“建行裕农通杯”第九届浙江省大学生乡村振兴大赛

温州苍南县专项



2026.5

2026.9

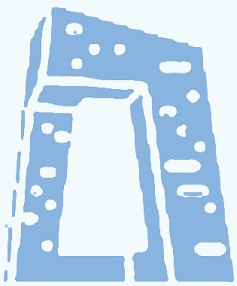
青创C位 链动山海苍南

竞赛指南

赛道设置
COMPETITION MODE

赛道-
空间活化类赛题

空间类赛题以建筑设计、景观设计、室内设计、氛围提升等赛题为主，将运营需求落实到空间，打造各具特色的乡村生活方式。



SPACES DESIGN

赛道-
文旅品牌类赛题

文创类赛题以平面视觉、包装产品、研学课程等类型赛题为主，为乡村的品牌打造、节庆策划起到良好的推动作用。



CULTURAL & CREATIVE PRODUCT

赛制与赛程

COMPETITION MODE

参赛报名 2026年5月下旬-7月10日

各参赛团队登录大赛专属平台进行注册报名，填报相关信息。

作品提交 2026年7月10日截止

各参赛团队围绕赛事选题，结合专业和特长开展创作准备，根据要求及时提交作品。

复赛 2026年7月中旬

大赛秘书处组织复赛优选 30 支立项团队进入决赛创作和项目完善。

初赛 2026年7月初

大赛秘书处组织专家以线上评审形式开展，根据评审结果，确选若干个参赛项目入围复赛。

项目完善与实施 2026年8月中旬

开设大赛训练营，组织团队学生实地开展项目深化研究，包括技术交底、设计方案优化、施工及文创产品、研学课程实施运营等内容。

决赛和闭幕式 2026年10月上旬

为保证专项赛项目成效，若立项团队成果质量达不到要求，参赛过程中存在态度不认真、不配合等情况，经大赛秘书处审核，可取消其参加决赛资格。

参赛政策与支持

POLICY AND SUPPORT



奖项等次	团队数量（支）	标准（万元）
一等奖	2	5
二等奖	5	1
三等奖	9	0.5
优秀奖	14	0.3
合计	30	

注：奖金位税前奖金。

1. 为鼓励参赛团队深入开展实地调研，发放立项团队入村调研补贴，最高发放 4000 元（税前），费用用于包含交通费、住宿费、餐饮费、设计及制作费等，不足部分由团队自行解决。

2. 落地项目在驻村营造期间装饰过程中产生的材料费，由乡镇安排专项经费支出，实际发生费用不得超过预算金额。

3. 对落户苍南县创办企业的参赛团队，按照苍南县组织部和人才办最新相关政策享受支持。

团队报名
HOW TO REGISTER

各参赛团队在规定时间填报团队基本信息及选题信息，
并完成初赛参赛作品上传。
报名系统 :HTTPS://XCZX.MOOCOLLEGE.COM

材料提交
SUBMISSION

1. **项目申报书**：参见附件一（含表一：项目申报书基本信息；表二：项目基本情况表），须提交作品电子版 Word，网址作品提交界面有附件模板可供下载。

2. **初赛提交材料：**空间活化类需提交商业计划书、创业构想、空间改造设计方案等；文旅品牌类需提交策划书和设计方案等。

3. **文件规格：**须提交作品电子版 Word 和 PDF 格式文件，不超过 **40** 页，不大于 **200MB**；如有音视频文件须一并提交。总文件大小不超过 **1G**。复赛和决赛提交材料另行通知。

