

关于举办2025年“我的青春有版权” 创意设计大赛的通知

各有关单位：

为深入学习宣传党的二十大和二十届三中全会精神，全面落实习近平总书记关于知识产权工作的重要论述和重要指示精神，提升版权创造、运用和保护水平，中共黑龙江省委宣传部、黑龙江省教育厅、共青团黑龙江省委委员会将联合举办“我的青春有版权”创意设计大赛。本次大赛将聚焦民间文艺主题，推动民间文艺与创意设计融合发展，以版权之力护航民间文艺赓续传承。具体通知如下。

一、活动主题

版权让民间文艺绽放青春华彩

二、参赛对象

青年创意设计者（个人或团队）

三、组织机构

主办单位：中共黑龙江省委宣传部

黑龙江省教育厅

共青团黑龙江省委员会

承办单位：黑龙江省版权保护协会民间文艺与创意设计

版权工作专业委员会

支持单位：中国出版协会新闻出版文字规范化工作委员会

中国版权协会艺术品版权工作委员会

中国出版创意产业基地

金山软件股份有限公司

深圳市雅昌艺术网股份有限公司

北京中版链科技有限公司

四、活动内容

（一）参赛选题

大赛以“开放+定向”的命题形式，既给参赛者充分的自由创作空间，又对创意设计方向进行靶向引导，强化版权保护意识，提升创意设计能力。

1. 主题创作类

聚焦主题将龙江地域特色民间文艺元素融入企业产品开发、包装设计等领域，如将民族、民俗纹样转化为服饰印花，将剪纸元素融入文创产品、伴手礼、包装设计等。

2. 命题定制类

有关单位结合自身特点和单位需求,提出创意设计命题58个(附件1),参赛者可将民间文艺元素融入命题需求进行定向创作。

(二) 作品类型

提交的作品类型有4种,每件作品需附作品创意理念、设计说明和转化应用建议等(500字以内)。

1. 产品设计类:服饰、装饰类产品,文创产品,民间手工艺产品,各类伴手礼等。设计要求:A3幅面,300DPI,注明CMYK色值,格式为JPEG,提交产品实物或实物照片、效果图均可。

2. 平面设计类:文化海报、字体设计、平面广告、包装、书籍、插画、插图、漫画等。设计要求:(1)系列海报限定为3张,其他不超过5张。(2)包装设计要能体现整体、局部或组合效果(展开图和效果图)。(3)书籍设计要能体现书籍的整体设计(包括封面、内页和局部的设计)。

3. 动画视频类:动画视频、创意短视频等。设计要求:1920*1080P,成片格式MP4,时长≤5分钟。

4. 新媒体设计类:网页设计、电子出版物设计、表情包、游戏设计、H5等。设计要求:(1)表现形式不限,网页、界面、VR、电子出版物等至少展现3个页面,H5至少展现10个页面。(2)动态图形设计至少包括3组动图转化设计,格式为gif。(3)H5、游戏等依据作品提供相应的展示软件平台。

五、参赛须知

（一）报送要求

请各有关单位高度重视，按照要求精心组织，广泛宣传，请于2025年10月24日前，通过大赛指定邮箱报送参赛报名表（附件2）和作品（如作品较大，可上传至网盘，并将网盘信息发送至指定邮箱）。参赛者从主题创作类和命题定制类任选题进行创作，同一主题、构思相近的，按一件（系列）作品计算。如有实物作品需提交，请报送到主办方，待活动结束后自行取回。

（二）评审与结果

邀请行业领域专家学者组成评审组，结合创意需求单位意见，评选出各类奖项，以省委宣传部、省教育厅、团省委名义颁发获奖证书。

（三）版权转化与宣传

为优秀作品进行版权登记，对获奖作品进行宣传推介，搭建成果对接转化平台，促进版权授权转让。

（四）相关要求

1. 作品内容要坚持正确导向，与主题相关，不得违反中华人民共和国现行法律、法规。参赛者须对提交作品的原创性和材料的真实性负责，创作中使用的背景音乐、图片、视频、字体等素材如非原创应提供相关版权授权使用文件。如有抄袭或弄虚作假，一经核实，取消参赛资格，所引发的法律及其他相关问题，由参赛者承担。作品获奖后发现剽窃抄袭等侵权情况，主办方将追回相关证书，并追究相关责任。

2. 报名参赛即视同认可主办方拥有对参赛作品的发表、出版、公开展示、宣传推介等作品使用权。

3. 本次活动不收取任何形式的费用。

4. 本次活动最终解释权归主办方。

(五) 联系方式

联系人：李丹

联系电话：15124568310

电子邮箱：zwhmsc2025@163.com

附件：1. “我的青春有版权”创意设计大赛命题定制类
设计选题

2. 参赛报名表

中共黑龙江省委宣传部

黑龙江省教育厅

共青团黑龙江省委员会

2025年9月9日

附件 1

“我的青春有版权” 创意设计大赛命题定制类设计选题

序号	选题题目	作品类型	设计要求	选题单位	联系人	联系电话
1	“阅见山海”文创产品	产品设计类	1.设计要求 主题契合：紧扣“阅尽诗和远方”，将山海意象与诗词元素（如山水诗名句）、旅途符号（如车票、地图）结合，传递“行走中阅读自然与人文”的意境，避免脱离“诗”与“远方”的核心。 功能实用：兼顾装饰性与旅途/日常使用场景，如便携文具、可折叠配饰，确保产品在出行、办公、居家等场景中便捷好用，不做无用装饰。 材质适配：优先选轻便、耐用、环保材质，如防水帆布、耐磨金属、可降解纸张，契合旅途携带需求与“山海”自然理念。 文化赋能：每件产品附“诗与山海”注解（如卡片对应诗句+山海故事），让用户使用时感受文学与自然的交融，深化主题认知。 受众分层：针对学生（平价便携款）、旅行者（耐用实用款）、文创收藏者（精致工艺款）设计，满足不同人群对“诗和远方”的情感与使用需求。 2.设计内容 (1)文具类、家居类、配饰类、纸品类各 5 款。 (2)礼盒类，推出“阅尽诗和远方”礼盒（可包含笔记本、书签、迷你手办等产品）1 款。	黑龙江少年儿童出版社	陈裕衡	15846599614

