

### 一场摄影比赛的结果出人意料,给老字号企业带来良多启示

# 按照年轻人的方式打开老字号

■本报记者 沈琳莎

上海有一大批老字号,渴望擦亮品牌,焕发“新”生。可老字号要“突围”,找到自身存在的问题很关键。

大约三个月前,上海6家老字号企业对外发布创新需求,希望借助全球创客之力,提升自身的品牌竞争力,益民集团旗下的星光摄影城就是其中之一。

在很多老上海心目中,星光摄影城一度是市中心的一个地标,是购买摄影器材的首选地。但讲真,如今更多的“潮人”,对这里有些陌生。为打响星光摄影城在年轻人当中的知名度,企业负责人请了外援,委托上海本地的一家文创团队“创造域”牵线,组织了一场摄影比赛。这次比赛的结果,出人意料:提交的摄影作品中,没有一张参赛作品是用单反相机拍摄的!

企业方这才恍然大悟:或许,星光摄影城首先要考虑的不是销售策略,商场的定位亟需转型!

## 用年轻的方式诠释老字号

与当下时尚IP合作,能够让老字号迅速形成话题,并影响到他们最希望吸引的年轻目标人群,这俨然已经成为一种惯用的合作模式。

在今年8月举行的中国创新挑战赛“黄浦区老字号品牌创新发展专场赛”上,上海6家老字号企业面向全球创新团队发布了17条创新需求,希望能够找到“伯乐”,为品牌发展注入新动能。

三个月过去了,老字号与创新团队对接情况怎么样了?记者昨天从黄浦区老字号品牌创新发展专场了解到,截至目前,已有来自各地的40多个团队与20多家老字号企业对接,其中亮点颇多。

比如,百雀羚联合插画师多米儿推出的三生花系列上线1小时即售罄10万盒;六神联手锐澳鸡尾酒推出“花露水鸡尾酒”,在淘宝上7秒钟就售出了5000瓶。

上海老字号龙头家纺也希望借此势头提升品牌形象。在这家企业发布的“英雄榜”上,提出了具有传统工艺特色的龙头家纺凤光、凤凰、钟牌414、



①六神联手锐澳鸡尾酒推出“花露水鸡尾酒”。(资料照片)  
②上海老字号龙头家纺与上海博物馆合作,将文物图案和文化元素印在毛毯上。(资料照片)  
③豫园在传统梨膏糖的基础上推陈出新,开发出梨膏露饮品。(本报记者 叶辰亮摄)

皇后和上海博物馆的文物图案相结合的需求。而接单后的上海文创领域的创新团队“创造域”,带来了不少惊喜。

利用其坐拥多名设计师的优势,这个团队把创意源源不断反馈给龙头家纺:有人将博物馆中陈列的花鸟印在毛毯上,有人将上千年的古老图案印在围巾上,还有一位年轻设计师交出了一幅印有篮球图案的床单。这位设计师的理由很简单,“想要打动年轻人,就按照年轻人的喜好来。”

“篮球元素是我们从来没有考虑过的,这位设计师虽然没有按图索骥,但他大胆的喊话让我们有一种‘出圈’的感觉,我们会好好考虑他的建议。”上海龙头家纺有限公司总经理助理辛杰表示。

而对星光摄影城来说,“创造域”在承办摄影展后的新发现,也让企业获益匪浅。对此,上海益民商业投资发展有限公司副总经理胡磁励表示,将重新考

虑星光摄影城定位,或许可以贴合年轻人需求,实现从“买相机到星光”转变到“玩摄影到星光”,未来将开设更多的手机摄影体验馆。

## 用科技手段重塑老字号“产品力”

铺渠道、造网红……近年来上海老字号不断拓展新渠道,取得了不错的效果。不过,老城隍庙食品公司新零售事业部总经理金磊也发现,一家老字号想要真正被认可,“从网红变长红”,最终依靠的不是花里胡哨的营销手段,而是“产品力”。

今年,豫园股份推出的梨膏露,就是在上海家喻户晓的特产梨膏糖上改良的。金磊表示,梨膏露在原配方基础上添加了金银花、甘草等草本植物,并用现代工艺将营养成分萃取出来,使产品既保留梨膏糖的营养,又不至于太

甜,符合现代人的口味。这款从产品内核真正实现了创新的“老字号”,上市两个月就实现了销量100万罐的业绩。

事实上,纵观老字号对外发布的创新需求“榜单”,渴求实现技术突破的并不少。比如,龙头家纺提出了可穿戴面料的需求,回力牌球鞋希望找到更“贴脚”的材质,今年大获成功的梨膏露也希望在供应链和生产工艺上有所改进。

