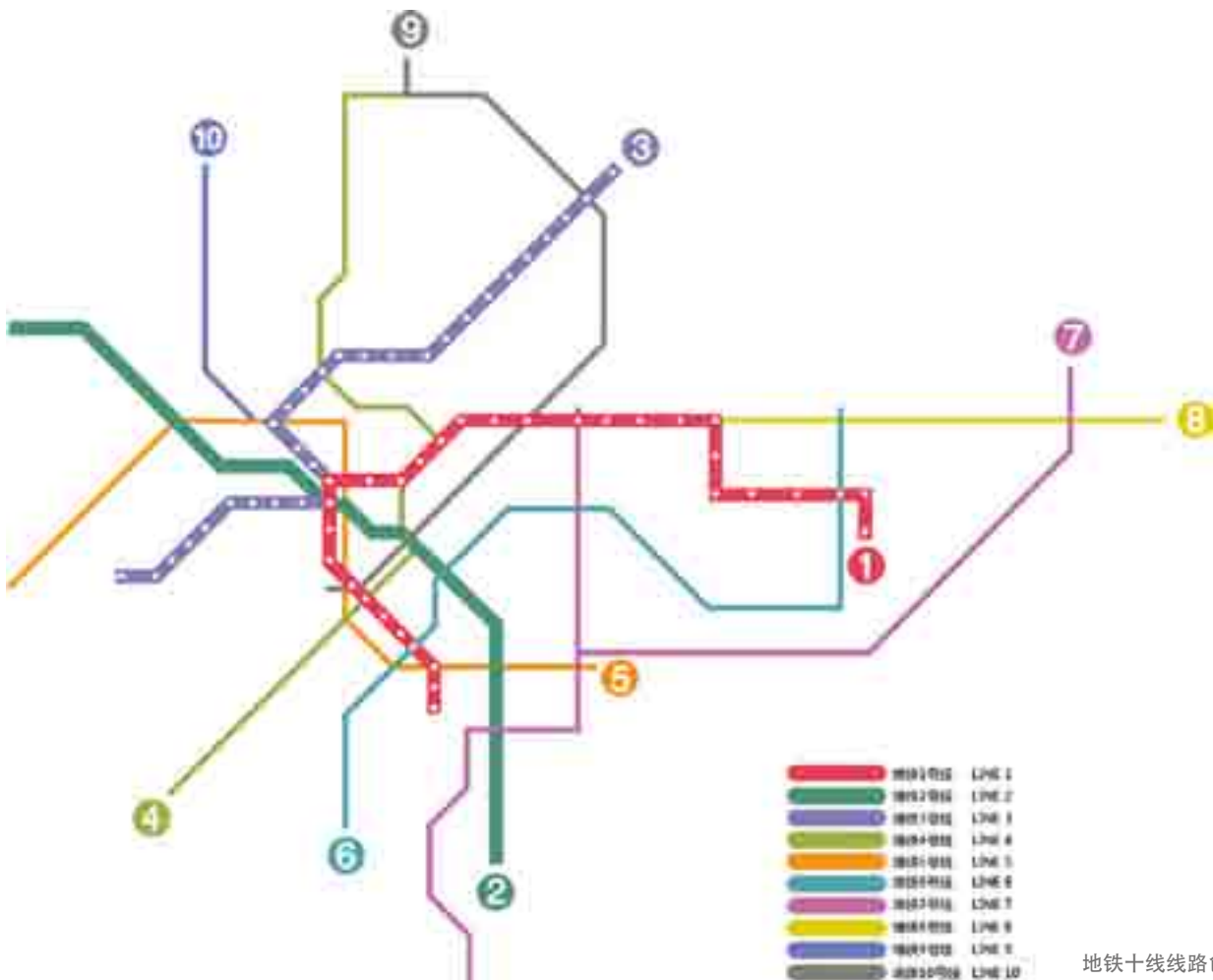
鉴于杭州地铁设计是一项系统的、全新的工程，是关系到杭州形象和居民日常生活，并对杭州城市的未来发展可能产生深远而持久影响的特大工程项目，所以非同一街一景一区的局部改造或是单体设计，而是具有前所未有的艰巨性和复杂性的特点。因此，作为具有城市历史里程碑意义的杭州地铁设计，应该是一体化的设计，是兼顾杭州综合实力跨台阶、民生保障得加强、统筹发展格局、生态建设成效的新的整体的设计。设计的关注点数以千计，甚至更多，它们相互关联，综合呈现，需要充分体现全局观、系统观和地域观的设计。杭州地铁形象的一体化设计战略，应该在差异性、特色性的基础上强调整体性、系统性对于城市发展全局的建构意义。



地铁空间的整体色彩和形象，应该综合运用杭州地理和人文色彩谱系，呈现和谐统一，浑然天成的效果。

杭州地铁空间整体色彩方案/

	一线一色彩	一线一色标	一线一象征	一线一意向
一号线	红色线		历史	 海棠红
二号线	棕色线		人文	 青褐棕
三号线	蓝色线		都市	 靛青蓝
四号线	绿色线		自然	 松柏绿
五号线	黄色线		幸福	 蜜橘橙
六号线	青色线		休闲	 宝石蓝
七号线	紫色线		希望	 霞光紫
八号线	青白线		创新	 柠檬黄
九号线	灰色线		际遇	 赤黄金
十号线	青白线		高科	 时空蓝



5. 一体化层级系统：需求系统

一体化设计战略的建构，首先是基于系统的调研成果。调研成果一，是通过230项观察，归纳乘坐地铁的26个行为组。即各种等待行为、保障安全行为、认知信息行为、实现舒适性行为、交往行为、对环境审美行为、宣传信息行为、购物行为、移动行为、携带行为、解决卫生问题行为、通信行为、工作学习行为、尊重他人行为、助人行为、展示自我行为、寻找定位信息行为、满足生理要求行为、实现快速性行为、寻找导向信息行为、聚集行为、饮食行为、休闲娱乐行为、促进健康行为、违章行为、争执行为。

调研成果二，是通过对26个行为组的分析，整理出行为背后的25项需求。即各种安全需求、购物需求、聚集需求、审美需求、移动需求、助人需求、导向需求、健康需求、等待需求、饮食需求、卫生需求、快速性需求、工作学习需求、票务需求、舒适需求、宣传需求、通信需求、认知需求、定位需求、展示需求、生理需求、饮食需求、休闲娱乐需求、携带需求、尊重需求。

调研成果三，是建立需求层次模型，将上述25种需求，按照满足度不同区分为三个层次。即第一层次需求为票务需求、等待需求、移动需求、定位需求（信息）、安全需求、携带需求、生理需求、认知需求；第二层次需求为卫生需求、快速性需求、舒适度需求、通信需求、导向需求（信息）、交往需求、工作学习需求、聚集需求；第三层次需求为审美需求、购物需求、休闲娱乐需求、饮食需求、宣传需求、健康需求、助人需求、展示需求、尊重需求。

最后得出结论是地铁因人而建，地铁的优劣取决于使用者的认同度和满意度。应对调研需要实现的设计目标是超人性化设计。

6. 一体化层级系统：设计执行标准系统

一体化设计战略的建构，还基于设计标准的划一性。出于一体化形象设计的完整性和可实施性考虑，建立了团队有序的设计分工系统。先是将复杂的内容方案实施目标整合归纳为“5+1”策略。即：

从时间（when）的维度，着眼当代，通径历史；
从地域（where）的维度，立足杭州，放眼世界；
从人本（who）的维度，寻找需求，传达关怀；
从实证（what）的维度，围绕地铁，满足功能；
从问题（why）的维度，研究分析，追求卓越；
从实施（how）的维度，关注前沿，完美提升。

以此为原则,应对细致、繁琐、复杂、庞大的地铁设计系统。

7. 一体化层级系统：设计内容系统

根据地铁设计系统的不同功用，具体实施设计内容被细化为“1+11”策略，即将核心概念的唯一性作为设计灵魂，高屋建瓴地统辖策划方案，辐射并泽及地铁调研定位分析、空间形象设计、色彩系统设计、导向系统设计、形象识别设计、职业服装设计、功能道具设计、公共艺术品设计、商业店铺设计、概念营销策略、设计文化维护等设计内容。

8. 一体化层级系统：人文设计系统

在地铁形象结合城市文化方面，截取156项自然、人文要素，提出了山水地铁熔铸杭州人文地貌的“1+1”策略，即一色一征象，一物一关怀、一站一故事、一线一人文的设计落点方案。如以朱砂、桃红、墨绿、贵紫、藕白、秋黄、湖蓝、靛青等传统色标，塑造一色一象征；如以青瓷、漆器、篆刻、书法、剪纸、折扇、石雕、竹编等名特优产，塑造一物一关怀；如以历史、人文、都市、自然、休闲、希望、创新等，塑造一线一人文的形象；如以机杼相闻作为站点标识装

饰对应的闸弄口站，以西兴老街作为站点标识对应的西兴站，以繁华市肆作为站点标识装饰对应闸弄口站武林广场站等，塑造一站一故事的形象。人文设计系统还包括以地铁色彩演绎时间痕迹和地域人文的谱系化策略，即主色用色、辅色用色、点缀色用色以及多色系共生，以色表征象和以色定名，线以色标的设计落点方案。

9. 一体化层级系统：分级设计系统

针对各站不同的地理位置、人文资源和交通利用率，提出了以度数概念，分明主次、秩序层级，建各线各站星级等第。以一线为例，将武林广场站、城站站确定为按照五星级标准设计，将湘湖站、下沙站、定安路站、龙翔路站、九堡站确定为四星级标准设计；其他为三星普遍站设计等。依据功能并参照国际规划，以色度色相，

对应线性线数。如提出空间色彩由主、辅、点缀色，三个层级构成。主色调用于面积大的墙体，辅色对应沿线标识，形成谱系，点缀色起到识物、别类的作用；依据功能并结合中国习惯，以主题命名，对应线性线数的总体设计规划策略。

10. 一体化层级系统：延展设计系统

出于地铁建设和杭州城市可持续发展战略方面的考虑，团队根据地铁设计成果转换对于城市发展的延伸作用，确定了一系列地铁设计成果的可拓展策略。即通过12项地铁设计，取得杭州城市文化延伸成果12项的“12+12”策略。

“12+12”策略具体是指：通过地铁调研定位分析收集地铁信息数据库，通过地铁空间形象设计延展地下文明通道，通过地铁色彩系统设计传达

都市地下生活征象，通过地铁导向系统设计创建地下导向规范，通过地铁形象识别设计矗立地域形象坐标，通过地铁职业服设计呈现亮丽的交通风采，通过地铁功能道具设计提供地下便利有序服务，通过地铁公共艺术品设计建立地下公共艺术博物馆，通过地铁商业店铺设计打造地下商业模式，通过地铁概念营销策略开拓文化营销新视域，通过设计文化维护垒积城市文明的厚度，通过杭州地铁形象一体化设计策划形成杭州地铁设计范式。

11. 一体化层级系统：全面提升城市形象的设计系统

地铁设计全面提升城市形象的“6+6+6”策略，包括以直行设计为目标的安全与通达策略打造杭州新交通形象，以宜游设计为目标的便捷与休

闲策略打造杭州新旅线形象，以宜文设计为目标的人文与品质策略打造杭州新人文形象，以宜商设计为目标的产业与发展策略打造杭州新产业形象，以宜景设计为目标的环境与生态策略打造杭州新环境形象，以宜居设计为目标的城市与品牌策略打造杭州新形象。

12. 一体化层级系统：无缝衔接设计系统

地铁形象一体化设计概念方案的核心创意还充分考虑到了地铁内外空间和关系设计，出入口与周边环境关系的设计，空间内部各建筑构件之间的合理衔接，以及出于施工经济等方面考虑的模块化设计，考虑到动态人流的功能化的设计等，为此而建立了若干实际施工中的地铁设计美学指标。研究表明：杭州城市空间具有西湖秀美和钱江磅礴的双重性格，所以设计要求在城市空间与地铁



地铁导示系统设计方案/





1 | 2
3

- 1.地铁出入口方案/格廊式结构
- 2.地铁出入口方案
- 3.地铁出入口方案/格廊结构与绿化





空间关系处理上，既要做到无缝衔接，又要体现个性特征。

但是，相对统一的站口造型与各不相同的周边环境，如何衔接为一个整体？有时候，功能性缝隙是不可避免的，如何做到有缝功能的无缝衔接？

针对前一个无缝衔接问题，解决方案采用的是充分体现了人工与自然相融的特点，以绿色设计进行无缝衔接。针对后一个无缝衔接问题，解决方案采用的是间接光设计和模块化设计，间接光是以光照柔化空间，利用视错，避免缝隙，而吊顶、墙面、铺地的模块化设计，则是有效避免了空间形态中出现的影响视觉美观和功能的非契合性造型。由于采用了系统设计的若干美学指标，将使地铁形象设计在视觉上呈现出和谐统一浑然天成的效果。

三、后续工作

杭州地铁形象一体化设计策划方案的完成，只是地铁设计工作完成的第一步。接下来的设计方案落实工作将比概念方案更加艰巨和具体。因此，我们认为在结合策划方案的基础上，需要进一步加强后续工作。

1、考虑到地铁形象设计各部分的有机联系，以及设计定位与视觉效果统一，需要成立杭州地铁形象一体化设计策划方案实施协调小组，以确保设计方案的落实和过程有效控制。包括建立地铁设计标准，对各项地铁设计进行定期评估，分析评估结果，对地铁设计进行设计维护。

2、考虑到“一色一征象”、“一物一关怀”、“一站一故事”、“一线一人文”等人文设计的具体实施，需要进一步在形象和内容、题材和形式方面多方征求意见，达成共识，需要在结构、材质和视觉效果方面进行艺术化表现，确保内容和形式的完美统一。为此，有必要分项进行深化设计。

3、考虑到地铁公共形象的历史和艺术价值，对于地铁内部壁画装饰，尤其是大型壁画的设计和创作，需要提前落实单位进行统筹规划，创作主题以及表现形式要充分考虑到艺术创作的特点和地域文化因素，因此，这项工作也需要概念方案落实以后，尽早启动，以确保所完成作品的精美、适宜与永久价值。

结 语

地铁形象一体化设计概念方案的形成及核心创意，可以说是中国美术学院地铁设计团队集体智慧和设计理想的倾力结晶。在这些主题演绎的面前，我们发现，高端的科学技术为人类非凡创造力与想象力提供了很好的支撑，但是在这些地铁设计主题演绎的背后，真正俘获人心的是一个国家、民族、地区本身独特的传统和文化。因此，我们有理由相信，高品质地铁的建成，将会极大地改善杭州交通状况，形成杭州新经济和区域文化聚合体、新的价值观。一体化地铁形象的塑造和设计，还将有机更新杭州城市的历史态、结构功能、文景观，对杭州城市未来的发展产生积极而深远的影响。

1 | 2

1.地铁通道空间设计

2.地铁空间公共艺术营造

文中的效果图，分别引自宋建明教授领衔的色彩设计团队、王雪青教授领衔的平面设计团队、郭锦涌领衔的空间设计团队、汪建军领衔的中德设计团队、童雁汝南领衔的公共艺术设计团队设计成果。

杭州城市家具系统化设计// 寻找城市性格///

Systematic Design of City Furniture of Hangzhou// Looking for the Characters of the City///



王 昀
中国美术学院
设计艺术学院工业设计系主任、
副教授

本文立足于今天城市本土文化的继承与发展，关注设计学科前沿动态与趋势，以创新意识与新时代设计方法为利器，通过对当下社会生活方式的观察，以城市性格为设计研究的切入点，通过城市营建中生活品质、功能、系统化等要素的关联，展开杭州城市家具系统化设计研究与实践，尝试为今天城市发展进程中的城市家具建设提供系统化的设计模本和示范。

引言

关于城市家具设计领域的讨论与研究往往伴随着城市设计的发展而发生，在一定意义上说，我们开始一个课题的研究，总是需要审视在本领域国内外研究的历史与理论。然而，一直以来，关于城市设计的历史与理论总是被建筑、规划、园林这类伟大的项目所遮蔽，城市家具处于实质上的完全附属角色，城市家具的历史自然就成为了碎片化的“野史”而无从谈起。一方面是城市家具文献资料积累的匮乏，另一方面是今日城市全方位、高品质、细节化的建设要求，两者相较，呈现出强烈的历史现状与时代需求之间的反差。因此，关于杭州城市家具设计研究这类课题是现代城市建设发展过程中的必然产物。

尤其对于力求打造“生活品质之城”的杭州而言，研究城市家具的系统化设计已经成为营造杭州城市美学的一个重要组成部分。生活品质的塑造来源于城市建设的方方面面。其中，城市户外生活是非常重要的一个组成部分。对于城市中人来说，户外的公共空间就如同一片森林，而人们对于户外生活的渴求就如同叶子选择生长的角度以接受阳光一样，城市家具则是城市户外公共空间生活中的必需要素。诸如：路灯、标示牌、座椅、候车亭、垃圾筒、电话亭等等。生活源于品质，品质源于细节，城市家具作为城市中的细节部件，其重要性毋庸置疑。因此，研究城市与城市家具及其系统化设计是源自杭州城市生活的内在诉求。

一、从城市性格开始

城市如人。人有性格，城市亦如此。

翻开上海的历史，她从小渔村成为一个县城，用了上千年的时间；而从一座小县城一跃成为中国最大的城市，仅仅不到一百年。独特的地理位置注定上海从开埠起就是一个标准的移民城市，它被西化得比中国任何一个城市都更为彻底。由内陆向海洋延伸的地理文化，催生出灵活且适应性强的开放胸怀。走在上海的街头，望着古旧的石库门，仿佛看到老上海；转过头，又见到那些新建筑。一幢幢高耸入云的大楼使上海改头换面，新旧建筑形成强烈的对比。外滩的西洋建筑和浦东的摩天大楼交相辉映；红房子的法国大菜、小绍兴的三黄鸡和美国的肯德基与时光同在……海派文化中的这种包容特色，其实就是上海城市的性格。诚如一位上海史研究专家所言，海派文化是上海的都市文化，海派就是吸纳，就是“海纳百川，包容性强”。因此我们看到的上海，是智慧而包容的：无论南方的、北方的，还是中国的、外国的，各种文化都能吸收；并不是简单的照搬，而是内化为自身的一个部分。

那么，究竟什么是城市性格呢？城市性格是城市社会生活长期形成的特点。这里的“长期”可以是几十年、上百年，甚至更遥远，它贯穿了一座城市的整部建城史。城市是个社会体，它有自己的约定俗成。一座城市在社会生活中长期形成的特点准确地反映了它的人文特色。所以，城市性格也是城市人文特色的记忆。

由此，我们可以发现，城市性格在其养成过程中与城市的文化内涵有着千丝万缕的联系。前者以后者为自身的核心内容，后者以前者为自己的集中体现，城市建设中的方方面面要素，诸如：城市生活、地方语言、建筑广场、景观道路、城市雕塑、城市公共交通工具乃至城市家具等成为两者的载体，而各城市要素自身的生成规律则是城市性格、城市要素、城市文化的内在系统支持。

显然，城市性格、城市要素、城市文化以及各要素的内在系统之间处于一种交织关联的状态。于是，当我们开始基于城市性格的城市家具设计研究时，需要考虑其中两个层面的问题：1）以城市性格为主题导引的城市家具设计；2）基于城市性格的城市家具系统化设计。

二、以城市性格为主题导引的城市家具设计

1. 趋同的城市与城市家具

每个城市的山水形胜各异，巴山蜀水、二樵珠江、楚水汉天、江南水乡各有千秋。城市除了因地之山水形胜而具特色，而且由各自的社会生活形成了各自的特点。所以每到个城市，我们会感受到不一样的城市性格：庄严而稳重的北京，智慧与包容的上海，精致而温柔的杭州，成熟与内敛的南京……然而，在当今中国的城市里，大到城市建筑，小至城市家具，往往充满了千篇一律的现象，地方特色与城市性格正在被逐渐埋没，这种趋同性现象应引起警惕。

其实，地域文化的衰退早现端倪。迄今，依然令人扼腕的是中国过去未多加反思就接受了西方科学和技术的理性，简单而纯粹地放弃了整个传统文化，“国际式”风格的方盒子建筑在每一座城市中拔地而起。这种情势像宿命般追逐、缠绕着我们，令我们无从回避。夜郎自大、固步自封是错误的，但是我们不能也无法全盘接受外来的西化文明，我们必须坚持慎重地思考，明辨选择，融入现代发展潮流中去而又不失却自我文化的精髓。毫无例外，所谓的“国际风”也影响到了城市家具的设计。不妨，让我们做一个大胆的假设：如果每座城市的城市家具如出一辙，就像从一条生产线上生产出来

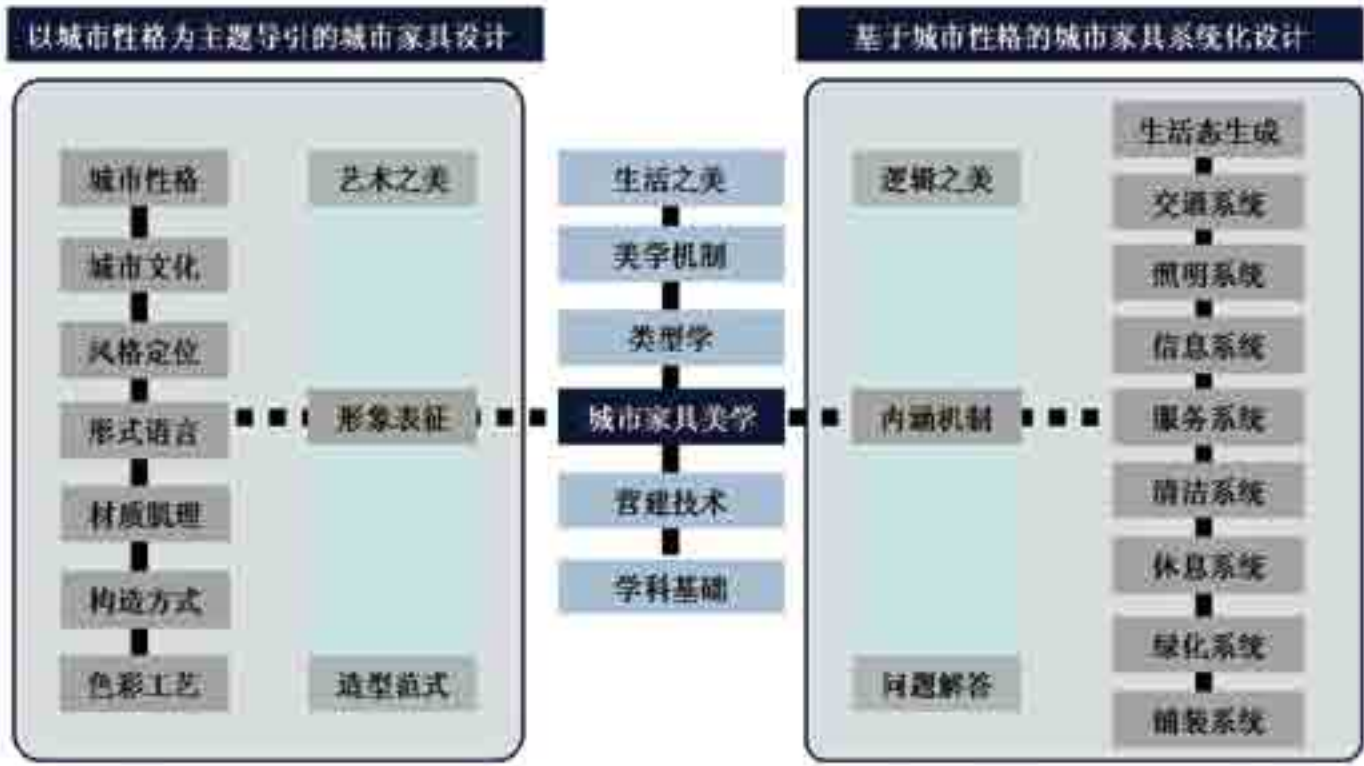
的，于是，在这些相似的城市家具面前，人们将无法找到自我的归属感。那么，当设计的最终结果可能只剩下简单的功能主义时，造物的本源意义和价值被格式化、被扭曲了。城市家具的设计应该始终与它们所在城市和区域的性格相符，这样才能避免出现“千人一面”的难堪局面。城市性格的复杂性、多样性从逻辑上决定了城市家具应该是各具特色的，城市性格与其城市家具之间存在着一脉相承的因果关系。

2. 以城市性格为主题导引的设计

我们究竟要什么样的城市家具呢？这是我们在设计时常常会面对的一个困惑，问题的答案不妨从研究对象的性格性格中去寻找。也许我们可以从一个德国小城弗莱堡的城市家具设计中获得某种启迪。

弗莱堡位于德国西南角的莱茵河谷，靠近法国和瑞士边界。弗莱堡在设计、功能布局和历史等许多方面都属于欧洲很有特色的城市。这座有着悠久历史的欧洲小城，处处遗留着德国朴素的、古代王室家族的气息。弗莱堡在改建过程中保留了原来的空间布局与街道尺度，所以街道空间在今天人们的眼中较为狭窄。在弗莱堡，有三个颇具特点的传统城市家具——拉线悬挂式路灯、水渠和碎石铺路。

德国弗莱堡城市街道/



通常，路灯的设计会选择立杆单挑式或立杆双挑式，不同的方式会在空间、形态、成本、品质等方面产生不同的结果，选择不同的方式代表着不同的设计价值取向。弗莱堡的路灯设计给出了与众不同的答案，它采取了一种特殊的安装与布置形式，即用一根横穿过马路、两端分别固定于街道建筑墙面上的拉索成为路灯的支架，这使得很多问题迎刃而解。在路灯的设计中，巧妙地节省空间、充分而有效的照明、与环境的和谐统一、整齐的秩序感以及简洁而古典的灯头型，这一切都充分表现了弗莱堡的城市性格中显现着绅士风度、沉稳而又充满想象力等特质。

再如，杭州是一个文化底蕴深厚、地域个性鲜明的历史文化名城。因为有西湖，才有杭州。杭州倚西湖而兴，可以说杭州的建城史，就是西湖的发展史。西湖不仅湖光潋滟，而且留下了一代代文人墨客的印迹，加上历史、宗教、建筑的荟萃……在现代的城市家具中要找到一种与山水诗意杭州气质相吻合的设计并非易事。

2004年，杭州市举行了一次城市家具设计大赛。其中，工业设计系学生的作品“水漾漾”是一个以水波纹为主题而展开的设计。设计者敏锐地捕捉到了杭州与山水之间一种剪不断理还乱的亲密关联。杭州本来就是水网交错的城市，从美丽的西湖到闻名于世的钱塘江与京杭大运河，还有那些数也数不清的小河汊。设计者最终提取了“水波涟漪”为形式语言，用它来诠释杭州的婉约精致。从设计作品中我们可以发现，设计者正在用一种细腻微观的视角来观察西湖的山水，感知杭州的性格。



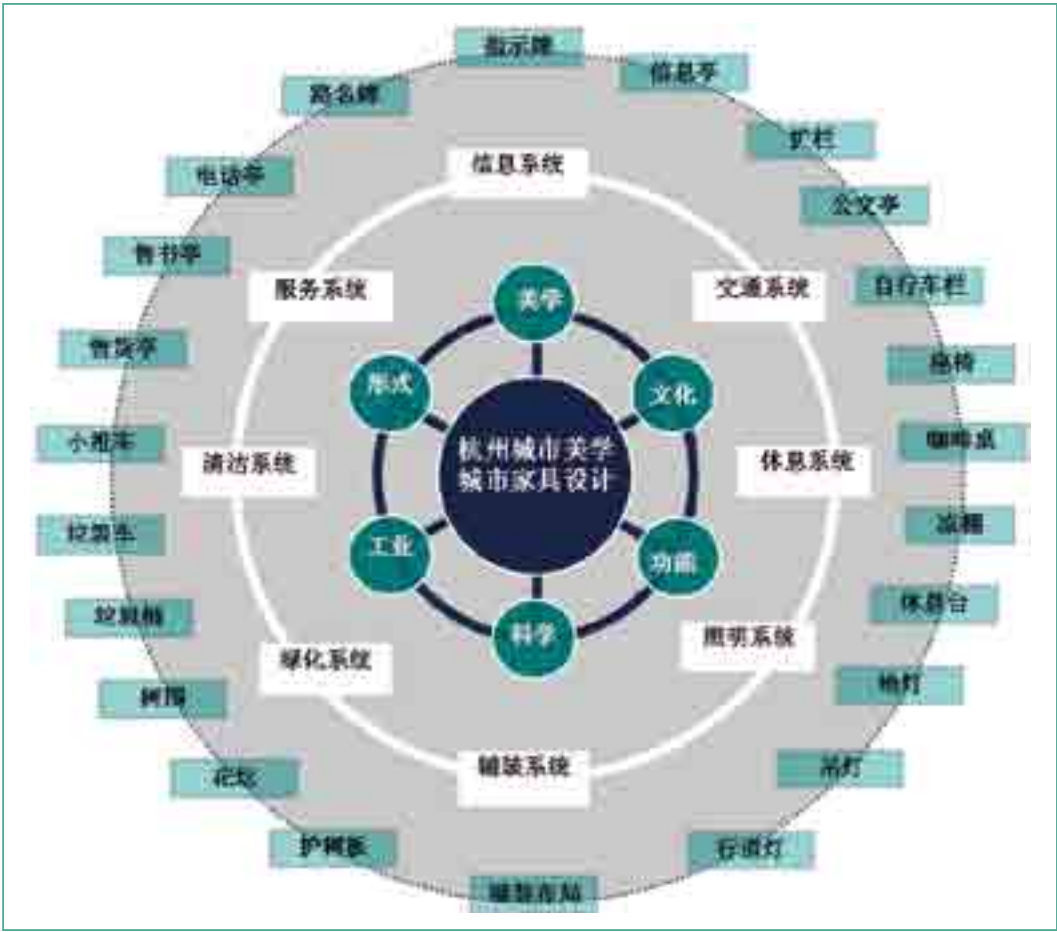
城市家具设计大赛作品《水漾漾》/

城市的发展是显性的，城市的文脉却是隐性的。我们创造城市就是在创造文化，我们设计城市家具就是要唤起人们对城市人文特色的记忆，延伸一座城市的精神与性格。

三、基于城市性格的城市家具系统化设计

在城市发展正大步地走向国际化和本土化并重的今天，从城市性格的角度入手，对城市家具进行系统化设计梳理、实践和研究，这是城市家具发展的自我需求。

一般而言，城市性格处于相对稳定的状态。然而，城市发展越来越快、越来越大的现象正在导致其城市性格呈现出一种越来越复杂、动态的情况。一方面，城市功能和种类正在变得日益强大且多样化；另一方面，同一城市不同区域的城市性格由于各种原因往往存在着较大的不同，这使得我们在尝试基于城市性格的城市家具系统化设计时，必须针对不同的情况分别加以合理化的系统思考。



杭州城市家具设计内容框架/

1. 城市家具功能种类的增加对于系统化设计的诉求

城市家具依托并伴随着城市的发展而发展。因此，城市家具是一个开放、变化且具有自身规律的体系，其内容繁杂、发展迅速、变化万千。今天，文化与科学、生活方式与社会经济、建筑与城市规划是推动城市家具发展的引擎。许多高精尖的科技成果被迅速应用于城市家具中，其内容、使用范围以及在整体环境中的作用不断地翻新扩大。城市家具的设计、制作、工艺、材料和空间环境等正在趋向国际化、标准化，同时也在努力探求其个性化和本土化。此外，城市家具设计也更加注意与周围环境的整体化、本身功能的综合化。

随着新都市营建实践与探索的不断展开，城市家具的内容与要求均不断深化，如：城市公共服务细微化（解决“最后一公里”交通问题的第二交通免

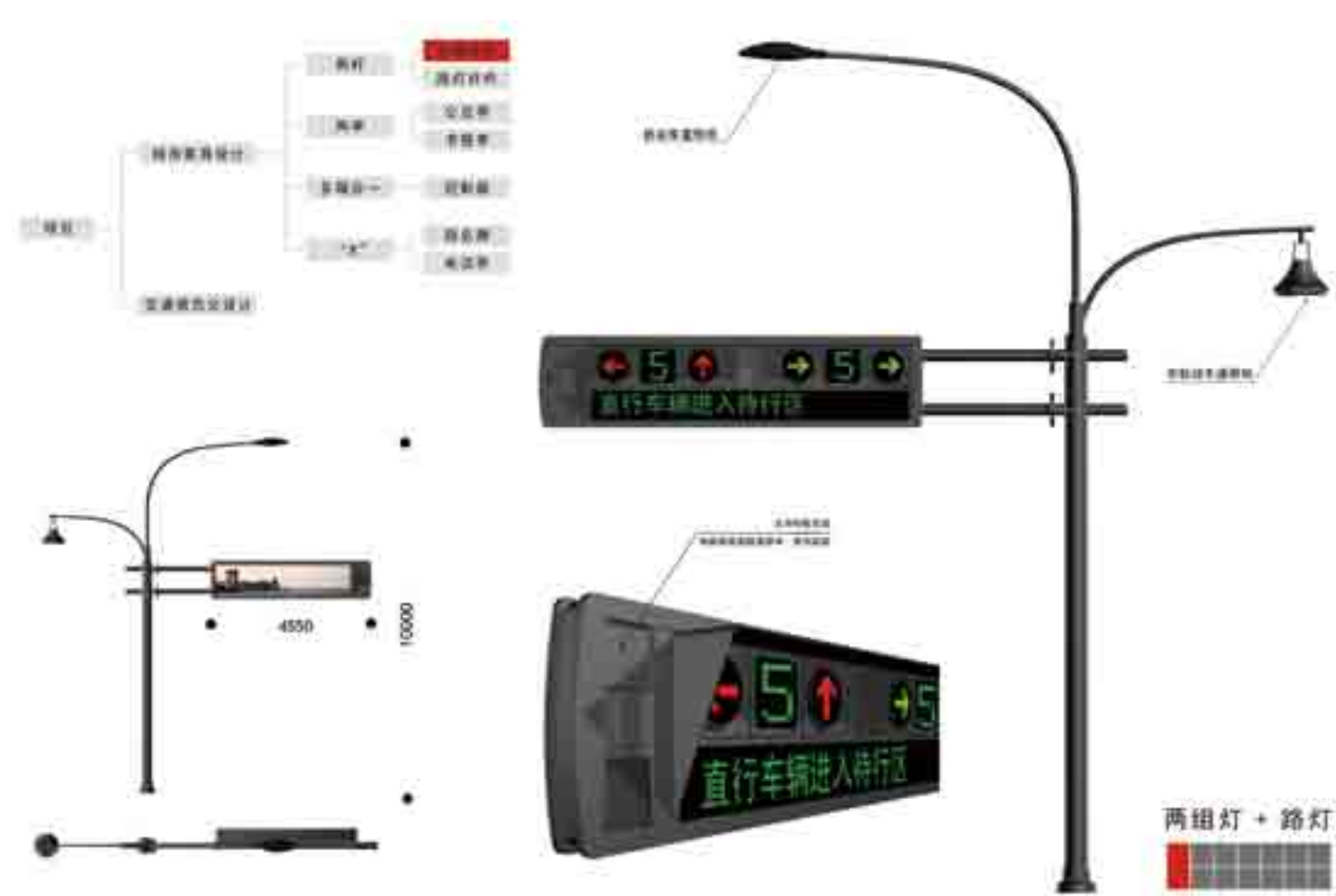
费单车系统）、城市信息集合化、多功能复合化等现象；同时，城市家具种类的增加对于系统化设计的诉求更为明显，如：华数天线、电子警察、电子监控、治安监控、联通、网通、电信等一系列新功能置入城市家具系统中，加上原有的路灯、标示牌、座椅、信号灯、自行车亭、候车亭、书报亭、垃圾筒、电话亭等，从而构成了一个极为庞杂的、新的城市家具设计内容框架。

新的城市家具系统化设计必须梳理各种功能之间的关系，探讨城市家具建设模块化、标准化的可能性，以及嵌入式技术、结构匹配的系统化处理等问题，以促进城市建设的有效性和更高的品质标准。以生活需求为先导始终是设计的基本方法，面对新都市营建中呈现的新问题，在杭州城市家具系统化设计与实践中，我们积极配合杭州市政府，通过两杆两亭、多杆合一、多箱合一等政策方略予以良好的设计应答。

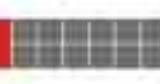


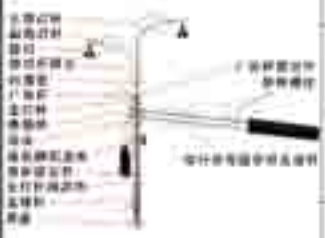
杭州市复兴路城市家具/





型号	小型-1	小型-2	中型-1	中型-2	大型
尺寸	1000X850X1200mm	1200X850X1600mm	1700X850X1600mm	2000X700X1600mm	3000X900X1600mm
应用范围	华数、公安、执法、交警电子警察机箱。	交警信号机箱、联通、网通、电信。	独立电力机箱、专用箱。	联通、华数、公安等合并机箱。	联通、华数、公安、交警等合并机箱。
容纳数量	1	1	1	2	3
广告形式	双面或单面	双面或单面	双面或单面	双面或单面	双面或单面
是否灯箱	否	否	是	否	否
款式	 单面广告款	 单面广告款	 单面广告款	 单面广告款	 单面广告款
	 双面广告款	 双面广告款	 双面广告款	 双面广告款	 双面广告款

	整合功能	模数	设计
主灯杆	两组灯 + 电子监控		
	两组灯 + 华数天线		
	两组灯 + 禁令牌/警示牌		
	三组灯		

	杆件功能模块组合分析	功能单体模块索引		功能单体模块叠加块演绎分析					功能单体模块整合					
				主体功能	功能叠加一	功能叠加二	功能叠加三	功能叠加四						
														
														
														
														
														
														
														
														
														
														
	杆件模型连接结构	模型图		主灯杆与金象面图	分解图一	分解图二	分解图三	分解图四	分解图五					
														
	杆件材料及表面处理	名称		主灯杆	支撑杆	横臂杆	主灯杆固定件	广告杆固定件	摄像头固定件	摄像头	双向固定件	摄像头固定件	摄像头	
		模型图												
		材料		铝合金	铁管	铁铸件	铁铸件	铁铸件	铁铸件	铁铸件	铁铸件	铁铸件	铁铸件	
		表面处理		表面氧化	表面喷漆	表面喷漆	表面喷漆	表面喷漆	表面喷漆	表面喷漆	表面喷漆	表面喷漆	表面喷漆	表面喷漆

2. 同一城市不同区域的城市家具系统化设计

城市家具的城市属性决定了我们必须深入研究地域文化，挖掘其造物的形式与工艺，对于城市的主体形象和区域特色（如历史保护区、风景区等）给予充分的尊重，进而展开城市家具系统化设计的实践与研究。面对不同地域的城市、同一城市的不同区域，基于城市性格、地域文化的城市家具设计应体现出统一协调感，同时也应进行各具特色的设计语言、形象定位等系统化研究。在杭州城市美学研究中，我们分别对其主城区和特色区域（中山路街区）展开了系统化的设计研究与实践。

1）杭州主体城区的城市家具系统化设计

在充分调研杭州城市历史发展的基础上，我们梳理了杭州城市家具设计的目标与定位：山水诗意杭州、历史文化影像、生活与时空的对话，并将其整体设计语言简要描述如下：物性：每一件物体都有其自身的属性和特征，我们不能简单采用移植的手法对其进行设计作，而应寻找适合它物性的形式与内容，并加以巧妙塑造。交叠：杭州的城市家具应充分表达现今生活与历史时空的对话与交叠。朴素：这种朴素并非仅仅是材料的朴素（如：石头、木材、黑铁等），更是设计选取原创对象的朴素。意境：除充分强调设计的艺术感和美感外，设计对象与环境之间整体构成的意境尤为重要。调性：杭州城市整体性格特征较为明显，对于整体系统中的每一部分区域乃至每一件城市家具而言，其调性是否协调成为一种设计选择的判断标准。

杭州城市家具形象体系格局/



杭州市中山路城市家具/路灯//

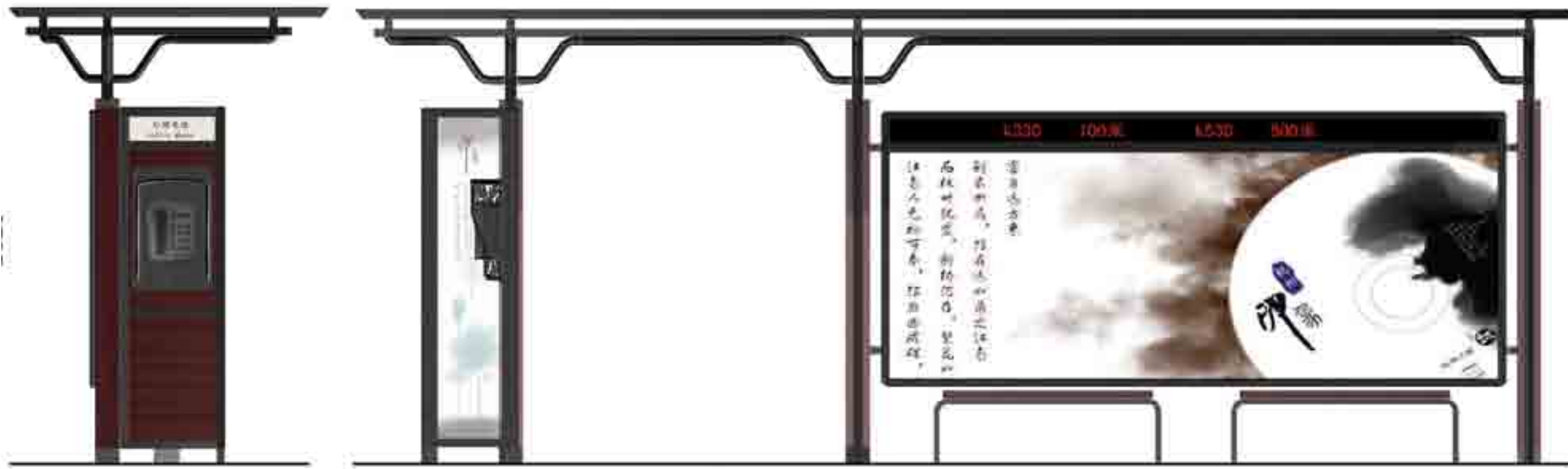


1 | 2

- 1.杭州市中山路城市家具/书报亭//
- 2.杭州市中山路城市家具/公交亭灯//

2) 杭州特色城区（中山路街区）的城市家具系统化设计

中山路历史街区是杭州旧城区历史最为悠久，历史遗存最为丰富，历史风貌和民间生活最完整的城市片区，其空间肌理、建筑型制、邻里结构和地方性特征集中体现了杭州历史文化名城的传统风貌。作为城市历史上的主要商业区，它处于旧城核心带，与今天的城市核心商区比邻，区位优势和城市标志性明显。尤为珍贵的是，中山路历史街区在空间格局、街巷形态、地名体系和字号门店等方面还较为完整地保存着杭州城市各个时代历史地理和民间生活的综合信息，是杭州老城悠久历史和独特风貌的见证，而且是唯一成规模、成系统的、至今仍然在顽强生长着的历史街区。由此，我们提出中山路城市家具设计策略：时间痕迹与名街品牌、空间气息与情境特色、市井百态与生活品质、人文情怀与城市细节。同时，强调如下设计重点：御街的显性表达：御街已经成为一种消失的历史，我们试图通过显性的环境设计，把御街的历史巧妙地予以视觉化的重现。我们通过旗杆、灯笼、印章、铺装纹样等设计，充分体现中山中路的整体品牌意识。中山路全程介绍的标识牌：反映中山路整条街丰富内涵的标识牌的全程设置，通过在标识牌上的历史遗址展示设置，以透明玻璃的表达方式，与各路段不同的建筑风貌相融合，充分体现历史与现实的交融。品牌体系的统一性与变化性：中山南路、中山中路、中山北路是一个有机的整体，打造中山路的品牌，必须是把三段作为一个整体来进行统一协调；同时，采用统一基调下的细节变化设计。





		3
1	2	4

1. 杭州市中山路城市家具/双头路灯//
2. 杭州市中山路城市家具/路名牌//
3. 杭州市中山路城市家具/游览车//
4. 杭州市中山路城市家具/垃圾桶//

结语

今天，在全球化的格局下，新都市营建与实践的发展越来越迅速。面对城市建设中产生的各种新挑战，以及城市家具在功能、形式、结构、材料、工艺等方面遭遇的各种新问题，我们应在坚持本土文化继承与有机更新的同时，注重城市家具的形式创新、结构重组、整体布局等方面的探索，并且以主动设计观展开基于城市性格的城市家具系统化设计，这无疑是具有重要现实意义的。





杭州市“十纵十横道路整治综合工程”、
“两杆两亭设计”之复兴路/

杭州交通设施美学与信息化系统设计//指向美的归途///

Aesthetics of Transportation Facilities and Design of Informationization System in Hangzhou//Homeward Journey Toward Beauty///



韩 绪
中国美术学院
设计艺术学院平面设计系
主任、副教授

一、当今城市发展与城市美学形象设计的需求

城市是人类文明的主要组成部分，城市也是伴随人类文明与进步发展起来的。2010年，中国的城市人口首次超过了农村人口，这在某一个侧面表明中国城市化进程的速度之快。

城市形象设计是对城市进行空间维度的合理规划和设计，这其中既包含了物理空间的设计，也覆盖城市生活及城市精神层面的内容。英国城市形象设计专家弗·吉伯特指出：城市由街道、交通和公共工程等设施，以及劳动、居住、休憩和集会等活动系统所组成，把这些内容按功能和美学原则组织在一起，就是城市形象设计的本质。把城市美学形象设计引入规划、建设、管理系统，在大到城市形态、自然环境，小到街道、建筑物、城市结点空间、街道绿化经管等内容精心打造，才能够直接改善城市的视觉印象。同时，把城市美学形象设计延伸至城市产业发展以及城市气质塑造等各个领域，丰富城市形象内涵以及带动社会效应。

在这一进程中，有着“人间天堂”之称的杭州一直走在全国的前列。近年来，杭州以超前的眼光，人性化的科学管理方法，对城市建筑、道路、城市景观、商业及旅游环境做出了卓有成效的贡献，杭州这个五次蝉联“福布斯中国大陆最

佳商业城市榜首”，并两次获得了“中国最佳旅游城市”殊荣的城市，通过与中国美术学院战略合作过程中，又以新思维、大视野的胸襟，根据双方既定的关于以城市美学为目标的城市形象提升新思路，在全国范围内率先着力打造一个“精致和谐、大气开放的生活品质之城”，从而实现杭州跨越式大发展。

二、 杭州交通设施美学信息化系统是城市美学形象设计的落实和延伸

杭州交通设施美学与信息化系统规范导则编订工作，自2008年7月至2010年5月，近两年来，我们与杭州市公安局交通警察支队等相关部门密切协作，通过初步调研与分析、规划编订、样板路段方案设计等几个阶段工作，攻克了多个难题，最终取得了令人满意的成果。规划设计方案的总目标是：“国内领先，国际一流。”通过本轮提升要求实现：交通设施完整化、智能交通信息化、交通组织秩序化、交通管理合理化。规划设计的宗旨是：通过有机整合现有交通设施，实现功能性多杆合一，达到交通设施形式新颖美观，保证交通信息传达清晰、直观。

环城西路作为连接城西与钱江新城的主动脉之一，有着极其特殊的交通战略意义；解放路东接钱江新城隧道，西连西湖隧道，作为连接“西湖时代”与“钱江时代”的主动脉，同样具有着特殊的交通战略意义。规划设计方案将以杭州环城西路、解放路为设计重心，结合两条道路现状，从智能交通、交通设施、交通组织、交通管理提出规划思路并进行设计实施，最终实现将环城西路和解放路打造成“国内领先、国际一流”的交通管理样板路的总目标。

1 、项目工作阶段

本次规划与设计项目共分三个阶段，分别是：
（1）杭州交通设施信息现状调研、需求分析；
（2）规划与设计理念梳理（“一平台、两导则”）；
（3）规划与设计方案（环城西路、解放路信息指示系统设计方案、设施硬件系统设计方案）、规划思路及方案演示宣传影片。

2 、调研与分析

杭州现有的交通设施信息系统通过近年来的不断努力，通过硬件改造与研制，在交通智能化、管理创新等方面已经走在全国的前列。但面对杭州正在展开的新一轮跨越式发展需求，为打造国内一流的商业旅游城市形象，我们发现现有的交通设施信息系统还有百尺杆头，更进一步的提升空间。

比如目前道路上的杆件由于城市交通需求增长过快而呈现出过度设置的现象；还有如交通设施硬件兼容性不强，功能单一的问题；再如交通信息传达缺乏层次感，图形、文字、色彩使用没有统一规范等不足；杭州作为著名的国际旅游城市，但在交通信息的国际化上面还有差距；杭州的交通信息辅助设施如箱、警亭、隔离设施、遮阳设施均不能与交通信息传达的智能化相匹配；路面信息的略显不足也使得交通信息传达没有真正形成立体化全方位的格局。

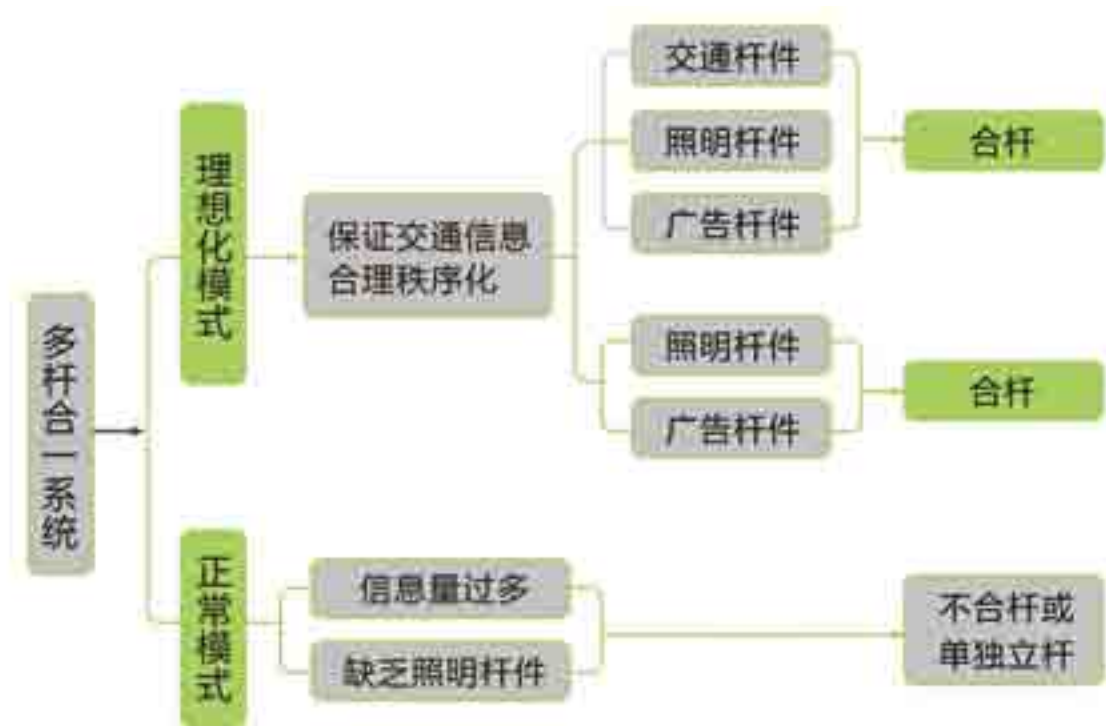
面对现状，认准最终目标，我们参考了国内外先进城市交通设施信息的成果，同时结合杭州的特殊实际情况，提出了适合杭州城市交通信息发展的系统设计理念。

3 、规划设计理念

杭州交通设施美学与信息化系统设计理念可以被归纳为“一平台，两导则”。

“一平台”即交通公共信息平台。该平台主要由多杆合一系统、模数化系统、信息立体化系统三部分组成。“多杆合一系统”是基于交通杆件照明杆件相结合，实现交通系统，照明系统，广告系统一体化。秉承多杆合一系统的基本设计思路，对现有交通牌提出了“模数化”的概念，模数化是交通信息和广告信息的载体，使交通牌更加合理化和规范化。“信息立体化”是交通指示信息在空间上进行合理有效的分布，指示性和审美性相结合。最终，在三个系统的建立引导下，使交通信息指示系统，回应杭州城市美学系统。

