

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 033 号



第 20 届中国好创意

蒙牛美加墨世界杯专项大赛简章

(免费参赛)

一、赛事简介

中国好创意暨全国数字艺术设计大赛，英文名称：China creative challenges contest，简称“中国创意挑战大赛”，是入选教育部中国高等教育学会发布的《全国普通高校学科竞赛分析报告》赛项，也是我国第一个以数字艺术为核心的大赛，更是第一个把赛事上升到哲学高度的大赛，还是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。

二、专项赛介绍：

作为世界杯全球官方赞助商，蒙牛始终深耕足球体育赛道，提前布局、蓄力已久，为本次世界杯营销做好全方位筹备。本次蒙牛 2026 美加墨世界杯专项赛作为蒙牛世界杯系列重磅核心内容，承接前期预热声量，正式开启品牌世界杯全方位释放品牌体育势能，大赛聚焦“足球+AI”双核驱动，面向全球创意人才征集融合蒙牛品牌调性、世界杯激情与 AIGC 技术表现力的视觉、视频及交互类作品。本次赛事旨在挖掘年轻化、多元化、场景化的优质创意内容，以视觉、视频、动画等多元艺术形式，联结品牌与大众的足球热爱，传递拼搏、向上、热血、温暖的 brand 内核，让大众深度感知蒙牛深耕体育事业、赋能全民足球的 brand 初心与长远布局，助力品牌世界杯内容破圈传播。

三、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：

蒙牛集团

联合支持院校：

.....

四、征稿对象

国内外院校（普通高校，高等职业院校）在校大学生及教师

*专项赛直接进入国赛评选，无需经过分赛区评选。

海外院校报名注册，请统一使用中华人民共和国手机号

五、大赛主题

蒙牛世界杯，营养争光辉

六、创作内容

核心调性：热血竞技、青春情怀、国民温度、年轻新潮、坚韧向上

创作核心导向：结合蒙牛多年世界杯营销积淀与长远足球战略，聚焦两大核心创作维度。一是国民全民足球，贴合本届世界杯全民狂欢的热潮，聚焦大众足球热爱、全民参与的赛事氛围，展现蒙牛赋能全民足球、普及大众体育的品牌担当；二是赛场要强精神，诠释足球赛事拼搏进取、永不言弃的体育内核，深度绑定蒙牛“要强”品牌主张，结合品牌多年深耕世界杯的坚守与沉淀，实现品牌价值与体育精神的深度融合。

七、赛题方向（参赛者可选1个或多个）：

（一）蒙牛世界杯海报设计

本赛道聚焦静态视觉创意，以海报为核心载体，适配品牌全渠道宣发场景，依托本届世界杯全新赛事规模、全民狂欢的行业氛围，打造兼具视觉冲击力、品牌辨识度与传播力的原创海报作品，覆盖社交刷屏、官方宣传、线下物料、活动落地等多元使用场景。

1. 创作方向

方向一：盛世赛场风。紧扣本届世界杯 48 支球队、104 场重磅赛事的豪门盛宴属性，聚焦世界杯顶级赛场竞技瞬间，捕捉球员逆风拼搏、团队并肩作战、进球狂欢、坚守到底等热血画面，融合蒙牛品牌元素，诠释全力以赴的“要强”精神，凸显全新赛事的盛大氛围与竞技魅力。

方向二：青春回忆风。延续蒙牛《青春不过几届世界杯》经典创意内核，以四年一届的世界杯时间刻度为线索，串联历届赛事记忆与国民青春故事，结合本届全新赛事格局，打造有温度、有情怀、有共鸣的国民向海报，展现蒙牛陪伴几代人奔赴足球热爱的长久坚守。

方向三：全民狂欢风。贴合国内全民入局世界杯的热潮，聚焦普通人观赛、亲子玩球、街头足球、全民助威等生活化场景，诠释世界杯不止是顶级赛场竞技，更是全民参与、全民热爱的大众盛宴，凸显蒙牛赋能全民足球、点亮大众热爱的品牌价值。

