

中国好创意暨全国数字艺术设计大赛组织委员会

中创赛【2022】字第 069 号



第 17 届-中国好创意

老字号·新国潮创新设计专项大赛简章

一、老字号·新国潮赛道简介

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，推进中华优秀传统文化的发展与传播。

二、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。

三、老字号赛道主题

主题：擦亮老字号·共创新次元

释义：“擦亮”，华东理工擦亮老字号品牌创新课题组和工作室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。

四、组织单位

主办单位：

中国好创意暨全国数字艺术设计大赛组委会

承办单位：

华东理工大学

协办单位：

华东理工大学艺术与传媒学院

中国好创意暨全国数字艺术设计大赛上海赛区组委会

上海三联（集团）有限公司

上海冠生园食品有限公司

上海轻工置业有限公司

上海黄浦江南品牌文化促进中心

黄浦区就业促进中心

五、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

六、大赛命题

【命题策略单 1·茂昌眼镜】

命题单位	上海三联（集团）有限公司
命题品牌	茂昌眼镜
官网地址	微信公众号：茂昌眼镜
品牌背景	<p>茂昌眼镜创始于 1923 年，总店原址位于今上海黄浦老北门旧仓街，1930 年迁至老北门晏海路，1935 年迁至南京东路；1993 年被商务部认定为中华老字号，2018 年通过首批上海品牌认证。2023 年即将迎来百年诞辰。一百年来，茂昌以验光、研磨技术领先而闻名海内外，其光学镜片的科技创新项目获得多项国家专利。如一镜多用的渐进镜系列，是茂昌特色技术产品之一，对眼镜业的发展具有深远影响。</p> <p>未来，茂昌眼镜期望能够继承和发扬传统海派文化的精神内核，坚守其不断创新、敢为人先的眼镜文化，同时与年轻新势力的摩登文化相接轨，全力打造“摩登海派眼镜文化领航者”的茂昌新形象，助力老字号茂昌眼镜开启新时代的发展道路。</p>
品牌定位	摩登海派眼镜文化领航者
品牌 slogan	在这里，看见上海
目标群体	年轻消费人群，使用眼镜的人群
命题主题	在这里，看见上海
主题解析	<p>诞生于 1923 年的茂昌眼镜，将于 2023 年迎来百年诞辰。作为上海这座城市共同成长的零售眼镜门店，见证了上海百年来的眼镜时尚潮流变迁，初心从未改变。在这里，海派精神开放包容的内核得到集中体现，不同文化交融互通，形成独树一帜的海派眼镜文化。未来，茂昌眼镜将以“摩登海派眼镜文化领航者”的品牌定位为导向，继续引领上海的眼镜潮流时尚。希望消费者，在这里，看见上海的过去。在这里，看见上海的现在。在这里，看见上海的未来。</p>
命题方向 1 及要求（请仔细阅读）	<p>文创产品设计：</p> <p>一千个人眼中有一千个上海印象，上海在不同的视角下会呈现出怎样不同的世界？请以茂昌眼镜的 slogan ——“在这里，看见上海”为灵感，任意构思主题来进行文创产品设计，文创产品要求贴合眼镜文化，与眼镜周边相符合，要求吸引年轻人，符合品牌调性。（附上官方插画作品“幻境上海”，以及茂昌品牌镜布，作为参考）</p> <p>作品提交要求：</p>

	提交设计展板：（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。）
命题方向 2 及要求（请详细阅读）	<p>限体裁自由创意设计：</p> <p>根据“在这里 看见上海”品牌 slogan，或者基于茂昌 IP 和“摩登海派眼镜文化领航者”的品牌定位，进行自由创作，作品形式限定在平面设计、动态影像、艺术装置、和虚拟眼镜产品这四个领域，请参赛者随意开发脑洞，我们期待最具创意的设计作品。</p> <p>作品提交要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 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） 2) 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）。 3) 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）。

