**首届中国研究生“美丽中国”创新设计大赛**

**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层融合的设计路径，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作设计，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、消费需求进行创作设计，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，向市场及受众准确有效地传达品牌形象，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。

**5.地方主题定制赛道**

赛道背景说明：本赛道根据浙江省建德市人民政府委托的设计节点而专门进行自主设置赛题方向与内容，参赛设计方案内容可以围绕媒体传达设计与环境空间设计方向展开，具体赛题可参考建德市梅城镇严州古城、下涯镇之江村等点位介绍并欢迎全国参赛团队围绕节点展开相应的设计创新。

D5-1媒体传达设计

（1）基本情况介绍：梅城镇严州古城为国家AAAA级旅游景区，地处中国气候宜居城市核心段，北枕乌龙山，南临三江口，山环水抱、风光秀美、生态绝佳，有着近1800年的历史，曾是徽、杭两州之间唯一的州府，是钱塘江流域重要码头，内可玉带河泛舟、外有三江口游船，夜有澄清灯光秀、特色美食街区，还可仿古探幽，追寻先圣事迹。严州古城是目前全国为数不多的州府规制清晰、街巷肌理完整、历史文脉可循、历史遗存丰富的古城形成了独具特色的严州文化，具体包含以下十个文化部分。

1）州府文化：梅城先后为睦州、严州的州治所在。唐武则天神公元年（697），睦州州治从淳安迁到这里，直到1959年撤销建德专署为止的1262年间，梅城一直是州府的所在地。被赐为“潜龙之地”。

2） 诗路文化：这儿孕育出唐代唯一的地方诗歌流派“睦州诗派”，代表人物有孟浩然、刘长卿、许浑、杜牧等，睦州一度成为“东南江表诗坛”的中心。

3）名人文化：这儿历代太守中有许多大政治家、大诗人，他们给严州政治和文化注入了新鲜的血液，伍子胥、严子陵、朱买臣、范仲淹、陆游都在这里留下足迹，他们的事迹和作品极大丰富了严州地方文化内涵。

4）刻本文化：严州是南宋时期善本书的重要产地之一，其刻本世称“严州本”，以“墨黑如漆，字大如钱”驰名，是宋刻本中的上品。《聊斋志异》的首个刻印版本青柯亭本就是在这里制定的。

5）民俗文化：梅城具有浓厚的民俗文化，现在古城中定期表演知府巡街、虾灯、竹马等传统非遗文化。

6）军事文化：“严州不守、临安必危”，历来为兵家必争之地。

7）商埠文化：“千车辚辚、百帆隐隐”，有徽州会馆等12座。

8）古典文化：古城名著渊源，《三国演义》、《水浒传》、《聊斋志异》等文学著作事出梅城或在此编撰。

9）书院文化：古城是理学名邦，薪火相传，有范仲淹创办的龙山书院等四大书院。

10）宗教文化：古城庙宇林立、香火鼎盛，玉泉寺是唐代净土宗五祖少康大师的道场。

（2）赛题要求：通过深挖文化内涵、提升创意包装、深化品牌建设，实现市场差异化竞争，增强“严州文化”活化传承的千年古府品牌影响力。进行严州古城虚拟人形象和VI设计，打造具有辨识度的古城视觉形象系统，并可适当延展创作、应用。通过分析严州古城发展历程，挖掘其背后的宋韵文化内涵并进行文创产品开发、文创IP打造，将宋韵文化遗产与现代文创设计结合，推动当地文化产业发展和文化消费升级，助力当地经济发展。设2个参赛类别，请自选一个进行设计创作：

1）虚拟人形象和VI设计类：

征集全新的古城原创虚拟人形象设计和VI设计，主题不限，形象要求有文化、有气质、有风采，代表一段历史特点、一个地方特色或一个人物特性。平面作品、3D作品均可参赛。作品使用软件不限，表现手法不限（包括但不限于平面、插画、3D等）。

作品要求：1.需绘制三视图（包括但不限于：正面、侧面、背面）。2.需尽可能完善形象的视觉系统、人设，并提交思路阐述。3.参赛者保留300dpi分辨率可用于印刷生产的源文件，需注意元素尽可能独立分层，以便后期编辑使用，如为三维作品，需保留3D工程文件。

2）文创产品品牌提升创意设计类：

以严州古城文旅发展为背景，围绕古镇的风土人情、特色文化、风物特产，研发设计与宋韵文化、严州历史契合，内涵丰富、造型美观、艺术特色鲜明，兼具历史元素与现代时尚的文创产品，产品需具备文化性、美观性、实用性、市场性。并提出营销方案和推广策略。

作品要求：参赛作品效果展现与表达不限具体手法，决赛作品需要上交打样产品。

D5-2环境空间设计

（1）基本情况介绍：下涯镇之江村位于建德市下涯镇黄饶半岛，因处于呈“之”字形的新安江畔而得名。村域总面积9.05平方公里，现有农户662户，总人口2280人。自然风光秀丽，美丽的新安江在此流速趋缓，形成了冬暖夏凉的小气候和“山、江、田、村”的独特景观，夏季江面云雾笼罩，宛若人间仙境。在打造AAA级景区村的同时，把风景做成产业，推出“镜头里”的经济学，打造彩绘田园、无边稻田、渔舟唱晚等9大摄影点，已成为建德“新网红”。2020年之江村被评为浙江省AAA级景区村，通过打造集现代农业观光、乡村休闲旅游、文化创业产业于一体的农文旅产业示范区，促进未来乡村建设取得积极成效，并于2022年5月27日全省共同富裕基本单元建设推进会上被成功命名为全省首批未来乡村。

（2）赛题内容：设计区域位于之江村黄饶自然村，以村级邻里中心——黄饶乡集为中心，以民宿村落为服务重点，优化生产、生活、生态空间格局（详见附件2）。作品需符合区域功能定位，与区域文化、民俗、风貌特质相一致，要求符合旅游消费者的审美特点，设计方案兼具实用性的同时具备技术可实施性。设2个参赛类别，请自选一个进行设计创作：

1）景观装置艺术节点设计：

为提升乡村自然景观品质，延续乡村水系、林网和农田等自然肌理，因地制宜优化引导村庄空间格局形态，形成连续完整的大地景观与连线成片的特色景观，拟在规划基础上，完成3个创意性的装置设计和必要的田间艺术装置，并指导施工落地。具体选址可根据附件2图示，也可根据规划内容自行选址。

2）闲置农房内部空间设计：

闲置农房位于之江村黄饶自然村前溪头区域，该区域定位为民宿村落，地理位置优越，周边自然环境优美，鉴于该片区未来农文旅融合发展需要，拟对该空间进行业态培育和场景设计建设。按照运营前置的思路根据空间业态进行设计、改造提升后实施运营。可设计方向包括咖啡、茶室、风物馆等，但不限制于此方向，只需和产业规划结合合理即可。

作品要求：参赛作品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。