对此,国家技术转移东部中心总裁谢吉华说,再好的品牌都需要技术来支撑,和科技企业对接,是打造老字号品牌影响力的必由之路。  
沪上老字号资源十分丰富,仅黄浦区就占据全市一半的老字号。据黄浦区科学技术委员会透露,这个老字号企业与创新团队对接的平台将一直存在,未来将继续为96个黄浦区老字号品牌、180个上海中华老字号品牌以及400多个长三角老字号品牌发布对接需求,打造一个老字号与年轻人的对话平台。

■本报记者 储舒婷

治理教育App乱象,教育部再出重拳!

教育部最新印发的《教育移动互联网应用程序备案管理办法》(以下简称《办法》)规定,各单位在2019年12月1日至2020年1月31日前完成对现有教育移动应用的备案工作;2020年2月1日起,公共服务体系将向社会公众提供备案信息查询,接受社会监督。

专家认为,此次备案管理细则,为教育App再加一道“紧箍咒”,将有效填补过去在监管领域存在的“真空”地带。

## 教育App须备案,且“一省备案,全国有效”

现在,不少家长和学生的手机里普遍都装了十几个教育学习类的App,从家校联系到学科辅导,功能五花八门。但一些家长多次反映,有的教育App被植入了大量广告甚至色情、暴力内容的链接,诱导孩子点击,还有的教育App貌似和学校有“说不清的关系”,不仅强制学生绑定,还总是要求家长和学生完成与学业无关的调研……

教育部此次发布的《办法》规定,教育移动应用是以教职工、学生、家长为主要用户,以教育、学习为主要应用场景,服务于学校教学与管理、学生生活与家校互动等方面的互联网移动应用程序。

对于教育移动应用提供者,《办法》要求,应按照国家要求通过公共服务体系进行提供者备案,并配合注册地省级教育行政部门做好备案审核工作。提供者备案实行“一省备案,全国有效”。

对于教育App使用者(即教育行政部门及其所属单位、各级各类学校),《办法》指出,应建立教育移动应用的选用制度,选用已完成提供者备案的教育移动应用,并通过公共服务体系进行使用者备案。自主开发、自主选用和上级部门要求使用的教育移动应用均应进行使用者备案。

《办法》既考虑了对监管的迫切需求,也有利于这个行业的健康发展。全国性的统一管理规范,让企业、各地教育管理部门和老师等都有法可依。”上海市电化教育馆馆长张治说。

## 加强监督,是政策组合拳中的“又一记新拳”

其实,针对教育App的乱象,从去年起,教育部和各地教育管理部门就陆续出台了一系列指导意见和措施。此次《办法》发布,堪称是一系列政策组合拳中的又一记新拳!

去年底,教育部印发通知,严禁有害App进入中小学校园,并强调要开展全面排查,凡发现包含色情暴力、网络游戏、商业广告及违背教育教学规律等内容的App要立即停止使用,要将涉嫌违法违规的App、微信公众号报告当地网络信息管理和公安部查处。

今年9月,国家首个全面规范教育App的文件出台,明确教育App不得与学分、成绩和评优挂钩。同月,上海市教委牵头出台义务教育阶段学生减负增效意见和加强学校作业管理措施,明确“不得使用未经学校及上级主管部门备案的学习类App布置作业”。“过去,这类教育App在应用商店开发和上架,都是企业和平台之间的商业行为,缺少教育部门的监管。”同济大学教育政策研究中心主任张瑞鸿指出,此次备案措施的制定,将填补此前监管领域存在的“真空”地带。

《办法》指出,教育部将建立完善与网信、电信、公安等职能部门的协助机制,共同指导应用商店等移动应用分发平台落实监管责任,规范教育移动应用的管理,并推动将提供者备案作为教育移动应用上架应用商店的重要条件。

“通过备案形成全国信息管理平台,加强了省与省之间数据信息共享,再用大数据监测、查处App是否违规,就能真正实现有效监管。”张瑞鸿说。

《办法》还指出,如果发现教育App存在违法违规或违反要求且整改不及时,将被列入黑名单并向教育系统通报,并撤销涉事教育移动应用备案。涉事单位六个月内不得再提交备案申请。  
张治认为,此次全国范围的备案管理更严谨、规范,覆盖了所有教育类App,对于促进全国教育信息化、减轻学生线上作业负担是一场“及时雨”。