“两导则”主要是由信息指示系统导则与设施硬件系统导则两部分组成。“信息指示系统导则”又由“版面信息指示系统导则”与“地面信息指示系统导则”组成。“版面信息指示系统导则”是对交通牌版面的色彩、字体、图形、信息层次化等方面做出规范，使所有交通牌有规则可循，更加规范合理化。“地面信息指示系统导则”是对现有单调枯燥的地面指示提出新的设计，实现地面与空中合理结合，相互联动，使交通指示系统趋于完善。“设施硬件系统导则”是对现有路面交通硬件设施进行合理分类、整合、归类、再设计。使其更加合理化、人性化。



4 、规划设计体系与细分

(1) 交通公共信息平台

- 信息在杆件理想化的分布
- 模数在杆件理想化的应用
- 交通信息与模数的切合及拓展应用

交通公共信息平台正是在这三个系统的协调有机运行下得以实现的，三者缺一不可。

a、多杆合一系统

多杆合一一是基于交通杆件、照明杆件相结合，实现交通系统、照明系统、广告系统一体化。多杆合一并非一味地将现有道路上的杆件粗暴地合并，而是根据实际情况有针对性地进行有机整合。

b、模数化系统

模数化是交通信息和广告信息的载体，要使其合理化、规范化。用模数化系统来规范现有的凌乱、缺少规范的交通标志标牌是本次提升的亮点之一。通过整合可以大大节约交通设施费用支出，统一信息载体的视觉印象，有效地减少视觉污染。

c、信息立体化系统

信息立体化使信息不仅仅在空间上进行合理有效的分布，同时将信号灯、分道牌、指路牌、辅灯、地面标志标线、信息屏等设施形成完整的信息系统，通过对应、互补、多次提示等组合方法，真正形成交通信息的“立体化”。

(2) 信息指示系统导则

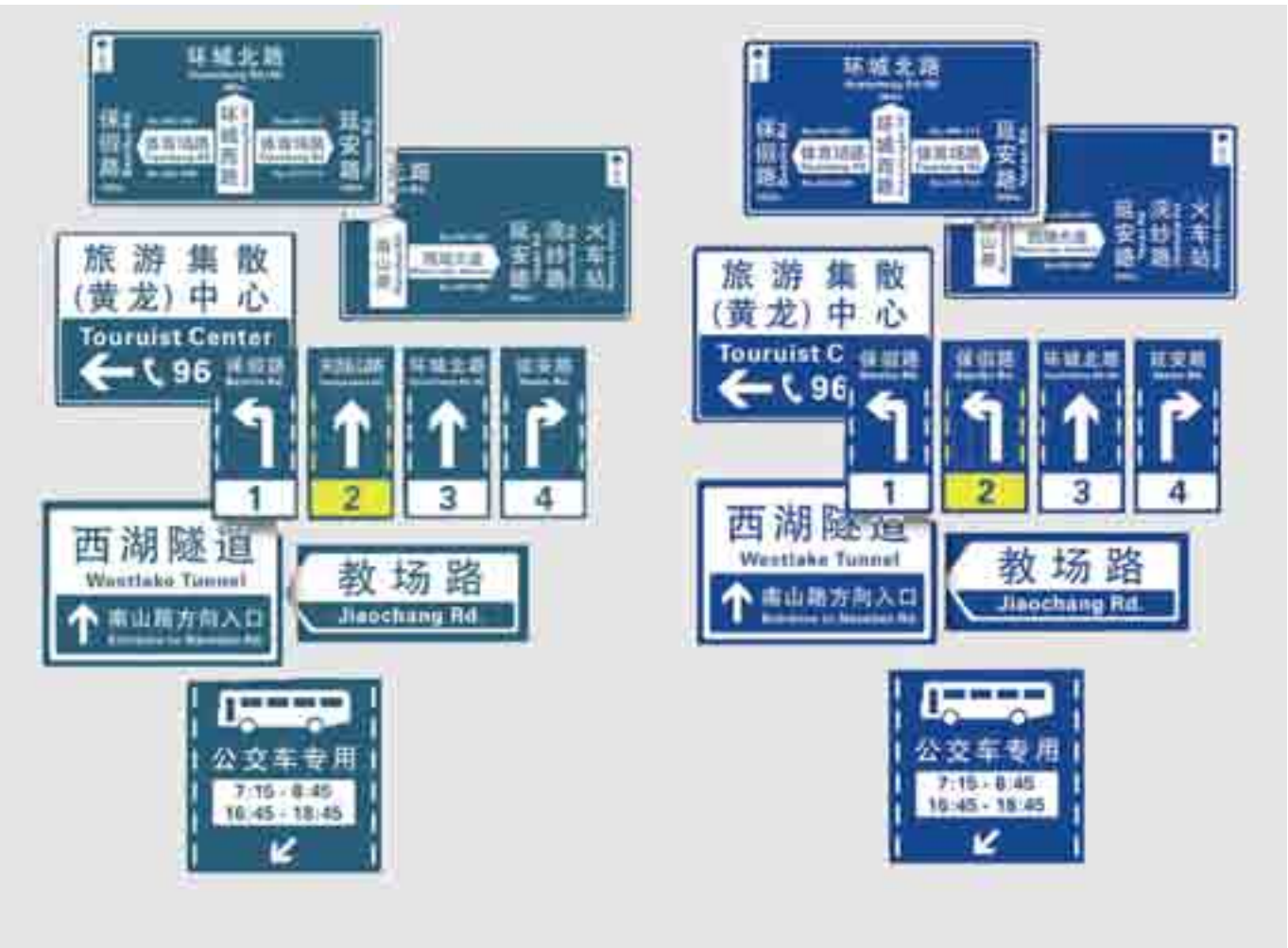
a、版面信息指示系统导则

- 字体优化

改变现在交通信息字体不统一的现状，改用传达清晰、规范的字体，并根据不同的使用场合设定相应的笔画粗细；用加大英文与汉字比例及灵活利用图底色关系的方法，提升英文信息的辨识度，切合国际化传播需求。

- 图形优化

结合杭州特殊的城市属性，改变原有图形的生硬与心理不适感；在信息屏中合理规范图形信息与文字信息的比例和布局，达到最优传达。



- 1 | 2 3
| 4
- 1.多杆合一系统/
 - 2.交通指示牌/
版面信息设计前后对比//
 - 3.停车诱导屏版面规范/
 - 4.标志牌色彩方案/



杭州市西湖景区景点导视牌/

- 色彩优化

大胆突破原先仅仅依靠国标色彩的局面，结合杭州特色，导入新的色彩系统，在不影响禁令、警告等信息准确传达的同时，凸显新色彩系统的灵活与亲民性。

- 信息层次化

通过信息传达秩序、重要性的科学排队，理出信息的主次与传达顺序，使得交通信息传达做到有序、清晰、全面。

b、地面信息指示系统导则

- 字体使用标准规范

地面信息与立杆信息使用统一的字体，可以有效减少交通参与者的信息误读和漏读，提升传达效率。

- 图形使用标准规范

道路地面加大图形的使用力度，用图形配合空中信息的有效传达，有力地分解了空中标识的信息传达和承载压力。

- 色彩使用标准规范

大胆地将新色彩系统延伸到道路路面，分别用特设的色彩标明左转、可变车道，同时还用不同的色彩结合图形清晰地标识出机动车道、非机动车道、公交专用道、BRT专用道等各类车道，真正实现交通参与者快速辨识，并更好地各行其道。

(3) 设施硬件系统导则

该分项导则包含系统分类及建立、分解重组与系统化。对现有设施分解出“通用设施”与“专用设施”，按其功能相关程序予以组合，形成三类硬件设施系统。

a、承载信息发布与采集功能的硬件设施系统导则

造型优化、路牌优化、摄像机优化、模块化感念、交通信息牌模块化、交通杆件和照明杆件组合的模块化、信息发布差异化、交通信息与广告信息发布角度的差异化。

b、承载隔离与警示功能的硬件设施系统导则

造型优化：护栏，隔离墩、强化：警示柱、模块化：通用性底座。

c、承载遮蔽与支持功能的硬件设施系统导则

遮蔽与呈现：机箱的广告屏、造型优化：交警亭、指挥台。

(4) 设计方案

在针对环城西路、解放路为样板的整个设计过程中，坚持两套方案同时进行，反复修改、多次比选后确定最佳方案。以下是最终方案的具体计量：

a、信息指示系统方案

该系统包括版面信息指示系统方案22款，交通诱导屏图标规范8款，交通诱导屏色彩规范、交通诱导屏版面模式化规范、停车诱导屏版面模式化规范；以及地面信息指示系统方案16款。

b、设施硬件系统方案

该系统包括单设类型22款，隔离与警示系统3款，遮蔽与支撑系统9款。杭州交通设施美学与信息化系统规范导则编订工作，是基于杭州城市美学，并根据环城西路、解放路现状，从智能交通、交通设施、交通组织、交通管理提出规划思路并进行设计实施，最终实现了将环城西路和解放路打造成“国内领先、国际一流”的交通管理样板路的总目标。

设计团队：中国美术学院城市美学课题组
中国美术学院艺术设计研究院



杭州市“两杆两亭”整治提升后的环城西路/

杭州公共自行车服务系统视觉形象设计//

品质生活新定义///

Visual Image Design of Hangzhou Public Bicycle Service System// New Definition of Quality Life///



周 波
中国美术学院
设计艺术学院副教授

按照新型工业化和城市化的科学发展模式,发展低碳经济,建设生态城市,已成为代表社会发展方向的新型城市建设重要内容。自行车出行作为一种准公共交通系统,是城市综合交通体系的重要组成部分,其无碳排放、短途便利和有益健康的独有优势符合时代要求,构建绿色出行和低碳交通体系,正在成为蓬勃发展的新型城市建设潮流。

杭州市自2008年推出公共自行车(免费单车)交通系统,是杭州市委、市政府为缓解城市交通“两难”,解决公交出行“最后一公里”问题的一项重要便民利民实事工程。未来的杭州,地铁、公交车、出租车、长途客车、水上巴士、公共自行车,将形成一个便捷的公共交通网络,实现同台、同点换乘。而建设公共自行车交通系统,又是杭州缓解“行路停车难”的必然选择。缓解“行路难停车难”,必须提高公交分担率;提高公交分担率,关键之一是要解决末端交通问题,也就是公交系统“最后一公里”的问题,提高公交可达性。公共自行车交通系统的建设,可使杭州市民和中外游客通过公交系统实现“点到点”出行。建设公共自行车交通系统,是打造“绿色杭州”、“生态城市”的必然选择。

一、公共自行车概述

1. 什么是公共自行车

“公共自行车”(Public Bicycle)就是在某个区域内,隔一定距离规划出一些停放自行车的点(比如地铁出口、社区大门口等),一般一个租赁点放置30辆左右。那么一个城市就会像公交车站点和地铁站点一样,有很多自行车租赁点。通过“公共自行车管理系统”来管理这些租赁点的自行车,每辆自行车都单独有一个可以锁自行车的装置和读卡租车、还车的读卡器(固定在地上的,不能移动)。每次租车把卡放到上面读一下,锁就开了,自行车就可以骑走了;骑到任何一个其它租赁点都可以还车,因为系统是连网的。还车时把车放到锁的位置,把卡靠近读卡器读一下,车就锁了,还车成功。所有这些都是无人化、智能化的,由“公共自行车管理系统”来完成。

2. 公共自行车的起源

“公共自行车”或“自行车共享”(Bike Sharing)的概念最早起源于欧洲。1965年(也有文献称1967年),荷兰阿姆斯特丹一个无政府主义组织将一些涂成白色、没有上锁的自行车放在公共区域,期盼供人们长期免费使用,称白色自行车计划。与倡议者的初衷相反,几天之内,所有的自行车都丢失或破坏殆尽,计划彻底失败。然而,这次尝试被普遍认为是历史上最早的公共自行车——第一代公共自行车系统的起源。30年后,第二代公共自行车系统在丹麦哥本哈根出现(称为Bycyklen)。这类系统的特点是有特定的存取地点,取车时以硬币作为凭证,还车时返还硬币,使用者都是匿名的,尽管进行了特别设计,自行车仍然经常丢失,直到今天,这类系统仍然存在。20世纪90年代末期以来,利用现在先进的电子、信息集成、无线通信和互联

网技术,新一代的公共自行车系统在欧洲很多国家相继出现。这类系统的管理方式发生了根本性变化,因此也被称为第三代公共自行车系统。第三代公共自行车系统采用许多现代科技手段,如网络技术、无线通信技术、智能卡技术等。控制中心、客服网点、租赁网点、服务终端、停车桩都实现了互联,能够进行实时通信,不仅可以实现异地还车,很多其他交易如会员注册,也不受服务网点地理位置的限制。此外,使用者还可以获得系统的实时信息,例如打开Bicing主页,可以找到一张Google地图,用不同颜色标明不同租赁点的实时信息,包括注册点编号、容量和现有车辆数。



公共自行车亭效果图/



3. 国外公共自行车概况

为了减少城市温室气体排放量，法国巴黎市政府2007年夏天引进一项“自行车城市”计划，到2007年底，有2.06万辆自行车散布在巴黎市内新建的1450个自行车租赁站，为市民提供几乎免费的自行车租赁服务。市内每隔200多米就有一个联网的租赁站，租赁后，在任意一个租赁站即可归还自行车。需要使用这些自行车的市民，只需向租赁站提供195美元预付押金或信用卡及个人资料。自行车的收费标准因时间而定，如果租赁时间超出半小时，每30分钟的收费将出现成倍递增，以鼓励人们提高自行车的使用效率。巴黎和里昂的系统由政府主导，欧洲最大的机场及户外广告运营商德高公司（J·C·Deceaux）负责语音。Vélib' 招标时，德高公司以9000万欧元的启动资金及相关服务竞得10年的运营权。根据协议，德高公司每年的运营收入全部上缴市政府，另需支付300万欧元的广告特许经营费，得到全市1628块广告牌的经营权。德高公司负责运营、维护、调度等，确保提供协议规定的服务。运营收入主要包括会员费和租金，以及自行车损坏、丢失或超期使用情况下的赔偿金。会员费和短时间内的租金都很便宜。尽管如此，因为巨量的需求，每年的运营收入仍超过3000万欧元。

4. 国内公共自行车现状

自行车是我国普及最广的代步交通工具，其拥有量为世界各国之最。作为同城短区间非机动车人设备，自行车廉价、便捷、健身、环保、节能的特点尤为突出，是当今乃至今后更长时间人们生活中不可或缺和替代的主要交通工具之一。我国在公共自行车方面也在积极地尝试和探索,以使其在城市交通中担负起应有的功能。经过尝试和摸索，我们已经积累了相当的经验，在管理系统方面也研制出了很成熟可以迅速普及推广的低成本、高效率的管理系统。

北京市政府试点公共自行车租赁服务，在文保区东城区5号线沿线、通州区八通线北苑至土城沿线、4号线中关村综合商务区周边地铁站两侧3公里范围内。此次试点以政府为主导，采取实名制、“免费+收费”的模式。

二、杭州公共自行车综述

近年来，随着社会经济的飞速发展和城市化进程步伐加快，城市人口不断增加，使城市居民出行量逐年递增。虽然政府在城市建设上加大了投资力度，但远远跟不上经济发展对城市交通资源的需求，城市交通压力也因而越来越大，以至于出现“行路难、停车难”的城市交通“两难”问题。为此，2006年12月1日国家建设部等四部委联合下发了《关于优先发展城市公共交通若干经济政策的意见》，《意见》为全国城市公共交通事业的发展奠定了十分良好的外部政策环境。城市公共交通业如何在“公交优先”政策的引导下，提升服务质量，实现“公交优秀”，提高公交出行分担率，减轻城市交通压力，缓解城市“两难”矛盾，是摆在政府与公交企业面前必须解答的时代命题。2008年3月，杭州市委、市政府提出向法国巴黎学习，采取政府引导，企业运作的模式，在国内率先构建符合“无、近、通、

公共自行车亭实景图/

配、美”要求的公共自行车交通（免费单车）服务系统，并将其纳入城市公共交通体系之中，以解决公交出行“最后一公里”问题，使公交服务网络更趋完善，继续提高公交出行分担率，进而缓解城市突出的交通“两难”矛盾。

按照市委、市政府确立的倡导低碳生活，建设低碳城市，提升城市生活品位的要求，杭州市已经把公共自行车交通系统纳入城市公共交通系统，组建了国有独资的杭州公共自行车交通服务发展有限公司，并以“方便市民出行，打造服务亮点，营造和谐公交、绿色交通”为出发点，积极推进公共自行车交通系统建设、运营、管理。目前机动车尾气已成为杭州大气污染的主要污染源，自行车作为一种绿色交通方式，不仅能节约能源，还能减少大气污染,改善城市大气质量，让杭州老百姓看到更多的蓝天白云。建设公共自行车交通系统，是建设健康城市、提升生活品质

的必然选择。公共自行车自2008年5月1日在杭州主城区开始试运营，同年9月16日正式运营至今，其公益性特性及便捷、经济、环保、安全等优势，赢得了良好的市场拓展空间，得到了广大市民和游客的认同，也成为了杭州市的又一个新型服务形象窗口，2009年还被评为杭州市精神文明建设十件实事之一。截止到2009年年底，杭州市主城区公共自行车系统已达到2000个服务点，50000辆公共自行车的发展规模，公共自行车系统在一年半的运营时间内已取得了较快的发展。

总之，公共自行车是一种推动可持续发展的生活方式，更好的低碳、低耗、绿色资源的生活态度；是提供便利与安全的出行环境，更引领整个社区沿着健康、和谐的生活方式发展；既又利于环保，又锻炼了身体，是一个城市宜居的指标，也是市民幸福指数的体现；统一城市形象，改变城市结构，方便短距离出行。

三、杭州公共自行车亭设计

1. 设计背景

杭州市政府为提升杭州市城市形象与生活品质做了一系列自我完善与提升工作，2008年杭州市政府提出基于杭州城市美学塑造的杭州城市形象系统规划与提升。通过“两亭两杆”为中心的城市家具整合、户外广告整治、景观绿化的提升、交通设施的改善等一系列项目的综合治理，逐渐形成街道空间一体化的大理念。杭州城市化发展模式将由量的扩张向质的提升转变，而提出的城市建设与管理由经验型向科学型转变的要求。此次规划是通过合理整合投放广告的公共设施、公共设施等，以较高的建设标准，精雕细琢、合理布局、构建城市单元模块，加强公共空间特色，以提升杭州城市形象，做到城市形象一体化，让人们充分享受现代化的城市服务，领略历史文化底蕴，折射城市品位，塑造生活品质之城。公共自行车亭就是“两杆两亭”中最重要的一亭，一体化设计都要围绕着它来做文章。

此次美学设计的目标是深刻领悟杭州城市的审美精神所统辖的城市生活的实质—山水之间的优雅宁静。融合杭州古今的文化特色、地域特色，兼顾环境特征，利用优雅环境的教化作用来持续性地维护城市文化的品质传统，提升杭州城市形象，塑造杭州城市美学。人文目标是树立文化亮点。通过城市街道空间一体化体现杭州的地域文化特色，使公众能感受到更浓重的文化气息，置身文化氛围之中，给人以美的享受，领略历史文化底蕴，折射出整个城市的艺术品位，逐步形成这一号称"天堂"的城市的人文精神。社会目标是提升生活品质。通过城市街道空间一体化，提出较高建设标准，整合资源、精雕细琢、合理布局，减少视觉污染，美化公众生活环境。

公共自行车亭效果图/





2. 杭州公共自行车亭棚系统美学特征

杭州市公共自行车系统相比其他城市在设计上主要是彰显了城市美学特征。杭州是个非常美丽的城市，山水观是其典型的城市品牌形象，山水观的运用，体现在设计手法上：比如在造型线条的处理上，都体现出杭州空灵、通透、温润、轻盈这种山水朦胧的感觉。律动连贯流畅的U字造型的矩形钢管骨架支撑起了整个顶棚，简洁而又符合功能的需要。色彩主要是深香槟色和墨绿色这两种品相和谐，彰显气度的色彩搭配起来使用，色度润眼，介于城市的建筑色彩和自然景观的色彩之间，达到了高度的和谐和精致。用材上充分考虑到室外环境的特点，采用了耐候性较好的材料与加工工艺，如高强度的型材、轻质的铝合金顶棚、可保十年不退色的氟碳漆以及可反射强光照射的PC阳光板。

3. 杭州公共自行车亭棚系统设计历程

杭州公共自行车系统于2008年5月试运营，当时因为是初期，所以第一代公共自行车亭棚是简易的折叠棚。6月份以后就逐步更新了由广州白马广告公司设计的第二代公共自行车亭棚，但是该亭棚造型复杂，做作，特别是颜色与环境不够协调，与杭州城市形象不相吻合。2008年8月，市

公交集团委托中国美术学院进行第三代公共自行车亭棚的设计，经过我们半年的努力，2009年2月杭州市委书记王国平亲自定稿，这才形成了第三代公共自行车亭，于当年5月大批量生产。随后在三代亭的基础上根据旅委和交通局的实际需求和“两杆两亭”城市家具有机整合的背景以及开发公共自行车亭棚功能的呼声下，产生了第四代公共自行车亭。四代亭主要整合了旅游咨询、多媒体服务和出租车扬招等功能的多功能亭，典型的有旅游咨询亭、青年志愿者服务厅等。2010年末，逐步根据需求更新，目前正在完善中。

在设计第三代公共自行车亭棚系统中，我们几经挫折，面对高标准、严要求，设计团队没日没夜地进行设计工作，有苦有甜，当公共自行车亭棚出现在街面上时，设计师得到了最大的满足，再苦再累也是值得的。因为设计师设计经验的不足，其中在色彩设计上出现了重大的问题，设计师提供的印刷色彩与实际喷涂的油漆有较大的差距，后经过院领导和设计师的重新调整，最终取得了满意的效果。

该款公共自行车亭棚设计已获得国家外观专利。此外该公共自行车系统还获得了众多的荣誉和奖励，该系统列入新时代“杭州创造”十大创新成就；先后被评选为2009年杭州市十大为民实事工程之一，支持率居榜首，2010年“浙江省十大民生工程”之一；荣获《新周刊》颁发的“优化生活特别贡献奖”；荣获杭州市“打造旅客最满意旅游目的地竞赛活动贡献奖”；被评为2010年度杭州生活品质行业点评“数字生活年度现象，获“2009杭州生活品质年度区块奖”，获“2010年杭州市工业设计经典案例”。

公共自行车亭实景图/

杭州街道空间形象设计//
感性而有序的城市之美///

Image Design of Street Space of Hangzhou//
Perceptual and Ordered Beauty of the City///



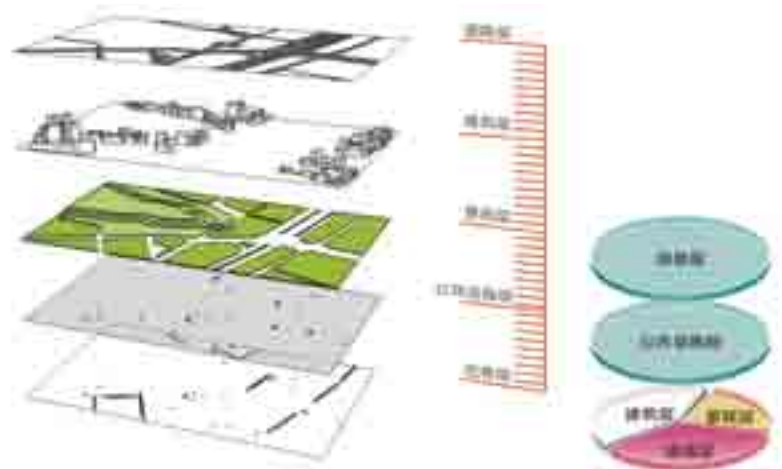
余伟忠
中国美术学院科研创作处副处长
兼创意产业办公室主任、
中国美术学院创意产业发展公司总经理

早在100多年前，英国人大规模建设城市的时候，埃比尼泽·霍华德就尖锐地指出：城市是生长在我们这个美丽岛屿之上的疮疤。100多年过去了，越来越多的学者在探索城市的境遇，中国美术学院这一族群亦在其中。城市如何科学避免千城一面？城市化进程中如何保有城市的历史底蕴及地域特性？这些都成为我们研究解决的课题。

上世纪九十年代开始，杭州成片的旧城改造拉开帷幕，旧城改造、城市建设等工程一直走在全国前列。尤其进入新世纪以来，在“大气开放、精致和谐”的城市精神指引下，西湖西进扩容、运河综合保护、旧城有机更新，大手笔接连不断，新成果捷报频传。全国各地来杭调研取经的考察团队络绎不绝，以致媒体发出“全国学杭州，杭州怎么办？”之喟叹。杭州市主要领导对城市的责任感使得城市更新的理念不断升华，并相应地对城市建设提出了更高的要求，建设“无视觉污染的城市”则是其中精彩的亮点。

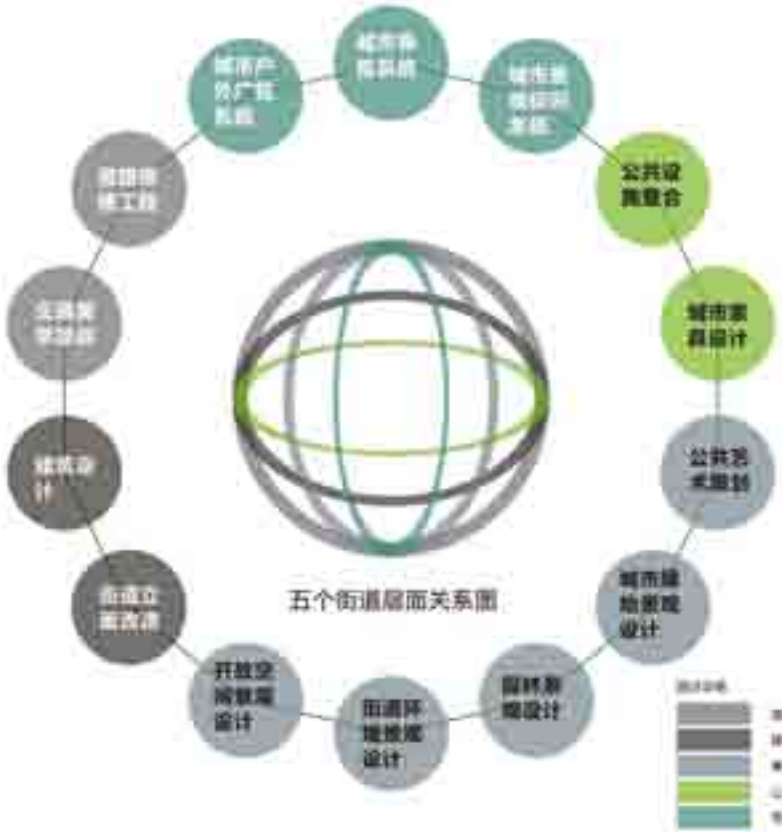
我们对杭城做出了细部的调研分析，发现目前杭州城市在功能层面的建设已经有很好的基础，但从文化定位层面讲，文化定位缺失；另外，在城市改造过程中，各个部门单位分管各城区各系统，执行中造成了形若散沙的城市境态；随着生活物质的日益丰富以及经济意识的日益增强，我们的城市形象品质因各类设施的不断增设，商业广告的无处不在而显得纷乱庞杂。

自2007年始，我院与杭州市人民政府建立了长期、稳定、全面的战略合作关系，杭州陆续将城市形象的系列课题委托我院进行研究解决，为我院在城市化建设的教学、科研和服务方面提供了良好的平台。因此，在杭州市建设覆盖城乡、全民共享的“生活品质之城”的城市品牌理念下，我们在多年的实践中提炼出城市空间视觉形象一体化概念。



也许城市空间视觉形象一体化这个概念对于今天忙碌的都市人来说是个模糊的概念，但是它却在城市中得到清晰的体现。

城市空间视觉形象一体化是我院组织力量对杭州环境信息进行梳理，建立科学数据信息库，通过分析研究提出的规划理念。规划将城市空间视觉形象一体化的营造与城市总体形象设计相衔接，以塑造杭州城市美学、提升杭州城市形象、打造城市空间视觉形象一体化为总体规划理念。对公共设施、户外广告、环境景观等所构成的城市空间体系进行梳理与更新，结合道路修缮改造工程在宏观层面对各项规划进行指导。它的提出得以解决我们提出的上述问题，使城市文化定位更准确，让城市形象更精致，达到城市空间环境生态化、功能综合化、空间整合化、景观艺术化、设施人性化、建设弹性化。城市空间视觉形象一体化可以从宏观、中观、微观三个层面来理解分析。



城市街道层面关系分析图/



微观层面——除了中观层面的互相关联，微观方面的道路空间关系、形态关系、色彩关系、材质关系也需要进行协调、统一，诸如道路层中的交通美学、修缮工程，建筑层中的建筑立面改造、建筑设计，公共设施层中的城市家具、公共设施整合，信息层中的城市导师系统、户外广告系统，景观层中的公共艺术策划、绿地景观设计等等，这些微观元素的互相配合以及精细塑造，即可使公共空间整体风格和主题统一，消除城市空间中的杂乱无章，让城市更为精致、更为整洁。

如今，城市空间视觉形象一体化的方法在城市中正慢慢渗透，互相作用，起着功能层面与美学层面有机结合的作用。2007年—2011年，在城市美学理论研究实践中，中国美术学院设计团队在杭州市市委、市政府主要领导的关心下，在城市城管、交警、城建等部门和相关城区的大力支持和共同研究下，我们以湖滨地区为示范区，以中山路、解放路、环城西路、钱江新城、西溪湿地、复兴路为示范点，“两亭两杆”为中心的公共设施整合、户外广告整治、环境景观的提升、交通设施的美化等一系列项目的综合治理，努力将城市形象中的功能与美学结合。尤其是在公共自行车亭、城市景区指示系统、城区交警指路牌系统、店招店牌的规范提升方面，进行了大胆探索和实践，赢得媒体和民众的广泛赞誉。这些实践不断证明城市空间形象一体化这一理论模型的可操作性及指导性。

在杭城解放路的规划改造上，我们运用了城市空间视觉形象一体化的解决方案。通过对道路两侧的建筑形象进行统筹，结合现代商业业态，增强了地域文化元素的渗透与影响；通过垂直绿化和别致花卉的摆设，结合城市空间环境，形成了城市景观的完整连续；通过公共设施的有机整合，减少各类亭体23个、各类杆体68杆、各类箱21只，形成有序的公共空间；通过店招店牌的规划分类，减少14块，广告牌拆除32块，达到“小而精、序而美”。进一步细说，我们对其路段区域的建筑形态进行分类，梳理出不同的建筑风格，使区域内广告店招在形式、色彩与质量上大部分能与建筑、景观环境相匹配，形成信息层与建筑层、景观层的紧密结合。现在，经过多方位综合考虑改造的解放路，古朴又不失现代感，旧街区的新特色扑面而来。

苟日新，日日新，又日新。杭州，这座有着8000年文明史、5000年筑城史、近2300年建城史的城市，面临着现代城市共有的层出不穷的挑战之时，杭州城市经过地域人文的积淀，民俗风情的孕育，社会环境发展的历练，总能不断突破重围，探索出破解杭州城市化进程中出现的一系列难题的方法，以城市空间形象一体化塑造杭州城市美学、提升杭州城市形象，共同营造一个以“生活品质之城”为愿景的幸福杭州！

宏观层面——对城区用多维度梳理的方法进行分级，在设计街道空间内的各种元素时考虑相同属性的街道，对相同属性街道进行设计的移植，构建城市单元模块。街道分为环境、业态及路面三重属性，更细地说，环境属性分特色规划区和共性规划区，业态属性分商业区、景区、居住区，路面属性分城市主干道、城市次干道、背街小巷。我们通过规划对三重属性的多个类别进行了设计定位，并在今后的项目过程中，总结对应道路的三重属性来锁定街道的改造模式，在规划实施过程中，三重划分同时作用，使整体规划更加合理有效。

中观层面——一个单元模块中的街道空间从体验角度来说，街道空间的构成分为信息层、公共设施层、景观层、建筑层、道路层五层。信息层是户外广告等方面的梳理，公共设施层是人们生活物质上的需求，景观层是美化融合公共设施层、建筑层与道路层的调和剂，道路层与建筑层则是城市构成的基石。各个要素之间的空间关系、形态关系、色彩关系、材质关系要协调、统一，有助于公共空间整体性格的创造和主题统一，有助于彻底消除杂乱无章，形成秩序、整洁的景观。道路犹如城市的血脉，延展于城市的每一个角落，与人们的生活品质息息相关。



杭州解放路街道空间视觉形象/

序/

- 007
- 大力加强名城名校战略合作///黄坤明
- 009
- 更上新台阶 更开新局面///邵占维
- 011
- 弘扬城市美学 彰显城市特色///王国平
- 013
- 思考 行动 收获 展望///钱晓芳
- 015
- “指西”之城///许 江

合作共赢篇/

- 018
- 杭州市建设委员会//城市化进程中的美学实践///杨 军
- 020
- 杭州市西湖博览会办公室// 优势互补 合作共赢///叶 敏
- 022
- 杭州市西湖区//美术学院 美丽城区 携手共创美丽事业///郑荣胜
- 026
- 杭州市上城区//精诚合作 共进互赢///陈红英
- 030
- 杭州市下城区//实施区校战略合作 共建繁华时尚之区///赵 敏
- 034
- 杭州市高新区（滨江）//借力中国美院 发展文创产业///张 耕
- 038
- 杭州市之江国家旅游度假区//创意国美 品质之江///王 炬
- 044
- 中国美术学院//名城名校时代的创举///宋建明
- 054
- 中国美术学院//美院与杭州的湖山之约///胡钟华

城市美学篇/

- 060
- 杭州城市品牌建设//生活品质之城的思考///曹增节
- 068
- 杭州城市标志营造//识别·认同·特质///成朝晖
- 076
- 杭州城市色彩设计//杭州城市色彩规划研究与实践///宋建明
- 102
- 杭州城市雕塑创作//雕塑城市 雕塑生活///龙 翔
- 110
- 杭州城市形象设计//从艺术设计角度看城市形象的构建与管理///周 刚
- 126
- 杭州城市风景塑造//城市建筑与景观设计中的理念和作为///陈 坚

城市营造篇/

- 142
- 杭州地铁形象一体化设计//山水地铁///郑巨欣
- 154
- 杭州城市家具系统化设计//寻找城市性格///王 昀
- 174
- 杭州交通设施美学与信息化系统设计//指向美的归宿///韩 绪
- 182
- 杭州公共自行车服务系统视觉形象设计//品质生活新定义///周 波
- 190
- 杭州街道空间形象设计//感性而有序的城市之美///余伟忠

城市更新篇/

- 198
- 南宋御街·中山路//用中国本土的原创建筑来保护城市///王 澍
- 218
- 南宋御街·中山路//让公共艺术成为城市的亮点///杨奇瑞
- 234
- 南宋御街·中山路//新宋风建筑的研究与实践///李凯生
- 256
- 南宋御街·中山路//历史街区的创意转型///俞 坚
- 270
- 南宋御街·中山路//杭州市中山中路视觉形象设计///郭锦涌

城市创意篇/

- 280
- LOFT49//寻觅与体验///戴雨享
- 286
- 西湖创意谷//西子湖畔的人才高地///王炜民
- 296
- 白马湖生态创意城//和谐创业的“白马湖模式” ///余伟忠
- 310
- 白马湖生态创意城//创意的追求与创意///王雪青
- 318
- 中国美术学院国家大学科技（创意）园//艺术社区之路///俞 坚
- 334
- 中国美术学院纺织服装研究院//女装之都 人才辈出//城市特色 丝绸流行///吴海燕

城市会展篇/

- 348
- “国美之路”系列大展//从“中西调和”到“本土重建” ///高士明
- 356
- 2010世博会杭州馆//一座因水而兴的城市///周 刚
- 366
- 中国国际海报双年展//千姿百态 美轮美奂///赵 燕
- 372
- 中国国际动漫节//动漫之都的创建与发展///吴小华
- 380
- 2010国际纹样设计大赛//品质生活 设计创意///吴海燕
- 386
- 中国（杭州）文化创意产业博览会//创意城市 创新会展///黎 江
- 394
- 中国美术学院毕业创作展示周//国美学子的回馈///傅巧玲

大事记/

- 400
-
- 410
- 后记/高法根

Chapter of City Innovation/

Southern Song Imperial Street-Zhongshan Road //

Protecting City by Chinese Original Architecture///

Southern Song Imperial Street-Zhongshan Road //

Let Public Art Create More Bright Points in the City///

Southern Song Imperial Street-Zhongshan Road //

Research and Practice of New Song Style Architecture///

Southern Song Imperial Street-Zhongshan Road//

Creative Transformation of Historic Block///

Southern Song Imperial Street-Zhongshan Road //

Visual Image Design of Middle Zhongshan Road ///

城市更新篇/

南宋御街·中山路//用中国本土的原创建筑来保护城市///

南宋御街·中山路//让公共艺术成为城市的亮点///

南宋御街·中山路//新宋风建筑的研究与实践///

南宋御街·中山路//历史街区的创意转型///

南宋御街·中山路//杭州市中山中路视觉形象设计///

南宋御街·中山路//
用中国本土的原创建筑来保护城市//

Southern Song Imperial Street·Zhongshan Road //
Protecting City by Chinese Original Architecture///



王 澍
中国美术学院
建筑艺术学院院长、
教授、博士生导师

南北横穿杭城的中山路，早在八百多年前，就是南宋都城临安城中南北走向的主轴线御街，此后也一直是杭州重要的城市商业中心所在，是老城的中轴线。接触到中山路综合保护与有机更新工程的建筑营造这个题目的时候，我们就意识到这是一个非常难做的课题。杭州市的领导也说，这可能是杭州改革开放30年以来最艰巨最复杂的一次城市综保工程。这条街杭州老百姓都知道，在人们的心里非常重要，是城市的主轴，但是它实际的状况已经不是那样了。随着过去三十年杭州商业中心向西湖的偏移，尤其是上城区的老城这段，其实它反映出来的情况是已经衰落了，但是放到更大的历史背景下，它是很有代表性的。它几乎是一个写照，中国所有的历史城市，在改革开放以后的这段时间的发展，中山路是当中很典型的一个状况。也就是说，我们在狂热的追求现代化，在这个现代化的过程当中，我们对历史城市和历史街区保护的认识除了严重的偏差，中山路之所以衰败，除了商业中心的偏移以外，还有一个原因，大家认为这些历史街区和历史建筑早晚要放弃，所以不再维护，所以它的情况就更加恶劣。

大家都觉得这个东西很难下手，因为这条街一直在发展，它并不是一个纯粹的历史街区。我们到实地调查发现，大概一半是老的，一半是新的。老的这块，对杭州重要到什么程度呢？杭州在改革开放这段时间里，基本上自主拆除了历史建筑90%以上，中山路这块是我们杭州剩下的历史街区里边仅存的若干块中最大的，也是最重要的一块。从另外一个角度说，保持下来的这些东西，其实并不是把当初状况好的东西给保存下来了，按照有些领导直言不讳的说法，这就是一堆破烂，就是这么一个情况。

这条街的历史风貌，说它是南宋御街，其实没有任何南宋的东西了。说它是历史街区，这里面还有两条线，一条是我们传统的从清末到民国的民居建筑和商铺。另外一条，中山路在20年代有一次大改造，为了迎接孙中山的到访，政府命令沿街商家按西洋建筑风貌去改造沿街的商铺。在这次综保改造工程前的很长一段时间里，人们为到底按照哪一个风格线索去做争论不休，因为它的分量差不多，按照其中一条去做，按大家习惯的风格统一的路子去做，其它的线就会被破坏掉。在这样一种多重线索之下怎么来做这个工作，是最核心的问题。

王澍作品/
中山路御街博物馆内院局部//



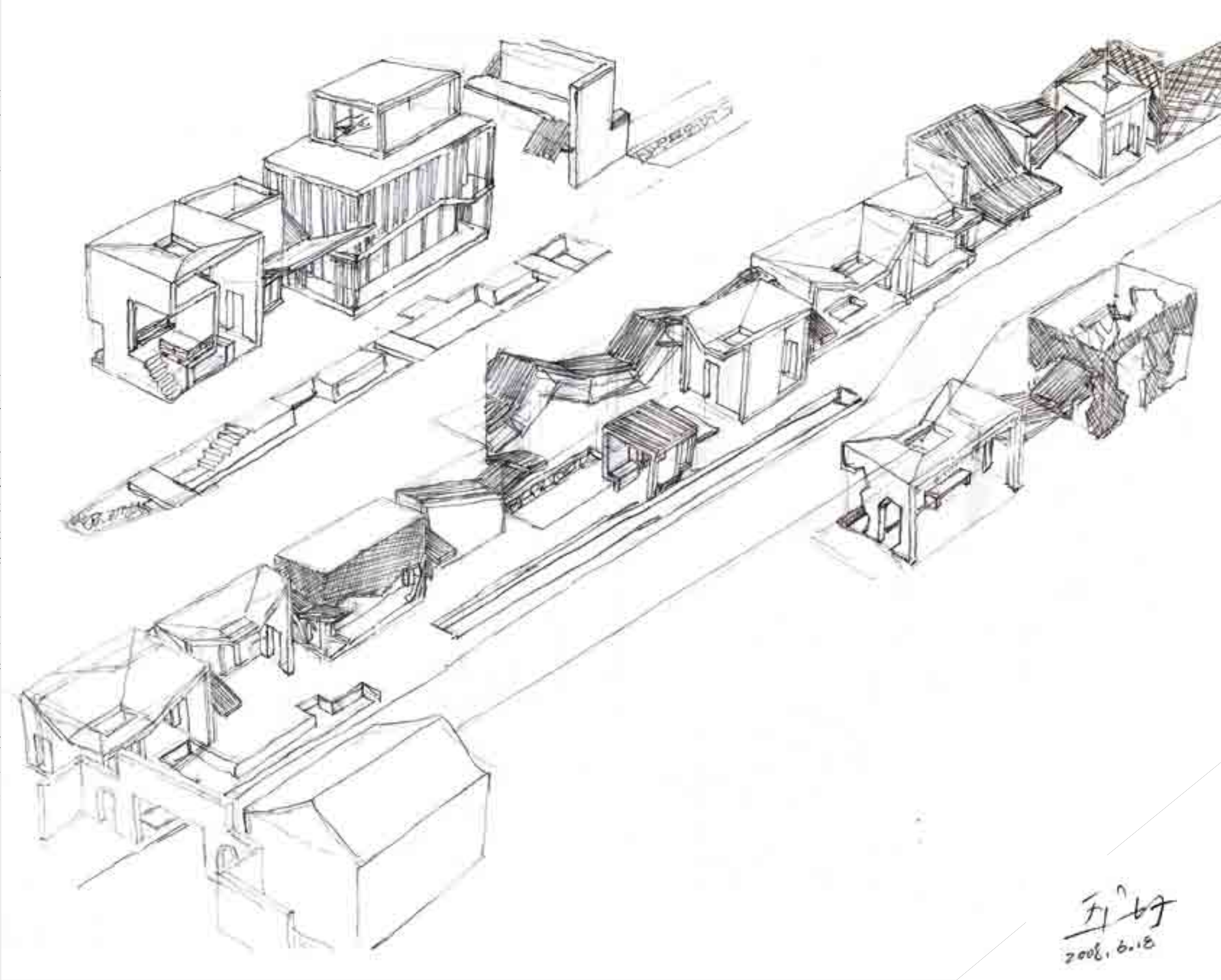
从居住来说，这里面有很多居民混在那里，尤其是老城的居民。我们去调查会发现，大量的老人和儿童，外来民工的居住都混合在里面，整个表面上看它的居住质量是比较差的。我们分析以后也提出了一些观点，首先是观念的问题，如何来面对这样一个历史现实，在这过程当中，我们和杭州市的领导也反复的探讨，逐渐地，大家取得了比较高度的一致。

第一，尽管这是一堆破烂，但却是我们这个城市历史剩下的最后一点破烂，所以后来提出来一个口号叫“能保全保”，这就是对历史街区成片保护的观念，因为这是我们剩下的最后一点东西。

第二，怎么看待它的生活现状。我们提出来，不能把它作为一个负面的因素，这种街区包含着很多正面的东西，一个我们仍然能够感觉到历史的生活氛围，这在新杭州的城区里面是找不到的，意味着真正的城市生活有灵魂性的东西被保留在这里，这个东西是好东西，要想办法把它保下来。我们看到老人、妇女、儿童在那里生活地怡然自得，说明什么？说明这样的一种城市结构和建筑的状态，它可能是特别适合这类人群居住的地方。其实这都是杭州很大的课题，杭州已经是一个老龄化城市了，所以我们最后把这个课题称之为历史真实性保护，不是简单的用风格去套，说这是南宋一条街，我们就把房子都拆了去造一堆南宋假古董，或者说是明清一条街就把非明清的都拆了，或者说是西洋风貌一条街，就把本土的东西都拆了。我是坚决反对这么做的。我们提出来，对杭州的传统，历史积淀下来的每一条线路都非常宝贵，我们对历史的认识是，到今天为止，所有活着的一切，都是杭州的历史实存，我们要把它真实的东西保下来，而不是用简单的风格粉饰来进行保护。

因为这个课题对杭州很重要，对杭州人民也很重要，所以当时我跟杭州市领导提了几个条件：第一，真实不改变，这个观念大家要取得一致。第二，绝对不可以做强制拆迁，如果强制拆迁我坚决不做，那种生活要保下来，其实是靠人的，人变生活就变，所以尽可能的要留相当数量当地的居民在这里。杭州后来根据这个提出来叫做鼓励外迁，允许自保。我记得当时市领导说，按王澍教授的想法，我们的工程造价要多花十个亿，但是是值得的。第三，假古董坚决不做，无论中国的还是西洋的假古董都不做。

王澍设计绘制的中山中路步行街区段沿街小建筑草图/





1.南宋御街·鼓楼至西湖大道段
中山中路步行街沿街小建筑及水系总图/

2.3.4.5.6. 7.坐落在这条一公里长步行街北入口的坊墙。
左边是修复的清真寺入口立面。以下所有照片是从北到南的顺序。

这样我就提出一个概念叫做“城市复兴”，不是简单的保护这条街，这种看似破破烂烂的街道，恰恰是杭州最有城市气氛的部分，既然它是最有城市气氛的部分，那么这种地方恰恰具有城市文化的价值，守护着这座城市的灵魂。与之相比，杭州那些新建造的城区，那种道路很宽，新建筑沿街后退的做法，更像是欧美城市的郊区，完全丧失了城市气氛。从这个角度来说，保护中山路实际上是做样板，告诉大家城市应该是怎么样的，而不只是说因为这是历史街区我们就做了保护，我们实际上是在做城市复兴的工作。当时市里的领导也很敏感，一听就肯定了城市复兴的概念，整个主题从一条街的改造提升到了城市文化复兴的高度。这里面就牵涉到一些做法，城市原来的规划是想拓宽中山路的，1927年改造以来的宽度一直只有12米，但规划想拓宽到至少是24米，我们去调查时发现，凡是过去二十年间沿街造了大楼的地方，建筑就按新法规后退，局部已经被拓宽过，整条街就是宽宽窄窄的状态。我们当时提出来，12米的宽度是最适合步行的，是产生城市气氛很舒服的宽度，所以我后来提出来，通过把一系列新的两层左右的小建筑建在那些新大楼前面，把街道变窄。这也许是改革开放30年来全中国所有城市里，第一条主动把街道变窄的街道，这是一个创举。

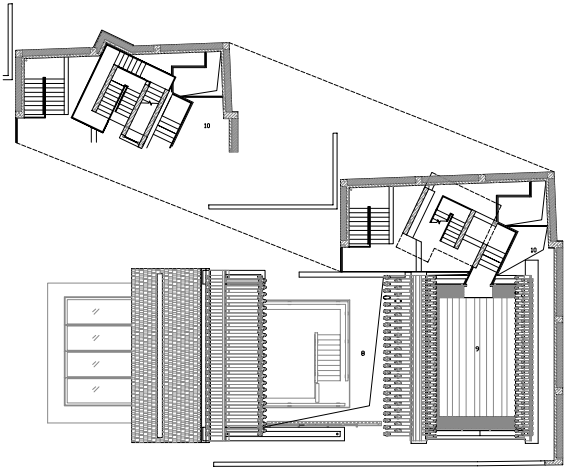
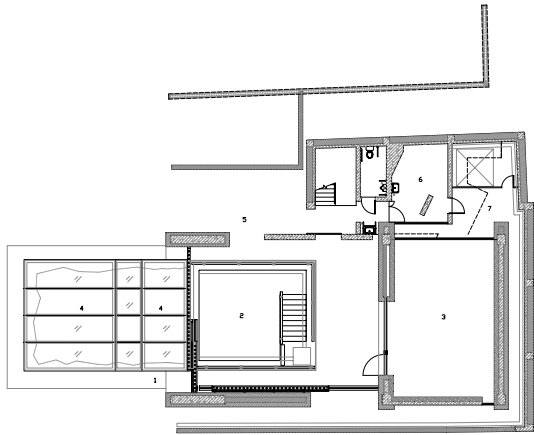
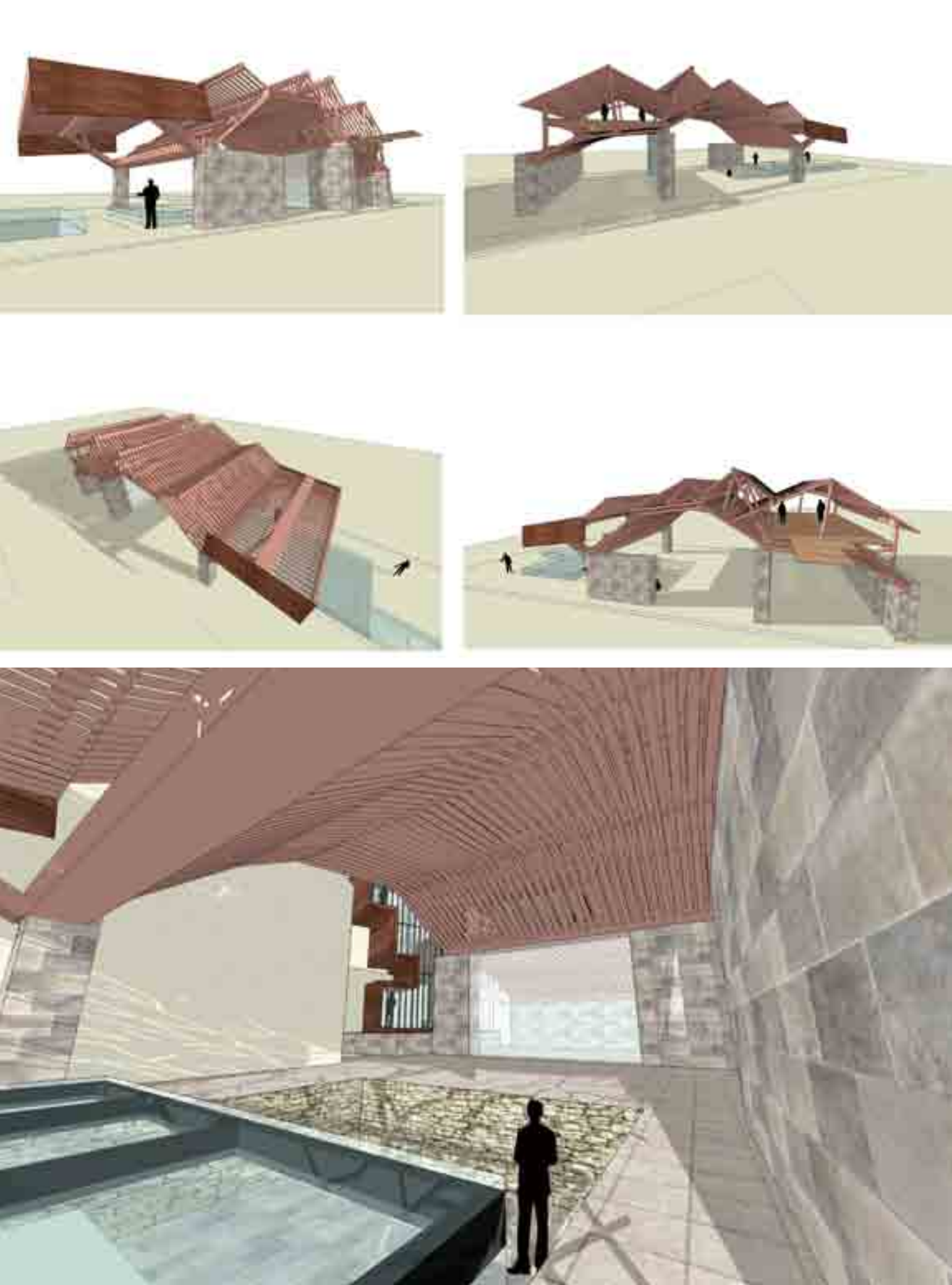
对建筑的处理，我们提出来一个基本的想法，叫





