

3300多项创意作品工业设计产品 角逐“杭州创造”金奖

2018“市长杯”创意中国(杭州)国际工业设计大赛将于本月23日揭晓



盲人智能视觉辅助眼镜



便当盒



家用洗鞋机



儿童智能编程教育套件



发烧小护士 智能连续测温仪



INSPECTION ROBOT

设计说明

本方案设计整体在比较有机形态上又不失稳重。通过多层次的分隔来制造出一种比较轻快的感觉。追求简洁造型的同时，在设计上尽量去考虑各种内部结构的合理性。在功能性上进行了一些思考，以满足企业的需要。

国自巡检机器人



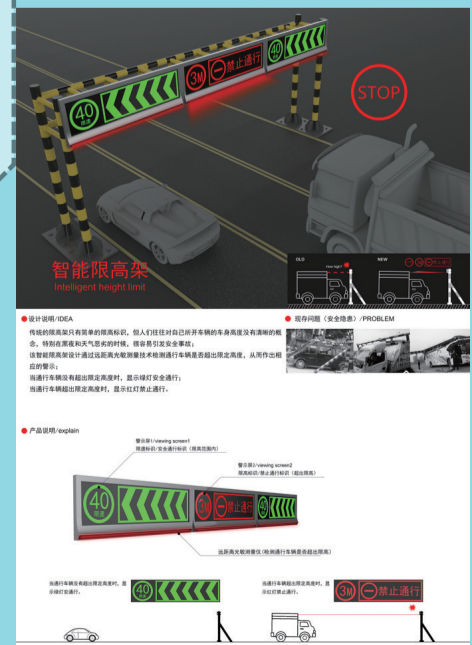
智能柏油路面修复机器人



水域救援无人机



多功能组合式童车



智能限高架

记者近日从杭州市科委知识产权处获悉,2018“市长杯”创意中国(杭州)国际工业设计大赛共征集到参赛作品和专利产品共3300件(作品组3091件,产品组209件),共产生创意入围作品40件,产品入围作品40件,将于11月23日召开大赛现场评审和颁奖大会。

历届大赛总体情况

“市长杯”创意中国(杭州)国际工业设计大赛自2007年创办以来,今年已经是第十二届了,多年来,大赛在提高杭州市知识产权创造、保护能力和工业设计创新创意水平,加快人才培养,推动经济转型升级等方面发挥了重要作用。

十二届大赛共吸引了来自国内26个省(直辖市)以及10多个国家500多所高校、2000余家企业和70多家专业设计机构参加,征集到38000多项创意作品和工业设计产品,产生20000余件专利,其中有5000多件创意作品向杭州企业转移转化,加快了“杭州制造”向“杭州创造”转变,推动了杭州市文化创意以及工业设计产业的发展。

本届大赛基本情况

本届大赛自4月31日正式启动以来,经过前期调研、信息发布、校企对接、创新设计、专利服务等阶段,现已完成大赛征集和总赛场初评工作。截至9月30日,共征集到参赛作品和专利产品3300件(作品组3091件,产品组209件)。大赛吸引了北京、上海、广东、江苏、湖南等近20个省(直辖市)以及来自美国、意大利、挪威、南非、韩国与中国香港、台湾等国家和地区的共60余所高校和200余家企业参与,其中今年共收到海外作品77件,比去年增长了113.9%,是举办赛事以来最多的一届,进一步诠释了大赛的“国际化”“专业化”“品牌化”特色。同时大赛预计实现新增专利达到1000件以上,对于促进创意与设计的应用、拓展国际产学研合作领域、吸引优秀设计资源等方面起到了重要的推动作用。

10月15~24日,大赛组委会共组织23个分赛场、产品组和创意组的评审推荐活动。本届大赛共产生创意入围作品40件,产品入围产品40件,经与中国工程院常务副院长、中国工程院院士、大赛评委会主任潘云鹤协商,拟定于11月23日召开大赛现场评审和颁奖大会。

紧扣产业重点 打造“杭州创造”高效平台

“市长杯”创意中国(杭州)国际工业设计大赛紧扣杭州市产业发展重点,在“国际化”“专业化”“品牌化”上进一步下功夫,在高校和企业对接、国内和国外交流、设计和产品融合上显实效,为杭州市打起了“智力”与“制造”有效衔接的桥梁。