2	“龙小猫”IP 形象设计	平面设计类	黑龙江少年儿童出版社隶属于黑龙江出版传媒股份有限公司，是黑龙江省唯一一家专业的少年儿童出版社。此次设计的 IP 形象主要受众为 4~6 岁学龄前儿童、7~10 岁小学低年级儿童。IP 形象“龙小猫”，诠释的是：每个孩子都如同可爱软萌的猫咪，在温暖的庇护下无忧无虑成长，而岁月终将赋予他们羽翼，待成龙之时，自有山海可越、苍穹可期（形象诠释可根据设计稍作调整）。现征集两个 IP 主形象，一个为原有 IP“龙小猫”的形象，一个为全新的 IP 形象。 设计要求 1.IP 形象设计需符合出版社的品牌定位与文化内涵，IP 定位为教育 IP，IP 性格设定为勇敢、好奇、友善。可从黑龙江省特色元素：冰雪大世界、扎龙湿地丹顶鹤等方面获取灵感。 2.IP 形象设计不限制表现形式，可以是卡通形象、写实风格或抽象概念等，鼓励创作者大胆创新，使形象具有极强的辨识度。 3.IP 形象设计应具有前瞻性，基础造型应便于后期相应产品的研发，如图书产品、动画短剧、文创周边、潮玩等衍生品的设计。 4.IP 形象设计应考虑与其适配的伙伴，设计原则应在知识维度、性格光谱和视觉符号等方面形成功能性互补。通过知识链交叉、文化符号敬套、情感触点植入，形成可持续发展的 IP 宇宙。 设计内容 (1) 两个 IP 主形象及三个伙伴设计图（主视觉+三视图）。 (2) 3 个表情包设计（动态或静态）。 (3) 衍生品应用提案（至少 1 类文具或文创产品的设计效果图）。	黑龙江少年儿童出版社	陈裕衡	15846599614
3	“传承里看中国”传统民俗系列绘本书籍整体设计	平面设计类	1.核心主题与视觉表达：设计需以“传承里看中国”为核心主旨，深度挖掘《打铁花》《大头娃娃》《舞龙在天》《醒狮三甩头》《摇马三鞭》《醉关公踩高跷》等六个故事的传统民俗文化内核。需精准提炼各民俗的象征意义与文化价值，并通过封面、内页及局部设计的协同配合，构建民俗文化与中国	黑龙江教育出版社	葛然	13946176523

			传承的深层视觉关联。最终实现读者在翻阅过程中，能通过整体设计感知传统民俗的厚重底蕴，达成“以民俗见传承，以传承见中国”的核心目标。 2.设计理念的创新与融合：需突破传统民俗书籍的设计框架，以“传统内核+现代表达”为创新方向。一方面，紧密结合当代读者审美趋势，关联非遗保护、传统文化复兴等社会热点，挖掘民俗文化与现代生活的契合点；另一方面，创新整体设计逻辑。确保整体设计既保留民俗的传统韵味，又具备鲜明的时代气息。 3.整体版式设计：（1）内页设计需遵循“层次分明、阅读流畅”的原则，结合民俗主题构建专属版式。同时，需统一字体体系、字号层级与间距规范，确保整套绘本版式既各具特色又保持视觉统一性。（2）局部设计需避免过度装饰，以“点缀主题、提升质感”为目标，与封面、内页形成视觉呼应。 4.封面设计核心要求：（1）民俗识别性强。绘本封面需以对应民俗的标志性元素为视觉主体，确保读者能快速精准识别民俗类型。（2）封面设计需巧妙植入“传承”意象，避免生硬表达，深化“传承里看中国”的核心表达，确保读者从封面到内页形成连贯的视觉体验，强化整套绘本的整体感。			
4	“城绘玩”图书品牌 IP 及产品	产品设计类	1.命题核心：城绘玩以“链接读者与城市文化”为定位，挖掘城市底蕴与魅力，打造兼具阅读与传播价值的品牌，成为读者感知城市文化的桥梁。 2.核心设计要求：（1）独特性与辨识度。以“差异化”突破传统，从造型、色彩、线条创新，融合城市标志元素（建筑、地域符号等）重组，构建唯一视觉标识，强化品牌记忆点。（2）故事性与共鸣：赋予 IP 与城市文化绑定的背景（如文化守护精灵），传递品牌核心价值，引发消费者情感共鸣，提升认同感。（3）系统可延展性：IP 的 Logo 及衍生设计需适配多场景（图书、海报、文创、社交、动画等），确保不同媒介下核心识别元素不变、视觉统一。（4）市场适应性：设计需充分考虑目标受众的喜好和市场需求，符合现代审美趋势，具有较强的亲和力和商业价值，能够吸引不同年龄层次和文化背景的消费者，便于后续的市场推广和商业开发。	黑龙江教育出版社	张鑫	13946012093

5	龙门“标”局 ——标点符号 毛绒 IP 形象设计	产品设计类	3.作品内容规范:(1)IP logo 设计: 提供标准图形、字体、色彩规范(主/辅助/禁用色); 含黑白稿、反白稿, 适配多场景。(2)IP 形象设计: 绘制正/侧/背面三视图; 设计 3 组表情+3 组动作; 为 IP 形象起一个简洁易记、富有文化内涵的名字, 并撰写 300~500 字的创意理念文字说明, 阐述 IP 形象的设计灵感、文化内涵以及与“城绘玩”图书品牌的关联性。(3)相关产品设计: 完成 3 款衍生产品(涵盖 2 类以上, 如文具+家居), 每款含效果图、设计尺寸、材质说明等信息, 体现 IP 应用潜力。			
			1.命题核心: 以“龙门标局”为虚拟文化场景, 将逗号、句号、问号等常见标点符号, 转化为具故事感、萌系特质与触感体验的毛绒 IP。通过人格化设计, 让“龙门标局”成为文字文化与毛绒潮玩的连接桥梁, 实现标点符号“文字精灵”的具象化与文创化。 2.设计要求: (1)符号特质精准转化。紧扣标点功能与情感属性设计——句号显“圆满沉稳”(圆润敦实造型), 问号传“好奇探索”(弯曲弧度+大眼睛), 感叹号展“热情醒目”(修长身形+夸张表情), 不脱离符号认知基础。(2)毛绒材质适配: 结合材质特性设计(如省略号为串联圆形毛绒球、逗号“尾巴”用长毛绒增动感), 明确标注建议面料(如短绒、羊羔绒等)及配色, 兼顾视觉萌感与触感舒适。(3)人格化与故事感: 为每个 IP 设定“标局身份”与性格(如句号=押镖总管、问号=镖师学徒), 通过服饰(中式短褂、腰带)、道具(迷你镖枪、罗盘)凸显身份, 赋予“江湖故事”属性。(4)视觉体系统一: 五大核心标点(逗号、句号、问号、感叹号、省略号)需系列化——统一中国传统色系、同一风格差异化镖师服饰、一致尺寸比例, 强化“龙门标局”IP 矩阵辨识度。 3.提交内容: (1) IP 形象设计图: 含线稿、三视图、彩色效果图, 标注毛绒材质说明; (2) 系列形象组合展示图; (3) 衍生场景应用效果图: 至少 2 个场景(如抱枕、挂件)。	黑龙江教育出版社	张鑫	13946012093