中山中路原始状态与设计、
建成沿街小建筑后的对比/

中山中路原始状态与设计、
建成沿街小建筑后的对比/



做“新旧夹杂，和而不同”，这是一个基本改造的精神。“新旧夹杂”的意思是，对所有旧的建筑都进行坚决的保护，按现在所见的不同年代的真实状态，按生活对它的真实影响去保护，而不是惯常的风格化复旧。我们甚至提出来，有些违章建筑觉得很有味道也要保护。新旧扩展“新”指什么，保护历史街区，只靠旧的东西是不够的，这样做它必死无疑。所以我们提出来要用中国本土的原创新建筑来加入保护，作为刺激的兴奋剂。另一个观点，无论是西洋的，还是中国的假古董，我们都坚决不做，我们可以以历史为背景，来进行新的创作，但是直接拷贝假古董坚决不做，非常幸运的是，大家能在这个问题上取得共识，这应该也是整个中国城市对城市保护与发展的观念起了变化，我在五年来都不可想象大家可以接受这个意见。

还有就是如何做到“和而不同”。

接下来还有几个重要的工作，特别是历史问题的梳理与再设计。

第一，我们提出来，国内城市以往的街道改造，往往就是立面改造，杭州市政府一开始找我们的时候，想让我们做的其实就是立面改造，所以要求用很快的速度做出来。我们提出来，好的城市一定是有纵深的，主街两侧有很多小巷子，还有很多院子，所以我们提出一个观念叫做深度改造，改造立面是纵深改造的表皮反映。这种深度改造使整个工程量扩大了很多。从我们工作来说，整个工作量又放大了，工作的难点成倍增加了，如果只算经济帐，一般的设计院肯定不会这么做。但我们这是学校，我们是搞研究的，做学术的，就该这样去做，哪怕是增加工作量我们也要做。

1	2	6	7
3	4		
5			

王澍作品/
中山路御街博物馆//

- 1.2.3. v4.不同视角的设计模型图/
- 5.展厅内设计渲染图/
- 6.一层平面/
- 7.二层平面/

御街博物馆方案设计时间：

2008. 4-2008. 7

御街博物馆施工图设计时间：

2008. 8-2008. 12

主设计师：王澍

设计协助：蒋伟华、胡伟琦，范九江

结构设计：申屠团兵、陈永兵

施工图设计配合：

中国美术学院风景建筑设计研究院

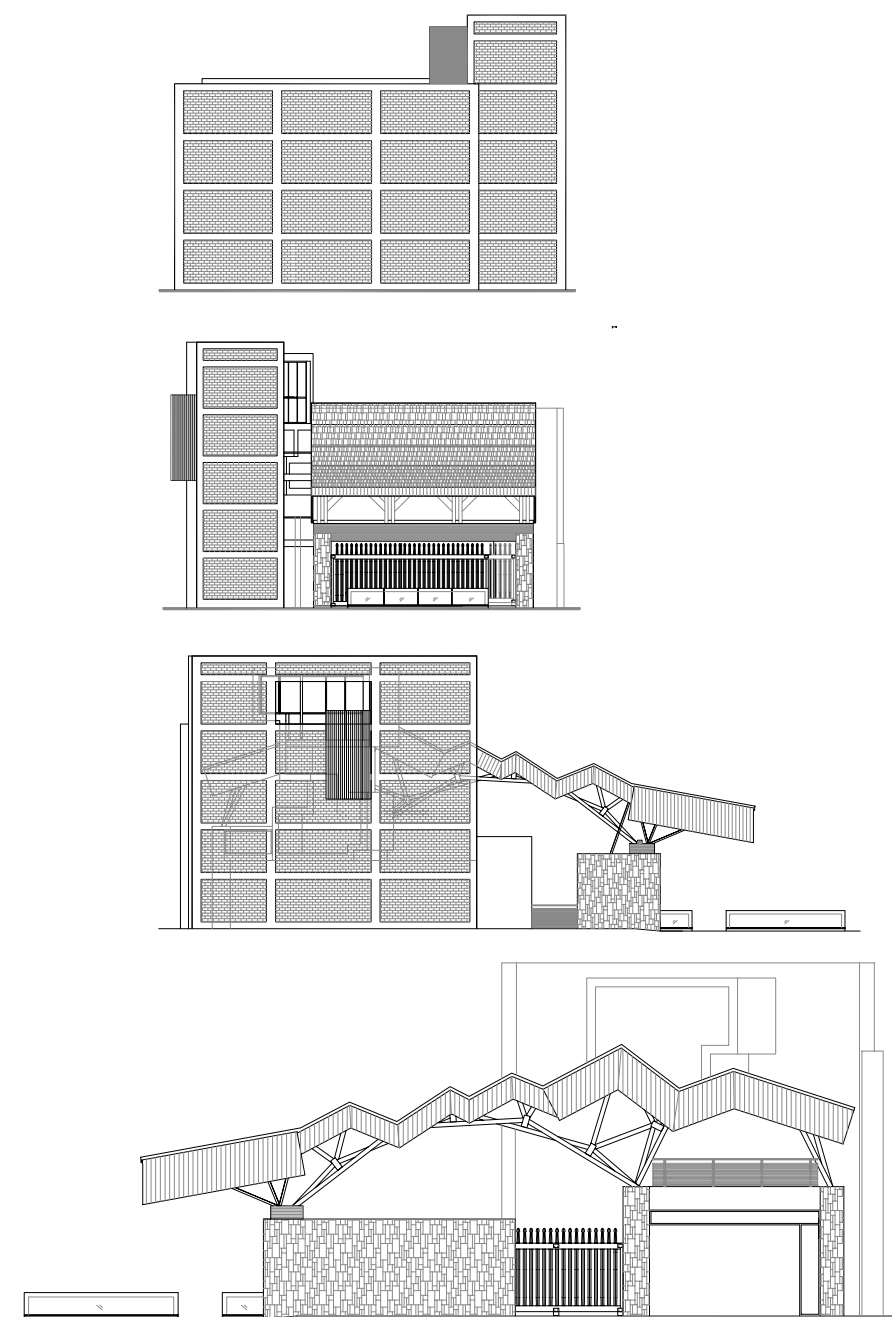
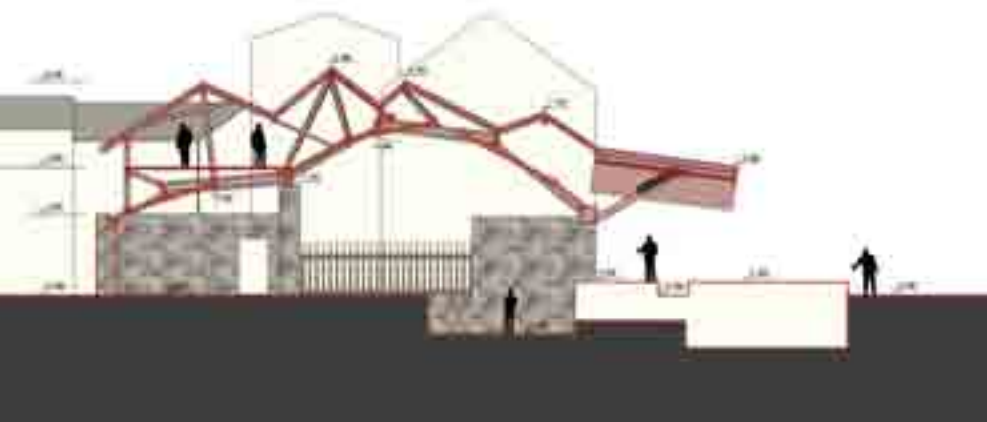
甲方：杭州市上城区中山路指挥部

主要功能：展览

用地面积：800m²

建筑面积：450 m²

地点：杭州市中山中路



- | | | |
|---|---|-----------------|
| 1 | 4 | 1.杭州中山路南宋御街博物馆/ |
| | 5 | 2.剖面设计渲染图/ |
| | 6 | 3.剖断视角的设计渲染图/ |
| 2 | 7 | |
| 3 | | |
| | | 4.东立面/ |
| | | 5.西立面/ |
| | | 6.南立面/ |
| | | 7.北立面/ |

第二，我们提出来比这种立面的装饰性的东西更重要的是城市空间结构的梳理。杭州著名的坊巷制是杭州古城的特点，我们通过梳理和调查历史资料，结合现场调研，基本搞清了南宋坊巷的格局，这种格局在杭州历史里是一直存在的，到现在为止，清河坊、三元坊的名字杭州人还都在叫，大家也知道，从哪到哪是哪段坊巷。就坊巷结构而言，很重要的一个标志就是，原来的坊是有坊墙的，后来我就提出来要重建坊墙，重点在坊墙和街道相交的处理。这个做法在从策划到设计一直有争议，现在做完了，大家都觉得效果很不错，手法不多，造价不高，但把这个街道的气质和气氛都改变了，大家感觉街道变成了一个又一个大院子，是非常有新意的做法。

这里面还有很重要的，我们又做了一些新的创作，新的小建筑。很多小建筑大家一看是不理解的，我做了一种高台植树的茶室，很多领导每次都问这到底是什么意思。当初我们提出来重构水乡城市，我就在想怎么把吴山的山林意思引入街道，我做了一些高台植树，那种砌石头的方法是直接从吴山学来的，形成这种高台植树的做法其实是中国南宋文化很重要的特点，很多人都奇怪，其实大家对南宋都不了解，不知道南宋是什么，我们用了南宋的手段大家都看不出来，只是从景观上大家能体会到这个街道气氛罢了，包括像我在上面提到的，在高台上用巨型太湖石形态做的茶室，这实际上是南宋建筑园林绘画里一个非常经典的形象，我们现在在凤凰山还能找到南宋的巨型太湖石，不是现在苏州园林的小太湖石，南宋太湖石都是巨大的，我们用上去以后大家都看不懂，说这到底是什么，大家口头上说要南宋，真的狼来了却看不懂，我想大家逐渐会明白我们的用心。还有一个很重要的是水系的重建，因为这是水乡城市，既然是水乡城市，这条街要有灵性，就一定要有水，这个水是从头到尾都有争议的，很多的居民和专家都提出来，说这条街原来是没有水的。我们调查历史资料，是有的，不是没水，南宋的御街两侧有一个特殊的设置叫太平沟，它是用来防火的，不宽，其实这条街的经典形



1
2

3

1.杭州中山路南宋御街博物馆立面局部/

2.3.中山中路步行街区段的沿街小建筑/





象是中间不走人的，御街御街，用两条栅栏栅起来，中间永远是空白，那是给皇帝走的，大家是走在两边太平沟边上的风雨长廊中，那才是御街当初的形象。所以我们最后是用太平沟的方式，又结合了这一带水乡河埠的做法。我们利用了地势，因为这条路并不是平的，吴山到西湖大道有从高到低的坡度，利用自然地势引中河水，不靠机械动力，自然的流，从中河来再回到中河去这样的方式，造价低，有效果。我记得当时市领导提了一个形象的要求，王教授，你要做到这条水要有哗啦啦的流水声，我们结果是做到的，尤其是在河坊街的那段，很明显的哗啦啦的流水声，很形象很生动，水的气氛就出来了。包括我们后来做的片断，都是从南宋御街的历史元素当中运用过来的，当然你没有办法简单地用，因为现在这条街道非常复杂，我们用片断回忆的方式来用它，最后形成了一个多条线索综合保护的创造性，所有东西都是用高度创造性的做法，这就是为什么这个工程刚一结束就已经被法国最著名的杂志《A`A`》用了40页的大篇幅来报道。

还有一点，刚才提到了，我们在这条街做创作的时候，它的元素并不只是来自这条街，因为这条街已经残缺不全了，我们调动了杭州很多的综合经验来做，调动了吴山的经验来做，调动了中河水系的经验来做，用南宋绘画的元素来做，我们同时也调动了这几年所积累的用本土的文化意识跟地方的乡土材料和现代建筑结合的元素，在保护老建筑的同时，夹杂其间，做了很多新建筑，这也是我们中国美术学院的建筑艺术学院在国内国际上非常有代表性的做法，代表了本土建筑自主创新的方向。从这个角度上来说，总的工程是成功的，但是这个成功大家一开始心里都没有底，直到工程竣工的时候，上上下下心里除了我心中有数，其他人恐怕都是没数的。2009年国庆开街，一个星期内，光是鼓楼到西湖大道一段，就有一百万人来参观，从上到下才松了口气。

1 | $\frac{2}{3}$
4

1.步行街沿街小建筑中的高台茶室，
取意于南宋山水绘画中的高大太湖石/

2.3.4.中山中路步行街区段的沿街小建筑局部/



从杭州市的角度来说，有几条经验很重要，一条就是策划在先，杭州到现在为止，所做过的大型城市更新工程，花这么长时间做策划的这是第一个。不仅是我们美院第一次大规模的介入杭州城的建设，对杭州市本身来说也有很多特殊的地方。我们花了半年的时候做策划，以我们建筑学院作为核心团队，设计学院、公共艺术学院等几个学院的团队配合，最后参与的老师和学生有200多人，做了半年的调研和策划。我特别强调一个观念，历史与生活的真实痕迹决不能用简单的风格和概念去简化掉。也正是因为我们的策划报告的深入，内涵的学术精神，加之非常有操作性的见解打动了杭州市的领导。第二，策划之后我们做了沿街的设计导则，还有纵深改造设计导则，这也是杭州城建史上没做过的，中山路有6公里长，杭州市希望我们全拿下，负责总体设计。我当时对市里的领导说，我是以质量作为唯一衡量的标准，在这个时间内，以我的衡量标准，我们的团队只能做一公里的示范段，其他的五公里给我我也做不了，按“和而不同”的指导观念，这五公里给我我也不能做。所以最后我们做了两个导则，用来指导其他五公里，指导其他建筑设计院的工作。以这种做导则的方式来进行总体设计控制在杭州市的城建史上也从来没做过。我率领的团队则除了负责全线6公里的道路铺装设计和景观设计外，建筑部分主要负责从鼓楼到西湖大道这个步行区域的设计。

在具体做的过程中，也有很多经验，比如说不能够强制拆迁，工程怎么推进，杭州又积累了很多新的经验，当然我们也积累了很多经验，这个难度很大，有些问题你永远不会想到。杭州市的城市档案管里，几乎找不到这条街道建筑的任何资料，这是你想象不到的。如果你要改造的话，几乎每一栋房子都要重新测绘，我们当初也想不到怎么会没有城市档案，有些新建筑有档案但都不全。拆迁是不让强拆的，所以户主有的愿意做，有的不愿意做。政府根本做不到在施工设计前完成拆迁。所以施工设计要根据拆迁的情况来改，我们有很多的施工图在这其中都反复设计两到三遍，而且是在如此短的时间内，整个设计从方案到施工图结束只有半年，你可以想象这是多么艰苦的工作。但是翻过来这也是杭州市的一个经验，意味着以后的工程按照这样的学术精神去做，就会是这样，大家可能觉得现阶段很麻烦，但这种麻烦是必须的，所以翻过来又是一个正面的经验。

有成功的经验，当然也有不成功的经验，如果讲不成功的经验，还是整个工程推进速度过快，这个过快尤其影响到老建筑，尽管我们成功地把建筑不同的风貌保下来了，但是几乎所有老的都被粉刷过，按照我的看法，也是破坏，只是比国内其他的建筑全部拆掉，用假古董冒充的要好，但仍然不是成功的，只不过说是推进了一步。剩下还有很重要的，这样一个有代表性的工程做完以后，第二天一夜之间非常恶劣的难看的花盆就摆满了整个街道。从大家反映出的审美意识可以看到，我们可能走得太快了，大家的审美根本跟不上，大家不会认为，那些烂花盆摆在街上有什么不妥，你要知道城市品质的提升要有一个艰难的过程，这种经验都要整理进去，包括后来的招商引资当中，商户对已改造过去的二次的装修改造，恶俗的东西层出不穷，这也是城市管理很重要的问题。我们把品质提升之后，城市怎么能够保住这个品质，还谈不上在我们的基础上进一步提升，不要下降就好，怎么样保住这个品质，这也是一个问题。

如果说一个城市的建筑都是庸俗的，它的影响就意味着它会让这个城市的居民都变得庸俗，这是英国一个建筑史学家说的，所以说建筑对城市美学的营造作用非常大。从这个角度出发，就杭州城市美学的现状，我想说几条。

第一条，首先是整个地方环境的特点，特殊的品质，我们很难用简单的同一个标准去评价不同的城市，首先我们谈的是它的特质，一个城市有没有特殊的品质。

第二条，整个城市整体性的建筑格局状态。

第三条，这个城市生活的这种品质和它的多样性，或者叫格调。

第四条，这个城市历史文化积累的深浅。

第五条，这个城市的创造力。一个城市在文化上有没有创造力，我想至少有这么五条标准来界定它的。

就杭州来说，大家都说杭州有特点，我们有西湖，我们有山水，我们有钱塘江，如果翻过来讲，我们看杭州的地图，杭州以前是半山水半的一座城市，这是中国南宋以后所有山水城市的一个模型，可以说全国的这类城市都是向杭州学的。但在现在杭州地图上可以看到，这个模型所代表的区域，大概只占这个城市的1/10，可以形象地说，杭州城市的特质已经退化到只剩下1/10，这是我对杭州城的第一个评价。

第二个评价，城市的格局和建筑整体面貌。你可以看到，杭州城市格局逐渐的失去它的特质。整体的建筑处在非常平庸的状况。

第三，我们可以说它的生活部分。生活部分杭州还是有它独特的格调，但是这个独特的格调，基本上集中保存在以西湖周边为代表的区域中，在此以外的区域发展几乎无法判断这是在杭州还是在其他地方，所以从这个角度来说，杭州的生活特质大概也只剩下1/10了，我的判断是每一条都只剩下1/10。第一次是我们的历史这块，杭州是比较早发展起来的现代城市，在过去几十年当中，所有历史建筑已经被拆除90%以上，也就是说它的历史其实也只剩下1/10，最后讲他的创造性，可以说我们现在只是个别作品可以看到创造性，整体上来说，在城市建设这块，基本上都是粗略地抄袭西方建筑，都是拷贝，它是拷贝形成的城市，真正有创造性的东西一点点，不足以代表这个城市。从这个角度来说，在这种状态下，大家仍然认为杭州是中国最美的城市之一，你可以知道整个中国的城市美学处于什么状态，我们整个以城市为代表的国家文化，可以说是处在非常不好的状态。翻过来说，如果讲建筑文化的发展，仍然是我刚才说的五大条，在这五大条上怎么做，是需要量化的，1/10的杭州，我们还有1/10的状态下怎么提升，这是摆在杭州面前的问题，最后要说的是，无论是城市的发展，城市建筑文化的发展，它都是既要有创造性，同时它又是一个需要深刻思考的事情，所以现在的这种，在当前特制下这种快速推进，快速改造的模式基本上可以断定都不会有什么好的结果。

中山路的改造是一个例外，因为中山路的改造是一个有学术精神的团队，用拼命三郎的精神，不计代价的方式做出来的，这个模式是很难拷贝的。另一个团队，同样时间不可能是这样一个结果。我们可以对城市的发展，一条街的发展，反复进行理论论证，观念论证，方案比较，但最后改造工程的成败取决于这个团队是否有真正的学术精神，是否有学术思想，以及处理事情手段的高低，不同的团队在做，结果会完全不同。总而言之，中山路是一个成功的模式，但这个模式是很难复制的，如果这个工程给我四年的时间，我相信几乎可以做到完美的程度，但现在是两年完成的。

鼓楼/步行街沿街小建筑终点的高台茶室//



南宋御街·中山路// 让公共艺术成为城市的亮点///

Southern Song Imperial Street·Zhongshan Road //
Let Public Art Create More Bright Points in the City ///



杨奇瑞
中国美术学院
公共艺术学院院长、
教授、博士生导师

我所理解的公共艺术，是现代城市高品质生活中重要的精神内容，它不仅包括建筑、城市雕塑、壁画或城市公共空间中物化的构筑体，还有文化事件、主题展演、互动交流、创作设计等。它就如同城市的一张文化名片，在城市文脉中占有一席之地。

今天，中国城市在经济持续有力发展的情况下，其在城市美学的追求与建设方兴未艾，而我们的公共艺术，更是在城市美学中扮演着重重要的精神角色，为城市的美学做出了努力。当然，为了更好地营造城市之美，当下的公共艺术还需要更多的改善，以达到城市美学的要求。



雕塑泥稿/





杨奇瑞作品/印刷史话//

领导视察雕塑泥稿/

杨奇瑞作品/第一居委会//

杨奇瑞作品/御街新韵//

让创意灵动城市

记得以前在杭州曾兴建过一些雕塑和公共艺术品，其中不少是以传统的手法来表现的，譬如一些人物纪念像，它们基本沿袭了老一派城市雕塑的做法，而这样的雕塑在全国到处可见，这显然来得有些容易。应该说我国的城市雕塑和公共艺术，还处于一个低层次的发展阶段，同时又是一个转型期。因为中国的城市雕塑，毕竟也轰轰烈烈地发展了几十年，就其不足的方面讲，由于思想僵化、因循守旧、追名逐利和简单地“拿来”与抄袭等一系列削弱创新的因素的存在，公共艺术一直未能很好地发展。

我们经历了刘开渠那个时代西方写实技术的传奇阶段，然后以这个阶段为基点，在改革开放初期，城市雕塑又进一步发展。中国丰富的历史以及中国近代革命中壮丽恢宏的历史事件，为雕塑的发展提供了绝好的素材，仅凭学院派掌握的扎实技术，就做得八九不离十了。但是，这一类艺术表现手法，对西方来说早就成为了历史，因此在今天的欧美城市中，这类雕塑也只见诸那些历史的遗留中。所以说，仅仅研究写实技巧是远远不够的。在新的城市中，要有新的艺术语言。城市雕塑，就应该是一个思想创新和艺术形式研究的结果。同理，现代公共艺术也需要创新。正因为此，在杭州市中山路有机更新综合治理工程中，我们设计的公共艺术就没有沿袭这条老路。

在最开始的创作构思阶段中，出于对杭州的理解，我提出了“引水入街”的概念。什么叫“引水入街”呢？杭州美，其美在山水，然而除了西湖之外，杭城其他地方的水却很少，20世纪70年代末到80年代初，也就是我在浙江美术学院读书的那个时代，杭州还是有一些古迹、旧宅子，甚至是一些河流的，但随着岁月变迁，现在杭城市区内的街巷，已不复见往昔的清澈河流，这难免让人有几分失落。所以，我觉得在未来的城市建设中，应该考虑“引水入街”，把水的气息、水的形象引入杭城，还给城市一个生态的样貌，以及一个城市过往的记忆。于是，当时我对中山路的整体视觉设想，便是用公共艺术的方法“引水入街”，即在中山路南北五公里长的街道上，用各类公共艺术形式，断断续续、虚虚实实、或静或动、或上或下、或涌或喷地串联起一个“意象之水”。当然，这个观点最终未能实现。现在中山中路以“开渠引水”实现这个“意象之水”，效果也是不错的。

公共艺术需要锐意的探索与创新，同时我们也希望将新的理念融入公共艺术，将更多的新意带给我们的城市，以充实城市的美。

让艺术贴近城市

艺术来源于生活，艺术不仅仅是创新，也更多地与生活息息相关。我们创作公共艺术不单单应赋予它新意，更应使它成为一个将艺术贴近城市居民的载体。在中山路有机更新综合保护工程中，我们考虑创作一件《四世同堂》的雕塑。在创作过程中，我们并没有把公共艺术、雕塑看成是独立的艺术创作行为，而是将它看成杭城老百姓自己的事情，于是我们发起了全城的海选，并最终选择出一个具有代表性的四世同堂家庭作为艺术原型，从而使艺术更贴近老百姓，也更贴近了这个城市。这次海选历时一年，最终我们确定了这家具有浙杭商业文化缩影的人家——汪家，三十多口人，这户居住在中山路上的四世同堂人家，本身就有着厚重的家族感和历史感。几代人的生活，反映出老百姓那种生生不息的家庭观念，几代人的延绵传承，又成为他们对中山路历史变迁的见证。《四世同堂》不同于表现英雄、表现伟人和富于纪念性的公共雕塑艺术，老百姓一旦成为一座塑造形象中的主角，他们自身的反应是非常强烈的。从这个角度讲，塑造老百姓自己形象的时代来到了。当然，有人可能会疑惑，过去不是也有塑造老百姓的雕塑吗？像《骆驼祥子》，但是那个角度不同。现在我们表现的是当代活生生的老百姓，所以其意义是很不一样的。而从雕塑的角度来说，我们在用一种现代的手法、现代的视角和现代的观念去寻找中山路的记忆，用公共艺术表现出了这条街的历史遗韵。

汪家丰富的人物构成元素，既浸透着城市生活的点点滴滴，又映射着寻常百姓人家的林林总总，更渗透着当代人对这条街的生活记忆。时间和空间使这组雕塑成为一个经久耐读、耐人寻味的生活乐章。

是艺术的魅力，将每个生活在中山路的人相互联系在了一起；是公共艺术的力量，牵动了百姓对城市强烈的热忱。这才是真正的公共艺术，它拉近了城市间个体的距离，增添了城市生活平凡的美。

杨奇瑞作品/四世同堂//







杨奇瑞作品/杭城九墙//



让记忆融入城市

或许生活自身我们还能摸得着、看得见，但对城市的记忆，却真的是我们日益流失的碎片。因为不忍看到城市记忆的破碎不堪，我们开始关注近几年杭州在城市改造更新过程中的拆迁、废弃之物，并着重搜集、调研了以中山路为代表的、在这个新旧交替时代遗留下的一些生活印迹、建筑痕迹和时代碎片。我们将它们收拢起来，并以一个新的艺术作品的面貌，呈现在人们面前，这就是中山中路最南端的《杭州九墙》，尽管在一定程度上，它也可以被称作现成品艺术。这件作品的每个元素、局部构成，你也许没有什么特别印象，但我们所搜集的东西和耗尽心血所塑造的那些痕迹，都是真实的生活。为什么这些土物、木块能够感人？为什么它们能够触动人的心灵？因为它本来就是我们的记忆！把老物件收拢组合起来，它就是我们对一个生活年代的记忆，让我们怀想，令我们沉思，就好比乘坐在一辆不断前行的车上，你可能无法再看到背后驰过的风景，而那些记忆也可能就会永远的失去实质的存在感。我们的这些生活经验、记忆的碎片，也就仿佛那退去的风景一样。在如今的城市浮华中，那些破旧的自行车已经有新的取代物了，那些悬挂着的痕迹，包括那一排排电表，那是我们过去生活拮据时候留下的痕迹，我们的祖祖辈辈在那个环境下生息、劳作，与命运抗争，每当我看到它的时候，既辛酸、沧桑，又充满温馨。你再也无法看到这些场景，而我们却使得它再次出现，来感动你的心。

这就是艺术，它是人境，它散发出温暖。那艺术为什么会有温暖呢？这是因为艺术家独特的探究角度，可以让人感觉到温暖的东西。我们挖掘了这些记忆的碎片，让你感觉到了这些记忆的价值，这就是艺术。





其实，从某种层面上说，《杭城九墙》这件公共艺术品，唤醒了我们的记忆，也诠释了公共艺术存在的真谛，并证明了精神性的东西，其实什么时候都是存在的。虽然那些破旧的电线杆、线缆、路灯、老墙门，都一一不在了，但生活中总有那些让我们值得记忆的东西，而我们的公共艺术就扮演着唤醒记忆者的角色，将记忆带入城市，将精神赋予作品中，从而为城市的美增添一份独特的记忆情感。

让品质升华城市

在前面的阐述中，大家应该能够感受到，公共艺术绝不仅仅是一件装饰品。何为装饰品？装饰品就好比街上的人所穿的衣服，我们不在意它是否具有独创性，相当多的人穿了都觉得好看，大家都喜欢，这就是一件装饰品，它是可复制的。而有品质的公共艺术品是独一无二的，是赋予精神的，是一个城市文化的财富。

杭州是一个既不像北京那样具有首都气息的皇族文化气质城市，又不像上海那种以追求时尚和丰富的物质文化生活为城市气质的大都市。虽然杭州也有数千年的历史积淀，但它不是沉重的。它的历史既有浪漫的情怀，又有诗意的美态。这是它的独特之美。

我们的作品最贴切地解读了杭州这座城市，也最好地解读了中山路这条长街，艺术上也颇具创新，立意上是有一定高度的，品质上更力求做到更好。杭州中山路的公共艺术已然做出了品质，这种品质应该是全国最好的。城市美学的营造与美学定位，不单单依靠视觉冲击力取胜，它应当有种从容的城市气质，杭州、绍兴、福州、宁波这些城市，都有很多相似的地方，但是杭州作为大都市，有它的气质和高度在里面。因为好看，就原封不动地拷贝杭城建设模式到其他城市，这就显现不出一个城市的品质了。艺术有一种引领

的作用，它的高度在于睿智。如果没有高度，那就不是杭州；如果没有睿智，那就只能流于民间。所以，公共艺术应当具有品质，只有有品质的公共艺术融入城市，才能使得城市品质感提高，使得城市更美。

让特质点亮城市

除了品质的高度，也不能缺乏特质的联系。杭州这座城市的特质，就是整个视觉关系上的特质，这包括它的山、水、楼之间的尺度感、色彩意韵的感觉，以及城市形象的特殊感。从杭州的色彩来说，我们都知道浙江水墨画的特色，烟雨蒙蒙、水墨淡彩的意境，是对杭州最恰当的勾勒。浙江中国画与广东、广西相较，广东那里的中国画上是有颜色的，而浙江中国画不上颜色，崇尚笔墨、黑白、艺术的单纯；从城市形象上来讲，杭州的山水不是那种大山大水，不像云贵一代的山水都很险恶，不适合人居。只有适合人居的时候，它这种文化才会兴旺发达。杭州这里充满了历史底蕴，文人骚客留下的千古名篇，这些都是杭州区别于其他城市的点点滴滴。因此，我觉得杭城的美学也是带有这样的特质的，一种和谐、从容、淡薄、分寸很好的特质。城市是公共艺术的载体，公共艺术属于城市，它随城市而生，为城市而存，而城市的特质更是与公共艺术密切相关。因此，杭州的城市特质又提醒我们，公共艺术一定要结合城市特质考虑，进而让公共艺术深入城市公共空间，深入公众文化生活，升华我们的城市。

《南宋名人园》局部/

如今，“80”、“90”、“00”后的几代人，自幼接受的是网络时代的東西，他们有新的艺术语言，新的城市生活也是为他们的将来而营造的，新的环境、新的语言、新的技术对公共艺术提出了新的要求，公共艺术中新的命题陆续出现。因此，我们需要对过去的不满和公共艺术的发展趋势，进行合理的改进以及清醒的判断，使公共艺术达到一个新的阶段。

让我们一同撑起公共艺术的一片天，让公共艺术随时代而扬帆。让我们植入新的思考和探索方式，使公共艺术的魅力更好地充实城市的建设。让我们将新意融入作品，将艺术贴近生活，将记忆回放，将品质投入，将特质留住，共同提升公共艺术的水平，共同将城市的美演绎地更加完整！



南宋御街·中山路//
新宋风建筑的研究与实践///

Southern Song Imperial Street·Zhongshan Road//
Research and Practice of New Song Style Architecture///



李凯生
中国美术学院
建筑艺术学院院长助理、
城市设计系主任、副教授

中山南路宋式建筑设计导则

杭州自改革开放以来，经济社会突飞猛进，文化建设成就显著，城市在原来的基础上有了巨大的发展。但是，正如中国所有的历史文化名城一样，杭州同样面临着城市文明的危机与挑战：老城历史街区的城市结构和功能系统衰退，新建城区趋同化现象严重，地方性特征丧失，城市文脉和空间肌理混杂，传统的中心城区空间结构趋于涣散，城市生活与历史传统关系弱化。为了恢复城市文脉与重建城市地方性，杭州市委、市政府提出了建立“历史文化名城”和“生活品质之城”的建设目标。

在杭州建立“历史文化名城”和“生活品质之城”的总体目标下，开展了对南宋皇城大遗址的综合保护工程，明确了由南宋文化核心区（即南宋皇城遗址保护区），南宋文化主体区，南宋文化辐射区和多层文化混杂区这四个城市片区共同构成南宋皇城大遗址保护区，与西湖风景游览区呈鼎力之势，用犹如天工般的自然美景和悠远的历史文化共塑“历史文化名城”与“生活品质之都”。

未来杭州的旅游资源将主要由西湖游览区和南宋皇城遗址公园游览区组成，中山南路作为连接这两片区域的重要通道，它在大杭州旅游发展规划中占据特殊地位，中山南路项目地处南宋文化主体区的南部，同时也是和南宋皇城大遗址保护区的直接连接地区。其历史风貌的恢复及商业繁荣的再现将具有十分重要的意义。而眼下，以打造“中华美食第一街”为定位的双面街恢复工程将成为御街复兴的历史性契机。

南宋皇城的布局遵循前朝后市的古训，皇城大内与市井里坊之间由一条皇家御街贯连，这条御街融北宋汴京的皇家气脉和江南的市井繁华于一体，商业曾高度发达，可以推测它可能是当时全国乃至世界最繁荣的一条街道；而在这十里御街中，宁和门至鼓楼一段作为当时的政治中心，皇亲国戚、文武百官云集，商业面貌更是热闹非凡。

刘松年的《四景山水图》充分描述了南宋当年的杭州，建筑如何应对四季的变化，内外以两层表皮共同应对四季的变化，建筑立面呈现出不同的表情色彩。

春：开廊敛阳，
夏：去墙存阴，
秋：添屏纳凉，
冬：含围藏暖。

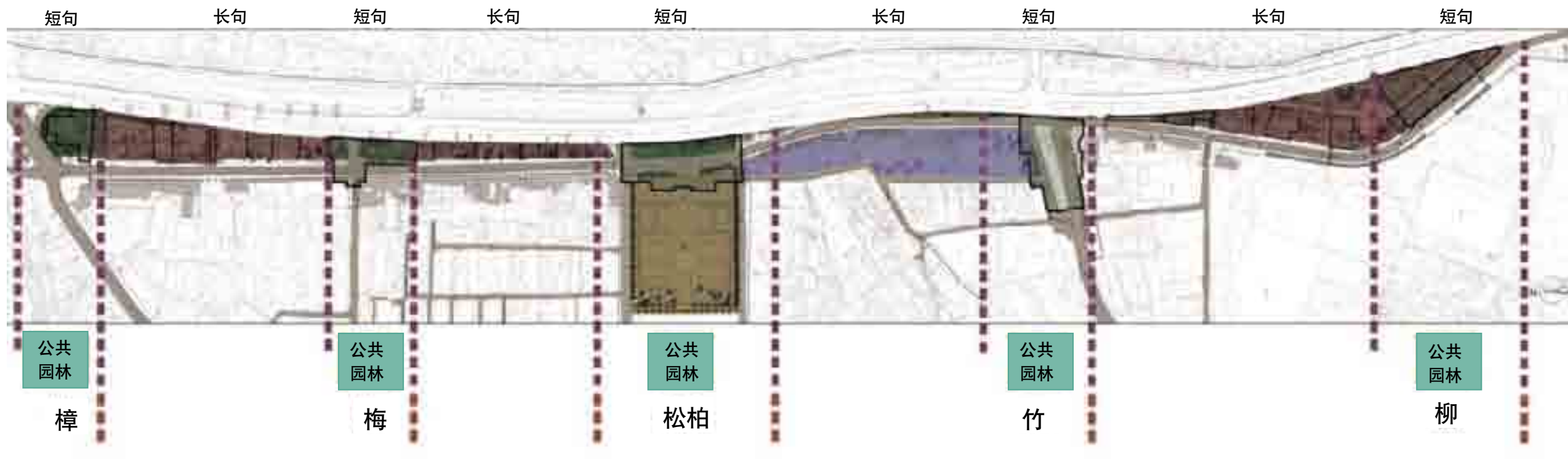
然而经历了八百多年的历史沉浮，当年的南宋御街已经演变为今天的中山路，古宁和门至鼓楼一段则为中山南路，它依旧蜿蜒于杭州的紫阳山脚下，平行于东侧的中河。中山南路历史街区是杭州市旧城区历史最为悠久，历史遗存最为丰富，历史风貌和民间生活最为完整的城市生活片区，其空间肌理、建筑形制、邻里关系和地方性特征集中体现了杭州“历史文化名城”的传统风貌。作为城市历史上南宋御街旧城商业核心带向南宋皇城过渡的重要历史街道，与今天的城市交通主动脉（中河高架）仅有一道绿化带相隔。绵亘的高架阻隔了它与中河的紧密关系，因高架建设而拆除的东面街更是让它的商业气息大受损失，仅剩的西面街其业态与风貌定位尴尬，加之道路绿化单调而消极，交通混杂，这条街道曾有的繁荣与品质已经难觅踪影。其区位与场地的优势和不足并置在这样一条极具历史积淀的街道之中。

通过以上对宋代地方性建筑直观的特征研究，接着通过对于中国古代建筑的各朝代整体脉络发展的纵向对比研究，明确了宋代的时代性建筑特征。

至此可总结出杭州南宋时期建筑总体特征为：
精致开放、清丽雅致、轻盈柔美、工整简明

- 具体表现为以下几点：
- 南宋建筑基本继承北宋《营造法式》，结合南方的地域性特征和传统匠作体系呈现出建筑空间开放多样、建筑造型清丽雅致、建筑装饰简洁精致、建筑构造工整简明；
 - 南宋园林气息浓郁，注重建筑空间与园林空间的融合；
 - 南宋建筑类型和组合尤其灵活多样，勾栏、格子门窗和檐柱等作为宋式建筑中最具有时代特征的建筑构件；
 - 宋代建筑立面的门窗组合自由，根据季节而变化，建筑呈现出不同的表情色彩。

春：开廊敛阳	夏：去墙存阴	秋：添屏纳凉	冬：含围藏暖



南宋建筑/

接着，我们从现代建筑对于宋式建筑传承角度开始研究，提出宋式建筑的分类定义和控制方法体系的建立：

■原宋式建筑

定义：严格按照宋式建筑的比例、形制、样式、装饰细节及工程做法建造的标志性建筑。

采用传统建筑营造体系控制的方法。

■简宋式建筑

定义：符合原宋式的比例、形制与类型等的基本控制，并在其细节的装饰等方面简化，并保持宋式建筑的整体做法。

采用传统建筑类型控制的方法。

■新宋式建筑

定义：符合城市历史街区风貌和现代都市生活态的要求，并体现新的建筑与城市尺度、新的技术工艺和现代社会审美的宋式风格。

采用形态及特征控制的方法。



普贤阁/

■点缀宋式元素的现代建筑

定义：运用现代的建筑材料与技术建造来满足现代建筑规范、现今生活功能要求，通过提炼点缀宋代元素和符号，营造具有宋代审美趣味的现代建筑。采用元素提取的控制方法。

■遗址保护罩

定义：在某些重要的考古遗址位置，为保护和展示遗址的需要所建造的保护罩，其本身并没有具体风格的取向，而是作为具体的建筑或构筑物风格取向随类随物附形。

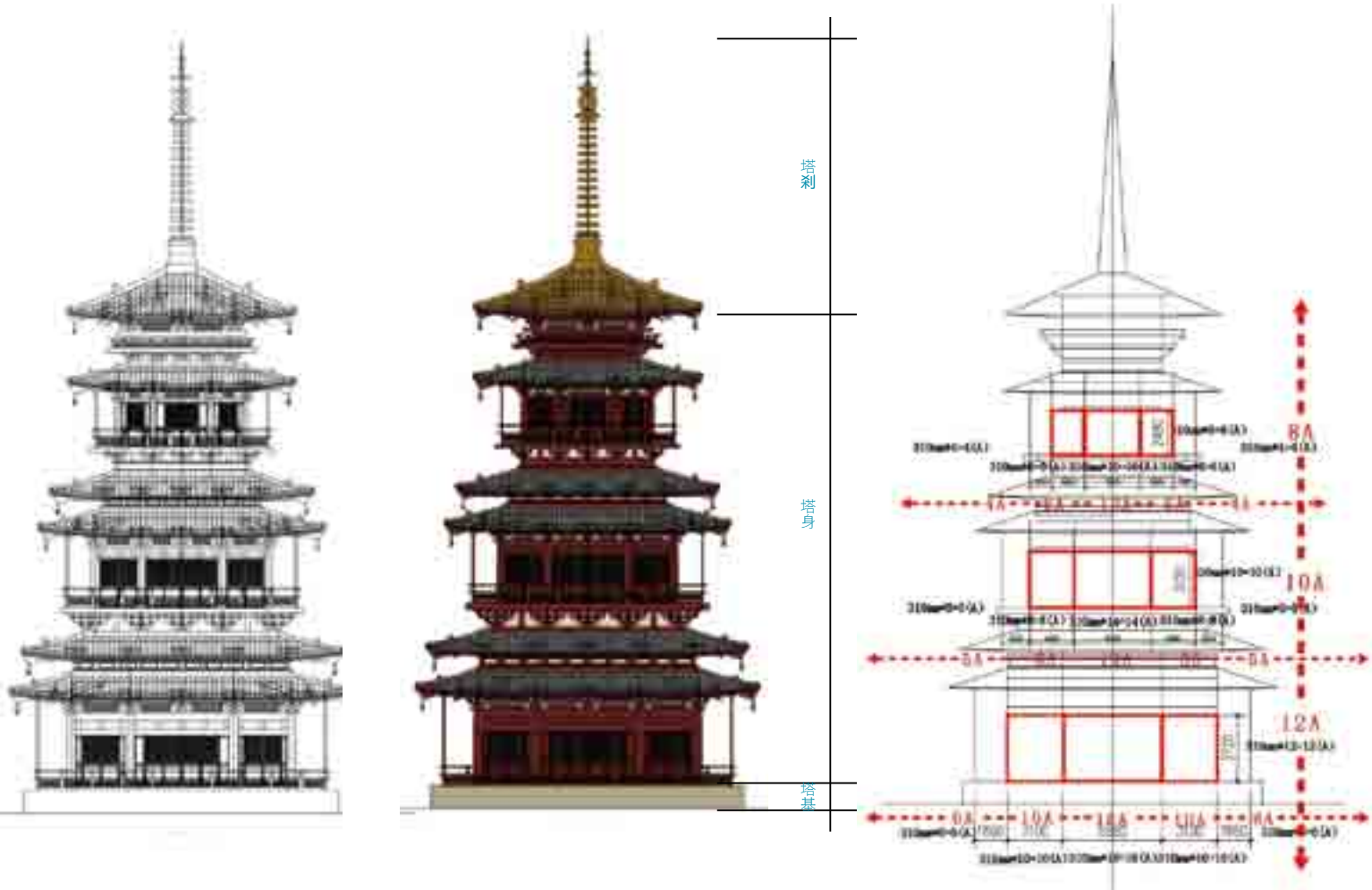
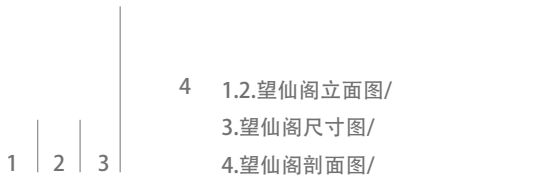
通过以上对于宋式建筑研究方法、特征概括、分类定义和控制方法这四方面共同明确了如何从系统的研究工作转向导则控制的方法体系。

一、中山南路东面街分区块宋式风格设计总则

中山南路总体布局形态以宋词的长短句为划分街道空间的出发点，城市街道形成了以“节——段——节”的方式控制总体城市空间，因此在宋式风格的定位上也基本遵循这样的空间划分原则。

“节”即城市公共园林：塑造建筑的宋式风格较为浓郁与纯正，多以原宋式和简宋式建筑为主；景观上多以公共开放的园林为主，分别在五个节点处种植南宋时期较为常见的树种（分别以樟、梅、松柏、竹、柳为主题）。

“段”即街道：建筑主要以营造新宋式风格和点缀宋式元素的现代建筑为主，强调经营性建筑的实用性，能与现代生活态的功能联系在一起。在景观的营造上主要以园林院落为组织建筑空间的主要线索，沿街道设置景观性水池，多以种植水生植被和放置太湖石，以强调中山路街道的延续性和营造较为宜人的建筑与环境的氛围。院落中多种植有“四季变化”的植被，以营造宋式文人园林的总体特征。





二、以“望仙阁”为例的原宋式建筑设计导则

营建区域为场地内的“望仙阁”，占建筑总量的10%。

总体营造策略：

1、在整体比例及尺度（开间、进深与层高）上运用宋代营造尺为单位，在总体比例构成关系上，在基准长A（宋营造尺）的作用下，各层之间形成严格模数制的比例构成原则。

2、采用宋代建筑中应用最为广泛的，材枅分模数最为简洁的三等材作为基准材，屋架参照宋《营造法式》中的做法和尺度再现宋代建筑的建筑构架,斗拱、门窗、额枋、勾栏原则。

3、在建筑细节的控制上选取具有宋代典型特征的细节原则。

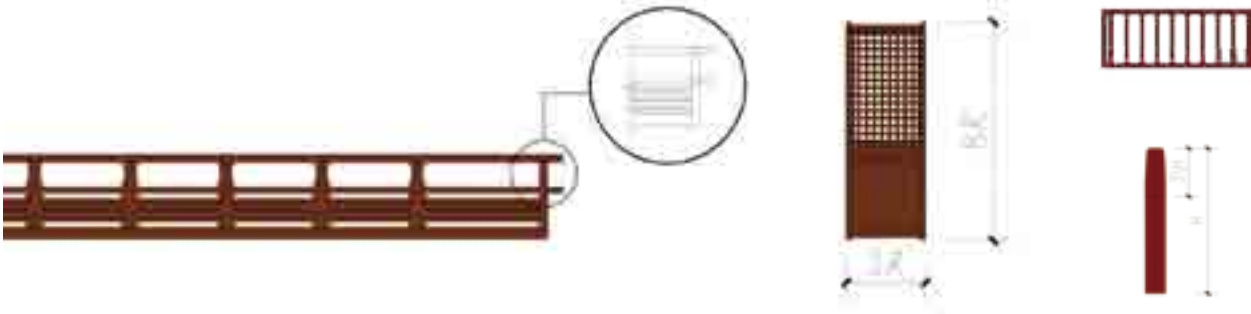
望仙阁透视/

分项控制细则：

屋盖层：屋顶参照宋《营造法式》中对于不同类型的建筑屋盖曲折的不同设计其屋盖角度，根据角柱的升起尺寸得到宋代建筑中具有强烈时代特色的优美的屋檐曲线。屋脊做法：采用筒瓦的屋脊做法，在屋脊上强调“白道”体现建筑的轮廓感。



柱框层：柱径参照《营造法式》中对于柱径和开间比例的规定求出，柱子采用《营造法式》中具有宋代特征的棱柱的形式，卷杀尺度参照《营造法式》规定。门窗采用宋式建筑中最为常见的格子门，栏杆采用简洁的单勾栏，并在交角处使用体现宋代典型特征的绞角造凸显宋风。



铺作层：宋代斗拱类型多样，有卷杀，有下昂。斗拱样式参照《营造法式》中所例选取从把头绞项到六铺作的五种斗拱形式。尺度参照《营造法式》中对于斗拱总尺度和对斗、拱、升、昂不同构件的尺度规定。

D-1	凡屋宇一种一昂，攒心造	柱头科	补间铺作	正心铺作
D-2	五铺作攒心造	柱头科	补间铺作	
D-3	把头绞项			
D-4	五铺作双抄，攒心造	柱头科	补间铺作	
D-5	六铺作双抄，攒心造	柱头科	补间铺作	

台基层：采用宋代建筑中常用的台基做法，参照《法式》中对于台基高度的控制，采用露岬砌的台基做法。



望仙阁夜景/

三、简宋式建筑设计导则

营建区域为中山南路东面街城市节点处的建筑等小体量建筑。占建筑总量的25%。

总体营造策略：

- 1、简宋式建筑通过对于传统宋式建筑类型的控制方式的梳理：提出了厅、堂、楼、阁、亭、台、榭、廊等八种建筑类型控制性原则。
- 2、城市街道的节点将营造以御文化特征为主旨的城市公共建筑，结合南宋常见植物（樟、梅、松柏、竹、柳）为主题的公共园林的整体打造原则。
- 3、简宋式建筑符合原宋式建筑的基本比例、形制与类型等，并在其细节及装饰方面予以简化，并保持宋式建筑的整体做法的原则。
- 4、保持宋式建筑空间的开放性，与环境相互融通的原则。

分项控制细则：

■屋顶层：

- 1、保持建筑屋顶瓦作的完整性总体原则；
- 2、屋顶的形式主要分为歇山、悬山、攒尖与卷棚四种屋顶分别对其装饰的细节进行控制；
- 3、分别对屋顶的特征控制、材料、色彩、技术做法和组合类型分别进行表格化的控制；
- 4、屋顶通过屋脊和封檐板的勾边处理，强化宋代建筑屋顶的勾边特征；
- 5、屋顶的斜率按原宋式建筑营造的举折及檐口升起推算。

■铺作层：

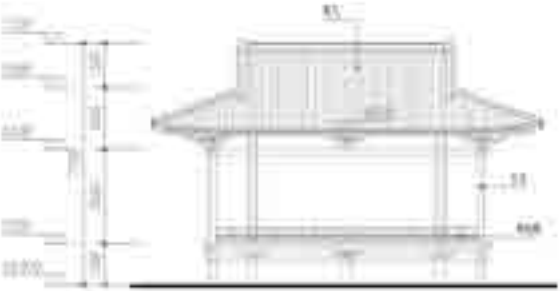
- 1、对于宋式建筑铺作层简化的处理的原则；
- 2、对铺作的材料、色彩等分别进行表格化的控制；
- 3、简宋式建筑的铺作尺度按原宋式建筑营造的比例设置。

■柱框层：

- 1、保持宋式建筑的格子门，直棂窗，阑槛钩窗和勾栏的基本做法，简化其装饰细节的原则；
- 2、并通过对于建筑的门窗、勾栏等装嵌系统的特征控制、材料、色彩、技术做法和组合类型分别进行表格化的控制；
- 3、门窗的高宽比例按原宋式建筑营造的比例设置。

■台基层：

- 1、保持宋代建筑台基的基本做法原则；
- 2、强调台基边缘的勾边处理的原则，
- 3、材料主要使用中国黑花岗岩、虾红色花岗岩和青砖为填充 材质，福建青石作为勾边的石材。



