

互联网时代,制造业以怎样的姿态站在“创意+”的风口? 颠覆传统,需要怎样的思维和理念?

想象力经济,催化产业转型

本报记者 余建文 项一铨
通讯员 周 鹏

“科技兴则民族兴,科技强则国家强”。五月,迎来又一个科技创新的春天。在北京,全国科技创新大会吹响了建设世界科技强国的号角,到2020年,我国要进入创新型国家行列。

东海之滨,九龙湖畔,全球创新设计大会暨洛客大会于本周召开,一场顶级“双创派对”令无数创业者激动不已。

用想象力驱动创造力,敢玩、敢想、敢造,国内外数十位领袖级创业导师、设计大师围绕“创造不可能”这一主题,各抒己见,通过思想的碰撞探究未来的创新趋势和格局。

共享时代,“敢想”创造“不可能”

“创意是无形和有形之水”,洛客众创平台创始人,被誉为“最具商业思维的设计师”的贾伟在演讲中说,未来不是互联网的世界,而是给我们搭桥之后的创造力世界,“是想象力经济驱动下的兴趣时代”。

敢玩、敢想,还要敢造。贾伟说,“洛客”已经融合了800个供应链,要打造一个让全世界的设计师共享、用户众创的社会化创新平台。创新不仅是理念,还需要有科技、文化、工艺和匠心。

“在创业的时候,一定要找到这个社会当下的经济、商业本身的主流和脉络在哪里,要顺势而为。”小米科技联合创始人、洛客联合创始人黎万强在演讲中说,20年前,互联网刚起来的时候都是虚拟化的,今天社交朋友圈都是实名的,这不是简单的技术进步,而是一种“进化”,生活化。互联网通过共享这种方式做出用户所喜欢的产品,这是一种很先进的生产模式。在今天共享经济大潮之下,我们要有相应的变革,更多地利用众筹、众创,就像洛客、滴滴出行等构建的创新平台一样,让用户有更多参与感和切身体验。

“不稳定、不匹配、破裂,是好的”。世界著名设计大师黑川雅之的演讲,带给听众颠覆性的理念。有破才有立,未来创新需要有很大的破坏,有阵痛,然后才会产生新的生命、新的革新物质。想象力经济,把科技、文化融合在一起,“希望大家保持好奇心、勇气、欲望,有这三点就能够迈向新的人生”,黑川雅之勉励在座各位。

创造,是一种态度;敢想,是一种精神。随着技术的发展,想象力成为这个时代附加值提升的重要基因。锤子科技副总裁、设计总监李剑叶认为,未来,电视机会被VR(虚拟现实技术)取代,将来无人汽车成为趋势时,会跟办公系统连接。开放的世界带来的竞争可能是随时的,无论从哪个角度都会产生。他特别提到了“工匠精神”,在共享大网格里面,产品的设计定义和老传统完全不一样了。新时代的工匠,不光要追求极致,还要让产品和人、产品与产品之间、产品与云端之间有连接。

美国洛杉矶艺术中心设计学院原副院长高登·布鲁斯说,世界充满了机遇,我们要应对变化,学会怎么利用这些变化,但是有一个东西是不变的,那就是怎样为人设计。他提出“把握根本,以不变应万变”的设计价值观,“要理解人,从人性化角度进行正确的研究和产品制造”,这样,设计师才有



图为大会上亮相的一款净水智饮机。



图为大会上亮相的“快轮”电动滑板车。

持久的生命力。

产业转型,亟须插上想象力的翅膀

今天,传统制造业面临巨大的转型升级压力。想象力经济,能否助推宁波制造实现向“智造”乃至“创造”转变?全球创新设计大会提出“创造不可能”,从某种意义上,开启了一个时代的话题。上千名与会嘉宾把会场挤得满满当当,其中本地企业家就来了200来位。慈溪干脆组织了40多名“创二代”赴会,直面感受新经济的魅力。

互联网大篷车的发起人、“芬尼克兹”公司总裁宗毅以自身经历,与大家分享传统制造业在新经济时代成功自我“裂变”和新生的经验。宗毅认为,“依靠一个超级行动,企业可链接超级资源,提升企业实力与美誉度”,裂变创业与无边界超链接是未来企业发展的新趋势。

