

附件 2:

第十届两岸新锐设计竞赛·华灿奖定向主题征集

定向主题一：AIGC 创新创业设计

一、赛道主旨

在这个快速发展的时代，生成式人工智能（AIGC）工具正在改变创意产业的面貌，提供了新的思路与可能性。为推动创新创业精神，激发学术与实践的结合，挖掘跨学科合作的潜力，举办“AIGC 创新创业设计”定向主题赛道的比赛，本赛道以“未来世界”为主题，鼓励参与者围绕未来社会的技术进步、生活方式、生态环境等方面展开创意设计。不同学科和专业的参赛者应充分利用 AIGC 工具，创造出富有创意和实用价值的作品。无论是通过 AIGC 生成的文本内容、设计图像还是视频材料，参赛团队可以借助这些智能工具，提升作品的表现力与影响力，将创意与技术相结合，实现真正的创新。

二、征集内容

（一）未来智能城市

在快速城市化进程中，智能城市的建设面临着交通、能

源管理、环境保护等多重挑战。请围绕“未来智能城市”主题，探索如何利用人工智能、物联网、大数据等技术手段，提升城市的智能化与可持续性。参赛者可以跨越环境设计、城市规划、环境科学、计算机科学、社会学等不同专业，提出创新的解决方案，以应对未来城市发展中的实际问题。

例如：未来交通解决方案、智能垃圾分类方案、未来建筑、智能城市家具、城市交通标识、智能农业、未来城市导向系统等。

请提交设计内容及说明，详细描述项目的目标、市场分析、实施方案以及预期的社会和经济效益，包含但不限于文字描述、设计图展示、宣传视频。

（二）未来工作与生活的融合

随着科技的进步和社会结构的变化，未来的工作与生活将呈现更加紧密的融合。请围绕“未来工作与生活的融合”开展讨论，思考如何利用新兴技术优化工作环境、提升生活质量。鼓励参赛者跨越产品设计、人力资源管理、市场营销、心理学、科技等领域，提出创新的产品、服务或解决方案，改善人们的工作与生活状况。

例如：虚拟工作空间、智能家居、未来服装、可穿戴设备、生活助手机器人等。

请提交设计内容及说明，阐明产品或服务的创新点、目

标用户、市场需求及实施路径，并评估及潜在影响，包含但不限于文字描述、设计图展示、宣传视频。

（三）可持续生态设计

在全球气候变化的背景下，生态可持续性已成为当今社会亟待解决的重要议题。请围绕“可持续生态设计”主题，探索如何在产品开发设计、材料选择和服务提供中融入生态友好的理念与技术。鼓励来自设计、环境科学、材料科学、化学工程、经济和社会学等不同专业的团队合作，寻求创新的设计方案，以实现资源的高效利用与环境保护的双重目标。

例如：可生物降解的 3D 打印材料、环保建筑材料、农业生态管理、低能耗可持续家居设计、城市绿化等。

请提交设计内容及说明，包括可持续生态设计的核心理念、市场分析、实施策略以及对环境和社会的潜在贡献，包含但不限于文字描述、设计图展示、宣传视频。

三、参赛要求

（一）参赛作品必须展示 AIGC 工具的具体应用，内容应包括但不限于：

1. 文字类应用：利用 AIGC 撰写市场分析、商业计划或项目背景报告。

2. 绘图类应用：使用 AIGC 绘制产品设计草图、视觉营

销材料等，直观展示项目构思。

3. 视频类应用：制作宣传视频，利用 AIGC 工具生成的内容传达项目理念与价值。

（二）AIGC 工具推荐使用 Artmate 【artmate.com.cn】。参赛团队需提交用户手册或操作记录，详细说明在每个阶段如何使用该工具。

（三）每个参赛作品须提交一份商业计划书（PPT 格式或 PDF 格式），包含但不限于文字说明、设计图、效果图、宣传视频，总格式大小不超过 50M。

四、奖项设置

本赛道总奖金 2 万元人民币，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 项，奖金 800 元/项；

二等奖：30 项，奖金 400 元/项；

三等奖：50 项，无奖金。

定向主题二：茶韵稻香，食美惟扬

一、赛道主旨

扬州自古为鱼米之乡，水土丰饶，自然条件得天独厚，历史文化源远流长，拥有 2500 多年的建城史，是全国首批 24 座历史文化名城之一。为擦亮“世界美食之都”“世界运河之都”“东亚文化之都”等城市名片，突出扬州早茶、扬州炒饭、非遗传承等城市元素，全面提升扬州农业品牌影响力，推动农业产业升级，助力乡村振兴，现设立“茶韵稻香，食美惟扬”主题赛道，面向全国征集扬州茶叶、扬州大米品牌宣传推广创意方案，打造兼具市场竞争力与文化内涵的品牌形象，助力农业现代化与地域经济高质量发展。

