



美学设计融入生活

“文化创意+”促进产业转型

普通的电子手表套上“大圣”的外衣价格翻了数倍，还需排队预定购买；中国港口博物馆推出的纪念版“中国风”香炉盒在“十一”黄金周一抢而空……眼下文化创意在“全产业链”的意义如何？11月20日，在宁波“2015文化创意‘全产业链运作模式’研讨会”上，各路专家用案例展现了美学设计越来越融入生活，人们“买的不是产品而是创意”。

通讯员 沈炜 陈微

文化创意改变了朴素的优质农产品全产业链，让“金子”更加发光发亮。

“互联网+文化创意”农产品换上新颜卖得俏

在宁海前童古镇，当地并称“前童三宝”的老豆腐、空心豆腐、香干农家土特产味道也是一绝。2015年，“前童三宝”经过浙江纺织服装学院视觉传达专业的师生重新包装设计，换上了统一的新包装——黑底烫金的“前童三宝”字样、悠悠古镇风味的背景，“在电商平台‘天一港供应链’推出当天就卖了3000余套。”研讨会上，浙江纺织服装学院视觉传达专业的毛明分享道。

在“互联网+”时代，“O2O”线上营销逐渐成了农产品的重要渠道。“但是，现在农产品的包装普遍质感粗糙、简易，既不能吸引客户，也不方便运输。”毛明说，“我们对产品重新包装设计，同时帮他们打造电脑、移动终端的销售平台。”

政府搭台企业唱戏 抱团发展文化创意产业

文化创意“全产业链运作”在国外发展得火热。就拿著名的迪士尼系列来说，其衍生品带来的收入是电影票房的7倍。目前，中国大陆的文化创意产业还处于起步阶段，怎样发展壮大成了各地政府、企业的课题。在研讨会上，洛可可创新设计集团宁波分公司总经理田晓锋分享了洛可可与南京政府合作发展的模式。

“每一款文化创意产品并不是每个用户都会喜欢。我们洛可可认为文创产业一定是包容并蓄、共同发展。2014年在相关部门支持下，洛可可与南京市政府开设了一个聚集南京市文创企业的创新中心——南京

设计廊，不但在南京领军产业园区开设门店，而且像夫子庙、中山陵、总统府等重要景区都设有相关门店，为文创企业打通了创意产品设计、消费的全产业链。”田晓锋说。此外，在南京市政府的带领下，抱团发展的南京文创企业走向上海、深圳、香港、台湾等地，提高了知名度，开拓了更大的市场。

对于有着“书藏古今，港通天下”的宁波，田晓锋认为宁波文化创意产业也可一试南京模式。“文创设计界应该是一体的，通过政府搭台，加强文化交流、促进人才培养，我相信宁波文创产业也可以像宁波帮一样走遍全球。”

宁波市教育局副局长陈文辉也认为发展宁波文化创意产业应该跨界联手各方资源。“宁波自然资源丰富，同时天一阁为代表的藏书文化，王阳明代表的思想精神，以及民风民俗等丰富的人文遗产，都是宁波发展文化创意产业发展的底色。”

周二沙龙今晚举行 话题《培训需要新版本》

11月10日，由宁波市校企通公共服务平台、《东南商报民营经济周刊》等多方联合发起的《周二沙龙》在梅子良物生活馆举行。来自金融、媒体、贸易、制造、物流、餐饮等多个领域的10多位企业家和相关人士聚会畅谈。会上大家就我市人才培养、金融支持和传统产业等话题进行了交流。校企通公共服务平台主任徐晓东认为，人才储备是一个企业、一个城市发展的生命力，校企通在做好院校学生与企业对接同时，不断提高学生到企业的就业能力，下步通过成立公益培训师联盟、定期周二沙龙等多种形式，建立院校与企业的深度对话，为企业发展输送优质人才。

据悉，周二沙龙每隔一周举办，第二期将于11月24日晚上举行，本期话题《培训需要新的版本》，届时高校和社会培训机构一起论到我市培训格局。

通讯员 谢泽威

“准打假人”频现 经营者应“洁身自好”

近日，宁海县民个协会力洋分会接到投诉，称出现了多起“准打假人”利用商家售过期食品的违法行为进行恶意索赔的事件。此类事件类似于职业打假人打假，但实则是以此为名义模仿职业打假人向经营者索赔、牟利。

这些“准打假人”并不是实际意义上的职业打假人，他们多为外地人，并且有目的地进入超市直接向商家询问购买过期食品，以自己是外来打工者，买不起东西为由，诱导商家将过期食品折价售出，再由组织中的其他成员出面，以出售过期食品违法向商家提出索赔，并以新食安法等向市场监管部门投诉相要挟。

针对上述事件，民个协会提醒商家，要建好食品进货台账，严格把好进货关，有条件的商家，最好将每批次商品录入电脑，实行专人负责，利用电脑软件平台，记录信息，对食品、日用品等各批次的生产日期进行登录和预警。同时，要及时做好店内货物的日常维护工作，要将即将过期的食品及时下架，销毁处理，并做好处理记录。另外，商家应提高员工法律意识和法制观念，在日常经营中，要自觉遵守职业道德，守法经营，这样才能使自身的合法利益不受侵犯。

