

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 226 号



第 20 届 中国好创意 未来包装创新专项大赛简章

(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，也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，更是我国第一个将比赛上升到哲学高度的赛事，还是第一个免费为参赛作品提供版权保护与存证的大赛。

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。

二、未来包装创新专项赛简介：

本次“未来包装”专项赛，以创新应用为驱动，深度聚焦产业发展前沿与时代需求，特别设置“自主命题”与“企业命题”双赛道。在自主命题赛道，参赛者可自由释放想象力，探索包装设计的无限可能；在企业命题赛道，则将直面真实行业场景与商业挑战，推动创意向市场转化，实现才华与价值的双重验证。双赛道并行，旨在贯通创意构想与产业实践，激发引领未来的包装创新力量。

三、赛道主题

绿色、环保、创新

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

湖南工业大学

承办单位：

湖南工业大学学科建设与发展规划处（包教委秘书处）

湖南工业大学包装设计学院

湖南工业大学包装工程学院

支持单位：

中国包装联合会包装教育专业委员会

中国包装联合会纸浆模塑专业委员会

江西省斛润文化产业有限公司

晟通科技集团有限公司

广东旺盈环保包装实业有限公司

联合支持单位：

四川音乐学院成都美术学院

喀什大学设计学院

电子科技大学成都学院艺术与科技学院

电子科技大学成都学院电子科技大学成都学院

广州华商学院数字传播学院

韶关学院美术与设计学院

广州华商学院数字传播学院

宁波幼儿师范高等专科学校阳明人文学院

武昌理工学院创意设计学院

阜阳职业技术学院城乡建设学院

重庆艺术工程职业学院艺术设计学院

南京传媒学院电竞学院

南京传媒学院电竞学院

电子科技大学成都学院电子科技大学成都学院

沈阳理工大学艺术设计学院

三门峡社会管理职业学院文旅文创学院

重庆理工职业学院大数据学院

西安翻译学院凤凰数智传媒产业学院

郴州思科职业学院财经与商贸学院人工智能学院

南京邮电大学经济学院

武汉光谷职业学院智能制造学院

吉林动画学院游戏学院

辽宁广告职业学院工艺美术系

湖北民族大学美术与设计学院

海南软件职业技术学院动画与数字创意学院

安徽新华学院艺术学院

河北科技工程职业技术大学经济管理系

北海设计艺术学院设计艺术学院

山东管理学院劳动关系学院

吉林动画学院未来智能影像学院

哈尔滨华德学院艺术与传媒学院

聊城大学建筑工程学院

山东航空学院艺术学院

河南牧业经济学院艺术学院

广东茂名农林科技职业学院信息工程学院

石家庄学院美术与设计学院
山东师范大学赫尔岑国际艺术学院
山东师范大学美术学院
长春人文学院美术与设计学院
金华职业技术大学设计学院
淮阴工学院设计艺术学院
湖北师范大学美术学院
昆明幼儿师范高等专科学校艺术学院
昆明幼儿师范高等专科学校艺术学院
青岛理工大学人文与外国语学院
青岛理工大学人文与外国语学院
岭南师范学院美术与设计学院
上饶师范学院上饶师范学院美术与设计学院
宁夏大学宁夏大学美术学院
广东科技学院艺术设计学院
烟台科技学院文化传媒学院
江苏省盐城师范学院美术与设计学院
云南经济管理学院艺术与传媒学院
北华航天工业学院艺术设计学院
厦门南洋职业学院艺术设计学院
东北林业大学家居与艺术设计学院
成都东软学院数智应用技术学院
哈尔滨商业大学设计艺术学院
海南艺术职业学院设计传媒教研室

山东化工职业学院信息工程学院
山东师范大学赫尔岑国际艺术学院
南昌工学院艺术与传媒设计学院
南京传媒学院美术与设计学院
北海艺术设计学院设计艺术学院
临沂大学美术学院
江西科技师范大学美术学院
沧州交通学院艺术学院
重庆文理学院文化传播与设计学院
上海立达学院艺术设计学院
浙江经济职业技术学院数字信息技术学院
兰州工业学院艺术设计学院
西安明德理工学院艺术与amp;设计学院
长春大学旅游学院艺术学院
广州现代信息工程职业技术学院专才学院
湖南航空技师学院建筑装饰系
西安工商学院艺术与amp;传媒学院
阜阳职业技术学院城乡建设学院（乡村振兴学院）
山西大同大学美术学院
海南大学国际传播与艺术学院
西安科技大学高新学院经济管理与amp;传媒艺术学院
江苏理工学院艺术设计学院
青岛恒星科技学院艺术与amp;传媒学院
武汉工程科技学院艺术与amp;传媒学院

