

中共江苏省委宣传部  
江苏省文明办  
江苏省网信办  
江苏省发展和改革委员会  
江苏省经济和信息化委员会  
江苏省教育厅  
江苏省科学技术厅  
江苏省财政厅  
江苏省住房和城乡建设厅  
江苏省文化厅  
江苏省新闻出版广电局(版权局)  
江苏省工商行政管理局  
中共江苏省委台湾工作办公室  
江苏省文学艺术界联合会

文件

苏宣通〔2017〕42号

---

## 关于举办2017第四届“紫金奖”文化创意 设计大赛的通知

各设区市委宣传部、文明办、网信办、发展改革委、经济和

信息化委、教育局、科技局（委）、财政局、住建委（局）、文广新局、工商局、台办、文联，各有关单位：

为贯彻落实中央《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》和《“互联网+中华文明”三年行动计划》，推动创意文化产业发展，创造新的文化供给，促进生活品质提升，打造创意创新创业高地，省委宣传部、省文明办、省网信办、省发展改革委、省经济和信息化委、省教育厅、省科技厅、省财政厅、省住房城乡建设厅、省文化厅、省新闻出版广电局（版权局）、省工商局、省台办、省文联共同发起举办 2017 第四届“紫金奖”文化创意设计大赛。

现将《2017 第四届“紫金奖”文化创意设计大赛总体工作方案》印发给你们，各地各有关部门和主承协办单位要根据大赛总体工作方案，强化组织协调，注重宣传推介，抓好责任落实，动员更多的机构、企业、个人参赛，推出更多的高质量创意设计成果，进一步提高办赛质量和水平，共同把本届大赛办得更加出彩、更具影响、更有成效。

附件：1.2017 第四届“紫金奖”文化创意设计大赛总体  
工作方案

2.2017 第四届“紫金奖”文化创意设计大赛作品  
征集要求



中共江苏省委宣传部



江苏省精神文明办



江苏省互联网办



江苏省发展和改革委员会



江苏省经济和信息化委员会



江苏省教育厅



江苏省科学技术厅



江苏省财政厅



江苏省住房和城乡建设厅



江苏省文化厅



江苏省新闻出版广电局（版权局）



江苏省工商行政管理局



中共江苏省委台湾工作办公室



江苏省文学艺术界联合会

2017年5月30日

附件1

## 2017第四届“紫金奖”文化创意设计大赛 总体工作方案

### 一、大赛名称

2017 第四届“紫金奖”文化创意设计大赛

### 二、主题、宗旨与定位

1、主题：生活艺术化，艺术生活化。

2、宗旨：贯彻落实中央《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》，推动实施《“互联网+中华文明”三年行动计划》，秉持“紫金奖”文化创意设计大赛“创意创造价值，设计改变生活”和“让创意找到市场，让企业发现商机，让百姓亲近艺术”的宗旨，本次大赛，致力于聚集国内外优秀设计师资源，挖掘当下新生代原创力量，引导文化创意设计紧贴大众生活，将传统文化与现代科技、艺术价值与实用功能、创意设计与市场需求相结合，为百姓生活提供全方位的艺术化产品，构建以大赛为核心的文创产业链。

