

以青春之名 助青年逐梦成长

“光明创想力·青春营业中”大学生就业创业实践项目启动

当老字号品牌遇见青年创意力量,将会迸发出怎样的青春灵感与火花? 将会打造诠释出何种“国潮新符号”? 作为中国冷饮行业的老字号品牌——光明冷饮,将携手青年报社共同发起“光明创想力·青春营业中”大学生短视频创意大赛暨大学生创业实践比赛。 青年报记者 丁文佳

创意绽放

构建传统文化与青年新桥梁

作为2025年长三角青年文创设计大赛的独立赛道之一,该项目由共青团上海市委员会指导,长三角文创设计高校联盟支持,旨在为高校青年搭建一个集创意展示、实践锻炼与职业发展于一体的平台,助力青年从校园走向社会,在真实商业环境中锤炼创新、创业能力,激发青春动能,书写属于新时代的奋斗篇章。

无论是热衷国潮复兴的设计新锐,还是擅长跨界融合的文化创意人,这里都为大家准备了绽放才华的舞台,实现品牌与青年的双向奔赴。据悉,“光明创想力·青春营业中”大学生短视频创意大赛聚焦青年创意表达与传承创新,鼓励大学生围绕光明冷饮全系列产品展开多元形式的短视频创作,题材不限、风格自由,通过大赛激发青年群体对传统文化与现代消费文化如何更好融合的独特理解与创新表达。

短视频大赛不仅为大学生

提供了一个展现自我、释放才华的舞台,也推动了老字号品牌与Z世代之间的深度互动。通过短视频这一颇具传播力的媒介形式,青年们用镜头为光明冷饮注入年轻基因,让经典品牌焕发时代光彩,也让丰富的产品在年轻的语境中“悦动起来”。优秀作品将有机会获得光明冷饮企业实习机会及奖金奖励,并通过青年报全媒体平台及各主流媒体进行广泛传播,进一步扩大青年创作者的社会影响力。

实战赋能

打造青年就业创业实训营

除此之外,作为本次活动的另一重要组成部分——大学生社会创业实践比赛,将组织大学生创业团队深入上海10个校园开展市场销售PK,通过真实的商业运营环境,帮助青年学生了解市场需求、掌握营销策略、提升团队协作与应变能力。

该比赛不仅是一场关于销售技巧和业绩比拼的较量,更是一堂生动的社会实践课。参赛者将在实践中学习产品推

广、客户沟通、成本控制等职场技能,同时也能学习到品牌运营背后的逻辑与智慧。优胜团队将获得光明冷饮提供的实习机会及创业扶持资金,真正实现“以赛促学、以赛促创、以赛促就”。

以青春之名 践行责任担当,助力成长

通过此次项目创业实践与创意竞赛双轮驱动,打通了从课堂到市场、从创意到落地的全链条,为大学生提供了宝贵的实践机会,也为老字号品牌注入了青春活力。光明冷饮作为本次活动主办方之一,希望通过企业品牌与青年的创意碰撞,让教育理念与社会需求的深度融合。该项目体现了企业在新时代背景下对青年人才培养的责任担当,也彰显了高校在服务国家战略、推动产教融合方面的积极探索。希望通过大赛让广大青年学子用创意点燃梦想,用实践书写未来,在这场充满青春活力的就业创业旅程中,奔向属于自己的光明未来。



“光明创想力·青春营业中”大学生就业创业实践项目启动。

即日起,欢迎参与“创意无限 光明未来”短视频创意大赛,将短视频上传至微博或抖音,带话题“#光明冷饮#”#光明创想力 青春营业中#,并@光明牌冰淇淋旗舰店。期待你加入这场青春与创意的对话!

■资讯

“海聚英才”大赛 武汉分赛初赛启动

本报讯 记者 陈嘉音 5月27日,第五届“海聚英才”全球创新创业大赛武汉分赛区暨第四届金山区“上海湾区BAY客奖”创新创业大赛初赛路演活动隆重举行。

本届大赛自今年3月启动以来,通过海聚英才加速营、推介会等一系列活动,共吸引261个项目踊跃报名,最终共有50个项目入围初赛。

据悉,第五届“海聚英才”全球创新创业大赛设置金聚奖6个、银聚奖18个、铜聚奖36个以及优胜奖80个。获奖企业将享受金融支持、孵化支持、人才支持等市级奖励。符合条件的选手可优先入选上海湾区人才计划,可享受创新创业、人才发展、健康医疗、子女教育优惠等金山区高层次人才服务“金英卡”相关举措及最高200万元的购房补贴。

国民零食 掀创新布局新浪潮

本报讯 记者 丁文佳 近日,国民零食业核心品牌——“三只松鼠”在上海举行了“三生万物”2025全域生态大会。会上宣布了品牌未来在品类、品牌、渠道三方面进行的创新,并针对中国零售行业正在发生的供需生态变化,推动公司从核心品类向多品类、多品牌、多渠道建设。