2. 规范要求

作品为原创静态海报，版式完整、构图协调、色彩贴合世界杯热血狂欢氛围，需清晰、自然融入蒙牛品牌 LOGO 及品牌专属色系；风格不限，可潮酷年轻化、复古情怀化、极简高级化，画面主题鲜明、视觉张力充足；杜绝抄袭、拼接、网图合成、低俗元素，内容积极正向；作品需适配新媒体传播、线下展板、品牌物料、商业宣发等全商用场景。

需附作品创作说明，清晰阐述作品创意思路、主题立意、品牌融合逻辑与创作亮点。

3. 提交格式

静态作品：JPG、PNG 或 GIF 格式。色彩模式 RGB、分辨率 300dpi，每张图片大小不超过 10M，提交张数不限。如需做成展板，标准竖版 A3 尺寸（297mm x 420mm）。

创作说明：100-300 字，PDF 格式，大小不超过 50M。

（二）蒙牛世界杯漫插创意设计

本赛道主打慢节奏、高质感、强故事性的原创插画创作，区别于常规海报的视觉冲击，侧重以细腻笔触、治愈氛围、完整叙事定格世界杯的热血与温情，结合蒙牛长远足球战略与全民布局，打造具备收藏价值、传播价值、品牌价值的精品视觉内容。

1. 创作方向

方向一：时代战略叙事插画。以时间与行业发展为轴线，细腻描绘世界杯赛事升级、国内足球氛围升温、中国品牌入局体育营销的发展历程，结合蒙牛多年深耕世界杯、提前布局全民足球活动的战略沉淀，用画面诠释品牌深耕体育赛道的长远视野与国民担当。

方向二：赛场温情插画。避开激烈竞技画面，聚焦本届世界杯盛大赛事中的温情瞬间：多国球队相聚赛场、球迷跨域助威、球员相互致意、少年奔赴足球梦想、赛场落日盛宴等，自然融入蒙牛品牌元素，传递温柔且坚定的体育力量与品牌温度。

方向三：全民场景插画。结合“和蒙牛一起踢球吧”全民足球活动余热，描绘大众日常踢球、亲子互动、好友观赛、赛场补给等生活化场景，展现蒙牛从线下全民足球活动到顶级世界杯赛事的全方位布局，诠释“营养赋能热爱，要强奔赴赛场”的品牌内涵。

2. 规范要求

作品为原创手绘/数位慢插画，单张或系列作品均可，系列作品需风格统一、主题连贯；画面细节丰富、笔触细腻、色调统一、氛围感饱满，具备高级质感；拥有完整叙事逻辑，可精准传递世界杯赛事内核与蒙牛品牌理念；品牌元素融入自然不生硬，无硬凑违和感；适配公众号长图、朋友圈传播、品牌画册、周边衍生、线下展览等多元场景。

需附作品创作说明，清晰阐述作品创意思路、主题立意、品牌融合逻辑与创作亮点。

3. 提交格式

静态作品：JPG、PNG 或 GIF 格式。色彩模式 RGB、分辨率 300dpi，每张图片大小不超过 10M，提交张数不限。如需做成展板，标准竖版 A3 尺寸（297mm x 420mm）。

创作说明：100-300 字，PDF 格式，大小不超过 50M。

（三）蒙牛世界杯微视频创意设计

本赛道适配短视频传播趋势，征集 15-60 秒原创微视频作品，以纪实、剧情、混剪、生活化拍摄等多元形式，结合本届世界杯全民狂欢热潮与蒙牛赛事布局，打造轻量化、高共鸣、高传播、易出圈的短视频内容，适配抖音、视频号、小红书等主流新媒体平台。