戏台北立面 1：150



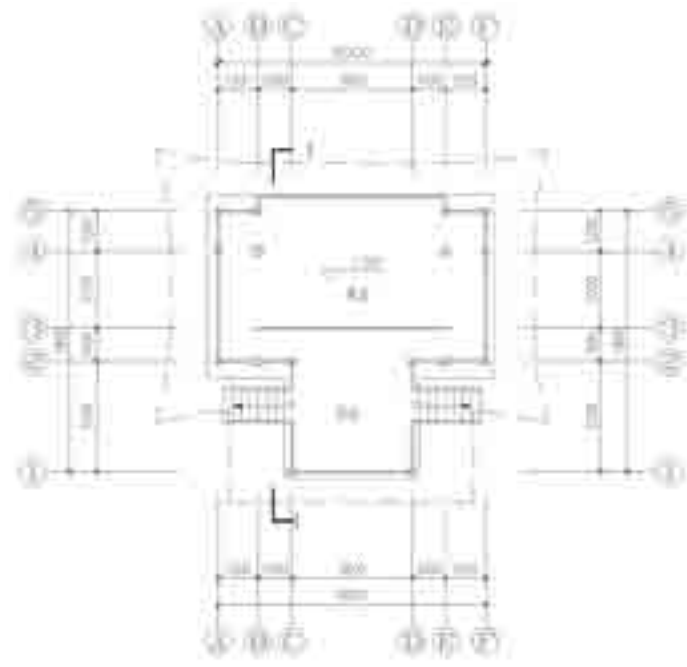
戏台西立面 1：150



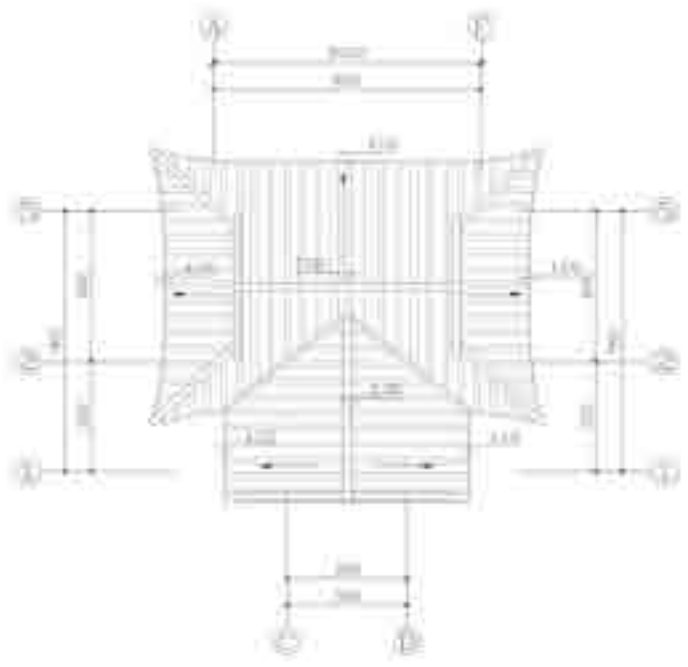
戏台1-1剖面 1：150



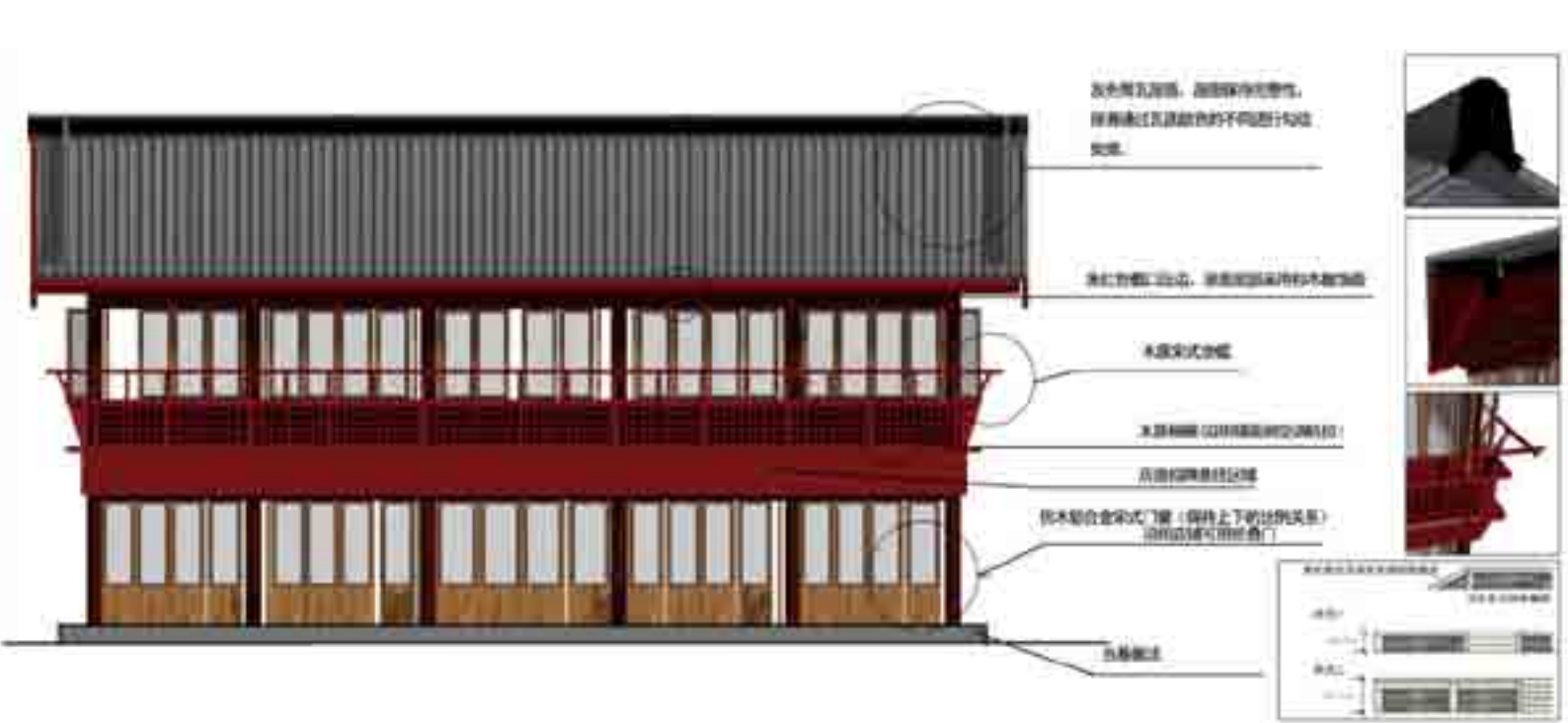
皇城戏台/



戏台一层平面 1：150



戏台屋顶平面 1：150



沿街建筑基本样式/

四、新宋式建筑设计导则

营建区域A段的五个经营单位，B段的三个经营单位，E段的三个经营单位。占总量的58%。

总体营造策略：

- 1、以现代的建筑材料和结构技术建造的既满足现行建筑规范、功能要求又具有浓郁宋式意境的新建筑。即按照宋式建筑特征进行提炼、简化后的建筑形态；
- 2、保持屋顶、正身、台基这三者基本宋式建筑的比例关系原则；
- 3、屋顶面层及其屋脊勾边色彩控制基本保持深灰色的瓦做颜色为主，以强调整个街道屋顶的完整性；
- 4、建筑的装嵌系统的门窗、栏杆、檐柱等基本要素保持形态比例上总体的完整性原则；
- 5、沿街建筑底层应充分考虑为以后业态布局的可能性，留有充分发展余地，考虑沿街小型店铺对于店招、立面和空调机位具体的需求原则；
- 6、庭院内部建筑考虑与廊道空间的结合，强化宋代建筑立面双层表皮和半室外空间的开放性原则。

分项控制细则：

■屋顶层

- 1、保持屋面完整性原则下，结合具体使用功能的要求，建筑的屋顶局部考虑做成平屋顶，放置空调室外机位，可考虑通过现代材料方式达到采光或通风的要求；
- 2、对屋顶的材料、色彩等分别进行表格化的控制；
- 3、屋顶通过屋脊和封檐板进行符号化的勾边处理，强化宋代建筑屋顶的勾边特征；
- 4、对宋代建筑中常用的歇山顶、悬山顶等屋盖的造型和檐口升起的曲线进行简化与提炼，用现代材料和结构进行表现与营造。

■铺作层

悬山屋顶建筑可省去铺作层的设置，歇山顶建筑考虑以叠涩的方式作为新宋式铺作层的具体做法；

■柱框层

- 1、新宋式建筑采用保持宋式建筑门窗基本形态分段比例不变下，使用以深灰色和仿木纹断桥铝

- 合金中空玻璃门窗为主，满足建筑的保温隔热的节能要求的原则；
- 2、局部建筑可用格子门窗作为立面的主导元素；
 - 3、对于建筑的栏杆可根据宋式建筑的勾栏的样式通过现代材料的替换，突出宋代建筑常用的坐槛、阑槛钩窗、栏杆的寻杖绞角的做法特征。

■台基层

按简宋式台基层的做法控制

技术特征：

新宋式建筑在具体设计与营造过程中确定采用混凝土结构。基础采用浅基础（筏板基础），保证对现有场地中的地下遗址最小干预的原则。

五、点缀宋式元素的现代建筑设计导则

营建区域A段的后部高台建筑（下部为厨房），C节和D段的太庙广场及东面街高台，D段的挡高架景墙，占总量7%。

总体营造策略：

- 1、建筑主要以钢筋混凝土的平屋面为主，对宋代典型元素：格子门窗、勾栏、檐柱及杈子等进行元素和符号提取，以体现宋式风格的较为抽象的表达；
- 2、建筑可采用一些具有历史感或老砖瓦作为立面的材料，通过材料来体现宋代元素；
- 3、通过对于现有考古的地面铺装方式，可以考虑作为立面材料的砌法，表现在建筑主体形象上；
- 4、具有宋代特点韵味的一些现代材料，如玻璃砖可做成格子的基本形式。

分项控制细则：

■宋式元素的提取

■南宋地方性材料及其做法的提取

■具有宋代特点韵味的一些现代材料的提取

中山南路段双面街恢复工程

——南宋御街设计方案

方案设计：李凯生，蔡俊，赵统光，徐大路

参与设计：徐寅，高曦，林兴启，谢吉炜，董国娟

通过对场地定位的解读和对于场地现状的调研，对于它的恢复当确定以下三个原则：

一、在历史资源的挖掘上要讲究虚实并用：一方面细心考察场地现存物质遗产，提出切实的保护策略，另一方面积极借用丰富的南宋非物质文化遗产，灵活转译，并将它们自然地培植于场地中，使无形的文化能够同样被人们所感知。

二、在空间线索的梳理上力求外放内收：向外需明晰场地地理特征，寻求同大山水的真实关联，向内则深度发掘临近的城市线索。

三、在解决功能定位上则注意远近兼顾：既要着眼于长远，考虑与大杭州未来规划的嫁接关系，把握“中华美食第一街”的定位高度；又要关注现实，在功能上充分满足美食街道的特殊需求，并且不会影响城市的正常运行。

首先，让我们先从历史的痕迹出发来研究本项目。

在经过对大量历史资料的分析和对现场历史痕迹的调研之后，我们从场地及周边筛选出四类可供使用的历史素材，第一类是真实存在的历史遗迹。这类场所具有完整而真实的历史意义，需要在设计中予以格外的保护和强调；第二类是隐含

在地名之中的无形的历史遗存，这一类素材可以让场地以最小的代价恢复其原有的历史风貌，所以我们建议保留或恢复使用这样一些具有历史意义的地名或店名；第三类是因一些著名的历史传说而具有特殊意义的空间，对这一类场地，我们建议将这些历史传说以物质化的形式继续被铭记和传颂。第四类历史素材是场地中曾举行的一些具有纪念性的活动。我们建议将这些具有历史特征的人文活动以表演的形式再现于场地，增强场地对历史的表达能力。

面对如此多的历史素材，我们要做的就是这块场地当作一面历史的镜子，用它将散落在场地四周的历史素材加以反映和隐射，让渐至稀疏的历史记忆凝固于此，再次被来人过客所真实感知。

然后，让我们关注下城市的现状特征。在细致的梳理过程中，我们发现这个场地处于两组线索控制之下，第一组线索是山水关系，来自中山南路西侧的紫阳山和东侧的中河。第二组则来自街道西侧的现有城区和东侧的高架，它们一个是由传统城市肌理自由生长而成，尺度小，变化多；另一个是为适应现代城市的快速运行而生的功能构筑物，尺度巨大，变化单一。

两组线索在场地周边以各自不同的方式独立存在并相互交织，最终形成场地异常复杂的现状。我们在这样一种系统的认知基础上，仔细对比这层次的刻度，从原本混乱而无头绪的城市现状中，弃繁从简地梳理出一种比较公共的空间框架，用以面对场地所面临的各种矛盾。

最后，我们从设计要求方面进行考量，解决包括交通方案、绿化方案、功能分布、对面街立面改造以及风貌特征等五个问题。

在交通方案设计上我们基本同意原策划文案关于分段限行的建议。在此基础上，我们将此方案进行如下优化：我们提议在太庙广场以南段清理出真正的南宋御街空间，将之辟作步行巷道，这样，既解决了此路段人车难以分流的难题，又使得这一段落具有了空间的厚度，以便给它附加相当的城市功能，并且一个意外的好处是因为这一段内街的开辟使得整条御街在此处获得了与山的亲密关系，游客可以从这里很方便地上山游玩。另外我们提议在场地另一侧的鼓楼、太庙以及六部桥三处各设一部穿越高架的人行天桥，以更好地连接与中河沿岸的互动关系。

在公交线路问题上我们建议将公交始末站移至太庙广场段，保留鼓楼和凤山门两处公交换乘点。停车问题主要靠周边地块解决，除甲方提供的八个参考地块以外，建议于万松岭路单面停车，并整合中河南路停车空间，预计两项可提供停车位300个以上。

在绿化方案设计上我们首先仔细调研了场地现有树木，依照不同的分布密度，确定各地块的建筑可能性，我们的基本原则是：一、保证乔木原地不动，灌木可就近移植，实现最终绿化率有增无减，同时要提供在建筑施工过程中保护树木的可能性，在较大树木周边应留出足够的施工空间；二，以最积极的手法将现有树木纳入建筑空间，使绿化更加积极和开放；三、新增植被以南宋时期较有代表性的五种植被为主，分别为：桂、梅、松、竹、柳，并

将它们分区域栽种，使绿化景观具备与场地文化特征相协调的人文性。

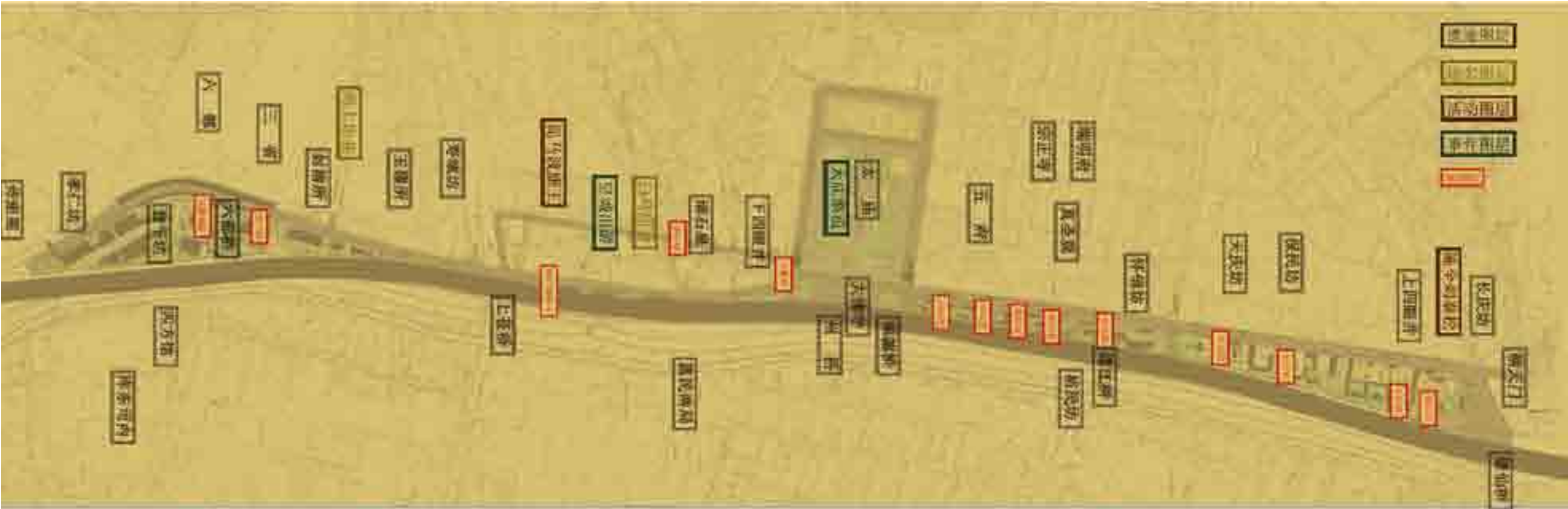
在功能分布方面为了使每个功能可以更好地适应地块特征和历史寓意，我们将策划文案中食、淘、游的功能定位作了稍许拆解，最后将其归纳为五个部分，分别是：宅院美食、市井小吃、太庙集市、深巷淘店和水岸游园。

在对面街立面改造上我们基于一种全面的分类方法，建议从空间尺度、经营业态、结构方式、建筑材料以及外观形式等五个方面对其进行深度改造，结合场地新建区域特色，将新立面融入到整体格局和风貌中来，基本呈现为五种改造手法，分别是：府第酒楼外补设跨街骑楼、浅铺小店立面还原或增加市井构件、太庙广场段设连续牌门、创意淘店段突出展示橱窗，以及在水岸游园段设文化游廊。

在风貌控制方面我们希望从丰富的历史素材中提取具有典型意义的南宋建筑类型，然后将这些原型依据场地具体需要进行再现。我们以纯正的南宋建筑为宗，向殿阁风格和平民样式拓展，依照各区块的功能和气质分别体现或庄重或洒脱或朴实的略显差异的新南宋风格。同时，在建筑的空间类型上，也同样配合场地自身特征选用院、楼、墙、园等不同类型。最终，这条街道将浮现出五种不同的风貌特征，分别是深宅府第、浅院迎街、神坛广院、高墙深巷和水街别馆。



太庙高台场景图/

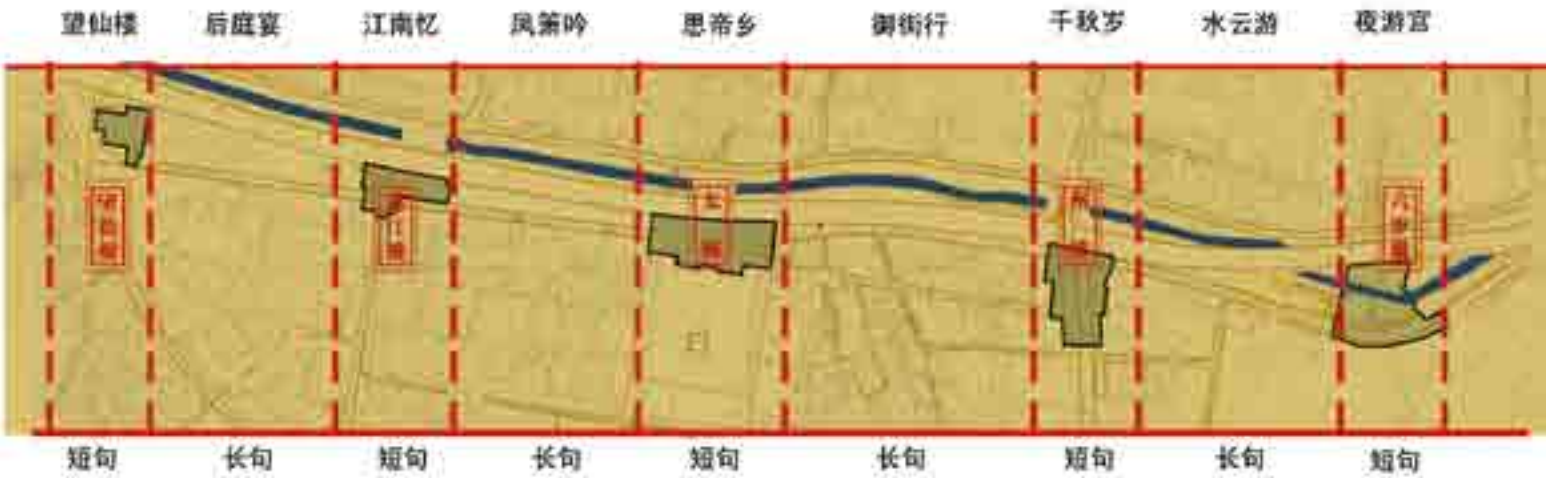
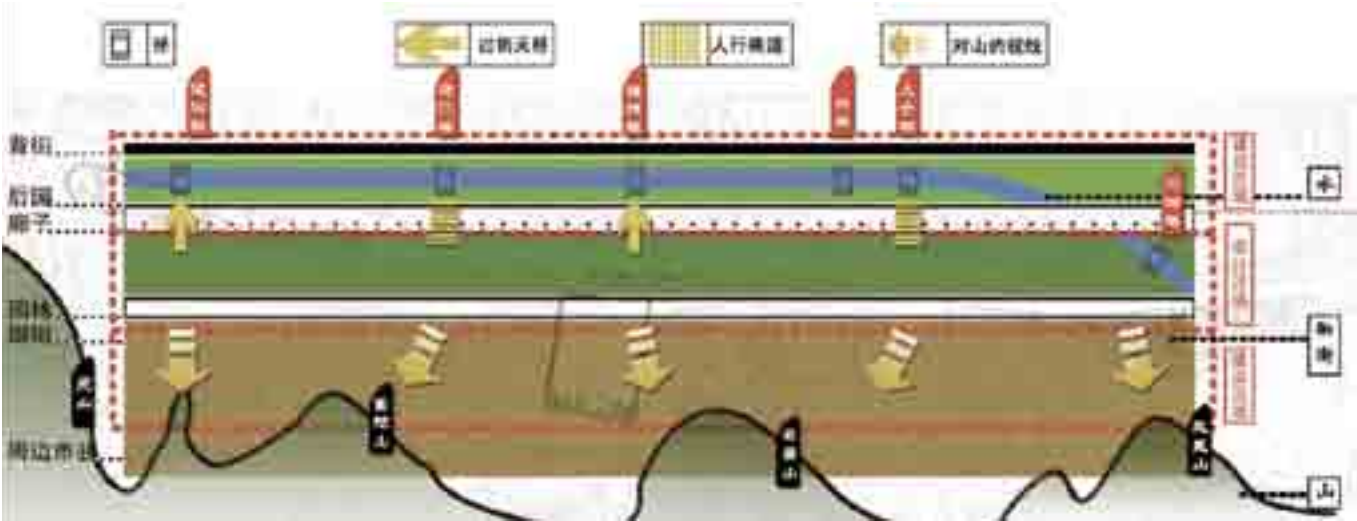


遗迹： 凤山水门
六部桥
凤山门
太庙
.....

地名： 太庙广场
高人坊巷
白马庙巷
城隍牌前巷
.....

活动： 皇城出游
太庙祭祖
.....

事件： 泥马渡康王
施全刺秦桧
.....





杭州南宋御街·中山南路立面改造图/

至此，我们得到了来自历史文化的提示，来自城市肌理的提示和来自设计要求的提示，在这些图层的共同作用下，我们最终将场地划分成四段加五节的主体空间架构。简单地说，“段”即是街道，通过特定功能及历史意义的赋予，它们即可被展示为一系列性格鲜明、定位明确的特色历史街道；而“节”则是连接这些特色街道的缓冲空间，通过它们来实现功能和交通的转换以及纵向空间的衔接，“节”具有开放和多义的特征，因此可以被理解为公共园林。在空间性质上，街道具有悠长、内向和色彩鲜明的特征；而园林则具有开放、舒缓而多义的特征。街道与园林的关系可以同宋词的长短句相比拟，如果用于表意的长句和意义转换时所用的短句之间的诗意搭配，可以使词获得节奏、韵律和意义上的美感，我们从大量的南宋词牌名中筛选了九个为它们分别命名，由北向南依次是：望仙楼、后庭宴、江南忆、凤箫吟、思帝乡、御街行、千秋岁、水云游，以及夜游宫。长空间与短空间——或者说街道与园林互为穿插、互作韵脚，则整条街道空间也将具有疏密有致的节奏和韵律，或许可以给游人一种似曾相识的南宋趣味。

南宋御街·中山路//
历史街区的创意转型///

Southern Song Imperial Street·Zhongshan Road//
Creative Transformation of Historic Block///



俞 坚
中国美术学院
科研创作处副处长

一. 背景

杭州中山路街区整治工程，体现了对中山路历史街区进行全面历史保护与有机更新的整治战略。廓清历史、当下、未来的城市人文关系，全面体现和谐社会和人文城市的建设理念，使城市生活传统的复兴与政治、经济的发展相统一，进一步把中山路打造成为能够代表杭州“生活品质之城”的标志性品牌。

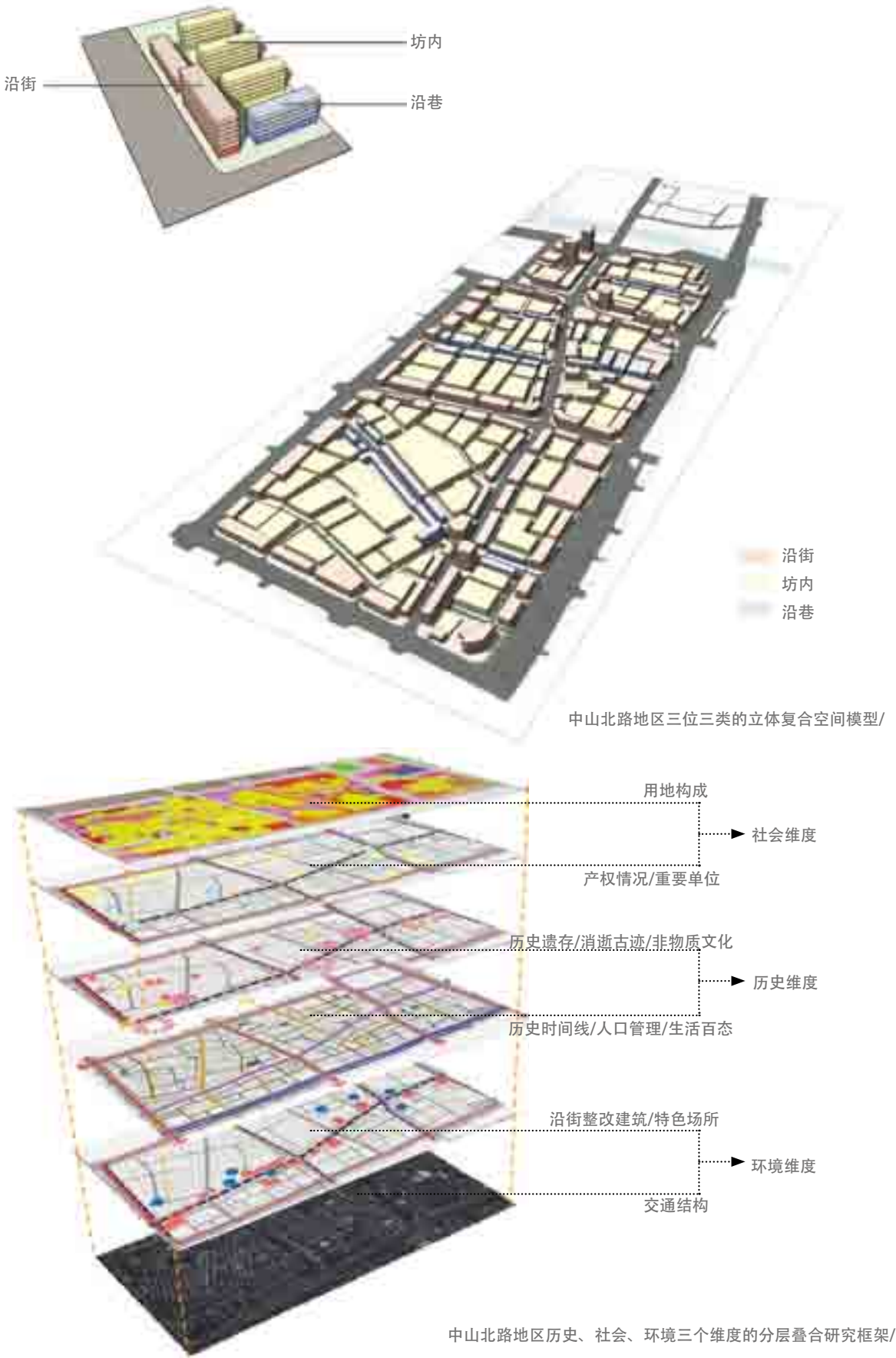
南宋御街国际旅游综合体，以中山路为轴，以吴山为中心，形成一个“甲”字形空间格局，由南向北划分为四个段落，分别是“田”字形部分的中山南路的市井坊巷街段和中山中路的老街段，“1”字形部分的中山北路的新街段和天水新城段。

中山北路，作为南宋御街国际旅游综合体的有机组成部分，折射了南宋御街的今天与未来。下城区提出“结合南宋御街建设，打造中北创意街区”计划，并委托中国美术学院编制《中北创意街区产业发展规划》、《中北创意街区景观设计规划》和《中北创意街区三年行动计划》。

二. 理论模型与研究方法

南宋御街·中北创意街区以中山北路为轴，东到中河路、西至延安路、南至庆春路、北到环城北路。路段长约1.86公里，区域面积约1.2平方公里。中北创意街区的整体发展规划，不同于一般的城市规划或经济发展规划，而是研究社区的整体发展。本规划从整体视野出发，发展角度着眼，通过历史、社会和环境三个维度对中山北路地区的复杂性进行全面解读和深入研究，通过模型建构，分层研究，叠合演绎，寻找创意产业生长机制，建构中北街区的发展愿景，从而实现传统街区与创意街区的完美对接。

通过空间分析，中山北路地区的空间类型可分为三位三类的立体复合空间。沿街、沿巷、坊内组成了三种区位空间，沿街包括沿中山路与主要城市道路两侧的空间，沿巷指沿主要街巷两侧的空间，坊内指街坊内部空间。建筑物的裙房空间与主楼空间，加之室外空间，组成了三种类型空间。



三. 复合的城市记忆

中山北路地区的历史，可回溯至五代吴越时期，距今已有1000多年，期间主要经历5个发展时期：

吴越时期

吴越时期是中山北路的历史起点，钱缪规建了一条贯穿城市南北的中轴，成为南宋御街的前身。

南宋时期

南宋定都临安后，“坊市合一”的制度，带来了商业市场的新形式，临街开设店铺。御街北段，是当时杭州最繁华的商业中心之一。其中有京城最大的民间娱乐场所——北瓦，夜市的兴盛，瓦肆勾栏兴起，著名的人文景观有众安百戏、钱塘灯会。商业繁盛，行业店铺遍布，餐饮、茶肆、医药业、陶瓷业、丝绸染织业、印刷业、工艺作坊等集聚。中山北路到达了它在历史上的最高峰，成为历史上一个黄金期。

明清时期

随着杭州经济的发展，中山北路迎来历史上第二次发展高峰，夜市繁荣，出现著名的钱塘八景之一——北关夜市，知名商号相继成立。



中山北路地区历史记忆分布图/



两教堂一故居片区改造效果图/

清末民初

随着杭州城市的筑桥修路，中山北路的规模再次发展。沿街中西式建筑混搭，银行、报社、书局、百货相继开业。中西文化交融，相继建造了天水堂和天主教堂。司徒雷登曾居于耶稣堂弄。中山北路进入第三次繁荣时期。

建国以后

建国后，随着杭州城市中心的北移，中山北路逐渐成为一个复杂的老街区，历史遗迹几近消逝，各种建筑穿插杂陈，混杂了厂房、公建、居民区等多种类型用地，呈现了“典型的老城区”的复杂图景。

今天，在优越的市中心区位条件下，依托紧邻武林商圈的优势，商业业态现状趋于成熟，房产租金收益稳定，物业产权情况复杂，产业调整实施难度较大。街区空间被大量的小区围墙分割为一层皮的格局。同时，交通问题严峻。

中山北路凤起路-孩儿巷段沿街建筑功能分析图/



四. 御街记忆、创意时尚

通过历史、社会、环境三个维度的叠合研究，规划立足“御街上的创意街区”这一世界上独一无二的特色，提出了“御街记忆、创意时尚”的主题，以“南宋御街”文化为品牌，以创意产业为拓展，记忆因时尚而彰显，时尚因记忆而恒久，延续中山中路传统脉流，依托区域商业、会展与报业集聚优势，提出“南宋御街•中北创意街区”的三大定位。

- 创意生活的展示体验街区——体现南宋御街的空间记忆和当下生活时尚体验交织，呈现创意生活体验街区以及中山北路生活品质的示范意义。
- 创意产业的集成交易平台——强化该创意街区城市中心地位与创意经济辐射功能，以创意商品和创意产业产权交易为主要发展方向，建立全国创意中心城市的首个创意交易平台。
- 创意思想的荟萃辐射高地——依托中山北路具备的区域中心优势，充分发挥创意思想高附加值、高整合性的特点，形成创意辐射高地。

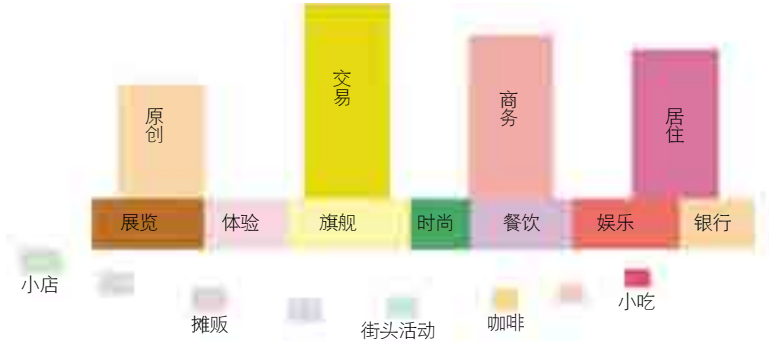
围绕“御街记忆、创意时尚”的主题定位和“御街上的创意街区” 规划理念，提出了业态定位和景观提升的具体策略。

御街超时空串联创意体验

规划以创意文化为先导，在业态上以营造创意体验为核心拓展创意商品与创意交易，在景观上以御街超时空串联起创意体验。通过八节点两广场五坊一片区，以及四条特色街巷的打造，拓展至街区内更多创意体验点的编织，



创意商品体系分析图/



创意商业与体验空间组合模式/



1.原始界面



2.基座与生长



3.城市记忆体



4.橱窗与座椅



5.招牌与遮阳蓬



6.街头节庆活动



7.生活体验



8.景观叠合



创意商业与体验建筑改造过程分析图/



创意立体商业/创意立方概念设计效果图//

将几近消逝的历史记忆跨时空串联起丰富多彩的创意体验，同时引入创意立体商业概念，将创意与生活、创意与社区、创意与互联网、创意与文化进行重新整合，融汇起富于内涵与活力的创意产业生态。

创意前台

作为位于市中心的街区型创意园区，中北创意街区具有不同于一般创意园区的区位特色。其具备区域中心集散优势，商业业态多样成熟，创意产业集中展示等特点。在业态上以创意商业和创意服务构成核心业态，以种子业态的植入实现有机更新，通过街巷互动、点线成坊，种子植入、品牌拉动，产业扶持，以创意展示交易为导向，发展集创意原创、展示、交易为一体的创意商务商业街区，成为杭州创意思想的前沿。

创意商业

结合中山北路现在业态成熟、产权分散、租金高位、调整难度大的特点，规划提出以创意商品为创意思想和创意产业的载体，以创意商业提升传统商业，营造以文化艺术、影视传媒、信息服务、设计服务、咨询策划为核心的创意商品业态，结合时尚消费以及其他文创形态，拉动创意经济的蓬勃发展。

创意体验环境

与创意商业和交易的主导业态相适应，街区空间塑造以营造创意生活体验为目标，由此，构建内部与外部空间交融，底层向上部空间延伸的复合立体街区。

街道的外部公共场所丰富多彩的街头活动和建筑内部的商业相互结合，形成多元互动的城市复合体系。引入创意立体商业概念，通过空中咖啡、创意楼道、loft商店等各种创意空间与创新业态，结合网络营销，促进都市商业向立体化发展，从而为现有业态转型升级提供了租金成本的优势，为实现业态规划的调整提供支撑。

街区基调控制以御街记忆的基础上生长出创意时尚为基本理念，中山北路全线贯穿“南宋御街”统一的城市家具和形象系统，建筑物立面在保持历史生长多样性基础上，通过演绎御街记忆体和时尚橱窗相结合的手法提升改造。通过对中北创意街区的空间关系进行全面的梳理，分别确立各街巷坊空间的类型，使御街历史记忆、建筑形态、市井生活和创意文化得到相匹配，打造一个寓御街记忆、赋创意文化生长的叠合空间形态。



居民创意共同体/创意市集坊概念设计效果图//

非字型结构拓展街区空间

中山北路创意街区在“一街四巷”发展框架的基础上，结合街巷空间结构，开辟兼具商业和居住功能的景观性小巷小弄，打通小区的封闭状态，沿线延伸布置创意小店、工作室等创意文化业态，以“非”字型结构形成小尺度的空间体系。打破现在各小区过分割据的都市村庄格局，重新划分小街坊体系，营造具产业、办公、居住综合功能的复合城市，恢复有机延续的城市生活体验，充分发挥市中心区位的商业价值。

非字型街坊结构

南宋以来的“坊巷制”架构影响，形成以御街为主，各坊巷呈现非字型的格局。坊巷之间的市井生活、历史遗存以及非物质文化，构成了整个街区的历史特色。虽然中山北路经过了较为深入的城市改造，坊巷的完整格局已经不明显，但是隐性的结构空间仍然可以透过表面进行梳理——将巷的串联关系链接在街道的总体结构中，形成空间上的分支和脉络，将御街的街巷体制进行空间上的延伸和纵深，形成一个“非”字型的结构体制，并在这个空间结构中将历史、人文、生活等意象附着其上，形成一个主线鲜明，关系紧密的空间框架，为业态、景观、旅游、创意、生活等内容填充提供组织关系，并为商业人流提供环形流线。

公共城市

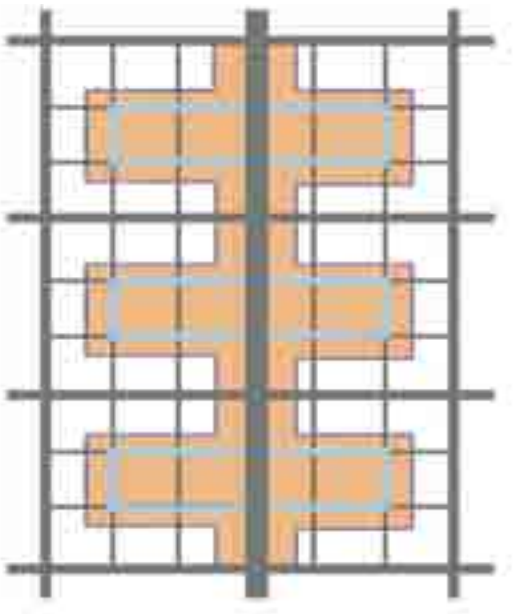
城市公共空间是市民进行公共交往活动所必须的开放性空间。但是今天的城市被围合范围过大的小区围墙所割裂，城市公共空间变成稀疏街巷的一层皮。因此必须重新梳理城市公共空间合宜的尺度，打开规模过度扩展的小区围墙，重塑坊巷制的小网格体系，重建合宜规模的封闭居住单位。

创意共同体

规划提出了在与现有政策接轨的基础上，提高社区居民的参与度。通过民众的投票、政府的征用、民间交易、合作机制的谈判等改造进程，整合社区和居民的多方合力，以构建居民创意共同体的方式，逐步将部分封闭的居民小区改造为各种层级开放多元复合的城市坊巷创意休闲空间。通过居民创意共同体的营造，拓展街坊创意空间，构建居民、经营者、游客三者和谐的关系。

创意公交

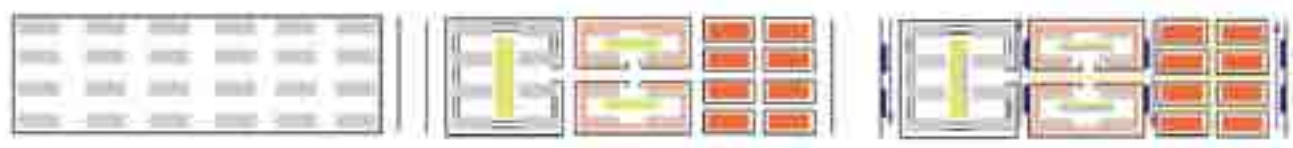
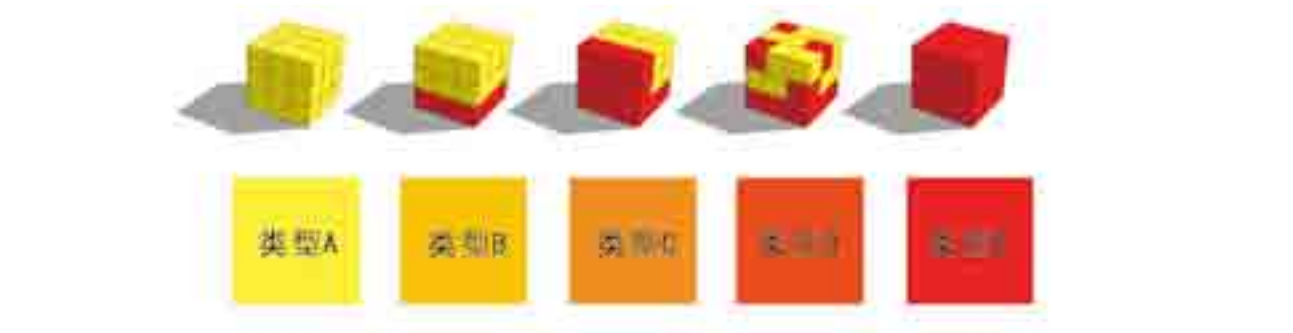
以创意大巴，创意换乘中巴，创意电瓶游览车，公共自行车和创意滑板等多种富有吸引力的公共交通形式，鼓励在中北创意街区全程使用公共交通或换乘公共交通，改善街区间交通的便捷性，以疏解创意街区的交通量增长问题，同时规划建设多个立体车库，缓解停车问题。



中北创意街区的非字型空间结构分析图/



开放式街区与居民创意共同体营造过程分析图/



坊巷空间体系重组模式分析图/



五. 历史·业态·环境的发展格局

结合中山北路“御街记忆、创意时尚”的主题定位，规划提出了中山北路创意街区“一轴三区”的规划结构，以御街为轴，组织节点、广场，以街串巷连坊，向周边延伸。通过八节点两广场五坊一片区，以及四条特色街巷的打造，实现历史街区的创意转型。

体育场路—环城北路

依托运河文化和城市中心广场，融汇“钱塘灯会、开阔景观”的历史意象，以“创意交易、媒体出版”为主导业态，以创意交流和出版为特色，以“接壤运河、面向未来”为景观主题，近期打造天水巷创意出版特色巷，五环景观休闲广场。其中，五环景观休闲广场以波浪型水波纹理与灯柱阵列相叠加，并将灯具延展至运河绿化带，再现钱塘灯会胜景。天水巷创意出版特色巷，依托浙报集团，杭报集团和杭州新闻中心在水巷周边的优势，通过腾笼换鸟，使水巷的现有业态逐渐转换成以个性书店为主，另有服务于数字出版，网络出版，个性出版的服务型制作和体验门店，把水巷打造成出版创意体验巷。

凤起路—体育场路

再现“北关夜市、市井百态”的昔日繁华和两教堂一故居的开放大气，以“创意设计、休闲体验”为主导业态，以都市休闲体验为特色，以“中西交融，广场街区”为景观主题，近期规划打造中大广场节点、天主教堂节点、新型材料设计院节点，中大休闲演艺广场，百井坊巷创意美味特色巷、耶稣堂弄创意小店特色巷，美食体验坊、都市休闲坊，两教堂一故居国际艺术片区。其中，两教堂一故居国际艺术片区，重新梳理教堂前广场环境景观，引入公共艺术文化元素，并通过耶稣堂弄、百井坊巷的业态补充与整合，打造一个融创意旅游、时尚婚纱店、音乐咖啡吧、艺术街头时尚为一体的国际艺术片区。都市休闲坊，将静清里一号建筑群迁建至吴寅故居旁，形成历史保护建筑群，作为入口区休闲广场。对原有一组四层住宅，通过立体空间的有机改造，为多种业态的生长提供了丰富的空间土壤。

庆春路—凤起路段

接轨中山中路老街段，延续“众安百戏、瓦肆勾栏”的北瓦传统风情，以“创意市集、动漫衍生”为主导业态，以传统工艺体验为特色，以“传统印记、坊巷穿行”为景观主题，近期打造工艺美术大厦节点、张同泰药店节点、国都裙房节点，孩儿巷婴童欢购特色巷，时尚手工坊、国药养生坊、创意市集坊。其中，国药养生坊，将张同泰药店内院人行流线打通，用创意的手法与元素打造江南传统的院落空间，为游人提供一个体验中药文化的国药院落体验场所。创意市集坊，依托维艺创意园，通过建构居民创意共同体，引入商业氛围，原住宅底层设置创意商铺与休闲业态，住宅上层部分为创意酒店、创意人才公寓以及网店基地等业态形式。

历史记忆

钱塘灯会 灯影辉映

主导业态

创意交易 媒体出版

景观主题

接壤运河 天水都城

历史记忆

北关夜市 市井百态

主导业态

创意设计 休闲体验

景观主题

中西交融 广场街区

历史记忆

众安百戏 瓦肆勾栏

主导业态

创意市集 动漫衍生

景观主题

传统印记 坊巷穿行

六. 结语

南宋御街•中北创意街区的实施，将通过创意街区指挥部的专项管理，创意委员会的专家导航，创意基金和知识产权保护的软环境营造，由点连线，由线成面，以循环渐进的方式实现规划目标。

杭州自古商业繁华，宋有“自大街及诸坊巷，大小席铺，连门俱是，即无空虚之屋”之说，元有意大利旅行家马可•波罗游记中的赞美——“世界上最美丽华贵的天城”，明有“东南财赋地，江浙人文薮”的诗句写照。

中北创意街区将通过两规划一计划的实施，致力打造成为中国独具特色最具活力的创意街区，成为杭州创意中心城市的展示平台，生活品质之城的创新典范，为杭州城市增添了一道创意的华光。



中北创意街区鸟瞰效果图/

南宋御街·中山路//
杭州市中山中路视觉形象设计 ///

Southern Song Imperial Street·Zhongshan Road //
Visual Image Design of Middle Zhongshan Road ///



郭锦涌
中国美术学院
设计艺术学院综合设计系

杭州市中山路综合保护与有机更新项目是杭州城市建设重点课题之一。店招店牌、导向、公共设施的整体形象设计是其中典型的跨学科、跨专业的综合设计命题：要重新唤起南宋御街的历史风韵与文化记忆，塑造新南宋风格的历史高标；同时又要构建杭州生活品质之城的生活示范区，营造出“宜居、宜游、宜商、宜玩”的现代商业氛围。

经过商业业态的布局与分布的整体规划，在建筑形态有机更新的基础上，能够直观体现商业业态品质，呼应建筑表情的店招店牌将为南宋御街的商业气氛营造起到画龙点睛的作用，中国美术学院设计艺术学院综合设计系团队通过对项目的综合分析和全程把控，对店招店牌、导向、公共设施的整体形象设计进行系统的分析和定位，并且总结出了以下几点设计导则：

1、建筑为本，有序生长。

以店招店牌适应建筑主体，根据不同业态、不同建筑形式，在风格、体量、位置、材料和色彩的应用上达到“隐”的效果，遵循以建筑为主的宗旨，做到店招的有序生长。

2、净化店招店牌本体，广告集中展示。

将店招店牌与广告系统区分，净化店招店牌本体的内容，优化店招的表现形式和制作工艺，在整

个街道内适当节点处，结合现有公共设施设置集中展示广告的信息平台。将典型的品牌与导向信息一起系统展示，通过体量和数量来凸显御街的品质与气势。

3、整体和谐，局部生动。

根据不同建筑形式不同业态展示各自不同特色，一店多招、多样一体、并且在形式和色彩上做到整体的和谐与局部的生动。导向设施与公共设施整体形象的系统设计，以“时空目录”的概念，导向设施不仅是准确传达信息的载体，也是激发观者深入阅读中山路的“目录”，通过对信息的分类与叙述，发掘出中山路的细节与气韵。公共设施整体形象设计采用功能系统整合，形象整体塑造的理念，通过对市政机箱等公共设施的功能、位置、体量及细节的综合形象处理，采用水墨手绘的形式将中山路用透视的角度直观的描绘出来，方便游客可以快速查找，还原了御街古朴的气息，使游客享有穿越时空畅游其中的深切感受。结合导向图和广告系统的两大块内容，不仅方便游客查找，同时又起到了美化街道的作用，呼应了经营城市和城市美学的理念。

为了增强南宋御街的商业气息，将城市形象表情更有序的展开，在灯杆上设置道旗，烘托气氛。同时为每个建筑特制一块富浓郁南宋气息的个性门牌，凸显出御街品质。南宋御街中山路上经

过市民投票精选出的一百幢特色建筑，都有自己独特的风貌和曲折的历史，经过对每一幢建筑形制的反复推敲、对每一幢建筑背后故事的细致解读，将每一个建筑铭牌的材质和色彩与建筑的形制相呼应，在体量和安装位置上彰显出建筑特色，呼应南宋御街中山路的品质与气质。并用直观的图像和中英文文字将每一幢建筑背后的故事永久铭刻。通过描绘历史遗痕，雕塑了城市的记忆，并充分发掘出对应特色建筑的文脉与故事，用艺术的手法勾连起了古今的对话和记忆。

南宋御街·中山路导向、公共设施设计效果图/





店招店牌

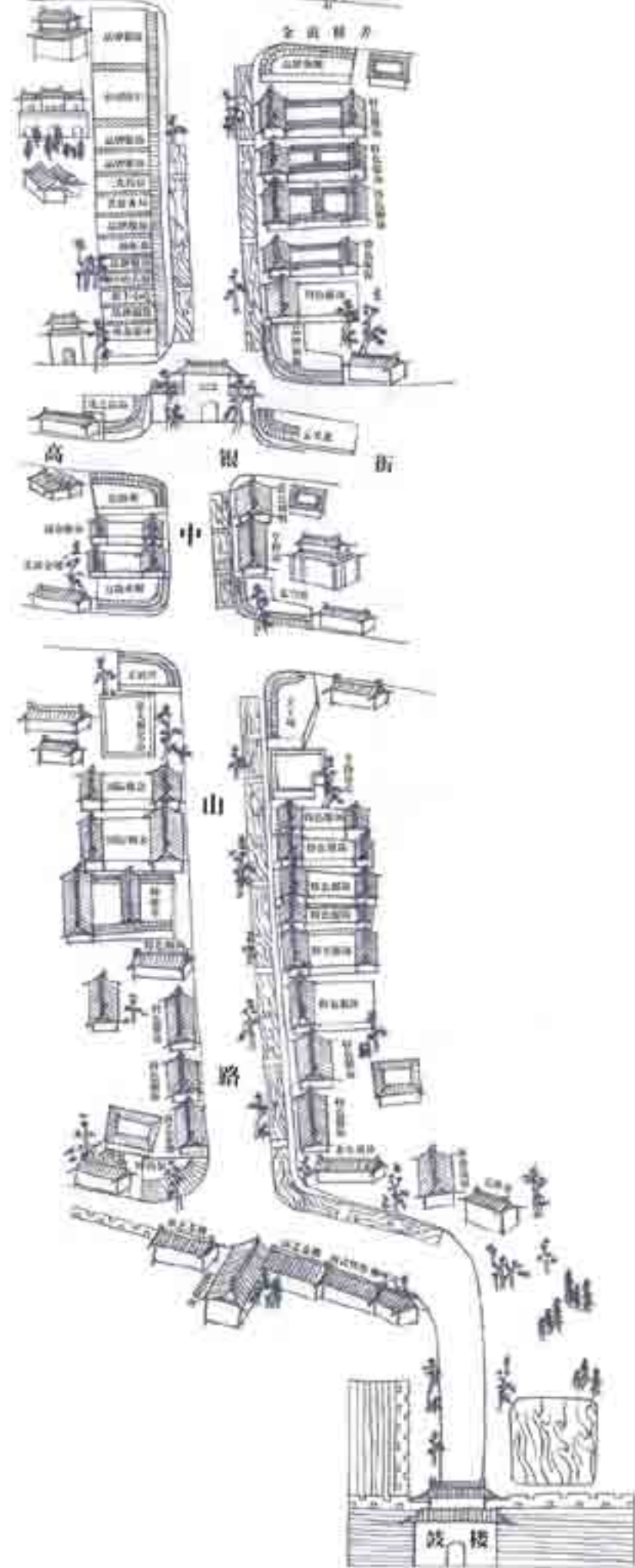
边福茂

该店以制作传统布鞋为主，为中华百年老店，一百多年来，恪守“信誉第一，质量第一”的宗旨，使边福茂鞋庄逐渐成为一家在海内外享有盛誉的大型专业商店，在消费者心中有了一定的影响。至今使得边福茂有了“百年老店，传统布鞋”的称号，为了体现其百年老店品质至上，严谨端庄的气质，在店招设计中我们将黑色和红色作为主色，镶嵌暗金色字，并且采用匾和印章的形式，即体现其传统性同时又体现对品牌的认可并赋予其坚固的声誉。

中国银行

由于建筑改造后骑楼的挑出结构及挡雨板将原先的店招完全遮挡，为了不影响其可视性，将原先单一的平板店招重新设置更新成灯箱形式，通过明亮度提高可视性。除此之外，在主入口两侧柱子上增加两个小型出挑灯箱，方便在廊道里行走的行人获取信息。同时，在廊道外设施一个独立式灯箱，使行人可以在不同角度不同视线范围内获取立体的商业信息。





