

附件3：第二届大赛赛道与赛题释义

大赛主题：美丽中国

主题释义：本创新设计大赛为响应国家“建设美丽中国”之号召，秉承“时尚、艺术、前卫、持续、发展”的办赛理念，坚持“公平公正公开、设计服务地方、专业对接需求”的宗旨，主要围绕环境空间设计、服装与服饰设计、工业产品设计、媒体传达设计等四个专业赛道以及地方主题定制为动态赛道而展开系列创新设计赛题。

1.环境空间设计赛道

● **设计内容：**建筑、景观、室内、园林、规划、展示、公共空间、家具设计等方向。

● **赛道背景说明：**环境空间高质量建设是实现人民对美好生活的向往的重要途径，也是满足人们生活与产业的物理承载，孕育了极具时代特色的社会属性与文化多元。环境空间除了满足人们对生产生活环境的舒适化和个性化的追求之外，还需考虑生态、智能、健康、时尚和低碳可持续等多重前沿理念。本赛道的设置希望参赛者明确设计创新的发展方向、思路和维度，用创新设计作品推动环境空间美好建设。

● **D1-1：乡村空间改造：**乡村空间作为中国最为重要的居住载体和物理形态，是一个较为复杂的空间关系场，需要设计师围绕乡村美好生活提供升级方案，代入具备新意的创意设想，提升乡村空间的可持续性、在地性、艺术性和人文性，满足现代高质量乡村的人居水准。

作品要求：本赛题围绕国家乡村振兴战略推动，设计聚焦乡村建

筑、村落建设、环境改造等方向，设计作品可以是实际项目，也可以是基于未来发展而做的概念设想，但应有助于乡村环境提升和可持续发展。参赛作品最终效果展现与表达不限具体手法，可借助模型、视频等方式进行说明。

● **D1-2 城市人居环境设计：**伴随人民对美好生活质量需求和消费升级，同时对理想生活方式、生活品质的需求在不断迭代更新，从更高层面开始关注人与空间的美好关系，追求真正关心和取悦生活的人居环境。本赛题的开办目的是想从现代审美理念和生活本真出发，借助人居环境价值与情感的共鸣，筛选出充满阳光与美好的环境要素，构筑充满希望的温馨愿景与情感故事，寻回初心，重构真实、平和的生活意义。

作品要求：设计作品围绕城市人居环境展开，具体可以包含人类生活空间、工作劳动空间、休息游乐空间和社会交往环境等。可以探索包括社区文化展示、社区建筑风貌协调、公共环境艺术、居民生活功能及相关配套等问题，进而提升城市文化氛围和社区居民幸福度。具体设计亦可注重空间结构改善、街区艺术建设、城市风貌创新、历史风貌延伸以及未来智慧发展等五个方面有独特展现。设计作品最终效果展现与表达不限具体手法，可借助模型、视频等方式进行说明。

● **D1-3 历史遗产空间设计：**历史文化遗产的传承、保护与活化对于增强国家文化软实力和中华文化影响力，坚定民族文化自信都具有重要的意义。本赛题的开办目的是基于历史遗产空间设计增强中华文明的展示力和传播力，留住文化记忆，激活空间载体在文化叙事中的

重要作用，传承中华优秀传统文化，探索历史文化和现代生活深度融合的设计路径，促进文旅融合新发展，讲好中国故事、传播好中国声音，满足人民日益增长的精神文化需求。

作品要求：设计作品围绕历史遗产空间设计展开，设计对象既可以为物质文化遗产（有形文化遗产），也可以为非物质文化遗产（无形文化遗产），具体可以涉及文物古迹文博展馆空间、文化遗址空间、历史建筑空间、历史城镇与古村落空间、历史文化景观空间、工业遗产空间、非物质文化遗产的生产和展示空间等。以多样化的空间设计为手段，可以探索历史遗产的保护与传承、转化与创新、体验与展示等问题，关注历史遗产空间设计与文旅创新、城市更新、地域振兴、民族文化和现代生活的关系，通过新技术、新理念、新方法、新模式、新材料等赋能历史遗产空间设计。设计作品最终效果展现与表达不限具体手法，可借助模型、视频等方式进行说明。