池州学院旅游与历史文化学院

郑州城市职业学院电子信息工程学院

张家界学院艺术

河南艺术职业学院美术学院

苏州城市学院艺术与创意设计学院

黑龙江大学艺术学院

江南大学数字科技与创意设计学院

吉林大学艺术学院

上海东海职业技术学院艺术设计学院

湖北恩施学院建筑与艺术设计学院

广州现代信息工程职业技术学院建筑与艺术学院

南通大学艺术学院

沈阳城市学院通识教育学院

广州应用科技学院创意设计与建筑学院

沈阳城市学院通识教育学院

广州工商学院商学院

常州大学美术与设计学院

洛阳科技职业学院艺术与设计学院

云南经济管理学院艺术与传媒学院

四川科技职业学院完美世界艺术学院

广西演艺职业学院艺术工程学院

宁夏大学美术学院

贵州商学院文化旅游学院

山东商业职业技术学院文化创意系

南华大学松霖建筑与设计艺术学院

河南艺术职业学院文化传播学院

武汉纺织大学伯明翰时尚创意学院

湖州师范学院艺术学院

(联合支持单位名单持续更新中.....)

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》，并及时添加组委会老师微信：[mamamiya522](https://www.wechat.com/p/mamamiya522)，注明姓名+学校+二级学院，方便后续沟通支持单位权利与义务。



五、征稿对象

国内高等职业院校、普通高校在校大学生、研究生、教师均可参加。

*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。

六、赛道设置及参赛规范

(一) 主赛道

1、主赛道作品包括但不限于：包装造型设计、平面设计、智能包装概念设计、“包装+文创”设计、“包装+数字营销”设计、“包装+体验”设计、虚拟现实与增强现实融合的元宇宙包装设计，以及包装新材料、新技术、新工艺、新结构、新系统方案的设计与应用，需突出本次大赛“绿色、环保、创新”的主题，体现可行、经济、时尚和可持续发展的特点。

2、作品要求

(1) 形式可以为方案说明书、平面设计稿、3D设计稿、效果图、动画视频，风格不限；可以手绘，也可以由设计软件生成；

(2) 须提供 500 字以内清晰的设计理念说明或应用说明。以 pdf 格式提交, A4 规格;

(3) 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 300dpi, 每张图片大小不超过 10M;

(4) 视频作品: 以 mp4 格式提交, 分辨率 1080p 以上, 视频编码:H. 264、H. 265, 2 分钟以内, 视频内容清晰可见, 并提交作品宣传图 4 张。

3、主赛道奖项设置: (10 万元奖金, 所有奖金为税前金额)

奖项等级	数量	奖金 (元)
一等奖	10	3000
二等奖	20	2000
三等奖	30	1000
优秀奖	参赛数量的 1%	无奖金

注: 优秀指导教师奖: 获得一二等奖作品的指导教师, 为国赛优秀指导教师; 获得三等奖作品的指导教师, 为省赛优秀指导教师。

各奖项均颁发证书或奖金。证书为国赛证书, 所有奖金由湖南工业大学统一发放, 并为获奖者(团队)代扣代缴税金后, 汇至获奖者(团队合作的, 统一委托一名创作者出具卡号)银行卡上。

***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。

(二) 专栏赛道

1、专栏一：药食同源新产品创新设计

(1) 命题单位

江西省斛润文化产业有限公司

(2) 专栏主题

森系礼韵：红斛共生的天然馈赠

(3) 专栏背景

杉满福品牌以“森林共生、自然馈赠”的品牌理念，依托 1.1 万亩红豆杉活树森林资源，开创性地实践“双稀植物”共生模式——在国家一级保护珍稀树种红豆杉的庇护下，仿野生种植国家二级保护植物铁皮石斛。

红豆杉，是冰川世纪的遗留古树，是孕育的摇篮，它提供的独特微生态环境，确保了红豆杉铁皮石斛的纯净与道地。二者相辅相成，共同构成了品牌不可复制的生态壁垒与价值内核。

我们的产品涵盖源自这一共生体系的树上红豆杉铁皮石斛鲜条、枫斗、切片、胶原蛋白肽、红豆杉植萃皂等。本次大赛，我们期待设计师们在不直接宣称功效的前提下，通过包装的视觉语言、结构创新与材质选择，讲述“双稀共生”的独特故事，传递产品的天然珍稀、生态高端与健康礼韵，完成从森林资源到消费精品的价值升华。

