



版权

- 发起方 -

未来预想图 | 第一财经 YiMagazine | 第一财经

- 视觉支持 -

第一财经视觉中心

- 联合企划 -

ERUTUF | 觅来社

- 未来制造者孵化器 -

上海创新创意设计研究院

未来制造者大会·2024
2024年9月23日至2024年9月25日

- 策划 -

赵慧、邢梦妮、程绚、刘舒婷、曹中

- 平面 & 动态设计 -

MeMeDesignLab- 黄磊、MeMeDesignLab- 沈湉

- 空间设计 -

一搨建筑设计事务所 | IKKUN ARCHITECTS

- 现场摄影 -

任玉明
吴军
高含之

未来制造者大会·2024 Ideabook

主编 赵慧
编辑 曹中
设计 黄磊



清华同衡规划设计研究院
副总规划师
刘岩



交通与发展政策研究所 (ITDP)
东亚区首席代表
刘岱宗



京王电铁株式会社
开发事业本部课长
菊池祥子



星野集团海外事业组
中国内地开发总监
马场义德



Klein Dytham architecture
建筑事务所建筑师
久山幸成



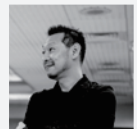
博报堂 monom 代表
设计工作室 YOY 联合创始人
创意指导 / 产品设计师 小野直纪



英格卡集团(宜家零售)
创意总监
Marcus Engman



祎设计 (Yi Design)
联合创始人
尹一



索尼中国品牌推广办公室总经理
公司项目首席创意制作人
西冈靖就

未来街区 - 喋喋不休·大发表会



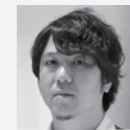
《第一财经》杂志
总编辑
赵嘉



交通与发展政策研究所 (ITDP)
东亚区首席代表
刘岱宗



Klein Dytham architecture
建筑事务所建筑师
久山幸成



博报堂 monom 代表
设计工作室 YOY 联合创始人
创意指导 / 产品设计师 小野直纪



索尼中国品牌推广办公室总经理
公司项目首席创意制作人
西冈靖就

* 未来街区部分主理人项目图片均由主理人提供

| | |
|-----|----------------------|
| P1 | 关于未来制造者大会 |
| P5 | 未来剧场 |
| P15 | 未来街区 |
| P46 | To New Future Makers |

制造未来，依靠的不仅仅是“创意”，更需要“制造者”在某个领域长期耕耘。在未来制造者大会·2024，我们将用“未来剧场”、“未来街区”两大板块，分别从“经验者”和“主理人”两个视角，展示我们眼中的“未来制造者”。

未来制造者大会·2024 由此分成两个部分。9月23日至24日的“未来剧场”上，我们邀请了来自中国、日本和瑞典那些认真做事，说是“热爱工作”都不为过的人，他们的认知和方法论颇为成熟，都有叫得上名字的代表作。其中包括景德镇城市更新团队，索尼公司项目首席创意制作人，星野集团中国区负责人，宜家零售全球创意总监，参与了东京下北泽地区更新的京王电铁团队……

“未来街区”的主要活动在9月25日举办。在“喋喋不休·大发表会”上，12组“主理人”以限时接力演讲的形式介绍了自己的项目。他们也与未来预想图团队一起策划了“主理人联合展”。展览中的每一个的展位共同组成并定义了一个理想生活街区的模样。“主理人联合展”在大会结束后，来到兴业太古汇“巡回”展出，也一度成为了上海创新创意设计研究院的常设展览。

2024年9月23日
未来剧场·城市力专场

09:00-9:10
开幕式致辞
第一财经总编辑 **杨宇东**

09:15-9:30
品牌、城市与设计：
寻找商业生活的“最大公约数”
未来预想图主编 **赵慧**

9:40-10:40
“出圈”的景德镇：十年城市更新路
清华同衡规划设计研究院副总规划师
刘岩

10:45-11:45
和小汽车“抢街”：城市高速的死与生
交通与发展政策研究所 (ITDP) 东亚
区首席代表 **刘岱宗**

- 午休 -

14:05-15:05
那么关心下北泽？这是一场“未完成”
的街区营造——MIKAN 下北泽：与
“player”共创的街区实践
京王电铁株式会社开发事业本部课长
菊池祥子

15:10-16:10
理念驱动的区域改造与再生：
星野这么做酒店开发！
星野集团海外事业组中国内地开发总监
马场义德

16:15-17:15
观众提问环节 (10~15min)
圆桌讨论
城市更新：为谁而新，如何“焕新”？
- 主持 -
未来预想图主编 **赵慧**
- 嘉宾 -
刘岱宗
菊池祥子
马场义德

2024年9月24日
未来剧场·品牌力 & 设计力专场

9:05-10:05
Delightful Design:
Klein Dytham architecture 的建筑设计
Klein Dytham architecture 建筑事务所
建筑师 **久山幸成**

10:10-11:05
到底是什么“做出好东西？”
博报堂 monom 代表，设计工作室 YOY
联合创始人
创意指导 / 产品设计师
小野直纪

11:10-12:10
在景德镇“捡陶瓷”：
如何用设计“愚公移山”？
祓设计 (Yi Design) 联合创始人
尹一

- 午休 -

14:05-15:05
从年轻人的第一个家说起：
我们的设计观察与实践
英格卡集团 (宜家零售) 创意总监
Marcus Engman

15:10-16:10
用科技与创造力塑造未来！
索尼在中国如何实施品牌战略？
索尼中国品牌推广办公室总经理
公司项目首席创意制作人 **西冈靖就**

16:15-17:15
观众提问环节 (10~15min)
圆桌讨论
好设计等于一个好品牌吗？
- 主持 -
未来预想图编辑 **肖文杰**
- 嘉宾 -
久山幸成
小野直纪
尹一
西冈靖就

