



祝帅,北京大学现代广告研究所所长、研究员、博士生导师。兼任教育部“中外人文交流高级研修计划”特邀专家、中国新闻史学会博物馆与史志传播研究委员会副会长、中国广告协会学术委员会委员、中国文艺评论家协会青年工作委员会委员,是文化部第三届青联常委、中华美学学会会员、中国美术家协会会员、中国书法家协会会员、清华大学出版社《未名设计论丛》主编。

发表 A&HCI、CSSCI 期刊论文、评论等 60 余篇;《人大复印报刊资料》、《高校文科学术文摘》等全文转载 10 篇。是国家社科基金艺术学重大项目子课题负责人、国家社科基金一般项目主持人、北京市社科基金重大项目首席专家。

已出版个人专著《中国文化与中国设计十讲》、《设计观点》、《中国广告学术史论》、《从西学东渐到书学转型》、《中国设计研究百年》,与人合著《中国平面设计产业研究》、《中国当代平面设计研究》、《书画同源——赵之谦》,编著《民国摄影文论》、《美术观察学术文丛——批评卷》、《书学源流论·书法源流论》,译(校)著《流派·艺术卷》、《智慧文学》、《中正之笔——颜真卿书法与宋代文人政治》,作品集《博士五体书法——行书》、《耕砚问学——祝帅书法作品及文献》等 16 部。

2012 年以来,先后被原文化部、中国文联授予“中国文联文艺评论奖”、“中国书法兰亭奖”、“中国美术奖”3 个中国造型艺术类最高奖项。2015 年,被中国新闻史学会授予“新闻传播学国家学会奖”优秀学术方汉奇奖。2017 年,被中国广告协会评为“推动中国广告学术发展特别贡献人物”。

## 国家战略与中国设计产业发展

祝帅,张萌秋

北京大学 新闻与传播学院,北京 100871

**摘要:**新中国成立七十周年来,随着经济的快速发展,中国各个设计门类也取得了举世瞩目的成绩。尤其是改革开放之后,设计在国家重大战略中越来越占据举足轻重的地位。当然,也还面临着很多的提升空间。其中一个尤为突出的问题,是在当前国家战略的框架下,学术界所理解的“设计”还没有在一个整合的意义上实现与国家战略层面的无缝对接。学界、业界应联手呼唤一种整合意义上的“设计”观念进入国家战略,以更好地对目前分散在各个领域、各个行业的各种设计产业及其政府战略进行有机整合,以呼吁“设计”本身以一种整合的形象成为国家战略的一个重要组成部分。文章旨在从“设计”概念的界定展开,对与各设计行业相关的重大国家战略进行系统的梳理,在此基础上提出对未来设计类国家战略制定的相关建议。

**关键词:**设计;国家战略;大设计观;设计战略

**中图分类号:**J0

**文献标识码:**A

**文章编号:**2096-6946(2019)01-0016-12

**DOI:**10.19798/j.cnki.2096-6946.2019.01.003

作为一门应用学科,设计学与国家战略有着天然密切的联系。一方面,从长远来看,设计应该成为诸多

国家战略的必要组成部分;另一方面,国家战略本身也是一种顶层设计,设计应该对国家战略的制定提供技

收稿日期:2019-09-26

作者简介:祝帅(1980—),男,山东人,博士,北京大学新闻与传播学院研究员、博士生导师,北京大学现代广告研究所所长,主要从事广告学研究、视觉传播与文化研究、艺术史论研究。

通信作者:张萌秋(1985—),女,湖北人,北京大学新闻与传播学院博士生,主要研究方向为设计史、视觉文化。

术咨询和智力支持。由于现代设计在中国起步较晚,截至笔者撰写此文时为止,相关国家文件中还没有出现专门针对整合意义上的“设计”而制定的战略。但是,分析已有的国家战略中与不同门类的设计产生关联的内容,并与其他国家和地区的相关经验进行比较,在此基础上对未来设计成为一种国家战略提供参照,却是中国设计学学科建设中不可或缺的一项工作。

## 1 “设计”与“设计学”的界定

《现代汉语词典》中对“设计”的解释是“在正式做某项工作之前,根据一定的要求,预先制定方法、图样等”<sup>[1]</sup>。由于历史的原因,中文“设计”一词本身不乏歧义,但目前学术界基本上已经搁置争议,承认其为一门独立的学科,并且在当前越来越受到全社会的重视。在本文中,为对设计在中国国家战略层面上的发展战略地位形成清晰的认识,有必要先对设计及其观念进行界定与辨析。

“设计”在中国古已有之,先秦文献《考工记》中就记载了中国古老的设计智慧和设计思想,其含义就是“造物”。民国时期,陈之佛在尚美图案馆的名称中则用“图案”来翻译“design”。“设计”一词明确进入政府公文始于民国后期,国民政府在抗战期间成立的“中央设计局”。通过对中国第二历史档案馆藏中央设计局档案的查询,可知这里所谓的“设计”兼具了城市规划、经费预算、政策制定等意义,当时的“中央设计局”,差不多相当于今天的发改委、财政部、住建部甚至人社部一部分职能的总和。“设计”作为一门学科的设置,则是伴随着1956年中央工艺美术学院成立而诞生的。纵观中国20世纪50-80年代的设计教育,无一不是依托于美术教育的发展而得到发展的。但即使是在中央工艺美术学院建立伊始之时,也一直伴随着到底是要工艺美术还是现代设计的争议,以及中央工艺美术学院的上级主管部门到底应该划归轻工业部还是文化部的讨论。时至今日,仍有学者在描述设计史时把这种争议称作“必要的张力”<sup>[2]</sup>。在中央工艺美术学院成立相当一段时间以后,随着改革开放之初现代设计思想在中国的引入及其相关专业的建设,设计学才逐渐从纯美术领域中独立出来。

在1993年中国的《普通高等学校本科专业目录》中还把设计纳入“工艺美术学”,而在1997年,《研究生招生目录》率先把“工艺美术学”更名为“设计艺术学”,与之相对应,1998年的《普通高等学校本科专业目录》中也使用“艺术设计”代替了“工艺美术”。尽管学术界

一再有学者提出设计艺术学并不能够取代工艺美术学,并呼吁原先的工艺美术学应该在一定程度上得到保留<sup>[3]</sup>,但2011年学科目录修订中,随着艺术学从文学门类中提升为独立的门类,“设计学”进一步成为与“艺术学”并列的一级学科。耐人寻味的是,与目录中其他一级学科下设诸多二级学科不同,在此目录中艺术学门类下的五个一级学科均没有明确列出二级学科名单。尽管没有统一的政策,各院校在教学科研实践中仍然把产品设计、视觉传达设计、环境设计等看作是设计学一级学科下设的二级学科,只不过因各学校的实际情况而略有差异罢了。从表面上看来,设计学学科地位获得了提升,但与此同时,以往突出艺术学科特征的专业名称“设计艺术学”则变成了工科色彩更浓的“设计学”,并且对应的位置还特别注明“可授予艺术学、工学学位”。这一细微变化不但是此前设计艺术学所没有遇到过的,而且在整个学科目录中也绝无仅有。

