**一、紫金奖·文创产品设计大赛**

**1. 文创产品设计综合赛**

参赛作品提交要求

①产品组提交作品需为实物，要求符合市场当前消费需求；数字创意类及概念组作品用设计图结合设计理念阐述。

②每件参赛作品需附设计说明，明确阐述作品的设计思路和理念等（200字以内）。

③参赛作品须以单位、个人或团体名义进行申报，作品署名不超过3个。

④所有参赛作品应为原创设计，知识产权纠纷由参赛者自行承担。

⑤参赛作品中不得出现任何与参赛人员姓名、单位相关的文字、图案、标记及其他与设计方案无关的符号，不符合规定者将被视为无效作品，取消参赛资格。

⑥参赛者应认真了解并接受大赛规则，主办方对赛事规则具有最终解释权。

成果要求

①所有参赛作品须按要求以电子文档格式通过大赛官网上传提交。参赛者应仔细填写参赛作品报名表，错填或未填写联系方式导致无法联络的，责任由参赛者自行承担。

②单件作品参赛提交图片不超过5张，系列作品提交图片数量不超过8张。

③文创产品初评提交图片电子文件统一为JPG格式，300dpi，A3纸尺寸大小，单张图片大小不超过20M。

④数字创意类及概念组作品可按照作品形式提交JPG、MP4、MP3、GIF等。

⑤参赛者在收到《终评入围通知书》后，应根据组委会要求进一步提交参赛作品资料。

⑥入围实物作品需寄送实物至指定地点，入围数字创意类或概念组作品需按要求制作展板并寄送。要求外包装箱坚固，便于搬运，贴统一标签（作品登记表）。

⑦入围数字化作品需签署《发售同意书》至指定地点。

**2.博物馆文化创意设计赛**

参赛要求

（1）文化衍生商品设计要求产品主要以反映地域文明、中华传统文化为核心，融入百姓生活为主要方向，注重文旅融合，既是博物馆文化创意衍生商品也是具有特色的旅游纪念品。产品设计应以系列（组套）或数字化形式呈现，体现高品质生活，能够营造出一种生活空间从而达到文化传播的作用。

①征集的作品必须要与“传统文化空间”“当代生活”“地域文明”相结合，作品要与人们生活的某一个场景相结合，并要以系列性组合形式呈现。

②参赛者自行选择创作产品类型，参赛作品可以单位、团队或个人名义进行申报。征集的作品主要包括首饰、餐具、新中式家具、灯具、文具、玩具、包装等各类与人民群众生活息息相关的生活用品。

③所有参赛作品应为原创设计，在网上报名时需要提交版权证明（含作品照片），其作品带来的其他知识产权纠纷由参赛者自行承担。单件作品参赛提交图片不超过5张，系列作品提交图片数量不超过8张。（其中1张图片需体现作品全貌；其余4张图片要求多角度、有参照物、尽可能体现作品原貌。）图片电子文件统一为JPG格式，300dpi，A3纸尺寸大小，单张图片大小不超过20M。

④数字化作品可按照作品形式提交JPG、MP4、MP3、GIF等。

⑤作品中不得出现任何与参赛人员姓名、单位相关的文字、图案、标记及其他与设计方案无关的符号，不符合规定的作品将被视为无效作品，取消参赛资格。合作参赛的个人或单位不得超过3 位（家），且应遵守赛事规则及其他相关要求，主办方对赛事规则具有最终解释权。

⑥参赛者在收到《终评入围通知书》后，应根据组委会要求进一步提交参赛作品资料。实物产品组参加终评的作品必须为实物作品。

1. 展览策划设计要求

①大赛强调原创性，已实施和未实施展览均可参赛，鼓励内容和形式设计师合作参赛。

②参赛展览以小而精为原则，可复制、易推广，适宜在中小型博物馆、美术馆、纪念馆、旅游景区、大中型商场展出，展览设计上要考虑展品安全问题。

③除参赛表格填写的基本信息外，参赛者需提供其他能够阐明和呈现展览策划设计思路的、可供评审的作品形态，如文本、图片、视频等。评审时间有限，所提交内容应以阐明创意为重点，切题、精炼，避免冗长。

