

附件 2:

2022 年四川省大学生农业创意设计大赛

策 略 单

一、命题策略单

【01】德昌香米策略单

产品类别	粮油
品牌名称	德昌香米
产品简介	<p>德昌县位于四川省西南部凉山彝族自治州内，地处四川第二大平原安宁河谷腹地，古称“香城”“凤凰城”和“燕子城”，总面积2284平方千米。气候温和，物产丰富，西临雅砻江、东连螺髻山，属亚热带高原季风气候，年均日照总时数2356小时，年均气温17.7摄氏度，年均相对湿度64.7%，年均PM2.5指数25，负氧离子含量平均12000个/平方厘米，年均降水1074.4毫米，无霜期300天以上，优质天气330天以上，夏无酷暑、冬无严寒，极适宜多种经济作物生长，是发展优质、高产、高效、生态农业的理想之地。</p> <p>由于德昌立体气候特征明显，昼夜温差大，所产水稻，米质优良，营养物质积累多，且单产高。得益于“安宁河水自流灌溉，低纬度、高海拔”的适宜种植条件，2018年，杂交稻百亩片超高产栽培项目落地德昌。目前，德昌县为贯彻国家“藏粮于地、藏粮于技”的战略部署，凭借螺髻山、安宁河的IP影响力和“德昌香米”千年稻作文化，在麻栗镇打造集品质水稻种植、生态水产品养殖、农业科技创新、休闲观光旅游于一体的万亩田园综合体建设项目。稻田分布于安宁河两岸的坡积、冲积台地上。土壤为砂壤，通透性好，灌溉水为山溪、泉水，排灌方便。水源、空气无生活、工业污染。肥料以农家肥、厩肥为主，是绿色食品、无污染无公害食品的最佳生产基地，也是全省优质稻米、特种稻米最佳生产基地。</p> <p>德昌县有着千年的“德昌香米”稻作文化历史。德昌香米，历史上为贡品，又名“德昌贡米”，是我国六大香米之一，有米中“味精”之称。其米粒中长，半透明，整粒米率高，各项指标超过四家一级米标准。其米蒸煮粥、饭，松稠较软，色香味俱佳。用10—20%的香米</p>

佐以其它稻米煮饭，食之也香。

德昌县光热资源丰富，昼夜温差大，水稻同一品种较成都平原生育期长 10-15 天，有利于营养积累，产量高、品质好，香味浓郁，口感柔和。



目标市场

线下：主要集中在四川范围内，成都及周边地区。
线上：无限制。

命题类别

■ 品牌形象设计 ■ 包装设计 ■ 平面广告 ■ 营销策划方案

<p style="text-align: center;">命题要求</p>	<p>【品牌形象设计】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 针对目标受众，结合产品特色，进行品牌定位及品牌形象设计。 2. 品牌形象设计需要提出独特的品牌理念、品牌口号，并有相关阐述。 3. 塑造独特、统一、完整的品牌视觉形象，基础系统包括标志、标准字、标准色、辅助色、辅助图形等；延展应用部分根据品牌实际情况做有针对性的设计；除常规应用系统外，亦可考虑 IP 形象设计。 <p>【包装设计】</p> <p>类别： 普通包装、礼盒包装、节庆包装、电商包装等。</p> <p>要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 将品牌形象、当地文化等与产品进行结合，凸显产品特色。 2. 针对商超、电商客户设计零售包装，包装材质、外观、造型符合产品定位和相应法规要求，满足产品物流运输安全需求。 3. 包装设计鼓励创新，兼具美感，信息传递准确，具备吸引力。 4. 包装净含量参考目前市场上常规标准，如 2.5kg、5kg、10kg 等，亦可根据礼盒及特殊需求自行把控，控制在 10kg 以下。 <p>【平面广告】</p> <p>类别：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 主题广告 <p>围绕“德昌香米”品牌调性与广告目的进行平面广告设计，重点突出广告主题、品牌理念或产品功能、特点，内容吸引消费者。</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 节日/节气广告 <p>围绕全年各个节日、节气，创作“德昌香米”热点节日/节气平面广告，视觉冲击力强、话题性高、品牌关联度高；同时强化“德昌香米”品牌形象，让品牌绽放青春活力，让目标消费人群喜爱该品牌。</p> <p>要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 类型不限，海报招贴、高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广
--	--

