

老字号如何守正创新？ Z世代以AI碰撞创意

老字号在守正创新的路上，如何与Z世代开展对话？近日，由共青团上海市委员会为指导单位，青年报社、上海制皂(集团)有限公司共同主办，长三角文创设计高校联盟提供支持的2025年“AI制‘皂’未来”创意大赛走进上海交通大学设计学院举办宣讲活动，以AI培训、参赛者互动等丰富形式指导学生，同时进一步加强校企互动、互通、合作，让老字号在新时代持续焕发光彩。

青年报记者 丁文佳



上海交通大学设计学院学生进行参赛作品创作故事的分享。

本版图片均为青年报记者 吴恺 摄

守正创新 善用AI重构品牌叙事

大赛自今年六月底正式启动以来，吸引了来自各地高校生、园区设计人士及AI发烧友、文创创业者的关注，大家充分发挥创造力，将上海制皂这一百年老字号经典品牌的深厚底蕴与现代AI设计思维相结合，呈现和提交了诸多高品质作品。上海制皂公司党委书记、董事长郑麒表示，“AI技术的爆发式发展让老字号企业迎来了创新发展、弯道超车的机遇。此次大赛，正是希望以开放的心态拥抱新科技，以创新的方式链接新青年，让百年制皂与人工智能碰撞出新的火花。”

“AI可以通过分析海量市场数据和社交媒体趋势，预测出一个爆款的香型、颜色或功能，让产品开发更精准”“利用AI设计包装图案，生成国潮纹样，甚至可以用AI来优化低碳生产和供应链，让一块皂从诞生到售出都更绿色、更智能”……宣讲会现场，学生在互动环节畅所欲言，他们对AI赋能老字号充满信心，“老字号通过新的产品、新的

叙事，去连接新一代的消费者。就像今天，它用AI和创意大赛来和我们年轻人对话，这本身就是根脉延续的一种智慧体现。”

本次大赛号召大家运用AI工具，围绕上海制皂的品牌历史、产品特点、社会责任等主题，创作出兼具艺术性与传播力的海报、视频、文创设计等作品，对包装设计、气味香型等提出新创意，设计描绘洁净生活应用新场景。因此，为了让AI更好地赋能设计，现场邀请了华东理工大学教授、旅游规划与会展研究所(校级)所长姚子刚进行AI专题培训，通过对AI工具的使用和在不同场景下应用的讲述，让学生加深了对AI的认识，并提升版权意识等问题。

文化解码 激活百年品牌符号

上海交通大学设计学院鼓励以赛促学，近年来设计类优秀学生在各类大赛中获奖。现场分享环节，上海交通大学设计学院的谢荠萱分享了团队以往的获奖作品“玲珑百戏”的创作过程，这是一款基于非遗首饰龙文化的德式策略桌游设计，游戏主

视觉提取龙文化的非遗纹样，每一部分内容的设计都是一次文化拆解，还对海报进行动态设计，充分展现了当代年轻人对传统文化符号的创意再造。

来自上海交通大学设计学院的徐书因为上海制皂设计了一款拟人IP形象“蜜乐”，“品牌致力于以亲民的价格、可靠的品质，与广泛用户建立情感共鸣，每天享受洁净与安心”，她从品牌的亲民特点切入，以小蜜蜂为原型的形象可适用于广告、包装、表情包、盲盒手办等场景，并分享该三维形象衍生制作的过程，为同学们带来可借鉴的AI使用体验。来自华东理工大学的刘丰毅以上海制皂的天然成分与国货科技为内核，也设计了一款IP形象“海洋超人”，聚焦亲子市场，探讨“究竟什么样的产品能作为父母与孩子的情感纽带”，“海洋超人”便是他对父母的隐喻，意味着父母对孩子的守护，无论是隔绝细菌，还是扫除生活困难。

大赛主办方相关负责人介绍，创刊于1949年的《青年报》始终与时俱进，坚持“引领青年、凝聚青年、服务青年”，通过举办青年文创设计大赛等品牌活动，为青年搭建成长展示的舞台。大赛让百年老字号通过Z世代的设计语言重获新生，既为自身发展注入青春活力，又为青年提供创业孵化的实践舞台。同时，这种将传统IP转化为符合当代审美的消费符号的模式，不仅是产品的焕新，更是文化基因的创造性传承。

“百年企业，百年品牌。”上海制皂的百年历程里，“蜂花”“上海药皂”“白丽”“扇牌”等品牌产品始终离不开坚守和创新，期待大家将所学应用到大赛作品的创作中，将“上海制皂”这一经典品牌的深厚底蕴与现代AI设计思维相结合，让老字号在青春创意激荡下焕发新生。