【命题策略单 2·大白兔新年礼盒】

命题单位	White Rabbit/大白兔
官网地址	微信公众号：大白兔快乐分享
产品名称	大白兔节庆礼盒
品牌背景	<p>大白兔诞生于 1959 年，是上海产业工人向建国十周年献礼的产品。自诞生以来，这颗充满奶香和快乐的糖果就伴随着一代代人成长，共同传承着这份经典味道。</p> <p>近年来，大白兔始终围绕“快乐分享”的品牌内核，以“品牌年轻化”为主旨，走出了一条老字号品牌的传承与创新之路。从 2019 年的大白兔奶茶、60 周年巡演、大白兔香水等跨界合作和快闪活动，到 2021 年大白兔与一大文创共同推出红色文创礼盒，再到 2022 年大白兔与 Coach 深度合作，点亮兔年的想象之境。大白兔通过不断地传承与创新，让品牌再次充满活力。此外，大白兔也从自身产品特点出发，研发了多种口味的奶糖，引起了年轻消费者的注意，“原来奶糖有这么多口味”也一度成为了网络热门话题。</p> <p>在话题度之余，大白兔也面临亟待解决的问题。从产品角度，除了糖果产品，大白兔周边衍生品也日渐丰富，然而知名度和销路还未完全打开。因此，品牌希望从节庆礼盒入手，打造一款既包含糖果产品，也包含衍生品的综合性礼盒，符合节庆场景的同时，也兼具时尚感。</p>
产品背景	<p>产品名称：大白兔节庆礼盒（品名可创意）</p> <p>产品内含：糖果产品+周边衍生品</p> <p>产品场景：中秋或新年（任选其一）</p>
目标群体	需要送礼的人群、年轻消费人群
命题主旨	大白兔节庆礼盒创意命题大赛

命题要求阐述 (请仔细阅读)	<p>请根据品牌需求，</p> <p>创意一款大白兔节庆礼盒：节庆场景可选中秋或新年，礼盒需含糖果产品和衍生品，并完成推广方案的策略</p> <p>方案需包含：竞品分析、礼盒内容和包装创意、礼盒推广策略（需包含大白兔表情包设计）</p>
创意形式	<p>视频作品以 .mp4 格式提交，文件大小不大于 50M，最多 2 个；</p> <p>平面设计以 .jpg 格式提交，单张大小不大于 10M，最多 10 张；</p> <p>活动创意以 .jpg 格式提交，单张大小不大于 18M，单图，数量不限；</p>
作品要素	<p>参赛作品可落地性强的更佳，包含大白兔表情包设计的方案最佳</p>

【命题策略单 3 · 上海咖啡】

命题单位	上海轻工置业有限公司
官网地址	微信公众号：上咖一上海咖啡
产品名称	“上海”咖啡 · 产品系列
品牌背景	<p>“上海”牌咖啡诞生于 1935 年，前身为德胜咖啡行，1959 年 3 月，更名为地方国营上海咖啡厂，原商标“C.P.C”也更名为“上海”牌。</p> <p>自此，印刻着“上海牌咖啡”的褐色铁罐成为上海独有的特色，闻名于中国咖啡市场，亦成为海派咖啡文化“本土化”的一大标志。打破血缘、地缘等传统的身份认同方式，让原本“有门槛”的咖啡逐渐走入寻常百姓家。同时“上海”牌咖啡在寻求咖啡品类多样化的道路上，掀起了一股新的咖啡浪潮，意式咖啡、蓝山风味咖啡、哥伦比亚风味咖啡等花样层出不穷，促使上海的咖啡生态越来越多姿多彩。即便在咖啡一票难求的三年困难时期，上海咖啡厂仍通过首创的“咖啡茶”，来供上海市民解馋。</p> <p>近年来，“上海”牌咖啡重新回归大众视野，以“因为咖啡，所以上海”为主旨，开始生产“上海”牌咖啡豆、挂耳咖啡、咖啡冻干粉等系列咖啡产品。从咖啡豆的挑选和配比、烘焙深度到萃取方式，都力求还原老上海咖啡最深沉的味道。产品包装上，一方面为迎合年轻消费者，推出全新设计；一方面复刻“上海牌咖啡”的经典印记，加入上海元素，原汁原味地再现了人们印象里的“上海牌咖啡”，挖掘沪上最深的那抹时光记忆。</p>
产品背景	<p>产品名称：“上海”咖啡 · 产品系列（品名可创意）</p> <p>产品内容：咖啡产品+周边衍生品</p> <p>应用场景：日常消费、节庆送礼、城市伴手礼</p>
目标群体	咖啡消费人群、外地游客、需要送礼的人群
命题主旨	“上海”咖啡 · 产品焕新
命题要求阐述 (请仔细阅读)	<p>诞生于 1935 年的老字号品牌，其丰厚的历史底蕴和文化内涵造就了自己独特基因，以品牌的历史传承和时代焕新为核心，挖掘品牌自身价值，在品牌原有的积淀和形象上进行衍生拓展，通过产品内容、呈现形式、外观包装的迭代焕新，来呈现具有上海城市品格的咖啡情怀。方案需包含：“上海”咖啡产品内容及包装设计（单品、礼盒）及“咖啡+”品牌衍生品设计（不局限于餐具、文具等常规产品），从选品创意及外观图形图案设计两个角度进行构思。</p>