1 | 2

1.南宋御街·中山路特色建筑铭牌/
2.南宋御街·中山路导向地图设计/



南宋御街·中山路/

Chapter of City Creativity/

LOFT 49//
Seek and Experience///
West Lake Creative Valley//
Talent Highland Along the West Lake///
White Horse Lake Creative Eco-City//
Harmonious Enterprising Model of White Horse Lake///
White Horse Lake Creative Eco-City//
Pursuance and Ideas of Creativity///
China Academy of Art National University Technology (Creative) Park//
The Road of Art Community///
China Academy of Art Institute Textile and Apparel//
CityofWomen'sDress Full of Talents ///
City Characteristics Silk Prevailing///

城市创意篇/

LOFT 49//寻觅与体验///
西湖创意谷//西子湖畔的人才高地///
白马湖生态创意城//和谐创业的“白马湖模式” ///
白马湖生态创意城//创意的追求与主张///
中国美术学院国家大学科技(创意) 园//艺术社区之路///
中国美术学院纺织服装研究院//女装之都 人才辈出///城市特色 丝绸流行///

LOFT49// 寻觅与体验——文化创意园有感 ///

LOFT 49// Seek and Experience——Thinking of cultural & creative park///



戴雨享
中国美术学院
公共艺术学院 副教授

搞创作的人在内心中对拥有一个个人工作室是很向往的，国外资料中看到许多艺术家在独立空间里创作思考，许多的小稿放在身后的架子上，手边做着大稿。踌躇满志，意气风发的场面令人联想到背后的思想，特别是对自己喜欢的艺术家更会设想将自己置身于看到的场景中，仿佛在大师的身边注视着大师创作的状态。进而极力将自己与大师的思想靠近，希望能在一种轻松而又紧密的状态中将思绪整理，寻找内心对艺术本源的理解。

2002年杭州的杭印路49号迎来了一批热爱艺术的青年，2002年9月，美国DI设计公司杜雨波与中国美院常青工作室一起搬进了位于杭州拱墅区古运河畔，曾经辉煌的杭州化纤厂内那些本应退出历史舞台的废旧厂房，被杭州第一批前卫时尚的创业者重新注入了新兴产业勃勃生机的灵魂，向人们昭示着其不可抗拒的生命力与魅力，从此LOFT49成为杭州创意产业的发源地。几个月后，我在常青的感召下也搬进LOFT49，在他的楼房后盖起两层陶艺工作室，将窑炉设备安装到位，开始融入充满向往、新鲜的生活方式。LOFT49创业者中，大多是来自中国美术学院、浙江大学艺术学院、浙江理工大学等浙江本土的艺术院校和上海戏剧学院艺术专业，这就注定了LOFT49会与艺术有着千丝万缕的联系，其设计手法也会带有相当的艺术气息。其中规模较大的是美国DI设计公司和建筑景观设计公司，还有潘杰摄影机构。用废弃的厂房改造成具有大型空间，架构起与繁华

都市写字楼和喧嚣城市气息不同的独特工作、生活空间，从此杭印路49号成为艺术家和设计师们创造充满个性、富有感染力的新型文化和创意型产业的聚集地。进而成为杭州市创意产业园区的典范。

杭州市政府在大力推动与扶持创意产业的发展，因为政府看到的方向是，创意产业的特殊性、智力性与原创性，追求工作的自由与创意的美感将影响着时尚生活受众人群。其实，创意产业属于文化产业范畴，这种意识起源于英国。1997年英国政府是有史以来第一次将文化产业作为支柱产业战略，布莱尔出任首相后第一件事就是设立“创意产业特别工作组”，并亲自担任小组主席，大力倡导与激励个人用创造力为经济发展作出贡献，来拯救日渐衰微的英国经济。可喜的是创意产业当年就为英国创下产值6亿英镑，三年后产值就达到了500亿英镑，从业人员也迅速增长为就业人口的第一大产业，仅次于金融服务业而成为英国第二大产业。即使在国家品牌公关推广方面，2003年4月至10月“创意英国”大型公关活动启动，在北京、上海、广州和重庆四个城市进行推广，至今，依然令许多参与的国人记忆犹新。





杭州LOFT49创意园/
杭州形意内建筑设计有限公司//

虽然，创意产业与创意英国两者在组织上没有什么必然逻辑关系，因为创意产业为了振兴英国的经济进而引发了产业阶段的更替，而创意英国则是改善英国国家形象，展示当代英国创造与革新思想。

在现当代纽约历史上，艺术家和画商为寻找廉价房租和合适空间，以视觉艺术创作为业的画家、雕塑家、摄影师和商业艺术家们，喜欢有天窗和向北的工作室。苏荷地区空置的车间和库房是敞开LOFT，具有一般居住建筑所没有的、未经隔断的大空间，成为艺术家青睐的地方。随着工厂的慢慢撤离，艺术家不断进入。到上世纪50年代晚期，苏荷已成为纽约艺术家密度最高的地方。客观上曾导致了纽约城市建设和立法的相关变化。这些变化，不仅使艺术家生存空间得到认可或者有了起码的改善，而且影响了社会时尚和当代文化；影响了纽约整个城市，甚至波及到世界其他城市。

杭州LOFT49创意园区以及后来的运河创意园区群，还有巴黎的左岸和蒙巴纳特高地，还有纽约的苏荷和伦敦的塔桥东南，还有北京日益商业化的798、红砖的宋庄和许多画家村，还有上海苏州河畔的莫干山艺术区等全国许多类似的地方。尽管时空和文化迥异，但是大家追求艺术的理想是一致的。这样自由而又浪漫的工作方式吸引了越来越多的中青年加入这个行列，在这片天空里，他们的才华得到充分的展露。创意园区跟传统上班族最大的不同是可不拘地点，时间自由，收入高低由自己来决定。同样也正是因为它自由，所以它极有挑战性。

美院的教师融入园区，是相对廉价的租金加上相对独立的空间可以将自己的艺术梦想得以演绎。在LOFT49园区，我创作了许多陶艺作品，实验了许多烧成方式，申报了并取得省教育厅的课题

以及学院的许多课题，陶艺作品获得全国陶艺展的金、银奖并被许多机构收藏。独立的工作室带来的静思遐想、天马行空的氛围，会产生许多有思想的作品和颇具创意的设计。在创作中进行具有实验性、观念性、前瞻性并进行探索意味的表达。通过多元化的认识和思考，融合自己的文化特性，将不同地域的文化进行提炼，在材料审美性上进行全新认识和体验，吸纳不同文化的精华，更好地创造出充满智慧与想象的实验作品。

今日的中国，正处在一个前所未有的文化交融的历史时期，东西方文化的碰撞、冲突和交汇已无法回避。中国当代陶艺必然走向多元化，我们将陶瓷材料作为一种表达语言的创作方向确定后，不断进行探索与实践，进行富有个性的知识整合与创造性思维，强调材料作为艺术表现媒介的可能性探索，不断完善、纯化作为精神载体的材料语言和形式语言，形成有个性风格表述，不单是美的形式的创造，而是注重作品内在的思想、情感和文化深度，要面向社会，面向当代文化，关注人类生存状态，提高审美品质，树立弘扬当代陶艺文化的责任感与使命感。





西湖创意谷//
西子湖畔的人才高地///

West Lake Creative Valley//
Talent Highland Along the West Lake///



王炜民
中国美术学院
设计艺术学院 教授

2007年4月28日，西湖创意谷·开元198开幕典礼上响起了一阵由信号枪发出的枪声。这阵枪声标志着杭州西湖创意谷的诞生；标志着中国美术学院与上城区政府共同建设和管理的西湖创意谷孵化器的形成；也标志着杭州乃至浙江的文化创意产业开始了一个由政府、学院、社会合力发展文化创意产业的新时期。

通过将近4年的建设，中国美术学院与上城区政府在创意产业方面的深度合作结出了丰硕的成果。形成了一谷多点，环形展开的良好局面。本文通过回顾西湖创意谷·开元198的建立与发展历程，兼顾园区发展的全局，期望由点及面，反映中国美术学院与上城区政府的合作成就，同时，通过对西湖创意谷·开元198企业和创意成就的介绍及其理论的思考，反映园区发展的气象及前景。

一、西湖创意谷的开篇之作

西湖创意谷的建立，是中国美术学院和上城区政府共同努力的结果。早在2006年初，中国美院高层审时度势，正式提出环美院设计艺术产业带的计划并上报省委，与此同时，上城区政协的调研组受政府主要领导委托，也将目光锁定了位于南山路的中国美术学院。因此，双方一拍即合，迅速升温。一个创建由双方共同管理的环美院

大学创意园区被提上了议事日程。鉴于上城区的老城区条件所限，难以在学院南山校区附近设置大型设计园区，因此，经双方协商，西湖创意谷被规划为环中国美术学院南山校区的一个包括点、线结合的设计带。作为启动核心项目，决定首先上马一个由学院与上城区共同负责的创意孵化器。在上城区提供的众多备选地址中，中国美院宋建明副院长选定了开元中学旧址。关于选址理由，宋副院长认为：“首先有一个操场，便于组织活动和停车，其次与学院距离最近，第三是学校旧建筑便于利用，遗憾的是规模略嫌不足。”接下来，中国美院与上城区政府立即行动起来，在上城区科技局直接管理下迅速建成。

对于中国美术学院而言，创建园区是一个新课题，因为园区需要产业实体，需要拉动经济、上缴税收。学院虽然有一些与设计相关企业，但是数量不足，代表性也不够。为了打响“第一枪”，学院除了将院属部分公司、设计院迁入园区外，学院部分专业领导还以身作则，带头注册或参与公司工作，形成了专业公司、研究所、工作室多种形式并举的产业格局。例如在宋建明教授色彩事务所基础上成立的北斗星公司、吴海燕教授的东方国品牌、王澍教授的建筑设计工作室等……首批进驻的企



业中，还有杭州国美设计院所属的谷谷装饰艺术有限公司、逸飞创意发展有限公司、渠晨明雕塑艺术工作室、杭州百年品牌有限公司等。这些企业涵盖了时装、城市景观色彩设计、建筑设计、影视媒体、网商、家居陈设、环境艺术、公共艺术、品牌策划、模特文化经纪等文化创意产业。西湖创意谷·开元198建筑面积仅3000平方米，但是，它却是中国美术学院与上城区合作创新的开篇之作，也是带动和振兴上城区整体文化创意产业的示范园区。这个小型、精致的园区以其创新活力、影响力一直稳居杭州创意产业园区的前列。

二、198园区的重大活动及产业发展

1. 别开生面的开幕典礼

2007年4月28日，西湖创意谷举行隆重开园仪式。省、市、区、中国美院领导与学院部分师生和各界人士500余人参与了开园仪式，会议由上城区副区长顾文友主持，中国美术学院许江院长、区长陈红英女士先后代表合作双方发表了热情洋溢的致辞，许江院长谈到创意产业时特别强调创新与创意产业的关系，提出创意企业所带来的不仅是企业本身的经济产值，它将起到极大的集聚和辐射作用。

开园不久，省委常委、时任杭州市委书记王国平、市长蔡奇等领导分别视察西湖创意谷·开元198，对创意谷建设给予了高度评价。上城区区委书记徐祖萼、区长陈红英及双方主管领导对于刚刚起步的产业园区及园区企业更是呵护有加，全力支持。

2. 中国杭州文化创意产业博览会分会场

园区建立后，如何使园区尽快向社会开放，起到宣传、推广入驻企业、弘扬创意文化产业的作用，成为了一个摆在西湖创意谷管委会面前的课题。而同年10月召开的杭州文化创意产业博览会就是一个很好的平台。为此，在西湖创意谷管委会统一安排下，杭州室内学会、谷谷装饰及逸飞创意发展有限公司共同承办了2007创意产业博览会上城展厅和分会场的策展和布展任务，为了搞好本次展会，园区企业之一——国美设计院自筹资金，利用废旧集装箱建造了大小两座集装箱展示临时建筑。值得提出的是，主题展会的会场是由学会会员单位——国美设计院设计建造的，由可移动的集装箱与钢结构组成，其集装箱建筑本身就是一个典型的创意展品。会展于2007年10月26-28日在杭州世贸2号馆、杭州西湖创意谷隆重开幕。

杭州西湖创意谷开幕揭牌仪式/



在世贸2号馆的展出中，展会多角度、全方位地介绍和宣传了上城区在创意产业方面所取得的显著成就、介绍与中国美术学院深度合作的创意成果并在展会中突出反映上城创意人的个人才华与业绩。展会中播放的由苏夏老师执导的《创意在杭州》专题片给观众留下了深刻的印象。而作为分会场的198园区的展会，则围绕园区入驻企业的特色，特别推出了《创意在杭州》的系列主题展览与相关学术活动，其中，《创意在杭州——中外设计师合作设计成就展》是一个由国外著名设计师、著名设计机构和杭州室内设计师、设计企业联合设计的创意设计专题展。展览涉及建筑、室内设计和产品的创意设计。她第一次客观、全面地介绍中外设计师合作创新对杭州设计产业的贡献，反映本土设计师与外籍设计师的合作与交流的成果。特邀参展的海归学者，中国美

院副院长宋建明教授及其北斗星公司为公众展出其色彩学研究的最新成果——《杭州城市色彩规划》，这一与杭州品质城市建设密切相关的课题，将参观者带入一个新的领域。同时，由设计师特别推荐的部分艺术与工业产品，其中以《椅子》为主题的世界创新产品展示，也是本次展会的重点。

会展期间，作为园区的重点企业，先前揭幕的600平米的东方国展厅同时对公众开放。这个由著名服装与家纺设计大师吴海燕教授多年创作的系列家纺产品、配饰及服装展览，不仅充满了原创的东方风格，更是一种将现代设计思想、学术创作成果与市场接轨的实验。与此同时，园区各企业都参与互动，在各自公司精心布置了企业作品做为形象宣传。在组委会安排下，参展的中外

西湖创意谷/东方国设计馆//

设计师举行创意系列演讲与专业交流活动；杭州学会会刊——《钱塘·设计风》杂志的首发仪式等活动。另外，浙江省插花艺术研究会作为特邀参展单位，在园区展出本年度的插花艺术大奖赛，学会还邀请观众参与，共同评选年度最佳花艺作品。期间，大赛作者还进行现场表演，推广这一高雅艺术。

3. 开元198园区的企业及其产业集群发展

开元198园区的企业及其产业集群发展大大超过了开园前的预期，其完成项目之重要、人才积聚之高端在杭州各大园区中一枝独秀。园区设计集群及其领军人物在短短4年中不仅参与、承担了诸如奥运、世博的许多重大项目设计，还为社会重大项目做出了杰出的贡献，在国家重大项目方面，如由园区“逸飞文化”联合“西■印社”完成的一幅38米的长卷，上面有着新中国134位奥运冠军姓名的石刻印章，作者包括中国美院著名教授刘江先生、祝遂之教授和校友卢浪沙先生；作为“人文奥运”活动的重要内容之一，该项目进驻国家奥林匹克中心的“中国故事”祥云小屋，在奥运会期间供中外游客和国际友人鉴赏和观摩。宋建明教授除了担任学院十余个项目总监外，还亲自主持了上海世博会核心项目——中国馆的中国红色彩专项设计和中国馆贵宾厅总体设计。其中，笔者参与了中国馆贵宾厅的陈设设计及部分世博会礼品研发。中国馆项目设计中所反映出来的东方设计哲学与原创精神，受到了世博局的高度评价。王澍教授的上海世博会“滕头馆”是上海世博会城市最佳实践区项目之一，也是中国生态建筑与生活展示的最佳案例。而吴海燕教授带领的服装设计团队也为世博奉献了自己精彩的东方的时尚作品。在城市建设方面，园区的教授们与企业也走在了前列。如由许江院长领衔的，由园区宋建明、王澍两位教授分别担任总策划和总设计的南宋御街设计，为上城区城市建设做出了重要贡献，园区许多企业也参与了这一

重要项目的设计，如中国美术学院风景设计院承担的施工图设计任务等等。

园区的信息高速流动及良好的工作环境，包括学院与政府的支持，极大地激发了入驻企业的创业积极性和效率，企业发展成绩斐然。许多园区企业在4年的发展中创造了成倍增长的骄人业绩，品牌、人才建设都获得了极大的提升，一些优质企业的加盟也为园区注入了新的活力。如著名设计师陈林的山水公司等。

三、西湖创意谷的滚动发展

上城区政府依托中国美术学院，采取“政府引导、市场运作、政策扶持”的建设思路，加强政府与企业的结合，通过政策引导和资金扶持，推动创意产业基地建设，加快一谷多点的战略布局。通过一谷多点的建设，有效地拓展了空间，继开元198之后陆续建成了时尚创意园等5个文化创意园，目前园区总面积达到25000平方米以上，入驻企业80多家。分述如下：

1. 时尚创意园

位于江城路16号，面积7200平方米。依托毛戈平美容学校，打造化妆设计类设计中心，开展此类设计的教育培训工作。重点发展化妆产品研发、生活美容美体及广告品牌策划、形象设计、造型设计等时尚产业。同时，建立多种时尚产业培训基地，包括设立职业学校、创意设计培训、时尚产业培训学校等。目前有汇都化妆品、尚都科技等16家企业入驻。



杭州西湖创意谷内景/

2. 江南艺术品交易中心

以西■拍卖为实施主体，江南艺术品交易中心产业基地选址杭州市上城区清吟巷的王文韶故居。充分依托西■印社拍卖公司的业内影响力，整合资源，提升品质，加快形成与北京、上海三足鼎立的南方重要高端艺术品展示与交易中心。总面积3000平方米，一期面积1700平方米。

3. 金巢新经济园

面积4000平方米，已有慧达驿站、唐堂网络、经纬项目管理等10家企业入驻。新经济园通过与华瓯、安丰等风险投资机构合作，引进项目，在园外孵化的企业超过10家。金巢新经济园主要孵化基于移动通讯网络应用的信息服务业。

4. LOMO创意园

该园位于馒头山扫帚湾，面积4000平方米，LOMO创意谷现已引进文化创意类企业二十家，主要从事行业为摄影、广告设计类，并已建成杭州市大学生创业园。

5. 国博艺术中心

依托天工艺苑的发展，建设国博艺术馆、当代大师馆，吸引一批工艺美术大师和研究创作、艺术品经营人才，引进一批工艺美术企业、研发中心和行业机构，使其成为工艺品、美术作品的研发、创作、展示、交易中心，带动解放路及小营地区工艺美术产业的发展，打造工艺美术产业带。

6. 杭州工艺美术特色园

位于上城区清河坊历史街区，设置工艺美术大师工作室总面积800平方米，汇聚朱炳仁、王文英等多位国家级工艺美术大师，为工艺美术品创意设计制作搭建集创作、展示、交易的市场化平台，发展成为我市工艺美术大师作品的汇集、展示、收藏、交易的一个重要窗口。

7. 劳动路涌金创意家园

以劳动路为轴线，以艺术创作、艺术品展览展示、国学文化传播教育为主要产业形态，为个人艺术、创意消费提供空间，形成画廊画苑、艺术创作工作室、凤山艺术空间、国学馆、孔庙等业态布局，构建艺术创作产业带。整个产业带以文化为主，高档休闲为辅，集聚国际国内大批艺术大师及创意设计室，融艺术性和创意性于一身，彰显现代与历史交融、时尚与古雅兼具的特色。

结语

时光飞驰如电，2007年的创意产业第一声枪声似乎还在开元198回响，而杭州所属各区的创意产业已经群雄并起，大有后来居上之势。一些资源大区的建设规模、支持力度都大大超过了西湖创意谷。但是，作为启动早，起点高，定位好的西湖创意谷依然具有其它园区难以企及的人才资源，上城区的都市创意的特色、历史文化资源、非物质文化资源市场及便利的生活配套，依然是吸引创意人才集聚的洼地。当然，居安思危，西湖创意谷如果要继续领跑杭州创意产业，还需要学院与上城区新一届领导共同研究，加强力度，更需要西湖创意谷全体创意人的共同努力。





白马湖生态创意城// 和谐创业的“白马湖模式” ///

White Horse Lake Creative Eco-City// Harmonious Enterprising Model of White Horse Lake///



余伟忠
中国美术学院
科研创作处副处长，
兼创意产业办公室主任，
中国美术学院
创意产业发展公司总经理

三年前，她还是一座名不见经传的乡间质朴小镇。三年后，她已成为众多创意人士向往的艺术设计聚落，慕名参观的团队络绎不绝。正是这样一座山水秀丽的美丽山村，孕育着文化创意产业的春天，她让你走近了大自然的清新与自由，远离闹市的喧嚣与嘈杂。据说当年越王勾践在这里排兵布阵，勤练水师，卧薪尝胆，以期复国。而今，在这片历史的天空下，艺术家们沐浴在文化创意的春风里，激扬文字，砥砺创意，志在振兴。位于杭州高新区(滨江)南部区块，北至彩虹大道，西至浦沿路，东南接萧山区界，规划面积达20.5平方公里的“白马湖生态创意城”横空出世，为杭州从“西湖时代”走向“钱塘江时代”诠释了新的发展内涵和理念，成为杭州建筑美学和城市美学示范区、国家级文化创意产业园区、白马湖旅游休闲度假区、和谐创业示范区。

政府主导 筑巢引凤 学院支持 凸显优势

杭州是一座有着悠久历史和深厚文化底蕴的城市，也是中国经济最发达、最具活力的长江三角洲中心城市之一。中国美术学院是在国内外享有盛誉、学科最完备、规模最齐整的高等艺术学府，长期以来，中国美术学院与杭州市达成了紧密的“名城名院”战略合作关系，这是杭州市建设“生活品质之城”的需要，是中国美术学院建设世界一流特色大学的需要，更是一份出于美院人生于兹、长于兹的相契之情。中国美术学院创意产业发展公司作为中国美术学院和杭州市政府战略合作的纽带单位，一直以发展文化创意产业为中心，加快城市化进程为己任，研究实践城市美学为目标。参与设计运营了一系列城市有机更新、文化创意会展、创意园区策划运行工作。

2008年1月，根据杭州市政府与中国美术学院签订双方战略合作协议，中国美术学院应邀对滨江白马湖区域进行全面规划和设计。由时任杭州市委书记王国平同志为总顾问，中国美术学院许江院长担任总策划，宋建明副院长担任艺术总监，组成以李凯生、邵建等建筑艺术学院专业教师为主体，创意产业办公室为协调部门的策划设计团队展开工作，正式提出创建“白马湖生态创意城”的理念。



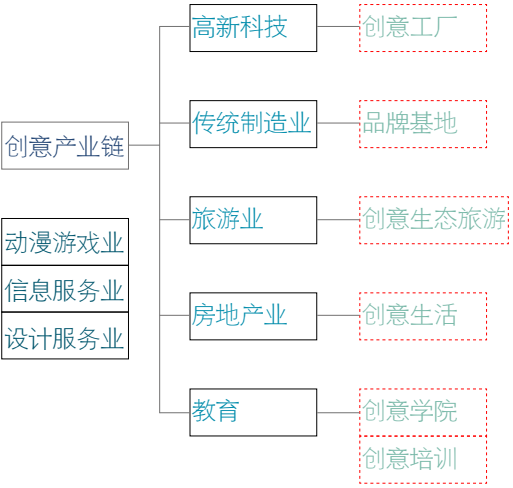
通过我院组织建筑学院师生对该区域的实地调查和讨论研究，历经市、区两级主要领导和专家组的多次研讨论证，最终决定将白马湖生态创意城市建设成为一座“宜业、宜居、宜游、宜文”的综合性生态文化创意城，计划二年形成框架、四年初具规模、六年基本建成。2008—2010年是白马湖生态创意城市建设最关键的三年，中国美术学院创意产业发展公司接受白马湖生态创意城市建设指挥部的委托，在市、区两级政府主要领导的关心和指导下，由俞坚和我牵头组织策划、设计团队，负责编制了《杭州白马湖生态创意城三年行动计划（2008-2010）》（以下简称“三年行动计划”）。

《三年行动计划》中确定了：

一、白马湖生态创意城的使命与价值

- 1、白马湖生态创意城以促进中国的“创意产业化”作为自身的追求。提出建立世界级的“创意产业化最佳实践区”的目标。
- 2、通过“创意产业化”实践，促进浙江省从“浙江制造”走向“浙江创造”。
- 3、通过“创意产业化”实践，促进中国从“中国制造”走向“中国创造”。
- 4、通过“创意产业化”实践，为我国建设创新型国家发挥重要的作用，并通过此促进杭州成为中国创意的头脑重镇和交流枢纽，把杭州打造成“全国文化创意产业中心”。

二、创意产业链的构筑方式



三、白马湖生态创意城的创意家园定位

- 1、以创意产权所有、民间基金培育、网络化的创意交易体系培育为特色的 市场化的现代创意土壤，成为一座创意人安居乐业的创意城。
- 2、以创意领军人物为感召，以国际创意大师轮换工作访问为补充，工作室集群快速集聚的国际化创意大家庭，成为一座配有国际创意空港的创意城。
- 3、以现代生态理念、加盟制、产业链的多种方式构筑和谐的创意生态邻里关系，成为一座人与自然和谐、人与人和谐的创意城。

四、创意美学研究——创意生活美

1、城市品质生活与城市美学定位

1）城市美学首先是城市构成物质要素形式美的规律；2）城市美学同时是城市与建筑的特色与个性的营造；3）城市美学本质上是城市里生活的人们的自身的生命的表现与体验活动。

2、杭州城市品质生活与城市美学定位

1）杭州建设生活品质之城，正是城市审美的最高表现，也是杭州城市美学的重要特色；2）杭州的城市美学正是由清新典雅的形式美、山水交融的特色美、精致大气的品质生活美所组成。

3、白马湖的城市美学与建筑美学定位

1）白马湖的生活品质与城市美学建设，是杭州城市整体生活品质与城市美学体系建设的有机组成部分；2）白马湖的城市美学特征，突出在山水自然之美与创意生活之美；3）白马湖的城市美学特征，是自然、人文、历史+现代生活+创意三要素的有机结合，立足在结合了自然生态之美基础上的，突出创意之美的生活品质表现，依托于富于创意的现代生活个性、生活细节、生活情感，通过城市细部营造体现创意生活场所的魅力。

五、白马湖生态创意城的切入点

1、打造世界级“创意产业化最佳实践区”

以动漫游戏、创意信息服务、数字化与高科技工业设计为重点，构筑促进从“中国制造”到“中国创造”的创意产业链。

2、共建配有国际创意空港的创意家园

营建让创意人安居乐业与和谐和睦的创意家园，通过产权制度、培育制度的建立和交易、交流机会的创造，长期人才的引入与定期工作的国际人才轮换相结合。迅速占领中国创意人才集聚的制高点。并通过定期与不定期的活动组织，扩展世界范围的影响力。

3、筑就处处皆创意的生活品质体验之城

追寻体现自然山水与创意生活相交融的现代城市美学，创建杭州城市生活品质和城市美学示范区，以创意生活为源泉，以城市细节之美为载体，表现人与人和谐，人与自然和谐，人与历史和谐的自然、生态、生活、生机的和谐社会审美图景。

六、白马湖生态创意城特色构建

打造三个高点

突出七个亮点

落实两个增长点

确保两个支撑点

高点1/中国国际动漫节

中国国际动漫节是目前国内最高规格的国际性动漫节，主要活动包括中国国际动漫产业博览会、动漫产业项目投资洽谈会、中国国际动漫产业高峰论坛、国际动漫节杭州峰会等活动形式。白马湖生态创意城引进中国国际动漫节这一平台，不仅能够集中展示中外最新动漫原创作品，推动最新动漫理念和高新技术，促进动画原创、制作、发行、播出、衍生产品开发、营销机构的交流与合作，还是打造中华文化与世界文化互相交流的高端平台。

高点2/创意设计

白马湖生态创意城最核心的“创意输出中心”，融汇世界顶尖的工业设计、建筑设计、创意品牌知名企业和高端人才，同时也是国内大型企业的品牌基地和设计中心。是整个创意城具有标杆作用的制高点项目。要确立创意设计的高点地位，必须明确主攻方向，落实主导园区，集聚一流人才。

高点3/世界创意产业化永久论坛

国内首个世界级的创意产业化论坛，旨在借鉴国际创意与现代工业结合的成功经验，把脉国际创意产业化最新动态和走向，引领中国广大制造业企业由“中国制造”——“中国创造”的历史性飞跃。论坛将荟萃全球文化创意产业精英，聚集科技界、经济界俊杰，搭建了一个“科技与人文”对话、“文化与经济”融合的高规格交流。

亮点1/农居SOHO

结合社会主义新农村建设工程，在保留部分原住民的原则下进行农村整治改造，将山一村的柴家坞、章苏村、毛家沿以及张家桥、汤家井、傅家特塘子堰等村的农居改造成具有杭州城市美学特征和文化创意内涵的创意建筑。文化创意人士通过租赁的方式来使用，作为画廊、油画作坊、书画经营门店以及其他创意SOHO工作室，打造一个和谐的、极具特色的创意SOHO公社。

亮点2/创意候鸟

从国外引进一批顶尖的、 高端创意型人才，创造一切生活、工作、休闲条件，让他们每年在白马湖驻步停留，并组织与本土创意人才及企业的交流会。为白马湖带来国际最前沿的品牌理念。

亮点3/创意工厂

高新技术成果与创意品牌包装相结合的试点项目。是将高新技术成果，迅速转化为品牌资源的有效途径。结合高新科技产业的发展整合开展。

亮点4/创意基金

建成一个以民间资本为主体的创意基金，能够最大程度地吸引各种民间资本入驻白马湖，是启动和加速建设白马湖生态创意城的最重要的工作任务之一，也是打造“白马湖特色模式”的一项重要举措。

亮点5/创意学院

通过与杭州市以及全国的著名高等院校如中国美术学院、浙江大学、北京大学、清华大学复旦大学等合作，建设一所以院校为主体的高等创意学院，打造创意文化高点。学院以创意教育、创意研究、创意孵化为办学定位；以引领中国创意产业发展为己任；以占领中国创意产业制高点为最终目标。

亮点6/创意联盟

以企业、院校、政府多方组成的非营利性机构，促进创意产业化的进程。为创意产业的人才、创意、资本、技术之间建立桥梁。同时，发挥杭州的互联网商务和浙江的市场优势，大力发展网上创意商务。

亮点7/创意四季

通过每年度定期举办的大型活动串联成系列，加速形成创意氛围，扩大品牌影响。

增长点1/创意园区

1)产业创意园：一种以产业为主题，融办公、居住、商务会议、创意旅游为一体的，复合式的特色创意园。

2)归国创意人才创业孵化基地：引进归国创意人才进驻，吸纳最新的创意技术和思维，构筑创业天堂。

3)企业研发基地：吸引著名企业进驻打造企业技术创新、产品研发的核心基地。

增长点2/创意旅游

区别于传统意义上的旅游，而是白马湖生态创意城所特有的以感受创意，触摸时尚，激发灵感为特色的“创意体验之旅”。“创意体验之旅”包括感受世界最前沿的创意理念和时尚元素、考察国内最先进的品牌之道和文化包装技巧、欣赏中国最完美的建筑艺术和美学典范。亦或走进创意工厂，用你的双手，制作独一无二的创意产品。

支撑点1/创意居住

在白马湖创意园区内打造高品质的“创意居住体系”：创意生态示范特色居住、农居改造特色居住、高端生态特色居住、新建特色居住。

支撑点2/高新科技

高新科技是白马湖生态创意城的有机组成部分，创意产业化之路离不开高新科技。创意产业只有通过高新科技的放大效应，才能产生更大的社会效益与经济效益。



白马湖生态创意城/
中国美术学院创意园//



白马湖生态创意城/
中国美术学院创意园//



“三年行动计划”这本集册体现了我们将生态与创意自然融合的理念，提出了白马湖生态创意城依托杭州高新区强劲的产业优势、独特的生态环境和丰厚的人文底蕴，立足“创意工厂”、“创意联盟”的平台，并借助“创意博览会”、“创意产业节”的活动将创意理念输出，经过“创意设计”成为一座创意之园的历程与愿景。其中，白马湖园区亮点之一是农户搬出农居，房屋租赁给企业，她被形象地称为“白马湖边走，农居变SOHO”。“三年行动计划”同时成为园区建设、招商、运营的行动指南。今时今日的白马湖并非是由一个个互不关联的企业组成的创意园区，她是力图开创积聚艺术新锐、加长产业链接、可持续性发展的创业热土，是杭州持续建设打造“全国文化创意中心”的有力支撑，更是沟通创意人、原住民、政府之间互利共赢的重要平台。2008年4月10日，王国平同志在白马湖生态创意城市建设动员大会上指出：“建好生态创意城，打造白马湖模式”，以“城市有机更新”为主导，以生态保护为前提，以文化创意产业为基础，以提升原住民生活品质为目标，以“和谐创业”为动力，以“农居SOHO”为特色，全力打造“白马湖模式”，以白马湖生态创意城为主平台，把杭州打造成“全国文化创意产业中心”。“白马湖模式”的提出，体现了符合我国国情发展的城乡一体化战略，既是具有重大创新价值的发展模式，又是推进城乡统筹发展的典型案例，更充分实现城乡之间在经济、社会、文化、生态上协调发展的过程。

白马湖生态创意城/
百乐创意设计机构//

“白马湖模式”之所以能够得到认同并延续发展，其主要原因是政府主导，行业支持，市场化运营的三方合力。如果没有政府主导，新兴的创意产业就享受不到诸如租金减免、税金反哺等优惠政策；如果没有中国美术学院这样的高校和专业机构来支持，就没有人才与行业的优势；如果没有市场化的运营模式来强化企业自身造血功能以及风投等资本参与，仅靠政府孵化资金支持，是不可能长久的。从以上的原则出发，杭州高新区（滨江）政府依托中国美术学院雄厚的学科和人才优势以及业内的品牌影响力，通过给予入驻企业三年房租减免、税收政策优惠和种子资金扶持等举措，并连同各种资源的整合，串联了上下游产业链。同时，引入天使基金、风投企业和成熟创意机构引领中小企业发展，先后吸引近300家文化创意机构入驻白马湖生态创意城中国美术学院创意园。

科学规划 集群发展

和谐创业 美学营造

在“三年行动计划”的科学指引下，中国美术学院创意产业发展公司作为首期园区的招商、运营和管理者，承担着对园区宣传推广、打造平台、服务企业的责任，积极配合指挥部、协调农户，耐心沟通、真诚相处，努力做好企业与政府、企业与企业、企业与农户之间的稳定与和谐发展，与企业之间建立了良好的合作关系。白马湖生态创意城中国美术学院创意园现在已颇具规模，形成了辐射面广泛的文化产业链。入驻企业涵盖了信息服务业、动漫游戏业、设计服务业、现代传媒业、艺术品业、教育培训业、文化休闲旅游业、文化会展业等八大门类文化创意产业。园区已吸引包括丁磊、王雪青、张培力、李水林、李凯生、童雁汝南、谢天、裘海索、邓建国、王百乐、杜竹松等创意界、商界知名人士汇聚于此。吸引中国美术学院创意产业发展公司、网易兰亭、杭州西湖国际博览有限公司、百乐创意设计机构、中国国际动漫节展办公室、杭州巨星影业有限公司、白马湖品牌管理有限公司、蓝石艺术与设计工作室、青道房设计机构、雁南艺术机构等文创、管理和运营机构成功入驻。中国美术学院创意产业发展公司并获得杭州市户外广告整治工作最佳配合单位、杭州市参与上海世博会优秀服务奖、杭州高新区（滨江）2010年度优秀文化创意企业、2010年财政突出贡献奖等众多奖项。

中国美术学院创意产业发展公司在白马湖生态创意城指挥部支持和指导下，不断推出一系列创意活动：成功举办“2009年白马湖艺术节”、“2009年白马湖创意主张论坛”、“2010年白马湖艺术节”、“2011白马湖元宵烟花大会”等；成为2009年、2010年杭州国际动漫节分会场和“杭州品质生活市民体验日”的体验点等。促进了“企业、行业、城市”三位一体的融合，有效提升了白马湖品牌形象和业界知名度。2009年，白马湖生态创意城荣获了“全国十大创意产业园区”，为赢得“创意杭州”的国际形象迈出了坚实的步伐。

2009年6月至今，白马湖生态创意城坚持高起点规划、高强度投入、高标准建设、高效能管理的原则，以克难攻坚，只争朝夕的精神顺利建成建筑面积达22万平方米，总投资为12亿元的城市综合体——白马湖动漫广场。由大型会展中心，四星级酒店和创意办公集群三大组团构成。她将借助杭州打造中国动漫之都的平台，引领中国动漫产业的跨越发展。此项目建筑设计方案和景观设计方案分别由入驻园区的中国美术学院建筑艺术学院李凯生工作室和邵建工作室主持，由中国美术学院风景建筑设计研究院联合团队完成施工设计。动漫广场建筑风格营造了自然山水与创意生活和谐相融的城市美学。随着环广场地带的联动发展，逐步形成一个基础设施齐全、产业联动性能高的创意产业集聚区域，对加快杭州高新区（滨江）的整体发展，打造“一体两翼”、“南北双城”起着至关重要的引领作用。2010年5月，白马湖动漫广场会展中心竣工并交付使用，按四星级标准建造的酒店和创意研发办公楼群也将在2011年10月全面启用。

白马湖和谐创业的新模式概括而言就是“四个有利于”：有利于自然生态环境的保护，农居SOHO的保护及开发，有效避免大拆大建，保存本土自然演变的建筑形态，延续江南弱山水的灵动格局，无愧于其“全球生态保护500佳”的美誉；有利于原住民生活水平的提高，通过盘活农村闲置资产，提高了农民的收入。解决了部分人员就业，并在实践中创造性地提出可不租、可半租、可全租、可置换的开放政策，受到原住民的真心拥护；有利于文化创意企业健康发展，汇聚的入驻企业在风景秀美的自然环境中创作设计，不仅得到了政府的政策扶持，又得益于顺畅的产业链联动，吸引了风投资金和实体经济投资合作，加快企业成长；有利于政府管理制度的创新，适宜的制度设计完全调动了企业、农户积极性，形成良好、和谐的经济模式，创造了可观的社会、经济和人文财富。

结语

创意是推动一个国家经济发展不竭的动力与源泉。在文化创意产业成为国民经济支柱产业的利好政策下，我相信随着杭州作为全国文化创意中心地位的确认，白马湖生态创意城将在发展文化创意产业过程中起着主导作用。从质朴乡村到全国十大创意产业园区，白马湖生态创意城带着文人墨客的情怀、创业青年的热情和原住民的真心支持开创了一条富有诗意的文商共济、和谐创业之道。未来的白马湖生态创意城必将逐渐被世界所瞩目，为杭州文化创意产业的发展创造难得的机遇，我们希望乘着这股创意的春风，能有更多的海内外有识之士关注白马湖生态创意城，关注杭州的文化创意产业发展。让我们共同扬帆起航，高歌而行，用创意去创造美，用心去传递美。



白马湖生态创意城/
杭州青道房建筑设计有限公司//



白马湖生态创意城//
创意的追求与主张///

White Horse Lake Creative Eco-City//
Pursuance and Ideas of Creativity///



王雪青
中国美术学院
设计艺术学院院长、
教授、博士生导师

谈起创意产业的兴起，在当今的中国可以说是轰轰烈烈，创意产业应该说是国家的经济文化建设发展到一定阶段的必然产物。尤其是对于中国这么一个大国，大量的生产力必须依托有效的创造力才能产生更大的价值，这也是促进“中国制造”向“中国设计”发展的重要转型措施。然而，在这轰轰烈烈的大趋势下，有多少创意产业园区能够在新时代中国的创意产业事业上有所成就？又有多少机构与企业能够打造名副其实的创意产业？这些可能还有待于我们大家不懈的努力，中国的创意产业发展的方向与模式，也还需要经过时间与实际成果验证与不断地完善。我以为，在这种大潮之中，最重要的是要认清创意产业的核心所在，对于一个企业与机构，更应该有自己明确的发展理念与独特的创意主张。

得天独厚的生态环境优势

位于杭州市高新区（滨江）的白马湖生态创意园区，可以说是一个享有特殊条件的新型创意园区。首先，是得天独厚、环山依水、优雅安逸的城区边的乡村自然生态环境。更重要的，是作为一个创意园区，这里所依托的是一个享有“国家队”之称，拥有如同“设计航母”的设计团队的中国美术学院。这是一般城市、一般园区所无法拥有的优势。也正是这些先决条件，体现了白马湖生态创意园区最大的财富与优势。

源于法国的蓝石工作室

蓝石艺术与设计工作室Atelier Pierre Bleue（以下简称“蓝石工作室”），于1999年创建于法国，是一个艺术与设计的创作与研究工作室，兼容着艺术设计的创作研究与服务社会的双重性质。在法国期间，蓝石工作室以为法国的政府机构、博物馆、企业进行视觉传达设计与策划为主要工作目标，完成过如1997年法国总统希拉克的“访华专刊”，2000年在著名法国艺术家塞尚的故乡由政府组织的“塞尚——以水为线”跨世纪大型展览，第1至第5届“法国国际青年新闻电视节”等重要视觉传达设计项目。

2009年4月，蓝石工作室落户白马湖生态创意园区。具有国际化视野，结构优化并具有创新性，是我们这支团队的最大特点。团队成员由设计师、艺术家、院校从事艺术设计教学的教师、研究生（也包括前来实习的本科生）组成。工作室的定位为致力于发扬设计师、艺术家的独创精神，用我们的思考，以回应需求与主动设计的姿态为社会、为生活进行产品的开发与创造，用智慧与创造去唤起人们对设计的喜爱与追求；用独特的语言与方式，以高品质的服务帮助客户解决实际的设计需求。关注社会，发现与解决现有设计中的问题是我们的职责。工作室的设计范围包括视觉形象设计、服装与饰品设计、产品设计与研发。同时，工作室作为“中国美术学院青年就



白马湖生态创意城/蓝石艺术与设计工作室//

业创业见习基地”，为杭州市青年学生或设计师提供实习与培训场所，一年多来在培养学生的实践能力与促进青年就业方面做了大量的工作。

回应需求与主动设计的双重目标

今天的设计需求，可以从两个类型来概括：一类是直接回应社会需求的设计；另一类，可以称作“主动设计”——就是从设计师的角度，去思考如何为今天的社会带来一些有意思、有创意的设计。假如说蓝石工作室与一般性设计公司有所不同的话，可能最大的特点就在于我们兼容着回应社会的需求与主动设计的双重目标。回应客户的需求，帮助客户解决他们需求中的实际问题是我们的应尽的职责，而主动设计却是作为我们的一种追求。

主动设计的概念是在没有客户直接要求的情况下，积极主动地寻找潜在的设计需求点，主动地对今天的生活从设计的角度，从产品的角度提出我们积极的建议，这是一种带有研究与拓展性质的设计行为。这种主动设计的运作形式在西方发达国家较为普遍，如瑞典的宜家家居等企业都会不断地采纳一些设计团队主动提供的创新性设计。

但主动设计的方式在中国刚进入初级阶段，还需要有不断探索的模式。在蓝石工作室的创意产品研发上，我们希望能够真正地把一些和中国的文化、传统、民俗相关的东西，甚至一些人们认为“很土”的东西，经过我们的创造而转变成今天的设计元素，应用到符合时代精神与需求的时尚设计之中。对于这类设计，我们的思考是：希望在中国的文化精神、产品的时代性与国际性的审美视野等方面找到一个合适的结合点。



时尚钟系列产品/



“蓝石”工作室产品展示/

从普遍意义上看中国今天的设计，问题常常出在当强调了“本土”与“民族”，设计出来的东西往往就会显得缺乏时代精神。然而当强调了时代性、时尚性，又容易使中国的本土特征在无意中丧失。我们的理念是：设计，如果没有时代意识，就会丧失其价值。因此，“时代的、中国的、国际的”这几个方面，都是我们今天在从事设计的时候需要认真思考与追求的。蓝石工作室希望为中国创造出一些真正符合时代精神，真正符合今天的时尚生活的设计产品，也注重于对本土文化精神的传承与拓展。以下我们正在平行展开的带有“主动设计”性质的创意产品研发工作方向，都能够说明我们的努力与追求。

“新农村、新时尚、新设计”

“城市化”的进程正以不可阻挡之势改变着我们的生存环境，改变着人们的生活习惯、生活方式。不可避免地，在城市边缘的农村也正在经历着前所未有的变更。一方面，随着城市化建设的快速发展，城乡差距减小，人们的生活状况得到改善；另一方面，源于农村，有着悠久历史的原

生态民俗艺术，民间艺术正在经历着城市化进程的冲击，正在慢慢地消失在人们的生活与视野之中。正是出于对这种状况的担忧，我们需要对传统的原生态民俗艺术，民间工艺美术进行保护与传承。我们希望经过设计师的思考与努力，使这些具有悠久传统文化的精华，能够在保留其文化精神的基础上，进行一次从时代意义上的开发与研究，依据时代的视觉审美准则，完成一次“传统艺术生命活化”的更新与升级。与此同时，在“城市化”的进程中，城市人也面临着对回归自然的向往，那些有着典型本土的、农村气息的形象、符号、色彩等等，都可以为我们今天的时尚生活带来新的气息、新的风格、新的面貌。“新农村、新时尚、新设计”创意产品研发工作，正是基于这样一种理念之上的设计思考与研究项目。

首先，从“再设计”的角度，围绕着对传统民俗艺术，民间工艺美术的生存状况的调研，从“蓝印花布”、“传统大花布”、“剪纸”、“绣品”等不同的载体形式入手，注重研究与寻找这些传统文化遗产在时代发展的进程中的生存空间以及所遭遇的问题。通过对传统文化遗产的认识与了解，进行新设计源泉的挖掘以及传统出新的

玩偶-趴趴系列产品/



研究准备工作。通过田园调研，了解传统的民俗艺术、民间工艺美术的生存状况；通过市场调研，了解今天民众的生活消费需求状况；通过梳理整合，以及横向的比较研究，制定设计的思路与对策。

其次，通过“时代化、时尚化”设计更新基础研究，在第一阶段对传统文化遗产的考察、调研、梳理基础上，寻找既能够传承民族文化的精神，又能代表今天新生活的、活化的、推陈出新的创新元素与设计方法。思考在21世纪的今天，在时尚新生活的大氛围中，如何从传统的文化遗产中吸取精神性的养料，提取可为今天所用的设计元素、符号、色彩、载体等等，将其转换为今天的设计创新源泉。通过分析与梳理，提炼可活化的创新设计元素；通过探索与尝试，构建符合新时代创新审美的新设计基础，建构新视觉设计的基础体系。

实质性的创新设计是“新农村、新时尚、新设计”系列产品研发。在确立了独具个性的“新农村、新时尚、新设计”的新视觉设计的基础体系的前提下，基于对今天的时尚生活中的消费需求，以创新性的思维，“换方法出牌”的设计手段，创造渗透着中华文脉的、活化的，既能够传承民族文化的精神，推进民俗文化时代性更新，又能融入今天时尚生活，具有品质生活与应用价值，充分体现时代精神的设计产品。对不同的材料与载体进行研究与探索；不同主题、不同系列的创新设计产品研发；创造体现“新农村”精神的系列产品。本着对浙江的制造大省从“中国制造”向“中国设计”转型的历史使命与责任，本着积极打造体现地域文化特色，具有国际视野与竞争力的自主设计品牌的精神，我们将积极地思考与探索以品牌的形式营造中国的创新设计运作方法与模式。尽管品牌的建立与营造是一项需要巨大投入的工作（创新层面的，以及经费投入、营销策

略层面的……），但是，我们希望为创造“中国设计品牌”做出一份努力。

“新杭州、新西湖”

我们生活在美丽的杭州，一个得天独厚的旅游、休闲城市。围绕着杭州的景观、生态环境特色、文化内涵，对能够体现杭州城市特色，体现21世纪时代气息的旅游纪念品的开发，也是我们所关注的主题。

关于旅游纪念品的开发，与一些在这方面有成就的国家相比，我们存在着很大的差距。可以说，在中国不仅是杭州，乃至在全国范围内，对地域性文化特色的研究，对时代性、时尚性产品特点的研究，对真正意义上有品位与品质的旅游纪念品的开发，有着极大的拓展与提高的空间。缺乏特色，缺乏品质是这个领域目前存在的最大问题，而这里恰恰又是一个具有巨大开发价值、前景可观的市场。杭州作为有着极好的文化底蕴、城市特色与消费资源的城市，如何围绕着地方特色文化，又从时尚、现代生活的角度入手，开发新一代的旅游纪念产品应该是杭州未来的一个研发需求点。蓝石工作室正在关注对“新杭州、新西湖”的视觉形象研究，并希望将研究成果拓展到新一代的旅游纪念品的应用之中。

博物馆衍生产品研发

大家可能有这样的经历与感受，在发达国家旅游时，博物馆是重要的参观内容，而博物馆的纪念品则在悄然传递着这种具有地域性、特色型的博物馆文化。随着中国旅游业的发展，各种国家的、城市的、民间的博物馆的发展将进入今天与未来的城市发展轨道。而对博物馆文化与资源的不断发掘，对带有博物馆特色的衍生产品的开发也将成为人们所关注的目标。



从蓝石工作室目前为韩国柳琴瓦当博物馆进行的衍生产品研发中，我们正在积累经验，并思考这样的一个新的文化性命题——博物馆衍生产品的研究与开发。实质上,这是与我们正在开展的“新农村”设计在思路与设计理念上一脉相承的。无论是对传统文化的保护与挖掘，还是对地域特色文化的宣传与弘扬，以及对于创意产业的发展与推进都是一种有效的举措。

白马湖的集群效应的愿景

中国美术学院SOHO创意园作为一个新型的创意产业园区，在享有了环境之优，技术资源之优的条件下，如何将园区打造成一个具有互动集群效应的基地，应该是管理者与每一个参与者共同思考的问题。我相信，前来白马湖创意园区落户的部门与企业所图的并非仅仅是一个优雅的环境，更重要的是希望有一个能构成行业互动与产生集群效应的氛围，这才是一个“园区”得以生成的价值。从北京的798到上海的M50，所有这些较为成功的案例都向我们展示了这种集群互动的重要。只有这种部门与企业之间的互动与互补，这种以

集群所产生的特殊效应，才能生成对外具有整体影响力与竞争力的行业氛围，才能使这样的园区散发出应有的魅力。

文具-新农村系列/

不仅如此，在具备了这种园区魅力的前提下，应该有一种园区与市民之间进行自然的持续性的互动，让这块土地与在这块土地上正在发生的事引起市民的关注，以达成相互间有效的沟通，这也是疏通园区脉络的有效措施。我认为，一个理想的创意环境应该有氛围，有集群，交通便利，互动频繁。依托这些创意团队的设计力量，建立独树一帜的设计师集群基地,营造真正意义上的“设计场”氛围应该是文化创意产业的坚实基础。假如能够做到这一点，白马湖创意园将能为杭州文化创意产业的发展和繁荣加注又一个举足轻重的砝码。



中国美术学院国家大学科技(创意)园//
艺术社区之路///

China Academy of Art National University Technology
(Creative) Park//
The Road of Art Community///



俞坚
中国美术学院
科研创作处副处长

2010年12月5日，由国家科技部、教育部联合命名的“中国美术学院国家大学科技（创意）园”在杭州转塘[之江文化创意园]凤凰•创意国际正式挂牌，这是迄今为止全国首个以艺术创意为特色的国家大学科技园。

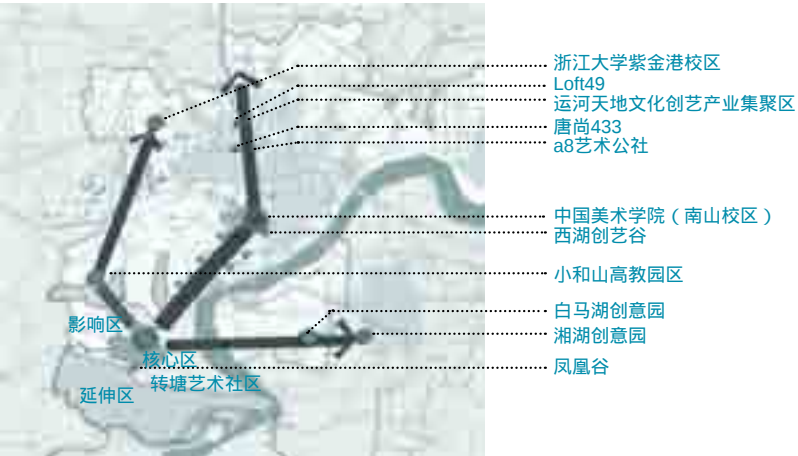
2007年7月16日，在中国美术学院与杭州市签订的战略合作协议中，首次提出“之江象山艺术社区”概念，以环美院产业作为源动力，以“艺术加盟形态”拉动转塘地区发展，探索新型城乡发展的机制与模式。