4. **文件命名格式：**参赛项目名称 + 团队负责人姓名。

专项赛联系方式

CONTACTS

地址：浙江省杭州市西湖区余杭塘路 866 号浙江大学。

联系人：邱老师，手机 15382527383

竞赛咨询 QQ 群 :894556250

大赛官网 :HTTP://XCZX.MOOCOLLEGE.COM

专项赛公众号

苍南赛 微信 群组

赛题目录
PROJECT OVERVIEW



马站镇 Mazhan Town 1

1.1 中魁村研学路线及课程开发

1.2 四季柚百年果品牌 IP 打造

1.3 马站荔枝产业创新赋能计划

1.4 马站镇城门顶村“番茄王国”农旅融合产业规划方案

莒溪镇 Juxi Town 2

2.1 乡村闲置资产业态打造及活化运营

2.2 古建筑群整体品牌运营及单体建筑的业态策划

2.3 镇域农产品产业品牌打造

赤溪镇 Chixi Town 3

3.1 吊壁灯村产业创新及运营

霞关镇 Xiaguan Town 4

4.1 长沙村海洋生态产业创新策划

4.2 榕树下片区及共富田园规划设计

矾山镇 Fanshan Town 5

5.1 矾山肉燕产品的研发创新

赛题目录

PROJECT OVERVIEW

县域品牌 6

COUNTY-LEVEL BRAND

6.1“七彩农业”产业提升规划

6.2“七彩农业”创意品牌策划和特色农产品包装设计

6.3“七彩农业”短视频与直播创意传播设计（AI 赋能）

6.4 苍南县村奥会暨“山海苍南·七彩农业”嘉年华系列活动策划及执行方案

6.5 苍南特色谷物品牌打造与包装设计

6.6“七彩农业”IP 形象与角色设计

6.7 青村纪农创园活动策划与营销推广

苍南专项赛文件资料
百度网盘

农创客企业 7

AGRICULTURAL MAKER ENTERPRISES

7.1“齐天乐”食品产品创新设计及包装提升设计

7.2“酿次元”番茄果酒系列包装创意设计和运营推广

7.3 苍南传统农副产品“大源门”品牌重建与市场推广创意策划

7.4 苍南蒲门食品非遗风味小吃产品创新

7.5 苍南蒲门食品全系列包装及农旅伴手礼全案设计

7.6 喔喔蛋鸡产业品牌提升

7.7 喔喔蛋鸡产业可持续运营的创新模式

MAZHAN

1



马站镇

马站镇，隶属于浙江省温州市苍南县，地处浙闽交界，濒临东海。镇域面积66平方公里，截至2023年4月19日，全镇户籍人口4.6万人，下辖24个村社。先后获评国家级生态镇、浙江省首届“我心目中最美生态乡镇”、省文明城镇、省森林城镇、省AAA旅游景区镇等荣誉称号。马站镇是具有南亚热带小气候、纬度最北能种植荔枝的地方。拥有的渔寮大沙滩，长2000米、宽800米。境内万亩高标准农田，盛产四季柚、葡萄、荔枝、西红柿等特色农产品。

马站镇赛题1-1

MAZHAN 1-1

中魁村研学路线及课程开发（文旅品牌类）



赛题描述

中魁村位于马站集镇东侧的魁里山脚，马站四季柚的主产区，主导产业为四季柚，系俗称“蒲门四季柚”的原产地，种植历史可追溯至明朝 。该村以“多彩田园趣享生活”为主题，已打造喜柚牧场、一米菜园等农旅融合项目，具备 " 文旅 + 产业 " 双轮驱动的天然条件。请参赛团队深入调研立足中魁村四季柚产业根基 + 现有文旅业态，以轻投入、强引流、四季可持续为核心，设计标准化、分季化、安全化的研学课程体系，精准对接中小学劳动教育需求，助力中魁村从“季节性观光地”向“全年性研学目的地”升级，实现农文旅深度融合与乡村振兴可持续发展。





成果要求

研学课程教案

方案文本

其他可表达作品相关文本

未来运营策划

马站镇赛题1-2

MAZHAN 1-2

四季柚百年果品牌 IP 打造（文旅品牌类）



赛题描述

聚焦苍南中魁村特有的百年四季柚古树，要求参赛团队围绕“百年果树”这一核心资产，深入挖掘其历史传承与生态稀缺性，突出果实历经岁月沉淀的独特风味与健康价值；通过创造具有感染力的品牌故事、融入苍南山海脉络与古树文化的视觉体系，打造兼具文化厚度与消费吸引力的产品 IP；并设计从高端礼赠到体验文旅的多元转化路径，旨在将传统的四季柚升华为承载地域记忆、具有高辨识度与附加值的乡村名片，探索一条以“古树 IP”带动特色产业与文旅融合的振兴新路。



成果要求

设计理念

方案设计文本

IP 设计

其他可表达设计相关图纸



马站镇赛题1-3

MAZHAN 1-3

马站荔枝产业创新赋能计划（文旅品牌类）





赛题描述

本次赛题以已具一定知名度的马站荔枝为核心对象，聚焦其从“季节爆款”到“可持续品牌”的升级需求。参赛团队需从以下三个实践方向中任选其一展开攻关：一是产品创新与设计，需研发一款具有市场潜力的荔枝深加工产品（如饮品、休闲食品、文创伴手礼等），并完成其产品定义、包装系统与销售策略，提交可展示的产品原型与打样；二是品牌传播与推广，需策划一个包含核心创意、系列视觉（如主视觉、短视频、社媒矩阵）及可执行事件（如跨界联名、快闪店）的完整传播案，并输出关键视觉成品；三是体验设计与服务创新，需设计一个轻量化的农旅融合或社区参与体验项目（如研学工坊、主题采摘活动），提交完整的体验流程与运营方案。所有方案应紧扣马站荔枝的地域特色，鼓励运用 AI 工具、数字技术或跨界思维，最终作品须兼具创意性、商业潜力与落地可行性，为荔枝产业注入青年智慧，探索其品牌化、高值化发展的有效路径。







