



对接地方经济与文化产业 我院社科联工作成效显著

为了更好的对接地方科研,促进学院与地方社科联及有关方面的合作,助力地方经济发展,学院于2015年5月成立社会科学界联合会,开始了人文社科领域的新历程。

一年来,社科联紧密围绕学校中心工作,抢抓机遇,拓展空间,整合资源,积极开展社科研究工作和社科服务活动,为我院转型升级,推动人文社科事业发展打下坚实基础。

积极开展社科研究与社会服务,成效显著

我院社科联成立以来,积极开展各类社科研究,成效明显。截止去年11月,我院共获得社科类厅局级以上课题29项,其中国家社会科学基金2项,省社科规划等省部级项目11项。在科研项目 and 课题研究的带动下,凝聚智库人才力量,组建了优秀社科团队并取得了一定成果。

据了解,社科联积极融入绍兴地方建设,为绍兴法治建设及旅游产业的发展添砖加瓦。目前社科联已与柯桥区司法部门共建了

法学专业教学科研实践基地,成立了“绍兴市柯桥区法律援助中心浙工大之江学院工作站”,多次开展了法律援助制度宣传、普及,目前已承担了5起法律援助咨询及案件办理等工作。另外,已组队申报了绍兴市哲学社会科学“旅游经济与发展研究中心”,积极为绍兴市旅游行业发展和规划提供智力支撑。

去年暑假,社科联还赴诸暨、新昌、嵊州、上虞、柯桥等地调研当地经济文化发展现状,为“绍兴在长江经济带中的定位与作用发挥研究”打下扎实基础。

支持地方经济建设和文化建设

社科联为柯桥地方经济建设和文化发展提供支持。已承接完成柯桥区科协、柯桥区商务局的“十三五”规划起草工作;承办以“诗画江南,时尚柯桥”为主题的“2015柯桥科技时尚创意节·夏季场”创意手绘服装服饰大赛及走秀活动。同时,组织开展以柯桥历史文化和经济社会发展为主题的2015“时尚柯桥”影视、

平面设计、摄影等创意设计大赛活动,积极倡导“绿色、时尚、唯美”的生活理念。

我院电子商务研究中心和中国轻纺城柯北贸易中心合作共建,成立柯北电子商务服务中心,中心负责人王斐波教授还应邀分别前往滨海新区、杨汛桥镇、华舍街道、钱清镇进行主题为“电子商务发展的现状与柯桥区发展电商的建议”等讲座,及时解答镇街干部对电商的疑问。

社科联组织理事成员分别赴兰亭、王坛、稽东等乡镇开展调研,就文化旅游资源挖掘、生态旅游规划、农产品电商服务等领域开展交流与项目合作洽谈。

发挥人才智力优势,深化校地合作

社科联积极开展社科文化宣传和科普活动,为地方带去满满正能量。在中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年之际,为铭记抗战历史,讴歌抗战精神,学院组建“铭记历史,圆梦中华”暑期社会实践队,由社科联主席郑雅萍率队分别前往上

海、杭州、衢州、绍兴等地开展寻访抗战老兵活动,为伟大民族复兴、实现“中国梦”汇聚正能量。

社科联与柯桥区委宣传部、区社科联联合开展走进柯桥文化礼堂活动。2015年7月10日,社科联理事成员蒋山教授到齐贤村开展主题为“漫谈建筑风水”的文化宣讲活动。

据悉,为进一步深化校地合作,发挥我院的人才智力优势,服务地方经济社会发展,提升公民人文科学素养,合力推进柯桥区素质教育,我院与柯桥区教育局联合开展学术讲座进高中活动。接下来,我院“师友讲堂”的教授、博士们将继续走进柯桥中学“百花大讲堂”、鲁迅中学“鲁中论坛”、鲁迅高级中学“教育大讲堂”、越崎中学“越风论坛”、鉴湖中学“鉴中论坛”、钱清中学“知行大讲堂”、豫才中学“豫中论坛”等柯桥区7所普通高中论坛(讲堂),让中学生了解感受大学的“第二课堂”,满足高中生探索求知的需求。

科研部



宣传新闻中心摄

4月12日,浙江省软件行业协会第三届理事会第十次会议在我院召开,会议宣布成立之江学院发展建设指导委员会。学院院长李澎林、省软件行业协会理事成员、学校办公室、信息工程学院负责人参加了会议。

