

日前,上海黄浦区8号桥四期创意园区一间大会议室内氛围热烈、紧张又充满激情,这里正在进行一场别开生面的“提案会”,十几位华东理工大学20级数字媒体艺术专业的同学轮流登台,面对着苏州老万年金银有限公司总经理、老万年第七代传承人戚春兰,黄浦区就业促进中心副主任彭明,华东理工大学艺术设计与传媒学院党委副书记王珊等专家、机构、企事业负责人,讲述他们对于百年老字号的理解,放飞对金银制品的创新理念,至此历时三个多月的华东理工大学与苏州老万年的产学研实践课程圆满收官,黄浦区就促中心的2022年“老字号·新活力”创新创业专项行动又完成一个重要章节。

青年报记者 孙琪

创新路上传经典

老字号与年轻人的“双向奔赴”

30分钟+3分钟 秀出青年创新实力

一个个青春洋溢的学子逐一登台,用30分钟讲演团队基于苏州老万年需求开展的创意设计,并与台下的专家们进行了3分钟的路演问答。

据悉,三个月前,在黄浦区就业促进中心、苏州人社局的支持下,华东理工大学20级数字媒体艺术专业的同学们与苏州老万年开展了一场产学研实践课程,校企双方进行深入交流后,同学们抽签领选题,查资料,做市场调研,用三个月时间思想碰撞,完成了创意设计。

“我们抽到的选题是打造一款爆款婚庆‘三金’用品。根据苏州老万年的传承精神,我们推出了以圆周率‘π’为主题的婚庆‘三金’概念产品设计。”庄生晓梦组的负责人宋慧蝶告诉记者,抽到选题后,他们与苏州老万年相关负责人进行了深入沟通,一天无意间发现对方微信头像是

“π”,顿觉找到灵感,以此为主题,设计作品,并辅以“爱意永相传,无限不循环”的广告语,不仅能表达夫妻间的地久天长爱意,更能表现长辈对晚辈幸福生活代代相传的美好祝愿。对于婚庆传统用品“三金”,他们做出了大胆的改变:以伴你成婚的秀合扇、日常佩戴的项链和见证传承的金币为组合“新三金”,设计以“结婚契约”为主的营销活动,还有一个新中式小场景作为一个网红打卡点。

带着对未来的幸福憧憬,学子们提交的作品鲜活而富有想象力,比如“六度组”根据苏州的桥文化,提取了老万年的品牌元素,运用通感技术,打造了“桥结良缘”系列珠宝首饰产品;“承典组”从新中式的角度出发,挖掘传统之美,设计的香囊系列礼盒,呈现出新中式的浪漫。

校企合作 探索“老字号”复兴新路径

“我想听听你们对品质的理

解。”专家评委在答辩过程中,指出作品不足的同时也给予了青年设计师各种鼓励、建议,赢得选手们声声感激。经过专家评审,“庄生晓梦组”“卷死其他组”分别获得万年金福奖和万年银福奖。

“学校和企业让我们通过这样的方式去认识‘老字号’精神,接触商业文化,拓展设计边界,真是太有意思了!”同学们纷纷表示,这也是他们非常喜欢的实践课。

“这次的提案会表现出00后的创造力,同学们通过自己的设计表现,让老字号品牌老万年呈现出更多可能性。通过和老万年的合作交流,将自己的创意灵感带出课堂,经过设计表现带进社会,这个过程让学生们获益匪浅。”华东理工大学艺术设计与传媒学院指导老师倪海郡教授表示,该校已与多家企业如邵万生、三阳南货店、冠生园、大白兔、豫园、茂昌眼镜、三枪、苏州老万年等多家老字号进行了交流与合作,将设计创新带出课堂走入社会。



学生参加路演。

受访者供图

[链接] 焕新老“三枪”学子有创意

面对老字号国货,Z世代的年轻人会拥有怎样的创意?日前,又一场“提案会”举行,来自华东理工大学的学生,为上海本土老字号品牌“三枪”建言献策,用有趣的设计展现“老”国货“新”风采。

五组小队轮番上场,从产品名称、外包装视觉、H5交互、海报、周边产品,到年轻血液如何融入品牌、如何玩转品牌色等多角度提出设计方案。

面料也有性格和脾气,有组学生找寻出六种内衣材料:冰泉棉、竹纤维、舒服棉、莫代尔、热力弹、羊羔绒,结合当代年轻人热衷的测试题,协助用户测出专属的面料“人格”,进行合适的匹配。

有组学生为三枪经典款式提炼出更多有温度的关键词:如爱,爱自己、爱家人、爱他就要呵护他。学生们还将设计应用到更广泛的营销方案中,如App、网页、数字孪生等,可以在不同渠道展示和应用。

华东理工大学艺术设计与传媒学院党委副书记王珊、上海三枪集团副总徐蓓、黄浦区人社局副局长促进中心科长何翀翔等数位企事业单位领导出席了活动并参与评审。三枪相关负责人表示年轻人的提案确实让人眼前一亮,他们十分期待更多“新鲜血液”加入,对老品牌进行迭代更新。青年报记者 孙琪