### 3、定位

(1) 生活化。紧贴百姓日常生活，将创意设计与传统文化、

现代科技相结合，创造新的生活品类，以文化元素丰富内涵，以科技手段提升品质，引领时尚潮流，提高生活质量，建构艺术化生活模式。

**(2) 专业化。**广泛动员国际国内优秀设计机构、团队、业界设计师及相关设计专业学生参赛，委托高等院校、专业机构、行业协会推荐组织重点参赛者和作品，聘请学术界、设计界、企业界专家组成评审委员会，全要素提升大赛的专业化程度。

**(3) 市场化。**坚持以需求为导向，着力推动创意设计与企业需求对接，创意设计产品与市场转化相衔接，密切与各行业协会联合，建立创意设计研发中心、产品转化中心、市场营销中心，促进大赛成果产业化运作。

**(4) 国际化。**加大引进国际知名设计机构和团队的参与力度，密切与英国伦敦设计周、纽约时尚周等国际一流创意平台的互动，加强与国际设计院校的合作，邀请国际知名设计师参与大赛，扩大大赛国际影响力。

### **三、活动时间**

2017年5月-11月。

### **四、组织机构**

#### **(一) 举办单位**

1、主办单位：省委宣传部、省文明办、省网信办、省发展改革委、省经济和信息化委、省教育厅、省科技厅、省财政

厅、省住房和城乡建设厅、省文化厅、省新闻出版广电局（版权局）、省工商局、省台办、省文联。

2、承办单位：江苏文投集团。

3、支持单位：中国工业设计协会、中国工艺美术协会、中国勘察设计协会、中国建筑学会、中国广告协会、中国民间文艺家协会、中国美协陶瓷艺术委员会、中国家具协会等。

4、协办单位：江苏省工业设计协会、江苏省工艺美术协会、江苏省勘察设计行业协会、江苏省民间文艺家协会、江苏省美协陶瓷艺术委员会、江苏省家具行业协会、江苏省黄金协会、江苏省苏豪控股集团有限公司、江苏省工业设计学会、江苏省科普美术家协会等。

5、媒体支持单位：新华日报、江苏电视台、省电台、扬子晚报、南京晨报、现代快报、中江网、大文网、猪八戒网等。

6、金融支持机构：江苏银行。

7、法律顾问单位：北京大成（南京）律师事务所。

## （二）大赛组委会

名誉主任：王燕文 省委常委、宣传部部长、统战部部长

蓝绍敏 省政府副省长

主任：徐宁 省委宣传部副部长

副主任：周岚 省住房和城乡建设厅厅长

王元慧 省工商局局长

执行主任：梁 勇 江苏文投集团党委书记、董事长

委 员：葛 莱 省文明办副主任

周 锋 省网信办副主任

汤明海 省发展和改革委员会副主任

周毅彪 省经济和信息化委副巡视员

洪 流 省教育厅副厅长

蒋跃建 省科技厅副厅长

赵 光 省财政厅副厅长

刘大威 省住房和城乡建设厅副厅长

马 宁 省文化厅副厅长

李 杰 省工商局副局长

于国民 省新闻出版广电局（版权局）副局长

张 为 省台办副主任

刘旭东 省文联副主席、书记处书记、党组成员

周跃敏 新华报业传媒集团党委书记、董事长

卜 宇 江苏广电集团党委书记、董事长

张建康 凤凰出版传媒集团董事长

顾汉德 江苏广电网络公司党委书记、董事长

周 勇 苏豪控股集团总裁

季 明 江苏银行党委副书记、行长

潘谷平 南京市委宣传部副部长

盛 蕾 苏州市委常委、宣传部部长  
陆惠玲 无锡市委宣传部副部长  
徐光辉 常州市委常委、宣传部部长  
童国祥 镇江市委常委、宣传部部长  
姜 龙 扬州市委常委、宣传部部长  
常胜梅 泰州市委常委、宣传部部长  
张兆江 南通市委副书记、宣传部部长  
吴晓丹 盐城市委常委、宣传部部长  
陈 涛 淮安市委常委、宣传部部长  
赵正兰 宿迁市委常委、宣传部部长  
冯其谱 徐州市委常委、宣传部部长  
滕 雯 连云港市委常委、宣传部部长

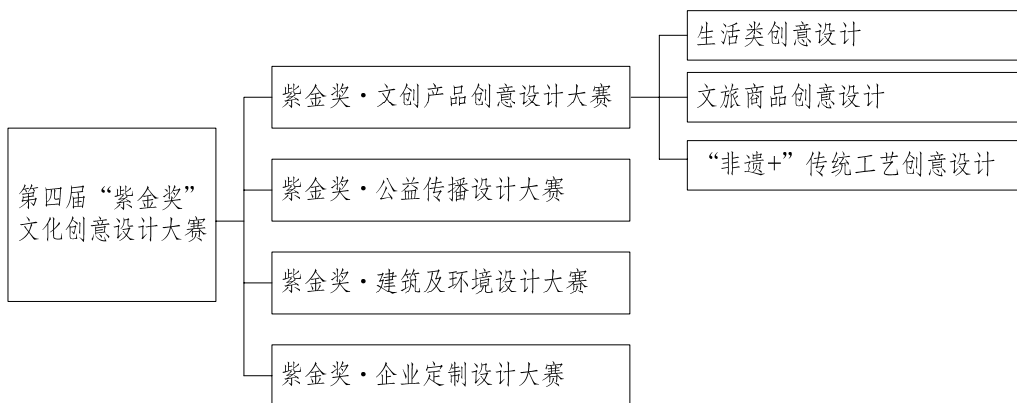
组委会下设秘书处，由省委宣传部、省住建厅、省工商局、省文明办、省网信办和江苏文投集团等相关单位职能处室（部门）负责人组成，王明珠为秘书长，唐宏彬、孙涛为副秘书长，王娟为执行秘书长。其他各单位及各市确定大赛联络员，具体推动大赛各项工作。