其实在设计领域中,除了侧重于艺术的艺术设计外,工业设计历来也是一方重镇。只是由于设计门类不同,长期以来,侧重于艺术的平面设计、服装设计等,与侧重于工科的建筑设计、工业设计等近乎“隔行如隔山”。在1998年的本科招生目录中,“工业设计”也是与“艺术设计”平行的两个学科,对应的,国家负责本科教学监督职能的“教育部教学指导委员会”中,艺术设计和工业设计也是分别设置的两个组织。但是,2011年的第四次国务院学位委员会学科目录中把“设计艺术学”更名为“设计学”,实际上也就是把工业设计与艺术设计在研究生教学和科研层面合并了。同时,国家负责研究生教学和科研评价职能的“国务院学位委员会学科评议组”中新组建的设计学评议组里面,也出现了来自于纯工科而没有艺术学学术背景的专家。可以看到,两个学科的结合是促使设计学成为一级学科的重要条件和内在推动力,但问题也随之产生。

一方面,工业设计的介入导致了工业设计、艺术设计学科发展之间的不均衡。众所周知,工业设计作为工科所携带的科研经费、评价体系、量化指标等,是传统上侧重于人文学科的艺术设计所不能比拟的。但在整个设计学的学科群中,工业设计有着“一家独大”的技术保障,甚至大有超过传统的艺术设计之趋势,这种现状是不利于艺术设计相关学科群的发展的。在很多时候,只说“设计学”容易被天然地等同于“工业设计”,甚至完全忽视平面设计等传统艺术设计领域学科的存在,各种资源也不会向这些领域倾斜。以至于在一些场合,“工业设计”成了整个“设计学”的代名词,这对于

“艺术设计”是很不公平的。

对此,笔者曾倡导设计学的“学科间性”来兼顾不同设计领域和门类的特点<sup>[4]</sup>。柳冠中也曾提出应该学习日、韩的译法,把工业设计(Industrial Design)翻译为“产业设计”<sup>[5]</sup>。这种避免使用“工业设计”,以便从“产品”思维上升到“产业”思维的提法,是有利于包容、统筹、协调与不同产业相关的各个设计门类之间的关系,以便在国家战略层面上支持整合的“设计产业”的发展。毕竟,一如“设计”不能化约为“工业设计”,“设计学”也不能等同于“工业设计学”。

另一方面,这种学科观念与国家战略甚至社会观念之间缺乏共识。

目前,从国家行政管理层面上看,国家统计局的行业分类与教育主管部门的学科目录之间存在较大的偏差。在国家行业分类中,设计主要涉及三大行业,一是和制造业相关,如纺织等轻工业;二是科学研究和技术服务业,如归属于专业技术服务业的工程技术与设计服务、工业与专业设计及其他专业技术服务(包括工业设计服务和专业设计服务);三是文化、体育和娱乐业的有关文化创作、艺术等类别,这一行业虽没有明确提出设计一词,但如新闻和出版业里面涉及到书籍、报纸、杂志的出版以及文化艺术业的设计艺术创作等都是和设计息息相关的<sup>[6]</sup>。这种情形与图书馆分类所采用的“中图分类法”有些类似。“中图分类法”并没有“设计”名目,关于设计的书,有可能分散在F7(贸易经济广告)、G2(信息传播)、J5(工艺美术)、TB(工程)、TS(服装)、TU(建筑技术)等多个领域。从行业分类上来看,目前设计还是处于较为分散的状态,上至工程技术设计、下至出版等文化业。虽然在不同的行业分类中对设计的强调占据不同分量,但是从经济产业上来说设计本身所强调的创意和产品的核心概念对不同的行业发展都是具有高度一致性的,显然设计在三大行业中的“泾渭分明”并不能满足当下设计对于工业、文化发展的整体需要。

问题在于,虽然国家战略和社会认知层面上的“设计”行业及其观念缺乏整合是一个弊端,但是也没有必要“毕其功于一役”,一股脑把航空航天飞机设计、集成电路设计、桥梁工程设计、城市规划设计等也纳入“设计学”的领域来。人们理解的由“设计艺术学”升级而来的“设计学”,还是以造型、创意、审美等关键词为主干的。在坚持这一主干的“家族相似”的基础上,人们呼唤国家政策和社会观念能够在一定范围内逐渐形成对一个整合意义上的“设计”的认同。

因此,目前虽不能马上对“设计”和“设计学”提出放之四海而皆准的定义,但指出目前概念使用的混乱以及其中存在的问题,则可以形成在当前时代背景下对“设计”的新的认知。至少,人们可以整合当下“设计”从学科到实践的两种认知路径:一是在“艺术设计”的观念下,关注和广告、商标、包装、出版、服装、影视、媒体、文化创意产业等行业紧密联系的设计行为;二是在“工业设计”的观念下,关注与建筑、景观、园林、居室、产品、会展、制造业等部类发展相关的设计实践。至于交互设计、信息设计、服务设计、社会创新设计等新出现的设计门类,笔者不认为它们是新出现的设计领域,而是作为一种设计思维和方法,可以整合到上述传统的设计领域之中,如服装设计中也可以有交互设计的思维。

从学科的历史发展阶段中,可以看出设计学在中国经历了这样的过程:第一,从艺术、美术领域逐渐分离出来,成为一门独立的学科——“艺术设计”或“设计艺术学”;第二,艺术设计与工业设计进行叠加整合,形成一门新的学科——“设计学”;第三,在“学科间性”的基础上形成设计学是一门交叉学科的共识,其学科存在的基础就是形式、创意、审美等“设计思维”。换言之,设计学的发展,是一个经过独立、整合,并在整合的基础上进一步明确、限制其边界的过程。但遗憾的是,尽管在学界已经进行到以上第三个阶段的关键时刻,但是在公众认知和社会观念层面上很可能还停留在第一个阶段。此时,虽然人们呼吁一种整合的设计观,但也要注意限定这种整合设计观的内涵和外延,不能把“设计学”无限拓展到和工程制造相关的一切领域。只有这样,设计作为一种服务于国家战略的重要行业才能越来越具有包容性,即不再是局限在某一专门领域内的探讨,而是从整体战略上关注国家和社会发展对于设计学的现实需求。在明确对设计的界定之后,才能有的放矢地来关注中国设计与国家战略的诸多问题。