6	“红灯笼”原创 儿童文学IP标 识设计	平面设计 类	1.设计背景:“红灯笼”原创儿童文学系列丛书,以东北黑土地为背景,用童诗、小说、散文、童话等多种形式,凸显东北少年儿童纯朴、善良、乐观与勇于担当的精神风貌,抒写这片土地上蓬勃旺盛的生命力,以及绵延不绝的地域风情。 2.IP 运用:运用于“红灯笼”原创儿童文学系列丛书的图书左上角——作为封面、扉页、封底、页码、章节页以及童诗赏析处的标志元素,同时搭配一行文字:“红灯笼”原创儿童文学系列丛书,作为该标识的整体结构。 3.图案元素:设计一个醒目的“红灯笼”标识,让它成为东北地域文化、创作团队风格的代表性符号,贯穿整个系列、贯穿每一本书。	黑龙江美术出版社	郭兆琦	15244615333
7	儿童文学类及 画册图书封面 及内文插图设 计	平面设计 类	1.儿童文学类图书整体风格:手绘写意风格,留有空白,凸显简洁朴拙、大气隽永的特点;分册图书封面:结合每本书核心要素,提炼具有代表东北地域的意象、物象或文化符号,比如麦子、向日葵、山峦、雪爬犁、雪人、雪窝烛光、过年的小屋以及作品中的东北四季景物等,作为整个画面的基础元素; 设计要求:童诗(童话)和小说(散文)的封面设计可略有不同:小说(散文),强调写实与写意相结合,凸显主要人物和情感;童诗(童话),抽象和现实相融合,凸显多种意象的整合,适当运用夸张和变形; 封面主题:封面①:小说集,以“亲情”为载体,塑造了一群鲜活而充满个性的儿童形象,与牛为伴的牛小草,和烛光说话的妮妮,把“白轮船”放进大海的小帆;封面②:小说集,以“纯朴”为切入点,展现了一段至真、至善、至美的友情、亲情和乡情;封面③:小说集,以黑土地上一隅山水——白沙洞为依托,展现了乡村经济振兴的背景下,白沙洞人保护生存环境、与动植物和谐相处的时代主题;封面④:童诗集,以春天的意境,能突出季节特点——迎春花开,紫燕营巢,一片生机。画面风格:水彩手绘。画面内容:主要是小河、冰花、迎春花树、紫燕等;封面⑤:童诗集,紧扣以“月	黑龙江美术出版社	郭兆琦	15244615333

			亮为草叶佩戴露珠名签”为核心的诗歌意境，融入东北地域的自然质感（如开阔的矮草、清新的晨景氛围）。卡通水彩手绘风格，包含月亮、草叶、露珠、富东北特色的木板屋和木篱笆等；封面⑥：童诗集，东北的静悄悄的冬天为的意境——冬天地白雪覆盖，万物敛藏了声音和色彩，一片静谧的景象。水彩手绘、拟人化的树木、小河、小鸟、石头为主等具有夸张感和童话色彩，突出东北地域特点。 2.画册类图书封面设计整体风格要求，立足于打开心灵的窗户，展示自闭症、孤独症等特殊儿童创作的作品，不可言说的画作为主题，展现特殊儿童返璞归真的真实体现，向社会传达关注及温暖。 设计要求：干净明亮，善意感动。			
8	单杯酸奶包装 140g	平面设计类	设计三个低温液奶杯子+标签（芒果+甜橙子）/（荔枝+草莓）/（青提+牛油果）	北大荒完达山乳业股份有限公司	张晶	15546336832
9	完达山乳此新鲜店招设计	平面设计类	完达山乳此新鲜店铺主要销售冰淇淋、奶茶等产品，主要位于中央大街和商场，店招以蓝色为主，体现年轻化元素。	北大荒完达山乳业股份有限公司	张晶	15546336832
10	《庆丰故事-甄心传承》企业产品宣传视频	动画视频类	以“庆甄”品牌形象“庆庆”“甄甄”动画人物为载体，生动演绎庆丰农场发展史与庆甄产品故事。采用 AI 动画融合水墨画风，通过故事化讲解传递品牌理念，让民间文艺与产品深度融合，旨在扩大品牌影响力，助力市场推广，兼具实操性与版权转化潜力。	北大荒集团黑龙江庆丰农场有限公司	郑捷	18704670803

11	“推动农文旅发展，促进民族团结进步”文创产品和旅游纪念品	产品设计类	共青农场始建于1955年，位于鹤岗市萝北县，是全国青年志愿垦荒运动的起始地，经过70年发展建设，已成为集绿色农产品生产、加工、商贸于一体的现代化国有农场企业。 1.文化创意产品：挖掘共青农场的青年志愿垦荒文化、北大荒精神，结合各民族文化元素，设计具有纪念意义和收藏价值的文创产品，制作带有多民族图案与共青农场标志性景观（如稻田画元素）的剪纸、摆台等。 2.旅游纪念品：针对农场旅游资源开发特色纪念品。设计体现民族团结和农文旅融合的特色冰箱贴，一面是共青农场的稻田风光、标志性建筑，另一面是各民族在农场生活、劳作、庆祝节日的欢乐场景；开发具有民族风格的农场农产品包装，如将赫哲族鱼皮画艺术、汉麻制品融入农副产品包装。 期望目标：通过这些作品，深度融合共青农场的农业、文化和旅游资源，展现民族团结的生动画面，提升共青农场的品牌知名度和文化影响力，吸引更多游客前来体验，促进当地农文旅产业的协同发展，带动经济增长，同时增强各民族之间的文化交流与团结，让共青农场成为展示民族团结进步和农文旅融合发展的示范窗口。	北大荒集团黑龙江共青农场有限公司	奚丽丽	15146854811
12	大豆酱包装	平面设计类	公司深耕酱类制品生产多年，拥有成熟的传统酿造工艺，是黑龙江地区颇具知名度的酱制品企业。产品特点：以东北优质大豆为原料，主打豆瓣酱等传统酱制品，风味醇厚，带有浓郁的东北地域特色。期望目标：将龙江民间剪纸等传统文化元素融入产品包装设计，既展现民间文艺魅力，又凸显产品的地域文化底蕴，提升产品辨识度和市场竞争力。	黑龙江省宝泉岭农垦宝泉酱业有限公司	那健	15204509020

13	课件设计、讲座汇报、学术答辩、竞选述职、党政教育类PPT模板设计	平面设计类	PPT 模板设计要求： 1.PPT 模板符合主题要求，设计思路清晰，页面设计简洁、清新、美观、大方，具有观赏性、普及性、艺术性； 2.版面与视觉感受：使用 16:9 比例，页面内各个元素搭配合理，符合主题，色彩搭配协调，大方得体，页面美观； 3.手工作品，教师组类模板以教学用途为主，模板的内容应该有表格、柱状、饼状和曲线图表、图文混排等适合教学的设计，实际应用性强，符合学校媒体运行环境；学生组类模板侧重通用。可以选择但不限于答辩模板或活动模板（团日活动、社团活动、学生活动）进行创作，自由发挥，可在规则基础上丰富页面形式； 4.设计 PPT 模板，作品须标明页码，至少含封面页、目录页、章节页、内容页、结束页若干（不少于 10 页）。模板须有多文本、多图、图文混排模板页，具体表现形式不限； 5.设计创意：鼓励页面设计依托校园元素进行多样化设计，且具有较强的设计创意，所有作品要求另附 200 字左右设计创意说明。	北京金山办公软件有限公司	刘琳	18601037991
14	新生入学宣传、活动宣传海报设计	平面设计类	核心设计原则： 1.主题明确性：海报需在 3 秒内传递核心信息，主标题应突出，辅以简洁的副标题和关键信息（时间、地点等）； 2.视觉层级：通过字体大小、颜色对比（如深色背景配浅色文字）和排版布局（主视觉居中）引导视线，避免信息堆砌。 色彩与字体： 1.主色调不超过 3 种，需符合主题情感（如金融类用冷色调体现专业感）； 2.字体选择需易读，标题与正文区分明显，避免超过 3 种字体混用。	北京金山办公软件有限公司	刘琳	18601037991

