

架起制造与设计的桥梁

—2013年“和丰奖”工业设计大赛落幕

“宁波设计·设计宁波”。2014年1月13日，和丰创意广场珍珠宝贝，第四届“和丰奖”工业设计大赛落幕。119项“最佳创意作品奖”、25项“最佳对接示范项目奖”、21项“最佳设计产品奖”，这些让人耳目一新的创意设计来自全球各地，涵盖了工业设计“创造设计成果”、“与制造业对接”、“成果产业化”三个阶段，并以产业化为导向，为宁波日渐升温的工业设计再添一把火。

工业设计是现代工业的重要组成部分。它是以工业产品为主要对象，运用新技术、新材料、新工艺，结合美学、经济学等知识，对产品功能、结构、形态、包装等进行整合优化的创新活动。

发达国家的实践表明，工业设计已成为制造业竞争的动力源之一，尤其是在经济全球化日趋深入、国际市场竞争激烈的情况下，产品的国际竞争力将首先取决于产品的设计开发能力。

我市制造业基础雄厚，特别是和工业设计密切相关的电子电器、装备制造、纺织服装、汽车及零部件等产业十分发达。大力发展工业设计，将带动整个制造业的提升发展，对提高我市制造业的核心竞争力、优化产业结构、转变经济发展方式、提高城市能级具有不可替代的作用。

2009年，随着和丰创意广场的建设，宁波迎来了“工业设计元年”。市政府把“产业化”作为工业设计的主要方向，以提升“两个能力”——设计能力和产业化能力为核心，以产业对接为主要方式，以产业集聚区为载体，有效整合各种资源，打造“宁波设计”产品品牌和城市品牌。

有关部门还设立了工业设计产业发展专项资金，在设计项目对接、“和丰奖”工业设计大赛、园区建设、企业培育、人才培训交流、产业支撑体系建设等方面给予扶持。

当前，在全市经济社会转型升级的关键时期，加快工业设计产业发展，对发展战略性新兴产业、推进工业强市、建设智慧城市、打造新材料科技城等重大战略部署无疑具有重要的推动作用。

近年来，面对复杂严峻的国内外经济形势，我市大力实施“工业强市”战略，将工业设计作为促进转型升级的有效抓手，大力推进“设计工业化、设计产业化”，全市工业设计产业迎来新一轮大发展。

屡获产品设计“奥斯卡”

截至去年11月，我市共有工业设计相关限额以上企业130家，从业人员3532人，实现主营业务收入29亿元，利润2.5亿元。

根据宁波工业设计网上市场监测的重点工业企业数据，2013年，纯工业产品设计企业营业收入为1661万元，登

记备案的设计项目合同738项，合同总金额2492万元，预计产业链产值37.4亿元。

一批有竞争优势的工业设计企业已经涌现。欧琳工业设计中心等7家企业被认定为首批国家级工业设计中心，贝发工业设计中心被评为“全国工业设计行业领军企业”之一，宁波大通产品造型设计有限公司被评为“全国工业设计行业优秀企业”。

人物专访

以设计助推“工业强市”

访市经信委副主任方巍

艺术设计有限公司被中国工业设计协会评为“全国十佳工业设计公司”。

“红点奖”和“IF奖”是全球公认的产品设计奥斯卡奖，从2007年到2013年，我市累计共有34个产品获得“红点奖”，5个产品获得“IF奖”，其中2013年分别有9个和3个产品获得该类奖项。

工业设计是提升企业自主创新能力的重要内容和关键环节，也是推动经济发展方式转变、实现工业发展由“制造”向“创造”跃升的重要途径。下一步我们将从四方面着手，切实推进全市工业设计产业发展。

首先是完善产业扶持政策。利用当前国家、省、市各级大力培育工业设计产业发展的有利时机，结合宁波“工业强市”、建设智慧城市、打造新材料科技城等重大战略布局，全面推进省级特色工业设计示范基地建设，完善发布工业设计扶持政策。

其次是完善产业对接机制。加快推进设计与制造的互动和对接，通过“政府买设计”、工业设计乡镇行、工业设计需求发包会、“和丰奖”工业设计大赛等，进一步激活制造企业设计师和专家讲课，提高企业人员的设计能力和管理水平。

此外，还要加强设计人才培养。鼓励和支持工业设计企业参加国内外各种工业设计高级培训班，提高设计能力和管理水平。每年征集制造企业和工业设计企业关于工业设计方面的培训需求，邀请国内知名工业设计师和专家讲课，提高企业人员的设计能力和管理水平。

工业设计怎么向前走？答案是：与信息技术、信息科学充分结合，打造工业设计的“升级版”。

信息改变制造业。传统工业与信息技术、信息科学融合，构成现代工业的发展要素，工业设计的进一步发展势在必行。

我国正在进入“体验经济”时代，是一项商品到达消费终端，仅仪具有充分的功能性已经不够，还需要加入“品牌形象”、“媒体渠道”、“消费细分”等多种要素。眼下的工业设计就是要设计出有这些要素内涵的产品。

一个典型的案例是：苹果手机在美国的售价是49美元，在苹果手机全球产业链的利益分配中，苹果公司获得的利润是150美元，中国企业只赚到8美元。

提升利润率要求我们的企业“向上走”，即由OEM（原始设备制造商）向ODM（原始设计制造商）、OBM（原始品牌制造商）、OSM（原始战略制造商）升级。

提质增效、转型升级是今后经济工作的关键，提质增效需要设计创新；现代产业竞争是价值链的竞争，占据附加值环节需要设计创新。这都要求我们打造工业设计的“升级版”！

我们正在进入“体验经济”时代，是一项商品到达消费终端，仅仪具有充分的功能性已经不够，还需要加入“品牌形象”、“媒体渠道”、“消费细分”等多种要素。眼下的工业设计就是要设计出有这些要素内涵的产品。

一个典型的案例是：苹果手机在美国的售价是49美元，在苹果手机全球产业链的利益分配中，苹果公司获得的利润是150美元，中国企业只赚到8美元。

提升利润率要求我们的企业“向上走”，即由OEM（原始设备制造商）向ODM（原始设计制造商）、OBM（原始品牌制造商）、OSM（原始战略制造商）升级。

提质增效、转型升级是今后经济工作的关键，提质增效需要设计创新；现代产业竞争是价值链的竞争，占据附加值环节需要设计创新。这都

要求我们打造工业设计的“升级版”！

我们正在进入“体验经济”时代，是一项商品到达消费终端，仅仪具有充分的功能性已经不够，还需要加入“品牌形象”、“媒体渠道”、“消费细分”等多种要素。眼下的工业设计就是要设计出有这些要素内涵的产品。

一个典型的案例是：苹果手机在美国的售价是49美元，在苹果手机全球产业链的利益分配中，苹果公司获得的利润是150美元，中国企业只赚到8美元。

提升利润率要求我们的企业“向上走”，即由OEM（原始设备制造商）向ODM（原始设计制造商）、OBM（原始品牌制造商）、OSM（原始战略制造商）升级。

提质