（三）评审专家委员会。在大赛组委会领导下，成立评审专家委员会，负责制定评审规则、标准，开展各项赛事评审活动。

## 五、赛事安排

本届大赛分“紫金奖·文创产品创意设计大赛”、“紫金奖·公益传播设计大赛”、“紫金奖·建筑及环境设计大赛”、“紫金奖·企业定制设计大赛”四个赛事。

在“紫金奖·文创产品创意设计大赛”专项赛中细分为“生活类创意设计”、“文旅商品创意设计”、“‘非遗+’传统工艺创意设计”三个类别，为凸显本次大赛创意设计的前瞻性、学术性，在征集产业设计的同时，征集概念设计。产业设计是指能实现上市量产的参赛作品，概念设计是指暂不能实现量产的概念性参赛作品。每个参赛作品仅限报名参与一项赛事类别。



### （一）紫金奖·文创产品创意设计大赛

**1、生活类创意设计：**紧扣“生活艺术化，艺术生活化”主题，用创意设计提升生活品质，设计产品涵盖家居用品、家具、服饰首饰、运动休闲装备、消费电子类产品等。

**2、文旅商品创意设计：**注重江苏历史文化和资源符号的创造性开发和运用，设计产品涵盖城市礼品、旅游商品及装备、

文博创意产品等。

**3、“非遗+”传统工艺创意设计：**以被评为市级以上非物质文化遗产中传统手工技艺为基础，坚持合理利用、传承发展的原则，注重非遗元素与生活用品的广泛融合，注重传统工艺的创新发展，让非遗产品焕发新的生机和活力。

### **（二）紫金奖·公益传播设计大赛**

突出爱祖国、爱家乡、爱他人、爱自然，敬业、敬法、敬诺、敬老，以诚立言、立行、立业、立身，从善、学善、行善、扬善等内容，也可融入家风家训、移风易俗、文明旅游、文明交通、文明餐饮、廉政文化、“争做中国好网民”等元素，开展公益广告设计，弘扬社会主义核心价值观，展现社会文明新风尚。设计作品涵盖平面作品（含漫画）、影视作品（含动漫、网络广告与新媒体广告）、广播作品、微电影作品。

### **（三）紫金奖·建筑及环境设计大赛**

大赛以“田园乡村”为主题，以“真题实做、实用创新”为原则，旨在引导社会关注乡村，并投身乡村建设与实践。同时籍此推动体现田园特色、传承乡村文化、折射时代精神、具有地域特征的优秀乡村创作在实践中落地，成为点缀在江苏乡村大地、传承紫金创意大赛的文化印记、引领各地田园乡村建设的范例。

### **（四）紫金奖·企业定制设计大赛**

根据企业的设计需求，定向发布创意征集，设计产品涵盖酒店用品设计、陶瓷设计、中式正装设计、文创商品设计、艺

术道路概念设计等。

## 六、重点活动

1、新闻发布会。5月上旬召开新闻发布会。

2、宣传推介会。①国内高校、协会推介活动。以全国设计类知名高校及国内行业协会为宣传目标，广泛动员优秀参赛者提供参赛作品。②国际宣传推介活动。通过与国际知名设计院校对接合作，扩大国际参赛者队伍，征集更多国际参赛作品。

3、主题论坛。与紫金文创智库合作，举办“生活艺术化，艺术生活化—紫金奖文创设计高峰论坛”，特邀行业领袖，国际知名设计师，产业界、商业界、企业界、设计界权威及代表共同探讨文创产业给生活带来的改变及这个行业的未来发展趋势。

4、颁奖典礼暨优秀作品展览展销。11月在紫金文创园举办颁奖仪式，对获奖及优秀参赛作品进行集中展览，同时组织部分产品展销活动。

5、国内外巡回展览。组织历届获奖作品参加国际国内专业展会展览，宣传推介获奖者及其产品扩大大赛影响，推动更多优秀作品进入市场，服务群众。

## 七、赛程安排

大赛5月上旬开始至11月中旬结束，分4个阶段：

1、筹备启动阶段。在完善大赛总体方案和各项赛事方案的基础上，5月上旬举办新闻发布会。

2、作品征集阶段。5月至7月，参赛者通过大赛官网（[www.zgwcsj.com](http://www.zgwcsj.com)）注册报名，7月30日前完成参赛作品上传，同步做好版权登记相关工作。同时，组织企业提前介入，推动优秀创意设计作品的遴选、孵化和批量生产。