■ 资讯

打造“绘本+自然” 亲子阅读模式

本报讯 记者 明玉君 近日,“儿童时代读书会实践基地”授牌仪式在中国中福会出版社举行。现场,中国中福会出版社社长余岚向首个“儿童时代读书会实践基地”授牌。

作为实践基地负责人,上海栗尔信息科技有限公司创始人高笑然在授牌仪式上分享了围绕中国中福会出版社原创绘本《种子去哪儿》所开展的阅读实践活动中。他介绍说,Tina Ma及蹄那玛翻转农场是上海栗尔信息科技有限公司旗下的自主品牌,是一家主打自然教育理念的亲子农场,主要业务板块包括多场景种植模块的研发运营、自然劳动教育产品研发定制等。“我们此次与中国中福会出版社合作,在位于青浦的‘蹄那玛翻转农场’设立首个自然教育主题的‘儿童时代读书会实践基地’,希望以此打造‘绘本+自然’的亲子阅读模式。”

当天,活动通过自然真实场景、互动活动、艺术延伸等环节,多角度激发了少年儿童对绘本的理解,得到了现场亲子家庭的认可与欢迎。据悉,接下来,实践基地将围绕中福会出版社的原创绘本,推出系列自然教育主题绘本阅读活动,并对外输出到各学校幼儿园、公共空间,共同推进儿童时代读书会建设,更好地发挥出阅读的魅力,使“阅读+”产生无穷的创造力。



青年报记者 丁文佳

青年设计赋能经典文化传承



以上海红色建筑为主题的文创作品《探寻·红色上海》。受访者供图

本报讯 围绕传统文化、红色文化、海派文化、江南文化等各类经典文化资源进行设计创新与视觉,在第三届上海红色文创大赛、2022长三角青年文创设计大赛(分赛)暨上外贤达“青年匠心”文创设计项目里,涌现了不少凝聚上海高校师生创意的匠心之作。这些参赛作品的完成度、“设计重塑·匠心筑梦”的主题贴合度、概念前瞻性等方面均比去年首届更上一层楼,在经典文化与年轻市场的碰撞中,他们为文创市场带来了多种可能性。

数字化演绎主旋律 参赛让作品更加完整

上海师范大学影视传媒学院动画专业此次提交了14件参赛作品,共有40多名学生参与创作。指导老师倪莉已经是第二次带领学生参加上外贤达文创设计大赛,在她看来,学生参赛能运用平时所学的专业技能去完成一件比较完善的作品,因为平时课堂小练习的作品都是比较零散的,无法真正融会贯通地整合在一起进行呈现。

在他们提交的作品中,看到了通过青年角度来传递中国传统文化和解读当今社会热点,比如《京韵生肖》作品中引入了元宇宙概念,将虚拟形象与中国传统京剧元素的十二生肖融合在一起,

总共设计了12款穿着不同十二生肖服装的公仔形象。这也是动画专业大二学生何小微最满意的一件作品,“扁平化的设计风格,配色比较活泼可爱,比较受年轻人的喜爱。”她介绍,这组作品是由学校红薪文化社团的几位成员一起完成,设计过程中出现了各位成员画风不统一的问题,最终决定让其中一人画出一个样板,挑形式感最好的一个样板,大家朝着这个方向模仿,团队在参赛准备过程中变得越发有默契。

“在平时教学过程中,我有意识地引导学生从中国的主旋律内容,包括传统文化、乡村振兴、红色文化和社会热点等方面挖掘设计元素,然后去呈现作品。”倪莉担任二维数字动画设计、影视特效、非线性编辑、视听语言等课程教学,她引导学生将主旋律内容由原本比较文字形

式,将其用图像化、视频化等具象形式去展现,这也意味着学生需要对主题深刻了解。

这在红薪文化社团中广泛开展,同时身为社团指导老师,倪莉介绍,社团平时通过采用文献调研、访谈调研、集体观摩、问卷调研等科学的调研方法,打造以主旋律数字媒体产品为基础的大中小学“创·教·学”一体联动的主旋律文化传播机制。倪莉告诉记者,这次参赛,社团里有学生非常关注党的二十大精神学习,敏锐地将报告中的金句在他们的理解下以数字绘画形式展现出来。

发扬上海古建筑魅力 设计传承红色基因

“我是上海人,生于斯长于斯。世事推迁,见证了上海发展的街头巷尾饱含着我浓厚的情意。”上海城建职业学院古建筑

工程技术专业大二学生李祎蕊从小受家庭熏陶,立志成为一名党员。她细心观察着上海所蕴含的丰富红色资源,在这次大赛中和同学于观华共同提交了一套以上海红色建筑为主题的文创作品《探寻·红色上海》。

他们根据上海的16个区分别选取了具有代表性的红色建筑,提取元素并重组设计,打造出了16样特色图案,突出了上海的红色文化和本土的古建筑的有机结合。“上海是一座英雄城市,而建筑则是其伟大的载体。”对于古建筑工程技术专业的他们而言,16样图案的设计需要专业的绘画技艺,即使有足够的信心,设计过程也颇为跌宕。“中途有过无数次走在放弃和崩溃的边缘,但总能想起王洁老师的鼓励”。指导老师王洁在创作方向、作品内涵、设计风格等方面进行耐心讲解,并引导他们在思想和作品两方面收获成长。

据王洁介绍,中共一大会址纪念馆是上海典型的石库门样式建筑,在绘制建筑底稿时显得非常复杂,因此学生在设计时改稿不计其数。“遇到困难不退缩,让学生深刻体会工匠精神的重要性。”王洁平时将课程思政、课程实践、专业比赛规划进课程,强调在教学过程中充分调动和培养学生的专业热情,让学生在课程结束后最终可以形成一套自己的设计作品,为进入市场而做好充足准备。

联系我们 qnbyw@163.com