2007年10月，中国美术学院组织由宋建明副院长负责、设计艺术学院师生为主的之江象山艺术社区课题组开展“之江象山艺术社区策划研究”课题。并于2008年4月12日，在转塘[之江文化创意园]凤凰•创意国际开园期间举办了“之江象山艺术社区策划研究”成果展，我院许江院长和宋建明副院长陪同杭州市领导参观了展览。展览得到市领导的高度评价，并要求市各有关部门组织参观。

从之江象山艺术社区到中国美术学院国家大学科技（创意）园，中国美术学院以对城市的人文思考、人文关怀、人文价值为己任，积极应对与介入中国城市化发展进程中。结合之江转塘地区现状，以文化创意为产业引擎，发挥高校服务地方经济的责任，积极探索城乡发展的创新模式，推动整个地区的社会经济全面发展。

2007 之江象山艺术社区

之江象山艺术社区，位于杭州市西部之江国家旅游度假区的转塘地区，以中国美术学院象山中心校区周边地区和[之江文化创意园]凤凰•创意国际为两心，串联起之间的带状区域，并以此两心一带区域向四周延展。其核心区（含原转塘镇区）为9.7平方公里；辐射区涉及原转塘镇域、龙坞镇域及浮山片区等区域。



环美院创意产业带和之江象山艺术社区区位图/

转塘地区在杭州的城市格局处于非中心的位置，由于历史背景、地理环境、产业特征等综合因素，混杂了景区、厂区、农田、村镇农居点、居民区等多种类型用地，呈现出了“一个典型的发展中的城乡结合部”的复杂图景。

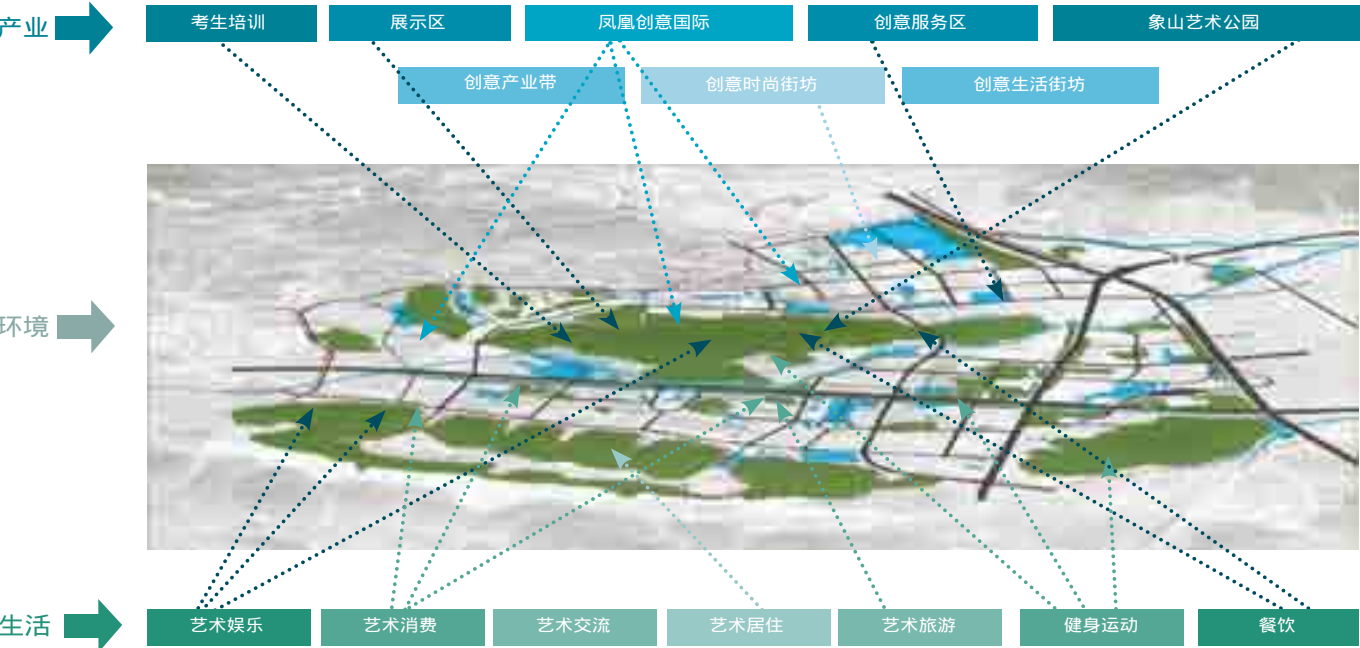
中国美术学院象山中心校区的建立，成为该地区发展的一个契机，如何发挥学院的力量，结合创意产业的活力，拉动该地区经济社会的全面发展，正是之江象山艺术社区策划的目标所在。

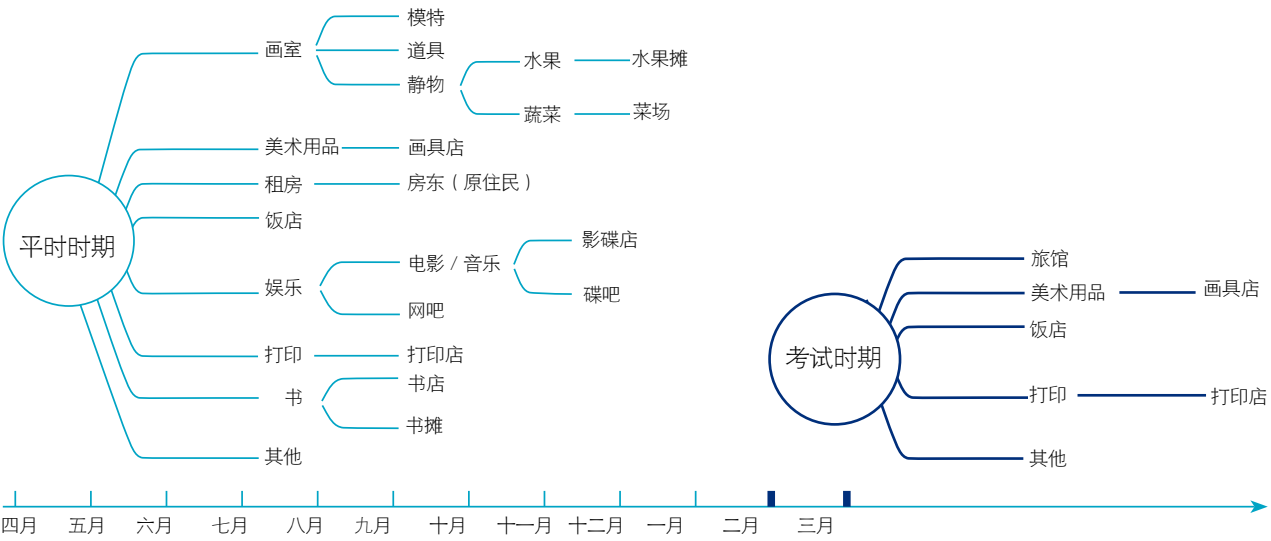
新艺术社区的理论模型

传统艺术社区最早出现在法国，指艺术家聚集区（Artist-in-Residency），如巴黎的巴比松村、蒙马特高地。现代艺术社区（Artist Community）定义相对复杂，指以艺术家为主体、以各类原创人员为基础、以相关产业和现代服务业为支撑、具有体验性艺术生产消费形态的城市空间区域，如纽约的苏荷、英国的诺丁山。

随着创意产业的发展，国际上出现了越来越多的以创意和艺术为特色的特色城市、特色城区，同时也

之江象山艺术社区产业、环境、生活的多维度研究框架/





转塘地区艺术工作生活链调查：
考生经济产业链/工业设计系//

形成了各种类型的创意聚集区和创意园区。课题组通过对传统艺术特色城市、城区和创意园区的比较研究，提出了新艺术社区的五个基本元素：

1. 创意的基地和平台
2. 产业的集群和品牌
3. 艺术的家园和开放的组织
4. 共生的社会和多元的价值
5. 发展的摇篮和平衡的机制

新艺术社区发展观

在对转塘地区特征进行多学科多角度的综合调研之后，从新艺术社区的理论模型出发，课题组提出了新的艺术社区发展观，将创意园区的产业优势和艺术特色城区的综合文化优势结合，将政府政策的扶持培育和创新创业的市场机制相结合，促进从创意园区、艺术校区走向艺术社区的扩展与融合，带动从单纯的创意产业、生活配套迈向文化城区的整合与提升。

之江象山艺术社区的策划研究线索

以新艺术社区发展观为导向，结合转塘地区的环境、产业、生活维度的调研，策划提出了五个方向的策划研究线索：

1. 地域范围
——立足基础，交互周边，接轨南山
2. 产业定位
——艺术先行，高端先行，文化先行
3. 生活体系
——关注生活，艺术提升，和而不同
4. 文化孕育
——民间风情，学院时尚，兼蓄开放
5. 组织体系
——经济加盟，管理制衡，市场导向

之江象山艺术社区的发展目标：打造世界级的山水创意文化高地

策划研究明确提出之江象山艺术社区打造的总体战略目标——“世界级的山水创意文化高地”。作为国家级创意产业的艺术示范社区，以环美院产业作为源动力，以“艺术加盟形态”拉动新型城乡发展，充分发挥优美山水环境和旅游休闲度假区的特色，打造世界级的山水创意文化重地，形成集山水感、时代感、创业感为一体的新型艺术社区。通过对环境态、产业态、生活态的改造，打造转塘地区成为艺术特色社区、艺术创意基地、艺术生活家园，构建社会、文化、经济全方位进步的城乡发展新模式，致力成为中国城市化进程中的新型城乡发展的新典范。

之江象山艺术社区的环境 产业 生活的发展策略

围绕着“世界级的山水创意文化高地”的总体战略目标，策划研究提出了艺术社区环境态、产业态、生活态的更新策略。

空间更新策略：构建艺术特色社区

在艺术社区的环境态营造上，以周刚、董奇为主的综合设计系团队“构建以艺术特色社区”为目标，以“发展校区园区相融合的创意社区，建设景区街区交叠的艺术城区”为愿景，提出了地域发展构想和空间更新策略。

之江象山艺术社区的地域发展构想，呈现一种动态的发展脉络。近期以中国美术学院象山校区周边区域和[之江文化创意园]凤凰•创意国际为两心，发展艺术社区核心区。在此基础上，向龙坞、滨江、浮山周边延伸，做到立足基础，交互周边，接轨南山，促进环美院创意产业带的建立，并最终形成杭州市创意网络的重要组成部分。

在空间更新上，从生态节能的角度研究象山艺术社区的景观策略，延续和有机更新转塘地区特色的小镇文脉，寻找一种有效、经济、本土化、艺术化的城市景观生态途径，营造一种当下真实的人与人、人与都市、人与自然和睦相处的生活方式。

首先，营造自然与城市的和谐空间：山水伸入城市、城市融入自然，以理山治水，实现创景造境，完善山体、绿地、城市关系，构建城市绿色空间体系。

其次，打造寓历史、赋新意、求共存的社区新模式：保留与延续当地文脉；通过空间的梳理与整合，整合建筑的“型”、“形”，完善视觉空间与功能置换，实现文化渗透、新旧融合。

第三，打造绿色交通、营造品质生活。针对现有交通问题，结合艺术社区的特点，提出快速交通与慢行交通相叠合的方法策略，对慢行交通、机动车交通、静态停车进行品质优化，构建“慢行交通”，营造“漫城生活”。

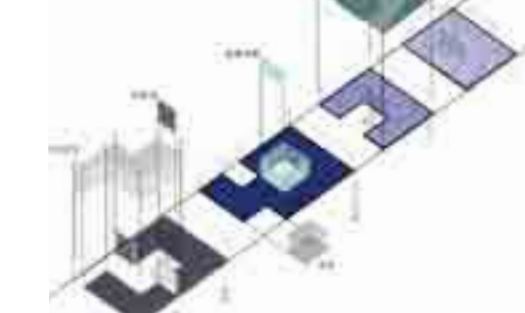
第四，打造生态与资源节约型社区。以人为本，注重人与人之间的联系，人与自然协调的联系；通过开发景观农业、城市立体绿化，构建生态绿网；注重能源的合理循环利用，提倡建筑功能混合运用、建筑轻量化、有效利用太阳能等，使城市能健康、稳健的可持续发展下成长。

A 空间体系



网络叠合多元交通体系/综合设计系//

B 建筑改造



农居空间整合与功能置换分析图/综合设计系//

C 室内概念



农居soho工作室改造概念/工业设计系//

产业发展策略：培育艺术创意基地

在艺术社区的产业态营造上，以余伟忠、吴屹为主的实验中心团队提出以“培育艺术创意基地”为目标，以“创意创业的培育基、延伸配套的服务链、多元互动的加盟制”为愿景，通过重组基因、优化环境、突出亮点策略，构建文化创意产业的生态系统。

重组基因采用渐进置换、外来植入、引导培育等方式，达到更新基因、充实基因、改良基因的目的，以美院为中心，以双流水泥厂为基础，渐进式地向周边置换扩展，优化区域内产业结构。引进品牌机构、知名设计公司、著名艺术家等，增加竞争，激发潜在发展动力。同时，对区域内居民进行培训和引导，并进行就业安置。

优化环境体现在优化硬环境和软环境两个方面。前者通过空间改造、改造区域内现有空间布局混乱的状态，有机更新空间，使空间布局、空间利用趋向于艺术社区的建立和发展。后者的优化包括政策环境、创业环境、人文环境的优化等。在社区里要创建信息平台、展示空间、加工制造、艺术集市等，活跃社区多元化艺术氛围。

突出亮点，要结合区域特色提升艺术社区竞争力，以设计、艺术品、古董、出版、动漫、旅游、手工艺品、时装设计、传媒、游戏、电影、会展、画廊、博物馆、加工制作等创意行业特点，形成以创意设计、研发、办公为主的业态形式，如工作室、设计公司等；以时尚、新体验为主的业态形式，如DIY手工作坊、艺术品零售等；以物流为主的业态形式，如艺术品市场等；以产品加工为主的业态形式，如产品打样中心等；以创意展示为主的业态形式，如小型博物馆、画廊、展览等；以休闲、娱乐、旅游为主的业态形式，如旅游纪念品交易中心等。

生活与品质策略：营造艺术生活家园

在艺术社区的生活态的营造上，以王昀、陈苑、陈晓惠为主的工业设计系团队，提出以“营造艺术生活家园”为目标，从人与交流、人与移动、人与居住、人与休闲角度，构建“新高地、新漫城、新民俗、新时尚”的愿景，让转塘成为高品质的艺术生活家园。

高端塑造新型高地：通过建设国际艺术研讨基地，国家级艺术人才教育培训中心，以及高雅多样的艺术交流场所，举办各类国际国内一流的展会庆典。艺术社区以其自身的生命力和发展，增进各界的交流与合作，打造一个高品质的世界艺术与文化的学术交流平台，让转塘转起来，成为“知·情·意·技”的交流中心。

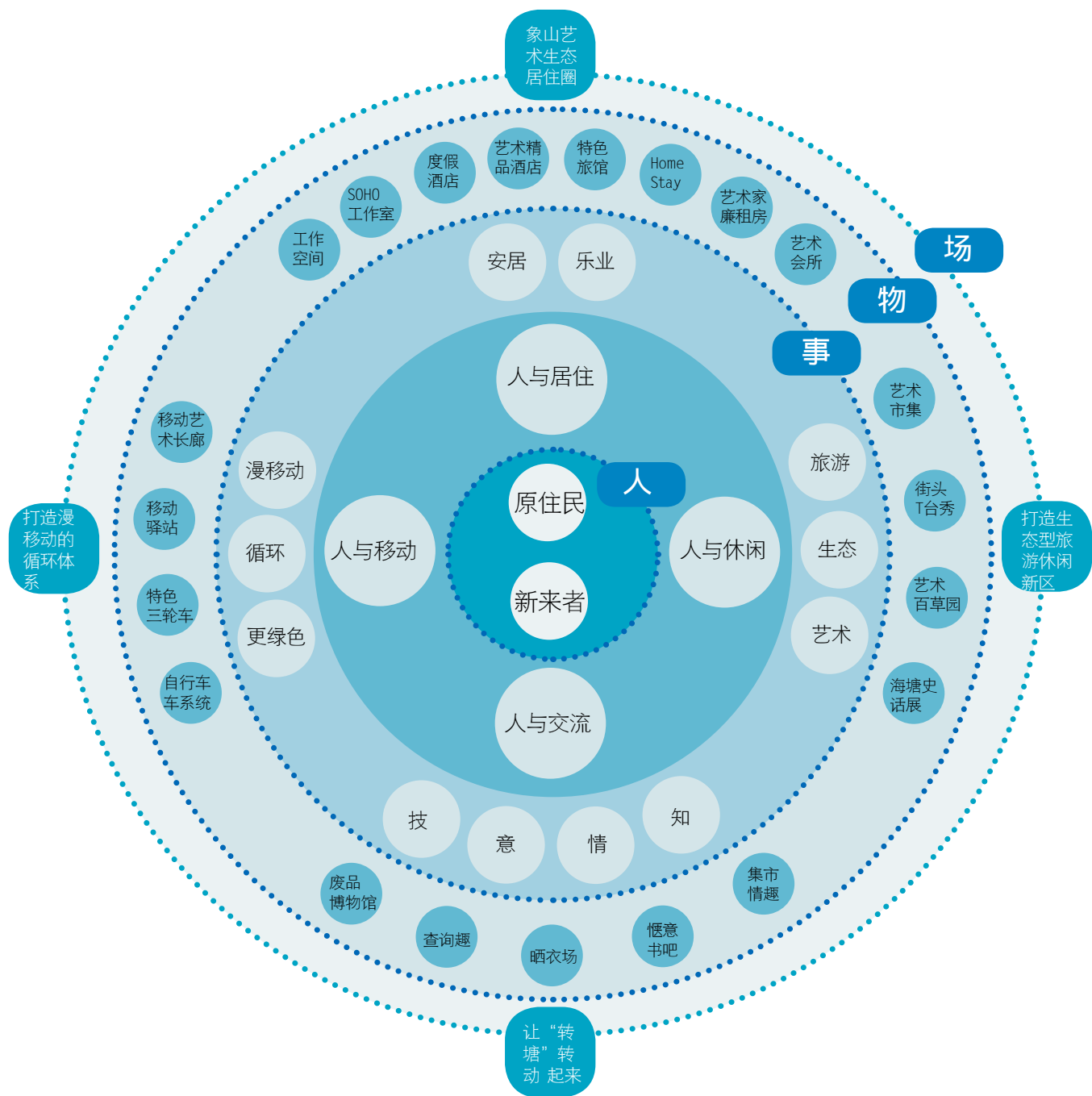
D 产品设计



创意度假屋/工业设计系//



农居特色旅馆家具设计/工业设计系//



之江象山艺术社区生活态模型/工业设计系/

E 生活设计



艺术社区12个月的节庆活动/工业设计系//

多元交汇山水漫城：通过增加步行和骑自行车出行所占的比重，增加公共交通的方式，构建漫移动系统；打造“艺术体验”特色的移动空间的广告与宣传系统，让车辆不仅仅是乘坐的工具，亦是一个文化藝術传播的空间，用以体验艺术的移动状态，营造浪漫变奏的移动状态。

民间生长现代民俗：打造多元的居住部落，构建叠合的艺术网络。为了满足不同层次不同人群的需求，给予多样化的转塘居住体验，通过建设暂住体系、艺术家廉租体系、SOHO混合体系、Home Stay、特色旅馆体系等，配合各种类型的艺术会所，形成动态活跃的艺术地图，打造多元的居住部落形式，让转塘成为安居乐业的艺术家园。

艺术引领创意时尚：通过创意市集、艺术田园、主题度假、集庆竹马四个主题为核心，倡导新休闲文化的孕育。创意市集注重年轻学院派学生的原创精神和新锐制作；艺术田园以艺术的怀抱促进民众的观念和生活品质的提升；主题度假以突出创意的新生活体验，发展旅游休闲产业；集庆竹马融民俗体验与现代时尚，以动态和常态结合，形成一个永不落幕的艺术社区休闲节庆活动，打造人文导向的休闲胜地。

2010 中国美术学院国家大学科技(创意)园

之江象山艺术社区的研究课题，为转塘地区提出了一个美好的愿景和发展的道路。为了充分发挥中国美术学院的学院力量，加快以创意产业发展拉动地方经济发展的步伐，更好地加快和拉动艺术社区的发展，与杭州市建设国家创意中心城市的发展目标相结合，2009年，在杭州市的大力支持下，中国美术学院和西湖区（之江旅游度假区）共同开始了国家大学科技（创意）园的申报工作。

F 场所营造



艺术田园/工业设计系//



创意市集/工艺设计系/



中国美术学院国家大学科技(创意)园/
凤凰·创意国际园区远眺/

以艺术创意为特色的国家大学科技(创意)园

国家大学科技园是以具有较强科研实力的大学为依托，将大学的综合智力资源优势与其他社会优势资源相结合，为推动高等学校产学研结合、技术转移和科技成果转化、高新技术企业孵化、战略性新兴产业培育、创新创业人才培养、服务区域经济提供支撑的平台和服务机构。

在文化艺术与科学技术日益发生紧密互动关系的时代，中国美术学院国家大学科技（创意）园提出了独具特色的美术学院“科技园”发展之路，以“艺术、科技、经济”结合为主题。艺术与科技在结合与交融中呈现新前景，创意在艺术与科技的交汇中孕育新生。一方面，艺术介入科技，为科技带来新的创造力和想象力，拓展科技应用的产业边界；另一方面，运用高新技术创新文化艺术的生产方式，不断地在丰富艺术的内涵，培育着新的文化业态。从这个角度来说，中国美术学院国家大学科技（创意）园做出了一次积极的尝试。通过融合协作，以艺术与科技的合作，教学、研究、创作、产业的互动，求得共同发展。

作为中国第一个以艺术创意为特色的国家大学科技园，中国美术学院大学科技（创意）园正在勾画一幅新、境、创、业的绚丽画卷。建设自然和人文相融的创意高地、培育艺术和科技结合的产业园区、营造时尚和乡土共生的艺术社区，是中国美术学院国家大学科技园（创意）园的发展定位。

新观念、新创造、新山水

通过中国美术学院和杭州西湖区之江国家旅游度假区的携手合作，坚持“区校引导力、企业运作力、市场配置力”三力合一的运作机制，实现创意企业的孵化、创意成果的转化、创意人才的培育与集聚，拉动环美院产业带的联动发展，促进地方经济发展的转型创新，探索新型城乡发展的实践模式。园区致力成为杭州市打造创新型城市的主平台，浙江省打造文化产业大省的重要基地，长三角区域自主创新的策源地，中国文化创意产业的示范区，全国新经济区域发展的试验田。



中国美术学院国家大学科技(创意)园的环境态

环境、意境、望境——北斗七星的空间格局

在空间布局上，中国美术学院大学科技（创意）园位于之江象山艺术社区内，园区总面积2351亩，分为核心示范区、山北创意产业拓展区、综合配套区三个区，其中核心示范区有五个区块组成，形成了“北斗七星”的网络格局。园区采用多点布局形式，与山水、田园、创意相融，人文、艺术、产业相聚，营造多元、互动、共生的创意平台和思想高地。核心示范区面积553亩，定位为高起点、高标准的国际化的创意产业集聚区。其中包括以下五个区块：

创意创新中心——象山艺术公社，在对现有村庄及环境进行更新改造的基础上，以“艺术+科技”为特色，开展国际间的品牌、设计及创新的研究交流，汇聚原创设计品牌集群，成为中国美术学院国家大学科技（创意）园的思想源泉、创意引擎。

主要示范平台——凤凰大厦，作为园区管理服务和展示交流平台，将为整个园区搭建投融资平台，开展创意展示交流、知识产权转让与交易等方面的服务支持。同时也是创意产业示范平台。

研发孵化基地——[之江文化创意园]凤凰·创意国际，将继续搭建园区公共技术服务平台，集聚一批基于数字媒体和动漫游戏研创基础上的行业骨干企业，进一步拓展企业孵化区和大学生创业区。

人才培养基地——中国美术学院象山中心校区7号楼，依托中国美术学院在人才资源、信息资源、国际交流等方面的优势，培训复合型、紧缺型的国际化人才，并提供专业技能培训和其他各具特色的人才培养计划。

专业交流基地——外桐坞艺术村落，将借助优美的茶乡自然环境及中国美术学院的人文艺术资源，形成集国内外艺术家工作室、艺术经营机构、艺术展示交易空间、配套艺术主题商业休闲街巷于一体的多元文化空间，营造国际化的“艺术村落”，打造国内最活跃的艺术交流基地。

此外，山北创意产业拓展区定位为接产和服务配套基地。综合配套区定位为区域性生活服务中心和产业配套居住区。



1 | 2
3
4

- 1.中国美术学院国家大学科技（创意）园空间格局/
- 2.象山艺术公社规划方案/
- 中国美术学院风景建筑设计研究院//
- 3.凤凰大厦规划方案/
- 4.凤凰·创意国际一期、二期实景图/

中国美术学院国家大学科技(创意)园的产业态

创业、创意、创新——四大产业的品牌集聚

在产业定位上，中国美术学院国家大学科技（创意）园以艺术、科技、经济结合为主题，确定新媒体业、动漫游戏业、现代设计业、艺术品业为四大特色产业和重点领域发展方向。倡导多产业集群模式，拓展创意、产品、市场互动，促进人才、产业、品牌的集聚成长。

新媒体业：重点发展广播影视业、新闻出版业、电子艺术体验与应用、网络移动传媒。

动漫游戏业：重点发展原创漫画、影视动画、网络动漫、网络游戏、单机游戏、衍生品设计、动漫舞台剧。

现代设计业：重点发展城市设计、建筑设计、景观设计、工业设计、平面设计、会展设计、首饰设计、服装设计。

艺术品业：重点发展艺术品创作、艺术品交易、艺术品展示、艺术品出版。园区的四个特色产业，与中国美术学院十一学院格局和杭州文化创意产业八大门类，相互支撑，相互促进，有效形成区域内的产业互动关系。

园区以公共性与创新性并重，艺术性与科技性共融，国际性和本土性相生，构建一个园校互动的公共平台支撑系统，持续促进创意与产业的结合，加速艺术与科技创意产业链的形成。计划中的七大公共平台包括：创意企业孵化平台、一站式创意企业管理服务平台、文化创意投融资服务平台、艺术与科技产权交易和保护平台、公共艺术技术服务平台、艺术与科技数字信息平台、创意展示交流交易平台。

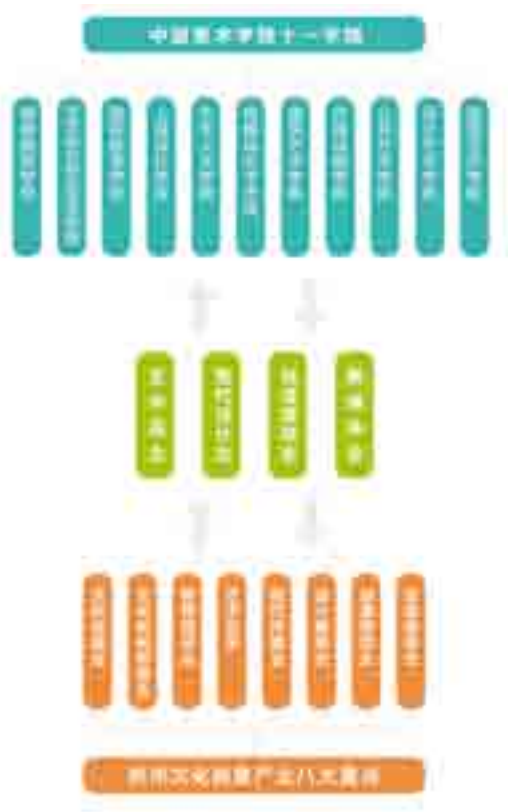
中国美术学院国家大学科技(创意)园的生活态

学业、产业、事业——区校共建的艺术社区

园区的运营机制上，由中国美术学院和杭州西湖区（之江国家旅游度假区）密切合作、共同建设，实行“统一规划、联合创建、共同管理”的原则，以新高地、新漫城、新民俗、新时尚为愿景，发展校区、园区、城区交叠的艺术社区，营造一个具时代感、创业感、山水感的艺术生活家园。

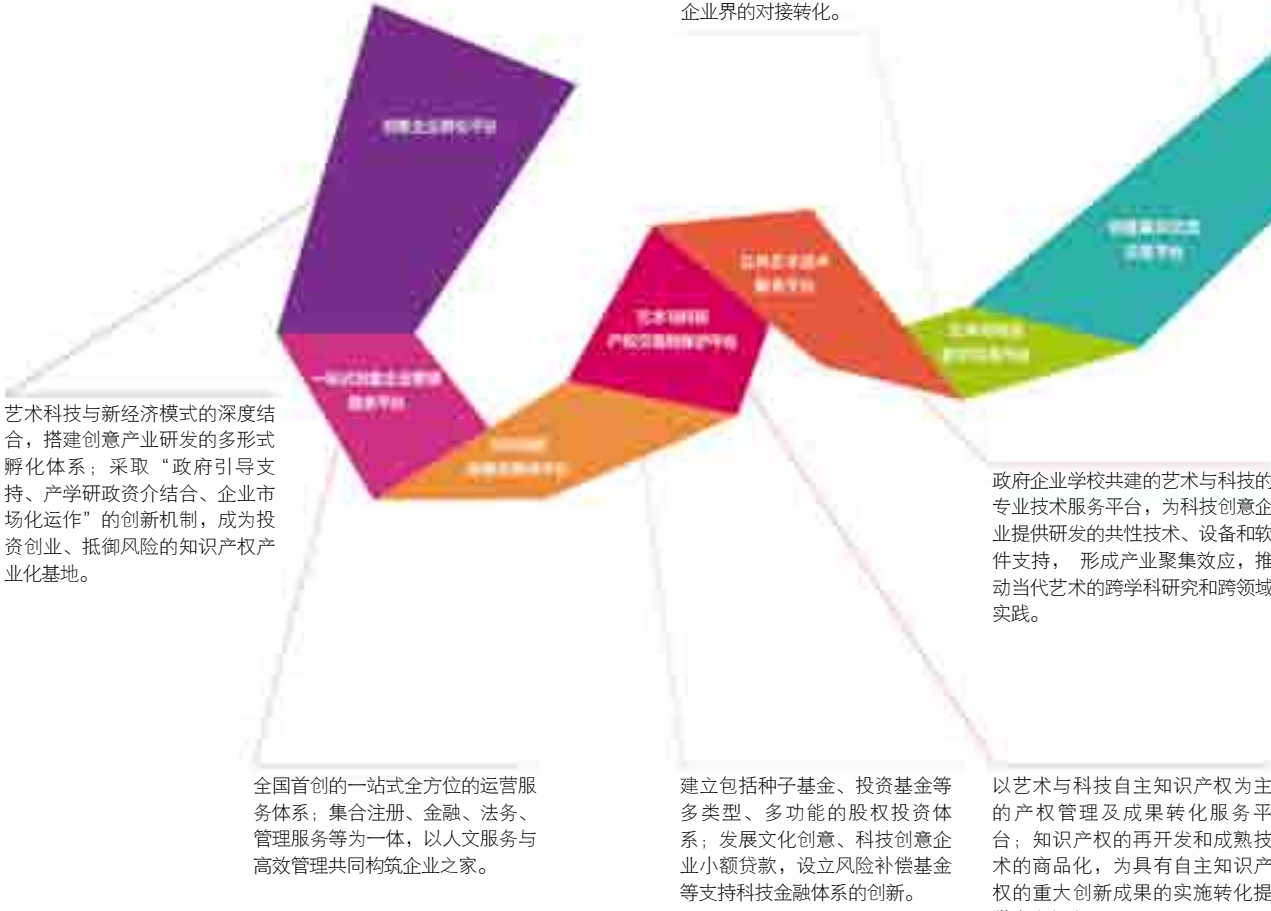
为加快园区的建设与发展，杭州市政府、西湖区和中国美术学院出台了一系列鼓励与扶持政策，在政策、资金、税收等方面给予了多方面的支持。同时，为了优化园区的资源配置，加快形成园区创业公共服务体系，中国美术学院开放专业实验室30个，搭建资源共享平台。

园区与学院积极互动，营造促进创造创新创意的氛围和土壤。积极鼓励美院师生创新创业，既注重创意人才领军人物的集聚，也关注大学生创业孵化的培育。同时将园区的发展与社区的分享参与共生，带动地方社会经济的整体发展。



园区产业互动关系图/

中国美术学院国家大学科技（创意）园七大公共平台/



艺术科技与新经济模式的深度结合，搭建创意产业研发的多形式孵化体系；采取“政府引导支持、产学研政资介结合、企业市场化运作”的创新机制，成为投资创业、抵御风险的知识产权产业化基地。

全国首创的一站式全方位的运营服务体系；集合注册、金融、法务、管理服务为一体，以人文服务与高效管理共同构筑企业之家。

依托电子媒体宣传产业集聚品牌、展示推广科技创意创新成果，促进艺术与科技项目成果与政府、行业组织、投资机构以及企业界的对接转化。

成立专业从事以各类科技创意产业的产权、版权等交易服务，促进创意成果转化，引导各类文化创意产业投资等的市场化公共网络服务平台。

政府企业学校共建的艺术与科技的专业技术服务平台，为科技创意企业提供研发的共性技术、设备和软件支持，形成产业聚集效应，推动当代艺术的跨学科研究和跨领域实践。

建立包括种子基金、投资基金等多类型、多功能的股权投资体系；发展文化创意、科技创意企业小额贷款，设立风险补偿基金等支持科技金融体系的创新。

以艺术与科技自主知识产权为主的产权管理及成果转化服务平台；知识产权的再开发和成熟技术的商品化，为具有自主知识产权的重大创新成果的实施转化提供资金保障。

园区设施与活动场景/



未来 愿景与展望

如果说，四年前的艺术社区研究还只是探索的起步，那么今天中国美术学院国家大学科技（创意）园的成立，正在使得艺术社区的理论模型进一步完善。作为美院师生的产业家园，大学科技（创意）园的成立意义深远。

大学科技（创意）园的建设，通过拉动环美院产业带的联动发展，促进地方经济发展的转型创新，为探索新型城乡发展的实践模式——艺术社区，迈出了关键的重要的步伐。

我们可以期望，随着国家大学科技（创意）园的建设推力，之江象山艺术社区的愿景会更快地成为转塘地区的现实图景。更为重要的是，在文化创意产业已经上升为国家支柱型产业的背景下，作为中国第一个以艺术创意为特色的国家大学科技（创意）园，园区承载了国家创新转型与文化复兴的学院责任。在把文化创意的产业力量辐射到全国各地的同时，也一定会把艺术社区的社会理想和社会责任带到全国的更多地方。在这种意义上，从艺术社区到大学科技（创意）园，是学院实现其拉动地方社会经济发展、实现其社会责任的道路上，从地区性的探索走向全国性战略的关键一步。

中国美术学院国家大学科技（创意）园授牌仪式/



中国美术学院纺织服装研究院//
女装之都 人才辈出——杭州女装杰出人才培养项目///

China Academy of Art Institute Textile and Apparel//
City of Women's Dress Full of Talents——The project on training talents of women's dress in Hangzhou///



吴海燕
中国美术学院
设计艺术学院副院长
教授、博士生导师

在中国美术学院与杭州市政府的战略合作联盟进程中，“杭州杰出女装设计师高级研究班培训项目”作为杭州市委、市政府实施的“中国杰出女装设计师发现计划”的一部分，是由杭州市丝绸与女装产业发展领导小组和中国美术学院共同搭建的高端设计人才的建设平台。该项目由中国美术学院纺织服装研究院具体承担实施工作，并由中国美术学院设计艺术学院副院长吴海燕教授担任项目主要负责人。纺织服装研究院对本项目进行了全面的、多角度、多层面的思考，并得到中国美院党委、院办及各大院系的鼎力相助，凭借美术学院雄厚的专业基础和丰富的教学经验，在教学管理、国际交流、师资整合、人才培养等多方面开拓创新，成功举办了第一期和第三期“杰出女装设计师高级研究班”项目，为杭城培养了大批本土纺织服装行业中高级专业设计人才。

组建世界一流的国际教学团队，
打造国际化教学环境

通过几年的打造与培育，该项目已建立起一流的国际教学团队。授课的专业院校教授、设计师和营销专家来自中国、德国、法国、英国、美国、日本、韩国、意大利、俄罗斯和香港10个国家和地区，其中不乏世界时尚大帝卡尔·拉格菲尔、德·韦斯德伍德设计总监等。每年有21位教授及设计师为25名学员进行为期一年的“配菜式”授课，为学员们提供了“在家门口近距离聆听世界大师”的机会。

专家、教授和时尚界的权威人士的教学覆盖创意能力与审美品质的培养，品牌策划与设计、管理与规划能力的培养，营销与传播、媒体攻势等意识能力的培养，设计师专业素养与能力的培养，流行趋势体系与预测方法研究的培养等。这些精品课程非常切合杭州丝绸与女装品牌企业及设计师的现实需求，对本土现有人才进行高端的综合专业培训，提升他们解决实际工作中存在的尖锐问题的能力，有助于突破培养中国本土设计师向新型国际化人才转型的瓶颈，加快实现“中国制造”提升为“中国创造”的战略目标。

纺织服装研究院邀请国际时尚界人士为学员们举办各类讲座，涉及美学赏析、国际知名服装品牌的演绎等一系列主题，培养他们在思想上、意识上、理念上逐步与国际接轨。

作为中国美术学院纺织服装研究院的领头人，中国金鼎奖得主吴海燕教授也亲自走进讲堂，带来了严谨的理论知识及宝贵的实战经验，让学员更加清醒地体会到要真正成为一名优秀的服装设计师，该走的路很长也很宽广。

动静皆宜，理论与实践兼备，学员的学习成果颇丰

在为学员们打造一个国际化教学环境的基础上，纺织服装研究院借鉴国际一流的艺术类高校的考核标准，采用“课外辅导、品牌策划、论文、静态展、动态展”等一系列方式，激励学员互相交流、不断创新，触发了一阵阵头脑风暴。在参加高级研究班之前，许多设计师出身的学员从没有接触过策划文案。通过这次毕业设计，学员们静下心来沉淀自己，从一个企业老总、设计总监或者设计师的角度对品牌重新定位、梳理、审视，对品牌在企业乃至整个服装行业的定位重新反思，发现自身的盲区，比如品牌的人群定位、顾客诉求等。通过一整套策划文案的撰写，学员们更全面地理解了品牌的概念，懂得了怎样才能设计出贴合市场及客户的作品。

中国美术学院相关教授对高研班学员们的毕业论文与设计进行专门的授课与辅导，学员们在视、听、思、悟等方面获得综合的收获，同时，理论素养也得到了又一次全面提升。



1.吴海燕教授为学生答疑解惑现场/
2.法国高级女装工会主席格兰巴赫先生在演讲现场/

纺织服装研究院还指导学员们完成静态展和动态展（时尚秀），以巩固学员对理论知识的理解及活用。静态展是由教学成果展、师资队伍展、文案策划展、两期高研班成果展及优秀学员作品展等几部分组成的。在静态展的部分，精心打造出一个充满学术交流氛围的展区，用文字、图片及视频等多维展示手段向前来观展的领导、专业人士及普通市民展示了杭州市政府与中国美术学院联合浇灌的品质之花。静态展最后一天是学员们为广大杭州市民奉上的一场精彩时尚秀。两期“杰出女装设计师高级研究班”的毕业秀分别以“蚂蚁兵团的力量”、“我品我牌”作为主题，学员们的收获及心得惊人地一致向好。

在中国美术学院倡导的“突破、创新”的学术氛围浸染中，学员们为最后凝聚学习成果的这场动态秀投入了大量的时间、心血和智慧，许多人跳出他们目前供职的服装企业的固有设计模式，充分发挥自己的专长，大胆进行实验性质的创新，把目前国际上最新的潮流趋势、设计理念、环保口号运用于自己的品牌成衣系列，显著提升了设计的品质。学员们反映说：“以前只知道做衣服、做商品，做品牌的思路不够清晰，不能够与商品进行有机的对接。通过这一年的研究班学习，了解了国内外优秀设计师、专家的理念，也学习了他们对品牌的操作经验。从理念设计到商品成型，再到品牌推广、运作，明确了做一个根基坚实、走得久远的品牌需要做什么。市委、市政府能够组织这样的研究班，给予这样的支持，

很是时候。让我们有针对性地学习，不管是刚走出校门与市场联接不够的毕业生，还是在市场里打拼却不知怎样培养品牌的设计师、服装经营者，都得到了一次系统性的灌输，很有意义。”

打造中国女装之都，杭州女装杰出人才培养项目任重道远

中国美术学院承办的“杰出女装高级研究班”尽管只有短短两届，但已经培养出三名中国十佳设计师、三名杭州十佳女装设计师。这既为杭州丝绸女装产业增光，也为中国美术学院纺织服装研究院的这一高级研究班项目添彩。作为杭州乃至中国艺术类院校中的最高学府，纺织服装研究院责无旁贷地承担起了中国美院与杭州市政府协力打造中国女装之都的重任。在未来的发展过程中，要抓住“一个重心，两个基本点”。首先，抓住“高度配合市政府丝绸与女装工作”这一重心，充分发挥美院自身的优势和号召力，吸引更多优秀的师资和生源。一个基本点是在教学管理上充分借鉴国外优秀高效的管理模式，让学员们更加与国际教育环境接轨；另一个基本点是争取把“杰出女装高级研究班”做成一个品牌，聚集品牌效应，使其成为培养杭州优秀女装设计师的幕后推手。



第一期女装高级研究班的表演现场/

中国美术学院纺织服装研究院//

城市特色 丝绸流行——中国丝绸女装流行趋势研究项目///

China Academy of Art Institute Textile and Apparel//

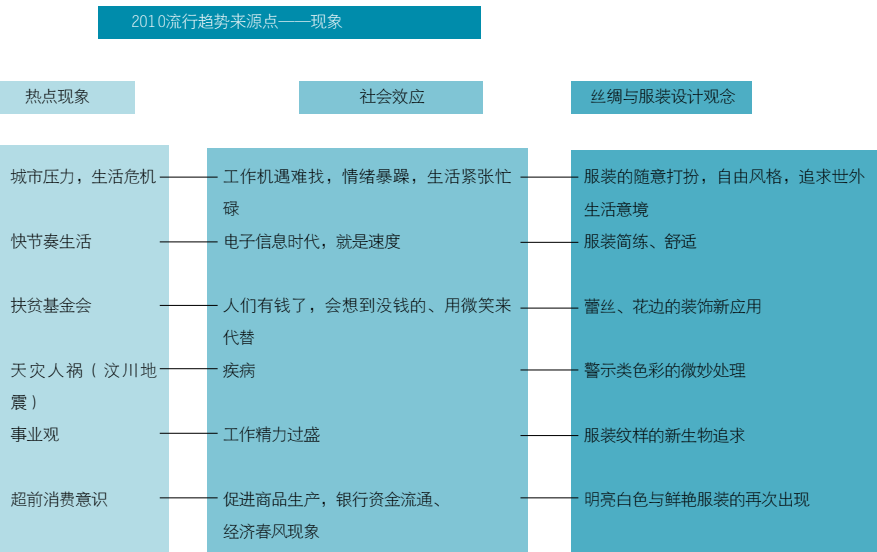
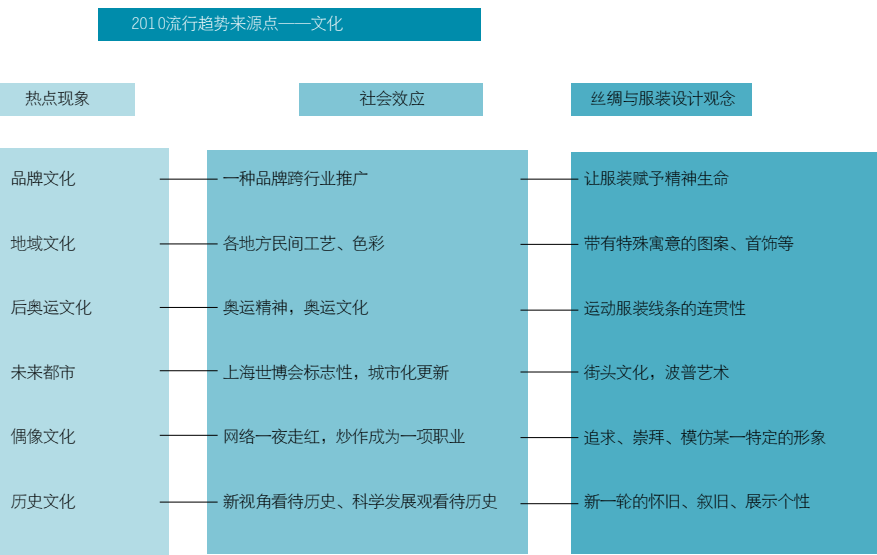
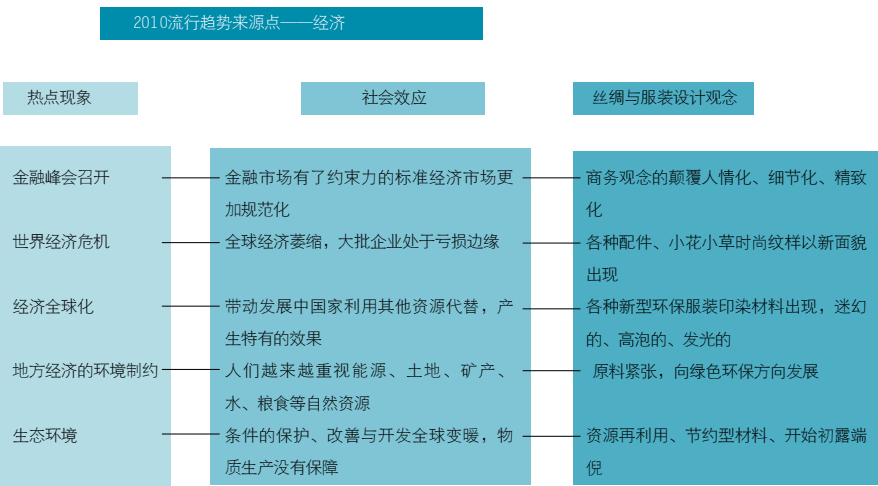
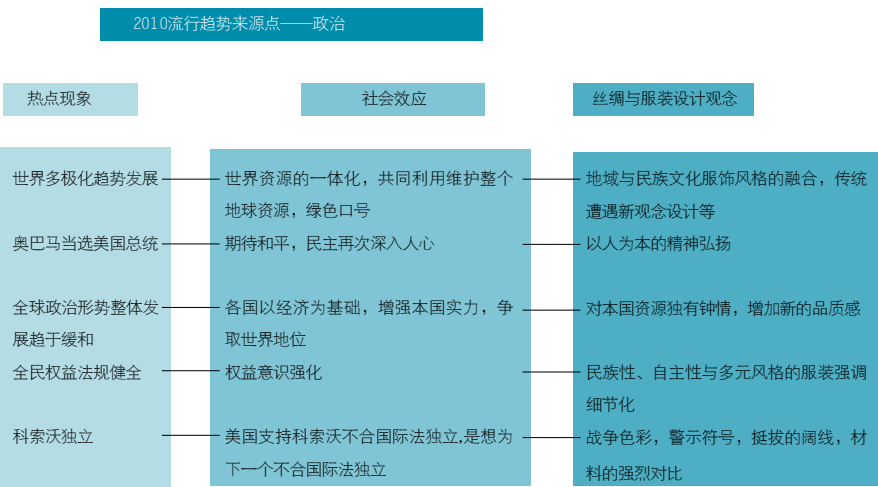
City Characteristics Silk Prevailing——The research project on fashion trend of Chinese women's dress///

2010春夏中国丝绸女装流行趋势静态展示项目于2009年10月在杭州丝绸城中心以专业的学术形象亮相。该项目在中国美术学院纺织服装研究院的带领下，成立研发主创小组，流行趋势概念创意至趋势发布完成历时4个月。

研发主创小组在前期进了大量的研究、收集、调研与实践活动，对来源点和人群细分进行了深入的研究，在此基础上进行了两大发布内容，包括流行趋势手册发布和流行趋势静态展示发布。流行趋势手册作为静态展示的配套资讯，在流行趋势展区分发，以平面图文形式传播流行资讯。该项目归纳概括的四个主题概念雅俗共赏，既有市场效应又有学术深度，不仅体现了国际一流艺术院校的学术能力和专业高度，更为杭州特色丝绸的家纺市场扩大了知名度和影响力。展览一正式开幕，便获得媒体、企业和消费者的欢迎，成为最受欢迎的、最受瞩目的展区，来参观、咨询的人络绎不绝。

基础研究一：从政治、经济、文化总结丝绸与服装设计概念

研发主创小组从世界政治经济文化各方面，聚焦2008年，从分析热点现象到社会效应，总结丝绸与服装设计概念。



基础研究二：根据基础研究一继续细分典型人群

中国丝绸与女装流行趋势根据基础研究一的内容，进一步从人群定位的角度，将人群典型细分，经过细分归纳得到四种典型人群，再次进行人群定位、职场、活动范围划分。

- 1、白领——职业分布：IT公司老板、投资公司公共策划总监、房地产公司销售经理、国际企业商务代表……
- 出入场所：机场、酒店、Office、咖啡厅或西餐厅、剧场……

- 2、艺术休闲——职业公布：学生、设计师、造型师、青年画家、快餐店员、街舞、音乐DJ……
- 出入场所：街头时尚店、设计工作室、学校、酒吧、KTV……

- 3、经典——职业分布:娱乐记者、主持人、策划人、导游、影视剧明星……
- 出入场所：电视台、酒店、Office、咖啡厅或西餐厅、剧场……

- 4、民族时尚——职业分布：作家、艺术家、设计师、个性时尚店店长、模特……
- 出入场所：图书馆、画室、设计工作室、时尚店、时装发布会专场……

中国丝绸与女装流行趋势		职业人群典型细分
白领	职业分布	IT公司老板、投资公司公共策划总监、房地产公司销售经理、国际企业商务代表……
	出入场所	机场、酒店、Office、咖啡厅或西餐厅、剧场……
	职业分布	学生、设计师、造型师、青年画家、快餐店员、街舞、音乐DJ……
	出入场所	街头时尚店、设计工作室、学校、酒吧、KTV……
	职业分布	娱乐记者、主持人、策划人、导游、影视剧明星……
	出入场所	电视台、酒店、Office、咖啡厅或西餐厅、剧场……
	职业分布	作家、艺术家、设计师、个性时尚店店长、模特……
	出入场所	图书馆、画室、设计工作室、时尚店、时装发布会专场……
	职业分布	……
	出入场所	……
艺术休闲	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
经典	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
民族时尚	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……
	职业分布	……
	出入场所	……



经过细分归纳得到四种典型人群

流行趋势项目四大主题文化策划雅俗共赏

经过四个月的研究与实践，调研与收集，课题小组在流行趋势基础研究的基础上，将整个趋势分为四大主题：白领——山水城市、经典——品质城市、艺术休闲——炫夜城市、民族时尚——缤纷城市。

第一主题：山水城市

城市，在湖光潋滟下，泼墨般洗练，又如丝般柔滑而坚韧。烟视媚行的都市白领，肆意张扬，在黑白理想国里，莺飞草长。



第二主题：品质城市

品质城市，时尚重归单纯。对建筑感的追求回归到经典的剪裁，以低调的态度追逐本质，基本的廓型通过出其不意的结构处理，如悬垂褶皱重构经典主义，经典的图案和精致的肌理，以及柔和色调的纱线营造了浓郁的现代都市气息。



第三主题：炫夜城市

朦胧的灯光，奢邪的韵味，狂野的灵魂，时尚的空气正在转变。以女性主张为核心的新浪漫主义逐渐成为主流，贵族阶层专享艺术的后现代风格重新蜕变出新的面貌，赋予她浪漫，独特气质的时尚面孔，强调将生活 and 艺术融为一体，以不合常规，甚至冲突的设计手法塑造出戏剧性的时尚生活形态。

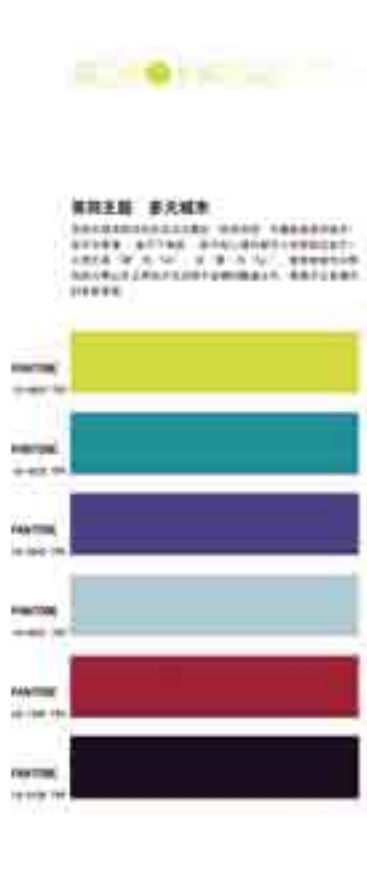
第四主题：缤纷城市

怎样从都市陈旧的生活与沉重的民俗传统中重新感受到快乐？放不开表情，放不下身段，放不松心情的都市人怎么样放过自己？将缤纷城市中熟知的元素以非正常的方式活用于丝绸的飘逸之中，是都市古老模式的全新表演。

