

2026 新锐设计竞赛·华灿奖定向主题征集

定向主题一：“中华青年·灿耀全球”华灿品牌设计征集

一、创作主题

华灿品牌设计征集

二、征集主旨及内容

华灿品牌是覆盖设计赛事、青年创新、产业对接、文化交流、国际传播的综合性活动，新锐设计竞赛·华灿奖作为其核心标杆赛事，已成功举办 10 届，品牌旗下还包含乡村赋能、产业对接会、海内外交流活动、创新创业等多元活动板块。

本次征集面向华灿品牌（全域品牌母体），以统一品牌内核、规范视觉体系、塑造专属 IP、强化辨识度为目标，构建可覆盖华灿奖、华灿系列活动、华灿海内外交流等全板块的顶层品牌系统，塑造兼具权威性、年轻化、文化性、艺术性、包容性、传播力的活动品牌形象，赋能旗下赛事与活动，推动青年创意、文化传承与产业创新深度融合。

三、创作方向

（一）华灿品牌视觉设计（VI 全体系）

以华灿品牌为顶层设计，覆盖华灿奖及所有华灿品牌活动，强调品牌统一性、延展性、识别性。设计需提炼华灿品牌核心精神元

素：融合、创意等，形成可贯穿全板块的母品牌视觉语言。

1. Logo 设计

简约大气、识别性强，贴合华灿品牌调性，可独立使用，也可适配华灿奖及其他活动延展使用，附完整应用规范。

2. VI 基础设计

品牌 Slogan: 统领全品牌，简洁有力、适配全域传播，与 Logo 形成固定组合。

品牌色：品牌标准色、辅助色，明确色值与应用规范，体现品牌气质。提供单色/反白/渐变使用规范。

品牌标准字体：品牌标准中文字体、英文字体，覆盖品牌名称、Slogan、活动标题、赛事口号、正文等全场景。

基础组合规范：Logo、Slogan、标准色彩、专用字体等核心视觉元素的组合应用方式，明确横版组合、竖版组合、最小使用尺寸及禁用情形等具体要求，确保视觉识别系统统一、规范。

3. VI 应用设计

包含品牌形象传播、活动、办公、数字媒体、文创等场景应用设计，贴合品牌调性，要求简洁庄重。

（二）华灿品牌 IP 形象及衍生产品设计

1. IP 形象基础设计

IP 形象：打造华灿活动品牌专属 IP，作为华灿全域视觉符号，

可贯穿华灿奖、华灿交流活动、华灿海内外交流活动等场景，塑造活力、创新、亲和、友好、智慧的 IP 形象，作为华灿品牌的超级符号。

IP 名称：需提交 1 个正式 IP 名称，要求简洁易记、贴合华灿大品牌精神、适配社交传播与全场景使用，附名称释义。

IP 人设：完整设定 IP 人物，包含身份定位、性格特质、核心标签、品牌使命与价值主张。

IP 背景故事：围绕华灿品牌精神、青年创意、文化融合、赛事活动内核，创作完整 IP 起源与背景故事，具备故事性、传播性与品牌关联性。

造型理念：说明 IP 整体造型构思，包含核心设计元素、造型风格定位、形体特征、识别亮点等。

颜色说明：明确 IP 主色、辅助色、点缀色及对应色值，说明色彩搭配逻辑，提供单色、反白、渐变使用规范。

基础图库：需包含标准 2D/3D 三视图、标准站姿、常用动态等基础造型图库。

表情包：设计 8-12 个 IP 基础表情包，覆盖日常社交与赛事活动场景，要求动态流畅自然、形象风格统一、易于传播推广，包括但不限于“你好”“加油”“点赞”“开心”“获奖”“思考”“收到”“比心”等。

2. IP 形象延展设计

IP 应用延展：围绕华灿品牌核心活动延展各类 IP 应用场景，包括赛事活动场景、节庆主题场景、地域文化场景、数字媒体场景等，形式包括但不限于海报、插画、短视频、数字人等。

IP 衍生文创产品设计：基于 IP 形象延展设计相关文创产品，充分考虑华灿品牌使用场景，包括文创纪念品、赛事活动物料、日常实用品、潮玩传播品等。要求结构合理，可适配不同场景。

四、总体要求

（一）所有设计作品必须为原创，未授权第三方，不得侵犯他人知识产权，若涉及版权、肖像权、名誉权等法律责任，由设计者自行承担。

（二）设计需紧扣华灿活动品牌定位，整体风格统一、识别性强，具备高度延展性与系统性。

（三）品牌 VI 系统设计需提交源文件（PS、AI）及完整 VI 手册 PDF 文件。

（四）IP 形象基础设计需提交 2D/3D 源文件（PS、AI、OBJ 等），提供 IP 形象、名称、人设、背景故事、造型理念、颜色说明、基础图库、表情包等内容，文件清晰、规范可落地。

（五）IP 延展设计与衍生产品需提供延展效果图及衍生产品设计方案，明确应用场景、材质工艺、尺寸与设计说明，确保可批量

生产与全域落地使用。

（六）所有提交文件格式规范、画质清晰、命名统一，便于评审、展示、印刷与制作。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

六、参考资料

（一）新锐设计竞赛·华灿奖官网(<http://www.huacanjia.com/>)

（二）新锐设计竞赛·华灿奖小红书

（三）华灿工场公众号



定向主题二：“和而不同·文化筑梦”校园文化设计征集

一、企业背景

上海新纪元教育集团创立于 1996 年，以实体办学为根基，稳健构建从幼儿园至高中的 K12 完整教育体系。集团目前在上海、浙江、重庆、四川、山东、云南、贵州、新疆八省市自治区运营管理 40 所高规格基础教育学校与幼儿园，其中包括 2 所省级重点高中与 2 所省级示范性学校。集团在校学生逾 73,000 名，教职员工 8,600 余名。

2026 年是上海新纪元教育集团成立 30 周年，集团秉持“为孩子的未来发展提供无限可能”的使命，在“尊重差异、提供选择、开发潜能、多元发展”的办学理念引领下，构建了特色鲜明且成熟完善的教育管理体系与课程体系，确保每一位学生都能获得最适合的发展路径。这份坚守结出累累硕果，目前新纪元累计已有 160 余名学子圆梦清华大学、北京大学。国际高中毕业生升学成绩尤为突出，34%进入全球 TOP10 顶尖学府，60%进入全球 TOP30 大学，100%被全球 TOP100 大学录取。

上海新纪元教育集团自 2007 年起致力于公益事业，已持续投入慈善公益资金超 1.2 亿元。

二、创作主题

和而不同·文化筑梦

三、征集内容

聚焦新纪元校园文化建设的创新表达，现面向全国设计师、艺术团队及在校师生征集以下两大项创意设计方案。

（一）校园视觉形象与空间设计——校园导视系统、文化墙、雕塑设计

1. 校园导视系统设计

（1）和而不同：以上海新纪元教育集团 VI 管理体系为基本原则，确保设计出的导视系统具有品牌辨识度。同时，设计需兼顾集团品牌的统一性与各校办学特色的多样性，为不同学校的个性化表达预留空间，形成既统一又各具特色的“和而不同”校园导视体系。

（2）功能性与艺术性并重：设计需符合各学段学生的人体工学与阅读逻辑，确保信息清晰、指引高效。在此基础上，通过造型、比例、材质与色彩的搭配，提升校园空间的美学品质。

（3）材质与工艺：建议选用环保、耐用、易于维护的材质，同时也鼓励使用动态交互、数字导览屏、光伏节能装置等科技元素，显示出智慧校园的科技感。

（4）提交规范：每套作品提交至少 5 个核心模块的设计图，如平面索引、分区指引、楼层索引、功能室标识、警示牌，并提供设计理念说明及材质标注。

2. 校园文化墙体系设计

为上海新纪元教育集团旗下学校设计一套兼具教育内涵与视觉美感的校园文化墙体系。设计类型包括但不限于：

- （1）上海新纪元教育集团文化墙（集团简介、使命、愿景、价值观、教育理念、新纪元精神等）
 - （2）学校“三风一训”墙（校训，校风、教风、学风）
 - （3）学生荣誉墙/教师荣誉墙（展示师生成就）
 - （4）课程体系墙（直观展示学校特色课程）
 - （5）餐厅文化插画墙（传递健康饮食理念，可融入新纪元 IP）
 - （6）学生作品展示长廊墙（设计为可替换形式，鼓励学生创作）
- 设计要求：

“和而不同”：以上海新纪元教育集团 VI 管理体系为基本原则，构建兼具品牌辨识度与学校特色的校园文化墙体系。以各校特色文化（校训、地域文化、特色课程等）为表达核心，自然融入集团品牌元素，实现各校“和而不同”的视觉统一。

教育内涵与视觉美感并重：文化墙需准确传达新纪元教育理念与品牌精神，同时通过版面设计、色彩搭配与图形语言提升校园空间的美学品质，营造富有感染力的文化氛围。

材质工艺与互动融合：除常规亚克力材质外，鼓励融入浮雕、光影互动、数字屏幕等元素，增强墙体的视觉效果与互动性。设计时需标注建议材质与特殊工艺。

样板校参考：建议从浙江省平阳新纪元学校或四川省广元外国语学校中选择一所作为设计参考样板校，通过官网、宣传片等深入了解其校园文化特色，力求集团文化与学校文化的有机融合。

提交规范：参赛作品需至少提交 3 面不同尺寸的文化墙的设计方案，且必须包含“上海新纪元教育集团文化墙”。提交内容包括设计方案图、模拟实际墙面展示的实体效果图及设计理念说明，并标注设计尺寸。