2024年9月25日
未来街区·主理人联合展

13:00-19:30
@ 上海创新创意设计研究院 3F 多功
能厅

14:05-14:35
主理人业态·主题对谈

14:35-17:20
喋喋不休·大发表会！

17:20-19:30
主理人交流时间·After Party



扫描二维码查看“未来剧场”演讲视频



扫描二维码查看未来制造者大会·2024
完整回顾



Part1 未来剧场





和小汽车“抢街”：城市高速的死与生

刘岩

清华同衡规划院副总规划师、文绿融合保护更新实验室主任，教授级高级工程师，注册规划师、文物保护工程责任设计师。2012年起，刘岩提出设计、投资、建造、运营一体化的城市更新DIBO方案。他主持完成了景德镇陶溪川和陶阳里等项目的全过程咨询工作。



刘岩
清华同衡规划院
副总规划师
“出圈”的景德镇：十年城市更新路



这几年“出圈”的景德镇，实际上是一场坚持了十多年的、有预谋的“突围”。

2012年，各地的房地产开发热潮中，景德镇东郊的宇宙瓷厂却拒绝了最后一拨开发商。这一年，清华与景德镇共同制定了一个与那个时代“不同频”的长期更新计划。这个富有远见的计划，是基于什么判断得出的？十多年的坚持过程，又发生过哪些或有趣或艰辛的故事？在景德镇发生的事情，能给时代与其他城市带来哪些启示？



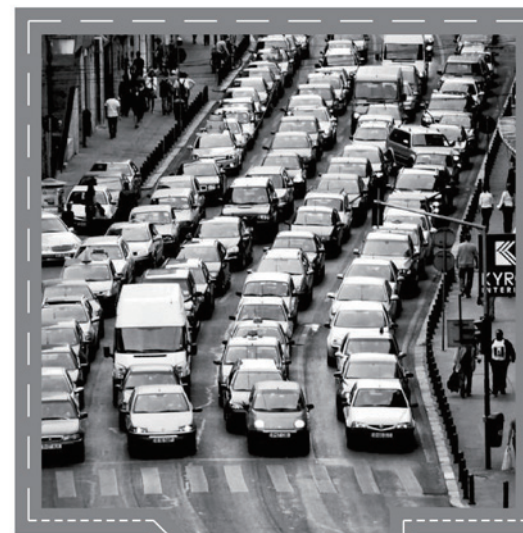
“出圈”的景德镇：十年城市更新路

刘岱宗

交通与发展政策研究所 (ITDP) 东亚区首席代表，北京大学客座教授，拥有 20 年城市可持续发展经验。担任中国科协联合国咨商交通专委会委员，世界交通运输大会未来交通学科主席，重庆城市轨道交通开发投资集团外部董事，世界银行 TOD 项目顾问等多个社会职务。“一览众山小 - 可持续城市与交通”公众号发起人。

当下，我们正站在重新定义城市发展的十字路口。近 50 年来，全世界已经有越来越多的城市已经在挑战“小汽车 = 发展”这一传统观念。其中一些甚至开始拆除那些曾象征现代化的高架桥。

在这场演讲中，我们剖析了小汽车文化如何塑造了我们的城市空间，探讨城市快速路对社区和出行的深远影响。中国的城市是否也能摆脱对小汽车的依赖，探索一种更为可持续的未来？如果我们选择不同的路径，城市将如何焕发新生？



刘岱宗
交通与发展政策研究所 (ITDP)
东亚区首席代表
STOP
和小汽车“抢街”：
城市高速的死与生



一场“未完成”的街区营造： MIKAN 下北泽

菊池祥子

现任京王电铁株式会社开发事业本部课长，负责“MIKAN 下北”的立项，并承担了其中社区项目的策划和运营工作。菊池祥子于 2006 年加入京王电铁，在购物中心运营部门负责大规模改造和设施管理等工作，积累了商业设施运营的现场经验。此后，她还参与了集团公司的住宅开发、零售等业务。

也许有人会不理解——一家私营铁道公司为什么会参与地域创生或城市更新项目？日本的京王电铁就是这样一家私营铁道公司。它们通过开发沿线车站周边的居住空间与商业设施，增加地区的潜在价值，让更多人愿意乘坐自己的交通工具、使用铁路，最终达到地域活性化的目的。

一些关心城市里新变化的人可能听过在东京下北泽地区发生的事。小田急电铁与京王电铁这两家私铁公司，通过不同的地区开发思路，为这个以剧场亚文化与古着亚文化流行的年轻人街区带来了新的可能性与活力。

演讲者菊池祥子详细为大家分析京王电铁在下北泽项目所做的研究、开发计划与运营方式。看看他们如何通过一个叫“未完”（MIKAN，日语“ミカン”）的街区品牌，在东京下北泽营造出与“共创者”息息相关的新目的地，让更多人“有街可逛”。



理念驱动的区域改造与再生： 星野这么做酒店开发！

马场义德

星野集团海外事业组中国内地开发总监。马场义德 1975 年出生于东京，1999 年毕业于早稻田大学研究生院工学研究科，获得建筑工程硕士学位。2008 年毕业于一桥大学研究生院国际企业战略科，专攻经营与金融。曾在大型建筑公司工作，2008 年起担任现职，负责星野东京等住宿设施的企划、资金筹措、收购、合同及开发等工作。自 2019 年起，成为中国大陆业务的负责人，统筹开发及运营部门。