3、作品评审阶段。8月初至10月中旬，组织参赛作品评审工作。

4、展览展销阶段。11月中旬集中展示大赛优秀作品，举办颁奖仪式，同时组织部分产品的销售活动。

## 八、奖项设置

本届大赛设置“紫金奖”创意设计金、银、铜奖和组织促进奖，同时设立“产业孵化基金”1000万元。

（一）本次大赛评选“紫金奖”创意设计金奖10名左右，奖金每位10万元；“紫金奖”创意设计银奖30名左右，奖金每位3万元；“紫金奖”创意设计铜奖60名左右，奖金每位5000元；鼓励奖若干，颁发证书，本届大赛组委会奖金池共计220万元左右。

（二）为鼓励在校大学生（包括研究生）积极参与大赛，在专项赛等级奖之外，再增设“紫金奖·大学生创新创业奖”50个。

（三）组织促进奖：表彰组织工作先进单位。

（四）紫金奖·建筑及环境设计大赛由于赛事行业专业性较强，除享受大赛组委会奖项评选外，根据赛事需要增列相关专业奖项及奖金。

(五) 企业定制设计的产品由需求方评选组织评审，一旦采用，由企业购买版权。

(六) 本届大赛设立“产业孵化基金”1000 万元，帮助设计师的优秀设计作品实现批量生产、落地销售。设计师对其设计作品拥有版权，对产品销售享有按比例分成的权利。

## 九、工作分工

1、大赛组委会负责审定大赛方案、召开新闻发布会、协调发动作品征集、评审及颁奖等工作。组委会秘书处负责执行组委会确定的工作部署，做好协调、检查、督促等工作。

2、承办单位江苏文投集团负责组建专业团队，对赛事进行总体策划协调和具体执行，统筹制订方案、发布赛事，统一征集作品、组织评选、策展发布与线上线下营销推广。

3、省版权局负责核对大赛入围决赛作品版权的登记工作，未登记版权的作品评审将视为无效。

4、各设区市委宣传部及协办单位做好大赛当地的宣传推介和作品征集工作，有条件的设区市可承接大赛分赛事。

5、金融支持单位负责做好大赛相关金融服务；法律顾问单位负责提供大赛全程法律支持，对可能涉及的法律纠纷做好预案，并做好相关法律咨询服务。

## 附件 2

# 2017第四届“紫金奖”文化创意设计大赛 作品征集要求

### 一、紫金奖·文创产品创意设计大赛

#### 1、设计方向：品质生活

#### 2、征集要求

**(1) 生活类创意设计。**紧扣“生活艺术化，艺术生活化”的主题方向，用创意设计提升生活品质，设计产品涵盖家居用品、家具、服饰首饰、运动休闲装备、消费电子类产品等。**文旅商品类创意设计。**注重江苏历史文化和资源符号的创造性开发和运用，设计产品涵盖城市礼品、旅游商品及装备、文博创意产品等。**“非遗+”传统工艺类创意设计。**以被评为市级以上非物质文化遗产中传统手工技艺为基础，坚持合理利用、传承发展的原则，注重非遗元素与生活用品的广泛融合。

文创产品设计着眼于传统文化与现代科技、艺术价值与实用功能、创意设计与市场需求相结合，注重传统工艺、传统材质的创新设计，从而设计出更多符合现代审美需求的文化创意产品。参赛作品注重独创性、纯粹性，应有一定的前瞻性和先进性，不得与当下市场中的产品同质化，不得抄袭和复制。

(2) 参赛者针对本赛事自行选择类型进行创作(生活类创意设计/文旅商品类创意设计/“非遗+”传统工艺类创意设计),每个参赛作品仅限报一个类别,同时按产业设计或概念设计进行不同方向选择。参赛作品可以单位或个人名义进行申报。

(3) 所有参赛作品应为原创设计,其作品带来的其他知识产权纠纷由参赛者自行承担。

(4) 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、标记及其它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。