告、高立柱广告均可，单幅或系列作品均可。

2. 海报招贴要适用于户外传统媒介张贴以及微博、微信、互联网等新媒体传播，只需提交平面设计稿；高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告等除提交平面设计稿以外，还应包含作品实际投放环境效果图。

【营销策划方案】

目标：通过对“德昌香米”品牌的营销推广方案策划，促进德昌香米产品销售及市场推广，实现德昌香米品牌市场知名度、影响力的扩大。

1. 确立品牌定位，提出品牌理念，进行渠道推广和媒介宣传内容策划，包含线上线下营销推广方案。策划内容须能展现产品特色、种植工艺特色、当地农耕文化、生态环境、地方风貌等，突出德昌香米产品定位与品牌形象，体现品牌情怀或品牌个性。宣传语生动，富有吸引力。

2. 可以单独策划农产品博览会活动方案、电商促销活动方案、事件营销方案等。希望能充分利用新型传播工具，包含但不限于线上传播、线下活动、跨界营销、联动营销等。

3. 策划方案应包含完整执行策略与经费预算。

【02】德昌花椒策略单

产品类别	果蔬
品牌名称	德昌花椒
产品简介	<p>花椒一名，最早有文字记载是在《诗经》里。《诗经》是收载西周时期的民间诗歌，说明中国人民于二千多至三千年前已经利用花椒了。古人认为花椒的香气可辟邪，有些朝代的宫廷，用花椒渗入涂料以糊墙壁，这种房子称为“椒房”，是给宫女住的。后来就以椒房比喻宫女后妃，《曹操文集》“假为献策收伏后”篇及《红楼梦》第十六回中有“每月逢二、六日期，准椒房眷层入宫请候”之句足以佐证。</p> <p>花椒树结实累累，是子孙繁衍的象征，故《诗经·唐风》称：“椒聊之实，藩衍盈升”。又班固《西都赋》载“后宫则有掖庭椒房，后妃之室”，意思是皇帝的妻妾用花椒泥涂墙壁，谓之椒房，希望皇子们能像花椒树一样旺盛。</p> <p>花椒是一种重要的食品调味原料，也是油料树种。具有增加食欲、降血压、驱虫等特效。果皮含有芳香，提取精制造处理后，可作熏衣草型香精的原料，花椒含油量 20%-25%。</p> <p>花椒是德昌县少数民族地方主要的经济树种之一，在农民收入中占据一定比例，主要分布在海拔 1800-2500 米的区域，农民房前屋后也零星分布。花椒具有生长快、结果早、收益大、用途广、栽培管理简便、适应性强、根系发达、能保持水土等特点。</p> <p>德昌县发展的花椒品种主要是大红袍、小红袍、青椒、大花椒等。花椒平均每株产量可达 5-10 公斤，鲜花椒每公斤价格 6-8 元，每 3-4 公斤鲜椒可收干皮 1 公斤。德昌县花椒有 250 万株左右，其中 100 万已投产见效。</p>



<p>目标市场</p>	<p>线下：主要集中在四川范围内，成都及周边地区。 线上：无限制。</p>
<p>命题类别</p>	<p>■品牌形象设计 ■包装设计 ■平面广告 ■营销策划方案</p>

