

「又见毕业季!一方面,上海诸多设计院校的毕业设计展正陆续开幕,与往年相比,今年毕业展的质量提高不少,如正在上海图书馆创新空间内展出的上海视觉艺术学院的学生作品中不少令人眼前一亮的同时,还具备商业可能,有机会转化为创业项目。另一方面,全市范围内推动创业的活动也在各个区县举行,如 5 月启动的徐汇区创业圆梦季活动聚焦文化创意产业,涌现了一批典型案例。



谁说毕业就是失业,随着文化创意产业越来越被社会各界的重视,相信更多有志在此领域创业的年轻人会得到更多帮助,实现理想。

“微创新” 突破创业起步困境

“10 年前,你若创业在文化创意产业,便是与这个产业共同成长;只要坚持下来你便是元老。但今天不同了,年轻人要创业需着力“微创新””丁伟如是说。

丁伟,国内知名工业设计设计师,毕业于清华美院的他,一毕业即创业,生在山东,读在北京,而创业却选择了人生地不熟的上海,他说因为上海更适合创意设计人群发展。他的第一家公司是做会展设计,第一笔单子是通过翻黄页打电话而来,8000 元的单子最后净赚 600 元。一年后他放弃了会展设计公司,回到了他所学“工业设计”领域,起步阶段依旧通过黄页找生意。问起丁伟的创业,丁伟说:“2000 年,整个工业设计业都处于创业阶段,国内最长历史的设计公司也就 3 年,服务单一,只要有能力便能接到活。”

时过境迁,在“前辈”林立的当下,新公司没有经验,没有品牌,想要与大公司在市场上抗衡难度越来越大。丁伟表示,新公司要改变思维,不要总想着去竞争,应注重“协同发展”。新公司可以作为大公司下游合作伙伴,寻找大公司的在业务体系中的短板。如今工业设计已不再仅仅是硬件功能上的设计,产品体验设计、交互设计越来越重要,在这方面,几乎所有设计公司都是短板,若能在此领域有所作为,必能赢得市场,赢得大公司的芳心。



随着毕业季的到来,又一批新鲜血液进入社会。可是,专业对口的学生无法胜任工作需求导致用人单位叫苦连天。大学教学课程与社会需求脱节是一个不争的事实,若引入新的教学方法,或许能稍稍改变这种状况。

“将实践的社会项目带入大学课堂”尝试

毕业季遇文创小时



■ 年青的创客们正在创业的路上实现着自己的梦想

“微创新”是另一种创业策略,过去女生服装搭配单一,很多人只有一两条腰带,一顶帽子,而在追求时尚的今天,很多女生都拥有不止 10 顶帽子,20 多条腰带,这些帽子和腰带的合理摆放便是一个新的市场需求。又如越来越受欢迎的充电宝,当智能手机电池不够用的时候,如何维持手机持续电量便是市场出现新的趋势性机会。充电宝工作原理并不复杂,锂电池与线路板的结合,在充电宝还未产业化之前便是最佳创业机会。发现“市场趋势机会”就是一种微创新,通过满足与打动消费者心里最甜的地方,解决好一个问题,实现单点突破就是机会所在。

“智慧创业” 引领全新创业模式

“智慧创业”是由徐汇区结合自身区域文化创意产业发展形势而提出的概念:在知识社会、文化创意产业兴起的大环境下,创业者通过自身智慧与技艺,运用(移动)互联网思维与技术实现创业的行为。智慧创业更多地体现在“开放创新”“协同发展”和“未来创业”之上,与传统创业相比智慧创业更强调创业项目的前瞻性、自我孵化等特点。

在徐汇区召开的“创业圆梦季——智慧创业”主题论坛上,同济大学设计创意学院娄永琪院长认为:“在互联网时代下,一方面传统服务业的设计已开始出现无人买单的现象,另一方面,依托于众筹网开启的全新的金融模式,让创业成果直接与金融对接,全新的创业模式就此诞生。”这种全新的创业模式让创业者对自己的创意进行投资,从而赢得未来,实现成功创业。娄永琪表示,今天的创业环境有两大突破口,一是市场机会,二是颠覆

性的大趋势。前者是长尾领域引领下的个性化需求;后者是对可持续的发展和新的社会体制转变下所产生的趋势。

“疯狂锁屏”是一款基于安卓系统的锁频软件,通过软件将用户手机变成分众模式的广告屏。论坛现场,创始人李万万表示互联网时代存在着大量的机会,创业者借助市场敏锐度就有可能找到市场的缝隙并不断突破找到潜力巨大的市场,“疯狂锁频”2013 年起步,在参加徐汇区首届创业梦之星评选活动后得到社会各界关注,今年已融到第一笔资金。

