

# “智启无界 设计无垠”产业主题细则

“智启无界 设计无垠”产业主题下设三个专项赛，分别为“‘绿色甄选 包装传情’内蒙古第二届农畜产品包装设计大赛”、“‘秦潮澎湃’秦文化（咸阳）创意设计大赛”、“‘上山文化’（浦江）文创产品创意设计大赛”，参赛者可根据不同赛事主题登录大赛官网“知产中国”（[www.cidip.cn](http://www.cidip.cn)）访问第九届中华设计奖“高教赛道”专题页面，根据页面提示和相关说明完成报名和作品提交流程，同一件作品不能同时投递不同主题（拒绝一稿多投）。

## 一：“绿色甄选 包装传情”内蒙古第二届农畜产品包装设计大赛细则

中华设计奖“绿色甄选 包装传情”内蒙古第二届农畜产品包装设计大赛，以“设计赋能产业、文化点亮品牌、绿色引领未来”为宗旨，聚焦内蒙古牛羊肉、奶酪、杂粮等优势特色产业，将地域符号、生态理念与现代设计、新材料、新工艺深度融合，构建家族化、系列化、场景化、电商化的现代包装体系，推动传统农牧业向绿色化、品牌化、标准化、市场化、数字化转型升级，为内蒙古农牧业高质量发展注入设计新动能。

现将有关事项公告如下：

## 一、组织机构

### 指导单位：

内蒙古自治区农牧厅

内蒙古自治区文化和旅游厅

### 主办单位：

内蒙古自治区农畜产品产销服务中心

中华设计奖组委会

### 支持单位：

教育部职业院校艺术设计类专业教学指导委员会

中央美术学院设计学院

清华大学美术学院城市建设艺术设计研究所

台湾设计联盟

澳门城市大学创新设计学院

### 承办单位：

知产中国

## 二、大赛日程

作品征集：2026 年 4 月—2026 年 7 月

赛事评审：2026 年 8 月

颁奖公示：2026 年 9 月

## 三、征集类别

本次大赛精准聚焦内蒙古牛羊肉、奶酪及乳制品、杂

粮及特色农产品，面向全产业链场景开展包装设计，强化系列化、落地性与市场转化能。

### **类别一：牛羊肉包装设计**

**产品方向：**冷鲜牛羊肉、冷冻牛羊肉、分割牛羊肉、高端礼盒牛羊肉、草原散养有机牛羊肉等。

**设计方向：**生鲜冷链包装（保鲜、锁水、耐低温、防穿刺、易解冻）；标准化零售包装（适合商超陈列、家庭日常消费）；高端礼品包装（突出草原生态、地理标志）；电商快递包装（轻量化、防破损、适配冷链物流）。

**设计要求：**体现肉质品质感与草原生态属性，兼顾低温环境使用、运输防护与品牌辨识度。

### **类别二：奶酪及乳制品包装设计**

**产品方向：**鲜奶酪、奶豆腐、奶皮子、酸奶、乳制零食等。

**设计方向：**鲜制乳制品包装（短保质期、高保鲜需求）；休闲乳制品包装（便携、即食、适合年轻群体）；伴手礼包装（体现蒙古族传统工艺、地域特色）；电商快递包装（防挤压、保鲜、适合长途运输）。

**设计要求：**突出奶源纯净、工艺传统、营养健康，解决乳制品易串味、易变形、保鲜期短等痛点。

### **类别三：杂粮及特色农产品包装设计**

**产品方向：**小米、燕麦、大米、雪花粉、马铃薯、向日葵、鲜食玉米等。

**设计方向：**家庭日常包装（防潮、防虫、易储存、定量取用）；即食/轻食包装（小规格、便携、适合快消场景）；礼品组合包装（绿色有机、地理标志、健康养生主题）；电商快递包装（抗压、环保、低成本）。

**设计要求：**突出绿色有机、原生态种植、健康养生理念，实现系列化、模块化、可复用。

#### **类别四：内蒙古中药（蒙药）包装设计**

**产品方向：**内蒙古道地中药材、特色蒙药，涵盖黄芪、黄芩、赤芍、肉苁蓉、锁阳、板蓝根、北沙参、柴胡、蒲公英、益母草等“蒙十味”道地药材及药食同源饮片、养生茶包、滋补膏方、草本粉剂等。

**设计方向：**家庭储用包装（避光、防潮、锁鲜、防氧化、密封耐用、定量分装、贴合饮片/粉剂储存需求）；便携养生包装（独立小袋、易撕口、便携随身、适配茶饮/冲泡/煲汤快消场景，单次定量）；礼品组合包装（道地药材、地理标志、蒙药文化、药食同源、滋补养生主题，高端质感、地域特色凸显）；电商快递包装（防震抗压、避光环保、低成本易打包，防止药材破碎、受潮串味）。