(5) 参加竞赛的个人或团队应遵守赛事规则及其它相关要求,主办方对赛事规则具有最终解释权。

### 3、提交方式

大赛统一采用网上报名的方式。参赛者须在大赛官方网站([www.zgwcsj.com](http://www.zgwcsj.com))注册报名并经审核通过后方可参赛,报送作品截止日期为7月30日。所有入围作品(进入复试)均须寄送实物(或模型)至大赛组委会。

(1) 所有参赛报名作品须按要求以电子文档格式通过大赛官网上传提交。

(2) 参赛作品照片要求多角度、有参照物、能体现作品原貌,并标注作品尺寸(长×宽×高 cm),照片电子文件统一为JPG格式,300dpi,A3纸尺寸大小,不超过5M。

(3) 组合作品中，请注明各单件作品的尺寸、材质等信息。

(4) 参展作品原作或模型需自制实木材质的外包装箱，要求坚固，便于搬运，贴统一标签（作品登记表）。

参赛者在收到《决赛入围通知书》后，应根据决赛需要，进一步提交参赛作品资料。具体内容将随《决赛入围通知书》一并告知参赛者。

#### 4、关于版权

根据国际惯例，所有参加大赛的作者对其作品均依照《中华人民共和国著作权法》享有其著作权。组委会对征集的作品享有发表、放映、出版、宣传及展览的权力，并享有优先使用权及购买权。需求企业所征集的设计一旦被采用，需与设计者签订相关合作协议，对其版权使用权、生产销售分成等进行明确。

#### 5、联系方式

联系人：江苏文投集团刁静雯、魏牧雨

联系方式：025- 85775522，85775533

联系邮箱：zijinjiangds@126.com

寄送地址：南京市扬子江路 230 号紫金文创园。

## 二、紫金奖·公益传播设计大赛

1、设计方向：爱·敬·诚·善

2、征集要求

(1) 参赛作品应符合赛事主题和内容，不得出现黄色、暴

力、违反法律法规的文字、画面等。

(2) 参赛作品须创意独特、准确清晰、结构严谨、制作精良、综合效果好，有内涵、有特色、有温度，并适合在报刊、广播、电视、网络及户外媒体上发布。

(3) 参赛作品必须是原创作品，不得侵犯任何第三方的知识产权或其他权利。凡参赛作品涉及的版权、肖像权等法律纠纷，责任由参赛者自负。

(4) 参赛者提交的参赛作品，必须先自行向省级版权管理部门完成版权登记。

(5) 参赛作品恕不退还，请参赛者自留备份。主办方对所有参赛作品拥有公益性宣传使用权。

(6) 参赛报名者除按要求完整填写参赛报名表上必填内容之外，还须将报名表中有作品创意制作团队的人员构成填写齐全。

(7) 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。

(8) 参赛者应全面了解本次大赛规则。凡提交参赛作品者，视同已全面了解并接受大赛规则，自愿受其约束。

### 3、提交方式

大赛统一采用网上报名的方式。参赛者须在大赛官方网站（[www.zgwcsj.com](http://www.zgwcsj.com)）注册报名并经审核通过后方可参赛，报送

作品截止日期为 7 月 30 日。所有作品均须上传大赛官方网站并寄送光盘至大赛组委会指定地址。

(1) 所有参赛报名作品须按电子文档格式要求提交。

(2) 参赛作品分为平面作品(含漫画)、影视作品(含动画、网络广告与新媒体广告)、广播作品、微电影作品。每件参赛作品提交时,均需附 200 字左右的创意说明。

(3) 平面作品(含漫画)。网上提交:文件格式为 JPG,色彩模式 CMYK,规格 A3(297\*420mm),分辨率 300dpi,系列作品不得超过 3 幅。

(4) 影视类作品(含动画、网络广告与新媒体广告)。  
① 影视作品:时间 60 秒以内,拍摄工具及制作软件不限。画面宽度不小于 600 像素,不要倒计时。网上提交:成片 FLV 格式上传,文件大小不超过 10MB。光盘提交:提交高质量文件。

② 动画作品要符合动画广告的概念,创作方式及制作软件不限。24 帧/秒,时间 30 秒以内,配音,配乐,系列作品不得超过 3 件,画面宽度 500-800 像素,不要倒计时。网上提交:成片 SWF 格式或 FLV 格式上传,文件大小不超过 10MB。光盘提交:FLASH 文件须提交可编辑的 FLA 格式及生成的 SWF 格式,其他格式请提交高质量文件。

