

在传承与创新中挺膺担当

华理艺术与传媒学院“艺术党课”点燃青春新风尚

信念如铁·一脉相承

老字号的传承不是“复古”，而是“续写”；青年的成长不是“颠覆”，而是“接力”。就在两周前，华东理工大学艺术与传媒学院举办了最新一期“艺术党课”，特邀豫园梨膏糖、上海制皂、中华药业、张小泉沪上四大老字号品牌的传承者与开拓者，以“古韵新程——老字号的时光雕琢与传承”为主题，通过品牌故事、匠心技艺与创新实践的分

享，探讨党建引领下老字号如何在守正中实现创新、在传承中焕发新生。华东理工大学艺术与传媒学院表示，多年的探索印证了思政教育与专业教育融合的可行性，而通过“艺术党课”，青年学子不仅读懂了老字号的匠心精神，更找到了“中国设计”的时代使命——让传统文化在创新中焕发新生，让青春力量在传承中勇担民族复兴大任。

青年报记者 陈颖婕

时光雕琢与传承

诉说“文化兴国”千年回响

为进一步强化党课、思政教育与专业融合教育，铸魂育人，华东理工大学艺术与传媒学院打造了每月一期的“艺术党课”，通过邀请专业相关的党员专家讲授党课，用设计作品诠释党的理论、发展历程，不断增强党课的思想性、理论性、专业性；通过嵌入式、情景式、沉浸式、互动式的授课方式，把设计作品融入理论讲授中，让党的发展过程展现在情景再现中，让学习体验沉浸在党课内外创作中，让党课内容消化吸收在师生互动中；通过深挖党课内涵，在满足同学们对专业知识的渴求时，加强价值观引导，培养学生把学习奋斗的具体目标同民族复兴的伟大目标结合起来；通过“行走的艺术党课”，带领学生走出校园，走进纪念馆、美术馆、企业等，在知中行、在行中知，既学习党的理论知识又亲身感受设计力量，达到知行合一。六年来，“艺术党课”紧扣时代脉搏，体现新时代发展要求，努力做到了“贴近学生学理论，贴近生活重实践，贴近社会树理想”，将党课内容与学生思想实际相结合、与国家发展和热点时事相结合、与专题教育和实践活动相结合。更多同学通过党课坚定理想信念，厚植爱国情怀，在创新中传承和发扬中华优秀传统文化，努力将自己的青春绽放在国家发展的征程中，努力成长为担当民族复兴大任的高质量设计人才。

在最新一期的“艺术党课”上，让青春对话老字号，这堂“艺术党课”将创意和设计的内涵与传承得以充分展现。在历史长

河中，老字号品牌承载着中华文化的深厚底蕴，也见证着时代发展的澎湃浪潮。艺术党课的形式让青年学子深切感悟着快速发展和变革的时代，那些浸润着历史温度的技艺、故事与风骨，正化作文化血脉里的滚烫因子，诉说“文化兴国”的千年回响。

这场跨越代际的对话，正在书写着新的篇章。“老字号要突围不能仅靠情怀，我们要有效嫁接新的人群来实现自身逆生长。”上海梨膏糖食品厂副总、厂长周蓉蓉在现场分享时表示，拥有170年历史的豫园梨膏糖始终秉持“古法新制”的理念，对于企业来说，一边是主动拓展客群，一边也面临老字号传承人、青年员工内部培养的问题。对此，周蓉蓉告诉华理的青年学子，现在一些年轻人接触工作岗位时会感到理想与现实不匹配，但从她在企业近20年的工作经验来看，其实，你走的每一步都对你人生有用，每一步都会帮你铺展未来的路。

设计，正从专业设计师的“独白”转变为更多青年人参与的“合唱”，文化创意产业作为推动经济转型的关键力量，正以前所未有的姿态展现出其独特魅力，成为国家创新发展的重要引擎。《此心安处是吾香》作为上海制皂（集团）有限公司副总经理欧阳倚玲分享的“艺术党课”主题，上海制皂这100年来走过的历程被娓娓道来。“国货也要做成潮牌”，欧阳倚玲说，“蜂花”从传统的125克的一块檀香皂，到一代代发展到液体皂、与故宫的联名款、探索二次元、入选“上海礼物”等，传承又创新脚步从未停止，“不变的是我们匠心精神和对产品差异化的追求，变的