“芬尼克兹”原本是一家传统制造企业,在2009年时就做到了泳池热泵全球第一,因为没有自己的品牌,在金融危机时业绩直线下滑。随后,企业开始全面转型,实行互联网营销,并进入工业节能领域,2014年起拥抱“特斯拉”,尝试打通南北充电之路。“裂变,无边界,超链接,是传统企业转型的三个关键词”。让自家员工借助芬尼克兹的平台进行内部创业,8家企业全部实现盈利,宗毅以鲜活的案例,阐述了裂变创业的概念。他说,“在当下,企业家不能做旁观者。要做别人不敢做的事。”

在探索“互联网+”的路上,企业家该怎么走?科通芯城及“硬蛋”CEO刘宏蛟女士认为,走这条路,不仅需要想象力、匠心、创业精神,还要建立连接关键人的社区平台,建立一个闭合环。“硬蛋”就是从提供供应链开始,向商城、渠道、人才等服务扩展,打造一个服务于创业者的生态系统,逐渐走出一条适合自己的道路。

一双“百度筷”,放在菜上,可以自动报告农药残留指数;一枚“纽扣”,别在胸前,会分秒记录血压、呼吸;冰箱会“数”鸡蛋的个数,发现存货不多,及时提醒主人补货……未来的设计,不仅可以创造“新物种”,还蕴藏着满满的情怀。

线上覆盖80万人群,网上直播频道10万人以上同时在线,大会现场推出的爆款产品突破千万元

众筹业绩……这场顶级峰会让众多制造企业真切感受到创意设计“点石成金”的神奇,看到未来的转型之路。“真是大开眼界!”会后,宁波沃特美逊机器人科技有限公司总经理戴好红如愿找到了心仪的设计企业。

无独有偶,“平台”和“创业生态系统”也是贾伟心中通往“下一个风口”的捷径。去年年底,洛可可创新设计集团旗下的开放式互联网众创平台“洛客”落户我市国家大学科技园。今年6月中旬,平台将正式上线。“人人都是设计师,连我的父母都能参与进来。”贾伟介绍,基于大数据技术的“洛客”能够对接海量设计师和设计需求,解决“设计师没有用武之地”和“公司找不到好设计”的痛点,并以“众包”模式提供打样、品牌架构、营销众筹等后续服务。

通过网络,平台还拉低了人人参与创新设计的门槛,让公众能够参与产品开发的创意、设计、研发、生产、销售、售后等多个流程环节。只要有创意,任何人都可以通过“洛客”发起活动、征集创意、吐槽点赞、上传作品。用户还可加入智能硬件、生活美学、爱心公益三大板块下的各个“兴趣小组”,找到志同道合的伙伴甚至是合作伙伴。“和传统企业不同,今天的企业只需有一个‘长板’就够了。在这个混合跨界的时代,企业可以通过众创平台轻松找到其他‘长板’。”贾伟说,未来是想象者的世界,大家一起玩,在现有的产业中创造新的“不可能”。

“甬创新高”,宁波期待“二次腾飞”

“洛客”以宁波为基地辐射全球,将为这座制造业大市注入转型升级的“催化剂”。制造企业尤其是中小企业将能以较低成本找到精确匹配的设计师,从而加速企业的品牌化进程。宁波没有“985”高校和“华强北”等创意策源地,缺乏相关人才一直是块“短板”;而“洛客”将磁吸众多创意服务型人才,力促他们在宁波找到创业土壤。“人人都是设计师”的运营模式,也能激励更多宁波市民加入“双创”大潮。

如何在“想象力经济”时代推动传统产业发生“质变”,宁波正在给出答卷,“洛客”的落户仅是答卷的开端。在我市国家大学科技园这片“双创前线”,各种创新元



图为大会上亮相的一款多功能奶瓶清洗机。

相关链接

“科技三会”吹响建设世界科技强国号角

今年5月,科技部等20多个部门联合起草的《国家创新驱动发展战略纲要》正式发布。《纲要》对创新驱动发展战略进行了顶层设计和系统谋划,明确了未来30多年的奋斗目标、发展方向和重点任务,为加快建设创新型国家提供了基本遵循和行动指南。