● **D1-4 展示环境空间设计：**在科技不断进步、人民生活水平和精神需求不断提高的时代背景下，展示空间作为环境变革的前沿最先开始顺应社会发展趋势，体现文化传承、产业发展以及民众生活。数字技术的快速发展和空间的宽容度扩张促使展示设计更加多元化、表现力日益丰富。多学科的渗透和交融使得展示环境空间设计已打破传统形式，向广度和深度纵横发展。本赛题的开办目的是通过展示环境空间设计更好地传播文化思想，推动经济发展，展现人民对美好生活的追求。

作品要求：设计作品围绕文化主题或商业品牌展开，具体可以包

含文博展示空间、商业展示空间、会展空间以及主题活动空间等。可以探索展示环境空间在普及知识、文化传播、观赏娱乐以及带动消费等方面的作用。具体设计亦可注重组织策划、数字应用、叙事表达、互动体验以及节能环保等五个方面有独特展现。设计作品最终效果展现与表达不限具体手法，可借助模型、视频等方式进行说明。

2. 服装与服饰设计赛道

● **赛道背景说明：**服装服饰的设计创新体现了人们对穿戴功能、审美和心理需求的探索与表达，在彰显个性的同时映照出大众心理和社会风貌，是人类文化生活中的独特艺术。服装与服饰设计除了满足人们穿着的日常功能及个性表达之外，还需考虑生活空间、数字智能、文化传承和绿色低碳等新兴社会议题带来的影响。本赛道的设置希望参赛者明确设计创新的问题需求、理念思路和美学态度，用创新设计作品赋能服装服饰的时代新内涵。

● **D2-1 都市服装与服饰美学设计：**在都市化进程中，人们衣着穿戴的价值与意义问题越来越多地转移到都市人的精神、心理与情感方面。本赛题的开办目的在于从都市生活中人们对时尚的需求出发，关注人们对精神富足与内心丰盈的热烈追求，通过外在彰显的时尚态度回应内心的感受，见证人类与都市的共成长，重构与创新当代都市时尚美学。

作品要求：设计作品围绕都市时尚的美与设计展开，具体可包括服装、服饰、纺织品等设计范畴。可以探索都市的人们对生活品质、时尚审美等方面的态度展现，亦可关注时尚设计在装扮与情感、设计

与参与、健康与社会等方面的作用。具体设计可注重设计理念、需求探索、问题解决、美学态度、实用语境等五个方面有独特展现。设计作品最终效果展现与表达不限具体手法，可借助文字、图像、视频等方式进行说明。

● **D2-2 服装前沿科技与先锋设计:** 5G、人工智能、大数据、虚拟现实、云计算等数字科技的发展，带给当代时尚界一场前所未有的先锋变革，时尚的功能与美感范畴变得更为广阔。重塑传统的时尚设计思维模式，更需要主动的创新性和敏锐的洞察能力。本赛题的开办目的在于将前卫时尚、概念艺术与前沿科技进行联接创新，思考科技发展对人类生活和时尚兴趣的影响，借力前沿科技创新演绎时尚风格，诠释新纪元的时尚美学，拓展时尚设计发展创新路径，体现时尚业对人、自然和技术共生的人文关怀。

作品要求: 设计作品围绕时尚设计中的前卫科技与前卫艺术展开，具体可包括服装、服饰、纺织品等设计范畴。可以探索时尚审美、时尚表达等前沿话题，亦可关注此背景下的社会发展相关的健康、伦理等新兴议题。

● **D2-3 传统与时尚活化设计:** 中国文化源远流长，文化遗产瑰丽多姿，构建中华文化自信是当代设计师责任担当。在互联网商业繁荣、产品消费升级的背景下，融合中国传统文化与当代时尚潮流的设计趋势热度不减。本赛题的开办目的在于用时尚设计表达中华传统文化元素，汲取中国古代哲学智慧，演绎东方美学精神，提炼传统文化遗产

元素，思考中国与世界、传统与现代、乡土与时尚、过去与未来等时尚设计议题，跨越历史时空局限赋予中国传统文化新的价值意义。

作品要求：设计作品围绕中国传统文化的时尚设计活化展开，具体可包括服装、服饰、纺织品等设计范畴。可以探索时尚设计对传统文化的活化路径与设计呈现，提倡具有融合跨界的思维，运用新理念、新技术、新工艺赋予传统文化新的活力。具体设计可注重设计理念、需求探索、问题解决、美学态度、技术创新等五个方面有独特展现。设计作品最终效果展现与表达不限具体手法，可借助文字、图像、视频等方式进行说明。