参考尺寸：8m×3m（如集团文化墙）；5m×3m（如教师风采/学生风采/某特色课程展示墙）；2m×4m（如餐厅/英语角/阅读区插画等）。

3. 校园公共艺术装置

设计方向：围绕“尊重包容、弘毅坚韧、仁爱无疆、与时俱进”的新纪元精神，设计户外雕塑/装置作品。作品形式鼓励原创抽象雕塑或互动装置，激发师生对新纪元精神的理解、思考与传承。

设计要求：作品尺寸要求主体高度不低于 3 米，不高于 10 米。提交文件包括三视图（CAD/AI 格式）、彩色效果图（标注材质）、200-500 字创作陈述，如能提供 1:20 等比模型及互动演示视频的，可作为加分项评估。

（二）文创产品与数字周边设计

1. 设计方向

为上海新纪元教育集团设计符合学生的文创产品。品类包括但不限于：

（1）纪念收藏类：以集团文化或学科特色为原型设计的吉祥物盲盒手办；结合校园标志性建筑元素的纪念徽章套装；记录学生在校成长历程的纪念册或毕业纪念册。

（2）互动体验类：包含定制信封、火漆印章、校园手绘地图的入学套装；结合校园打卡印章、贴纸、胶带的探索手账本；学生可根据参与活动自由组合佩戴的模块化徽章等。

（3）数字周边类：以吉祥物或新纪元校园元素为主题的微信表情包；结合校园风景、新纪元教育理念设计的手机壁纸与平板壁纸系列；可适配微信、QQ 等社交平台的新纪元校友头像框等。

（4）实用生活类：融入集团品牌与学校元素的文化衫与帽子；兼具美观与实用性的帆布袋、水杯或笔记本套装、创意钥匙扣或卡套；结合校园植物、学校建筑等新纪元元素设计的日历或明信片套装。

2. 设计要求

（1）文化融合：设计需体现新纪元教育的文化底蕴与办学特色，鼓励在传统品类中融入巧思与创意，同时符合 Alpha 世代与 Z 世代的审美偏好，兼具潮流感与实用性，让文创产品成为学生喜爱、愿意使用和收藏的校园记忆载体。

（2）提交规范：提交多角度展示设计图、设计理念说明，明确标注建议的材质与制作工艺。若为套装设计，需提供完整的外盒及内包装设计方​​案；若为非套装单品，则需提交不少于三件相互关联的产品设计。

四、总体要求

（一）所有设计作品必须为原创，未授权第三方，不得侵犯他人知识产权，若涉及版权、肖像权、名誉权等法律责任，由设计者自行承担。

（二）提交作品时，请附上设计说明、作者信息及联系方式。设计说明应详细阐述作品的设计理念、创作思路、技术特点、相关工艺、应用场景等。

（三）对于海报、纪念品等实体作品，需提交高清设计源文件，包括 JPG/PNG 格式文件以及 AI/PSD/CDR 格式源文件，设计精度需在 300dpi 以上，3D 立体作品需要提供 3D 模型图及相关源文件。

（四）评审将基于创意性、实用性、美观性、技术难度及与新纪元教育理念的契合度进行综合考量。

（五）所有实物作品赛后原则上不予退回，如需退回请提前联系组委会，退回运输费用由参赛者自行承担。作品寄送过程中导致的损坏或遗失，由参赛者自行承担。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

优秀获奖选手将有机会受邀前往上海，参加上海新纪元教育集团 30 周年庆典。

六、参考资料

（一）上海新纪元教育集团 VI 规范与应用手册。

（二）上海新纪元教育集团 Logo 源文件。

（三）上海新纪元教育集团简介及集团版图。

（四）官方平台：微信公众号（上海新纪元教育集团）；微信视频号（上海新纪元教育集团）。

定向主题三：“喜乐灵山”设计征集

一、创作主题

喜乐灵山

二、征集内容

在灵山 IP 矩阵中，有一组传递幸福与欢乐的角色系列——“天天喜乐”家族。家族成员包括灵乐天、灵迦多、灵威鼓，其形象分别源自灵山建筑景观中的飞天仙女、小太子、狮子鼓，她们是默契的欢乐搭档。

灵乐天以无限的热情带领游人漫步自然山水，邂逅景观演艺；灵迦多充满智慧，将丰富的文化体验分享给每一位游客；灵威鼓以铿锵鼓声传递力量，为旅途注入积极向上的能量。

“天天喜乐”家族相伴同行，愿每一位来到灵山的朋友，都能日日欢喜，天天幸福。

注：在华灿官网下载 IP 标准规划书及素材文件。

三、创作方向

（一）品牌宣传类

设计方向及要求：以“天天喜乐”家族人物为主体，以无锡城市或灵山景区景点为背景，以苏超等热门活动为故事或话题，创作宣传海报、短视频、动画设计、插画二创等。内容创意及造梗需积极向上，避免低俗化。可结合中华优秀传统文化及地方特色文化做延展，

结合当下热门话题。作品须展现创意和创造能力，充分考虑品牌传播的可行性。

（二）品牌衍生类

设计方向及要求：以“天天喜乐”家族人物为灵感，设计家族新成员、文创产品、文创店铺空间、美陈装置等。设计家族新成员时，关注“家族”的一致性表达，文化属性、设计风格、IP 标准规范等；可根据不同的项目设计需要对原形象做二创设计。设计过程中，关注设计图纸落地转化的可行性，关注结构和材质对成本的影响。优质方案将有机会由主办方推进实物落地。

四、总体要求

（一）作品创造过程中不得出现知识产权侵权行为，包括但不限于商标、原始创意、设计素材、字体、音乐等。

（二）格式规范

平面类：以设计稿参赛，产品设计类、平面视觉类等，请将作品设计图或效果图或实物照片 + 应用图示 + 创意说明等合理编排，作品规格为 A3、JPG 格式，文档大小不超过 6MB，分辨率不得低于 150dpi，RGB 色彩。

动态类：以视频 MP4 格式参赛，参赛者须提供时长在 30-180 秒间的短片，分辨率不低于 1080P，帧率不低于 30fps（推荐比例为 9:16 的竖屏视频）。剧本需同时提交，包括但不限于创作思路、

脚本等。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

参赛作品均有机会参加主办方组织的展览、传播展示等宣传活动；获奖作品将有机会获得市场转化机会。

六、参考资料

（一）灵山集团官网：<https://www.chinalingshan.com/>

（二）官方平台：微信公众号（无锡灵山胜境）、微信小程序（灵山胜境、灵山有礼）

（三）“天天喜乐”家族 IP 标准规划书及素材文件

定向主题四：艺启未来·从典藏到创想——中国美术馆系列 文创产品设计征集

一、创作主题

艺启未来·从典藏到创想

二、征集主旨及内容

本赛道围绕“经典与时代”“艺术与生活”，构建中国美术馆文创新体系。深度挖掘馆藏画作的文化、艺术、美学价值，鼓励以现代设计、数字技术及互动体验活化资源，推动传统文脉与当代审美融合。聚焦经典画作的创意转译与艺术形象的生活化表达，旨在拉近艺术与大众的距离，让艺术基因在文创设计中焕发新生，实现从“典藏”到“创想”的转化。作品要求兼具功能特性与美学价值，具备良好的市场潜力，助力美术馆资源创造性转化与大众美育普及。

通过本赛道提供的馆藏艺术品 IP，体现经典作品的文化内涵，展示中国美术馆的品牌形象。本系列文创产品需兼具艺术性、审美性、实用性、创意性。参赛作品鼓励结合应用场景进行系列化的设计、开发。

三、创作方向

（一）中国美术馆典藏作品 IP 文创产品设计

参考作品：《玉兰黄鹂》《带鸟的步兵》

（二）“猴”年生肖猴主题文创产品设计

参考作品：生肖猴主题作品《玩具百猴阵》《封侯掛印》

四、总体要求

参赛者可从本赛道提供的《玉兰黄鹂》《带鸟的步兵》及生肖猴三类参赛 IP 主题中任选其一，开展单方向或多方向设计创作；相关主题原作信息可登录中国美术馆官方网站查阅。

（一）征集要求

1. 馆藏艺术品 IP 文创设计类别。A.面向文化消费场景的伴手礼设计：美术用品（包括绘画器材、文房四宝）、文具、节庆礼品套装等，强调文化特性与艺术美感；B.面向日常应用场景的情境化设计：时尚桌面摆件、工艺美术摆件、冰箱贴、饰品（如胸针、挂件）等，强调艺术属性与生活仪式感；C.面向青年群体的潮玩设计：盲盒、手办、毛绒公仔、艺术徽章等，强调流行时尚与艺术活力；D.面向生活美学的器物设计：陶瓷、织物（丝巾等）、日常生活消耗品（香皂、香薰、袜子等），强调当代生活与工艺美学；参赛作品形式涵盖各类文创产品，不限于特定品类，全面激发创想力。

2. 请将作品设计效果图或实物照片 + 应用图示 + 创意说明编排在 A3 大小的页面上。

3. JPG 格式，分辨率不得低于 150dpi，文档大小不超过 6MB，RGB 色彩。

4. 每个设计方向的展示效果图不超过 3 张（含），保持设计版式横竖一致。

5. 参赛选手需要保留 300dpi 分辨率可用于印刷生产的位图源文件、矢量文件（Illustrator、Photoshop）或工程文件（3D 建模），上传作品时需要附上作品创意阐述和说明。入围全国决赛的作品，如可提交实物打样，将在赛事评审及展览遴选适当倾斜。

