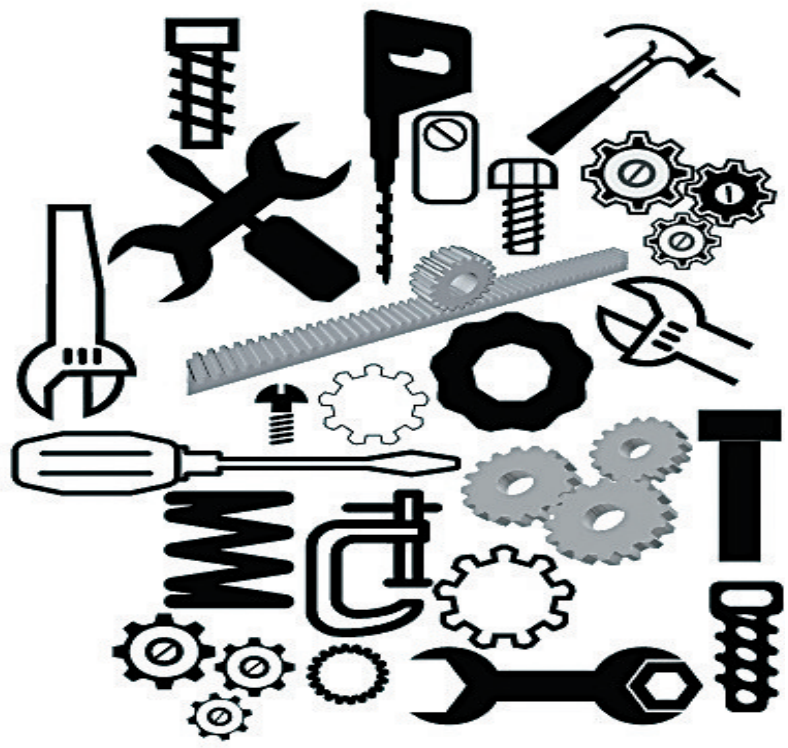
嵌入研发出精品 智能领域迎风口

——从五金博览会看工业设计升级方向

□记者 田妙联



工业设计催生了无数“爆款”，吸引众多企业跃跃欲试。记者通过五金博览会发现，随着互联网的渗透，设计公司、制造企业纷纷转型，各自趋向平台化运作，通过“设计+资本+互联网”的协同制造，驱动时尚五金奏响“欢乐颂”，提速五金产业结构调整升级。

1. 工业设计为产品点石成金

26日，五金博览会工业设计展区，一个个样式新颖、功能超前的产品夺人眼球：万能通霸管道疏通器、花岗岩锅、智能晾衣机、3D儿童打印机……

“我们的客户70%来自永康。这两年，来咨询的人多了，设计也愈发个性了。”金华市首创五金设计有限公司是一家专注于杯壶设计的公司，该公司总经理康春介绍。

得益于工业设计，一些名不见经传的小公司快速成长为明星企业。市久久科技有限公司就是典型的代表，短短五六年间，该公司从小微企业发展为规上企业，今年有望跻身年产值超亿元企业。“以前产品以模仿为主，现在，企业花在模具、设计上的费用渐渐增多，去年已达400多万元。”该公司总经理吕润行说。

优秀的工业设计无疑成为“金手指”，赋予制造产业全新的生命力。去年有20多家生产企业争相向工业设计公司购买榨汁杯专利，形成10多亿元的产值。据统计，我市五金制造企业近40%的新产品由工业设计成果转化而来，60%以上的利润由工业设计成果转化产生；30%以上的专利由工业设计成果而取得。

不过，比起欧美国家，我市企业对工业设计投入还少之甚少。浙江斐络工业设计有限公司设计总监安德瑞是意大利知名设计师，也是今年德国红点设计大赛的评委。他表示，在欧美国家，企业可划分为两类，一类是设计引导型企业，另一类是纯粹加工厂，两者之间，设计引导型企业因更符合当前个性化需求，能赚更多的money。他举例，即使是一家生产螺丝的公司，也愿拿出30%的销售额用于工业设计，如要制造出适用于金属、木头等10多种材质的螺丝，设计投入更是高达80%。

不少设计师表示，大多数企业只会拿出5%左右的盈利投入工业设计，有的企业主甚至宁愿买豪车，也舍不得花数万元买设计。

另一方面，工业设计公司莠不齐。面对几千元到十几万元不等的设计费，企业难以抉择，设计订单外流现象也屡见不鲜。

2. 自品牌对接优势制造

为此，我市工业设计公司积极探索自身的转型方向，逐渐从提供单纯的设计服务，向以设计为核心，整合供应、制造、资本、市场销售等整个工业设计产业链资源转变。

近两年，斐络公司先后在上海成立了一家公司，用来孵化自主品牌；今年又成立了欧洲设计学院，搭建设计服务平台，放大“设计+”价值效应。

“年底，我们将推出两款自主设计产品，目前正在寻找优势工厂深度合作。”斐络公司负责人朱红贞说，这两款产品涉及家电和交通工具类，属于高科技产品，能抵挡大批跟风者。

以往，设计公司多受资金困扰，一心只为企业作嫁衣裳。现在“+互联网”后，资金可以通过众筹等平台募集，很轻易就能找到国内外代加工厂，打开市场，树立自己的品牌。

记者发现，一些设计公司甚至还能提供后期模具、宣传渠道，产业链扩展趋势明显。那么，传统制造企业又该如何应对？公司邀请设计公司入股研发新品，销售交由外贸公司打理，通过三方资源强强联合，公司业绩蒸蒸日上，截至目前，公司销售额与去年全年持平了。”吕润行说，设计公司技术入股后不用发愁新品，该公司管理成本也大降，只需做好精益制造就可以了。