## 2 设计何以成为国家战略

有关中国设计和国家战略的问题,反映在国家战略的具体内容方面具有鲜明的中国特色,甚至国家战略体系本身就是一种中国特色的制度创新。但在此之前,掌握和了解世界其他国家和地区在设计战略方面的经验,并将之与中国相关的设计战略进行对比,可以更好地看到设计在国家发展层面上的意义和可能。综观全球各国家、地区的设计战略,应该说并没有形成统



一的模式,也没有脱离具体国情和语境的经验,而是在不同地区结合各自发展的不同阶段,形成了多种模式并存的局面。

2018年,世界知识产权组织(WIPO)、美国康奈尔大学和欧洲工商管理学院(INSEAD)共同发布《2018年全球创新指数报告(GII)》,在报告中可以明显看到欧洲国家在创新排名中占据前列,见表1(资料来源:中国电子信息产业发展研究院研究报告)。虽然创新指数不能直接与设计战略挂钩,但从创新指数可以分析出,重视创新的设计指导思想是驱动一个国家向前发展的重要力量。

其中,英国早在1944年就成立了英国工业设计委员会,1972年更名为英国设计委员会。从更名中可以看出,英国对设计的认识已经从工业设计领域上升到整体设计观念上来了。20世纪80年代,英国设计委员会对设计在机制建设等战略层面的关注也越来越详细,如从设计产业的规划到设计教育等。2007年,英国为支持国内设计产业的发展,制定了英国国家设计战略。2015年,英国设计委员会发布《设计经济报告:设计对英国的价值》,其中肯定了设计对英国经济发展的重要作用<sup>[7]</sup>。目前,英国也有一批全球著名的设计公司、广告公司。另外,德国1919年成立的包豪斯设计学院几乎是现代设计教育的代名词。早在1876年,德国就开始通过设定相关法律文件《工业设计注册法》以保护产品的设计知识产权。1950年,德国成立了政府性的设计组织“德国设计委员会”,德国联邦议会明确给予德国设计委员会的任务是以设计作为经济和文化要素来支持德国经济。近年来,德国政府颁布了《高技术战略2025》(HTS 2025)等战略规划,并提出“德国工业4.0”的概念。在政府的大力倡导下,德国高度重视工业设计发展,德国的产品设计在世界现代主义设计潮流中遥遥领先,同时也有着—批优秀的工业设计企业和工业产品制造商。此外,欧洲国家也通过联盟的形式建立共同体,以期通过合力建设壮大欧洲经济。欧盟委员会在2014年颁布了“创意欧洲”计划,该计划是关于欧盟2014-2020年发展的框架性战略计

划,以期从整体性的战略和政策指导层面促进欧洲文化和创意领域的整合与发展。在设计产业高速发展的背景中,一些欧盟国家,如芬兰、瑞典等已成为世界设计强国。

美国作为第一大经济体,其创新设计的发展当然引人注目。美国没有关于设计的国家战略,甚至没有“设计产业”的提法,但是美国在很多国家战略中赋予了设计良好的发展环境。如美国国家经济委员会(National Economic Council)联合白宫科技政策办公室于2015年制定的新版《美国国家创新战略》,其中涉及到“先进制造、精密医疗、大脑计划、先进汽车、智慧城市、清洁能源和节能技术、教育技术、太空探索、计算机”等新领域,几乎每个领域都和社会创新设计息息相关。美国也没有专门主管设计的国家政府部门,设计组织都是以非政府行业组织的形式生存,并通过与政府部门的合作来开展设计工作、推动设计产业发展。在设计发展史中,美国在建筑设计、广告创意、企业形象设计等领域有着辉煌的历史,美国的广告公司也处于全球最前列。

设计组织方面,欧美的相关行业协会大多带有“国际”色彩。如国际设计联盟(IDA)旗下的三大协会:总部设在加拿大的国际平面设计协会联合会(Ico-D)和国际工业设计社团协会(ICSID,现更名为WDO),总部设在丹麦的国际室内建筑师团体联盟(IFI)等,它们要比国际平面设计联盟(AGI)、纽约艺术指导俱乐部(ADC)、东京字体指导俱乐部(TDC)这样的组织更重视产业发展战略。应该看到,欧美的设计理念和设计战略推动了欧美国家经济的发展,甚至日韩及其他亚洲国家也是在借鉴欧美设计理念的基础之上才发展起来的。

日本是亚洲乃至世界的设计强国之一,自明治维新后工业发展迅速,尤其是20世纪50年代后半叶,日本吸取现代设计理念并结合本民族的文化特色,形成了具有日本风格的现代设计<sup>[8]</sup>。战后,日本两大设计行业组织——日宣美和日本设计中心,以及作为官方机构的日本设计振兴会(JDP)相继成立,并设立了日本优良设计奖等,对此许平认为日本政府扮演了“影子推手”的幕后角色,即日本的产业设计振兴政策是有日本特色的产业政策观及其积极实践的结果<sup>[9]</sup>。2016年,日本政府及多个部门颁布《面向2020年的文化之国》(又称京都宣言),明确肯定了设计是日本文化的重要组成部分。2018年5月,日本经济产业省特许厅、产

表1 2018年全球创新指数前20排名情况

排名	国家/地区	排名	国家/地区	排名	国家/地区	排名	国家/地区
1	瑞士	6	美国	11	以色列	16	法国
2	荷兰	7	芬兰	12	韩国	17	中国
3	瑞典	8	丹麦	13	日本	18	加拿大
4	英国	9	德国	14	中国香港	19	挪威
5	新加坡	10	爱尔兰	15	卢森堡	20	澳大利亚



业竞争力与设计研究会联合发布了“设计经营”宣言,旨在将设计作为提升日本产业经营和竞争力的重要战略<sup>[10]</sup>。2019年3月,日本知识产权战略本部发布《酷日本战略》(CJ战略),提出设计作为CJ战略的无形财产,应注意与创意的进一步融合等。此外,日本非常注重设计的社会教育,日本NHK电视台推出《啊设计》栏目,面向社会,特别是低龄儿童以普及设计创意,电通等设计相关企业也通过设立博物馆等多种形式与社会互动,取得了良好的社会效果。

