西安科技大学院处函件



关于举办我校第二届

中国好创意暨全国数字艺术设计大赛

校内选拔赛的通知

各学院：

为了推动落实国家数字创意产业远景规划，转化高等院校原创知识产权，深度挖掘、选拔和推广中国创意界的精英人才和优秀作品，鼓励原创，激发创新思维，展示数字艺术与科技创新最新成果，传播 数字艺术设计、数字科技创新和产学研融合的最新理念，特此举办中国好创意暨全国数字艺术设计大赛。现将有关事项通知如下：

一、竞赛主题

创艺 创新 创产 创界

二、组织机构

本次比赛由西安科技大学教务处主办，由艺术学院承办。

三、大赛时间

**报名及截稿时间：**

2023年11月1日——2024年6月30日17:00（截止后关闭上传通道）；

**院校审核截止时间**：

2024年7月6日17:00（截止后关闭审核通道）；

**最终获奖名单公布：**

2024年8月25日之前。

四、作品品类、规格及提交要求

**（一）即墨文创类**

1. 即墨市区域品牌整体形象设计

2. 即墨市虚拟形象代言大使设计

3. 即墨与青岛的土特产包装设计

4. 即墨与青岛的非物质文化遗产推广设计

5. 即墨独具特色的民俗宣发设计

6. 即墨特色建筑或旅游风景推广设计

7. 即墨旅游文创纪念品设计（结合独特的地域文化，符号、元素，材质等，打造具有较高的视觉辨识度文旅纪念品）

8. 即墨的旅游资源设计推广（家乡的文化表达、家乡的淳朴民风，家乡的民族传统、非遗传承、独有动物等）

9. 即墨的人才引进政策设计推广

10. 即墨项目招商计划设计推广

作品形态：静态，动态均可。

**(二)视觉传达设计**

任何具有创意思想的作品均可：含产品创意包装设计、多媒体设计、装帧设计、创意VI系统设计、艺术海报等。作品形态：静态、动态均可。

**(三)创新创意产品类**

各类任何具有创新创意的产品均可；各类产品造型、配饰、玩具、手办、教育产品、电子产品、生活用品、衍生品、产业工具、行业机械等。

此类作品无需实物，电子作品即可。

**(四)漫画插画类**

在漫画与插画学习和创作过程中艺术灵感的揣摩和捕捉、绘画技能的生长和变化、绘画表现的可能性与多样性的探索。

作品包括：漫画、插画、绘本、IP 形象、游戏角色、卡牌、吉祥物、表情包、其他形态等等。

作品形态：电子作品即可。

**(五)空间设计类**

1.任何物理空间，非物理空间的创意设计均可。

2.作品包括：直播间设计、空间 MAPPING、环艺设计、景观设计、数字展览、数字展演、数字展示、多媒体展览、雕塑作品、多媒体娱乐空间设计、装置等均可。例如现实与虚拟的办公、直播、家居、文化和休闲空间设计（博物馆，展览馆，图书馆）、商业（商业街区、商场专卖）空间结构、灯光设计、装修、软装（窗帘，摆件，挂画，灯具，花艺等）、特殊空间体还需要道具设计（如陈列道具等），空间设计注重动静结合，运用幻灯，全息摄影，镭射、录像、电影、多媒体等虚拟现实技术，造成生动活泼、气氛热烈的展示环境，具有身临其境的效果。

**(六)动画影片类**

强调场景、故事、人物塑造等的动画作品二维、三维、定格均可。

**(七）短视频类**

微电影、各类叙事性短视频、纪录片、剧情片、宣传片、艺术片、实验片等。通过互联网新媒体平台传播「几分钟到30分钟不等」的影片，适合在移动状态和休闲状态下观看，具有完整故事情节、内容融合了幽默搞怪、时尚潮流、公益教育、商业定制等主题，可以单独成篇，也可系列成剧，“微电影+” 的新形态、新业态，即新媒体电影，可通过互联网平台发行，进行付费点播。

**(八）交叉学科类**

作品形态：范围：交互设计、交互装置、交互绘本、应用工程动画、其他交互数字内容、各类游戏、电竞、各类数字特效、舞台多媒体、沉浸式特效、数字光影、建筑景观漫游、GIF动画等、数字舞美、数字舞台、元宇宙场景应用、3D裸眼、模拟训练、虚拟演出等。

作品要求：运用数字特效技术使得众多高难度、普通拍摄无法完成的镜头得以实现。由此数字交互技术得以广泛使用，通过计算机技术等高级技术形式对影像进行加工处理、合成、修复、生成等特殊先进技术；由数字影像处理技术、计算机生成影像技术和数字影像合成技术三种技术构成，从创作、策划到前期的摄影、置景、道具，到后期的合成、剪辑等，能创造出许多我们未曾见过的画面，带给人们前所未有的新奇震撼体验。数媒交互，围绕用户体验而衍生的新型服务互动类设计，涉及移动设备、网站平台、软件平台、智能电视等行业。数字生活对数媒交互人才的需求急剧上升，职业前景和就业越来 越宽广，随着网络和新技术的发展，各种新产品和交互方式越来越多，交互设计远非仅仅文字和图片，而是负责创建在屏幕上的所有元素，用户会触摸，点按或者输入，使交互建立在现代网络技术、数字技术、计算机技术等多项技术的基础上，常见的交互型媒体如计算机网络、多媒体教学平台、交互式视频学习系统等。

**（九）社会创新类**

投稿范围：生态危机创意、未来生存状态创意、绿色低碳环保、大健康、公共服务、人与自然、人与社会等。“创”是一个动词，“新”是一个形容词，始终要比上一次要有新的东西，把这两个词合在一起变成“创新”的时候，发现更多的技术可能性，将应用创新定义为源于社会需求、是以社会需求为中心，置身当前应用环境的变化，社会变迁、生活方式的转变，通过全民参与创意提出到技术研发、验证与应用的全过程。发现并解决当前社会的现实与潜在需求，通过作品映射，推动技术创新；为社会带来价值的创新应用、人性化设计和安全可靠创艺；以超常规甚至反常规的方法、视角去思考问题，提出与众不同的解决方案。

**作品形态：**视传、漫画插画、动态视频，数字设计。

**作品组别：**静态、动态均可。

**（十）数字摄影类**

同一件作品只能报送一个类别。

**艺术组：**

是指为表达审美意趣、倾诉主观情感而创作的摄影作品。题材可涵盖人文景观、民俗风情、人物、静物、动物和植物，也包括创意影像、观念影像、实验性影像等。对创作技法不作限制。如有需要每件作品除标题外，可有不超过 200 字的简要说明。

**记录组：**

以客观记录的方式关注社会生活、自然环境生态、民俗风情等各类题材的作品。作品除构图剪裁外不得对原始画面的影像内容进行增加或删减。在后期制作中，对影调和色彩等视觉效果的调整须为适度，以不违背拍摄对象客观真实属性为原则。彩色可以整体（不可局部）转变为黑白或单色。每件作品除标题外，应有简要说明（200字以内，包括时间、地点、事件等要点）