③ 新媒体作品类接收格式:JPG 格式作品参照平面类要求;AVI、FLV、MP4 格式文件 30MB 以内,其他具体要求参照微电

影类要求；SWF 格式文件 20MB 以内，其他具体要求参照动画类要求；MP3 格式文件 10MB 以内，其他具体要求参照广播类要求；网站类作品接收 HTML 网页文件，页面总数不少于 5 页，不多于 9 页，页面宽度在 950 至 1920 像素间，提交时请将 HTML 文件及相应数据包存储 RAR 压缩文件，并将压缩包提交至上传平台。

(5) 广播作品。时间 30 秒以内。网上提交：储存格式为 MP3 或 WMA，文件大小不超过 3MB。光盘提交：MP3 格式。

(6) 微电影类作品。时长 3 分钟至 5 分钟(包含片头、片尾)，画幅宽高比 4：3 或 16：9，分辨率最低要求为 1280\*720，视频格式为 MP4 格式，应配有中文字幕。光盘提交：提交高质量文件。

(7) 在官网报名参赛后，参赛者需按要求将以下文件随光盘一并寄送：①参赛作品报名表电子档一份，应注明创作者姓名、作品名称、作品类型、创作时间、详细地址、联系方式、身份证号码等个人信息及设计说明。②参赛须知(参赛者承诺)签字版扫描件一份。以上两份文件均可在大赛官网“参赛须知”中下载。

#### 4、关于版权

根据国际惯例，所有参加大赛的作者对其作品均依照《中华人民共和国著作权法》享有其著作权。组委会对征集的作品享有发表、放映、出版、宣传及展览的权力，并享有优先使用权

及购买权。需求企业所征集的设计一旦被采用，需与设计者签订相关合作协议，对其版权使用权、生产销售分成等进行明确。

## 5、联系方式

联系人：江苏文投集团刁静雯、魏牧雨

联系方式：025- 85775522， 85775533

联系邮箱：zijinjiangds@126.com

寄送地址：南京市扬子江路 230 号紫金文创园小楼 1 号。

## 三、紫金奖·建筑及环境设计大赛

### 1、设计方向：田园乡村

### 2、征集要求

(1) 参赛作品应符合当代价值体系，体现科技发展成就。

(2) 大赛采用开放式命题，参赛人须自行拟定竞赛副题，自行选取创作基地参赛。(参赛人可结合工作中正在进行的项目，并根据大赛要求提交作品参赛)

(3) 参赛人应对预设基地或符合要求的自选基地进行规划设计，此外还应选取肌理梳理、新乡居设计、既有乡居改造、景观改造及提升的一项或几项内容进行创作(同一作品不得跨组申报)。

(4) 所有参赛人和参赛单位，须对创作基地进行实地考察和调研，并结合乡村的实际需求进行创作。

(5) 参赛作品可以单位或个人名义进行申报，鼓励多学科

人员参加，组成跨专业、跨学科的设计团队参赛。

(6) 参赛作品应在尊重本土资源的前提下，发挥设计行业的带动作用，大胆创新创意，通过新文化、新观念、新生活方式等的导入和新技术、新材料、新的建造方式等的推广，在传承延续乡村文脉的同时，探讨未来乡村建设的新模式、新思路，进而推动乡村的复兴与进步。

(7) 为充分发挥大赛的影响力和示范作用，切实将创意理念转换为设计成果，本届大赛拟将部分优秀作品予以落地实施。为此，大赛鼓励参赛者在创新创意的同时，应高度关注对基地环境的认识与分析，并注重方案的实用性与可操作性。

(8) 设计作品可适当突破现行规范的相关要求与限制，但应当对突破的内容及其必要性作出说明。

(9) 参赛语言为中文，度量单位为公制；参赛作品表现形式不限，但应力求简洁、明了、易读，以充分表达设计意图为要。

(10) 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、标记及其它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。

(11) 所有参赛作品均须为原创设计，已实施方案、已建成乡村作品、已参加过各类评审、已参加过其它竞赛或曾经发表过的作品不得参赛。

(12) 参赛者应严格遵守竞赛规程及其它相关要求。主办

方对竞赛规则具有最终解释权。

### 3、提交方式

大赛统一采用网上报名的方式。参赛者须在“紫金奖文化创意设计大赛”官方网站（[www.zgwcsj.com](http://www.zgwcsj.com)）或“紫金奖·建筑及环境设计大赛”官方网站（[www.iarchis.com](http://www.iarchis.com)）、微信平台（[iarchis](https://www.iarchis.com)；建筑创意空间）报名并经审核通过后方可参赛，报送作品截止日期为7月30日。