成果要求

业态研究及分析

方案设计文本

其他可表达设计相关图纸

马站镇赛题1-4

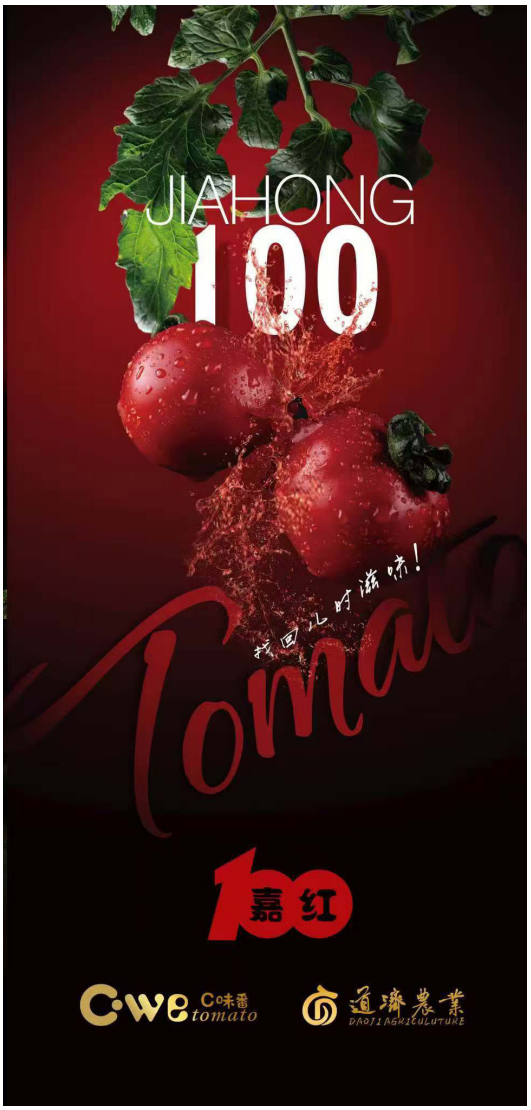
MAZHAN 1-4

马站镇城门顶村“番茄王国”农旅融合产业规划方案（空间活化类）



赛题描述

马站镇城门顶村坐拥百余亩番茄核心种植基地，依托数字化大棚、标准化分拣中心、农业数字化中心等成熟硬件设施，是区域特色农产品“马站番茄”的品牌核心承载地。当前村庄农业基础扎实、数字化配套完善，但存在产业业态单一、文旅属性薄弱、品牌体验感不足、一二三产融合度低等问题，未能充分释放番茄产业的经济价值与乡村发展活力。为深挖特色农业资源，盘活现有农业基础设施，以番茄为核心 IP 打造特色乡村，现面向参赛团队征集农旅融合产业规划方案。请参赛团队深入实地调研城门顶村资源禀赋、产业现状、区位条件与发展痛点，以番茄全产业链为根基，以农旅深度融合为路径，系统规划打造集番茄种植、数字农业展示、番茄文创研学、休闲采摘体验、乡村文旅打卡、农产品深加工、品牌展销运营于一体的城门顶“番茄王国”。



成果要求

设计理念

规划方案文本

其他可表达设计相关文件

后勤联系方式

Logistics contact information

1.联系方式：
马站镇农办联系人陈孙琳，联系电话：13506531172；中魁路线及百年老柚赛题联系人林红卫，联系电话：18367856699；谢中源，联系电话：15158157693；荔枝赛题联系人周钰莹，联系电话：15158766900；道济番茄联系人谢尚信，联系电话：18606659090。

2.交通方式：
高铁：苍南站，打车至中魁村村委会
自驾：导航到中魁村村委会

3.食宿安排：
推荐民宿酒店等住宿，居住地均有餐饮。

4.安全保障：
已经建立完善突发事件应急体系和防汛防台等应急体系，如遇紧急情况或者突发事件，请拨打报警热线 110。

JUXI

2



莒溪镇

莒溪镇隶属浙江省温州市苍南县，距苍南县城西北 29 公里，距温州市区 100 公里，西南接壤泰顺县，西北紧邻平阳、文成二县，莒溪为滨海——玉苍山省级风景区五大景区之一，境内大石景区素有浙南九寨沟之美称，景区内有龙潭三折瀑、角溪瀑布等一级瀑布群，溪谷幽静，景色奇秀。人文景点有建于明弘治七年的刘基庙和建于清乾隆年间的蔚文桥，均为县重点文物保护单位。石岘村内有红军洞、红军寮、红军操练场等革命纪念场所，是青少年革命历史教育基地。有少数民族村 5 个，仍保留着具有浓厚民族特色的风俗习惯，是一条别具风情的旅游风景线。