二、征集内容

（一）扬州茶叶宣传推广系列产品（包括但不限于以下类别）

扬州绿杨春茶广告语：以海报的形式，在海报中体现出 20 字以内广告语。凝练茶史精髓，需呈现“三度空间”——历史厚度（唐宋茶源）、感官温度（汤色翠绿、兰香馥郁）、情感浓度（城市记忆），用故事化语言传递情怀，语言简洁易懂、朗朗上口。

扬州红茶名称：5字以内，体现扬州红茶“色泽乌润、汤色红艳、花香馥郁、滋味甜醇”特点，契合扬州文化特色，强化地域辨识度。

“绿杨春”茶字体：设计“绿杨春”三字中文字体，需融合扬州茶文化内涵并具备现代审美价值。包括标准字体设计、全称中文字体定位等，适用于品牌标识、包装设计、宣传物料等多应用场景。

产品包装：结合茶文化和扬州本地特色，以扬州茶叶为灵感，融合扬州特色和现代审美，包装注重体现扬州茶品牌特色，传递品质价值，展示茶文化内涵。包括但不限于大件商品运输包装、产品外包装、礼盒包装、包装袋、专属罐型和盒形、手提袋、包装贴纸等。包装设计应充分理解品牌内涵，在小巧思的运用上，凸显品牌定位和差异，让设计充满品牌生命力，设计作品可根据应用场景进行分类。

吉祥物：围绕扬州茶叶特点，结合扬州历史文化，将扬州茶文化与扬州著名景观结合，设计扬州茶品牌IP形象，设计应简洁明了，易于记忆和理解，准确表达品牌特点，契合扬州城市形象。包括吉祥物的造型、基本动态造型、动作延展等。设计IP在形态的基础上还要考虑其性格设定以及其应用延展体系。

文创宣传：以扬州茶叶为主题开展文创产品设计，设计

新颖，注重功能性与美学的结合，体现茶文化与现代生活的融合，具有市场潜力，包括茶具、书签、明信片、装饰画等。鼓励与非遗传承人、大国工匠、知名品牌等开展跨界联名。

（二）扬州大米宣传推广系列产品（包括但不限于以下类别）

品牌故事：以“视频+”模式，融合多种媒介、技术与场景，全方位、立体地讲述“扬州大米”的起源、发展历程以及独特之处，突出扬州深厚的历史文化底蕴和独特的风土人情以及扬州大米独特的品质与文化魅力。故事既要贴合历史记载，又要饱含情感，通过讲述扬州大米的发展脉络，让消费者感受到其源远流长的文化，从而引发情感共鸣。

产品包装：包装设计要体现“扬州大米”宣传标识以及“好地方，好大米”的宣传口号，具有良好的视觉效果和辨识度，依据不同产品规格、包装材质以及用户群体的多样化需求，分层次设计“扬州大米”包装。针对伴手礼盒、团购定制、日常消费等不同需求设计3套包装方案（3套为1组）。包装设计要绿色环保、简朴实用、携带方便，需考虑包装造型、实际印刷等因素的可行性，及制作成本、价格定位等经济因素。

吉祥物：主要用于扬州市各类节庆活动、旅游景点以及省级、国家级展销活动的现场宣传展示。吉祥物设计需要充

分体现扬州大米的地域特色与产品特性，在造型上力求新颖独特，其整体形象简洁直观，便于识别与记忆，无论是平面宣传，还是立体展示，都能精准传达品牌信息。此外，该吉祥物要便于衍生制作成玩偶、钥匙扣、徽章等各类周边产品。

文创宣传：用于高速路段、地铁口、公交车、大型商超、展销活动现场等高流量场所投放，以提升“扬州大米”的品牌知名度。海报围绕扬州大米优良品质、独特产地环境、悠久种植历史等特色，确定清晰的宣传主题，确保观众一眼就能识别宣传对象。海报要文字简洁明了，借助独特的创意和设计，能瞬间吸引观众目光，实现品牌信息的有效传播。