去年，浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司也与北京洛可可设计公司达成战略合作，针对80、90后群体推出NONOO潮品牌系列水杯。短短一年，NONOO借道哈尔斯渠道打入中高端市场，自拓线上平台，业绩一路飘红。下个月，产品还将走出国门，闯进东南亚市场。

NONOO品牌负责人俞任放说：“在转型升级中，传统企业需要解放思想，对接优势渠道资源，从工业制造思维向品牌化思维转变。”

在公司发展之初，俞任放就为品牌打上了“自我、任性、调侃、积极”的标签，目标锁定80、90后人群。从运营策略上看，NONOO趋向平台化立体营销。采用小米手机+微商团队运作模式，通过微博、微信、微商城、网红直播、壹基金等线上线下平台、活动立体宣传曝光，并借助众筹平台试销，预热市场，融合嫁接上设计+资本+互联网，四轮驱动创新未来。

3. 新能源智能领域迎来风口

采访中，安德瑞表示未来工业设计多着重两个领域，新能源和智能领域，比如，可设计一款清洁能源交通工具，用太阳能替代电池，到达时会提醒行驶里程；应用无人驾驶技术，结合上手机APP，实现一键控制。

事实上，一些设计公司已经切入人工智能领域，如智能快递箱，该箱小巧轻薄，可贴墙上，但又可以变得很大，如柜子般，还防水。快递箱上有按键，会发指令给房主，房主可通过手机看到快递员面貌，掌控开关。

“作为设计师，我们需要一双婴儿般的眼睛，重新认识熟悉的事物，打破习惯性思维，去设计、创造出一个全新的产品，引领行业发展。”安德瑞说。

儿童智能产品也是一个方向。如能预防近视的智能笔、3D儿童打印机、儿童沙滩车、智能酿啤酒机等。“随着二胎经济的到来，今年我们研究更多的是儿童市场。”深圳浪尖工业设计公司义乌分公司总经理周雷声指着3D儿童打印机资料告诉记者，这是他为金华某企业最新设计出的一款桌面级打印机，可提供教学课程，让孩子享受DIY造物的乐趣。

杭州博乐工业设计股份有限公司董事长周立钢也看好儿童市场，在工业论坛上分享了果语牌儿童零食机系列产品。周立钢说，在国内，儿童零食机算是比较新的电器小分类，围绕“健康、安全、DIY”特点，率先以冰淇淋机切入市场，容易树立品牌。后期，他们还开发了棉花糖机、手摇榨汁机等系列产品，设计风格有家族基因。据悉，短短两年，“果语”品牌系列产品的销售额就轻松突破了1亿元。

一些智能健康水杯也被业内设计师看好。如有公司推出的智能保温水杯，能通过其附带的App追踪你每日的水摄入量，创建喝水目标及检测水温，提醒您最佳饮水量、饮水时间。

永康农商银行“转贷通”“一延两降”力扶企业

□通讯员 胡贞贞

近日，市某农业开发有限公司应先生从市中小企业转贷中心办理了两笔“转贷通”贷款，一笔金额为80万元，一笔金额为20万元，100万元的贷款只付了200元利息，门槛降低、利率下降，让应先生不禁感叹“转贷通”是企业的救命稻草，是企业重树发展信心的动力之源。据悉，为全力破解企业转贷难题，最大限度降低企业转贷融资成本，重树企业发展信心，重建永康生态金融，近期，永康农商银行“转贷通”项目再推出“一延两降”政策，以实际行动与企业共渡难关，全力助推地方经济发展。

一是延长项目周期再续真情。原暂定“转贷通”项目运行时间为两年，针对目前经济形势和企业发展情况，全力帮扶企业走出困境，永康农商银行主动作为，将“转贷通”项目运行时间延长，再续两年。

二是降低贷款利率让利企业。为进一步降低企业转贷融资成本，重树企业发展信心，永康农商银行将贷款利率由原来的日利率万分之三降至日利率万分之二，即原来100万元“转贷通”贷款企业需付300元利息，现在只需付200元利息。

三是降低门槛扩大受理范围。为扩大“转贷通”项目受益面，永康农商银行再次降低门槛：从原来的受理金额起点由单笔50万元（含）调整为现在的单家银行单户单日50万元（含）。即单笔金额50万元以下但单家银行单户单日申请合计金额50万元以上的，企业即可申请办理。

截至目前，永康农商银行为2320家企业发放“转贷通”贷款6902笔、金额达325.78亿元，在帮助企业解决转贷资金筹集难和融资成本高等问题的同时，为企业节约转贷成本3亿多元。

普惠金融 永康农商银行 RURAL COMMERCIAL BANK OF YONGKANG