莒溪镇赛题2-1

JUXI 2-1

乡村闲置资产业态打造及活化运营（空间活化类）





赛题描述

该空间为的田寮村闲置厂房，为村集体资产，主体建筑结构良好，共 4 层约计 4000 平米，主体外有完善的停车场，屋前有可扩展设计的休闲公共空间。该空间以写生基地或其他长效带动业态为打造目标，创业运营和创收为目的，请意向创业个人及团队深入调研、与乡镇 / 村负责人充分交流洽谈，评估可行性后，撰写改造方案和预算项目资金，成果落地并实施运营。



成果要求

业态研究及分析
改造提升策略
总平面图（建筑内部及外部庭院）
功能布置分析
建筑内部剖面图
材料分析图
效果图
其他可表达设计相关图纸
未来运营策划



莒溪镇赛题2-2

JUXI 2-2

古建筑群整体品牌运营及单体建筑的业态策划（空间活化类）



赛题描述

田寮村6处古建筑已整修完成（1、2、3、4、5、7），已形成一个小组团分布在田园之上，主体结构完整，游线构成小环线。 请参赛团队深度调研，深度挖掘六处闲置古建筑，结合本村根雕、木雕、竹编等传统技艺，打造“六艺工坊”，结合国学传统文化研学，结合周边农特产品带动，打造成可落地的匠人工作室集群，策划沉浸式体验线路，构建整体品牌运营方案，构建一个主品牌，多个子项目的品牌架构。





成果要求

业态研究及分析
改造提升策略
总平面图（建筑内部及外部庭院）
功能布置分析
设计理念
效果图
其他可表达设计相关图纸
未来运营策划

莒溪镇赛题2-3

JUXI 2-3

镇域农产品产业品牌打造（文旅品牌类）



赛题描述

聚焦莒溪镇田寮村农产品产业品牌建设，立足生态山区、红色畲乡资源，村域特产种类丰富，以土豆、玉米、笋干等系列山地农产品干货为主。参赛团队针对在地农产资源品类分散、缺乏品牌标识、包装简陋、辨识度弱等问题展开畲乡生态品牌创意设计和系列农产品包装设计。要求构建田寮农品区域公共品牌，建立商业规范视觉识别系统，提升农品价值空间；创意构思系列农品包装设计，方便农品销售运输，合理包装材质的环保和可持续性，实现从土特产到品牌农品的价值跃升，助力乡村共同富裕。





成果要求

设计理念

色彩选择

包装设计效果图

产品分类

其他可表达设计相关图纸

后勤联系方式

Logistics contact information

1.联系方式:
联系人：菖溪镇农办主任 杨必继；联系方式：15888232953。

2.交通方式:
高铁：苍南站，打车至菖溪镇政务服务中心。
自驾：导航到菖溪镇政务服务中心。

3.食宿安排：推荐民宿酒店等住宿，居住地均有餐饮。

4.安全保障：已经建立完善突发事件应急体系和防汛防台等应急体系，如遇紧急情况或者突发事件，请拨打报警热线 110。

CHIXI

3



赤溪镇

120.512674E,27.335331N

赤溪镇，隶属于浙江省温州市苍南县，地处苍南县东南部，东濒东海，南邻马站镇、沿浦镇，西接岱岭畲族乡，北连藻溪镇，总面积 109.98 平方千米。赤溪镇山海相拥，兼具山海资源优势与独特人文底蕴，海洋资源极为丰富（盛产梭子蟹、对虾、紫菜等特色海产品，是苍南重要的渔业产区），生态景观独具特色，境内拥有棕榈湾、韭菜园等滨海风光带，以及保存完好的古村落群。特别是作为浙南沿海的渔业重镇与生态旅游节点，其以“山海联动”的发展模式推动渔业、旅游业的融合升级。

赤溪镇赛题3-1

CHIXI 3-1

吊壁灯村产业创新及运营（空间活化类）







赛题描述

吊壁灯地处蔡家山北坡，紧邻澡溪镇，距离县城约计 20 分钟，石屋、水库、溪流、瀑布、古枫、柳杉等，共同构成了吊壁灯优美的古村风光，村内已有贡子山马术项目、待运营的民宿、营地等。请意向创业个人及团队深入调研、与乡镇 / 村负责人充分交流洽谈，选择村内合适场所，开展以宠物产业为方向的产业创新规划，撰写以宠物产业为主要业态场景的方案，以及项目预算资金和营销策划案等，并成为项目运营主理人 / 团队，进行创业成果落地应用。



