



▲ 2013 中国杭州文化创意产业博览会

## 资讯 Information

- 03 资讯·创意街
- 04 资讯·前沿
- 06 资讯·微科普

## 封面故事 Cover story

### 08 杭州工业设计产业:冰与火的交替

严晨安

- 10 创意提升生活品质,设计实现产业价值——2007-2013  
“创意杭州”工业设计大赛七年历程回顾 王晓燕

- 17 “市长杯”创意杭州工业设计大赛金奖作品选登

### 19 任重道远 且歌且行——寄语“创意杭州”七年历程

卢纯福

- 21 栽工业设计之林 盼产业应用之果——一位老“工业设计师”的几点建议 方强

## 聚焦 Focus

- 23 2013“市长杯”创意杭州工业设计大赛更上层楼
- 24 文化与创意的飨宴——2013 文博会现场回顾

## 产业化 Industrialization

- 27 创意成就品质生活 陈辽
- 28 创意勃兴杭州 设计更需培育——浅议  
市长杯工业设计大赛的收益及瓶颈 赵竞成
- 30 当老字号遇见时尚设计——工业设计  
大赛助力企业转型升级 吴晓明
- 32 务实发展产业 引燃创意梦想——杭州  
动漫游戏企业的实证调研 周旭霞 胡秀丽





▲ 2013 浙江省技术成果拍卖交易暨网上技术市场活动周开幕式

## 探索 Exploration

### 38 杭州市文创产业集聚现状及趋势调研——以之江文化创意产业园为例

倪 燧 刘丙孜 唐艳昕

44 高新区:构筑国家知识产权示范园区蓝图 史 琼

51 杭州市推行专利保险的现状与对策研究  
王立军 陈锦其 胡叶飞

## 借鉴 Learn From

56 国内各城市工业设计产业化发展之特色

60 国外工业设计产业化发展之特色 吕月珍

## 63 总目次



# 杭州科技

HANGZHOU KEJI 2013-总第203期

双月刊

主管单位 / 杭州市科学技术委员会  
主办单位 / 杭州市科技信息研究院  
协办单位 / 杭州科技信息公司  
编辑出版 / 《杭州科技》编辑部

出版日期 / 2013 年 12 月  
创刊年份 / 1970 年 (1991 年公开)  
地址 / 杭州市惠兴路 2 号  
邮编 / 310001  
电话 / 0571-87024645 87025382  
传真 / 0571-87024645 87021663  
主编 / 沈悦林  
编辑部主任 / 龚 勤  
责任编辑 / 严晨安  
美工 / 王玛瑛  
电子邮件 / hk@hznet.com.cn  
印刷 / 杭州恒力通印务有限公司  
地址 / 杭州市登云路庆隆横街 28 号  
中国标准刊号: ISSN 1004-2652  
CN 33-1152/N  
广告许可 / 3301004000087  
定价 / 8.00 元

## 编辑委员会

顾问: 徐文光  
主任: 楼健人  
副主任: 周 军 毛国锋 陈 平 寿伟义  
丁永刚 徐 植 徐智伟 林 晔  
沈悦林  
编委: (按姓氏笔划)  
马伟忠 王 瑛 王志强 王奕鑫  
包东根 卢 江 毕建华 陈 泳  
林 霄 杨 军 杨俊和 周 皓  
郑百成 郑云良 赵新华 项永忠  
姚建明 姚寿坤 高锦耀 徐长明  
谢建英 章正平

本刊已被《中国学术期刊网络出版总库》及 CNKI 系列数据库、万方数据库、维普数据库等收录, 作者文章著作权使用权费与本刊稿酬一次性给付。如作者不同意文章被数据库收录, 请在来稿时向本刊声明。

## 触摸屏显示墙



韩国科学技术高级研究院展出了一款多功能触摸屏显示墙，观众能够在墙体两侧看到对方。该墙在有机玻璃中间植入了一面全息式荧幕，墙体上附带的表面转换器能够让使用者听到彼此的声音、感受到震动。

## 会发光的冰淇淋

发明家 Charlie Harry Francis 利用人工合成水母发光蛋白制作出了会发光的冰淇淋，这种蛋白会与舌头上的唾液发生反应。当食用者的舌头接触到时，冰激凌就会发出淡绿色的荧光，你越舔它，它就会越亮。不过水母蛋白绝对堪称是最罕见的食材，价格不菲，小小一勺就要人民币一千三百多元。



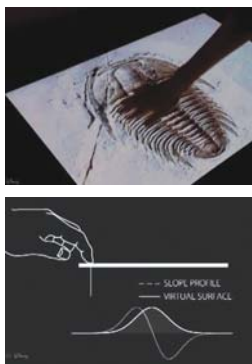
## “独眼巨人”潜水器

美国公司正在开发的“独眼巨人”潜水器公布了电脑示意图。该潜水器可以容纳 5 人，之所以叫“独眼巨人”，是因为它拥有 180 度的转动屏幕，看上去就像一只大眼睛。它能完成多项水下工作，包括开采水下矿藏、生物研究等。



## 迪斯尼将现 3D 触感触摸屏

迪斯尼研究院的研究人员创建了一个模拟事物真实质感的 3D 触感算法。它通过构建触摸物体时的不同水平的电压，让人在触摸屏幕时产生触摸现实中的实物的感觉。迪斯尼研究院主任 Ivan Poupyrev 解释：“如果我们可以人工将手指上的皮肤展平，大脑就会认为你在触碰一个真实的突起物体，即使触摸的表面很光滑。”



## 创意街

### 水下耳机

在游泳时听音乐或许是许多游泳爱好者所期待的一件事，由美国公司研发的新款耳机采用了骨骼传声技术，该技术的原理与海豚、鲸鱼在水中传送声音的方式类似：耳机扬声器贴附在脸颊位置，通过骨骼把声音传至耳蜗，让用户在水下能听到音乐。



### 高龄人群的机器人小护士

NEC 开发了用于高龄人群监护的小型机器人“PaPeRo petit”，除了通过摄像头和人体感应器时刻关注老年人身体状况外，也可作为老人看家防盗。它可以通过连接网络来进行远距离医疗诊断等服务。NEC 计划于 2014 年投放市场。





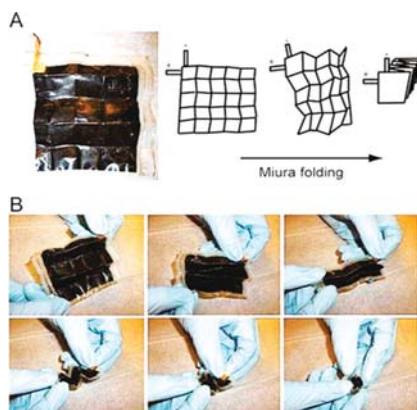
## 超触觉技术系统问世

最近,英国布里斯托尔大学“互动与绘图”(BIG)项目组研究人员发出一种系统,能让用户在一个交互界面上体验到多部位的触觉感受(多点触觉反馈),而无需碰触或拿着任何设备。该研究提出了一种超触觉理论,即一种能在空中产生触觉反馈的系统设计,在空中传播的超声波会产生不同的压力,如果许多超声波同时到达同一位置,就会在该点产生明显的压力变化。超声转换器阵列能对空中目标施加压力,通过屏幕投射出触觉感受,直接作用于用户手上,在人体皮肤上造成感觉。



## 可折叠纸基锂离子电池能量密度提高 14 倍

美国亚利桑那大学科学家开发出一种纸基锂离子电池,能做多次对折。由于折叠后变得更小,表面能量密度和电容可增加 14 倍。这种折叠纸基电池柔韧灵活,成本低,可卷轴制造,有望进一步开发为多用途的高性能电池。相关论文发表在最近出版的《纳米快报》上。



## 肺移植福音:肺器官在捐赠者死亡后仍能存活

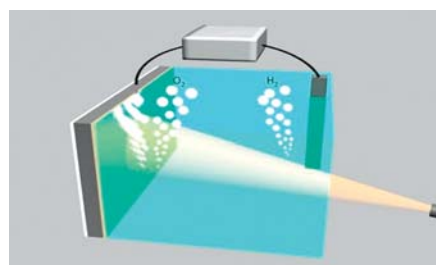
捐赠者死亡后其肺器官仍能存活,这将是移植病人的特大福音。科学家们发现人死后,肺器官仍能存活四小时,留在里头的空气能让肺器官保持活力。Egan 博士解释说,肺细胞不依赖于血液里的氧存活,当心脏停止跳动的时候,它们还能继续利用留在肺泡和呼吸道里的氧。之前,外科医生们认为意外死亡者的器官不可能再有利用价值,这个突破有望多为成千上万人实现移植手术。



# 前沿

## 斯坦福科学家研制出低廉造价的光解水设备

斯坦福科学家宣称已经开发出一种低廉的设备,可以利用光把水分解成氧气和洁净能源氢气。这个水分解器主体是一个包裹了超薄镍层的硅半导体,可以用于大规模的工业化生产氢气。该研究的主要目的是在太阳能电池无法工作时(没有太阳光或者光强度较弱)用氢能源电池代替其发电。科学家们打算进一步研究以增强镍涂层硅电极的稳定性和持久性。相关论文发表在 Science 上。



## 韩国拟建造世界首个“隐形塔”

韩国计划建造世界上第一座“隐形塔”,这座隐形建筑被称为“无极塔”,将建造在龙山国际商业区,成为首尔地标性建筑。结合特殊的 LED 灯光和相机,可使这座 450 米高的建筑大楼处于“隐形”状态。





### 未来卧室构想:智能床可自动清洁 监测健康

伦敦设计师梅利莎·斯特里设计了面向未来的卧室，卧室内的智能床能够监测主人的健康状况，床垫可以自行清洁，床单采用的材料可以在主人睡觉时根据其体温自行调节温度。此外，未来卧室还为用户准备了一个全息同伴，采用达西先生等名人形象，为用户讲睡前故事，帮助他们进入梦乡。



### 科学家利用 DNA 和纳米粒子制 造宝石

近日，美国西北大学的研究团队首次利用 DNA 和纳米粒子制造出了接近完美的单晶体。相关研究成果于近日发表在《自然》杂志上。基于该实验室最近二十年研制的超结晶格子技术，该研究团队找到了一种独特的方法——利用特定的纳米材料作为原子，特定的 DNA 作为粘合剂，经加热之后便可获得所需的晶体。



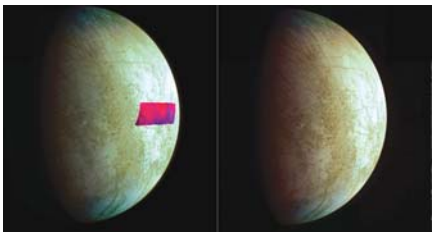
### 科学家发现新方法 万亿分之一秒内烧开水

据科技博客 Gizmodo 文章，德国汉堡的自由电子激光科学中心的研究人员已经找到了一种方法，可以在不到一万亿分之一秒内的时间里把水加热至出 100 摄氏度。其原理是：频谱在无线电波和红外光之间的电磁波形成的太赫兹波辐射集中爆发，用特殊的激光器以锯齿状发送电子，通过弯道时形成电磁波。当太赫兹波遇到水分子时，会立刻导致水分子发生剧烈震动，瞬间发生沸腾。这项新技术目前还停留在理论阶段，只完成了超级计算机模拟测试。



### 木卫二表面发现黏土质矿物 或可育新生命

美国国家航空航天局(NASA) 12 月 11 日宣布，探测器在被冰雪所覆盖的木卫二上发现了其与彗星及小行星撞击后形成的类似黏土状的矿物质。根据“伽利略”号探测器 1998 年拍摄到的木卫二近红外线图片来看，NASA 研究小组认为，这是一种与酰基氯类似的矿物。由于小行星或彗星的中心核中蕴含可形成生命的有机物，NASA 研究者表示，木卫二的冰雪表层下极有可能隐藏广袤的海洋，历经漫长时间后或许会有育成生命的可能性。



### 美“人造太阳”核聚变装置输出创纪录能量

到目前为止，数个世界级的实验室正在研制可控核聚变技术，但用这项技术进行发电还不可行。据报道，位于加利福尼亚州利弗莫尔国家点火装置(NIF)的科学家目前已经能够实现核聚变能量的“收支平衡”。利弗莫尔国家点火装置是美国能源部下属的国家核安全管理局的核心项目，靶室重达 130 吨，通过 192 束激光“轰击”球形聚变燃料靶件，轰击开始后的核心温度达到数亿度数量级，压力超过 1000 亿倍的地球大气压。





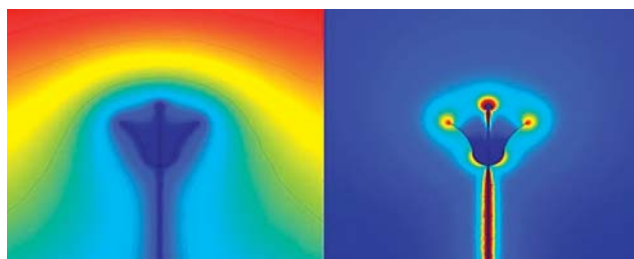
## 谣言粉碎机:

【关节炎,是冻出来的吗?】骨关节炎与关节达到使用寿命有关,自身免疫性关节炎是由于免疫系统紊乱而攻击自身关节组织所致,此外也有微生物感染所导致的化脓性关节炎,并没有寒冷导致的关节炎。关节炎患者在受凉后可能会出现关节疼痛的症状,让人误以为寒冷是导致关节炎的罪魁祸首。



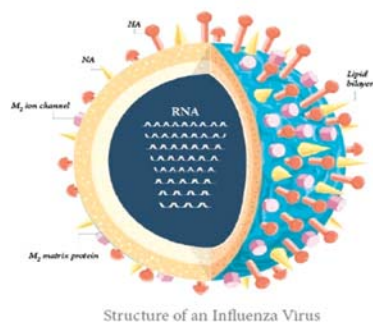
## 果壳网:

猜猜看,下图是个什么玩意儿? 海神的三叉戟? 其实,这是一朵理想状态下的花周围的微弱电场。蜜蜂可以在花上留下正电荷,别的蜜蜂可以借由它判断这朵花值不值得访问。《自然》杂志选出了 2013 年你一定得看的 13 张科学图片,这只是其中之一。



## 果壳问答:

【流感病毒里的 H 和 N 是什么意思?】流感病毒的外面裹着两种糖蛋白,一种是血凝素 (hemagglutinin) 即 H,一种是神经氨酸酶 (neuraminidase) 即 N。这两种蛋白是流感病毒亚型分类的依据,H 和 N 后面的数字就表示这两种蛋白的不同亚型。



# 微 科 普



## 月球车玉兔:

月球表面不是硬梆梆的,而是有层松软的月壤,而且坑坑包包,有很多障碍。为了让我不会摔跤,也别被扬起的月尘卡住轮子,师父们为我设计了特别的“兔子脚”。喏,大概就是下面这样。这种“筛网轮”能减轻重量,接触面积和摩擦系数都很大,让我不容易陷进去也不容易打滑,还能一边跑一边漏掉沙子。厉害吧?





### 科学松鼠会：

【“葡萄柚减肥法”的前世今生】

该方法起源于 1930 年后，与现今流传的各种水果减肥法一样并不可取：1、“功效”主要来自身体脱水。一旦恢复正常饮食，减掉的体重很快就又回来了。2、主要靠的是“饿”，坚持便意味着饮食严重不均衡，危害健康。3、葡萄柚中不存在“燃烧脂肪”的酶。



### 华尔街日报 中文版

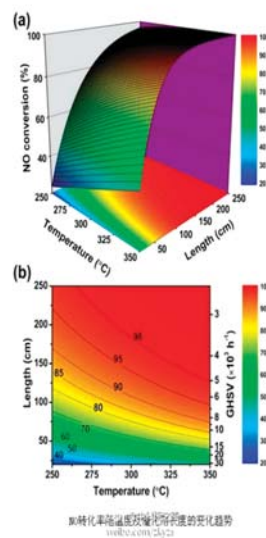
### 华尔街日报中文网：

【电休克疗法帮患者忘却痛苦记忆】研究发现，向脑中输入电流可以抹去人们不愉快的记忆。这是科学家在更好地治疗心理创伤、精神疾病和药物成瘾等疾病的研究过程中迈出的又一步。



### 中科院之声：

我国燃煤电厂锅炉与由工业锅炉、工业窑炉等构成的工业燃烧设备排放约 1500 万吨 / 年的  $\text{NO}_x$ ，是形成  $\text{PM}_{2.5}$  的重要前驱物之一。中科院过程工程所与日本合作研发了高效低成本的涂覆型蜂窝脱硝催化剂，可大大减少脱硝催化剂活性组分的用量，从而有效降低催化剂成本。



### 科学探索：

【美国首批“狮狮虎”降生】由一只雄狮与一只雌狮虎兽交配孕育的这 3 个小家伙，上个月底在美国俄克拉荷马州降生。它们的棕褐色毛上带有黑色斑点，随着年龄增长，它们的独特性将会越来越明显。世界第一窝狮狮虎是 2012 年在俄罗斯出生的。







# 杭州工业设计产业:冰与火的交替

本刊记者 严晨安

2010年,本刊曾经做过关于工业设计的专题,那是本刊第一次系统地介绍工业设计。在全刊的第一篇文章中,第一个小标题是《什么是“工业设计”》。彼时,“创意杭州”工业设计大赛还没有被冠以“市长杯”的名称,大赛刚举办完第四届,规模和形式刚开始渐入佳境,工业设计刚走进大众的视线,工业设计产业尚未形成规模。

现在,“市长杯”创意杭州工业设计大赛已经七周岁了,参与的高校从2007年首届的11所在杭高校,增加到2013年全国范围的166所;参加的设计机构从零增加到27家全国著名设计机构;参赛作品数从1034件增加到5568件;企业分赛场从5家增加到30家。工业设计的概念越来越广为人知,工业设计的产业化越来越被企业所重视。

这七年,是杭州工业设计产业高速发展的七年,是文创产业整体加速的七年,也是让我们渐渐发现问题和不足的七年。杭州的创意设计之梦实现了多少?产业发展得怎么样?这些问题,一篇文章不足以说清楚,甚至一本杂志也装载不下。本刊重温工业设计话题,试图从一场比赛、一些企业、几位资深人士的角度,来勾勒出工业设计产业在杭州的轮廓。



## 火热的创意设计之梦

2010年,杭州市科委主任楼健人曾经应邀为本刊撰稿,他这样写道:“创意与设计之价值,在于其与制造的融合而带来的产品附加值的提高、产业竞争力的提升。杭州文化创意产业的发展重点有八大门类,其中作为设计服务业重



点的工业设计业,最能凸显‘以创意为核心,以文化为灵魂,以科技为支撑,以知识产权的开发和运用为主体’。”

7年来,举办工业设计大赛的目的,正是为了提高杭州市工业设计水平和产品竞争力,推进“杭州制造”迈向“杭州创造”。这就是杭州的创意设计之梦。借助大赛搭建的平台,不仅鼓励创新,而且营造尊重和保护知识产权的氛围;通过大赛,激发一座城市的发明创造的热情。杭州梦和中国梦不谋而合。这些“梦”的实质,就是提升核心竞争力。

举办工业设计大赛,就是一项重要举措。以广泛的宣传扩大影响、以充

分的对接提高实效、以顶尖评审专家树立权威,这让创意杭州工业设计大赛成为国内最具影响和规模的同类赛事之一,成为杭州吸引工业设计创新、创业人才的金名片。



### 冰冷的产业化现实

“微笑曲线”是大家都熟悉的理论:在产业链中,附加值更多体现在扬起的两端——设计和销售,处于中间的制造环节附加值最低。在“市场—设计—制造”的产业链中,我国由于工业设计起步比较晚,与世界工业设计先进国家和地区的差距较大,产业链高端尤其是设计领域仍大多把握在外国人的手里,只能引进大量生产线,以低廉的劳动成本,更多的资源消耗为代价,生产附加值较低的产品。

如今的杭州,工业设计方兴未艾,然而人们普遍期待的产业化发展并未出现。

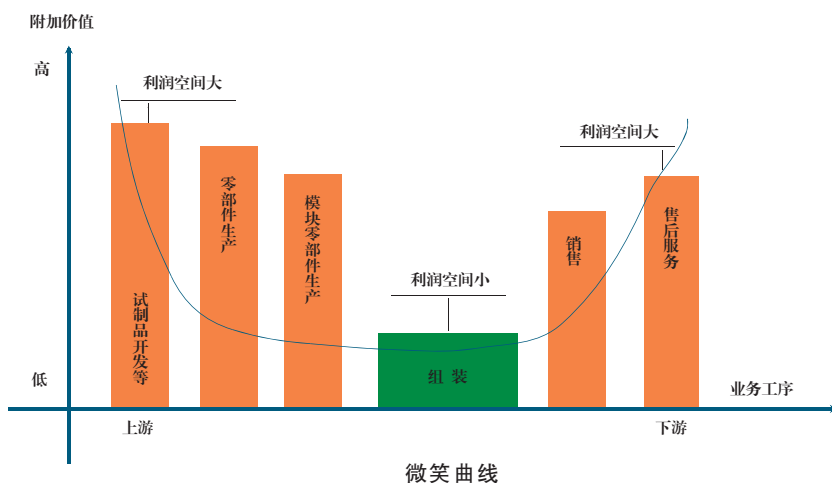
杭州天堂伞业集团工业设计大赛分赛场负责人赵竟成给出了一个粗略的数据:“在收到的设计作品中,许多作品还有不成熟的地方,难以直接申请专利。至今,我们累计收到781件作品,大概只有10%的设计有价值,也

就是说,能申请到七八十项专利。”这样的数据不是一个分赛场的个别情况。

七届工业设计大赛,累计征集到24600多项创意作品,其中,有3000多件创意作品的专利权向企业转移,占比12.20%。专利权向企业转移的作品,并不代表着100%能够进行产业化,可想而知,从设计图变成上市销售的实物,这个比例只能更低。

浙江雅鼎卫浴股份有限公司分赛场负责人陈辽也有一份具体的数据。雅鼎卫浴共举办了4届分赛场活动,累计收到超过1100个参赛作品,目前,只有2个作品经改良后进行了产业化,一件已经上市销售,累计销售额超过470万元人民币,另一件预计2014年可以投入市场。这2件产业化的作品,全部来自公司与南京艺术学院、浙江科技学院和江南大学等高校开展的“产品创新设计营”系列活动(该设计营累计有100多件设计方案参赛),而通过常规比赛流程投稿的另外1000多件设计作品,至今无一被相中进行产业化。

7年的经营得到看着这样的数据,让人不禁感到一些冰冷。







## 冲破冰与火的束缚

在关于产业化的思潮中，我们往往忽视了一个重要的问题——谁是工业设计的需求主体？或言，谁是工业设计产业化的最大动力？

我们不能想当然地认为只要提高专业人员和专业机构的水平，引导企业重视工业设计，就能够促进和提升整个工业设计的行业发展。在与工业设计相关联的社会链上有四种主要组织——工业企业、设计公司、高等院校、行业协会。在这四者的关系中，企业是工业设计的最根本的需求者，起决定性作用，倘若脱离了企业的需求，其他三者的价值均不存在。

工业设计是制造业发展的先导行业，是企业品牌的重要因素，如果不注重提升工业设计能力，将难以成就一流企业。于工业设计在制造业中的核心地位和关键性作用，世界各国在发展制造业的过程中往往把它作为龙头，通过加速工业设计的发展带动整个制造业的发展。

