

# “设计宁波”如何再起航？

记者 史旻

大众甲壳虫汽车因其车身设计创意热销百年，可口可乐因瓶体设计而称霸市场，苹果公司因创意设计成为世界上市值最高的公司，创意能改变一个公司、创造一个品牌、造就一个产业、成就一座城市。

浙江省委副书记、宁波市委书记郑栅洁在宁波曾多次强调，大力培育工业设计、软件信息等高端生产性服务业，推动形成高端制造与高端服务业相辅相成、共促共进的良性格局。

目前，武汉、成都、深圳、杭州等一线与新一线城市都在打造“设计之都”。设计产业已不再仅仅是一个理念，而是关系到巨大的经济效益。

“宁波一直拥有良好的轻工业基础，但在设计创意文化的植入上远远不足。本期12A茶座就来探讨‘设计宁波’如何再起航。”

开场，都市报系副总编辑刘雄飞开宗明义地抛出了本期话题。

## 参会嘉宾

(排名不分先后)

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 都市报系副总编辑               | 刘雄飞 |
| 荣宝斋宁波有限公司副董事长          | 洪贤兴 |
| 宁波明锐设计公司               | 鲍于明 |
| 宁波摩根设计公司               | 刘书剑 |
| 宁波珞桐文化董事长、宁波雕塑艺术院董事局主席 | 王冰  |
| 品牌创意专家                 | 孙维辉 |
| 宁波城市学院艺术学院院长           | 潘沁  |
| 宁波市工业设计联合会外联部主任        | 叶敏  |
| 宁波市社科院文化所主任科员          | 张英  |
| 宁波市委宣传部文化体制改革和管理处主任科员  | 成丰  |

## 现状

## 人才仍然是文化产业发展短板

今年3月，宁波一口气拿出《“书香宁波2020”建设计划》《“影视宁波2020”建设计划》《“音乐宁波2020”建设计划》《“创意宁波2020”建设计划》四大文件，合称“文化宁波2020”建设计划。

显而易见，宁波打造文化产业的决心“来势汹汹”。

“氛围、人、钱，要发展文化产业，这三个要素是核心。”针对如何发展一个城市文化产业的话题，宁波市委宣传部文化体制改革和管理处的成丰的总结颇为精炼。说白了就是要靠城市的文化氛围吸引人才，靠人才来创造附加值，靠附加值的提升来刺激文化活动的开展。

成丰认为，人才仍然是宁波发展文化产业的主要短板，这具体表现在外地人才难留住、本地人才不回来。

在刚刚闭幕的第四届中国（宁波）特色文化产业博览会上，故宫的“网红”院长单霁翔接受了“创意宁波2020”建设计划顾问的聘书，一时间使宁波成为国内的焦点。这是吸引人才的一种方式，但是成丰认为，我们在期待的同时，也要保持思考：把大咖邀请来宁波之后如何转化？如何组织宁波有爱好、有基础的人与大咖进行一些交流，进而反馈宁波？这些答案将对宁波文化产业的发展更有借鉴意义。

宁波市工业设计联合会外联部主任叶敏则介绍了近两年宁波工业设计行业的发展情况，简单可以概括为工业设计服务市场的范围不断扩大，产业链不断完善。

她认为这种发展得益于这两年宁波举办的国际工业设计周、设计创新大会等活动，有效传递了宁波工业设计的发展经验。另外，文博会、智博会、第二届工业设计展览会等组织形式，也有效推广了宁波的设计成果。

“虽然在一个城市产业的发展中，政府的政策红利有很大的推动力，但是为了保证发展质量，我们也要铭记‘金鼻子剽窃奖’的教训。”叶敏提醒道。

这个奖项每年颁发给窃取他人知识产权，并将其作为自己创造性成就的制造商和经销商，以此来曝光伪造者和抄袭者的不公平商业行为。2019年1月12日，评委会选出了新一批“获奖者”。中国产品不幸包揽了前十名，宁波制造占了两席。

“这个事件已经引起市委市政府的高度重视，如今，虽然某些补贴的适用对象有所缩减，但从长远来看，这对于行业的规范化起到了很大的作用。”