15	茅台镇酒文化主题漆屏风设计	产品设计类	我美术馆需要一组以茅台镇酒文化为背景的漆屏风设计，要求：场面宏大、能很好地体现茅台镇酒文化历史的厚重，同时在制作工艺的设计上要求采用中国传统民间漆艺技艺，设计方案从设计稿到制作工艺技法说明、工艺制作流程上要求具有较高的可操作性。本选题旨在弘扬中华优秀传统文化与大国工匠精神。	福建省厦门市莲福美术馆	王冲	15004608203
16	黄房子历史文化街区文创产品设计	产品设计类	1. 主题：以黄房子历史文化街区的百年历史、俄式风情及多元文化融合为核心主题，通过文创产品展现街区独特的文化底蕴与魅力。 2. 文化元素提取与运用 建筑元素：深入挖掘街区内俄式建筑的特色元素，如尖顶、雕花雀替、窗棂木纹、黄色外墙、双坡式屋顶等，将其以抽象、具象或组合的方式融入文创产品设计中，确保产品在外观上能够直观体现街区建筑风格。 历史元素：结合街区从沙俄时期作为中东铁路高级职工住宅区，到日伪时期以及中华人民共和国成立后的历史变迁，选取具有代表性的历史事件、人物或符号，如《中俄密约》相关元素、不同时期的生活场景等，通过故事性的设计手法，赋予文创产品历史深度。 业态元素：充分考虑街区内各入驻企业的特色，将其融入文创产品设计。例如，从塔玛拉格鲁吉亚餐厅的庭院风情、马迭尔精酿啤酒屋的“食光走廊”特色、秋林洋行·1900的百年俄式美食文化等方面提取元素。可以设计以各餐厅特色菜品、招牌饮品为原型的创意摆件，或者将餐厅的特色装饰元素应用于文创产品的图案设计中。 3. 产品类型与设计要求 旅游纪念品： 钥匙扣：设计具有街区建筑造型或带有各入驻企业标志的钥匙扣，可采用金属、塑料或珐琅材质，通过压铸、印刷等工艺制作，确保细节清晰、色彩鲜艳。 冰箱贴：以街区全景、特色建筑、企业特色元素为图案，制作磁性冰箱贴。	哈尔滨市南岗区区委宣传部	刘锐	15699661000

			材质可选用 PVC、金属或陶瓷，表面采用印刷、彩绘等工艺，具备防水、耐磨性能。 明信片：选取街区不同季节、不同时段的美景照片，以及各餐厅内具有特色的场景照片，制作成系列明信片。纸张应选用高质量的艺术纸，印刷色彩还原度高，同时可在明信片背面附上街区介绍、企业简介及历史小故事。		
17	伏尔加庄园 logo 及 IP 形象 设计	平面设计 类	主题：伏尔加庄园，位于哈尔滨郊外阿什河畔，是以哈尔滨历史为依托、俄罗斯文化为主题的AAAAA级文化旅游景区、中俄文化交流基地。 设计内容：logo 设计——主 IP 形象 1.图形符号； 2.主色调、辅助色、色彩禁忌等； 3.标准字体、字号； 4.版式结构； 5.品牌理念（有文化才能长远，有品位才有价值）； 6.延展性（适配多场景的灵活性，包含导视系统、客用印刷品、营销基础物料、网站及社交媒体基础视觉）。	哈尔滨伏尔加 庄园文化旅游 有限公司	韦敏芳 13796008077
18	“三皮”文化服 装设计与制作	产品设计 类	将非遗“三皮”文化创新运用于服饰设计制作中。 运用传统自然“三皮”纹理的元素为设计基础： 1.鱼皮、兽皮、桦树皮的天然纹理，呈现自然质感与美感，提升现代服饰的独特魅力，使服装与大自然浑然一体，相得益彰； 2.利用传统图案，可以创新、美化、整理、升华，使传统图案散发新的青春与魅力； 3.通过非遗元素的植入，实现现代服饰的美感，在传统服装的基础上守正创新，使服装更具有现代设计感和实用性，使作品符合现代人的审美，应贴近于人民生活的实用价值，以便于形成成果的转化和落地。同时也能达到宣传非遗文化的目的。	黑龙江建筑职 业技术学院	张杨 18904816688

19	“淘学企鹅”冰雪季 IP 形象设计	产品设计类	以“守正创新”为核心，将赫哲族鱼皮技艺以哈尔滨极地公园原创文旅 IP、黑龙江冰雪天使“淘学企鹅”为原型，通过非遗赋能提升 IP 文化厚度，将极地 IP 与赫哲族非遗深度融合，打造可收藏、可展演、可溯源的冰雪文化图腾。 技艺创作理念： 原始质感：未染色鱼皮呈现冰裂纹，呼应黑龙江冰雪的“冷冽感”背景； 色彩张力：染色鱼皮高度还原淘学企鹅，赋予企鹅动态活力； 立体雕琢：镂空工艺表现企鹅羽毛层次，突破平面局限，同时打造亚克力冰晶镶嵌。	哈尔滨圣亚极地公园有限公司	韩晓争	13091710206
20	太平湖温泉度假酒店 VI 系统、核心导视系统、客用印刷品、温泉、酒店室内外装修改造及园林等设计	平面设计类	主题：太平湖温泉度假酒店，是距离哈尔滨太平国际机场最近的大型温泉度假酒店。2025 年被我公司收购后，准备重新经营。酒店定位中高端旅游酒店。 设计内容：设计 VI 系统（logo、色彩、字体、基础规范）；设计核心导视系统（尤其户外指引和温泉区安全/功能标识）；设计必备的客用印刷品（欢迎卡、服务指南、须知）和营销基础物料（名片、宣传册）；设计网站及社交媒体基础视觉；设计其他物料（菜单、活动物料、环境图形等）。	哈尔滨家煜酒店管理有限公司	刘启佳	18645481818
21	滑雪服的升级改造	产品设计类	亚布力是知名的滑雪胜地，也是黑龙江省滑雪运动的一张名片。为了更好地突出龙江地域特色，计划把滑雪服进行设计升级，形成自己的龙江特色风格。	黑龙江省亚布力林业局有限公司	赵祥君	18845171678

22	哈尔滨芭蕾舞团文创设计	产品设计类	哈尔滨芭蕾舞团成立于2019年,是哈尔滨市文化广电和旅游局直属的专业艺术团体,根据哈尔滨芭蕾舞团演出剧目(如《尔滨印象》《天鹅湖》《胡桃夹子》等经典剧目)融合哈尔滨中西交融的背景,结合民间艺术形式进行主题系列文创产品及周边商品的设计与开发。	哈尔滨芭蕾舞团	杨砚博	18686868042
23	服装服饰,玩偶文创,旅游纪念品,Logo设计等	产品设计类	黑龙江的亚麻、亚麻极具地域特质,并具有抑菌、防紫外线等特性,现需要提升整体创意设计风格、赋能品牌,开发高端应用产品。 1.产品创意设计——高端应用产品开发: 设计要求:现代简约风格,同时融入一些国潮元素和非遗项目技艺,使其既符合当代青年的审美,又能展现地方特色。 亚麻服装、丝巾、T恤等服饰:采用亚麻纤维制作,结合现代设计理念和传统非遗技艺,如刺绣、扎染等,打造具有地方特色的时尚单品。 玩偶等布艺文创产品:以亚麻为材料,利用亚麻天然抑菌的特性,结合黑龙江的动植物形象(如东北虎、丹顶鹤等)或地方文化符号如冰雪精灵等,设计可爱且具有纪念意义的玩偶。 家居系列文旅伴手礼和装饰品:如亚麻抱枕、装饰画、盖毯、床单等,可以融入黑龙江的风景元素或地方特色图案,既实用又具有纪念价值。 儿童用品设计:针对儿童夏季易生痱子的问题,设计轻薄透气的亚麻床品,如床单、枕套等,同时注重图案的趣味性和教育意义。 2.品牌LOGO设计 设计理念:结合黑龙江亚麻、亚麻的地域特质及其抑菌、防紫外线等特性,以“绿色、健康、自然”为核心设计理念。 设计元素:可以融入亚麻植物的形态、黑龙江的地域特色(如江水、冰雪、森林等)以及“中国亚麻之乡”孙吴县的标志性元素。	哈尔滨当代亚麻艺术中心	马秀兰	15663528792