● **D2-4 可持续时尚穿戴设计：**时尚业一直在探索有效途径解决长期发展造成的各类浪费与污染问题，可持续循环体系的构建是时尚产业发展趋势之一。可持续时尚设计的探索体现了设计师的社会责任与义务。本赛题的开办目的在于以可持续理念引领时尚创新设计，关注与之相关的环境、社会、经济和文化因素，思考人类生活的生态、环保、休闲、健康发展，将可持续理念融入设计作品的创意中，使可持续成为一种大众意识和时尚潮流，推动循环时尚经济产业的发展。

作品要求：设计作品围绕时尚设计中的可持续发展理念的应用展开，具体可包括服装、服饰、纺织品等设计范畴。可以探索可持续设计时尚审美、时尚表达等方面的状态展现，亦可关注此背景下的社会发展相关的绿色、循环、共享、模块组合等新兴议题。具体设计可注重设计理念、需求探索、问题解决、美学态度、技术创新等五个方面

有独特展现。设计作品最终效果展现与表达不限具体手法，可借助文字、图像、视频等方式进行说明。

3.工业产品设计赛道

● **赛道背景说明：**工业产品设计是一个策略问题解决的过程，通过创新性产品、系统、服务与体验来驱动创新、达到商业成功，以及实现更高品质的生活。本赛道的设置需要参赛者从时尚生活、智能科技、文化创新等不同的视角出发，综合运用工业产品与服务设计手段，提出创新性设计方案，以满足人民群众日益增长的物质文化需求。

● **D3-1 智能产品服务设计：**随着物联网、大数据、人工智能等先进技术加速迭代，为经济发展提供了新动能。传统的产业、业态、模式正在经历全新未知挑战。技术驱动下的时代在变，生活方式也面临着数字化更新，进而衍生出了智慧家庭、元宇宙、Chat GPT 等全新的数字化生活场景与产品，相应的创新设计也正被定义为新角色，并被赋予新使命。本赛题的开办目的是：面向未来生活场景，紧扣科技前沿，进行智能技术驱动下的产品服务与交互体验设计创新，推动实现创新设计落地转化，赋能人民未来美好生活愿景。

作品要求：设计作品需要运用智能技术手段，基于老龄健康、信任危机、环境卫生、数字暗面等现实主题，面向人民日益增长的美好生活需求，进行智能化的产品服务与交互体验的有效设计创新。具体的设计呈现载体包括但不限于智能家居、智慧办公、移动出行、未来教育、积极养老等。作品最终呈现方式可以是产品实体、界面交互、服务模式、体验创新。

● **D3-2 时尚生活产品设计：**为推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，促进时尚消费品产业艺术与科技的深度融合，深入实施国家消费品工业“三品”战略，服务产业转型升级，融入新发展格局，培育时尚设计领域新锐力量，探索全球时尚产品设计前沿，满足人民美好生活的需求。本赛题开设目的是希望通过时尚 CMF 创新设计，探索新时代消费升级下的产品设计方法，实现时尚生活方式与时尚理念的重塑。

作品要求：本次大赛参赛作品应聚焦时尚配饰、时尚穿戴、时尚家居等生活产品领域，结合时尚流行趋势、市场消费需求进行创意设计，作品应体现时尚生活方式、当代美学审美理念，并结合新材料、新工艺、新技术考虑产品实现形式，应具备一定的市场转化能力。设计作品最终效果展现与表达不限具体手法，可借助模型、视频等方式进行说明。

● **D3-3 中国传统文化创新产品设计方向：**中国传统文化创新设计赛道以中国传统文化现代设计成果转化、产学研用紧密结合为核心，探索中国优秀传统文化为代表的文化创意产业现代转化与升级的方式与途径，大赛通过“中国优秀传统文化”的在地调研、文创设计开发，满足中国大国崛起时代的国人对文化产品需求。通过将中国优秀传统文化融入当代生活，引领传统文化创新设计新风尚，让更多中国优秀传统文化产品得到传承与创新，进而提升国人的文化自信，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

● **作品要求：**本次大赛参赛作品应聚焦文化创意类产品与产业领

域，结合当代流行趋势、消费需求进行创意设计，作品应体现中国优秀传统文化在当代生产生活领域的传承与发展，并结合可能的新业态、新媒介、新材料、新工艺等考虑作品呈现形式，应具备一定的文化与商业价值。设计作品最终效果展现与表达不限具体手法，可借助数字模型、视频、实物展板等方式进行展示。

