

2000余件毕业作品亮相两亚创新设计国际交流中心——

展示创意教育成果 注入文创产业活力

本报记者 马逢萃/文 周凡/图

从文化根脉到生活新潮
展现设计思维的深度与温度

展览以“昆明好礼”为核心主题，鼓励学生深入云南25个少数民族的文化遗产，鲜活的城市场景与当代社会情绪中汲取灵感，进行现代化、创新性的设计转化。走进展厅，观众看到的不仅是精美的作品，更是一个个饱含文化洞察与商业思考的完整“微缩项目”。

四大学生赵雨田构建了一个完整的“菌子猎人”世界。她将云南雨季采菌这一充满野趣的生活场景，创造性转化为一场“美食大冒险”的叙事。作品中设定了猎人阵营与菌子阵营，为每个角色设计了独特的武器与技能，并预留了可供延展的故事情节。这使得她的设计从一套农产品包装，自然延伸至电竞游戏角色、周边内容等领域。“野生菌IP同质化严重，我要让它真正‘有趣’起来，吸引年轻人。”赵雨田的想法，吸引了不止一家农产品企业的关注。

德宏非遗剪纸在李晓彤手中从

从作品到产品 一条被验证的产业化路径

本次展览最显著的特点，是几乎每件学生作品都附带完整的商业思考与产品化路径。这并非偶然，而是学院近年来推行产品思维导向教学改革的集中体现。

“我们不再只评价设计的美观性，更重要的是它的工艺可实现性、成本可控性和市场接受度。”指导教师谢蜀坦坦言，自己的成功经历就是最佳范本——独创“翠羽银丝”工艺作品荣获首届“春城有礼”大赛金奖，并转化为“春天礼”文创店的畅销商品。如今，在她的指导下，学生汪浩然的掐丝珐琅作品旁整齐摆放着可供售卖的DIY材料包，“消费者可以买成品，也可以购买材料包亲身体验‘点蓝’，这本身就是产品体验的一部分。”谢蜀说。

这种从作品意识到产品思维

政校企联动 毕业展台成职业起点与产业接口

更为务实的是，本次展览由云南工商学院联合滇中新区·两亚创新设计研究院、云南春天礼品牌管理有限公司等机构共同打造，从一开始就嵌入了深厚的政校企合作基因。开幕式现场，学院邀请了包括包装、食品、设计、文化传播等领域的40余家企业和高校，带来超过300个就业岗位。毕业生们与用人单位点对点对接，实现了教学成果展示与就业洽谈的无缝闭环。

这种对接的效果立竿见影。燕鹏露的“昆明印象”系列作品，采用漫画分镜形式，融汇翠湖红嘴鸥、传统建筑纹样等元素，衍生出海报、抱枕等多类产品。正是这套作品，在展会期间为她赢得了一份来自昆明文化产业协会的工作录用通知。“飞虎队文旅公司初步给了我们职位，还一起碰撞了设计理念。”学生余婷婷、杨洁、叶

典同样收获了企业的橄榄枝。企业代表们带着明确的需求而来。“我们是供应链公司，专程来找适合农产品包装的全新设计。”“每年都需要新增设计相关岗位，这里能看到最新鲜的想法。”一位寻找茶叶包装设计方案的茶企负责人说，他更看重设计背后的文化内涵与市场针对性。“我加了十几位茶企负责人的微信，他们需求各异，这让我更理解设计的针对性何在。”设计茶叶包装的方婧说。

滇中新区临空先进制造业发展局相关负责人表示，新区积极搭建此类平台，推动学生优秀设计转化为市场商品，为区域文创产业发展注入新动能。现场举行的校企合作签约仪式，标志着政校企三方在人才培养、产品研发、市场转化方面的合作进入制度化、常态化的新阶段。

引入国际视野 实现民族元素与现代设计深度融合

本次展览的另一大亮点，是与第二届亚洲城市文化国际海报展联袂呈现：90幅来自30多个国家的海报作品与学生的毕业设计并列展出，构成一场跨越地域的创意对话。

“让学生在最前沿的设计语境中展示作品，他们的标准会不自觉地向国际水平看齐。”参与策展的李俊涛副教授认为，这种国际视野的引入至关重要，但更重要的是，要引导他们学会在国际视野下，解决本土市场的现实问题，设计不是空中楼阁，最终要服务于居民生活与区域发展。

云南工商学院建筑与设计学院院长陈世光将学院的培养模式总结为“三元双化一融合”：即学校教师、企业导师、非遗代表性传承人三方协同育人，推动产业文化化、文化产业化，最终实现云南民族元素与现代设计的深度融合。

