

“设计产业化”与“产业战略设计”论纲

郑刚强^{1,2}, 王征¹, 王博¹, 王志¹, 王振鹏¹

(1. 武汉理工大学, 武汉 430070; 2. 绍兴市上虞区武汉理工大学高等研究院, 绍兴 312300)

摘要: **目的** 探索设计融入产业驱动全域融合创新升级之道, 阐明“设计产业化”和“产业战略设计”的概念与内涵、源流与发展, 明确两者关系, 展望未来方向。**方法** 针对社会发展现实需求, 通过理论分析与实践探索, 运用归纳、对比等方法, 探明两者的基本原理与基础理论。**结论** “设计产业化”是设计与产业融合, 进而驱动全域创新的战略级理念; “产业战略设计”是实现“设计产业化”的创新型工具。两者包含四大引擎: 顶层战略、产品创新、品牌塑造、创业孵化; 涵盖四大层级: 战略设计、策略设计、服务设计、专业设计。两者相辅相成, 赋能企业首次公开募股 (IPO) 上市, 驱动设计与产业协同创新升级; 其纵深研究对推动社会经济文化融合创新发展具有重大意义。

关键词: 设计产业化; 产业战略设计; 源流; 发展

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)10-0075-10

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.10.011

The Origin and Development of Design Industrialization and Industrial Strategic Design

ZHENG Gang-qiang^{1,2}, WANG Zheng¹, WANG Bo¹, WANG Zhi¹, WANG Zhen-peng¹

(1. Wuhan University of Technology, Wuhan 430070, China;

2. Shaoxing Institute for Advanced Research, Wuhan University of Technology, Shaoxing 312300, China)

ABSTRACT: This paper aims to explore the way of integrating design into industry to drive global integration innovation and upgrading; The concept, connotation, origin and development of “design industrialization” and “industrial strategic design” are expounded, the relationship between the two is made clear, and the future direction is outlooked. According to the actual needs of social development, through theoretical analysis and practical exploration, and using induction, comparison and other methods, the two basic principles and basic theories are explored. It is considered that “design industrialization” is the strategic concept of the integration of design and industry to drive the overall innovation. “Industrial strategy design” is an innovative tool to realize “industrialization of design”. The two includes four engines: top-level strategy, product innovation, brand building and business incubation and they also cover four levels: strategy design, tactic design, service design and profession design. The two complement each other, enabling the IPO of enterprises, driving design and industrial collaborative innovation and upgrading. The in-depth research is of great significance to promote the social, economic and cultural integration and innovative development.

KEY WORDS: design industrialization; industrial strategy design; origin; development

21 世纪以来, 人类发展面临千年未有之变局。虽然各学科领域发展日趋细化, 但是与社会经济产业发展实际需求结合度严重不足。以应用型的设计学科

为例, 细分的专业方向越来越多, 但设计与产业的关系仍滞留在“设计服务于产业”的传统层级。设计界与社会各界对孤立的“设计产业”形成了固化认知。

收稿日期: 2021-02-15

基金项目: 2020 年度国家社会科学基金艺术学项目“‘设计产业化’理论研究及实践探索”(20BG130)

作者简介: 郑刚强 (1975—), 男, 湖北人, 博士, 武汉理工大学教授, 主要研究方向为设计产业化、产业战略设计、工业设计及理论、邮轮游艇与高端装备设计。

导致设计学科、设计行业长期游离于其他各大产业体系之外,形成了常态化并列关系,从而造成了产业、学科、教育之间多个层面的脱节现象。这样既不利于设计发展,也不利于产业发展。因此,亟待从战略层级探索设计学科与产业的融合创新之路。

为推动设计学科与行业的协同创新发展,急需探索将设计全面融入产业的方法与路径——从“外部设计服务”升级为“内部创新驱动”。本研究基于课题组前期研究提出的“设计产业化战略观”与笔者主持的国家社科艺术学基金“‘设计产业化’理论研究及实践探索”,对“设计产业化”与“产业战略设计”进行基本原理与基础理论阐述^[1]。有利于促进设计与产业的融合协同创新升级——有望在一定程度上破解“社会经济、文化教育、科技产业”等全域融合创新发展难题,促进“产教融合、文旅融合、科创融合、两化融合、三产融合、全域融合”,其纵深研究具有重大社会文化意义与经济产业价值,发展潜力巨大。

1 “设计产业化”与“产业战略设计”基本概念

鉴于“设计产业化”与“产业战略设计”具有相辅相成、相互引导、相互作用、密不可分的“二元统一”关系,本研究专门对两者进行同步并行式阐述。特此界定基础概念并阐述相关内涵。

1.1 “设计产业化”概念界定

“设计产业化”是设计与产业融合,进而驱动全域创新的战略型理念。具体而言,是指运用“产业战略设计”工具,把设计与文化立体化融入各类产业,驱动“政产学研科教文”全域融合创新发展。需要与常规理解的“产业化”进行区分——并非把设计作为产业化的单一起点,而是把设计融入其他各类产业领域协同创新发展。

1.2 “产业战略设计”概念界定

“产业战略设计”是推动“设计产业化”的重要创新工具与方法手段,是系统化、科学性、产业级的战略设计创新体系。需要与常规理解的“战略”进行区分——并非传统的宏观产业或企业发展规划及战略,而是基于设计学的“战略级设计”,是传统产业或企业战略的创新设计与实施工具、推进方案、行动指南、执行手册。其涵盖但不限于企业战略识别系统(CIS),即企业理念识别系统(MIS)、企业行为识别系统(BIS)、企业视觉识别系统(VIS),可将其理解为CIS的产业升级版。具有“系统化、科学性、文化感、智慧式、创新型、多层次、可实施、有实效”等多维度特质。