上海制皂公司党委书记、董事长郑麒现场致辞。

■ 资讯

“上海非遗草湖行”活动举行

青年报记者 李勤

本报讯 浦江潮连昆仑雪，申城情暖草湖心。日前，以“沪兵一家 红犁筑基”为主题的“上海非遗草湖行”活动在新疆生产建设兵团草湖项目区成功举办。活动由草湖项目区党委宣传部主办，上海市群众艺术馆(上海市非物质文化遗产保护中心)承办。在短短四天时间里，深入团场、乡镇、学校、社区，为当地群众带来6场高品质的非遗展示展演活动。

本次展演活动，上海市非物质文化遗产保护中心从全市众多非遗代表性项目中精心遴选8个极具上海海派文化特色的项目，涵盖传统音乐、传统体育、游艺与杂技、传统医药等众多门类，可谓是包罗万象。项

目级别上，国家级项目就占到了半壁江山，包括上海剪纸、琵琶艺术(浦东派)、江南孙氏二胡艺术、卢氏心意拳等。此外，参与项目还包括竹笛艺术、海派杂技、海派魔术3个上海市级非遗代表性项目和穴位敷贴剂制法等区级项目。

代表团里的演职人员，既有德高望重的非遗代表性传承人，也有经验丰富的中青年传承者，共同组成了一个“豪华”的演出阵容。在每场演出开始前，大家依然在反复打磨、精心准备，对每一个细节的追求，不仅为活动的精彩成功奠定了坚实基础，也折射出上海非遗保护工作者的匠心精神与使命担当，他们的执着与用心，使来自东海之滨的文化瑰宝在西北边陲绽放出更加绚丽的光彩。

戴森持续驱动未来发明家

近期，戴森设计大奖颁奖仪式暨十周年特别活动在上海举行。戴森教育及公益项目亚太区负责人柯炎秀、硬件工程师团队负责人胡宏飞及数位历届获奖选手出席，共同见证大赛在十周年及新一届三强团队诞生。戴森设计大奖是一项国际性的设计与工程大奖，由戴森创始人詹姆斯·戴森设立，旨在激励更多年轻人通过工程、科技、设计，解决科技、医疗、环境、可持续发展等领域的全球性难题。自2016年开展以来，大赛持续为中国年轻发明家提供全球性的交流和展示平台，并为优秀作品搭建通往成功的道路，帮助他们创造有社会价值和产业潜力的

创新发明。迄今，大赛已激励超过2万名中国大学生参与，共计收到超过3500份原创设计作品。戴森创始人詹姆斯·戴森相信，年轻的设计师有能力研发能够改变人类生活的科技。自2024年起，戴森携手本土高校开设相关工程设计课程，探索创新人才培养新模式，激发年轻一代科创人才以解决问题为导向的创新思维和无惧失败的实践精神。戴森教育及公益项目亚太区负责人柯炎秀女士称，过去十年很荣幸参与本土科创教育事业，利用戴森工程资源与文化推动STEM教育、启迪年轻发明家。

文/朱琳琦

中国智造驱动健康产业革新

青年报记者 丁文佳

本报讯 近日，康宝莱在上海举行“全球产品创新中心”揭幕仪式，标志着中国研发中心正式升级为辐射全球的创新枢纽。这一战略转型不仅强化了中国市场的核心地位，更将本土研发能力输出至亚洲及全球，推动健康产业向智能化、个性化方向升级。

据悉，该中心由2019年成立的“中国产品创新中心”升级而来，五年来已发展为亚太及欧亚市场的研发引擎。康宝莱全球首席运营官指出，此次升级实现了从“在中国，为中国”到“在中国，为世界”的跨越，中国将成为全球创新策源地。中国作为全

球最大的健康消费市场之一，其消费者对创新产品和数字化体验的高接受度，为品牌提供了最直接、最敏锐的市场洞察，因此企业能够及时捕捉多元化、个性化的需求趋势，确保产品创新始终引领市场前沿。升级后的中心依托中国药食同源等文化底蕴，开发具有全球参考价值的创新产品。针对不同消费场景，通过与国内外合作伙伴深入协作，快速实现符合中国人健康需求的新口味营养产品开发。例如，新发布的预拌粉通过五年技术攻关，突破无面粉烘焙难题，并获得低GI、无麸质等认证，体现了“中国智造”对全球健康产品的引领作用。