

全球化、科技范、国潮风……

# 创新设计为企业发展注入新能量

■ 劳动报记者 陈宁



上海自2010年加入联合国“创意城市网络”，并成为“设计之都”以来，优秀设计企业、设计人才加速集聚，创新设计成果持续涌现，国际国内影响力日益增强。今年，上海迎来了第二届世界设计之都大会，在本届大会上，上海又将如何展现设计之于城市的“化学反应”？日前，记者通过走访，听听来自汽车、“老字号”、人工智能等企业与设计之间的“缘分”，听听它们对上述问题的阐释。

## 车企研发设计 开辟“全球化”思路

本届大会致力策划“世界波”，打造中外创意交相辉映的国际盛会，这与我国车企寻求全球化的思路不谋而合。

位于上海嘉定区安亭镇的上汽设计中心，是亚洲最大的汽车设计研发中心之一。这个近两万平方米的空间，承担着上汽集团汽车“新四化”创新变革使命，主要负责旗下荣威、MG和飞凡等品牌的汽车设计重任。

新能源汽车“出海”势头正盛，各大车企百舸争流，研发设计全球化是打造全球化产品的基础。据介绍，上汽根据不同市场的道路情况、消费者特征设计不同的产品。其中，旗下品牌MG提供了一条清晰的路径。

MG品牌不只是“出海”，更是“生而全球”，上汽集团创新研究开发总院副院长、总设计师邵景峰这样说。在刚刚落幕的慕尼黑车展上，MG Cyberster的亮相引起了大批观众驻足，中国品牌成为国内外车企深度探讨的话题。

中国设计的DNA是什么？中欧设计理念又有何差异？邵景峰直言，这台车当初设计和定位就是针对海外市场，早在研发之初就被定位为“全球车”，其用户调研、产品定义都是在欧洲和中国市场同时进

行。对于这款电动跑车的使命，设计者有多重考虑。“第一，希望它上攻，瞄准MG7的定位向上；第二，瞄准MG4的全球销量；第三，MG Cyberster的唯一性、稀缺性、大胆创新的突破性等，会推动MG品牌的整体向上。”邵景峰称。

欧洲是汽车工业的发源地。对中国车企而言，欧洲市场从来都是一块“硬骨头”。今年前8月，MG在欧洲销量达到15万辆，同比增长1.5倍，在英国、德国、法国、意大利、西班牙、瑞典、爱尔兰等国家新车销量排行榜上均名列前茅。其中，MG4 EV前8月在欧洲累计销量达到4.6万辆，荣登中国电车对欧洲出口排行榜第一，同时也成功问鼎欧洲纯电紧凑型车销量榜，是同期欧洲市场最畅销的中国电车。

## 前瞻设计理念 推动打造“大国重器”

今年大会，还将集中体现“科技范”，在大众并不熟悉的高端医疗装备领域，前瞻的设计理念同样正推动打造“大国重器”。

位于嘉定的联影医疗从成立之初，就确立以“科技创新”“设计创新”双轮驱动公司发展，“设计创新”成为提升品牌势能的核心抓手，助力高端医疗装备“国之重器”的打造。

“医疗装备行业的特殊属

性，要求设计必须以人为本，只有超越医疗，才能做好医疗”，在接受媒体采访时，联影医疗高级副总裁、设计创新中心总裁俞晔珩强调，“这一设计理念由三个支柱支撑，感官纯粹、情感化设计、时代精神。”

据介绍，联影医疗用极简产品，重新定义行业的审美，为操作者与患者营造一种纯粹的感官体验。用情感化设计将大型医疗设备从冰冷的“工具”转变为具有情感的、人格化的互动者，用设计传递关爱、信任和尊重。“比如，我们推出的磁共振设备uMR Omega通过设计驱动技术创新，打造了行业前所未有的75厘米超大孔径，让大体型患者、幽闭恐惧患者和孕妇等人群更安心地接受检查。”

她解释说，这款产品更实现了业界首创的“星空光环境”，在长达20分钟的磁共振扫描过程中提供沉浸式的“瞻星”体验，用设计治愈心灵，缓解幽闭恐惧症，让医疗检查不再是痛苦难耐的煎熬过程。

联影医疗过去十二年的发展历程中，在核心技术攻坚的基础上，深深得益于设计创新的加持。4大产品线11款产品均获国际工业设计领域大奖——iF奖与红点奖，是中国首家全线产品均在工业设计领域获国际权威认可的本土高端医疗设备公司。