1.3 “设计产业化”与“产业战略设计”总纲

两者研究涉及——“设计产业化”与“产业战略

设计”原理与方法研究;设计产业化战略观——设计和产业融合与协同创新之路;设计产业化方法论与实践模式探索;行业案例库、信息知识集、素材库等。

1) 两者的内涵与发展宗旨:通过“产业战略设计”把设计技术升级到设计战略,从战略层级驱动设计融入产业,从而推进“设计产业化”,旨在驱动全域要素融合创新发展。

2) 两者包含四大核心引擎:顶层战略设计、科技产品创新、文化品牌塑造、产业创业孵化。这四项创新工具可系统化破解“政企学”融创发展难题:区域产业、行业、企业转型升级;政府招商引资与区域公共品牌塑造;院校“教科研创”一体化创新与成果转化。

3) 两者涵盖四类设计层级:战略设计、策略设计、服务设计、专业设计(如产品设计、品牌设计、环境设计、信息设计、智能设计等)。

1.4 “设计产业化”与“产业战略设计”系统

该系统包括三大层级:(1)顶层战略系统,即处于系统金字塔尖的“产业战略设计”,通过“战略、产品、品牌、创孵”四位一体打造“核聚变”引擎,其中顶层战略打造第一竞争力,科技产品打造第一生产力,文化品牌打造第一关注度,创业孵化打造第一进化力;(2)中层资源系统,以全域融合创新理念为魂,文化竖旗,产业铸基,学科引领;以战略设计汇聚跨界资源,驱动各产业(企业)、各学科(高校)、各部门(政府)、各领域(文化)要素融合,提出战略设计破解方案,旨在赋能社会经济、文化艺术、科技产业、企事业单位创新升级可持续发展;(3)底层实施系统,设计融入产业,产业赋能创业——探索“设计+产业+创业”的三级孵化模式,整合产业资源、导入产业项目、培养创业团队。该模式主要分为三步:第一步引入项目,引入产学研项目获得资金与市场需求,行业专家带领团队创新创业实践;第二步创建平台,依托企业打造产学研平台,构建产业链生态;第三步产业创孵,平台提供资源扶持创业,形成系统孵化模式闭环。“设计产业化”与“产业战略设计”系统见图1。

2 “设计产业化”与“产业战略设计”时代源流

2.1 “设计产业化”理念生成背景

2.1.1 时代变革促进设计转型

人类社会进入21世纪,正在从电气时代、电子时代、信息时代快速跨入5G数字时代。知识经济向纵深发展,科技革命呼之欲来。在AI、大数据、区块链等高新技术快速发展的背景下,设计界也面临着百年未有之大变局。从国内来看,十八大提出实施创

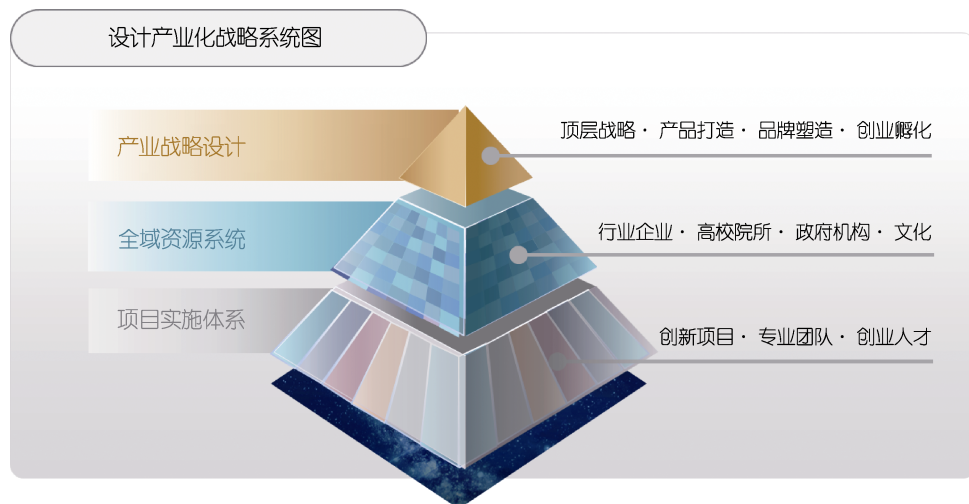


图 1 “设计产业化”与“产业战略设计”系统

Fig.1 Schematic of “Design Industrialization” and “Industrial Strategy Design” system

新驱动发展战略。国家战略从原来依靠消耗自然资源、投入廉价劳动力成本、高投入、高能耗的“物质型驱动”，转变为依靠全社会知识积累、科技进步和人才素质提升的“知识型驱动”。从消耗资源、能源的不可持续发展，逐步转向“知识与科技价值革命”的可持续发展。设计作为文化艺术、科学技术、市场用户之间的桥梁，具备产业先知、先行者的特质——在增加产品附加值、塑造品牌、提升企业竞争力方面具有重要战略意义。在科技创新与知识经济背景下，传统产业发展模式已经不能满足社会需求，以设计创新为核心的创意产业逐步受到重视。然而设计与其他产业的融合程度仍然不足，设计长期作为服务业，游离于其他产业之外，急需转型升级^[2]。

2.1.2 产业现状促使设计升级

美国工业设计协会（IDSA）的研究表明，在产品设计上每多投入 1 美元，便可增加 1 500 美元的附加价值^[3]。在设计作为服务业态的大背景下，虽然设计界反复向企业界强调设计的重要性，但是现实中的企业很难真正领悟到设计的远期价值。由于投入设计研发的巨大风险，所以大量企业仍然以模仿、借鉴为主。加上设计教育人才培养输出规模迅速扩大，导致设计界处于极为尴尬的境地——设计创新的生存环境堪忧。本研究提出的“设计产业化”理念与模式，是将设计以“嵌入式”的形式融入到全产业领域，不再单一依赖传统“设计服务”模式，而是以“战略设计赋能、战略资源配套、设计创新驱动、设计文化植入、设计技术入股、设计后端分成”等新型合作方式，从战略层面进行设计升级与产业融合跨界创新。从社会现实需求分析，这是设计未来发展的重要突破口之一。