我们曾经出过一本 mook 《星野：重新定义度假》，在这本书里，我们分析了酒店集团星野的多品牌策略、营销打法与开发方式。你对星野的认知，还仅仅是酒店吗？

马场义德从星野参与地方城镇开发的一个案例讲起，为我们详细分享了一家酒店如何参与了一个地区的重新规划与焕新。不仅如此，他也会分享人们常常对日式服务好奇的一个核心问题——“到底什么是日式服务”？他拆解了星野服务的秘密——星野如何从服务出发，构建酒店的理念，直至与地区主题结合。

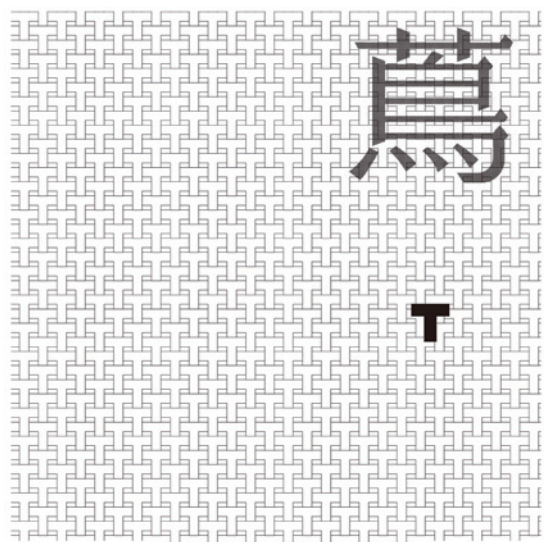




Delightful Design : Klein Dytham architecture 的建筑与设计

久山幸成

Klein Dytham architecture 建筑事务所 (KDa) 建筑师，主要作品包括代官山 T-SITE、GINZA PLACE、星野度假村 RISONARE。久山幸成毕业于横滨国立大学建筑学专业，1996 年加入建筑事务所 KDa。目前在关东学院大学和桑泽设计研究所担任兼职讲师。他对 KDa 的设计方法有着深刻理解，还掌握整个设计过程中所需的材料和施工知识，是统筹建筑、室内设计工作全体的枢纽人物。



建筑事务所 Klein Dytham architecture (简称 KDa) 曾经设计了代官山 T-SITE/ 葛屋书店、GINZA PLACE、星野度假村 RISONARE 等项目。它们无一例外，都成为了当地颇具地标性的目的地。KDa 是一家国际视角的建筑事务所，重视从使用者的角度出发，追求“成为目的地”的场所和空间设计，以及“能够让人留下回忆的”体验设计。

KDa 如何释放自己的设计力？KDa 建筑师久山幸成通过代官山 T-SITE / 葛屋书店、GINZA PLACE、星野度假村 RISONARE 等建筑设计项目的实现过程，让大家了解到设计中体验的重要性，以及 KDa 追求乐趣和亲和力的态度与视角。



到底什么是“做出好东西？”

小野直纪

博报堂 monom 的负责人，设计工作室 YOY 的创始人，创意总监 / 产品设计师。2008 年加入博报堂，先后担任空间设计和文案工作。于 2015 年成立产品开发团队“monom (モノム)”。自 2011 年起，在社外主办设计工作室“YOY (ヨイ)”，专注于家具、照明和室内设计。2019 年至 2023 年期间，担任博报堂发行的杂志《广告》的主编。

「いいものをつくる、とは何か？」

(到底什么是“做出好东西？”)

这是小野直纪以主编身份为《广告》这本杂志所拟定的核心概念。《广告》杂志是一本由广告公司博报堂制作的杂志，创刊于 1948 年，目的是探讨广告文化的创造与发展。小野直纪是博报堂旗下创意团队“monom”的负责人，他在 2019 年至 2023 年之间担任《广告》主编，以项目视角看待杂志的制作，颠覆了杂志出版的边界，分别推出过“1 日元”杂志、以“复印杂志”形态讨论“盗版”等创新表现形式，在互联网引起广泛讨论。

这次，小野直纪和我们重新探讨这五期《广告》杂志项目的诞生与“反思”。同时，他也与大家分享创意团队 monom 在产品领域探索与创新，那是他思考“做出好东西”的起源。他同时也是室内设计工作室 YOY 的联合创始人，回到“设计”视野，他也会带来自己长期的思考与探索。





在景德镇“捡陶瓷”： 如何用设计“愚公移山”？

尹一

祎设计 (Yi Design) 联合创始人，设计师兼可持续材料研究者。尹一从中央圣马丁艺术与设计学院毕业后，热衷于减少工业固体废物对环境和社会的影响。近年来，他专注于研发新一代可持续再生材料的技术，并探索新材料设计在快速发展的城市空间中的应用。他创立的祎设计曾为路易威登、伊索、星巴克等品牌的线下门店提供陶瓷再生砖。



陶瓷以其独特的魅力，成为了中国文化的代表产品之一，受到了世界各地朋友的喜爱。然而，这背后还有一个不为人知的数字：每年，中国制瓷业会产生约 1800 万吨的陶瓷废弃物。这些废弃物大多源自批量生产陶瓷的工厂。因缺乏专门的处理方式，它们常常与生活垃圾混在一起处理。

如何让这些数量庞大的陶瓷废弃物重新焕发生机？可持续新材料公司 Yi Design 就在通过设计解决这个“循环”问题。我们曾在《景德镇的废瓷去哪儿了》里报道过他们。这次，Yi Design 联合创始人尹一分享了他们如何一步步探索出废弃陶瓷循环利用的供应链。在这条新路径中，废弃陶瓷变成了建筑结构和装饰的再生砖块，为室内设计和建筑行业提供了新的循环材料选择。很多绿色行业追求的“全循环的好设计”，正在慢慢成为现实。



