

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 032 号



第 20 届中国好创意

“活路儿”地方非遗生成式人工智能专项赛简章

(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、专项赛介绍:

本次专项赛联合活路儿共同举办“活路儿—地方非遗生成式人工智能专项赛”。

“活路儿”是花儿艺术旅行在长期非遗实践中形成的非遗智库品牌。其名称源于川渝及西南地区“做活路”的日常语境，既指劳作、手艺与生活本身，也包含着人们在一针一线、一器一物中延续经验、传递情感的文化意味。“活”强调非遗并非静止的展品，而是在传承、体验、创作和使用中不断延续的活态文化；“路”则指向非遗连接传承人、青年创作者与当代生活的转化路径。基于高校艺术研学、文化考

察与非遗体验等真实场景，活路儿持续关注非遗内容的当代表达、青年参与和文创转化，探索传统手艺进入现代生活的更多可能。

因此，本专项赛以“以人工智能生成激活非遗新表达，以创意点亮手艺新生命”为理念，邀约国内外高校青年师生、设计团队、数字艺术创作者及社会创意力量，围绕活路儿品牌、非遗技艺、传统纹样、传承人故事、文创产品与影像传播等内容展开创作。赛事鼓励参赛者以人工智能生成为辅助工具，从真实非遗文化中提取灵感，以鲜活视角重构非遗意象，以青年创意激活传统手艺，让非遗不止走出展柜，更走进产品、影像、社交平台与当代生活。

这是一场关于非遗未来的创意共创：让古老手艺拥有新的形象，让传统纹样生长为新的产品，让一次非遗体验成为可以传播的故事，让“活路儿”与青年创作者一起，为非遗找到一条通向当代的新路。

三、赛道主题

“活路儿”地方非遗生成式人工智能专项赛

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
四川师范大学

承办单位：重庆市花儿旅文化艺术传播有限责任公司
四川师范大学影视与传媒学院

五、征稿对象

普通高校在校大学生、研究生、教师、国内外高等职业院校等均可参加。

*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。

六、赛道设置及参赛解读

面向非遗活态传承、青年创意表达与文创转化的品牌，活路儿以“让非遗被看见、被体验、被传播、被带回生活”为核心理念，持续链接非遗传承人、高校师生、文旅空间、博物馆、企业机构与青年创作者，探索非遗从传统展示走向内容传播、文创消费、数字化表达和当代生活应用的新路径。截至目前，活路儿已链接 1300+ 非遗传承人资源，推动非遗从“技艺资源”向“生活美学产品”转化。在品牌实践中，活路儿并不只关注一次体验活动的完成，而是更关注一门非遗如何从“传统手艺”转化为“当代内容”，让传统技艺不再停留于静态展示，而是在新的审美语境、新的消费场景和新的传播方式中获得持续生长的可能。活路儿的理念不是简单复制非遗元素，而是从文化源头出发，理解其技艺、纹样、故事、场景和情感，再通过视觉系统、文创产品再设计、短视频内容与数字化工具进行重新转译，让作品通过平台变成商品，不只被看见，更能被年轻人体验、理解、再创作，以非遗+文创+人工智能融合出全新作品，并在当代生活中重新生长，推动非遗资源在人工智能时代实现新的视觉表达、产品转化与影像传播。

参赛类别一：人工智能+平面类

内容方向：参赛作品可围绕“活路儿”品牌（在川渝及西南语境中，“做活路”常指做事情、做手艺、干活计，带有朴素的劳动气息、手作温度和生活现场感；“活”代表非遗不是静止的展品，而是仍在传承、体验、创作和使用中的活态文化；“路”代表连接传承人、青年创作者、文创产品、市场传播和大众生活的转化路径；“儿”则让品牌更具亲近感、烟火气和年轻化表达。由此，“活路儿”既是手艺人的一门活计，也是非遗走向当代生活的一条新路。）的视觉传播、品牌形象、图形创意、角色表达、故事叙事、文创应用等相关内容结合人工智能展开创作。

作品形式：可包括但不限于海报设计、文创产品设计、IP形象设计、插画设计、漫画设计、绘本设计、UI设计等。参赛者可根据选题内容和设计目标选择合适的表现形式，鼓励进行系列化、系统化和综合性表达。

作品要求：平面类作品需提交1—3张主视觉或设计展板；叙事类、长图类作品可根据内容需要提交系列展板或整合作品文件。提交格式为JPG、PNG或PDF。系列作品、叙事作品或综合设计方案建议提交整合PDF，同时可附单页图片文件。

参数要求：采用A3规格，297mm×420mm或420mm×297mm，300DPI，可根据作品内容选择竖版或横版。单张JPG/PNG图片不超过20MB；1—3张展板类作品PDF不超过50MB；漫画、绘本及综合设计方案类PDF不超过100MB。若赛事平台另有上传限制，以平台要求为准。