通讯员 吕茂根 朱一闻



欢迎广大民营企业家和民营经济相关人士关注宁波民营经济微信群。

手机丢了，淘宝还处于登录状态 淘来的货物都被人家冒领了

“双十一”都已经过去十多天了，看到身边的同事和朋友都已经陆陆续续收到快递，而自己的快递却迟迟未到，家住鄞州邱隘的小张有点坐立不安。

11月21日，小张登录淘宝查看自己所购商品的物流信息，一下就傻眼了：自己的快递竟然已经被人签收了！

更离奇的是，他的淘宝账号的收件人姓名、收件地址和手机号码也都被人给修改了！

淘宝账号没有被盗，里面的信息为什么会修改呢？小张百思不得其解，只能向民警求助。

根据修改后的地址和姓名，民警很快找到了小张的邻居小应。

面对突然到访的民警和邻居小张，小应流露出一丝羞愧的表情。

原来11月11日，小应的丈夫从家附近的公厕上完厕所回来，交给小应一部手机，说是白捡的。小应很高兴，赶紧把自己的手机卡装了上去。

她在使用手机过程中，点开了淘宝APP，发现淘宝账号处于登录状态，而这个账号的主人刚拍下一件棉袄和一顶假发，卖家尚未发货。

也不知道从哪里来的“灵感”，小应冒出将两个快递据为己有的想法，于是联系了这两家店的客服，要求修改收件地址、名字和手机号码。

没过几天，小应就收到了棉袄和假发。

“11月11日上午，我在家附近上完厕所后就把手机丢了，原本想着手机也不值几个钱，就没有去报警，没想到有人竟然会动这样的脑筋。”小张得知事情的原委后，很是意外。

在民警的教育下，小应表示愿意将手机和快递归还给小张，并且希望对方能够原谅她糊涂的行为。经过民警的调解，小张也决定原谅小应。

民警说，市民一旦返现手机丢失，如果手机内有淘宝、支付宝等网购APP的，要在第一时间修改账号密码，或者通过客服电话挂失。此外，手机的任何软件最好不要自动保存银行卡卡号、密码及个人信息等。

通讯员 黄一娇 记者 石承承

大数据+旅游：个性化旅游定制时代开启

今年双十一，在线旅游企业从盲目低价促销，变为推出“闺蜜游”、“光棍特权”等更有针对性的产品。这背后是大数据的支撑，进行精准的需求分析，提供个性化服务。

这种利用大数据形成的C2B模式正在旅游企业中发酵。旅游攻略社区起家的穷游网和蚂蜂窝，在转型过程中，通过大数据找到用户需求，反向找供应商定制产品。

不过一个普遍的观点是，大数据之上，仍需要人工加工。在当下技术发展还未成熟，所以一些产品还是需要人来进行二次加工。

基于大数据的C2B模式

穷游网CEO蔡景晖在2015智慧旅游+大数据年度大会期间表示，2011年，穷游网开始进行数据的结构化和碎片化，以此来深入了解用户的偏好，更好地与供应商合作，支配服务资源。

“旅行社年代目的地资源有限，而自由行年代库存很大，每个人追求个性化，C端需求

太分散，从B端直接找C端是一件困难的事情。”蔡景晖表示，穷游网了解C端需求，把需求整理出来再去支配B端，这样效率更高。

2014年穷游网正式开始做交易平台，提供“机加酒”、当地玩乐等产品，并成立了商业产品部。蔡景晖表示，单纯提供信息，用户到了预定阶段体验会很不好，为了把服务做好，同时提高商业价值，所以加入了交易平台。

与穷游网类似，蚂蜂窝也会有针对性地对用户进行个性化推送，并根据用户下载的攻略，对游客在当地的行程进行一些预判。而用户在蚂蜂窝上的远期数据轨迹，则可以提供给后端的供应商，联手进行C2B反向定制。

旅游业竞争日趋激烈的当下，业内大咖的一系列成功做法也给宁波本地旅行社诸多启示。

浙仑海外旅业集团日前邀请诸多知名策划人士展开了一次个性化定制旅游的研讨会，这次研讨会上，关于大数据信息分析客户喜好，完善客户体验度，通过新媒体传播定制旅游产品和用户体验的做法，得到了与会专家的一致

赞同。

基于浙仑海外目前10万会员客户的现状，专家也开出了药方，比如口碑营销、比如资源整合、比如企业内部团队创业、深度研发产品等等。专家指出，在对用户行为进行统计和分析后，可以提升后端供应链的效率，给后端供应商节省高额的广告费用，从而将实惠的产品提供给用户。当然短期内纯数据能解决问题，但仍需要人工的干预，需要理解旅游的人去捕捉产品需求。对于浙仑海外来说，10多年立足宁波市场，最了解旅行的员工，这是他们最大的优势。

用大数据做场景服务

如何纯数据人工干预，浙仑海外目前也已经有了自己的思考。该公司副总宫适青对外透露，目前研发的产品中有定位中高端客户的单身、情侣、亲子、摄影、垂钓等主题旅行，满足用户的个性化需求。

他告诉记者，浙仑会结合用户加上目的地和供应商主题线路，做一些数的分析，为每个用户推荐一个主题线路。但因为机器给用户推送的是很粗放的东西，所以采取了人工加技术的方式，以几十位专职旅行顾问及上万的合作旅游达人去做人为的电子干预，最终形成定制设计。

“现在大数据碎片如此之多，但对于用户来说，把数据转化为一个确切的场景服务，在行前、行中、行后提高效率、提高用户体验才是最重要的。”宫适青表示。

大数据如何有效服务游客，国内一些新锐旅行电商的做法值得借鉴。当前最红的一款旅行APP软件秘途旅行会用大数据为用户画像，包括性别、年龄、婚否、收入、用户行为、消费习惯等等。有些概念收集数据较难，比如婚否就需要做很多的营销研究，通过做游戏的方式来收集信息呈现在用户系统里，再如说生日的信息可以和星座结合起来做。

记者 周雁