

青年创意展现江南文化魅力

长三角青年文创设计大赛各赛道顺利收官

近日,由青年报社主办的2024—2025长三角青年文创设计大赛五个赛道均顺利落下帷幕,并在2025—2026青春上海大学生音乐节上举办了颁奖仪式。参赛者在自己赛道的回顾展板前留影打卡,每一张笑脸都记录着这段难忘的创作历程。而这些展示了每个赛道比赛的精彩瞬间和参赛获奖作品的展板,也展现了参赛选手的丰富创意,让现场观众感受到文创的多元魅力。

青年报记者 丁文佳



光影记录青春 实战收获成长

为了赶上上海戏剧学院2025届毕业生举办毕业典礼,由王常铭等13人组成的团队在一周内完成了《我的未来式》系列首部短片,组建团队、构思创作、拍摄剪辑等全部流程在大家齐心协力下,成功压缩各环节时间。这部作品获得了青年报社联合中信银行上海分行等机构举办的2024—2025长三角青年文创设计大赛暨“嗨!我的毕业季”短视频大赛二等奖。领奖代表郑盼介绍,作品讲述两位宿舍兄弟创建“未来剧场”的梦想故事,融入大学生活真实细节,引发了毕业生共鸣,同时宣传学校“艺术与科技”探索成果,大胆尝试AI、特效等创新形式。

“嗨!我的毕业季”短视频大赛邀请即将或刚毕业的大学生用短视频、微电影记录毕业季难忘瞬间。十多家高校学子踊跃参与,带来近百部佳作。最终,13件作品入围。“这些参赛作品,让我们看到了当代青年创作者令人惊喜的创意潜力与专业素养,作品最打动我们的,是真实情感与创新表达的深度融合。”中信银行上海分行是赛道主办方之一,相关负责人为Z世代青年点赞,他们表示支持文创赛事、赋能青年创作者,是该行链接年轻群体、传递品牌温度的重要途径。未来,中信银行将持续关注各类优质文创赛事,并推动跨领域合作,让金融服务更好地融入文化产业全流程。

短视频的丰富创意还体现在中国冷饮行业的老字号品牌——光明冷饮携手青年报社共同发起的“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。在参赛作品“暖心小熊”作品里,冷饮不仅是消暑工具,更是都市青年在快节奏生活中的“治愈时刻”。大学生短视频创意大赛累计收到600余件作品,不仅来自各院校,青年设计师也踊跃参与,共同为老字号注入青春创意。

率先启动的大学生创业实践比赛共走进全市13所高校开展市场销售PK,并角逐出最终名次。各所学校组建的大学生创业团队在自己熟悉的校园里开展市场销售PK。其间经历了梅雨季、高温季、考试季,学生的每日销量均有所浮动,他们通过参与光明冷饮的销售,学习了产品推广、客户沟通、成本控制等职场技能,同时也深刻体会到品牌运营背后的逻辑与智慧。光明冷饮相关负责人表示,希望年轻人不仅是参与者,更是品牌未来的共建者。除了为获奖者提供创业扶持补贴,并配套企业实习机会,未来,光明冷饮还将试图构建“创意孵化—产品落地—市场反馈”的完整链条。

老字号新技术 创意定义理想居住生活

由青年报社、上海中华药业有限公司、黑龙江财经学院共同主办的2025“百年龙虎 传承创新”设计大赛面向高校学生及设计爱好者征集设计作品。从“实用”“功能”“美学”三要素出发,设计一款“龙虎”联名套装产品,其中包含龙虎清凉薄荷精油、龙虎清凉薄荷两用棒、趣味贴纸、外包装礼袋。学生在校方的组织和带领下积极参赛,共提交作品167件。大赛通过校企合作将“龙虎”这一经典品牌的深厚底



2024—2025长三角青年文创设计大赛各赛道回顾展示。

本版均为受访者供图

蕴与现代设计思维相结合,共同推动品牌的持续传承与创新发展。这一过程不仅加深校企之间的合作,也有利于学生社会实践经验的积累。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。

2025年“AI制‘皂’未来”创意大赛,累计收到作品325件。这场历时数月的创意盛宴,见证了百年品牌与AI技术碰撞出的绚丽火花,更让大家看到了老字号在Z世代创意中的无限可能。一等奖作品《香伴》是一部温情短片,男女主人公从历经风雨到一生“香”伴,与品牌所传递的温情理念高度契合。绘影未来AI实验室的张晨晨经历了约10天集中创作,领奖时表示,“这份荣誉不仅是对我个人的肯定,更让我看到AIGC所蕴含的广阔可能性,坚定了我继续深耕这一领域的信心。”

主办方之一——上海制皂集团有限公司的品牌事务部部长朱松华介绍,获奖作品不仅关

注品牌历史传承,更聚焦于未来可持续发展与洁净健康生活场景的构建。例如《深海力量》《还地球“蜂花”正茂》等作品,“选手不仅展现了出色的设计能力,更让上海制皂品牌在年轻群体中获得了前所未有的关注度。”大赛期间,不仅举办了“走进上海制皂”参访活动,还走进上海交通大学举办宣讲,并深入上海大学、华东师范大学等五所沪上高校进行产品展示与售卖。“这些活动的综合效应远超预期,百年品牌在Z世代中获得了更广泛的影响力,促进文化认同,年轻人的新鲜视角也为我们提供了品牌年轻化的新思路。”朱松华说。