日本在上世纪 60 年代便提出“设计立国”，借助设计与科技的结合实现创新战略，使日本的产品征服了全世界。现在，中国正在汲取这类发展经验。杭州要利用良好的人居和创业环境，力争成为设计领域世界领先的都市，通过追赶和超越，形成自己的设计核心竞争力。

尽管面临着产业化的“老大难”，但杭州的工业设计人都知道，工业设计行业的“春天”要来了。

2010 年，工业设计第一次作为“要大力发展的面向生产的服务业”，与金融、物流、信息等一起被写进《政府工作报告》。同年 8 月，工业和信息化部联合 11 个部委印发了《关于促进工业设计发展的若干指导意见》，为工业设计发展保驾护航。

在“十二五”规划中，工业设计被提升至前所未有的战略高度：“加快发展研发设计业，促进工业设计从外观设计向高端综合设计服务转变。”杭州市也相应出台了《杭州市工业设计产业发展三年行动计划(2009-2011 年)》等多个规划、政策。

在政策的春风下，杭州发展工业设计产业万事俱备：杭州具备自主创新能力的保障，具备工业产业的基础，具备高经济条件和品牌市场需求。所有这一切都表明，在未来中国经济发展和出口贸易的不断扩大中，杭州的工业设计将面临巨大的发展机会。

面对这种机遇与挑战并存的发展局面，杭州的工业设计人们怎么可能被障碍困阻住前进的脚步？

本刊由衷期望，未来的某一天——也许是“市长杯”创意杭州工业设计大赛 10 周岁的时候，也许更早——本刊将迎来第三个“工业设计”主题，那时候，设计作品的产业化实例遍地开花，工业设计行业真正成为了推动科技、经济发展的重要动力，一本杂志甚至装不下层出不穷的经典工业设计案例。■



流量控制

冷暖控制

2013 年“雅鼎杯”特别奖

指挥家

手势感应龙头设计

# 创意提升生活品质 设计实现产业价值

## ——2007-2013“创意杭州”工业设计大赛七年历程回顾

王晓燕 杭州市科委

近年来,杭州市科委(知识产权局)围绕市委、市政府提出的建设“科技强市”和“创新型城市”的目标,大力推进科技服务业特别是生产性服务业的发展。自 2007 年举办首届“创意杭州”工业设计大赛以来,至今已成功举办了七届,得到国内外工业设计界的高度重视,“创意杭州”已初步在国内树立起强大的品牌效应。这种由高校、企业和设计公司带动的本地和外地设计资源、设计人才的集聚效应,已为杭州工业设计大市的建设搭建了一个良好的交流舞台。



图 1 首届“创意杭州”工业设计大赛颁奖大会现场

通过七年大赛的举办,“创意杭州”工业设计大赛已形成了大赛信息发布、设计需求征集、校企对接活动、专利申请服务、获奖作品展示交易等活动组成的杭州办赛模式,共吸引了北京、上海、天津、重庆、香港、澳门等 26 个省(直辖市、特区)以及美国、英国、德国等 10 多个国家近 500 所高校、1300 余家企业和 50 多家专业工业设计机构参加。共征集到 24600 多项创意作品和专利产品。其中,有 3000 多件创意作品的专利权向企业转移,超过 2 万名国内外师生、专业设计人员和在杭 200 多家企业的管理者、设计师开展校企对接活动,越来越多的设计实现了“创意→产品→商品”的华丽转身。

### 大赛诞生的契机

2006 年 12 月,一场由市科委主办的“工业设计与自主创新”的专题讲座,引起产业界、高校、媒体的积极相应和广泛关注。在此基础上,为进一步加强创新创意成果的知识产权保护,提高工业设计在杭州制造业创新中的作用,促进设计创新和技术创新的融合,拓展产学

研合作的空间,市科委提出了举办工业设计大赛的初步设想,得到市有关领导的充分肯定。

在此期间,市科委专程赴浙江大学征求意见,并以书面形式正式向在杭的13所高校及有关部门、协会以及13个区、县(市)和经济技术开发区科技局征求大赛的意见建议,邀请各高校和区、县(市)科技局作为本次大赛的协办和承办方,得到了热烈响应。

首届“创意杭州”工业设计大赛就这样于2007年6月8日拉开了帷幕。

## “摸着石头”办大赛

自2007年启动以来,大赛始终坚持以企业为主体,以产学研合作为纽带,以明晰的知识产权为准入门槛,在促进创意和产品及产业的结合中,边摸索边实践,边总结边学习,且歌且行。

### ——以企业为主体

“创意杭州”工业设计大赛由第一届的以政府主导,转向以企业为主体,以实现创意与企业、产品和产业的结合的方向发展。从2008年开始,大赛专门设立以企业专利产品为参赛对象的创意组,同时,还专门设立以企业设计需求为主要参赛内容的分赛场,冠名的企业由2008年的5家增加到2013年的30家。到2013年,杭州浙江轻机、杭机、东方通信、杭汽轮、杭叉、鸿雁电器、吉利集团、华鹰控股、中宙光电等50多家企业参与分赛场的角逐,参赛内容覆盖了先进装备制造、文化创意、旅游休闲、生物医药、节能环保、新能源等重点发展的产业。分赛场的设立,是“创意杭州”的独创之举,真正体现了企业是设计的主体地位,极大地增强了企业对工业设计的重视,推动了设计创新和技术创新的融合。

### ——以产学研合作为纽带

为更好地抓住高校这一最主要的创新创意的源头和企业这一实现创意与产品、创意与产业结合的主体,市科委(知识产权局)积极发挥纽带和桥梁作用。每年在大赛启动后,专门组织开展“创意杭州”校企对接活动。2007—2013年,共组织了清华大学、浙大、美院、江南大学等全国近150(次)高校师生和设计专家2万余人次赴在杭的200多家企业进行现场对接。为使更多的师生更



图2 大赛的第一幅宣传海报



图3 2007“创意杭州”工业设计大赛启动仪式

好地了解分赛场承办企业的文化、企业的产品和设计需求,从2009年开始,还专门组织所有分赛场承办企业赴省内外著名院校开展宣讲和现场对接活动,累计达到100余所。

### ——以明晰的知识产权为准入门槛

由于工业设计和创意作品更多地是通过外观和结构的改变来展示作品的内涵和功能,易模仿难保护是一大难题。为倡导以知识产权保护创新创意成果,大赛规定所有参赛作品必须已获得或申请国家专利,参赛者必须在参赛表中承诺对参赛作品拥有充分、完全、自主知识产权,不侵犯任何他人的知识产权,强调作品的原创性。

在大赛作品提交前,市科委(知识产权局)开展专利申请服务月活动,组织在杭专利代理机构进企业、进高

校、进园区,为创意作品专利申请上门服务,实现了参赛作品知识产权全覆盖。从2011年开始,大赛入围产品和作品在进行最终金银铜奖的角逐前,委托国家知识产权局相关部门专门进行专利的查新和检索,以确保参赛作品和产品的原创性,进一步强化大赛尊重和保护知识产权的导向。

#### ——以公平公正评价为保障

大赛专门成立了由结构、工艺、造型、计算机、人机工程等专家组成的评委会,建立评价指标体系,按照公平公正的原则做好参赛作品的评选工作。严格按照分赛场筛选、组委会办公室初评推荐、拟奖产品和作品公示、专利检索和查新、评委会电子评审和现场答辩的程序,确保大赛的公开公平和公正。七届大赛共有来自高校、著名设计机构负责人、工艺美术大师、企业设计总监等近1000多人(次)参加近160场的评审活动。为提高大赛评审的权威性,市政府专门邀请中国工程院常务副院长潘云鹤院士担任大赛评委会主任,从2008年开始,潘院长连续主持六届大赛最终评审的全过程,在给大赛给予充分肯定的同时,也寄予厚望。来自国家知识产权局、清华大学、中国美院、湖南大学、同济大学等国内设计界权威专家,北京洛可可、深圳嘉南图、杭州瑞德、浙江飞鱼等著名设计机构的负责人也见证了大赛评审的过程,极大地提高了作品评选的公正性和权威性。

### 大赛给杭州带来的不止是创意

“创意杭州”承载着促进创意和产品产业结合的使命,从无到有,不断演绎着从本土到全国,从中国到世界,从青涩到成熟的华丽转身,在促进设计创新和技术创新的融合中,在推动文化创意产业发展的征程中,绽放激情和美丽,实现梦想和希望。

#### 1.为杭州工业设计大市建设打造了一个良好的交流平台

七届大赛共吸引了26个省(直辖市、特区)以及10多个国家近500所高校、1300余家企业和50多家专业工业设计机构参加。征集到24600多项创意作品和专利产品,参加的机构、作品数量和冠名企业逐年递增迅速。参与高校从2007年首届的在杭11所,增加到2013年

全国24个省、直辖市的166所;参加的设计机构从无到2013年的全国著名的27家;参赛的产品和作品数从第一届的1034件增加到第七届5568件。这种由高校、企业和设计公司带动的本地和外地甚至国际一流设计资源、设计人才的集聚效应,为杭州工业设计大市的建设搭建了一个良好的交流舞台。可以说,大赛已基本实现潘云鹤院长在2008“创意杭州”工业设计大赛评审会讲话中所希望的“通过这个活动,要把杭州的大专院校卷入到浙江企业的生产中去,把全国的大专院校都卷进来”的规模。

#### 2.拓展了产学研合作领域

通过大赛的国际国内的校企对接等活动,加深了企业与高校的沟通 and 了解,将产学研合作领域拓展到了产品的外观设计、企业形象策划和工业设计人才培养,甚至渗透到企业和产业的转移升级中去。

一是通过七年大赛校企对接活动的开展,已把高校师生完全鼓励参与进了分赛场承办的企业中。“创意杭州”独有的校企对接模式,上接设计创意的源头,下连创意设计落地开花结果的企业,自首届大赛启动后,受到了广大企业、高校和设计界人士的充分肯定和积极参与。通过他们的传播,“创意杭州”已从本土科技管理部门一项普通的工作,成为享誉国内设计界并引起国际上10多个国家著名设计大师的关注和参与的知名大赛。越来越多的高校已经把“创意杭州”的分赛场作为校外第二课堂或实训基地,把大赛的设计需求作为毕业生毕业设计的选题方向。

二是建立清华大学生和杭州鸿雁电器有限公司、杭州电子科技大学和桐庐分水制笔科技创新服务中心、浙江理工大学与浙江豪普电子有限公司等一批工业设计产学研合作基地,以在工业设计的人才培养、产品设计和企业战略研究方面谱写产学研合作新篇章。如杭州电子科技大学桐庐分水笔类产品设计学生实习基地,在日常为企业提供产品设计服务的同时完成了《桐庐分水制笔行业发展趋势与产品设计规划研究报告》。2009年浙江理工大学和浙江豪普电子有限公司就新产品的开发开展了有效合作,合作完成的设计当年就投入生产。随着合作的顺利进行,浙江理工的师生考虑到豪普现有的



装订机、碎纸机主要针对海外市场,对外的依存度相当高,企业发展中受外制约束缚带来的风险大,从 2010 年开始,就从企业转型和长远发展的角度,为企业进行新的产业谋划,并且取得了巨大的成功,浙江豪普已从 2009 年 3000 多万元的产值上到目前的 3 亿元多。

三是有效探索了国际名校、在杭高校和企业合作的新途径。大赛组织的省内外设计团队开展的 50 多个“创意杭州·国际创新设计营(workshop)”活动,吸引了超过 1000 多名国内外设计专业师生深入杭州杭叉、鸿雁电器等 50 多企业的生产现场,和企业负责人、研发人员、设计师一起,通过驻厂了解企业文化、企业产品、设计需求,并结合市场调研,开展针对企业目前甚至未来所需的设计。大赛引入“workshop”模式,展示的不仅仅是世界一流大学一流设计大师的风采,更是通过感受世界上最新的设计思维和方法,开拓了企业和高校传统设计理念。

### 3.促进创意与设计在企业的应用

创意与设计的价值在于其与产品的结合而带来的核心竞争力的提升、产品附加值的提高,大赛在这一方面也努力取得成果。七年来,有 3000 多件创意作品的专利权向企业转移。2008 年 8 月 15 日在“分水杯”参赛作品拍卖会上,分赛场获奖作品《荷叙》等 98 款作品参与了竞拍,共吸引了 60 多家企业参与,最终共有 13 件作

品成功拍出,其中一款“中性”笔经企业加工设计已成为该企业的主打产品,每年销售量均超 2000 万支。2009 年,清华大学高诗博同学设计的一款“断路器”,被鸿雁电器公司看中,以 1 万元转让其专利权。“雅鼎杯”分赛场 2012 年创新设计营的一款作品经改良后已上市销售,累计销售额已经超过 470 万元人民币。2011 年张小泉杯铜奖作品“流韵剪刀”进行设计更改后,开发了一款“流韵指甲剪”,于 2012 年 12 月完成并推出市场,收到经销商和消费者的好评,到 2013 年 8 月,累计销售 3 万余把。

虽然大多数的参赛作品实现性不强,但学生想象的天马行空,设计的天真烂漫,也让长期处于“设计疲劳”、“想象禁锢”中的企业设计人员,深受启发。相信随着大赛推动创意作品应用工作的不断深入,一定会有更多的创意走进企业,走向产业化。

### 4.为企业发现设计人才提供了一个良好的窗口

大赛不仅加强了高校和企业开展合作,也为企业发现和挑选优秀设计人才提供了新的窗口。如杭州电子科技大学刁奕永同学设计的作品《剧韵》(制笔大赛二等奖作品)达成了初步转让意向,刁奕永同学因为获奖,被鸿雁电器提前录用;杭电 2008 年有 4 名获奖学生被阿里巴巴看中。在人才交流会上,获得大赛奖励已经成了工业设计专业大学生就业的新名片。几乎所有举办分赛场



的企业,对获奖的学生都特别青睐。企业负责人认为,大赛在为企业提供一批优秀设计作品的同时,还成为了企业发现人才的捷径。

### 5.大大增强了高校的知识产权意识

通过七届大赛,在杭13所高校新申请专利达10000多件。据对中国美院、浙工大、浙江理工大学、杭州电子科技大学、中国计量学院、浙江科技学院等多所高校的调查,自大赛举办以来,这些高校的毕业设计作品,都积极主动地申请了专利。浙大城市学院还以大赛为契机,出台了《浙江大学城市学院科技成果知识产权保护管理办法》。

### 6.促进了高校设计专业教学方式的改革

首先,校企结合的大赛模式使高校能够更为直接地接触企业,能够有机会与企业的管理者进行交流,使教学和学习目的性更加明确,为高校师生创造了理论与实践相结合的机会,让师生可以跳出书本,了解市场,了解企业的需求,使设计和创意越来越贴近企业文化,越来越反映产品内涵。

其次,通过和企业对接和举办“创意杭州·国际国内创新设计营”等活动,对高校工业设计教学的改革产生了深远的影响。如国外教授的严谨、启发互动的教学方式,使参加设计营系列活动的学生表现出空前的学习积极性和领悟力。而对老师来说,赴企业现场考察,以及国外设计团队生动的教学示范,也能引发对国内设计教学模式、教学方法的思考。

## 大赛也让问题浮出水面

“创意杭州”大赛的举办,推动了创意的应用,加强了高校和企业在产品、企业形象策划和工业设计人才培养等方面的合作,也为企业发现和挑选优秀设计人才提供了新的窗口,但“创意杭州”的七年历程,艰辛和欣喜并存,犹豫和执着同在,困惑和成效相随,带来惊喜的同时,也暴露了一些问题。

### 1.企业设计创新意识的有待加强

企业必须成为工业设计的先行者和实践者,工业设计及时产业的发展才会有坚定的基石。然而,七年大赛最令人遗憾的是企业对大赛的冷漠,参赛企业少,小产

品不精,大产品缺少。虽然每年都化大力去组织,但结果差强人意。

首先,从参赛情况来讲,大部分企业参赛的出发点是奔金银铜奖而来,而没有把大赛作为通过同台竞技发现自身产品不足、找到差距,努力赶上的机会。甚至有企业认为,如果产品不能获得金银铜奖,而是其他企业的同类产品如果获奖,自己对企业带来不利影响。

第二,明晰的知识产权的参赛要求使一大部分企业望而却步。杭州有很多企业主要以承接外贸订单为主,其核心技术和设计归委托方所有,无法满足参赛具有完全排他的自主知识产权的要求。

第三,更深层次的问题是工业设计创新意识的薄弱和能力的不足。一方面,改革开放三十多年,大量的OEM使工业企业忙于乐于应付国外的订单,没有了创新意识的丧失,丧失了设计的能力。当金融危机来临时,当企业被逼必须转型升级,才发现失去市场的同时,也失去了设计的空间和领地。当苹果公司推出第N代iphone的时候,当三星张开设计之翼,以优雅细致的产品设计开辟了一个新的时代的时候,我们的企业还在为模仿或者不得不模仿他们已经停产的产品。另一方面,企业对工业设计作用认识不足,重视不够。工业设计是一把手术刀,只有企业的一把手像重视市场开发、重视技术创新那样重视设计人才的培养、设计创新的投入和设计资源的利用,才有可能让设计成为企业新的生产力,成为技术创新的发动机。特别是随着高新技术的飞速发展,除产品的质量和功能外,工业设计的创新,以及在创新过程中,先进制造技术、新材料技术和信息技术的应用和融合的作用日益凸显,汽车、手机、家电是这样,大型的装备也同样是这样。而杭州像鸿雁电器、苏泊尔、顾家工艺重视设计创新的企业屈指可数。杭州很多的大企业大集团,从事工业设计方面专门工作的可能也只有一人,还往往身兼数职。因此,如何引导企业有效利用高校和设计机构优秀的设计资源,推动企业设计创新和技术创新有机结合,创造出更好的产品和更多的财富将是大赛面临的一大难题。

### 2.优秀设计资源的争夺不可避免

七年来,“创意杭州”工业设计大赛宣讲团北上南下,

走进了清华大学等国内最著名设计 50 多所院校。虽然杭州市委市政府对大赛的高度重视,“创意杭州”独有的校企对接模式使每一位宣讲团成员信心满满,但当面对每个高校满墙的大赛广告,满眼的参赛邀请函,不断增加的大赛筹码时,很受打击。据中国美术学院设计学院的负责人介绍,除了教学大楼上的大赛广告以外,另有要组织师生参加的许多比赛。有“十大赛事”、有“国字号”的、有政府主办的、有号召力很强的行业协会的、有一汽等龙头企业牵头的……这些迹象表明,全国各地无论是政府还是企业,都把举办大赛作为吸引设计资源的一个重要平台。在经济必须转型升级的大环境下,对优秀设计资源的争夺已经不可避免,必定会愈演愈烈。那么,“创意杭州”拿什么与各地大赛抗衡?该发挥什么样的作用,使杭州在这一场没有硝烟的战争中棋高一着?这是大赛面临的更为现实的问题,也是大赛能否可持续发展的关键所在。

### 3. 重概念轻技术现象在短期内难以改变

我国的工业设计是在 70 年代起步,高校大部分的工业设计专业源于美术专业。目前,高校工业设计专业的招生,有的生源纯粹来自艺术类,如中国美院;有的是文理兼招,如中国计量学院;小部分来自理科学学生,如杭州电子科技大学,无论是科研的投入还是人才的培养,都属弱势的专业。因此,绝大多数参赛作品还是重外观轻内涵、重概念轻技术,少有作品能集企业文化、产品功能、技术支撑和外观造型为一体而使产品品质实现提升。浙江工业大学卢纯福教授在谈到大赛七年的感受中也指出,参赛作品效果图都渲染得非常漂亮,视觉冲击力足够,但很难满足生产工

艺要求。院校擅长从调研中发现问题,并针对用户问题提出解决方案。这些方案通常都具备巧妙的构思、优美的外观,如果不能落地,或需要以极大的成本来制造,将很容易走向“纸上谈兵”,而无“化虚为实”之力。这是国内设计竞赛普遍都存在的情况。

另外,随着大赛规模的扩大,参赛作品原创性的鉴别、专利申请权和所有权的问题也将日益突出。

这些问题,不仅是工业设计大赛发展的瓶颈,更是杭州市文创产业发展的瓶颈,亟待解决,刻不容缓。■

历届参赛作品(产品)统计表

年 份	产品数(件)	企业数(家)	创意(件)	参赛高校数(家)
2007	334	128	797	11
2008	376	140	1737	12
2009	235	163	1915	38
2010	467	272	3450	59
2011	363	328	3974	71
2012	310	200	5016	120
2013	210	160	5358	166
合计	1961	1233	21450	477

历届高校参赛情况统计表

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	合计
在杭主要高校								
浙江大学		76	74	102	41	135	53	484
中国美院		186	26	85	135	85	58	575
浙工大		155	183	295	414	492	317	1856
杭州电子科大		564	161	225	277	215	104	1546
中国计量		148	317	756	597	441	320	2579
浙江科技学院		242	179	282	253	283	169	1407
浙机电		32	62	55	4	30	14	197
浙大城市学院		6	32	54	172	91	83	488
树人大学		14	41	19	6	64	50	194
省外高校(件)			175	1104	1218	2120	3060	7677



# “市长杯”创意杭州工业设计大赛 金奖作品选登



2007 年产品组金奖：中奇牌流动舞台车



2008 年产品组金奖：熊猫汽车



2010 年产品组金奖：朗朗轿车



2011 年产品组金奖：GO-R5000 全空间快速分布光度计



2012 年产品组金奖：X15 人上行超高位三向堆垛叉车量



2013 年产品组金奖：数码变频静音发电机



2010 年创意组金奖: 矿山隧道叉车



2011 年创意组金奖: GILLLEAVES



2012 年创意组金奖: 桔梗采集整合车设计



2013 年创意组金奖: 多功能清淤机

2013 年“分水杯”特别奖

力·坚■

# 任重道远 且歌且行

## ——寄语“创意杭州”七年历程

卢纯福 浙江工业大学



从 2007 年第一届“创意杭州”工业设计大赛举办至今,作为院校代表,笔者参与了整整七年,亲眼目睹了起步时的每一份艰辛,亲身经历了探索期的每一步发展。直至如今,终于可以抽个空隙,饮一杯茶,慢慢感受在丰收路上正冒出来的一个个尖尖角。

毋庸置疑,无论是从参赛院校、企业、机构与媒体的数量,参赛作品的质量与产业化程度,获奖作品的奖金数额,还是从政府对于“创意杭州”的扶持力度以及老百姓对于“创意杭州”的认知与认可的角度来说,历经七年淬火的“创意杭州”在国内已经树立起正面、强大的品牌效应。从起初发端于杭州本土,到如今其辐射面横跨国内近 20 个省市,其国内外影响力与日俱增,并仍然在不断升级发酵之中。“创意杭州”已经形成了独特的院校机构与企业对接、创意性与产业化兼具、前期设计与后期交易衔接的一条龙模式。用七年的时间来培育一个文化创意的品牌,来培植一片“设计兴国”的土壤,来培养一众老百姓对设计的兴趣,在这条路上,“创意杭州”且歌且行,虽已然硕果丰存,却依然任重道远。

