



# “建党百年 青春创想”大赛进园区与创业者共议发展 让红色文创“活”起来才能“火”起来

红色文创要如何出圈？长三角红色地标该如何激活？红色文创要如何才能既叫好又叫座？

首届长三角青年文创设计大赛正进行得如火如荼，以“建党百年 青春创想”为主题的红色赛道由青年报社和中信银行上海分行联合主办，该赛道日前走进上海马克沪众创空间，在这个文化创意产业创新发展基地，大赛主办方、政府官员、创业者、高校老师、有志于文创事业的高校青年和金融机构齐聚一堂，为上海红色文化创意设计产业建言献策。

青年报记者 孙琪 明玉君

分享 ▶▶▶

## 赋能红色地标 创造红色美学

今年是中国共产党成立100周年，坐拥天时地利的上海让2021年成为“最红”的一年。众多创业者已纷纷出手，参与各种主题活动，推出作品，以艺术的方式提升市场对红色文化的兴趣，击穿“次元壁”，弘扬红色文化。

“我们以‘建党百年’为主题，原创开发的一系列红色文创产品，先后在上海历史博物馆、中共一大纪念馆等展览售卖，赢得了消费者的广泛认可和喜爱。”活动现场，上海阅时文化发展有限公司总经理兼创意总监孙爱林以《赋能城市文化，品味生活美学》为题，通过文创服务案例、实物展示等形式分享了她在文创领域一路走来的心得、感悟和体会。从四川美术学院工业设计系毕业后，孙爱林一直坚持在文创领域深耕发展，“从选品、产前设计到打样、大货交付，全程跟踪。柔性、小单、快反、深

度定制，是我们供应链端的主要优势”。

刘洵梦是上海吾声网络科技有限公司创始合伙人，他还是剧本杀协会会长，活动现场，他所分享的《万物皆可剧本杀》主题内容激发了观众浓厚的兴趣。他表示，经过线上小程序、线下开店之后，该公司剧本杀业务在疫情期间获得了爆发式的发展。今年正值建党百年，他带领团队联动各区团委、公安部门等，推出了一系列红色主题剧本杀产品，收到了不错的反响。“我们开发了《觉醒年代》剧本游戏，这些围绕红色题材所做的创新内容，能够帮助年轻人更快速地理解当年先辈们所处的情景，传承和发扬红色精神。”由于年轻人已经成为红色文化的消费主力军，刘洵梦表示，未来将与多方合作，探索更多落地性的红色剧本杀内容。

坚持 ▶▶▶

## 红色创意要来自初心

近年，上海马克沪众创空间联合平台上入驻的设计师，立足专业特色，深度挖掘区域红色文化，用创意设计讲好“红色故事”。

上海佩慈商务咨询有限公司创始人徐海滨以《创业与创意》为题，讲述了他从事文创领域的思索与感悟。在他看来，创意源自初心，创业源于务实。优秀的文创从来不是为了讨好大众，而是通过创意设计让人们从中获得幸福感。“创意，尤其是红色创意来源于那些初

心，那些细节。”徐海滨深有感触地说。

上海追芒科技有限公司联合创始人张露在《青年与生活》的主题分享中，坦言近年来，伴随社会发展和工作节奏加快，很多年轻人开始内卷、焦虑，内心难免迷茫。为此，她与团队开始致力于以香薰蜡烛助力人们缓解压力、享受生活的创业之旅。“红色文化创作可以激发希望，希望可以让大家做自己的光，眼里有光、手里有活儿的年轻人就不会从众、平庸。”



嘉宾为上海红色文化创意设计产业建言献策。

本版图片 青年报 记者 常鑫 摄

## 热议 ▶▶▶ 铸根抓魂 出精品更要接地气

红色文创大年，不断涌现各色作品，这让市场显得饱满且略微拥挤，但真正现象级的红色文创并不多。红色文创如何才能成功出圈？如何让红色文化走近青年一代？红色文创产品设计理念滞后、对消费者吸引力不足、市场规模偏小等问题，该如何解决，或者弥补短板？长宁区人社局就业促进中心创业指导科负责人盛晟，上海戏剧学院视觉传达设计专业副教授陈晔，华东师范大学教师、艺术管理紧缺人才基地负责人徐中锋，上海出版印刷高等专科学校的青年教师郑丹彦，和青年创业者孙爱林、刘洵梦、张露、徐海滨进行话题交流。

盛晟认为红色主题文创市场大有可为。理由有三：第一，红色文创有市场。今年上海市委宣传部、上海市文旅局授权“红色文创推荐官”称号的电商主播薇娅，开展一场“追梦者——永远跟党走”红色文创专场直播，总引导成交额超过2080万元，总引导成交件数将近47万件。其二，人民对中国文化有自

信，广泛的同理心促成了中国抗疫期间“万众一心”的集体行动，彰显了中华民族优秀传统文化的精神伟力，也让国人更加坚定文化自信。第三，年轻人掀起“后浪”思潮。经历了“996”“007”的反思后，年轻人开始聚焦历史，成为信仰之旅的打卡主力，为红色文化赋予了别样的活力。

多年来主持红色文创课题的陈晔老师认为，红色文创某种程度上承担了教科书的职责与功能，潜移默化中鼓励大学生们去寻访历史，传递革命精神与内涵。近年频繁带领学子做红色文创的青年教师郑丹彦表示红色文创想要受欢迎，除了注意承载的红色元素是否与史实相符，传递的精神与内涵是否准确，还要兼顾艺术性和实用性，能让青年消费者在不知不觉中加深接受红色文化熏陶。徐中锋老师建议让红色文创设计者多创新，各方不要预设红色文创标准、形式，而应先去鼓励青年设计师去做、去尝试、多做交流，调研市场，顺势而为，推动红色文创产

业发展“跑步前进”。

创业者也阐述了自己的观点，徐海滨认为红色文创想做精品，要筑牢根基，要先能激发党员、团员的兴趣，才能打开普通市场；孙爱林建议创业者做红色文创一定要发自内心，发挥整个团队创造力，不计得失；张露则表示红色文创从内容上有突破，首先要发自内心产生与马列主义的共鸣，要对真善美有追求，传递革命不屈不挠的品质，创作不能脸谱化，还可以尝试接轨国际；刘洵梦认为红色内容质量够扎实，才能触动年轻一代，让红色内容创作对其人生发展产生影响。

这些新生设计力量和设计团队，需要全社会的关爱呵护。在此次论坛上中信银行上海分行普惠金融部杜志铭还进行题为《凝聚金融力量 助推青春梦想》的主题分享，介绍该行普惠金融园区定制产品，助力优秀设计师和创业团队更好更快走向市场，做出更多优质作品。与会人员还在工作人员的带领下参观了上海马克沪众创空间。