韩国作为亚洲设计先驱者,近年来在工业设计、平面设计等领域发展迅速。不管是政府组织还是重要发展规划,韩国都把设计作为国家发展的重要推动力之一。1970年,韩国就已成立韩国设计包装中心,并在2001年将其确立为韩国设计振兴院(KIDP)。韩国设计振兴院隶属于韩国产业资源部,是韩国唯一的国家级官方非营利性设计发展促进机构,负责推动韩国的设计政策、设计实施及设计战略等内容。在发展计划制定方面,韩国政府在20世纪90年代颁布了《设计振兴法案》,2004年颁布了《民主政府设计产业发展战略》(Design Industry Development Strategy of the Participatory Government),2008年首尔作为联合国设计之都颁布了《设计为人民》政策(Design Caring for Citizens)<sup>[11]</sup>。韩国设计振兴院也在近年来走出国门并与中国等国家建立跨国设计中心,以提高韩国设计品牌的国际影响力。

从上述国家和地区对设计在战略及政策层面上的关注,可以看到设计成为国家战略,推动经济发展已是大势所趋。从历史发展经验来看,设计作为一种整合的产业观念,已不再是类似建筑设计、工业设计、平面设计抑或服装设计等单一领域的个别事件,而是在整体意义上成为推动文化创意产业和经济发展的核心手段,成为国家战略的重要组成部分。联系到中国实际,尽管目前在国务院、各部委和各级地方政府的文件中,有关设计的话题日益提到议事日程上来,但国内目前还没有出台专门针对设计的国家战略,也没有类似《设计振兴法》等法案。在中国设计与国家战略和政策的建设与制定方面,应该说还有很大的发展空间。

从历史来看,国家战略建设需要与一个国家的具体国情相联系。中国目前还没有像西方国家那样,在公众认知层面对设计形成整合的意识,也没能如日、韩一样赶上战后设计产业复兴和发展的风潮,因此中国不能照搬资本主义体系下的产业发展之路。但是,任何一个国家和地区的设计产业要进步,都离不开国

家行政力量的推动,来带动相关产业的发展,尽管有时候这种推动可能是隐性或者间接的。在这方面,国家战略作为彰显国家力量的重要表征,是各企业发展方向的风向标,是引领国民经济的大旗。在创新驱动的时代之下,中国形成整合的设计产业战略观为时未晚。因此,重视设计在国家战略中的重要地位应是当前中国经济发展的时代要求,从制度创新层面上推动设计成为国家战略也是当下中国产业发展的必由之路。

### 3 中国国家设计战略的现状、问题与对策

本节要讨论的是:在中国现有的国家战略中,有哪些内容和设计相关?设计在中国国家战略中的地位还有怎样的发展空间?

在中国,作为学科意义的“设计”是在20世纪90年代后期才确立的,对应的,国家战略中对于设计也有一个逐渐重视的过程。因此这里略去20世纪90年代之前有关设计的国家战略的讨论,除部分专门针对设计相关产业的政策外,主要讨论2011年设计学学科升级,特别是“十三五”(2016-2020年)以来的国务院、政府部门文件。总体看来,眼下国务院以及相关部委有关设计相关政策的陆续出台,表明了国家已经开始重视设计在产业发展中的重要战略地位。由于本文是在国家层面上讨论设计战略问题,因此以下分析仅针对中央、国务院及各部委文件,暂不涉及各地方的政府及行业组织的相关文件。从现有的中央、国务院及各部委文件可以看出,设计及其设计产业在国家战略层面的体现具有鲜明的特色,见表2-4。

首先,其形成了中国特色的国家设计战略体系,进行了设计管理的制度创新。狭义的国家战略是以国务院或政府部门的文件形式颁布的,但相关的法律法规、基金章程、建设方案等,也可视作是广义的国家战略的有机组成部分,它们共同构成中国特色的国家战略体系。目前中国的国家战略文件中,根据发布主体,可以分为国务院、各部委、各行业以及地方各级政府等多个层面。在国务院层面上,其职责既包括制定国民经济和社会发展的总体规划(如《国民经济和社会发展第十三个五年计划规划纲要》等),也包括制定国家重大领域、重要事业的专项发展规划(如《中国制造2025》、《健康中国2030规划纲要》等)。需要看到,尽管《中国制造2025》与设计关系密切,但我国目前在国务院层面上还没有专门针对设计制定国家战略。在各部委层面上,其职责限定为所在领域专门事项、专项行动国家战略的制定,这种部委层面国家战略的发布主体可以

是单一的部级政府部门,也可以是由一个部委牵头,联合两个或者两个以上政府部委(也可以包括科协、文联等正部级的社会团体)制定发布。因为设计领域在现行的国务院部门中无法确定是由哪一个部委来主管,所以采取多个部委联合发布的形式也是一种积极的探索和可能的方案。在地方各级政府层面上,所制定的多是国家级战略的实施执行方案或国家战略指导下的地方性政策。从理论上来说,这几种主体都可以作为设计相关的国家战略制定发布的主体。事实上,目前已有的许多国家战略,都在不同程度上与设计有所交集。

其次,是结合中国的历史道路与产业实际,突出了设计在服务业、制造业中的显著地位。设计产业在发展历程中是依附于制造业、服务业而兴起的新兴行业,尽管近年来在很多场合中,设计有了“文化创意产业”的新归属,但并没有改变设计业作为一种依附性行业的基本事实。例如在行业部门文件中,以工信部为主体出台的相关政策表明了设计理念及其技术对现代服务业、轻工业、先进制造技术业的重要性。目前看来,设计的这一特点在当前环境下也将长期存在,因为较之更新迭代较快的技术环境,设计服务生活、美化生活

表2 设计在国务院层面的战略需求

时间	部门	文件名称	相关内容
2011年	国务院	《“十二五”国家战略性新兴产业发展规划》	加强计算机辅助设计与制造、智能化管理等工业软件研发。鼓励电子政务、金融、电信、保险、交通、广播电视等领域重大信息系统的自主研发。
2012年	国务院	《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》	构建结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系,推动文化产业跨越式发展,使之成为新的经济增长点、经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点,为推动科学发展提供重要支撑。加快转变文化产业发展方式,促进从粗放型向集约型、质量效益型转变,增强文化产业整体实力和竞争力。实施一批重大项目,推进文化产业结构调整,发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业,加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业。
2014年	国务院	《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》	近年来,随着我国新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化进程的加快,文化创意和设计服务已贯穿在经济社会各领域各行业,呈现出多向交互融合态势。文化创意和设计服务具有高知识性、高增值性和低能耗、低污染等特征。推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展,促进与实体经济深度融合,是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措,是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求,是促进产品和服务创新、催生新兴业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高生活质量的重要途径。
2015年	国务院	《中国制造2025》	网络众包、协同设计、大规模个性化定制、精准供应链管理、全生命周期管理、电子商务等正在重塑产业价值链体系; 提高创新设计能力。在传统制造业、战略性新兴产业、现代服务业等重点领域开展创新设计示范,全面推广应用以绿色、智能、协同为特征的先进设计技术; 发展基于互联网的个性化定制、众包设计; 支持重点行业、高端产品、关键环节进行技术改造,引导企业采用先进适用技术,优化产品结构,全面提升设计、制造、工艺、管理水平,促进钢铁、石化、工程机械、轻工、纺织等产业向价值链高端发展。
2016年	国务院	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年(2016—2020年)规划纲要》	实施制造业创新中心建设工程,支持工业设计中心建设。设立国家工业设计研究院。 以产业升级和提高效率为导向,发展工业设计和创意、工程咨询、商务咨询、法律会计、现代保险、信用评级、售后服务、检验检测认证、人力资源服务等产业。 全面推行城市科学设计,推进城市有机更新,提倡城市修补改造。发展适用、经济、绿色、美观建筑,提高建筑技术水平、安全标准和工程质量,推广装配式建筑和钢结构建筑。
2016年	国务院	《“十三五”国家科技创新规划》	发展“互联网+”制造业的新型研发设计、智能工程、云服务、个性化定制等新型模式,培育一批智慧企业,开展典型示范应用; 围绕企业技术创新需求,加快推进工业设计、文化创意和相关产业融合发展,提升我国重点产业的创新设计能力。
2016年	国务院	《国家创新驱动发展战略纲要》	加快推进工业设计、文化创意和相关产业融合发展,提升我国重点产业的创新设计能力。