笔者所参加过的国内外设计类竞赛数量颇丰,而这其中,“创意杭州”相比较而言,有两点最为难能可贵。

一是大赛坚持立足于企业。坚持以产学研合作为纽

带,既非单独为院校学生天马行空的发想来树一片涂鸦之墙,亦非单独为企业谨慎实战的成果来扩一间展示之室,而是着力在创新力量强大的院校机构与制造力量成熟的企业之间由天堑变通途,参赛作品必须要考虑到企业基于市场的需求与企业本身工艺设备的加工可行性,不能只是一味的限于构想的单纯展现。企业产品需要配乘创新之翼,院校作品需要贴合落地之需,强强联手,方能共创双赢。通过这种模式,来避免让参赛企业的产品仅仅只是展现技艺之娴熟、工艺之精美,而需巧思构想,针对生活或生产问题来对症下药,将新意和巧思体现在产品形态及其使用之中,力求通过改良产品或新产品来挖掘市场新机,着眼未来趋势,从“制造”走向“智造”,从熟练操作的“技术大师”走向自主创新的“设计大师”。同时,也避免让院校机构的作品仅仅只是展现构想之美好、奇思之巧妙,而需结合企业之生产现状,提高作品落地之可行性,将新意和巧思从效果图中衍生成为用户可以一手掌握的实际产品。

二是大赛坚持面向大众百姓,致力于让设计从院校课程与企业实践中走入民间。无论是通过各类媒体宣传,还是通过搭乘西湖博览会之东风所构建的各类展览、论坛与颁奖盛典,这一系列不遗余力的活动都面向



百姓,欢迎百姓参赛、观摩和参展。笔者往年在国外参观院校设计类专业的毕业设计时,发现德国院校的毕业设计经常被称为“设计日”。此处的“设计日”,指的是面向社会开放的宣传与推广设计的佳日。在毕业设计展览期间,院校展馆里人头攒动,数量最多的不是所谓的专业人士、师生或企业单位,反而是来参展的市民百姓。他们携家带口,在各个作品展台前观摩与试用各类设计作品。院校展馆里还开设中饭摊位,一家老少用完膳食后,还可以在学校草坪里休憩玩耍。毫不夸张地说,在毕业设计当天,其热闹程度,简直可以称之为“市民集中活动日”。百姓对于设计的认可与支持由此可见一斑。可以说,设计的土壤绝非仅圈养于专业院校内,而是散播培育于广袤社会民众之间。“设计存在于生活的每个层面”之观念,已然飞入寻常百姓家。所以,设计大赛可以成为联系设计力量与大众百姓的天然纽带。杭州若要成为生活品质之城,离不开创新设计的推动,创新设计正是借

由产品载体来提升生活品质的不二法门。可喜的是,现在杭州百姓对于创新设计的兴趣与热忱正蒸蒸日上,这些都与设计展览、论坛与交流等形式的宣传推广活动密不可分。“创意杭州”很好的赋予设计以平易近人的亲切性,唯有唤醒其实一直默默存在于民众间的设计意识,方能酝酿出文化创意产业与创新设计的大环境。

以上两点,是笔者对于“创意杭州”所感受到的最大两处共鸣。

眼见国内文化创意产业与工业设计发展迅疾,除了欣慰之余,笔者亦抱着“创意杭州”能日趋完善、日臻完

美的良好意图,对于“创意杭州”在举办过程中需要重视的地方略谈两笔。所谓学识有限,这些意见也仅供参考。

“创意杭州”立足于企业,面向制造业。当前我国制造业的需要是产品的成功开发与销售。院校的参赛作品里,依然还是有为数颇多的作品都偏离了当前企业的现状。作品效果图都渲染得非常漂亮,视觉冲击力足够,但很难满足生产工艺要求。这是国内设计竞赛普遍都存在的情况。事实上,这些作品在院校里也许是合格的,其构想方面也许是为人们称道的,也可以给企业带来一些观念上的启迪。但过于偏离制造业实际情况,脚不落地的手指在天空中刻画璀璨未来,或许会与当下制造业的需求有所脱节。参赛的大型企业固然需要院校针对概念来做研发,但不是在距离实际生产情况千万里远之处口望。

对制造业实际情况的了解有所匮乏,也并非只是某一单方面的责任。在校企对接时,走一遍流水线,听一遍负责人讲解,然后就出方案,也许还难以达到“知己知彼”的程度,也无法提炼出能获取企业高度认可的方案。囿于地域距离与院校企业各自的日常工作所限,要做到某一方驻扎在另一方一段时日来加深了解,从而达到“对位接壤”,难度确实很大。可喜的是,“创意杭州”已经注意到这方面的问题,越来越提倡校企双方共同主持创新设计工作坊 Workshop,这就是拉近校企双方深入合作的良机。由企业提供实题,由校企共同以协作 Workshop 的方式研发,既保证了合作的紧密性,更能让院校或机构能在有实际生产经验的企业方的指导下,设计出更符合企业实际需求、同时具备一定创新的作品。此外,在最终评奖时,对于方案的生产可行性这条评判标准,可以适当再提重比例。而对于可能的产业化后续进程,同样也可以予以更密切的关注,并保证设计方的利益与奖励。

饮完这杯七年陈茶,自然还要再上路。笔者愿意继续做一位勤恳的农夫,戴上草帽,挑上锄头,开始无数个七年循环的不辍劳作。只有亲历“创意杭州”的一步步耕耘,才能品味累累硕果的一处处芬芳。祝愿“创意杭州”这个品牌,愈酿愈香,唇齿流芳! ■

光芒  
照明笔

2013年「分水杯」金奖

任逍遥

2013 年“新南杯”银奖

庭院中的春之暮野  
邂逅一种回归，如同身在春之暮野  
感受一种文化，如随古人席地而坐  
给一个做梦的空间  
感受阳光下的雅致生活  
探索返璞归真的精神境界

# 栽工业设计之林 盼产业应用之果

## ——一位老“工业设计人”的几点建议

方强 浙江省工业设计学会

作为一个从事工业设计事业三十多年的老“工业设计人”，回顾创意杭州工业设计大赛走过的这七年历程，感慨良多。

工业设计事业在中国已走过了三十多年，可至今我们却还未真正享用到中国工业设计发展结出的硕果。如今，“市长杯”的不断发展，让人看到越来越多创意与科技结合的青涩果实正在不断孕育、诞生、成熟，历史意义非凡。

自 2007 年杭州市政府计划创立工业设计大赛以来，杭州的工业设计事业发展一下子得到了极大的支持。

七年来，从无到有，工业设计大赛从形式有了实质

性的转变和根本上的突破。什么是工业设计？工业设计能否推动科技发展、经济繁荣？大赛的举办，不但普及了工业设计的概念，更让工业设计产业的发展被纳入政府工作，塑造了健康的发展环境。可以说，为工业设计产业“正名”是杭州创意工业设计大赛的最大成功之处。

七年来，大赛在市科委的大力扶持下越来越火，成为了全国业内无人不知、无人不晓的重要赛事。2013 年中央电视台发布的“中国最强工业设计城市”中，杭州名列季军，位于深圳、广州之后，这是对杭州近几年努力的一个极大的认可。

大赛举办之初，反响并不那么热烈。市科委的相关领导亲自带队，一边联系高校师生，一边一个县一个县、

一个企业一个企业地洽谈分赛场,参赛作品也只有区区几百件。现在,已有近40个企业主动要求设立工业设计分赛场,而参赛对象也从杭州地区的几所高校扩展到全国乃至国际的高校、设计团体,充分说明“创意杭州”品牌的深入人心。

在大赛的内容上,企业项目的设置开始从对产品设计的“造型”初级阶段向着科技创新、人文应用领域有了新的要求。企业开始认识到工业设计的系统工程对企业创新发展的意义,这是工业设计发扬光大的基础。

政府的关注和支持永远是工业设计事业发展的正能量,七年来,杭州市政府不但向大赛投入了大量人力、物力、财力支持,更注意维护大赛的合法性和大赛的严肃性,认真对待每一件参赛作品的审视和对其知识产权的保护,一有疑问坚决追查到底,保证了知识产权的唯一性和专利权的合法性。七年来,没有发生过一起知识产权的诉讼案件,获得了同行的交口赞誉。

尽管七年来大赛取得了傲人的成绩,但工业设计大赛的发展历程才刚开始,要真正成为全国工业设计大赛的顶尖赛事,真正为杭州的经济作出不可忽视的贡献,“创意杭州”品牌还太年轻,需要攻克的难题还有很多。

一是企业设立工业设计分赛场的积极性是提高了,但针对需要创新开发的产品,企业提不出具体的要求。企业迫切需要的是产品的创新还是功能的改善?是想要提高科技含量还是降低成本?对参赛作品提不出要求,说明企业对工业设计的作用还是很了解,只能被动地从已有作品中进行选择。甚至有一些企业申请承办分赛场,是抱着凑热闹、搭顺风车的心理进行的,并不是出于真正对工业设计渴求的动机。因此,建议今后设立分赛场要设立审核门槛,应由符合工业设计分赛场条件的企业,经过审核才可以承办分赛场,从组织上保证分赛场的质量,从而保证整个“创意杭州”品牌的含金量。

二是大部分参赛企业尚没有建立相应的工业设计研发机构。工业设计研发机构的建立本身就是一项系统工程,企业有了这套机构就可以承担有关工业设计研发的所有事务,这就可以使工业设计大赛的各项事务有了相对应的目标,从而可使大赛的各项事务有条不紊地进行,并使工业设计成果真正能在企业转化为生产力

成为可能。

三是大赛评委大部分都来自工业设计专业高校老师,这对体现工业设计专业系统性的评审设置了很大的局限性。从学校到学校不是工业设计的发展之道,从学校到企业才是。应该充实工业设计大赛的评委团队。不但要有懂艺术的“设计师”,要有懂科技应用的“工程师”,还要有懂经济规律、说得价值工程学和产品成本统筹规律法则的“经济师”,更要有对产品创新研发深入了解的“行政规划师”。

四是多年来参赛作品的工业设计专业作品还停留在初级阶段。大部分高校的作品只有产品的效果图表现,没有科技应用的实质和创意产品的人文阐述,这给工业设计大赛的评审带来很大的尴尬,评审工作也只能光在“造型”好不好、效果图好不好看、有没有点新意上打转,完全失去了工业设计专业系统评审的初衷。建议今后对参赛的作品应事先提出相应的作品要求,严格规定提交作品必须全面阐述参赛作品对设计的系统要求、对科技的应用要求、对人文的书写要求。成熟的参赛作品不应该是一张张图片,而应该是一本本“书”,甚至一个个模型。建议设立分赛场的企业适当提高入围名额,适当提高入围的奖金额度,促进参赛作品系统性、合理性、可操作性。

另外,在大赛的组织流程上,建议建立一个创意杭州工业设计大赛评委专家库。今后的参赛作品可以隐去作者名、参赛厂家名,直接把作品发给专家库成员评委,让专家可以负责、专心、细致地评审。这样,就能让比赛更加公正透明。赛后,还应设立创意杭州工业设计大赛后续工作指导委员会,将创意杭州工业设计大赛的优秀作品在企业的真正转变成经济成就和新的生产力作出指导,使工业设计事业真正成为促进杭州市生产力发展的生力军、火车头。

回顾创意杭州工业设计大赛市长杯成长的七年和中国工业设计事业发展的三十年历史,笔者深深地体会到“方兴未艾”四个字的含义。珍惜每一个推动工业设计产业发展的机会,栽种一片工业设计之林,他日定能享受到产业应用的累累硕果。■



# 2013“市长杯” 创意杭州工业设计大赛 更上层楼

由杭州市政府主办、杭州市科委(知识产权局)等单位承办的2013“市长杯”创意杭州工业设计大赛日前圆满落下帷幕,中国工程院常务副院长潘云鹤、国家知识产权局外观设计审查部部长林笑跃、浙江省知识产权局局长洪积庆、杭州市副市长徐文光等领导及省内外高校领导、工业设计界著名专家参加颁奖大会。

本届大赛紧扣杭州产业发展重点,围绕先进装备制造、节能环保、文创产业、旅游休闲等重点发展产业,共设置了30个由企业冠名的分赛场;在大赛宣传上,创新思路,利用网络资源,积极联姻国内著名网站,在设计在线和淘宝威客上发布大赛需求信息;在大赛组织上,立足创意因企业所需、创意为企业所用,组织在杭企业赴清华大学、复旦大学、浙江大学等省内外近50所高校开展校企对接活动,围绕企业所需设计组织10个“创意杭州·国际国内创新设计营”活动。

本届大赛共征集创意作品5358项,其中有400多件大赛参赛作品的专利权向企业转移。产品组参赛专利产品210项,参赛企业和设计机构160家。大赛吸引了北京、上海等24个省(直辖市)以及来自德国、意大利、新加坡、荷兰等国家的166所高校师生参赛,比去年增加110所。有27家省内外设计机构提供了81件参赛作品,一改往年少有设计机构问津大赛的格局,实现了新的突破。758件由设计爱好者提供的参赛作品,为2013年大赛增添了一抹新的色彩。■



# 文化与创意的飨宴 ——2013 文博会现场回顾

10月17日,2013杭州文博会在白马湖生态创意城盛大开展。近60个国家和地区的2000余家机构参展,集中展示了科技与文化、生活与美学、艺术与设计交融发展的最新成果。文博会期间,除首届两岸文创产业交流对接会和首届中国杭州亚太传统手工艺博览会之外,2013杭州国际设计节、第六届杭州市民摄影节等活动也在白马湖国际会展中心同时举办。

杭州文博会作为全国文创领域重点会展之一,经过7年六届的发展,国际化、专业化、产业化水平不断提升,文创产品、项目和技术的交易日益活跃。本届杭州文博会的主题是“融”。我们真诚希望,文创产业与经济结合更加融合融洽,更好地助推杭州转型升级和创新发展。



意大利玻璃艺术制品:立体马赛克“墨鱼”



“鉴真”牌龙泉青瓷瓷器展示



博洛尼亚艺术家洛伦佐·瓜亚利用废弃茶包等材料制作的环保艺术品





浙江工商大学艺术设计学院学生作品展示



杜卡迪摩托车设计



中国创意家居连锁品牌“自由塔”的相框墙屏风设计



2013“市长杯”工业设计大赛展馆



2013 金印奖展馆

创意设计村展馆







纹样设计大赛作品展示

浙江雅鼎卫浴股份有限公司是一家专业从事高端卫浴产品设计、生产和销售的股份制企业,公司自创立之初就树立了“设计为王、品质制胜”的经营理念,十分重视产品的原创设计和研发。作为一家服务于打造“品质生活”的企业,雅鼎卫浴在发展中迫切地需要引进贴心、实用的设计创意。

为打造企业核心竞争力,发掘优秀工业设计人才,推动企业创新和产业转型升级,从 2010 年开始,雅鼎就申请承办“市长杯”创意杭州工业设计大赛,已经连续承办了四年分赛场,累计收到参赛作品超过 1000 多件,2011 年、2012 年连续两年荣获“最佳组织奖”,目前已经有 1 个作品经改良后上市销售,累计销售额超过 470 万元人民币。

企业创新意识强,是保证分赛场运行的基本前提。雅鼎卫浴承办工业设计大赛不是单纯地为了参与杭州市的活动,而是切切实实地想把大赛作为企业产品设计的补充渠道。雅鼎举办分赛场的目的有二,一是通过大赛筛选优秀的设计作品或创意来源,二是通过与科研院所协作,走出一条适合企业的产学研合作模式和人才培养机制。公司自上而下都十分重视分赛场的建设,每年专项列支 20 万元用于大赛相关的项目运作,在人力、物力上的支持都十分“给力”。

加强院校对接,是保证分赛场活动成效的关键。每年分赛场启动后,公司都会与省内外高校积极联系,安排参赛学生参观了公司的生产车间,了解生产工艺和产品设计流程,并安排半天的产品设计进行培训,讲解卫浴设计前沿知识,使得参赛者对设计主题和定位有



《竹·水》—2011 年“雅鼎杯”三等奖

# 创意成就品质生活

陈辽 浙江雅鼎卫浴股份有限公司

了更清晰的了解，保证设计方案的针对性和可实现性。公司分别与南京艺术学院、浙江科技学院和江南大学等高校开展了“产品创新设计营”系列活动，累计征集设计方案超过 100 多件，取得了良好的效果。2013 年，公司选派优秀的工业设计师，将产品知识搬进了浙江工业大学的教学课堂，提高了参赛者的投稿积极性，也提升了参赛作品的整体质量。公司连续三年来与沈阳理工大学保持良好的沟通和合作，该校的投稿数量位居分赛场各个高校之首。广泛而深入的院校对接，扩大了大赛的影响力，也积极提升了企业形象，发动了更大的参赛群众基础。

研发改良，是设计项目落地的根本保证。比赛结束、参赛作品的评选完成以后，“工业设计大赛”的项目雅鼎并不意味着结束，而是一个新研发项目运行的开始。每年评选出来的优秀作品，公司工业设计中心和研发中心都会进行专业评估，进行后续的改良设计。

2011 年公司与南京艺术学院合作举办产品创新设计营，三等奖作品《竹·水》(设计人：马小东)创新的鸭嘴式设计和瀑布出水方案，经改良后成为“雅鼎·上善若水”系列台盆龙头，目前已完成销售 470 万元。

2013 年的优秀作品“樺卯”系列面盆水龙头现已经进入产品结构设计、样品制作等流程，很快将完成该系列的成套设计和批量生产测试，2014 年有望上市销售。

从这几年公司承办分赛场的经验来看，大赛为公司产品研发提供更广阔的创意空间、取得良好的经济效益和社会效益，是卓有成效的。比赛的最终目的是优秀的创意能够实现产业化、商品化，否则再好的设计方案也只是一纸空文。如果未来，大赛除了对优秀创意作品进行评选和奖励外，还能增加创意作品产业化方面的评选和奖励，那将更让工业设计的力量给人民大众带来直接而实际的体验价值。■



《上善若水》—2013 年“雅鼎杯”一等奖



《樺卯》—2013 年“雅鼎杯”三等奖



《雅鼎·上善若水》台盆龙头上市销售

# 创意勃兴杭州 设计更需培育

## ——浅议“市长杯”工业设计大赛的收益及瓶颈

赵竟成 杭州天堂伞业集团

“创意杭州”工业设计大赛经过多年不断发展壮大,逐渐发展成一庞大的综合性工业设计赛事,吸引了全国大量工业设计专业和相关人士的积极参与。天堂伞有幸作为其中的一个分赛场,连续五届积极参与举办。

### 大赛让企业获益良多

在举办分赛场的过程中,天堂伞业作为主办企业,也获益良多。

#### 1.大赛为企业提供了大量创意

天堂伞业累计收到 781 件作品。在征集的作品中,有许多创意让企业眼前一亮。尽管一些设计还有不成熟的地方,很难直接申请专利,但它们为企业带来了大量的创新思路,为将来申请更多专利做好了储备。

参加比赛的这个学生、设计师群体来自五湖四海,他们受过一定的专业设计能力训练,又会带着设计的眼光广泛地接触各类人群,在作品中会反应出有代表性的、但还未被大多数人注意到的消费需求,能很好地启发企业的设计开发方向。

#### 2.大赛为企业提供了产学研交流、行业交流平台

“创意杭州”不同于其它类工业设计赛事,它不是一个投稿与收稿的

简单流程,而是一个长达九个月交流、培训、提高的过程。在每年三月,大赛启动,科委要求各分赛场负责人整理该年度设计需求,组织企业到高校宣讲,使得学生对参赛对象有一个初步认识;到了五、六月,科委又组织高校学生到有意向的企业去学习,参观企业现已开发产品,了解企业实际生产工艺过程。大部分的分赛场企业都会完成以上两次工作,但天堂伞一直坚持开展“第三次”面对面接触的机会,即颁奖座谈会。在座谈会上,西湖区科技局和公司高层领导、高校教师代表及所有获奖者齐聚一堂,这不仅是一个简单的颁奖过程,而是一个交流座谈过程,包含了企业对每一个获奖作品优缺点点评、教师谈在指导学生作品时的思路、获奖者谈作品创作的过程。整个比赛过程,既给学生提供了一个展示才华的机会,又可以使学生在知识方面受益匪浅,因此很多学生连续多年参加天堂伞的分赛场,也为企业储备了人才。

另外,各分赛场的负责人每年都有碰头开会交流的机会,同时组建了QQ群,这些都促进了企业间的跨行业交流。一起到各高校宣讲、对接的过程,也是一个大家相互观摩学习的

过程,企业内的工业设计师获得了难得的系统了解跨行业产品设计理念和生产工艺的机会。最近两年,市科委又创新的推出了针对分赛场设计师的冬令营活动,更是极大地促进了这种交流。设计师们又有了一次重回课堂,与大师面对面交流的机会,这是对行业发展有了极大的促进作用。

#### 3.大赛推广了杭州品牌,提高了杭州企业在国内的知名度

“天堂伞”和“娃哈哈”矿泉水一样,品牌几乎家喻户晓。但举办分赛场以后,企业才发现,自己的品牌知名度虽高,但产品普及度并不高。连时尚的大学生们都不知道天堂伞到底有哪些产品。“拒水伞”、自开自收伞、双头情侣伞等已经销售多年的产品在展示讲解时,绝大多数参赛者竟表示见都没见过。这暴露出企业过分依赖于“老字号”的名声,而创新宣传力度不足。然而,在举办分赛场以后,近两年天堂伞一直不怎么卖得动的自开收伞的销量大大提高,一度出现过脱销,相信也是乘了“创意杭州”的东风,提高了产品的宣传度。大赛对品牌的推广,在天堂伞这样的知名企业都有不可小觑的作用,对其它企业的价值就不言而喻了。





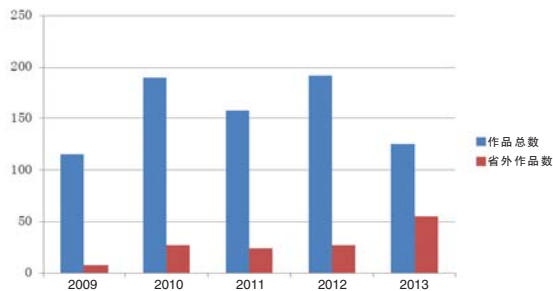
## 分赛场发展的瓶颈亟待解决

许多人在雨伞创新设计上有高度的“默契”，五湖四海的参赛者，作品创意点大量地不谋而合。

例如，手电筒与伞的结合的设计，每年能收到 5~10 件；带密码锁防盗的伞，每年能收到 3~6 件；可改变伞面大小的伞，每年能收到 3~6 件。这类创新很有意思，但至今没有一件设计具有可行性。而主办方为了避免出现太多的雷同的作品，曾连续多年都在对接会上强调哪几类创意已经“泛滥”，但雷同设计一直没有减少。

2009 年，天堂伞业初办分赛场，只收到 116 件作品，省外作品数更是只有 5 件。

经过一年多的努力，2010 年，参赛作品数量快速增长到 190 件。在随后的三年里，整个大赛的分赛场的数量由 12 个发展到了 32 个。虽然每年的推广力度都在增强，但参赛作品数几乎没有增长。参赛者的选择余地很大，总赛场的参赛作品总数稳定增长，分赛场也应该寻找一条创新的发展道路。



伞的设计貌似简单，实则高难度。这些年，在每年的设计需求报告中，企业一直在煞费苦心构思设计主题。

2011 年，主题是“变古易常，尽善尽美”；2012 年，企业担心由于上年的主题不被大家通俗理解，直接搬出三个关键词做主题：“变革、科技、时尚”；2013 年，根据企业出创新的渴求，选定了主题“新益求新、瑰意奇行”。连续多年用这类似的主题，就是因为企业设计人员深刻地感觉到晴雨伞到了即将发生变革的时候，哪家企业若提前掌握变革先机，就把握了伞业的主导权。天堂伞业作为制伞界的龙头企业，更有责任担负起行业变革的重任。