1. 创作方向

方向一：情怀纪实向。延续蒙牛经典世界杯情感创意，以普通人、家庭、年轻群体的世界杯故事为切入点，记录大众追赛、观赛、热爱足球的日常，结合本届赛事全民狂欢的行业氛围，唤醒国民青春赛事记忆，凸显蒙牛长久陪伴大众足球热爱的品牌温度。

方向二：盛世热血混剪向。围绕本届世界杯 48 支球队、104 场顶级赛事的豪门盛宴，剪辑赛场经典竞技、逆风翻盘、团队协作、全民助威等热血名场面，搭配动感适配的配乐，结合蒙牛品牌镜头与体育布局，诠释不服输、敢拼搏的“要强”精神，拉满赛事氛围感与品牌气场。

方向三：品牌场景剧情向。结合蒙牛世界杯全周期营销布局，承接前期全民足球预热活动，打造轻量化趣味剧情，展现大众看球狂欢、日常踢球运动、赛事营养补给、好友欢聚观赛等场景，诠释蒙牛全程陪伴大众解锁世界杯狂欢、赋能全民足球的品牌价值。

2. 规范及提交格式

（1）时长：不低于 30s，鼓励 30s-3mins 以内的短片，不设上限：

（2）格式：分辨率不低于 720p，建议 1080p，视频大小不超过 1G，视频编

码:H. 264/H. 265, 视频格式:MP4, 并提交作品宣传图 4 张;

(3) 画面比例:需横屏常规比例, 参赛作者根据作品内容和创作意图选择合适的画面比例;

(4) 附 100-300 字创作说明, PDF 格式, 大小不超过 50M。清晰阐述作品创意思路、主题立意、品牌融合逻辑与创作亮点。

(四) 蒙牛世界杯动画创意设计

本赛道依托动画的创意表现力,打破实景拍摄局限,征集 10-60 秒原创动画短片,支持 2D 动画、MG 动画、逐帧动画、动态插画动画等多种形式,以年轻化、趣味化、创意化的动态语言,演绎本届世界杯盛世氛围与蒙牛足球战略、品牌精神。

1. 创作方向

方向一: 盛世狂欢动画。结合本届世界杯多国联办、百场赛事的盛大格局,以创意动态画面展现全球球迷狂欢、各国球队齐聚赛场、全民喜迎世界杯的热闹场景,凸显本届赛事的独特性与盛大感。

方向二: 品牌精神动画。用动态艺术具象化诠释蒙牛“要强”精神,通过动画演绎球员逆风突围、少年坚持逐梦、团队并肩拼搏、大众坚守热爱等场景,结合品牌深耕足球多年的战略布局,传递长久坚守、全力以赴的核心内核。

方向三: 场景联动动画。串联蒙牛前期全民足球活动与本届世界杯顶级赛事,以创意转场、动态特效展现品牌从大众足球普及到国际顶级赛事深耕的全维度布局,让大众直观读懂蒙牛深远的足球体育战略。

2. 规范及提交格式

(1) 时长:不低于 30s, 鼓励 30s-3mins 以内的短片, 不设上限:

(2) 格式:分辨率不低于 720p, 建议 1080p, 视频大小不超过 1G, 视频编码:H. 264/H. 265, 视频格式:MP4, 并提交作品宣传图 4 张;

(3) 画面比例:需横屏常规比例, 参赛作者根据作品内容和创作意图选择合适的

画面比例；

（4）附 100-300 字创作说明，PDF 格式，大小不超过 50M。清晰阐述作品创意思路、主题立意、品牌融合逻辑与创作亮点。

九、奖项设置：按各类别总报名数据的 4%

类别	奖项	入围数量	获奖奖励
海报设计	一等奖	4%的六分之一	—
	二等奖	4%的六分之二	—
	三等奖	4%的六分之三	—
漫插创意设计	一等奖	4%的六分之一	—
	二等奖	4%的六分之二	—
	三等奖	4%的六分之三	—
微视频创意设计	一等奖	4%的六分之一	—
	二等奖	4%的六分之二	—
	三等奖	4%的六分之三	—
动画创意设计	一等奖	4%的六分之一	—
	二等奖	4%的六分之二	—
	三等奖	4%的六分之三	—

