

附件 1:

第十屆兩岸新銳設計競賽·華燦獎臺港澳實施方案

一、參賽流程及材料

1. 創作作品。根據組別設置，創作參賽作品。
2. 提交作品。在官網進行報名並提交作品，確保報名資訊填寫準確、完整，提交後不可修改。同一參賽選手可提交多項作品，最多不超過 5 項，每項作品只能在第一作者所在賽區（依據參賽者的戶籍/學習/工作所在地）提交，第一作者是臺灣、香港、澳門和海外人士，請依據戶籍所在地提交。
3. 報名路演。參與路演環節的選手，需提交路演商業計畫書，具體以官方網站資訊為準。

特別說明：作品數據不完整者、第一作者及團隊成員同一項或同一系列作品重複提交、跨賽區或多賽區提交相同作品的情況，一經發現，直接取消參賽資格，不再另行通知。

二、創意賽道作品要求

（一）元宇宙設計（虛擬人物、虛擬空間、虛擬產品等）

作品類別：

1. 虛擬角色設計（數字人、虛擬偶像、NPC 等）；

2. 虛擬場景/空間設計（元宇宙社交空間、虛擬展覽館等）；
3. 虛擬道具/產品設計（數字藏品、虛擬穿戴設備等）；
4. 元宇宙交互體驗設計（虛擬活動策劃、遊戲化場景等）。

提交要求：

1. 3D 模型檔（格式：FBX/OBJ/GLTF）+展示視頻（1-3分鐘，含動態演示與交互邏輯）。
2. 設計說明文檔（PDF，含概念圖、技術說明、應用場景描述）。
3. 解析度：靜態圖不低於 300dpi，視頻為 1080P 以上。

（二）視覺與空間設計（視覺傳達設計、環境設計）

作品類別：

1. 視覺傳達設計（品牌 VI、海報、包裝、插畫等）；
2. 環境設計（城市更新、鄉村環境、商業空間、公共藝術裝置、展覽展示設計等）；
3. 動態視覺設計（動態海報、MG 動畫、品牌宣傳等）。

提交要求：

1. 高精度設計圖（JPG/PNG/AI）+設計說明（PDF，含創意來源、色彩規範、應用場景）；
2. 空間設計需提交整體設計圖冊（PDF），包括效果圖（3D 渲染圖/CAD 平面圖）及材料說明；

3. 動態作品需提交 MP4 格式視頻（時長≤2 分鐘）。

（三）產品設計（產品設計、服裝與服飾設計、工藝美術）

作品類別：

1. 工業產品設計（智能裝備硬體、家居用品、交通工具等）；

2. 服裝與配飾設計（成衣、概念時裝、功能性服飾等）；

3. 工藝美術設計（陶瓷、纖維、漆器、金屬工藝設計等）。

提交要求：

1. 產品需提交多角度渲染圖（JPG/PNG）+三視圖/工程圖（CAD/DWG）；

2. 服裝設計需提交效果圖、面料小樣說明及尺寸圖；

3. 工藝美術作品需附加製作工藝說明及實物照片（若完成實物製作）。

（四）數字媒體設計（UI、交互介面）

作品類別：

1. 用戶介面設計（APP、網頁、智能設備介面等）；

2. 交互設計（用戶體驗研究、AR/VR 交互介面等）；

3. 動態視覺設計（數據可視化、資訊圖表動畫等）。

提交要求：

1. 高保真設計圖（PNG/Sketch/Figma 原始檔案）+交互流程圖（PDF）；

2. 動態交互作品需提交演示視頻（MP4，含操作說明）；
3. 需標注適配設備類型（移動端/PC/VR 等）。

（五）中華傳統文化 IP 開發設計：

作品類別：

1. 傳統文化 IP 形象設計（神話人物、非遺符號、歷史故事角色等）；
2. 文創產品設計（文具、潮玩、數字藏品等）；
3. 文化體驗設計（傳統工藝數位化展示、非遺互動裝置等）。