<p style="text-align: center;">命题要求</p>	<p>【品牌形象设计】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 针对目标受众，结合产品特色，进行品牌定位及品牌形象设计。 2. 品牌形象设计需要提出独特的品牌理念、品牌口号，并有相关阐述。 3. 塑造独特、统一、完整的品牌视觉形象，基础系统包括标志、标准字、标准色、辅助色、辅助图形等；延展应用部分根据品牌实际情况做有针对性的设计；除常规应用系统外，亦可考虑 IP 形象设计。 <p>【包装设计】</p> <p>类别： 普通包装、礼盒包装、节庆包装、电商包装等。</p> <p>要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 将品牌形象、当地文化等与产品进行结合，凸显产品特色。 2. 针对商超、电商客户设计零售包装，包装材质、外观、造型符合产品定位和相应法规要求，满足产品物流运输安全需求。 3. 包装设计鼓励创新，兼具美感，信息传递准确，具备吸引力。 4. 包装净含量参考目前市场上常规标准，如 50g、80g、100g、200g、500g、1kg、2kg、2.5kg 等，亦可根据礼盒及特殊需求自行把控，控制在 2.5kg 以下。 <p>【平面广告】</p> <p>类别：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 主题广告 <p>围绕“德昌花椒”品牌调性与广告目的进行平面广告设计，重点突出广告主题、品牌理念或产品功能、特点，内容吸引消费者。</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 节日/节气广告 <p>围绕全年各个节日、节气，创作“德昌花椒”热点节日/节气平面广告，视觉冲击力强、话题性高、品牌关联度高；同时强化“德昌花椒”品牌形象，让品牌绽放青春活力，让目标消费人群喜爱该品牌。</p> <p>要求：</p>
--	--

1. 类型不限，海报招贴、高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告均可，单幅或系列作品均可。

2. 海报招贴要适用于户外传统媒介张贴以及微博、微信、互联网等新媒体传播，只需提交平面设计稿；高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告等除提交平面设计稿以外，还应包含作品实际投放环境效果图。

【营销策划方案】

目标：通过对“德昌花椒”品牌的营销推广方案策划，促进德昌花椒产品销售及市场推广，实现德昌花椒品牌市场知名度、影响力的扩大。

1. 确立品牌定位，提出品牌理念，进行渠道推广和媒介宣传内容策划，包含线上线下营销推广方案。策划内容须能展现产品特点、种植工艺特色、当地农耕文化、生态环境、地方风貌等，突出德昌花椒产品定位与品牌形象，体现品牌情怀或品牌个性。宣传语生动，富有吸引力。

2. 可以单独策划农产品博览会活动方案、电商促销活动方案、事件营销方案等。希望能充分利用新型传播工具，包含但不限于线上传播、线下活动、跨界营销、联动营销等。

3. 策划方案应包含完整执行策略与经费预算。

【03】德昌板鸭策略单

产品类别	其他农副产品
品牌名称	建昌板鸭
产品简介	<p>建昌板鸭，四川省凉山彝族自治州德昌县特产，中国国家地理标志产品，州级非物质文化遗产保护项目，拥有几百年的加工历史。</p> <p>建昌板鸭是用全国知名的生态放养填肥后的建昌鸭为原料，经传统工艺腌制风干而成，是居家、旅行、馈赠的传统风味食品。其外形饱满，体干皮亮，肉质细嫩紧密，香味浓郁，丰厚、紧密，切开呈玫瑰红色、肥而不腻、香鲜味美，具有香、酥、嫩的特点，肉中的脂肪酸熔点低，易于消化，所含B族维生素和维生素E较其他肉类多。相对其它产地的板鸭，建昌板鸭具有高蛋白、低脂肪、低胆固醇等特点，十分符合现代人的健康观念。建昌板鸭肉中含有较为丰富的烟酸，它是构成人体内两种重要辅酶的成分之一，对心肌梗塞等心脏疾病患者有保护作用。建昌板鸭具有体大、膘肥、油多、肉嫩、气香、味美等特点，肥而不腻。建昌鸭肝一副即可达400克以上，向有“一宝蒸肝九室香”之说，故又有“大肝鸭”之美名。</p> <p>1997年2月19日，国家工商局批准“建昌板鸭”商标属德昌县建昌食品有限责任公司所有。德昌县建昌食品有限责任公司早在2008年就被评为凉山州龙头企业。2004、2005年，建昌板鸭连续两次荣获中国西部农业博览会银奖；2006年12月，建昌板鸭获“四川省第二届冬季旅游发展大会凉山绿色农产品展‘特色奖’”；2009年，建昌板鸭获中国西部国际农产品交易会“最畅销产品奖”；2009年，建昌板鸭制作技艺成功申报为国家“非物质文化遗产”；2015年06月19日，原国家质检总局批准对“建昌板鸭”实施地理标志产品保护。</p> <p>近年来，德昌县把建昌板鸭作为商品鸭来发展，每年养鸭达百万只，由建昌食品有限责任公司生产加工而成的“建昌板鸭”就达上万只，市场仍供不应求。</p>

