

动态

嵩明县启动
高校反诈宣传
短视频创作活动

本报讯(记者 刘晓婕)近日,嵩明县高校反诈宣传短视频创作活动在职教新城昆明城市学院启动。活动以“反诈奥斯卡 智斗诈骗魔”为主题,通过创新反诈宣传形式,营造校园反诈防骗浓厚氛围,进一步强化警校联动,构建具有区域示范效应的高校反诈宣传品牌,切实筑牢校园反诈“防火墙”。

现场展播的优秀短视频作品以生动有趣的形式还原诈骗场景,拆解防骗指南,展现了青年学子的创造力与责任感;反诈主题脱口秀表演将现场气氛推向高潮,表演者用幽默诙谐的方式展现反诈趣事、揭露诈骗套路,让师生在笑声中增强防骗意识。活动现场还开展了反诈课堂系列活动,包括反诈课堂、视频制作培训、规则讲解和反诈知识挑战。学生们踊跃参与,通过线上线下相结合的方式,推动反诈宣传由“单向传导”向“双向互动”转变,引导广大师生变被动接受为主动创作,构建反诈一防诈一反诈能力提升闭环。

昆明城市学院学生代表向高校师生发出倡议,希望大家争做反诈知识的传播者和实践者,为构建“无诈校园”贡献青春力量。嵩明县辖区4家通信运营商、8家银行还与师生开展场外互动活动,让反诈意识入脑入心。

参加活动的学生们纷纷表示,将积极参与,用镜头拆解骗局、用故事传递警示,创作一批有广度、有高度、有深度、有传播力的优秀反诈短视频作品,并使之成为反诈宣传的“火种”,在校园内构筑起“人人反诈、全民反诈”的防护网。

作为嵩明县高校普法年系列活动之一的高校反诈宣传短视频创作活动,是该县推进反诈宣传,精准施策的一次创新探索和生动实践,也是一堂全员参与、发人深省的反诈必修课。近年来,嵩明县对电信网络诈骗犯罪始终保持严打高压态势,通过强化预警拦截、精准宣传和专案攻坚,持续推动构建“全链条打击、全方位防范、全领域宣传”的反诈工作体系。

创意赋能,产业升级——

新区老字号“潮”起来



市民参观嵩明展区。

9月18日,昆明滇池国际会展中心13号馆内人声鼎沸。以“智汇云南 创意未来”为主题的创意云南文化产业博览会(2025)正在举行。展馆内,传统与时尚交织,创意与产业共舞,来自滇中新区的“老字号”正在用全新的市场理念赋能产品,提升体验。

一针一线织就新传承
老手艺拥抱年轻人

“快看,这条大鱼图案的丝巾好特别。”在安宁展位的扎染体验区,几位大学生模样的女孩正在交流感受。另一旁,安宁扎染非遗代表性传承人杨成一边指导参与者体验扎染技法,一边介绍:“这些扎染丝巾,还有狮子、大鱼图案的新品,卖得特别好。”

杨成敏锐地捕捉到年轻消费者的需求变化:“现在的年轻人既要设计感强,又要价格亲民。最重要的是要有参与感——亲手制作一件非遗作品,比单纯购买更有意义。”他拿起一件刚刚完成的小动物造型扎染作品说:“这是我们新开发的系列,就是要让传统文化变得活潑有趣。”

隔壁茶香区,安宁海湾茶业有限



刺绣作品。

责任公司出品的“普洱茶泡茶”成为博览会新宠。“这是用景迈山普洱茶原料做的气泡茶,零酒精。”工作人员田瑞一边招待试饮客人,一边介绍新产品。“这是我们抖音店铺最受欢迎的爆款,就是要让茶文化变得年轻又时髦。”田瑞告诉记者,自己从事普洱茶行业已近10年,深知行业必须创新,“传统产品不能丢,但更要抓住年轻人需求。为此专门开发了小包装、气泡茶等新产品。”

不远处的嵩明展位,刺绣非遗代表性传承人高丽梅的展位前围满了姑娘。生肖刺绣儿童鞋、珠光宝气的胸针、精致的手工车挂、包包……一件件精美的刺绣作品让人爱不释手。

更令人惊喜的是,高丽梅还将现代元素融入传统刺绣,“我们加了亮色珠片,小女孩特别喜欢。不仅搭配汉服,只要有一点中国元素的现代服装都能配。”说话间,两个对设计理念很认同的视频拍摄者也围拢来,与她洽谈合作,希望把非遗体验推荐给更多年轻人。

旧厂区焕发新生机
工业遗产迎来文化蜕变

在安宁·昆钢文旅产业展台前,云南华创文旅大健康产业集团有限公司的工作人员代亦男指着视频介绍云南工业文化博览园项目:“我们保留了完整的钢铁厂设备,从原材料到炼铁、炼钢、轧钢,再到物流,全流程设备都得以保存。这里的高炉集群是全国保存最完整的。”