④合作参赛的个人/单位不得超过3 位（家），且应遵守赛事规则及其他相关要求，主办方对赛事规则具有最终解释权。

1. 教育活动策划设计要求

①申报教育项目策划设计必须提交活动配套教育材料包。教育材料包可以是已经完成设计并投入使用的材料包，也可以是未投入使用的策划设计。材料包既可以是实体的教材、辅助教育材料，也可以是PPT（以PDF形式提交）授课材料、教材或辅助教育材料的设计稿或样品。

②如果申报实体教育材料包，需要提交整套材料包及使用说明文字；如果申报教育材料包是设计稿或样品，需要提交教育材料包的设计稿原件或样品。

③策划设计整体说明是指设计主创以一段视频的方式对本设计进行整体说明。视频时间不超过3分钟，画幅宽高比16∶9，分辨率最低要求为1280\*720，大小不超过60MB，格式为MP4。

④参赛者自行选择设计教育项目策划设计类型，参赛作品可以单位或个人名义进行申报。申报教育项目策划设计强调创意设计，鼓励使用环保、经济、再生的材料进行配套教育项目材料包的研发，通过设计提高产品附加值。

⑤合作参赛的个人/单位不得超过3 位（家），且应遵守赛事规则及其他相关要求，主办方对赛事规则具有最终解释权。

**3.老字号企业定制设计赛**

参赛要求

①以符合新时代的消费需求为老字号创新赋能，作品内容包括但不限产品设计、包装设计、店面形象、品牌Ｖ设计、品牌形象衍生品、宣传视频等，作品形式以设计图片、实物作品、短视频等为主，鼓励基于低碳、绿色、环保设计理念的作品参赛，鼓励老字企业自有设计团队和合作团队以贴合市场需求的高质量作品积极参赛。

作品中务必体现“中华老字”“江苏老字”“省市老字”等标识以及“紫金奖”ＬＯＯ（大赛官网下载）

②参赛作品须以单位、个人或团体名义进行申报，作品署名不超过３个。

③为更好帮助老字企业和参赛设计师精准对接，组委会将继续安排企业开放日活动井加大定向宣推力度。是以线上线下形式走进国内外知名设计机构、设计院校，进行邀约定向设计，助力老字号打造年轻潮流的品牌形象。二是带领设计师、设计机构实地进入老字企业，面对面了解企业需求。三是入围终评的参赛单位和个人可深入老字企业进行专题调研，根据企业需求，对产品进行二次创作，推动落地转化。

④所有参赛作品应为原创设计，知识产权纠纷由参赛者自行承担。

⑤具体内容及要求详见《２０２２第九届紫金奖·老字企业定制设计赛企业设计需求明细表》（另行发布）。

⑥参赛者应全面了解赛事规则，凡提交参赛作品者，视同已了解井接受大赛规则，自愿遵守规则。主办方对赛事规则具有最终解释权。

成果要求

①所有参赛报名作品需按要求以电子文档格式通过大赛官网上传提交。参赛者应仔细填写参赛作品报名表，或未填写联系方式导致无法联络的，责任由参赛者自行承担。

②单件作品参寒提交图片不超过５张，系列作品提交图片数量不超过８张。图片电子文件统—为JＰＧ格式，３００ｄｐｉ，Ａ３纸尺寸大小，单张图片大小不超过２０Ｍ。

③视频时间不超过3分钟，画幅宽高比1６：９，分辨率最低要求为,1２８０\*７２０，大小不超过６ＯＭＢ，格式为ＭＰ４。

④参赛者在收到《终评入围通知书》后，应根据组委会要求进一步提交参赛作品资料。

⑤入围作品需寄送实物至指定地点，参赛者需自制外包装箱，要求坚固，便于搬运，贴统一标签（作品登记表）

**二、紫金奖·建筑及环境设计大赛**

参赛分组及对象

竞赛设职业组和学生组。职业组为相关专业的设计师、教师及其他相关从业人员学生组为相关专业的全日制在校生（本专科、硕士、博士）。参赛组别根据第一主创人的身份确定，同一作品不得跨组重复申报。