天堂伞分赛场的企业方负责人说：“在我与很多设计者探讨伞的创新设计时，常发生一件反常事情——越是与大师交流，他们越是不敢接手，称在这个领域创新太难；而越是刚入设计行业的学生，越是热衷于选择伞的设计。因此每年参赛的作品，绝大多数由高校低年级学生投稿。”“新新人类”的创新性是不低，但考虑问题的成熟度往往很不够，导致分赛场的特别奖多年来一直是空缺。

至今，“创意杭州”已走过了七个春秋，在国内树立起品牌效应，但她还是一棵小树，需要大家呵护，期待在全行业的努力下，能为其整枝，助其茁壮成长，为杭州工业设计的未来撑出一片大大的“树荫”。

# 当老字号遇见时尚设计

## ——工业设计大赛助力企业转型升级

吴晓明 杭州张小泉实业发展有限公司

在刚刚落下帷幕的 2013“市长杯”工业设计大赛上，“张小泉”一如既往地积极参与了全程赛事，为大赛、也为品牌自身挖掘出了更多的工业设计概念和构思。参与工业设计大赛，既能推动作品产业化发展，也能促进企业自身的品牌创新，以多样化和高品质的工业设计推动张小泉品牌的含金量。2013 年，张小泉实业发展有限公司被大赛组委会授予了“最佳组织奖”。

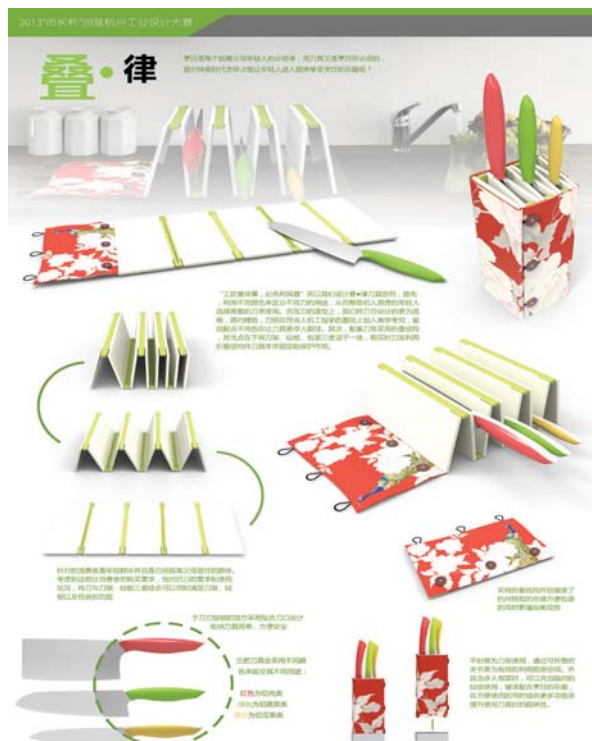
以“市长杯”冠名创意杭州工业设计大赛，足以显现杭州市政府对大赛的重视。随着赛制的日益成熟，工业设计也越来越受到企业、院校、机构和社会的关注。大赛规模一年比一年的拓展，质量一年比一年的提高，影响一年比一年的扩大。这是杭州市科技创新引领产业转型升级，以现代工业创意设计推动杭州经济发展的一项重大创新之举。

“张小泉杯”工业设计大赛作为“市长杯”的分赛场，至今已连续举办了三届。参赛内容包括刀具、剪刀、厨房五金、美妆工具等日用五金工具的产品设计。三届大赛共收到来自中国美术学院、江南大学、北京理工大学、武汉科技大学、重庆交通大学、沈阳理工大学、浙江工业大学、中国计量学院、广东科学技术职业学院、博乐工业产品设计有限公司等来自全国范围内的高等院校、社会机构的 500 余件作品，共评选出“叠·律”套装刀具等金奖作品 3 个，银奖 6 个，铜奖 15 个。其中，中国计量学院宋涛的参赛作品“刀中藏棒”因造型独特、结构新颖，又立足于消费者需求，获得了 2012 届主赛场银奖；中国计量学院李陈洪的作品“变形剪刀”及江南大学范银萍、甄智

棕的作品“树梢上的剪刀”获得了 2013 届“市长杯”设计大赛主赛场的创意奖。

工业设计大赛已经成为“张小泉”的一项重要活动。每年，公司都有专门的部门和负责人组织整场比赛。不难发现大赛给企业带来的几个益处——效益的显现、规模的扩大、模式的突破。

**效益的显现。**据美国工业设计协会调查统计，美国企业平均在工业设计上每投入 1 美元，可新增销售收入



2013 年“张小泉杯”金奖——叠·律



2500 美元；在年销售额 10 亿美元以上的大企业中，工业设计每投入 1 美元，销售收入甚至能增加 4000 美元。日本日立公司统计数字表明，每增加 1000 亿日元的销售额，工业设计的作用占 51%，而技术改造的作用仅占 12%。这些数据足以表明：工业设计为企业带来的利润是非常可观的。“不少新品的生命周期非常短，有的甚至一两个月就被市场淘汰了。而根据工业设计大赛成果转化产品，相对来说更‘接地气’。一款流韵指甲剪，上市仅短短半年时间，就已经卖了 2 万多把，并且仍有很大的市场。”分赛场的企业负责人如是说，“第一、二届‘张小泉杯’工业设计大赛的作品，有 12 款产品申请了外观专利和实用新型专利。我们也正在积极为本届大赛的优秀作品申请专利。”

**规模的扩大。**2013 年 7 月，张小泉国际设计营活动在杭州凤凰国际创意园启动。这是大赛举办以来，企业首次承办设计营系列活动。设计营秉承创新理念，通过自由互动的方式激发创新思维，探讨如何通过设计营激发学生无限创意的可能性，也是对产、学、研相结合的设计实践模式进行有益的尝试，更好地体现“创意杭州”这一活动主题。总工程师陈标在启动仪式上致辞，“希望通过国际设计营活动，让‘张小泉’悠久的历史、文脉和顶尖的行业技能，与时尚、创新有机结合，让‘张小泉’的产品更多地融入时尚元素，亲和力得到增强，可用性得到改善，功能和型制能更符合我们这个时代的审美潮流。”

**模式的突破。**相比最初大赛“发布通知——收集作品——最终评比”的固有比赛流程，2013 年，张小泉主办

的分赛场通过“走出去，引进来”的形式，使大赛内容更加丰富，效果更为明显。为进一步扩大张小泉品牌的影响力，发掘日用五金设计的优秀人才，2013 年大赛举办初期，研发部门先后奔赴杭州、上海、无锡、南京等城市的各大学，如中国美院、浙江大学、上海交通大学、上海同济大学、上海复旦大学、南京理工大学等进行宣讲，通过介绍企业文化、品牌故事以及比赛要求，鼓励各大高校师生积极参与“张小泉杯”工业设计大赛。近两年，来公司实地调研的师生有近千人，许多参赛者也因为面对面地了解了制剪的工艺流程和企业的品牌故事，才有了更好的创作灵感。现在，许多院校的师生都会直接给企业方面打电话，主动提出去企业走走看看，以帮助创作更有实用性的设计。有的甚至已经在准备参加 2014 年的大赛了。

创新是企业发展的灵魂，企业持续发展的不竭动力，是企业市场竞争中立于不败之地的保证。“张小泉”作为一家有着 400 余年企业史的老字号，不仅要依靠企业内部技术创新，还必须抓住时代的机遇，拓宽开发思路，引领行业产品的开发和创新。

作为创意产业的重要组成部分，工业设计是先进制造业发展的先导行业。“张小泉”是日用五金制造业中的佼佼者，更加重视开发具有创意的产品，重视培养创新型人才，重视加强知识产权保护。工业设计大赛对企业来说，不仅仅只是是比赛，更是企业发现优秀设计人才的良好契机。■



# 务实发展产业 引燃创意梦想

## ——杭州动漫游戏企业的实证调研

周旭霞 杭州市社科院 胡秀丽 中共杭州市委党校

近年来,杭州文化创意产业对经济发展的贡献度进一步提高,2012年,文创产业增加值突破千亿元,占GDP比重达13.6%,2013年上半年增加值同比增长18.7%,占GDP比重达16.18%。在《2013两岸城市文化创意产业竞争力调研报告》中,杭州文创综合竞争力排名第四,仅次于北京、上海和台北。

杭州是我国较早发展动漫游戏产业的城市,2004年12月,杭州高新区建立起第一个国家动画产业基地,在之后的几年里,动漫游戏产业高速发展,动漫游戏产品的质与量均遥遥领先。

### ◆ 杭州动漫游戏产业硕果不断

作为最早的文化创意产业门类,杭州动漫游戏产业发展一直保持着强劲的势头。在文创产业核心层八大行业中,动漫游戏尽管总量所占的比重还不小,但近三年年均增幅达到53.59%,增幅位居八大核心领域之首(见表1)。

表1 杭州文创产业核心领域限上主营业务收入

单位:亿元

	2010年	2011年	2012年	年均增幅
信息服务业	327.25	461.46	647.79	40.69%
动漫游戏游戏业	18.27	30.43	43.10	53.59%
设计服务业	345.52	401.07	445.09	13.50%
现代传媒业	203.58	191.30	221.38	4.28%
艺术品业	106.40	111.44	128.04	9.70%
教育培训业	7.63	8.77	12.56	28.30%
文化休闲旅游业	99.38	106.89	115.69	7.89%
文化会展业	85.74	91.14	97.92	6.87%

资料来源:杭州市统计年鉴

产业格局比较完备。目前,杭州集聚了上百家动漫游戏企业,规模较大的企业如中南、宏梦、东方国龙、漫奇妙等年均动漫游戏片生产量都在5000分钟以上。这些企业有的以原创动漫游戏制作为主,有的以代理加工为主,还有的在衍生品运营方面表现出不俗的业绩。总体而言,杭州动漫游戏产业格局已经比较完备。

原创精品不断涌现。杭州原创动漫游戏作品数连续三年居全国城市之首,迄今为止,在广电总局推荐的342部优秀动漫游戏片中,有39部产于杭州国家动漫游戏产业基地。中南卡通的动漫游戏片先后进入近70个国家和地区,盛世龙图的《梦回金沙城》入围第83届奥斯



卡最佳动漫游戏长片名单,宏梦卡通虹猫、蓝兔的品牌形象已经深入人心,玄机科技的《秦时明月》获得 80 余个国内奖项,成功发行至全球 37 个国家和地区……在七八年行业经验积累的基础上,杭州仍将会是国内精品动漫游戏的主要出产地。

**产业影响日益扩大。**杭州拥有 5 家国家动漫游戏产业(教育)基地。中国国际动漫游戏节以连续举办九届,已成为全球规模最大、影响力最广泛的动漫游戏盛会,并将永久落户杭州。中南卡通入选由文化部评选的“2011 年度十大最具影响力国家文化产业示范基地”。动漫游戏产品的出口收入和衍生品收入增长迅速,国际化水平明显提升。

**带动能力逐步提升。**随着动漫游戏行业发展的日趋成熟,对传统产业的带动能力也开始显现出来。太子龙文化传播公司以动漫游戏品牌带动服装产业的发展,中南卡通与玩具企业合作的《锋速战警》和《钢甲卡卡龙》带动了相关玩具的热销,九越数字动漫游戏有限公司的依托动漫游戏片开发的系列早教产品取得了丰厚的市场回报……目前,杭州动漫游戏产业与其他地区与行业的合作领域仍在不断拓展。动漫游戏游戏及其衍生产业的发展,对区域经济的带动作用十分明显,产业经济效益得到进一步提升。

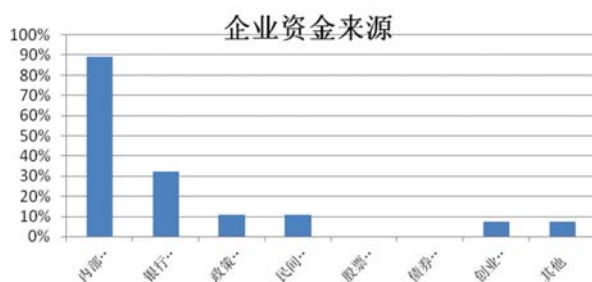
## ◆ 动漫游戏企业的发展瓶颈与需求

我国动漫产业发展要追溯到上世纪四十年代,《大闹天宫》、《哪吒闹海》、《宝莲灯》等经典在国际动漫史上流光溢彩,但之后我国动漫业发展停滞不前。直到近年,在世界动漫游戏业蓬勃浪潮推动下,才涌现出一批在全国具有较大影响的企业。通过调研,笔者感到企业所面临的问题不容忽视。

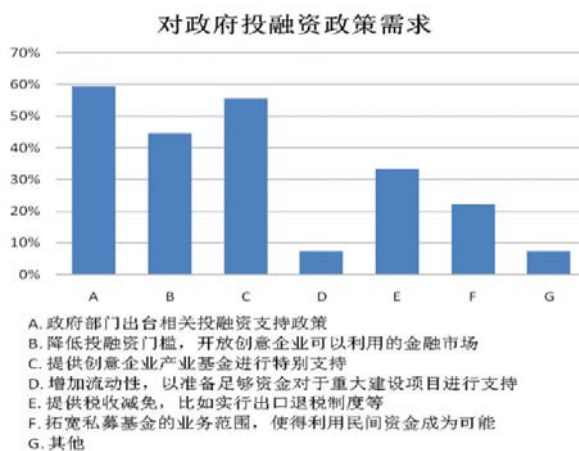
### 1. 企业融资困难、税赋较高,运营成本居高不下

与传统产业相比,由于动漫游戏业具有投资周期长、制作成本高、效益回收慢等特点,大多是中小民营企业,固定资产较少,担保困难,品牌和商誉不强,融资渠道比较狭窄,加上目前国内播映收益与制作成本严重背离,产业投入和产出严重失衡,资金短缺是企业普遍面临的问题。

调查显示:动漫游戏企业 80%—90% 的资金来源于企业内部自筹,依赖于银行融资的不足 30%(如图 1)。有扩张机会的动漫游戏小微企业,如果没有通畅的融资渠道,行业内的洗牌将会非常残酷,部分资金压力过大的企业面临着淘汰出局的危险。在被问及动漫游戏发展存在的问题时,有近半数企业认为税赋偏重,其中,认为税收负担“很重”的企业占 8.4%，“较重”的占 38.5%;动漫游戏企业向银行贷款遇到的主要问题依次为:“因企业规模小导致银行贷款难”占 42.8%，“审批程序复杂、手续繁琐”占 35.2%，“贷款抵押不足”占 30%。



随着技术的不断更新与行业竞争加剧,动漫游戏企业的资金投入需要不断增加。因而,有近六成的企业希望政府部门出台相关的投融资支持政策,55%的企业希望提供产业基金特别支持,45%的企业希望降低投融资门槛,开放可以利用的市场(如图 2)。

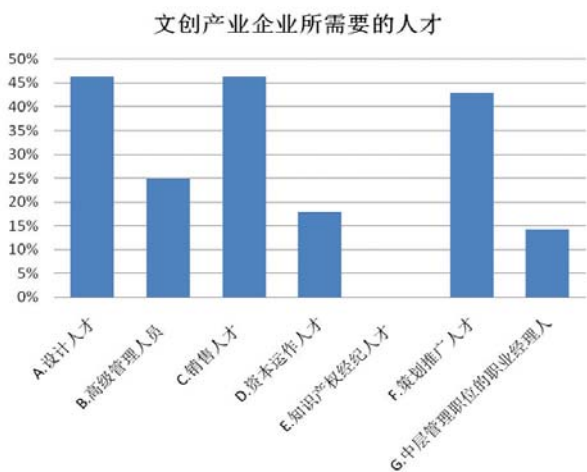


### 2. 高端人才缺乏、培养周期长,政策覆盖面较窄

动漫游戏产业是以人的创意力为核心竞争力的产业,对人力资本的要求非常高。动漫游戏产业人才培育周期普遍偏长,一般要经过 3~5 年的培育才能成熟,甚

至需要 8~10 年行业经验的历练;杭州动漫游戏产业普遍面临着“外面人才引不进、内部人才流失频”的情况,这一现象的形成一方面与企业自身管人、用人的理念与方式有关系,部分企业不愿承担人才培养的长期任务。另一方面也与外部环境有极大关系,如交通不便、生活成本高、休闲场所匮乏降低了对年轻人的吸引力,房价高、子女入学难则挤出了一大批到了一定年龄、具有一定行业经验的较高端人才。

企业在回答“文创人才引进方面所遇到的问题”中,“杭州生活成本高,人力资本成本高”的因素居首位,占 68.9%;其他依次是“流动性大,不好管理”(占 47.9%);“高端人才不足,难以引进”(占 45.3%)。虽然近些年杭州市在人才政策上有一系列举措,但这些政策的覆盖面都很窄,很多时候仅凭政策制度难以解决问题,还需要耗用很多其他方面的资源,这对企业的发展造成了很大制约。这种状况如果任其发展下去,人才缺乏将会制约动漫游戏产业的长期发展。更需要值得重视的是,由于当前知识产权保护还比较欠缺,创意人才的流动往往会导致产品的复制,进而伤害创新市场并带来恶性竞争。当下,杭州动漫游戏产业所需人才占前三位的分别是营销、设计和策划推广。调查问卷显示:50%的企业亟需提高企业运营能力,使之更好服务企业核心目标的实现。动漫游戏产业链条难建,与缺少一支懂动漫游戏、懂营销与策划的经营队伍有很大关系。



### 3. 产品渠道制约、扶持不均衡,政策效应降低

从国家层面来讲,一方面要大力发展文化产业,一

方面文化产业实际的市场化水平又很低,播放、出版等环节对文化产品有诸多限制。动漫游戏作为新兴产业,可资借鉴的国内经验和成功案例较少,需要长期探索,才能找出合适的赢利途径与方式,但这种探索又受到能力、信息、人才、资金以及原创影响力等诸多方面的制约。企业在考虑以特定方式表达自身的文化理念之外,还要考虑市场反响和进入播出渠道的方式,内容表现上的三力抗衡,极大制约了原创品质的提升。没有优秀的原创作品为基础,后期的衍生产品开发也成为纸上谈兵;没有衍生产品的盈利,原创企业更加难以为继。前几年,杭州动漫游戏企业凭借先发优势和政策优势,动漫游戏片制作能够获得较可观的播出回报和政府补贴,加上部分衍生产品的获利,基本能够维持企业运转。近几年,随着国产动漫游戏产量的迅速提升,播出渠道日趋拥挤,全国性动漫游戏制作与播出的不平衡、买方与卖方关系倒置等问题,严重影响了产业的良性发展,业界对放宽渠道、加快改革的呼声也越来越强。

杭州自 2005 年开始扶持文创产业发展以来,政府层面的扶持政策力度一直在加大,也取得了很好的成效。但随着时间的发展,政策层面的不均衡也开始暴露出来,这种不均衡降低了政策的有效性。一方面,动漫游戏扶持有效性的降低与体制制约造成的渠道限制有很大关系。据杭州市《关于进一步鼓励和扶持动漫游戏产业发展的补充意见》(市委办〔2010〕3 号)规定,对动漫游戏片的扶持包括项目扶持、播出奖励、发行奖励、精品奖励、销售奖励、演出奖励等方面,这些条目之间有先后相续的关系,但随着国内动漫游戏产量与渠道狭窄的矛盾日趋突出,很多企业在播出环节就被卡牢了,后面几个奖励条目变成虚置,整个政策的有效性也因而降低。

## ◆ 推进动漫游戏产业发展的建议

经过几年的推动,杭州动漫游戏产业已经形成了一定的规模和自身的特色。产业发展过程中遇到的问题,有些企业能够自行调整解决,有些需要在政策引导上应该更具针对性,更加注重营造动漫游戏产业的发展环境。



## 1. 实施人才建设

“内容为王”、“创意为王”、“渠道为王”是动漫游戏产业的黄金律,不管是“内容”致胜还是“创意”致胜,没有大量人才的集聚,就谈不上动漫游戏的繁荣发展。而且,动漫游戏产业需要大量行业专家,也需要管理、营销人才。因此,单一的“青年文艺家发现计划”之类的政策不足以建构完备的人才梯队,应该出台更有力度、更具普惠性的人才政策,突破人才集聚的瓶颈问题,把杭州打造成为真正的人才高地。

第一,加大引进人才的力度。由于动漫游戏行业人才积累少,难以满足快速增长的需求。目前,各地都在展开人才争夺战:广东成立了高层次人才奖励基金,对进入人才库的人才进行多种形式的住房补助;福州规定在城区范围内工作的高层次人才和青年专业人才,其本人及配偶在福州市五城区无私有住房的,可申购人才限价房;厦门规定符合条件的人才在厦门购买居住用的商品房,可享受购房补贴;深圳为高层次人才按层级发放住房补贴……杭州《关于进一步鼓励海外留学人员来杭州杭州(滨江)创新创业的若干意见》和《关于实施海外高层次人才来杭州杭州(滨江)创新创业“5050计划”的暂行办法(试行)》两个文件的出台,也为企业引进人才提供了很大便利。仍需进一步畅通人才引进的渠道,扩大政策覆盖面。

第二,注重人才培养的长远战略。单单引进远远不能满足企业用人的需求,还需要注意挖掘本土的人力资源潜力,制订动漫游戏人才培养的长远规划。英国2008年发布的“新经济下创意英国的新人才”战略报告,确定了26条详细行动计划,分别对青少年、成人创意能力的培养,创意人才的就业等提供诸多帮助和有效通道,目的就是缔造一流的创意企业、培养一流的创意人才,以支撑本国文化创意产业的长期发展。杭州可以借鉴这类经验,开展面向普通市民和青少年的创意活动、创意教育等项目,只有创意人才的源头活水不断,动漫游戏产业链才能保持长久的生机与活力。

## 2. 注重平台建设

公共服务平台在产业的发展中起着中介与桥梁的作用。目前动漫游戏产业在决策咨询、资源共享、产品交

易、政企交流等方面的平台还不健全,一定程度上制约了产业的高端化发展。英国创意企业培育、审核、认定、监督、人才、资金等方面的平台,为创意企业提供了很多帮助和指导;日本文创产业的一些中介机构负责制订行业规则,维护文创公司的合法权益,对中小企业进行政策指导和市场定位,提高企业的市场生存力和竞争力。在国内中介组织不发达的情况下,政府相关部门应以加强构建平台的方式承担相应功能。

第一,搭建市场平台。市场是企业发展的生命线,只有畅通渠道,才能产业盘活。目前杭州动漫游戏产业面临拓展市场的重任,特别希望政府能够提供帮助。具体而言,政府可以考虑为动漫游戏产业与特色传统产业建立市场联系,拓展业务范围;定期举办媒体(包括传统媒体与新媒体)与企业之间的洽谈会,为产业渠道拓展提供便利;在政府购买相关产品与服务的时候,多考虑动漫游戏企业,同类同质情况下优先购买企业的产品与服务,以支持动漫游戏企业的发展。

第二,搭建资讯平台。动漫游戏是处于时代前沿的产业,多数市场机会都来源于最前沿的商业资讯,与传统产业相比,动漫游戏对信息的依存度更高。在资讯建设方面,建议建立行业网站与微博平台,便于企业了解行业最新信息,及时作出反应;整合资源,定期组织面向动漫游戏企业的群体性、公益性活动,以增加企业技术人员的技术和文化交流;借鉴阿里巴巴“阿里十派”的做法,在企业之间设立各具特色的俱乐部,定期举行俱乐部间的活动以增加业内人士的接触与沟通;努力消除行业分隔,促成企业横向和纵向联系,以完善产业链条,减少交易成本。