三、参赛要求

1. 红茶名称等提供 300 字创意说明。

2. 广告语、字体设计、产品包装、文创产品、吉祥物、宣传海报设计方案提交彩色平面图及效果图（A4），附有设计理念、设计说明、设计尺寸、色值、字体等必要说明。每组应征包装设计图案电子版应包含两套：第一套为 jpg 格式，设计精度应在 300dpi 以上；第二套为 ai 格式、cdr 格式或 psd 格式等原始工程文件。

3. 品牌故事以视频形式，时长 3 分钟以上，视频为 MP4 格式（1080P），脚本需贴合主题，以 pdf 格式提供。应附有 300 字以内阐述作品的文字说明。

四、奖项设置

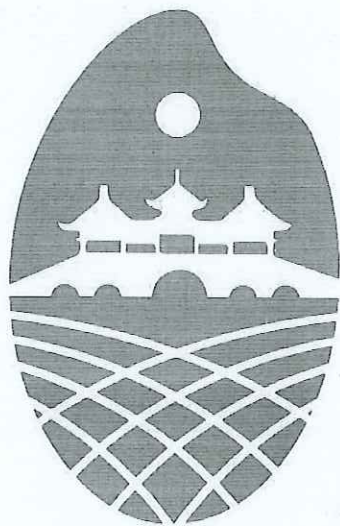
本赛道总奖金 2 万元人民币，设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体如下：

一等奖：10 项，奖金 800 元/项；

二等奖：30 项，奖金 400 元/项；

三等奖：50 项，无奖金。

五、“扬州大米”宣传标识



定向主题三：华灿运河

一、赛事背景

“华灿运河·智创未来”定向主题立足大运河千年文化底蕴，深度融合国家“AI 赋能艺术设计”“文旅融合”“产教融合”等政策导向，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，推动设计创新与社会需求的深度结合。

响应《“十四五”文化和旅游发展规划》中“推动科技赋能文旅产业”及《关于深化现代职业教育体系建设的意见》中“强化产教融合、校企合作”的政策要求，联动运河沿线城市高校、科技企业、文旅机构及设计院所，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，为两岸青年设计师打造兼具社会价值与产业价值的创新平台。

二、赛事主题

“华灿运河”定向主题赛道以“智创运河 AI 赋能艺术设计与文旅产教共生计划”为主题，以人工智能技术为创新引擎，推动大运河文化遗产的创造性转化与创新性发展。通

过设计实践响应“AI+艺术设计”的技术融合趋势，探索文旅产业与教育体系的协同路径，聚焦运河沿线区域在文化传承、旅游开发、产业升级中的实际需求，鼓励参赛者运用AI技术、数字媒体、智能交互等手段，创作兼具文化内涵、商业价值与教育意义的设计作品，助力构建“科技赋能、文旅融合、产教协同”的可持续发展模式。

三、征集内容

（一）文旅创意及产品设计方向

大运河沿线文化旅游产品设计：包含具有地域文化特色的旅游纪念品、手工艺品、文创商品等。

文旅体验项目设计：如运河主题的沉浸式体验装置、文化旅游线路规划、互动导览系统等。

文旅品牌与传播设计：包括运河文化相关的旅游品牌视觉形象设计、宣传海报、文旅推广短视频等。

文化遗产活化设计：针对大运河沿线历史建筑、传统村落、民俗文化等的保护性开发设计方案。

紧密围绕大运河文化内涵，深入挖掘运河沿线的历史、民俗、建筑等文化元素，确保设计作品具有文化传承与创新性。

充分结合联合国可持续发展目标（SDGs），在设计方案中体现生态保护、文化可持续发展、社区经济发展等理念，

并详细阐明可持续性设计思路。

注重设计的实用性与体验性，文旅产品需符合市场需求，文旅体验项目需具备可操作性和游客吸引力，文化遗产活化设计需兼顾保护与开发的平衡。

（二）环境艺术方向

设计范围：符合可持续发展理念的社会服务、城市空间、展览展示、公共艺术等。

设计要求：要求设计方案符合联合国可持续发展目标SDGs，并在设计说明中阐明。

（三）视觉媒体方向

设计范围：海报，影视广告设计，动画设计，微电影/短视频，纪录片等。

设计要求：要求设计方案符合联合国可持续发展目标SDGs，且阐明可持续性设计理念。原创设计、风格鲜明、结构完整、符合行业规范和技术标准。

（四）交互设计方向

设计范围：交互网页设计，HTML5 设计，App 设计，交互程序设计，互动装置等。

设计要求：要求设计方案符合联合国可持续发展目标SDGs，界面编排合理美观有个性、互动操作流畅、所有网页页面链接都必须与主题相关、不含任何恶意代码，不能在作

品中超链接到除参赛文件以外的网页和其他资源。

(五) 品牌设计方向

可通过响应联合国可持续性发展目标，结合当地文化产业的特色，或特定社会性主题，建立有社会责任和社会感召力的品牌与视觉形象设计，包括主张，观念等体现可持续发展目标等企业管理内容，例如：视觉宣传/动画/动态海报/平面设计。