续表2

时间	部门	文件名称	相关内容
2016年	国务院	《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划的通知》	数字技术与文化创意、设计服务深度融合,数字创意产业逐渐成为促进优质产品和服务有效供给的智力密集型产业,创意经济作为一种新的发展模式正在兴起; 提升创新设计水平:挖掘创新设计产业发展内生动力,推动设计创新成为制造业、服务业、城乡建设等领域的核心能力; 强化工业设计引领作用。积极发展第三方设计服务,支持设计成果转化。鼓励企业加大工业设计投入,推动工业设计与企业战略、品牌深度融合,促进创新设计在产品设 计、系统设计、工艺流程设计、商业模式和服务设计中的应用。支持企业通过创新设计提升传统工艺装备,推进工艺装备由单机向互联、机械化向自动化持续升级。以创意 和设计引领商贸流通业创新,加强广告服务,健全品牌价值体系。制定推广行业标准, 推动产业转型升级。支持建设工业设计公共服务平台。通过工业设计推动中国制造 向中国创造、中国速度向中国质量转变; 推进相关产业融合发展。推动数字文化创意和创新设计在各领域应用,培育更多新产 品、新服务以及多向交互融合的新业态,形成创意经济无边界渗透格局。
2016年	国务院	《“十三五”国家信息化规划》	鼓励企业利用互联网推动服务型制造发展,开展个性化定制、按需设计、众包设计等服 务,创新生产制造和经营销售环节,提供网络化协同制造、全生命周期管理等业务。
2017年	国务院	《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》	优化文化产业结构布局。加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏、创意 设计、3D和巨幕电影等新兴产业,推动出版发行、影视制作、工艺美术、印刷复制、广告 服务、文化娱乐等传统产业转型升级; 保护和传统工艺。加强对中国传统工艺的传承保护和开发创新,挖掘技术与文化 双重价值。推动传统工艺走进现代生活,运用现代设计改进传统工艺,促进传统工艺 提高品质、形成品牌、带动就业; 落实和完善文化税收政策。落实经营性文化事业单位转制为企业以及支持文化创意 和设计服务、电影、动漫、出版发行等文化企业发展的相关政策。

表3 设计在行业及部门层面的战略需求

时间	部门	文件名称	相关内容
2006年	财政部、教育部、科技部、信息产业部、商务部、文化部、税务总局、工商总局、广电总局、新闻出版总署	《关于推动我国动漫产业发展若干意见的通知》	请参阅《关于推动我国动漫产业发展若干意见的通知》
2010年	工信部、教育部、科技部、财政部、人社部、商务部、国家税务总局、国家统计局、国家知识产权局、银监会、证监会	《关于促进工业设计发展的若干指导意见》	请参阅《关于促进工业设计发展的若干指导意见》
2016年	教育部	《高等学校“十三五”科学和技术发展规划》	组织引导高校开展国防基础研究和武器装备预先研究,围绕海洋、空天、网络空间等国 防重大战略需求,在先进设计与制造、新材料、信息与控制、电子元器件、动力与能源、 仿生等领域,培育和强化自主创新能力。
2016年	科技部	《“十三五”国家社会发展科技创新规划》	加强顶层设计,推动国家可持续发展实验区迈上新台阶。