提交要求：

1. 需提交 IP 文化背景調研報告（PDF，含文獻引用）；
2. 設計圖稿（含三視圖、配色方案、應用場景示例）；
3. 若涉及實物，需附加工藝說明及打樣照片。

（六）融合創新設計

作品類別：

1. 跨學科設計（科技+藝術融合、新材料創新應用、可持續設計等）；
2. 社會創新設計（公益專案、社區改造、無障礙設計等）；
3. 未來概念設計（太空探索、人工智慧倫理、未來城市等）。

提交要求：

1. 需突出創新性與社會價值，提交完整專案提案（PDF，含問題分析、解決方案、技術路徑）；
2. 概念設計需附效果圖/視頻，實物類需提交原型或樣品照片。

通用提交規範：

1. 所有檔命名格式：賽道名稱_作品名稱_作者姓名（例：元宇宙設計_虛擬未來城_張三），團隊作品需注明成員分工；
2. 單個作品壓縮包≤1GB，提交至大賽指定平臺；
3. 原創聲明：簽署《作品原創承諾書》並隨作品提交。

三、特別聲明

（一）提交作品要求內容積極，健康向上，不得包含以下任何內容：

1. 涉及民族歧視，或者侵害民族風俗、習慣；
2. 宣揚淫穢、暴力或者教唆犯罪等；
3. 侮辱或者誹謗他人，侵害他人合法權益；
4. 侵犯版權、肖像權或者任何第三方權利；
5. 誹謗、詆毀、或者給第三方帶來不利影響。

（二）涉及到實物作品的，建議以實物作品形式提交（根據參與的賽道要求和地址郵寄），所有實物作品賽後原則上不予退回，作品寄送過程中導致的損壞遺失，由參賽者自

行承擔。

（三）各類參賽作品應以原創性為基本原則，遵守相關法律法規和行業規範等要求。

附件 2:

第十屆兩岸新銳設計競賽・華燦獎定向主題徵集

定向主題一：AIGC 創新創業設計

一、賽道主旨

在這個快速發展的時代，生成式人工智慧（AIGC）工具正在改變創意產業的面貌，提供了新的思路與可能性。為推動創新創業精神，激發學術與實踐的結合，挖掘跨學科合作的潛力，舉辦“AIGC 創新創業設計”定向主題賽道的比賽，本賽道以“未來世界”為主題，鼓勵參與者圍繞未來社會的技術進步、生活方式、生態環境等方面展開創意設計。不同學科和專業的參賽者應充分利用 AIGC 工具，創造出富有創意和實用價值的作品。無論是通過 AIGC 生成的文本內容、設計圖像還是視頻材料，參賽團隊可以借助這些智能工具，提升作品的表現力與影響力，將創意與技術相結合，實現真正的創新。

二、徵集內容

（一）未來智能城市

在快速城市化進程中，智能城市的建設面臨著交通、能

源管理、環境保護等多重挑戰。請圍繞“未來智能城市”主題，探索如何利用人工智慧、物聯網、大數據等技術手段，提升城市的智能化與可持續性。參賽者可以跨越環境設計、城市規劃、環境科學、電腦科學、社會學等不同專業，提出創新的解決方案，以應對未來城市發展中的實際問題。

例如：未來交通解決方案、智能垃圾分類方案、未來建築、智能城市傢俱、城市交通標識、智能農業、未來城市導向系統等。

請提交設計內容及說明，詳細描述專案的目標、市場分析、實施方案以及預期的社會和經濟效益，包含但不限於文字描述、設計圖展示、宣傳視頻。

（二）未來工作與生活的融合

隨著科技的進步和社會結構的變化，未來的工作與生活將呈現更加緊密的融合。請圍繞“未來工作與生活的融合”開展討論，思考如何利用新興技術優化工作環境、提升生活品質。鼓勵參賽者跨越產品設計、人力資源管理、市場行銷、心理學、科技等領域，提出創新的產品、服務或解決方案，改善人們的工作與生活狀況。