成果要求

业态研究及分析
改造提升策略
总平面图功能布置分析
场地剖面图
材料分析图
效果图及其他可表达设计相关图纸
未来运营策划

后勤联系方式

Logistics contact information

1.联系方式:
联系人：吊壁灯村陈书记 13575408308，行政网短号 638308。

2.交通方式:
高铁：苍南站至吊壁灯村村委会;
自驾：导航到赛题点位，提前联系村委相关人员。

3.食宿安排：推荐民宿酒店等住宿，居住地均有餐饮。

4.安全保障：已经建立完善突发事件应急体系和防汛防台等应急体系，如遇紧急情况或者突发事件，请拨打报警热线 110。

XIAGUAN

4



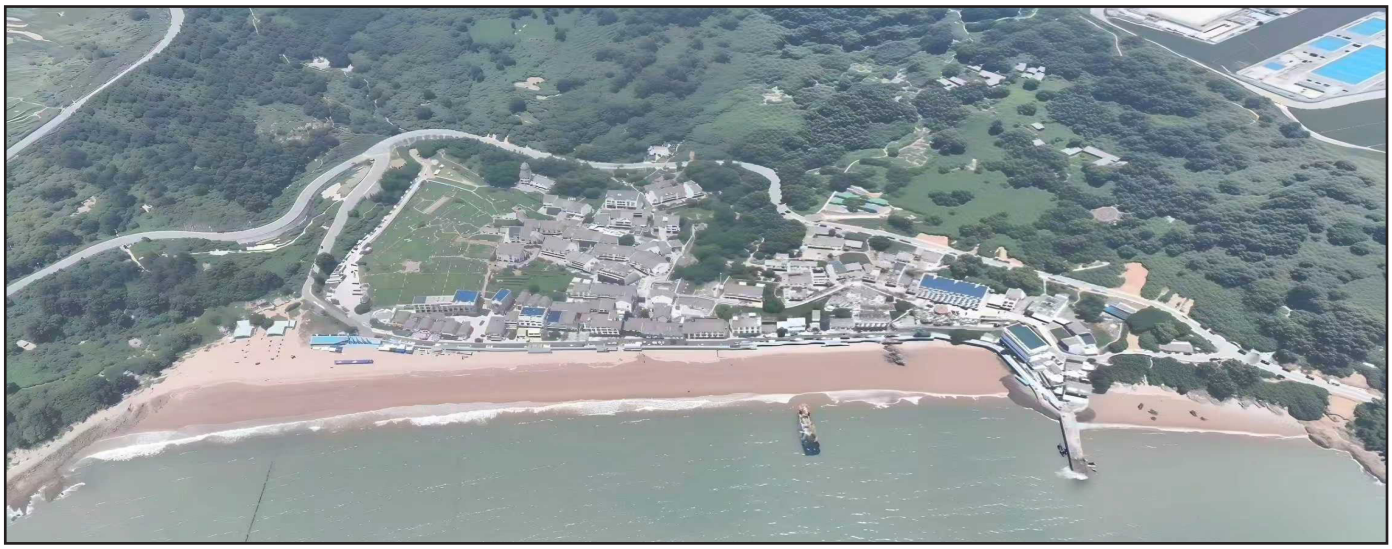
霞关镇

霞关镇，是浙江省温州市苍南县辖镇，是浙江省最南端的滨海集镇，截至 2021 年，陆地面积仅 34.5 平方公里，辖 12 个行政村，1 个居民区，总人口 2.3 万人。霞关港地理位置得天独厚，景色秀丽、冬暖夏凉、气候宜人，海岸迂回曲折，岛屿港湾众多，是不可多得的避风良港，有丰富的物产资源，适宜于发展粮食生产和油菜、蔬菜等经济作物。2021 年 1 月，浙江省关注森林组织委员会命名霞关镇为“2020 年度浙江省森林城镇”。

霞关镇赛题4-1

XIAGUAN ZHEN 4-1

长沙村海洋生态产业创新策划（空间活化类）



赛题描述

以苍南长沙村本土滨海资源为依托，该村“海滩山村”的立体格局，拥有168黄金海岸线优质沙滩，又是霞关镇虾皮核心产区，从业渔民200余人。请参赛团队深入调研，从长沙村渔业现状、渔旅融合的产业发展规划为出发点，形成以渔业产业、海岸旅游及海洋科普研学为综合的产业创新策划构建方案。或策划建构理论科普，海上实操，艺术手工的综合研学课程，课程旨在检验青少年海洋认知、安全素养、实践能力与环保理念，强化青少年爱海、知海、护海等研学成果。或选择长沙村沙滩，以情绪价值为导向的轻硬件改造方式，沙滩创新玩法的策划设计。