4.媒体传达设计赛道

● **赛道背景说明：**由于网络与信息科技的发展，媒体从传统介质快速走向了数字智能化。在文化传播、艺术衍生、品牌消费、科普宣教、内容生产和跨感官体验等方面，媒体传达设计的研究与实践应用有着重要意义。通过本赛题为创造人民美好生活探索更多可能性，为改善社会问题研究具体可行性，也为提高人们经济生活效率，提升精神生活品质。本赛道作品可围绕品牌形象设计、影像与动画、交互体验、插画艺术、海报设计、“中国研究生”主题设计等方向展开，倡导作品体现出东方人文精神和智慧，勇于进行技术跨界和问题思辨。

● **D4-1 品牌形象设计：**品牌形象设计是服务于品牌外在表达的品牌形象建设与管理。它基于品牌的定位和方向，向市场及受众准确地传达品牌形象，以期在相当长一段时期内形成对品牌的有效辨识、记忆、认知、好感、信赖和追随。在新时代下，由于技术、受众、传播生态和时代发展趋势的变化，品牌形象设计方向除了要服务以往的企业、组织、机构、商户品牌，也将应对新生产品、事件与活动、个人品牌等现象。其表达形态围绕着受众人群，也将更加多元可变。

作品要求：设计作品应依托真实存在的文化、市场和产业，有清

晰的受众对象，提供涉及标识、视觉体系、核心应用、体验设计的系统性完整的品牌形象设计方案。作品需阐述项目介绍、品牌概念、创意说明及最终设计方案呈现。可随附设计作品的其它补充性展示，表现手法不限，如实物、视频、音频等。

● **D4-2 影像与动画：**本赛道包括但不限于微电影、短视频、戏剧或音乐 MTV、纪录片、剧情片、广告短片、实验片，二维动画、三维动画、定格动画、实验动画等。原创设计、风格鲜明、情节有创意、表现技法精湛、结构完整、符合行业规范和技术标准大赛鼓励原创，打造精品；引导广大学生关心和参与影像创作，促进学生创意能力和影像制作技术的提高。

作品要求：参赛影像作品可以围绕但不限于以下命题进行构思设计，例如地域风情、人文故事、百姓生活、社会关系、自然生态、城市记忆、乡土风情、城市建设等展开主题性拍摄，记录新时代变迁下美丽中国故事。

● **D4-3 数媒交互设计：**创新创意的交互与体验设计可以增强信息传递的有效性、提升传统设计体验的沉浸感幸福感、加固目标群体的使用黏性。本赛题的开办希望可以结合新理念、新技术、新材料、新模式创新交互与体验设计，探索和挖掘目标对象的潜在需求，对接前沿领域与趋势发展，推动数字与技术驱动的创新未来设计。

作品要求：交互与体验设计作品主题不限，鼓励结合多学科交叉的知识，整合当前数字文化设计、虚拟与增强现实体验设计、游戏设计、传播展示等方向。具体设计可注重提升交互体验的新颖性、游戏

性、有效性。设计作品的最终表达效果展现与表达不限具体手法，可通过低保真设计、原型机设计、装置设计、视频等方式进行解释说明。

● **D4-4 插画艺术与海报设计：**随着互联网、数字技术以及媒介的不断发展，插画与海报从静态发展到动态，以其独特的叙事性语言和丰富的情感表达，以及多元化的风格与艺术表现手法，成为现代设计的一种重要的视觉传达形式，已经渗透到商业应用与社会生活的方方面面。随着插画与海报的广泛应用，它的内涵和外延也在不断拓展，在当代文化传播中发挥着不可忽视的作用。本赛题开办的目的是借助视觉艺术丰富的艺术感染力和叙事手法，增强中华文明传播力影响力，讲好中国故事，描绘美丽中国。

作品要求：设计作品围绕“美丽中国”主题展开，展现人类与自然、城市与乡村、社会生活与文化精神等内容。参赛作品可以包含商业插画、出版物插图、绘本创作（含成人、儿童）、系列主题插画、公益海报、字体与图形设计等。设计作品最终效果展现与表达不限手法，可借助静态、动态、视频等综合方式进行说明。

D4-5 “中国研究生”主题设计：由《中国研究生》杂志设立，旨在汇集研究生创意与智慧，围绕中国研究生的形象进行设计创作，鼓励研究生设计凸显研究生主体意识、鲜明特点的文化形象、专属文创产品、视觉传达作品等，传播研究生积极形象，彰显研究生青春风采。具体内容参考附件3-1。