例如：虛擬工作空間、智能家居、未來服裝、可穿戴設備、生活助手機器人等。

請提交設計內容及說明，闡明產品或服務的創新點、目

標用戶、市場需求及實施路徑，並評估及潛在影響，包含但
不限於文字描述、設計圖展示、宣傳視頻。

（三）可持續生態設計

在全球氣候變化的背景下，生態可持續性已成為當今社會亟待解決的重要議題。請圍繞“可持續生態設計”主題，探索如何在產品開發設計、材料選擇和服務提供中融入生態友好的理念與技術。鼓勵來自設計、環境科學、材料科學、化學工程、經濟和社會學等不同專業的團隊合作，尋求創新的設計方案，以實現資源的高效利用與環境保護的雙重目標。

例如：可生物降解的 3D 列印材料、環保建築材料、農業生態管理、低能耗可持續家居設計、城市綠化等。

請提交設計內容及說明，包括可持續生態設計的核心理念、市場分析、實施策略以及對環境和社會的潛在貢獻，包含但不限於文字描述、設計圖展示、宣傳視頻。

三、參賽要求

（一）參賽作品必須展示 AIGC 工具的具體應用，內容應包括但不限於：

1. 文字類應用：利用 AIGC 撰寫市場分析、商業計畫或專案背景報告。
2. 繪圖類應用：使用 AIGC 繪製產品設計草圖、視覺行

銷材料等，直觀展示專案構思。

3. 視頻類應用：製作宣傳視頻，利用 AIGC 工具生成的內容傳達專案理念與價值。

（二）AIGC 工具推薦使用 Artmate **【artmate.com.cn】**。參賽團隊需提交用戶手冊或操作記錄，詳細說明在每個階段如何使用該工具。

（三）每個參賽作品須提交一份商業計畫書（PPT 格式或 PDF 格式），包含但不限於文字說明、設計圖、效果圖、宣傳視頻，總格式大小不超過 50M。

定向主題二：茶韻稻香，食美惟揚

一、賽道主旨

揚州自古為魚米之鄉，水土豐饒，自然條件得天獨厚，歷史文化源遠流長，擁有 2500 多年的建城史，是全國首批 24 座歷史文化名城之一。為擦亮“世界美食之都”“世界運河之都”“東亞文化之都”等城市名片，突出揚州早茶、揚州炒飯、非遺傳承等城市元素，全面提升揚州農業品牌影響力，推動農業產業升級，助力鄉村振興，現設立“茶韻稻香，食美惟揚”主題賽道，面向全國徵集揚州茶葉、揚州大米品牌宣傳推廣創意方案，打造兼具市場競爭力與文化內涵的品牌形象，助力農業現代化與地域經濟高質量發展。

二、徵集內容

（一）揚州茶葉宣傳推廣系列產品（包括但不限於以下類別）

揚州綠楊春茶廣告語：以海報的形式，在海報中體現出 20 字以內廣告語。凝練茶史精髓，需呈現“三度空間”——歷史厚度（唐宋茶源）、感官溫度（湯色翠綠、蘭香馥鬱）、情感濃度（城市記憶），用故事化語言傳遞情懷，語言簡潔易懂、朗朗上口。

揚州紅茶名稱：5 字以內，體現揚州紅茶“色澤烏潤、湯色紅豔、花香馥鬱、滋味甜醇”特點，契合揚州文化特色，強化地域辨識度。

“綠楊春”茶字體：設計“綠楊春”三字中文字體，需融合揚州茶文化內涵並具備現代審美價值。包括標準字體設計、全稱中文字體定位等，適用於品牌標識、包裝設計、宣傳物料等多應用場景。

產品包裝：結合茶文化和揚州本地特色，以揚州茶葉為靈感，融合揚州特色和現代審美，包裝注重體現揚州茶品牌特色，傳遞品質價值，展示茶文化內涵。包括但不限於大件商品運輸包裝、產品外包裝、禮盒包裝、包裝袋、專屬罐型和盒形、手提袋、包裝貼紙等。包裝設計應充分理解品牌內涵，在小巧思的運用上，凸顯品牌定位和差異，讓設計充滿品牌生命力，設計作品可根據應用場景進行分類。

