

# 设计之都：雅昌之路，民众之福

李大朋 印刷事业部



申报《设计之都》报告书之一

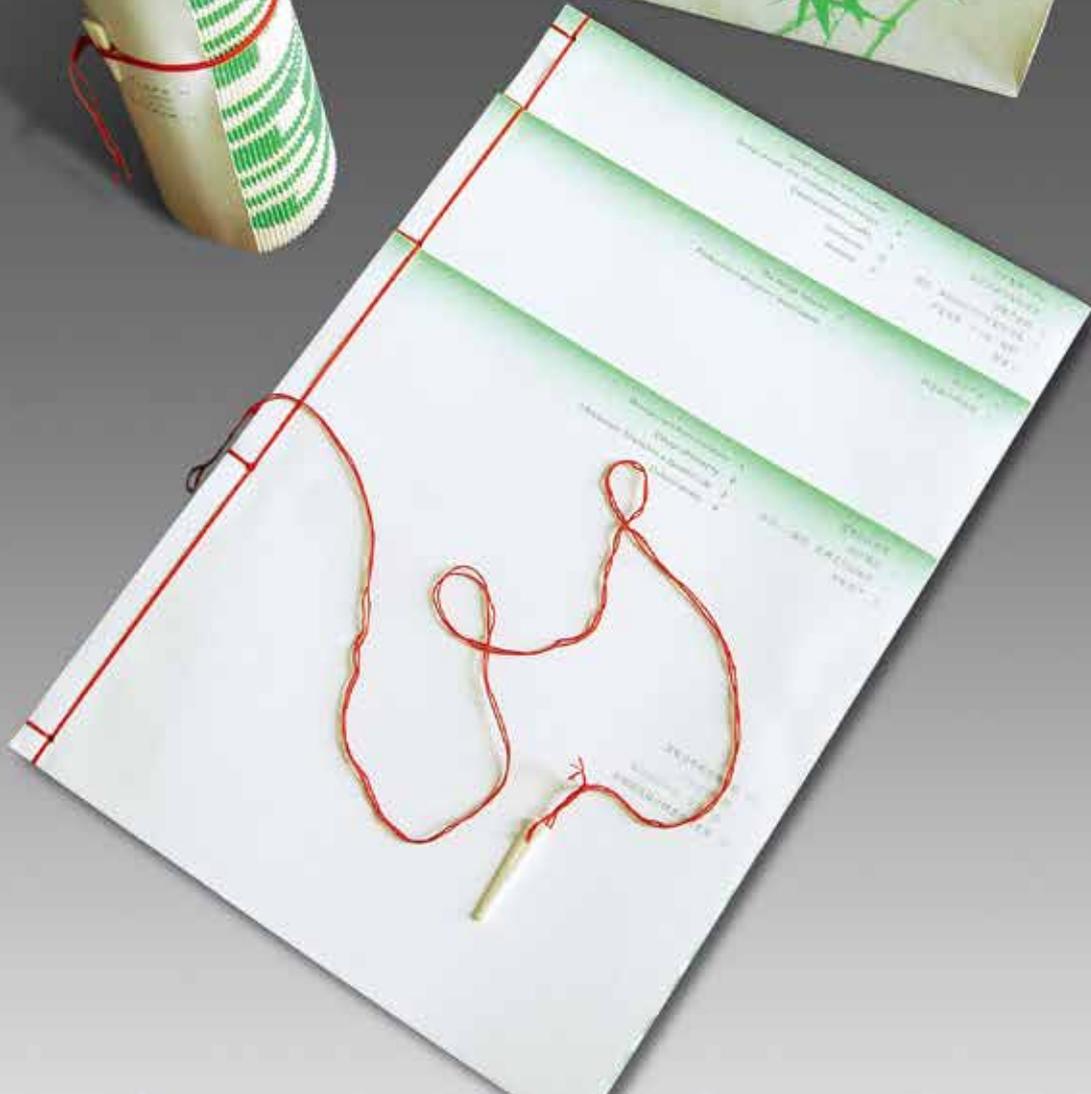
2008年11月19日,联合国教科文组织正式批准深圳加入创意城市网络,并授予“设计之都”称号。在深圳众多的称谓中,“设计之都”无疑是最为响亮,也最为人所知的一个。2010年,在由全球主要设计城市市长率团参与的“世界设计城市峰会”上,时任深圳市委常委、常务副市长许勤对深圳版本的“设计之都”做了高屋建瓴的解读。他借用两千多年前中国《孙子兵法》“道”的思想向与会代表介绍,深圳是一座“设计”出来的城市。30年前深圳经济特区的建立,就是制度范畴的伟大设计;深圳有远见的城市规划成就了独特的城市风格,被誉为快速发展的典范,这是规划范畴的设计;深圳培育发展出颇具国际影响的设计行业,包含建筑设计、平面设计、工业设计等,这是文化范畴的设计。30年来,深圳正是以“无所不在的设计”为灵魂,让设计更好地为人们生活服务,推动着城市不断发展。

作为深圳文化产业的领军企业,雅昌与深圳申请“设计之都”的活动相识于2008年4月20日,那是个周日。雅昌接到申都办电话,被要求印制一部设计感十足的“申都”报告书。这时,离递交报告的时间已经不足半个月了,而设计方案还是一片空白,更不要提修改方案、逐级报告、广泛征求各部门意见、翻译校对、印刷装订这些极其琐碎的细节了。被业界称为“申办报告专业户”的雅昌,在有2001年四天完成申奥报告的印制经历之后,已经对“急难险重”的重大政府项目有了充分的处理经验和应急预案。以雅昌设计总监李华佳为核心的设计团队,在经过三天的“闭关”后,拿出了令人耳目一新的“竹笋”创意。4月25日,在申都办牵头举行的评审会上,这个设计方案获得一致通过。5月4日,100套精装中英文版