代亦男告诉记者,位于安宁市金方街道的老厂区,在2018年被认定为第二批国家工业遗产,12个核心物项被列入遗产名录。“基于这12个核心物项,我们要在1500亩土地上打造云南工业文化博览园。”

如今,这个曾经的钢铁重地正在变身文创孵化基地。火车头广场、高炉遗址公园……旧厂房变身艺术空间,工业遗址焕发新的生机,“文博园可以举办万

人演唱会。”代亦男说。

在滇中新区孵化的文创品牌“春天礼”展位,工作人员杨景茹透露,前不久与邮政的联名活动为“春天礼”南强街店带来了大量曝光,“年轻人喜欢参与感,盖个章、打个卡,店的知名度就传播出去了。”她指着展台上的产品说:“南强街店铺消费者以外地游客为主,他们对云南的文化产品特别感兴趣,因此我们主要做昆明和云南本土的特色文创,避免同质化竞争。”

嵩明滇南百草中医药有限公司的苏年春是第四次参加文博会,他带来的滇南百草膏也已升级到第四代:“第五代、第六代产品马上就要推出了。”苏年春的产品不仅进了药店,还开了网店,在抖音上销售火爆。

纵观滇中新区展区,从扎染到茶饮,从刺绣到工业遗产,老品牌用创意赋能产业升级。他们不约而

同地抓住了年轻人的需求:既要文化底蕴,又要时尚表达;既要产品品质,又要体验乐趣;既要传统韵味,又要现代审美。

正如杨成所说:“能活下来还活得好的,靠的就是永远比年轻人更

懂年轻人。”市场这块试金石,正在见证滇中新区老品牌的新蜕变。在这个创意为王的时代,传统文化正以崭新的姿态走进现代生活,走进年轻人心中。

本报记者 马逢萃/文 周凡/图



市民参观安宁展区。

创意为笔 绘就老字号新图景

张三亚

快评

在创意云南文化产业博览会(2025)上,滇中新区的老字号们以惊艳之姿打破人们对传统品牌的固有印象。从安宁扎染的萌趣小动物作品到海湾茶业的普洱茶泡茶,从嵩明刺绣的珠光珠片设计到昆钢老厂区的文创转型,这些老字号用创意为产业升级注入强劲动能,不仅让传统文化“潮”了起来,更探索出一条传统与现代共生的发展路径。

老字号的破圈,关键在于精准捕捉年轻消费群体的需求。过去,不少老字号因固守传统、脱离市场而逐渐边缘化,而滇中新区的这些品牌却敏锐地察觉到,当代年轻人既渴望文化认同,又追求个性表达与参与体验。安宁扎染传承人杨成推出20元体验项目,让年轻人亲手制作非遗作品;嵩明刺绣传承人高丽梅在刺绣中加入亮色珠片,使其适配现代服饰;海湾茶业研发小包装普洱茶,契合年轻人便捷时尚的饮茶习惯。这些创新并非对传统的背离,而是在保留文

化内核的基础上,用年轻人喜闻乐见的方式进行表达,让传统文化从博物馆的橱窗里“走”出来,成为可触摸、可参与、可体验、可消费的生活潮流。

工业遗产的文化蜕变,为老字号升级提供了新的空间维度。昆钢老厂区没有在时代变迁中被拆除废弃,而是以国家工业遗产为基底,打造云南工业文化博览园。高炉集群、火车头广场等工业元素,摇身一变成为文创孵化基地和网红打卡地,既保留了城市的工业记忆,又赋予其文化创意功能。这种转型不仅实现了资源的高效利用,更创造了新的经济增长点,吸引研学教育、特色餐饮等业态入驻,形成良性的产业生态。工业遗产的活化利用也证明,传统产业的升级无需从零开始,只要善于挖掘自身独特价值,就能在创意赋能下焕发新生。

滇中新区老字号的成功转型,为传统文化传承与产业升级提供了宝贵启示。在创意为王的

时代,传统文化不再是束之高阁的古董,而是可以与现代生活深度融合的宝贵资源。老字号拥有深厚的文化底蕴和品牌积淀,这是其独特优势,但只有紧跟市场变化,用创意激活传统,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。从杨成“比年轻人更懂年轻人”的理念,到嵩明滇南百草中医药有限公司的苏年春不断迭代滇南百草膏的实践,这些案例都说明,创新不是一句口号,而是对消费者需求的持续关注,对产品与体验的不断优化。

创意赋能产业升级,不仅让滇中新区的老字号“潮”起来,更让传统文化在新时代焕发出蓬勃生机。当扎染丝巾成为年轻人的时尚单品,当工业遗址成为文化新地标,我们看到的不仅是老字号的蜕变,更是传统文化与现代生活的美好共生。这条路值得更多老字号借鉴,也期待未来能有更多传统品牌以创意为笔,绘就属于自己的新生图景。

· 有一天他和黄金一样贵 ·

珍惜水资源 保护地球家