吉祥物：圍繞揚州茶葉特點，結合揚州歷史文化，將揚州茶文化與揚州著名景觀結合，設計揚州茶品牌 IP 形象，設計應簡潔明瞭，易於記憶和理解，準確表達品牌特點，契合揚州城市形象。包括吉祥物的造型、基本動態造型、動作延展等。設計 IP 在形態的基礎上還要考慮其性格設定以及其應用延展體系。

文創宣傳：以揚州茶葉為主題開展文創產品設計，設計

新穎，注重功能性與美學的結合，體現茶文化與現代生活的融合，具有市場潛力，包括茶具、書簽、明信片、裝飾畫等。鼓勵與非遺傳承人、大國工匠、知名品牌等開展跨界聯名。

（二）揚州大米宣傳推廣系列產品（包括但不限於以下類別）

品牌故事：以“視頻+”模式，融合多種媒介、技術與場景，全方位、立體地講述“揚州大米”的起源、發展歷程以及獨特之處，突出揚州深厚的歷史文化底蘊和獨特的風土人情以及揚州大米獨特的品質與文化魅力。故事既要貼合歷史記載，又要飽含情感，通過講述揚州大米的發展脈絡，讓消費者感受到其源遠流長的文化，從而引發情感共鳴。

產品包裝：包裝設計要體現“揚州大米”宣傳標識以及“好地方，好大米”的宣傳口號，具有良好的視覺效果和辨識度，依據不同產品規格、包裝材質以及用戶群體的多樣化需求，分層次設計“揚州大米”包裝。針對伴手禮盒、團購定制、日常消費等不同需求設計 3 套包裝方案（3 套為 1 組）。包裝設計要求綠色環保、簡樸實用、攜帶方便，需考慮包裝造型、實際印刷等因素的可行性，及製作成本、價格定位等經濟因素。

吉祥物：主要用於揚州市各類節慶活動、旅遊景點以及省級、國家級展銷活動的現場宣傳展示。吉祥物設計需要充

分體現揚州大米的地域特色與產品特性，在造型上力求新穎獨特，其整體形象簡潔直觀，便於識別與記憶，無論是平面宣傳，還是立體展示，都能精准傳達品牌資訊。此外，該吉祥物要便於衍生製作成玩偶、鑰匙扣、徽章等各類周邊產品。

文創宣傳：用於高速路段、地鐵口、公車、大型商超、展銷活動現場等高流量場所投放，以提升“揚州大米”的品牌知名度。海報圍繞揚州大米優良品質、獨特產地環境、悠久種植歷史等特色，確定清晰的宣傳主題，確保觀眾一眼就能識別宣傳對象。海報要文字簡潔明瞭，借助獨特的創意和設計，能瞬間吸引觀眾目光，實現品牌資訊的有效傳播。

三、參賽要求

1. 紅茶名稱等提供 300 字創意說明。
2. 廣告語、字體設計、產品包裝、文創產品、吉祥物、宣傳海報設計方案提交彩色平面圖及效果圖（A4），附有設計理念、設計說明、設計尺寸、色值、字體等必要說明。每組應徵包裝設計圖案電子版應包含兩套：第一套為 jpg 格式，設計精度應在 300dpi 以上；第二套為 ai 格式、cdr 格式或 psd 格式等原始工程檔。
3. 品牌故事以視頻形式，時長 3 分鐘以上，視頻為 MP4 格式（1080P），腳本需貼合主題，以 pdf 格式提供。應附有 300 字以內闡述作品的文字說明。

四、“揚州大米”宣傳標識



定向主題三：華燦運河

一、賽事背景

“華燦運河·智創未來”定向主題立足大運河千年文化底蘊，深度融合國家“AI 賦能藝術設計”“文旅融合”“產教融合”等政策導向，以“人工智慧技術創新”“文化遺產活態傳承”“產業教育協同發展”為核心目標，推動設計創新與社會需求的深度結合。