参赛类别二：人工智能+视频类

内容方向：参赛作品以地方非遗文化遗产为核心主题，围绕铜梁龙、木版年画、刺绣、陶艺四类非遗项目展开视频创作，可从非遗传承人、传统技艺、制作流程、民俗活动、文化场景、文创产品、文旅活动或城市文化形象等角度切入，结合人工智能技术进行影像表达，呈现地方非遗的文化内涵、视觉魅力与当代传播价值。

作品形式：可包括但不限于宣传视频、广告视频、动画视频等类型，如纪录片、形象片、文旅宣传片、城市文化短片、人物纪实短片、品牌广告片、产品推广片、活动宣传片、二维动画、三维动画、定格动画、MG动画、数字动画、AI动画等。参赛者可根据选题内容和设计目标选择合适的表现形式，鼓励进行系列化、系统化和综合性表达。

作品要求：视频类作品需时长控制在 15 秒至 5 分钟，最长不超过 5 分钟；画幅可选 16:9 横屏、9:16 竖屏、1:1 方屏，分辨率需不低于 1920×1080，优先 4K 及更高画质，文件推荐 MP4、MOV 格式。作品需画面清晰平稳、构图得当、色调和谐且整体视觉风格统一，音频部分人声、配乐、音效清晰流畅，访谈、方言等关键内容建议配套添加字幕。

参赛类别三：人工智能+影像画质创作类

内容方向：参赛作品以 8K 超高清非遗纪实为核心主题，参赛者须围绕铜梁龙、木版年画、刺绣、陶艺四类地方非遗项目开展视频创作。作品可从非遗技艺细节、手作过程、非遗

匠人、民俗节庆、非遗实景、文创产品、文旅展演及地域传统文化风貌等角度切入，通过 8K 超高清影像的细节表现、视觉叙事与艺术再创造，融合 AI 剪辑、AI 画质修复、AI 特效等技术手段，呈现地方非遗的技艺之美、文化内涵与当代传播价值。

作品形式：平面类以非遗纪实摄影为主，视频类以纪实短片、技艺微纪录片、非遗创意短片、民俗实拍 Vlog、非遗文创创意宣传片为主，参赛者可根据选题内容和设计目标选择合适的表现形式，鼓励进行系列化、系统化和综合性表达。

作品要求：全品类作品均需达到 8K 规格，可实景实拍搭配 AI 后期创作，实拍素材优先原生 8K 拍摄，也可依托 4K 原片经 AI 升帧增质至 8K 标准。**平面类作品提交1-5张单张或组图作品**，长边像素不低于 7680像素，画幅比例不限，推荐 sRGB 色彩空间。单张成品 JPEG 文件不超 20MB，仅可压缩画质、不可缩减分辨率。**视频类作品提交**时长在 15 秒—5 分钟的视频一个，视频规格为 8K（ $\geq 7680 \times 4320$ 像素）、帧率 ≥ 50 帧，色深高于 10bit、色域遵照 BT.2020，色彩采样优选 4:2:2 及以上、鼓励 4:4:4:4，采用 HLG/PQ 标准 HDR，码率不低于 100Mbps，格式为 MP4 或 MOV，画幅可选 16:9、9:16、1:1，音画干净规整，方言访谈内容配套字幕。

参赛类别四：人工智能+数字文创类

内容方向：本类别聚焦地方非遗文化的数字化创新转化，参赛作品须围绕铜梁龙、木版年画、刺绣、陶艺四类地方非遗项目展开创作，依托 AR 增强现实技术赋能非遗文创表达。参赛者可从传统纹样、民俗符号、手工技艺、非遗器物、文化场景、特色文创产品等核心元素切入，结合人工智能技术进行创意设计，探索非遗文化在数字交互、视觉呈现、产品体验与当代传播中的创新应用。

作品形式：作品形式为AR 非遗数字交互文创作品，主要包含非遗 AR 互动海报、AR 文创实物赋能、AR 非遗纹样动态交互、AR 非遗场景复原、AR 非遗 IP 互动形象、非遗 AR 沉浸式体验内容等。作品可以结合 AI 技术辅助创作，可通过 AI 提取非遗传统元素、AI 重构创新纹样、AI 生成视觉素材、AI 辅助三维建模、AI 优化画面画质与色彩等，鼓励进行系列化、系统化和综合性表达。

作品要求：依托AR增强现实技术实现非遗文创虚实融合交互展示，提交AR 作品公开访问链接与对应二维码和所有识别图源文件，作品全程需无平台、厂商、个人水印，画面无遮挡标识；采用合集模式制作，支持单次扫描识别不小于三张不同识别图，丢失追踪后可无缝切换任意一张识别图加载对应 AR 内容；作品兼容网页端、安卓移动端、iOS 移动端三大终端，链接扫码即可打开，无需下载客户端，多设备下模型加载、交互效果稳定一致。