此次世界设计之都展会现场，联影医疗带来了一批世界首创和中国首创产品：uCT 768搭载新一代主动感知技术平台，以高性能硬件系统和突破性深度学习图像重建技术，实现超低辐射剂量和高清图像质量的完美平衡，开辟64排CT全身低剂量成像新纪元；“全新数字化移动DR”哪吒，47厘米超窄机身，业界首创“可视化曝光技术”，最大程度减少医患交叉感染。

## “老字号”打破传统边界 走出新生命

据介绍，本届大会描摹呈现“国潮风”，为大众带来设计创造美好生活的愉悦体验。回力作为上海本土的时尚潮流品牌，以大会战略合作伙伴的身份亮相本届大会。

在大会的主展区时尚馆城内，回力不仅带来了子品牌回力1927全新设计的轻运动系列鞋服产品，更将展出备受年轻人喜欢的潮流与个性兼具回力DESIGN系列鞋款。

其中最具有代表性的是经典与创意相融合的WB-X经典款。据介绍，WB-X是回力DESIGN计划艺术家合作系列的开端，意在通过家族式的设计语言让回力品牌焕发新生。这款鞋以回力经典的WB-1鞋款为蓝本，融合时下流行的放大化设计思路，是在保留经典

设计元素的基础上创新再造的一款面包鞋。在材质上延续了基础的帆布材质帮面，解构并重组了回力WB-1鞋款的经典纹路，使用冷粘工艺复刻硫化质感，用创新的设计与工艺延续回力品牌的DNA。在产品细节上，保留了鞋底经典的排球纹路，帮面复古帆布包边条细节搭配质感头层皮料，经典再升级。

“坚持创意设计是每个品牌拥抱新市场环境，吸引消费者，开拓新兴消费市场非常重要的一步。”回力相关负责人表示，回力作为上海本土鞋服的老字号品牌之一，有着近百年历史，设计创造了很多历久弥新的潮流产品和经典鞋款，与中国消费者建立了长久以及深厚的感情羁绊。如今，公司正在以品牌年轻化战略为蓝图，不断探索潮流文化的全新表达，致力于打造更具创新化的潮流新品。

“首先在鞋服产品的设计上融合了经典与潮流，并通过满足新兴消费者都市运动生活的功能属性和多场景应用需求，持续探索产品外观、新材料应用和技术创新，展现回力的潮流新能量。”上述负责人表示，回力正在通过深度发掘品牌的经典与创新之美，在保持品牌传统元素的同时，带动新时代的潮流文化，打造符合年轻群体审美的全新潮流系列，展现百年老字号的新生魅力。

# “2023安永复旦最具潜力企业”评选结果公布

本报讯 近日，上海“2023安永复旦最具潜力企业”评选结果公布，共18家企业荣膺“最具潜力企业奖”，14家企业获颁“最具潜力种子企业奖”。

本年度的获奖企业有10家来自生命科学/医疗设备产业，5家来自新能源产业，5家属于机器人/

自动化系统产业，以智能制造、移动出行为代表的产业也颇受关注。

本次入围的新兴企业主要涵盖了新能源、机器人/自动化系统、智能制造、生命科学/医疗设备、移动出行、农业科技/现代农业、新零售、健康服务等八大主要行业。安永大中华区业务

主管合伙人毕舜杰表示：“目前，数字化和绿色化是两大趋势，在我国坚持推动高质量发展为主题的背景下，获奖企业牢牢把握住产业数字化升级和绿色可持续发展的新机遇，对新能源、新技术不断探索求进，代表了当今商业世界中承载着创新能力的企业典范，并不断

提升识变、求变、应变能力，快速成长为行业领军者，为中国经济的可持续增长和社会的可持续发展带来更多机会和希望。”

“安永复旦最具潜力企业”评选是一项公开评选，参选企业须为具有优良业绩和成长性的非上市公司。本届评选委员会继续由安永成

员机构合伙人和复旦大学管理学院的资深专家和学者共同组成。评选秉持专业、客观、公开的评选原则，基于行业属性、发展模式 and 创新能力等一系列关键指标，发掘业绩优良、成长曲线健康、展现巨大发展潜力的企业。

■ 吴泽顺