

■ 本版撰稿 本报记者 陶海青

编者按:阿基米德曾说过:“给我一个支点,我就能撬起整个地球。”在现代制造业中,工业设计也被称为“支点”,能令传统的制造业创造出惊人的几何效益。与此同时,在从“中国制造”向“中国创造”嬗变的过程中,工业设计被认为是一条创新捷径。

工业设计助推“中国制造”向“中国创造”嬗变

工业设计,曾经是一个不为人熟悉的词,现已成为“制造业的终极竞争力”。

近年来,工业设计为产品带来巨大价值的例子比比皆是。据公开资料显示,苹果公司售价499美元的平板电脑,其材料与制造的成本总和大约是270美元,利润超过40%。苹果产品在全球粉丝的热烈追捧下,销量一路急剧攀升,这正是工业设计力量的体现。

9月7日,漫步者科技股份有限公司董事长张文东在接受本报记者采访时说:工业设计已成为制造业竞争的核心动力之一,产品的国际竞争力将首先取决于产品的设计开发能力。“在欧洲,很多人拿着标有‘Made in China’的苹果手机,他们并不觉得有问题,因为他们买的是苹果手机的品牌,同时相信中国的制造能力。而完全由中国生产的中国品牌产品,他们就不认可。这就是制造与创造之间的差距。”

令人欣慰的是,中国政府已经开始高度重视工业设计。2002年,党的十六大提出,要制定国家科学和技术长远发展规划。同年,中国工业设计协会呼吁政府出台扶持中国工业设计发展政策。2006年,中国政府提出了提高自主创新能力、建设创新型国家的重大战略目标。党的十七大又明确把提高自主创新能力、建设创新型国家作为国家发展战略的核心、增强综合国力的关键。2010年,工信部、科技部等11部委联合印发了《关于促进工业设计发展的若干指导意见》,首次将发展工业设计增加产品附加值、创建自主品牌、提升工业竞争力上升到转变经济发展方式高度。中国政府提出,到2015年,力争培育出3家至5家具有国际竞争力的工业设计企业,形成5个至10个辐射力强、带动效应显著的国家级工业设计示范园区。

分析人士指出,自十六大以来的10年间,中国政府已经充分认识到工业设计创造的价值,中国工业设计水平取得了长足进步,自主品牌创新成为中国制造业未来发展方向。

投入1美元可获2500美元收入

工业设计的一个关键点是它能够创造净利润。但中国企业普遍重视营销创新、管理创新和科技创新,而最适合中小企业去发展的设

计创新战略,并未得到真正的重视和实施。“正因为如此,漫步者摒弃了通过简单代工就可获得眼前利益的模式,而是努力去沉淀属于自己的技术实力和创新能力。漫步者将工业设计作为企业创新的突破口,通过工业设计赋予漫步者更多的价值内涵,依靠创新设计的高端产品,拓展了市场。”张文东如是告诉记者。

每年上千万元的设计投入使漫步者迅速获得领先竞争优势与核心竞争力:漫步者M3plus和e20两款产品曾同时获得2009“红点设计大奖”。事实证明,实施工业设计策略令漫步者受益匪浅。至于工业设计为漫步者带来多少收益,记者并未得到明确的答案。

来自美国工业设计协会的一份调查统计显示,美国企业工业设计平均投入1美元可以获得2500美元的销售收入。而在年销售额达到10亿美元以上的大企业中,工业设计每投入1美元,销售额能提高4000美元。

广州毅昌科技股份有限公司(以下简称毅昌科技)也同样体味到了工业设计点石成金的神奇魔力。据记者了解,毅昌科技的一款原售价约3000元的国产液晶电视,由一家工业设计公司为其设计新外壳后,不仅单价提升到4000元,而且产品销量大增,为企业赚了近1.5亿元。“我们之前从没做过电视产业,结果仅一个产品就赚了超亿元。”毅昌科技董事长冼燃强强调,这正是工业设计催生出了产品的新价值。

清华大学美术学院教授柳冠中认为:“要把工业设计融入企业战略之中,也就是要把工业设计融入产品开发、企业运转流程控制、产品工艺标准、产品检验标准、营销策划中去。”在他看来,中国企业现在到了需要制定工业设计战略的时候了。

