

## 2 热点透析 Hot Dialysis

## 2014 成都创意设计周 10 月举行

打造创意设计产业盛宴 助推经济转型升级 将面向全球征集  
彩绘大熊猫设计和雕塑作品

■ 赵斌

在13日下午举行的“2014成都创意设计周”新闻发布会上,成都市副市长傅勇林宣布:经四川省人民政府批准,成都市将于今年10月1日—14日在蓉举办“2014成都创意设计周”活动,该活动将打造成为示范性和实践性兼具的高水平创意设计盛会。成都市力求以此为契机,推进文化创新和设计服务等新型、高端服务业发展,促进与实体经济深度融合,从而推动“成都制造”向“成都智造”“成都创造”转变,助推经济转型升级。

### 中国创意名城 创意设计产业初具规模、潜力巨大

作为中国首批历史文化名城的成都,文化资源得天独厚,从古至今就是一座富有文化创造力的城市。而今天的成都,在市委、市政府一系列产业政策的扶持下,创意经济已成为一种蓬勃发展的经济形态,成都创意设计产业已初步形成了工业设计、动漫游戏、建筑设计、广告设计、工艺美术设计、家居设计等诸多行业快速发展的良好格局。

目前,已有十余所高校开设了创意设计相关专业,培养了一大批具有文化创新能力的技术人才;涌现了像许燎源、黑蚁设计、嘉兰图设计等一批具有全国影响力的优秀设计师和设计机构;红星路35号文化创意产业园、蓝顶艺术中心、浓园国际艺术村、许燎源现代艺术博物馆、东郊记忆、武侯区西部智谷、彭州家纺创意设计园等文化创意设计产业聚集区也应运而生、蓬勃发展,并在业界享有一定的声誉;已有工业设计专业性公司100余家,各级工业设计中心32家;在新产品研发中,70%的规模以上工业企业设有工业设计机构。成都还加入了联合国教科文组织“创意城市网络”,获评“2012中国创意名城”。

创意设计产业对成都经济和社会发展的贡献力正逐步增加,且潜力巨大。据统计,2012年,成都市仅文化创意产业增加值就超过400亿元,其中动漫游戏产业产值近80亿元,连续三年实现33%以上的增长,而2013年前10月,动漫游戏产业已实现产值超过70亿元。

### 全球征集 LOGO 成都创意设计周拟每两年举办一届

本次活动官方网站“成都创意设计网”(www.cdcdw.org, www.cdcdw.com.cn, www.cdcdw.net)和官方微博@成都创意设计网(新浪和腾讯微博)、微信(公众号:创意成都)也于13日正式上线。活动组委会还将面向全球征集“成都创意设计周”LOGO及视觉形

[上接 P1]▶▶▶

象标识系统(VI)。

按照计划,“成都创意设计周”活动自2014年开始,将每两年举办一届。成都将学习借鉴“米兰时装周”“戛纳电影节”“威尼斯双年展”的举办经验,力争通过两年一届的持续举办,把这一活动打造成为具有国际知名度的城市品牌活动和国际文化经贸交流平台,具有智慧聚集和研发孵化成果转化功能的产业平台,具有为民、惠民、乐民价值的民生公共服务平台,为成都市和四川省乃至中国西部的产业转型升级加速,让全国和世界范围的企业找到投资成都的“洼地”,让年轻人找到更丰富更有前景的就业、创业途径。

除举办产业盛会外,下一步,成都还将多管齐下大力发展创意产业。通过政府引导和市场导向,创新服务模式,提升创意设计价值;加快创意设计人才集聚,强化人才队伍建设;培育市场主体和市场,增强设计竞争力,大力发展创意设计龙头骨干企业,引进国内外知名设计企业(团队)等。

根据《成都市文化产业发展“十二五”规划》,“十二五”期间,成都创意设计业增加值预期年均增长达25%以上,将初步形成“成都设计”品牌效应,建成全国一流的创意设计基地。

## ▼ 记者手记

### 一次有创意的发布会

创意、设计在成都可谓无处不在,深深植根于成都人的脑海中、生活里。从此次个性鲜明、创意独特的发布会即可印证。13日召开的首场发布会,从创意开始,以创意贯穿,力争做到在一个有创意的地点、通过一套有创意的设计、举办一场有创意的发布,从而给来宾留下一段有创意的回忆。