	
<p>目标市场</p>	<p>线下：主要集中在四川范围内，成都及周边地区。 线上：无限制。</p>
<p>命题类别</p>	<p>■ 品牌形象设计 ■ 包装设计 ■ 平面广告 ■ 营销策划方案</p>

<p style="text-align: center;">命题要求</p>	<p>【品牌形象设计】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 针对目标受众，结合产品特色，进行品牌定位及品牌形象设计。 2. 品牌形象设计需要提出独特的品牌理念、品牌口号，并有相关阐述。 3. 塑造独特、统一、完整的品牌视觉形象，基础系统包括标志、标准字、标准色、辅助色、辅助图形等；延展应用部分根据品牌实际情况做有针对性的设计；除常规应用系统外，亦可考虑 IP 形象设计。 <p>【包装设计】</p> <p>类别： 普通包装、礼盒包装、节庆包装、电商包装等。</p> <p>要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 将品牌形象、当地文化等与产品进行结合，凸显产品特色。 2. 针对商超、电商客户设计零售包装，包装材质、外观、造型符合产品定位和相应法规要求，满足产品物流运输安全需求。 3. 包装设计鼓励创新，兼具美感，信息传递准确，具备吸引力。 4. 包装净含量参考目前市场上常规标准，如一只装、两只装。 <p>【平面广告】</p> <p>类别：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 主题广告 <p>围绕“建昌板鸭”品牌调性与广告目的进行平面广告设计，重点突出广告主题、品牌理念或产品功能、特点，内容吸引消费者。</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 节日/节气广告 <p>围绕全年各个节日、节气，创作“建昌板鸭”热点节日/节气平面广告，视觉冲击力强、话题性高、品牌关联度高；同时强化“建昌板鸭”品牌形象，让品牌绽放青春活力，让目标消费人群喜爱该品牌。</p> <p>要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 类型不限，海报招贴、高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告均可，单幅或系列作品均可。
--	--

2. 海报招贴要适用于户外传统媒介张贴以及微博、微信、互联网等新媒体传播，只需提交平面设计稿；高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告等除提交平面设计稿以外，还应包含作品实际投放环境效果图。

【营销策划方案】

目标：通过对“建昌板鸭”品牌的营销推广方案策划，促进“建昌板鸭”产品销售及市场推广，实现“建昌板鸭”品牌市场知名度、影响力的扩大。

1. 确立品牌定位，提出品牌理念，进行渠道推广和媒介宣传内容策划，包含线上线下营销推广方案。策划内容须能展现产品特色、制作工艺特色、当地农耕文化、生态环境、地方风貌等，突出“建昌板鸭”产品定位与品牌形象，体现品牌情怀或品牌个性。宣传语生动，富有吸引力。