专业静态展示现场获诸方好评

该项目的静态展览于2009年10月在丝绸城中心以专业的学术形象亮相，无论从专业策展水平与预测分析还是理论研究的各方面都获得业内人士的好评与企业的关注，展览的成功举办也为杭州特色丝绸的家纺市场不断扩大知名度和影响力。

静态展示现场/



Chapter of City Expos/

The Road of China Academy of Art Series Exhibition//
From "Mixing Chinese and Western Arts" to "Reconstruction of Local Culture"///
Hangzhou Pavilion of 2010 World Expo//
A Prosperous City Because of Its Water Systems///
China International Poster Biennale//
Different Poses and Beautiful Expressions///
China International Cartoon & Animation Festival//
Creation and Development of the City of Cartoon & Animation///
International Creative Pattern Design Competition 2010//
Quality life and Creative Design///
China (Hangzhou) Cultural & Creative Industry Expo//
Creative City and Innovative Expo///
China Academy of Art Graduation Work Show Week//
Feedback From Graduates of China Academy of Art///

城市会展篇/

国美之路//从“中西调和”到“本土重建” ///
2010世博会杭州馆//一座因水而兴的城市///
中国国际海报双年展//千姿百态 美轮美奂///
中国国际动漫节//动漫之都的创建与发展///
2010国际纹样创意设计大赛//生活品质 设计创意///
中国(杭州)文化创意产业博览会//创意城市 创新会展///
中国美术学院毕业创作展示周//国美学子的回馈///

国美之路//
从“中西调和”到“本土重建”

The Road of China Academy of Art Series Exhibition//
From "Mixing Chinese and Western Arts" to
"Reconstruction of Local Culture"///



高士明
中国美术学院
跨媒体艺术学院
常务副院长、副教授

创造之使命
会通之品质
诗性之精神

历史往往在一次次回望中才能够展露容颜。在20世纪中国艺术的发展进程中，一条道路始终延伸着，历经风雨，心香不绝。从蔡元培、林风眠，到赵无极、吴冠中，再到今天的许江和他的国美同仁们，三代人铺就和践行的这一条“国美之路”，是中国美术学院80余年艺术与思想的发展之路，同时也是一条跨越世纪的中国美术现代性的探索之路。自2010年10月15日开始，中国美术学院和浙江美术馆联合推出“国美之路”大型系列学术活动，其中包括“致蔡园——许江作品展”、“东西贯中——吴冠中艺术回顾大展”、“国美之路——林风眠师生作品展”以及“国美之路：从‘中西调和’到‘本土重建’”学术研讨会、“蔡元培与中国现代美术”学术研讨会等一系列活动。“国美之路”以中国美术学院的师生群体为个案，从许江到吴冠中再到林风眠，展览以时间上的倒推，探寻这条跨世纪的学术文脉，追溯和回顾中国近现代美术创作和教育的发展历程。从林风眠到吴冠中再到许江，他们的人生和创作贯穿了中国百年现代史的3个30年——新文化30年、新中国30年以及新时期30年。在这3个30年中，中国的艺术精英们面对不同的历史情境，做出了怎样的抉择，又进行了哪些实践？

1928年春天，蔡元培在国立艺术院的开学典礼上宣布：“大学院在西湖设立艺术院，创造美，使以后的人改其迷信的心为爱美的心，借以真正完成人们的生活。”作为备受蔡元培赏识的青年才俊，林风眠创办学院的使命正在于“培养专门艺术人才，倡导艺术运动，促进社会美育”。“促进社会美育”固然是奉行了蔡元培“以美育代宗教”的思想，而“倡导艺术运动”更是贯彻蔡氏“由日新又新之思想，普及于人”以振兴中国的理路。国立艺术院的宗旨是“介绍西洋艺术，整理中国艺术，调和中西艺术，创造时代艺术”，其中介绍西洋艺术、整理中国艺术、调和中西艺术，都是为了“创造时代艺术”。从一开始，林风眠所开辟的这条“国美之路”就展露出了它贯通中西的精神、强烈的创新意志，以及对于时代和社会的深重使命感，而前两者正是后者得以实现的前提和路径。

20世纪初，中国现代史上最重要主题即所谓“西学东渐”。在中国艺术现代性的出发点上，林风眠与他的同代人徐悲鸿各自给出了不同的方案。这两种方案的差异源自他们对中国传统艺术的不同诊断：徐悲鸿认为中国画缺乏科学之基础，故师法当时在西方已式微的写实主义以补充之；而林风眠认为中国画之弊在其陈陈相因，缺乏时代之气息、创造之精神，故择取当时方兴未艾的现代主义以矫正之。于是，徐悲鸿选择了写实主



1
2 | 3

1.国美之路/林风眠师生作品展//

2.国美之路/林风眠师生作品展展览现场//

3.林风眠作品/仙鹤图局部//





1 | 2

1.国美之路/
“东西贯中”
吴冠中艺术回顾大展//

2.吴冠中作品/
荷塘春秋//
木板油画
90X150CM
上海美术馆藏，2002

义，林风眠选择了现代主义。林风眠对现代主义的选择在当时还有两个更加深刻的原因，其一是在世界范围内，深受东方艺术影响的现代主义可以作为东方新艺术之奥援，其二是针对当时中国社会的状况，现代主义富有批判性的“艺术运动”适足推动社会更新。

在此后的半个世纪中，林风眠的思想在其弟子们身上发展出了两个方向，其代表分别是赵无极与吴冠中。与他们的老师一样，他们同样游学欧洲，同样是一代“东西之间”的艺术家，却做出了不同的人生决断。赵无极选择了留在欧洲，他以富有东方诗意的抽象风格享誉世界，他所代表的“抒情抽象主

义”是西方艺术史中不可忽视的一幕，其创作直接延伸到国际现代艺术史的叙述之中，其成就证明了“会通中西”的艺术道路所具有的世界意义。而吴冠中则选择了归国。在新中国三十年意识形态的洗礼之中，历经风雨磨难，吴冠中始终坚持在林风眠所开辟的这条道路上持续前行。在创作上，吴冠中在“中西调和”的框架下发展出两种方式：一方面以中国画的写意精神推动油画本土化，另一方面以现代主义形式实验与抽象观念促进中国画现代化。这两种方式使吴冠中与新中国美术的历史紧密地连接在一起。

“文革”后的“新时期”被看作中国现代史上的“第二次启蒙”。吴冠中在1980年代初的创作与写作，一方面重新召唤出了三四十年代林风眠所提倡的艺术道路，启动了“文革”之后艺术本体精神的第二次降临。另一方面，他从艺术的角度，切身践行“独立之精神，自由之思想”，在自己身上将“新文化”与“新时期”两个大时代贯通了起来。

改革开放初期，种种西方新思潮的涌入时刻刺激着所有年轻的心灵，与他的同代人一样，许江的艺术观念沿着西方现代艺术的历史线索不断前行。20世纪80年代末，许江被选送到德国留学，

当许江这代人再一次走出国门，面临的语境与他的前辈们截然不同。一方面，“西方”不再是林风眠所看到的那个可以师法、融合的西方。20世纪80年代末的西方已是“后殖民”的西方，数十年的多元文化主义运动已经使它逐渐成为“后西方”。同时，“东方”也不再是原初的东方。在中国，“中西调和”已成基本的文化现实和社会现实；而“东方”也已不再是20世纪初林风眠们从西方发现的东方，不再是只有通过欧洲话语中心才能获得意义和力量的那种现代性的东方主义余韵，而是介乎全球资本与本土记忆、文化消费与文化实验之间的一种当代的混合创造。

许江这代人所面对的已经不再是判然可辨，可以去“调和”或者“拉开距离”的东-西两极，而是一个错综纠结、彼此交融的全球-本土化世界。在这个世界上，国际与民族、全球与本土、第一世界与第三世界你中有我，我中有你。所以对许江这代人来说，当代的首要问题是——我们应该用怎样的框架去谈论这个世界？这个承担着人类共同命运同时又彼此冲突着的世界，这个复数的、多元的“全球-本土”的集合体？东方与西方、南方与北方、发达国家与发展中国家、第一世界与第三世界……这些传统的二元论模式似乎都已经无法令人信服地描述今天这个文化与政治、权力与资本、自我与他者彼此纠缠着的世界。许江深切地感受到，今日中国的当务之急是要在世界的视野内建构起一种新的文化生产机制，一种超出现存话语模式的新的文化主体性。

另一方面，历经一个世纪的艺术革新，尤其是六七十年代的媒体实验，传统绘画在欧洲已经日益边缘，“当代艺术”已经成为主流。媒体的变革是许江走出国门面临的第一个冲击。在德国期间，他进行了大量的跨媒体试验，从装置到偶发现场，他全方位体验了观念艺术的多种形态。这一时期的许江，是一个文化与艺术的远游者，然而在此后的数十年中，他的身上却呈现出一种双重的回归，在思想上是从西学向传统学养的回

归，就作品而言是从跨媒体的形态试验，向着一种绘画自明性的回归。从1980年代末至今，许江的创作形态经历了一场反向的发展过程：从空间回到架上，由观念重返绘画——他向我们展现了一部个人的回溯的艺术史。这种“回返”式的艺术旅程，为林风眠所开辟的这条“国美之路”提供了一个新时代的个例。

许江始终追逐着20世纪早期的艺术探索者的艺术道路，并在此道路上不断演绎出新的文化问题。林风眠的艺术道路可以概括为“从西方发现东方”，在今天这个全球化的文化境遇中，许江更加深刻地体会到西方当代艺术思潮和中国本土语境之间的隔膜和冲突，更加痛切地感受到技术与大众传媒对于全球视觉艺术的巨大挑战，这造成了他对于当代文化的深切忧患意识，同时也鞭策着他在自己的艺术中积极寻找当代中国文化的建构之道。

从精神远游到回返中国文化根源，许江的艺术在当代全球化境遇和本土文化精神之间开辟出一种建构性的方向，这就是：在全球性绘画式微的时代里，重建一种东方式的当代绘画发展之路；直面图像时代技术文化的挑战，在现实的生活的远望中，以具体的生命体验，抵达文化的通境，在文化内部寻求一种具有中国特色的、开放性的视觉文化建构方式。

在2009年的中欧文化论坛上，许江提到2003年东京森美术馆举办的题为“中国：文化的十字路口”的展览，这个展览用大量历史文物向人们展示了唐代盛期中国的巨大包容力与多元性，那是一个8世纪的“地球村”。这个展览提醒我们，中国是一个海纳百川的开放的主体。20世纪初，当这个文化主体面临西方文化的挑战，蔡元培等人明确提出了“兼容并蓄”的文化方略。值得注意的是——“兼容并蓄”并非功利主义意图伦理的“拿来主义”。我们看到，在中国与世界打交道的过程中，“文革”后在中国被恢复的其实是那种功利化的“拿来主义”，而非“兼容并蓄”的开放姿态。而改革开放三十年的历史实践，就是要重新确立一种具有主体意识的“兼容并蓄”的姿态。“兼容并蓄”在当下语境中就是“多元互动、和而不同”，它既需有容乃大的开放胸怀，又要累积叠加、拆解重建的意志，还必须要有在自我更新中奠定自性的智慧，向着未知不断前行的勇气。

在许江身上，有两种精神素质交叠在一起。首先是他所继承的中国美院（国立艺术院）的传统精神。这所中国最早的国立高等艺术学府，自1928年创立伊始，就在蔡元培先生的倡导下，在林风眠先生为首的第一代艺术家集群的努力下

确立了她的理想和风骨：深重的文化使命感、兼容并蓄的姿态、艺理兼重的精神，以及诗性浪漫的气质。作为这座学术传统渊深的学府的当代领军人，许江的所思所行，与这所学院的历史文脉和精神传统是分不开的。其次是“文革”后一代青年的精神品质。在他身上，折射出这一代人的共同命运：少年时代的磨难，艰苦的求学路，难以磨灭的理想主义，沉重的历史抱负和社会责任感，在当代思潮和本土情结之间的困惑迷茫和艰难抉择；也凸显出这一代人的精神品质：浓厚的拯救意识、沉重的思索、与历史同行的激情。在他们身上，可以深切地感受到个人命运与社会命运相交叠的历史性的塑造。

谈到自己的艺术道路，许江说是“远游者的返乡”；谈到自己的文化主张，许江说是“本土重建”。许江的艺术创作和思想回应了当代文化的核心命题，使这条从林风眠开始的世纪之路延伸到了当代语境之中。在更大的视野中，这条道路早已被一个世纪的历史实践所证明。

国美之路/
致葵园·许江作品展开幕式//





许江作品/
无地花//
布面油画
280cm×1080cm, 2010

2010上海世博会杭州馆//
一座因水而兴的城市///

Hangzhou Pavilion of 2010 World Expo//
A Prosperous City Because of Its Water Systems///



周刚
中国美术学院
设计艺术学院
副院长、教授

2010年上海世博会，杭州以“五水共导•品质生活”的建城与发展成果，参与了上海世博会并在世界最佳城市实践区集中展示了自己的城市建设成果，在国际舞台上向世人充分展示了这座因水而兴的美丽城市。作为世博会杭州馆的设计者，我就杭州城市建设的经验、成果及展示方式作一浅述。

一、水与杭州

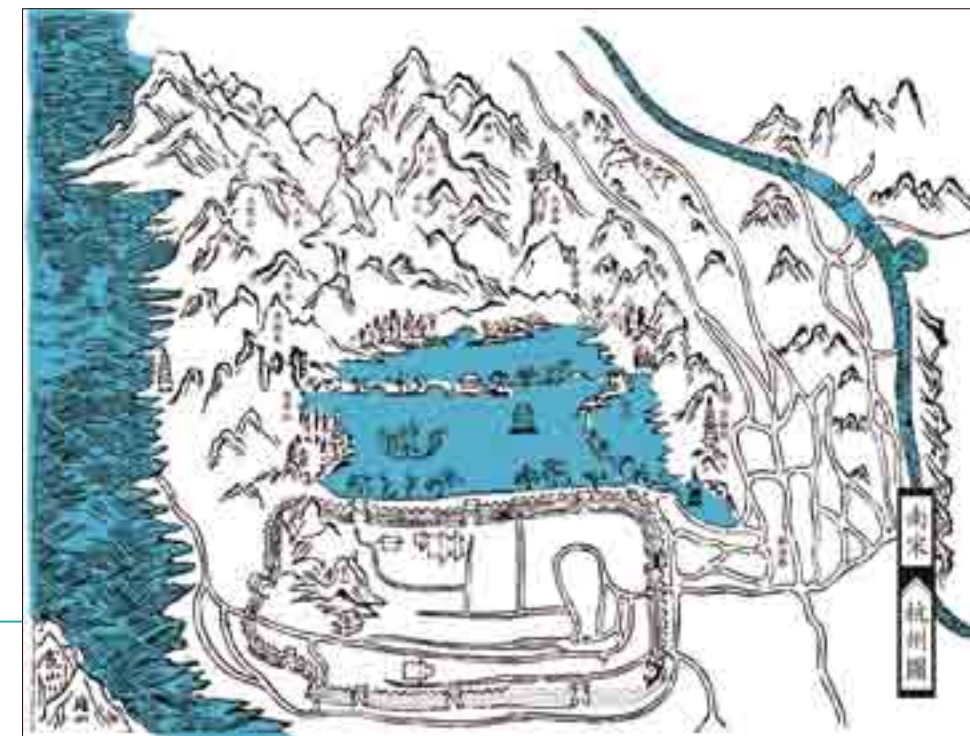
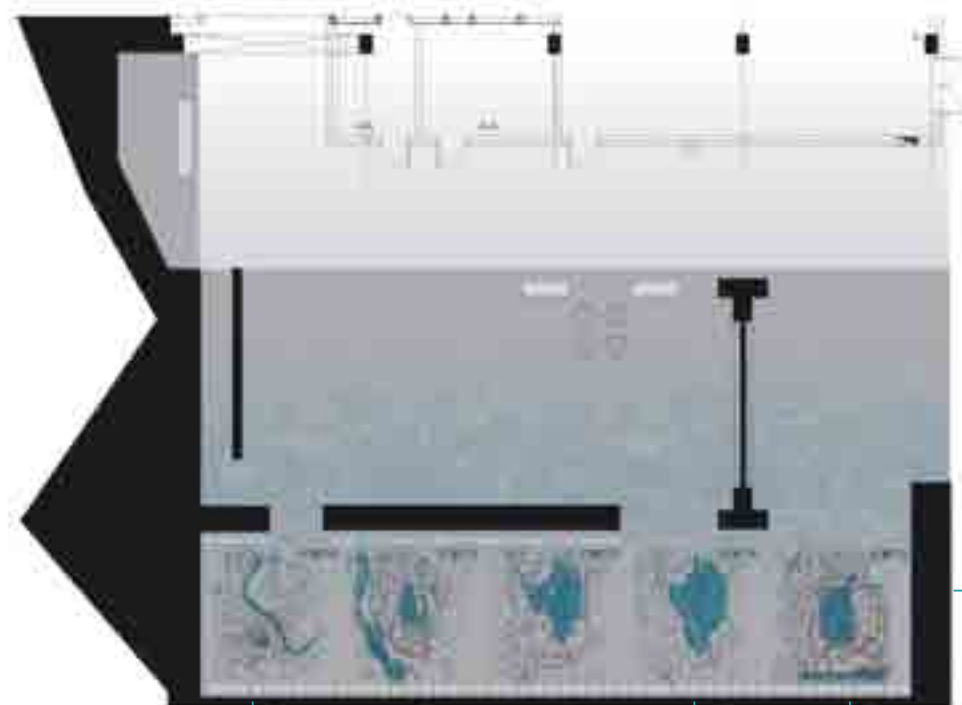
杭州是一座山水城市，杭州八千年的文明史和五千年的建城史与水有着不解之缘。水是生命之源，今天地球上40%的人口和90多个国家出现缺水危机。水资源紧缺，将成为制约城市发展和人类生存的严重问题。从历史的角度看，世界四大文明古国皆是因水而兴，尼罗河水养育了古埃及文明,幼发拉底河和底格里斯河养育了古巴比伦文明,恒河水养育了古印度文明，黄河、长江成为中华文明的生命、文明之流。就城市而言，有水才有城市：水不在，城市也将不在。

钱塘江、大运河、西子湖,还有美丽的西溪与广阔的东海，都是大自然对于杭州这座秀丽城市的无限厚爱。江、河、湖、海、溪“五水共导”浇灌、滋养着这座江南名城。杭州实施“五水共导”，其最根本的目的，是让全体市民因水而过上更加舒适、更具品质、更加幸福的生活，即以

民为本；实施保护第一，在保护与利用之间找到一个最佳平衡点；生态优先，努力实现在城市建设中生态效益最优化，尽最大可能保护和修复自然生态；文化为要，城市的文化遗产是城市文化的底蕴与精神财富，是不可再生、不可替代的瑰宝，在实施综合保护和城市建设中，将城市中和环绕城市周边地带现存的历史文化遗存，认真发掘、梳理、修复起来，捡起历史的碎片并将它系成城市文明的精神主脉；品质至上，在改革开放三十多年的发展进程中，杭州在建设不断地总结经验、开阔视野、提升品质，努力打造一个“蓝天、碧水、绿色、清静”的“真山真水园中城”，系统而综合地保护和开发杭州五水，始终将生态、文化、品质合为一体进行思考、规划与建设，使江、河、湖、海、溪有机贯通，使城市活跃在流动的清水间，人民生活在青山的怀抱中。

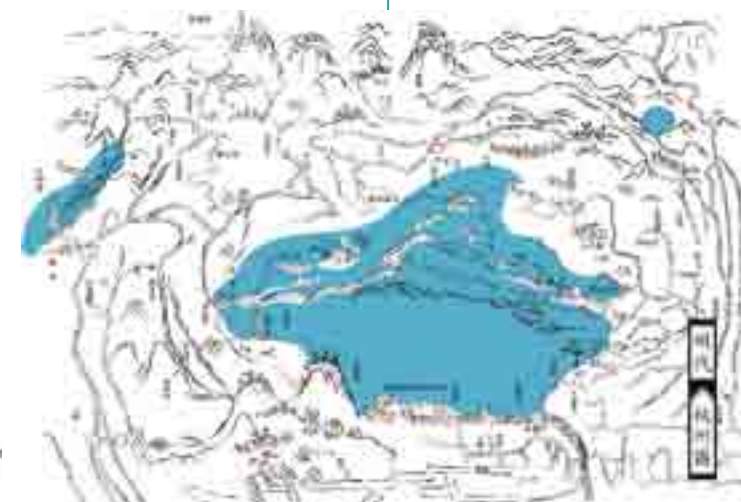
杭州是一座因水而生、因水而立、因水而兴、因水而名、因水而强的城市。生活在八千年前“跨湖桥”时代和生活在五千年前“良渚人”都是依水而生，依水而居。公元前222年秦朝设县，公元589年隋设置杭州城，都是因水而立。杭州因钱塘江的航运发展而立城。随着京杭大运河的贯通，杭州因运河的发展沟通了钱塘江和浙东水系，至两宋时期，杭州已经迅速地走向繁荣。唐及唐代之后，随着西湖的开发，以及依托西湖展开的人文、景观的建设，使西湖成为闻名天下的





1 | 2
3 | 4 | 5 | 6

1.百人话水展区地面设计/
2.3.4.5.6.百人话水展区
地面设计平面图（局部）/



美丽之湖，使环绕其发展的杭州城也成为美丽的“人间天堂”。新中国成立之后，尤其是改革开放的三十多年间，杭州在大踏步的城市建设中，全面地实施江、河、湖、海、溪的综合保护及江、河、湖、海、溪“五水共导”，从而跨入了一个因水而强的新时代。

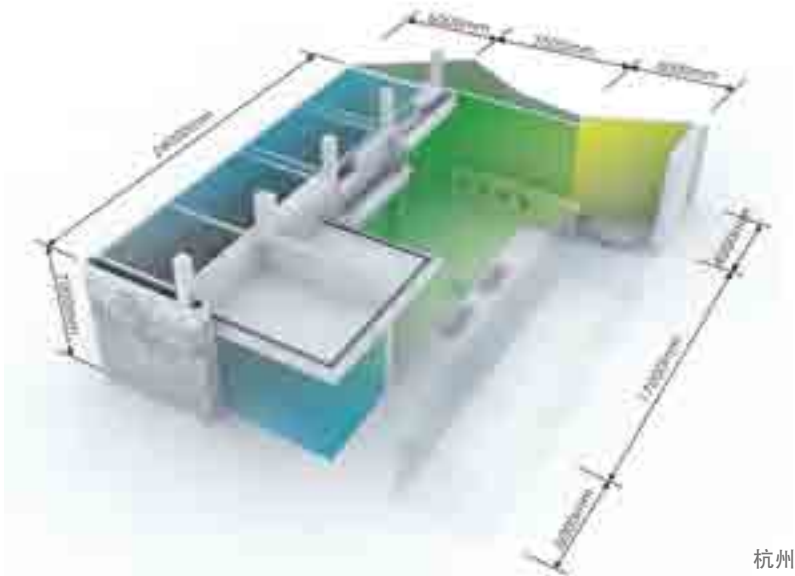
二、杭州的选择

人是城市之本，是城市发展的原动力，人建设了城市也选择了城市的未来。城市人的文化性格决定了城市人的选择。不同的自然环境往往会铸就不同的文化精神，自然与地理环境的不同，必然影响到生活在那里的人们的生活方式，而不同的生活方式自然会形成不同的文化精神。孟德斯鸠先生认为，气候环境对人的生理和性格起着决定性的作用。环境不但造就了生活在环境中人的体貌形象，也影响着人的内心情绪和性格。因此，地域文化或者说地域文化性格，是城市发展和城市文化的内在最持久的精神源泉，这种性格特征是特定地域人群共有的心理特征。这种共有的心理特征会形成该地域共同的心智模式和审美取向，这自然也就成为该地域的必然形象。

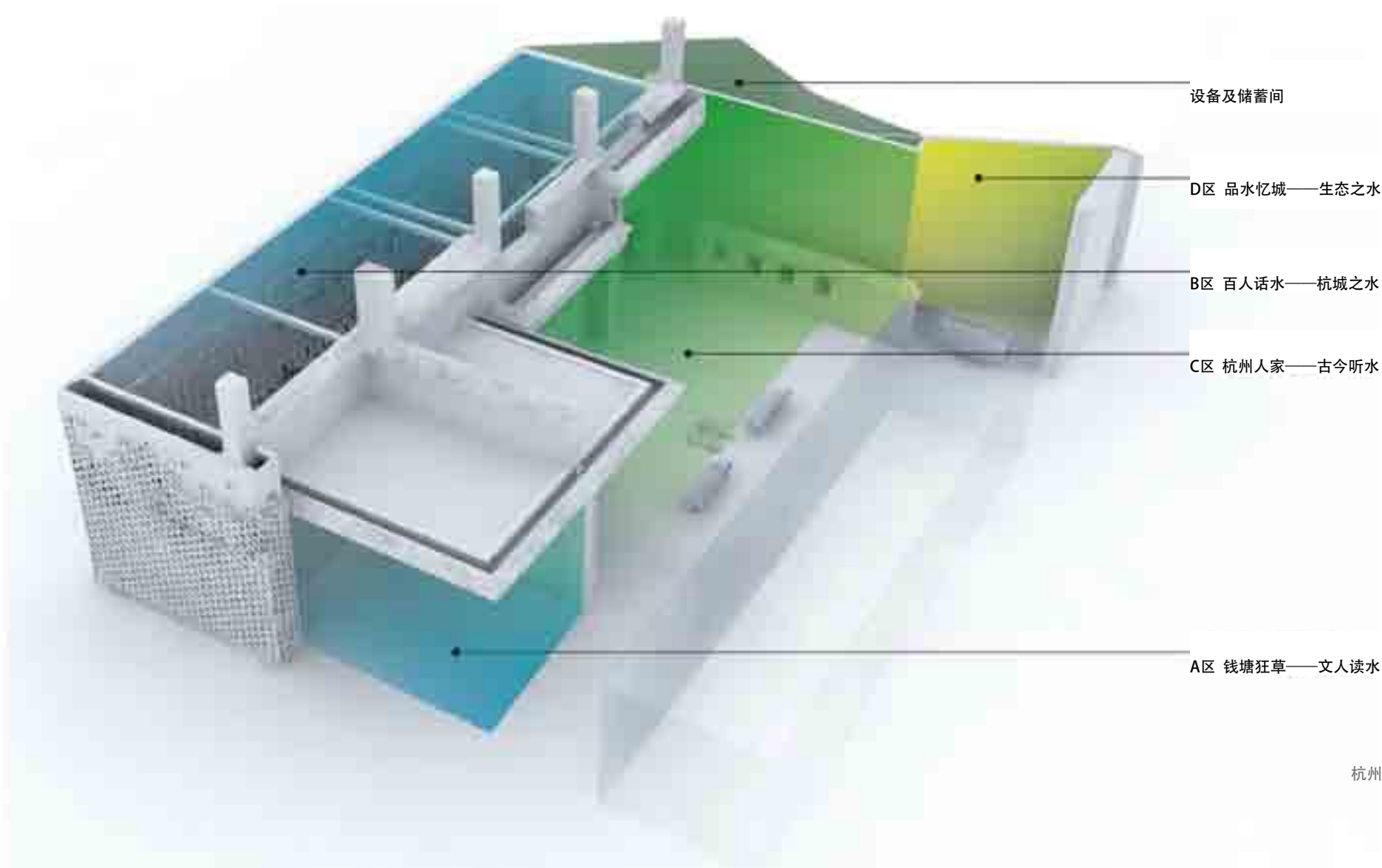
杭州地处北纬30度奇妙的地球自然和人文的奇观带上，属亚热带气候，杭州的山水，阴阳相宜、动静有制。优美的自然环境，升华着杭州人的风雅与品位。杭嘉湖平原，细腻肥沃的土地与水质，使之成为“鱼米之乡”、“丝绸之府”。在这片土地上的人们，只要其开动聪慧的脑筋，凭借勤劳的劳作，就可以有丰足的生活。由于生活的丰裕，这片土地上的人们面对生活自然有度地

追求更高的精神享受和品质生活，懂得艺术地建造自己的城市，艺术地建造自己的家园。

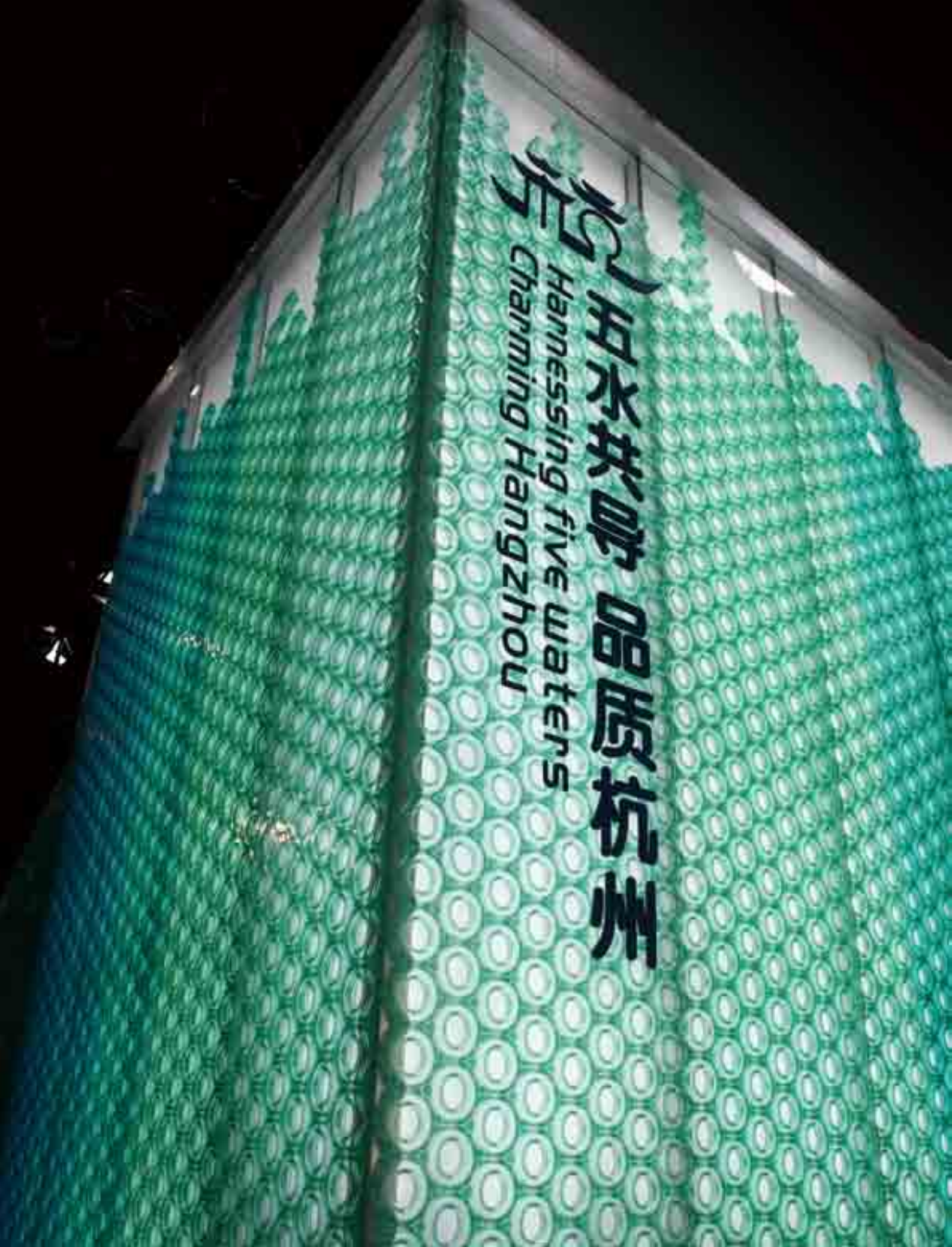
水对于杭州而言，是有着非凡的意义的，杭州与水患的抗争，对于水环境的整治，是伴随着城市不断发展壮大的历史的。对水患和水环境的整治过程也锤炼了这个城市人的性格，不断提升了这个城市人的生活的品质。杭州围绕着水，创造和发展了西湖文化、运河文化、钱塘江文化、西溪文化。这种与水亲密结缘的文化，这种在对水环境的治理与改造中所形成的基本态度，也逐渐形成了杭州的文化、精神与生活态度。在自汉时组



杭州馆尺寸图/



杭州馆展区分布图/



织修筑海防大塘，至今天的江、河、湖、海、溪综合治理，每一次对于水环境的改善中，杭州人也同时在改变着自己生活的环境与城市，改变着自己的家园人们。杭州人在规划自己的城市时不仅考虑城市的基本功能，保证城市的各项服务与良好的运作，还十分注重城市美学，从建筑形象、建筑色彩、建筑体量、空间密度、城市设施、城市区域间形与色的区别与联系、城市总体形象的营造等，注重舒适度、品质感、地方特色和城市文化精神的共同建设。

杭州人选择了自己的城市发展之路：将这座江南水城建设成为经济繁荣、文化丰厚、社会进步的“生活品质之城”。

三、世博最佳城市实践案例

2010年上海世界博览会，是首次在中国举行的大型世界博览会，世界各国政府和组织对本次世界博览会给予了高度重视与大力投入。世博会，从原来欧洲发达国家的技术、文化和国力展示，发展至今已成为全球性的展示人类发展与未来的大型博览会。2010年上海世博会以“城市”为主题，提出“城市，让生活更美好”。此次世博会设立城市最佳实践区，其目的在于给世界城市发展和建设中，有重要贡献和取得了可供世界城市建设与发展学习与参考的城市，提供一个充分展示其建设成就的国际性舞台，展示那些在面对全球性城市建设与发展的共同难题所做的建设性的、创新性的、革命性的城市建设的经验与成果，并将这些公认的、具有引领作用的城市发展案例案，展现在世界舞台上。杭州以“五水共导”打造“生活品质之城”的城市建设理念与发

展成就，成为2010年上海世博会城市最佳实践区的案例之一，与意大利的威尼斯、英国的利物浦等同在实践区展出。

杭州案例馆将自己的展示理念与城市建设发展的经验结合为一体，以“五水共导·品质杭州”为主题，突出城与水、城与人的关系，通过杭州治水实践，改造城市水环境，实现城市有机更新，提升城市与自然生态相互依从、相互促进的关系，实行生物治理、自然净化，探索都市湿地保护，五水综合治理，展示杭州治水实践与建城实践成果。与来自世界各地的城市充分交流经验，并在国际舞台上集中展示了一个“傍水而居、滨水而憩、依水而作”美丽的中国江南水城，体现这座江南水城的人、自然、文化三者完美结合的城市形象。

杭州案例馆的设计通过“读水”、“说水”、“听水”和“品水”四个层次来展现杭州城所特有的山水人文气息。“读水”，主要采用高科技手段用五种书法字体书写历代文人、志士赞美杭州山水的诗文，以五种书体之形，代表杭州“江、河、湖、海、溪”五水。“说水”，以杭州人说杭州“五水”为题，以杭州江、河、湖、海、溪不同区域的老百姓的生活见证杭州城市发展；杭州的建设者们讲述他们对杭州的建设作出的贡献，通过他们的建设，杭州发生了怎样的变化；杭州的领导者讲述他们对杭州这座山水城市的建设思路，把他们对于杭州未来发展的蓝图描绘出来。在展馆中，我们将五百张杭州人亲切的笑脸和他们的讲述集合为矩阵陈列在展馆中。“听水”，我们设计了典型杭州庭院式的展馆参观游戏进程中，以不同的水声为背景音乐，营

杭州馆龙井水砖墙/

造水清、河畅、岸绿、景美的清新宜人的江南山水之城印象，并以一组雕塑展现普通的“杭州人家”的生活场景，一个中国人家中秋团圆共进午餐的场景，让每一个参观者也参与其中。我们选择的“一家人”，是用蒙太奇的手法将不同历史时期的杭州人有机地结合为一家人，其目的是向人们传达这样一个信息：杭州的发展是与故人的努力，与先辈们的努力分不开的。“品水”，参观展览结束后，我们以龙井水砖式样的水瓶，盛装甘甜的天堂之水奉献给参观者，并将印有杭州山水地图的城市各景区的参观券也一同奉上，欢迎世界各国的朋友们到天堂般美丽的杭州来。

2010年上海世博会，对杭州打造“五水共导”的“生活品质之城”是一个最好的表彰舞台。杭州以它的城市建设理念和建设成果，向世人充分展示了这座因水而兴的美丽城市。



杭州馆现场/

中国国际海报双年展//
千姿百态 美轮美奂///

China International Poster Biennale//
Different Poses and Beautiful Expressions///



赵燕
中国美术学院
艺术设计职业技术学院
院长、教授

2003年10月21日，一个风和日丽、秋高气爽的日子，杭州——这个集人文、历史和景观于一身的远东名城，迎来了“第一届中国国际海报双年展”隆重开幕的重要时刻。来自国际、国内的众多设计师云集杭州南山路，参加在中国美术学院美术馆举行的中国国际海报双年展系列文化交流活动。光阴如梭，海报双年展至今已过四届，第五届中国国际海报双年展正在紧锣密鼓地筹办之中。

一、国际海报双年展简介

中国国际海报双年展是一项世界水平的平面设计之海报设计作品大赛，作品征集面向世界范围的平面设计师和设计机构，作品没有限定参赛主题，任何类型的文化和商业海报均可以选送，设计师会将自己近年的代表作寄送组委会参赛。通常情况下，组委会在募集作品时会收到来自亚洲、欧洲、北美洲、南美洲和澳洲等50多个国家的设计师的海报作品印刷原作。每届参赛作者大约500-600名之间，参赛作品数量在2000-3000件之间。

为保证海报双年展的国际学术水平，每届展览筹备期间都会由组委会推选出当时具世界一流设计水准的设计大师组成作品评审团，5位国际评审团成员分别来自不同的国家，由于他们的参与和把关，保证了入选与参展作品的专业质量。海报双年展有一系列极为严格的评审机制与策展程序，自2003年创立至今，已经过四年次评审活动，通过许多国家评委们的交流和沟通，评审机制日臻成熟，评审过程非常有序且符合国际潮流与规范。

整个评审和策展过程大致有如下程序与步骤：
（1）组委会召开评委推荐会议，确定当届双年展国内与国际评委；（2）拟定和公布作品征集函；（3）作品征集与收件整理；（4）初评，由5位初评委员选出参赛作品；（5）编辑与出版入选作品集；（6）终评，由5位终评委员选出获奖作品；（7）正式展出和举行颁奖仪式及高峰论坛等交流活动。从程序第一步开始至正式展出跨时长达500多天。大赛常设金奖一项、银奖二项、铜奖三项，评审员奖五项。作品的入选和获奖有如下评价标准：一是创意思维独特，强调作品的原创性；二是传达表述清晰，强调对海报内容的准确无误地表达；三是表现手法的新颖，强调艺术的、与众不同的图形描绘与编排设计效果。评审委员正是严格地把握上述评审标准，确保入选和获奖作品面貌千姿百态。

中国国际海报双年展如同波兰华沙国际海报双年展、法国肖蒙国际海报与平面设计艺术节、墨西哥国际海报双年展、捷克布鲁诺国际平面设计双年展、日本富山国际海报三年展和莫斯科金蜜蜂国际平面设计双年展等一样成为国际平面设计领域学术水平最高的海报竞赛，作为国家级的专业交流活动，受中华人民共和国文化部批准，成为文化部对外文化交流项目。展望2011年，组委会将以更高的要求组织好双年展的各项活动，为设计的交流作出更大的贡献。

二、海报双年展学术活动及意义

中国美术学院是一所具有80多年办学历史、学术成果丰厚、艺术人才辈出的一流美术与设计教育和研究机构。海报双年展依托她的学术研究平台作后盾，为我们办好设计大赛提供了质的保证。

从2003年第一届海报双年展开始，先后有几十位国际设计大师和国内著名设计师来杭州参加作品评审活动，他们是罗伯特·彼得斯（加拿大）、雷夫·斯赖夫格（瑞士）、米雪·布维（法国）、皮埃尔·贝纳尔（法国）、麦瑟斯罗·瓦萨列维斯基（波兰）、雷扎·阿贝迪尼（伊朗）、梅尔基奥尔·伊伯顿（瑞士）、乌韦·勒施（德国）、雷内·沃纳（瑞士）、林博格·哈门（荷兰）、安德烈·罗克威（俄罗斯）、彬崎真之助（日本）、安德鲁·巴尔丁（瑞士）、靳埭强（中国香港）、王序、余秉楠、陈绍华、王粤飞、赵燕、毕学锋、施令红、袁由敏、韩绪、王雪青、林家阳、吕敬人、刘小康、宋协伟等，他们不仅仅在杭州参加评审活动，还带来了个人作品，举行作品联展，参加双年展设计高峰论坛活动，组织与参加短期工作坊，短时间内大师们带来的高密度专业信息，使国内参观者、教师和业内人员受益匪浅，使设计师们、设计专业学生们和普通市民大饱眼福。



1
2

1.第二届中国国际海报双年展/
2.许江院长致辞/

两年一次的中国国际海报双年展除了入选作品展之外，还有一系列的子项目，例如评委大师作品联展，评委们亲莅现场与观众面对面进行交流，互通信息。再例如专题讲座和高峰论坛，设计师共聚一堂，大师亲自播放和介绍自己的作品和工作状况，台上台下互动交流，许多国际设计行业新观点、新动向、新作品得以及时传播。最具特色的子项目是文献展，例如“中国早期老月份牌广告画原作展”。作为现代广告招贴，中国老月份牌广告画自它诞生之日起，至今已有90多年，由于是当年的印刷品，存世资料甚为丰富，这些广告画是我国广告行业和设计教育行业的宝贵遗产，作品之中有若干幅为手工原作。更值得一书的是第三届双年展子项目——“中国·波兰电影海报回顾展”，展出20世纪40年代至50年代的电影海报原作精品100件，这100件展品分别来自中国美术学院版画系系藏及瑞士著名海报收藏家 Rene Wanner 的个人藏品。其中的50件作品由中国美术学院版画系提供、内容为新中国电影海报（或称宣传画）。同时期，作为当时的社会主义阵营的国家——波兰，也创作了一大批经典的电影海报作品，Rene Wanne 先生从他的收藏品中精心挑选了50件海报作品，为观众梳理了一条关于波兰手绘风格电影海报发展的清晰脉络。值得一提的是，不少展品目前已是存世珍品，具有很高的学术价值。亲历现场，近距离地感受老电影海报传达的艺术气息，同时，也可以阅读到中国著名老电影海报收藏评论家朱洁云先生及瑞士著名海报收藏评论家 Krzysztof Dydo 先生专门为本展览撰写的评论文章，更理性、深入地游历东西方社会主义国家在电影海报设计中的艺术之旅。

双年展的学术高潮是子项目——设计高级论坛，是一次由近百位来自国内外顶尖平面设计师和学者组成的平面设计学术盛宴。旨在促进国际间平面设计体系、思想、成果的交流与融合，共同搭建平面设计交流与合作平台。高级论坛国际讲师

团将从多角度、多方位来分析目前该领域所取得的成果和现状。四届海报双年展子项目还有“中法学生主题海报交流展”、“白金创意平面设计学生作品大赛”、“竖排与横排——中文与拉丁文字版面编年史研究文献展”、“新招贴时代实验设计邀请展”等，本文篇幅所限，不能一一详述。

每次中国国际海报双年展开幕式，也是海报作品集的首发式，图文并茂的海报作品集是一次设计盛会的真实记录，它发表了每一幅入选作品，介绍当年的评委及评委代表作品，详细介绍了重要的子项目，是一部极为珍贵的历史文献。

三、丰富多彩的西博会，美轮美奂的海报展

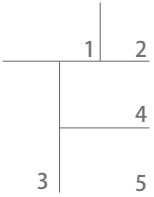
2005年10月12日，第二届中国国际海报双年展正式得到中华人民共和国文化部批准。同年，双年展被杭州西湖博览会组织委员会确立为西博会正式项目。从2003年第一届中国国际海报双年展至今8年来，一直得到省市领导的高度重视和大力支持，例如时任杭州市市长的蔡奇同志亲临第一届海报双年展现场指导工作，副市长叶敏同志出席第三届中国国际海报双年展开幕式，时任中共杭州市委书记的王国平同志在第四届杭州西湖博览会闭幕大会上将中国国际海报双年展例为该届西博会排名第四的重要文化项目，仅排在“开幕式大型文艺表演”、“国际烟花节”和“狂欢节”之后，称之为“美轮美奂的海报展”。每届海报双年展的组委会工作均直接得到杭州西博会办公室的指导和帮助，双年展的成功与西博会组



获奖作品/

委会全体人员的努力和贡献分不开。在2007年5月西博会[2007]21号文件《关于确定2007第三届中国国际海报双年展为西博会项目的通知》中有如下描述：“……请按西博会项目管理规定，抓紧与西博会签订《中国杭州西湖博览会项目实施合同》，并根据会审意见做好以下工作：一、成立活动领导和筹备工作班子，进一步完善组织机构，明确分工，落实责任。二、完善邀请与接待工作计划与措施，制定专门的来宾接待工作方案和预案。三、完善项目实施方案，策划好分项活动实施方案，认真开展前期宣传活动，确保筹备工作计划实施。”

四届中国国际海报双年展的成功举办和它带来的良好的社会影响与学术影响，使这项活动得到各方的肯定和重视。中国美术学院举办的海报双年展，秉承的“以人文关怀为特色，促进创新思维、设计思路的传播”思想，与西博会弘扬的“精致和谐，大气开发”、“提升生活品质”的杭州人文精神和目标极其统一。我们相信：依托江南山水灵性的西湖风光和人文胜景，依托杭州市民的热情关心，依托杭州市政府领导、西博会组委会和中国美术学院雄厚的艺术人才力量的通力合作，一定能完美地展示杭州——这座历史文化名城的学术神韵，让人们在人间天堂享受山水风光的同时，品赏高品位艺术设计的视觉盛宴。



- 1、中国国际海报双年展评选现场/
- 2、纸的语言实验性海报/
- 3、2009年中国海报双年展/
- 4、海报展现场/
- 5、获奖作品/



中国国际动漫节//
动漫之都的创建与发展///

China International Cartoon & Animation Festival//
Creation and Development of the City of Cartoon
& Animation///



吴小华
中国美术学院院长助理
兼上海设计学院院长
教授、博士生导师

中国国际动漫节是国内最具权威和影响力的动漫节。之所以能够在杭州举办并永久落户杭州，主要在于这座城市的文化底蕴和经济实力，以及杭州市委、市政府对文化创意产业和动漫产业的重视。中国国际动漫节与国际上其他一些国家举办的动漫节有着较大的区别，它是世界上唯一的一个由政府主导的动漫节。围绕“动漫的盛会，人民的节日”这一宗旨，以逐步提升“专业化、国际化、产业化、品牌化”为目标，全面覆盖原创、制作、出版、播出、教育、技术、衍生产品开发等动漫产业链各环节，使之成为国内最具影响力的动漫节。前几届中国国际动漫节努力创新办节模式，提升展会效益，提高服务水准，扩大海内外知名度和影响力，取得了令人瞩目的成绩。

动漫节 打造交流平台

近三年，杭州的动画片创作始终名列全国城市榜首，今年动画片产量已达到35000分钟，而与之相关联的动漫产业（包括漫画、游戏、图书出版、玩具和动漫衍生产品等等）也有了较大的发展。

作为我国唯一“国家级”动漫专业会展——中国国际动漫节，从2005年至2010年已成功举办了6届。在这6年里，杭州的动画片产量从2005年的3000分钟左右上升到2009年的27409分钟，占全国总产量的16%，位列全国各大城市第一位；动画片产量翻了10倍，动漫企业也由原来的十几家发展为一百多家，而动画片的种类也由过去单一的二维动画扩大到FLASH、三维动画、定格动画以及动画电影等等。这些都和中国国际动漫节在杭州的成功举办有着直接的关系，中国国际动漫节不仅仅为广大观众带来了愉悦和快乐，更多的是为杭州的动漫企业带来了很好的国际交流平台，使得企业有更多的机会参与其中，并面对面地与国内外的企业、专家、学者进行深度的交流和学习。通过这样的交流和学习，在杭的企业和动画创作者提高了眼界、拓宽了创造思路、增强了信心。

中国美术学院从2005年参加首届中国国际动漫节以来，积极参与并配合杭州市政府做好动漫节的各项工作。2006年，中国美术学院率先向杭州市政府打报告提出“打造动漫之都”的口号，并为中国国际动漫节永久落户杭州作出了巨大的贡献。

中国美术学院传媒动画学院2005年至2010年连续参加了所有6届“中国国际动漫节”，在这6届中，学院通过不同的面貌和生动的题材，向人们展示了中国最优秀美术学院的综合实力和艺术高点。从2005年的首届动漫高峰论坛在象山校区举办，2006年围绕中国当代动画、漫画以及数字媒体的发展趋向，调动中国美术学院各学院的优秀作品共同参与，2007年为配合中国共产党建党八十周年，重点推出26集革命历史题材动画系列片《小红军长征记》，2008年与上海文广集团共同创作反映我国航空领域快速发展的动画电影《嫦娥奔月》，2009年第一次尝试院校与企业（wacom公司）合作共同参与的新模式，到2010年学院与多个企业共同组织和参与的方式，既提升了学院在动漫领域的地位，将教学和科研有机地结合在一起，又解决了学院在参与动漫节过程中的经费问题，使学院真正融入到今天的动漫发展行列中。

博物馆 力透文化素养

中国动漫博物馆是由杭州市政府出资建设的全球最大的专业性动漫博物馆，目前正在紧张的实施过程中。

中国具有悠久的动漫文化历史，皮影动画、水墨动画、剪纸动画都起源于中国。中国老一辈漫画家叶浅予、丰子恺、张乐平、华君武在国际上享有盛誉。但迄今为止，中国尚未有国家级的动漫博物馆。

在党中央、国务院高度重视发展动漫产业，全国动漫产业形成大发展、大繁荣的今天，中国呼唤动漫博物馆。杭州市委、市政府致力于打造全国文化创意产业中心和动漫之都，在2009年第五届中国国际动漫节的新闻发布会上，杭州市领导发布并倡导杭州将建设中国动漫博物馆的宣言，经过一年多的调研、策划和梳理，并邀请全国著名动漫专家、学者和高校资深动漫教育者，通过科学论证和可行性分析并做了大量的调研和前期准备工作，正式向有关部门提出建设中国动漫博物馆的整体构想，并拿出了完整的可行性方案。

中国漫画界有着一大批出身杭州、学自杭州或成就在杭州的老一辈漫画大师，如丰子恺、叶浅予、张乐平、华君武、米谷、李可染、倪貽德、赵延年、萧峰、黄苗子、方成、张仃、丁聪、季小波、胡亚光、章西崖、丁深、刘庸非、于保勋等。这些漫画大师，是中国当代漫画的先驱和元老，是20世纪30年代后中国漫画创作的中坚力量。1937年抗日战争爆发后，他们又成为叶浅予领军的抗日漫画宣传的主力军。解放后，这些漫画大师们长期在杭州办学任教，培养了新中国一大批优秀漫画人才，为中国漫画事业的发展立下不可磨灭的功勋。

杭州正因为其独特的人文优势、环境优势和经济优势，所以国家级的博物馆：中国运河博物馆、中国水利博物馆、中国茶叶博物馆、中国西溪湿地博物馆、中国良渚文化博物院、中国江南水乡文化博物馆、中国印学博物馆、中国丝绸博物馆、中国财政博物馆、中国刀剪剑博物馆、中国伞博物馆、中国扇博物馆、中国中药博物馆（胡庆余堂中药博物馆）、中国西药博物馆（民生药业陈列馆）、中国钱币博物馆、中国民营企业博物馆、中国围垦博物馆、中国杭州西湖博览会博物馆、中国体育博物馆杭州分馆等相继落户在杭州。建设中国动漫博物馆，不仅填补了中国动漫界的空白，又为国家级博物馆重镇——杭州添上了浓重的一笔。