续表3

时间	部门	文件名称	相关内容
2016年	工信部	《物联网发展规划2016-2020年》	引导各创业主体在设计、制造、检测、集成、服务等环节开展创意和创新实践,促进形成创新成果并加强推广,培养一批创新活力型企业快速发展; 大力发展物联网与制造业融合应用。推动工业体系个性化定制、智能化生产、网络化协同和服务化转型。
2016年	工信部	《信息化和工业化融合发展规划(2016-2020年)》	新型生产模式将在重点行业广泛普及,推动生产方式精细化、柔性化、智能化水平显著提升,关键工序数控化率达50%,网络协同制造、个性化定制、服务型制造成为引领制造业高端化的重要模式,制造企业组织管理模式进一步趋向扁平开放; 推动企业间研发设计、客户关系管理、供应链管理和营销服务等系统的横向集成,推进协同制造平台建设,提升产业链上下游企业间设计、制造、商务和资源协同能力; 推广个性化定制。鼓励飞机、船舶等行业提升高端产品和装备模块化设计、柔性化制造、定制化服务能力。支持发展面向中小企业的工业设计、快速原型、模具开发和产品定制等在线服务,培育“互联网+”新型手工作坊等小批量个性化定制模式; 发展服务型制造。积极发展工业设计,推动国家级工业设计中心建设,不断提高面向产品、工艺和服务的自主创新设计能力。
2016年	工信部	《软件和信息技术服务业发展规划(2016-2020年)》	支撑制造业向生产服务型加速转型。引导制造企业建立开放创新交互平台、在线设计中心,充分对接用户需求,发展基于互联网的按需、众包、众创等研发设计服务模式。
2016年	工信部	《产业技术创新能力发展规划(2016-2020年)》	引导工业企业重视设计创新,培育一批专业化、开放型的工业设计企业,鼓励工业企业、工业设计企业、高等学校、科研机构建立合作机制,完善设计领域的创新生态系统; 发展高附加值的消费品工业,推动消费品向价值链高端攀升。轻工业——功能食品设计、产业用纺织品结构设计。
2016年	工信部、财政部	《智能制造发展规划(2016-2020年)》	推动重点领域智能转型。促进集团管控、设计与制造、产供销一体、业务和财务衔接等关键环节集成。针对传统制造业关键工序自动化、数字化改造需求,推广应用数字化技术、系统集成技术、智能制造装备,提高设计、制造、工艺、管理水平,努力提升发展层次,迈向中高端。
2016年	工信部、发改委、财政部	《机器人产业发展规划(2016-2020年)》	基础能力建设重点——机器人共性关键技术。1.工业机器人关键技术:重点突破高性能工业机器人工业设计、运动控制、精确参数辨识补偿、协同作业与调度、示教/编程等关键技术。2.服务机器人关键技术:重点突破人机协同与安全、产品创意与性能优化设计、模块化/标准化体系结构设计、信息技术融合、影像定位与导航、生肌电感知与融合等关键技术。3.新一代机器人技术:重点开展人工智能、机器人深度学习等基础前沿技术研究,突破机器人通用控制软件平台、人机共存、安全控制、高集成一体化关节、灵巧手等核心技术。
2016年	工信部	《工业绿色发展规划(2016-2020年)》	强化绿色设计,绿色设计技术,大力开展绿色设计示范试点,以点带面,加快开发具有无害化、节能、环保、低耗、高可靠性、长寿命和易回收等特性的绿色产品。
2016年	工信部	《纺织工业发展规划(2016-2020年)》	以提升公共服务能力为重点,推进研发设计创意等资源聚集、开放和共享,大力发展众创空间、创客平台等创新网络化公共服务模式。以适应消费升级为重点,鼓励纺织服装企业面向个性化、定制化消费需求,重构供需关系,创新商业模式; 大力实施“三品”战略。注重设计创新,融合传统文化和现代时尚,加强产品形态、产品功能、生产流程及消费体验等各环节创意设计; 加快绿色发展进程。推行绿色设计; 提升企业综合实力。引导纺织制造企业以拓展产品功能、提高交易效率、满足客户深层次需求为重点,为客户提供个性化产品设计和整体解决方案; 推动服装家纺行业模式创新。加快培育以品牌、质量、设计、营销、服饰文化为核心竞争力的新优势。
2016年	工信部	《轻工业发展规划(2016-2020年)》	推进创意设计与轻工制造业融合发展,增强工业设计能力,全面推广以智能、绿色、协同为特征的工业设计技术,提升工业设计行业的创新能力和服务水平。建设一批工业设计企业,广泛开展国际交流合作,推动工业设计向高端综合设计服务转变。鼓励支持企业建立设计创新机制、设立工业设计中心,形成一批具有国际竞争力的设计创新型企业。 加强标准支撑作用——加快产品设计、关键材料及零部件、生产制造等产业技术基础标准制定。

续表3

时间	部门	文件名称	相关内容
2016年	国家工商总局	《广告产业发展“十三五”规划》	规划目标——增强创新能力。广告产业技术创新、管理创新、制度创新有新成果,广告创意、策划、设计和制作水平达到或接近国际先进水平。
2016年	工信部	《促进中小企业发展规划(2016-2020年)》	支持新颖化发展。引导和支持中小企业树立新颖化理念,在样式、外观、规格、功能等方面加强个性化、艺术化等创意和设计,提供便捷化、人性化、细致化等产品和服务,以新产品、新服务满足需求,以新发明、新创造引领需求,通过技术、工艺、管理、服务的新颖化不断占据市场先机。
2017年	文化部、工信部、财政部	《中国传统工艺振兴计划》	提高传统工艺产品的设计、制作水平和整体品质。
2017年	科技部	《国家高新技术产业开发区“十三五”发展规划》	大力发展基于互联网的个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式。支持建设工业云服务和大数据平台,推动软件与服务、设计与制造资源、关键技术与标准的开放共享。全面推广应用以绿色、智能、协同为特征的先进设计技术,积极构建绿色制造体系。
2017年	科技部	《“十三五”先进制造技术领域科技创新专项规划》	提升产品智能化程度和研发设计、生产制造、经营管理的智能化水平,打造高端产品和装备,占据产业制高点; 我国是制造业大国,但多数制造企业在国际产业链分工中仍处于“制造—加工—组装”低技术含量和低附加值环节,创新能力不强。尤其在高端产品创新设计方面,设计工具软件受制于人,设计方法和理念不够先进,创新设计能力较为薄弱; 突破制造业绿色产品设计、环保材料、节能环保工艺、绿色回收处理等关键技术,支撑制造业可持续发展。绿色制造,促进持续发展:针对资源、环境刚性约束增强,以信息技术为基础改造传统产业,探索高效、节能、节材产品技术创新、智能化工艺、服务运维等全生命周期绿色化模式,实现制造业的可持续发展; 增材制造。形成创新设计、材料及制备、工艺及装备、核心零部件、计量、软件、标准等相对完善的技术创新与研发体系。基于增材制造的结构优化设计技术。增材制造的核心装备设计与制造技术; 网络协同制造——3. 基于“互联网+”的创新设计; 绿色制造——1. 基于绿色理念的减量化设计与创新设计。
2017年	科技部	《“十三五”现代服务业科技创新专项规划》	支撑制造业向生产服务型加速转型。引导制造企业建立开放创新交互平台、在线设计中心,充分对接用户需求,发展基于互联网的按需、众包、众创等研发设计服务模式。创新生产性服务业组织方式,优化组合生产、消费、流通全过程,强化供应链精细化管理,向产品设计、营销等产业链高端升级; 推进文化与科技深度融合发展。深入实施国家文化科技创新工程,强化文化科技资源整合和统筹规划,提升文化产业技术、创意和设计水平及文化内涵,提高文化产业整体实力; 强化现代服务业发展支撑体系。完善电子商务、物流、创意设计、工业设计、印刷传媒等现代服务业学科和人才培养体系。
2017年	科技部	《“十三五”国家技术创新工程规划》	大规模个性化定制、精准供应链管理、网络众包、协同设计、产业创新联盟等重塑产业价值链体系与产业组织形式; 面向中小企业提供研发设计、检验检测、技术转移、大型共用软件、知识产权、标准、质量品牌、人才培养等服务。加强国家级工业设计中心建设,支持企业工业设计中心和工业设计企业发展。
2017年	科技部、中宣部	《“十三五”国家科普和创新文化建设规划》	培育一批具有较强实力和较大规模的科普设计制作、展览、服务企业,形成一批具有较高知名度的科普品牌。
2018年	商务部、财政部、海关总署	《服务外包产业重点发展领域指导目录(2018年版)》	十八、工业设计服务定义和范围:工业设计服务是指提供专业的工业产品设计整体解决方案服务,或产品策划、外观造型设计及产品包装、产品展示等某一业务流程的服务。工业设计服务属于知识流程外包(KPO)。主要业务类型:主要包括外观设计、结构设计、试验认证、环境设计、工业生产设计等5个业务类型。 二十、服务设计服务定义和范围:服务设计服务是以用户为中心、协同多方利益相关者,通过人员、环境、设施、信息等要素创新的综合集成,实现服务提供、流程、触点的系统创新,从而提升服务体验、效率和价值的设计活动。服务设计服务属于知识流程外包(KPO)。主要业务类型:主要包括服务模式设计、商业模式设计2个业务类型。

