



- 冰雪旅游“带飞”文创产业
- 上下游产业链闭环成长
- 掀起创意设计热潮

哈尔滨 创业人的圆梦之都

□ 本报记者
万佳
文/摄

知名设计师返乡创业

为老工业基地打造顶尖工业设计

哈尔滨的创意设计热潮让全国设计师心潮澎湃。

一次设计大奖引来全国创意设计“金点子”。去年在哈尔滨举办的紫丁香创意设计奖，累计收到4658件创意设计作品，其中有98件紫丁香入围奖，24件作品分别获得金银铜奖，并获得资金奖励。控温羽绒服用科技实现“温度自由”；打捆机深耕工业装备设计领域，一个小时可以打50捆，效率比之前大大提升；中医茶饮与祖研中医药技术结合，开辟“创意设计+生物经济”赛道……“参赛作品总体特点是科技赋能，本土创业团队多，龙江设计、龙江技术，科技成果就地转化。”哈尔滨创意设计产业中心秘书长闫实说，“我们的作用就是推动赋能，把优秀的创意设计产品用最短的时间实现落地变现。”

一年来，哈尔滨冰雪创意之都引来全国创意设计顶尖“金凤凰”。哈尔滨创意设计中心已经入驻41家设计机构，其中不乏国际知名设计师。还有更多个人和企业咨询入驻，希望到哈尔滨感受创意设计热潮。

经过一年的发展，在行业协会、园区等带动下，哈尔滨创意设计体系构建目前已经基本完善，哈尔滨城市区域品牌、城市设计、产品品牌、工业设计各门类齐全，创意设计生态比较完善，生态系统日趋完善，不仅上游顶尖设计团队云集，下游生产制造企业也逐渐成长起来。

2024年，返乡创业的工业设计师李铁彬设计的两个项目分别获得红点设计奖户外装备组和工业设备机械组至尊奖。这个奖项是创意设计领域全球四大奖项之一，在全世界设计领域非常有名，全世界每年仅有100多项入围。

作为哈尔滨李铁彬工业设计有限公司创始人，李铁彬此前已经斩获30余项国内外设计大奖，但回哈之后再次获得大奖让他倍感欣慰。“对于产品应用企业来说，将获奖标志贴在产品上，可以为产品‘背书’；对于设计师来说，获奖增强了设计信心和知名度；对哈尔滨来说，是让哈尔滨品牌在世界舞台亮相，让全球看到哈尔滨的实力。”李铁彬说。

“作为哈尔滨人，我深知家乡在工业制造领域的雄厚实力，但好东西还需要好的工业设计，好的工业设计能帮助产品实现其真正价值，与客户形成良好的互动。”李铁彬说，工业设计能解决产品商业化落地的相关问题。

一年来，李铁彬先后进行了6项工业设计项目，涉及农机、装备制造等多个行业。“这个情况大大超出我的预期，没想到龙江企业对工业设计的热情如此之高。”李铁彬说，每天我都能接到各种企业的咨询电话，很多企业的态度从原来的观望到主动对接设计公司。

“这一年来，我看到了龙江工业设计在渗透式发力。”李铁彬说，可以说厚积薄发，本土工业企业对设计需求和质量都出现快速增长趋势。

“今年，我计划进行一些设计教育、沙龙和企业培训以及发起实验性设计，对标国际先进创意设计国家，充分利用我们得天独厚的原材料资源，深度挖掘本地资源的各种工业属性，开发出具有本地特色的工业设计产品。”李铁彬说，同时也让更多人意识到工业设计赋能的巨大潜力。



李铁彬工业设计成品展示。



1月5日冰雪节上，王婧接受央视采访。



中气食族系列产品。



3D裸眼
全息影像冰
箱贴。



AR+AI
毛绒盲盒系
列产品。

本土创意本土生产

创意设计产业活力“爆棚”

隆冬时节，中央大街上一家名为“中气食族”的中医药茶饮店前排了长长的队伍，许多年轻人不惜在寒风中等待半个小时甚至更长时间。

年轻人热衷的这款中医雪糕和葫芦茶是由哈尔滨本土研发，从寒地黑土走出来的品牌。该品牌品宣负责人沈晓迪说，在哈尔滨创意设计中心孵化下，公司从深圳奔赴哈尔滨，与祖研合作研发中医药产品中药葫芦茶，实现龙江创意、龙江生产、龙江销售完全落地，同时还扩展业务，服务国内其他景区。