回應《“十四五”文化和旅遊發展規劃》中“推動科技賦能文旅產業”及《關於深化現代職業教育體系建設的意見》中“強化產教融合、校企合作”的政策要求，聯動運河沿線城市高校、科技企業、文旅機構及設計院所，構建“設計創新-產業轉化-教育實踐”的生態閉環，通過 AI 技術賦能傳統設計，以文旅場景啟動文化遺產，以產教協同培育複合型設計人才，為兩岸青年設計師打造兼具社會價值與產業價值的創新平臺。

二、賽事主題

“華燦運河”定向主題賽道以“智創運河 AI 賦能藝術設計與文旅產教共生計畫”為主題，以人工智慧技術為創新引擎，推動大運河文化遺產的創造性轉化與創新性發展。通

過設計實踐回應“AI+藝術設計”的技術融合趨勢，探索文旅產業與教育體系的協同路徑，聚焦運河沿線區域在文化傳承、旅遊開發、產業升級中的實際需求，鼓勵參賽者運用AI技術、數字媒體、智能交互等手段，創作兼具文化內涵、商業價值與教育意義的設計作品，助力構建“科技賦能、文旅融合、產教協同”的可持續發展模式。

三、徵集內容

（一）文旅創意及產品設計方向

大運河沿線文化旅遊產品設計：包含具有地域文化特色的旅遊紀念品、手工藝品、文創商品等。

文旅體驗專案設計：如運河主題的沉浸式體驗裝置、文化旅遊線路規劃、互動導覽系統等。

文旅品牌與傳播設計：包括運河文化相關的旅遊品牌視覺形象設計、宣傳海報、文旅推廣短視頻等。

文化遺產活化設計：針對大運河沿線歷史建築、傳統村落、民俗文化等的保護性開發設計方案。

緊密圍繞大運河文化內涵，深入挖掘運河沿線的歷史、民俗、建築等文化元素，確保設計作品具有文化傳承與創新性。

充分結合聯合國可持續發展目標（SDGs），在設計方案中體現生態保護、文化可持續發展、社區經濟發展等理念，

並詳細闡明可持續性設計思路。

注重設計的實用性與體驗性，文旅產品需符合市場需求，文旅體驗專案需具備可操作性和遊客吸引力，文化遺產活化設計需兼顧保護與開發的平衡。

（二）環境藝術方向

設計範圍：符合可持續發展理念的社會服務、城市空間、展覽展示、公共藝術等。

設計要求：要求設計方案符合聯合國可持續發展目標SDGs，並在設計說明中闡明。

（三）視覺媒體方向

設計範圍：海報，影視廣告設計，動畫設計，微電影/短視頻，紀錄片等。

設計要求：要求設計方案符合聯合國可持續發展目標SDGs，且闡明可持續性設計理念。原創設計、風格鮮明、結構完整、符合行業規範和技術標準。

（四）交互設計方向

設計範圍：交互網頁設計，HTML5 設計，App 設計，交互程式設計，互動裝置等。

設計要求：要求設計方案符合聯合國可持續發展目標SDGs，介面編排合理美觀有個性、互動操作流暢、所有網頁頁面鏈接都必須與主題相關、不含任何惡意代碼，不能在作

品中超鏈接到除參賽檔以外的網頁和其他資源。

（五）品牌設計方向

可通過回應聯合國可持續性發展目標，結合當地文化產業的特色，或特定社會性主題，建立有社會責任和社會感召力的品牌與視覺形象設計，包括主張，觀念等體現可持續發展目標等企業管理內容，例如：視覺宣傳/動畫/動態海報/平面設計。

設計要求：可選一個或多個聯合國可持續發展目標，結合當地產業特色，創建綠色健康，富有社會責任感的品牌形象設計。要求邏輯清晰，並包含相應設計說明。

四、作品要求

1. 靜態類以設計稿參賽，作品規格為 A3，以 JPG 格式提交，文檔大小不超過 6MB，解析度不得低於 150dpi，RGB 色彩，系列作品限 3 張以內（含 3 張，請保持設計版式橫豎一致）。

