**2025深圳消费帮扶产品营销文创设计大赛**

**赛制及评分标准说明**

**（一）奖项设置**

1、一等奖2名，奖金(人民币：15000元，税前)+证书

2、二等奖3名，奖金(人民币：10000元，税前)+证书

3、三等奖8名，奖金(人民币：5000元，税前)+证书

4、优异奖30名，实物奖励+证书

5、入围奖100名，纪念品+证书

6、优秀指导教师奖30名、优秀合作伙伴奖50名，证书，以表彰在指导学生参赛过程中做出突出贡献的教师或在大赛组织、宣传、动员等方面表现突出的学校或机构。

7、最佳人气奖5名，实物奖励+证书

注：以上所有奖项由赞助商公益赞助。

1. 鲲鹏奖·最具文化传承与活化奖：

（1）鲲鹏奖:1名，奖金10万元(由鲲鹏奖出资)。

（2）凡参与“2025深圳消费帮扶产品营销文创设计大赛”的作品，将自动入围2025鲲鹏奖“最具文化传承与活化奖”的评定，此奖项由鲲鹏奖组委会终评。

（3）获得“最具文化传承与活化奖”及深圳消费帮扶产品营销文创设计大赛一等奖、二等奖、三等奖的作品，将有机会参与2025鲲鹏奖获奖作品展，亮相2025深圳设计周核心展陈平台。

**（二）参赛对象**

1、专业设计师、农产品企业、设计机构、高校教师、学生群体等热爱文创设计，支持消费帮扶产品的个人及社会组织团体。

2、参赛作品署名权可以是企业、机构、团队或个人。

3、所有人都可以免费参赛，主办方不收取任何参赛费用。

**（三）赛制及评审规则**

1、作品参赛类别：

A.包装设计

设计要求：

（1）突出产品优势特点，满足营销推广需求。

（2）设计传递地域特色，人文情感。

（3）包装材质实用、绿色环保、结构有创意、便捷运输。

（4）提升产品塑造品牌美誉度。

B.文创 IP 设计

设计要求：

（1）IP 形象设计围绕产品特色，人文情感进行创作。

（2）创意新颖，传达独具匠心，文化特色与市场需求相融合。

（3）根据产品题目进行创作，契合产品特点延伸系列设计。

（4）IP 延展应用不少于 3 件。

2、作品提交要求

（1）展开平面图。

（2）效果图。

（3）创作说明。

注：展开平面图、效果图分别展示在 A3(420mm x 297mm)尺寸内， 横版，JPG 格式，300dpi，RGB/CMYK 色彩模式各一份，图片命名示例“A \_ 作品名 \_ RGB”，系列作品示例“A \_ 作品名 \_ 1 \_ RGB” ；参赛者需为作品填写创作说明，300 字以内，以 docx 格式存档，

文档命名示例“A \_ 作品名” ；参赛作品可接受人工智能 AI 完成的作品，但不接受手稿或草图。

3、作品提交方式

（1）文件压缩包命名示例：“A \_ 作品名”。

（2）发送至指定邮箱：gsyp@szmg.com.cn

（3）数据不全或将影响到评审效果。

4、参赛须知

(1)凡参与“2025深圳消费帮扶产品营销文创设计大赛”的作品，将自动入围2025鲲鹏奖“最具文化传承与活化奖”的评定，该奖项由鲲鹏奖评审委员会在鲲鹏奖终评阶段独立评定。深圳消费帮扶产品营销文创设计大赛的一、二、三等奖由大赛专家评委独立评定。

(2)赛事评审团成员及与评审存在利益冲突的人员不得以任何形式参与行业命题板块的投稿，如发现将视为无效作品。此类利益冲突人员包括但不限于：主办方及其关联方（含分支机构、控股企业及由主办方实际控制人所控制的企业）的员工及其近亲属（配偶、父母、子女）。

(3)如参赛作品为机构团队共同创作，需征得共同创作作者同意，并写明所有作者姓名，评选结果以作品为单位。

(4)参赛者需正确填写参赛表格及遵守作品提交要求，主办方有权不受理不符合要求的参赛作品。

(5)遵守国家有关法律、行政法规的规定。提交的参赛作品不可出现：（1）参赛者任何信息；（2）政治敏感及带有煽动性的画面，国旗、国徽、旗帜、标识等元素；（3）血腥、暴力、低俗、裸露、不雅等倾向的画面及元素；（4）侮辱、诽谤或带有歧视性（包括但不限于种族、宗教、民族、性别歧视）的影射倾向画面及元素；（5）其他任何会引起公众观感不适或违反国家法律法规规定的画面、元素或文字。