设计要求：可选一个或多个联合国可持续发展目标，结合当地产业特色，创建绿色健康，富有社会责任感的品牌形象设计。要求逻辑清晰，并包含相应设计说明。

四、作品要求

1. 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，系列作品限 3 张以内（含 3 张，请保持设计版式横竖一致）。

2. 动态类以视频 MP4 格式参赛，参赛者须提供时长不超过 15 分钟的短片，分辨率不低于 1080P（1920*1080），编码格式：H.264，配备中文字幕。配以 txt 格式的中文文档辅以说明，剧本需同时提交，包括创作背景、脚本、主题、分镜等。

3. 产品设计类：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；作品限 3 张以内（含 3 张，请保持设计版式横竖一致）

4. 环境艺术类：提供 JPG 文件，精度应不小于 150dpi，作品包括设计说明（项目基本信息描述、调研分析描述、作品主题解读、设计展开逻辑及特点解读、创作说明等内容）；草图方案，主要的平、立、剖面图和彩色效果图；JPG 文件最多不得超过 10 页。

5. A2（竖版）设计说明海报：将作品的内涵用一张海报表达，如作品获奖，海报将用于该作品的宣传展览。海报不允许出现作者姓名、学校名称。要求统一使用该作品对应可持续性发展目标的中英文 Logo。

6. 宣讲视频（非必选项）：可作为评审附加分，表达作品寓意、团队合作和创作故事。视频不超过 3 分钟，格式为 MP4，高清。

五、奖项设置

本赛道总奖金 5 万元人民币，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：50 项，奖金 1000 元/项；

二等奖：除一等奖外按总赛现场比例前 35%，无奖金；

三等奖：除一、二等奖外按总赛现场比例前 50%，无奖

金。

获奖作品将有机会参加主办方组织的展览及获得市场转化机会。

定向主题四：乡村振兴刘姐菜篮子里的美好生活

一、赛道主旨

“菜篮子”不仅承载着百姓一日三餐的生活烟火气，更是乡村振兴战略实施、现代农业转型升级以及食品安全体系建设的重要载体和生动体现。南京盛庄农业集团有限公司作为国家级高新技术企业、省级农业龙头企业，始终致力于推动农业高质量发展。2019年，积极响应民革中央帮扶贵州省纳雍县脱贫攻坚的号召，带领企业帮助贵州纳雍县硃口村66户贫困户脱贫，被民革中央授予民革助力脱贫攻坚先进个人、先进集体的荣誉称号。旗下品牌“刘姐菜篮子”聚焦农业数字化全产业链建设，菜场以“帮农、助农、惠市民”为核心理念，通过整合产业链上下游资源，减少中间环节，实现从田头到碗头的高效贯通，打造江苏省内具有代表性的数字化菜场与菜篮子品牌。

为深入挖掘新时代“菜篮子工程”的文化内涵与社会价值，展现农业现代化成果，“刘姐菜篮子”面向两岸青年设计师发起“刘姐菜篮子里的美好生活”主题征集活动。活动依托三农文化背景，鼓励通过艺术设计与创意表达，呈现农产品从种植、流通到消费的全过程故事，展现智慧农业、绿

色生态、品牌创新等多维度的发展成就。共同描绘“菜篮子里的美好生活”，为推进农业现代化、助力乡村振兴注入新的活力与创意。

二、征集内容

（一）视觉 IP 设计

围绕“刘姐菜篮子里的美好生活”主题，本次 IP 设计以“人情味、亲和力、品牌辨识度”为核心出发点，旨在通过视觉形象与创意延展，打造具有温度与记忆点的品牌 IP 体系。

1. IP 人物形象设计

以“刘姐”这一真实人物为原型，结合其帮农助农、贴近市民生活的品牌形象，塑造一个亲切、勤劳、富有社会责任感的 IP 人物形象。设计风格应兼具现实感与卡通化表达，使其既能传递品牌理念，又具备广泛的传播力与延展性，适用于线上线下多种场景应用包装设计。