李澎林代表学院对浙江软件行业协会理事成员的到來表示欢迎,并介绍了学院的发展历史、校园建设、创新创业、人才培养、专业设置、师资队伍、科研成果等情况,并就信息工程学院基本情况、校地合作、办学理念等内容作重点介绍。

会上,之江学院信息工程学院院长宣布成立之江学院发展建设指导委员会(信息类)。李澎林为委员会成员颁发聘书。

在省软件行业协会举行理事会议上,对协会2015年工作情况进行总结并传达了2016年工作计划,对理事成员变更及相关事宜进行审议,公布了行业评优结果并进行了表彰。浙江大学经济学院王维安教授就宏观经济金融形势分析与展望为内容作专题报告,省经信委软件处处长胡蓓蓓介绍了2015年浙江省软件产业发展情况及2016年省经信委软件处工作思路。

应用型本科人才培养和专业指导建设委员会旨在支持学院与企业共建学生实习实训基地、创新平台(研究中心、联合实验室),聘请企业技术骨干和企业管理专家为学校兼职教授,共同开展技术攻关,联合培养应用型本科生。

宣传新闻中心、信息工程学院

学院成立信息类应用型本科生 培养和专业指导建设委员会

十里春风不如你 学院模特队柯桥旅游节收获高人气



4月17日,以“探寻鉴湖源,走遍越之南”为主题,柯桥重点宣传推介茶文化和23条古步道的休闲旅游文化节活动在平水镇开幕,我院23名身着富有中国传统气息服装的靓丽模特成为本届文化节上一道独特的风景。

人文学院 院报记者 赵婷婷 摄

院报100期

<<<<< 详见第三版

我院校友黄璐思睿获中央电视台 《谁是战士之星》全国季军

4月9日,备受瞩目的中央电视台《军营大舞台》第二季“谁是战士之星”年度总决赛颁奖晚会落下帷幕,我院2012届校友黄璐思睿在众多参赛者中脱颖而出,捧得全国季军。

黄璐思睿为我院外国语学院英语专业2012届毕业生,在校期间就表现出非凡的艺术才华,多次代表学院参加校内外各类比赛并取得佳绩。她曾获2008年学院外文歌曲大赛第一名,2008年杭州市酒吧歌手挑战赛三等奖,2009年浙江工业大学Top10三校区十佳歌手总决赛冠军,2011年浙江省大学生艺术展演女子二重唱一等奖等奖项。她还多次参加浙江卫视《我爱记歌词》、学校夏季风晚会、学院元旦晚会等活动。因其对艺术的孜孜以求和突出成绩,被评为学院2011年“先锋学子”荣誉称号。

2012年毕业后,她参军入伍到原南京军区司令部。2013年11月获得“优秀士兵”荣誉称号。2015年提干后,到重庆通信学院继续深造。本次比赛结束后,她还跟随央视《军营大舞台》节目组走进甘肃,与著名歌唱家王宏伟、李丹阳、刘和刚等一起慰问演出,深受部队官兵的喜爱和欢迎。

中央电视台《军营大舞台》“谁是战士之星”是一档面向基层战士的军事节目,比赛历经八个月,分为海选、初赛、月赛和决赛。评委阵容强大,包括各个艺术门类的艺术家。

团委



图为央视《谁是战士之星》现场 图左为黄璐思睿

院报记者 褚梦燕

创新创业在路上

全国最大规模原创主题鬼屋的背后 ——访“怨灵屋”创始人陈珂

2015年7月4日,杭州西溪天堂商业街地下一楼迎来全国最大规模的原创主题鬼屋——“怨灵屋”。在享受着“怨灵屋”带来的惊险刺激时,难免好奇想要知道是怎样一个团队造就了这样一个恐怖乐园。

陈珂,之江学院11级国际贸易专业,长着娃娃脸,很难想到这么萌的女孩竟然喜欢看恐怖片。她创立“怨灵屋”的一部分原因来源于此。她是一群志同道合的小伙伴们组成一个团队历时一年半创造了与众不同的“怨灵屋”。他们喜欢去鬼屋,也有想过做一个类似的比较大众的鬼屋项目,但他们团队的理念是“拒绝山寨”,因此他们就下定决心做一个有新意的鬼屋。