# 教育部印发《办法》,要求教育App须在明年一月三十一日前完成备案

# 产教融合打响上海“文化品牌”建设,创产协同激发“码头源头”并进

## ——上海出版印刷高等专科学校创新创业实践育人模式探究

### 一、依托学校特色和优势,建设“环版专”文化创意产业带

文化创意产业是国家经济社会发展的重要动力,学校借力国家“双创”示范基地建设项目,将学校建成国家出版传媒和文化创意人才培养基地、中华优秀传统文化传承与创新基地、上海文化创意产业服务基地、国际先进传媒技术推广基地。依托高校协同、区校协同、校社协同,推动学校更好地整合校内外资源育人,利用自身优势逐步形成产业集聚高地,建立“环版专文化创意产业带”,形成“政、产、学、研、用”一体化,产业链上下游供需结合的创新创业实践育人环境。

“环版专”文化创意产业带建设以构建数字传媒产业生态,搭建产业链平台为目标,充分调动行业优势资源,分区域、分功能、分步骤建立以数字传媒、文化创意产业为主题的创新创业孵化区、校企合作创新实践区、行业领军企业机构集聚区组成的产业带,并通过不同规模层级、产业上下游相互衔接的大中小企业的运营,形成以数字传媒、文化创意产业的集聚和发展带动相关产业发展的经济模式,充分发挥杨浦区产业基础优势,科技创新优势和文化积淀优势,切实增强杨浦区文化创意产业的现代化、国际化、多元化水平,打响杨浦区、上海市、长三角文化创意产业品牌。

### 二、立足创产融合平台,实现“双创”人才培养

借助国家“双创”示范基地建设项目,学校从区域经济社会发展战略出发创新体制机制,对接出版传媒产业发展趋势,突出产教融合的应用性、开放性、跨界性,提高科技服务社会的能力,依托国家新闻出版署校企合作创新实践基地,引进企业与企业相关课程紧密对接,开展校企合作、创新实践,产学研互促为主旨,为师生教学提供机遇与资源。

立足专业、依托行业、产教融合背景下的“双创”人才培养是学校育人的重要目标。近年来的投入与积累,“环版专”文化创意产业带形成由国家新闻出版署、上海市教育委员会、杨浦区政府支持并指导、上海高校实践育人创新创业基地联盟、学校创意园区与创新创业学院具体执行的全新模式,为双创育人、产教融合营造了良好的发展环境。学校将专业特色与创新创业能力培养相结合,优先扶持基于专业的“双创”实践

根据上海2040年建成全球卓越城市的发展目标,助力杨浦区“三区一基地”建设,勇当上海“四大品牌”创新发展引领区域建设的要求,上海出版印刷高等专科学校聚焦高素质应用技术技能型人才培养,主动服务科教兴国、文化强国战略,紧紧抓住国家大力发展职业教育的重大机遇,通过建设环版专文化创意产业带以及创产融合集聚资源,开展国际化文创交流项目,积极培养创新创业人才。

右图:“速度与温度”红点传达设计大奖获奖作品展开幕式  
下图:创意市集巡展领导聆听参展学生介绍科创项目



项目,同时,自主开发创新创业课程体系,出版了基于互联网开放式的创新创业教材,将创新创业通识课程教学、实践团队培养、项目孵化分段式推进有机融合,探索了创新创业通识教育和专业教学协调发展的新模式。改进后的“双创”人才培养方案将落实跨专业、跨学科的创新创业实践课程,通过拓宽专业口径,开设整合专业项目,促进了不同专业学生间的沟通交流,在学生教学中融入创新创业思维,提升了学生的综合素养。

### 三、引进国际文创项目合作,强化上海文化“码头”集聚效应

助力世界优秀文化在上海生根开花的“码头”,对“上海文化”品牌建设发挥着关键作用。唯有胸怀“海纳百川”精神,巧借“他山之石”,发挥好“码头”集聚效应。学校在杨浦滨江举办三场具有国际水准的文创活动,德国红点传达设计大奖获奖作品展、中欧插图与影像展、“汇创滨江”国际大学生创意市集,作为上海城市空间艺术季系列活动的重要组成部分,体现了学校文化创意成果与市场创新创业产业的“无缝”对接,同时也为长三角文创产业发展营造了良好的环境,为全球艺术设计类人才搭建了创业活动载体和学习交流的平台。

#### (一)红点传达设计大奖获奖作品展

“速度与温度”红点传达设计大奖获奖作品展由学校和厦门红点设计博物馆共同主办,作为全球规模最大、影响力最大的传达设计大奖之一,这是红点传达设计展首次进入中国,进入上海,展览共有来自45个国家的707件获奖作品参展。为进一步扩大