从年轻人的第一个家说起： 我们的设计观察与实践

Marcus Engman

英格卡集团 (宜家零售) 创意总监，负责统筹宜家创意工作。Marcus Engman 在宜家工作期间，曾担任传播和市场经理、宜家设计负责人。他曾主导了 Atelier100、宜家艺术节、领导宜家米兰设计周和巴黎时装周创意设计。他还经营着名为 SKEWED 的街头时尚品牌和创意集合品牌。

年轻人第一次拥有自己第一个家 / 房间时都有怎样的期待和需求？如果通过设计，尤其是宜家的设计去实现这些需求，会有哪些有趣的延展？

英格卡集团 (宜家零售) 创意总监 Marcus 和产品设计师 David Wahl 向大家分享在全球范围内的有趣研究。比如说，在他们的研究中，近一半的人认为自己的居家生活并没有被媒体展示，还有一部分人把游戏与生活融合，并不在乎亮出玩家身份——这些研究都将他们引向了新的家具系列和居家生活品牌计划。





用科技与创造力塑造未来！ 索尼在中国如何实施品牌战略？

西冈靖就

索尼中国品牌推广办公室总经理，公司项目首席创意制作人。西冈靖就于 1993 年加入索尼公司国际市场部，2016 年任索尼中国设计中心总监，2021 年起任现职。



“创意”可以被练习吗？——当然，只要你保持探索精神和好奇心。索尼将自己定位为“建立在坚实技术基础上的创意娱乐公司”，他们想结合多元业务，为用户提供多种渠道、技术、产品和服务来探索和激发创意，为用户们创造感动。

西冈靖就还分享了他的个人体验。他经常在日常生活中寻找灵感源泉，比如观察餐桌上的花朵、房间里的植物生长等。周末晨跑时，他用相机捕捉到了建筑物屋檐下水池反射阳光的瞬间，这让他思考了一整天自然界中的反射现象。



Part 2 未来街区 - 喋喋不休大发表会



2024 推荐主理人 泉州美好生活造物社

一个坚持多年的项目，不仅展现了对在地文化的深度挖掘，而且面向不同年龄与背景的多元族群。期待他们可以继续有新的拓展与尝试。

推荐理由

Project 01

泉州美好生活造物社

创始人：郑达真

主理人：蔡逸辰

联系方式：734430915@qq.com（蔡逸辰）



美好生活造物社 SUHU LIFE，SUHU 意思为“舒服”。

2010 年创立的“美好生活造物社”团队，是泉州美好生活文化发展有限公司旗下的活动策划品牌。具有专业及丰富的策划经验，擅长运用当地文化资源结合当代，及创意因地制宜开发文创产品并保护与传承文化遗产为主题策划活动。

“美好生活造物社”创办了“七番市”市集品牌。「七番市」又名「西红市」。番者，古时南洋番邦之称，今有数倍盈利之意，利事利是利市！自 2010 年入驻福建泉州西街以来，“美好生活造物社”经营着酒馆、民俗、市集等多种形态的空间和活动。其多年业态经营及老城文化活动策划已与老城生活融为一体。



Project 02

设制场

主理人团队：

冯炳萁（品牌设计师）

余继绎（产品设计总监）

朱甜馨（场景开发专家）

郝令杰（市场负责人）

郑冰妍（创新设计负责人）

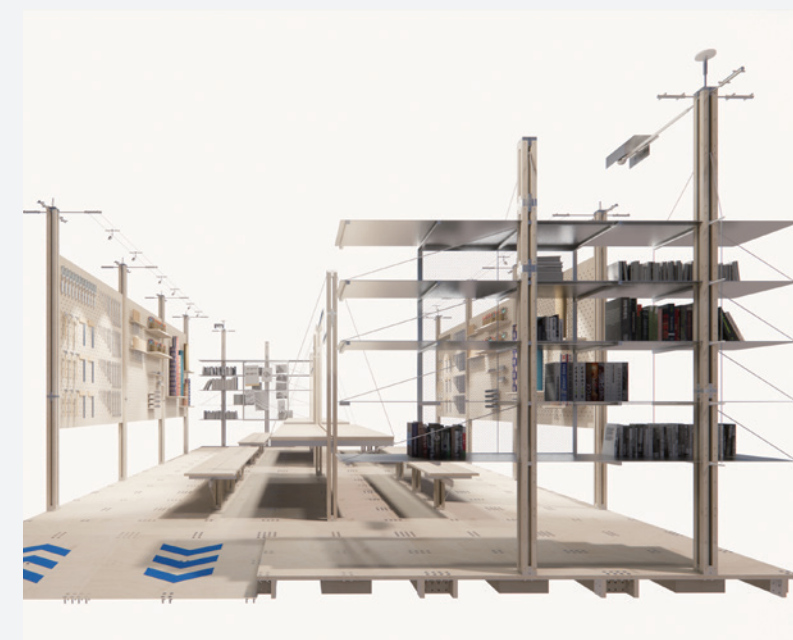
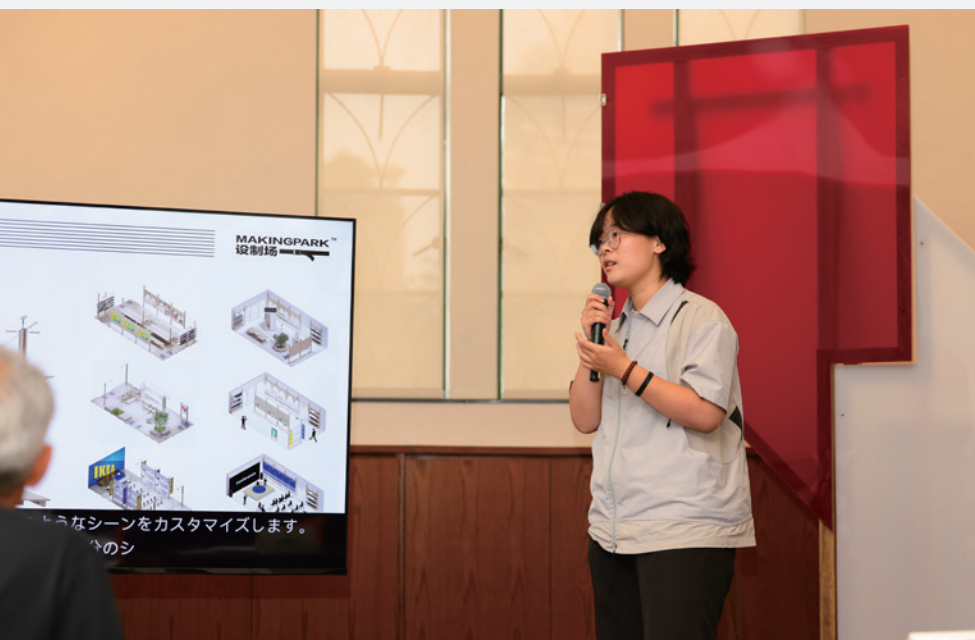
联系方式：lingjie.hao@makingpark.com（郝令杰）