6. 参赛作品禁止抄袭、模仿，应拥有完整的自主知识产权。

7. 参赛作品可以借鉴 AI 工具辅助创意思维启发，严禁直接使用 AI 工具完成创作与设计。凡经判定为 AI 生成特征的作品，将直接取消参赛资格。

8. 为避免应征作品投稿过于集中于某类设计或主题，评奖时将综合考量作品品类，为更多类别的作品提供公平的获奖机会。

（二）征集提示

1. 本赛道的应征作品，需严格围绕中国美术馆提供的 IP 内容进行相关的创意设计。

2. 本赛道特别强调参赛作品的系列性、实用性、落地性。获奖作品方案，若后续被“中国美术馆文创”采纳进行产品转化，将为设计者提供署名权益。

3. 进入总决赛选拔环节的作品，需要提供产品打样，邮寄至赛事主办方，进行参赛实物评选。因此，在参赛初期要考虑产品实

物打样的实际需求，避免设计稿与实物差距过大等问题。

4. 总决赛获奖者除了华灿奖官方证书等相关荣誉外，作品如被遴选参加中国美术馆相关展览，将另提供相应的参展证书。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

六、参考资料

（一）《玉兰黄鹂》

作者：于非闇；创作年代：1956 年；规格：103.8 * 77.3cm；

画种：中国画。



（二）《带鸟的步兵》

作者：巴伯洛·毕加索；创作年代：1972 年；规格 146 * 114CM；

画种：油画。



（三）“猴”年生肖猴主题



河南浚县 张希和 玩具百猴阵 最大：9.5×18×27cm 最小：
7.5×6.5×6cm 中国美术馆藏



封侯掛印（中国传统吉祥寓意）山东潍坊 32×52cm 20 世纪 80
年代 中国美术馆藏

（四）官方平台

官方网页：<https://www.namoc.cn/>

微信公众号：namoc2016

活动最终解释权归中国美术馆所有。

定向主题五：“抱·团圆”陕西毛绒产业设计征集

一、创作主题

绒抱东方·潮聚团圆

二、征集主旨

本次赛道以“抱·团圆”为核心命题，聚焦“团圆”，征集兼具文化温度、市场价值与产业落地性的毛绒玩具设计作品，推动安康毛绒产业与中华优秀传统文化、青年创意深度融合，打造具有全国影响力的毛绒文创 IP。鼓励青年设计师以中华优秀传统文化为根，以创意设计为翼，将传统团圆意象与当代潮玩语言融入毛绒玩具设计，通过产品传递亲情相聚、阖家团圆的美好寓意，助力安康毛绒产业向“文化+创意+品牌”的高端化方向升级。

三、创作方向及内容

以“拥抱”为情感纽带，以“团圆”为文化内核，将中华优秀传统文化、吉祥意象与当代青年审美、潮玩语言相结合，用柔软治愈的毛绒玩具载体，实现传统文化年轻化、潮流化、趣味化表达，兼具文化底蕴、潮玩属性与情感价值，彰显青年设计创新力。结合潮玩设计思路，采用系列化、盲盒式创作逻辑，打造可独立成为角色、又能通过磁吸等结构拼接为团圆整体的互动潮玩，从以下方向任选其一进行设计：

（一）榜样力量萌化表达类。选取历史英雄、时代楷模、体育

健儿等榜样人物，将其形象进行萌系化重构，设计为怀抱标志性元素的毛绒潮玩，传递家国情怀与青春正能量。

（二）文化符号团圆演绎类。提取传统祥瑞神兽、经典典故人物、中国特色动物等文化符号，转化为相互拥抱或怀抱团圆意象的治愈系造型，展现中华优秀传统文化的独特魅力。

（三）情感具象传递类。以内地（大陆）及港澳台地区、海外华人青年共有文化符号为核心，设计形象相拥的毛绒潮玩，传递同胞团圆的温暖情感。

（四）民族拥抱系列设计类。以 56 个民族特色服饰与文化符号为基础，设计多款身着不同民族服装的毛绒娃娃，通过拥抱互动造型展现民族团结一家亲的主题。

四、总体要求

（一）知识产权要求

参赛作品须为原创，不得侵犯第三方知识产权；若使用中华优秀传统文化相关元素，需确保符合赛事官方使用规范。

（二）作品提交规范

提交的作品须包含平面设计和短视频脚本。

1. 平面设计类

（1）毛绒玩具设计

作品形式：提交一张 A3（297mm×420mm）竖版排版图，将所

有内容整合呈现。

提交内容与规格：三视图（正面、侧面、背面）；主效果图（体现造型与神态）；细节放大图（建议放大比例 $\geq 200\%$ ，清晰地体现面料纹理、缝合方式、刺绣或印花工艺）；材质标注（面料名称、填充物类型、配件材质及工艺说明）；创意说明（设计理念、适用年龄、安全性说明）。

文件格式与参数：JPG 格式，RGB 色彩模式，分辨率不低于 300dpi，单文件大小不超过 10MB；获奖作品需另行补充提交 PSD/AI/CDR 格式的分层源文件及材质清单。

（2）视觉衍生设计

作品形式：提交一张 A3（297mm×420mm）排版图，横版或竖版不限。

提交内容与规格：主视觉设计不少于 3 种应用延展（如包装、海报、文创产品等）；设计说明（创意概念、应用场景、色彩与字体说明）。

文件格式与参数：JPG 格式，RGB 色彩模式，分辨率不低于 300dpi，单文件大小不超过 10MB；获奖作品需另行补充提交 PSD/AI/CDR 格式的分层源文件。

2. 动态/多媒体类

（1）短视频脚本

作品形式：脚本文件为必选项，视频样片为可选项。

脚本文件：PDF 格式；内容须包含分镜编号、画面描述（景别、角度、画面内容）、台词/旁白、时长（精确到秒）、音效/配乐说明。

视频样片（可选）：

格式：MP4（H.264 编码）

分辨率：≥1920×1080（1080P）

时长：30–120 秒

文件大小：≤500MB

画面比例：16:9（横屏）或 9:16（竖屏），须与脚本一致

文件命名：作品名称 – 作者姓名 – 样片.mp4

（2）AR/VR 互动设计（可选）

作品形式：设计方案文件为必选项，Demo 文件为可选项。

设计方案文件：PDF 格式；内容须包含作品概述（主题、目标用户、使用场景）、交互逻辑说明（用户操作流程、交互方式、反馈机制）、技术方案（所用平台、引擎、设备类型）、效果演示图（不少于 3 张，含界面截图或实机演示画面）；若涉及空间定位或手势识别，须补充交互示意说明。

Demo 文件（可选）：须附 PDF 格式《操作说明文档》，内容包括支持设备型号、安装/启动步骤、基本操作指引；Demo 文件需

打包为 ZIP 压缩包。

文件命名：

作品名称 – 作者姓名 – 操作说明.pdf

作品名称 – 作者姓名 – Demo.zip

3. 参赛作品须为原创，不得侵犯他人知识产权。如涉及版权纠纷，由参赛者自行承担。主办方有权对获奖作品进行宣传、展示、出版及衍生品开发使用，作者享有署名权。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

定向主题六：“华灿运河·智创中国”设计征集

一、创作主题

华灿运河·智创中国

二、征集主旨及内容

立足大运河千年文化底蕴，结合运河沿线区域面临的社会发展中的可持续性问题，以“人工智能技术创新”“文化遗产活态传承”“产业教育协同发展”为核心目标，推动可持续发展的创新实践以及与社会需求的深度结合。构建“设计创新－产业转化－教育实践”的生态闭环，通过 AI 技术赋能传统设计，以文旅场景激活文化遗产，以产教协同培育复合型设计人才，为青年设计师打造兼具社会价值与产业价值的创新平台。以运河为纽带，遴选优秀设计作品参与国际设计周、文化博览会及产业展览，助力青年设计师与国际品牌、海外市场对接，推动具有中国文化辨识度的设计产品实现海外输出，提升中国设计在全球价值链中的影响力与话语权。

三、创作方向

（一）萌动潮玩，趣味毛绒方向（“绒趣名城”专项）

1. 传统文化类：围绕大运河传统非遗文化、地域文化进行毛绒产品的创新设计，实现传统文化的趣味化体现。
2. 宠物玩具/服装类：围绕猫、狗等宠物的生活习性和性格特征，进行宠物用毛绒玩具、服装设计，重视玩具/服装的风格化及

独特性。

3. AI 智能类：基于毛绒玩具的 AI 智能软、硬件技术特征及物理规格，设计符合 AI 玩具特征的毛绒 IP 产品，作品注重智能软、硬件技术与毛绒 IP 造型、毛绒材质的结合，并有效突出玩具的交互性，实现产品在多场景生活中为人们提供细腻的情感陪伴。

（二）古韵新生，绿动未来方向（“智造名城”专项）

1. 围绕大运河的历史文化、非遗技艺、航运记忆，开发主题文创产品、研学教具、文化礼品，利用数字技术探索运河非遗的活态传承与创新转化。

2. 对新能源等绿色新兴科技产品的外观设计、CMF（色彩/材料/工艺）设计，赋予高新科技以艺术美感。设计作品兼顾国际审美与全球市场需求，打造具备国际竞争力的品牌形象与产品语言。

四、总体要求

（一）视觉类

静态类以设计稿参赛，作品规格为 A3，以 JPG 格式提交，文档大小不超过 6MB，分辨率不得低于 150dpi，RGB 色彩，稿件不超过 3 张（含），请保持设计版式横竖一致。