工业设计撬动产业转型升级

与设计发达国家相比,中国的工业设计发展仍处于初级阶段,中国粗放型发展模式尚未根本转变,迫切需要走出一条具有中国特色的新型工业化道路。

张文东认为,转变中国经济发展方式的关键在于工业升级,工业转型升级的关键在于创新,而设计创新是当前中国工业创新的核心,工业设计能够促进科技成果转化现为

实生产力。中国要通过大力促进工业设计发展,推动中国制造向中国创造转变。

在日本,工业设计一直是日本国家工业发展战略的重要组成部分,日本对工业设计优秀产品颁发“G-MARK”大奖,从而造就了索尼、丰田、松下等全球品牌。

“事实上,宝马、三星等跨国公司,都是依靠工业设计来实现品牌增值的。而中国的企业,由于长期对工业设计的极度不重视,甚至将工业设计仅仅当作抄袭的武器,由此损失了巨额利润。”张文东坦言:漫步者在建立初期,也曾经历过一段艰难的历程。但漫步者很快就意识到,一个制造型企业,如果没有核心技术、没有自主产品就等同于他人的雇佣兵,随时都可能被更廉价更强大的竞争对手替代。因此,漫步者进行了一系列战略转型。

“在企业转型升级过程中,工业设计功不可没,漫步者以产品诠释品牌的文化精髓,通过工业设计将品牌升华至文化层面,这就是工业设计的内涵。工业设计在漫步者最终演变成企业的核心竞争力。”漫步者科技股份有限公司首席设计师谢晓光告诉本报记者,工业设计是经济的发动机,将引领企业和产业发展的方向。

正如杨振宁教授所言:“21世纪是工业设计的世纪,一个不重视工业设计的国家将成为落伍者。”工业和信息化部副部长刘利华此前也公开表示,发展工业设计是提高企业自主创新能力、促进工业转型升级的关键环节和有效手段,也是坚持走新型工业化道路、实现工业由大变强的重要举措。中国将大力发展工业设计,丰富产品品种、提升产品附加值、创建自主品牌,以提升工业竞争力。

投巨资扶持工业设计发展

工业设计能够创造出不可估量的品牌附加价值,市场嗅觉灵敏的企业已开始进入集约式发展。但建立实力强大的设计团队以及不断推出新的工业设计,均需要大笔的资金投入,新材质、新技术的研发,同样也需要长期资金投入。资金匮乏正成为中国工业设计发展的瓶颈。

对此,张文东认为,中国可以借鉴国外经验,发展本国工业设计。世界许多国家都

把工业设计作为国家发展战略的一部分,设立政府管理机构,制定发展政策,给予金融、财税支持等,引导和扶持工业设计发展。比如韩国,早在1970年就专门成立了韩国设计振兴院,每年拨出相当于3亿元人民币的资金用于工业设计的示范、交流和评选等活动;对设立创作研究所的企业给予税费优惠,年减免额达280亿韩元。日本通产省也设有产业设计振兴会,每年颁发国家级优秀设计奖。德国、芬兰、新加坡等国也都对工

采访后记



采访中,漫步者科技股份有限公司董事长张文东一直很忧郁。他担心的是,目前中国工业设计的窘境。

张文东直言:10年来,中国工业设计已从初期的产品外观设计,发展到产品研发、企业战略等全方位的设计策划服务。漫步者和许多知名企业已经将工业设计渗透到全球品牌战略的管理层面,并利用信息化建立了全球协同的设计平台,工业设计在科技创新等方面的作用日益凸现。但回眸10年来中国工业设计的发展历程,道路并不平坦。与发达国家相比,中国工业设计依然存在着明显差距。更多的企业,尤其是中小企业,在工业设计方面急需“补血”。

张文东一再提醒说,目前,中国对工业设计产业的关注度仍不够,企业老板意识落后,工业设计尚未得到普遍重视。中国制造业企业大多仍把重心放在制造工艺上,一些企业只满足于跟踪模仿,缺乏具有知识产权和自主设计创新的产品,自主创新能力弱。另外,许多中小型企业依然挣扎在温饱线上,导致这些企业宁可加工国外产品获取利润,也不愿投入人力与财力进行设计创新和创造自己的品牌。

广东省江门市新城工业创意有限公司董事长兼资深设计师梁劲松曾一针见血地指出:企业重不重视工业设计创新,就看老板出国考察时带什么人去?现在,老板出国考察时通常带销售人员去,很少带设计师和工程师出去,这说明这些企业老板并不看重工业设计。但是当企业产品设计不成功时,大多时候追究的又是设计师的责任,这让很多企业的设计人员只能沦为企业的工艺师。因此,在公司的设计创新系统中,一定要有一名决策者,当设计项目不成功时,要追究整体责任。

人们一定还记得:上世纪70年代末80年代初时,日本垄断了世界消费电子产品市场。随着日本经济飞速发展,日本电子

突破工业设计窘境



业巨头又开始统治内存芯片、彩色电视和盒式磁带录像机市场,日本研发实验室开发出了一批定义了一个时代的产品,例如随身听、CD和DVD播放机。但近10年来,日本的工业设计风光不再,日本的电子产品生产商明显落后于亚马逊、苹果、谷歌和三星电子,这已经是一个不争的事实。

