

3000名青少年与AI共舞

青少年AIGC创意创作创新挑战活动第一轮晋级名单即将出炉

日前,一场旨在激发青少年科技艺术创新潜能的项目——青少年AIGC创意创作创新挑战活动在全国范围内拉开帷幕,自10月下旬至今,已有超过3000名学生报名参加,记者采访获悉,该活动在申城多个学校和地区掀起热潮。

青年报记者 孙琪

■资讯

沪蒙青年共享创新发展机遇

本报讯 记者 丁文佳 近日,以“北疆之窗 沪蒙情深”为主题的全方位建设模范自治区暨内蒙古营商环境媒体推介活动在沪举行。在主题推介环节,内蒙古自治区党委统战部介绍了内蒙古自治区全方位建设模范自治区,希望广大青年到内蒙古走一走、看一看,共同将强国建设、民族复兴的基础工程和战略任务推进落实好。

据悉,今年以来,内蒙古自治区聚焦聚力办好两件大事,加速大力推进政策落地、自贸区创建、科技“突围”等“六个工程”,持续优化营商环境,精准开展招商引资,加快产业绿色低碳高质量发展转型。2024年前三季度,内蒙古地区生产总值同比增长5.8%,主要经济指标增速位列全国第一方阵。内蒙古自治区人民政府驻上海办事处介绍了新征程上内蒙古开放发展的新成果和新机遇。“内蒙古紧紧抓住国家构建新发展格局的重大机遇,积极融入国内国际双循环,加强区域协助互动,‘投资内蒙古’品牌越擦越亮。”在新时代新机遇下,希望沪蒙两地青年能够共享创新发展机遇。



青少年AIGC创意创作创新挑战活动现场。

受访者供图

边学边赛

师生:AIGC让我们的梦活了

青少年AIGC创意创作创新挑战活动让AIGC创作在上海的中小学校园生根发芽。

11月一天的午后,在上海市育才中学的一间计算机教室里,科技老师利用两节课的时间,为同学们深入浅出地讲解AIGC的相关知识及创作注意事项。他围绕“风格、质量词、视角、构图、环境、内容”这六组提示词,详细解析了某国产AI工具的使用方法,并鼓励同学结合活动赛题进行创作尝试。

同学们听得津津有味,他们时而低头思考,时而动手尝试,时而与队组同学交流沟通。课后,一名同学兴奋地找到信息技术洪老师,表示他将以“未来的育才中学”为题进行创作。洪老师听后,给予了积极的肯定和鼓励。

“我们学校素来重视学生在AI素质方面的培养,我在参加静安区教育学院信息中心组织的教师培训时获悉此次活动,回来后立即向校领导汇报,得到领导的大力支持。”洪老师告诉记者,她在校园系统内发布了AIGC参

赛培训招募令,进行线下学习。“三十多个的培训名额,瞬间被‘秒杀’。32人成功报名,可见同学和家长热情高涨。”

聚焦人工智能 静安区:千名学子报名

上海市静安区教育局自2022年以来便着力推进教育部“十四五”重大课题,为了激发中小学生对人工智能技术的兴趣,培养他们的创新思维和实践能力,静安区教育局信息中心将青少年AIGC创意创作创新挑战活

动纳入区级赛事活动,并下发通知鼓励各校积极参与。

王文斌,本次上海市静安区教育局AIGC挑战赛负责人,他最近一直忙忙碌碌,到多家学校开展AIGC知识培训。“除了育才中学,我前几天还去了上海市静安区永兴路第二小学,给近40名四、五年级的学生进行了AIGC知识和创作培训。孩子们学得很认真,随堂作品就十分有新意。”

静安区近年十分注重青少年AI素养的培养,他们通过量子计算、AIGC等前沿科技课程,组

织学生以探究式、项目化等方式积极参与到科技创新竞赛中来,该区的青少年在各级权威比赛中取得了丰硕的成果。记者获悉,截至报名日,静安区已有超过1000人或团队报名此次活动。“AI素养对于教育变革至关重要。作为教育工作者,我们更多的是为学生打开一扇窗,让他们能够去了解探索新知识、新领域。”王文斌表示,“我们秉承‘以教促学,以学促赛’的培养理念,让学生积极主动地拥抱AI,做未来能够驾驭AI的人。”

为老字号创新成热门创业赛道 青年有作为 老字号年轻态

老字号与青年彼此“种草” 建立全新情感链接

“大赛中有不少作品打破了我们固有的品牌认知和思维定势,使我们转换视角看到新生代眼中沈大成可发展的方向。”沈大成市场部经理姚曾莹表示,通过互动,得到了一个能与青年彼此“种草”的好机会,与他们建立一种全新的情感链接。沈大成在大赛中共收到命题有效作品1553件,并与新锐设计师签订了合作协议。“设计需传承品牌的文化感和历史感,但也要降低传统形象的厚重感,增加轻松、活力的元素。”姚曾莹谈及老字号创新需求时还表示,希望作品能满足不同的消费场景需求或具备一定互动性和功能性。