第三,搭建技术平台。动漫游戏产业技术含量高,所采用的技术设备成本也很高,如果跟不上行业内技术更新的速度,企业就很容易被淘汰。因此,产业孵化期的公共技术服务是非常必要的。建议政府通过专门的机构或者直接出资购买相应设备,以租赁方式提供给相关企业使用,解决中小企业技术设备方面的一些困难。如购买游戏引擎的资金成本非常高,一般企业都选择自主开发,但自主开发占用的时间成本又非常高,延长了整个游戏的研发时间。韩国在扶持本国游戏产业的时候,就

采取了政府购买引擎或者政府组织开发引擎免费提供给游戏企业的方式,极大地促进了本国游戏产业的发展。杭州动漫游戏企业比较集中,同类型技术设备的利用率比较高,可以借鉴韩国推动游戏产业的方式,为动漫游戏企业提供高新的软硬技术设备。

第四,建立品牌推广平台。经过近些年的积累,杭州出现了一批骨干龙头企业,但整体看,产业的品牌影响力还不强,需要集中优势资源、在品牌推广方面多下功夫。可以利用政策杠杆,鼓励企业研发创新,并通过多种手段积极引导企业上市;借助动漫游戏品牌的传播效应扩大企业的传播;学习上海抱团打造优势产业的方法,由政府牵头,把多家同类公司打包宣传广;借鉴英国“文化创意产业输出推广顾问团”的办法,探索成立动漫游戏产业出口辅助组织,建设动漫游戏产品出口支撑平台。

### 3. 营造产业环境

与传统产业从业者相比,动漫游戏从业者对环境的要求更高。国内外文化创意产业发展的经验也表明,创意的环境与创意产业的发展是息息相关的。

第一,营造宽容度高的创意环境。美国创意产业专家查理德·佛罗里达在其《创意经济》一书中提出文化创意产业的3T指标:技术、人才和宽容度(Technology, Talent, Tolerance),宽容的环境能够保护人才的创造活力,吸引更多人才的集聚。只有形成宽容失败、宽容个性、宽容异端的社会氛围,使得所有体制内、体制外的创意人,都能乐于创意,勇于创意,才能创造出一个创意氛围浓厚的城市。

第二,打造配套成熟的生活环境。只有交通便利、生活设施齐全、文化与休闲场所完备的环境,才能吸引更多企业和人才的入驻,扩大杭州动漫游戏产业的集群效应。

第三,创造全民参与的文化环境。动漫游戏产业要走向市场,就要走向普通人的日常生活,远离百姓生活的动漫游戏产业是没有前途的产业。日本《21世纪文化立国方案》就提出构筑“与文化政策相配套的环境政策、观光政策、产业政策”、实施地域性的“文化街区建设计划”、推动“参与型”文化事务活动,这些政策对于民众了

解文化建设、参与文化发展具有引导性意义,也为动漫游戏产业培育了大量消费者。杭州动漫游戏产业需要与百姓生活紧密结合起来,以获得更大的市场空间。

第四,优化产业发展的政策环境。近几年,围绕“打造全国文化创意中心”的目标,杭州出台了系列政策以拉动文创产业发展,效果显著。但总体来讲,已有的政策偏重于数量评价,品质评估偏弱,致使杭州动漫游戏园区、企业以及产品数量都在迅速增长。量的攀升为动漫游戏产业的发展营造了氛围,奠定了基础,锻炼了人才,培育了市场。但随着产业环境的逐渐变化,政策依附性企业的增多,动漫游戏产业出现了低端运营与封闭循环的现象,以量为主导倾向的政策体系难以适应产业环境的发展变化,需要重新调整与优化,把政策资源更多配置到创意人才与创意精品上。

### 4. 优化投融资机制

资金是动漫游戏企业的“血液”,是促进中小型企业做大做强助推器。因而,有必要完善动漫游戏产业的投融资机制。

第一,建立动漫游戏产业基金。基金来源以地方政府资金为主,鼓励社会资金投资动漫游戏产业,尤其是引导风险基金和当地一些实力强的相关企业投资动漫游戏产业。扶持对象为中小型动漫游戏企业。在当前动漫游戏产业基本难以盈利,市场资金投资比较谨慎的情况下,既然各地发展动漫游戏产业积极性比较高,地方政府就应该投入一定的财政资金,扶持弱小的动漫游戏企业促进其成长。同时,动漫游戏产业基金不是对重点企业进行扶持,而应该对所有当地动漫游戏企业进行。这是因为,专门对某个或某些重点企业进行重点扶持,由于资金使用的道德风险



难以监督,以及市场变幻莫测,期望这些获得巨额支持的企业获得快速发展常常事与愿违。只有在获得政府一定扶持下,经过市场优胜劣汰后生存下来并成长起来的企业,其生命力才更加旺盛,对整个产业的示范作用更大。而且,大量的实践表明,政府过于呵护的企业常常不如一般支持下的企业成长的更好。因此,动漫游戏产业基金的运作应是普遍性扶持而非重点性扶持,应根据动漫游戏企业的规模分别给予基金投入。

第二,对动漫游戏企业提供贷款贴息、贷款担保等信贷政策,以及优惠的税收政策。实践表明,对于任何起步阶段的幼稚产业,国家都应充分实行优惠的信贷政策和税收政策给予支持。在税收政策方面,可以比照执行

高新技术企业税收的所得税优惠政策。在信贷政策方面,对于获得银行贷款的动漫游戏产业项目,可以给予一定的财政贴息或一定比例的担保,以促进银行向市场潜力大的动漫游戏项目发放贷款。

第三,积极推动中外合作、中外合资经营动漫游戏企业。我国的改革开放实践表明,中外合作或中外合资等经营形式,有利于借鉴海外成熟的发展模式和管理模式,是实现我国许多幼稚产业的快速发展的重要方式。对于尚处于起步阶段的我国动漫游戏产业,也可以尝试这种中外合作经营形式,借助海外资金和管理经验推动整个产业的发展。

第四,建立公开、透明、持续的市场交易平台。借助公开的市场,不仅可以为动漫游戏游戏产品提供相对高效的交易平台,也可以更便利地为动漫游戏游戏工作室、动漫游戏游戏产品和动漫游戏游戏企业提供融资服务,此外,公开的市场也可以成为各类资本退出的渠道。2007年7月,国家动漫游戏游戏产业产权交易中心在上海联合产权交易所正式揭牌运行,这是我国动漫游戏

产业与资本市场的首次结合。2011年5月13日国内最权威的动漫游戏产业项目资源库——“文化部动漫游戏产业投融资项目资源库”正式开通,该项目成为中国动漫游戏产业项目资源的重要载体、权威的聚集平台及主要的投融资通道。杭州市动漫游戏产业基地可以借鉴其他地方成功的经验,建立本区域的市场交易平台和投融资项目资源库,建立健全本地区动漫游戏产业的投融资体系。

## 5. 保护知识产权

“创意之父”霍金斯曾言,知识产权(专利、版权、商标、设计)是创意经济的一种货币,知识产权保护在创意产业发展过程中是“中央银行”。

第一,建立健全知识产权保护体系。建立完善知识产权尤其是版权保护和监管的法律体系,对知识产权法中不明晰的地带进行完善和补充。完善中国版权法律体系以及配套的法规、规章,以尽快适应市场经济和高新技术发展的要求。动漫游戏产业市场的确立,要求政府管制必须建立在完备的法律制度基础之上。版权、形象权等知识产权是动漫游戏产业最核心的竞争力。只有对创意成果给予严格的法律保护,才能建立利益回报机制,从根本上维护动漫游戏产业的正常运转。

第二,营造尊重知识产权的文化氛围。要形成一种尊重知识产权和创新成果的社会文化氛围。增强知识产权的宣传普及和培训工作,为动漫游戏产业创造出良好的发展氛围。面向全社会、面向大众开展版权宣传教育。可考虑建立版权中心,主要是要考虑集产权的登记、展示、发布、保护、策划、交易、服务,结合在一起,建立适应现阶段文化经济发展要求的知识产权制度,支持动漫游戏产业的发展。

第三,加大知识产权的保护力度。尊重知识产权是创新的基础,知识产权制度赋予了创新者享有法律上的权利,阻止他人未经权利人许可而使用,从而成为保护创新者的权益、激励创新意愿和行动行之有效的一项制度。纵观全球,凡是科技发达、创新突出的国家,都十分强调知识产权制度的健全与完善,强调知识产权的尊重与保护。提高知识产权创造、运用、保护和管理的水平,有利于杭州动漫游戏游戏产业的长远发展。■



**编者按：**文化创意产业是由经济、文化、科技相融合而产生的新兴产业,是将文化资本重新组合引入经济系统的新业态。与传统产业相比较,文化创意产业具有创新性、文化性、强融合性、高附加值等鲜明特征。在提升产业结构、转变经济增长方式中,文化创意产业发挥着举足轻重的作用。

杭州市文化创意产业的发展经历了从自发成长到政府引导,再到市场化运作,实施园区建设,最后由产业集聚向产业集群化目标发展这四个阶段。本文以之江文化创意产业园为例,阐述了集群式发展是文化创意产业发展的现实选择,得出未来产业链的延伸和完善还需在园区的基础上依靠集群优化发展的结论,对如何引导文创产业由集聚向集群更高效高质发展提出了建议。



# 杭州市文创产业集群

考察杭州文化创意产业演进的历程,大致经历了以下几个重要的发展阶段:

表 1 杭州文化创意产业发展阶段

阶段	自发成长阶段	创新崛起阶段	集聚成长阶段	集群化发展阶段
时间	1980 年—1990 年	1990 年—2004 年	2005 年—2007 年	2008 年至今
动力	改革开放	多种所有制经济制度;龙头企业与名人的标杆效应	产业发展政策强力引导	市场需求快速增长
标志	传统文化产业复苏	LOFT49 社区生成	出台《杭州大文化产业发展规划(2006—2010)》	发布《关于打造全国文化创意产业中心的若干意见》
体制	计划经济为主	逐步转向市场经济	市场经济体制	市场经济体制
机制	个体机构开始零散发展	市场主导	政府政策与市场机制协同	市场、政府、企业联合驱动
创新	要素创新	产业融合创新	产业集聚创新	产业衍生创新
布局	零星分布在老城区	在城市新区扩张	园区化集聚	文创产业群形成
模式	依托艺术高校及文化事业单位发展	多种所有制经营模式	以园区为依托多行业全面发展	与高新技术产业融合发展
政策	以文补文	逐步放开限制	兴建文创产业园区	文创产业优先重点发展
瓶颈	规模较小,数量不多	自发性较强,缺乏科学规划	缺乏高新技术支撑	税源经济效益偏低

倪 焱 刘丙孜 唐艳昕 杭州市经济信息研究院

20 世纪 80 年代,在改革开放各项政策的推动下,伴随着市场环境和政治环境的逐步改善,杭州市文化产业开始进入自发成长阶段。这一时期产业发展的主要标志是艺术设计、图书出版等传统文化产业的复苏。当时的经济体制虽然仍以计划经济为主,但一些不同形态从事文化产业的个体、企业和机构已开始零散地自发发展。杭州本身所具有的丰富的人文积淀为杭州文创产业的发展奠定了坚实的基础。在该阶段,文化产业和相关设施主要集中于老城区的狭小地块。在产业发展模式上,依托中国美术学院(时称浙江美术学院)等艺术名校,杭州的艺术教育、艺术创作、藏品鉴定、艺术品设计等行业开始陆续发展。西泠印社也相继开展了集会、展览、收藏、出版等一系列商业活动。此外,国外动漫创作产业链的进入带动了杭州动漫产业的全新发展。初期仅仅是为海外动漫产品进行后期加工,80 年代末的杭州已成为当时中国连环画最大的生产基地。在这一时期,随着文化市场的逐步开放,大批文化事业单位在“以文补文”政策

的激励下开始走向经营之路,杭州文创产业不断在传统文化产业基础上衍生出新的现代文创产业。但 80 年代的文化产业依然受到计划经济体制的束缚,企业的数量较少,其经营模式依然落后陈旧,在体制约束下,较小的产业规模无法带来显著的经济效益。

20 世纪 90 年代至 2004 年,文化产业中龙头企业及名人效应的带动作用日益明显,同时多种所有制经济的逐步成熟促使文化企业的经营模式和合作方式实现多样化发展。在这两大推动力的作用下,杭州文化产业逐步演化为文化创意产业并进入重要的创新崛起阶段,大量的新兴行业通过技术和理念创新,从传统文化产业中衍生出来。2002 年 9 月,杭州第一个创意群落 LOFT49 社区的生成标志着杭州文化创意产业的兴起。LOFT49 社区最初是由美国 DI 设计公司入驻,将废旧工厂改为艺术仓库。在标杆效应的影响下,广告及装潢设计、摄影和绘画等多个创意领域的公司纷纷自发集聚。进入 21 世纪之后,社会主义市场经济体制逐步确立并完善,文创企业逐渐开始以市场为主导进行生产。在业态上,具有传统优势的图书出版、艺术设计等行业与新兴的信息服务、文化传媒等行业融合发展,并逐步形成一定的产业规模。产业融合创新促使文创产业向产品多元化、经营现代化、产值高收益化发展,促使众多企业开始自发转型进入这一新的产业领域,杭州传统文创产业其产业链已逐步成熟,随着城市空间版图的扩张,文创产业自发从老城区的狭小地带向城市新区发展,并开始形成各具特色的文创产业集聚区。促进文创产业进入创新崛起阶段的政策因素是 90 年代后期政府逐步放开对文创产业的各项限制。但是这一时期各类文创产业经济主体仍然是自发经营,产业发展面临着缺乏科学规划和政策支撑的瓶颈。进入 21 世纪后,许多文创企业的探索与实践使地方政府看到了文化创意产业发展的战略机遇,这为下阶段相关政策的出台提供了前期经验和认识基础。

2005 年至 2007 年,是杭州文创产业的集聚成长期。在 2007 年杭州市第十次党代会上,首次明确提出在未来的城市发展中要把杭州打造成为“全国文化创意产业中心”的战略目标,同年还成立了文化创意产业办公

室。这一阶段文创产业集聚发展的主要推动力是政府产业发展政策的引导。在各项发展政策的强力引导下,原本布局分散且不规则的文创企业在这—时期进行了快速的整合和集聚。其显著标志是2005年杭州市制定出台了《杭州市大文化产业发展规划(2005-2010)》,提出把大文化产业作为杭州市经济发展的重要增长点和支柱产业之一,把杭州建成浙江

省大文化产业的中心城市。此时的发展环境最为显著的是以市场经济为主体的体制框架已基本确立,同时产业发展机制也逐步转换为政策支持与市场机制协同作用。这一时期,产业园区迅速成为杭州文化创意产业集聚发展的主要平台。在文创产业园区内,各个文创行业的联系逐步加强,上下游产业链相继完善。在产业发展模式上,文化创意产业在原先部

分传统行业重点突破的基础上依托产业园区开启了全面提速发展的进程。信息服务业、动漫游戏业、设计服务业、现代传媒业、艺术品业、教育培训业、文化会展业等不同的文创产业门类开始全面发展。2007年底,全市文化创意产业已实现增加值490.23亿元,按可比价计算,增长19.7%,高于全市GDP增速5.1个百分点,高于全市服务业增加值增速3.6个百分点。文化创意产业增加值占全市GDP的比重达11.95%,对GDP增长的贡献率为15.6%。西湖数字娱乐产业园、下沙大学科技园、湘湖文化创意产业园、白马湖生态创意城等各具特色的园区在政策主导下相继开始建设,良好的都市氛围、政策环境和产业基础促使越来越多的文创企业入驻园区。但同时,产品技术含量偏低,文创产业与高新技术产业相对隔离的布局方式使得文创产业在这—时期面临着新的发展瓶颈。此阶段出现的产品同质化倾向逐渐严重,缺乏高端产品的有效竞争等问题,究其根本原因是文创产业缺少高新技术的有力支撑。

2008年以来,杭州文创产业以园区为依托集聚规模不断扩大,文化创意园区成为杭州文化创意产业集聚发展的主平台和打造全国文化创意产业中心的主载体。随着收入的增加以及消费观念的转变,文创产品的市场需求迅速增加,在庞大的消费市场吸引下,文创产业进入了集群化发展的新阶段。其标志是杭州发布《关于打造全国文化创意产业中心的若干意见》,明确提出要





把杭州打造成为以文化、创业、环境高度融合为特色的全国文化创意产业中心。这一时期,以市场经济为主体的体制框架已相对趋于成熟,在发展机制上主要体现的是政策主导性、市场配置性和企业主体性的三力融和,但由于产业园区建设进程中涉及城市规划布局中的土地、公共基础设施建设资金、人才引进路径、制度法规体系等基本要素条件,从而政府在其发展演进中仍然担当了关键角色。该阶段最大的创新亮点是在产业园区内以信息服务业、动漫游戏业、设计服务业、现代传媒业、艺术品业、教育培训业、文化休闲旅游业、文化会展业这八大重点行业为主,派生了许多新型的文创行业以及产业链上下游企业。在产业布局上,以西湖创意谷、之江文化创意园等十大园区作为主要集聚区,正逐渐形成环西湖文化创意产业圈、环西溪湿地文化创意产业圈、沿运河文化创意产业带、沿钱塘江文化创意产业带这四大文创产业集群,文创产业的发展模式正逐步转向与高新技术产业的融合发展。高新技术产业与文创产业交错布局,在共同的产业平台上形成技术支撑的供求关系,在相辅相成的发展模式中进行产业结构升级,产品附加值提升。在文创产业集群化发展阶段的政策导向依然十分明显。2011年,杭州市出台的《杭州市十大产业发展总体规划(2011—2015年)》明确提出将文创产业放在十大产业首位,进行优先重点发展。杭州的文化创意产业,已经从一个“稚嫩”的新兴产业,成长为城市重要支柱产业、经济发展的新引擎。但是由于大多文创企业税收缴纳偏低,地区政府财政投入过大,导致地区政府对于发展文创产业的积极性正在不断降低,这成为目前文创产业发展所面临的新瓶颈。

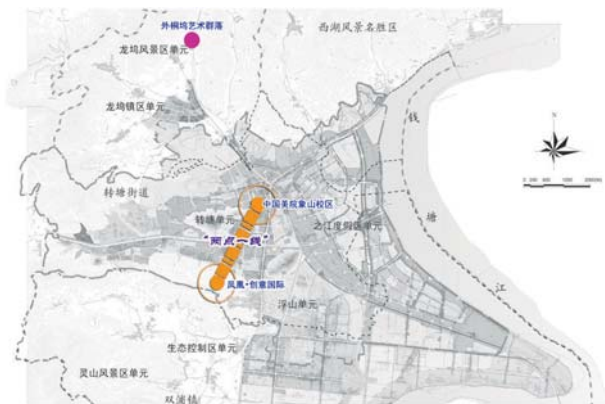
### 杭州文化创意产业发展趋势分析

根据《杭州市文化创意产业发展规划(2009—2015年)》中提出的战略目标和阶段任务要求,从2011年开始的未来五年要努力实现文化创意产业增加值占全市GDP的比重力争达到17%左右,形成产业规模巨大、产业特色鲜明、创新能力强大、文化品位较高、创业环境一流、专业人才集聚、知名品牌众多、产权保护严密、公共服务完善的文化创意产业群。从目前发展的进程及未来

取向特征来看,未来几年文化创意产业主要是集群优化发展以实现品质提升、能力增强、动力持续。要在先期园区规模扩张发展和产业体系建构的基础上,更注重内涵充实和品质提升的推进;注重集群内在运行机制和治理结构的优化。在演进的驱动机制上,在政策主导力、市场配置力和企业主体力的三力融和的基础上,探索三力时空协同作用和可持续推进发展的动力机制模式。

### 之江文化创意产业园发展现状及趋势

杭州之江文化创意园是杭州市首批命名的十大文化创意产业园之一。园区于2008年开始建设,总面积为2351亩,南起凤凰山北麓,北至转塘街道梦园路,东起杭富路,西至灵龙路一带矿山区域,外加外桐坞艺术村落。园区围绕“创意的基地和平台、产业的集聚和品牌、艺术的摇篮和家园”的功能定位,以艺术设计、动漫游戏、艺术品制造、新媒体四大产业为主导。截至2011年底,之江文化创意产业园总产值为5.24亿元,占整个之江旅游度假区总量的38.59%。之江文化创意产业园初步形成了以中国美院、中国美术学院国家大学科技(创意)园两大“国”字号招牌为依托,以外桐坞艺术村落、象山艺术公社、凤凰大厦为具体载体,以美院象山校区和凤凰·创意国际为中心的“两点一线一群”为布局架构的文化创意产业带。“两点一线”,即串联中国美院象山校区、凤凰·创意国际的两点一线区域。“一群”,即外桐坞艺术村落。



之江文化创意产业发展示意图

### 1. 集群为文化创意产业提供条件和动力

### (1) 创意人才专业化水平提升

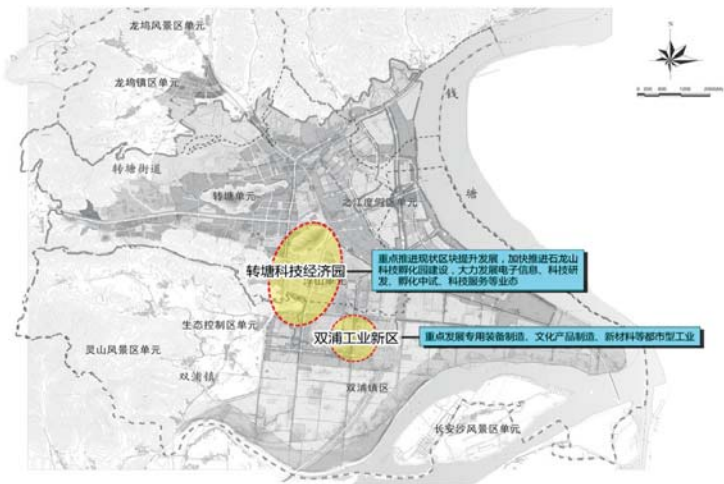
专业化人才是文化创新活动中最重要的创新资源。文化创意产业集群内的大学、科研机构、培训机构等会使大量人才慕名而来。之江文化创意产业园以中国美术学院为依托,培养复合型和紧缺型的国际化创意人才,为整个园区产业发展提供智力支持。截至 2012 年底,外桐坞艺术村落已入驻刘健、黄鸿、黄俊、袁进华、沈烈毅等民间艺术家 40 余名,已开设工作室 16 个。通过艺术作品的创作、展示、交易等活动,正逐渐成为国内最活跃的艺术交流基地。因此,园区内各类艺术人才的专业水平得以明显提高。

## (2) 企业竞争推动产业发展

产业集群内激烈的竞争也为文化创意的发展提供了动力。集群内的企业之间的竞争优势差异很小,迫使企业通过不断的创意来获取竞争优势。同时,在集群内企业进行创新的示范效应很明显,率先进行技术创新的企业所取得的超额利润,无形中给其他企业以竞争的压力和动力。久而久之,产业集群内就会形成浓厚的创意氛围。在产业集群中,创意的溢出效应很强,隐性知识很容易扩散。

### (3)技术创新推进融合发展

促使之江文创产业形成集群式发展的原因较多,包括政策扶持、人文深邃、生态优美、技术创新、设施完善等。其中,技术创新是产业结构升级和竞争优势的制高点。之江地区正在着力建设技术研发能力强、产品附加值高、综合竞争优势突出的杭州市域科技产业示范区。之江着力搭建科技产业发展平台,集聚发展电子信息、专用装备制造、新材料等行业。目前,“一园一区”科技产业集聚平台已初步建成。“一园”,即转塘科技经济园,大