24	玉米 IP 和玉米包装设计	平面设计类	黑龙江省华阳农业有限公司从事鲜食玉米等蔬菜的种植、加工、仓储及销售。产品天然，非转基因，零添加，3 小时锁鲜，产品通过 ISO9001、ISO45001 国际体系认证、有机绿色双认证。并荣获全国巾帼现代农业科技示范基地、黑龙江省十大特色鲜食玉米生产企业称号，被评为黑龙江省首个国家级生态原产地保护产品和新华网溯源中国可信品牌。要求设计体现出天然、健康、辨识度高、受年轻人喜欢的玉米 IP 和玉米包装。	黑龙江省华阳农业有限公司	孙爱华	13904608468
25	龙江非遗 IP 插画设计	平面设计类	1.IP 融合创新：以中国经典名著《西游记》中的核心角色（如孙悟空、猪八戒、沙僧等）与龙江非遗相结合进行表达。 2.主题表达：作品需围绕“西游+龙江非遗探险”的核心主题进行创作；作品需生动演绎黑龙江省的非物质文化遗产。 3.艺术风格：作品应风格鲜明、形象生动有趣，符合少年儿童审美偏好。 4.应用导向：设计具备实用性及延展性，也可直接应用于产品包装、T 恤印花、文创衍生品等商业场景。 5.作品形式：创作插画或漫画作品；也可设计一个完整的非遗故事。	黑龙江省同源文化发展有限公司	周烨	15046079132
26	平房区（哈经开区）立体纪念徽章摆件设计	产品设计类	为深入挖掘平房区（哈经开区）历史文化积淀、传承城市文脉并提升区域形象，公司精心开发了以区内特色地标为主题的系列文创摆件。摆件包含侵华日军七三一部队罪证陈列馆、哈尔滨冰雪文化博物馆、平房冰球、平房直升机、哈尔滨啤酒、九三豆油、裕昌食品等代表性元素。这些文创作品不仅是精美的桌面陈设，更是承载区域历史记忆、产业特色与文化魅力的生动载体，成为传递城市精神的文化名片。	黑龙江高新媒体文化产业发展有限公司	王春雪	15663683970
27	东北神兽毛绒公仔设计	产品设计类	以东北神兽——民间传说中傻狍子、毛驴子、熊瞎子等为原型，结合东方美学中的“福禄文化”与北方民间祈福传统，打造兼具憨萌气质与祥瑞寓意的文化治愈系玩偶。同时兼顾“Z 时代”的审美与社交需求。	哈尔滨孢子匠文化发展有限责任公司	王逢运	18618211221

28	哈尔滨城市文化潮玩积木设计	产品设计类	产品牌名为“东北宇宙”潮玩积木，设计内容类似于开发乐高积木的产品设计稿，设计者需提供设计开发技术稿件，同时要求在东北的少数民族服饰、民居文化、哈尔滨市保护建筑文化、闯关东文化的基础上，巧妙融合年轻人的喜好和现代潮流元素，创造属于哈尔滨市的冰城潮玩积木。 针对麦秆工艺品，结合地域特色、建筑与人文景观的设计，可明确以下具体要求，确保作品兼具文化深度与工艺可行性： 1.地域符号的精准提取，符号转化需适配麦秆材质特性，不强行复刻，注重“神似”； 2.工艺与形态的适配性，合理运用麦秆工艺技法，形态尺寸需兼顾实用性与观赏性； 3.人文叙事的完整性，确保作品能唤起当地居民的情感认同，同时让外来观者快速理解背后的文化内涵； 4.创新性与辨识度，在传统工艺基础上融入现代审美，避免过度复古导致的陈旧感，让作品适配当代家居或文创场景。 让麦秆工艺品既扎根地域文化，又实现工艺、美学与实用性的平衡，成为地域文化传播的鲜活载体。	黑龙江省花篆物创文化传媒有限责任公司	于佳男	13100801098
29	黑龙江省地域特色建筑人文景观麦秆剪贴工艺礼品、文创产品设计	产品设计类	公司简介：黑龙江省红晔服装有限责任公司 2006 年成立，注册资金 5000 万元，是集生产、科研于一体的经济实体，为专业性现代化公司，专业设计、生产服装及服饰、窗帘、高铁椅套、沙发套、床上用品、列车卧具等。 设计要求：要求选取龙江少数民族文化特色，如鄂伦春族、赫哲族、满族、锡伯族、达斡尔族等，结合民族特色服饰或文化元素，设计印花图案，用于面料织造及印染。	哈尔滨市工艺美术学院有限责任公司	栾英伟	13796000583
30	龙江特色少数民族面料印花及版型设计	产品设计类	公司简介：黑龙江省红晔服装有限责任公司 2006 年成立，注册资金 5000 万元，是集生产、科研于一体的经济实体，为专业性现代化公司，专业设计、生产服装及服饰、窗帘、高铁椅套、沙发套、床上用品、列车卧具等。 设计要求：要求选取龙江少数民族文化特色，如鄂伦春族、赫哲族、满族、锡伯族、达斡尔族等，结合民族特色服饰或文化元素，设计印花图案，用于面料织造及印染。	黑龙江省红晔服装有限责任公司	赵京京	13836016450
31	设计文化海报、字体、平面广告、包装、插画、插图、漫画等	平面设计类	1.溯源“巴彥苏苏”的历史文明。 2.寒地黑土、绿色有机、非转基因。 3.突出地理标志产品“巴彥玉米”，历史与时代相结合，粗粮更时尚，畅享健康新主食。	哈尔滨市巴彦县嘉润农业开发有限公司	范德军	15645055085