所有参赛作品须按要求通过大赛官网上传提交。内容为设计图版（JPG格式）：统一按示例图版进行排版（A1竖排），精度不小于300dpi，以每个作品不超过2张图版为宜；示例图版电子文件请在官网“参赛须知”或微信平台下载。

### 4、增设奖项

由于“建筑及环境设计大赛”专业性较强，除享受大赛组委会奖项评选外，根据赛事需要，按阶段增设“优秀作品奖”、“单项奖”及“企业奖”若干。

### 5、关于版权

根据国际惯例，所有参加大赛的作者对其作品均依照《中华人民共和国著作权法》享有其著作权。组委会对征集的作品享有发表、放映、出版、宣传及展览的权力，并享有优先使用权及购买权。需求企业所征集的设计一旦被采用，需与设计者签订相关合作协议，对其版权使用权、生产销售分成等进行明确。

## 6、联系方式

联系人：省住房和城乡建设厅 肖冰

省勘察设计行业协会 倪梅仙

联系方式：025-51868653，51868129，51868132

邮箱：jianzhu@zgwcsj.com

寄送地址：南京市江东北路287号（银城广场辅楼二楼）

### （四）紫金奖·企业定制设计大赛

#### 1、征集要求

##### 企业定制一：金陵饭店酒店产品设计

（1）所有金陵酒店产品设计方案中需融入“金陵四金LOGO”与品牌文化元素。

（2）设计方案匹配批量生产的合理化需求，具备实际的生产供应渠道支持，建议使用的材料具备较高性价比，突出生产的成本优势。

（3）设计风格独具匠心，符合金陵文化底蕴的前提下，彰显特色化、唯一性。

##### （4）产品设计名录

产品分类	产品名称	产品描述	使用区域
棉织品类	靠枕	花色靠枕	客房
	床旗	装饰床旗	客房
定制类	杯垫、火柴盒	酒店全区域通用（环保材质）	
礼品类	手拎袋	定制款手拎袋（各类环保材质）	

参赛者可根据情况自由选择上述征集产品类别及数量参赛。

(5) 所有参赛作品应为原创设计，其作品带来的其他知识产权纠纷由参赛者自行承担。

(6) 参加竞赛的个人或团队应遵守赛事规则及其它相关要求，主办方对赛事规则具有最终解释权。

### **企业定制二：江苏高淳陶瓷股份有限公司茶具设计**

本次以茶具设计为主题的全球征集，意在挖掘、扶持陶瓷产品设计创意人才，以创造力推动中国陶瓷文化。推选出最具创意水准、最有发展潜力、最被市场接受认同的设计师作品，并给予奖励和广泛的推广宣传，共同弘扬中国陶瓷的当代创造力，充分传播中国智造的魅力。

(1) 所有茶具设计方案需符合高淳陶瓷“炆器”、“骨质瓷”的材料特点，融入“高淳陶瓷”的品牌文化元素。

(2) 设计方案匹配批量生产的合理化需求，具备实际的生产供应渠道支持。

(3) 设计风格独具匠心，彰显特色化、唯一性。

(4) 产品设计名录

产品分类	产品名称	产品描述	使用区域
日用陶瓷类	炆器茶具	中国茶文化主题	中国
	骨质瓷茶具	中国茶文化主题	中国

参赛者可根据情况自由选择上述征集产品类别及数量参赛。

(5) 所有参赛作品应为原创设计，其作品带来的其他知识产权纠纷由参赛者自行承担。

(6) 参加竞赛的个人或团队应遵守赛事规则及其它相关要求，主办方对赛事规则具有最终解释权。

### 企业定制三：雪竹尚品中式正装设计

(1) 所有雪竹尚品产中式正装设计方案中需融入“雪竹尚品 LOGO”与品牌文化元素。

(2) 设计方案匹配批量生产的合理化需求，具备实际的生产供应渠道支持，建议使用的材料具备较高性价比，突出生产的成本优势。

(3) 设计风格独具匠心，符合旗袍文化底蕴的前提下，彰显特色化、唯一性。

#### (4) 产品设计名录

产品分类	产品名称	产品描述
服饰类	华服旗袍	传承中华服饰文化, 东方文化元素鲜明
	中式正装(女)	结合中国传统服饰元素; 正式场合着装, 简约大气。
	中式正装(男)	结合中国传统服饰元素; 正式场合着装, 简约大气。