续表3

时间	部门	文件名称	相关内容
			二十一、文化创意服务定义和范围:文化创意服务是以文化领域创造力为核心的业务活动,通过技术、创意和产业化的方式开发、营销知识产权的业务,主要包括广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术等方面的创意服务。文化创意服务属于知识流程外包(KPO)。主要业务类型:主要包括动漫及网游设计服务、影视文化创意服务、广告设计服务等3个业务类型。

表4 与设计类相关的部分征求意见稿

时间	部门	文件名称	相关内容
2019年	发改委	《产业结构调整指导目录(2019年本,征求意见稿)》	鼓励类行业: 科技服务业——工业设计; 商务服务业——广告创意、广告策划、广告设计、广告制作; 教育、文化、卫生、体育服务业:文化创意设计服务,数字文化创意。
2019年	工信部	《工业大数据发展指导意见(征求意见稿)》	推动工业大数据全面深度应用:推动产品研发、工业设计、生产制造、经营管理等系统数据的贯通共享。发展协同设计、网络化制造、敏捷供应链、共享制造等新模式。
2019年	工信部	《制造业设计能力提升专项行动计划(2019-2022年)》(征求意见稿)	制造业设计能力是制造业创新能力的重要组成部分。提升制造业设计能力,能够为产品植入更高品质、更加绿色、更可持续的设计理念;能够综合应用新材料、新技术、新工艺、新模式,促进科技成果转化应用;能够推动集成创新和原始创新,助力解决制造业短板领域设计问题。近年来,设计创新有力促进了制造业转型升级,也带动了设计自身从理念到方法,以及实现方式等方面的持续进步,但设计能力不足仍是影响制造业转型升级的瓶颈问题。在设计基础研究与积累、设计工具与方法、人才水平以及公共服务能力等方面亟待加快追赶步伐。为提升设计能力,推动制造业高质量发展,制定本行动计划。
2019年	文化和旅游部	《文化产业促进法(草案征求意见稿)》	本法所称文化产业,是指以文化为核心内容而进行的创作、生产、传播、展示文化产品和提供文化服务的经营性活动,以及为实现上述经营性活动所需的文化辅助生产和中介服务、文化装备生产和文化消费终端生产等活动的集合; 前款所称经营性活动的类别包含内容创作生产、创意设计、资讯信息服务、文化传播渠道、文化投资运营、文化娱乐休闲等; 【创意设计】国家积极推动创意设计服务业发展,丰富创意设计文化内涵,促进创意设计产品的交易和成果转化,提升制造业和现代服务业的文化含量和附加值; 【传统工艺振兴】国家鼓励和支持加强对传统工艺的传承保护和开发创新,鼓励在保持优秀传统文化的基础上,推动手工技艺与现代科技、工艺装备、创意设计的有机融合,推动传统工艺走进现代生活; 【资源数字化】国家推动文化资源数字化,分类采集梳理文化遗产数据,标注中华民族文化基因,建设文化大数据服务体系,鼓励公民、法人和非法人组织依法开发利用,将中华文化元素和标识融入内容创作生产、创意设计以及城乡规划建设、生态文明建设、制造强国建设、网络强国建设和数字中国建设。

的本质和初心并没有改变。从人类的生存角度来说,任何时候,产品的制造、商品的服务都是现代生活的必需品,这也是设计在现代工业体系中拥有持久生命力的根本原因。因此,传统的制造业、服务业依旧是设计产业发展的主流。当然,从发展趋势来看,设计战略也开始涉及越来越多的新兴行业,其概念也在不断丰富和发展。从与设计相关的国家战略文件的发布及其数量也可以分析出,以服务业、制造业为中心,设计也开始在多个产业中起到了越来越重要的作用,是国民经

济向前发展的重要支撑,这也是呼吁设计本身上升为国家战略的重要依据。

最后,是与时俱进,不断回应、研究新情况、新问题,扶植、培育新兴设计产业和新的设计门类。在技术环境飞速变换的当下,设计也随着时代的发展产生了新的内涵。从国务院颁发的一系列文件来看,国家设计战略也在积极关注和扶植机器人产业、智能产业、信息产业、文化创意产业等与网络、数字相关的新环境和新技术的发展。例如针对学术界近年来得到集中讨论



的绿色设计观念,就在行业部门文件中有所体现。由工信部颁发的《工业绿色发展规划(2016-2020年)》中,就强调了绿色设计及绿色设计技术,以及生产环境友好型的绿色产品,而其他各行业部门的政策也纷纷把绿色设计作为重点内容之一,或把绿色设计作为产品设计和开发的重要目标。再如对互联网、大数据等技术以及由此带来的个性化设计、服务设计等问题的重视。在互联网环境中,传统设计的服务模式面临新的挑战,互联网可以通过聚集用户创意的平台收集更多的创意,并对之后的产品设计和销售产生一定的效应和影响力。过去产品的设计主要是在工业链中满足大众化的需求,而如今即时的反馈让产品的设计朝着多元化的方向发展。这些新技术、新理念、新问题都在不同国家战略文件中得到了体现。

尽管取得了一定的成绩和积累,也应该看到,中国作为一个发展中国家,在设计产业方面与西方发达国家的差距同样明显,而且面临着一系列中国所特有的困难和问题,这使得中国的国家设计战略存在着有待改善和提升的空间。

首先,从发布主体来看,国家战略中的设计问题在中央、国务院和多个相关部委的文件中都有所涉及,作为整合意义上的设计及其产业在中国还没有明确对口归属的主管部门。

2011年,国务院学位委员会《学位授予和人才培养学科目录(2011年)》中明确了艺术学学科门类,而设计学也成为该门类下的一级学科,并且是唯一一门可以授予艺术学、工学两种学位的一级学科。至此,“设计学”的概念取代了之前的“艺术设计”和“工业设计”,以一种整合统一的形象呈现在学科目录之中,也为全社会所认知和接纳。但是,由于现行的学科目录中并没有明确“设计学”一级学科有哪些下属的二级学科,目前在各个院校中对“设计”下属专业的设置往往也是言人人殊,且现行的学科目录在未来并非没有进一步调整修正的可能性,因此学术界所通行的这种“设计”的概念和社会层面上长期以来约定俗成的日常观念之间还是存在一定的落差。这一点在国家政策方面体现得尤其明显,即尽管存在着一个整合意义上的“设计”学科,但是现行的国家战略(包括国务院和各部委、各行业文件,不包括地方制定的当地设计业发展规划、指导意见等,下同)中,却并没有哪一部是在整体意义上针对“设计”而专门制定的。诚然,各行业、各部门都没有忽视设计对人类社会的重要性,不过,从国家战略层面来说,这种各自为政、老死不相往来的设计认知也