作品要求：作品必须遵守法律法规、符合社会主流价值，传达研究生青春活力和积极向上的价值观；视觉传达设计、数字媒体设计及

产品设计作品等形式不限，作品内容包括但不限于研究生主题微信表情包、动画、文具产品、生活用品、活动海报、服装（如学位服、文化衫）等；可结合特定时间节点（如迎新季、毕业季、教师节、传统节日）、特定主题（如学术道德、科研伦理、扎根中国、科研报国、科研创新、尊师重道、健康生活、快乐读研）、特定身份（如在读硕士生、博士生、毕业生、研究生导师、辅导员等）进行创作，独具创意，具有感染力和良好的视觉效果；作品提交形式可为手绘图(扫描后提交)、电脑设计效果图、实物照片或视频等。提交的图片或视频要能体现作品的整体、局部、不同视角、尺寸等效果。每件参赛作品须附设计说明，明确阐述作品的设计思路和理念等（300字以内）。

附件 3-1：“中国研究生”主题设计赛题说明

为激发研究生创新设计意识，彰显研究生主体意识，传播研究生青春形象，鼓励研究生设计研究生自己的文化形象和文创产品，《中国研究生》杂志拟在“中国研究生‘美丽中国’创新设计大赛”设立“中国研究生”主题设计赛题。说明如下：

一、赛题说明

本赛题由《中国研究生》杂志设立，旨在汇集研究生创意与智慧，围绕中国研究生的形象进行设计创作，鼓励研究生设计凸显研究生主体意识、鲜明特点的文化形象、专属文创产品、视觉传达作品等，传播研究生积极形象，彰显研究生青春风采。本赛题由大赛统一发布比赛通知，统一评审，获奖名额计算在大赛获奖总额之内。

二、作品要求

1.作品必须遵守法律法规、符合社会主流价值，传达研究生青春活力和积极向上的价值观。

2.视觉传达设计数字媒体设计及产品设计作品等形式不限，作品内容包括但不限于研究生主题微信表情包、动画、文具产品、生活用品、活动海报、服装（如学位服、文化衫）等。

3.可结合特定时间节点（如迎新季、毕业季、教师节、传统节日）、特定主题（如学术道德、科研伦理、扎根中国、科研报国、科研创新、尊师重道、健康生活、快乐读研）、特定身份（如在读硕士生、博士生、毕业生、研究生导师、辅导员等）进行创作，独具创意，具有感染力和良好的视觉效果。

4.作品提交形式可为手绘图(扫描后提交)、电脑设计效果图、实物照片或视频等。提交的图片或视频要能体现作品的整体、局部、不同视角、尺寸等效果。每件参赛作品须附设计说明,明确阐述作品的设计思路和理念等(300字以内)。

5.参赛作品必须为原创,作品须未以任何形式进入商业渠道,未申请专利或进行版权登记的作品。

6.自愿使用《中国研究生》杂志标识(附件4)作为创作元素。

7.参赛作品知识产权归属与大赛总体要求一致。

三、评审要素

从作品的主体性、创新性、文化性、可落地性、完整性等方面来综合考量和评价参赛作品。

1.主体性:作品能够充分体现研究生主体意识、精神内涵、鲜明特色,体现与本科生等群体的区分度和差异性;

2.创新性:能够充分体现创作者的想象力和创造力,内容完整,设计新颖,突破局限;

3.文化性:作品能充分挖掘研究生群体内涵,体现研究生群体特征,在展现研究生形象和研究生文化生活的同时富有创意美;

4.可落地性:在宣扬文化内涵和产品理念的概念设计的同时,产品契合研究生精神文化需求和日常生活,具备实际落地和应用的可行性;

5.作品完整性:作品表达清晰、作品提交格式规范,描述清晰,表达流畅,内容完整。

四、获奖作品成果应用

1.获奖作品将在《中国研究生》杂志和“中国研究生”微信公众号上进行宣传和展示；

2.获奖作品经进一步完善，有机会成为“中国研究生”品牌的文创产品，用于研究生形象展现和品牌活动传播；

3.经设计团队同意，获奖作品也可入驻“中小研美创工坊”或相关合作院校文创店。

五、奖项设置

根据大赛奖项设置情况和参赛作品提交的数量，由大赛统一调配奖项设置和获奖数量。