**设计要求：**突出内蒙古高原道地、原生态野生/规范化种植、蒙药传承、药食同源、健康滋补理念，贴合药材特性保障品质，与杂粮农产品包装实现视觉系列化、设计模

块化、元素可复用，兼顾药用属性与消费美感。

#### 四、作品规范

（一）家族化、系列化设计。围绕单一品类或跨品类组合，针对不同规格、价位、渠道、场景进行系统性包装设计，形成统一视觉体系。

（二）包含电商快递包装。除常规零售、礼盒包装外，须同步设计快递专用包装，满足抗压、防震、保鲜、环保、低成本要求，适配全国物流配送。

（三）内容完整规范。包含设计理念说明、系列化效果图、尺寸结构图、材料工艺说明、成本估算、应用场景展示等。

（四）标识使用规范。主视图须包含品牌 LOGO、绿色食品标志、地理标志专用标志（红标），企业注册字体须严格规范使用。

（五）真实市场调研。产品规格、净含量、食用方法、生产信息等须符合内蒙古实际产业情况，设计具备落地可行性。

（六）严格遵守国家法规。符合《GB 7718-2011 预包装食品标签通则》《GB 23350-2021 限制商品过度包装要求食品和化妆品》等标准，拒绝过度包装，鼓励绿色环保材料。

（七）匿名参赛。作品中不得出现作者姓名、单位、院校等信息，保留源文件以备核验。

## 五、奖项设置

- （一）金奖：4 项，奖金 6000 元/项+获奖证书
- （二）银奖：8 项，奖金 3000 元/项+获奖证书
- （三）铜奖：12 项，奖金 1000 元/项+获奖证书
- （四）新锐奖/优秀奖：若干，颁发获奖证书

## 二：“秦潮澎湃”秦文化（咸阳）创意设计大赛竞赛细则

为深入挖掘陕西省咸阳市秦文化核心价值，推动咸阳“秦文化核心地标”城市品牌建设，以创意设计赋能文化产业落地，特举办中华设计奖“秦潮澎湃”秦文化（咸阳）创意设计大赛，面向国内外征集兼具文化内涵与市场潜力的城市标识、文创产品及卡通形象作品。现将有关事项公告如下：

### 一、组织单位

**主办单位：**

中国经济信息社

中华设计奖组委会

**承办单位：**

中国经济信息社陕西经济研究中心

知产中国

### 二、比赛日程

2026 年 4 月 24 日—6 月 10 日

### 三、大赛命题

中华文明，因文脉传承而厚重。公元前 221 年，秦始皇

统一中国，定都咸阳，标志着中国历史大一统叙事开启。此后，秦文化便一直是中华民族历史与精神中璀璨夺目的重要组成部分，它不仅承载着中华优秀传统文化的根与魂，更是东西方文明交流互鉴、华夏文明兴起发展的重要精神源头，扮演着华夏正脉的重要角色。

如今的秦文化，始终坚持守正创新、活化传承发展理念，不断挖掘雄浑气度、开放包容、尚法图强、匠心造物的时代价值，向世界展现中华文脉的磅礴气象与秦地文化的独特魅力。

本赛道鼓励设计师围绕咸阳秦文化核心元素进行创意设计，包括“大秦有礼”城市品牌标识系统、“秦小咸”“秦小阳”城市卡通形象。设计师可以运用秦篆、瓦当、杜虎符、秦俑、玄鸟等具有强烈历史辨识度与文化象征意义的符号，结合现代设计语言，能够有效传递咸阳城市品牌形象与精神，与大众产生文化共鸣。同时，兼顾作品的落地生产、工艺实现与市场转化，确保设计方案具备可行性、实用性与经济效益。

本次大赛共设两个命题，参赛者可选择任一命题或两个命题投稿：

### （一）“大秦有礼”城市品牌标识系统



“大秦有礼”城市品牌标识系统作为咸阳文旅与城市礼仪核心视觉符号，计划广泛应用于城市重大活动、社交礼仪展示、文旅场景落地等多个领域，核心适配三类具体场景，标识系统需兼顾品牌统一性、场景适配性与落地实用性，深度融入咸阳秦文化底蕴，构建完整、可直接应用的标识体系，具体构成及要求如下：

**咸阳名土特产适配：**针对淳化县荞面饸饹、马栏红苹果、永寿槐花蜜、武功猕猴桃、兴平辣椒、乾州锅盔、礼泉烙面、彬州御面等咸阳特色土特产，设计可直接应用于线上店铺装修、线下货架陈列、产品包装、宣传海报的品牌标识，突出产品地域特色与原生态品质感，便于消费者快速识别；