**商业组：**

以广告宣传为拍摄目的，用商业的标准、手法和技术要求为前提。

**作品要求：**

1.报送作品题材、体裁和风格不限，黑白、彩色均可。鼓励新观念的作品参赛，谢绝纯粹用电脑软件制作合成的作品参评，以便于跟其他组别区分。

2.报送作品必须相机拍摄（含手机）。

3.每位投稿人最多限投三件作品（组照为一件），组照每组限4-8幅，由作者在作品上编好序号并排好组照中单张照片的顺序。

4.来稿只收电子文件，不接收纸质照片。作品长边不低于1920像素，不高于4096像素的高质量JPG格式，单张照片文件大小限8兆以内。

5.单幅作品：如有文字说明要单建文档，每幅作品文字说明题目要和作品题目一致。

6.组照作品：每组照片编好顺序，文字说明单建文档，文字说明题目要和作品题目一致，放在一个文件夹内。

7.参展作者必须保证其参展作品拥有完整的著作权，保证其参展作品不侵犯第三者的肖像权、名誉权等，一切法律责任均由参展者承担。对妨害公序良俗的作品及行为，一经发现将立即取消入选资格。已入选的将予取消，主办单位有权收回作品荣誉证书。（国家现在对宗教类题材照片限制很严，比如像拍摄清真寺、喇嘛等。跟宗教相关的人或事的话一般都不予评奖）

**（十一）交通艺术设计类**

投稿方向：桥梁艺术设计、交通环境景观艺术、服务区创意、交通文化产品设计、交通文化品牌策划与设计、交通装备与设施、交通信息化智能化应用、交通数字化艺术、交通公共空间设计组

**作品要求：**

设计作品紧扣交通类艺术设计主题，创意独特、设计合理、具有艺术设计前瞻性和设计独创性，设计合理，展示效果好，渲染精美。

**作品文件：**

提交全套设计方案展板，竖版A3幅面(宽297mm×高420mm)、300dpi、JPG(RGB/CMYK)，同一作品展板数量不超过3幅，每幅作品不超过10MB，内容应包含作品名称、设计效果图、分析图、设计说明等，如为实物作品则提供实景照片、实物摄影等，作品可附数字动画展示，提交mp4格式视频，视频文件不超过200MB。

**（十二）中国风传统文化类（共两组）**

中国风，即中国风格。建立在中国传统文化的基础上，蕴含大量中国元素并适应全球流行趋势的艺术形式或生活方式。中国风创意类大赛的宗旨是以中国文化和思想理念内涵为基础，以中国元素为创作源泉，以创造性的思维为支撑，以引领全球流行趋势的艺术形式为目标，激发参赛者的创作热情，创作出具备中国文化理念、彰显中国文化自信、具有中国文化符号和高度中国特色的视觉识别度、引领与流行并存的佳作。

**作品范围：**

包括物质文化遗产保护和非物质文化遗产保护，物质文化遗产具有历史、艺术和科学价值的文物，比如古遗址、古建筑、石窟寺、石刻、壁画、重要史迹及代表性建筑、各时代的重要实物、艺术品、文献、手稿、图书资料等可移动文物。以及在建筑式样、分布均匀或与环境景色结合方面的历史文化名城（街区、村镇），非物质文化遗产指各种以非物质形态存在的与群众生活密切相关、世代相承的传统文化表现形式，例如口头传统、传统表演艺术、民俗活动和礼仪与节庆、有关自然界和宇宙的民间传统知识和实践、传统手工艺技能等以及与上述传统文化表现形式相关的文化空间。

**作品形态：**

**数字影像（含动画）组：**

运用数字影像拍摄、虚拟现实技术等方式，运用AR、VR、4K 等数字技术手段创作中国风题材的数字媒体影像作品。

**视觉艺术（含IP）组：**

参赛作品以中国文化题材进行视觉艺术设计创作；内容以二维画面为主，具有较高的审美价值，高度中国文化特色的视觉识别度，完整的设计系列感。

**（十三）服装服饰类**

**作品要求：**

整体设计符合大赛主题，设计风格不做限制，可自由发挥。结合当前最新国际流行色彩、设计手法、创新工艺进行创作，手绘、计算机绘图表现均可，作品突出原创性、时尚性，作品需带有设计亮点，在深度理解主题内容基础上，需着重突出艺术创意。

**作品类型：**

上装、裤装、裙装、套装、童装、校服、工装、演出 服、民族服装服饰、舞台装、休闲装、远动装、披风、内衣、泳装，晨（夜）跑、老年装、一切可穿戴（可穿戴设备除外）均可。

**作品文件：**

系列设计至少包含5件套服装单品，展示正面效果图， 可加入帽子、围巾、袜子、鞋、包等配饰丰富搭配效果，能清晰展示上身效果或者场景效果，配以设计创意、设计灵感讲解介绍，并附清晰的面料图片、辅料小样照片（30mmx30mm），正面、背面款式图。作品须有搭配呈现以及搭配氛围展示，有助于更全面地展示作品，让评委和导师更深入了解整体设计创意。

**作品文件：**

提交效果图，电子版图片的要求为：A3大小（297mmx420mm）横版构图 300dpi/inch JPG 格式，放一个文件夹里。

**（十四）思辨艺术类**

艺术疗愈 艺术哲学 艺术反思

实验艺术 观念艺术 人文艺术

**作品形态：**

交互艺术、新媒体装置艺术、虚拟艺术、全息艺术、人工智能艺术、生物艺术、观念游戏等。

**作品要求：**

通过对思辨艺术的研究与艺术表达，探讨对人类生存 终极意义的思考，捍卫真理，探索前沿艺术理念和作品形态，摒弃伪 潮流与网络暴力，重塑完整的美学价值判断。在当代科技人文语境下，引导公众树立更为宏大的人生观，构建公众独立的思辨意识。深度追问自我、人与自然、人与社会的关系等议题，实现艺术思考与创作对智能科技时代的人文精神的引领作用。

**（十五）乡村振兴类**

艺术文旅，交互文旅是 00 后新生代的首选打卡地，乡村振兴又是国家的远景规划，也是关系到庞大的乡村人民生产、生活、文化、素养提高的重大决策。那里既有优美的自然环境，还盛产丰富的各类特产。文化艺术、科学技术如何在乡村振兴中，发挥更大的作用，如何 把民族文化，地方元素，风土人情、自然环境，通过艺术与交互的输 出方式，应用在当地特产、旅游文创产品、人文环境，乡村艺术与交互文旅的产业中来、把更多的绿色食品，文创、衍生品、自然景观、淳朴民风等优秀的文化和旅游文创产品，通过我们高校的广大学子，利用数字艺术创意设计，科技交互手段，推广到全国乃至于全世界，这是我们大赛义不容辞的责任和使命，也是广大学子为家乡贡献力量的最好舞台。

**组别内容：**

全国旅游文创产品（结合独特的地域文化，符号、元素，材质等，具有较高的视觉辨识度）、当地市县或乡村虚拟形象代言大使、家乡的形象推广海报、家乡的特产包装、家乡的旅游资源介绍、家乡的文化表达、家乡的淳朴民风、家乡的独具特色民俗，家乡的民族传统、家乡的非物质文化、非遗传承、特色建筑、独有动物等均可。

**作品形态：**

静态组（视传、漫画、插画、包装、产品造型、IP 形象）

动态组（短视频、动画、短剧、交互影像）

**（十六）人工智能生成艺术类**

**背景主题：**

为了推动人机协作的发展，本类比赛旨在探索并展示人机协作在艺术创意领域的潜力，鼓励参赛者发挥创造力和想象力，通过结合人工智能生成和图形处理技术，探索创造力与技术结合的人机协作方式，设计全新的AIGC创意工具与方法，为设计创意工作提供更加高效和创新的解决方案，创作出更多具有非凡创意潜能的作品。

**类别介绍：**

比赛采用 限时指定命题（2023年11月15日早09:00发布第一次命题，2024年1月15号早09：00点发布第二次命题，2024年3月15号早09:00点发布第三次命题。）