5月30日,全国科技创新大会、中国科学院第十八次院士

大会和中国工程院第十三次院士大会、中国科学技术协会第九次全国代表大会在北京召开。

本次“科技三会”以建设世界科技强国这一目标为出发点,提出了我国科技实业发展目标路线图;到2020年时使我国进入创新型国家行列,到2030年时使我国进入创新型国家前列,到新中国成立100年时使我国成为世界科技强国。

增品种 提品质 创品牌

国家实施消费品工业“三品”战略

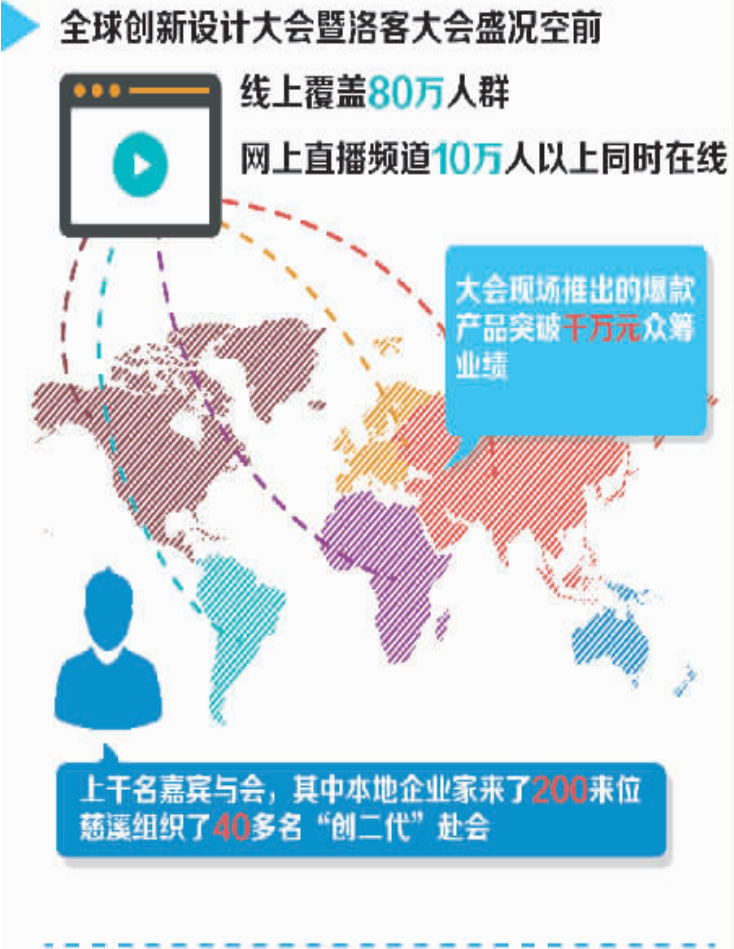
5月30日,国务院办公厅发布《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》,部署开展消费品工业增品种、提品质、创品牌“三品”专项行动,强调要以市场为导向,以创新为动力,以企业为主体,以实施“三品”战略为抓手,改善营商环境,从供给侧和需求侧两端发力,着力提高消费品有效供给能力和水平。

发挥创新在消费品提质升级中的引领作用,健全创新激励机制,支持企业加大研发设计投入,加强产学研用结合,加快创新成果转化。推进“互联网+”与消费品工业深度融合,提升传

统产业,培育新兴产业,完善产业链条,优化布局结构,推动消费品工业集约高效和均衡协调发展。

增品种方面主要包括提高创意设计水平、增加中高端消费品供给、发展智能健康消费品、发展民族特色消费品等。《意见》提出,鼓励地方政府和行业协会培育一批示范性消费品时尚创意设计名城和产业园区,加大对消费品创意设计优秀人才的表彰和奖励力度。在消费品行业建设一批国家级工业设计中心,推广应用“众包”等新型创意设计组织方式,培育一批网络化创意设计平台。促进文化创意与“三品”融合发展,提高消费品的文化附加值。

数 说



用“想象力经济”推动传统产业