32	《尔滨肆不相-雪骆驼》哈尔滨 IP 形象文创毛绒玩偶设计	产品设计类	主题定位：本次选题以《尔滨肆不相-雪骆驼》哈尔滨 IP 形象文创毛绒玩偶为核心，深度挖掘黑龙江地区民族文化内涵。在鄂伦春族传说中，驼鹿玩偶“白那查·驮驮”象征守护与指引；鄂温克族将驼鹿视为山神“白那查”的坐骑，代表神圣与智慧；达斡尔族称驼鹿为“犴达罕”，尊其为森林守护神。这些民俗故事是人与自然和谐共生、民族智慧的体现，需在设计中充分融入。 创作方向：将上述民族文化元素与现代设计理念结合，探索毛绒玩偶、雕塑工艺品、特色包装及数字文创等多元载体，打造兼具哈尔滨地域特色与市场价值的优秀作品。 核心形象：“尔滨肆不相”是源于冰雪之都哈尔滨的独特城市文化 IP，其核心形象“雪骆驼”由哈尔滨师范大学美术学院雕塑专业教师指导学生研发，设计需围绕该核心形象展开，确保 IP 辨识度与文化一致性。 文化融合：设计灵感需取自黑龙江地区的驼鹿、驯鹿、麋鹿、狍子等本土动物，并融合哈尔滨铁路文化元素，以此展现东北独特的地域气质与人文底蕴。	黑龙江天冰文化传播有限公司	刘芮麟	13244569531
33	鱼皮工艺品设计	产品设计类	主题定位：围绕“祥云护佑”“渔猎丰收”的祈愿为主题，以赫哲族鱼皮技艺和传统绒花技艺为主，结合赫哲族吉祥纹样，以胸针的工艺形式为载体，传递“鱼皮部落”文化，让使用者触碰全球唯一完整传承鱼皮技艺的民族——赫哲族，其鱼皮文化已延续千年，成为北纬 45 度渔猎文明的独特印记。胸针既保留了传统非遗技艺的精髓，又体现了现代时尚感。 色彩风格：采用黑、灰、蓝等自然色调与云纹、浪花纹等图案，既呼应三江自然景观，又可将技艺融入文旅体验。 设计元素：外包装应用桦树皮元素，体现渔猎文化和环保诉求。产品本身采用云纹、浪花纹结合鱼皮纹路，胸花部分可采用具有传统吉祥寓意的形状的花瓣重叠（丁香、白玉兰、梅花等），针体本身以铜丝作为主要材料，可以融入赫哲族的民俗元素。 制作工艺：胸针制作过程中，严格遵循“鱼皮”和“绒花”非遗技艺的制作流程	哈尔滨慧高广告有限公司	李淼	13945181520

34	「尔滨红包·好运十二生肖」剪纸文创手伴设计	产品设计类	和标准，将鱼皮材料与绒花材料融合。花蕊部分可以结合骨瓷、珍珠、螺钿、青金石等元素，通过巧妙搭配和精细制作，展现出独特的艺术魅力和文化内涵。绒花技艺与鱼皮技艺二者历史都跨越千年，工艺繁复精妙，文化内蕴深厚，在当代通过工艺与设计结合创新重焕生机。让这两门“指尖上的荣华”，以传统为根、创新为翼，飞向更广阔的文化天地。			
			主题定位：围绕“好运十二生肖”核心主题，深度融合哈尔滨地域文化与当代美学，完成「尔滨红包·好运十二生肖」剪纸文创手伴方案设计。 图案元素： 1. 尔滨红包：造型采用冰花镂空窗棂样式，融入中央大街地标剪影；红包表面需呈现剪纸工艺的索菲亚教堂葱头式楼顶、冰雪大世界经典冰雕造型；采用三维结构，展开后需呈现立体“哈尔滨天际线”；红包内层暗藏可撕式“幸运签”，可包含俄文（如“С Новым годом!”）与中文祝福语内容。 2. 十二生肖剪纸：生肖兽首需佩戴东北虎头帽，身披雪花鳞甲（例如“雪龙马”“冰晶虎”等具象化设计），脚穿靰鞡鞋；需实现生肖场景化表达，如卯兔坐雪橇（呼应哈尔滨冰雪节）、牛马立于松花江大桥桥头（马年特别款）。材质工艺：材质选用多层染色卡纸，通过激光雕刻工艺成型，局部采用烫金工艺模拟冰晶反光效果。剪纸技法需融合冰雕镂空语言，实现 0.5mm 细线雕刻，打破传统剪纸视觉局限，增强作品精致度与独特性。 文化融合：需融入黑龙江本土文化元素，包括鄂伦春族鹿角纹（用于生肖底座装饰边框）、老道外巴洛克建筑元素、传统镂空窗格纹样（用于生肖背景）。色彩采用高饱和和红蓝撞色，可应用于生肖服饰等关键视觉部位，强化东北地域的鲜活气质。 产品特色： 1. 城市记忆符号化：让生肖动物与哈尔滨地标绑定，例如“牛马”踏中央大街方石路、“酉鸡”立于防洪纪念塔，强化城市辨识度； 2. 异域风情本土化：以俄文祝福签搭配中文篆刻印章，凸显哈尔滨“中西交融”	黑龙江海山经纬文化传播有限公司	刘钻	13936311121

35	“黑土铸勤魂，冰洁润廉心”包装设计及文创设计	平面设计类	的城市特色。 场景定位： 1.旅游伴手礼：设计为生肖盲盒套装，单只生肖独立包装，集齐 12 款可拼合成松花江全景图案。 2.新年仪式载体：红包内置“冰雪心愿卡”，支持悬挂于圣诞树或春节窗棂，兼容双节文化场景。 设计需突出“带得走的哈尔滨”这一核心目标，让作品成为承载城市文化的可传播载体。 主题定位：以“勤廉龙江”为主题，将“勤廉”精神与黑龙江的文化资源、自然资源、城市形象等视觉元素深度绑定，以艺术化的地域元素诠释抽象的精神内涵，实现精神价值与地域特色的双向赋能。通过具有辨识度的海报、插画、字体、漫画、文创产品包装等设计，达到精神传播落地、地域价值升华、社会氛围营造的“龙江形象”专属的视觉记忆点。 图案元素： 1.文化资源：需通过红色文化、工业文化、民俗文化、非遗、传统工艺美术等载体、表现“勤廉”的质朴； 2.自然资源：黑龙江省自然资源丰富，包括土地资源、矿产资源、非金属资源、森林资源、湿地与水资源、生物资源（1.动物资源：有东北虎、东北豹、黑熊、梅花鹿、丹顶鹤、东方白鹳等；2.植物资源：优质林木、人参、刺五加、平贝母、山野菜、山野果等）；土地资源（“中国粮仓”的黑土区、草原、沼泽、滩涂等）、矿产资源（煤炭、石油、天然气及页岩气；黄金、铁、铜、铅锌等）；非金属矿产（石墨、硅线石、大理石）等黑龙江省的自然资源；冰雪资源（亚布力滑雪场、雪乡、北极村）等。 3.城市形象：通过哈尔滨的“魅力冰城”、“世界音乐之城”、“万国建筑博物馆”、“冰城夏都”以及阿城的金上京等，以及中央大街、中华巴洛克、太阳岛风景区、东北虎林园、哈尔滨冰雪大世界、伏尔加庄园、哈尔滨极地公园、金河	哈尔滨大道至美广告有限公司	温丽华	13704501616
----	------------------------	-------	--	---------------	-----	-------------