参赛类别五：人工智能+营销策划类

内容方向：本类别聚焦“活路儿”品牌及其旗下非遗手作产品的营销策划与传播转化。参赛者可围绕“活路儿”品牌整体传播，也可结合后续附件中提供的多款非遗手作产品进行专项营销策划，重点围绕非遗破圈传播、年轻化赋能、市场化变现、长效运营四大核心方向，运用数字化、智能化营销思维，结合人工智能工具，打造可落地、可运营、可传播、可增收的非遗品牌推广方案与产品营销方案，推动非遗手作从文化资源转化为具有消费吸引力、传播价值和市场生命力的当代文创产品。

作品形式：本类别为非遗活态运营营销策划方案，以“非遗活路落地策划”为核心专属创作形式，以完整的营销策划文档为主体呈现形式。方案围绕非遗活态传承、实体落地运营、文创产品变现、日常传播活化、传承人赋能发展等核心板块搭建内容体系，可搭配市场数据图表、落地运营路径图、受众推广分布图、活动执行计划表、商业变现模式图等辅助素材，直观展示非遗长效活化、可持续运营的完整思路与落地体系，区别于纯理论、空泛的传统文案策划，鼓励进行系列化、系统化和综合性表达。

作品要求：提交一份不超过50MB的营销策划案（PDF），页面比例为A4（横竖版画面均可）创作需尊重非遗原生文化内核，坚守非遗文化本质，不低俗化、不戏谑化、不脱离非遗本源，方案需贴合当下市场需求与文旅发展趋势，具备创新性、实用性、可持续性，切实为地方非遗打破传承困境、实现长久活态传承、市场化良性发展提供完整可行的营销运营方案。

七、奖项设置

作品类别	奖项等级	数量
------	------	----

人工智能+平面类	一等奖	投稿量 4%的六分之一
	二等奖	投稿量 4%的六分之二
	三等奖	投稿量 4%的六分之三
人工智能+视频类	一等奖	投稿量 4%的六分之一
	二等奖	投稿量 4%的六分之二
	三等奖	投稿量 4%的六分之三
人工智能+影像画质创作类	一等奖	投稿量 4%的六分之一
	二等奖	投稿量 4%的六分之二
	三等奖	投稿量 4%的六分之三
人工智能+数字文创类	一等奖	投稿量 4%的六分之一
	二等奖	投稿量 4%的六分之二
	三等奖	投稿量 4%的六分之三
人工智能+营销策划类	一等奖	投稿量 4%的六分之一
	二等奖	投稿量 4%的六分之二
	三等奖	投稿量 4%的六分之三
获得一等奖，二等奖作品的指导教师将获得国赛优秀指导教师奖； 获得三等奖作品的指导教师将获得省赛优秀指导教师奖。		

八、通用评审规则

作品须为原创，严禁抄袭、盗用、一稿多投，因版权问题产生纠纷由参赛者自行承担责任。内容积极健康，尊重非遗文化本源，不得歪曲、丑化、过度娱乐化非遗内容。

九、作品提交平台

作品报名与提交平台：www.cdec.org.cn

十、赛程安排:

开启创作时间：大赛简章发布之日起

截止提交时间：2026年7月27日下午17:00

结果公示时间：2026年8月5日

展出时间、地点：待定

*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。

十一、咨询方式

范老师：15183482778（请于工作日 9：00-12：00，13：30-18：00 拨打咨询）

十二、成果孵化机制

本专项赛不仅关注作品的创意表达，更关注作品在真实非遗品牌场景中的应用可能。对于在评审中表现突出的优秀作品，活路儿将结合品牌宣传、文创产品开发、小程序内容建设、短视频传播、线下活动展示及非遗物料等实际需求，择优纳入后续孵化与落地计划。

入选孵化的作品，经作者确认并完成相关授权后，可由活路儿统一组织进行二次深化与应用开发，包括但不限于：视觉优化、内容加工、产品打样、包装设计、宣传物料制作、短视频内容转化、小程序页面应用、品牌推广发布及线下展示使用等。

活路儿希望通过这一机制，让专项赛不止停留在赛事评审层面，而是进一步打通“创意征集—作品展示—品牌筛选—成果孵化—应用落地”的完整链路，让青年创作者的作品真正进入非遗品牌传播和文创转化现场。

孵化办法（重点说明）：

1 \ 买断方式：入选孵化的作品，版权费 5 0 0 0 元整，如果作者不同意转化，大赛组委会有权取消其作品获奖资格。

2 \ 合作方式：入选孵化的作品，作者按 2 % 的份额获得转化版费，如果作者不同意转化，大赛组委会有权取消其作品获奖资格。

十三、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)作品名字最好使用中文，且不多于 20 个汉字；

(六)同一个作品，只能提交到一个赛道，如果投两个或以上赛道并获奖，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)所有投稿作品一经提交，版权归创作者（或其团队共同）所有，主办单位，承办单位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、组织成果转化和商用转化、交易、宣传、展览、复制等；

(十)参赛者需谨慎选用AI工具，确保生成的作品内容版权归用户，AI平台无保留权利、分成等要求；确保参赛作品可用于商用、宣传，无地域及使用场景限制。

(十一)本次比赛按自愿原则参加，赛事期间按民法典风险自担；

(十二) 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6月9日