据张文东分析,这是因为日本太过于专注于硬件的改进,总是千方百计地想办法生产世界上最薄、最小的产品,却忽视了消费者真正关心的因素,例如产品的设计和使用的便利度。在张文东看来,工业设计是制造业突围的快捷途径,企业家要从意识上,把工业设计提升到关乎企业未来发展成败的战略层面,而不仅仅是处在战术层面。

清华大学美术学院工业设计系教授杨霖对此也颇有同感。他表示,只有当工业设计从战术上升为战略,将设计贯穿到企业价值链的各个环节,并从企业文化、战略投资、组织内部等方面加以落实,工业设计才能真正发挥出强大的威力。

众所周知,工业的发展分为3个阶段,第一阶段是制造阶段,第二阶段是设计阶段,第三阶段是创意阶段。设计阶段是产品定性和提高产品品质的阶段。在美国,新的技术成果出现以后,必须和现有的技术成果一样通过工业设计这个中心环节,才能转化为市场需要的新产品。工业设计的重要性由此可见一斑。

为此,业内专家呼吁,工业设计已被全球公认是企业的核心竞争力之一,中国政府应尽快打破工业设计的窠局,引导中国企业重视工业设计创新。目前,传统加工制造业逐渐失去竞争力,单凭靠扩大加工规模降低成本的空间正不断缩小,利润空间也在萎缩,中国更应强调工业设计创新的重要性,不断强化工业设计的战略意义,从产品设计的初始阶段,规划产品以及企业的转型升级路线,提升产品附加值,实现从“中国制造”向“中国创造”的转变。

财经聚焦

神秘账户突袭民生银行,跨境做空链雏形显现

风雨下黄山-黄生的博V:民生银行是唯一一家民营银行,第一家对小微企业进行大规模贷款的企业,它的巨大贡献在于,中国广大小微企业因无法获得贷款而举步维艰的情况下,它通过一个新的贷款模式,为其提供了所需的资金,为中国小微企业、中国经济做出了巨大贡献,这种银行不该被做空。

和讯网V:【@纽文新:第四轮做空中国来了】9.5空头袭击民生银行背后黑手——瑞银、摩通、三大评级机构。不仅民生,同时兴业、浦发也受攻击。做空中国第四轮已拉开序幕。无论唱衰实体经济,还是地产泡沫,其核心所指都是中国银行业。第四轮做空攻击非同寻常,因为中国经济已非无懈可击了。

泉思念:国际投行做空民生银行,主题是“不良贷款”产生的损失无法正确估算,就目前来看好像没啥损失,只是逾期放款大幅增加,加上经济下行结构调整,未来不乐观,虽然民生很快地反应,但是,还是脱离不了规模扩张的企图,还是不乐观啊!

天使幸迪加V:并购是西方资本市场最主要的工

具,核心是价值挖掘。在股权融资成本高于债券成本和较低利率的时期,运通杠杆,注入资源,挖掘企业潜力,注重治理架构的完善,在企业整体价值的提升中获得投资收益。这与目前中国资本市场“融资,投资,退出”的规则是秋后算账和杀鸡取卵的区别。

奔跑的顾问:中小企业的发展瓶颈:公司治理结构的缺失,决策的单一化,导致经营的巨大风险,是中小企业成活率底的重要原因。

航运界V:【13家航运企业亏损78亿ST边缘寄望政府财补】数据显示,航运板块13家A股上市公司今年上半年合计实现营业收入660.19亿元,同比增长3.5%,但是合计净利润为-78亿元,亏损幅度同比增长了181%。13家航运公司中仅有4家获得盈利,主要航运公司中仅有中远航运和招商轮船的净利润为正。

焚书煮月屋V:一场雷士风波,引发媒体对现代企业治理规范的讨论不绝于耳。现在,吴长江出任临时运营委员会负责人,并未担任董事长或董事,可见各方都还保持理性。稳定运营大于一切,先让雷士公司

回归正常平稳经营,至于历史遗留问题,可以后续逐渐解决。

rockson2008:依据家族的“血亲”和“姻亲”而建立的“内部权威”,在很大程度上维系着家族企业的公司治理。一旦婚姻发生变局,则近乎是“牵一发而动全身”,所有公司治理的元素都会因此发生混乱。

王斌栋——帝国元帅1975V:创业企业,一样需要规范,只不过规范是在效率之间取得平衡,企业家如何实现治理结构,很多创业家往往采取引进职业经理人的模式,但是人是活的,人是会变的,而采取信息系统的方法,可以真正把管理的理念落实到执行过程中,人走了,系统还在,数据还在。

爱国者冯军V:#露馆#:2012年前是全世界不了解中国企业,怀疑中国品牌;2012年开始,部分友好国家开始了解中国企业,在金融危机大环境下,开始需要中国品牌去落地,创造就业,增加税收,转为开始欢迎中国品牌,反而是中国品牌思想准备不足,国际化人才准备不足,加油啊,兄弟姐妹们!



微话题