		湾湿地公园、侵华日军第七三一部队遗址、群力音乐公园等；齐齐哈尔的“天然牧场”、“烤肉之都”、扎龙自然保护区等；牡丹江的“美丽雪城”、雪乡、镜泊湖、吊水楼瀑布、火山口森林等自然景观，以及渤海国遗址等人文景观等；佳木斯的“华夏东极”、三江平原、赫哲族风情等；大庆的“石油之城”、湿地、“百湖之城”等；伊春的“祖国林都”、“红松故乡”等；七台河的多位冬奥会和世界冠军；黑河的“大豆产业之都”，口岸城市的俄罗斯异域风情，“一带一路”重要节点城市，五大连池风景区等。 表现形式： 1.海报：主色可为黑土褐（#5D4037）、冰雪白（#F5F5F5）、浅冰蓝（#B3E5FC），抗联红（#C62828）点缀（占比≤10%）；单张聚焦1个主题场景（如“工业勤廉”、“自然勤廉”），标题“勤廉龙江”占比≥15%，分横竖版适配政务大厅、机场、火车站等公交站台等场景。 2.插画：需采用细腻笔触还原地域细节，隐性融入“勤廉”细节；规划3-5组系列插画，覆盖“文化+自然+城市”维度，适配画册、新媒体。 3.字体：标题“勤廉龙江”需刚劲厚重，笔画可以融入地域元素，确保易读性。 4.文创产品包装：需以“勤廉龙江”专属标识为核心，搭配简化的黑龙江省的地域符号，色彩贴合主色体系，包装体现结构和材质以及品牌信息和产品信息等，适合伴手礼使用。 5.漫画：需以短篇故事呈现“勤廉”场景，情节贴近龙江生活；线条简洁，色彩沿用主色，单幅文字≤20字，适配政务新媒体传播。			
36	醉美富裕包装产品包装设计	平面设计类	黑龙江省富裕老窖业有限公司	杨朝晖	15845788599

37	羽绒服饰设计	产品设计类	羽绒服饰，要求国风中式风格，结合东方美学与现代设计。足够多地展现文化自信。从使用上兼顾从日常通勤到节日聚会的使用，让其在脱颖而出的同时，更能兼顾生活中的使用。	齐齐哈尔鹤羽齐服装科技有限公司	吴佳琦	15645282365
38	文化海报（明信片）设计	平面设计类	二道河子镇深耕农文旅融合，依托本地山水人文，以“早安二道”为主题，要精心打造系列公益明信片：需精选镇域四季风光作底图，巧妙融入正能量金句与精神文明建设标语，画面清新雅致，文字温暖有力，让每一张卡片都成为传递文明、邀约远方的靓丽名片。	牡丹江市海林市二道河子镇	郭喜伟	18345967640
39	旅游纪念币设计	产品设计类	旅游纪念币设计要深度融合佳木斯城市魅力、文化精髓、自然风光与民俗风情，借助创新设计与精湛工艺，使纪念币成为传播佳木斯旅游文化的有效载体，提升城市知名度与旅游吸引力，推动文旅深度融合，塑造佳木斯独特的旅游文化形象。	佳木斯市文化旅游投资集团	陈枫	13206693215
40	抚远市非遗LOGO设计	平面设计类	体现抚远赫哲族文化、非遗保护传承与地域特色（如东方、江河、鱼等），设计简洁醒目，适合多场景应用。设计作品将用于非遗宣传推广。	佳木斯市抚远市非物质文化遗产保护中心	赵勇涵	18945871101
41	星火稻乡旅游景区文创产品	产品设计类	围绕景区IP形象（星火宝宝），融合朝鲜族民俗文化与稻乡文化，设计一系列文创产品。	佳木斯市桦川县美桦文化旅游投资有限责任公司	王连竞	15512958016
42	鱼皮研学材料包设计	平面设计类	符合赫哲族鱼皮技艺制作的元素，加入赫哲族传统花纹纹样，设计操作流程及效果图，设计制作视频。并根据中华传统元素，设计十二生肖形象，用于研学材料包的图案制作，要求可操作性强，图案美观。	佳木斯马华赫哲鱼皮文化有限公司	马华	13704545477
43	红宝石雪糕	产品设计类	公司拟推出大兴安岭野生蓝莓风味雪糕，需要设计产品外观，要求突出风味特色，有效辨识度高，体现非遗元素。	大庆市红宝石冰淇淋有限公司	赵国东	13945951238
44	美食乐通用黑卡	平面设计类	体现非遗元素，设计简单，时尚简约，卡面logo需要在原有美食乐logo基础上进行升级。	大庆市美食乐食品有限责任公司	王美玲	13836808437

45	酸奶产品包装	平面设计类	产品信息：345克杯装酸奶。 设计尺寸：约 12×30 厘米（产品为杯状，高 12 厘米，上粗下细，杯口直径 10 厘米，杯底直径 7.5 厘米）。 设计需求：本产品名称为“草原酸奶”，设计需含有蒙古族特色元素，比如：图腾、简笔画、突出草原酸奶新鲜无添加、新鲜、原味等优势。	大庆市杜尔伯特蒙古族自治县东润乳业有限公司	王宇	13946928688
46	滴道城市 IP 形象打造	产品设计类	设计 3-4 个核心卡通人物形象作为滴道区的形象大使。其角色定位可参考滴道区的历史文化、产业特色与地域风情，明确卡通人物的年龄、性格、性别等特征，使其具有鲜明个性，容易被大众记住。整体风格需色彩鲜明、线条简洁流畅，富有亲和力与时代感，符合大众审美，尤其能吸引青少年与年轻游客群体。在细节处理上，融入滴道区的标志性元素。开发丰富的表情库，包含喜怒哀乐、惊讶、好奇等常见表情，以及体现滴道区特色活动（如矿区开采作业模拟动作、朝鲜族舞蹈动作）的系列动作设计，以便在不同宣传场景与文创产品中灵活运用，增强卡通人物的生动性与故事性。适用于开发伴手礼玩偶等文创产品。	鸡西市滴道区委宣传部	徐尧	18604678600
47	宝清县金兴源农产品包装设计	平面设计类	宝清县金兴源农产品有限公司始建于 2010 年，中国黑龙江省宝清县是南瓜籽主要产区，工厂位于生态环境优良的三江平原腹地，辐射区域广、货源条件充足、交通便利。公司是以采购、加工、销售于一体的基地型生产出口企业，经营光板南瓜子（籽仁、无壳南瓜子仁、雪白南瓜子、葵花籽仁）为主，年加工 8000 吨以上。 设计要求：1. 产品包装设计要能够体现宝清白瓜子在全国的重要地位，展现宝清作为白瓜子主要产区，环节优质、货源富足、品种优异、土壤优良、交通便捷；能够生动地展现宝清作为白瓜子基地的发展历史，具有辨识度和代表性。2. 商标进行升级，在原商标的基础上体现宝清的发展进程和开放性，让原本的商标图形更充分地体现宝清白瓜子的发展内涵。	双鸭山宝清县金兴源农产品有限公司	李想	15146969737

