

作为浙中工业的“老母鸡”，我市现代制造已经形成了“强项在工业，特色在五金，优势在民营，活力在

市场，后劲在科技”的新格局。然而，我市制造业在产业链中处于低端位置的格局尚未得到有效改变，存在

整体产业体量和制造业规模较小，以及自主创新能力较弱等问题。永康五金制造业转型升级，迫在眉睫。

纵观国内各个产业变革的历程，创新是发展的重要牵引力。工业设计是工业时代的产物，其本质就是创新。它是制造业企业创新链的起点、价值链的源头，更是推动制造业企业转型升级高质量发展的关键。作为服务制造业的工业设计，更应先行。

眼下，让永康工业设计赋能产业迈向价值链高端是当务之急。记者认为，永康设计的转型升级离不开以下要素的推动。



永康工业设计协会与深圳佳简几何主要负责人交流



熊浩分享产品设计

懂产品才懂设计

自古以来，“鸡生蛋，蛋生鸡”问题，一直备受争议。在工业设计界，是懂设计才能设计好产品，还是懂产品才能做好产品设计？

从广州市区出发，不到一个小时车程，即可抵达广东工业设计城。

这一个小时的车程距离，曾是广东工业设计城开园初期的服务半径。如今，该设计城已拥有设计研发公司300多家，工业设计师8700余人，实现了从“筑巢引凤”到“国家级科技企业培育地”，从“废旧工厂”到“中国工业设计产业高地”的精彩转变。2022年，该设计城升级为规划面积2.94平方公里的“佛山工业设计产业聚集区”。

这里是设计师的圣地。在这里，永康设计或许能找到答案。

“用工业设计解决最普通的问题，从而实现产品最本质的功能。”做设计要做有用的，而不是漂亮的。在出发时，就必须深入了解与

大众生活息息相关的部分，为人们带来更完善的体验，创新商业产品和服务模式。”走进佛山库尔兹·库尔兹（中国）设计事务所【以下简称“KKD（中国）”】，该事务所CEO熊浩的两句话一针见血。

作为美的、海尔等超级品牌企业的“御用设计”，KKD（中国）有个不成文规定：每次新产品设计研讨会，企业方的资深销售代表必须参加。他们认为，销售人员是与市场最亲密的群体，拥有丰富的市场需求信息，包括用户的喜好、需求痛点等。设计师只有将市场需求与自身的创意相结合，才能设计产品。

根据某企业市场调研卡车司机、工地建筑工长期处在高噪声的工作环境，戴上降噪耳机后，会降低对周围环境的警觉，也不便通讯。出于提升生产环境安全的共同愿望，熊浩团队与骨传导耳机行业里的前沿品牌合作，通过密集实地调研和测试，设计出解决工业使用场

景痛点的骨传导耳机“OpenComm”，在众多国家和行业中得到广泛应用，也为客户在北美市场带来每年近3亿美元的销售额。

一款“武士手摇磨”咖啡机，在持握与研磨时十分省力，原因在于它的一体化把手，盖面的造型用了凹位造型设计，让研磨过程中双手的旋转平面距离最小化，最终起到利落舒畅的研磨效果，获得德国红点奖。

……

KKD（中国）享誉行业的设计，不胜枚举。

在审美趋同的市场环境下，国内乃至世界设计行业翘楚的KKD（中国）都在坚持告诉消费者“什么是好的设计”。

作为一个原创设计师品牌，他们更加注重设计品质，拒绝从外观风格出发做设计，而是建立起通过功能引导设计的思维习惯。产品往往是从细节之处改善使用体验（功能性层面），其次是价位选择，最后才是颜值外观。

设计意味着创造

在如今激烈的市场竞争中，企业的主要目标是让自己脱颖而出，挖掘潜在客户。一个好的设计会吸引用户使用你企业的产品，并忠于你企业的业务。这点是毋庸置疑的。

在不久前，永康工业设计协会的研学之旅中，KKD（中国）、深圳萨米设计、深圳佳简几何等公司众多知名设计师反复强调，“模仿不是真正的设计”，引发我市设计师和企业的深思。

且让我们将目光再次聚焦我市。对于大部分制造企业，尤其是量大面广的中小企业而言，我们不得不承认，他们中仍有不少企业掌舵人对工业设计的价值认知不足，无法将设计思维贯穿于企业的战略之中，导致企业创新能力匮乏、品牌意识淡薄，当外部环境发生变化时，核心竞争力不足。

当前，我市龙头企业的内部结构已日渐完善，拥有设计、广告、品牌等模块，以及较早意识到设计的重要性，青睐于选择一、二线城市设计公司做设计，存在“设计外溢”现状。中小企业，因为同质化竞争明显，缺乏自主创新能力，企业主迫切追求“横向”创新，盲目借助电商“爆款”，创造货量，抢占市场。

对于企业，企业意识形态浮躁，没有深刻意识到制造业在商海的立足之本是需要做“品”，而不是做“货”，长此以往，企业发展只会愈发举步维艰。对于设计，设计师应注重创意，不该急功近利。

市原野工业产品设计有限公司总经理周东强这样评价：“如今的设计行业不缺爱好作品，但也充斥着大量的复制。设计师只有坚

持自己的设计态度，才能赋予作品顶尖高度。”

对此，浙江斐络工业设计有限公司总经理应远也提出了自己的看法，当前，永康的工业设计企业普遍规模不大，分散在全市的各个角落，未能较好的凝心聚力，形成良好的集聚设计之力，最终难免为“五斗米折腰”。

在记者看来，永康制造与永康设计之间关系紧密，我市仍有一部分设计师坚守理想。在今年第10届中国（永康）五金工业设计展上，市瑞尔文化传播有限公司的参展方式曾让人感到诧异。与其他公司在展台上尽可能多地呈现设计作品不同，该公司总经理邓显兵的展品是一本书。他说：“女为悦己者容，我只想给我的知己设计。”

集聚设计之力

在连日拜访我市工业设计企业中，有一家资深工业设计企业负责人向记者透露了我市工业设计与制造业的尴尬现状。

制造方说，“如果设计环节投入5万元，能不能给我带来20万元甚至更高的收益？”半个月，我需要得到设计方案，不然就找其他设计公司。”

设计方回复：“我们这两天马上就改。”甲方，这是我们设计的ABCDE五个方案，你喜欢哪一个？”

脑补画面，这不由让记者想起熊浩的评价：“为‘五斗米’屈服的工业设计，是很难成为一个好设计的。试问，以简单粗暴的方式左右、支配工业设计，又怎么可能创造出一个好

的设计？设计需要企业提供线索、灵感、市场调研，但绝不是支配设计师的“创造”。

这样的“硬气”，在距离我市1200多公里的广东工业设计城，比比皆是。这不禁让永康工业设计协会会长应远，每到一家企业都按捺不住请教：“有什么方法或是捷径，能让永康工业设计企业快速复制广东设计的先进经验？”