（AIGC具有自动化、高效、多样和智能的特点，因此本类比赛注重短时间内技术应用与人机协作的能力）其中赛前根据竞赛组委会选取的特定 设计命题 ，参赛团队在指定时间内，使用特定 AIGC生成工具 （ChatGPT、Stable Diffusion模型、文心大模型等）或者 图像生成算法 （如GAN、变分自编码器等），以文本生成、音频生成、图像生成、视频生成、跨模态生成、策略生成等多种方法完成的设计作品(静态的作品，不能是单张，需要是一系列作品)，并提供作品详细生成流程说明文档、工程文件（数据集、模型选择、参数、界面原型、交互元素和视觉元素等）每次主题发布都可以参加，不限次数。与作者与AI共创过程的视频记录(剪辑至1分钟内、分辨率1920\*1080、横屏)。

A视觉艺术生成组：

本类别旨在参赛者在一定时限内，利用人工智能生成和图形处理技术，创作指定命题的视觉艺术作品。

**静态组：**

（文字生成、图像生成和音频生成等）、电子插画。

**动态组**

影视与动画创作、数据可视化

**作品提交要求：**

1. 作品格式：参赛选手需提交生成的图像或者视频作品通常为常见的图像文件格式，如JPEG、PNG、MP4、AVI等。

2. 作品大小：提交的作品应符合指定的文件大小限制，通常在规定的存储空间范围内。

3. 设计过程材料：参赛选手需提交与图像生成过程相关的设计材料，包括但不限于数据集选择、模型选择参数调整等。

**作品提交要求：**

1. 创意表现与艺术性：参赛者的作品是否展现了独特的创意和艺术表现，是否具备艺术性和美感。

2. 技术应用与效果：参赛者如何巧妙地应用技术模型和算法来实现创意效果，作品的技术实现水平如何。

3. 数据处理与增强：参赛者是否对数据进行了有效的处理和增强，提升作品的质量和多样性。

4. 模型选择与调优：参赛者选择的技术模型是否适用于作品的需求，模型参数调优的效果如何和思路。

5. 创作者个人贡献：评审团将特别关注参赛选手在文字与图像生成过程中的个人贡献，包括数据集构建、模型调整、文本生成等方面。

**B智能交互生产类别：**

本类别旨在参赛者在一定时限内，利用人工智能生成和人机交互技术，创作指定命题的智能交互作品，例如智能交互生成、虚拟交互生成、交互界面设计、游戏制作和虚拟人物设计等作品。