2. 動態類以視頻 MP4 格式參賽，參賽者須提供時長不超過 15 分鐘的短片，解析度不低於 1080P（1920*1080），編碼格式：H.264，配備中文字幕。配以 txt 格式的中文文檔輔以說明，劇本需同時提交，包括創作背景、腳本、主題、分鏡等。

3. 產品設計類：請將作品實物照片或效果圖+應用圖示+

創意說明編排在 A3 大小的頁面上；JPG 格式，解析度不得低於 150dpi，文檔大小不超過 6MB，RGB 色彩；作品限 3 張以內（含 3 張，請保持設計版式橫豎一致）

4. 環境藝術類：提供 JPG 檔，精度應不小於 150dpi，作品包括設計說明（專案基本資訊描述、調研分析描述、作品主題解讀、設計展開邏輯及特點解讀、創作說明等內容）；草圖方案，主要的平、立、剖面圖和彩色效果圖；JPG 檔最多不得超過 10 頁。

5. A2（豎版）設計說明海報：將作品的內涵用一張海報表達，如作品獲獎，海報將用於該作品的宣傳展覽。海報不允許出現作者姓名、學校名稱。要求統一使用該作品對應可持續性發展目標的中英文 Logo。

6. 宣講視頻（非必選項）：可作為評審附加分，表達作品寓意、團隊合作和創作故事。視頻不超過 3 分鐘，格式為 MP4，高清。

定向主題四：鄉村振興劉姐菜籃子裏的美好生活

一、賽道主旨

“菜籃子”不僅承載著百姓一日三餐的生活煙火氣，更是鄉村振興戰略實施、現代農業轉型升級以及食品安全體系建設的重要載體和生動體現。南京盛莊農業集團有限公司作為國家級高新技術企業、省級農業龍頭企業，始終致力於推動農業高質量發展。2019 年，積極回應民革中央幫扶貴州省納雍縣脫貧攻堅的號召，帶領企業幫助貴州納雍縣硯口村 66 戶貧困戶脫貧，被民革中央授予民革助力脫貧攻堅先進個人、先進集體的榮譽稱號。旗下品牌“劉姐菜籃子”聚焦農業數位化全產業鏈建設，菜場以“幫農、助農、惠市民”為核心理念，通過整合產業鏈上下游資源，減少中間環節，實現從田頭到碗頭的高效貫通，打造江蘇省內具有代表性的數位化菜場與菜籃子品牌。

為深入挖掘新時代“菜籃子工程”的文化內涵與社會價值，展現農業現代化成果，“劉姐菜籃子”面向兩岸青年設計師發起“劉姐菜籃子裏的美好生活”主題徵集活動。活動依託三農文化背景，鼓勵通過藝術設計與創意表達，呈現農產品從種植、流通到消費的全過程故事，展現智慧農業、綠

色生態、品牌創新等多維度的發展成就。共同描繪“菜籃子裏的美好生活”，為推進農業現代化、助力鄉村振興注入新的活力與創意。

二、徵集內容

（一）視覺 IP 設計

圍繞“劉姐菜籃子裏的美好生活”主題，本次 IP 設計以“人情味、親和力、品牌辨識度”為核心出發點，旨在通過視覺形象與創意延展，打造具有溫度與記憶點的品牌 IP 體系。

1. IP 人物形象設計

以“劉姐”這一真實人物為原型，結合其幫農助農、貼近市民生活的品牌形象，塑造一個親切、勤勞、富有社會責任感的 IP 人物形象。設計風格應兼具現實感與卡通化表達，使其既能傳遞品牌理念，又具備廣泛的傳播力與延展性，適用於線上線下多種場景應用包裝設計。

2. 禮盒包裝設計

以“綠色、健康、可信賴”為設計關鍵字，結合農產品的自然屬性與品牌調性，打造環保、實用且富有情感共鳴的農副產品包裝系統。進行品牌 LOGO、包裝系統、IP 形象設計。設計中可融入劉姐 IP 形象、地方特色農產品元素以及數位化農業概念，提升產品附加值與品牌認同感。主要圍繞以下產品包裝進行設計：