以“古韵新程——老字号的时光雕琢与传承”为主题的“艺术党课”。

本版均为受访者供图

就是我们怎样以客户为中心多维度进行产品升级。”

青春对话老字号

引领设计文化深度融合

“我们要实现老字号与青年人的双向奔赴。”有着近400年品牌史的张小泉为“艺术党课”现场的同学们带来了中华老字号的前世今生。上海张小泉刀剪总店有限公司党支部书记王亚露，讲述“张小泉”从一家剪刀铺子走到今天的历程，品牌的全系发展离不开传承、雕琢、坚守和创新。老字号品牌如何寻求转型，探索创新融合，也正通过品牌的转型努力吸引一代又一代的年轻人，让老字号品牌变得新潮起来。

上海中华药业有限公司大健康中心总监季春风带来如何以现代科技赋能传统中医药，打造涵盖药品、健康产品、个人护理等领域的多元化产业矩阵的发展故事。“我觉得跨界联名是打破对老字号偏见的一个利器，我们希望通过跨界联名来吸引更多年轻人的注意力，打破年轻人对品牌固有的印象，拓宽受众群体，借此机会推动品牌的年轻化。”季春风提及，当下在华山·263老字号品牌馆，开设手工课程，八味冷香丸制作课程，通过互动体验让青年和更多公众传承龙虎人丹非遗技艺，而龙虎品牌与肯德基、申花、茶颜悦色、撕裂熊等品牌的跨界联名，也在Z世代的心中把龙虎这个“妈妈用的牌子”变成“我的提神神器”。

新时代思政党课

探索创新发展时代命题

不躺在过去的功劳簿上，不断突围创新，是本次四大老字号品牌传承者与开拓者共同提及的主题。在万物互联、信息如潮涌的时代背景下，“艺术党课”犹如一颗璀璨的明珠，镶嵌于华东理工大学艺术与传媒学院的教学体系之中。这不仅仅是一场面向广大党员和入党积极分子的教育盛宴，更是一次深刻契合国家创新驱动发展战略的艺术之旅。

来自华理艺术与传媒学院的学生张培鑫说，自入校以来几乎每一期的“艺术党课”都从未错过，将党课知识与璀璨多元的艺术形式深度融合，让抽象的知识变得立体可触，在开阔视野之余，也为更多高校学子提供了校企合作的实践平台，继而为高校青年开启一场别开生面的思想探索之旅。对于设计学院的学生而言，如何依托丰富的文化资源，让创意和设计的内涵得以充分展现，这是属于他们的时代命题。

历经52期的沉淀与发展，“艺术党课”不断探索适应文化创意产业飞速发展的新模式，积极筹备线上线下相结合的党组织活动，致力于为实现人才强国战略贡献独特的“艺设智慧”。也正是有了这样的一座桥梁，在“艺术党课”的连接下，让传统与现代产生唯美的碰撞同时，也为设计与文化产业的深度融合提供了更多无限可能。

·链接·

展望未来，“艺术党课”还将继续邀请各界艺术家担任讲师，通过他们的视角讲述中华文化的传承与创新，彰显时代的脉搏。

这不仅是对大学生理想信念的一次深刻洗礼，更是对其爱国情怀的深情厚植。在这里，作品不仅仅是视觉的享受，更是心灵的呼唤；他们用无声的语言诉说着中华民族伟大复兴的梦想，激励着每一位学子勇担时代赋予的重任。通过不断创新党课形式，“艺术党课”力求打造深受学生喜爱的主题课程，增强党课的思想性、理论性和亲和力、针对性，提升其感染力，培养出更多有理想、有抱负，堪当民族复兴大任的时代新人。



在最新一期的“艺术党课”上，让青春对话老字号。