**作品提交要求：**

1. 作品格式：参赛选手需提交生成的完整可交互作品，通常为常见的文件格式，如JPEG、PNG、MP4、AVI、H5、二维码等形式。

2. 作品大小：提交的作品应符合指定的文件大小限制，通常在规定的存储空间范围内。

3. 设计过程材料：参赛选手需提交与交互原型生成过程相关的设计材料，包括但不限于数据集选择、模型选择、参数调整、界面原始、交互元素等。

**设计的考察点：**

1. 创新的交互方式与体验设计：参赛者是否提供了新颖的交互方式和创新的用户体验设计，能否提高用户与系统的互动性。

2. 技术模型的选择与集成：参赛者如何选择合适的技术模型，并将其有效集成到交互体验中，使其更加智能和自然。

3. 界面设计与可视化效果：参赛者的界面设计是否符合用户习惯，是否能够提供清晰的信息呈现和直观的操作界面。

4. 性能稳定性与实时响应：参赛者的交互系统是否具备良好的性能和稳定性，能否在实时场景中做出快速准确的响应。

5. 用户满意度与效果评估：参赛者的交互体验设计是否能够提升用户满意度，能否通过用户评价和反馈来评估效果并进行改进。

6. 设计过程材料的完整性和说明：评审团将评估参赛选手提交的设计过程材料的完整性和说明，以便了解作品生成的具体过程和参赛选手的设计思路。

7. 创作者个人贡献：评审团将特别关注参赛选手在文字与图像生成过程中的个人贡献，包括数据集构建、模型调整、文本生成等方面。

**附录：评选规则**

可读性**：**

文字清晰度：设计作品中的文字是否清晰可读，字体选择是否合适，排版是否工整。

图像质量：设计作品中的图像是否清晰，细节是否可辨，色彩搭配是否合理。

内容结构化：设计作品的内容是否有条理，是否能够清晰传达信息，组织结构是否合理。

排版与布局：设计作品的排版是否合理，版面是否美观，布局是否舒适。

可视化效果：设计作品中使用的图表、图形等可视化元素是否能够清晰地表达数据或概念。

准确性：

数据准确性：设计作品中使用的数据是否准确无误，是否经过验证和验证。

内容准确性：设计作品中的文字、图像和其他元素是否准确地反映了目标和信息。

技术准确性：设计作品中使用的技术模型、算法和方法是否准确，并能够正确地实现所需的功能。

连贯性：

故事线索：设计作品中是否存在清晰的故事线索，各个部分是否相互衔接，能否形成整体性的叙述。

信息流畅性：设计作品中的信息传递是否流畅，各个元素之间的关联是否清晰，读者能否轻松地理解信息。

视觉一致性：评估设计作品中的视觉元素（如颜色、字体、图标等）是否一致，是否符合整体风格和品牌形象。

用户导航与交互流程：评估设计作品中的用户导航和交互流程是否连贯顺畅，用户能否自然而然地完成各项操作和任务，是否能够提供清晰的引导和反馈。

页面布局和结构：评估设计作品中的页面布局是否连贯统一，结构是否合理，各个部分之间的关联是否清晰可见。

独创性：

创意表达：设计作品中的创意是否独特、新颖，能否引起观众的兴趣和共鸣。

创新应用：设计作品中是否应用了前沿的技术或方法，能否带来新的思考和突破。

创新思维：评估设计作品中是否体现了创新思维，包括对问题的新颖解决方案、未来趋势的预测等。

 效率：

制作流程：设计作品的制作过程是否高效，是否能够合理利用时间和资源。

用户体验：设计作品中的交互是否顺畅，是否能够快速获取信息或完成任务。

性能优化：评估设计作品在运行效率方面的表现，包括响应速度、处理能力、资源利用等。

代码质量：评估设计作品中的代码结构是否清晰、可维护性高，是否符合编码规范和最佳实践。

算法优化：评估设计作品中使用的算法是否经过优化，是否能够在给定的时间和资源限制下快速、准确地完成任务。

可扩展性：

可扩展性：设计作品是否具有可扩展性，能否支持添加新功能或模块。

模块化设计：设计作品的架构是否合理，是否能够方便地添加、删除或替换各个模块。

数据处理和存储：设计作品中的数据处理和存储方式是否灵活、可拓展，能否应对大规模数据和未来的数据增长。

技术框架选择：设计作品中使用的技术框架是否具有良好的拓展性，是否能够支持未来的技术发展和扩展。

可定制性：设计作品是否允许用户根据自身需求进行定制和个性化设置。

平台适应性：设计作品是否能够适应不同的平台和设备，例如移动端、Web端等。

 算法：

算法选择和应用：评估AI作品中所采用的算法是否合适，并能否有效解决问题。考虑算法的复杂性、效率和准确性。

数据处理和预处理：评估AI作品在数据处理和预处理方面的能力。考虑数据清洗、特征提取、数据转换等步骤的质量和效果。

模型设计和架构：评估AI作品的模型设计和架构是否合理。考虑模型的层次结构、参数设置和优化方法等。

训练和优化过程：评估AI作品的训练过程和优化方法。考虑训练集、验证集和测试集的划分，以及模型的收敛性和泛化能力。

结果和效果分析：评估AI作品的结果和效果。考虑模型在实际数据上的表现，如准确率、召回率、精确度等指标，以及与其他方法的比较。

**（十七）8K影像类**

**作品形态：**

画质达到 8K 的各类视频均可，如动画、VR，拍摄、 裸眼 3D、数字光影、沉浸式体验、虚拟空间、数字表演、技术制作等，时长二分钟以上。

**（十八）课创转化类**

**课创包括：**

1.知识点讲解，可系列化。

2.自己原创作品解读，可多件作品。

3.时长：3-8分钟。

本类别作品，由大赛组委会负责对外合作，产生的收益另行与制作者签署协议。

授课视频是将优质教师、拔尖学生的知识点讲解与原创作品解读，以授课或讲解视频方式，  制作成课堂授课模式的教学课件，供其他老师和学生在线点播学习。

**前期录制要求：**

1.课程时长。小程序端口课程每课时长以3-5分钟/节课程为宜；PC端口课程时长以8-12分钟/节课程为宜。

2.课时要求。小程序端口课程可以是单节课程，也可是系列课程，一般24-30课时。

3.录制场地。选择网络直播教室。要求光线充足、环境安静、整洁，避免在镜头中出现与课程无关的标识等内容。

4.制作要求：教师，学生在录制前应认真检查授课过程中使用的多媒体课件（PPT、音视频、动画等），确保其文字、格式规范，字号大小适当，能让学习者看清，色彩简洁明快，符合拍摄要求。

视频录制要求：

1.创意性：内容构思独特，视角新颖，令人耳目一新

2.专业性:在其所选分类领域中内容见解有深度

3.可看性:视频内容有价值看完可学到对应知识

4.完整性:视频表述清晰完整展示教学过程，结尾不突兀

5.健康性:视频内容不涉黄不涉政，不违背平台要求

视频质量要求：

1.字幕专业性:主要教学环节要有字幕提示，字幕应清晰可见，规范美观。

2.视频格式要求：MP4/M4V格式均可。

3.画面清晰度:

①为保证客户端视频播放流畅，视频画面清晰度无需高清，普通清晰度即可。无马赛克变形拉升压缩模糊状，无跳帧掉帧现象，无黑屏花屏卡屏闪屏，视频画面稳定整体画面色彩协调不突兀。

②禁止广告，视频内容不恶意广告营销，不插入与内容无关的网址/二维码/微信号等商业合作信息，不发布投资信息，不口播引导用户关注微博/微信等广告。

4.声画同步性:视频声音画面一致同步，视频声音清晰可听，无不清晰杂声噪声等。

后期制作要求：

可以添加片头与片尾。片头、片尾分别不超过5秒，应包括:学科和课题名称，教师或学生姓名信息；片尾包括制作单位、人员，录制、时间等信息。

**（十九）课程思政类**

**作品形态：**

**静态组：**题材内容包含课程思政内容的海报设计、漫画、插画、包装设计、装帧设计、UI及VI设计等，只接受电子文件。

**动态组：**（含短视频、纪录片、宣传片、电影、人工智能、虚拟现实（VR/AR/MR/ER/XR）等）；

包含课程思政内容的创作与设计，作品需提交信息：作者姓名、身份证、单位、作品名称、联系方式、设计说明等。

**（二十）创新创业类**

**作品：**

已经在市场上销售的产品或正在运营以及即将运营、正在策划的项目，均可参赛，鼓励跨校之间的联合创作，利用本校的创新创业实践场地，进行优质创业就业。

**作品提交：**

已经上市的产品请提供运营策略与运营情况，未上市销售的产品或项目等，提供创业科研报告（PPT，视频均可）

**（二十一）学术论文类**

**作品提交：**不少于 6000 字的学术论文。

**作品提交：**标题、作者（多人的都写上）、摘要、正文、引用出处。

**（二十二）教材教辅类**

为落实首届全国教材工作会议精神，根据《普通高等学校教材管理办法》要求加强教材培育和管理，开展教材建设研究，打造精品规划教材，提高教材建设水平，健全教材建设体系。在此背景下，为了推进数字媒体、艺术设计、信息技术、视觉艺术、短视频、动画、产品设计、环艺设计等专业领域中的教材建设，加强国内动画、数字媒体、智能交互等领域的教学成果交流，特组织优秀教材建设成果竞赛工作。教材评选分为两类：

优秀教材策划组：

针对未出版教材，以教材策划、教材主题设计和不少于 1 万字样章（章节目录）等资料参与评选；

优秀教材组：

针对已出版教材，以教材主题选取，课程内涵、思政内容建设， 教材相关辅助在线材料，以及配套在线课程资源建设等内容为评选主要依据，教师需提供相关教材样章参评。

**作品提交：**

提交教材样张即可。

**（二十三）红色主题类**

红色文化是在革命战争年代创造的，蕴含着丰富红色资源与厚重文化内涵的先进文化形态，是我们在前进道路上战胜各种困难和挑战、不断夺取新胜利的强大精神力量。

红色资源是中国共产党艰辛而辉煌奋斗历程的见证，是最宝贵的精神财富。

本赛道旨在围绕弘扬伟大建党精神，聚焦“红色文化”资源，通过创新设计、打造品牌，合力推进、以求实效，着力推动红色文化与文化创意产业融合发展，展现新时代红色文化发展的新特征，并让伟大精神在新生一代中得到传承和弘扬。

作品形态包括：

**静态组：**（漫画、插画、包装、产品造型、IP形象、文创品牌等）

**动态组：**（短视频、纪录片、动画、交互影像、虚拟现实[VR/AR/MR/ER/XR]等)

五、专项赛道及提交要求

**（一）老字号新国潮专项大赛**

中国好创意暨全国数字艺术设计大赛，是入选教育部中国高等教育学会发布的《全国普通高校学科竞赛排行榜》赛项，也是我国数字艺术设计创意及数字技术创新领域各专业综合类规模大、参与院校多、影响广泛的权威赛事。老字号·新国潮创新设计赛道以赛事成果转化、产学研用紧密结合为核心，探索“老字号品牌”为代表产业区域经济发展中助推传统制造业的产业升级的方式与途径，大赛通过“老字号品牌”的调研、设计、开发、运营等，满足个性化消费时代以人的需求变化为“行业导向”产业发展方式。通过将当代大众审美融汇进优秀传统文化，引领国潮新风尚，让更多的老字号产品被消费者熟知和喜爱，进而提升消费者的 文化自信。老字号·新国潮赛道希望助力“老字号品牌”的传承与创新，推进中华传统文化的发展与传播。

老字号赛道宗旨：

“老字号”是历史悠久拥有世代传承的产品或技艺，具有鲜明的中华民族传统文化背景和深厚的文化底蕴的品牌。但是随着个性化消费时代的来临，很多老字号因品牌老化而慢慢消失在了年轻一代消费者的视野当中。  
 “中国好创意大赛”老字号赛道承办的宗旨就是鼓励老字号品牌创新，通过与“新国潮”结合，建立年轻群体与优秀传统文化之间的纽带，推动年轻学生对老字号品牌的了解与传承，展示老字号品牌年轻化最新成果，传播老字号品牌文化、产品创新和产学研融合的最新理念。

老字号赛道主题：

**主题：**擦亮老字号•共创新次元

**释义：**“擦亮”，华东理工大学艺术设计与传媒学院长期以来致力于助力老字号传承，擦亮老字号的金字招牌，为老字号实现更高的价值；“共创”，参赛者不仅仅是在比赛，更是老字号的合作者。在新时代下共同创造中华品牌文化崛起的新次元。

**征稿对象：**国内外院校个人及团队、工作室、实验室、联合创作室等均可参加。

**大赛命题：**

【命题策略单1·吴良材眼镜】

**命题单位：**上海三联（集团）有限公司吴良材眼镜公司

**命题品牌：**吴良材眼镜

**官网地址：**吴良材眼镜微信公众号

**品牌背景：**

上海著名的眼镜老字号品牌吴良材，最早起源于康熙年间，具有三百多年历史，是中国眼镜零售行业内历史最悠久的民族品牌。历经岁月变迁，如今的吴良材已成为眼镜行业龙头企业，在消费者中享有良好的口碑。