2.1.3 发展趋势驱动设计升维

“设计产业化”理念是基于产业一线的长期实践

总结出的实际经验，并将其提升至理论层面，是设计与产业相互融合、协同创新升级的必由之路。这就对设计者提出了更高的要求——需要设计者具备企业家式的顶层战略思想、创新创业能力、整合资源的水平。如此方可从技术升级到战略，从单一的服务型设计走向战略型融合创新的“设计产业化”新征程。

2.2 “产业战略设计”生成背景

2.2.1 政策扶持设计发展尚需升维

设计作为一门应用学科，与国家发展战略有着紧密的联系。同时，国家战略本身也是一种顶层设计。历史上第一个设计政策是在 1997 年由丹麦商务部最早颁布和实施。该政策核心是要企业在发展中重视设计的价值，提升企业和社会公众对于设计的认知^[4]。其他各国也陆续发布扶持设计的相关政策。我国的现代设计相对发达国家来说起步较晚，但发展速度很快。在设计界、教育界的长期呼吁下，政府也越来越重视设计^[5]。中国政府已把工业设计上升到国家战略层面，各级机构都发布了相关扶持政策。然而，各类政策均遵循传统思维模式，把设计作为孤立的行业进行扶持，缺乏把设计融入各大产业领域的具体措施与方法。因此，亟需在政策层面创新升级。

2.2.2 学科融合产业发展亟待突破

设计学科与产业融合创新发展，对学习者所要掌握的知识深度与广度有更高要求——设计者需要从原来设计问题的“解决者”变为设计创新方向的“领导者”、创业项目的“合伙人”、企业发展的“战略设计师”。这就要求设计者不但要具有丰富的专业知识、技能与创新能力，更需要具有战略洞见与领导力，从技术型思维升级到战略型思维。唯有如此，才能从更高层级解决产业与企业的问题，并且在设计创新过程中掌握较大的主动权。

2.2.3 “产业战略设计”亟需推广

“设计产业化”理念的探索,直接促进了“产业战略设计”的生成与发展。作为战略级工具,“产业战略设计”是“设计产业化”建设中不可或缺的部分。

“产业战略设计”包括区域产业战略设计、行业战略设计、企业战略设计等多个层级,其底层规律是政、企、学融合创新战略体系,核心逻辑是企业家型战略思维与设计技术的协同创新。“产业战略设计”把企业级设计创新升级为产业链创新,可推动制造业、服务业等多维度设计的融合,有望成为未来社会创新发展的大趋势^[6]。

2.3 从“设计产业”到“设计产业化”

“设计产业”与“设计产业化”是截然不同的两个概念,需阐明两者的内涵与区别。

1) 孤立难支——“设计产业”亟需转型:“设计产业”是孤立式概念,隶属于服务业范畴。往往作为设计项目承包方服务于第一、二、三产业领域。“设计产业”因其传统服务型特征,形成了与其他产业并列的态势。然而因为体量不足、商业模式单一、创新价值难以度量、知识产权保护不力、市场供大于求、战略级思维缺乏等种种原因,很难引起其他大体量行业、企业高层对于设计的重视。设计者往往困于技术一域,难以具备全局视野与主导权限,这对设计的长远发展极为不利。

2) 化而为魂——“设计产业化”战略观:“设计产业化”是把设计融入各大行业领域,以设计创新思维与战略设计理念为其他产业的“灵魂”,从而从更高层面促进行业发展。“设计产业化”是一个系统工程,它要求设计者站在企业家式的战略高度思考,不仅要会组织管理,而且要懂得市场,这就要求设计师具备顶层战略设计思维模式^[7]。从设计产业到设计产业化是从原有的“产业+设计”转变为“战略设计+产业+设计”。让设计在源头就进行顶层设计与资源配置,从而带动企业乃至产业链的创新升级,促进设计与产业协同创新升级。

3 “设计产业化”与“产业战略设计”理论综述

“设计产业化”与“产业战略设计”基础理论综述涉及需求分析与发展基础、价值分析与系统解读、关系分析与内容体系等。

3.1 “设计产业化”与“产业战略设计”需求分析

设计创新的核心是以市场与用户为中心,以消费者需求为本。战略级设计的核心是以社会经济文化可持续发展为中心,以政府、企业、机构的发展需求为本。通过对相关需求的分析,可明确“设计产业化”与“产业战略设计”的发展基础,并引导未来发

展方向。

3.1.1 弥补产业短板——以产业升级需求为基础

从国家层面看,产业升级是国家引导产业发展的重要方向。2010年10月国务院下发了《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》,明确对知识密集型、发展潜力大、综合效益好的产业进行优先发展。“设计产业化”与“产业战略设计”的重要意义是为创新型企业探索发展思路,同时促进传统劳动密集型企业优化企业结构,提升竞争力^[8]。

从产业层面看,产业升级是各行业内在发展的主导型需求。产业升级发展离不开科技创新,但各界往往忽视了文化融入产业的重要性。设计作为文化艺术、科学技术、市场需求之间的桥梁,对促进产业协调创新发展具有独特价值。

从企业层面看,产业升级是企业提升竞争力的现实性需求。“设计产业化”理念倡导把设计融入其他各类产业领域,不局限于工业生产制造类企业。然而设计作为知识型经济与轻资产模式的代表,对重资产模式是很好的补充。制造业是典型的重资产模式,其弊端在于对资金的过量占用、抗风险能力较弱。因此可采用“产业战略设计”手段搭建产学研平台,整合资源驱动制造型企业转型升级。具体有“设计+销售+生产”项目合作、股权合作、平台合作、产业链合作等多种模式。

3.1.2 提升设计价值——以设计升级需求为基础

从国家层面看,设计创新是国家引导产业发展的重要抓手。2019年10月工信部与发改委等联合发布的文件《制造业设计能力提升专项行动计划(2019—2022年)》明确表示,制造业设计能力是制造业创新能力的重要组成部分。提升制造业设计能力,能够为产品植入更高品质、更加绿色、更可持续的设计理念。相关条文中更明确体现了设计对轻工业、制造业、服装业的重要性^[9]。