### 之江科技产业发展示意图

力发展电子信息、科技研发、孵化中试、科技服务等业态。“一区”，即双浦工业新区，重点发展专用装备制造、文化产品制造、新材料等都市型工业，正在加快建设现代物流园区。按照“文化 + 创意 + 科技”的文创产业发展思路，利用高新技术和文化创意的融合发展优势，用高新技术改造传统文化产业，大力培育新兴文化业态，有助于推出更多兼备科技含量与文化含量的新兴文化产品，在重点领域和关键环节形成更多具有自主知识产权的创新能力，抢占文化创意产业发展的制高点。

#### (4) 市场需求促使资源整合

企业进行技术创新的根本目的是获得经济利润,但是技术创新的起点却是市场需求。在企业创新过程中,企业技术创新对其它市场主体提出了新的各种市场需求,这些市场需求或者导致相关企业在附近安家落户,或者导致新企业的诞生,或者诱导其它企业也进行技术创新以满足先创新企业的需要。在这种一波又一波、一环又一环的技术创新过程当中,之江文化创意产业园区内企业数量迅速增加,相关配套机构也不断进驻园区,从而促进了之江文创产业集群的形成。

## 2. 集群能解决创意能力与创意产业化能力之间的矛盾

从产业组织理论中的企业规模角度出发,文化创意企业一般具有体制灵活,决策迅速,创意动力强等优势。但其也往往因为规模小,创意团队、资金等资源不足,营销能力和抗风险能力差,最终导致创意产业化的能力不

足。产业集群是一种介于市场和企业之间的准市场或准可层组织形式。它能够在一定程度上协调企业创意能力和创意产业化能力之间的矛盾。产业集群内复杂而紧密的网络,模糊了企业的边界,提高了集群内企业间的知识与人才的流动,使资源在一定程度上实现了共享,同时产业集群内由于大量服务外包企业的存在,使集群内企业之间呈现出既竞争又合作的关系。创意产业化是一个系统过程。在这个系统中,企业或者团队是创意的主体,也是创意投入、产出以及收益的主体,是产业体系的核心,但需要大学与研究机构、其他企业、政府、中介机构以及金融机构五大行动主体构成的产业发展支持系统。之江地区集中了中国美院、外桐坞艺术村落、象山艺术公社、凤凰谷创意产业基地和综合配套区,具有成熟的文创产业发展支持系统,从而又促进了文创产业的集群化发展。产业集群的网络反映了集群中创意行为主体之间的关系,通过横向、纵向的联结,信息、技术、资源在网络内部不断流动和优化配置,从而促进了集群中企业的创意的诞生和产业化。

## 杭州文创产业发展的对策建议

### 1. 提升文创产业融合化水平

一是推进区域城乡融合,实施“文创西进”战略,做好文化创意产业结对子工程,突出“一镇一业”、“一村一品”,以项目为抓手,增强对五县市的辐射带动作用;二是促进文化与科技融合,通过新的资讯技术与文化创作相结合,进而促进文化产业发展,依托杭州现有高科技产业优势,建立和完善信息、技术、人才、交易、创业孵化、融资等公共服务平台,不断提升技术原创能力,推动新业态的孕育与发展;三是积极推动文创产业与旅游、体育、信息、工业、农业、建筑等行业不断融合,着力增强文创产业的渗透力、拓展力、竞争力,增强产品附加值,提高产品竞争力,积极促进创意与生活相融合。

### 2. 政策制定与税源经济相结合

在政策制定方面,一是要着重扶持与制造业发展相关的文创产业,打破一概而论的政策界定方式,对不同类型、不同产值、不同发展阶段的文创企业实行不同的优惠政策,提升财政投入结构和效益。二是重点推进税

源经济项目建设,积极实行园区招商引资,及时做好协调,妥善处理遗留问题,通过各地区各部门的分工协作,确保各项目顺利实施。三是应注重耦合产业结构和税源结构。对于行业类别众多、产业链庞大的文创产业可通过实行结构性减税,提升产业结构,优化税源结构,减少财政压力。

### 3. 建设公共服务平台

一是建设信息交互平台。创意产业集群应该是个开放动态的系统,信息在集群内部和集群内外可以畅通高效流动。集群需要信息中心专门为群内企业提供信息服务,包括提供新技术信息、管理知识和行业资讯,这种信息交互平台最理想的模式是建立创意生活圈,以降低单个企业获取信息的成本,使创意企业间的联系渠道更快捷畅通。二是建立公共服务平台。创意产业对配套设施的要求较高,集群必须具备良好的基础设施条件,而单个中小型创意企业无实力配备整套的制作设备。政府、大企业或者专业设备提供商可以投资建设专业配套设备,采用租赁的方式,在盈利的同时服务于中小型创意企业。通过公共平台,减少企业资源的重复投资和低水平运营,实现双赢发展。■





# 高新区：

## 构筑国家知识产权示范园区蓝图

史 琼 杭州高新技术产业开发区

近年来，杭州市高新区知识产权工作呈现良好的发展态势，初步形成与高新技术产业和现代服务业发展相适应的知识产权工作体系，全区已形成国家、省、市、区四级专利示范、试点企业梯队，专利、商标、版权登记等知识产权数量和质量显著提升，国家知识产权示范园区的建设工作具备了良好的基础。

2013年2月，杭州高新区被国家知识产权局确定为国家知识产权示范园区。这既是对多年来杭州高新区知识产权工作取得成效的肯定，也是对杭州高新区知识产权工作提出了更高标准、更高要求。

### 区域专利创造和运用能力保持全国领先

在科技部公布的全国国家高新区综合评价中，杭州高新区知识产权指标居全国领先地位：万人当年新增的知识产权数（含注册商标）位居全国88个高新区第3位，千人拥有的知识产权服务业就业人数位居第2位。



2012年，杭州高新区专利申请量和授权量分别达3468件和3085件，其中发明专利申请量和授权量分别达1621件和913件，比上年同期增长41.20%和15.57%。发明专利授权量占授权总量的29.6%。三类专利授权总量占园区常住人口数的比例为81.34件/万人、商标核准注册总量占园区常住人口数比例为164.54件/万人、发明专利授权总量占园区常住人口数比例为77.97件/万人。

园区企业参与国际标准制（修）定12项，参与制（修）订国家标准151项、行业标准142项。拥有国家知识产权试点示范企业6家，国家知识产权管理标准试点企业5家。截至2012年底，园区累计有13项专利获中国专利奖殊荣，其中1项获中国专利金奖。区域较强的专利创造和运用为高新技术产业经济快速发展提供了有力的支撑。

### 区域知识产权保护体系有效建立

杭州高新区在知识产权保护中，注重部门合作，形成合力，知识产权保护体系不断完善。

近年来，先后成立了浙江省保护知识产权举报投诉服务中心杭州高新区（服务外包示范区）工作站和区知识产权司法保护联络室、区知识产权刑事司法保护领导小组。同时，在省级以上知识产权试点示范企业中建立了司法保护联络点，使知识产权保护工作向纵深延伸，形成上下联运、左右互动的新格局。

加强对电子商务领域知识产权行业保护，阿里巴巴、淘宝、支付宝联手建立互联网知识产权联盟，推动建立完善处理电子商务领域知识产权侵权行为的长效机制。

制。阿里巴巴公司被国家知识产权局列为专业市场知识产权保护试点单位,也是全国四个专业市场知识产权试点单位中唯一一个网络市场试点单位。

### 区域知识产权运用服务体系较为完善

杭州高新区以提高知识产权服务水平为目标,鼓励知识产权人才培训、专利代理、专利转化等服务机构发展。

目前区域内拥有 13 家知识产权服务业机构,初步形成了专利代理服务、专利咨询服务、资产评估和价值分析、专利运营和交易、技术转移服务等多层次的知识产权服务体系。2012 年 6 月,浙江省唯一专业从事知识产权的外资律师事务所——美国欧夏梁律师事务所入驻杭州高新区,标志着知识产权服务体系的高端发展。2012 年,全区拥有列入国家知识产权管理标准试点的中介服务机构 1 家。知识产权金融服务取得新突破,知识产权质押融资有效开展,2012 年全区累计实现知识产权质押融资突破 3000 万元。

### 高新区知识产权工作的三大不足

尽管杭州高新区建设国家知识产权示范园区已经具备良好的基础,但园区在知识产权工作中还存在一些

问题与不足,尚不能适应高新区自身发展与产业进步的新需求,亟需通过国家知识产权示范园区建设来进一步提升知识产权管理、创造、运用、服务和保护水平,促进企业创新能力和区域综合竞争力的提高。

一是知识产权工作体系机制的整体性、系统性有待进一步加强。目前,高新区知识产权政策相对分散,与区内创新型经济发展以及创新驱动发展战略相适应的知识产权管理、创造、运用、服务和保护体系尚需进一步完善,知识产权考核制度有待建立完善,知识产权服务体系发展水平不高,知识产权高层次人才比较紧缺。推进国家知识产权示范园区建设是促进杭州高新区知识产权工作的有效载体,应抓住机遇系统化地构建高新区提升知识产权服务于自主创新、产业培育和创新型经济发展的整体功能机制。

二是产业知识产权工作机制作用不突出。高新区主导产业是软件、通信设备制造、物联网、文化创意、电子商务、集成电路设计、生物医药、新能源等知识产权密集型产业,知识产权制度的有效利用对产业发展具有重要作用。目前,在特色优势产业发展中,知识产权制度及其功能机制的作用还不突出,产业层面的知识产权战略与发展机制有待加强,重点领域和重点产品的专利数据库尚待进一步加快建设,尚未建立完善的知识产权预警分





析工作机制，产业专利联盟尚未形成。

三是知识产权发展的质量和效率需要不断强化。近年来，杭州高新区发明专利申请和授权量增长较快，但向国外申请专利数量有待提高，高科技产品出口中的专利战略实施力度不大。全区专利申请和授权量的总体增速不高，通过对全区 2008 年至 2012 年的专利进行全面系统分析发现，专利的增长只是集中在少数的优势企业，很多企业特别是工业企业专利意识不强，甚至没有概念，使区域专利增长率受到一定的影响。尽管区域内高新技术企业比重较高，但企业知识产权管理的科学化水平不高，缺乏知识产权规范化、标准化管理，不能适应日趋激烈的行业知识产权竞争。

### 关于国家知识产权示范园区建设的设想

国家知识产权示范园区建设是杭州高新区全面实施创新驱动发展战略，提高区域知识产权整体发展水平的重要机遇。要立足服务于“促进创新驱动发展战略实施”、“加快战略性新兴产业培育”的两个中心，建立完善“科学管理、特色创造、综合运用、强化保护、高水平服务”的五大体

系机制及其 18 项相关机制与方法创新(见图 1)，逐渐形成适应创新型经济发展需要、具有高新区特色的知识产权管理、创造、运用、保护和服务的发展新优势。

#### 1. 国家知识产权示范园区建设中的体制机制探索

围绕国家知识产权示范园区建设的总体构想与发展目标进行分析，积极探索服务于“促进创新驱动发展战略实施”、“加快战略性新兴产业培育”的两个中心的知识产权体制机制创新与功能强化。

(1) 服务于“促进创新驱动发展战略实施”的体制机制创新

我国已经将创新驱动发展战略作为重要经济发展战略，高新区作为全省第一家国家级高新区，已初步形成战略性新兴产业为主的产业特色和较完善的创新政策体系，在实施创新驱动发展战略、促进产业转型升级中具有一定的代表性和先导示范作用。

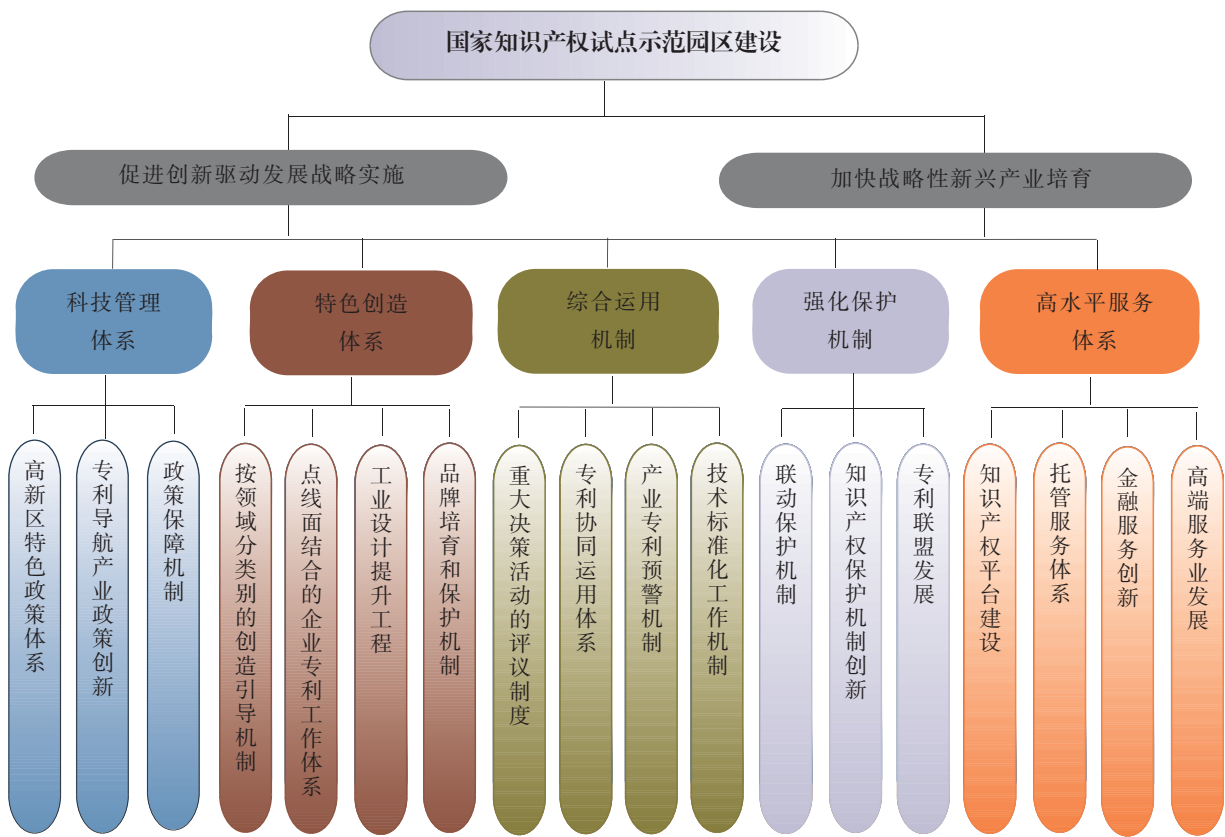
高新区建设国家知识产权示范园区应着眼于发挥自身在实施创新驱动发展战略中的先发优势，适应创新驱动战略实施对科技创新活动、产业培育、经济发展的知识产权环境与

表 1 服务于“两个中心”的知识产权机制创新与功能强化

两个中心	管理机制	创造机制	运用机制	保护机制	服务机制
创新驱动发展战略	高新区特色机制	要素集聚 自主产权	价值发现与 增值	优化环境	公共服务 市场服务
战略性新兴产业培育	专利导航	自主创新	产业合作	产业防御与 治理	大数据与 金融



图1 国家知识产权示范园区建设的总体构想



体制机制提出的新要求,大胆探索知识产权管理、创造、运用、保护与服务的新机制新方法,更好地运用现代知识产权制度,深入探索知识产权在高新区特色管理、集聚创新要素与激励自主创新、促进创新要素价值发现和市场优化配置、优化创新保护环境、发展高水平知识产权服务等方面的功能作用与相关体系机制建设,进而推动科技创新在高新区经济社会发展发挥核心作用,知识产权对经济发展贡献度显著提高,形成特色优势机制,起到示范带动作用。

(2)服务于“加快战略性新兴产业培育”的功能机制强化

杭州高新区已经初步形成战略性新兴产业为主的产业特色,加快战略性新兴产业培育、促进创新集群形成是杭州高新区的工作重点。当今国际战略性新兴产业竞争的核心是知识产权竞争,既是产业核心技术、战略

专利、技术标准的竞争,更是知识产权优质服务环境与产业知识产权竞争力形成机制的竞争。因此,根据不同战略性新兴产业领域的知识产权发展特点,优化知识产权服务环境、强化产业知识产权竞争力形成机制是知识产权示范园区建设工作的重要组成部分。

首先,要把握国家专利导航产业发展实施区的战略机遇。在战略性新兴产业的知识产权功能机制强化中,

表2 2010年-2012年物联网企业专利授权情况

年份	区域专利 授权总量	物联网专利 授权总量	占全区总量 (%)
2012	3085	758	24.57
2011	2606	746	28.63
2010	1993	725	36.38
合计	7684	2229	29.04

高新区物联网产业园区列入国家专利导航产业发展实验区将是一次重要战略机遇。目前,杭州高新区物联网产业的知识产权发展具有以下特点:专利储备呈快速高质量增长态势,发明专利授权量达到60%以上,职务发明达到100%;专利优势企业密集度高,知识产权管理规范,专利创造能力强;构建专利池,与标准实现有机结合,物联网产业的知识产权发展具备了良好的基础。同时,物联网产业的快速发展与产业内激烈的知识产权竞争,都对园区的知识产权管理水平、创造能力、运用与交易体系、服务能力和保护环境等方面提出了更高的要求。

通过开展专利导航产业发展实验区工作,一方面可以促进物联网专利密集型产业集群的培育,使杭州高新区物联网产业在产业规模、优势企业培育、技术创新、专利创造和运用、品牌提升等方面迈上新台阶、实现新突破,形成全国乃至世界级专利密集型产业集群。为此,需要建立完善专利导航产业发展工作机制,实施专利储备运营项目推进计划、专利产业化平台建设计划、专利交易平台建设计划,探索建立“政产学研金介用”专利协同运用模式,开展重点关键技术专利地图工程。另一方面可以深入探索知识产权工作服务于战略性新兴产业培育的功能机制。通过产业链中关键领域的专利分析、重大经济科技活动知识产权评议、专利储备运营、专利市场培育等的项目实施与机制探索,形成促进战略性新兴产业培育的知识产权工作新模式,为高新区系统提升相关重点产业知识产权竞争力提供宝贵经验。

其次,要在重点优势产业开展各具特色知识产权工作机制。结合软件、通信设备制造、文化创意、电子商务、集成电路设计、生物医药、新能源等重点优势产业的不同知识产权发展特点开展各具特色知识产权工作机制,进一步发挥知识产权在自主创新、产业合作、产业防御与产业市场环境治理、大数据服务与金融服务等方面作用。

在电子商务产业,重点加强知识产权保护新机制新方法的探索,支持引导阿里巴巴、淘宝、支付宝联合建立互联网知识产权联盟,推动建立完善处理电子商务领域知识产权侵权行为的长效机制。加强电子商务、安防产

业、数字电视、新能源等重点产业或重点产品的专利预警机制建设,建立重点产业或重点产品的专利信息检索平台,开发行业专题专利数据库,加强产业专利分析与专利战略实施。支持引导重点产业专利联盟的发展,在技术创新联盟、重点产业链、行业协会等基础上,引入知识产权评估机构,支持建立行业专利联盟,引导鼓励高新技术企业积极参加专利联盟,通过知识产权合作构建专利池。

## 2. 国家知识产权示范园区建设中的方式方法创新探索

在建设国家知识产权示范园区过程中,要重点加强知识产权科学管理、完善知识产权创造、加快知识产权综合运用、强化知识产权保护、提高知识产权服务水平等方面的方式方法创新。

### (1) 加强知识产权科学管理

完善具有高新区特色的知识产权政策体系。根据知识产权示范区建设的新目标和新要求,结合知识产权创造、运用、保护和服务的制度机制创新,进一步完善高新区知识产权政策体系,加强知识产权工作的整体性与系统性,提升知识产权质量、促进协同运用、加强保护力度、促进专业化服务。

专利导航产业工作机制和制度创新。完善产业规划体系,加强产业专利分析,开展“杭州高新区物联网产业重点关键技术专利地图工程”,形成成熟高效的专利分析与产业规划持续互动机制。建立专利导航重大决策组织领导机制、产业重大决策的知识产权评议制度与工作机制。实施专利储备运营项目推进计划、专利产业化平台建设计划、专利交易平台建设计划,建立和完善链条完整的专利运用服务体系。



强化财政投入保障力度。建立区财政对知识产权投入的稳定增长机制,区知识产权专项资金重点向国际专利、国际商标、国际标准及发明专利的创造和专利技术的实施倾斜,加强对知识产权基础条件建设等的投入,不断强化政府投入资金的引导示范作用。

### (2)完善知识产权创造体系

建立按领域分类别的知识产权创造引导机制。实施特色优势产业知识产权战略工程,根据软件、物联网等产业不同的知识产权创造规律,建立产业分类指导工作机制,系统提升优势产业的知识产权创造能力。大力推进《企业知识产权管理规范》国家标准的推广与认证工作,提高企业知识产权管理标准化水平。培育一批国家级、省级知识产权试点和示范企业,积极鼓励企业申报中国专利奖等。加强国家级、省级企业软件正版化工作示范单位、标准创新型企业的培育。

建立点线面结合的企业专利工作体系。开展百件有效专利企业培育工程,培育有效专利拥有量位居全国前列的知识产权优势企业。加强新引进企业和“5050”计划落点企业的专利资源开发,培育和挖掘专利优势企业。开展规模以上工业企业“专利清零”工作,探索建立规模以上工业企业知识产权工作联络体系,到2015年底全区规模以上工业企业拥有专利企业比例提高到80%以上。

实施工业设计提升工程。培育和引进高端工业设计机构,坚持发展创意设计与产业化应用相结合。鼓励企业积极参加“市长杯”创意杭州工业设计大赛,以设立分赛场的形式吸引优秀设计资源和人才,促进设计作品的知识产权化、产业化和商品化,推进工业设计资源向优势企业集聚。形成重点企业品牌设计需求与社会工业设计力量互动交流的发展机制,提高企业实用新型和外观设计整体发展水平,逐渐形成高新区产品设计和品牌培育的核心竞争力。

加强品牌培育和保护。实施品牌战略,加快培育企业自主品牌,提高企业注册商标、驰名商标的数量与品牌质量。加强战略性新兴产业、文化创意产业等的国际品牌创建与保护,鼓励企业积极进行商标的国际注册,不断提高自主品牌商品的出口比例。加强重点产业商标

品牌基地创建培育,打造产业系列品牌与商标,形成具有高新区特色的品牌建设机制。

### (3)加快知识产权综合运用建设

建立完善重大决策活动的知识产权评议制度。在招商选资、重大科技创新项目、海外高层次人才引进计划等重大科技经济活动中,完善相关知识产权评议制度,积极开展知识产权评议工作。选取物联网产业等战略性新兴产业领域开展知识产权评议,为产业发展战略提供知识产权的决策依据。加强重大科技经济活动的知识产权公共服务,深入开发产业技术创新联盟与骨干企业的知识产权评议需求,引导企业在自主创新、投融资、国际化战略等重要经济活动中开展知识产权评议工作的积极性,逐渐培育项目知识产权评议与企业专利战略相结合的知识产权服务市场。