坚持自己所喜欢的

现如今,90后创业越来越流行,看似风光,实则创业期间的艰辛也只有他们自己知道:每天看各式恐怖小说、恐怖电影,截取其中的恐怖场景进行“怨灵屋”的布置。其中一个鬼屋客厅的场景,就是借鉴了知名恐怖电影《午夜凶铃》。在和团队成员一样顶着压力时,陈珂还顶受着来自父母一方的压力。其实,毕业之后的陈珂在上海有一份年薪20万的稳定工作。陈珂的父母和我们每个普通大学生的父母一样,只希望自己的孩子有份稳定的工作,健康平安地生活。因此在陈珂的父母看来,陈珂放弃稳

定工作去做一个鬼屋项目是他们不能理解的。那陈珂为什么还是坚持去做这个项目呢?“我本身不喜欢朝九晚五的工作,而且我觉得去做自己喜欢的事情会让我有成就感。”陈珂说道。正因为喜欢,想坚持自己的梦想,陈珂用自己的热情和团队的成员们靠努力说服了陈妈妈。

可创业路上遇到的困难远不止这些,当场景布置已接近尾声,陈珂也获得陈妈妈支持时,最大的问题出现了,“怨灵屋”的落地地点在哪里?陈珂和团队成员一起找了很多地方,都因为租金太高最后不了了之。最后在朋友的介绍下找到了西溪天堂,提报了三次方案,持续近一年的时间才敲定了最终“怨灵屋”落地地点。这期间,陈珂经历了很多,学到了很多。一些小伙伴们坚持不下去就离开了。幸运的是,大部分小伙伴还是坚持下来与陈珂一起向前。意见不合时也会互相耐心地交流磨合。

除了选址问题,还有一个难题就是投资人问题,此项目投资巨大却找不到投资人,屡屡碰壁。陈珂却始终坚持自己的项目有光明的未来,最后决定与团队成员们一起为自己的项目投资。

他们也和线上渠道进行合作,其中就有美团,大众点评等,一来推广“怨灵屋”,二来可以让我们享受更加优惠的价格。陈珂团队在项目投放之前做过市场调查,发现鬼屋主要目标人群年龄段为15岁-32岁,因此门票价格以及相关联的周边产品价格与主

要目标人群消费水平相符。

成功终会青睐于你

一切都准备好后,“怨灵屋”终于迎来开业。自2015年7月4日开业以来,“怨灵屋”始终霸占各大O2O巨头鬼屋项目的榜首位置。最高一天接纳游客人数827人,最高日营业额达人民币75180元,超过预期最大接待游客人数的30%。单月营业额达到180万。周边产品的销售也稳步提升,如最为畅销的饮料“血袋”来说,日均销量160袋,月均利润达到2万元,仅此周边产品的销售利润就可以撑起怨灵屋日常运营的全部支出。同时,陈珂团队创立的恰奇文化创意有限公司与多家集团公司建立了战略合作关系,并获得了多家风投公司的青睐。目前“怨灵屋”位于西溪天堂的项目大获成功,并且成功复制到宁波、无锡两地,同时青岛、西安等地也已进入选址环节。陈珂证明了她坚持的正确性。

纵向横向努力发展

今后,“怨灵屋”将从两个方向发展,纵向:分店全国布局,拓宽品牌广度。纵



向:周边产品研发,挖掘品牌深度。“怨灵屋”计划在五年内,将体验式恐怖主题公园覆盖到全部一线城市和半数二线城市,加强各城市间的联动互动和信息互通,拓宽品牌广度,做此类主题公园的龙头。此外,恰奇文化创意有限公司将把周边产品和衍生产品的创造工作放在突出位置,不仅努力加大怨灵屋系列产品的研发力度,如T恤、鼠标垫、水杯、手办等,更要以“怨灵屋”为立足点,跨行业发展,如主题餐厅,主题酒店等,充分挖掘品牌深度,提高知名度,形成创意生态圈。

就像陈珂自己说的:“我想把‘怨灵屋’这个品牌打响,然后深入发展一系列的主题餐厅,主题酒店。这是我的目标,是我们整个团队最想做的事情。”