参赛要求

①大赛延续开放式命题，参赛者应选择与大运河文化相关的现实空间为创作题材，自行选址、自行拟定设计任务及副题。

②创作选址应为具有真实的历史记忆和历史文化的场地，不得掺杂虚拟或虚假信息。创作类型应为与大运河文化相关的各类生产生活生态空间，可以是建筑、公共空间、设施、城市家具等。鼓励围绕大运河沿线的历史文化资源如历史文化名城名镇名村、历史文化街区、历史地段、历史建筑以及传统村落、传统园林、工业遗产和农业文化遗产等开展创意设计。

③创作形式可以是建筑设计、景观设计、城市设计、艺术设计（包括环境小品）等单项或综合设计，创作内容可以是改造、扩建或新建，题材不限、规模不限、手法不限，自由创作。选题提倡从身边入手、从现实入手，尺度适宜、内涵真实，不鼓励宏大叙事场景的设计方案。

④方案设计应着重表达创意创新，创作内容鼓励提出面向大运河文化价值的挖掘、延续与活化利用的综合设计方案，鼓励提出针对新旧环境、新旧建筑联动改善的设计方案，鼓励当代新思维、新方法、新技术、新材料、新设施和新场景的合理应用等，为新时代优秀传统文化的传承发展贡献创意力量。

⑤为促进创意设计成果落地转化，大赛鼓励参赛者与设计基地主体（如产权主体、平台机构、实施主体等）组成联合体共同参赛。同时，组委会面向社会公开征集一批有设计需求的基地，形成设计基地备选名录（分批发布），搭建共创平台，供参赛者参考选用。

成果要求

职业组、学生组应提交设计图版2张。图版内容应包括设计说明（含场地历史信息的诠释和调查分析、创意策划、设计思路和方案亮点等）、分析图、总平面图、节点设计图、表现图及其他表达设计意图的相关图示等。示例图版电子文件请在官网下载，版式可根据作品表达需要，着力体现方案重点和设计策略，表达形式不限、图纸比例自定，原则应按示例A1竖排。

图版、照片、图纸等以JPG格式提交，精度应不小于300dpi。参赛者请同时提交创作草图、工作照片及其他创作过程资料若干（图片为JPG格式，精度不小于150dpi)。

竞赛语言为简体中文，国外参赛作品可为中文，也可为中英文双语注释，作品度量单位为公制。图版内容除设计说明及图示注解外，不得出现参赛者姓名、单位及其他无关的任何标记，否则取消参赛资格。具体内容请根据报名系统相关提示和要求提交。

**三、紫金奖·公益传播设计大赛**

参赛对象

各专业设计制作公司，各级广告产业园区，高校广告、传播、设计等相关专业教师和学生，媒体单位以及社会各界热爱创意创作的机构或个人。

参赛要求

①参赛作品通过公益广告的形式生动立体展现党的十八大以来党和国家事业的历史性变革和历史性成就，反映广大干部群众奋进新征程、建功新时代的生动实践，弘扬各行各业先进模范人物的英姿风采，以此激励全社会振奋“强国复兴有我"的精神力量，不忘初心、牢记使命，锐意进取、勇毅前行，满怀激情迎接党的二十大胜利召开。

②参赛作品应坚持正确的政治方向、舆论导向和价值取向，弘扬主旋律、传播正能量；应围绕新时代优秀共产党员和先进模范人物忠诚担当、牺牲奉献，各行各业劳动者爱岗敬业、奋发进取，青年学生追求理想、传承奋斗等内容进行创意设计，充分展现胸怀强国志、筑梦复兴路的新时代奋斗者形象。

③参赛作品创作应有效运用大众化、形象化、具体化的表达方式，用细节打动人心，做到用心用情、走心暖心，让广大人民群众真正产生共鸣。要注重思想性、艺术性、观赏性的有机统一，积极探索运用现代科技手段开展创意设计。

④参赛作品类型为平面作品（含动态海报）、视频类作品（含视频作品、动画作品等）、新媒体类作品（含表情包、互动小程序、H5等）。大赛鼓励参赛作品有其他表现形式的创新。参赛作品将择优在报刊、电视、网络及户外媒体上发布。参赛的平面作品应以4幅左右为一组，突出系列化和情节性。短视频提倡以系列化形式表现，3个一组为宜。