在新时代背景下，吴良材眼镜沿袭自身一贯的匠人态度，“良”心优选高品质眼镜、精“良”专业验光技术、“良”久陪伴守护眼视力健康，三位一体打造品质、专业、可信赖的品牌形象，让吴良材眼镜成为消费者身边的“眼镜良配专家”。

**品牌定位：**身边的视界良配专家

品牌slogan：专业、匠心、守护

**目标群体：**全年龄层的眼镜消费者

**命题主题：**身边的视界良配专家

命题方向1及要求(请详细阅读)：

**文创眼镜衍生产品设计**

根据品牌调性和品牌定位，设计系列文创产品，包括但不限于眼镜硅胶脚套、眼镜盒、眼镜布、眼镜链、手提袋等系列产品的开发设计。产品需兼具实用性与观赏性，并帮助品牌传播。

命题方向2及要求(请详细阅读)：

**品牌视觉宣传设计**

1.平面设计

（1）设计插画或系列海报，要求符合品牌调性，精准传达品牌定位“身边的视界良配专家”。

（2）以IP形象“吴老爷”为原型设计表情包，要求主题鲜明，符合当代年轻人的喜好，兼具趣味性与创意性。

2.短视频设计

制作15s或30s的短视频，要求创意新颖，传播力强，精准传达品牌定位“身边的视界良配专家”。

**提交格式：**以具体命题方向的需求和提交平台的要求为主。

【命题策略单2·沈大成】

命题单位：沈大成

**官网地址：**微信公众号：沈大成

**产品名称：**沈大成节庆礼盒

**品牌背景：**

百年沈大成，浓情上海味。沈大成创建于光绪元年（1875年），至今已有148年历史，拥有中商部颁发的“中华老字号”称号，被誉为“上海点心大王”。沈大成的创始人沈阿金为集点心与风味小吃之大成，故取店名为“沈大成”。由于沈大成注重产品选料，制作精细，早在上世纪30年代就享誉海内外，旗下经典产品如桂花条头糕、双酿团、金团、青团、寿桃、鲜肉月饼等更是享有盛名，口碑甚佳。

为了进一步打造上海名片，让更多消费者品尝到海派匠心之味，沈大成在2003年投资建设了食品厂，专注于糕团、速冻点心和海派伴手礼的生产打造，同时，顺应中国人“应时而食，不时不食”的传统哲学，沈大成也根据各大时令推出了节庆礼盒，清明的青团礼盒代表着春日的美好，重阳礼盒也为敬老孝亲的九九重阳增添了甜蜜的味道。清明，端午、中秋、春节，每个重要的时令节日，沈大成都会逐鲜寻味，用舌尖上的本真至味，还原生活里的情致雅趣。

如今，随着国潮复兴背景下的市场竞争加剧，不断通过产品的推陈出新保持用户新鲜感，也成为了撬动品牌增长的关键支点，因此沈大成希望能够通过对节庆礼盒的创新再演绎，进而拉近品牌与新生代消费者之间的情感距离，构建沈大成可持续化发展的基础。

**产品背景：**产品名称：沈大成节庆礼盒（品名可创意）

产品内含：礼盒产品+周边衍生品

产品场景：节庆佳礼、上海伴手礼

**目标群体：**年轻消费人群、节庆送礼人群

**命题主旨：**沈大成节庆礼盒创意命题大赛

命题要求阐述(请详细阅读)：

挖掘沈大成品牌历史、文化符号、产品特性等相关内容，针对年轻受众群体喜好，通过市场背景、竞品调研、人群分析等途径进行沈大成节日礼盒（如春节礼盒、青团礼盒、中秋礼盒、重阳礼盒）的创意打造并完成相应的线上及线下传播推广方案，内容包括但不限于糕点产品和文创衍生周边。

**创意形式：**视频作品以.mp4格式提交，时长要求在2分钟以内；平面设计以.jpg格式提交，单张大小不大于10M，最多10张；活动创意以.jpg 格式提交，单张大小不大于18M，单图，数量不限。

**作品要素：**参赛作品中可落地性强的更佳，包含衍生品设计的方案最佳。

【命题策略单3·上海家化】

**命题单位：**上海家化联合股份有限公司/佰草集

**官网地址：**[www.jahwa.com.cn/](http://www.jahwa.com.cn/)[佰草集](https://www.jahwa.com.cn/herborist)

**产品名称：**佰草集27周年纪念版礼盒或佰草集2025年新年礼盒

**品牌背景：**

佰草集品牌是拥有125年历史上海家化联合股份有限公司于1998年创立的，25年来传承并革新中国特色本草护肤理念，专研中国女性肤质，探索更安心更卓效的重要活性成分，举现代科技之力，激活肌底强大自护力，汇全球专家之智，成就安心高效之兼容，树立以中国特色本草专业理论为基础的前沿中国特色本草科研级护肤专家。

汇集中西 佰草缘起：本草文化博大精深，其中一支便是特有的本草养颜文化，千年以来中国女子一直将其妙用于美容护肤，其中不少本草良方被视为宫中美容圣品秘而不传。

真实美力：中国美是真实，真实的美需要力量，佰草集主张聚焦中国女性肌肤和心理由内而外的本真美力，以从内到外的修护力，让肌肤焕发真实之美，鼓励每一位中国女性，内在接纳真实的自己，外在展现真实的自己，以更加自信、自然的态度与真实肌肤好状态，从容面对一切。

植根中华 闪耀世界：佰草集的足迹现已遍布全国，拥有超过1500多家门店专柜。早在2008年，佰草集就已经通过严苛的欧盟认证，在海外主流护肤品市场销售。未来，佰草集将继续致力于向世界传递中国中草药护肤文化，让东方美闪耀世界。

**产品背景：**

产品名称：佰草集27周年纪念版礼盒或佰草集2025年新年礼盒

产品内含：佰草集御龄系列产品+周边辅销衍生品-GWP（Gift with Purchase）

产品场景：佰草集27周年纪念版礼盒或2025年新年礼盒（任选其一）

**目标群体：**20-30岁，有良好的教育背景以及较丰富的学识，不盲目跟风，也不刻求特立独行，关注热点：年轻、时尚，中国文化、天然、健康，职场，育儿，家庭。

**命题主旨：**[佰草集](https://www.jahwa.com.cn/herborist)品牌创意礼盒命题大赛

命题要求阐述(请详细阅读)：

创意一款佰草集品牌礼盒和周边辅销衍生品

需建立创意礼盒的设计概念，具有年轻化、时尚性，同时兼具中国传统文化特色，同时也需具有差异化、识别性以及产品功能的联想感，符合佰草集调性。其中包括：主题包装盒+内容物花盒或瓶身+拎袋+ GWP（Gift with Purchase）产品等设计，需有建议的工艺方案。希望该款创意礼盒是具有收藏性，设计元素是可延伸性，可以运用到其他非卖品上，pattern元素设计需有可延伸性。GWP设计使用主概念礼盒设计元素，设计3-5款衍生配套辅销品（辅销品需要适合女性使用）。

在礼盒概念和设计上可以选择IP合作联名方式，IP方可以是有中国传统文化情结的艺术家、文学家、设计师等，也可以是象征性的地域、场所、建筑等等。针对IP的联名提一些与年轻消费者产生交互推广策略方案。