发布会的现场设计与梵木艺术馆的现状巧妙融合。步入园区即见“苔痕上阶绿、草色入帘青”的暮春田园景色,可在创意市集信手翻阅设计书籍,也可在户外演奏的钢琴曲中漫步闲谈。在发布会会场中设置有投影放映厅,循环播放成都的创意聚集区影像,以期对创意设计周渲染气氛。开场视频是《90秒爱上成都》,象征创意设计的灵动与新颖。为发布会量身定制的演示文件本身就是一部创意作品,兼具设计感与实用性。

这是突破既有方式的创新性的发布会,来宾的所见、所听、所触、所感与所得均蕴含了创意在其中。简约环保的邀请、闲适惬意的市集、先锋前卫的摄影、美好恬静的暖场、热闹欢快的开场……此次发布会的意义不仅在于宣布创意设计周启动筹备,更是表明成都全民对创意的渴望、对设计的尊重、对美好生活的追求。

## ▼ 活动介绍

### 创意成都 美好生活 创意设计周看点多多

据“2014成都创意设计周”组委会负责人介绍,本届创意设计周以“创意成都,美好生活”为主题,将由成都市博览局、文化局、广新局、旅游局、商务局等多部门和区(市)县整合优势资源通力协作,通过举办成都创意设计产业展览会等8大活动,制定发布《成都市创意设计产业发展四年行动计划》,打造成示范性和实践性兼具的高水平创意设计盛会,培育市场主体,推动成都市文化创新和设计服务与相关产业融合发展,为创意设计产业“国际化、可持续、集群式”发展奠定坚实基础。

其中,2014成都创意设计产业展览会定于10月11日—14日在世纪城新国际会展中心举行。展览预期目标为总面积约5.5万平方米的展场,参展企业500家,参展作品、产品5000件,专业观众1.5万人次,普通观众15万人次。其中,创意产业馆展出内容包括创意农业、工业设计、文化旅游、体育产业、创意美食、创意家居、服装鞋类、广告包装、会展博览、信息通讯等。创意设计馆包括“成都礼物”获奖作品展、成都青年创意设计展、亚洲新势力设计展、大师设计成都精品展、全球彩绘大熊猫作品展等。动漫体验馆包括手机游戏、动漫展示、原创漫画等体验。同时,展会设置创意时空走廊、T型秀台、微电影、创意咖啡区等功能区。

### 开展双百创意总动员活动

“创意设计头脑风暴”将邀请有关部门领导、国家重要智库机构核心成员、国际知名创意城市代表、创意设计界领军人物、知名企业家参与主题讲演、政策发布、高峰对话等活动,就国家创意设计产业政策进行解读,以产业融合与要素集成、产业融合与资源配置、公共创意与文化市场等议题展开风暴式的大讨论。同时,发布成都创意产业政策。

“双百创意总动员”活动拟于10月1日—14日举行,将免费或优惠开放成都市100家博物馆、美术馆、艺术馆、创意聚集区、艺术机构,并在这些地方举行100场创意设计活动或论坛。期间,将开设“双百”特色之旅,举行“记忆中的老成都”主题宣讲和论坛活动,举行“创意在民间”艺术交流会和经典创意项目展览等。

“全球彩绘大熊猫”活动将面向全球征集彩绘大熊猫设计和雕塑作品,把大熊猫这个全世界认知度最高的“中国符号”塑造成创意周艺术符号,并通过后续推广、开发,使之成为成都市开展对外交流的“成都礼物”,力争使“成都彩绘大熊猫”成为像“德国柏林熊”一样世界知名的城市标识。彩绘大熊猫雕塑作品将在创意周现场及成都各大知名

地标进行展览展示。

### 召开创意城市网络成都会议

“创意成都奖”将借鉴国际国内设计大奖的奖项设置,奖励一批优秀创意设计机构、创意设计人才及优秀创意设计作品。创意成都奖拟包括:视觉设计奖、工业设计奖、建筑设计奖、室内设计奖、装置艺术设计奖、动漫设计奖、创意美食奖、生活美学创意奖、新媒体交互创意奖、最佳社交平台用户体验创意奖、创意产业孵化奖、创意设计新人奖等奖项。

“大师设计成都”活动内容包含三大板块:一是“设计美化生活——大师设计成都公共设施”,将在全球征选国际知名的创意设计大师,以成都城市公共设施为素材,以国际创意设计的视角,形成对成都公共设施的系列创意方案与作品;二是“设计创新价值——全球创意设计TOP100”展,为成都市民带来一次创意的享受,同时为本土创意设计的发展提供参考和借鉴方向,助推成都制造产业升级转型;三是“创意改变城市——全球设计大师高峰论坛”,促进成都创意设计国际化。