以“智能居家新纪元”为核心主题的自如理想家设计大赛联动设计与营销双赛道,为青年创意力量搭建起探索未来居住的实践平台。设计赛道聚焦70~140平方米核心居住空间,参赛者需融入前沿设计理念与智能技术,让居家场景焕发科技质感;营销赛道则紧扣年轻人租房痛点,以数智化思维打造贴合当代租房群体期待的创新解决方

案。大赛共吸引了12所高校的青年设计师与创意达人踊跃参与,共征集到150份优质作品。设计赛道参赛者分享道,“我们在方案中融入了场景化智能控制系统,比如通勤模式自动关闭家电、居家模式联动灯光与温控,希望在有限空间里实现功能与温度的平衡。”营销赛道获奖者则表示,“年轻人租房最看重匹配效率与居住安全感,我们的方案通过大数据精准匹配需求,再结合社群运营增强归属感,这正是‘人、房、需求’深度绑定的核心。”自如相关负责人表示,大赛不仅展现了青年群体对理想居住的多元想象,更推动了智能家居理念的落地与传播,完美诠释了未来家“科技与温情共生”的核心内涵。

2024—2025长三角青年文创设计大赛绘就了一幅青春与创意交织的壮阔画卷。这场赛事不仅是青年才华的竞技场,更是传统与现代对话的桥梁,还是品牌与年轻群体共鸣的舞台。通过大赛,希望每一个创意都能被看见,每一份热爱都将照亮未来。

资讯

丝竹传承奏响时代新韵

2025年上海江南丝竹雅集活动圆满收官

青年报记者 李勤

本报讯 近期,作为“千茶雅会 艺韵天成——江南丝竹雅集”的最后一场,“冬藏·五谷丰登”在浦东老宅举办。来自浦东新区的康文国乐社、普陀区的长征青年丝竹爱好者联盟带来《新行街》《欢乐歌》等作品,乐师默契配合,旋律时而轻快灵动,勾勒出五谷满仓的喜庆图景。

由上海市群众艺术馆(上海市非物质文化遗产保护中心)历经两年打磨的曲集——《丝竹咏江南》也在这场雅集活动中发布。上海市群众艺术馆副馆长,上海市非物质文化遗产保护中

心副主任朱静波向江南丝竹的民间乐社、青年传承人、学校传承团队和指导教师等代表逐一赠书,让这份文化馈赠传递到丝竹艺术传承的各个环节。

2025年江南丝竹雅集系列活动贯穿“春耕·春和景明”“夏耘·惠风和畅”“秋收·花好月圆”“冬藏·五谷丰登”四个季节,用传统即兴演奏还原雅集本色,让大家在四季流转中感受江南音乐和生活美学的深邃意境。

作为江南丝竹的国家级项目保护单位,上海市群众艺术馆(上海市非物质文化遗产保护中心)在全市范围内发起了“千茶雅会 艺韵天成——江南丝竹雅

集”活动。“雅集”是江南丝竹爱好者以乐会友、切磋技艺的重要形式,被誉为“优雅的人际交往方式”。这一年的四季雅集,正是对“千茶”之约的生动践行。

雅集不仅串联起江南四季的自然之美,更构建起“轮值交接、全域联动”的活动机制——从松江到徐汇,从闵行到浦东,各区非遗保护中心依次交接承办权,全市20余支丝竹团队通过传统交流展演轮番亮相。同时依托这个机制,上海市群众艺术馆(上海市非物质文化遗产保护中心)还在雅集期间,对相关的团队、传承人做了口述采访记录,保留珍贵影像和口述资料,共完成了12支团



“千茶雅会 艺韵天成——江南丝竹雅集”之“冬藏·五谷丰登”在浦东老宅举办。

队、24位传承人的记录工作,为后续研究与传承奠定基础。

未来,上海市群众艺术馆(上海市非物质文化遗产保护中心)将持续搭建江南丝竹展示交流的平台,通过每一个平台、每一次宣推、每一场雅集、每一首新创曲目的演绎,让人们在丝竹声中感知江南文脉,体悟集体协作之美,为城市文化记忆的延续注入源头活水。

亚太零售展 深化跨境联动

近日,全球知名零售行业盛会NRF2026亚太零售展(NRF2026 APAC)正式官宣系列重磅信息:中国被确立为引领亚太乃至全球零售业发展的核心引擎,展会将携手中国两大行业龙头深化跨境联动,并为中国零售商提供价值1499美元的免费全通行证专属权益,助力中国零售力量走向国际舞台。作为全球最具活力的零售市场,中国在全渠道零售、绿色可持续发展及跨境贸易领域的创新实践,正持续引领行业未来方向。NRF2026亚太零售展特别为中国零售品牌、技术创新企业及解决方案提供商搭建专属展示平台,助力其展示创新成果、拓展国际合作,以彰显中国在重塑零售新纪元、推动区域生态协同发展中的关键作用。

文/车键