参赛者可根据情况自由选择上述征集产品类别及数量参赛。

(5) 所有参赛作品应为原创设计，其作品带来的其他知识

产权纠纷由参赛者自行承担。

(6) 参加竞赛的个人或团队应遵守赛事规则及其它相关要求，主办方对赛事规则具有最终解释权。

#### **企业定制设计四：江苏大剧院文创产品设计**

(1) 统一围绕江苏大剧院建筑外型特征形成相关文创衍生品。一是设计方案匹配批量生产的合理化需求，具备实际的生产供应渠道支持，建议使用的材料具备较高性价比，突出生产的成本优势。二是设计风格独具匠心，符合江苏大剧院文化底蕴的前提下，彰显特色化、唯一性。

#### **(2) 产品设计名录**

<b>产品类型</b>	<b>产品内容</b>
剧院功能性产品	会员卡卡面设计(普卡)
艺术纪念品	演出护照
美术馆相关设计	logo 设计
其他周边产品	吉祥物（卡通）形象玩偶

参赛者可根据情况自由选择上述征集产品类别及数量参赛。

(3) 所有参赛作品应为原创设计，其作品带来的其他知识产权纠纷由参赛者自行承担。

(4) 参加竞赛的个人或团队应遵守赛事规则及其它相关要求，主办方对赛事规则具有最终解释权。

## 企业定制设计五：南京滨江文旅港湾艺术道路概念设计

(1) 以紫金文创园周围五条道路路面为设计对象，可以雕塑、印章、装置、碑刻、历史文物等元素，布置道路，使道路成为有文化、有艺术、有特色的旅游目的地。

(2) 设计方案以概念设计图加文案的形式呈现，需详细说明道路规划的设计元素、展现形式、具体材质和位置摆放等。

(3) 参赛者可根据情况选择设计的道路数量进行参赛。

(4) 所有参赛作品应为原创设计，其作品带来的其他知识产权纠纷由参赛者自行承担。

(5) 参加竞赛的个人或团队应遵守赛事规则及其它相关要求，主办方对赛事规则具有最终解释权。

## 2、提交方式

大赛统一采用网上报名的方式。参赛者须在大赛官方网站（[www.zgwcsj.com](http://www.zgwcsj.com)）注册报名并经审核通过后方可参赛，报送作品截止日期为7月30日。所有入围作品（进入复试）均须寄送实物（或模型）至大赛组委会。

(1) 所有参赛报名作品须按要求以电子文档格式通过大赛官网上传提交。

(2) 参赛作品照片要求多角度、有参照物、能体现作品原貌，并标注作品尺寸（长×宽×高 cm），照片电子文件统一为JPG格式，不超过5M。

(3) 组合作品中，请注明各单件作品的尺寸、材质等信息。

(4) 参展作品原作或模型需自制实木材质的外包装箱，要求坚固，便于搬运，贴统一标签（作品登记表）。

参赛者在收到《决赛入围通知书》后，应根据决赛需要，进一步提交参赛作品资料。具体内容将随《决赛入围通知书》一并告知参赛者。

### 3、关于评选

发布需求企业自主组织评审小组对参赛作品进行评审，确定最终采用的设计方案。需求企业所征集的设计一旦被采用，需与设计者签订相关合作协议，对其版权使用权、生产销售分成等进行明确。

### 4、联系方式

联系人：江苏文投集团刁静雯、魏牧雨

联系方式：025- 85775522，85775533

联系邮箱：zijinjiangds@126.com

寄送地址：南京市扬子江路 230 号紫金文创园。

---

抄送：新华报业传媒集团、江苏广电集团、凤凰出版传媒集团、江苏广电网络公司、江苏文投集团、苏豪控股集团、江苏银行；江苏省工业设计协会、江苏省工艺美术协会、江苏省勘察设计协会、江苏省广告协会、江苏省民间文艺家协会、江苏省美协陶瓷艺术委员会、江苏省家具行业协会、江苏省黄金协会、江苏省工业设计学会、江苏省科普美术家协会；在苏各高等院校。

---

大赛组委会秘书处

2017年5月30日印发

(共印200份)