

只给一个命题 让大学生创客开脑洞

浙江大学城市学院魏绍相创客中心昨落成

商报讯(见习记者 胡洁菲)创业的春风吹热了一个又一个创客空间和创客大赛,也逐渐吸入高校的每一个角落。昨日上午,浙江大学城市学院魏绍相创客中心落成仪式暨2016浙江创客教育基地联盟创客大赛闭幕仪式在浙江大学城市学院举行。本次创客大赛的主题为“健康”,经过数月的激烈角逐,来自浙江大学、宁波大学等在内的23支队伍挺进决赛。

48小时创客马拉松全方位考察团队能力

与一般的创业大赛不同,本次大赛采用了初赛面试、决赛48小时创客马拉松的形式对参赛队伍进行考核。决赛环节,各支参赛队伍需要在指定时间内对初具概念的产品进行进一步设计、制作、安装、调制等,在此过程中,评委将综合考察他们的设计、协作、动手等方面的能力,并进行打分。

“以前参加各类创业大赛的时候,各个团队都是互相封闭的,但这种创客马拉松的比赛形式为我们开辟了共同的创作空间,也让思维的交流和碰撞更活跃。”来自浙江大学的刘浩源这次带来一个具备提醒功能的智能小机器人,当用户使用电脑时间过久,机器人腹部的呼吸灯就会加速闪烁,还会做出点头等动作,提醒主人休息。当主人抚摸他的头时,相关提醒动作就会停止。作为一个工业设计专业的大三学生,刘浩源坦言自己的团队在前期市场调研等方面能力较强,但在技术设计上有一定短板,通过这次比赛,从其他团队借鉴到很多好的方法,十分受益。

而作为最佳实用奖获得团队的指导老师,来自浙江纺织服装职业技术学院的单磊老师坦言,这次活动对学生的提升十分显著。这次他们团队带来的是一个多功能健康鼠标垫,他说,一开始大家都只想到从人体功能学出发,提供按摩功能,帮助预防肩周炎等疾病。但经过跟其他学校的参赛队伍交流,他们慢慢将心率监测、定时提醒、脉搏测量等功能纳入开发范围。“虽然在推向市场时不一定可行,但至少帮助学生找到了另一个思维方向。”

创客教育基地联盟注重创客前端培养

除了部分团队能拿到现金和奖品奖励,这次进入决赛的

23件作品还将被推荐参加即将在温州举办的中美创客大赛。“我们希望届时参赛团队能够进入更高的平台,获得更大的提升空间。”浙江大学城市学院工业中心主任孙树礼教授说。

从去年开始,随着创业热潮的持续高涨,杭州的各类孵化器也如雨后春笋般诞生。但是孙树礼觉得,目前大部分孵化器都侧重中端和后端培训,也就是在产品拥有一定雏形和市场后再进行技术、商业等方面的培养开发,他希望创客教育基地联盟能够在创客的前端开发上做出一点成绩。“大学生创客不同于一般社会人士创业,由于没有受到过多固有商业模式和僵化思维模式的影响,只要正确引导,他们创造出的产品可能更具创新性和颠覆性。”

孙树礼说,“自从2014年6月创客教育基地联盟成立之初,他们就在筹备创客大赛的相关事宜,力求每一个环节都能帮助学生‘开脑洞’。比如这次创客大赛的主题——健康,只给出了一个模糊的大方向,没有限定具体的比赛形式,也跟前端培养的理念有关。参赛作品可以是工业产品,也可以是APP等互联网技术、平台,只要好玩,就有可能获奖。”

据悉,接下来,联盟还计划开展80小时“极限教育”训练营活动,旨在让学生在有限的时间里创造出尽可能多天马行空的想法,想出更多有趣的点子,“不管想法有多离谱,我们都照单全收,因为离谱之中往往隐藏着惊喜!”