(4) 赛题设计

赛题	品牌客户	设计目标	痛盲点	其他补充
红豆杉铁皮石斛鲜条包装	杉满福	打造便于运输、保鲜、展示的高端鲜条包装	鲜条易损、需避光防潮；包装需兼具美观与功能性；开启与重复封口体验需优化	鼓励使用环保材质，结合森林元素，突出“树上种植”的独特性
红豆杉铁皮石斛深加工产品包装（枫斗、切片、肽粉等）	杉满福	提升产品高端感与科技感，强化品牌记忆	避免“保健品”视觉俗套；需在不开功效的情况下传递“有效”、“纯净”感	可结合中式美学、现代简约风，突出“杉满福”品牌符号
植萃皂系	杉满福	突出天然植萃与肌肤	避免化工感；需在视觉	结构上需考虑

列包装 (铁皮石 斛皂/红 豆杉皂)		护理的温和感	上传递“植物来源”、 “温和洁净”	用户使用感， 防潮、易悬 挂、易取用
礼品组合 装包装	杉满福	打造具有文化内涵与 情感价值的礼盒套装	包装需具备仪式感、开 启惊喜、可重复使用 性；融入自然、健康、 馈赠主题	鼓励设计成 “森林礼盒”， 可二次利用为 收纳盒、花器 等

(5) 作品提交要求:

- 须提供 500 字以内清晰的设计理念说明或应用说明。以 pdf 格式提交，A4 规格；
- 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 300dpi，每张图片大小不超过 10M；
- 视频作品：以 mp4 格式提交，分辨率 1080p 以上，视频编码:H.264、H.265，2 分钟以内，视频内容清晰可见，并提交作品宣传图 4 张。

(6) 专栏一奖项设置：（11 万元奖金，所有奖金为税前金额）

奖项等级	数量	奖金 (元)
一等奖	10	3000
二等奖	20	2000
三等奖	40	1000
优秀奖	参赛数量的 1%	无奖金

注：优秀指导教师奖：获得一二等奖作品的指导教师，为国赛优秀指导教师；获得三等奖作品的指导教师，为省赛优秀指导教师。

各奖项均颁发证书或奖金。证书为国赛证书，所有奖金由江西省斛润文化产业有限公司统一发放，并为获奖者（团队）代扣代缴税金后，汇至获奖者（团队合作的，统一委托一名创作者出具卡号）银行卡上。

***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。

（7）作品要求

1. 创新性（25%）：设计是否具有独特性、前瞻性，是否突破传统健康产品包装范式；
2. 品牌契合度（20%）：是否准确传递杉满福“森林共生、自然馈赠”的品牌理念；
3. 功能与体验（20%）：是否便于运输、储存、开启、使用，是否具备礼品仪式感；
4. 视觉与材质表现（15%）：是否高端、自然、有辨识度，材质是否环保可持续；
5. 文化内涵与情感共鸣（10%）：是否蕴含自然、健康、馈赠等深层意义；
6. 落地可行性（10%）：是否具备量产条件，成本可控。

2、专栏二：铝箔包装创新设计

（1）命题单位

晟通科技集团有限公司

（2）专栏主题

铝创未来：解码包装创新新次元

（3）专栏背景

随着经济发展，消费者们对于食品的要求已不仅仅停留在好吃美味，对于食品安全、营养健康也成为了越来越受到关注的话题。本专栏创新设计以“铝创未来：解码包装创新新次元”为主题，希望汇聚设计智慧，引入新的创意大脑，探索铝箔包装在宠物食品、方便食品、茶饮外卖、火腿肉制品赛道的创新路径，实现铝箔包装优势与赛道品牌需求、消费者生活方式的三者结合，促进食品包装更安全、更绿色、更个性。

