

# 中国好创意暨全国数字艺术设计大赛组织委员会

中创赛【2026】字第 001 号



## 第 20 届 中国好创意

### 自然堂雪山萌卫队 IP 设计专项赛简章

(免费参赛)

#### 一、中国好创意大赛简介：

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《全国普通高校大学生竞赛分析报告》赛项，是我国第一个以数字艺术、数字设计、数字创意、数字媒体以及数字技术创新领域各专业综合类规模大、跨学科、多专业、参与院校多、影响广泛的权威赛事，更是国内第一个将赛事理念上升至哲学高度的赛事，同时是第一个免费为参赛作品提供版权保护与存证的赛事，也是全国第一个对投稿数量作出明确限制的赛事。

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。

#### 二、自然堂介绍：

自然堂 CHANDO，来自喜马拉雅的自然高科技品牌。2001 年创建于上海，产品涵盖护肤品、彩妆品、面膜、男士、个人护理品。自然堂缘起地球第三极广袤的喜马拉雅山脉，那里有地球上最纯净的冰川水、有超强抗氧化能力的雪地植物、有沉积亿万年赋有天然能量的海

洋矿物质，那里有大自然的万千色彩和美妙气息，有神秘古老的文化传承，这一切都是自然堂取之不尽的原料来源和创意之源。

自然堂一直致力于喜马拉雅山脉冰川、珍稀植物、矿物、动物和独特文化的研究，将喜马拉雅的自然与精神的真谛，用心注入产品。从喜马拉雅提炼能量、汲取色彩、专注于科技，在注重功效的同时，确保每一个产品的安全，将喜马拉雅的宝藏一滴一滴转化为健康美丽的生活方式，通过合理的价格带给消费者。美丽，始于自然，师于自然。

### 三、赛道主题

自然堂“雪山萌卫队”IP 创意设计

### 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织委员会

承办单位：上海自然堂集团有限公司

支持院校：

**（支持单位名称持续更新中.....）**

我们热忱欢迎各高校申请成为本专项赛支持单位。请扫描二维码填写《支持单位申请问卷》，我们将有专人与您对接。

支持单位申请 | 自然堂专项大赛



微信扫码关注或长按识别，填写内容

### 五、征稿对象

国内外高等职业院校、普通高校在校大学生、研究生、教师、社会类参赛选手、特邀团队等均可参加。

**\*参赛选手可以任选一个或几个命题参赛；**

**\*专项赛免费参赛，直接进入国赛评选，无需院校管理员审核，作品数量不限。**

社会类参赛请扫码填写信息，并在问卷中上传作品（\*一组作品仅限填写一次问卷）



## 六、赛道设置及参赛规范

本次专项赛共设置两个选题：

1. “美羚羚”及“憨憨鼠”GWP创意设计
2. “雪山萌卫队”预备成员创意策划

### **选题一：“美羚羚”及“憨憨鼠”GWP创意设计**

2025年，依托品牌喜马拉雅核心基因，自然堂正式推出自有IP——“雪山萌卫队”。首发IP形象围绕有着高原之舟美誉的藏羚羊及超级网红萌物土拨鼠打造，分别发布“美羚羚”及“憨憨鼠”两个子IP。两名首发队员以萌趣之姿传递“为全球追求美的消费者提供来自喜马拉雅的珍稀馈赠”的品牌使命，让每一份向美而行的事业都成为雪域生态守护的延续。自然堂将持续孵化“美羚羚”和“憨憨鼠”

相关周边及品牌物料，因此该选题聚焦 GWP（随购随赠品，**后文简称“周边”**）创意设计，旨在让两大子 IP 以更多样化、趣味性的形式与粉丝和消费者见面，持续赋能品牌增长与文化价值提升。

周边创意设计需围绕自然堂品牌及“雪山萌卫队”IP 调性开展，以品牌促销或日常售卖活动配赠为目的，符合当前年轻化潮流及审美偏好，原则上周边类别不设限制，但市场基础售价需低于 100 元。

### **作品要求：**

#### **1. 周边效果图设计：**

a. 每份作品需包含至少 2 种周边类型，每种周边必须包含“美羚羚”及“憨憨鼠”两个子 IP 的延展。需上传平面三视图（正面、侧面、背面）

b. 可提供所设计的周边建模渲染的三维三视图（正面、侧面、背面）

c. 需要表明尺寸、面料材质、工艺等

2. **设计阐述：**需为所设计的现有卡通 IP 新形象的周边阐述灵感来源及设计理念，不少于 300 字，pdf 格式。

### **提交格式：**

**图片作品：**提交 JPG、GIF 或 PNG。色彩模式 RGB、分辨率 300dpi，每张图片大小不超过 10M。同时，需要上传作品设计源文件。

**设计阐述：**提交 PDF 格式文档，大小不超过 50M。

### **选题二：“雪山萌卫队”预备成员创意策划**

在品牌规划中，“雪山萌卫队”是一个组合型的 IP 阵容，除去

已官宣的“美羚羚（藏羚羊）”及“憨憨鼠（土拨鼠）”，雪豹、小熊猫、兔狲也将作为“雪山萌卫队”预备成员出现，因此，该选题需围绕雪豹、小熊猫、兔狲为创意原型输出 IP 故事及设计方案。通过有创意、有记忆度、有趣味性、并展现情绪价值的设计及策划提案，增加品牌与消费者的互动与触点，以达成双方的情感联结，强化品牌记忆度。