沈大成的糕团为沪上几代人所熟知,糕团IP化正成为这个老字号品牌转型的关键要素,“通过设计独特的IP、包装和品牌故事,能助力我们创造出更具吸引力的产品,并传播更具有故事感和互动性的文化。”姚曾莹认为,在社交媒体盛行的当下,食品不仅是满足味蕾的享受,更是一种社交媒介,学生作品中就有几例展示了糕团在社交场合中的多样性和趣味性,例如适合分享的小份装糕团、设计精美的

黄浦区汇聚了众多老字号企业,如今它们正从历史长河中走出来,紧抓新时代机遇与年轻消费者建立沟通的桥梁。今年,在黄浦区“老字号·新活力”创新创业专项行动推动下,一批老字号企业参加了第18届中国好创意暨“老字号·新国潮”创新设计专项大赛,吴良材、沈大成等老字号企业都从中找到了满意作品,并和年轻设计师进行了签约。

青年报记者 丁文佳

节庆礼盒等。此外,中国传统文化和海派文化的引入,不仅可以让消费者感知沈大成传统技艺的温度,也能帮助沈大成在未来以更多元的复合型文化走向国际舞台。

据悉,黄浦区“老字号·新活力”创新创业专项行动自2017年首创首发以来,已成为链接探索老字号企业发展需求和激发高校学生新活力的媒介,助力众多企业发展的同时,为青年就业、创业打开了更多通路。目前,共与7家老字号集团公司建立战略合作协议,建立3家老字号企业公共创业实训基地,累计发布167项老字号品牌创新需求,组织171场创新创业活动,2万余人次参与其中,产生632个创新方案,促成51个创新合作对接意向。

创新不是好看而已 实用和内心共鸣都兼顾

周晓涵就读于华东理工大学艺术设计传媒学院,目前是研究

生二年级,她凭借作品“咕趣视界”荣获吴良材赛道一等奖。她的设计灵感从佩戴眼镜的实际需求出发,因自己也戴眼镜,尤其在冬季经常遇到眼镜起雾的烦恼,然而眼镜布却往往容易丢失且不便随身携带。与此同时,她和团队观察到年轻人喜欢在背包上悬挂各种挂件。于是就萌生了创意,将眼镜布与小挂件进行创新融合。他们还进一步紧密结合了潮流趋势,特别设计了一系列与上海文化紧密相关的眼镜装饰配件。

“作为一名00后,我之前对老字号的印象就是老派、传统,但参与老字号品牌的创新设计后,我发现它们其实藏着好多故事和文化,为老字号创新是一件很棒的事!”周晓涵表示,年轻设计师要跨越多个年龄层,不能“拍拍脑袋做品牌”,而要多调研、多观察、多发现问题,确保设计作品既符合品牌调性,又能满足消费者的实际需求。这也是周晓涵第一次在大赛中提交完

整作品,“以前我参与的设计比赛大多是视觉导向的,在华理学习期间参与了一些老字号品牌创新项目后锻炼了综合能力。”

吴良材市场部经理陈慷肯定了周晓涵作品的完整性,“她的作品体现了年轻人如今不一味追求美观,更在意功能的叠加。”在这次大赛中,吴良材眼镜在本次大赛中收到命题有效作品2871件,让她印象深刻是本次吸引了不少海外师生参与,其中还签约了一名来自新加坡的青年设计师,“老字号的品牌的影响力越来越大,而且这些海外学生相比国内学生,在创作思路 and 理念上不太会受到市场和老师的影响。”她举例表示,有些海报看着简单,但是将生活化场景和眼镜进行了强关联,“我认为能感动消费者的海报,不在于传统意义上的好看与不好看,而是一种对消费者内心的触动,是否能令人感动。”此外,这些海外学生还利用AI与视觉传媒进行创意互动。

陈慷介绍,同属一个集团旗下的吴良材眼镜和茂昌眼镜在2021年底开启了老字号焕新项目,作为集团老字号创新的试点品牌。她表示,“创新并不是一味创造新东西,而是在品牌文化的传承沉淀的基础上,再进行一部分的创新。”

闵行区举办 创业人才培育课程

本报讯 记者 明玉君 实习生 任可悦 近日,“2024年度闵行区创业人才梯度培育计划系列课程”顺利完成。开课仪式上,上海市就业促进中心创业指导处处长蔡东海充分肯定了闵行区人社局在分梯度精准育才,发挥南科创实训基地功能支撑,打造“大零号湾”区域以及上海南部高质量创新创业生态圈方面所做出的工作与努力。

精品主题公开课是课程的重要组成部分,首节课程以“宏观经济逻辑、趋势及思考”为主题,引领学员从宏观经济视角审视创业企业发展的机遇与挑战,帮助大家构建全面而深入的企业战略思维;在智能制造行业私董会上,学员深入交流,用“接地气”的方法找问题、彼此借鉴,寻找解决方案;沙盘推演课程,是为创业者精心打造的实战演练场,通过独特的工具演练,高度模拟真实创业环境的沙场点兵,为创始人逐步构建起一套属于自己的创业智慧体系。

主办方表示,梯度计划作为闵行区人社局开展的一项对创新创业人才分层精准培育的系统性工作,激发人才内在潜力,赋能企业。未来,还将持续为创新创业人才的成长和发展注入新的动力和活力,助力上海高水平科创中心建设。