中国动漫博物馆将选址杭州白马湖生态创意城，位于杭州高新区（滨江）南部区块，该区块包含动漫博物馆、动漫广场、动漫会展中心、动漫主题公园、企业孵化器等主要建筑。区块北至彩虹大道，西至浦沿路，东南接萧山区界，区域东西长约6.8公里，南北纵深约3.7公里，规划面积约20平方公里，全力发展以动漫为首的文化创意产业。建成后的中国动漫博物馆将成为带动该区块整体发展的核心建筑，与白马湖动漫广场二期展览馆相邻，是生态创意城的核心区块、标杆项目，总建筑面积约25000平方米。中国动漫博物馆将全面展示中国动漫历史，重点介绍世界动漫强国，突出反映中国动漫成果，充分运用现代动漫科技，让观众切身体验动漫游乐氛围，完整领略动漫文化艺术。中国动漫博物馆建设目标为国内规模最大、展品最丰富、内容最权威、国内首创、国际一流的动漫专业博物馆。

筹建中的中国动漫博物馆将根据动漫特有的内涵和创新的理念，充分运用高科技手段，区别于传统博物馆，既要图、文、影像并茂，又要有立体感、炫动感、神奇感；既要好看、好学，又要可玩、可购；既要有高雅的艺术欣赏，又要有活泼的体验互动。中国动漫博物馆主要有以下几个功能：

1、展示功能

充分展示中国动漫八十年历史，特别是近五年中国动漫快速发展的情况。全面展示国际动漫的历史概况和发展趋向，突出介绍动漫大国和国际动漫大师的精品、名品。重点展示杭州打造“动漫之都”的成果特色，展现杭州五大国家级动漫基地和杭州的动漫企业和领军人物，特别是中国国际动漫节为推进中国动漫产业发展作出的贡献和取得的成果。

2、教育功能

中国动漫博物馆作为在杭高校动画学院的实验课堂和中、小学生课外学习的“第二课堂”，既为专业学者提供教育实践的场所，也为广大受众了解动漫知识提供学习园地。面向国内外开设动漫专业知识和行业管理的培训班，充分营造杭州动漫教育的良好氛围。

3、学术功能

利用杭州“国家动漫基地全国协作体”的组织，举办各类学术研讨活动。联合中国动画学会，举办国际性动漫展评、高峰论坛和全国动画年会。组织杭州动漫游戏协会会员，定期开展动漫沙龙和工作交流活动。邀请国内外动漫专家进行考察指导，不断调整充实中国动漫博物馆的软件建设，提高学术品位。

4、体验功能

在建筑风格、内容设置、表现形式等方面体现新奇、变动、丰富，使其具有视觉冲击力、观赏趣味性、体验互动感。开设名人对话、4D影院、卡通直通车等内容和项目，让受众在轻松、愉悦的环境中享受动漫带来的无穷魅力。

探索 运营未来商机

杭州的动漫产业发展应该是属于一种较为平稳和有序的发展过程，早在20世纪80年代，杭州就有为国外加工动画片的历史，这为今天的动画片创作打下了良好的基础。动漫产业未来的发展必须让动漫企业进入到商业的运营模式中，单凭动漫企业的投入和政府奖励与补贴是无法真正实现动漫的正常运营和发展的。因此，杭州动漫产业未来的发展应该更多地思考商业模式的构建。



动漫的发展必须让企业对动漫文化和动漫经济有更多的认识。动漫的生存，一开始就应该让动漫具有较高的商业化意识，即必须将动漫的商业计划与制作计划同时进行。商业计划往往是动漫企业无法完成的。在日本，任何动画公司都没有独立制作动画的经费，需要找赞助商，它们包括电视、电影、动画片和杂志、图书、录像带等综合产业的出版商和渠道商，并涉及玩具、服装、食品、广告等广泛领域。这样的投资方式，使动漫产品在初期就经过了多道各类市场专业人士的审核和建议，一旦产品付诸实施，其成功的几率就大为增加，而且分解了投资商的风险，动漫公司不需要多少资金就能成功启动项目。

杭州有着优秀的文化底蕴和良好的经济基础，同时又有一百多家动漫企业和十余所开展动漫教学的高校，结合现有影视、广告和设计等科研机构的的资源优势。杭州动漫产业未来的发展必将引领国内其他城市。当然，如何实现并做到这一切，还须政府和主管部门做好正确的引导协调工作，并就动漫产业的开发和生产出台相应的法规和政策加以鼓励和扶持。只有这样，杭州动漫产业未来的发展才能真正得以发展和壮大。

动漫产业 营造城市美学

每一座城市都应该有自己的城市美学特征。动漫产业作为构成杭州城市美学的一部分，目前已拥有六个国家级动漫产业和教研基地：杭州高新区国家动画产业基地(广电总局2004年)、（国家）西湖区数字娱乐产业示范基地（文化部2006年）、浙江中南集团卡通影视有限公司国家文化产业示范基地（文化部2008年）、中国美术学院国家动画教学研究基地（广电总局2004年）、浙江大学国家动画教学研究基地（广电总局2007年）、浙江传媒学院国家动画教学研究基地（广电总局2007年）。据目前统计，杭州是全国拥有国家级动漫基地数量最多的城市。

动漫产业是当下中国发展动漫事业的主要力量之所在。改革开放以后，中国各类事业的发展都解放思想，灵活经营，动画事业也概莫能外。与改革开放以前中国几十年的动画事业相比，进入了动漫产业化的动画发展时期具有构思上更活泼、技法上更先进、经营上更灵活的特点。所谓构思上更活泼，是指动画作品摆脱了传统说教的固执思想，首先考虑观众们所喜闻乐见的题材，尊重观众的偏好；所谓技法上更先进，是指动画创作在秉承“中国学派”异彩纷呈的基础上，以动画艺术技法探求为主，以先进的电脑声乐技术为辅，全方位地增加作品的效果；所谓经营上更灵活，是指动画产品脱离了计划生产的限制，掺入了越来越多的商业因素。这样，一方面动画创作机构不必依靠来自外界的支持就能够通过成功的商业运作保证自身的发展，另一方面，衍生产品、与动漫相关的电子游戏产品以及动漫品牌的立体态势经营也在无形中推广了动漫作品的社会影响力。

自2005年以来，杭州成功举办了6届中国国际动漫节。第六届中国国际动漫节共吸引了47个国家和地区参与，365家中外企业参展，161万人次参加了包括产业博览会在内的各项活动，签约项目近200个，涉及金额83亿元，现场成交金额23亿元，总金额达到106亿元。被国内外专家一直认为是世界上规模最大、人气最旺的动漫盛会。中央政治局常委李长春同志为第六届动漫节发来热情洋溢的贺信。世界动漫学会创始人波尔多·多文考维奇先生对杭州举办动漫节的评价是：“世界上最富想象的事业落户在世界上最美丽的地方。”

早在2005年，杭州市委、市政府就制定并颁布了《关于鼓励和扶持动漫游戏产业发展的若干意见（试行）》（杭政办〔2005〕18号），明确提出设立5000万元的产业发展专项资金以及税收、工商、土地和人才引进等一套完整的扶持政策。此举早于国务院《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》（国办发〔2006〕23号），在全国各大城市中首开先河。杭州市又在2007年和2010年相继出台了《关于鼓励和扶持动漫游戏产业发展的补充意见》（杭政办〔2007〕39号）和《关于进一步鼓励和扶持动漫游戏产业发展的补充意见》（市委办〔2010〕3号），根据动漫产业的发展形势加大扶持力度、加强平台建设、完善政策配套，动漫产业发展专项资金更是从5000万元一举提高到了7000万元。

2006年，杭州市委、市政府提出打造“动漫之都”的战略目标，出台了强有力的扶持政策。香港、台湾和内地的漫画家黄玉郎、朱德庸、蔡志忠、姚非拉、聂峻，以及中国动漫龙头企业如湖南的宏梦、北京的漫奇妙等纷纷落户杭州，杭州还培养出土生土长并成为中国动漫领军企业的中南卡通。经过5年发展，2010年在册的动漫企业已达178家。其中，动画企业66家，漫画企业11家，游戏企业54家，衍生品、教育培训等周边产业领域企业47家，从业人数近2万人。在2010年6月公布的2009年度少儿精品发展专项资金及国产动画发展专项资金项目扶持名单中，中南卡通、宏梦卡通、漫奇妙、九越数字、时空影视等5家杭州企业的7部作品入围，分别获得3个一等奖、3个二等奖和1个鼓励奖，取得国家奖励198万元，占全国优秀国产动画片项目专项扶持资金的四分之一以上。

2009年，杭州市原创动画产量位列全国各大城市第一位。从原创动画片制作生产机构排名来看，位于全国前五位的原创动画片生产机构中，杭州企业占了两席，杭州漫奇妙动漫制作有限公司以10部12945分钟的产量位居全国第一，浙江中南集团卡通影视有限公司以10部作品、6474分钟的产量位居全国第四。在国家广电总局推荐优先播出的52部动画片中，杭州有8部作品榜上有名，入选作品数量为全国各大城市之最。其中，中南卡通的《郑和下西洋》还获得全国第十一届“五个一”工程奖。2010年上半年，杭州市完成动画片724集7676分钟，同比增长15.32%。同时，《乐比悠悠》、《秦时明月之诸子百家》、《秦时明月之笑闯江湖》等3部作品被广电总局推荐为2010年度优秀动画片。产量、质量继续领跑全国。

2010年5月，国务院正式批准的《长江三角洲地区区域规划》中将“杭州建设全国文化创意中心”列为杭州城市发展功能定位的重要内容之一。这意味着，打造全国文化创意产业中心已经由杭州的地方性战略升格为国家级战略目标，成为杭州落实科学发展观、调整产业结构、实现经济转型升级的重要抓手。

因此，一座城市的城市美学不仅仅依靠单方面的理念和形象来得以呈现，而是依靠多重的元素来组织构成，动漫产业是构成杭州城市美学的一部分，它必将对提升杭州城市美学起到必不可缺的作用。



2010国际纹样创意设计大赛//
生活品质 设计创意///

International Creative Pattern
Design Competition 2010//
Quality Life and Creative Design///



吴海燕
中国美术学院
设计艺术学院副院长
教授、博士生导师

由于图案在当今设计领域的不断拓展，纹样的应用已经越来越广泛，同时基于杭州市文化品牌建设需要创意产业的不断推进，以及全球纹样创意设计在各个专业领域中的广泛应用，“2010国际纹样创意设计大赛”系列活动应运而生。

该活动由杭州市政府与中国美术学院共同主办，由杭州市文化创意产业办公室、中国美术学院纺织服装研究院、中国美术学院设计艺术学院染织与服装系、浙江省创意设计协会联合承办。此次大赛秉承着将艺术教育、学术、市场相结合，更好地推动创意产业发展的宗旨，邀请国内外的著名设计师、艺术设计教育家、文化创意知名人士、著名时尚媒体记者、著名时尚评论家等专业人士参加，共同探讨当今艺术设计的未来发展之路，进一步推进“生活品质之城”的快速发展，加快推动了杭州文化创意产业与国际创意产业的交流合作。

专业展览引领国际纹样创意产业，发掘设计创新型人才

“2010国际纹样创意设计大赛作品展”于2010年10月15-18日在杭州文博会主会场和平国际会展中心举行。大赛以“地球·生命”为主题，在全球范围内征集以纹样创意为核心的创意产品或艺术品。参赛选手来自英、法、德、日等9个国家和地区，遍及工业、平面、染织、服装以及其

他综合设计领域。大赛评委为来自法国、德国、英国、意大利、瑞典、韩国及中国台湾等国家和地区的国际创意设计领域的十余位领军人物、著名专业权威人士、时尚媒体记者及评论家。

展览现场，参展作品规模宏大、综合性强。作品鲜明的艺术表现强烈表达了作者对地球生命的热爱，以及对当今绿色环保、民族文化遗产、高新科技等相关领域的热门话题的关注。此次作品展览引起了强烈反响，16日当天观众人数达到了上千人次，观众们对特邀展区的创意纹样表现出了浓厚的兴趣，并多次向举办方表达购买意愿，更有作品当场获得企业的认可而签下订单。

国际论坛共同探讨文化创意产业与城市发展方式的转变

作为文博会的重要环节之一，“国际创意产业头脑风暴论坛”于2010年10月17日在杭州索菲特酒店宴会厅举行。论坛历时6个小时，涉及文创产业的诸多方向。此次论坛加快推动了杭州文创产业与国际创意产业的交流合作，进一步推进了杭州“生活品质之城”的快速发展。

瑞典H & M创意顾问（H&M设计总监）玛格丽特·范·登·博世(Margareta Van Den Bosch)女士、英国伦敦中央圣马丁艺术学院染织服装系主任安娜·史密斯(Anne Smith)女士、国际时



- 1
- 2
- 3

1.国际评委认真评审打分/
2.国际评委合影/
3.参赛作品/

尚流行趋势和设计趋势研究专家凯·邦德（Cay Bond）女士、韩国弘益大学纺织艺术与时装设计系琴基淑教授等14位来自法、德、意、英、瑞典、韩国以及中国等国家和地区的创意产业领域领军人物共同出席本次论坛，讨论关于文化创意产业与城市发展方式的转变等议题。

杭州市副市长陈小平首先就杭州市文创产业的五大优势发表了精彩的演讲，强调了杭州市将文创产业从传统产业中剥离出来的独创性，充分肯定了杭州发展文创产业的有利地位及有效措施。中国美术学院王赞副院长就高等教育的现状提出了见解，着重强调了创意人才教育的重要性。14位嘉宾共同探讨了21世纪创意产业作为文化产业中的支柱，在城市发展方式转变中的关系；创意产业发展与地域特色、传统文化的关系，创意产业与高等院校人才培养的链接关系，以及创意产业未来的发展方向等等问题。各位嘉宾各抒己见，就本土文化、团队设计、科技、乡村、中产人群引导设计方向等话题进行热议，并就创意产业的特色发展与瓶颈等问题提出了很多有学科建设性的意见和解决办法。

文化与形式的研究、交流、借鉴和活化

2010年10月15日上午9点，在中国美术学院专家楼举办“纹样解读国际研讨会”。纹样是一个民族文化的象征符号，通过纹样这个符号，探索不同民族的心灵历程及纹样构成模式是本次研讨会的任务；以文化研究作为世界各国和地区各种纹样活化的前提和基础，以文化交流推动世界各民族和地区的相互理解和尊重是本次研讨会的愿景，以研究推动本民族传统文化的传承并重振辉煌且促进各民族文化的共同发展是本次研讨会的宗旨。经济全球化带来各国家、各地区、各民族之间的密切交流，而理解和认识不同民族的文化并尊重之成为学者们担负的重要社会责任。此次研讨会极大地推动了国际学界和设计界对各民族纹样的文化和形式的研究、交流、借鉴和活化。

开放式系列讲座丰富杭州市民的文化品质生活

活动期间，大赛组委会还专门邀请了诸位国际时尚界专业人士为杭州市民举办开放式主题讲座，包括：意大利PALIMODA设计学院设计系主任Patrick De Muynck主题讲座“成为服装设计师的10条规则”、著名服装设计师，H&M品牌设计总监玛格丽特·范·登·博主题讲座“全球化产业背景下品牌管理的创新发展——H&M的品牌历史与工作流程”、英国伦敦圣马丁艺术学院染织服装系主任安娜·史密斯主题讲座“英国设计教育与创意产业发展的关系与前景”等。这些讲座同时也是由市文创办、杭州日报、拱墅区委宣传部、浙江省创意设计协会主办，创意力量中国网承办的“创意力量大讲堂”的重要组成部分。

开放式主题讲座不仅丰富了杭州市民的文化品质生活，更为杭州打造全国文化创意产业中心营造了良好的信息交流与人才培养环境，为构建学习型、创新型城市提供了有效的动力支持和载体支撑。

颁奖典礼成为另一个创意设计舞台

作为本年度杭州市文创博览会的重头项目，“2010国际纹样创意设计大赛颁奖典礼”于2010年10月18日晚19：30在中国美术学院南路校区中庭花园举办。典礼以七巧板为创意，利用花园的高低起伏的自然地形搭建露天舞台，观众散坐于草坪上，气氛热烈而轻松，仿佛一个大型的Party。

杭州市委常委、副市长沈坚，中国美术学院党委书记钱晓芳，浙江省文联主席、中国美术学院院长许江，中国美术学院党委副书记、纪委书记傅肃琴，中国美术学院副院长王赞、孟云生以及

玛格丽特·范·登·博世女士、安娜·史密斯、凯·邦德女士和琴淑基教授在内的数名国际知名创意人士和来自各个国家和地区的设计大师与参赛选手出席了颁奖典礼。杭州电视台、杭州日报、青年时报等十余家媒体报道了此次颁奖礼。

现场共颁发了全场大奖、最佳概念创意奖、最佳材料创意奖、最佳应用奖、最佳媒体评价奖、最受公众欢迎奖、国家奖7个人人大奖，10个优秀奖和和6个组织纪念奖。获得本次大赛最高奖项——全场大奖的作品是《髹饰共同体》，其设计者为中国美术学院的王子晋和李佩颐。

创意不息，国际纹样创意设计大赛还将继续……

首届纹样创意设计大赛成功举办，其所呈现出的专业化、国际化和跨界性，与媒体大众的互动性，顶尖国际嘉宾的加盟，学术讲座与作品展览齐头并进等特点丰富鲜明，对杭州“生活品质”之城的文化创意内涵建设起到了重要作用。

为进一步推动创意产业的实质性发展，打造具有品牌效应的文化展览活动，中国美术学院拟于2011年10月继续和杭州市政府合作，举办一系列以纹样创意设计以主题的专业展览及围绕纹样的文化解读研讨活动，邀请世界范围内综合设计领域的新锐设计师，展开创意文化的交流与碰撞，以中国美术学院的学术影响力进一步增强杭州创意经济活动的生命力。

参赛作品/





中国（杭州）文化创意产业博览会//
创意城市 创新会展///

China (Hangzhou) Cultural & Creative Industry Expo//
Creative City and Innovative Expo///



黎 江
中国美术学院
创意产业发展公司
会展平面设计总监

创意的春天

进入新世纪以来，杭州市凭借优越的自然环境、雄厚的经济基础、良好的创业环境、深厚的文化底蕴，依托高校和科研院所形成的公共知识平台，以建设十大创意产业园区为载体，引进、集聚和培育来自国内外的创意名人、创意团队和艺术设计专业毕业生创新创业。在杭州市委、市政府高度重视和正确领导下，坚持“3+1”现代产业体系建设，全面实施建设“全国文化创意中心”战略，推动文化创意产业持续发展。

回首关键的2007年，杭州市在第十次党代会上提出建设“全国文化创意产业中心”的目标，并在当年8月与中国美术学院签署市院战略合作协议。2008年4月18日召开的全市文化创意产业大会重点解读了文化创意产业的内涵，以及杭州市发展文化创意产业的先天优势和功能价值。2009年5月，杭州市颁布实施了《杭州市文化创意产业发展规划（2009年-2015年）》。2010年5月24日，国务院正式批准实施的《长江三角洲地区区域规划》将“杭州建设全国文化创意中心”的表述列为杭州城市发展功能定位的“一基地、四中心”之一。这意味着，打造全国文化创意产

业中心已经由杭州的地方性战略升格为国家级战略目标。2010年10月18日，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》，首次明确提出“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”。中央到地方关于文化创意产业的系列政策举措，杭州市和中国美术学院战略合作的系列丰硕成果表明，文化创意产业的春天来临了。

据统计，2010年杭州全市文创产业增加值突破700亿元，占全市GDP比重达11.8%，同比增长16.2%，高于全市GDP增速4.2个百分点，高于全市服务业增加值增速3.9个百分点。而按照通行的计算标准，一个产业能够占到GDP比重的5%以上，就可以被称为是支柱性产业。然而对4年前就提出打造全国文化创意产业中心的杭州而言，这一目标已率先实现。

与国内一线城市相比，2010年北京全年文化创意产业实现增加值1692.2亿元，同比增长13.6%，占全市GDP的比重达到12.3%。2010年上海市文化创意产业实现增加值1630亿元左右，占全市GDP比重为9.6%。上述数据表明，杭州文化创意产业进入了快速发展期，已跻身全国同行业的“第一梯队”。

文博之路

杭州文化创意产业的发展、创意园区的建设需要有一个高水平、全景式、互动型的专业博览会推动这个新兴产业的交流与合作。回顾已成功举办4届的中国（杭州）文化创意产业博览会，从内容、规模、参展商、观众人数、媒体关注度等各方面都是逐年增长，成为全面展示杭州创意产业发展、汇聚创意人士交流合作、促进创意产品交易流通、加强知识产权保护运用的重要舞台。

2007年首届中国（杭州）创意产业博览会

杭州市委、市政府于2007年提出了打造全国文化创意产业中心的战略目标，杭州市各级部门和各个行业都高度重视和关注文化创意产业，在杭州市委、市政府主要领导和中国美术学院党政领导、专家学者以及众多业界人士的大力支持下，由杭州市西博办牵头经过大量前期调研、反复研究、精心策划和考察论证之后，由杭州市人民政府与中国美术学院主办的首届创博会应运而生。首届中国（杭州）创意产业博览会（简称“创博会”）确定以“品质杭州，创意天堂”为主题，围绕着“作品交流、理念推广和产业交易”的举办宗旨，杭州市西博办与中国美术学院创意办等

相关部门通力合作，积极组展参展。展会精彩纷呈，取得显著的展出效果，如德国魏玛包豪斯大学展区给国内设计学者展示了其多样性的教学理念，引起了业界强烈的关注。本届展会荣获中国行业品牌展会“金手指”奖最具成长性展览会、2007中国商务会奖旅游创意榜最具创意展会奖、第九届中国杭州西湖博览会项目奖等奖项。

2008年第二届中国（杭州）创意产业博览会

2008年创博会以“设计的睿智”为主题，继续由杭州市人民政府与中国美术学院主办，由杭州市西湖国际博览有限公司负责运营，中国美术学院创意产业发展公司作为战略合作机构共同办展。本届创博会共举办了15场主题各异的演讲、论坛和10余场广场活动，邀请了来自法国、德国、台湾等国家和地区的50多位设计师和专家，并有200多家境外媒体、国家级媒体、省市级媒体对展会进行了采访和报道。作为2008年创博会的一大亮点，这次收藏版芭比巡回展是芭比娃娃首次在中国的城市进行展览。巡展特别邀请了来自德国的设计师根据各个时期芭比娃娃的文化背景及创作主题进行分区块、分情景布置。最终，这次芭比乐高巡展带来了意想不到的轰动效应。本届展会由于组展、办展独具匠心，荣获2008杭州会展业十大创新奖、第十届中国杭州西湖国际博览会项目奖铜奖。

2009年第三届中国（杭州）文化创意产业博览会

2009年，创博会正式更名为中国（杭州）文化创意产业博览会（简称“文博会”），以“创意城市·设计未来”为主题，本届文博会增加浙江大学、中国工业设计协会为主办单位，旨在全面展示杭州城市的创意实力，加强与国际国内城市间的文化交流及合作，集聚产业界的创意力量，加快推动杭州文化创意产业发展。展会采取主会场结合分会场、主题论坛结合商贸洽谈会、专业活动结合互动活动的办展模式，展会上的传媒影视展重点展示了全民3D以及可预见的数字化的未来；其次本次推出的印文化展主要展现各地具有文化特色的印石，以及全国著名工艺美术大师的优秀工美作品，引起热烈反响。本届展会较前两届内容形式更丰富，其带动的社会和经济效益尤为显著，荣获第十一届中国杭州西湖国际博览会项目奖金奖。

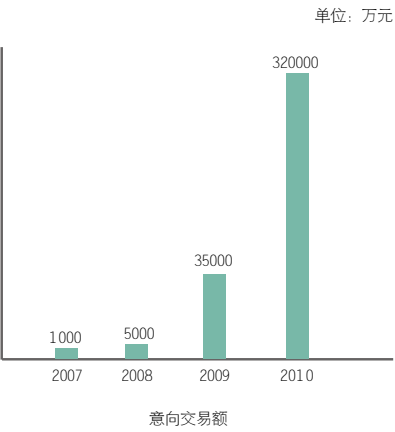
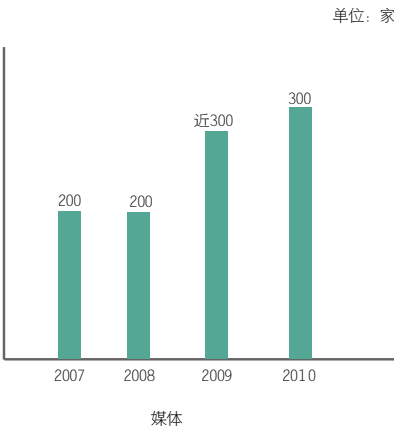
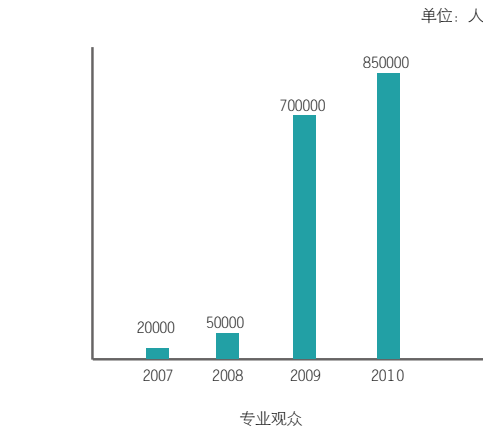
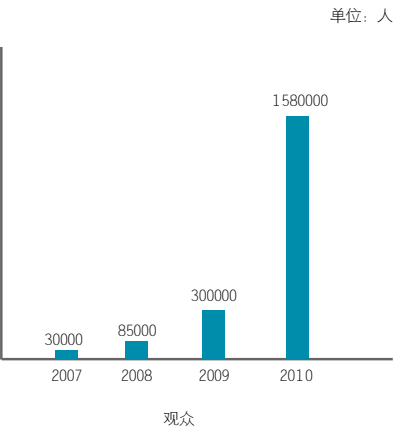
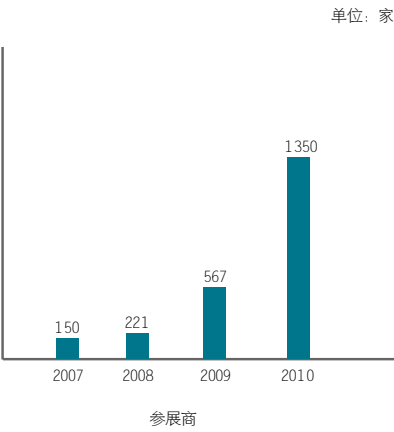
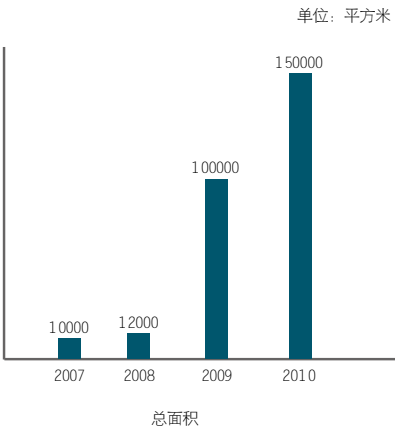
2010年第四届中国（杭州）文化创意产业博览会

2010年，根据杭州市委、市政府构建“3+1”现代产业体系的规划，为了早日实现将杭州打造成“全国文化创意产业中心城市”的战略目标，为进一步促进杭州文化创意产业的发展，第四届文博会以“创新城市·创意生活”为主题。本届文博会提出“创意生活节”概念。首次“杭州创意生活节”活动，包括了11项与生活方式有关主题的活动，并在全市范围内设置了40个文化创意体验点，吸引市民参与其中，与主会场形成互动，使文博会的规模和内容更加丰富，形式更加多样。本届文博会重点项目2010国际纹样创意设计大赛由杭州市政府与中国美术学院共同主办。大赛以纹样创意为载体，突出设计前瞻性和跨界的力量。大赛设立国际评审团，在国际范围内进行征稿，依托专业学术顾问机构的指导，力图使大赛的学术性和时尚性成为创意产业的引领者，为文创产业发掘设计创新型人才。本届文博会充分打造了一个“规模化、现代化、专业化、品牌化、国际化”的交流平台，并荣获2010浙江省十大品牌展（博）览会等。



2010中国(杭州)文化创意产业博览会开幕式/

中国（杭州）文化创意产业博览会相关数据/





杭州市西博办副主任施永胜回顾与中国美术学院的合作，言辞间充满欣喜与激赏：“中国美术学院与与文博会的结缘，体现了市校合作的优势，给文创行业开辟了良好的展示平台，推动了文化创意产业市场化运作的进程。自2007年以来，中国美术学院创意产业发展公司每年策划出版文化创意产业读本，向社会大众充分展示杭州的文化创意产业发展进程和历届文博会亮点成果，也成为杭州文创产业发展的历史记录。”

四年的文博盛会促进了杭州文创产业的健康、快速、可持续发展，体现了杭州市政府对文创产业的重视力度，验证了相关部门、行业协会的执行力，更重要的是为产业创造了良好发展环境，给行业提供了优质高效的推广展示平台，使杭州市文创产业走在了全国的前列！

2008中国（杭州）文化创意产业博览会/
中国美术学院展区//

未来之思

每年一届的文博会和业内交流合作也让我们看到了杭州文创产业与北京、上海、广州等一线城市之间的差距。2011年，我们提出了“数据透明化”、“主题特色化”、“产业城市化”、“内容多样化”的办展思想与建议。

数据透明化——展会应落实交易量，为展会的品牌做长久的规划，使得文博会真正起着推动与促进“中国创造”的作用；

主题特色化——分析与解读杭州的特色、本色，办具有鲜明风格的文博会，与其他城市区分开来；

产业城市化——参展企业要能立足杭州市，积极鼓励本土企业参展，带动城市文创产业的强强联合，真正做到名副其实的“全国文化创意中心”；

内容多样化——产业的发展，人才是根本，建议设置更多的选拔大赛，并给予良好的扶植政策，鼓励大学生创新创业。



2009中国（杭州）文化创意产业博览会/
中国美术学院展区//

我们认为，文博会未来的发展方面首先是加快培育文化会展项目，以项目带动产业发展，充分调动企业举办文化会展活动的积极性和创造性，培育文化会展企业发展，繁荣文化会展市场。同时，中国美术学院、浙江大学、阿里巴巴、中博展览集团等名校名企参与共同打造杭州文化会展品牌项目，促进城市品牌与行业品牌、企业品牌的互动。加强文化会展行业服务管理，引导会展行业规范、健康地发展。坚持以国家“十二五规划”为纲领，以文创产业发展需求为目标，持续提升展会规模，进一步扩大产业影响力,更好地发挥会展业在保稳促调扩消费中的重要作用。其次，加强品牌会展的营销推广也是一项持久而非

常重要的任务。《杭州市文化创意产业发展规划（2009年-2015年）》文化会展业的发展举措中指出“紧密结合城市特色和城市品牌，促进文化会展业与城市休闲、城市文化和城市经济的有机结合，推动展览、会议向品牌推广、大型节庆文化活动、体育赛事领域拓展，创新发展机制，强化主题特色，强化杭州会展整体营销，进一步提升杭州文化会展业的综合竞争力和对外影响力。”作为新兴产业，会展经济适应低碳经济时代的要求，走绿色环保和可持续发展的道路，投入低、见效快、产业拉动大。同时，在互联网时代，会展与电子商务结合，可谓是两个传播媒介的强强联合。网上展会与传统会展业相比，有着

不受时间、空间、人数、商品数量规格等等约束的优点，是传统会展业的有力补充。另外需努力做好城市营销，会展事业和整个杭州市的文化创意产业紧密相连，杭州市建设全国文化创意中心成为国家战略后，城市形象的推广作为重要的营销手段之一助推会展、商务、旅行人次的激增；在城市行销中，会展的组展、办展要体现高格局，要做到以体现社会化服务功能为前提。社会服务功能做好了，会展平台搭建成熟了，就会给会展业带来经营绩效和盈利目标，从而拉动周边产业健康、可持续地发展。最后，做好资源整合工作是会展业发展的关键与难点。在战略思维的层面上，资源整合是系统论的思维方式，就是要

通过组织和协调，把行业内、外整合成一个服务的系统，取得“1+1>2”的效果。

中国美术学院创意产业发展公司作为中国美术学院和杭州市政府战略合作的纽带单位，在杭州市政府、杭州市文创办、西博办的大力支持下，积极投入每届文博会的策划、展览、整合、推广工作之中，并将继续以每届文博会的活动开展为契机，积极服务于杭州文创产业的发展。

中国美术学院毕业创作展示周// 国美学子的回馈///

China Academy of Art Graduation Work Show Week // Feedback From Graduates of China Academy of Art///



傅巧玲
中国美术学院
宣传统战部部长

许江院长寄语2010年毕业生：
漱六艺 谢朝华 采丰泽 千名青年隼才亮相联翩佳作
辟玄览 历瞳眈 渐昭晰 四载山水春秋开启艺术人生

提到中国美术学院，留在杭城百姓记忆里印象最深的，或许依然是那道万人排队报名的风景线，至于美院学子四年的学习生活，或许了解的人并不多。

然而，当创意产业扑面而来时，当品质之城的生活悄然到来时，我们的百姓是否感受到了这种不经意的变化？他们是否和我们一样分享着创意带来的喜悦？为此，中国美术学院自2010年开始，整合所有的毕业生资源，集中力量举办毕业创作展示周，更生动直观地让杭城百姓感受创意可能给我们带来的变化。这是名城名校战略合作的“民间”力量，更开放，更互动！

毕业创作展示周从一开始就以“向社会开放，让时间检阅，邀市民巡览”的姿态，以一定的声势将展览推向公众，使展览周成为中国美术学院展示教学创作成果、向社会推荐优秀人才的重要平台，给杭城带来“艺术嘉年华”，并通过服务市民、效力文化建设，打造这座城市的展览文化品

牌。毕业创作展示周的开放，为杭城市民提供更加直观的了解美院学子四年追梦的生动案例。中国美术学院的山水校园一直以来备受市民青睐，数千件作品在校园的集中亮相给杭城市民带来了一次视觉的盛宴。中国美术学院的艺术学子们通过学生自己的导览服务，在现场向市民讲解，而专业教师和毕业创作的导师也以专家的视角为观众解读作品，介绍作品背后的故事，这在一定程度上解决观众关于“如何读图”的问题，让不同领域的观众可以更好地理解和欣赏作品。这是一场美与创意的体验。

展览的打包和整合，也代表了中国美术学院以开放式的毕业展为起点，以服务创意经济为目标，致力于对经济转型升级形势下的教学改革和转型。在和杭州的合作中，中国美术学院越来越感受到了这座城市带给高等艺术教育的大课题。中国美术学院院长许江敏锐地感知到：“新兴学科随着城市化、工业化的发展，有着很大的需求。



中国美术学院毕业创作展示周开幕式/

	1	2
3		4
5		

1.2.3.4.5.中国美术学院
毕业创作展示周/
参展作品//

面对新的时代，视觉文化正在转型，学科正在重组，美术学院已经不再仅仅培养画家，而是要培养更多的文化创意人才，培养更多的了解公共文化服务内涵、具有公共文化服务能力的人才。”近年来，中国美术学院开展了一系列视觉文化学科的深刻转型，从艺术生态链的角度提出了造型、造物、造境、造影和造论的五大板块的思想，并在美术院校首开了建筑学、电影学、广播电视艺术学等新型学科。中国美术学院着力打造国家示范试验室的建设，强调理论与实践相通、传统与当代相通、专长与通识相通、文化理念与上手技艺相通，以中国“五行”相生（金、木、水、火、土）的理念来构建实验教学体系与模式，相应建立了工造与人机实验室群、木作与编织实验室群、书法绘画与影像实验室群、烧造与铸造实验室群、塑造与营造实验群等5个各有侧重的实验室集群，内容涉及衣食住行、用玩赏商，建立了染织、服装设计、陶艺、环艺、工造等40余个实验室，除油画等个别纯艺专业外，实验室教学已经进入中国美院大部分的专业。使中国美术学院学生拥有了让自己的创意变为现实的“生产线”，美院学生的毕业作品大部分都从这些生产线上下来。

毕业创作展示周的背后更多的是中国美术学院面向社会培养人才的理念。作为一所全力打造创意文化产业中心的城市，美院培养的“创意人才”正悄然成为杭州“创意进行时”的“引擎”。从中国美术学院走出的学子，他们带着对杭州这

座城市的眷恋，成为杭州各个创意产业园区的新军。这些新生的创意力量为杭州的创意经济注入新的活力。近年来，中国美术学院作为创意经济产业的“发动机”和“思想库”，深化与杭州市政府的战略合作，助推“西湖创意谷”、“白马湖创意产业城”、“凤凰·创意国际”等创意园区的建设，通过组建创意团队，成立创意产业发展公司，鼓励师生大胆走出校门，走出画室、工作室，做大做强学院派创意产业新军，积极参与各类大型项目招投标。如今，凤凰创意国际、大学生创业园内已有数十家美院学生开办的企业，入驻园区的各公司也都特别中意中国美院出来的创意人才。

吴冠中先生生前曾说：“杭州是我艺术的第一故乡！”这是一个中国美术学院学子在九十高龄时的深情回望，更是对杭州这座美丽之城的最好注解。从美院走出的众多艺术家们，他们把自己的个展首选美院，把自己的作品留给杭州，使杭城的百姓有机会在家门口观看名师名作，中国美术学院的代代艺术家们正是用这样一种特殊的方式，回馈杭州，回馈百姓。中国美术学院举办毕业创作展示周，正是想告诉学生艺术如何回馈百姓，回馈这座用山水滋养我们艺术灵感的城市！

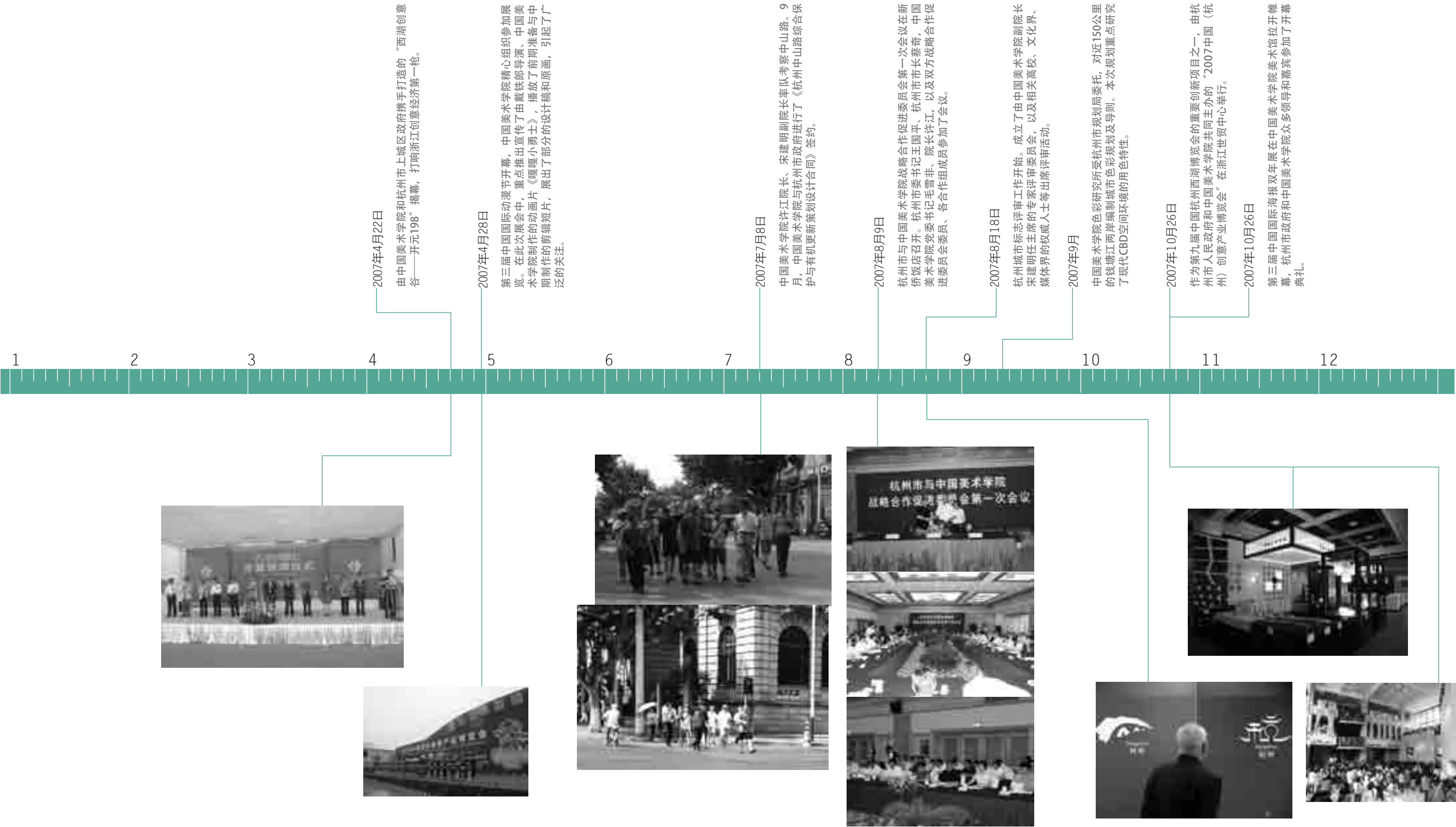




Memorabilia/

大事记/

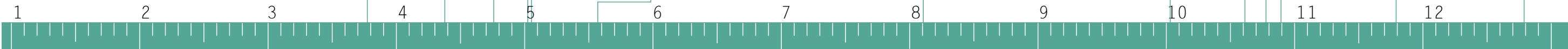
2007



2008



2009



2009年3月23日

一场以“蚂蚁兵团的力量”为主题的时装秀在杭州歌德大酒店激情上演。在中国美术学院的艺术熔炉中经历了一年的精心锻造，第一届杭州市“杰出女装设计师高级研修班”交上了圆满的毕业答卷。

2009年4月10日

中国美术学院与杭州市上城区大学生就业创业全面合作签约仪式在上城区行政中心举行。上城区领导和中国美术学院领导出席了仪式。

2009年4月18日

中国美术学院象山校区举行了“最具生活品质体验点”的活动。120名杭州市民参与游览。

2009年4月29日

白马湖生态创意城中国美术学院创意园（SOHO创意园）盛大开业，杭州市领导及杭城文创人士等参加了剪彩仪式。

2009年4月30日

第五届中国国际动漫节“握手酒会”在中国美术学院象山校区举行。

2009年5月15日

中国美术学院设计团队参与设计的杭州市公共自行车服务系统项目顺利完成。

2009年8月3日

中国美术学院色彩研究所受杭州市规划局下沙建设分局委托，对42平方公里的工业园编制控制性的城市色彩规划导则。本次规划重点研究了大型工业园区及大型厂房的用色特点，重点解决大型工业园区与住宅区和CBD之间的色彩协调问题。

2009年9月30日

南宋御街·中山路开街暨“城市日”活动启动仪式在鼓楼内广场举行。省市领导和中国美术学院领导出席开街仪式。

2009年10月16日

由杭州市人民政府、中国美术学院、浙江大学和中国工业设计协会共同主办的“2009中国（杭州）文化创意产业博览会”在浙江和平国际会展中心隆重举行。

2009年10月23日

由中国美术学院创意产业办公室主办，中国美术学院创意产业发展公司承办的“2009白马湖创意主张”主题活动在白马湖生态创意城成功举办。

2009年10月26日

第四届中国国际海报双年展在南山路中国美术学院美术馆隆重开幕。中国美术学院院长许江出席开幕式，本展览为国际平面设计界和设计教育提供了一个专业交流的平台。

2009年11月19日

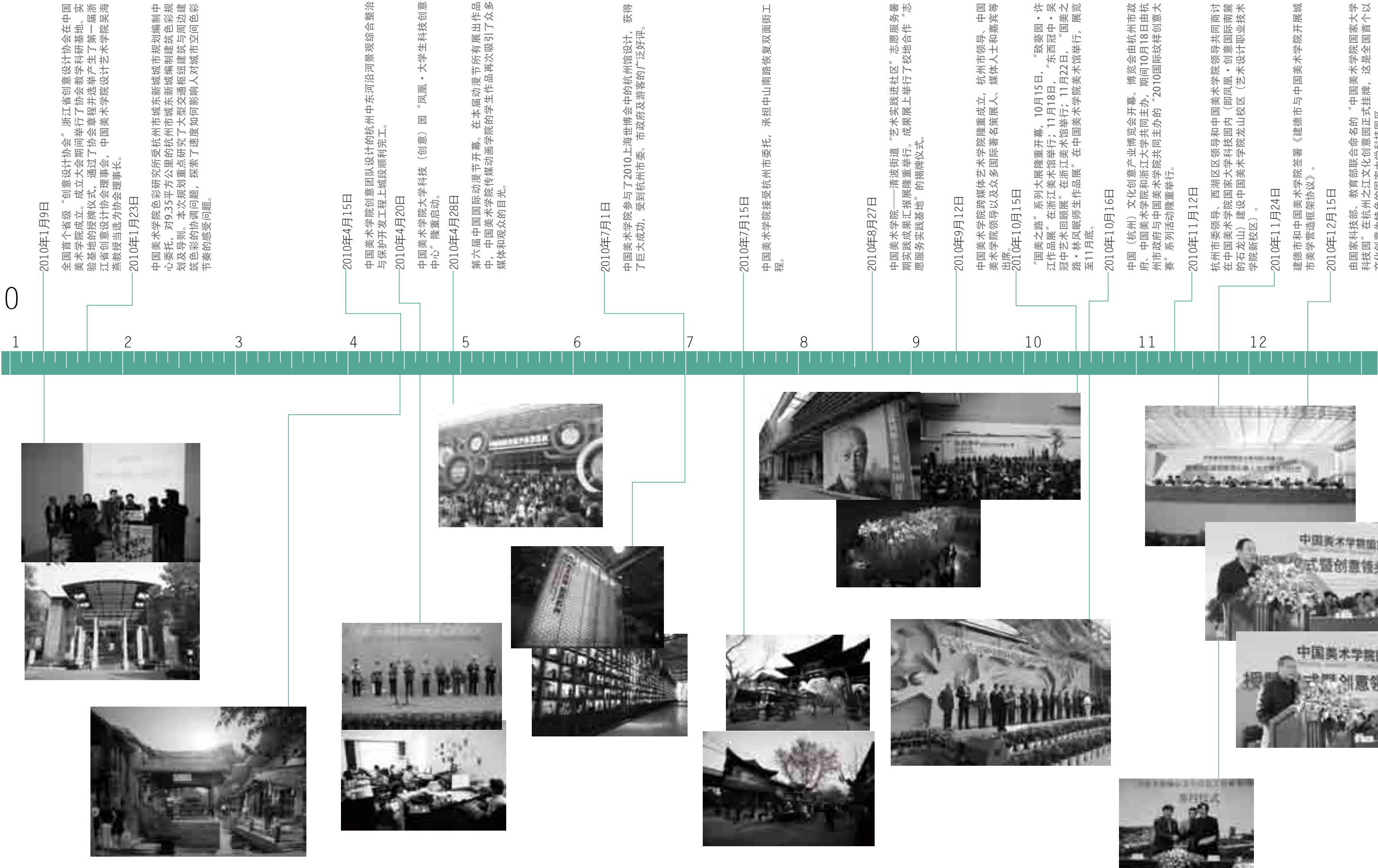
由中国美术学院创意团队编制的杭州中北创意街区业态规划、景观规划、三年营造计划专题汇报会议，上城区书记赵敏、区长项永丹和中国美院副院长宋建明等出席了会议。

2009年12月24日

杭州市与中国美术学院战略合作促进委员会举行第三次会议，会议强调，要巩固深化市校的战略合作。会上省委常委、杭州市委书记、市人大常委会主任王国平和中国美术学院党委书记钱晓芳共同为中国美术学院纺织与服装研究院成立授牌。



2010



Postscript/

后记/

后记/ Postscript/



高法根
中国美术学院正院级巡视员

《美美与共——杭州美丽城市与中国美术学院共建成果集》即将付印，她和着春风，在这美丽的季节，讲述着杭州市、中国美术学院携手共建这美丽城市的美丽故事，承载着美丽的收获来到了我们的眼前，并启示我们继续合作与共，坚持美丽的耕耘，播散美丽的种子，装点这美丽城市更加美丽的明天。

回顾“十一五”期间，中国美术学院得到了杭州市各级领导和市民关照与支持，在各个领域得到了空前的发展；同时，也取得了加盟杭州城市建设的机会。在这服务过程中，我们实践并证明着政、学、研、产一体化发展的有效探索，在杭城美的营造中展现出我们实在的业绩，在国内外学界中凸显出当今国美人的风采。今时今日，我们将这些载入成果集，是感恩，是相知，是沉淀，是希冀。

感恩，国美人倍加感谢杭州这座城市，感谢杭州历届领导人始终如一的关怀。在编撰本书的时日里，我们总会不时地想起，杭州市委、市政府领导及战略合作相关部门的关心指导，我院各级领导及各专业团队的支持配合，编辑团队的倾力合作，当时当日的种种……思源给力，编者倾情，编辑团队的努力终使这两卷《成果集》脱稿成册。

相知，是杭州市政府与中国美术学院面对历史赋予的共同境遇，我们想在一起，走在一道，干在一市，成在一事。我们将本书分为七大篇章，把美美之约、合作共赢、城市美学、城市营造、城市更新、城市创意、城市会展都一一囊括进《美美与共——杭州美丽城市与中国美术学院共建成果集》中，并希望它能够更好地显现国美人追赶时代艺术的回应，更美地将城市的建设动律传递给更多市民，更快地让城市之美、艺术之魅走进家家户户。

沉淀，是为了今后更好的发展。四年的战略合作，叠叠交错，相知相融，我们亦不忍这些数以千计的日日夜夜随风而去，故而我们还是翻出草图，追忆心迹，记录回顾。精细真切的配图、深情体触的语句是我们历练过程中的珍宝，是对于过去的深情总结，更是为今后发展而做的静心沉淀。

希冀，是我们共同展望未来。在未来，这所学校与这座城市，还将继续书写炫丽的时代诗篇。在这“十二五”开局之年，杭州市与中国美术学院又一起描绘了美丽明天的美丽蓝图，迈出了坚实而美丽的步伐——引进了一批国际级工业与都市文明的遗产——以“包豪斯”为核心的现代西方设计史系列收藏，这也显示了如今杭州城市领导人创建国际文化大都市的胆识和雄心；这对向世界名城迈进的杭州来说，无疑将大大地缩短她的征程。中国美术学院也将在此基础上，整合国内外资源，深入消化，持续地推出成果，催生效益，进而推动杭州文化创意产业的健康发展；同时实现铸成在亚洲地域内设计史研究的重镇以及造就中国原创基地的构想。

《成果集》集不下杭州的美丽，集不完杭州市与中国美术学院美丽合作的美丽成果，集不尽杭州市与国美人的情缘故事，但她集合了杭州市与国美人的共同心愿：我们共建杭州，杭州美丽永远。

高法根

《美美与共——杭州美丽城市与中国美术学院共建成果集》编委会

主 编：许 江

副 主 编：宋建明

编 委：钱晓芳 许 江 高法根 宋建明 胡钟华 孟云生
程剑光 应达伟 傅巧玲 曹增节 余伟忠 俞 坚

责任编辑：徐新红

执行编辑：余伟忠 俞 坚 黎 江 程 钢 陈 春 许巧巧

摄 影：申 博 陈 春 郑 海 等

责任校对：钱锦生

责任出版：葛炜光

封面设计：袁由敏

版式设计：黎 江 陈 春 程 钢 汪子薇

编辑助理：林之煦 毛经卿 王 俊 蒋 莉

图书在版编目(CIP)数据

美美与共：杭州美丽城市与中国美术学院共建成果
集/许江主编.—杭州：中国美术学院出版社，2011.4
ISBN 978-7-5503-0085-9

I.①美… II.①许… III.①城市—美学—研究
IV.①B834.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第057366号

美美与共——杭州美丽城市与中国美术学院共建成果集

主 编：许 江

副 主 编：宋建明

出 品 人：傅新生

出版发行：中国美术学院出版社

地 址：中国·杭州市南山路218号/邮政编码：310002

<http://www.caapress.com>

经 销：全国新华书店

制 版：杭州恒力通印务有限公司

印 刷：杭州恒力通印务有限公司

版 次：2011年4月第1版

印 次：2011年4月第1次印刷

开 本：889mm×1194mm 1/16

印 张：26.25

字 数：200千

印 数：0001—1500

ISBN 978-7-5503-0085-9

定 价：280.00元