在一定程度上忽视了设计作为一个整体潜在的重大战略意义。

其次,与此相联系,国家层面主管部门的缺席也造成了各地域设计管理和战略制定的差异性。目前,我国深圳、上海、北京、武汉四座城市已经成为联合国教科文组织命名的“设计之都”。尽管与全球其他设计之都相比,这四座城市或许在不同程度上存在着一定的差距,但与国内其他城市相比,无疑在设计方面走在了前列。然而,即便是这四座国内的设计之都,其地方性设计产业的主管部门也是各不相同的。如深圳市成立了隶属于深圳市委外宣办的“深圳市设计之都推广办公室”,北京成立了商业性质的“北京设计之都发展有限公司”,上海有“上海文化创意产业推进领导小组办公室”,武汉则成立了“武汉设计之都促进中心”,各自的行政隶属与职能各不相同。我国各地关于设计之都建设发展规划纲要的制定也不尽相同,据不完全统计,全国已经有多个省市以当地为单位,制定了推动工业设计发展的相关战略规划,但是这种步调并不一致。如果能够从国家层面设置相关设计主管的部委或办公室,统一名称、职能和行政关系,再由各地各级政府效法,可能会取得理想的效果,行业协会也类似,目前全国各地的工业设计、平面设计、服装设计类协会多如牛毛,隶属关系混乱,有的属于文联,有的属于科协。解决这一问题单靠民政部门的监管是不够的,还必须从国家层面明确行业归属,对设计专业组织的建设作出全国性的示范。

再次,从设计领域看,各设计门类的战略发展有欠均衡。从相关战略文件列表中可以看出,与制造业联系紧密的工业设计的相关战略仍然占据主导地位,而平面设计等侧重艺术、创意领域的相关战略基本上处于缺席状态。其实,尽管设计的观念随着时代的变化在不断地更新和丰富,但是以创意为核心的设计观却是其存在的基础,而这一点更多和平面设计这种代表国家设计“软实力”的设计门类紧密联系。与看得见的工业产品造型相比,看不见的创意思维、创新精神和艺术品味有可能成为制约设计发展水平的“瓶颈”。尤其随着我国对文化产业的重视及其面临的新的经济环境变化,设计战略不应该仅仅局限在工业设计这一个方面。国家要自主发展,创新是首位。从创新思维这一基本点出发,兼顾其他创意设计领域,建立一种涵盖了服务业、制造业、文化创意产业等多方面设计门类的整合设计发展战略已是大势所趋。在当前国家战略的整体趋势中,设计观念越来越侧重于在产业层面上的意

义,与工业设计一家独大的产业环境相比,强调设计在“产业”层面的整合有利于系统把握设计产业的发展路径,发挥设计产业的核心竞争力。

最后,目前还没有在国家层面上提出的整合意义上的设计发展战略,推动整合意义上的设计上升成为国家战略仍是一项未竟的任务。

目前在国家战略层面,有关设计的各行业的发展建议和指导意见已陆续被纳入重要的发展规划中来,但这大多是各部委针对各自所分管的设计门类而制定的。比如加工制造业领域的工业设计、服装设计,工商服务业领域的标志设计、包装设计,文化创意产业领域的平面设计、广告设计,新闻出版宣传领域的书籍设计等,各部委在制定相关战略时往往对相关设计领域有充分的重视和强调,但却并没有一个国务院或行业文件就各个设计门类所共有的创意、创新等问题在整合意义上制定发展规划。通过这一点可以看出,在对“设计”的认识这一点上,学术界和政府管理部门是存在认知落差的。这就造成了很多国家战略的重复设置。例如从具体的话语中,可以发现很多战略文件中关于发展设计的思想高度相似,甚至使用重复的语言。比如像广告产业和文化产业都体现了创意对产业的推动,纺织工业和轻工业都与加工制造业密切相关,但恰恰都没有使用整合的设计观念统一起来。目前还没有一个专门针对大设计的国家战略出台,把设计上升为国家战略仍是学界和业界的一种期待。

#### 4 结语

如果说新中国七十周年在设计创意创新方面,相比西方发达国家还表现出一定的滞后性的话,那么可以说,中国在国家设计制度和设计战略制定方面走出了一条与众不同的中国特色社会主义道路。在中国,从管理体系、管理模式到行业分类,都结合了中国独特的社会、政治、经济、文化特点进行了创新,与西方国家截然不同。这在很大程度上丰富了世界设计的话语

场,用中国经验和中国模式对“设计”学科进行了再定义。但是,必须看到时代赋予人们的使命以及发展中所遇到的问题和挑战同样艰巨。眼下,设计尚未直接提升为国家战略,人们还有必要继续提倡大设计观来整合各门类设计产业的发展,不断提升设计在国家战略体系和经济发展中的重要地位,以设计思维推动全社会形成对原创和创新问题的重视。

#### 参考文献

- [1] 中国社会科学院语言研究所词典编辑室. 现代汉语词典[M]. 北京:商务印书馆,1982.
- [2] 吕品田. 必要的张力[M]. 重庆:重庆大学出版社,2010.
- [3] 祝帅. “工艺美术”与“设计”宜拉开距离[J]. 美术观察, 2011(8):27-28.
- [4] 祝帅. 论设计研究的“学科间性”[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计),2018(1):102-106.
- [5] 柳冠中. 设计与国家战略[J]. 科技导报,2017,35(22):15-18.
- [6] 中华人民共和国国家统计局. GB/T4754-2017,国民经济行业分类[S]. 北京:中国统计出版社,2017.
- [7] 英国设计协会,董莹. 英国设计经济报告-执行纲要——设计对于英国的价值[J]. 设计,2016(24):84-85.
- [8] 石晨旭,祝帅. 中国平面设计产业研究[M]. 北京:清华大学出版社,2017.
- [9] 许平. 影子推手:日本设计发展的政府推动及其产业振兴政策[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版),2009(5):29-35.
- [10] 黄河,李勇. 面向新经济的日本设计经营战略研究[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计),2019(4):131-134.
- [11] STOCKER K. The Power of Design: A Journey through the 11 UNESCO Cities of Design[M]. Berlin: Springer Vienna,2013.