“2014年创意城市网络成都会议”由联合国教科文组织主办,届时,联合国教科文组织有关官员和来自22个国家的41个创意城市代表约120人将参加会议,讨论创意城市网络发展。这将为扩大成都市国际影响力,助推成都市创意产业发展提供良好机遇。

### 成都艺术品保税仓库揭牌

值得一提的是,活动将举行成都艺术品保税仓库揭牌仪式,这是西部首个艺术品保税仓库。该保税仓库位于成都市二环路东五段东湖公园蝴蝶馆,规划建设保税仓储区、保税展览区、海关监管办公区、艺术家交流中心四大功能区。旨在打造中国西部首个国际化的艺术品交易平台,为成都乃至西部创意设计产业提供文化艺术品保税服务,创建西部高品质艺术品交易的便捷通道,带动成都艺术品进出口等服务贸易的进一步发展,在更大范围、更广领域和更高层次上参与国际合作和竞争,把更多具有成都特色的优秀创意设计产品推向世界。

此外,成都市还将制定出台《成都市创意设计产业发展四年行动计划》。通过政策扶持,推进创意设计和设计服务高端发展,促进创意设计与新型工业化、新型城镇化、信息化、农业和服务业现代化深度融合,打造“创意名城”和“设计之都”。

“2014成都创意设计周”将邀请英国、德国、美国等国家和中国台湾、香港、北京、上海、杭州、广州和深圳等地的知名设计师、著名设计机构、设计大学、创意机构及相关企业参与,预期参与机构将达2000家,参展作品将超过20000件,参会人数超过100万人次。

《舌尖2》引爆生鲜战  
电商“圈地”竞争加剧

■ 姜蓉

### 供应链的比拼

在传统零售渠道,生鲜产品在流通过程中有三大难,一是高损耗,二是较高的物流成本,第三是产品非标准化带来的操作难度。正因为这个特点,在广义的消费品领域,生鲜类目是最后一个电商化的类目。相对于图书、3C、服装等产品,10年甚至更长的触网史,时至今日,生鲜电商才刚刚走过了两个年头。

2012年,生鲜电商大规模兴起,这一年,沱沱工社崭露头角,本来生活网上线。京东商城、顺丰优选、亚马逊都相继推出生鲜频道。

不久前,天猫平台与新西兰政府合作,从新西兰将海鲜直供给目标用户,从捕捞到配送至用户时间控制在72小时之内,并且提出“不活包赔”,也就是用户收到的海鲜都是活着的,如果有死的,可以索赔。

而天猫的竞争对手京东不久前与大连獐子岛集团达成合作,将獐子岛集团的主打海产品以鲜活品质送达用户。本来生活网则与内蒙古达里湖野生“碱水华子鱼”产区渔场合作,从华子鱼开始拓展鲜活产品。

### 单品运营比拼

在淘宝平台,“爆款”一度成为许多品牌的主要策略。其方式是集中企业的资源做一款产品,并买下重要广告位强推这款产品,通过爆款做销量、赚口碑、刷排名。

今年,鲜活品类竞争升级。本来生活网在单品选择上也颇耗费了些精力。3月初,《舌尖2》的片花播出,第二集中出镜的华子鱼进入了本来生活的视野。“这是一个会引爆关注的单品。”戴山辉认为。

不仅是本来生活网,包括我买网在内的生鲜电商都闻风而动,来到内蒙古达里湖野生“碱水华子鱼”产区渔场争夺代理权。渔场最终选择了本来生活网独家在线销售达里湖的“碱水华子鱼”。

拿下了独家在线销售代理权,仅仅是单品运营的开始。5月7日,本来生活网组织了诸多美食名人们前往内蒙古达里湖,去参观华子鱼捕捞及品尝体验这个产品,并计划在5月16日《舌尖2》的《秘境》播出当天,联合天猫平台进行首发。

“相对于网上流量购买,这样的单品运营活动成本要低很多。”本来生活网运营中心总经理戴山辉表示。营销观察人士指出,本来生活网邀请的美食达人界有着相当的影响力,他们的传播带动粉丝传播,并提前一周引爆话题,等《舌尖2》播出,产品上线,必然能为网站带来巨大的流量。用户在抢购华子鱼这个单品的同时,网站其他产品必然产生连带销售。