MAKINGPARK

设制场

设制场创造了一种全新的家具品类：可编辑家具。它的逻辑是“1+n”：设制场提供“1”，即一批自研插件和一套操作 SOP（标准作业手册），设制玩家可以通过选择不同的预装接口、搭配不同的功能插件和皮肤样式，完成最终的“n”。依托于同一逻辑，设制场发布了 BES 场景编辑系统，支持关于空间的自由想象；建立 GEA 可编辑基站，提供参与、创造和表达的开源素材与据点。

设制实践围绕“可编辑主义”，其核心是情绪与价值至上。它主张剥开精致的封装，创建新的制造方式；把参与权和主动权交给具体的人，本质是【自我定义】、【自我奖赏】和【自我鼓励】，正如设制场所坚持的价值观——人不是工具，未来属于自由创造的玩家们。



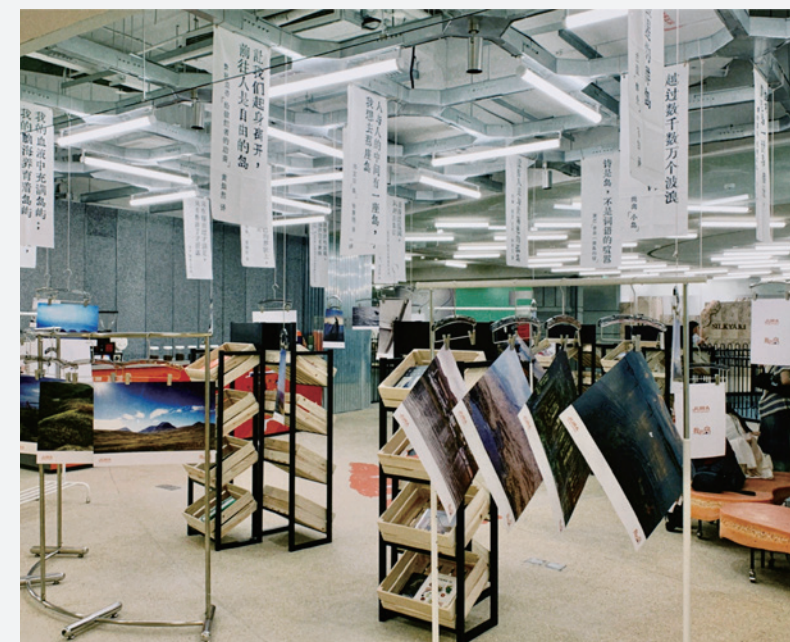
Project 03

神兽之间

品牌创始人: Jam
品牌合伙人: 阿默
创意团队: 颖川 田阳 孙超倩 海静 张力
联系方式: sszjtherion@163.com (颖川)



「神兽之间」是一家以实体书店为起点的文化品牌。「smart」是神性，是逻辑与远见；「sexy」是兽性，是审美与感悟。神兽之间的张力就是人性之美。而坚韧求生「survival」作为这一切的前提，其重要性正愈发凸显。我们期待与各色面孔的现代人一起，创造 survival/smart/sexy 的融合互补和共生，共建「智酷生存玩家」社群。



Project 04

WHO MADE WHO

WMW team:

昭燃 (策展人)

汤海青 (视觉艺术)

林东 (建筑装置)

蹇侠 (记录导演)

鲁文 (音乐制作)

积木 泰荣 (视觉 / 图形)

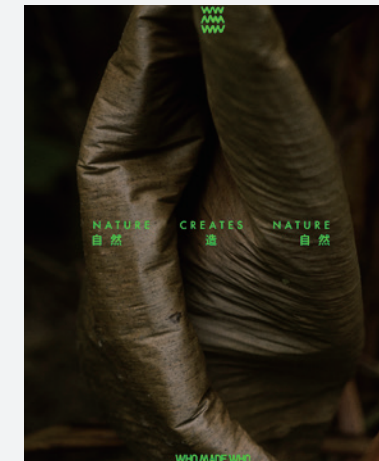
邓晨宇 (品牌企划)

Tree (产品实验)

Chai (海外推广)

联系方式: whomadewho@qq.com

WHO MADE WHO



WHO MADE WHO (WMW) 是一个探索民族文化与未来价值的创作组织。

自 2013 年成立以来, WMW 旨在连接全球创意人士, 探寻自然、文化与民族之美。以“制造”为理念, WMW 不断输出文化胶囊, 致力于塑造“中国制造”的全新形象。



Project 05

DISC JOKER 迪士乔克

DISC JOKER 迪士乔克

主理人团队: Trace、Zenbi

联系方式: 191962929@qq.com (Trace)、zenbi_c@163.com (Zenbi)