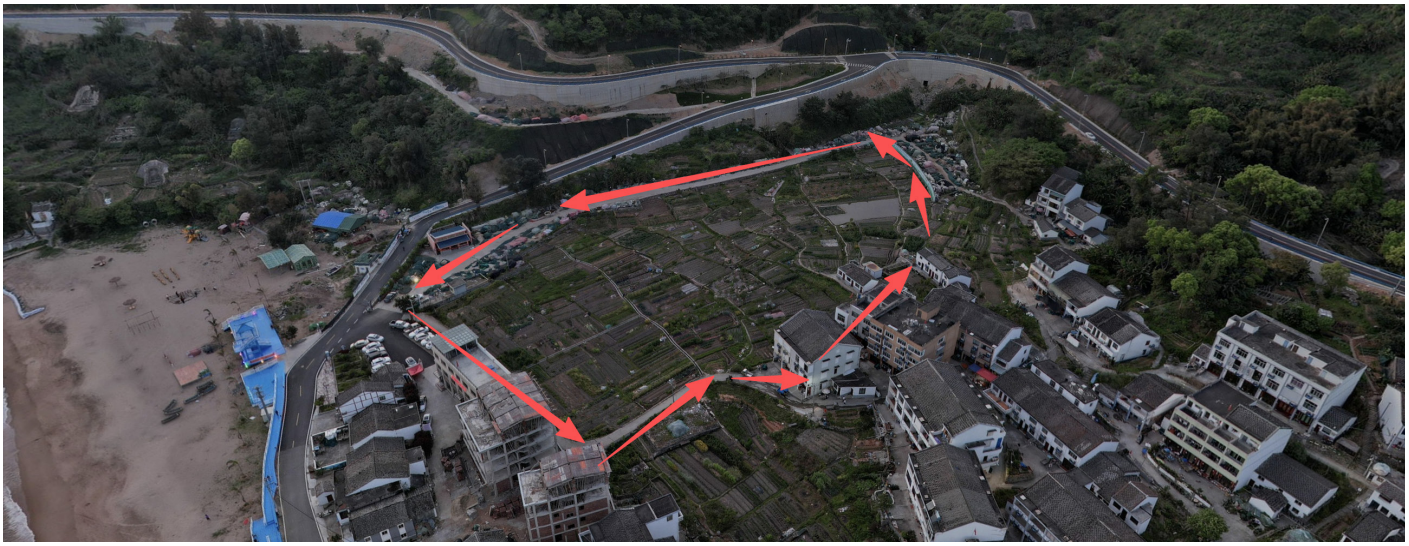
成果要求

业态研究及分析
设计理念
方案文本
其他可表达设计相关图纸
未来运营策划

霞关镇赛题4-2

XIAGAUUN ZHEN 4-2

榕树下片区及共富田园规划设计（空间活化类）



赛题描述

长沙村后山有一巨型榕树，树冠形状优美，树下有一处平房，面积约 30 平，周边环境生态自然，地形富有层次，前面是共富田园，已收归村集体所有，再前面是沙滩景区，视线开阔。请参赛团队以榕树为触媒，融合共富田园与乡村业态，深入调研、市场分析，充分利用场地地形，周边环境要素，规划设计集“茶饮休憩、自然疗愈、田园风光、美学体验、共富带动、网红打卡”于一体的乡村疗愈空间，丰富滨海乡村文旅体验。





成果要求

业态研究及分析
设计理念
方案文本
效果图
其他可表达设计相关图纸
未来运营策划

后勤联系方式

Logistics contact information

1.联系方式:
联系人：长沙村陶学厚主任，联系电话 :15158660958。

2.交通方式:
高铁：苍南站至长沙村村委会;
自驾：导航到赛题点位，提前联系村委相关人员。

3.食宿安排：推荐民宿酒店等住宿，居住地均有餐饮。

4.安全保障：已经建立完善突发事件应急体系和防汛防台等应急体系，如遇紧急情况或者突发事件，请拨打报警热线 110。

FANSHAN

5



矾山镇

矾山镇位于苍南县东南部山区盆地，平均海拔280米，境内因盛产明矾而得名，素有"世界矾都"之称，是浙南最悠久的矿山集镇。下辖17个行政村、9个居民区、2个办事处，总人口4.3万人，其中非农业人口占54%，区域面积59.6平方公里，是温州市一星级文明城镇、市级卫生城镇和双拥模范镇，是苍南县的经济文化强镇之一。