和深化展览的社会影响力,在展览期间主办方与德国红点机构副总裁 Vito 以及国内外艺术设计领域的专家学者、设计大咖开展主题论坛、实践课程等活动,为加强多边合作奠定了基础。学校以“国际化、专业化”为标准,引进丰富的全球设计资源,充分发挥上海文创资源集聚优势,通过“高校+博物馆”的合作模式,立足上海高校实践育人创新创业资源优势,搭建了“更创新、更国际、更人文”的国际化实践育人平台。本次展览作为中外协同创新、互补合作的成功案例,将高校专业优势和学术资源溢出到区域,既为高校育人提供了丰富的教学点,又为广大家庭创造了开拓视野的机会。学校能够自觉肩负起对人民大众正确价值导向的责任,深入群众以文化人,为人民群众提供文化体验的空间,促进了社会文化建设和国际文化之间的交流。自活动开展以来,受到社会各界广泛关注。据不完全统计,截止目前已有一万余人观展,老厂房和新景点的深度融合,为上海杨浦滨江再添一道靓丽的风景线。

#### (二)中欧插图与影像展

第二届中欧插图与影像展由上海高校实践育人创新创业基地联盟、芬兰插图师协会主办,上海出版印刷高等专科学校、上海童书研究中心、芬兰阿尔托大学承办,展览旨在着力推进插图与影像艺术领域的拓展与创新,通过群众的文化获得感、幸福感。通过增强人民群众的文化获得感、幸福感。通过与欧洲最专业的插图师团队合作,将绘本

涉及人工智能类、数媒艺术类、非遗传承与创新类等类别。创意市集展位前人头攒动,琳琅满目的创意作品吸引了社会各界的关注。通过文化创意产业与创新教育研究国际论坛邀请国内外知名高校的学术专家、行业引领者、新锐艺术家就文化产业的创新发展、艺术家跨界创意实践、国际化创新思维融入高校实践育人等问题进行研讨,为高校创新实践育人模式指出了新方向,对上海文创产业创新发展、增强文化辐射力、集聚力和打造上海文化名片起到促进作用。

### 四、聚焦出版传媒搭建创新创业平台,激发上海文化“源头”活力

近年来,学校持续打造实践育人基地,推动出版传媒行业龙头企业与学校建立产教融合创新实践载体,探索形成产业园区合作联动新模式,通过产教融合提升出版传媒类学科建设水平和技术技能型人才培养水平,通过搭建创新创业平台载体,激发上海文化“源头”活力。

学校以环版专文化创意产业带建设为导向,通过建成多个出版传媒产教融合和行业数据观测平台为学生创新创业和项目孵化提供支持,以国家新闻出版署校企合作实践育人基地和国家级数字传媒产业园区建设为校企合作平台创新联合育人模式,以“汇创空间”作为上海高校实践育人创新创业基地联盟实践育人和创新教育成果的展示空间,由此形成创新项目孵化——校企合作育人——创新创业成果输出与展示完整闭环的双联互动育人模式,为新时代高校双创教育打造实践育人平台,推动管理育人、服务育人、组织育人,启发文化创意,锤炼创新思维起到重要的示范作用。

#### (三)国际大学生创意市集活动

“星空际遇,触摸未来”国际大学生创意市集活动是立足上海高校实践育人创新创业基地联盟,联合杨浦区科学技术协会,通过区校、校际、校企合作等形式进行创新创业实践的重要探索,本次活动有来自美国麻省大学阿默斯特分校、东京造形大学、新加坡南洋理工大学等全球近三十所院校百余个项目参展,创意青年齐聚杨浦滨江,上千件充满青春创意、特色鲜明的作品展示了国内外高校大学生的创新风采。所有展品均由大学生原创制作,

文化品牌承载着城市精神品格和理想追求。“上海文化”品牌建设,既要抓好“码头”建设,又要抓好“源头”建设,以展现标识度为重点,关键在集聚创意人才。上海出版印刷高等专科学校将自身发展与国家发展战略紧密结合,学校通过引进和举办国际高端文化创意展览与论坛将创新创业教育融入思政教育、艺术教育及创新创业人才培养的全过程,力争打造上海高校实践育人优质文创品牌,落实立德树人根本任务,通过文化育人推进高校服务上海文化品牌战略,提升学生的人文素养、数字化思维、创新意识,努力成为出版传媒行业、文化创意领域及区域经济和社会发展提供智力支持和人才支撑。