（二）视频类

参赛者须提供时长不超过 15 分钟的 MP4 格式短片，分辨率不低于 1080P（1920×1080），编码格式：H.264，配备中文字幕。

（三）产品类

请将作品实物照片或效果图 + 应用图示 + 创意说明编排在 A3 大小的页面上；JPG 格式，分辨率不得低于 150dpi，文档大小不超过 6MB，RGB 色彩，稿件不超过 3 张（含），请保持设计版式横竖一致。

（四）落地性说明

每件作品须提交《落地性说明》文档（500 – 800 字），需详细说明设计作品落地的可行性，与当地产业、文化、消费场景的结合点，预估的商业价值/社会效益。如为实物作品，说明实物展示方案。

（五）结果运用

推荐获奖者与本地企业、景区对接，推动获奖作品成果转化；在校学生获得企业实习或就业推荐机会；获奖作品有机会在重点文旅场景、产业园区及海外展会活动平台进行展览展示。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

定向主题七：“香包传华韵·丝帛承灿业”设计征集

一、创作主题

香包传华韵·丝帛承灿业

二、征集主旨

马庄香包系国家级非物质文化遗产徐州香包的代表。2017年12月12日，习近平总书记来到徐州市贾汪区潘安湖街道马庄村。走进村史馆，总书记看图片、看资料、看实物，肯定马庄从单纯以煤为生转型到多种产业共同发展的经验，指出发展特色产业、特色经济是加快推进农业农村现代化的重要举措，要因地制宜抓好谋划和落实。在香包制作室，习近平总书记还花钱买下徐州香包传承人王秀英制作的中药香包，笑着说“我也要捧捧场”。

近年来，马庄村牢记嘱托，以守艺之心传承、创新之姿开拓香包产业，把小香包做成了富民强村的“金荷包”。“香包传华韵，丝帛承灿业”定向主题立足马庄香包非遗传统技艺，深度融合国家“文化赋能”“文旅融合”“产教融合”等政策导向，以“发展特色乡村产业”“全面推进乡村振兴”“产业教育协同发展”为核心目标，联动城市高校、科技企业、文旅机构及设计院所，通过文化创新赋能传统设计，以文旅场景激活文化遗产，以产教协同培育复合型设计人才，推动设计创新与社会需求的深度结合，为青年设计师打造兼具社会价值与产业价值的创新平台。

核心理念：设计驱动、创意落地、文旅融合、公益创新。

三、创作主题

（一）产品设计

吉祥物设计：采用国潮卡通风格设计吉祥物，便于进行立体开发（手办、挂件）与文旅推广，同时作为系列产品的视觉 IP，联动所有产品形成统一的品牌形象，结合马庄香包但又跳出马庄香包的设计思路，或设计 IP 形象进行植入。满足不同场景、不同受众的需求，实现文化价值、审美价值与实用价值的统一，视觉上新颖独特，看到后能联想到“马庄香包”。

（二）短视频创作

从青年设计师的视角，记录汉韵香包从纹样提取、设计到非遗制作和适用场景的全过程，4K 高清，支持 AIGC 辅助创作，适配非遗推广与文旅传播。

四、总体要求

（一）平面设计类

A3 尺寸，分辨率 300dpi，RGB 色彩模式，JPG 格式，每件不超过 3 张电子文档。

（二）视频类

按赛事官方规范提交，允许使用 AIGC 工具辅助创作。

（三）文化元素要求

结合徐州汉文化遗址群与“彭城七里”地标，提取汉画像石纹样、历史符号、生肖文化、城市 IP、节气养生等内涵，完成视觉转译。

（四）人群适配要求

面向全年龄段设计，突出时尚感、互动性、实用性、情感链接，明确使用场景与商业价值。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

六、参考资料

（一）马庄香包品牌宣传手册

（二）马庄香包产品手册

（三）其他成功 IP 案例，如 labubu、泡泡玛特等

（四）官方平台：微信公众号（马庄文旅）、抖音（中国民俗文化村——马庄村、春侠书记、徐州艺香香包）、小红书（马庄香包）、淘宝天猫（马庄旗舰店）等。

定向主题八：新桥猫 IP 联名设计征集

一、创作主题

新桥猫 IP 联名设计

二、征集主旨

当前已步入人工智能时代，探索运用 AI 工具提升设计效能是全体设计从业者需主动应对的重要课题。请参赛者紧扣本次创作要求，充分借助 AI 工具拓展创作思路、释放创意潜能，呈现高质量设计成果。

三、创作方向

以“新桥猫”IP 为核心，产品用户为 18-30 岁年轻人，选择下方任何一个品类方向，每类需深度融合新桥猫 IP 视觉元素（色彩/造型/人格化特质），创作兼具创意性与落地性的设计方案。

以中国非物质文化遗产中的纹样、图案、色彩与工艺为核心灵感，倡导对传统元素进行解构、重组与现代转译，形成符合当代青年审美的创新图案。鼓励围绕“非遗新生”主题开展设计，可从剪纸中的十二生肖、戏曲中的《三国演义》《白蛇传》等故事元素、皮影戏中的动物与道具形象、刺绣中的壮锦、苗锦、蜀绣纹样、青花瓷图案、苗族蜡染纹样、传统雕刻中的狮子与麒麟，以及唐卡中的云纹、山石、火焰等视觉符号中汲取灵感，将其转化为年轻人喜爱的国潮图案。

（一）生活起居——服饰、帽子等图案设计

设计内容：服饰及帽子等单品上的平面图案设计。

设计方向：将非遗图案二次创作，设计符合当下年轻人喜好的产品图案，设计上可以给出材质建议，例如需考虑丝网印、烫画或刺绣等常见服装工艺，避免过于复杂的渐变或极小细节。

提交内容：展示图案平铺图+服饰的应用效果图。

（二）个人电脑周边——笔记本电脑包、鼠标、鼠标垫、手机壳等图案设计。

设计内容：笔记本电脑周边设计，主要针对笔记本背包、电脑内胆、鼠标、鼠标垫等图案设计。

设计方向：将非遗图案二次创作，符合年轻人审美口味。

提交内容：平铺版面设计图+不同背景下的场景效果图

（三）行李箱——行李箱印花图案设计

设计内容：行李箱的外壳印花设计方案。

设计方向：将非遗图案二次创作，图案需有辨识度，让行李箱成为移动的美学载体，符合年轻人的审美。

提倡 A 面（正面）主视觉+B/C 面（侧面）延展纹样的整体包覆式设计。需考虑印刷在不同材质上的色彩表现与耐磨性。

提交内容：平铺版面设计图+行李箱三视图（正面+侧面+背面）的效果展示+场景使用效果图。

（四）日用百货——沐浴露瓶身、外包装单独贴图图案设计

设计内容：沐浴露瓶身和外包装的贴纸图案设计

设计方向：将非遗图案进行二次创作，形成兼具东方美学与现代感的图案，让传统纹样装点年轻消费群体的日常沐浴时光。图案需具有高度的可识别度和故事感，贴合 Z 世代崇尚“颜值主义”偏好。需充分考虑瓶身曲面弧度、材质透光性与印刷工艺的耐磨耐用性，确保在浴室潮湿环境中依然保持色泽饱满、不脱落。贴图可以贴在沐浴露瓶身和外包装上，考虑常规沐浴露大小，参考圆形贴纸。

提交内容：图案设计图+场景使用效果图（含浴室柜台、手持使用等多种真实场景）

四、总体要求

（一）IP 联名图案。

（二）产品包装设计。

（三）产品使用场景图。

（四）联名设计说明。提交 JPG 格式的作品，作品说明以提案 PPT 的形式展示，充分考虑展示的视觉呈现效果和设计的商业属性。

（五）作品创作过程中不得出现知识产权侵权行为，包括但不限于商标、原始创意、设计素材、字体、音乐等。

（六）格式规范。以设计稿形式提交，版面规格为 A3，JPG 格式，RGB 色彩模式，分辨率不低于 150dpi，单文件大小不超过

6MB。作品内容应包含设计理念说明、主体设计图及场景应用效果图；如有作品源格式文件，请同步一并提交。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

所有参赛作品均有机会参与主办方组织的展览展示、宣传推广等活动；获奖作品将有机会获得市场化成果转化机会。

六、参考资料

请关注官方企业微信，可咨询赛事相关事宜，领取 IP 三视图、IP 形象说明文件、设计规范参考文件、联名品类参考资料等赛事配套资料；联名品类详细参考内容可登录官方网站查阅。

（一）企业微信二维码



（二）领取参考素材链接：

<https://mp.weixin.qq.com/s/vEeJlmMWCGHnU9Nfkn84sw>

定向主题九：领见启智·念创未来—AI 赋能创意设计与教育实践征集

一、创作主题

领见启智·念创未来

二、征集主旨

以“领见启智·念创未来”为核心理念，锚定 AI 赋能教育创新、项目实践与文化传播等领域的融合创新方向。

“领见启智”寓意引领思维，启迪智慧，激发潜能，代表 AI 赋能的核心价值；“念创未来”强调以人为本的思想理念与创新能力是发展的根本内核。重点征集系统化、可复用的 AI 创作方法论与教学实践案例，推动创新流程的沉淀与共享，全面赋能创意实践与教育创新。

三、创作方向及内容

鼓励参赛者深度应用生成式人工智能工具及多模态 AI 工具的组合，探索复杂问题的解决方案。作品须清晰地展示从灵感到产出的全过程，生成工作流的逻辑性、创新性、可复现性将作为评审的核心依据。参赛内容与作品方向包括但不限于以下两类：

