

# 中国好创意暨全国数字艺术设计大赛组织委员会

中创赛【2025】字第 169 号



## 第 20 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

中国好创意大赛（China creative challenges contest 简称 3C 大赛或“中国创意挑战大赛”），是公益免费参加的大赛。已入选教育部中国高等教育学会发布的《全国普通高校大学生学科竞赛分析报告》的赛项。是全国第一个以数字艺术为核心的大赛、也是第一个把赛事上升到哲学高度的赛事，还是全国第一个投稿即可免费存证的大赛。

在科技快速迭代的时代，中国好创意大赛希望大学生，以创意为笔，以匠心为墨，创作出内涵丰富，具有积极价值导向的优质作品，普及大众的审美能力，提升全民的文明程度，拓展民众的认知境界，倡导民众的大爱精神，促进全民的内心向善。

老字号·新国潮创新设计赛道以“创新驱动发展”为核心，聚焦成果转化与产学研融合，以创意设计赋能老字号焕新，推动传统产业转型升级。大赛贯穿品牌调研、创意设计与市场转化全过程，融合前沿设计思维与消费洞察，为老字号注入年轻活力与新势能。作为中国好创意大赛的重要专项赛道，参赛成绩可作为高校学生保研及综合测评的重要参考。历届命题品牌涵盖大白兔、吴良材、美加净、沈大成、佰草集、欧诗漫等知名企业，累计吸引全国 800 余所高校、万余件作品投稿，作品总曝光量突破百万次，多件优秀设计实现品牌联名与产品落地，部分选手与企业签约成为合作设计师。赛事注重成果推广与国际展示，优秀作品多次赴德国、新加坡、日韩等地展出，形成了以“设计助力传承、创意引领创新”的特色路径。老字号·新国潮赛道诚邀更多青年设计师加

入，用创意激活传统，让中国品牌在世界舞台焕发新光彩。

本届老字号赛道汇聚全国青年之力，共有美加净、哈氏、上海牌咖啡、古桥牌四个品牌进行命题，旨在为老字号品牌注入新鲜血液。

## 二、老字号赛道宗旨

“老字号”承载着世代传承的技艺与深厚的文化底蕴，是中华民族珍贵的商业遗产。然而，在个性化消费兴起的今天，许多老字号品牌面临与年轻市场脱节的挑战。为此，“中国好创意”老字号·新国潮赛道应运而生。

我们旨在以创新设计为桥梁，推动老字号与“新国潮”深度融合，不仅激发年轻一代对传统文化的认同与传承，展示老字号在品牌焕新、产品创新及产学研融合方面的成果，更助力其拓展国际视野，走向更广阔的市场，实现从文化价值到全球影响力的跨越。

## 三、老字号赛道主题

**“擦亮老字号，共创新纪元”**

**“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

上海美加净日化有限公司

上海哈尔滨食品厂有限公司

上海轻工置业有限公司

上海申酒股份有限公司

### **战略合作：**

800 秀

上海伽作文化创意有限公司

上海国际设计节

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

浙江万里学院中德品牌学部

### **海外支持单位：**

新加坡南洋艺术学院

普瑞特艺术学院中国学生学者联合会

### **平台支持：**

汉仪字库

### **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**

\*所有命题更多详细要求解析将在公众号-【好创意老字号新国潮创新设计赛道】后续单独命题推文中推出。老字号所有命题参赛作品必须先存证（存证免费，版权归命题方）再投稿。

## 命题一：美加净

命题单位：上海美加净日化有限公司

官网地址：maxam-sh.com

品牌定位：专业抗敏防牙酸、主打冷热酸甜都不怕，是牙膏品类中面向中档市场的品牌。

行业领域：美加净日化，牙膏国家标准主要起草者

目标群体：

过去：40 岁以上牙齿敏感问题人群 焕新后：当前存在牙齿敏感问题 25 岁+人群

命题主旨：百年美加净，岁月留兰香

命题背景：上海美加净日化有限公司（以下简称“美加净”），坐落于上海市普陀区金沙江路 1829 号，美加净牙膏的前身“中国化学工业社”于 1912 年创建，并于 1922 年试制成功了国产“三星”牙膏。解放后“中化社”更名为“国营上海牙膏厂”，成为当时新中国的牙膏生产基地，为中国牙膏工业奠定了基础，引领了中国牙膏工业的发展，是中国牙膏行业的龙头企业。从中化社到上海美加净日化有限公司，公司历经百年的发展变革，已成为国内著名的口腔护理用品专业生产企业。