**创意形式：**礼盒及GWP（Gift with Purchase）设计作品，以3D效果图或实样形式呈现，同时需附上创意设计的文字说明（效果图文件要求是TIF、JPG或GIF格式，分辨率不低于300dpi,单图大小不大于18M，数量不限）。

原创视频作品，时长要求2分钟以内（MP4格式，1920\*1080以上分辨率，视频大小在1GB以内，画面清晰，如有字幕请中英文并置)。

决赛作品选手的设计成果以PPT或PDF格式提交，可以配合以相应的实样手板。

**作品要素：**参赛作品可以有挑战行业技术的创新思路，创意上需围绕年轻、时尚、中国传统文化思想、国潮等方向，能体现中国传统文化的现代演绎，在世界文化潮流中，寻找中国传统文化元素在当下的复兴，为佰草集品牌复兴赋能。

【命题策略单4·龙门】

**命题单位：**上海水产集团龙门食品有限公司

**官网地址：**微信公众号：龙门海选

**品牌背景**：

“龙门”作为上海老字号品牌，立志成为沪上高品质海鲜倡导者。在强大的冷库容量与食品加工园区的的基础上，凭借全球优质水产品获取能力，搭建“从国外到国内”的贸易通路；着力开发新品类，供应多种优质水产品新需求；持续推进终端网点建设，全面布局线上线下多个渠道。

从走出去的资源获取到走回来的高效远洋渔业产业链构建，上海水产龙门食品始终坚持以远洋捕捞为核心，以优质产品为基础，以消费者需求为导向，以产品创新服务为抓手，以高效供应为保障，倡导“愉跃龙门，渔悦申活”的生活理念，担起“上海水产，我的世界渔场”责任，致力于打造高品质、重愉悦、可持续的生活方式，成为上海市民的“鱼篓子”。龙门将继续不断传承与创新，激发品牌活力。

焕新后的龙门在原有海鲜粗加工产品线的基础上，向其他方向试水，形成“龙门渔场”冷冻粗加工产品、“龙门快厨”海鲜预制菜、“龙门校场”休闲海鲜零食以及“龙门有礼”海鲜礼盒四大产品线。

**产品背景：**

“龙门渔场”冷冻粗加工产品

“龙门快厨”海鲜预制菜

“龙门校场”休闲海鲜零食

“龙门有礼”海鲜礼盒

**目标群体：**海鲜消费人群、年轻消费者

**命题主旨**：新·侠者龙门

**命题要求阐述**(请详细阅读)：

龙门品牌致力于成为沪上高品质海鲜倡导者，有着心系天下的侠义感。龙门之侠，是远洋的勇敢、是为民生为国家的正义、是不断尝试与创新的生命力、是成就“上海水产，我的世界渔场”的魄力、是“全球的鱼，中国的菜”的担当；是古风、国风、传统风格，也可以是时尚、潮酷、未来科技-龙门作为老字号品牌，不断升级焕新，以“新·龙门”姿态面向消费者。龙门以侠者之姿，希望探索更多可能性。结合龙门的品牌定位，及高品质、重愉悦、可持续的倡导，在“新·侠者龙门”主题下进行创意设计。

**在下列2个方向中选择其一进行作品设计：**

**IP设计：**请结合龙门品牌的属性、定位及倡导，设计一款契合品牌特征的IP形象，要求创新有趣、易于传播。需包含IP形象三视图、故事设定、IP形象场景效果图以及视觉系统、动图演示等内容，IP形象形态类别不限，包括但不局限于人物类、动物类、非生物类。

**系列包装：**完成系列产品包装设计，需涵盖龙门渔场（粗加工冰鲜产品）、龙门快厨（预制菜）、龙门校场（海鲜零食）、龙门有礼（节庆日礼盒）4大产品线，产品可围绕龙门现有原材料进行展开，品名、形式可创意。不同产品线包装视觉需有一定的关联性，但需结合其各自特点形成差异化。

**创意形式：**平面设计作品需附上文字设计说明（文字设计说明以图片形式排版并与设计图片一并提交，图片要求JPG或GIF格式，分辨率不低于300dpi, 横竖构图均可，颜色模式为RGB）

原创视频作品，时长要求2分钟以内（MP4格式，1920\*1080以上分辨率，视频大小在1GB以内，画面清晰，如有字幕请中英文并置)。

其他类型作品以设计展板的形式提交：（展板尺寸为A3，竖式构图，分辨率300dpi, 颜色模式为RGB; 参赛作品展板不超过3幅; 作品展板须包含作品名称、设计创意说明、效果图及其他相关设计内容; 每幅展板文件不得超过18MB，作品展板存储格式为JPG）。

**作品要素：**参赛作品以产品内容可落地性强、可量产的方案为佳，需体现龙门品牌高品质、重愉悦、可持续的理念。设计手法不限，风格不限，包括但不限于时尚风、潮酷风、国潮风、复古风等。

【命题策略单5·欧诗漫】

**命题单位：**欧诗漫生物股份有限公司

**官网地址：**[www.osmun.com.cn/](http://www.osmun.com.cn/)欧诗漫

**产品名称：**欧诗漫2024年的中秋礼盒或欧诗漫2024年新年礼盒

**品牌背景：**扬珍珠文化，树百年品牌。欧诗漫品牌始于1967年，诞生于世界珍珠养殖技术发源地德清，传承中国重要农业文化遗产“德清珍珠”千年文化底蕴，始终致力于对珍珠美学和传统文化的探索。品牌创始人沈志荣19岁时就立志要将珍珠作为一生的事业。为了继承800多年前的传统珍珠养殖技术，沈志荣开始日夜钻研，经历一次次失败的实验，最终攻克了三角帆蚌人工繁殖技术、提高珍珠质量技术、三角帆蚌病毒性蚌瘟病防治技术三大核心技术，为中国乃至整个世界珍珠产业的发展奠定了坚实的基础。

为了让古籍里的珍珠光采重新绽放，沈志荣不断粉碎珍珠，从200目、400目、到12000目，选择最适合女性肌肤的亚微米粒径，更研发亚微米粉体、珍珠多肽提纯、珍珠发酵、“珍珠+”复配等四大技术，获得珍珠酵粹、珍白因™Pro等核心珍珠成分。最终让只有贵族才能用的奢侈品，成功走进千万普通百姓家。欧诗漫以“前沿高新技术”，探索“珍珠美肤之谜”，为大众提供温和、安全、高效能的珍珠美肤方案，为每一个消费者塑造“光透亮白”的珍珠美肌。在世界珍珠养殖技术发源德清，有一颗神奇的珍珠。正绽放出令世界惊艳的美白光彩。浙江·德清，世界珍珠养殖发源地。小山漾·养殖基地，古老又鲜活的珍珠秘境。专业有坚持 温润有力量欧诗漫在东方，专注成为“珍珠美肤世家”。