（一）教育创新及文化传播设计

依托前沿的人工智能技术，设计具有创新性的教学方案或学习体验。使用 AI 技术辅助设计包括但不限于：

1. 项目制学习（PBL）
2. 教学设计（教案、课程设计、学习任务设计等）
3. 学习活动设计（探究式学习、跨学科项目等）
4. 教学创新与文化传播应用案例（课堂实践、课程创新等）

（二）人工智能化解决方案设计

围绕教育、社会服务、文化传播、公共服务等领域真实场景中的实际问题，设计具备落地可行性的人工智能应用解决方案。要求如下：

- 1.明确问题背景与目标用户。
- 2.利用 AI 工具、技能（Skill）、工作流（Work Flow）或智能体（Agent）进行方案设计。
- 3.展示完整解决路径，包括问题分析、方案设计、实现方式三大核心环节。
- 4.成果提交形式包括但不限于应用方案设计、产品原型、教学应用方案、服务流程设计等类别。

四、总体要求

（一）参赛要求

1. 原创性与过程透明：作品须为原创。应详尽展示从创意发想、AI 工具选择、提示词迭代优化、参数调整到最终合成与后期处理的每一步关键操作与思考。

2. 工具应用与教育价值: 鼓励探索 AI 工具链的串联协同应用。作品评审将兼顾成果创新性、实用性与 workflow 教育推广价值, 重点考察方案逻辑清晰度、路径可借鉴性及对应问题的解决成效等方面。

3. 设计完成度与规范性: 最终设计成果应确保内容完整、表达规范, 体现相应的专业素养与技术水平。

(二) 提交材料及格式要求

1. 设计创作全步骤文档

PDF 格式, $\leq 20\text{M}$, 文档命名格式: “领见启智·念创未来——作品名称创作步骤.pdf”。

提交文档须结构清晰、层级分明, 须包含以下三部分内容:

第一部分为项目缘起与目标, 重点阐述项目灵感来源, 以及拟解决的设计或教学领域相关问题。

第二部分为核心 AI 工具使用过程全记录, 须以图文并茂的形式分步骤详细说明, 内容须涵盖所用 AI 工具概述、构思与提示词工程、筛选与迭代过程、后期与整合过程。

第三部分为成果总结与启示, 在展示最终成果的基础上, 复盘反思 AI 在项目实施过程中的角色定位、作品创新亮点及可推广的教学与应用价值。

2. 最终成果展示文件

格式: PDF 文件、JPG、MP4 视频、网页链接等。

文件命名：“领见启智·念创未来——作品名称成果展示”

此文件为最终成果产出，可依据作品类型选择文件形式提交。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

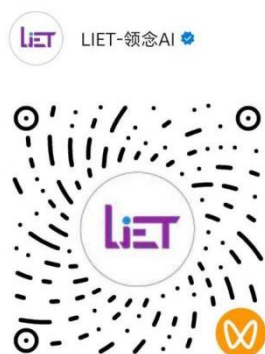
六、补充说明

作品除充分展现人工智能工具的合理运用外，更应突出参赛者面向未来人工智能时代的领先思维、创新意识与独立思考能力，彰显参赛人员在 AI 时代应具备的个人素养、价值判断、责任意识与可持续发展能力，体现“人为主、AI 辅”的创作理念。

七、参考资料

网站：<https://liet-ai.com/>

微信视频号二维码：



定向主题十：“花开亭林·书香玉山”昆山玉山历史文化 片区城市更新设计征集

一、创作主题

花开亭林·书香玉山

二、征集主旨

昆山玉山历史文化片区位于昆山老城核心区域，承载了昆山2200多年的城市发展轨迹。这里道路水网格局千年未变，宋代街巷肌理清晰可辨。作为江南文脉重镇，自北宋至清末，片区共孕育了8位状元与405位进士。北部马鞍山，于1906年辟建为山水公园亭林园，有着“昆山三宝”——顾炎武纪念馆、昆曲博物馆、昆石馆以及众多历史古迹、百年古树等，一直以来深受市民喜爱。片玉坊曾是梁辰鱼、汤显祖等名家吟咏之地，昆曲文化兴盛；近代，更是诞生了昆山最早的体育场、图书馆、电影院等，成为不少昆山人的情感记忆所在。

片区目前正以“山水相望、古今交融，老少皆宜、幸福城区”为总体目标，持续打造具有“时代特点、地域特色、江南韵味”的江南文化会客厅。作为“海峡两岸交流基地”，玉山历史文化片区联合2026新锐设计竞赛·华灿奖（以下简称华灿奖）组委会，依托深厚的历史底蕴与鲜活的市井烟火，面向全球征集兼具文化内涵、民生温度与时代活力的设计作品。期待通过设计力量，将抽象

的历史印记转化为可触可达的城市空间与生活好物，共同讲述“昆山之路”的新故事。

本次征集聚焦“空间微更新”与“文化新表达”两大维度，鼓励参赛者深入实地调研，挖掘片区文化底蕴。

昆山玉山历史文化片区规划书及配套素材文件，可登录华灿奖官方网站下载获取。

三、创作方向

（一）空间赛道——“昆小微”口袋公园设计

1. 设计目标：针对片区内的“金角银边”闲置地块、街角空间及微绿地，持续推进“昆小微”口袋公园设计。旨在通过微更新策略，打造市民身边的“微幸福”空间。

2. 设计要点：

（1）功能复合：兼顾全龄友好（老少皆宜），满足休憩、交流、健身等民生需求。

（2）文化植入：巧妙融入玉山历史元素，避免生硬堆砌，实现景观与文化的有机共生。

（3）共建共治：方案需考虑后期运营维护的便捷性，体现“政府引导、企业参与、居民维护”的共建理念，鼓励设计互动性设施，开展种植、养护等以促进社区交流。

（4）生态可持续：优先选用乡土植物与环保材料，注重雨水

收集与低碳营造。

（二）产品赛道——玉山文创产品设计

1. 设计目标：以片区特色文化为灵感，设计兼具实用性、纪念性与市场转化潜力的文创产品。优秀获奖作品将有机会纳入“昆山有礼”体系，实现从设计图到商品的落地转化。

2. 设计要点：

（1）落地可行性：设计需充分考量结构工艺、材质成本及量产可行性。鼓励“设计即产品”的思维，避免过度概念化。

（2）文化叙事性：产品应成为文化的载体（重点强调状元文化），让使用者在体验中感知昆山故事。

（3）重点征集方向

创意地图：可视化表达文化地标、宝藏店铺、美食打卡点等，兼具导览与收藏价值。

地标系列：如冰箱贴、徽章等。提取侯北人美术馆、俞楚白宅、亭林园等建筑符号，或千年银杏、琼花、并蒂莲、昆石等自然元素进行系列化设计。

美食配套：结合奥灶面、米糕、桂花糕等饮食文化，设计特色模具、餐具或包装，让美食成为可带走的“昆山味道”。

四、总体要求

（一）作品创作过程中不得出现知识产权侵权行为，包括但不

限于商标、原始创意、设计素材、字体、音乐等。

（二）成果规范

1. “昆小微”口袋公园设计

版式规格：A1 图纸（594mm×841mm），竖向排版，共 2 张。

文件格式：JPG 格式，RGB 色彩模式，分辨率 300dpi。

文件大小：单张不超过 30M。

内容要求：包括但不限于设计理念、总平面图、竖向设计、种植设计、效果图、节点详图及必要的设计说明。

2. 文创产品设计

版式规格：A3 图纸，数量不限。

文件格式：JPG 格式，RGB 色彩模式，分辨率不低于 150dpi。

文件大小：单张不超过 10M。

内容要求：包括但不限于设计效果图、三视图、尺寸说明、材质工艺说明、使用场景图及设计理念阐述等。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

获奖作品及主创设计师将有机会参与昆山玉山片区城市更新相关工作；获奖作品将优先获得市场化成果转化机会。所有参赛作品均有机会参与主承办单位组织的展览展示、宣传推广等活动。

六、片区部分元素可结合考虑

（一）片区口袋公园已有“昆小薇”IP形象（如下图）。



（二）昆山三宝：琼花、并蒂莲、昆石。

（三）状元文化。

（四）顾炎武学术思想。

七、参考资料

（一）以下链接可了解“昆小薇”设计理念

https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzU2NDAzNTU4NQ==&mid=2247523057&idx=2&sn=1293529906a4c2783bd682f9e8691a8e&chksm=fc53f39fcb247a89abd6875deedcc7a82bbf393d0736f990c94cd27d05d6360ee817b7b5bf69&scene=27

<http://www.ks.gov.cn/kss/bmdt/202401/4af62c44ce5b46e49d4c2df93c01f948.shtml>

一园一景 转角遇美 | 昆山市人民政府

<http://www.ks.gov.cn/kss/bmdt/202401/4af62c44ce5b46e49d4c2df93c01f948.shtml>

（二）玉山历史文化片区宣传手册

百度网盘下载链接：https://pan.baidu.com/share/init?surl=Zfx3tq_mcem7MYATyeamYg&pwd=7jsp

提取码：7jsp

定向主题十一：追光筑梦·光润生活——让钙钛矿重构能源应用新场景设计征集

一、创作主题

追光筑梦·光润生活——让钙钛矿重构能源应用新场景

二、征集主旨及内容

本赛道以“追光筑梦·光润生活，让钙钛矿重构能源应用新场景”为核心主张，融合建筑光伏一体化与消费端新能源应用两大方向，鼓励设计师团队突破传统设计范式，立足钙钛矿材料核心特性，要么打造高效发电、绿色宜居的新能源建筑，要么研发便捷实用、科技美观的消费电子/新能源汽车光伏产品，实现光伏与应用场景深度融合，推动建筑从“能源消耗者”向“能源生产者”转型，让新能源技术走进日常生产生活，探索低碳未来多元形态。