从产业层面看,设计创新急需融入产业协同发展创造价值。倡导设计融入产业发展的“设计产业化”理念,是设计界“摒弃自我,突破本我,实现超我”的战略级智慧,是技术型设计阶层跃升的重要突破方向。过去设计长期服务于其他行业,难以从根本上改变“设计依附”之本质。“设计产业化”让设计有了新的身份归属与价值实现。以战略设计思维推动全社会形成对设计创新的重视。

从企业层面看,设计创新急需从技术设计升级到战略设计。“产业战略设计”是为实现区域产业、行业、企业发展目标而进行的高维度设计创新。对于企业而言,要实现战略设计优化就要从产业高度分析企业生存环境与发展重点。设计者也需要从技术设计升级到战略设计,设计创新也需要从个人工作模式转向全产业链创新^[10]。

3.2 “设计产业化”与“产业战略设计”价值分析

3.2.1 “设计产业化”核心价值

“设计产业化”战略理念是对“设计产业”传统观念的颠覆与延展。随着社会经济文化的发展,“设计产业”急需打破边界、拓展外延、跨界创新。不但要满足市场与用户需求,更要满足社会经济文化创新发展的需求。

“设计产业化”战略理念是对“设计学科”学术内涵的丰富与升维。推动“设计产业化”,就是要将设计创新思维,通过“产业战略设计”手段融入其他产业。通过跨界资源融合,破解产学研融合创新难题,从而驱动“设计学科”创新升级。

“设计产业化”战略理念促使“各类产业”跨界融合协同创新升级。“设计产业化”是以“解决社会经济产业与文化发展的现实性问题”为核心的全产业链创新,侧重于系统破解区域产业、行业、企业创新发展问题。设计者从单一“产品”思维扩展至针对战略、设计、研发、生产、营销等的“供应链、产业链、人才链、创新链”全局型战略设计思维模式。用设计为产业赋能,提升企业创新力,从而实现共创、共进、共享、共赢、共荣。“设计产业化”战略理念驱动全域融合协同创新见图 2。

3.2.2 “产业战略设计”核心价值

“产业战略设计”是推动“设计产业化”的系统性创新工具。“产业战略设计”是产业级、行业级、企业级、战略型的设计创新体系,具有八大特征,即系统化、科学性、文化感、智慧式、创新型、多层次、可实施、有实效。

“产业战略设计”是基于设计学推动传统“战略”的升级版。“产业战略设计”与常规的政府发展规划、

区域产业规划、企业战略截然不同。是以“设计学”为基础的“战略级设计创新体系”;是规划与战略的实施型设计方法;是设计创新型战略体系与实施方案。具有落地的实操性与实际效果,即可测试、可验证、可评估。

“产业战略设计”是基于战略理念推动传统“CIS”的升级版。“产业战略设计”涵盖 CIS,即 MIS、BIS、VIS,但又不局限于 CIS 设计服务,而是从企业战略协作拓展到行业、区域产业、社会经济文化、人类文明体系层级与领域,具有更为宏大的视角与更高维度。

“产业战略设计”可驱动“政产学研科教文”全域融合创新。当前社会生产力与生产关系呈现出了新的历史形态。通过“产业战略设计”驱动产学研协同与跨学科、跨产业、跨领域创新,可形成推动社会经济文化发展的强大动力。寻求合作、追求共赢是战略设计的首要任务^[11]。将“设计产业化”与“产业战略设计”融为一体,可实现“形而上”的设计哲学与“形而下”的设计实践的完美统一^[12]。通过政府引导、企业协同、院校协作探索全域融合创新发展之道,这就是大国战略落实的必由之路。“产业战略设计”驱动“政产学研科教文”融合创新见图 3。

3.3 “设计产业化”与“产业战略设计”关系分析

3.3.1 理论视阈下的关系解析

从理论层面分析两者关系。如前所述,“设计产业化”与“产业战略设计”之间具有相辅相成、相互引导、相互作用、密不可分的“二元统一”关系。前者是后者的发展目标、存在形态、演变模式;后者是前者的推进工具、实施方法、赋能手段;两者协同并存、互为因果,与各界融合创新发展。

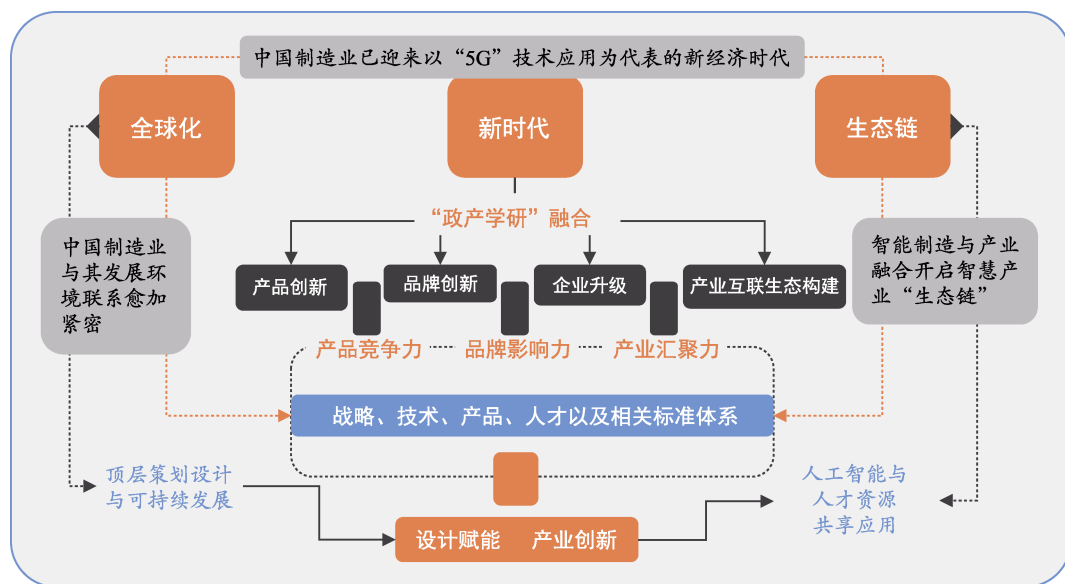


图 2 “设计产业化”战略理念驱动全域融合协同创新

Fig.2 The strategic concept of “Design Industrialization” driving the comprehensive fusion collaborative innovation