产品背景：

产品名称：欧诗漫2024年的中秋礼盒或欧诗漫2024年新年礼盒

产品内含：欧诗漫珍白因系列产品+欧诗漫小橘灯系列产品+周边辅销衍生品-GWP（Gift with Purchase）

产品场景：欧诗漫2024年的中秋礼盒或欧诗漫2024年新年礼盒（任选其一）

**目标群体：**

Z时代（年龄24下，一二三线城市）：先锐有个性、有态度，娱乐至上；对护肤品牌忠诚度低，但对新品牌的接纳程度高；关注情感情怀、自我满足等衍生价值。

新锐白领（年龄25-35，一二三线城市）：自我愉悦，热爱分享，消费能力较高；对护肤有独特见解且品质要求高；有较强的生活、社交、体验消费空间。

小镇青年（年龄18-35，四线城市及以下）：下沉式市场的代表性群体；踏实务实、脱域向往和品质升级；消费具有熟人连接的特点。

**命题主旨：**欧诗漫品牌创意礼盒命题大赛

**命题要求阐述(请详细阅读)：**创意一款欧诗漫品牌礼盒和周边辅销衍生品。需建立创意礼盒的设计概念，具有趣味化、年轻化、时尚性同时兼具中国传统文化特色，同时也需具有差异化、识别性以及产品功能的联想感，符合欧诗漫品牌调性。

【主题包装盒+拎袋+欧诗漫热卖产品+周边辅销衍生品2-3个产品等设计】需有建议的工艺方案；保护商品包装结构设计；别出心裁创意点与消费者进行互动形式。希望该款创意礼盒是具有收藏性，设计元素是可延伸性，可以运用到其他非卖品上，设计2-3款衍生配套周边辅销品，周边物料元素设计需有可延伸性并使用主概念礼盒设计元素。（辅销品需要适合25-45女性）。

【礼盒概念】设计上可以选择欧诗漫超级成分IP珍白因为联名设计。设计上可以根据中国传统节日与欧诗漫品牌元素进行融合；须有打造节日氛围、突出品牌元素、视觉年轻化、潮趣、好玩的周边进行辅助。

**创意形式：**礼盒及周边产品设计作品，以3D效果图或实样形式呈现，可增加某个重要产品的细节展示/结构功能性的3D效果图，同时需附上创意设计的文字说明（效果图文件要求是TIF、JPG或GIF格式，分辨率不低于300dpi,单图大小不大于18M，数量不限）。

原创视频作品，时长要求2分钟以内（MP4格式，1920\*1080以上分辨率，视频大小在1GB以内，画面清晰，如有字幕请中英文并置)。

决赛作品选手的设计成果以PPT或PDF格式提交，可以配合以相应的实样手板。

**作品要素：**礼盒尺寸可根据整体产品尺寸调整，不得空间过于松散/紧密，参赛作品可以有挑战行业技术的创新思路，创意上需围绕：珍珠、蚌壳、年轻、时尚、珍珠美肤、美白心智、国际化、欧诗漫品牌等方向，能体现欧诗漫产品的年轻化风格，在世界文化潮流中，寻找有趣，符号化与欧诗漫品牌相互交织的品牌印象，为欧诗漫品牌赋能。

**提交要求 ：**（提交格式要求详见各命题策略单）  
**（1）特别说明**

1. 所有图片类作品以电子图片形式提交，手绘、计算机绘图均可，图片为JPG格式，计算机绘图要求RGB色彩模式、分辨率300dpi；图片内容应包括完整的作品设计，保证图片的清晰度和文字的可辨识度。  
    2、作者需保留CMYK格式，300dpi的可用于媒体传播，设计印刷生产的位图源文件或矢量文件（最终需提供AI、PSD等格式），参与竞赛的作品可能会得到相应企业的实际应用；老字号公司的选择与评价将成为评选的重要内容。

**[](https://storage.cdec.org.cn/hcy/2023/11/20231103160401767-VxkA.png)（2）作品提交及相关平台**

1. 在提交作品前需完成报名表单的填写。在线填表地址：[https://www.wjx.cn/vm/rmuNPKP.aspx#](https://www.wjx.cn/vm/rmuNPKP.aspx)，或扫码填写。  
         2、老字号•新国潮创新设计赛道投稿，参赛者通过平台（[lzh.vcgvip.com](http://lzh.vcgvip.com/)）注册用户，昵称设置为“院校名称（注：务必与填写报名表单时的一致）+团队成员名字之一”，并填写相关手机号、邮箱等信息。若已经注册过平台账户的，务必在提交作品之前进入“个人中心”修改昵称，方视为作品信息有效，不修改昵称导致的后果由参赛者自负。  
    3、登录官方微信公众号获取投稿方式，或直接进入老字号•新国潮创新设计赛道投稿入口（[lzh.vcgvip.com](http://lzh.vcgvip.com/)），根据网站提示上传作品。

奖金设置

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 组别 | 等级 | 数量/个 | 奖金/元 |
| 吴良材眼镜 | 一等奖 | 3名 | 5000元 |
| 二等奖 | 8名 | 3000元 |
| 三等奖 | 15名 | 1000元 |
| 入围奖 | 按吴良材提交作品总量的排名前8%  （除去一、二、三等奖的其余参赛者）获入围奖 | |
| 沈大成 | 一等奖 | 2名 | 5000元 |
| 二等奖 | 6名 | 3000元 |
| 三等奖 | 12名 | 1000元 |
| 入围奖 | 按沈大成提交作品总量的排名前8%  （除去一、二、三等奖的其余参赛者）获入围奖 | |
| 上海家化 | 一等奖 | 2名 | 5000元 |
| 二等奖 | 6名 | 3000元 |
| 三等奖 | 12名 | 1000元 |
| 入围奖 | 按上海家化提交作品总量的排名前8%  （除去一、二、三等奖的其余参赛者）获入围奖 | |
| 龙门 | 一等奖 | 2名 | 5000元 |
| 二等奖 | 6名 | 3000元 |
| 三等奖 | 12名 | 1000元 |
| 入围奖 | 按龙门提交作品总量的排名前8%  （除去一、二、三等奖的其余参赛者）获入围奖 | |
| 欧诗漫 | 一等奖 | 2名 | 5000元 |
| 二等奖 | 6名 | 3000元 |
| 三等奖 | 12名 | 1000元 |
| 入围奖 | 按欧诗漫提交作品总量的排名前8%  （除去一、二、三等奖的其余参赛者）获入围奖 | |

\*作品获奖证书由中国好创意大赛组委会统一颁发。

**大赛日程**  
第一阶段：命题发布及宣讲

时间：2023年10月2日启动

\*若有想了解更多有关宣讲咨询的院校，可通过老字号·新国潮创新设计赛道组委会电话：021-64253437，或邮箱<10181039@mail.ecust.edu.cn>，与我们进行联系。

第二阶段：报名及作品提交

报名及作品提交截止时间：2024年5月15日17:00

第三阶段: 评审及颁奖

老字号·新国潮创新设计赛道评审采取初审和终审结合，2024年6月15日17:00前完成入围选手（入围比例为各品牌提交作品总量的排名前8%）名单公示。  
 终审采取导师制，专业老师对其分组进行组内培训指导。入围选手在决赛期间可对参赛作品进行二次修改，具体导师名单及培训方式待公布。  
 初审时间：2024年6月15日17:00  
 决赛答辩时间：2024年7月10日之前；（地点、答辩方式待定）；  
 最终获奖名单公布：2024年7月31日之前。

中国好创意-老字号•新国潮创新设计专项大赛简章正式文件网址：

<https://storage.cdec.org.cn/hcy/2023/11/20231105102057274-X50U.pdf>

**（二）乡村旅游设计专项大赛**

中国好创意大赛，是入选教育部中国高等教育学会发布的《全国普通高校大学生学科竞赛分析报告》的赛项，由中国电子视像行业协会与大赛组委会主办，旨在落实国家数字经济远景规划，推动高等院校原创知识产权的转化，以及选拔和推广中国创意界的精英人才和优秀作品。作为一项规模大、跨学科、多专业的全国性赛事，该赛事一直引领着学科发展，推动专业建设，并已经成为高校创意领域的风向标。  
 本次通过举办“创游天下，文旅共赢”乡村旅游设计大赛，借助“中国好创意暨全国数字艺术设计大赛”平台中权威的评委队伍、雄厚的一流学府资源，以及千万学子的无限智慧，与区域政府、旅游企业的产业链和创建优势充分结合，以创意、创新、创造等多样化的成果展现形式，推动创游产品的迅速普及，满足广大消费者日益增长的对旅游高品质生活需求。