在新的变革下,一些曾经具有引领性的大型企业逐渐出现发展困境,船大难掉头,有些通过收购“微创新”企业实现自我更新,有些难以接受颠覆性的创新,久而久之,未能赶上时代潮流转变的企业便被自然淘汰,诺基亚从盛到衰已论证了这点。娄永琪认为这其实也就给智慧创业企业有了突破空间,通过把握社会发展趋势,借助移动互联网、众筹平台、创客组织提高创业的成功率,最终实现成功创业,并有可能在未来成为某个行业的引领性企业。

“创客”“众筹” 圆创业梦

“创客”和“众筹”都是近两年极其火热的词汇,并且正改变着年轻人的创业思维。“创客”是指不以盈利为目标,努力把各种创意转变为现实的人。上海最有名的创客组织为“新车间”,起步于 2010 年。“新车间”向硬件高手、电子艺术家、设计师、DIY 爱好者和所有喜欢自己动手捣鼓各种东西的人提供了一个开放式社区、实验空间和基础设备,如 3D 打印机、单片机等。在这里,创客们可

以和兴趣相投的人一起拆拆装装各种电子和物理产品,而且还可以共同实施一些好的设计和想法。

“众筹”是指用团购+预购的形式,通过互联网向网友募集项目资金的模式。该模式能让小企业、艺术家或个人对公众展示他们的创意,争取大家的关注和支持,进而获得所需要的资金援助。

创客生产产品,众筹引入资金,创客与众筹的结合就是推动创新产品市场化。在国际上,这一模式已相当成熟,已成为了怀揣创业梦想者的起步平台。

近日,由同济大学设计创意学院和 Fablab-shanghai 主办的“中美青年创客大赛微软上海选拔赛”之创客马拉松活动现场便出现很多具有有趣创意的产品。其中,由在上海工作的美国人 Berni 带领着来自阿根廷、哥伦比亚等不同地区的小伙伴一起借助开源硬件平台,制作了可以根据室内空气质量、用电量等因素来调整机器开关的智能净化器,并且将净化器的成本控制在 500 元以内。

来自同济大学和斯坦福大学的学生们一起开发了通过触感定位的可穿戴手环,该手环可以解放旅人的眼睛,通过不同部位手环的振动,给旅人提供导航。这款触感定位手环对旅行的盲人、老人尤其有用,通过手环中传感器及其大数据的帮忙,旅行再也不用担心找不到路了。

类似的创客作品还有很多,有些打动人心,有些则从创意功能下手,满足一小部分的人的需求。这些创客作品一旦确认技术可行,便能放在众筹平台上募资,最终转化为真正的产品。创客与众筹的结合是一种小而互联提下的智慧创业,让每个人都有可能成为创业家。(本版撰文 王嫚婷 梁潇文 徐凡)

将社会项目带入大学课堂

解决大学教育和行业需求的对接问题。这些看似局限住了学生“创意自由”的实战过程,实际上是让他们在团队合作中通过职能的自主分配,实际有效地找到各自的“能力定位”;通过实践,在认清各自的优劣势之后,能更加主动地、有目的地通过各种学习路径来发展完善自己的专业能力。并且,通过让学生走进企业,和企业的高层直接对话,通过参与企业的市场营销策划活动,让学生对未来自己的职业定位和对己的优劣势有一个清晰的认知。更多的是客观去体会行业的残酷与现实,而不是在象牙塔里的纸上谈兵。

把学生分为几组,分别代表几家不同的广告策划公司,然后去企业请客户给到他们

真实的案例去参与竞标,整个过程,各组是绝对保密的,导师也只是仅仅参与部分建议,等 5-7 个工作日后再去提案,最后由客户选出最后的优胜团队。

这样的课程使学生犹如置身于真实社会中,使习惯于天马行空的学生真实感受到客户的制约!学生们通过项目清楚地看到何为“社会型的合作方式”,在团队利益远大于个人利益的情况面前,个人的想法与抉择需要在顾全大局的前提下妥协,甚至舍弃。

在项目进行过程中,学生需要与导师及其他合作方沟通机会。个人的想法需要有足够的说服力才能获得团队伙伴的支持,团队的公关能力与创意能力同等重要,直接影响

到他们是否能比竞争对手更“快、准、狠”地了解到客户的心意。

90 后学生爆发力强,但耐力不够,总体的抗压能力不足。优势在于他们年轻,有活力,敢想敢做,他们会堵在客户门口等客户下班以期得到更一手的资料;会去奢侈品店、商场、大街对消费者进行一对一的调研;会通过视频等手段表现方案及实物。所有的这些都是学生时代拼搏精神的可贵之处。

如今的设计类院校学生数量激增,在这样形势之下,为学生争取更多的社会项目合作,在实战课程中提倡“学习的自由性”、培养学生“独立学习”的能力,也算是创新了教育中“因材施教”的方法吧。

倪海郡