三、创作方向

（一）追光主义——新能源钙钛矿建筑设计

打破传统建筑追求“空间利用”最大化模式，以“最大化利用太阳能发电”为首要目标，兼顾居住和使用舒适性、空间合理性、生态可持续性，完成新型新能源建筑全案设计。

1. 设计要求

（1）参赛作品须体现“追光”设计哲学理念，以太阳能最大化发电为指标，避免仅做光伏附加装饰。实现光伏与建筑深度融合。

(2) 明确应用钙钛矿光伏、钙钛矿 BIPV、钙钛矿幕墙材料中至少一种。

(3) 以太阳高度角、方位角、日照时长为设计依据，优化建筑朝向、外立面、屋面、开窗与遮阳系统。需达成以下具体量化目标：

能源消纳目标：合理利用 V2G、储蓄能等柔性调节技术，实现建筑光伏电力本地消纳率 $\geq 90\%$ 。

储能适配目标：配套储能系统容量需满足光伏系统最大出力的 $10\% \sim 20\%$ ，储能时长不低于 4 小时，确保光伏电力稳定供应，应对阴天、夜间等无光照时段供电需求，提升建筑能源自给自足能力，降低对公共电网的依赖度。

光伏覆盖率目标：新建公共机构建筑、新建厂房屋顶光伏覆盖率 $\geq 50\%$ ，住宅及社区建筑屋顶光伏覆盖率 $\geq 60\%$ ，立面光伏覆盖率根据建筑类型合理设计。

经济效益目标：集成技术的增量成本的回收期宜控制在 6 年内，最多不超过 8 年。

(4) 深度融合钙钛矿光伏建材，实现发电性能与建筑美学统一，集成低碳技术降低建筑能耗。需达成以下具体量化目标：

2. 单体建筑

(1) 新建建筑节能降碳目标：建筑整体节能率提升 $\geq 20\%$ ，相

较于《建筑节能与可再生能源利用通用规范》（GB 55015-2021）节能建筑，单位建筑面积年碳排放降低应满足下表要求：

气候区	严寒地区	寒冷地区	其它地区
降碳率	≥ 55%	≥ 50%	≥ 45%

（2）工厂或园区既有建筑改造节能降碳目标：相较于改造前建筑，建筑整体节能率提升≥20%，单位建筑面积年碳排放降低≥40%。

（3）新建工厂或园区节能降碳目标（不含工艺生产能耗）：园区整体节能率提升≥20%，相较于《建筑节能与可再生能源利用通用规范》（GB 55015-2021）节能建筑，园区年碳排放降低≥40%。

（4）新建工厂或园区节能降碳目标（不含工艺生产能耗）：相较于改造前，园区整体节能率提升≥20%，园区年碳排放降低≥40%。

（5）建筑类型可为住宅、社区、工厂、园区等，方案适配国内常规环境及高原、沙漠、非洲、海岛等全球典型气候带，兼顾耐候性、安全性与发电效率。极端天气应对目标要求为通过合理能源系统设计实现建筑或建筑群核心负荷应急供电保障≥72小时。

（6）提交内容：设计说明、建筑效果图/施工图、日照模拟/发电分析图、光伏选型/发电量/节能/运维技术文档。

（二）光润生活——钙钛矿新能源消费电子/汽车应用设计

以提升产品续航、优化使用体验、实现绿色供电为首要目标，兼顾实用性、创新性与市场适配性，完成钙钛矿消费电子/新能源汽车应用全案设计。设计要求如下：

1. 充分发挥钙钛矿高效发电、轻薄可弯折、室内弱光发电优势，与产品/车身设计深度融合，不影响正常功能，提升科技感与辨识度。

2. 应用范围：手机、电脑、智能穿戴、充电宝等消费电子产品；新能源汽车车身、车窗、车内供电配件等 CIPV 应用。

3. 优化供电便捷性，解决续航痛点，兼顾市场适配性与用户体验。

4. 提交内容：设计说明、产品/汽车效果图、结构/发电原理示意图、材料选型/发电续航/适配运维技术文档。

四、总体要求

（一）参赛作品紧扣赛道理念，体现钙钛矿材料核心价值，以高效发电、场景融合为核心目标。

（二）自主选择建筑设计或消费电子/汽车应用设计其中一个方向完成创作，不强制兼报。

（三）参赛团队提交完整设计方案，文件格式、大小、内容符合通用要求。

(四) 作品须原创，遵守相关法律法规与设计规范。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

六、参考资料

(一) 钙钛矿产品介绍请点击下载

链接：https://pan.baidu.com/share/init?surl=-Ny3JrVo7D0N_9TOpDg-vQ&pwd=j18g

提取码：j18g

(二) 官方平台

微信公众号（GCL - Pvsk）

定向主题十二：百年匠心·巧艺新生设计征集

一、创作主题

百年匠心·巧艺新生

二、征集主旨及内容

朵娜贝拉深耕高端巧克力领域，秉持“比利时匠心+中国智造”的融合理念，在中国总部与比利时欧洲总部，构建“南美种植园+欧洲工艺+中国智造”全产业链体系。

本赛道紧扣华灿奖创新融合导向，以传承比利时石磨工艺、聚焦巧克力创意设计为核心，助力品牌升级与青年设计力量成长，打造兼具国际质感、文化内涵与市场竞争力的高端巧克力品牌形象，推动巧克力产业创意化、国际化发展。围绕朵娜贝拉核心巧克力品类，分两大模块征集，兼顾创意性、落地性、文化性。

三、创作方向

（一）品牌视觉设计（VI 全体系）

需深度结合比利时工艺底蕴，提炼清晰品牌核心主张，梳理品牌发展脉络与匠心故事，确保品牌形象统一、高辨识度，契合主题。聚焦高端、匠心核心调性，设计一套完整朵娜贝拉品牌标准视觉系统，覆盖以下核心要素：

1. Logo 设计 & 品牌 Slogan

简约时尚、高识别度，适配包装、社交平台、文创等全场景，

附完整应用规范。

2. 品牌色系统

品牌色设计（贴合高端质感），明确主色、辅助色和应用规范；

3. 品牌字体

设计专属品牌字体，适配品牌名称、宣传语等全场景应用；

4. 核心宣传海报

设计 3—5 套统一风格模板，覆盖品牌形象、产品卖点、节庆氛围三大主题。

5. 标准门店空间设计

规划 1 套 100—200 m²标准门店方案，包含门头、陈列布局、灯光、软装等；

功能区：产品陈列区、礼盒定制区、品牌文化展示区、休闲品鉴区；

贴合高端调性与比利时元素，兼顾文化展示、产品陈列、沉浸式消费体验。

6. 品牌 IP 形象设计，延展周边开发

打造 1 个核心品牌 IP 形象，结合巧克力特质与比利时工艺底蕴，设定温润、匠心的人物性格。

基础内容：三视图、表情包、IP 文创周边产品应用、全场景延展方案。

节庆延展：情人节——浪漫造型，含牵手、捧花、爱心等元素；
圣诞节——圣诞帽、麋鹿、礼盒等元素，搭配红/绿/金节日配色。

（二）产品开发与包装设计

1. 核心产品

法国进口坚果巧克力豆

2. 核心卖点

星级法国大师打造，2026 年世界美味奖 3 星认证；法国空运纯可可脂，低温发酵工艺，不甜、不腻、不齁，突出可可甘香；6 种口味，满足多元味蕾；厄瓜多尔一级可可豆与瑞士优质奶源，IGP 认证皮埃蒙特整颗榛子/巴旦木，坚果含量 $\geq 45\%$ ，酥脆饱满；4 大 0 添加：0 人工香精、0 防腐剂、0 人工色素、0 反式脂肪酸；富含膳食纤维、VB、VE、钙、锌。

3. 目标人群：20-30 岁 Z 世代/千禧一代，学生 + 职场白领，女性为主（约 70%）。

4. 礼盒包装设计

围绕节庆、商务、日常三大场景，设计高端礼盒 + 手提袋 + 外箱，兼顾颜值、质感、实用性，适配线下陈列与线上传播。

四、总体要求

（一）品牌视觉设计

提交高精度文件（JPG/PNG/AI）和 PDF 设计说明（创意来

源、色彩规范、应用场景），附 300 字创意说明。

（二）IP 形象设计

提交 2D 三视图和 3D 模型文件（OBJ/FBX/STL，带贴图），附 IP 人设、尺寸、材质、工艺、理念说明。

（三）门店空间设计

提交 PDF 设计图册，包含 3D 渲染效果图、CAD 平面图、材料说明。

（四）产品包装/文创/推广方案

按对应模块提交完整设计稿、效果图、方案文档，确保清晰可落地。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金，奖品为朵娜贝拉 DORABELLA 松露巧克力一罐（价值 100 元）

六、参考资料

（一）百度百科：朵娜贝拉

（二）微博：朵娜贝拉

(三) 朵娜贝拉：小红书、抖音、视频号

(四) 官方平台：微信公众号（朵娜贝拉 Dorabella）

定向主题十三：可力星产品设计征集

一、创作主题

可力星产品设计

二、征集主旨及内容

围绕可力星产品 VI 设计、可力星少儿运动馆推广广告方案两大核心内容展开，面向海内外设计师、创意策划师及设计机构发起征集，旨在打造契合可力星少儿运动馆品牌内核的视觉体系与传播方案，强化品牌辨识度，扩大品牌影响力，助力品牌在少儿体适能领域的发展。所有参赛作品需贴合可力星“快乐运动 健康成长”的发展理念，符合少儿运动馆的市场定位与目标客群特征，兼具原创性、实用性与创意性。

