2022 全球吉庆生肖设计大赛（壬寅虎年）作品登记表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 单位名称 |  | | | | |
| 作品主题 |  | | | 主创作者 |  |
| 联系人 |  | E-mail |  | | |
| 联系电话 |  | 传真 |  | 手机 |  |
| 联系地址 |  | | | 邮编 |  |
| 作品类别 | 1. 生肖虎主题平面设计单元、多媒体及交互设计单元□ 2. 生肖虎主题产品设计单元，虎年生肖的形象设计主题产品□ 3. 圆明园专题设计奖项□ [请在□中打√] | | | | |
| 设计者 |  | | | | |
| 设计说明 | 一、生肖虎文化符号特征明显，对生肖虎主题进行深度挖掘和解读，设计能够体现中国传统生肖文化的历史特性。平面设计类作品主题明确，设计角度新颖，设计呈现完整；主题产品设计欢迎采用新材料，新技术，新工艺，同时，提倡运用北京市本地材质、工艺，体现地域特色文化；专题类设计更重要的是突出专题特色，丰富专题内容，设计表达形式不限。  二、文化创意的特征明显，面向文旅市场，能让社会大众产生强烈的购买欲望，符合市场和消费者需求，定位准确，价位合理；  三、设计向商品可转化，设计产品可量产，产品创意新颖独特，具有自主知识产权； 四、文化创意产品设计要具有实用性，能满足社会大众旅游、生活、工作等方面的  实际需求。 | | | | |
| 创意说明 |  | 参赛者（单位）承诺：  本人承诺并服从评委会评审结果，同意主办单位对作品有使用权，遵守本赛事活动中知识产权声明,如果发生著作权纠纷，由本人（单位）负责。  指导老师签名：  参赛者（单位）签章：  年 月 日 | | | |