2. 礼盒包装设计

以“绿色、健康、可信赖”为设计关键词，结合农产品的自然属性与品牌调性，打造环保、实用且富有情感共鸣的农副产品包装系统。进行品牌 LOGO、包装系统、IP 形象设计。设计中可融入刘姐 IP 形象、地方特色农产品元素以及数字化农业概念，提升产品附加值与品牌认同感。主要围绕以下产品包装进行设计：

(1) “刘姐远方好物” 一年三节的礼品盒/袋（纸盒、布袋）

(2) 特色单品包装设计（如：盐水鸭、高山茶）

(3) 生态禽蛋包装设计（如：散养鸡鸭鹅、鸡蛋等）

3. 文创产品设计

面向居民日常所需，开发一系列以“刘姐菜篮子”为主题的文创周边与便民生活用品，如设计环保型菜篮子、购物袋、保鲜盒、厨房收纳用品、文化衫、雨伞、居家摆件、挂件、冰箱贴等实用生活用品，设计注重实用性与趣味性结合，强化品牌在消费者日常生活中的存在感与好感度。

4. 短视频/微电影

通过镜头语言讲述“刘姐菜篮子”背后的温情故事，如农户与消费者的互动、农产品的成长旅程、社区里的暖心服务等。作品应注重情节感染力与画面表现力，倡导真实、朴素、贴近生活的叙事风格，强化品牌人文关怀与社会责任感，激发观众共鸣与传播意愿。

5. 品牌 IP 视觉系统

构建统一、协调、具有辨识度的刘姐菜篮子品牌 IP 视觉识别系统，涵盖主视觉形象、辅助图形、标准色系、应用场景延展（如办公用品、导视系统、宣传物料、门店门头等）。通过系统的视觉规范，确保 IP 形象在不同媒介和场景中保持

高度一致性，助力“刘姐菜篮子”形成鲜明的品牌记忆点与视觉资产积累。

（二）产品创意

1. 农业科普互动装置

设计聚焦青少年及家庭用户群体，结合现代农业知识与科技互动手段，打造集趣味性、教育性与体验性于一体的农业科普互动装置。例如可开发 AR 农副产品识别卡、农作物生长模拟沙盘、智能语音讲解展台等。通过沉浸式交互体验，让公众在轻松氛围中了解农业知识、增强食品安全意识，推动农旅融合与校园食育教育发展。

2. 刘姐菜篮子空间设计

以“便民、绿色、智慧”为空间设计关键词，围绕“刘姐菜篮子”店中店（自营门店）店面色彩形象识别升级和流动产品展台展开创意设计。注重功能分区合理化、动线流畅化、视觉形象统一化，营造温馨、整洁、高效的购物环境。鼓励融入本地文化元素、数字化展示系统（如电子价签、自助结算）、绿色可持续材料，打造具有品牌辨识度和居民归属感的新一代菜篮子空间场景。

3. 盛庄开心农场空间设计

围绕“农耕体验+亲子互动+生态教育”主题，打造适合家庭亲子共同参与的花园式农场。为农场设计一个具有特色

的农场门头，以及农场统一 VI 设计。空间风格应自然清新、安全环保，可加入一些园林元素，融入乡土元素与数字化导览系统，增强农场互动体验传播效果。

（三）数字创新型

在数字化农业快速发展的背景下，“刘姐菜篮子”作为连接田间与餐桌的智慧化菜篮子品牌，正积极探索“互联网+农业”的创新融合路径。本次数字创新型设计围绕用户体验、食品安全与品牌信任度三大核心，倡导以科技赋能传统农业流通体系，打造便捷、透明、智能的数字化服务场景。

“刘姐菜篮子”小程序/APP 界面设计

以“便民、高效、亲民”为设计导向，聚焦用户日常买菜、订菜、溯源、社区互动等高频需求，构建简洁直观、操作流畅的移动端交互界面。设计强调视觉层级清晰、功能布局合理、色彩温暖亲切，突出品牌 IP 形象与地方农产品特色，提升用户粘性与使用体验，助力刘姐菜篮子实现从线下到线上的全渠道融合。

