

# 中国好创意暨全国数字艺术设计大赛组织委员会

中创赛【2023】字第 155 号



## 第 18 届 中国好创意大赛

China creative challenges contest 简称 3C 大赛或“中国创意挑战大赛”

### “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”，华东理工大学艺术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。

#### 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

浙江省湖州市德清县人民政府

上海三联（集团）有限公司

上海沈大成餐饮管理有限公司

上海家化联合股份有限公司

上海水产集团龙门食品有限公司

欧诗漫生物股份有限公司

上海市黄浦区就业促进中心

上海市黄浦区归国华侨联合会

#### **战略合作：**

华东理工大学外国语学院

《中国广告》杂志社有限公司

上海信罗迹创意服务有限公司

上海城市动漫出版传媒有限公司

#### **海外支持单位：**

新加坡南洋艺术学院

#### **平台支持：**

视觉中国爱视觉设计社区

#### **学术支持：**

上海创意工作者协会

上海工业设计协会

## **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·吴良材眼镜】**

<b>命题单位</b>	上海三联（集团）有限公司吴良材眼镜公司
<b>命题品牌</b>	吴良材眼镜
<b>官网地址</b>	吴良材眼镜微信公众号

品牌背景	<p>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。</p> <p>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”。</p> 
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 (请仔细阅读)	<p>文创眼镜衍生产品设计</p> <p>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。</p>
命题方向 2 及要求 (请仔细阅读)	<p>品牌视觉宣传设计</p> <p>1. 平面设计</p> <p>(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”。</p> <p>(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。</p> <p>2. 短视频设计</p> <p>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”。</p>
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

<p><b>品牌背景</b></p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <div data-bbox="600 831 919 1151" data-label="Image"> </div>
<p><b>产品背景</b></p>	<p>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</p>
<p><b>目标群体</b></p>	<p>年轻消费人群、节庆送礼人群</p>
<p><b>命题主旨</b></p>	<p>沈大成节庆礼盒创意命题大赛</p>
<p><b>命题要求 阐述 (请详细阅读)</b></p>	<p>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品周边。</p>
<p><b>创意形式</b></p>	<p>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。</p>

作品要素	参赛作品可落地性强的更佳，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/佰草集
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	<p>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。</p> <p><b>汇集中西 佰草缘起：</b>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。</p> <p><b>真实美力：</b>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。</p> <p><b>植根中华 闪耀世界：</b>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。</p> 
产品背景	<p>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</p> <p>产品内含：佰草集御龄系列产品+周边辅销衍生品-GWP (Gift with Purchase)</p> <p>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）</p>
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	佰草集品牌创意礼盒命题大赛
命题要求阐述 (请仔细阅读)	<p>创意一款佰草集品牌礼盒和周边辅销衍生品</p> <p>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</p>

	<p>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）。</p> <p>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。</p>
<b>创意形式</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 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）。</li> <li>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）。</li> <li>3. 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。</li> </ol>
<b>作品要素</b>	<p>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。</p>

#### 【命题策略单 4·龙门】

<b>命题单位</b>	上海水产集团龙门食品有限公司
<b>官网地址</b>	微信公众号：龙门海选
<b>品牌背景</b>	<p>“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。</p> <p>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“愉悦龙门，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。</p> <p>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。</p> <div style="text-align: center;">  </div>

产品背景	<p>“龙门渔场”冷冻粗加工产品</p> <p>“龙门快厨”海鲜预制菜</p> <p>“龙门校场”休闲海鲜零食</p> <p>“龙门有礼”海鲜礼盒</p>
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 (请仔细阅读)	<p>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。</p> <p>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……</p> <p>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。</p> <p>龙门以侠者之姿，希望探索更多可能性。</p> <p>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。</p> <p>在下列2个方向中选择其一进行作品设计：</p> <p>1. 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，包括但不限于人物类、动物类、非生物类。</p> <p>2. 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。</p>
创意形式	<p>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）</p> <p>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）。</p> <p>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）。</p>
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/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

<p><b>品牌背景</b></p>	<p>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。</p> <p>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，获得珍珠醇粹、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。</p> <p>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。</p> <p>在世界珍珠养殖技术发源地德清，有一颗神奇的珍珠。正绽放出令世界惊艳的美白光彩。</p> <p>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”</p> 
<p><b>产品背景</b></p>	<p>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）</p>
<p><b>目标群体</b></p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
<p><b>命题主旨</b></p>	<p>欧诗漫品牌创意礼盒命题大赛</p>
<p><b>命题要求阐述 (请仔细阅读)</b></p>	<p>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。</p>

	<p><b>【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】</b>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。</p> <p>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）。</p> <p><b>【礼盒概念】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 设计上可以选择欧诗漫超级成分 IP 珍白因为联名设计。</li> <li>2. 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。</li> </ol>
<b>创意形式</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 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）。</li> <li>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）。</li> <li>3. 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。</li> </ol>
<b>作品要素</b>	<p>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。</p>

## 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、在提交作品前需完成报名表单的填写。

在线填表地址：<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。

## 八、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。

## 九、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，所有作者签名确认方可投稿。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）获一、二、三奖作品作者拥有作品署名权，赛事命题方拥有作品版权；

（七）大赛组委会拥有赛事最终解释权。

## 十、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。

## 十一、咨询方式

### 官方咨询：

师老师：010-89576608，18513190168

（请于工作日8:30-12:00，13:30-17:00拨打咨询）

### 老字号·新国潮创新设计赛道组委会：

蒋老师：021-64253437，13817797861

老字号·新国潮创新设计专项赛道官方公众号



中国好创意暨全国数字艺术设计大赛组织委员会

2023年11月3日