2. 可以单独策划农产品博览会活动方案、电商促销活动方案、事件营销方案等。希望能充分利用新型传播工具，包含但不限于线上传播、线下活动、跨界营销、联动营销等。

3. 策划方案应包含完整执行策略与经费预算。

【04】德昌红色傩乡景区策略单

景区类型	红色旅游景区
景区名称	红色傩乡景区
景区简介	<p>红色傩乡景区位于德昌县乐跃镇半站营村，是以红军长征过德昌的故事和历史文化为主题的红色旅游景区。景区旅游资源数量丰富、种类多样，具有很高的观赏游憩价值，拥有红色革命教育基地、红军路和红军长征历史馆、红军树、八斗种战斗遗址、四方碑战斗遗址等红色文化遗迹，是德昌县建设创建的首个红色旅游景区。</p> <p>2020年12月，景区开始建设打造，配套了游客中心、停车场、旅游厕所、标识标牌、游客公共休息设施、游步道等旅游基础设施和服务设施。2022年初，创建主体坚持按照国家AAA级旅游景区标准，进一步提升服务质量和环境质量，丰富旅游产品，完善经营管理体制机制，实施了游客中心功能提升、旅游厕所提升改造、周边环境综合整治、红军路游览道路体系提升、配套设施提升等建设项目，并进一步提升了综合管理体系。</p> <p>截至目前，红色傩乡景区服务质量和环境质量、景观质量得到了全面提升，旅游产品进一步丰富，经营管理体制机制更加健全有效。</p>
目标市场	主要集中在四川，立足西南，辐射全国。
命题类别	<p>■ 品牌形象设计 ■ 平面广告 ■ 文创设计 ■ 营销策划方案</p> <p>■ 短视频</p>
命题要求	<p>【品牌形象设计】</p> <p>1. 根据“红色傩乡景区”属性、特色景点、文化遗迹以及红色旅游产业发展需求，进行景区品牌定位及品牌形象设计，凸显景区文化特色。</p>

2. 品牌形象设计需要提出独特的品牌理念、品牌口号，并有相关阐述。

3. 塑造独特、统一、完整的品牌视觉形象，基础系统包括标志、标准字、标准色、辅助色、辅助图形等；延展应用部分根据景区实际情况做有针对性的设计；除常规应用系统外，亦可考虑 IP 形象设计。

【平面广告】

类别：

1. 主题广告

根据“红色栗乡景区”属性、特色景点、文化遗迹以及红色旅游产业发展需求进行平面广告设计，凸显景区特色，传播红色文化，弘扬爱国主义精神，吸引目标受众。

2. 节日广告

围绕全年各个节日，尤其是与红色文化相关的节日，创作“红色栗乡景区”热点节日平面广告，视觉冲击力强、话题性高、文化传播度广。

要求：

1. 类型不限，海报招贴、高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告均可，单幅或系列作品均可。

2. 海报招贴要适用于户外传统媒介张贴以及微博、微信、互联网等新媒体传播，只需提交平面设计稿；高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告等除提交平面设计稿以外，还应包含作品实际投放环境效果图。

【文创设计】

目标：丰富景区旅游产品和游客旅游体验，提升“红色栗乡景区”品牌形象，助力景区红色文化宣传推广和爱国主义教育。

要求：

1. 根据“红色栗乡景区”属性、特色景点、文化遗迹以及红色旅

游产业发展需求，充分挖掘景区红色文化资源进行文创设计，包括各种旅游纪念品、伴手礼等。

2. 文创设计鼓励创新，兼具美感，突出景区特色，具备吸引力。

【营销策划方案】

目标：通过对“红色傩乡景区”的营销推广方案策划，促进“红色傩乡景区”宣传推广，实现“红色傩乡景区”知名度、影响力的扩大。

1. 确立景区品牌定位，提出品牌理念，进行渠道推广和媒介宣传内容策划，包含线上线下营销推广方案。策划内容须能展现景区景点、文化、资源、特色等，突出“红色傩乡景区”品牌定位与品牌形象，体现品牌情怀或品牌个性。宣传语生动，富有吸引力。