三、参赛要求

1. 原创性：作品必须为原创，不得抄袭或侵犯他人知识产权。
2. 完整性：需提交完整的设计稿、说明文档及必要的演示材料（如视频、原型图、模型照片等）。

3. 应用性：鼓励作品具备落地实施的可能性，贴近城乡居民实际需求。

4. 格式规范

平面类作品：A3 尺寸，JPG/PNG 格式，分辨率不低于 300dpi；

视频类作品：MP4 格式，竖屏或横屏均可，时长控制在 1-3 分钟；

数字类作品：提供界面截图、功能流程图、使用说明等资料。

四、奖项设置

本赛道总奖金 20100 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：

1. 视觉 IP 设计：

一等奖：2 项，奖金 1000 元/项；

二等奖：5 项，奖金 600 元/项；

三等奖：8 项，奖金 400 元/项；

2. 产品创意：

一等奖：2 项，奖金 1000 元/项；

二等奖：5 项，奖金 600 元/项；

三等奖：8 项，奖金 400 元/项；

3. 数字创新型：

一等奖：1 项，奖金 1000 元/项；

二等奖：2 项，奖金 600 元/项；

三等奖：5 项，奖金 300 元/项。

定向主题五：灵山新文创，回归心生活

一、赛道主旨

无锡灵山胜境作为“东方佛教艺术圣地”，集千年禅意、江南园林精粹与现代文旅创新于一体，在传承与创新中华优秀传统文化方面积累了丰富的经验。无锡灵山作为“海峡两岸交流基地”，联合第十届两岸新锐设计竞赛·华灿奖（以下简称“华灿奖”）组委会，依托灵山文化内核（禅意生活、建筑艺术等），征集兼具文化深度与市场活力的文化设计作品，打造“有记忆的灵山生活”，推动无锡文旅产业升级，助力“太湖明珠”文化标识建设。

二、征集内容

（一）文化传承类（紧扣景区核心文化和元素）

问迹灵山：以灵山核心景点、核心 IP、特色文化产品、非遗艺术品、四季之景等符号，设计主题海报、文创好物，突出同中华优秀传统文化相融合的特点。

梵宫瑰宝：提取梵宫建筑艺术、非遗工艺、音乐元素等，设计文创产品、文化海报、文化视频等，突出中华优秀传统文化和技艺的传播。

灵山文博：灵山既是文化主题园区，亦是一座博物馆。

围绕“灵山博物馆”主题，做文化创造和设计（主题展览设计、文创衍生等）。

两岸融合：无锡灵山 2015 年 6 月获批为“海峡两岸交流基地”，以此为主题和背景，为交流基地设计 logo 图形标识、特色文创礼品，彰显两岸交流和融合的特点。

（二）文旅体验类（覆盖游客消费场景）

智慧灵山：数字文创设计（AR 祈福明信片、智慧导览交互界面）、景区智能服务设备（自助鞋套机、雨伞机；无障碍设施设备等）、互动打卡装置等的创意设计，突出科技融合和客户服务体验的提升。

素味禅心：以灵山素食文化为灵感的食品包装（禅点、素面、素饼、福茶系列等），体现健康、环保的理念。

自在生活：以灵山精舍为背景，设计文创产品、禅修体验活动及场景等，突出心灵的放松和疗愈，营造新的生活方式。

趣味灵山：以亲子、萌宠、年轻等主题，设计体验活动、主题场景、宣传物料、衍生文创等，突出趣味感和轻松感。

（三）城市形象类（无锡文旅 IP 延伸设计）

以“灵山胜境”品牌形象为核心，结合无锡城市元素，设计城市宣传海报、短视频/微电影（突出“禅意生活·自在无锡”理念）。要求符合社会主义核心价值观，寓意深刻，

风格简洁，富有视觉感染力，易于记忆传播，具有人文化、国际化、全球化特质。

三、参赛要求

（一）平面类一律以设计稿参赛，产品设计类、工艺美术类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，文档大小不超过 6MB，分辨率不得低于 150dpi，RGB 色彩。

（二）进入总赛的产品类作品建议提交实物模型。

（三）参赛作品版面上应有 300 字以内阐述作品的文字说明。

（四）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，退回运输费由参赛者自行承担。

（五）作品寄送过程中导致的损坏遗失，由参赛者自行承担。

四、奖项设置

1. 通过渠道一投稿并确认为有效稿件者，可获得无锡灵山胜境免费入园一次（2025 年 12 月 31 日（含）前有效），以收到入园短信凭证为准。

2. 本赛道设一、二、三等奖，并与主赛道共同参评特等奖。具体奖项如下：

一等奖：10 项，奖金 1000 元/项；

二等奖：30 项，奖金 500 元/项；

三等奖：50 项，特色文创产品/项。