矾山镇物产丰盈，资源富饶，除了有储量世界首位的明矾石资源外，还有硫磺矿、高岭土、银灰岩、石墨等矿产以及品类繁多的农副产品、经济作物、海产物品。

矾山镇赛题5-1

FANSHAN ZHEN 5-1

矾山肉燕产品的研发创新（文旅品牌类）





赛题描述

矾山肉燕是浙江省温州市苍南县矾山镇的特色传统风味小吃，以其“肉包肉”的独特工艺和形似飞燕的外观而得名，现已列入浙江省非物质文化遗产名录，矾山肉燕年年产值已突破 3.5 亿元。请参赛团队通过调研，细化目标客户群体，为矾山肉燕研发新产品，增加产品口味和品种，更好地满足青年消费者目标客户的需求，吸引年青人消费，形成产品市场化差异优势，增加产品竞争力。也可通过提出 AI 技术在非遗工艺优化、智能包装升级、沉浸式溯源与文化体验打造、等领域提出创新应用模式。





成果要求

业态研究及分析

设计理念

方案文本

其他可表达设计相关图纸

后勤联系方式

Logistics contact information

1.联系方式:
联系人：矾山镇农办主任苏苗平，联系方式：15858027410。

2.交通方式:
高铁：苍南站，打车至莒溪镇政务服务中心。
自驾：导航到莒溪镇政务服务中心。

3.食宿安排：推荐民宿酒店等住宿，居住地均有餐饮。

4.安全保障：已经建立完善突发事件应急体系和防汛防台等应急体系，如遇紧急情况或者突发事件，请拨打报警热线 110。

XIAGUAN

6



县区品牌

苍南县，别名玉苍，隶属于中国浙江省温州市。东与东南濒临东海，西南毗连福建省福鼎市，西邻泰顺县，北与平阳、文成两县接壤。苍南属亚热带海洋性季风气候。2021 年末，全县实现地区生产总值 399.62 亿元。截至 2022 年末，全县常住人口 84.72 万人。截至 2023 年 9 月，总面积 1079.34 平方公里，辖 16 镇、2 个民族乡。苍南县多年平均水资源总量 14.958 亿立方米，苍南县已发现各类矿产 13 种，以明矾石、叶蜡石、高岭土、石英等非金属矿产为主，陆生野生动物 1320 种，苍南县林地总面积 99.47 万亩。苍南县荣获中国紫菜之乡的称号。

县域品牌赛题6-1

COUNTY-LEVEL BRAND 6-1

“七彩农业”产业提升规划（文旅品牌类）

山海苍南·七彩农业
Mountains and Seas Cangnan · Colorful Agriculture

赛题描述

苍南县依托其依山傍海的地理禀赋与产业基础，创新构建了以“红、粉、黄、绿、青、紫、白”七种颜色为标识的“七彩农业”产业体系，旨在推动农业特色化、品牌化与现代化发展。请参赛团队根据七彩农业产品介绍，深入调研后选择其中一种产品，挖掘“小产品”背后的“大产业”，比如选品番茄产业开发类似番茄红素、番茄酵素、番茄乳酸菌饮料、番茄酒及番茄秸秆综合化利用等产品背后的产业创新，在现有一产产业结构的基础上，大力挖掘高附加值的生态农业和特色农产品加工，促进苍南县产业业态省级，推动农民持续增收。





成果要求

特色产品分析
创新方案文本
其他可表达设计相关图纸
未来运营策划

县域品牌赛题6-2

COUNTY-LEVEL BRAND 6-2

“七彩农业”创意品牌策划和特色农产品包装设计（文旅品牌类）



赛题描述

围绕“七彩农业”的品牌和包装设计展开全案设计。参赛团队立足苍南“七彩农业”的产业基础与山海地域特色，分析现存痛点，打造农业品牌差异化，完成有创意、可落地、有价值的品牌策划与特色农产品包装设计。项目旨在构思设计具有高辨识度的区域农业品牌形象、适合全域场景化应用推广的视觉宣传体系；针对公司七色主营产品（番茄、紫菜、虾皮等）打造苍南地域文化元素的特色产品包装，并结合当下文旅消费特点进行包装消费层级分化，实现消费群体精品化和节庆场景化诉。全案通过文化赋能和强化品牌标识，提升产品附加值，助力农产品向精品农珍升级，推动苍南特色农产品销售知名度。



成果要求

业态研究及分析

创意思路

方案文本

效果图

其他可表达设计相关图纸

县域品牌赛题6-3

COUNTY-LEVEL BRAND 6-3

“七彩农业”短视频与直播创意传播设计（AI 赋能）（文旅品牌类）



赛题描述

围绕“七彩农业”品牌，设计一套短视频 + 直播整合传播方案，鼓励结合 AI 技术进行创作，包括但不限于：1. 短视频创意设计：设计短视频内容主题（如“七天七色生活”“一县七味”等）；规划内容形式（剧情类 /VLOG/ 美食 / 情绪类 / 科普）等；可运用 AI 工具进行辅助创作（但不可全 AI，一定要有真实拍摄苍南县特产等镜头）。2. 直播内容策划：设计直播主题与形式；直播互通与转化设计（进行至少 3 场针对“七彩农业”的直播内容，每次内容不少于 30 分钟）。成果要求：创意方案（ppt 一份）；至少完成一下其中一项：短视频成片（3 份）；分镜脚本 + 关键画面设计；直播策划脚本及 3 份直播内容。





