

◆举办工业设计国际大展  
◆发布全球创客深圳宣言

# 深圳成为全球创客乐园

李海若 马忠煌



第二届中国(深圳)国际工业设计大展主题报告会

12月2日,全球最大规模的工业设计盛会在深圳会展中心落下帷幕。为期四天的第二届中国(深圳)国际工业设计大展,不但吸引了近20万名观众,更有近200家国内外知名企业组团前来寻找商机。期间,全球创客巨头们还共同发布了《全球创客深圳宣言》。他们认为,深圳拥有开放包容的城市创业文化,将是全球创

客的乐园。

本次大展得到工业和信息化部的大力支持,由深圳市人民政府主办,深圳市工业设计行业协会承办,国际工业设计联合会(ICSID)、中国工业设计协会、中国机械工程学会工业设计分会共同协办,同时也得到深圳市经济贸易和信息化委员会的大力支持和悉心指导。



360° 香草比萨切

## 全球最大设计专业展会

第二届中国(深圳)国际工业设计大展以“开放创新:再设计·新市场”为主题,聚焦智能可穿戴技术及硬件、开源创客、移动互联网产品、智慧生活及创意家居等领域。展馆总面积1.5万平方米,集中展示了来自全球25个国家和地区的5000余件展品。这次大展是全球规模最大的工业设计大展,也是我国第一个引入全球最大的消费类电子产品CES展新品发布会模式的展会。主办方希望把大展打造成为引领世界设计风向标、最具专业化、高端化、国际化的一流工业设计品牌盛会。

本届大展还吸引了国内来自北京、上海、南京、杭州等地的25个团体350人的经贸团队前来寻求合作商机。大展前期,为138家海外参展商每家安排5-7家对接深圳企业的活动,共实现中外企业对接859次,其中初步达成意向543次,落实项目前期合作78个。

作为全球工业设计规模最大的设计专业展会,2013年第一届中国(深圳)国际工业设计大展在四天的展会时间里,集中展示了来自国内外176家参展商的设计展品,吸引近20万人前往参观、交流,其中海外参展商107家,占据整个展馆面积的65%。

相比上届展会,第二届中国(深圳)国际工业设计大展国际化程度更高。来自全球25个国家和地区的198家知名设计机构和企业参展,5000余件呈现全新性、前瞻性、体验性、挑战性设计理念的展品展出。其中,海外知名设计企业138家,同比增长30%,占展馆面积的70%。



炫彩户外血氧仪

## 引发智能穿戴热潮

继谷歌公司发布第一代智能眼镜 Google Glass 以来,全球智能产品市场风生水起,引发了一波又一波的高科技产品研发浪潮。本次大展新增设计前沿(智能可穿戴)展区,并举行了全球智能可穿戴创新大会。其中,智能睡眠眼罩、GOCCIA 健康测试仪、REED 智能眼镜、洛可可55度智能水杯、脑电波感应器、呱呱儿童智能手表、沃飞裸眼三维电视等近百件最新智能产品集体亮相;全球领先 Misfit 可穿戴公司创始人斯瑞达·艾伯格、全球领导设计咨询公司 RKS 设计创始人拉维·桑尼、IDEO 中国区设计总监黄智恒、芬兰最著名的可穿戴公司 Myontec 董



绿苔车

事会主席安蒂·菲赫拉斯基、百度深度学习研究院人交互互组研究负责人顾嘉唯等世界知名可穿戴机构设计大师,齐聚深圳,与中外设计师分享、探讨智能可穿戴设备的未来。

开幕当日,一款号称比谷歌眼镜更先进的“REED”智能眼镜成为当天最大亮点。它集通话、GPS 导航、摄像和信息四大功能为一体,并能实现智能手机的蓝牙、WiFi 所有功能,只要眨眨眼就能拍照上传、收发短信、查询路况,甚至可以戴在墨镜和近视眼镜上。“REED 智能眼镜能完全替换掉你的手机了!”意大利著名设计师乔凡诺尼笑着对笔者说。