**文创产品适配：**围绕杜虎符、秦半两等咸阳代表性文物，设计适配旅游纪念、商务馈赠、文创店展示的品牌形象，兼顾秦文化的厚重感与现代审美，可适配不同尺寸的文创产品印制、包装设计；

**伴手礼盒适配：**针对“大秦有礼”伴手礼盒（内置咸阳简介手册、杜虎符迷你复刻品、城市卡通吉祥物、咸阳茯茶等），设计可用于重大对外交流活动、来咸重要贵宾馈

赠、政务往来的品牌标识，凸显咸阳城市品位与秦文化底蕴，适配礼盒外包装、内页标识等场景；

本次提交的“大秦有礼”城市品牌标识系统需完整包含以下核心内容，确保可直接落地应用：

1. 核心标识图形（含标准图形、简化图形，适配不同尺寸场景）；

2. 标准字体（含中英文/中英文结合版本，适配不同应用场景的字体大小、排版需求）；

3. 标准色值（明确主色、辅助色、禁用色，标注色值参数，适配不同印制材质）；

4. 应用示例（至少 1 个适配场景的高清应用效果图，清晰展示标识在实际场景中的应用效果）；

5. 设计说明（控制在 300 字以内，阐述标识系统的设计理念、秦文化元素来源、各组成部分的适配思路）。标识系统需兼顾咸阳名土特产、文创产品、伴手礼盒三大场景的通用性，同时针对各场景特点优化细节，确保辨识度与实用性。

## （二）“秦小咸”“秦小阳”城市卡通形象赛道

该卡通形象计划作为咸阳城市核心 IP，广泛应用于城

市重大活动（如运动会、文化节）、公共场所户外展示（如公交站台、城市广场、高铁站）、文旅宣传、青少年教育等场景，需打造拟人化吉祥物或 IP 形象（男女各 1 个，形成搭配组合），具体要求如下：

**形象特质：**精准刻画老秦人“拧紧儿”（坚韧执着、精益求精）、尚武刚毅、百折不挠的精神特质，深度融入咸阳秦文化元素（如秦代服饰纹样、杜虎符元素、秦篆字体点缀等），形象需亲切可爱、辨识度高、记忆点强，适配不同年龄段人群，适合广泛传播和二次创作；

**延展设计：**需配套设计 1 组（每组 6 款）高频场景常用表情延展，及 2 组场景设计（分别适配城市广场大型展示、赛事/文旅活动宣传海报场景），确保延展形象与核心形象风格统一、适配实际应用；

**格式要求：**提交核心形象正视图、侧视图、背视图（标注尺寸比例），1 组表情延展图、2 组场景设计图，所有稿件需为高清图；同时附设计说明（阐述形象设计思路、老秦人特质体现、秦文化元素运用、延展设计适配场景等，控制在 300 字以内）。

### 三：“上山文化”（浦江）文创产品创意设计大赛细则

为深入挖掘“万年上山、世界稻源”文化价值，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，以设计赋能文化产业落地，特举办中华设计奖“上山文化”（浦江）文创产品创意设计大赛，面向国内外征集兼具文化内涵与市场潜力的文创产品作品。现将有关事项公告如下：

#### 一、大赛主题

万年上山、世界稻源

#### 二、组织机构

主办单位：

浦江县中华职业教育社

中华设计奖组委会

承办单位：

知产中国

浦江农商银行

#### 三、征集类别

本次大赛仅征集文创产品设计类作品，要求可落地、可量产。围绕上山文化核心元素（万年稻作、彩陶纹样、石磨

盘/石磨棒、早期聚落、先民生活场景等)，设计兼具文化性、创新性、实用性与市场性的文创产品，具体包括但不限于：

### 1. 摆件类

融合上山文化元素的桌面摆件、装饰摆件、纪念摆件等，造型贴合文化内涵，兼具观赏性与收藏性。

### 2. 文具类

笔记本、签字笔、文件夹、便签本、印章等办公及学习文具，兼顾实用性与文化辨识度。

### 3. 服装类

T 恤、卫衣、衬衫、围巾、帽子等服饰单品，将上山文化元素（彩陶纹样、稻作符号等）巧妙融入设计，适配日常穿搭与文旅纪念。

### 4. 箱包类

手提包、双肩包、帆布包、钱包、收纳包等，兼顾实用性与美观度，可作为伴手礼或日常用品。

核心要求：作品必须具备落地生产可行性，结构、工艺、

材料、成本符合市场化开发要求，可直接对接批量生产。

#### 四、时间安排

1. 作品征集：2026 年 4 月—2026 年 6 月 20 日（逾期投稿视为无效）
2. 作品初评：2026 年 6 月，组织专家评审，筛选入围作品
3. 作品终评：2026 年 7 月，组织专家终评，确定获奖名单并公示
4. 成果发布：2026 年 8 月，发布大赛成果，推进作品落地转化