(1) “劉姐遠方好物”一年三節的禮品盒/袋（紙盒、布袋）

(2) 特色單品包裝設計（如：鹽水鴨、高山茶）

(3) 生態禽蛋包裝設計（如：散養雞鴨鵝、雞蛋等）

3. 文創產品設計

面向居民日常所需，開發一系列以“劉姐菜籃子”為主題的文創周邊與便民生活用品，如設計環保型菜籃子、購物袋、保鮮盒、廚房收納用品、文化衫、雨傘、居家擺件、掛件、冰箱貼等實用生活用品，設計注重實用性與趣味性結合，強化品牌在消費者日常生活中的存在感與好感度。

4. 短視頻/微電影

通過鏡頭語言講述“劉姐菜籃子”背後的溫情故事，如農戶與消費者的互動、農產品的成長旅程、社區裏的暖心服務等。作品應注重情節感染力與畫面表現力，宣導真實、樸素、貼近生活的敘事風格，強化品牌人文關懷與社會責任感，激發觀眾共鳴與傳播意願。

5. 品牌 IP 視覺系統

構建統一、協調、具有辨識度的劉姐菜籃子品牌 IP 視覺識別系統，涵蓋主視覺形象、輔助圖形、標準色系、應用場景延展（如辦公用品、導視系統、宣傳物料、門店門頭等）。通過系統的視覺規範，確保 IP 形象在不同媒介和場景中保持

高度一致性，助力“劉姐菜籃子”形成鮮明的品牌記憶點與視覺資產積累。

（二）產品創意

1. 農業科普互動裝置

設計聚焦青少年及家庭用戶群體，結合現代農業知識與科技互動手段，打造集趣味性、教育性與體驗性於一體的農業科普互動裝置。例如可開發 AR 農副產品識別卡、農作物生長模擬沙盤、智能語音講解展臺等。通過沉浸式交互體驗，讓公眾在輕鬆氛圍中瞭解農業知識、增強食品安全意識，推動農旅融合與校園食育教育發展。

2. 劉姐菜籃子空間設計

以“便民、綠色、智慧”為空間設計關鍵字，圍繞“劉姐菜籃子”店中店（自營門店）店面色彩形象識別升級和流動產品展臺展開創意設計。注重功能分區合理化、動線流暢化、視覺形象統一化，營造溫馨、整潔、高效的購物環境。鼓勵融入本地文化元素、數位化展示系統（如電子價簽、自助結算）、綠色可持續材料，打造具有品牌辨識度和居民歸屬感的新一代菜籃子空間場景。

3. 盛莊開心農場空間設計

圍繞“農耕體驗+親子互動+生態教育”主題，打造適闔家庭親子共同參與的花園式農場。為農場設計一個具有特色

的農場門頭，以及農場統一 VI 設計。空間風格應自然清新、安全環保，可加入一些園林元素，融入鄉土元素與數位化導覽系統，增強農場互動體驗傳播效果。

（三）數字創新型

在數位化農業快速發展的背景下，“劉姐菜籃子”作為連接田間與餐桌的智慧化菜籃子品牌，正積極探索“互聯網+農業”的創新融合路徑。本次數字創新型設計圍繞用戶體驗、食品安全與品牌信任度三大核心，宣導以科技賦能傳統農業流通體系，打造便捷、透明、智能的數位化服務場景。

“劉姐菜籃子”小程序/APP 介面設計

以“便民、高效、親民”為設計導向，聚焦用戶日常買菜、訂菜、溯源、社區互動等高頻需求，構建簡潔直觀、操作流暢的移動端交互介面。設計強調視覺層級清晰、功能佈局合理、色彩溫暖親切，突出品牌 IP 形象與地方農產品特色，提升用戶粘性與使用體驗，助力劉姐菜籃子實現從線下到線上的全管道融合。