深圳市工业设计行业协会执行副会长兼秘书长封昌红告诉笔者:“谷歌眼镜开创了高科技眼镜的先河,但是其价格太贵,因而不可能广泛地让老百姓使用,而 REED 的价格几乎是谷歌眼镜的1/3,并细化和增加了多项普通消费者适用的功能,能够完全解放双手,几乎可以取代手机。”

## 首创“1+5:设计×制造业”配对

设计的好坏最终体现在商业价值上。首届大展共实现中外企业对接2326次,展开实质合作853个项目。其中,作为第一届中国(深圳)工业设计大展的产业对接项目——中丹设计日促成的 OCU 智能水杯,以及意大利天才设计大师斯蒂凡诺·乔凡诺尼牵手深圳企业硕果共同合作开发的 REED 智能手表成果最具显著。

在首届“设计+制造”产业对接会基础上,本届设计大展启动“1+5:设计×制造业”的配对形式,开启一个前所未有的合作模式,即组委会根据每家参展商的设计优势及发展方向,同时每位参展商提出5家最希望合作的潜在客户,最终组委会专业团队去跟踪特定邀请5家企业,努力促成双方之间的交流和洽谈,进行最终的商业配对和潜在的项目合作支持。

在 Misfit 的展位上,笔者向参展商了解到,不少淘宝商户想要找他们做团购,还有人想要 Misfit 帮他们设计 App,有很多观众都来询问现场有没有商品卖。

参观者在第二届中国(深圳)国际工业设计大展上拍摄一台新加坡公司设计的概念电动自行车 Orbital Frame。  
毛思倩摄(新华社发)

他们觉得此次展会给他们带来的合作几率约八成。

## 发布《全球创客深圳宣言》

作为创客产业链最完善的国际创客聚集区,深圳用华强北电子第一街、研发方案公司、工业设计优势、创客加速器、先进制造厂商打造了完整的创客产业链生态系统,整个城市充满创新创业的活力,是全球公认的创客天堂,被称为全球独一无二的创客之城。

本届大展新增创客空间展区,请全球创客集结深圳精彩展出:HFV 的意大利流水智能餐厅,意大利知名开源硬件汽车公司 OSVehicle 的最新款开源汽车,超大容量的便携式自助洗车仪,全球第一精度0.02mm、全球第一速度300mm/s、全球唯一真正自主研发全中文系统的最高级别 Ideaprinter3D 打印机,婴儿监护仪等数十件展品齐聚一堂。

“创新改变世界,创造成就梦想”。备受全球创客关注的是,此次参展的创客巨头们共同发布了《全球创客深圳宣言》。《创客》及《长尾理论》作者、创客之父克里斯·安德森和美国麻省理工学院比特与原子实验室主任、全球微观装配年会主席尼乐教授均以视频方式参与盛会,并祝贺圆桌会议成功举办。

《全球创客深圳宣言》写道:“我们崇尚创造,我们信仰创新,我们乐于分享,我们就是我们——我们是创客。我们认同,深圳拥有开放、包容的城市创业文化,创新驱动、质量引领的发展理念,完备的创新生态链体系,强大的产业配套和工业设计力量,这里将是全球创客的乐园。我们乐见,深圳以更大力度支持全球创客发展,全力支持 FAB12 在深圳举办,每年6.18 举办国际创客周,建设国际创客空间,诚邀全球创客领袖共建开放创新实验室,以本地先进制造连接智能微观制造,携手全球创客,共建属于世界的创客天堂。”



12月2日,深圳市第十届“创意十二月”活动新闻发布会举办。本届“创意十二月”以“质量深圳,创意为先”为主题,总体活动数量151项,其中重点项目30项,分为九大类别,涵盖创意设计、工艺美术、书画艺术、动漫游戏、旅游休闲、物质与非物质文化遗产等。与上一届相比,本届“创意十二月”总体活动数量增加了14项,重点项目质量和整体品牌形象均有较大提升。

第十届“创意十二月”活动由深圳市委宣传部、市文体旅游局、市文学艺术界联合会及深圳设计之都推广办公室等单位主办,深圳报业集团(深圳市创意文化中心)总承办,启动仪式于12月7日上午举行。