《设计之都》准时出货。从2001年的《申奥报告》到2002年的《申博报告》,从2006年独立完成设计的《申大报告》再到2008年的《设计之都》,雅昌打造的这4把沉甸甸的“金钥匙”,已经成为雅昌胸前四颗闪闪发亮的勋章。在业界,雅昌甚至被称为“申办报告专业户”。从接到通知开始设计,在短短的十四天内,雅昌人就将这本能“立”着的书完美呈现。《设计之都》受到联合国教科文组织全球创意城市网络官员的高度称赞,从此开启了深圳“申都”大门,也让雅昌再次步入万众瞩目的焦点。

《设计之都》的设计是有悖于常规的。将“新生”定为设计的核心概念,以既能体现东方的古老文化,又能展现现代文明欣欣向荣的现代气息的“竹笋”作为表现形式,把“新生·竹”的概念贯彻到书籍的每一个具体设计上:字体、颜色、网格、纸张、规格、装订形式——用古线装加以装订,把报告书设计成了双折页,在每一页的背面印上了渐变的绿色,纸张选择了最贴近自然的环保纸。当把整个报告书像筒牍一样卷起来时,看起来就像是生机盎然的竹笋,书上的字样“Shenzhen City Of Design”就像一片片散开的竹笋叶,最后形成了一个封面,而阅读者每翻开一页,就像掀开一片片薄薄的竹笋叶,揭开深圳这座新生城市的创意面纱。整本书既体现出东方特有的哲学思想,还有象征意义:如百尺竿头,更进一步、节节高升等,同时又展示出深圳作为一个新兴城市所具有的蓬勃生机和不可限量的发展空间。

万捷董事长曾经对这本《设计之都》有过一句话的高度概括,“《设计之都》和过去所有申办报告最大的不同在于,它本身就



是一个创意产业的代表作。”的确，在时间紧任务重的双重压力下，雅昌人迎难而上，不仅打破了以往政治任务所规定的“死板动作”，更突破了人们对书籍的固有概念，创造出一种全新的阅读体验。

然而，雅昌的目标绝不仅止于书籍设计本身。雅昌眼中的“设计”已经超越了产品外观的美化或者新产品的研发，而是将其内涵不断拓宽，不仅可以设计产品，还能设计产业，甚至还能设计城市，设计生活。

早在1993年雅昌创立之初，万捷董事长就提出：“印刷业是服务业”。这一大胆超前的理论一经推出，便引起业界的极大关注，成为改变印刷行业的重要理念。2005年，他又再次创造性地提出了“传统印刷+现代IT技术+文化艺术”这一全新的商业模式，不仅让雅昌成功摆脱了单一印刷业务的激烈竞争，更让雅昌升级为文化产业的领跑者，开辟出“文化服务”领域的一片蓝海。2008年和2010年，雅昌独立开发具有自主知识产权的“雅奕”和“雅映”技术，以更广的色域和更纯正的黑白重新定义色彩之道。2011年，雅昌将集团的核心价值观进行全面梳理，其中，企业宗旨为：通过“为人民艺术服务”实现“艺术为人民服务”，让以往身居殿堂的艺术瑰宝“飞入寻常百姓家，为广大消费者提供文化艺术产品和服务。2013年雅昌艺术品鉴定中心成立，为艺术品建立权威的“身份证”系统，由此确立艺术品价值发现的基础，推动中国艺术品诚信体系建设，最终建立中国艺术品的传承体系……这一切，都建立在雅昌对于“大设计”概念的推崇之上。

其实，“设计之都”不仅是居庙堂之上的

城市发展战略，也不仅是诸如雅昌这样艺术设计机构的政策支柱，更不仅仅是设计师口中念念有词的时尚标榜，设计的精神应该深入城市的每个角落，与每个市民的生活息息相关。比如同为“设计之都”的日本神户，风景优美，但多地震等自然灾害。为减轻灾害破坏，建造一个使得市民安全、安心的城市，设计师将水按照清洁程度分成三个种类，分别用白、黄、黑的标签来标注，比较最清洁的饮用水使用白标签。这样在灾害期间既能合理使用宝贵的水资源，又能方便灾民用水的需要。这种设计从技术上讲实在谈不上高深，但在灾害发生期间却能够挽救性命，达到了设计的最高境界。又比如，在另一个“设计之都”首尔，500公里长的汉河横穿市区，两岸的设计非常美丽，这与深圳的沿海绿道有异曲同工之妙。人们在这里呼吸新鲜空气，尽情享受城市生活的同时，自然而然地接受了保护环境的理念。

芬兰建筑大师阿尔瓦·阿尔托曾说过：“在地球上创造一个天堂是设计师的责任。”对于生活在深圳这座“设计之都”的民众来说，每个人都是城市环境的塑造者，也是都市气质的承载者，是广义上的“城市设计师”。只有以人为本的设计才能够让民众感受到设计的魅力，只有热爱生活的民众才能与设计保持良好互动，使得设计在都市生活中担当更大的作用，真正践行“设计是生产力”的理念。

设计之都，雅昌之路，民众之福，如同金字塔的三层，共同构建起“大设计”的美好未来。