引导建立以企业为主导的专利协同运用体系。充分发挥企业在专利运用中的主导作用,以产业的骨干企业为龙头,以产业发展需求为纽带,利用市场化、集群化、联盟化、协作化等手段吸引并整合专利资源,以企业为主导,探索建立“政产学研资介用”深度融合的产业专利协同运用体系。

推进重点产业专利预警机制的完善。根据区域高新技术产业集群的发展特点,加强电子商务、安防产业、数字电视、新能源等重点产业或重点产品的专利预警机制建设。建立重点产业或重点产品的专利信息检索平台,扶持骨干企业建立行业知识产权信息分析系统,支持引导骨干企业将专利分析与行业技术路线图、核心技术研发、国际化战略等相结合。加大产业专利信息基础设施投入力度,每年新开发1个行业专题专利数据库。

强化专利与技术标准化的结合。实施产业标准化战略,探索特色优势产业技术产权化、专利技术标准化、标准产业化发展机制,提高特色优势产业和企业积极运用技术标准、参与国内外产业规则制定的能力。鼓励产业和企业参与国际标准、国家标准、行业标准和地方标准的制定,加快推进知识产权与产业发展的紧密结合。对可标准化的重要发明专利,积极向国家和相关国际标准化组织推荐为国家标准草案或国际标准提案。加强对标准化战略实施的奖励力度与工作机制,重点支持引导



物联网产业加快实施标准化战略。

#### (4) 强化知识产权保护

加强知识产权保护的联动机制。加强知识产权行政部门与司法部门之间的违法案件信息沟通,严格执行涉嫌犯罪案件移送工作制度。强化知识产权行政保护和刑事司法保护机制,充分发挥区知识产权保护联络工作室、区知识产权刑事司法保护领导小组作用,加强知识产权侵权信息沟通,完善执法协作机制。组织开展知识产权保护专项行动,打击侵犯著作权、商标权、专利权以及植物新品种权等侵犯知识产权行为。

加强知识产权保护方法创新。创新电子商务领域知识产权保护机制,支持引导阿里巴巴等企业进一步强化电子商务的知识产权保护系统,推动建立完善处理电子商务领域知识产权侵权行为的长效机制。建立高新技术企业知识产权保护协会,下设物联网、新能源汽车、软件、文化创意产业等分会,鼓励有条件的行业建立知识产权保护联盟。提高知识产权援助机制的保护能力,进一步发挥浙江省保护知识产权举报投诉服务中心杭州高新区工作站的作用。

支持引导专利联盟发展。在技术创新联盟、重点产业链、行业协会等基础上,引入知识产权评估机构,支持建立行业专利联盟,引导鼓励高新技术企业积极参加专利联盟,通过知识产权合作构建专利池。制定《行业专利

联盟的组织与管理规范指南》,引导规范专利联盟各环节的程序、法律关系,指导专利联盟制定开放性、公平合理的知识产权政策。

#### (5) 提高知识产权服务水平

加快知识产权平台建设。加强不同服务机构功能的整合与衔接,打造多元化的“一站式”知识产权服务机构体系,建立和完善链条完整的专利运用服务体系。加强面向区产业集群的技术转移服务平台,建立完善专利技术转移转化平台,提高专利信息分析、集成电路正版系统集成、专利转移转化、管理咨询、维权援助等公共服务水平,开展知识产权网上市场、拍卖会等多种交易活动。加强专业化知识产权投资机构的引进,不断完善交易机制。力争到 2015 年底,实现知识产权服务体系的完善与知识产权交易量的显著提升。

完善知识产权托管服务体系。引导和鼓励知识产权中介服务机构积极开展知识产权托管工作,为中小企业、特色产业园区和科技孵化器提供知识产权公共服务和专业化服务。组织开展街道规模以上工业企业知识产权托管服务,引导企业将知识产权工作纳入到经营决策、技术改造等环节,增强企业核心竞争力和市场占有率。

加强知识产权金融服务创新。推进金融机构与专利资源的对接,积极探索科技风险投资中知识产权的质押工作,创建浙江省专利质押试点区,建立适应科技型中小企业的投融资机制。加强知识产权金融创新的市场机制,加强专业化风险投资机构引进,探索建立质押贷款、风险投资、保险、证券化等多层次知识产权投融资体系。

促进高端知识产权服务业发展。支持中介服务机构开展知识产权评议、专利战略、专利运营和交易等综合性高端服务活动,不断向专业化和规模化发展,打造服务品牌。支持律师事务所等依法拓展知识产权业务,引导行业协会、社团组织开展知识产权公益服务。■

2013 年“王星记杯”银奖:王星记扇盒、logo 设计





# 杭州市推行专利保险的现状及其对策研究

王立军 陈锦其 中共浙江省委党校 胡叶飞 杭州市知识产权局

专利保险,又称为专利侵权保险,是指投保人以授权专利为标的向保险公司投保,在保险期间,保险公司按照合同约定向投保人为专利维权而支出的调查费用进行赔偿。即投保人按照保险协议缴纳保险费,在专利研发、专利申请、专利实施与转让、专利使用、专利诉讼过程中,一旦发生保险协议中约定的专利风险事故,则保险人应按照规定支付保险赔偿金的保险服务。

1994年,美国AIG集团(American International Group)响应企业界的要求,推出了第一份专利侵权责任保险单。在知识产权业较为发达的英国、日本,也相继推出专利保险,和美国相比,专利保险险种的保护范围更进一步。英国推出了“专利申请保险”,该项保险的被保险人为专利申请人,是在专利权申请过程中就申请人的

发明创造能够获得专利授权和免遭他人侵犯而提供的双重保险。专利申请人投该项保险后,不但可以加快专利申请审查的速度,也可以避免潜在的侵权人在申请日至授权日这一临时保护期间内所进行的侵害行为。一旦专利申请人投保专利申请保险,保险公司将支付任何为加快专利申请审查程序的额外成本;并且无论潜在的侵权行为是否发生,保险公司将以最低的保险金额来确保来确保专利实施政策的可行性。日本推出了“知识产权授权金保险”,该保险制度以日本企业知识产权的海外授权金收入为保险标的,如果被授权的外国企业因破产或外国政治性原因而无法给付日本企业权利金时,即以该保险来赔偿日本企业权利金收入的损失。而可以作为保险对象的知识产权除了专利权以外,还包括商标权、



技术秘密权和包含电脑以及游戏软件在内的著作权。在专利保险的历史行进中,专利保险险种范围不断扩展,保险机制逐渐建立起来。

为完善知识产权保护体系,2012年2月,国家知识产权局选取北京、武汉、镇江等8市作为专利保险试点城市。此次试点推行的“专利执行保险”产品,其投保理赔范围除专利侵权调查费用外,还包括法律费用。企业只需支付保险限额6%至8%的保费,在保险期内进行专利维权时,只要到法院立案或请求行政管理部门调处,即可享受保险公司提供的前期相关费用(包括调查费、公证费、交通费、住宿费、伙食补助费等)和法律费用(律师费、仲裁或诉讼费等);投保企业还可以享受人保财险系统和知识产权管理部门联合组建的知识产权维权专家团队的法律咨询等相关服务。待条件成熟后,还将研究推出“专利侵权责任险”产品,在更大范围内开展知识产权保险试点工作。

### 杭州开展专利保险的基础

为了解杭州开展专利保险的基础条件以及企业对专利保险的需求情况的,课题组对全市企业进行了抽样问卷调查。本次调查共发放问卷80份,回收有效问卷43份,相关参与调查企业普遍具有高新技术企业认定级别高、创新能力较强、专利活动水平较高的特点。

#### 1. 企业技术能力和创新水平

受调查的企业以高新技术企业以及专利示范企业为主。调查数据分析显示,参与调查的企业以创新型企业为主。高新技术企业占比88.37%,专利示范企业占比67.44%,企业专门设立研发机构的企业更是达到90.70%,其中有8家为上市公司。从参与调查的企业看,总体技术能力和专利活动能力是具有创新型企业的典型特征,具有一定的代表性。

表1 高新技术企业认定级别

企业类型	企业数量	所占百分比(%)
高技术企业	38	88.37
专利示范企业	29	67.44
上市公司	8	18.60

#### 2. 企业专利维持量和申请量

由于调查企业中规模最大的企业为浙江吉利控股集团有限公司,现维持的发明专利超过200项,实用新型专利维持量近6000项,远超过其他企业的平均值,对调查数据整体影响过大。因此,在表2中不考虑浙江吉利控股集团有限公司和未完整填写数据的企业。总体上,受调查企业的PCT专利维持量有10.38项,发明专利、实用新型和外观专利分别达到9.70、17.33和41.06项。而且,自2009年以来的近3年中,受调查企业都积极申请四大类专利,为企业后续发展不断提供技术支撑和知识产权保护。

从调研和数据分析看,受调查的企业总体上的专利创造、保护、运用和管理水平都达到了较为先进的水平,能表征杭州企业总体的创新和专利运作态势。

表2 企业专利维持量和近3年(2009-2011)申请情况

企业类型	PCT 专利	发明 专利	实用 新型	外观 设计
现维持的专利总量(件)	10.38	9.704	17.33	41.06
近3年专利申请数(件)	3.837	10.33	23.01	64.49

#### 3. 企业自身的专利保护和管理体系

受调查的企业中,研发前进行专利检索和分析的企业有40家,占95.34%。此外,许多企业还安排专职人员负责专利保护和管理,专门安排风险管理或保险人员的企业有21家,占48.84%;聘请专利律师的企业有26家,占60.47%。企业知识产权保护制度也为诸多企业所采纳,高达95.34%的企业建立了知识产权内部管理制度,69.77%的企业也建立了避免侵犯其他企业的专利制度。总体而言,受调查企业已经构建了较为完备的“五位一体”的企业专利保护和管理体系。

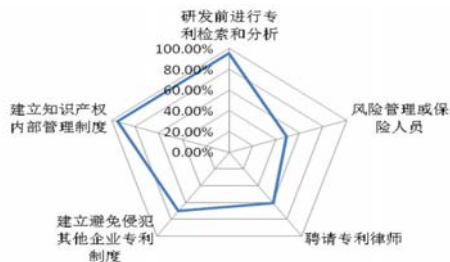


图1 “五位一体”专利保护和管理体系



## 杭州开展专利保险的企业需求

为进一步了解杭州开展专利保险试点的基础,课题组从专利风险发生的频率、企业规避风险的措施以及企业采取专利保险方案的意愿等方面进行了分析总结。总体上看,杭州的知识产权保护环境较为完善,专利侵权并没有成为商业和产业的普遍风险,而且受调查的企业也已进行了较为适宜的专利风险管控措施。

### 1. 专利风险发生频率和企业感知

专利风险主要包括两个方面,一是企业对其他企业专利的侵权而引起的专利侵权赔偿责任风险,二是企业专利被其他企业侵权而引起的损失风险。由于专利保险作为一项新颖的金融风险分散管理机制,其主要是由第二类专利风险而形成的。因此,专利风险发生的频率成为企业专利需求的一个重要影响因素。

从受调查的企业来看,遇到过专利侵权赔偿责任风险的企业仅仅占到 20.93%,而一年多次发生的企业仅为浙江吉利控股集团有限公司 1 家;其余 34 家企业均在媒体上或者其他企业得知专利侵权赔偿责任风险。相比较而言,遇到过专利被侵权损失风险的企业超过三成,但一年多次发生的企业也仅有杭州诺贝尔集团有限公司和农夫山泉股份有限公司;其余 34 家企业也均在媒体上等途径知晓专利存在被侵权的风险。从实际遇到的专利风险情况看,当前受到其他企业对受调查企业侵权的案例有 5 家,而自身专利侵权赔偿风险的企业仅 2 家,其余企业都没有遇到专利风险问题。

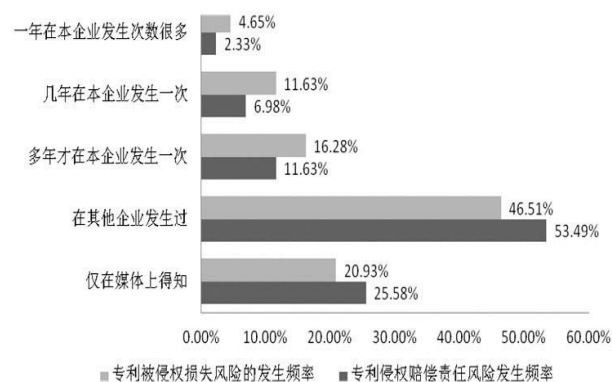


图2 专利风险发生频率

### 2. 企业专利风险的规避方式

为保护企业技术创新成果,保障自身的创新收益,专利管理成为影响企业已有知识产权的重要事务。从受调查企业的实际管理方式看,仅有 13.95% 家企业认为最经济有效的手段是通过购买保险,而大部分企业(81.4%)的企业则认为主要通过加强管理来保护。与之相关的问题中,35.62%的企业主要是通过申请专利来保护和实现创新收益的,通过商标和品牌途径来实现收益的企业与之大抵相当。而商业秘密和商业模式创新的途径相对较少,总和也占到了近三成(如图3)。总体上看,尽管大部分企业都申请了专利,但是真正实现价值的时候,不同企业对保护和实现创新收益的途径的看法是很不相同的。

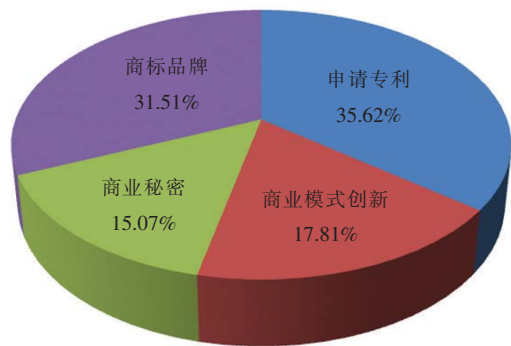


图3 保护及实现创新收益的主要途径

### 3. 专利保险的需求

具体到企业专利保险的需求,主要从险种、承保地区、服务方式和购买意愿四个方面进行了调研。第一,从专利保险的险种上看,53.49%的企业倾向于包含专利侵权责任保险和专利执行保险两种险种的保险,就两者而言,专利执行保险则更受企业青睐。第二,从承保地区看,美国和加拿大等北美地区被认为是最需要承保的地区,其次是欧洲地区,占到 23.26%,而日韩地区被认为相对不需要承保。需要指出的是,其他地区中,5 家企业明确指出需要对加强对国内专利保险的力度。第三,就服务方式而言,企业最希望的是保险公司能够推出企业将所有专利“打包”式的险种,同时为了方便也希望在申请专利的时候能够一并购买。相对而言,以园区或行业的形式购买的意愿较低,当然,企业就单个专利直接购

表 3 企业专利保险的需求

保险险种		保险险种		服务方式		购买意愿	
专利侵权责任保险	16.28	美加地区	34.88	直接购买	16.28	还没设想	86.05
专利执行保险	20.93	日韩地区	6.98	企业“打包”购买	39.53	近期购买	6.98
专利综合保险	53.49	欧洲地区	23.26	园区或行业统一投保	9.30	政府支持	2.33
不了解	9.30	其它地区	32.56	申请专利时统一购买	34.88	尝试探索	4.65

买的方式也受到 16.26% 企业的欢迎。最后,就购买意愿而言,只有 2.33% 的企业在政府扶持和鼓励下购买了专利保险,而 86.05% 的企业没有考虑购买专利保险,仅有 6.98% 的企业考虑会近期购买,4.65% 的企业愿意对专利保险这种新型的科技服务进行尝试和探索。

### 杭州开展专利保险的制约因素

尽管,受调查的企业有较强的创新能力,其专利活动也较为活跃,但是就专利保险的购买意愿还是比较低的。当然,其中的原因是多方面和多层次的。

应该说,专利侵权案件的体验对于专利风险的认知、侵权损失乃至专利保险都会有很大的影响。从问卷上结果看,2/3 以上的企业并没有亲身体会过专利侵权案件,有些是从身边企业了解,还有 47% 的企业仅在媒体上获悉,而曾经参与过或全权委托律所等单位处理相关案件的企业只有 13 家。从这些数据看,企业对于专利侵权以及专利保险的认知还没有形成很强的专利风险意识,进而对于专利保险的认知、接受和购买都产生了较大的负面影响。

而且,就企业专利风险损失程度的预判而言,无论是侵权还是被侵权,接近 7 成的企业认为会使企业面临一定损失,分别占到 23.26% 和 34.88% 的企业认为侵权和被侵权会严重影响企业收入,各有一家企业认为可能会导致企业倒闭。从总体上而言,专利风险已受杭州企业所了解,但大体上认为并不是严重影响企业发展的制约因素。

为进一步分析开展制约专利保险的制约因素,课题组对 10 家包括浙江吉利控股集团有限公司在内的企业进行调查,这些企业是曾经打过专利民事诉讼的。就是

否会购买专利保险的问题,7 家表示没有设个设想,2 家近期会购买,1 家愿意尝试和探索。可以认为,即便是曾经打过专利民事诉讼的企业也并非认为专利保险是比较完善的专利保护和管理机制。

总体上看,杭州企业的专利意识已较强,而且企业自身也通过设置较为完整的专利保护和管理体系,并配合商业模式创新、商标品牌等多元化措施能较好的保护及实现创新收益。然而,专利保险也具有一定的需求,也有不少企业愿意尝试和探索,一些企业在政府的鼓励和支持下也对专利进行了投保。

### 杭州开展专利保险试点的对策建议

通过对问卷分析,杭州开展专利保险的制约因素大体上有以下几个:

一是企业对专利保险业务的认识还不足。因此,有必要通过开展专利保险试点来普及专利保险的知识和功能。

二是对专利保险的实际运作还不是很清楚,可能导致诸多企业对专利保险的效果还不是很肯定。

因此,这也要求杭州有必要开展专利保险试点,从实践上对这一新型的保险业务做一个探索和检验。此外,浙江省嘉兴市已于 2012 年 12 月被列为全国第二批专利保险试点地区,作为全省科技型企业最密集、专利产出最多的省会城市,杭州市应积极力争开展专利保险试点工作,以推进创新型城市建设。

#### 1. 加大研究及宣传力度,开拓专利保险市场

要想进一步发展专利保险制度,首先应该加大对专利保险制度的研究力度。建议依托人保财险杭州分公司,根据市场需求情况,研究设计专利侵权责任险、专利

权质押融资保证险等新险种,积极争取国家知识产权局、人保财险总公司指导和支持,尽快推出市场组织实施。其次,基于公众对专利保险的认识普遍不足的问题,最重要的就是让专利保险进入大家视野之中。杭州市知识产权局应联合相关保险公司加大专利保险的宣传力度,让公众了解专利保险制度的价值所在,明确专利保险制度在当今知识经济的优势及作用,同时更加了解专利保险的运作机制,如前期的投保条件、中期的专利管理和监督以至后期发生专利侵权事件后的维权等,只有让公众更加了解专利保险,才能够促进专利保险的发展。并通过运用多样的市场营销策略和营销手段,不断地致力于推进专利保险进入市场、在市场中发展,甚至最终促进市场的发展。

## 2. 实施专利保险试点支持政策

将专利保险补贴资金纳入市科技计划支持,对高技术含量、高附加值、高成长性和高产业带动性的企业或产品的优质专利,实行专利保险保费的政府资助,推动战略性新兴产业和优势支柱产业领域的专利成果加快向价值链高端攀升。

## 3. 建立专利保险服务平台

以中国(杭州)知识产权维权援助中心等服务机构为依托,建立保险公司、经纪公司、风险评估单位等中介机构合作机制。探索建立与专利保险相适应的专利纠纷

应对和专利维权服务平台,开展参保专利的托管,提供专利维权策略咨询以及收购、转化、交易、产业化和投融资等系列增值服务,对企业应对专利纠纷和专利维权事项进行指导,对投保期内专利进行法律动态跟踪和风险评估,推动发明创造的实施应用,提高企业自主创新能力。

## 4. 优化专利保险运营模式

以降低企业创新成本和鼓励企业运用专利为目的,加快优化专利执行险的运营模式,试行专利保险统保,建立机构推荐和市场受理的专利保险申请流程,对县(区、市)知识产权管理部门组织和推荐的高新技术企业、专利示范与试点企业所拥有的重点、核心专利的投保,由市知识产权局会同市财政局、人保财险杭州分公司组织专家进行评估审核后,实行保费优惠。人保财险杭州分公司各分支机构同步受理其它企业的专利保险申请。

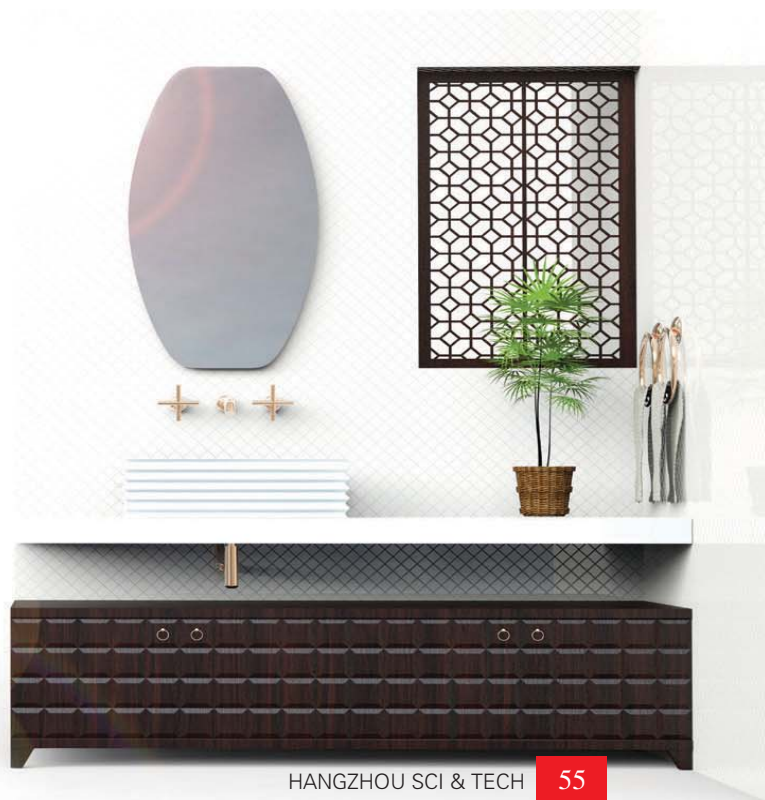
## 5. 组织专利保险培训和对接

加强专利保险供需双方的互动交流,在保险系统开展专利保护及相关知识的培训,提高保险从业人员对知识产权工作的了解,面向企业和知识产权系统开展专利保险业务的宣讲,加深企业对专利保险的理解和认识。充分发挥专利保险中介机构的专业优势,对重点企业和优质专利实行服务推送和指导。■



2013年“党山杯”金奖

复古风卫浴创新设计





# 国内各城市工业设计产业化发展之特色

国家“十二五”规划提出：“加快发展研发设计业，促进工业设计从外观设计向高端综合设计服务转变。”许多城市把发展设计产业作为“立市之本”，如北京提出“创意设计产业塑造活力北京”，上海提出“建设亚太地区领先、全球知名的设计之都”，深圳提出“建设中国设计之都”，无锡提出“创立亚洲设计中心”，各地正在积极推动工业设计产业的发展。

## 北京：创意设计产业塑造活力北京

北京的设计产业规模和技术服务水平居国内领先地位。2007年，北京开始启动设计创新提升计划，出台一系列政策来引导、支持设计产业和企业的发展。2010年，北京市出台《北京市促进设计产业发展的指导意见》，决定打造九大设计产业园区，进一步优化了设计之都的建设环境。2012年，北京正式加入联合国教科文组织(UN-