深圳市从2005年开始举办“创意十二月”活动,到今年已经是第十届。经过连续十年的培育,“创意十二月”系列活动在深圳乃至全国都已产生较大影响,受到社会各界广泛关注,成为深圳市民追踪文化潮流、享受创意理念及参与创意设计的文化节庆,为推动深圳文化产业发展发挥了积极作用,为落实“文化立市”及“文化强市”战略、实现“两城一都”发展目标 and 推动“三化一平台”建设贡献了重要力量。

“创意十二月”是深圳全市范围内的群众活动,群众参与是“创意十二月”持续开展的核心动力。今年“创意十二月”活动覆盖的群众范围十分广泛,有面向专业人士的深圳创意设计七彩奖、第十届深圳画家画深圳美展,有面向业余爱好者的第三届美丽深圳·快乐家园——深圳市民创意剪纸艺术大赛,有面向大学生的2014大学生动漫创意设计大赛,有面向青少年的深圳风筝文化进社区暨青少年手绘风筝大赛,有面向打工青年的第二届外来青工书画大赛,也有老少咸宜的上河坊加勒比风情节。

据组委会介绍,市民互动是本届“创意十二月”活动的一大特点。今年征集到的创意活动几乎每一项都充分面向深圳市民,鼓励市民参与到活动中来。有些活动是全程免费向市民开放,普通市民是整场活动的主角,比如2014深圳书城广场创意文化节、弘文杯“创意王国”DIY设计大赛、2014年深圳市第二届潮人文化节等。一些专业性的活动也都开设了方便市民互



深圳市民参与“创意十二月”体验展活动。资料图片



外国设计师参加深圳“创意十二月”活动。韩墨摄

展示创意产品 拉动产业发展

# 深圳「创意十二月」

## 让市民当主角

本报记者 赵鹏飞

动参与的环节,比如第八届深圳舞蹈大赛、空·善创意设计场等,市民可以免费观看决赛演出和展览。组委会表示,要将“创意十二月”打造成为市民参与创意、市民享受创意的大平台。

“创意十二月”系列活动的国际化程度也在逐年提升。第十届“创意十二月”活动中,国际特色显著的项目有16项,包括第九届设计之都公益广告大赛作品展、2014中国(深圳)国际工业设计大展、第31届 ELITE 世界精英模特大赛全球总决赛、2014年度德国 iF 设计大奖获奖精品深圳展、GDC 平面设计在中国 2003-2013 墨尔本巡回展、2014 全球游戏品牌峰会、首届中韩茶器工艺年度交流会等。这些项目注重国际创意理念与本地文化产业融合,既强调市场效益也追求社会效益,吸引全球创意人士参与深圳创意文化产业发展,为深圳乃至中国创意文化产品和创意文化理念“走出去”搭建了广阔的舞台。

“创意十二月”活动既注重社会效益也注重经济效益,在营造全民创意氛围的同时,努力发挥其对创意产业的拉动作用。企业、产业协会、创意园区和基地等在“创意十二月”活动中一直扮演着十分重要的角色。本届“创意十二月”活动的力嘉创意文化月、2014年第七届深圳·宝安(国际)创意文化节、深圳大学城创意园“创意市集”、名家雕塑在坪山展、2014 第三届国瓷永丰源创意文化节、深圳市第五届古典红木艺术嘉年华等项目都是由企业、产业协会、创意园区和基地等报送的。这些单位通过参与“创意十二月”系列活动,展示了创意产品和创意服务,提升了自身品牌价值,加快了成果转化和创业孵化的步伐。

根据深圳市委常委、宣传部部长王京生在第九届“创意十二月”汇报会上就办好“创意十二月”活动所提出的“接地气、树品牌、重推广,加强创意文化中心建设,加强“创意十二月”前期筹划”三点希望,从今年开始,“创意十二月”组委会对系列活动提出了新的建议和要求,“创意十二月”将从“五个结合”出发向下一个十年迈进,一是政府与民间相结合,二是精英与市民相结合,三是艺术与市场相结合,四是专业与产业相结合,五是本土与国际相结合。