本次大会,“三只松鼠”发布了高端坚果品牌“大满坚果”、专注咖啡赛道的“第二大脑”、宠物食品“金牌奶爸”、预制菜“围裙阿姨”、啤酒系列“孙猴王”、方便速食“超大碗”、健康轻食“蜻蜓教练”、滋补品牌“东方颜究生”、儿童健康食品系列“成长方舟”、日化用品“熊猫亮亮”等多个子品牌,打造覆盖消费品全域生态。除了以往的社区门店,线下门店部分还增加了全场景生活品质好物的“生活馆”和便利又便宜的“一分利”便利店。

品牌创始人章燎原在大会现场介绍,“三只松鼠”从原本建立的“品销合一”模式已做进一步突破,从科层制组织转型为网络型组织,动态化响应市场。该模式将“产品、市场、渠道”三个环节串联成高度协同的经营体,带动“三只松鼠”的人效超过传统企业管理的三倍。随着商业数字化的成熟,未来企业也将逐步打造超级供应链,实现“制造、品牌、零售”的一体化布局。比如,在“D+N”的战略下,“三只松鼠”的渠道从短视频核心扩展到多渠道。“让组织听命于市场”,渠道是了解消费者与市场的关键要素,其次是商品应直达终端。公司过去践行的“电商思维”要点正在于关注商品效率、关注消费者体验。

注入青春元素 激发老字号品牌焕新

“百年龙虎 传承创新”设计大赛启动

青年报记者 明玉君

本报讯 老字号品牌需不断焕新注入青春元素,激发品牌创新潜力。近日,由共青团上海市委员会作为指导单位,青年报社、黑龙江财经学院、上海中华药业有限公司共同主办的2025“百年龙虎 传承创新”设计大赛暨黑龙江财经“毕业季”文创设计项目正式启动,通过整合企业与高校的资源,以设计“龙虎”品牌&黑龙江财经学院联名产品套装为纽带,将设计创意转化为实际落地产品。

高热情 大创意

“三方强强联合,整合了媒体资源、高校的人才资源和企业的产业资源。这种合作模式为大赛提供了强大的支持和保障,在策划、组织、宣传、评审等各个环节都能够充分发挥各方优势,确保大赛的专业性、权威性和影响力。”黑龙江财经学院艺术学院院长刘阳对此次大赛充满了信心。她强调,长三角青年文创大赛走出上海,具有重要的意义。此次将“百年龙虎”的品牌文化与黑龙江财经学院的“毕业季”相结合,既为师生们提供了展示才华和创意的平台,又赋

予了毕业季更丰富的文化内涵,也为学校的文化建设增添了新的内容。“在大赛中积累的经验 and 成果,将为学生们未来的升学、就业或创业打下坚实的基础。”

黑龙江财经学院艺术学院视觉传达专业教研室主任李思涵分享了师生们的创作故事。她坦言,大赛征集令发布后,大家就以极高的热情投入到作品设计当中,围绕着风油精外包装、鼻通、贴纸和产品外包装这些大赛命题产品,开始了头脑风暴。让她印象深刻的是,有一组视觉传达设计专业的学生,他们展开了对风油精这款产品历史文化的深度调研。了解到风油精承载着许多人儿时的记忆,那独特的清凉气味和经典的绿色玻璃小瓶形象深入人心。于是,他们决定在传承经典元素的基础上进行大胆创新。

深影响 共发展

值得一提的是,除了举办大赛,近年来,黑龙江财经学院在文创及设计领域也进行了诸多探索,比如建立文化创意产业学院,设立了文创、冰雪雕、满族刺绣、影视后期、新媒体、漆画等13个工作室,取得了丰硕成果。文

创工作室推出“中华巴洛克”“丁香花系列”“这礼最东北”“古方今作”等系列,把“决明子”这类药材设计成眼罩、护腕垫等产品,开发的产品在“黑龙江礼物”店铺等地方售卖;冰雪雕工作室每年冬天参加哈尔滨冰雪雕比赛以及全国大学生冰雕设计大赛,摘得多枚奖项……

“未来,我们将继续深化与沪上媒体的合作,拓展合作领域和形式,如共同开展文化创意活

动、举办设计论坛、进行人才培养等,提升学校在文化创意领域的影响力。”黑龙江财经学院艺术学院院长刘阳表示,接下来,将以此次大赛为契机,继续加强与上海企业的产学研合作,建立长期稳定的合作关系。同时,期待与沪上媒体、上海企业等多方共同建立文创产业实习基地,为学生们提供更多实习和就业的机会,进一步扩大大赛的影响力和溢出效应。



“百年龙虎 传承创新”设计大赛暨黑龙江财经“毕业季”文创设计项目启动。 本版均为受访者供图