ESCO) 创办的全球创意城市网络，成为“设计之都”。2013年，北京市制定出台《北京“设计之都”建设发展规划纲要(2013-2020)》，推进设计之都建设。

### 推进产业集群化发展

北京已经形成了中关村设计产业带、以清华大学美术学院为中心的建外设计产业带、以中央美院为中心的大山子设计文化产业带（酒仙桥电子城、798工厂等）等工业设计产业聚集区。2005年北京启动了北京DRC工业设计创意产业基地建设，总面积达8000平方米。北京DRC成为全国发展的最早的工业设计园区之一。北京通过各类工业设计产业聚集区的建设和发展，为工业设计企业搭建完善的创新平台和浓厚的创新文化氛围，营造适合工业设计企业发展的环境，对北京工业设计产业的发展发挥着重要的带动作用。



2013年“吉利杯”金奖：帝豪混合动力A级两厢车



**分离式烤盘电饼铛设计** 2013年“苏泊尔杯”金奖  
SEPARATE PAN ELECTRIC GEAR DESIGN

#### 扶持设计企业提升竞争力

北京市通过实施“设计百强企业”计划，支持一批成长性好的优秀设计企业。通过“一企一策”的支持方式，为企业提供特色服务，采取多种鼓励办法帮助企业入选设计百强企业。鼓励龙头设计企业牵头组建各类设计产业联盟，扶持中小设计企业做专做精。

#### 完善设计公共服务平台

北京市依托北京工业设计促进中心打造首都科技条件平台工业设计领域平台。该平台根据工业设计领域产业链上下游特点，整合国内外技术设备供应商、技术应用商、高校研发机构等设备和服务资源搭建的专业化服务平台。北京市还建立“北京设计博物馆”，搭建各类设计技术公共服务平台、信息服务平台、成果转化平台，集成国内外优质设计资源，为企业成长提供品牌推介、国际交流、技术转移、科技创新、信息共享、人才培训、知识产权服务、政策和法律咨询等系统服务。

#### 上海：建设亚太地区领先、全球知名的设计之都

上海在很早就开始了工业设计探索，早在2004年，上海就率先提出推动创意产业发展。上海是中国工业设计的最发达的地区，2008年出台《上海工业设计产业发展三年规划（2008—2010）》。2010年，上海加入联合国教科文组织“创意城市”网络，成为全球第七个设计之都。2011年，上海市将工业设计纳入了“十二五”期间文化创意产业发展的十个重点领域。2013年，上海制定了“设计之都建设三年行动计划（2013—2015）”，将推动上海在2015年初步建成亚太地区领先、全球知名的设计之都。

#### 促进产业集聚化规模化发展

上海是全国最早将老厂房转变为创意产业园区授牌的城市之一，目前拥有中国数量最多的文化及创意产业园区。上海创意产业集聚区正从园区向社区及城区方向发展，如黄浦区的“江南智造”、静安区的“昌平路”创意

带,通过打造创意城区形成创意氛围,实现规模化与产业化效应。上海还建设上海国际工业设计中心,加快工业设计产业的集聚。

### 出台多项财税政策

上海工业设计的快速发展,与政府部门的高度重视、政策扶持紧密相关。在对工业设计企业的专项扶持上,上海市通过在企业设立原创设计工作室给予项目资助。从2004年起,该市相关部门重点在家电、工艺旅游纪念品、家具、包装印刷、服装服饰、家纺等消费品行业领域认定并支持了三批共24家原创设计工作室项目,给予了一定的财政资金补贴。2009年开始,上海服务业引导资金将设计类项目纳入支持范围。2012年,出台文化创意产业财政扶持资金,重点对包括工业设计在内的文化创意产业公共服务平台项目给予聚焦式扶持。在税收上,率先在全国开展了营业税改增值税试点工作,将设计服务业纳入试点范围。在融资渠道上,采取推进企业在资本市场上市融资的方法,取得明显成效。2011年,上海还成立了创意(设计)产业投资基金联盟,重点关注创意产业项目的投资。

### 推进载体和服务平台建设

在载体建设上,上海积极引导工业设计产业在重点产业领域和工业园区配套布局。同时,打造一批以设计

为主题业态的创意产业聚集区,在已认定的89家创意产业聚集区中,形成以工业设计为主题的上海国家工业设计中心,时装设计为主题的时尚谷、上海时尚产业园等聚集区。

在公共服务平台建设上,建立创意设计公共服务平台,30多个公共服务平台为创意设计企业围绕工业、时尚、建筑等七大行业提供信息资源、产业要素和技术支撑三大类服务。此外,还搭建了以上海设计之都公共服务平台为核心的服务平台群,为创意设计产业的发展提供信息、技术、金融、人才等各类服务。在包装印刷、工艺美术旅游纪念品、服装服饰等专业行业领域建立一批设计创新公共技术服务平台,促进行业设计创新。

### 推进设计人才高地建设

从2010年起,上海市开展青年高端创意人才、优秀女设计师等选拔活动,累计选出20名青年高端创意人才、10名优秀女设计师,以及41名入围人才。此外,上海还开展“影响上海设计的100位(个)设计师和设计机构”评选活动,向企业推荐优秀设计人才和机构;推荐一批为轻纺行业服务的原创设计工作室,该活动得到政府专项支持,充分调动设计界自身发展的积极性。

上海市还建立上海交通大学、同济大学、东华大学等创意产业人才培养基地,为工业设计领域人才提供了良好的培训环境。同时,上海还积极拓展与国际设计产业的交流合作,为工业设计水平的提高与国际化发挥了积极作用。

## 深圳:建设亚太地区领先、全球知名的设计之都

深圳市将工业设计产业作为战略性新兴产业重点发展。2009年,深圳市出台《关于促进创意设计业发展的若干意见》。2012年,出台《关于加快工业设计业发展的若干措施》,提出用5年时间努力将深圳建设成带动全省、辐射全国、面向全球的设计创新中心的发展目标,并从提升工业设计创新能力、构建公共服务体系、强化高端人才培养、优化产业发展环境等方面提出具体措施。

墨燈

Black Light

2013年“观唐杯”银奖



58

杭州科技





### 提升设计产业国际化水平

深圳市每年举办中国(国际)工业设计节、中国(深圳)工业设计周等高层次设计展会和设计大赛,提高设计水平,推动设计产业发展。积极与美国、英国、德国、意大利等设计比较发达的国家开展交流与合作,提升设计国际化水平。2013年还举办德国IF大奖深圳展、“红树奖”设计大赛、中国(深圳)国际工业设计大展。

### 打造设计创意产业聚集区

深圳建立深圳设计之都创意产业园,该园区是联合国及政府文化产业的重要项目。深圳市还重点打造设计创意产业聚集区,通过与旧城区、旧工业区、旧商业区域改造及置换相结合,建立专业化、国际化工业设计产业特色园区和工业设计外包基地。深圳已建成田面设计之都、F518时尚创意园、马家龙设计产业园等具有典型示范作用和集聚效应的创意设计产业园区45个,有6家基地(企业)获得“广东省工业设计示范基地(企业)”称号,聚集发展效应明显。

### 建立专项扶持资金

深圳市出台《深圳市文化产业发展专项资金管理暂行办法》扶持工业设计。深圳市《关于加快工业设计发展的若干措施》规定,自2013年起连续5年,市财政每年从产业转型升级专项资金和文化创意产业专项资金中各统筹安排5000万元,共1亿元设立工业设计产业发展专项资金,用于支持工业设计产业发展。

## 无锡:创立亚洲设计中心

无锡国家工业设计园被评为我国第一家工业设计园。2006年,无锡市制定出台《加快发展工业设计产业的若干意见》,积极推进无锡市工业设计产业发展。

### 兴建“三创”载体

无锡市,自2006年开始启动实施科技创新创业创意载体(简称“三创”载体)建设。已建成无锡工业设计园、建成了创意园、湖景科技园、工业设计大厦、“530”大厦、

联创大厦、佳诚国际等80多万平方米的“三创”载体,在2.5平方公里范围内,建设了工业设计孵化基地、创意产业园区、专业化研发设计楼宇群和生活休闲配套区等四大功能区域。2010年,出台《关于大力度加快“三创”载体建设三年行动计划》,规划到2020年,无锡市“三创载体”累计竣工面积将达3000万平方米,形成“三带九区”的总体布局结构,并计划吸引硕士以上人才40000名以上,海外留学归国人员20000名以上;累计入驻企业20000家以上;累计建成市级以上科技基础设施项目2000个以上;技工贸总收入、利税规模分别超过4000亿元和1000亿元。

### 打造示范园区

2002年,无锡市建成无锡国家工业设计园,2003年被国家科技部批准为中国第一家以工业设计为主的工业化园区,无锡工业设计园区规划面积2.5万平方公里,引进工业设计相关企业80家,初步形成了IT设计、软件设计,工业计算机设计为内涵的工业产业格局。园区被国家知识产权局批准设立无锡(国家)工业设计知识产权园,被国家人力资源和社会保障部批准设立博士后科研工作站,被认定挂牌为江苏省现代服务业集聚区、江苏省国际服务外包示范区、江苏省无锡滨湖留学人员创业园。

### 推进重大项目建设

无锡市以工业设计为主题,有针对性地同科研院所、企业的研发机构以及专业设计公司进行合作和兴建。2006年启动了中科院软件研究所无锡基地、超级计算中心、现代创意设计中心、IC设计中心等重大设计项目的艰涩、其中超级计算中心是由政府投资的开放的、可共享的省内首个超级计算中心项目,面向半导体、动漫、生物化学、新材料、汽车设计、船舶设计等领域提供服务。

“十二五”期间,无锡市将进一步优化工业设计发展的综合环境,并加快培育龙头设计企业,制定有针对性的鼓励政策,发挥政策引导和激励产业发展的作用;结合无锡“530计划”的实施,吸引具备国际视野的工业设计领军人才。■

# 国外工业设计产业化发展之特色

吕月珍 杭州市科技信息研究院

国外工业设计发展较早,学习借鉴国外发展振兴工业设计的经验,有助推动我国工业设计产业的发展。

## 意大利:独具创新特质

意大利的工业设计享有世界第一的声誉,欧洲最畅销的 10 种轿车有 6 种是意大利人设计的。意大利人依靠杰出的设计创造世界级的大品牌,Made in Italy 已经成为意大利一个最大的品牌。意大利培养出一批著名的设计大师和制造商,在现代设计领域占领先地位。

### 独特的设计工业体系

意大利生产体系中以中小型企业为主,在整个国家经济中占重要位置,许多世界名牌都诞生于这些中小企业中。这些中小企业对设计有高度的认知,企业家通过委托优秀设计师来确保自己的产品有成功的设计。这些企业追求设计的创新和产品的创新,始终保持小批量生产,从而保证高额的设计附加值。意大利很多企业强调设计的传承,使品牌形象鲜明,品牌附加值的积累。

### 乐于创新的文化氛围

意大利设计非凡的成就是建设在意大利独特品质特征之上的。无论政府、工业界、大学、媒体或普通民众,都把设计作为最有生命力和国际影响的意大利艺术来看待。意大利设计师乐于接受新技术、新观点、新材料,他们对本民族的文化精粹和传统手工艺非常重视,并且让新事物自然融合到历史传统、本土文化中。意大利的设计师大多是自由职业者或者自主创业者。设计事务所往往也只专长于某一领域,一个设计开发项目常需要几个设计师或设计事务所共同完成,这样促进设计的成功

度、激发更多的创新力。意大利还发展出一套有利的设计批评体系,能够在各种媒体上公开地讨论各种观念,这使得意大利能成为有持续活力的创新活动中心。

此外,意大利政府通过建立发达的设计服务体系,如传媒业、会展业、设计院校等扶持设计业发展。意大利工业设计协会和其他协会经常联合对本国工业设计水平进行研究探讨,并邀请工业企业和专家的参与,确保工业设计产业可持续发展。三年一度的米兰展和其他一些展览,也不断在向全世界展示全新的意大利设计风格。

## 英国:扶持发展型

英国作为世界上最早发生工业革命的国家,其工业设计有着悠久的历史,依靠工业设计使英国工业水平处于领先。与欧洲其他国家不同,英国的设计产业是在政府的直接扶持下发展起来的。二战后,英国政府十分重视设计的发展,采取了一系列的措施引导、扶植英国的设计。

1944 年,成立英国工业设计委员会和它下设的设计中心,主要为英国工业企业提供设计咨询、设计情报,以及组织设计展示,开展设计探讨活动和对政府和社会公众宣传、普及工业设计的知识等。工业设计委员会出版了世界上最重要的设计杂志之一——《设计》,对设计艺术理论和实践进行探索,并介绍各国设计艺术的发展动态。

1946 年在维多利亚和阿尔伯特博物馆举办了英国第一次工业设计展览会,题为“不列颠能做”。1948 年,组织第二个设计展览——“不列颠人的节日”,展出了包括著名设计师厄尼斯特·雷斯和罗宾·代等具有现代主义



风格的设计作品。

英国工业设计委员会下设的设计中心，设立了年度设计大奖“爱丁堡奖”，由女王给最优秀设计作品的设计师与生产厂商颁发大奖，这是英国工业设计的最高荣誉。英国还推出优良设计标志计划，促进了企业界对工业设计的重视。

### 德国：世界工业设计革命

德国作为工业设计的发源地，在 20 世纪初的崛起很大程度上受益于它所开创的工业设计革命。德国有“德意志制造同盟”和“包豪斯”的传统，德国的持续发展也得益于它所开创的世界工业设计革命。

1907 年，德国成立“德意志工业联盟”，主张把艺术、工业和手工艺结合起来，把机械式样作为 20 世纪设计运动的目标，在欧洲大陆率先接受了从手工业生产到机械化大生产的社会转型这一现实。他们举办展览，召开年会，探讨适合机械化生产的新形式，提出了标准化、大批量生产的现代生产方式，并开展了与此相适应的设计活

动。彼得·贝伦斯的设计确立了现代设计重功能、重理性的设计原则和设计形式。“德意志工业联盟”的活动摆脱了工业革命后“工艺美术运动”和“新艺术运动”对手工艺生产方式和装饰美的怀旧，成为真正意义上的现代设计活动。

德国还是最早开展现代设计教育的国家，包豪斯设计学校的教学体系一直是今天设计教育的基本模式。德国重质量、重功能、重技术的设计思想成为现代设计思想的核心。德国每年有不少工业设计中心都会得到当地政府和管理部门数量可观的拨款资助，一些城市工业设计中心的人员编制为国家公务员。另外，德国工业设计的教育从小学到大学都已经非常普及。

### 日本：设计立业

日本实施“设计立业”战略，提出了“科技立国，设计开路”的国策，在设计开发上投入的资金占国民生产总值比例已达 2.8%，居世界首位。日本由于设计的优势，“轻、薄、小、巧、美”的日本商品风靡全球。



# 拨石见水

2013年“分水杯”金奖



## 形成政策推进体系

日本在二次大战后,为确保日本工业迅速稳定地发展开展了一系列促进工业设计的活动。首先,1949年日本发布了“工业法”,并举办“美国现代生活展”,给日本人影响极大。1951年,日本邀请美国著名设计师雷蒙德洛讲学。1952年成立“工业设计师学会”。1965年在艺术大学成立工业设计系,培养大批设计人才。经过政府的加入、帮助,日本工业设计产业在六十年代初得到迅速发展。

日本政府和有关部门为推进工业设计,制定和实施相关政策、法规:从中央到地方建立一系列工业设计及设计教育事业发展的机构、工业设

计中心等;举办国际、国内工业设计的展示活动,如“国际设计双年展”和“大阪设计节”;评选优秀工业设计作品,奖励优秀的工业设计家及对工业设计事业发展有贡献的人员。

## 加大企业自主创新

日本工业设计从模仿欧美开始,在日本提出“科技立国”、“迎接设计本位型社会的到来”等口号后,各企业开始加大自主设计改变以往靠引进外国设计样式或忽视设计的商业模式。日本的大企业如索尼、佳能等在自主设计上都取得过一定的成绩。企业将自主设计作为产品技术革新的一個基本要素,大大提高了产品的附加值。日本工业设计产业也被推向繁荣发展。

## 重视理论研究

日本设计界对工业设计的研究十分重视,除了政府支持举办的一些学术会议和工业设计院校的学术研究以外,日本工业设计师协会还开展了大量的推进工业设计研究的工作。日本工业设计师协会在“科技立国”的方针指引下,将更多的经历投入到研究尖端技术对设计的影响和推动上,提出了“先进技术设计”、“信息化社会与设计”、“人机交互界面”等论题,积极引导工业设计发展。

此外,日本还制定完善的摹仿防止对策制度,确立原创设计产品的经济利益,健全输出贸易的发展等政策。■

# 《杭州科技》2013 年总目次

## 第 1 期( NO.1/ 总第 199 期 )

### 资 讯

- 03 资讯·创意街
- 04 资讯·前沿
- 06 资讯·微科普

### 盘 点

- 08 2012 杭州科技年度关键词
- 13 2013 杭州科技新看点
- 15 数字背后看杭州科技力量
- 18 有图有真相——2012 年杭州市科技动态速览
- 21 盘点 2012 年国内十大科技新闻
- 62 盘点 2012 年国外十大科技新闻

### 荣 耀

- 24 2012 年杭州市获国家科学技术进步奖名单
- 25 2012 年杭州市科技进步奖获奖名单
- 29 英雄岂止马上飞 科学双星保家国——郑哲敏、王小谟获

### 2012 年度国家最高科技奖

### 经 验

- 32 打造战略性新兴产业核心载体的“滨江 style”

### 区 县

- 34 上城卷
- 36 下城卷
- 38 拱墅卷
- 40 江干卷
- 42 西湖卷
- 44 高新(滨江)卷
- 46 萧山卷
- 48 余杭卷
- 50 富阳卷
- 52 桐庐卷
- 54 临安卷
- 56 建德卷
- 58 淳安卷
- 60 杭州经济技术开发区卷

## 第 2 期( NO.2/ 总第 200 期 )

### 资 讯

- 03 资讯·前沿
- 04 资讯·创意街
- 06 资讯·微科普

### 封面故事

- 08 科技西进! 迈着创新的步伐前进!
- 12 集聚创新资源 激发五县(市)创新活力——徐文光副市长在推进“科技西进”工作专题会上的讲话
- 14 杭州市科技西进发展设想
- 18 追踪:杭州“科技西进大计”是如何出炉的?
- 19 杭州市科技西进服务“十大产业”现状
- 22 余杭:未来科技城
- 临安:青山湖科技城
- 富阳:银湖科技新城
- 桐庐:富春江科技城
- 淳安:千岛湖科技城

### 聚 焦

- 26 兴产业、惠民生 “科技西进”推动余杭创新腾飞
- 28 以平台为亮点 “科技西进”助力实现“富阳梦”
- 31 借“西进”东风 让科技之舟在桐庐扬帆起航
- 34 五个数字 看“科技西进”提升临安创新能力
- 36 取长补短 “科技西进”推动淳安科技工作与时俱进

### 政 策

- 38 关于加快推动文化创意产业西进的实施意见(节选)
- 41 富阳市引进和发展科技企业的相关政策
- 45 创建省级可持续发展实验区的重点领域——淳安县省级可持续发展实验区(2012-2016 年)建设规划(节选)

### 探 索

- 49 青山湖科技城创新链和产业链互动研究
- 53 富阳加快发展战略性新兴产业促进经济转型升级的思考
- 56 青山湖科技城科技成果产业化对策研究
- 60 余杭区培养技能人才促进产业转型升级的思考
- 63 “余杭梦”:中小微科技企业三年再造一个“创新余杭”

## 第 3 期( NO.3/ 总第 201 期 )

### 资 讯

- 03 资讯·创意街
- 04 资讯·前沿
- 06 资讯·微科普

### 聚 焦

- 08 2013 中国上海国际技术进口交易会新技术新产品展示荟萃

### 封面故事

- 12 民营科技企业孵化器“杭州特色”研究
- 15 杭州民营科技企业孵化器产学研合作模式的研究
- 18 杭州民营科技企业孵化器的经济成效评价
- 23 业界观点

## 政 策

25 国家科技企业孵化器“十二五”发展规划(节选)

## 经 验

29 产业为本 资本为翼——银江孵化器打造民营孵化典范

32 从“楼友会”开始 让创业更容易——颐高科技创业园的特色服务

36 从小到大“五张床”阶段培育连成网——浙江赛博科技孵化器的特色模式

40 (科技+金融)X 服务=恒生科技园的腾飞之翅

43 从“烂尾工程”到“高精园区”——民营杭州天和高科技产业园发展探析

## 探 索

46 杭州科技企业孵化器发展与探索

51 浙江科技企业孵化器发展的“双加模式”和“区域特色”

## 借 鉴

53 国内科技企业孵化器政策借鉴

55 国外民营孵化器经营模式分析

60 美国孵化器经营模式探索

## 孵化园

63 杭州市科技创业公共服务平台

## 第 4 期(NO.4/ 总第 202 期)

### 资 讯

03 资讯·创意街

04 资讯·前沿

06 资讯·微科普

### 封面故事

08 杭州科技创新工作的三块“金字招牌”

12 杭州建设创新型城市的实践和探索

16 杭州国家创新型城市总体规划(节选)

### 聚 焦

22 杭州创建国家级文化和科技融合示范基地的经验和成效

26 杭州“国家级文化和科技融合示范基地”建设方案(节选)

30 杭州科技和金融结合的创新举措

33 杭州市建设国家促进科技与金融结合试点城市方案(节选)

### 探 索

36 杭州加快发展创新型经济的思考

40 关注杭州市创新型试点企业的创新效率

42 TIPS:国内外发达地区是如何推进科技创新的?

45 杭州市科技创新服务平台发展实例研究

### 分 析

49 专利授权结构更加优化 创新潜力依然巨大——2012 年度杭州市专利分析报告

54 深入信息化城市试点 推进就业档案库建设

## 区 县

55 西湖区成长型大学生创业企业的调查与思考

58 打造江干创新型经济集聚平台的思考

61 建德市精细化工产业创新平台建设的思考

63 余杭区“一二三六”助力企业科技创新

## 第 5 期(NO.5/ 总第 203 期)

### 资 讯

03 资讯·创意街

04 资讯·前沿

06 资讯·微科普

### 封面故事

08 杭州:3D 打印技术成长的沃土

10 浙江省 3D 打印产业联盟成立

11 3D 打印技术:第三次工业革命的领跑者

### 聚 焦

15 3D 打印——从虚拟到现实的理想捷径

20 生物 3D 打印——打印生命的希望

21 Tips:可以用 3D 打印机制造的人体结构

24 第一期创新创业大讲堂生动开讲

25 杭州市科技创新服务中心“创新创业诊所”活动启动

25 建德碳酸钙企业技术对接洽谈会成功举办

### 政 策

26 关于加强三维打印技术攻关加快产业化的实施意见

28 三维打印技术研究计划(2013-2015 年)

### 探 索

30 增材制造(3D 打印)技术的发展路径探索

35 3D 打印:先进制造领域的必争之地

35 Tips:3D 打印趣闻图说

### 经 验

38 身边的 3D 打印乐园——记杭州先临三维技术创新案例

### 借 鉴

47 发达国家 3D 打印的技术前沿和发展方向概览

53 国外先进 3D 打印技术案例参考

### 分 析

58 2013 年度杭州科技进步监测分析

62 2013 年度杭州各区、县(市)科技进步监测分析

## 第 6 期(NO.6/ 总第 198 期)详见本期目录