三、创作方向

（一）可力星产品 VI 设计

1. 设计核心要求

围绕“可力星”品牌打造完整的 VI 基础系统 + 应用系统设计，视觉风格需兼具童趣性、专业性与辨识度，适配少儿运动馆的品牌场景，同时便于在不同物料、媒介上应用与传播。

2. 具体设计内容

（1）基础系统

品牌 Logo：包含可力星中文、英文/拼音标准标识，需设计图

形 Logo、文字 Logo 及图文组合 Logo 三种形式，兼顾单色、多色版本，符合少儿审美且易记、易识别。

标准字：定制可力星品牌专属中、英文标准字体，明确字体规范、字间距、行间距及使用场景。

标准色：设定品牌主色、辅助色、中性色体系，明确色彩数值（CMYK/RGB/潘通色号），主色需贴合运动活力与少儿童趣，辅助色适配不同场景搭配。

辅助图形：提取品牌核心元素设计系列辅助图形，可融合运动、星星、童趣等意象，适配装饰、背景、物料设计等场景。

组合规范：明确 Logo 与标准字、辅助图形的组合方式、最小使用尺寸、安全距离、禁用形式等核心规范。

（2）应用系统（核心场景）

场馆物料：适配场馆门头、墙面装饰、运动区域标识、导视系统、教练工牌、场馆海报等线下场景。

办公文具：包含名片、信纸、信封、文件夹、便笺纸等基础办公物料。

宣传物料：适配宣传单页、海报、展架、手提袋、文化衫、运动徽章等推广物料。

数字媒体：适配品牌公众号、视频号、抖音等线上平台的头像、封面、背景、表情包等数字场景。

产品周边：结合少儿运动馆特色，设计可力币、闯关卡、运动礼品等专属周边的视觉应用规范。

（二）可力星少儿运动馆推广广告方案

1. 策划核心要求

结合可力星少儿运动馆的市场定位、目标客群（80/90后注重素质教育的家长，3-10岁少儿）、品牌特色（勇士闯关、攀岩、蹦床、跑酷等体适能项目，可力币激励、运动派对等特色服务），打造多维度、可落地、高转化的推广广告方案，兼顾线上传播与线下获客，提升品牌知名度与到店率。

2. 具体策划内容

方案整体框架：包含市场分析、目标客群精准触达策略、广告创意核心、线上线下传播渠道、执行计划、预算预估、效果评估体系等核心模块。

3. 广告创意核心

品牌 Slogan/宣传语：设计 1-3 句贴合品牌理念、易传播的核心宣传语，适配不同推广场景。

创意主题：打造 1 个核心广告创意主题，围绕主题延伸出系列广告内容，包括文案、视觉、视频脚本等。

内容创意：包含线上短视频/图文文案、线下海报/宣传单页文案、活动推广话术等，贴合不同渠道的传播特点。

四、总体要求

（一）原创性。所有参赛作品必须为原创设计/策划，未在国内外公开发表过，不得抄袭、剽窃他人作品或侵犯任何第三方的知识产权、肖像权、名誉权等合法权益，若发生侵权行为，由参赛者自行承担全部责任，主办方有权取消其参赛资格。

（二）完整性。需提交完整的设计/策划方案，包括 300 字以内的说明及必要的演示材料，阐述创作思路、核心亮点、与品牌的契合度等。电子版文件需包含两套，第一套为 JPG、PNG 等常见图像/文档格式，设计类文件精度不低于 300dpi；第二套为 AI、CDR、PSD（设计类）/Word、PPT（策划类）等原始工程/编辑文件。

（三）应用性。鼓励作品具备落地实施的可行性，设计类作品需适配线下场馆、线上媒体、周边物料等多场景使用，策划类作品需符合少儿运动馆的实际运营需求，可直接转化为推广行动。

（四）格式规范

视觉设计类作品：统一为 A3 尺寸，分辨率不低于 300dpi，色彩模式为 RGB/CMYK 双版本（分别适配线上、线下使用）。

广告策划类作品：将方案框架、创意亮点、执行细节、效果预估等内容编排在 A3 尺寸的演示页面中（PPT/图片格式），搭配必要的视觉示意图。

（五）契合性。作品需紧扣可力星少儿运动馆“新式少儿综合

体能”定位，融合“运动+游戏+竞技”的品牌特色，贴合 80/90 后家长的审美偏好与少儿的视觉接受特点，传递“快乐运动、科学成长”的品牌理念。建议列入品牌英文名称：KELYSTAR。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

定向主题十四：梦瓶—数字时代的梦想储存与回望

设计征集

一、创作主题

梦瓶

二、征集主旨及内容

“梦瓶”是打造的数字时代专属梦想情感载体，使用形式类似时间胶囊、漂流瓶、树洞等，是融合精神寓意与数字技术的创新符号。从精神层面，“梦”指代每个人的心愿、理想、成长期许与人生向往，是个体内心最珍贵的情感与目标寄托；“瓶”取“平安”谐音，既是守护梦想的容器，也寓意梦想被妥善珍藏、不受损毁遗忘，安稳跨越时光，顺利抵达未来回望的时刻。从功能与形态层面，

“梦瓶”突破传统实体瓶子的具象限制，以数字形态为核心，可结合实体载体延伸，搭载人工智能、AR/VR、区块链等前沿技术，具备梦想储存、时光沉淀、未来回望、情感共鸣四大核心功能，是连接过去与未来、记录成长轨迹、唤醒情感记忆的数字情感纽带，解决数字时代梦想易被遗忘、难以留存、回望体验单一的痛点，让每一份梦想都能被安全守护、被时光看见。

以“梦瓶”为核心精神与功能载体，紧扣数字时代发展趋势，深度融入人工智能等前沿技术，打破实体形态的物理限制，围绕梦瓶“储存—沉淀—回望—共鸣”的完整情感体验逻辑，打造兼具情

感温度与智能科技感的数字梦想生态。以“平安储存、未来回望”为核心内核，让梦想通过梦瓶实现长久安全记录，在未来时光中唤醒专属情感记忆、清晰见证个人成长轨迹，让每个人的梦想都能被珍视，最终平安抵达回望的那一刻。

三、创作方向

（一）视觉传达与交互设计类

聚焦“梦瓶”的视觉呈现与全流程交互体验设计，兼顾视觉美感与用户交互体验，实现视觉与交互的一体化创意落地，核心创作方向包括：

1. 数字梦瓶 UI/UX 界面设计、品牌视觉系统、H5/小程序宣传页面、AI 生成的梦想回望视觉呈现设计、梦想储存纪念视觉物料等视觉传达内容。

2. 梦想存入与回望的全流程交互流程设计、AI 驱动的梦想内容分析与个性化回望提醒设计、语音/手势/体感等创新交互方式、多终端联动的梦想储存与回望交互设计等交互设计内容。

3. 视觉与交互动联的一体化方案，实现梦瓶视觉符号与交互操作的无缝衔接，强化梦想储存与回望的仪式感、科技感。

（二）产品设计类

聚焦“梦瓶”的实体+数字融合产品研发，打造兼具实用功能、情感价值与数字交互属性的梦瓶产品，核心创作方向包括：

1. 结合数字技术的实体“梦瓶”概念设计，将数字储存功能与实体瓶型载体结合，实现实体与数字的联动。

2. 可穿戴式“梦瓶”设备设计，适配随身场景，实现梦想的随时储存、便捷回望。

3. 桌面型梦想储存数字终端设计，打造居家/办公场景的梦想专属储存设备。

4. 兼具收藏价值与数字交互功能的梦瓶衍生品设计，延伸梦瓶的情感与实用属性。

四、总体要求

（一）内容核心要求

参赛作品需紧扣“数字梦瓶”核心主题，必须包含梦想储存和未来回望两大核心功能模块，精准体现梦瓶“平安守护、平安抵达未来”的设计寓意；作品须具备创新性与优质用户体验，鼓励结合AI、AR/VR、区块链等前沿数字技术，深度挖掘梦瓶的情感价值与智能体验，凸显梦瓶作为数字梦想载体的核心特性。

（二）原创性要求

作品须为原创，未公开发表、未参与其他赛事，不得抄袭、盗用他人创意及成果，若涉及知识产权问题，由参赛者自行承担全部责任。

（三）跨学科创作要求

鼓励设计、计算机、数字媒体、心理学、文创策划等不同专业参赛者组队参赛，充分融合跨学科知识，提升作品的完整性、创新性与落地性。

（四）提交材料及格式要求

所有作品均需提交设计说明文档（300字以内），阐明设计理念、核心功能、技术应用、情感表达及梦瓶“平安抵达”的寓意。

1. 静态视觉作品：A3尺寸，JPG格式，分辨率 $\geq 150\text{dpi}$ ，RGB色彩，系列作品限3张以内（版式横竖保持一致），单文件大小 $\leq 6\text{MB}$ ；需包含核心设计图、细节图、功能展示、应用场景效果图。

2. 动态/交互作品：视频为MP4格式，分辨率 $\geq 1080\text{P}$ （ $1920 * 1080$ ），编码格式H.264，时长 ≤ 5 分钟，配备中文字幕；需同步提交设计稿、交互流程示意图、txt格式作品说明，含创作背景、核心功能演示要点。