2. 可以单独策划事件营销方案，充分利用新型传播工具，包含但不限于线上传播、线下活动、跨界营销、联动营销等。

3. 策划方案应包含完整执行策略与经费预算。

【短视频】

根据“红色傩乡景区”属性、特色景点、文化遗迹以及红色旅游产业发展需求，创作适宜抖音、快手等网络平台传播的短视频。

要求：

1. 主题突出，风格鲜明，信息传递准确，配乐恰当，与“红色傩乡景区”关联度高。动画、实拍、动画与实拍结合均可。

2. 能够凸显景区特色，传播红色文化，引发社会关注和讨论，便于网络传播。

【05】德昌县少数民族特色村寨策略单

村寨类型	中国少数民族特色村寨
村寨名称	金沙傈僳族乡观音堂村
村寨简介	<p>金沙傈僳族乡观音堂村位于四川省凉山彝族自治州德昌县，2019年12月31日，经国家民委委务会议批准，命名为第三批“中国少数民族特色村寨”。</p> <p>金沙傈僳族乡幅员面积19平方公里，108国道、雅西高速、成昆铁路与成昆复线纵贯全境，交通便捷。境内有标水岩河沟、安宁河等天然河流，傈僳族舞蹈、阔时节，火草麻布制等国家级非物质文化遗产异彩纷呈，金沙傈僳族乡是一个傈僳族民俗文化保存完整、风情浓郁、自然生态优美的少数民族特色村寨。</p> <p>1. 整体风貌</p> <p>金沙傈僳族乡村庄整体风貌协调统一，各个新村点在建造时都高度还原了民族元素，体现了傈僳族文化。分布在观音堂村的傈僳人居住的房屋主要以土木结构为主，也有部分竹篾房，又称“千脚落地房”。目前，辖区民居建筑原貌基本上保存较完好，分布连片，仍有原住居民居住，建造与装饰充分体现了当地乡土特色。德昌县金沙傈僳族乡3个新村皆按照传统建筑工艺精心打造，全部完成后可为游客提供50多家民宿，同时容纳200余人游玩休憩。</p> <p>2. 旅游景观</p> <p>金沙傈僳族乡境内有标水岩河沟、大沟、会仙桥河沟、安宁河四条天然河流，青山、绿水、白瀑相应成趣，特别是标水岩瀑布，高近百米，气势恢宏。标水岩不仅自然风景秀丽，还是红军长征经过的地方。当地傈僳族头人纪老大为红军带路，不费一枪一弹护送红军安全到达六所。目前仍有战壕遗址掩映在青山绿水间，无声地诉说着那一段红色历史。安宁河在此河面变得宽阔，水流缓慢，确实不负安宁之名。临水而居的两岸村民深受自然山</p>

水“海纳百川、上善若水”的心灵洗礼。108 国道、京昆高速、成昆铁路在新村正下方交汇并驰，安宁河将全村一分为二，此地因此深受摄影爱好者的喜爱，产生了很多精美的作品。

3. 特色产业

观音堂村充分利用傣傣族人民生活环境优势，以及傣傣族人民勤劳勇敢、多才多艺的民族特征，引领群众发展土蜂养殖、生态黑猪养殖、特色林果产业以及名贵中草药种植业，带动群众增收致富。



4. 民族民俗

傣傣族在饮食、服饰、歌舞、婚恋等方面有着完整独特的习俗，特别是傣傣族的火草麻布制作技艺更是堪称一绝，被评为国家级非物质文化遗产。自古至今，每个傣傣族家庭都有一块专门的麻地，春播秋收，给人们带来御寒的材料。傣傣族的纺织机十

