

匠新十年：谱写中日创新产业生态合作新蓝图



田中年一

周天琪

在全球产业链深度重构的变局中，中国高水平对外开放正书写新篇章。作为深化国际创新合作的实践者之一，匠新(上海)创业孵化器管理有限公司(以下简称“匠新”)经过十年破冰之旅，在中日企业间架起一座横跨技术、市场、文化的“创新桥”，累计推动近千家中日企业在多个领域实现对接和互动交流。当下，匠新仍在积极探索数字经济与碳中和等前沿领域的跨国创新协同路径，生动诠释了“开放是必答题，创新是协奏曲”的深刻内涵。

探索中日创新合作路径

十多年前，日本已经开始

普及开放式创新的概念，但中日企业之间的创新互动较少。跨境创新的“信任赤字”曾让众多企业折戟，加上政策差异、文化隔阂、规则冲突等构成壁垒，初创企业尤难逾越。匠新创始人、CEO田中年一从中洞察到深层逻辑——中日产业链的互补性远大于竞争性。2015年，匠新以“桥梁”定位切入，试图打破两国技术、市场与文化的壁垒。

从助力中国AI企业首获日本风投，到推动日本硬科技企业落地中国；从促成三一重卡与日本保险巨头在新能源领域的战略合作，到日本头部服装公司与在中国AI应用领域的科技合作，这些案例不仅是匠新在技术交流、市场拓展等领域的服务成效，而且为中日产业创新协作提供了实践参考。

近年来，伴随中国科技企业“出海”浪潮，匠新构建的创新需求数据库持续扩容，既精准捕捉日本企业对华技术合作诉求，为中国企业量身定制“出海”方案；又通过服务实践反哺日本合作伙伴，形成双向赋能的创新闭环。这种“需求洞察—方案输出—价值反哺”的螺旋式上升模式，十年间已促成中日创新要素在智能制造、绿色科技等领域的深度耦合，持

续释放开放式创新的跨境协同效应。

打造合作创新生态圈

2022年正值中日邦交正常化50周年，由匠新主办的“中日企业创新大会”在上海展览中心成功举办。作为浦江创新论坛——全球技术转移大会(INNO-MATCH)特别单元，活动获得上海市科学技术委员会、日本驻上海总领事馆、日本JST和JETRO等机构联合指导，通过研讨会、成果路演、产业对接等模式，促成中日企业的合作意向。

如今，该活动深度链接两国数字经济与绿色技术资源，为构建开放型亚太创新共同体注入新动能。借助大会平台，匠新为企业的高质量创新发展进一步赋能，与更多的日本大企业开展合作，共同推动创新项目的落地和发展。同时，匠新将继续促进中日企业之间的交流合作，推动创新项目的孵化和加速，助力中日创新生态的发展。

2021年，为推动中日科技创新合作，匠新发起中日创新社群，定期举办社群活动促进日本大企业与中国创新型企业

之间的交流合作，并组织企业拜访当地政府。随着日本大企业客户和中日创新社群成员的增加，匠新深受客户信赖，持续积累包括中国创新企业、政府机构在内的中方资源，打造中日创新合作“生态圈”。

共塑中日产业协同新未来

随着中国数字经济蓬勃发展，已形成完整的产业生态：不仅培育了规模庞大的科技人才队伍和领军企业集群，更在智慧城市、工业互联网等领域打造了丰富的应用场景。田中年一坦言，日本虽将数字化转型(DX战略)列为国家战略，却面临科技人才结构性短缺的瓶颈，供给端难以匹配快速增长的数字化需求。“尽管在跨境数据管理和AI技术引入方面存在一些挑战，中国数字技术在日本的应用对推动日本的DX战略进程具有重要意义。”他表示。

站在新十年的起点，匠新的战略布局与时代同频共振。为进一步促进中日两国在数智化领域的合作，匠新于去年底成立了新公司“匠数新Taku-mi Digital”，未来将继续深化日本大企业与中国科技企业在诸

如人工智能(AI)、机器人技术、新能源汽车(NEV)等中国具有显著优势领域的创新合作，并助力中国企业开拓日本市场。

此外，匠新计划将聚焦日本碳中和领域硬科技初创企业，针对其技术优势与中国市场潜力不匹配、初创期人力不足等问题，通过搭建市场拓展案例库及资源对接平台，促进中日创新生态双向融合，实现技术商业化与产业升级的共赢。

为实现这个目标，匠新将联合日本和中国的民间资本以及中国地方政府的产业基金，建立一个支持中日创新合作的资本池。同时，匠新还将组建专门团队，支持两国初创企业的海外市场拓展，从启动到成长加速提供全程帮助，此举不仅确保企业成功“出海”并获得投资回报，也为投资者创造价值。

从浦江之滨到东京湾畔，这座跨越十年的创新之桥，见证着中日合作从制造协同向创新协同的发展历程。在构建新发展格局的征程上，匠新还将继续探索中日创新合作的实践样本，力求在全球产业链优化升级的过程中，提供切实可行的解决方案，促进更加紧密、高效的国际合作模式。