获奖名单:

最佳团队风采一等奖

浙江大学队(指导教师:王宇)

最佳实用奖

浙江纺织服装职业技术学院队(指导教师:单磊)

最佳设计奖

浙江理工大学队(指导教师:杨多林)

最佳创新奖

浙江大学队(指导教师:王宇)

找资金
找项目
求报道
就找
每日商报
18创富

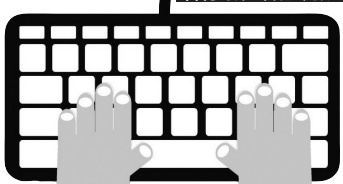
热线 85188518



扫一扫关注我们
构建浙商朋友圈

中国有近2000个农产品地标 却没有一家像样的企业品牌

每周4天
给你新鲜的观点



锵锵四人堂



新农堂堂主 钟文彬

当下的中国农业,有一个很奇怪的现象:城里人每天在喊食品安全问题,说农产品没有原来的味道了;中国的市场太大,引得国际大佬垂涎不已;农产品却天天在滞销,从烟台的苹果到广东的菠萝再到新疆的红枣……消费者很痛苦,企业很痛苦,政府也很痛苦。

在这个二元结构矛盾底下,根本原因到底是什么?

过去三十多年,政府一直在鼓励——区域公用品牌,简言之,就是地理标志。据不完全统计,区域公用品牌至今接近2000多家,是中国农业的一大笔无形财富,主要以县为单位申报,中国有2000多个县域,平均每个县1个。

它在中国农业发展过程中起到了至关重要的作用。因为公用品牌的背后是一个地方产业以及产业中的农民,而通过一定的宣传之后,消费者产生了对该公用品牌的稳定预期,销售溢价最后惠泽到农民。

运作得非常成功的例子,莫过于新疆了:在全国人民心中,新疆已是农产品的一块价值高地,一旦农产品贴上新疆标签,价格也必须更高一些。

但这一发展模式近些年开始暴露出短板。因为缺乏有效的控制机制,农民的产品良莠不齐,无法形成统一的标准,或者被掺假,最后伤害到了消费者的利益,而消费者把责任归咎到公共品牌身上。

也就是说,享受权利的时候大家都来了,但等到必须担起责任义务的时候大家都逃了。

例如,这几年诟病很多的莫过于阳澄湖大闸蟹的造假,许多外地蟹被运到阳澄湖“洗澡”,甚至直接从蟹农手上买标签,据说买卖标签的蟹农都能发财。

以农民为主体的产业是不可能追溯机制的,所

以消费者要怪就只能怪公用品牌,时间久了,消费者误以为这就是该地标产品的味道,抛弃它是自然而然的事。

在烟台时,我咨询山东省果蔬老专家杨杰老师:“你觉得烟台苹果还有救吗?药方是什么?”

他送了我四个字——企业品牌。

猕猴桃本是中国土生土长的水果,却被新西兰发扬光大,成为世界响当当的一个农产品品牌,在中国市场上也有非常大的影响力。

这家行销公司是由几十家新西兰奇异果农场共同组建起来的,统一品牌,统一标准,协调发展。“中国有很多农产品区域公用品牌,却没有一家像样的企业品牌”,百果园董事长余惠勇在中国优质果品联合会成立仪式上曾痛心疾首地说,当时我在现场心情五味陈杂。

这句话的压力不亚于“中国有上万家茶企,却敌不过人家一个立顿。”

以农民为主体的地方产业已经到了低谷,小农经济退出并不代表农民就会饿肚子;相反我看到,很多农民变成企业的产业工人之后,生活变得比以前更好,因为只要勤劳肯干就有企业为其挡风遮雨。地方产业需要一个良币驱逐劣币的良性市场。

如果说,数码行业最重要的是技术,农业行业最重要的莫过于标准。标准的前面是供应链端的有效整合,标准的后面才有品牌,品牌之后才有溢价,溢价才能把产生的价值传到产业链的所有环节,让每个人都受益。这里拥有最大的财富空间,也是每个想做产业的农业企业家最大的机会。

中国有近2000个农产品地标,就有至少2000个企业品牌的机会。