DISC JOKER 迪士乔克是通过声音传递能量的青年文化窗口，名字灵感来源于 DJ（唱片骑师）的概念。这里不止是一家面向年轻人的黑胶唱片店，同时也是一个关注本地文化的播客内容厂牌。DISC JOKER 通过播客节目“小房间（粤语）”连接大湾区本地青年社群，也通过名为“黑胶现场”的视频栏目及线下活动，持续邀请黑胶 DJ 分享唱片音乐文化。



Project 06

EDUPUNK

主理人：殷晚慈

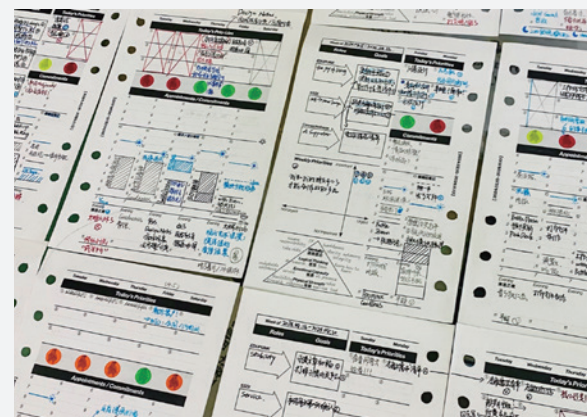
联系方式：edupunk.al3@gmail.com (殷晚慈)



EDUPUNK 致力于发展设计的教育职能，探索后人类纪元的自我教育。

视觉艺术的重要影响是：使人们更有信心。EDUPUNK 专注于印刷场景，试图通过可视化的愿景与行动边界，为个体在科技大航海时代提供参考系，助力个体完成自我的地理大发现，构建自己的原则宇宙——建造自己想要的，拒绝自己不需要的。

目前所有成功和失败的探索都围绕一个问题场景展开：自我教育的旅程中，我们需要什么样的教材和教学大纲？



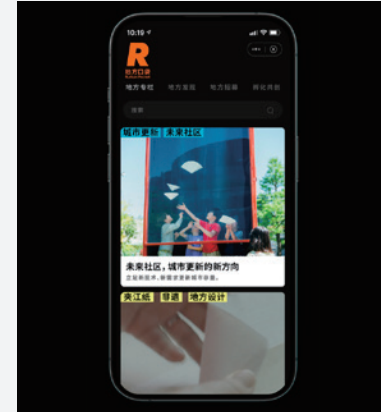
Project 07

地方口袋

核心成员：刘奎、noe

团队成员：李人可、谭晓肖、毛心怡、刘佳慧

联系方式：RurbanPocket@163.com (肖肖)



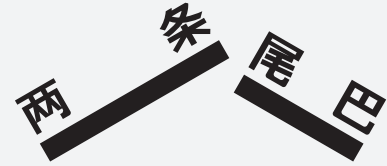
地方口袋 RURBAN POCKET，以“设计重塑地方”为核心概念，致力于以设计挖掘地方独特价值，激活县域和小城经济，并为人才提供更多机会。我们推动地方协作共创，为政府、企业、在地居民与创意人才提供持续交流的平台。



Project 08

两条尾巴

主理人团队：AJ、Johnson、Daniel、Yako、大正、松饼、小吴
联系方式：amy.wuzx@gmail.com



两条尾巴致力于探索人与城市动物和谐共处的生活方式。希望通过有用、有趣、有效的方式，在城市环境推进人宠友好理念和行动，聚集并连接所有关心城市动物福利的年轻人，用聚沙成塔的力量向世界散播生命平等的可持续概念。

截至目前，两条尾巴小程序收录了超过 1900 家上海宠物友好空间，并在部分商家设立“尾巴小站”，为商家和携宠者提供便利，同时联动社区街道及商业品牌，推进社区 TNR 项目。并推出「帮帮尾巴」救助方案生成器，鼓励更多人展开流浪动物救助行动。



Project 09

Slow Brand Studio

主理人团队: Yingying/Yucci/Tian/Qiran/Jasmin/Rongrong
 联系方式: hello@slowbrandstudio.com

SLOW BRAND STUDIO

Slow Brand Studio 是一家品牌策略与设计工作室，致力于打造与人、事物及地球的长久连结。

同名播客“Slow Brand”以精选选题和独到分析，启发价值共鸣，连接志同道合的社群。

工作室为品牌和初创者提供咨询服务，帮助他们构建与新一代消费者产生共鸣的长效品牌。其核心方法论是以人为本的设计研究，从价值主张出发，串联商业系统。

同时，Slow Brand Studio 通过自主品牌的实践，探索“design to last”的可持续设计与商业模式，其中包括孵化的可持续生活方式品牌 cancansupply。



Project 10

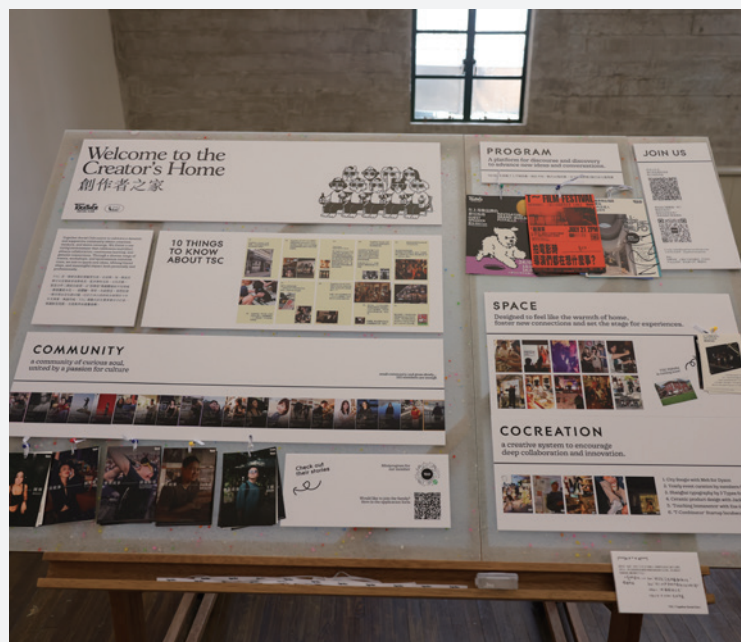
Together Social Club

联系方式: hello@togethersocialclub.com (Chloe Law)