三、參賽要求

1. 原創性：作品必須為原創，不得抄襲或侵犯他人知識產權。
2. 完整性：需提交完整的設計稿、說明文檔及必要的演示材料（如視頻、原型圖、模型照片等）。

3. 應用性：鼓勵作品具備落地實施的可能性，貼近城鄉居民實際需求。

4. 格式規範

平面類作品：A3 尺寸，JPG/PNG 格式，解析度不低於 300dpi；

視頻類作品：MP4 格式，豎屏或橫屏均可，時長控制在 1-3 分鐘；

數字類作品：提供介面截圖、功能流程圖、使用說明等資料。

定向主題五：靈山新文創，回歸心生活

一、賽道主旨

無錫靈山勝境作為“東方佛教藝術聖地”，集千年禪意、江南園林精粹與現代文旅創新於一體，在傳承與創新中華優秀傳統文化方面積累了豐富的經驗。無錫靈山作為“海峽兩岸交流基地”，聯合第十屆兩岸新銳設計競賽・華燦獎（以下簡稱“華燦獎”）組委會，依託靈山文化內核（禪意生活、建築藝術等），徵集兼具文化深度與市場活力的文化設計作品，打造“有記憶的靈山生活”，推動無錫文旅產業升級，助力“太湖明珠”文化標識建設。

二、徵集內容

（一）文化傳承類（緊扣景區核心文化和元素）

問跡靈山：以靈山核心景點、核心 IP、特色文化產品、非遺藝術品、四季之景等符號，設計主題海報、文創好物，突出同中華優秀傳統文化相融合的特點。

梵宮瑰寶：提取梵宮建築藝術、非遺工藝、音樂元素等，設計文創產品、文化海報、文化視頻等，突出中華傳統文化和技藝的傳播。

靈山文博：靈山既是文化主題園區，亦是一座博物館。

圍繞“靈山博物館”主題，做文化創造和設計（主題展覽設計、文創衍生等）。

兩岸融合：無錫靈山 2015 年 6 月獲批為“海峽兩岸交流基地”，以此為主題和背景，為交流基地設計 logo 圖形標識、特色文創禮品，彰顯兩岸交流和融合的特點。

（二）文旅體驗類（覆蓋遊客消費場景）

智慧靈山：數字文創設計（AR 祈福明信片、智慧導覽交互介面）、景區智能服務設備（自助鞋套機、雨傘機；無障礙設施設備等）、互動打卡裝置等的創意設計，突出科技融合和客戶服務體驗的提升。

素味禪心：以靈山素食文化為靈感的食物包裝（禪點、素面、素餅、福茶系列等），體現健康、環保的理念。

自在生活：以靈山精舍為背景，設計文創產品、禪修體驗活動及場景等，突出心靈的放鬆和療愈，營造新的生活方式。

趣味靈山：以親子、萌寵、年輕等主題，設計體驗活動、主題場景、宣傳物料、衍生文創等，突出趣味感和輕鬆感。

（三）城市形象類（無錫文旅 IP 延伸設計）

以“靈山勝境”品牌形象為核心，結合無錫城市元素，設計城市宣傳海報、短視頻/微電影（突出“禪意生活·自在無錫”理念）。要求符合社會主義核心價值觀，寓意深刻，

風格簡潔，富有視覺感染力，易於記憶傳播，具有人文化、國際化、全球化特質。

三、參賽要求

（一）平面類一律以設計稿參賽，產品設計類、工藝美術類將作品實物照片或效果圖+應用圖示+創意說明編排在 A3 大小的頁面上，JPG 格式，文檔大小不超過 6MB，解析度不得低於 150dpi，RGB 色彩。

（二）進入總賽的產品類作品建議提交實物模型。

（三）參賽作品版面上應有 300 字以內闡述作品的文字說明。

（四）所有實物作品賽後原則上不予退回，如需退回請提前聯繫組委會，退回運輸費由參賽者自行承擔。

（五）作品寄送過程中導致的損壞遺失，由參賽者自行承擔。