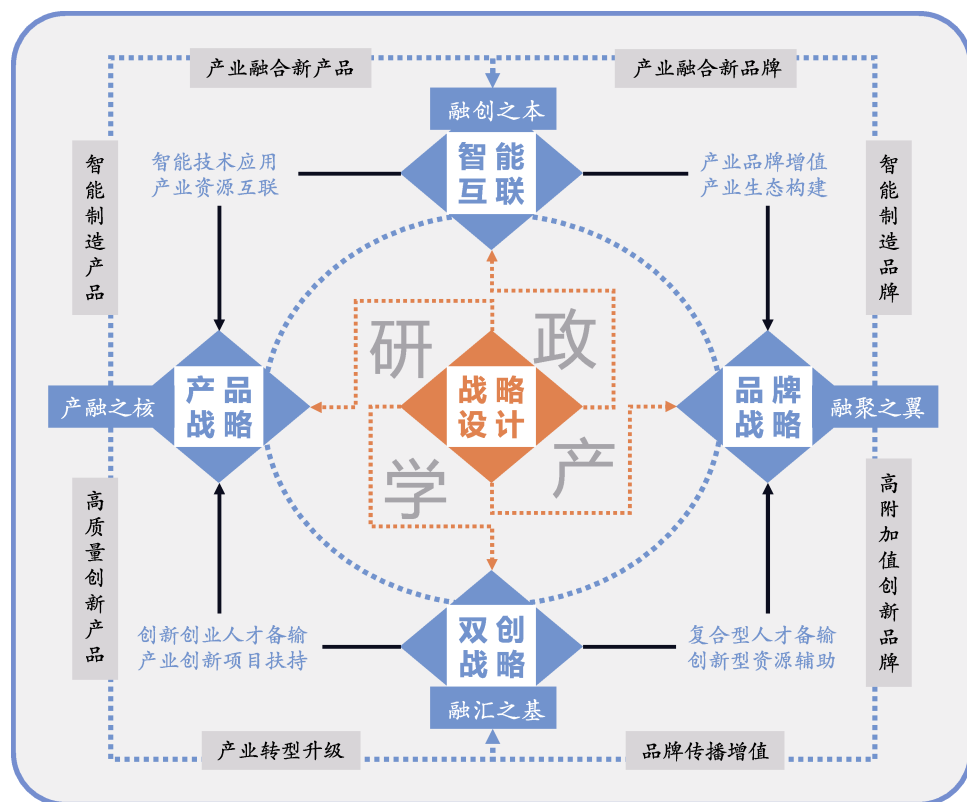


图3 “产业战略设计”驱动“政产学研科教文”融合创新

Fig.3 “Industrial Strategy Design” drives the integration innovation of “Government, Industry, University, Research, Science and Teaching Articles”

3.3.2 历史维度下的关系解析

从历史发展维度分析两者关系。人类文明历经百万年的进化,设计、产业、学科等各领域整体架构均趋于成熟的稳态。各领域逐步细分向纵深发展,更加大了各分支之间的隔阂。随着数字经济时代到来,细分领域知识信息飞速膨胀,各领域间跨界融合的难度越来越大!设计作为交叉学科的集成体,天然具有跨界融合的特质。因此,面向产业需求、社会经济发展需求,以“产业战略设计”推动“设计产业化”融合创新发展,成为当今时代创新破局发展的科学抉择。从历史发展角度看,理论先导、政策为本、产业繁荣,“设计产业化”是“产业战略设计”的必然产物。

3.3.3 空间环境下的关系解析

从空间环境角度分析两者关系。基于区域经济产业发展需求,以“产业战略设计”激发社会创新力,是“设计产业化”的核心。探索“设计产业化”促进产教融合、三产融合的道路,有利于推动产业结构转型升级。设计与产业的良性衔接,能够更好地整合资源,构建具有当代中国特色的“产业战略设计”体系^[13]。从区域社会经济、文化教育、产业科技融合发展角度看,“产业战略设计”既是面向产业与企业的战略级设计,也是面向政府的招商引资、区域公共品牌的战略设计,又是面向高校的科研成果转化、创新创业孵化的战略设计,具有产学研融合的特征^[14]。

3.4 “设计产业化”与“产业战略设计”核心内容

从全域融合创新视阈分析。“设计产业化”理念与“产业战略设计”体系具有全域融合创新特质,涉及全域知识体系。其呈现方式分为三个层级:

(1) 聚焦一点,纵向打通专项产业链,树立细分领域领先优势;(2) 融通全产业领域,横向融通多个产业领域,打造跨界型创业孵化平台;(3) 辐射全学科领域,跨界融合多个学科领域,打造交叉型创新成果转化平台。

从设计学科领域分析。两者涵盖四大设计层级:战略设计、策略设计、服务设计、专业设计(如产品设计、品牌设计、环境设计、信息设计、智能设计等)。

从产业应用角度分析。两者包含“文化+科技+战略+设计”四大创新引擎:顶层战略设计、科技产品创新、文化品牌塑造、产业创业孵化。其中,四大创新引擎具有区域产业、行业、企业、机构应用价值,重点阐述如下。

1) 顶层战略设计引擎:通过产学研协同创新,为区域产业、行业、企业原创研发并植入细分行业领域《产业战略体系标准》,奠定细分行业领军地位。

2) 科技产品创新引擎:引入产学研团队,调研政府、产业、行业、企业需求痛点;针对需求点提供战略设计咨询与立体化资源配套;联合共建研究院;协同打造科技型核心产品体系。