南极电商：以创新驱动品牌升级，助力数字中国建设



张玉祥

邹煦晨

近年来，科技创新与数字经济一直都是全国两会的热点话题，同时中国品牌的发展与转型也备受关注。作为中国可选消费品领域的领军企业，南极电商股份有限公司(以下简称“南极电商”)在董事长张玉祥的带领下，通过模式转型与技术创新，为中国服装品牌的发展提供了新思路。

从品牌授权到自营的跨越

南极电商从品牌授权模式转向自营模式，是基于对市场需求和行业趋势的深刻洞察。传统服装行业产能过剩，消费者对非必需品的购买愈发谨

慎，市场对产品品质和供应链效率的要求显著提升。张玉祥认为，过去依赖供需平衡的品牌授权模式已无法满足当前“以质取胜”的竞争态势，转型成为必然选择。南极电商的转型不仅是商业模式的变革，更是对市场需求的精准把握和对行业趋势的积极回应。

南极电商的转型具备多重优势。公司凭借近30年的供应链整合能力，通过直营模式缩短中间环节，大幅提升库存周转效率。这一举措不仅优化了成本结构，还增强了对产品质量的把控能力。同时，南极电商抓住新一代消费趋势，联合本土复合型人才，打造高品质、高性价比的产品。例如，其轻奢系列产品凭借高性价比受到市场认可，验证了转型方向的正确性。此外，南极电商还积极改造升级工厂，推动产业技术、设备、软件和工艺的提升，进一步巩固了其在行业内的领先地位。

转型后的南极电商提出了“轻奢品质、逆天价格”的品牌理念，强调让消费者以轻松愉悦的方式享受高品质产品。张玉祥解释，“轻奢”意味着轻松购买、轻松享受，穿透消费层级、周期和场景，以中低端价格提供高端气质的产品。南极电商凭借强大的供应链优势，实

现了品质与价格的双重优化，为中国服装品牌的发展提供了新思路。

在市场竞争中，南极电商展现出独特的优势。其供应链敏捷性更高，新品从设计到上架的时间大大缩短；公司针对消费者偏好推出跨界产品，兼顾功能与时尚；同时，南极电商与全球顶尖供应商合作，确保产品品质，展现出强大的市场竞争力。然而，南极电商也面临国际品牌认知度有待提升的挑战。为此，公司计划投资全产业链，与全球顶级供应商联合打造优质商品，并通过跨境电商等渠道扩大海外影响力。

南极电商的转型顺应了中国制造业向中国品牌的转型潮流。张玉祥指出，中国品牌正在从传统的中低端、中低价时尚产业，向能够创造海量需求的中国品牌转型。这一转型不仅是企业自身发展的需要，更是中国经济和产业发展的必然趋势。南极电商希望通过自身的努力，为中国品牌的发展树立榜样，推动更多中国品牌走向世界。

南极电商的转型之路并非一帆风顺，但公司凭借对市场的敏锐洞察和对品质的执着追求，成功实现了从品牌授权到自营的跨越。这一过程中，南极电商不仅优化了自身的商业

模式，还通过技术创新和供应链升级，提升了企业的核心竞争力。未来，南极电商将继续深化模式转型，进一步提升供应链效率，优化产品结构，以满足消费者日益多样化的需求。

技术创新是企业发展的核心动力

在模式转型的同时，南极电商也在技术创新与可持续发展方面进行了积极布局。张玉祥指出，技术创新是企业发展的核心动力。南极电商致力于开发功能性面料，目前已推出多款行业领先的面料，并将持续开发独特的自有面料。公司通过控制面料，打造经典款产品，同时根据市场流行趋势调整款式和工艺，满足消费者的多元化需求。

在可持续发展方面，南极电商积极响应国家“双碳”战略，推动绿色低碳发展。公司通过优化供应链，降低能源消耗，减少碳排放，努力实现企业的可持续发展目标。张玉祥表示，南极电商将通过技术创新与可持续发展的结合，在未来的市场竞争中占据优势地位。

与此同时，南极电商也在积极助力“数字中国”战略，推动行业数字化转型。张玉祥指出，科

技创新与数字化转型是企业未来发展的关键，建议建立行业级数据共享平台，破除“数据孤岛”，推动产业链协同创新。

张玉祥表示，南极电商愿做这场变革的探路者，与政策同频，与时代共振。通过自身的努力，南极电商将推动中国服装行业的数字化转型，为中国品牌的全球化发展贡献力量。南极电商的未来布局不仅着眼于技术创新和可持续发展，还注重品牌建设与市场拓展。张玉祥指出，南极电商将继续深耕国内市场，同时加快海外市场布局，通过跨境电商等渠道提升品牌国际影响力。公司计划在未来几年内，通过与全球顶级供应商的深度合作，进一步优化产品品质和供应链效率，打造更具竞争力的中国品牌。

南极电商的转型与创新之路，是中国品牌发展的一个缩影。在张玉祥的带领下，南极电商正以创新为驱动，以品质为核心，以数字化转型为支撑，推动中国服装品牌走向世界。南极电商的实践证明，通过模式转型与技术创新，中国企业不仅能够激烈的市场竞争中脱颖而出，还能在全球化进程中展现中国品牌的独特魅力和强大竞争力。