沈晓迪说，没来之前不知道黑龙江有这么好东西，来了之后每次开发新产品都像在挖宝，想把更多龙江好物通过创意设计介绍给全国游客。

“中气食族”目前中央大街上有3家门店，每个门店日均销售额在7万左右，如今在全国已经开设20多家门店。“我们的产品与全国排名前50名的知名景点达成合作意向，还在木兰县建设中医药产品加工厂，预计年内投产，年产值可达1.5亿元。”沈晓迪说，未来，他们会立足哈尔滨，把好的创意产品推广到全国。借着冰雪季的热度，不断将产品升级，拓宽消费场景，为游客呈现更丰富的中医药产品。

科技感满满

哈尔滨引领文创设计全新赛道

“外省市冰箱贴卷价格，你们是真卷创意啊。”“哈尔滨的文创产品这是要考研吗？”“创意设计天花板工业设计都与国际一流对标了，还有什么哈尔滨设计不出来的？”在各大短视频

网站上，网友晒出文创花活，从AR到VR，创意设计活法层出不穷。

“当中央大街上的文创店从零星几家到数不清多少家；当79元一个的冰雪摩天轮3D裸眼全息影像冰箱贴没人说太贵，游客疯狂抢购的时候，我就知道是这个市场做起来了，消费者开始理解科技创意的价值了。”龙粤文旅科创有限公司总经理王婧听到各方的积极反馈，既骄傲又自豪。她说，我们用一年的时间干了三年的活，累确实是累，但也成就感满满。

哈尔滨文旅经济热辐射到文创产品，全国上下都在供应哈尔滨需求。把数字技术应用到文创产品以及亚冬会赛事特许商品上，哈尔滨引出一条全新的文创赛道。

“哈尔滨四季冰箱贴这款爆款单品销售额突破2000万元。”王婧说，这套网红冰箱贴用手机扫码商品后，即可看到哈尔滨四季的精美画面。比如，新品冰雪摩天轮裸眼是3D裸眼全息影像，画面中的人物和景物呼之欲出，因此刚一上市就脱销。此外，今年他们的文创产品还可以成为个性化的电子相册。游客在哈尔滨旅游拍的照片和视频可以储存在冰箱贴中，还可以把对长辈、爱人的祝福录进去，成为一款独特的“尔滨”礼物。

2024年1月1日，魔法文创中心出现在中央大街上。如今，刚刚满周岁的文创中心日均营业收入在10万以上。

创业人圆梦之都

文创产品吸金能力强悍

在哈尔滨文创火爆出圈之前，很多人没有意识到文创的吸金能力。设计师设计的一款火爆的文创产品能赚百万，不仅如此，创意设计上下游产业链都因哈尔滨冰雪受益匪浅。

在中央大街上的魔法文创中心，AR+AI毛绒盲盒系列文创产品“东北小铁”一直“铁”难求。首批20万件货几乎秒没，下一批还没到已经有大量预订。这款爆款产品的原创人是在杭州工作的哈尔滨小伙。“我们除了自己的技术团队，还与国内许多优秀文创团队合作，为他们搭建更宽更快的文创变现之路。”王婧说，很多新锐工作室的设计师有着很棒的创作能力，但是没有市场推广的能力和渠道。“我们把最优秀的前端设计用最快的速度打通渠道，同时按销售数量给设计师分成。一般来说，一个优秀的文创设计师在冰雪季收入几十万很轻松。”

文创火爆并迅速向周边行业渗透。“在今年的冰雪大世界，有一款名叫《冰龙寻珠》的数字VR体验游戏，今年我们将会与他们合作，制作游戏IP周边衍生文创产品。这家公司在全国有多家游戏体验馆，我们的产品也将出现在全国各地。”王婧说，“今年我们还将与蔚蓝书店、几何书店等布局机场的高端书店合作，将黑龙江的文创产品推广到更广阔的舞台。”

“哈尔滨资源禀赋丰富，可挖掘的创意设计领域广阔，潜力巨大。”闫实说，“接下来我们将重点推动‘绿色农业+文旅体验’，尤其是农业衍生的食品加工领域，让黑龙江农产品不仅好看好吃，还好看好分享，好传播，更能带来良好的客户体验。”