3) 塑造文化品牌引擎：通过产学研协同创新，植入文化品牌 IP；提升文化品牌价值度，增强市场认知度；创建细分行业领先的产业大学、文化大学、企业大学；打造内外一体化 CIS——MIS、BIS、VIS 体系；塑造一流文化与品牌。

4) 产业创孵生态引擎：通过产学研协同创新，驱动区域企业升级为创业孵化生态链平台。遴选企业家与项目，赋能潜力型企业快速上市；助力上市企业打造生态链，提升市值水平；把企业大学升级为产业大学、社会大学；创建区域产业级创业孵化生态链；推动“政产学研科教文”全域融合创新，把中国文化融入产业走向世界。

4 “设计产业化”与“产业战略设计”发展模式

从战略高度探索创新发展模式——以赋能企业 IPO 上市为重要突破口之一。通过政产学研协同创新，驱动产业链创新升级。发挥“文化+科技+战略+设计”四大战略设计引擎的价值与作用，从企业、政府、院校三个方面驱动融合创新。近年国内外部分上市企业品牌标志见图 4（图片摘自百度）。

1) 企业层面——增强企业内在竞争力，提升企业市场价值，赋能企业上市；助力上市企业增加市值，以设计创新提升市值管理水平。

2) 政府层面——以赋能企业上市为抓手，提升区域经济创新活力；以产业链创孵等价值体系吸引上市公司合作；协助地方政府招商引资，解决政府的核心痛点。

3) 院校层面——推进产教融合，促进教学科研、创新创业、成果转化“一体化”融合与协同创新；通过联合共建研发中心等方式助力企业上市；提升高校

及科研院所技术成果的产业应用水平，驱动创新创业项目孵化。

4.1 以 IPO 上市为目标的企业升级模式

上市是很多企业发展的重要选择之一。围绕 IPO 上市目标进行“产业战略设计”，除了引入常规的金融保荐机构与上市辅导机构外，还可应用四大创新引擎提升企业上市价值。

1) 顶层战略：运用差异化的产业战略，进行行业细分，开辟独立赛道；通过战略体系标准的建设，奠定细分行业的领军地位，形成上市的独占性优势。紧跟国家的政策，发挥政府作用，建立企业与政府的纽带。充分利用政策引入人才、项目、资金，赋能企业成长，形成良性发展闭环^[15]。

2) 产品创新：联合院校共建研究中心；深挖市场需求，聚焦打造核心科技产品；申请知识产权保护，建立科技创新护城河；形成产品的个性化特色，提升市场业绩与份额。

3) 品牌塑造：顺应世界发展趋势，启动全球化战略；“走出去，引进来”，学习先进企业的文化理念与制度；结合自身优势，融入到自己的企业文化中；重塑或更新企业 CIS 系统，塑造国际化的企业文化品牌 IP；利用媒介资源提高企业知名度。

4) 产业创孵：在细分领域专业化基础上，启动“一专多能”的多元化战略，即本业精专、孵化多元。利用设计创新产业融合度高的优势，建立“设计产业化”创孵平台；汇聚产业要素，营造创新氛围，加快产业集聚，批量孵化创新型企业；打造所在行业的“小米生态链”，提高企业的市场价值^[16]。深化产业与各个行业垂直领域的渗透，着力发展跨界产业的发展，形成创意研发、产业融合、人才培养等为一体的创意产业生态链^[17]。



图 4 近年国内外部分上市企业品牌标志

Fig.4 Some listed companies at home and abroad have brand logos in recent years

对以上四大创新引擎的纵深研究与应用,可从一定程度上弥补金融保荐机构与上市辅导机构的短板。通过植入创新基因,对增加企业市场价值,推动企业上市具有重要价值与意义。

4.2 面向 IPO 上市的创业型人才培养模式

孵化企业 IPO 上市,表面上看起来是遴选优质项目,但其核心却在于企业家的培养与遴选。若有合适的企业家人选,并不缺少适合上市的项目。企业家应有立志上市的胆略与眼光,有胸怀天下的志向与远大的抱负,并且具有极强的目标感与执行力。培育能够 IPO 上市的企业家,也是一个国家竞争力的体现。

运用“产业战略设计”工具,可构建面向 IPO 上市的“三位一体”创业型人才培养模式。

1) 准上市企业家遴选与培养:运用函件、竞赛、推荐等手段,通过相关政府机构、行业协会、校友会等组织,遴选具有上市潜力的企业项目与企业家。通过论坛、培训、上市辅导、企业咨询、调研访谈等形式诊断企业发展潜力。挖掘企业项目优势,提升企业家对设计创新的重视程度。选择合适的企业家,运用产业战略设计对企业进行立体化赋能。查漏补缺配套资源,赋能企业上市。

2) 上市后备人才创业者培养:协同专业型上市孵化机构,推进产学研协同创新赋能企业上市。联合创办赋能上市的产业大学,遴选具有领袖素质与远大目标的创业型人才,批量培养上市后备人才与项目。提升创业者的设计创新思维,提升设计者的战略型企业家思维。通过上市人才的培养,把设计深度融入各行各业,从而打通产业链,实现设计的内在价值^[18]。

3) 项目经理型创新人才培养:能够主持实战项目是培养创业型人才的基础。因此,培养具有上市潜力的创业者,可从项目经理型创新人才培养奠定基础,创立“金种子”库。产业的发展在于培养具有创造力的创新型人才。创新者需要建立系统的战略设计思维模式,在实践项目中成长^[19]。

4.3 “设计+产业+创业”融合创新平台模式

以孵化企业 IPO 上市为目标,倡导“设计融入产业,产业赋能创业”,可形成“设计产业化”的系统闭环。

1) 以顶层战略设计赋能产业发展:设计创新与企业发展密切相关。顶层策划与设计重点在于牵一发而动全身。运用战略设计工具,通过商业模式创新与资源配套,设计者可快速融入企业管理层。既有利于培养领导力,又便于整合优势资源推动企业发展^[20]。因为缺乏横向沟通与融合,所以单一产业与企业很难形成“产业链”。“设计产业化”可打破产业壁垒,融通信息孤岛。以设计平台为主导,可形成完整的数据库,提高设计效率,推进产业应用^[21]。