分简单，用两横两直四根木棍搭成织架。织麻布时，先把纺好的麻线一头栓在木架上，一头扎在腰间就成为经线。纬线则用木梭子装上麻线，有的干脆用手当梭，来回传送。织好的衣服一般都不染色，缝出的衣裙都带有天然的乳白色。傣傣妇女根据麻布特性设计的前后对开的长衫和褂式披风，穿在身上，给人一种潇洒自然之感。每当节日之际，或劳作之余，傣傣族青年男女围在火堆旁翩翩起舞，飘逸的麻裙、麻衫在火光的辉映下色彩斑斓，透出傣傣人的豪爽与热情。火草麻布制作技艺包含民族文化中人与自然和谐共处的特性，也成为傣傣族向世人展示的一道独特的风景线，故流传至今。



5. 特色饮食

居住在观音堂村的傣傣族人民以大米为主食，以苞谷、洋芋一类杂粮为辅。傣傣族喜欢喝油茶，这种油茶主要以野山茶油、

	<p>核桃、火麻子等为原材料，先将优质红米用 60℃山茶油炒 10 分钟，再放茶叶合炒 10 分钟，然后将核桃仁、花生仁、火麻子用微火炒香，打成粉备用，将炒好的红米和茶叶放入锅内熬煮，煮 20 分钟以后将核桃粉一两、花生米粉一两、火麻子粉一两倒入锅内熬煮十分钟，香气扑鼻，即可饮用。傣傣族人热情好客，具有民族特色的美食可在任何村民家中品尝。</p> 
<p>目标市场</p>	<p>主要集中在四川，立足西南，辐射全国。</p>
<p>命题类别</p>	<p>■ 品牌形象设计 ■ 平面广告 ■ 文创设计 ■ 短视频</p>
<p>命题要求</p>	<p>【品牌形象设计】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 根据“观音堂村”傣傣族民族文化、景观风貌、乡村非遗、特色产业以及文旅融合产业发展需求，进行品牌定位及品牌形象设计，凸显村寨特色。 2. 品牌形象设计需要提出独特的品牌理念、品牌口号，并有相关阐述。 3. 塑造独特、统一、完整的少数民族特色村寨品牌视觉形象，基础系统包括标志、标准字、标准色、辅助色、辅助图形等；延展应用

部分根据“观音堂村”实际情况和文旅融合产业发展需求做有针对性的设计；除常规应用系统外，亦可考虑 IP 形象设计。

【平面广告】

类别：

1. 主题广告

根据“观音堂村”傣傣族民族文化、景观风貌、乡村非遗、特色产业以及文旅融合产业发展需求进行平面广告设计，凸显村寨特色，传播优秀文化，吸引目标受众。

2. 节日广告

围绕全年各个节日、节气，尤其是与傣傣族民族文化、民俗风情相关的节日，创作热点节日/节气平面广告，视觉冲击力强、话题性高、文化传播度广。

要求：

1. 类型不限，海报招贴、高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告均可，单幅或系列作品均可。

2. 海报招贴要适用于户外传统媒介张贴以及微博、微信、互联网等新媒体传播，只需提交平面设计稿；高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告等除提交平面设计稿以外，还应包含作品实际投放环境效果图。

【文创设计】

目标：丰富“观音堂村”旅游产品和游客旅游体验，提升“观音堂村”少数民族特色村寨品牌形象，助力“观音堂村”优秀民族文化和非遗文化宣传推广，增强文化自信。

要求：

1. 根据“观音堂村”傣傣族民族文化、景观风貌、乡村非遗、特色产业以及文旅融合产业发展需求，充分挖掘“观音堂村”优势资源进行文创设计，包括各种旅游纪念品、乡村伴手礼等。