(6)参赛者须明确：获奖作品需提交制作源文件供主办方打样、展出，主办方拥有作品的修改权、使用权，参赛者享有署名权。

(7)如获奖作品一经最终被指定企业采用，将由“2025深圳消费帮扶产品营销文创设计大赛”主办方、指定企业与参赛者签订正式的版权免费转让协议。

(8)主办方拥有对全部参赛作品进行展示、报道、宣传及用于市场活动的权利，可进行公益性传播，参赛者保留对其作品的署名权。

(9)本次大赛高度重视作品原创性，参赛作品需保证完整性并符合国家相关法律法规，完全原创，无剽窃行为，无在先使用行为；不得侵犯第三方著作权、专利权、商标权、商业秘密权等任何合法权益；参赛作品在赛事公示前需保持版权完整。

(10)如果您的参赛作品通过评审获得奖项，主办方会通过电子邮件、电话等方式与您联络；如您的作品未获奖，主办方将不再另行通知，也不会以任何形式退还您提交的作品，请您在提交参赛作品时做好作品的备份和保存工作。

(11)如大赛的期限或时间表有所更改，主办方将会以推文发出通告。对本竞赛规则产生的任何疑议，主办方保留最终解释权。与本次竞赛有关的任何未尽事宜，主办方将进一步完善规则并进行解释。

(12)如在公示期间，经评审发现并核实“最具文化传承与活化奖”获奖作品存在抄袭或非原创情形，将取消其获奖资格；若获奖者本人放弃或未在规定期限内领取奖金，该奖项亦视为空缺。以上情形均不作顺延或补发。

5、参赛步骤

（1）参赛者通过大赛官方渠道了解赛事详情，下载参赛表格、下载产品资料包。

（2）填好下载的参赛表格、自主选择参赛的产品题目进行设计创作。

（3）将设计作品文件压缩包一并发送至大赛提交参赛作品指定邮箱：gsyp@szmg.com.cn，3个工作日内收到大赛指定邮箱回复的作品参赛成功回执邮件，即表示报名成功；如未收到回复邮件，可以拨打电话13794498314咨询处理。

（4）等待评审结果（留意电话通知或关注官方发布的赛事结果）。

6、作品提交截至日期

2025年9月20日。

1. 评审评分标准

A包装设计

（1）创意性（30%）：作品设计新颖独特，具有创新性。

（2）实用性（30%）：作品符合市场需求，具有实用价值。

（3）文化性（20%）：作品体现帮扶地区特色和文化内涵。

（4）美观性（20%）：作品设计美观大方，具有视觉冲击力。

B文创IP设计

（1）创意性（30%）：作品设计新颖独特，具有创新性。

（2）可塑性（30%）：作品符合多种应用场景，具有可塑性。

（3）文化性（20%）：作品体现帮扶地区特色和文化内涵。

（4）美观性（20%）：作品设计美观大方，具有视觉冲击力。

8、评审流程

（1）初评：9月22日，主办方邀请专家评委进行线上初评，评选出入围作品（共140件作品）。

（2）线上投票：9月24日，主办方将入围作品放到微信公众号平台给广大网友进行线上投票，截至到10月10日，票数排名前5位的作品，即获得最佳人气奖。

（3）文创大赛终评：10月12日，主办方邀请专家评委进行线下终评，现场评选出一、二、三等奖、优异奖及入围奖。同时，根据作品获奖情况，现场评选出优秀指导教师奖（优异奖以上作品的指导老师）及优秀合作伙伴奖（优异奖以上作品的推荐单位），主办方有权根据实际情况增加或者减少优秀指导教师奖及优秀合作伙伴奖的获奖名额。

（4）鲲鹏奖终评时间：2025年10月11日至12日

鲲鹏奖颁奖典礼及展览时间：2025年10月下旬。

（颁奖典礼及展览与其他深圳设计周开幕重点活动同步开展）

凡参与“深圳消费帮扶产品营销文创设计大赛”的作品，将自动入围2025鲲鹏奖“最具文化传承与活化奖”的评定，此奖项由鲲鹏奖组委会终评。

获得“最具文化传承与活化奖”及深圳消费帮扶产品营销文创设计大赛一等奖、二等奖、三等奖的作品，将有机会参与鲲鹏奖获奖作品展，亮相2025深圳设计周核心展陈平台。

（5）公示：获奖结果出来后，主办方对获奖作品进行公示，公示期为5个工作日。

（6）争议处理：如在公示期间，主办方发现并核实获奖作品存在抄袭或非原创作品，一律按取消获奖资格处理。如果是一、二、三等奖及优异奖作品被取消获奖资格，则按评分排名顺位补选，如果是入围奖作品被取消获奖资格，则不再补选，主办方不再另行补评。

深圳消费帮扶产品营销文创设计大赛组委会