目前，公司拥有“白玉”、“留兰香”、“中华”、“美加净”、“上海”、“泡泡娃”、“至臻克敏”、“植尚”等知名品牌。多年来，公司始终依靠科技和创新，致力于口腔健康事业的探索和研究，为中国口腔护理用品事业的发展做出贡献，是国内牙膏企业自主品牌出口前列的企业。2023 年，旗下的“上海”、“白玉”、“中华”、“美加净”品牌获得上海老字号品牌协会认证，2024 年伊始，“白玉”和“美加净”品牌荣列第三批中华老字号名单。2024 年新上市了美加净家清品线，满足消费者一站式极致清洁的需求。

其中命题品牌“上海”防酸创立于 1976 年，是拥有四十多年历史的专业抗敏牙膏品牌。

上海防酸一直致力于抗敏技术及口腔护理领域的专业研究，上海防酸牙膏对牙齿冷、热、酸、甜或各种物理刺激等原因引起的牙齿酸痛症状具有良好作用，其“冷热酸甜都

不怕”的品牌形象深得认同和信任。

命题方向：

方向一：

主题：上海防酸牙膏包装焕新

命题要求阐述：包装设计视觉系统升级。在不改变品牌 logo 的情况下结合品牌定位，明确视觉定位，更新视觉形象但应保留原版产品包装的影子，避免消费者对产品认知出现断层。包括但不限于品牌视觉识别系统与产品包装的融合创新，对产品包装设计的策略性规划。设计需满足视觉时尚感与功效型产品的定位，同时突出上海防酸牙膏作为历史悠久的品牌的专业精神和一直致力于抗敏技术及口腔护理领域的专业研究，以其新的专业性视觉形象帮助品牌传播。

方向二：

主题：上海防酸口腔护理礼盒设计

命题要求阐述：为 2026 年的上海防酸牙膏打造一款独具特色的上海伴手礼礼盒，结合品牌调性，融入上海城市文化进行礼盒设计，礼盒内包括上海防酸牙膏+任意口腔护理产品，以及配套的 GWP（Gift With Purchase，即购买礼品）设计。

创意形式：

1. 必须提交作品设计介绍（中英文双语版本），阐明设计理念、元素运用与文化逻辑，以 .pdf 格式提交，A4 规格
2. 平面作品：以 A3 横版展板，jpg 格式提交，分辨率 150dpi
3. 视频作品：以 mp4 格式提交，分辨率 1080p 以上，2 分钟以内，视频内容清晰可见

命题二：哈氏

命题单位：上海哈尔滨食品厂有限公司

品牌定位：面向中高端糕点市场的经典老字号、市级非遗品牌，兼具海派文化与现代品

质

行业领域：食品生产与零售

目标群体：传统消费群体以中老年为主的上海本地人群；品牌焕新后目标群体为 90 后年轻消费群体及全国消费者

命题主旨：哈氏品牌全面焕新，省外门店整体设计

命题背景：上海哈尔滨食品厂有限公司前身上海哈尔滨食品厂。1936 年创立以来，从第一批“中华老字号”企业到首批“上海老字号”企业，历经商海浮沉，仍历久弥新。公司出品的中西式糕点产品种类多达百余种，定位中高端，力求在营养型、健康型的食品生产领域打造自身特色。公司立足于直营门店、联销经营的模式，并积极融入互联网销售。企业营销网络遍布上海的各大热门商圈，并逐步向江浙一带延伸。

2021 年 3 月，公司吸收合并了上海黄山茶叶有限公司。合并后，原两家公司优势互补，共建共创。旗下“叙友”茶叶品牌作为“中华老字号”，以严选品种纯正的全国各地核心产区中高档名优茶及小气候环境佳的地方特色茶为优势，兼营各类紫砂茶具及工艺茶器。

企业近年来获得的主要荣誉有“上海市非物质文化遗产代表性项目”、“上海商业服务品牌”称号、“最具影响力品牌”等等。公司多款拳头产品十多年来连续被评为“上海名特优产品”，深受消费者的喜爱和认可。

命题方向：

方向一：

主题：省外门店形象升级

命题要求阐述：基于品牌丰厚底蕴与年轻化需求，围绕哈氏品牌“中西融合、经典创新”的定位，结合本土外市场时尚化的消费趋势，对省外门店整体视觉与空间设计进行设计和升级。旨在通过门店空间与包装的升级，打破地域文化隔阂，使“哈氏”成为江浙沪消费者认知“上海味道”的窗口。设计内容包括但不限于省外门店店招的设计、省外门

店整体设计与布局、特色包装设计等。

方向二：

主题：哈氏品牌焕新设计

命题要求阐述：根据日常经营及“哈氏”90周年庆典（2026年）两大主题进行自选。在日常经营层面，主要打造兼顾传统与年轻化的品牌视觉体系，如针对核心经典产品（杏桃排、蝴蝶酥等）及季节性新品，进行上海特色伴手礼盒、产品手册与宣传图、品牌宣传语、多媒体账号扩展等品牌设计；在“哈氏”90周年庆典（2026年）层面，主要进行90周年主题性创作，设计内容包括但不限于：周年庆Logo，专用礼盒，伴手礼，特色活动策划，数字人IP形象等。该命题方向整体设计内容包括但不限于全场景日常糕点包装体系、日常传播全渠道素材矩阵、90周年庆典及延展设计、日常经营专属宣传语体系等。

