

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红豆杉铁皮石斛。

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
植萃皂系列包装 (铁皮石斛皂/红豆杉皂)	杉满福	突出天然植萃与肌肤护理的温和感	避免化工感；需在视觉上传递“植物来源”、“温和洁净”	结构上需考虑用户使用感，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：

- a. 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；
- b. 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；
- c. 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
<p>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。</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。</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>		

（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	形式单一，缺乏记忆点；使用过程中存在撒	利用铝箔金属外观的优势，通过包

		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	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	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
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。

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。

***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。

（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解决方案，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:

- a. 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;
- b. 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;
- c. 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
<p>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。</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。</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>		

(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10日-6月11日

（6月10日报到，11日进行答辩，11日晚颁奖典礼；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) **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