2. 文创设计鼓励创新，兼具美感，突出村寨特色，具备吸引力。

【短视频】

根据“观音堂村”傣傣族民族文化、景观风貌、乡村非遗、特色产业以及文旅融合产业发展需求，创作适宜抖音、快手等网络平台传播的短视频。

要求：

1. 主题突出，风格鲜明，信息传递准确，配乐恰当，与“观音堂村”关联度高。动画、实拍、动画与实拍结合均可。

2. 能够凸显村寨特色，传播优秀文化，引发社会关注和讨论，便于网络传播。

二、参赛作品要求

作品类别	作品要求
<p>品牌形象设计</p>	<p>1. 设计内容包括标志、标准字、标准色、辅助色、辅助图形及有针对性的延展应用；须对品牌定位、品牌理念和标志释义等做简要阐述。</p> <p>2. 做好设计内容排版，版面简洁、大方、美观；尺寸指定为A3（297x420mm），横竖构图均可，文件格式为jpg，分辨率300dpi，颜色模式为RGB。</p> <p>3. 单张图片大小不超过10M，每件作品最多可提交5张图片。</p>
<p>包装设计</p>	<p>1. 包装结构完整，必须有平面展开图、立体效果图或实物照片，要能展现包装的内外结构、整体、局部或组合效果。包装规格、尺寸、主要材质、关键制作工艺等在设计稿中应有标注或说明。</p> <p>2. 包装设计须附创意说明，对包装设计定位、设计理念、创新点以及使用场景等做简要阐述。</p> <p>3. 做好设计内容排版，版面简洁、大方、美观；尺寸指定为A3（297x420mm），横竖构图均可，文件格式为jpg，分辨率300dpi，颜色模式为RGB。</p> <p>4. 单张图片大小不超过10M，每件作品最多可提交5张图片。</p>
<p>平面广告</p>	<p>1. 类型不限，海报招贴、高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告均可，单幅或系列作品均可，系列作品不超过3张。</p> <p>2. 海报招贴要适用于户外传统媒介张贴以及微博、微信、互联网等新媒体传播，只需提交平面设计稿；高速路牌广告、候车亭广告、地铁站广告、高立柱广告等除提交平面设计稿以外，还应包含作品实际投放环境效果图。</p> <p>3. 海报招贴尺寸指定为A3（297x420mm），横竖构图均可；其他户外广告尺寸以选择的实际投放媒体长宽比例为准，放置在A3幅面上，做好平面设计图和投放环境效果图排版，版面简洁、大方、美观。文件格式</p>

	<p>为jpg，分辨率300dpi，颜色模式为RGB。</p> <p>4. 单张图片大小不超过10M，每件作品最多可提交3张图片。</p>
文创设计	<p>1. 文创设计须有平面展开图和效果图。如为立体产品，必须有立体效果图或实物照片，尺寸、主要材质、关键制作工艺等在设计稿中应有标注或说明；如涉及伴手礼包装设计，作品参见“包装设计”相关要求。</p> <p>2. 文创设计须附创意说明，对设计定位、设计理念、创新点以及使用场景等做简要阐述。</p> <p>3. 做好设计内容排版，版面简洁、大方、美观；尺寸指定为A3（297x420mm），横竖构图均可，文件格式为jpg，分辨率300dpi，颜色模式为RGB。</p> <p>4. 单张图片大小不超过 10M，每件作品最多可提交 5 张图片。</p>
营销策划方案	<p>1. 策划书内容要求：内容提要、市场环境分析、营销策略提案、创意设计提案、媒介投放提案、广告费用预算。</p> <p>2. 建议将媒介投放提案及广告费用预算内容简化，必要时可在活动执行部分简单注明即可。数据资料详实，引用数据资料需注明出处，调查表格原件附后。</p> <p>3. 策划书为 A4 幅面（横竖构图均可），排版规范。篇幅不得超过 30 页（含附录），不包括封面、封底和目录。</p> <p>4. 最终提交完整策划方案，格式为 pdf，文件总大小不超过 50M。</p>
短视频	<p>1. 作品为原创，个人独立制作或团队集体创作均可。</p> <p>2. 短视频时长不超过3分钟，内容积极向上，体裁和题材不限。</p> <p>3. 对白语言不限，所有参赛作品需加字幕。</p> <p>4. 图像尺寸为标准 16:9 且不小于 1920*1080，文件格式 MP4，大小控制在 500M 以内，保持画质清晰。</p>