创作者之家 | 文化社群 | 第二个家

T.S.C. 是一个会员制的实验型社区。通过“俱乐部”连结不同领域的认识, 激发灵感火花, 一起体验、学习、共创价值, 致力于在繁华都市中打造一个让创意流动, 交流无界的温馨港湾。



Project 11

Element

创始人: Benny Zhu (benny@myelementlife.com)

合伙人: Helen Yu (helen.yu@myelementlife.com)

市场部 PR: Susan (susan@myelementlife.com)

Element

2016 年创立的 Element 是一家以服装为主的多品牌买手店，目前在上海和成都有四家实体店铺及线上购物商城。

Element 坚持服装“以人为本”的理念，将舒适和质感放在最重要位置；从每个人不同的生活场景出发并注重选品的长效设计，以舒适、自然、简约的原则在全球各地精选产品，把经典、自然、可持续的理念融入 Element 品牌之中。

Element 不仅仅是在售卖产品，更是在倡导一种生活方式，一种通过分享与连接来丰富彼此生活的态度。它鼓励人们去发现、创造、分享那些让生活变得更加丰富多彩的元素，让这个世界因为我们的存在而变得更加美好。



Project 12

ZayG

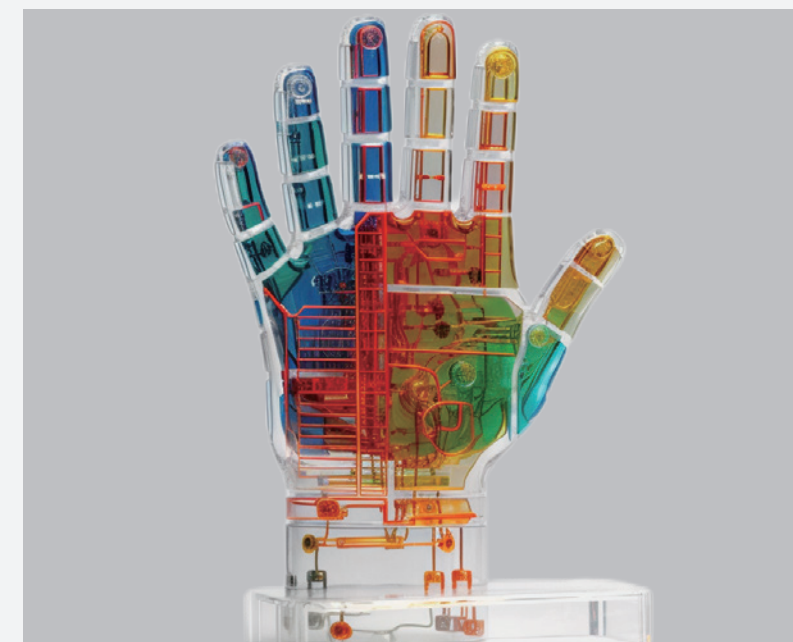
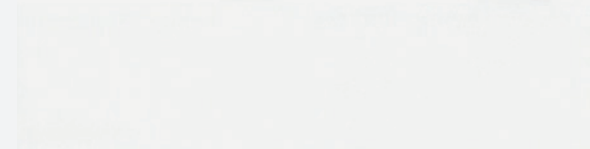
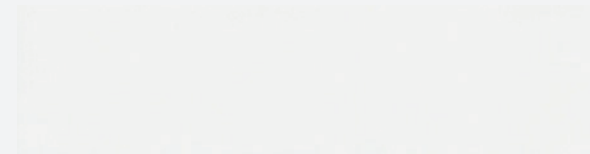
主理人: ZayG

联系方式: zaygao22@gmail.com (高泽鼎)



ZayG 是一名跨界设计师和数字艺术家，前 Midjourney 中国社区运营。他致力于未来视角下的先导性设计和创新探索，发掘生成式 AI 技术在跨媒介的设计创新和内容创意中的潜力。

ZayG 通过生成式 AI 呈现了数百个对于未来社会生活方式场景的想象，并意图传递他对于未来世界的价值观，并尝试对现实未来产生影响。ZayG 作为生成式 AI 数字艺术创作者 IP，在全网吸引数万粉丝和上百万浏览量。



Project 13

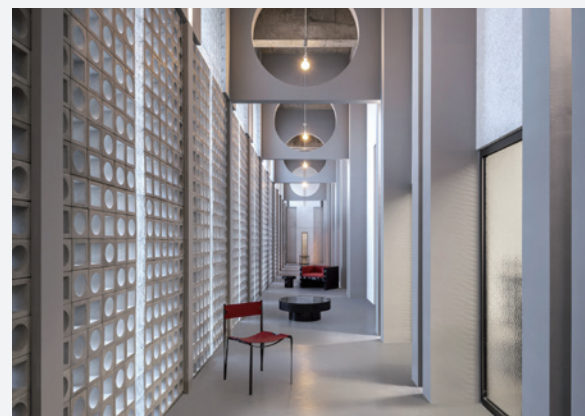
IKKUN
ARCHITECTS

一捆建筑设计事务所 | IKKUN ARCHITECTS

创始人与主持建筑师：朱一君

联系方式：info@ikkunarchitects.com

一捆建筑设计事务所 (Ikkun Architects) 2020 年成立于上海，创始人与主持建筑师朱一君拥有清华大学、日本东京大学及日本千叶大学的建筑学、景观专业背景，提供建筑、室内、景观、规划、产品及平面等全方位设计与创意服务。一捆建筑注重观察、体验并研究现实的复杂、多样与微妙，坚持从零开始思考事物，让好的设计生长出来的，并以研究的方式阅读项目和场地，挖掘项目的商业、运营、历史、社会、功能、文化等特性，将其创造性地转化为每个项目独一无二的“场所精神”。同时，抵制一切套路化和刻板风格，拒绝包括自我复制在内的一切复制行为，注重每件作品的唯一性、创意性、独立思考性。