**大赛主题 ：**“创游天下，文旅共赢”

征稿对象：国内外院校个人及团队、工作室、实验室、联合创作室等均可参加。

\*专项赛直接进入国赛评选，无需经过分赛区评选。

作品分类及奖金设置 ：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 作品类别 | 奖项等级 | 数量 | 奖品 |
| 乡村旅游用品与纪念品创意设计组 | 一等奖 | 5 | 价值1000元奖品 |
| 二等奖 | 10 | 价值600元奖品 |
| 三等奖 | 15 | 价值200元奖品 |
| 乡村旅游文化传承创意设计组 | 一等奖 | 3 | 价值1000元奖品 |
| 二等奖 | 5 | 价值600元奖品 |
| 三等奖 | 10 | 价值200元奖品 |
| 乡村旅游规划与节事活动创意设计组 | 一等奖 | 6 | 价值1000元奖品 |
| 二等奖 | 13 | 价值600元奖品 |
| 三等奖 | 18 | 价值200元奖品 |
| 乡村旅游新媒体传播作品设计组 | 一等奖 | 5 | 价值1000元奖品 |
| 二等奖 | 10 | 价值600元奖品 |
| 三等奖 | 15 | 价值200元奖品 |
| 乡村旅游产品（线路）创意设计组 | 一等奖 | 6 | 价值1000元奖品 |
| 二等奖 | 12 | 价值600元奖品 |
| 三等奖 | 17 | 价值200元奖品 |
| 大赛截止时间：2024年4月15日  颁奖日期：2024年5月18号  颁奖地点：武汉商学院 | | | |
| \*获奖证书由中国好创意大赛组委会统一颁发。 | | | |

**提交平台 ：**请在大赛官网[www.cdec.org.cn](https://www.cdec.org.cn/)，统一报名与上传作品。

**提交要求 ：**

（1）静态作品

1、所有图片类作品以电子图片形式提交，手绘、计算机绘图均可，图片为JPG格式，计算机绘图要求RGB色彩模式、分辨率300dpi；图片内容应包括完整的作品设计，保证图片的清晰度和文字的可辨识度。  
 2、作者需保留CMYK格式，300dpi的可用于媒体传播，设计印刷生产的位图源文件或矢量文件（最终需提供AI、PSD等格式）。

（2）动态作品

1.平面动态、拍摄动态、3D动态等不限。

2.尺寸：不限，gif格式文件不大于10mb，mp4格式 文件不大于200mb。

（3）文字和图案并重型作品

所有文字和图案并重型作品，如乡村旅游规划与节事活动创意、乡村旅游文化传承与乡村旅游产品（线路）创意等作品，必须提供原创作品的PDF和PPT文本。

中国好创意-乡村旅游设计专项大赛简章正式文件网址：

<https://storage.cdec.org.cn/hcy/2023/12/20231229131846873-vnJu.pdf>

六、参赛细则

1、静态作品格式要求：所有图片类作品以电子图片形式提交，手绘、计算机绘图均可，图片为JPG或者GIF格式，计算机绘图要求RGB色彩模式、分辨率300dpi，图片大小不超过10M，尺寸和张数不限；

2、动态作品格式要求：MP4格式，清晰度要求：1080P（1920\*1080），编码格式：H.264，配备中文字幕；4张作品截图、如果其他格式在评奖时无法打开，视为无效作品；

3、交互、VR、APP格式要求：300字以下作品说明，10分钟以内高保真文件和可交互的demo，4张作品截图。其中全景vr同时提交360度全景视频文件，实时渲染vr提交可执行文件（可执行文件需合成为压缩文件进行上传，压缩格为zip）。

4、参赛作品提交格式必须严格按照大赛要求进行提交，并且须有本校教师担任指导教师，如不按照竞赛规格提交作品以及无指导教师的作品将取消入选资格。

5、自行以视频的方式录制2-3分钟左右作品创意说明（不要提及学校，作者及点评专家名字）、作品内涵、所表达的思想、传递给公众的价值理念等，有专家点评更佳。

6、作品上请勿出现学校、作者、指导老师等信息；

7、作品名字只能使用中文，且不能超过20个汉字；

8、同一个作品，只能提交到一个类别，如果投两个或以上类别并获奖，组委会将取消这个作品的全部奖项；

9、在以往的A类赛事（例如：“华灿奖”、“大广赛”、 “米兰”、“未来设计师”等）中入选的作品不得参加此次比赛，同一作品不得在同一时间段参加多项赛事；

10、校赛入选作品，其报名费用将由学校进行报销。作品必须提交到校赛指定邮箱（[kechuangzhongxin02@126.com](mailto:kechuangzhongxin02@126.com)）；

11、无论是学生组，还是教师组，最多不能超过 2 个合作院校。

七、参赛注意事项

1.作品不得包含违反中华人民共和国法律法规的内容，不得包含涉及与性别、宗教相关的歧视性内容，不得侵犯他人隐私，如由此引起的相关法律后果均由参赛者承担；

2.作品必须为原创，集体创作作品参赛需征得主创人员的同意。参赛者提交的作品不得侵犯第三方的任何著作权、商标权或其他权利，不得违反相关法律法规和公共道德习俗。凡涉及抄袭、剽窃、损害第三方合法权益等行为，参赛者应承担全部法律责任，与主办单位无关。

3.参赛作品必须是赛程内创作、未公开发表的，大赛不接受其它国家级或国际级赛事已经获奖的作品；

4.以上问题组委会接到实名举报，有抄袭、侵权或其他不当行为证据后，将取消入围资格；若为获奖作品，则追回颁发的获奖证书，并进行媒体公告。对赛事造成恶劣影响的，大赛组委会将依法追究其法律责任；

5.组委会对大赛提交的作品，有进行学术交流、商展、宣传、使用推广、产业转化代理等权利；

6.大赛组委会拥有赛事最终解释权。

八、参赛流程

**第一步 ：** 网站注册报名：请在大赛官网<https://www.cdec.org.cn/>统一报名与上传作品。获奖名单公示期为一周（如组委会统计信息有误，可勘误，非组委会工作失误，大赛获奖信息将按原始报名信息录入，不再做添加减少作者和指导老师等信息的修正，报名信息在截稿前登录自己账号可修正，截稿后一律不得再进行更正）。

**第二步：**邮箱投稿：一个作品对应一个文件夹，里面是投稿的完 整作品（如有作品设计说明，请附上）。文件夹命名格式: 作品 ID 号。文件夹压缩后以附件形式或者百度网盘链接、阿里云盘链接等（保证作品链接有效期为永久有效）发送至校赛邮箱（[kechuangzhongxin02@126.com](mailto:kechuangzhongxin02@126.com)）。

注：所有提交至邮箱的入选作品将由学校统一缴费并提交至官网，官方并不接受学生个人缴费投稿。

**投稿注意事项：**

1.教师投稿学生组，学生投稿教师组，都视为无效作品。

2.如团体参赛或者个人参赛作品文件较大，请将作品上传百度网盘，并将百度网盘链接和提取码发送至指定邮箱（分享百度网盘链接请设置为永久有效，并在赛期内不要删除网盘内作品）。

九、联系方式

王梓童（学生联络）：15229349976

李欣玥（学生联络）：15829628916

参赛通知解答群（QQ）：730296070

（请参赛选手务必进入赛事群，之后所有赛事通知以及调整都将在赛事群中下发，所有比赛相关疑问也将在竞赛群中进行解答，其余渠道均不解答竞赛疑问）

教务处

2024年1月12日