48	嘉荫旅游特色文创产品、宣传品设计	产品设计类	以嘉荫文化旅游为创意支点，设计独具嘉荫旅游特色的文创产品和宣传品。本次产品将融入 AIGC 数字内容进行创作设计，旨在将文创产品从单一的产品属性，升级至融合区块链技术与数字文创的新高度。	伊春嘉荫县文体广电和旅游局	陈秋禹	13154581882
49	伊春白桦树汁区域品牌设计与应用	平面设计类	品牌设计、包装应用、宣传应用、区域品牌的应用与营销推广	伊春市工信局	李铁彬 周洪涛	18621266576 15245889234
50	釉色龙江，匠心珐琅设计	产品设计类	核心理念：以黑龙江（龙江）地域文化为魂，通过尾矿砂与掐丝珐琅的跨界融合，诠释自然生态与工匠精神的对话。 创新点：跨界融合、创意创新，尾矿砂与珐琅釉料分层结合——底层为砂粒堆叠肌理，表层覆盖透明珐琅釉，强化立体感与光影层次。将工业硬度转化为艺术语言，通过尾矿砂的“废料基因”与掐丝珐琅的“宫廷血统”碰撞，实现大国重器的文化。	伊春鹿鸣矿业 有限公司	彭丽军	15245017883
51	城市文化打卡“印章”设计	产品设计类	1.以七台河冰雪文化为主题，展示“冬奥冠军之城”的城市名片。 2.结合新华书店的企业品牌、新华书店的文化属性、建店历史等主题内容。 3.印章设计元素尽可能包含：地标性建筑冠军楼、冠军奖杯、市民文化中心、新华书店等；地方元素：倭肯河、短道速滑、市花等。 4.此外，印章设计可以是单独打卡印章，也可以是以不同颜色和形状按顺序盖章的多枚套印。	七台河市新华书店有限公司	张君	13504889700
52	汉剑鞘髹漆设计方案设计	产品设计类	七台河市英雄工艺刀剑锻造有限公司是一家省级重点文化企业，主营产品“辽金文化刀剑”同时是省级非遗项目，公司为提升产品文化内涵，拓展产品的多元化，特拟此题。要求：本题要求提供一组（3-5 个样式）整套的汉代风格的剑鞘髹漆方案，制作工艺为中国传统髹漆技艺，其中包括但不限于：设计纹饰（肌理）效果图、线稿矢量图（获 CAD 等施工图）、制作工艺说明（完整的制作流程），方案有落地性。	七台河市英雄工艺刀剑锻造有限公司	王冲	15004608203

53	“千鹤岛致东方白鹤一封情书”文创产品设计	产品设计类	主题文创产品：《鹤笺·千鹤岛情书》立体信笺套装 1.主题立意：以“千鹤岛致东方白鹤一封情书”为核心，将湿地与候鸟的共生之美转化为可触摸的情感载体，既是游客传递心意的信笺，也是生态故事的微型画册，让带走它的人成为自然之美的“信使”。 2.色彩风格：采用晨雾白（白鹤羽毛）、芦苇金、湖水蓝、湿地绿为主色调，夕阳橙点缀，整体清新温润，贴合“情书”的细腻感，避免高饱和色。 3.图案元素：核心为东方白鹤动态剪影（相遇、迁徙、守护、共生四组场景），搭配手写体诗句、芦苇边框、水波纹暗纹及烫银羽毛，融合文字与自然符号。 4.设计理念：三折页+立体机关设计：封面翻开后弹出可晃动的白鹤纸雕，内页含可书写信笺区与湿地科普小贴士，预留游客留言区，可邮寄或收藏，实现“带走故事，留下心意”的互动。 5.制作工艺：选用环保艺术纸与书写纸，封面采用丝网渐变印刷+烫银浮雕，立体纸雕用硫酸纸制作，配棉麻收纳袋与芦苇绳，轻便易携（重量<50g），四季适宜。	绍兴市千鹤岛 旅游风景区	许国庆	17884099177
54	民间手工艺产品设计	产品设计类	绍兴市青冈县“龙妮”民间手工艺品创意设计项目。绥化学院资产经营有限责任公司，组织专业师生成立项目团队，接受黑龙江龙妮手工编织农民专业合作社的委托，设计以简单、搞怪、欧美风为主基调的手工编织工艺品，版权归黑龙江龙妮手工编织农民专业合作社所有。黑龙江省龙妮手工编织农民专业合作社，位于绥化市青冈县，组织下岗待岗职工、农闲妇女、残疾人钩织毛线玩偶、创意蔬菜等手工艺品，培育钩织技师 530 多人，在全省拓展分厂 38 家，助力妇女就业 3000 余名，产品通过 35 家出口企业畅销全球。	绥化学院产业 化服务中心 绥化学院资产 经营有限责任 公司	韩志锋	18604557822

55	文创产品设计	产品设计类	绥化市北林区“黑龙江铸成手囍”文创产品创意设计项目。绥化学院资产经营有限责任公司，组织专业师生成立项目团队，接受黑龙江铸成手工编织有限公司的委托，设计“手囍”品牌具有实用性、多样性、热度性的系列文创产品，版权归黑龙江铸成手工编织有限公司所有。黑龙江铸成手工编织有限公司，位于绥化市北林区，组织下岗职工、城乡妇女、残疾人钩织毛线手工艺品，在省内外拓展分厂 11 家，助力妇女就业上千人，先后获得“北林区妇女微家”“北林区妇女就业基地”“手工编织就业基地”“诚信企业单位”等荣誉。	绥化学院产业 化服务中心 绥化学院资产 经营有限责任 公司	韩志锋 18604557822
56	黑河市农产品 区域公用品牌 “极境寒养”文 创产品设计	产品设计类	“极境寒养”品牌名称蕴含了黑河市独特的地理环境和农产品品质。其中，“极境”代表黑河市作为“最北地级市”的极致特点，而“寒养”则体现了黑河市农产品在寒冷环境中孕育出的高品质和绿色生态特性。深入挖掘黑河市的历史文化、民族文化、生态文化等多元文化资源，将其融入文创产品的设计中，展现黑河市独特的文化魅力。强调“寒养”理念中的绿色、生态、健康元素，以及黑河市作为中俄边境城市的独特地理位置和文化交流背景进行创意设计，让广大游客及市民深切感受到黑河的独特魅力。	黑河全域绿色 农业发展集团 有限公司	刘婷 13329360801
57	五大连池火山 神泉啤酒包 装设计	平面设计类	以火山喷发的动态美和火山冷泉的清澈为设计灵感，让啤酒瓶不仅是盛装啤酒的容器，更是青春个性与地域特色的载体，在看到啤酒瓶时，就能联想到五大连池的独特魅力和青春的专属感。	黑河五大连池 火山神泉精酿 啤酒饮品有限 责任公司	张钊 13100949666

58	“来自大森林的芬芳”香薰设计	产品设计类	主题：围绕“来自大森林的芬芳”，深度关联鄂伦春族与大兴安岭森林的依存关系，以香薰为载体，传递鄂伦春族对森林自然的感知与文化，让使用者感受森林气息的同时，触碰民族文化脉络。 色彩风格：选用代表森林的绿色为主色调，呼应“大森林”主题，契合鄂伦春族生活环境色彩印象，营造自然、清新视觉氛围。 图案元素：包装印刷鄂伦春族聚居地大兴安岭森林景观（如河流穿梭、林海莽莽画面），体现民族生活生态；香薰器具（如陶瓷部件）可融入鄂伦春族传统图腾、纹饰（如鹿纹，因鹿在民族文化中意义特殊），强化民族符号识别。 香薰器具：打造具备民族文化符号的香薰炉等器具，造型或装饰参考鄂伦春族传统器物（如桦树皮器皿简约实用风格），雕刻或绘制民族特色图案（如森林、驯鹿、狩猎场景等），让器具成为文化载体。 香薰原料与香调：香调选取能模拟大兴安岭森林气息（如松木、桦树、苔藓混合的自然木质香），呼应鄂伦春族生活的森林环境。	大兴安岭地委 宣传部	朱立	18814577042
----	----------------	-------	---	---------------	----	-------------

附件 2

参赛报名表

单位：（签章）

联系人：

联系电话：

序号	所在学校 或单位	作者姓名	作品名称	作品类型	参赛选题	指导老师	作者联系方式

备注：如高校学生参赛，请所在高校汇总后统一报送。