十、赛程安排

特别提醒：报名及投稿分 4 个截稿日期：

海报设计：2026 年 6 月 26 日-2026 年 7 月 31 日 17:00；

漫插创意设计：2026 年 6 月 26 日-2026 年 8 月 28 日 17:00；

微视频创意设计：2026 年 6 月 26 日-2026 年 9 月 30 日 17:00；

动画创意设计：2026 年 6 月 26 日-2026 年 10 月 30 日 17:00；

获得一等奖，二等奖的作品指导老师，将获得国赛优秀指导教师奖。获得三等奖的作品的指导老师，将获得省赛优秀指导教师奖。

优秀作品将有机会在蒙牛集团官方渠道展示。

十一、重要提醒：

1. 原创要求：所有参赛作品须为全新原创、未公开发布、无版权争议的独立作品，严禁抄袭、搬运、洗稿、二次修改他人作品、盗用网图素材，一经查实，立即取消参赛及获奖资格，纳入赛事黑名单。

2. 内容要求：作品需贴合本次世界杯赛事主题、蒙牛品牌调性与足球战略内核，内容积极正向、健康向上，不得包含低俗、暴力、违规、侵权、歪曲品牌形象及违反公序良俗的内容。

3. 版权说明：参赛者提交作品即默认授权蒙牛在合规范围内，用于品牌世界杯宣传、线上传播、线下物料制作、公益展播等商用及非商用推广场景，作者永久保留作品署名权。

4. 投稿要求：所有作品投稿时需附带 100-300 字创作说明，清晰阐述作品创意思路、主题立意、品牌融合逻辑与创作亮点。

十二、作品评选标准

1. 主题契合度（40%）：贴合本届世界杯盛世属性、全民狂欢氛围，深度契合蒙牛“要强”品牌精神、全民足球布局与长远体育战略，主题鲜明、立意深刻。

2. 创意创新性（30%）：创作视角新颖独特，打破同质化创作套路，创意亮点突出，能够差异化展现世界杯魅力与品牌特色，具备专属记忆点。

3. 作品质感（20%）：画面精致、制作精良、构图和谐、节奏流畅，艺术表现力强，整体完成度高，具备专业审美与艺术价值。

4. 传播适配性（10%）：适配新媒体全网传播场景，贴合大众审美，易于引发情感共鸣与二次传播，具备良好的品牌推广与赛事宣传价值。

十三、咨询方式

师老师：010-89576608，18513190168

（*请于工作日 8：30-12：00，13：30-17：00 拨打咨询）

十四、参赛注意事项

（一）作品内容必须积极向上，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）一件作品，最多不超过 3 所合作院校（含本校）；

（五）作品名字必须有中文，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作品。

（八）所有投稿作品严禁在中国好创意大赛所有赛项（包括常规赛、专项赛、计时赛）中进行一稿多投。获得奖金的作品除署名权外，版权归奖金发放单位所有，作者不得擅自将其重复投稿至其它赛项。一经发现并核实，即取消该作者（或团队）的参评及入围资格；已获奖的，将撤销奖项、追回奖金（如有）及证书，组委会有权追究由此引发的侵权及相关法律责任；由此引发的所有法律纠纷均由均与组委会无关，由作者自行承担；

(九)为确保评审的公平公正，并有效减轻组委会的存证负担，同一作者（包括个人及团队成员，团队以其成员组合为认定依据，成员顺序不同亦视为同一团队）在每个类别中的投稿数量不得超过10件（含10件）。凡超出该数量限制的投稿，将一律视为恶意投稿，并取消其参赛资格；

(九)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；

(十)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、产业化代理等权利；

(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，均视为认同并遵守本公告各项条款。组委会保留对本公告进行修订和最终解释的权利。

中国好创意暨全国数字艺术设计大赛组织委员会