成果要求

平面类作品∶

①平面海报以系列作品4幅左右为一组，文件格式为JPG，色彩模式CMYK，规格A3（297\*420mm），分辨率300dpi，单张图片大小不超过20M。动态海报以系列作品4幅左右为一组，文件格式为GIF，规格500\*720px，分辨率72dpi，文件大小不超过2MB。

②视频类作品∶

含视频动画、短视频、微电影等，时长不超过3分钟（包含片头、片尾），画幅宽高比16∶9，分辨率最低要求为1280\*720，视频格式为MP4，应配有中文字幕，单个文件大小不超过100M，系列作品不超过3件。

③新媒体类作品∶

新媒体类作品含创新传播、移动媒体、互动小程序、H5、表情包等多种形式，并鼓励有其他表现形式的创新。创新传播作品利用装置、道具、场地、Al场景、数字化技术等方式进行传播，以图文版面或视频展示作品，图文版面格式为JPG，A3尺寸，分辨率300dpi；视频格式为MP4，分辨率1280\*720，时长3分钟以内，大小不超过100MB。移动媒体作品便于微博、微信、抖音等网络平台进行传播。作品提交二维码图片和截屏画面，或提交视频文件，视频格式为MP4，大小不超过30MB。互动小程序、H5作品便于在移动客户端交互使用，作品提交二维码图片和录屏视频文件，视频格式为MP4，大小不超过30MB。表情包作品格式为GIF，分辨率240\*240像素，以24张为一组，只能选择静态表情或动态表情中的一种。参赛者在收到《终评入围通知书》后，应根据组委会要求进一步提交参赛作品资料。

**四、紫金奖工业设计大赛**

1、工业设计产品组∶

参赛对象

江苏省内依法注册的制造企业、省级以上工业设计中心。

申报条件

①申报单位须遵纪守法，近三年内无重大安全、质量、环境污染、公共卫生等事故，无其他严重违法、违规不良记录；

②申报产品符合国家产业政策及有关技术、标准等规定，不存在侵犯他人知识产权等违法违规情形；

③申报产品须是近两年内（2020年1月1日之后）自主设计研发并已规模化生产销售的新产品；

④同一个产品可以由制造企业申报，也可以由制造企业和设计单位联合申报。企业报送产品不超过2件。曾获得过江苏省工业设计产品评选奖项的产品不参加申报。

参赛范围

高端装备类，侧重智能制造与前沿科技的设计，包括新型电力和新能源装备、工程机械和农业机械、海洋工程装备、节能环保等高端装备领域产品；智慧生活类，侧重信息交互与人文关怀的设计，包括新型医疗器械、新能源（智能网联）汽车、新型显示以及信息通信等领域的产品日用消费类，侧重美学品质与时尚趋势的设计，包括家用（产业用）纺织品、电子信息、绿色食品等领域的产品泛家居等其他类，侧重创新创意与商业价值的设计，包括家电厨电、清洁电器、家具制造、厨卫等其他工业设计产品。

2、工业设计作品组∶

作品组分为创意概念赛道和企业命题赛道。

创意概念赛道根据《江苏省“十四五”制造业高质量发展规划》中重点培育的先进制造业集群涵盖的相关重点领域方向，提交近两年内的概念设计作品（鼓励模型参赛）。

企业命题赛道∶由省内制造业龙头骨干企业根据现实工业设计需求进行命题，参赛者根据命题进行原创作品设计。

参赛对象

国内外企事业单位、工业设计机构、科研机构、院校师生以及热爱工业设计的社会各界人士（团队报名参赛者不超过3人）。

申报单位和个人须遵纪守法，近三年内无重大安全、质量、环境污染、公共卫生等事故，无其他严重违法、违规不良记录。

参赛范围

创意概念赛道：围绕先进制造业集群涵盖的重点方向。包括新型电力和新能源装备、工程机械和农业机械装备、物联网终端、高端新材料及新工艺制品、医疗健康产品、集成电路与新型显示产品、电子信息及通信产品、新能源（智汽车产品、船舶和海洋工程装备、节能环保装备、食品、包装、核心软件及信息化平台、文化办公体育及娱乐用品、泛家居类（家电、家具制造、厨卫等）等。