围绕杭州市委、市政府打造数字经济第一城决策部署,市科委年初就将数字信息产业、先进装备制造产业等作为今年大赛分赛场设置的重点,并结合杭州市在文创、旅游休闲等产业的优势,联合重点企业,设置了“东信杯”“鸿雁杯”等23个分赛场。把推动工业设计在工业产品中的应用,实现高新技术、产品设计和企业文化的有机融合,推动全市产业供给侧结构性改革作为大赛的主要宗旨。同时,在国际设计营销筛选设置、校企对接等活动,也是以杭州市重点发展产业企业为主体,根据企业需求设置,如举办了“国自杯”巡检机器人国际创新设计

计营等,邀请国内外专家指导,国内外重点院校师生的智力支持,为国自新款智能巡检机器人的设计提供智力支持。

整合海外资源 国际化水平进一步突破

今年5~9月期间,来自美国普渡大学、澳大利亚悉尼大学、保加利亚国家美术学院、哥伦比亚Jorge Tadeo大学、国际创意设计联盟等世界一流设计院校的设计专家、教授,与中国美院、湖南大学、哈工大、杭州电子科技大学的师生、设计师们一起,深入浙江国自机器人技术有限公司、杭州鸿雁电器有限公司等9个分赛场承办企业,组织了9个国际国内创新设计营。

今年大赛共收到海外(包括两岸三地)作品77件(其中产品组14件、创意组63件),比去年增长了113.9%,是举办赛事以来最多的一届。在初评的40强名单中,AHO挪威建筑与设计大学和台湾实践大学以及个人设计师Dario等的9件作品入围创意组40强,挪威建筑与设计大学和南非开普半岛科技大学的5件产品入围产品组40强。大赛决赛期间还将邀请国外的专家担任总评委,具体事项正在接洽中。同时,大赛组委会还与中国美院、湖南大学等就大赛国际化达成了意向,开展深度合作,在国际培训、海外推广、国外校企合作等方面,打响“国际化”这一品牌。

强化品牌宣传 提升国内国际影响力

国际化彰显品牌化,品牌化推动国际化,大赛通过十一年的举办,已成为国内外知名赛事。今年大赛投稿继续采用“市长杯”创意中国(杭州)国际工业设计大赛官网投稿系统,通过直接网上注册、投稿的方式吸引全国各地设计爱好者的参与,截至9月30日,网站点击率已经超过11万人次。同时在中国工业设计著名的网站“billwang”上发布征集公告,据该网站统计,“市长杯”创意中国(杭州)国际工业设计大赛在网上的点击数位列全国同类大赛名列前茅。

为了提高大赛的“品牌化”,大赛期间市科委分区域带领分赛场赴上海、武汉、广州、南京、长沙、沈阳等高校集中城市,与上海交大、湖南大学、江南大学、广州美院等20余所省外高校及设计机构对接,全面推广大赛。

校企对接结硕果 作品专利化和产业化能力进一步提升

以企业为主体,实现创意与企业、产品和产业的结合,基本实现提升产品核心竞争力、提高产品附加值的预期目的。校企对接的办赛模式,不仅办出了杭州大赛的特色和成效,也使大赛越来越受企业、高校和设计机构的欢迎,实现了从“要企业办分赛场”,到“企业要办分赛场”的转变。5月至8月,举办省内外校企对接20余场,参加校企对接人数达5000余人次。通过校企对接,高校师生和专业设计人员深入分赛场冠名企业,零距离接触企业产品,感受企业文化,了解设计需求,进行现场创作,为杭州的企业奉献创意大餐。截至9月30日,共征集到参赛专利产品和创意作品3300件,参与企业达到210家。

据初步统计,2017年分赛场的企业有意直接转化为产品的达到50余件,申请专利1000余件。比如杭州湖畔居有限公司已将薛家宁创意设计的“印月”作为自己产品“印心茶组”的雏形,纳入生产计划,准备投入礼品市场。

通讯员 庞飞霞 本报记者 金乐平

产品组选

创意组选