3. 建议列入元素：在材料体系的搭建上，打破单一材质的局限，以材质对话为核心逻辑，精选陶瓷、金属、木头、玻璃等多元材料进行创意搭配。

五、奖项设置

本赛道总奖金20000元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

定向主题十五：AI 智能体应用和跨境服务创新设计征集

一、创作主题

AI 智能体应用和跨境服务创新

二、征集主旨

BI 大模型已经跨越了单纯的“参数量”与“对话能力”阶段，全面进入了“行动重于言辞”的 AI Agent（智能体）时代。新一轮 AI 智能体的应用创新，将彻底重构传统软件应用生态。传统 AI 应用只是一个被动回答问题的“超级百科全书”，而新一代的 AI 智能体应用则是具备感知、记忆、规划、工具调用和自主执行能力的“数字员工”。随着人工智能应用和工具的迅速落地，全球范围内正兴起一场以“一人公司/OPC”为核心的创新创业浪潮。通过“人类与 AI 协同”的企业组织新范式，极大赋能“超级个体”融入全球价值链，从“中国供应链能力出海”转向“中国品牌与服务出海”，拓展 OPC 能力边界。

设立“AI 智能体应用和跨境服务创新”定向主题赛道，重点寻找并孵化能够创造 AI 智能体应用，借助 AI 智能体的能力，打破语言、地域、合规与文化的壁垒，重塑跨境商业的效率底座，进一步服务全球市场、赋能中国品牌出海的 AI + OPC 创新团队。

本赛道与北京大学燕缘科创生态、燕缘智道（上海）科技有限公司合作，采用“Synnovator 协创者号”专属 AI 智能体社区平台，

支撑用户与智能体协同参赛。旨在构建一个探索 AI 应用落地、激发 OPC 潜能、促进跨境服务创新的高能级创业孵化平台。

三、创作设计方向及内容

（一）AI 智能体行业应用创新

鼓励参赛者探索和创造 AI 智能体应用创新技术和应用方向，包括：

1. 从单兵作战到多智能体协同：突破单一 Agent 的能力瓶颈，采用类似“主管－研发－测试－运营”的智能体团队（Agent Teams）相互辩论、协作的模式来完成复杂任务。

2. 深度的工具调用与外部挂载：优秀的 Agent 不依赖自身幻觉，而是能精准调用外部 API（搜索、数据库、代码沙箱，甚至操控物理设备）来获取事实并执行动作。

3. 长记忆与个性化演进：为 Agent 赋予基于长期记忆的能力，使其能够随着与用户的交互“自我成长”。

4. 人机交互界面重构：过去是“人去找软件界面”，现在趋势是 Agent 将软件功能主动推送到对话框（如飞书、Discord）。

参赛者可充分使用 AI 智能体研发工具，例如编程工具、开发框架和标准协议，研发的 AI 智能体能够部署在主流运行环境（如 OpenClaw），便于测评。

征集 AI 智能体行业应用，要求智能体产品满足“能交互、可

复现”的产品价值。围绕人工智能技术与各行业需求的深度融合方向，创造出具有创新性和落地潜力的 AI 智能体应用产品。

（二）AI 智能体跨境服务创新

本赛道鼓励参赛者针对以下真实的跨境痛点创造出能直接投入全球服务价值链的 AI 智能体应用和创新服务 workflows：

1. 跨境数据与 IT 服务（Cross - Border Data & IT），具体包括多语种/多模态数据清洗与加工、全球商机与竞品动态挖掘、多语种独立站/官网的 AI 快速建站与自动化运维。

2. 跨境电商与供应链（E - commerce & Supply Chain），具体包括智能选品与趋势预测、全球供应链协同与动态调度、跨境物流履约的 AI 路由规划与异常处理。

3. 跨境文化与营销服务（Culture & Marketing），具体包括面向不同文化背景的社媒内容生成与自动分发、24/7 多语种 AI 虚拟主播/社媒直播、精准的全球自然流量挖掘与用户体验（UX）本地化适配。

4. 跨境合规与商务运营（Compliance & Biz Ops），具体包括零时差的跨时区销售跟单与多语种客服 Agent、目标国企业设立与合规咨询自动化、跨境支付风控、多国税务筹划与申报辅助。

赛事征集 AI + OPC 服务中国品牌出海场景，要求 AI 能够辅助 OPC 完成“能复现、可交付”的 AI 智能体应用和创新服务 workflows。

参赛者可充分使用 AI 智能体研发工具，例如编程工具、开发框架和标准协议，研发的 AI 智能体能够部署在主流运行环境（如 OpenClaw），便于社区和赛事评委测评。

面向服务全球市场和中国品牌出海的跨境 OPC，围绕跨境服务的全链条，征集 AI 智能体应用和创新服务工作流，包括跨境数据服务、跨境文化服务、跨境电商服务、跨境 IT 服务等，其中具体包括数据采集、商机挖掘、企业合规、供应链管理、跨境物流、独立站建设、客服导购、询盘跟单、社媒直播、流量挖掘、用户体验、跨境支付、税务筹划等。

四、创作总体要求

赛道将提供“Synnovator 协创者号”专属 AI 智能体社区平台，帮助参赛者组队。社区平台中包含算力和 AI 研发工具，作为参赛辅助，参赛者也可以自由使用熟悉的研发工具。成果提交中需包含产品宣传海报图、产品交互演示视频以及供评审交互体验产品网址链接，本赛道指定采用“Synnovator 协创者号”专属 AI 智能体平台中的项目展示网站。

根据参赛者年龄情况和产品成熟度，通过社区内“青年培育系列活动”和“OPC 加速系列活动”进行产品迭代升级，并积极获得社区评测和反馈。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

六、参考资料

参赛项目可通过“Synnovator 协创者号”专属 AI 智能体社区获得，具体参见官方微信公众号“协创者号”。

（一）“智能体云服务器”“大模型 Token 奖励”大礼包。

（二）合作城市落地扶持，部分城市可提供免租工位、免租公寓等。

（三）顶级名校科创资源长期创业指导与扶持。

（四）直通 AI 相关顶尖企业实习/就业机会。

（五）获得合作青年创业基金天使投资机会等。

定向主题十六：传承伟人精神·赋能文化新篇——孙中山纪念地文创设计赛道征集

一、创作主题

传承伟人精神·赋能文化新篇

二、征集主旨

本赛道以“传承伟人精神·赋能文化新篇”为核心理念，锚定文物活化、文化传播、非遗传承与文创设计的融合创新方向。大赛旨在以文创设计为纽带，推动全国孙中山纪念地的合作交流，促进孙中山精神的时代化、大众化传播，并特别鼓励对相关传统文化、非遗技艺进行创造性转化、创新性发展。参赛作品需深入挖掘各孙中山纪念地的文化内涵、建筑特色与精神符号，打造兼具文化底蕴、时代审美与市场潜力的文创作品，赋能文化产业新发展。

三、创作方向及内容

本赛道鼓励参赛者围绕全国各孙中山纪念地的文化特色进行创意设计，作品须具备鲜明的主题性和创新性。参赛内容与作品方向包括以下两类：

（一）创意设计赛道

征集具有创新性、前瞻性的文创设计方案（非成型实物）。鼓励大胆突破传统，重点考察设计理念、文化表达与创意价值。设计

方案需围绕孙中山纪念地主题及其关联的文化元素展开，具备突出的创意亮点，并拥有转化为实物产品或落地应用的可行性。

（二）实物产品赛道（重点）

征集围绕孙中山主题设计相关实物文创作品。作品类别可包括旅游纪念品、创意生活用品、益智玩具、节庆礼物、非遗创新产品等。作品需聚焦孙中山纪念地主题特色，鼓励运用或创新传统工艺，同时作品应具备实用性、趣味性与市场开发潜力。

四、总体要求

（一）参赛要求

主题契合与原创性：作品必须紧扣孙中山纪念地及其相关文化主题，并为原创设计，未侵犯任何第三方知识产权。

设计完成度与规范性：设计方案或实物产品应构思完整、表达清晰，具备一定的专业水准和审美价值。

（二）提交材料及格式要求

1. 创意设计赛道提交材料

作品效果图（JPG/PNG，分辨率不低于 300DPI）：不少于 3 张整体与细节展示图，含主视觉、应用场景、结构示意。

设计说明 PDF：包含作品名称、创意来源、文化元素解读、设计理念、应用场景、落地可行性等相关说明。

2. 实物产品赛道提交材料

实物高清展示图（JPG/PNG，分辨率不低于 300DPI）：不少于 5 张，包含整体、细节、多角度、使用场景、包装效果。

设计说明 PDF：阐述文化内涵、创意亮点、实用性、市场潜力、创新工艺，注明作品名称、尺寸、材质、工艺。

鼓励提交包装设计、产品组合、系列化方案，提升竞争力。

3. 统一命名与排版要求

文件命名：姓名+作品名称+赛道类别

PDF 页面统一为 A4 尺寸，图文清晰、排版整洁，无额外背景、水印与无关装饰。

作品中不得出现作者姓名、学校、单位等可识别信息，否则视为无效。

4. 原创与版权要求

作品必须为原创且未发表，不侵犯第三方知识产权。

五、奖项设置

本赛道总奖金 20000 元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖 10 名，奖金 800 元

二等奖 40 名，奖金 300 元

三等奖 80 名，无奖金

六、补充说明

为创意设计赛道获奖者提供行业专家设计深化指导及供应链资源对接，助推设计落地。为获奖者提供线下展览曝光、商业渠道链接。优秀作品将有机会获得华灿工场、广州中山纪念堂、国相文化等平台在 IP 转化、市场对接方面的进一步支持。