我们期待参赛者能够充分发挥创新思维与跨界设计能力，以铝箔包装性能优势为载体，从消费者和品牌方视角出发，深入洞察、分析所选择赛题的痛难盲点，巧妙融合。

借助各类工具，创造具有实用性、个性化、美观、落地性与可持续的铝箔包装，为中国食品行业的高质量发展贡献智慧与灵感。

(4) 赛题设计

赛题	品牌客户	设计目标	痛盲点	其他补充
宠物食品包装	玛氏 乖宝等	鼓励参赛者从宠物食品的实际使用场景出发，结合铝箔材料特性，打造更具创新性、功能性与品牌差异化的包装解决方案，设计可量产、且成本可控。	开启不顺畅、重复封口不便或功能缺失；设计缺乏差异化，难以在货架/电商平台上脱颖而出；外出携带、居家收纳等场景下的包装形态未能精准匹配。	适用宠物湿粮、干粮、冻干食品等零食的铝箔包装设计；鼓励融入环保理念与智能元素。
方便食品包装	康师傅 白象等	传递“更便捷、更营养”的生活理念	包装缺乏对消费者情绪价值的关注，与日韩市场相比创新性不足；部分产品（如自热米饭）携带、加热、清理不够方便；调料包设计繁琐，尤其是油包难以撕开，使用体验不佳。	创意可围绕左侧痛点展开，也可跳脱框架进行延伸。重点可放在方便面市场，但不限于此。
茶饮包装	喜茶 霸王茶姬等	解决茶饮包装（包括手提袋、杯子等）逐渐趋同的问题，通过包装创新打造具有差异性和实用价值的包装，实现创新营销	形式单一，缺乏记忆点；使用过程中存在撒漏、开启困难、丢弃不便等问题；外卖打包过程相对繁琐，耗时长，部分包装仓储体积大	利用铝箔金属外观的优势，通过包装结构+外观设计来共同呈现新颖结构
火腿肉制品包装	双汇 皇家小虎 金锣等	通过铝箔包装的结构与视觉创新，提升火腿肠、午餐肉、鸡排、鸡块等方便肉制品产品附加值，满足新一代消费者对健康、便捷与美观等多重需求。	塑料肠衣开启不便；包装设计陈旧，难以吸引年轻消费群体；缺乏新场景等增值功能。	需充分考虑开启、携带便利性；鼓励结合加热、方便食用场景；设计应具备良好货架展示效果与品牌传播力。

(5) 作品提交要求：

- a. 形式可以为方案说明书、平面设计稿、3D 设计稿、效果图、动画视频，风格不限；可以手绘，也可以由设计软件生成；
- b. 须提供 500 字以内清晰的设计理念说明或应用说明。以 pdf 格式提交，A4 规格；
- c. 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 300dpi，每张图片大小不超过 10M；
- d. 视频作品：以 mp4 格式提交，分辨率 1080p 以上，视频编码:H.264、H.265，2 分钟以内，视频内容清晰可见，并提交作品宣传图 4 张。

(6) 专栏二奖项设置：（7.5 万元奖金，所有奖金为税前金额）

奖项等级	数量	奖金（元）
特等奖	1	20000
一等奖	2	10000
二等奖	3	5000
三等奖	20	1000
优秀奖	参赛数量的 1%	无奖金
<p>注：优秀指导教师奖：获得特等奖及一、二等奖作品的指导教师，为国赛优秀指导教师；获得三等奖作品的指导教师，为省赛优秀指导教师。</p> <p>各奖项均颁发证书或奖金。证书为国赛证书，所有奖金由晟通科技集团有限公司统一发放，并为获奖者（团队）代扣代缴税金后，汇至获奖者（团队合作的，统一委托一名创作者出具卡号）银行卡上。</p>		
<p>*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。</p>		

（6）作品要求

1. 创新性（25%）：鼓励时尚、个性化设计，结合智能化、高端化、环保可持续等进行创新性设计；（选择茶饮外卖赛道，该评分占比下调至 15%）

2. 铝箔契合度（15%）：设计理念与铝箔优势（详情请进群查询、咨询）的契合程度；

3. 市场洞察深度（25%）：在解决上述核心需求外，需充分考虑整个包装使用链群体，是否足够便捷，易包装、易开启、易食用等；

4. 商业可行性（15%）：方案需考虑生产成本、生产工艺、材料采购等实际可行性，确保设计能够顺利投入生产并具备市场竞争力；

5. 环保和可持续性设计（10%）：设计应关注环保和可持续发展，探索包装可循环利用的设计方式；

6. 视觉表现力（10%）：设计是否有高辨识度，能否在货架或电商页面脱颖而出（选择茶饮外卖赛道，该评分占比上调至 20%）。

3、专栏三：综合材料（皮、木，金属等）高奢品的包装设计

（1）命题单位

广东旺盈环保包装实业有限公司

（2）专栏主题

高奢品包装：解码皮、木，金属等包装材料的创意 ID 设计创新

（3）专栏背景

在全球经济深度转型与消费升级的大背景下，高端奢侈品市场正迎来前所未有的发展机遇。随着全球经济的复苏和消费能力的提升，消费者对高奢品的追求已从单纯的产品功能转向全方位的感官体验。现代消费者对高奢品包装提出了极致要求，他们不仅关注产品本身，更注重开箱瞬间的仪式感、材质触感的奢华度以及视觉呈现的艺术性。皮质的温润质感、木材的自然纹理、金属的冷峻光泽，每一种材料都承载着独特的