To new future makers

最近几年，“主理人”一词越来越多出现在我们的生活当中。单从体验上看，它可能有很多表现形态：

- 有人 / 组织开出了一家好逛的小店 / 空间，在企划、选品、生产、制造、营销等环节，或参与部分，或参与多个领域，推出了让人觉得“有点意思”的产品与服务。
- 有人 / 组织推出了一个体现某种理念的品牌，围绕这个理念，开发出适配的产品与服务。
- 某个人 / 组织组织了一个让更多人愿意参与的社群，这些议题是这个群体愿意探讨、寻找伙伴的聚集之地，社群本身也能生长出新的产品与服务。
- 某个人 / 组织在计划一个有点意思的“新点子”，这个点子可能刚刚萌芽，或尚且停留在企划阶段，提出创意的人在寻找机会与资源，让这个点在某个合适的时空落地实现。

成立 7 年来，未来预想图在全世界发现与品牌 (Branding)、城市 (City)、设计 (Design) 有关的新事件。在我们这个内容项目成立的城市——东京，就充满了各种有趣的新点子：

- 有人会喜欢这样生长在身边社区，有温度的邻里小店。比如我们报道过 Mia Mia，老板以自己的店铺为圆心，连接着整个社区的资源，成为周边人们愿意停留的“第三空间”。
- 也有人通过一个小小的爱好与研究，延展出属于自己的“杂货”理念。比如被称为“东京杂货教父”的小林和人，开出了自己理解中的杂货店，并持续为之选品，参与各种与杂货有关的外部企划。
- 也有人期待自己的身边可以有与街区文化气质相配的不断生长的“活着的”街道，人们会讨论东京下北泽的城市更新实践，也会迷恋干脆拒绝“生长变化”的东京

高圆寺地区。

几年前，我们拒绝千篇一律的“网红店”。但我们发现，人们的打卡行为，可能反而体现了对“有点意思”的好产品、好服务、好目的地的需求与期待。而很多店不得不依赖 KOL 或者网红的传播营销，可能也是缺乏好点子向更多人展示的渠道与机会。

在这个时代，注意力和自由流动的精确信息同样是稀缺资源。所以我们试图做些什么：

- 让更多好点子得到发现、讨论与传播。
- 让更多提供有价值产品与服务的“有趣品牌”与“宝藏小店”变成我们生活中的日常。
- 让品牌、空间、组织获得更多与新事物链接的机会。

由此，我们关注到身边的主理人群体。他们正是活跃的、让好点子发芽的起点。他们有一个核心的“理” (concept)，围绕这个概念作出产品 / 服务 / 社群 / 空间等各种提案。在未来制造者大会·2024 的未来街区板块，我们用 PechaKucha 的方式提供展现 idea 的平台，举办了名为“喋喋不休·大发表会”的活动。

在活动中，地产、媒体、品牌、政府等相关方，和主理人们自由交流、碰撞，一起描绘出这本未来新商业的 Ideabook。

这本 Ideabook 不仅是未来制造者大会·2024 的总结，也是我们对于未来新商业的期待，递给新“未来制造者”的种子。



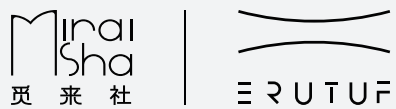
未来预想图是一个创立于东京的内容品牌，隶属于《第一财经》杂志与上海第一财经传媒有限公司。以商业视角分析生活方式，关注建筑、设计、店铺、零售、城市、商业、媒体、文化等领域。以独立客观视角观察日本乃至全球视野新鲜事，希望与受众共同打开视野，建立属于自己的生活方式。



《第一财经》YiMagazine 前身为《第一财经周刊》，隶属于上海第一财经传媒有限公司，是中国首家每周出版的商业新闻杂志，创刊于 2008 年，累计发行量过亿册。2019 年，《第一财经周刊》转型升级为月刊—《第一财经》YiMagazine，凭借 15 年的商业报道经验，每年用 300 多篇报道，解决因为互联网资讯繁荣给出版物带来的时效性桎梏，沉淀下那些真正需要探讨的大问题。



上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司（英文统称 Shanghai Media Group，中文简称“文广集团”，英文简称“SMG”）是国内领先的全媒体综合文化产业集团。业务涵盖媒体运营及网络传输、内容制作及版权经营、互联网新媒体、现场演艺、文化旅游及地产、文化金融与投资、视频购物等领域，形成了完整的文化产业生态。



未来预想图团队以编辑力 + 设计力为基础成立的创意咨询公司，拥有创意 & 咨询品牌 Eutuf Creative。erutuf 是“future”倒过来拼写得出的新词，带有“颠覆创意”的一点野心。希望为品牌提供更有趣、更有颠覆性的内容创意企划；以及为品牌提供更多具备国际前沿视角的内容咨询与观察。



2024 未来制造者 大会

2024 FUTURE MAKERS MEETUP