创意形式	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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） 2. 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）。 3. 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，外观设计需体现“上海”咖啡品牌文化内核，图形图案设计手法不限，风格不限，包括但不限于时尚风、潮酷风、国潮风、复古风等。

七、提交要求（提交格式要求详见各命题策略单）

（一）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。

（二）作品提交及相关平台

- 1、在提交作品前完成报名表单的填写。

在线填表地址：<https://www.wjx.top/vm/exvYmtB.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（<https://ishijue.com/>）注册用户，**昵称设置为“院校名称（注：务必与填写报名表时的一致）+团队成员名字之一”**。若已经注册过爱视觉账户的，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、登录官网（<https://ishijue.com/>），进入老字号·新国潮创新设计赛道投稿入口（<https://ishijue.com/match/lzh2022>），点击“我要参赛”，根据提示上传作品。

八、奖金设置

茂昌眼镜	一等奖	1 名	5000 元
	二等奖	2 名	3000 元
	三等奖	3 名	1000 元
	入围奖	按茂昌眼镜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	
大白兔	一等奖	1名	5000元
	二等奖	2名	3000元
	三等奖	3名	1000元
	入围奖	按大白兔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	
上海咖啡	一等奖	1名	5000元
	二等奖	2名	3000元
	三等奖	3名	1000元
	入围奖	按上海咖啡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。

九、大赛日程

第一阶段：命题发布及宣讲

时间：2022年12月3日启动

第二阶段：报名及作品提交

报名及作品提交截止时间：2023年6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导师制，专业老师对入围选手（入围比例为各品牌提交作品总量的排名前8%）分组进行组内培训指导。入围选手在**2023年6月16日-2023年7月15日**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。

作品修改及二次提交截止时间：2023年7月15日17:00

老字号·新国潮创新设计赛道评奖：2023年7月31日之前；

一等奖答辩：2023年8月2-5日（地点、答辩方式待定）；

最终获奖名单公布：2023年8月25日之前。

十、参赛注意事项

（一）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；

（二）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，与主办单位及组委会无关，并且组委会有权取消其参赛资格（教育部对学术造假一票否决制，如作品涉嫌造假，所在学院将受到严重批评，学科、专业、科研等，均会受到影响，请不要为母校带来负面影响）；

（三）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；

（四）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；

(五) 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；

(六) 大赛组委会拥有赛事最终解释权。

十一、咨询方式

官方咨询： 蒋老师：010-89576608，18513190168（请于工作日 8：30-12：00，13：30-17：00 拨打咨询）

大赛官方公众号



老字号·新国潮创新设计专项赛道公众号：

蒋老师：021-64253437



中国好创意暨全国数字艺术设计大赛组织委员会

2022年12月1日