### **作品要求：**

#### **1. 原型设计：**

a. 需至少完成 1—3 组（雪豹、小熊猫、兔狲）卡通 IP 新形象的 2D 原型设计，需上传平面三视图（正面、侧面、背面）

b. 可提供所设计形象的建模渲染的三维三视图（正面、侧面、背面）、或角色插画海报设计。

c. 提供毛绒玩偶参考图：需体现材质质感（如尺寸参考、面料材质、工艺参考等）

2. **设计阐述：**需为所设计的每个 IP 形象阐述灵感来源及设计理念，不少于 300 字，pdf 格式。

3. **人设规划：**需为每个 IP 形象进行“人设规划”的策划，内容包含但不限于 IP 命名、MBTI 设定、IP 定位、寓意、特质、口头禅、情感角色、品牌角色、人设简介以及故事小传，pdf 格式。

### **提交格式：**

**图片作品：**提交 JPG、GIF 或 PNG。色彩模式 RGB、分辨率 300dpi，每张图片大小不超过 10M。

**设计阐述、人设规划：**提交 PDF 格式文档，大小不超过 50M。

**重要提醒：参赛作品需存证以后再提交**

## 七、奖金设置：

**（所有奖金为税前金额）**

参赛类别	奖项	数量	奖金与奖品	备注
“美羚羚”及 “憨憨鼠”GWP 创意设计	一等奖	5	5000 元	需要线下答辩
	二等奖	10	2000 元	需要线下答辩
	三等奖	30	价值 500 元产品	直接评选、邮寄 奖品，不做线下 答辩
“雪山萌卫队” 预备成员创意策 划	一等奖	5	5000 元	需要线下答辩
	二等奖	10	2000 元	需要线下答辩
	三等奖	30	价值 500 元产品	直接评选、邮寄 奖品，不做线下 答辩
优秀指导教师奖	国赛：指导的作品获得国赛一等奖、二等奖的教师 省赛：指导的作品获得国赛三等奖的教师			
<b>*答辩地点暂定上海，以通知为准</b>				
<b>*重要提醒：入围团队及个人须按要求，参加线下二次创作与答辩环节，此环节为获奖必要条件。未按规定参与者，将无缘获奖资格。</b>				

## 八、赛程安排：

报名及截稿时间：

报名与投稿： 2026年1月15——5月1日17:00

初评评选及入围：2026年5月5——5月10日

二创线下答辩与颁奖：2026年5月27——5月31日

**\*请不要集中在最后几天提交，避免网站拥堵。作品在系统关闭时间上传没有成功的，视为无效作品。**

## 九、作品提交平台

请在大赛官网 <https://contest.cdec.org.cn/#/>，统一报名与上传作品。

## 十、咨询方式

### 官方咨询电话：

周老师、师老师：010-89576608，18513190168

（请于工作日 8：30-12：00，13：30-17：00 拨打咨询）

## 十一、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，不得侵犯他人隐私等，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，参赛者应承担全部的经济和法律责任，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）作品上请勿出现作者、指导老师、学校名称等信息；

（四）每件作品作者不超过 8 人，指导老师不超过 3 人，鼓励跨校合作，但合作院校不超过 3 所（含本校），最终获奖信息以报名系统填写信息为准；

(五) 作品名字只能使用中文，且不多于 20 个汉字；

(六) 同一个作品，只能提交到一个类别，如果投两个或以上类别并获奖，组委会将取消这个作品的全部奖项；

(七) 参赛作品必须是围绕本简章内命题创作的原创作品，大赛不接受其它赛事的作品；

(八) 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；

(九) 所有投稿作品的版权归承办方所有，大赛组委会拥有对参赛作品进行学术交流、商展、宣传、使用、推广、产业转化代理等权利，包括但不限于对参赛作品进行公开展示、集结出版及其它形式的非商业用途推广、公益性收藏、组织成果转化和商品交易、宣传、展览、复制等；

(十) 本次比赛按自愿原则参加，赛事期间按民法典风险自担；

(十一) 凡投稿者视为认同并遵守本公告的各项条款，组委会保留对本公告各项条款的修订及最终解释权。

中国好创意暨全国数字艺术设计大赛组织委员会

2026年1月1日