企业命题赛道：由制造业龙头企业根据现实设计需求进行命题。命题详见官方报名文件。

参赛说明

参赛者可以同时参加创意概念赛道和企业命题赛道， 参赛作品应当符合本次大赛参赛范围的原创作品（在网上报名时需提交版权证明），不侵犯他人知识产权。因参赛作品相关的知识产权侵权行为所引起的法律责任由参赛者自负。

提交方式和内容

报名方式：公告发布即日起开始报名，参赛者可通过大赛官方网站注册报名参赛。作品提交截止时间为２０２２年11月８日。

参赛作品统—格式提交，建议每参赛作品的相关内容（含设计草图、效果图、模型照片等）编辑出最多５幅Ａ３尺寸的纵向图版（２9７ｍｍｘ４２0ｍｍ，JＰＧ格式，精度３００ｄｐｉ，每张照片不得超过５Ｍ），井在报名信息注册时按要求填写设计说明，阐述作品的设计思路、理念和含义（不少于２００字）。参赛作品中不得体现与参赛人员姓名、单位及院校相

不符合规定者将被视为无效作品，取消参赛资格。

**五、紫金奖服装创意设计大赛**

参赛说明

参赛者可以同时参加创意概念赛道和企业命题赛道，参赛作品应为符合本次大赛参赛范围的原创作品（在网上报名时需提交版权证明），不侵犯他人知识产权。因参赛作品相关的知识产权侵权行为所引起的法律责任由参赛者自负

提交方式和内容

报名方式：公告发布即日起开始报名，参赛者可通过大赛官方网站注册报名叁赛。作品提交截止时间为２０２２年11月８日。

参赛作品统—格式提交，

参赛作品的相关内容（含设计草图、交果图、模型照片等）编辑出最多５幅Ａ３尺寸的纵向图版（２9７ｍｍｘ４２0ｍｍ，JPG精度３００ｄｐｉ，５Ｍ），并在报名信息注册时按要求填写设计说明，阐述作品的设计思路、和含义（不少于２００字）。参赛作品中不得体现与参赛人员姓名、单位及院校相关信息，不符合规定者将被视为无效作品，取消参赛资格。

**六、紫金奖第四届中国（南京）大学生设计展**

参赛对象

中国高校（包含香港、澳门、台湾地区高校）在校大学生（研究生、本科生及高职高专学生，均含２０２２届毕业生）。以高校、院系为单位组团参展。

作品类别

视觉传达设计、视觉传达设计、建筑与环境设产品设计、服装与服饰设计、公共艺术工艺美术、动画、数字媒体艺术等。

报名要求

1. 鼓励参赛作品、高校展陈围绕年度关键词进行创作和策展。
2. 参展单位须填写提交回执单，井发送到联系邮箱designdxs@163.com，截止时间：２０２２年９月３０日。邮件名须统一命名为“学校名称＋负责老师姓名＋联系方式”，可在“紫金奖中国大学生设计展”微信公众号回复关键字“下载”获取表格下载链接。

3、参展单位须按要求通过组委会官方作品投递系统上传参展作品，截止时间：２０２２年1０月３1日。

４、参展单位须将布展方案发送到联系邮箱designdxs@163.com，截止时间：２０２２年1０月31日。布展方案以３Ｄ渲染图为主，平面图为辅，配合文字介绍，提交图片数量不超过４张。其中1张图片要求呈现该展位整体效果，其余图片由校方自主选择方位或角度上传。

5、单件作品参赛提交电子版图片不超过５张，系列作品提交电子版图片不超过８张。（其中1张图片须体现作品全貌；其余４张图片要求多角度，有参照物，尽可能体现作品原貌。

6、数字媒体类作品：各类跨媒体数字媒体视频、数字交互作品、虚拟现实类作品。

７、动画类作品：情节动画短片，片长：３～1０分钟，分辨率：1９２０\*1０８0，Ｈ２６４，ＭＰ４文件；动画表情包，分辨率：２４０\*２４０，ＧIＦ文件。参赛作品需提交工程源文件。

８、所有参展作品须为原创设计，无知识产权争议或纠纷。如有违约，责任由报送单位承担，组委会将依据情节严重程度考虑取消其下届大学生设计展参赛资格。如发现获奖作品有弄虚作假或剽窃他人者，撤销奖励，追回获奖证书和奖金。

9、本次布展费用原则上由各单位自行承担。