合。“我们关注的不只是就业率，更是专业对口率与高质量就业率。”陈世光说。

当创意教育勇敢地直面真实的市场需求，当学生的才华在政府搭建的平台上与产业直接对话，设计便不再是纸上谈兵，而是成为个人职业发展的起点、文化产业升级的解决方案，更成为滇中新区激发创新活力、塑造文化品牌的强劲动能。

“一个精彩的设计思维可以直接转化为市场价值和社会价值的起点。”滇中新区两亚创新设计研究院院长陈树青说。

267名学子用2000余件作品，不仅提交了自己的毕业答卷，更叩响了职业世界的大门，参与了关于云南文化创意产业未来的生动实践——他们的青春活力，正与滇中新区的产业未来，同频共振，共创明天。

“魅力云品 电商助农”选品会——

以创意设计赋能产业发展

2025年12月19日，“云礼造境”云南工商学院2026届毕业设计作品联展、“魅力云品 电商助农”选品会在滇中新区两亚创新设计国际交流中心举办。这场汇聚120余家选品企业、送品企业及一众创意人才的“双向奔赴”，不仅搭建起文化创意与实体经济精准对接的桥梁，更让本土文化、校园创意与市场需求实现了深度交融。

主办方云南春天礼品牌管理有限公司相关负责人介绍，本次选品会特意组织参展企业与选品企业现场对接，为参展企业搭建了多元推广销售通道——不仅可直接对接现场直播团队，还能与选品企业达成合作，通过园区电商直播间或选品企业自有渠道，将产品精准推向市场。

展会现场，数百件来自云南工商学院设计类专业毕业生的作品有序陈列，民族元素文创、文具、服装服饰等多元品类琳琅满目。来自云南各地的农产品、特色酒类等企业展品也陈列整齐，不同展区各具特色。

云南明希食品有限公司商务总监代小漫一进展厅，便马不停蹄地投入选品工作。“这是我们第二次来到这里，明显感觉这次的展品更丰富、创意更鲜活。”她介绍，公司主营绿色健康粗粮类产品，布局电商直播与线下门店渠道，日均销量稳定在1000单左右，“这次来就是想精准扩充产品品类，借助展会找到更多优质货源，进一步丰富消费者的选项。”

云南旭展科技有限公司商务总监王艺淑在选品的同时，也向毕业生们抛去了橄榄枝，“我们是一家处于上升期的创业公司，主营食品和化妆品，眼下正全力推进新品开发，特别需要新鲜血液注入。”她直言，

希望有想法、敢创新的“00后”年轻人加入设计团队，用新鲜创意为产品赋能，助力品牌持续发展。

选品企业收获满满，参展人和企业也带着十足诚意而来。在展区一侧，来自云南工商学院、籍贯德宏傣族景颇族自治州的学生施朝欢，正热情地向驻足企业介绍自己的毕业设计——民族工艺品盲盒。“我以家乡的目瑙纵歌节、传统民族服饰等为灵感，结合当下年轻人喜欢的盲盒形式，设计了4款常规款，还加入了1款隐藏款工艺品，让更多人怀着惊喜了解傣族文化。”施朝欢眼里满是期待，“已有昆明企业要了简历，后续如果能达成合作，把带有家乡文化印记的设计推向市场，对我来说是件特别有意义的事。”

云南东川长运印象葡萄酒有限公司昆明分公司总经理助理陈虹坪刚把公司展品摆放整齐，就迎来了不少咨询的选品企业。陈虹坪说：“这次带来玫瑰鲜花酒、1997西拉干红、雪花梨酒3款特色果酒产品，都是低酒精度数。”他表示，希望借助这次选品会的平台，让企业带有云南特色的酒类产品走出云南，被更多消费者熟知和喜爱。

云南工商学院相关负责人介绍，此次活动实现了创意成果转化、本土产品推广与人才精准匹配的多重赋能。已有数家企业与毕业生达成初步合作意向，多家本土农产品、特色文创产品进入企业选品清单。

云南春天礼品牌管理有限公司负责人表示，未来，云南春天礼品牌管理有限公司将持续深耕此类电商平台建设和创意产品品类发掘，推动创意与产业深度融合、文化与经济协同发展，让更多“云南好礼”走向更广阔的市场，让本土创意人才在赋能产业发展中实现自身价值。

本报记者 舒珺瑜



参观者欣赏展品。



参展作品设计独特。