情感价值。

赛题以“高奢品包装：解码皮、木，金属等包装材料的创意 ID 设计创新”为主题，旨在从消费者和品牌方双重视角出发，探索包装设计的全新可能。设计要求既体现实用性，满足产品保护功能，又彰显个性化、差异化，同时兼顾美观性，以艺术化的视觉语言提升产品附加值；更重要的是具备落地性，确保创意能够转化为实际生产。

我们期待看到能够将传统材料与现代工艺完美融合，既传承经典又突破创新的包装设计方案，为全球消费品牌提供创新、可行、高效的高奢包装解决方案。

(4) 赛题设计

赛题	品牌客户	设计目标	痛点	其他补充
高奢品包装设计	不定义品牌，可选以下四个行业： 贵金属 雪茄 洋酒 高端化妆品	以珠宝、贵金属（如熊猫纪念币）、高端洋酒、顶奢美妆为核心品类，整合皮、木、金属、等综合材料的奢华质感与工艺潜力，打造造型极具辨识度、细节极致考究、开盒仪式感强烈且具备收藏级复用价值的包装方案，传递品牌高端基因与消费者情感认同，平衡量产落地性与高奢成本适配性。	1、包装造型趋同严重，缺乏高奢品牌专属记忆点； 2、材料搭配保守，未能通过材质碰撞凸显极致质感； 3、开盒体验平淡，无法匹配高奢消费期待的仪式感； 4、收藏属性与实用功能割裂，复用价值不足。 5、包装结构难以批量化生产	围绕珠宝收藏陈列、洋酒品鉴储存、顶奢美妆养护等高场景需求，构建“美学 + 功能 + 体验”三位一体的设计逻辑；鼓励材料跨界创新，工艺升级，可融入智能化元素，强化高奢专属感。

(5) 作品提交要求：

- 须提供 500 字以内清晰的设计理念说明或应用说明。以 pdf 格式提交，A4 规格；
- 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 300dpi，每张图片大小不超过 10M；
- 视频作品：以 mp4 格式提交，分辨率 1080p 以上，视频编码:H.264、H.265，2 分钟以内，视频内容清晰可见，并提交作品宣传图 4 张。

(6) 专栏三奖项设置：（5 万元奖金，所有奖金为税前金额）

奖项等级	数量	奖金（元）
一等奖	5	3000
二等奖	10	2000
三等奖	15	1000
优秀奖	参赛数量的 1%	无奖金

注：优秀指导教师奖：获得一二等奖作品的指导教师，为国赛优秀指导教师；获得三等奖作品的指导教师，为省赛优秀指导教师。

各奖项均颁发证书或奖金。证书为国赛证书，所有奖金由广东旺盈环保包装实业有限公司统一发放，并为获奖者（团队）代扣代缴税金后，汇至获奖者（团队合作的，统一委托一名创作者出具卡号）银行卡上。

***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。

(7) 作品要求

1. 创新性（25%）：差异化设计、设计需考虑包装造型、质感、开盒体验；
2. 皮、木、金属材质契合度（25%）：设计方案与皮、木和金属材质优势的契合程度；
3. 商业可行性（25%）：方案需考虑生产成本、生产工艺、材料采购等实际可行性，确保设计能够顺利投入生产并具备市场竞争力；
4. 视觉表现力（15%）：设计是否有高辨识度，能否在同类产品中脱颖而出。
5. 复用价值（10%）：设计方案应考虑重复利用价值；

七、赛程安排：

Ø报名及截稿时间：2025年12月6日——2026年5月15日17:00止

*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。

Ø初评时间：2026年5月中下旬

Ø线下答辩与颁奖时间：2026年6月6日-6月9日

（6月6日报到，7日进行二创（有企业导师现场指导），8日进行答辩，9日颁奖典礼；未按规定参与者，将无缘获奖资格。）

八、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。

九、咨询方式

官方咨询电话：

周老师：010-89576608，18513190168

（请于工作日 8：30-12：00，13：30-17：00 拨打咨询）

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）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) **企业命题获奖作品版权归企业所有**，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

2025年12月4日