\*详细命题要求解析在公众号-【好创意老字号新国潮创新设计赛道】后续推文【哈氏命题详解】中推出

创意形式：

- 1、必须提交作品设计介绍（中英文双语版本），阐明设计理念、元素运用与文化逻辑，以.pdf格式提交，A4规格
2. 平面作品：以A3横版展板，jpg格式提交，分辨率150dpi
3. 视频作品：包括但不限于门店空间漫游动画、礼盒开箱展示、数字人IP形象动态展示（需在设计介绍中标注是否为AI生成）或庆典动态海报演示等，以mp4格式提交，分辨率1080p以上，2分钟以内，视频内容清晰可见

注：所有设计需遵循品牌中高端定位，兼顾品牌传统基因与年轻化表达，突出“海派文化+现代美学”的双重特质，强化哈氏作为上海名片在全国市场的传播力。

命题三：上海牌咖啡

**命题单位：**上海轻工置业有限公司

**品牌定位：**高级、优雅、摩登的生活方式体验及城市伴手礼

**行业领域：**食品、百货、文创

**目标群体：**有上海情怀的消费者

**命题主旨：**申韵咖迹·视觉传承 —— 上海牌咖啡海派文化图库构建与创新应用

**命题背景：**一个源自 1935 年华人在上海开的第一家咖啡厂，承载着深厚海派文化底蕴与城市记忆的咖啡品牌。它以精品品质为基石，以“咖啡+”为核心策略，通过产品风味创新、多元场景体验和文化跨界融合，不断推动老字号焕新，目标是成为代表上海城市形象的文化名片和现代精致生活方式的提供者。

**命题方向：**

**主题：**申韵咖迹·视觉传承 —— 上海牌咖啡海派文化图库构建与创新应用

**命题要求阐述：**参赛选手需围绕“上海牌”咖啡品牌，打造一套系统性的品牌视觉方案。设计应基于品牌核心调性与定位，创作具有主题性与延展性的主视觉创意，并由此衍生出完整的视觉图库（即设计矢量元素）。图库需具备规范性、统一性与可持续扩展性，可广泛应用于线下活动、产品包装、线上运营及文创周边用品等场景。参赛作品需适度展示落地效果图，既服务于品牌传播，也能强化消费者的情感共鸣与品牌认知。设计必须包含品牌 Logo，并在视觉呈现中突出品牌识别度，注重体现上海牌咖啡品牌特色，展现年轻化、创新性与都市气息。

**创意形式：**

- 1、必须提交作品设计介绍（中英文双语版本），阐明设计理念、主视觉创作思路、配套设计元素的应用逻辑，以 pdf 格式提交，A4 规格
- 2、平面作品：1-3 张设计展板，包括作品名称、设计元素、设计效果图及其他相关设计内容，以 A3 横版，jpg 格式提交，色彩模式 RGB，分辨率 150dpi
- 3、视频作品：以 mp4 格式提交，分辨率 1080p 以上，2 分钟以内，视频内容清晰可见

## 命题四：古桥牌®

命题单位：上海申酒股份有限公司

品牌主张：弘扬海派文化经典、坚守科技酿造品质、融合申城当代活力的健康口粮酒。

行业领域：酒类（包括水果酒、调制酒等低酒精饮料）

目标群体：追求质优价实、注重文化体验、乐于以酒链接情感的百姓群体

命题主旨：基于市场调研、竞品分析、用户细分等，为古桥牌®策划设计“龙凤申祥”主题系列产品及礼盒，并制定具有一定可行性的市场推广计划。

命题背景：关于上海申酒股份

上海申酒股份有限公司（以下简称“上海申酒股份”）自创立以来，以传承千年酿酒技艺、弘扬酒文化为使命，以酿造高品质酒为己任，以复兴上海品牌为愿景，融合现代科技与创新理念，致力于打造独具海派文化特色的白酒品牌。企业产品的酿制过程完全按照国家非遗酿酒工艺进行，严格的品质管理控制体系把控每一个生产环节，从原料的精心挑选，到酿造过程中的匠心坚守，再到成品的严苛检验，每一滴申酒都凝聚着匠人对品质的极致追求。公司致力于“申®”标准的全方位树立与打造，多年来申酒被业界公认为产地好，原料好，古法酿造，大师勾调，拥有糅合劲、柔、醇于一体的优质口感，在消费者心中树立了良好的口碑，成为上海白酒文化的一张亮丽名片。公司提倡健康饮酒理念和文化，酿造“不上头、醒酒快”的好酒，为健康干杯的申酒成为海派社交新风尚。