# 创新为引擎 居高声自远

## ——全国人大代表、亚宝药业董事长任武贤访谈录

大品牌儿童用药“丁桂儿脐贴”是我们的拳头产品,进入市场近20年,得到市场和临床用药认可,使亚宝有“儿童用药专家”美誉。因此,开发儿科用药及大品种二次开发、技术升级具有独特的发展优势。而心脑血管慢性病药物需求广泛,肿瘤药物临床需求也较大,这都是我们研发的方向。我们的目标是依靠新优产品和优质服务,努力打造“中国家庭用药的第一品牌”。这样的发展战略符合市场需求,体现了亚宝关注人类健康、造福社会大众的企业愿景。

记者:您曾经说过,要做强做大我国民族

医药事业,要增强企业的核心竞争力,就必须使国内药物制剂尽快走向国际市场,积极参与国际竞争。那么,走国际化之路作为亚宝一项重要的发展战略,与企业创新有着怎样的关系?

任武贤:走国际化之路特别能体现企业的创新能力,尤其是体现在国际合作创新和国际高端仿制药的开发、注册、生产、营销(贸易)等方面。开展国际化项目,与欧美发达国家先进企业合作,必将为亚宝带来新的理念、新的视角、新的活力,而进行国际创新药和仿制药的研发,也必将把亚宝带入科技创

新的新起点、新高度。同时,在规范管理、精益生产、优化人力资源和拓展市场营销等方面也必须有一定的提升,以便适应发展的需要。所以,走国际化之路将进一步增强我们的整体创新能力。

走国际化之路,首先要解决好我们的观念问题,要立足国际,按照国际标准经营管理企业,而不是被传统的模式所束缚;要全面而深刻地理解领会美国GMP和欧盟GMP的要求以及与之相适应的生产管理要求,并化为自觉的行动和良好的习惯;要严格按照国际标准组织生产,做好相关工作,并且要持之以恒,绝不为了认证而认证,应依凭过硬的产品占领国际市场。

记者:您曾在北大MBA班上说:企业文化是一种软实力,是企业的魂魄。作为企业掌舵人,您认为亚宝企业的核心是什么?您有什么样的经营管理理念?

任武贤:企业文化是企业的灵魂。有了文化,就有了方向,有了秩序,有了品牌,有了责任,就能打造百年老店,实现既定目标。否则,企业就不可能做大做强,就将是苍白的,是行之不远的。亚宝在长期的生产经营活动中形成了自己的企业精神、经营理念和核心价值观,明确提出了我们的企业使命、企业愿景,制定并落实了各个方面的规章制度,通过产业报国、确保质量、自主创新和支持公益等,建塑了企业的品牌形象,使文化融入药品、注入事业,使企业上下同欲、共谋发展。而晋商文化中的创家立业、兴宗耀祖、勤奋刻苦、孝悌和睦、修己以敬、义利并举等精神理念,无疑也与我们的企业文化共通共融。



2013年建成并投入运行的芮城工业园区

我曾在世界晋商大会上说,作为现代晋商,我们要做积极进取的“进”商、诚实守信的“谨”商、以义制利的“金”商;我也为企业提出了“亚宝人一家人、亚宝人一个人”和“用心做药、造福社会”的经营理念与价值观。我认为,我们的经营管理理念就是要做好药,做放心药,既要以产业报国,又要为员工、股东、客户谋利益,还要在节能减排、扶贫助残、支持公益等方面担当更多的社会责任,充分体现企业的道义与价值。

记者:亚宝一直坚持用创新领舞企业的转型升级,也取得了切实的成效。那么,在未来的发展战略中,亚宝将确立怎样的目标和愿景?还会有哪些创新之举?

任武贤:我们的愿景是“世界亚宝、百年亚宝”。那么,在制定企业战略规划中,我们瞄准这个愿景,始终把创新作为要端,决心依靠创新实现销售收入50亿元、利税10亿元的近期经济目标。特别是在科技创新上要坚持以自主研发为主、外联合作开发相结合、长线研发和短线仿制相结合的原则。目前我们已建立起创新中药、化学原料药手性合成与拆分、口服缓释制剂、口服透泵控释制剂、长效微球注射剂等8个研发平台,建立了以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术



亚宝药业内包装生产线

**遗失启事**  
吴丽,烟花爆竹个体工商户营业执照(注册号:510105600167063)遗失,声明作废。

各集大小项目融资借款, 需百万起贷  
地域不限, 个人、企业均可  
**金融世家豪丰投资**  
手续简单 利率低 放款快  
咨询电话: 028-68801888