2) 以设计创新思维赋能创业项目:设计创新与

创业项目密切相关。战略设计思维倡导“项目驱动型,成果导向型,教学研一体化”的设计教育与创新创业模式。以战略设计驱动战略资源带来项目,用项目培养创业者,用创业促进设计创新,让创业者认识设计的功能与价值^[22]。设计者参与或主导创业,是适应社会发展和国家战略规划的趋势。其目的是培养具有创新精神的设计人才,孵化创新成果。发挥设计人才在创业过程中的主体地位,完善产教融合发展途径,使研究成果转化为创业素材^[23]。

3) 以设计创新赋能文化与产业融合:设计的本质是创新,用设计创新理念打破行业限制,可加强文化与产业之间的融合。设计源于生活也要回归于生活,人人都是设计师^[24]。将民族文化与现代生活元素有效结合,融入到创新设计中,有利于拓展大众消费市场,发掘个性化定制服务,提升企业竞争力。将设计融入文化,文化融入产业,产业反哺设计。“设计产业化”的发展不仅要横向延伸企业价值链,同时也要纵向构建生态体系,促进集聚创新效应,推动产业规模化、专业化、多层次发展^[25]。

4) 产学研融合构建项目库与创孵系统:通过产学研融合,引导企业向国际化、品牌化、设计化方向发展^[26]。校企共建创新创业孵化基地,导入产业资源构建创业项目库。结合高校创业人才资源,鼓励学生跨专业组队,形成多学科、多专业交叉融合的团队。从而形成良性开源与闭环系统的创业生态圈,反过来又可驱动产教融合。

5) 构建“政产学研科教文”全域融创生态:以企业为中心汇聚创新要素,驱动全域融合创新发展。引入政府政策支持与高校人才资源,减少企业运营成本,实现对创新企业的帮扶,形成健全的产业链^[27]。加强企业与高校的联合育人机制,培育创新创业复合型人才^[28]。加大对战略型设计人才的培养力度,建立终身学习体系,让设计人才在项目实践中成长。通过教育改革提升全民设计思维与创新创业能力,双向提升设计与产业的竞争力^[29]。

5 结语

本研究基于长期的产业实践探索,对“设计产业化”理念与“产业战略设计”体系进行了基础性理论归纳。阐述了两者的概念与内涵、原理与源流、价值与意义、联系与区别、趋势与方向。两者是设计创新、文化艺术、经济产业、科技工程多域融合的产物,具有强大的生命力与发展潜力。其纵深研究,对推动设计、产业、企业融合创新发展具有重要价值,对促进社会经济文化科技融合创新发展具有重要意义,有望催生出全新的经济形态、产业形态、企业形态^[30]。展望未来,“设计产业化”的发展程度可能成为衡量一个国家或区域综合实力的重要标志之一。

参考文献:

- [1] 郑刚强. “设计产业化战略观”蕴育改变未来的力量[J]. 设计, 2019, 9(32): 90-95.
ZHENG Gang-qiang. “Strategic Concept of Design Industrialization” Cultivates the Power to Change the Future[J]. Design, 2019, 9(32): 90-95.
- [2] 马永斌. 创新创业教育课程生态系统的构建途径——基于清华大学创业教育的案例分析[J]. 高等工程教育研究, 2016(5): 137-150.
MA Yong-bin. Approach to Constructing the Curriculum Ecosystem of Innovation and Entrepreneurship Education: Based on the Case Study of Entrepreneurship Education in Tsinghua University[J]. Research in Higher Engineering Education, 2016(5): 137-150.
- [3] 杭间. 设计道——中国设计的基本问题[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2009.
HANG Jian. Design Tao: Basic Problem of Chinese Design[M]. Chongqing: Chongqing University Press, 2009.
- [4] 李砚祖. 设计研究: 为国家身份及民生的设计[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2010.
LI Yan-zu. Design Research: Design for National Identity and Livelihood[M]. Chongqing: Chongqing University Press, 2010.
- [5] 吕澎. 1979年以来的中国艺术史[M]. 北京: 中国青年出版社, 2011.
LYU Peng. Chinese Art History Since 1979[M]. Beijing: China Youth Publishing House, 2011.
- [6] 陈晓华. 工艺与设计之间: 20世纪中国艺术设计的现代性历程[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2007.
CHEN Xiao-hua. Between Craft and Design: Modernity Course of Chinese Art Design in the 20th Century[M]. Chongqing: Chongqing University Press, 2007.
- [7] 曹晓鸥. 中国现代设计思想——生活、启蒙、变迁[M]. 济南: 山东美术出版社, 2018.
CAO Xiao-ou. Chinese Modern Design Thought: Life, Enlightenment and Change[M]. Jinan: Shandong Fine Arts Publishing House, 2018.
- [8] 陈瑞林. 中国现代艺术设计史[M]. 长沙: 湖南科学技术出版社, 2002.
CHEN Rui-lin. History of Chinese Modern Art Design[M]. Changsha: Hunan Science and Technology Press, 2002.
- [9] 李世忠. 创意产业的哲学审视[M]. 北京: 学苑出版社, 2011.
LI Shi-zhong. Philosophical Review of Creative Industry[M]. Beijing: Xueyuan Publishing House, 2011.
- [10] 何人可. 走向综合化的工业设计教育[J]. 装饰, 2002(4): 14-15.
HE Ren-ke. Towards the Comprehensive Industrial Design Education[J]. Zhuangshi, 2002(4): 14-15.
- [11] 李涛. 新常态 新思考 新作为——勘察设计企业的业务创新与转型升级[J]. 中国勘察设计, 2016(4): 74-77.
LI Tao. Business Innovation and Transformation Upgrading of Survey and Design Enterprises[J]. Wuhan Survey and Design, 2016(4): 74-77.
- [12] 田君. 设计教育: 引领创意中国——对文化创意产业背景下当代中国设计教育的思考[J]. 艺术百家, 2007(3): 139-141.
TIAN Jun. Design Education: Leading Creative China: Reflect on Contemporary Chinese Design Education under the Background of Cultural and Creative Industry[J]. Hundred Arts, 2007(3): 139-141.
- [13] 吴红雨. 价值链高端化与地方产业升级[M]. 北京: 中国经济出版社, 2015.
WU Hong-yu. High-end Value Chain and Local Industry Upgrading[M]. Beijing: China Economic Press, 2015.
- [14] 郭刚. 夹缝中求发展——探讨中小勘察设计企业生存发展之道[J]. 建筑设计管理, 2017, 34(10): 26-27.
GUO Gang. Discussion on the Survival and Development of Small and Medium-Sized Survey and Design Enterprises[J]. Architectural Design Management, 2017, 34(10): 26-27.
- [15] 赵亚军. 新形势下铁路勘察设计企业的发展战略思考[J]. 现代经济信息, 2015(24): 301.
ZHAO Ya-jun. Strategic Thinking on the Development of Railway Survey and Design Enterprises under the New Situation[J]. Modern Economic Information, 2015(24): 301.
- [16] 林淑敏, 郑刚强, 徐非凡. 工业设计促进高新技术产业化路径与方法探索[J]. 艺术与设计(理论), 2019, 2(6): 31-33.
LIN Shu-min, ZHENG Gang-qiang, XU Fei-fan. Exploration on the Path and Method of Industrial Design to Promote the Industrialization of High and New Technology[J]. Art and Design (Theory), 2019, 2(6): 31-33.
- [17] 郑刚强, 李沛钊, 孙嘉伟. 经济性考量下的供应链产品设计策略研究[EB/OL]. (2021-01-28)[2021-02-08]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/50.1094.TB.20210127.1856.002.html>.
- [18] 孙旭东. 创意产业背景下的工业设计产业化对策研究[D]. 济南: 山东大学, 2009.
SUN Xu-dong. Countermeasures of Industrial Design Industrialization under the Background of Creative Industry[D]. Jinan: Shandong University, 2009.
- [19] 谢孟颐. 从设计表现到设计战略——我国品牌形象设计