关于老字号古桥牌®

1958年，老字号古桥牌®诞生于市属国营企业上海七宝酒厂，曾经历了数十年的蓬勃发展，并成功打造出一系列上海家喻户晓的本土白酒。为配合支持上海城市更新，2000年上海七宝酒厂歇业，自此古桥牌®及其产品淡出白酒市场。响应“振兴老字号品牌”的国家号召，上海申酒股份接棒老字号古桥牌®的回归与复兴，为这个曾辉煌于上海滩

的经典白酒品牌启动“保护传承和创新发展”的长效机制，在战略性升级公司发展蓝图的同时，为中国酒类行业持续注入新活力。保护传承从来不是拒绝改变，而是为传统经典穿上契合新时代旋律的新衣。在这场老字号品牌复兴行动中，上海申酒股份将“申龙®”与“申凤®”两个国潮特色商标结合为“龙凤申祥”主题系列，为古桥牌®增添更多中国文化基因与海派申城温度，计划推出质优价实、彰显新国潮文化、贴近现代百姓生活的的国民口粮酒。

**命题方向：**

**方向一：**

**主题：**产品及礼盒开发设计

**命题要求阐述：**根据品牌调性和系列定位，为古桥牌®“龙凤申祥”主题系列设计一至两套产品以及节庆礼盒，设计内容应系统化，核心要素包括但不限于酒瓶、酒标、外包装（礼盒/手提袋）等主体部分，并可延伸至瓶盖、装饰挂件、配套酒具等消费使用场景细节，以及适用于线上传播、线下陈列的整体视觉延展。

**方向二：**

**主题：**营销推广内容物料设计

**命题要求阐述：**根据品牌调性和系列定位，为古桥牌®“龙凤申祥”主题系列的营销推广设计宣传内容及物料，包括但不限于宣传主视觉、平面插画海报、IP形象、创意动图及视频等设计。设计方案须清晰传递品牌文化及系列特色，契合目标消费群体的审美与兴趣，确保产品上市后能有效触达目标受众并引发线上线下口碑传播。

**创意形式：**

1、必须提交作品设计介绍（中英文双语版本），阐明设计理念、创作思路等，以.pdf格式提交，A4规格

2、平面作品：提交1-2张包括但不限于市场调研、竞品分析、推广方案等策划说明；不少于3张设计图，并辅以场景应用效果展示等其他相关设计内容。每张以A3横版展

板，jpg 格式提交，分辨率 150dpi

3、视频作品：以 mp4 格式提交，分辨率 1080p 以上，2 分钟以内，视频内容清晰可见

\*注：以上四个命题所有参赛作品必须为原创，未在历届相关赛事中递交或发表，不得重复投稿。若有抄袭现象，由参赛选手自行负责，大赛组委会有权取消其参赛资格。提交作品时，须同时提交一幅.jpg 格式的封面文件，该封面文件不得透露个人、学校等与参赛者相关的信息。封面文件大小≤2MB。

## 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，图片格式以各品牌方命题提交要求为主，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）大赛作品提交及获奖公示公布平台

大赛官网：[www.cdec.org.cn](http://www.cdec.org.cn)

## 八、奖金设置

一等奖 2000 元、二等奖 1500 元、三等奖 600 元，大赛总奖金池 16 万元。

各命题设立：一等奖 5 个，二等奖 12 个，三等奖 20 个。入围奖按各赛道提交作品总量的 1% 计算。大赛承办单位（华东理工大学）有权根据各命题投稿数量，调节各命题组的获奖数量，但总获奖数量和总奖金额度不变。

\*获奖者由中国好创意大赛组委会统一颁发国赛获奖证书。

## 九、大赛日程

报名投稿时间：2025年11月13日-2026年6月1日17:00截止

决赛答辩：初赛入围选手统一进行决赛答辩（答辩地点待定，答辩期间的差旅、住宿等，自行承担），不参加决赛答辩的作品，自动降级到优秀奖。

答辩时间：2026年7月10日左右，具体时间，以通知为准。

**\*决赛采取导师制，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。**

## 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，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，参赛者应承担全部经济和法律后果，与主办单位、承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。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）获奖作品作者拥有作品署名权，赛事各命题方拥有作品版权；

（七）大赛组委会拥有赛事最终解释权。

## 十一、咨询方式

### 好创意大赛组委会：

周老师 电话：010-89576608 18513190168

### 老字号·新国潮创新设计赛道组委会：

苗老师：18600198936

组委会邮箱：hlyssm@126.com

（以上咨询电话，请于工作日 8：30-12：00，13：30-17：00 拨打咨询）

中国好创意暨全国数字艺术设计大赛组织委员会

2025年10月20日