- 计战略的研究意义及其思考[J]. 设计艺术研究, 2012, 2(5): 14-19.
- XIE Meng-yi. From Design Expression to Design Strategy: Research Significance and Reflections on Brand Image Design Strategy in China[J]. Research in Art of Design, 2012, 2(5): 14-19.
- [20] 窦立亚. 创意产业背景下工业设计的发展对策研究[D]. 济南: 山东大学, 2008.
- DOU Li-ya. The Development Strategy of Industrial Design under the Background of Creative Industry[D]. Jinan: Shandong University, 2008.
- [21] 柳冠中. 设计的使命是对人类灵魂的进化[J]. 设计, 2018(2): 82-84.
- LIU Guan-zhong. The Mission of Design is the Evolution of the Human Soul[J]. Design, 2018(2): 82-84.
- [22] 毛泽东. 毛泽东选集[M]. 北京: 人民出版社, 1991.
- MAO Ze-dong. Selected Works of Mao Ze-dong[M]. Beijing: People's Publishing House, 1991.
- [23] 权衡, 孙亮, 黎晓寅. 国家创新体系建设: 经验与启示——印度、爱尔兰、芬兰、以色列比较研究[J]. 学习与实践, 2010(4): 15-23.
- QUAN Heng, SUN Liang, LI Xiao-yin. National Innovation System Construction: Experience and Enlightenment: a Comparative Study of India, Ireland, Finland and Israel[J]. Learning and Practice, 2010(4): 15-23.
- [24] 蒋兴明. 产业转型升级内涵路径研究[J]. 经济问题探究, 2014(12): 43-49.
- JIANG Xing-ming. Connotation Path of Industrial Transformation and Upgrading[J]. Economic Issues Research, 2014(12): 43-49.
- [25] 程郁, 王协昆. 创新系统的治理与协调机制——芬兰的经验与启示[J]. 研究与发展管理, 2010, 22(6): 112-120.
- CHENG Yu, WANG Xie-kun. Governance and Coordination Mechanism of Innovation System: Experience and Inspiration from Finland[J]. Research and Development Management, 2010, 22(6): 112-120.
- [26] 郭雯, 张宏云. 国家设计系统的对比研究及启示[J]. 科研管理, 2012(10): 56-63.
- GUO Wen, ZHANG Hong-yun. Comparative Study of National Design System and Its Enlightenment[J]. Science Research Management, 2012(10): 56-63.
- [27] 刘曦卉. 英国设计产业发展路径[J]. 设计艺术(山东工艺美术学院学报), 2012(2): 45-47.
- LIU Xi-hui. The Development Path of British Design Industry[J]. Design Art (Journal of Shandong Institute of Arts and Crafts), 2012(2): 45-47.
- [28] 郑曙杨. 基于可持续发展国家战略的设计批评[J]. 装饰, 2012(1): 14-18.
- ZHENG Shu-yang. Design Criticism Based on National Strategies for Sustainable Development[J]. Zhuangshi, 2012(1): 14-18.
- [29] 高文静. 浅谈设计战略中设计资源的“可持续发展”[J]. 美与时代(中), 2012(8): 102-103.
- GAO Wen-jing. Discussion on the “Sustainable Development” of Design Resources in Design Strategy[J]. Beauty and the Times (middle), 2012(8): 102-103.
- [30] 陈金德, 姜慧, 陈茂清. 产品创新的两翼: 科学技术与工业设计——以 R 公司为例[J]. 科技管理研究, 2019(13): 33-38.
- CHEN Jin-de, JIANG Hui, CHEN Mao-qing. Two Wings of Product Innovation: Science and Technology and Industrial Design: a Case Study of R Company[J]. Science and Technology Management Research, 2019(13): 33-38.