成果要求

策划书

视频脚本素材

方案文本

视频

其他可表达设计相关图纸

县域品牌赛题6-4

COUNTY-LEVEL BRAND 6-4

苍南县村奥会暨“山海苍南·七彩农业”嘉年华系列活动策划及执行方案（文旅品牌类）

山海苍南·七彩农业
Mountains and Seas Cangnan · Colorful Agriculture

赛题描述

2026 年 4 月，首届村奥会暨“山海苍南·七彩农业”嘉年华系列活动在岱岭畲族乡富源村成功举行，，是一场以“体育 + 农业 + 文旅”融合为特色的乡村盛会，旨在推动乡村振兴和“七彩农业”品牌推广。比赛项目贴近农事生活，活动形式兼具娱乐性与参与感，同时开展农产品集中展销等活动。请参赛团队深入实地调研，通过策划和营销创新创意的在地活动，结合“村奥会”特质，为第二届提出独特且具有执行力的创意活动方案，不限活动 IP、活动视觉、活动形式流程及宣传口号等。





成果要求

业态研究及分析
设计思路
方案文本
其他可表达设计相关内容
策划书

县域品牌赛题6-5

COUNTY-LEVEL BRAND 6-5

苍南特色谷物品牌打造与包装设计（文旅品牌类）





赛题描述

针对苍南地产玉米、大米等优质谷物系列展开品牌策划与包装设计。参赛团队需立足苍南产地生态优势，优越的种植环境和土壤气候，突出谷物原生态、无污染的自然农耕属性；结合谷物饱满软糯，新鲜多汁的品类特征，树立健康家庭膳食的销售亮点；整体品牌和规范化包装植入苍南山海肌理和浙南农耕文化，打造地域差异化品牌价值，拉高谷物类农产品附加值。课题旨在通过品牌和包装创意，塑造苍南健康生态、地域溯源、高附加值的区域特色谷物品牌，实现从基础散装向文旅健康精品食材的升级路径。





成果要求

业态研究及分析

策划书

产品内容

文创产品效果图

包装三视图

其他可表达设计相关图纸

未来运营策划

县域品牌赛题6-6

COUNTY-LEVEL BRAND 6-6

“七彩农业”IP 形象与角色设计（文旅品牌类）

山海苍南·七彩农业
Mountains and Seas Cangnan · Colorful Agriculture

赛题描述

围绕“七彩农业”，设计 IP 形象体系：设计 1 个主 IP 或 7 个系列 IP（对应七种产业）；构建角色设定（性格、故事背景）；延展应用（表情包 / 文创等）成果要求：IP 形象设计图（含设定说明）；应用场景展示。预期效果：打造具有传播力与情感连接的农业品牌 IP 形象，实现：增强品牌亲和力与年轻化表达、提高社交媒体传播潜力、为后续文创与品牌延展提供基础。



成果要求

业态研究及分析
设计思路
方案文本
IP 形象设计图
其他可表达设计相关内容
未来策划书

县域品牌赛题6-7

COUNTY-LEVEL BRAND 6-7

青村纪农创园活动策划与营销推广（文旅品牌类）



赛题描述

青村纪农创园作为青年回苍第一站 创业新起点的青创基地，为省级现代化农创园，在运营中需要一系列突出农创，结合青年的特色活动，来激活青春力量及丰富农创园的价值。请参赛团队深入实地调研，通过策划和营销创新创意的在地活动，如农创市集、农业主题节庆、沙龙、opc 创建等，提升青村纪公园的品牌影响力。参赛团队需结合青村纪农创园特质，提出独特且具有执行力的创意活动设计，制定详细的运营推广方案，并联合农创园运营公司、团县委、农创客企业等，实施活动调性落地并完成媒介宣传。





成果要求

业态研究及分析
策划书
产品内容
文创产品效果图
包装三视图
其他可表达设计相关图纸
未来运营策划

后勤联系方式

LOGISTICS CONTACT INFORMATION

1.联系方式：
产业科联系人：王建瓯，联系方式：13506870607；品牌建设与产销服务中心联系人：徐齐全，联系方式：19884780125；青村纪农创园联系人：谢再三，联系方式：13867767971。

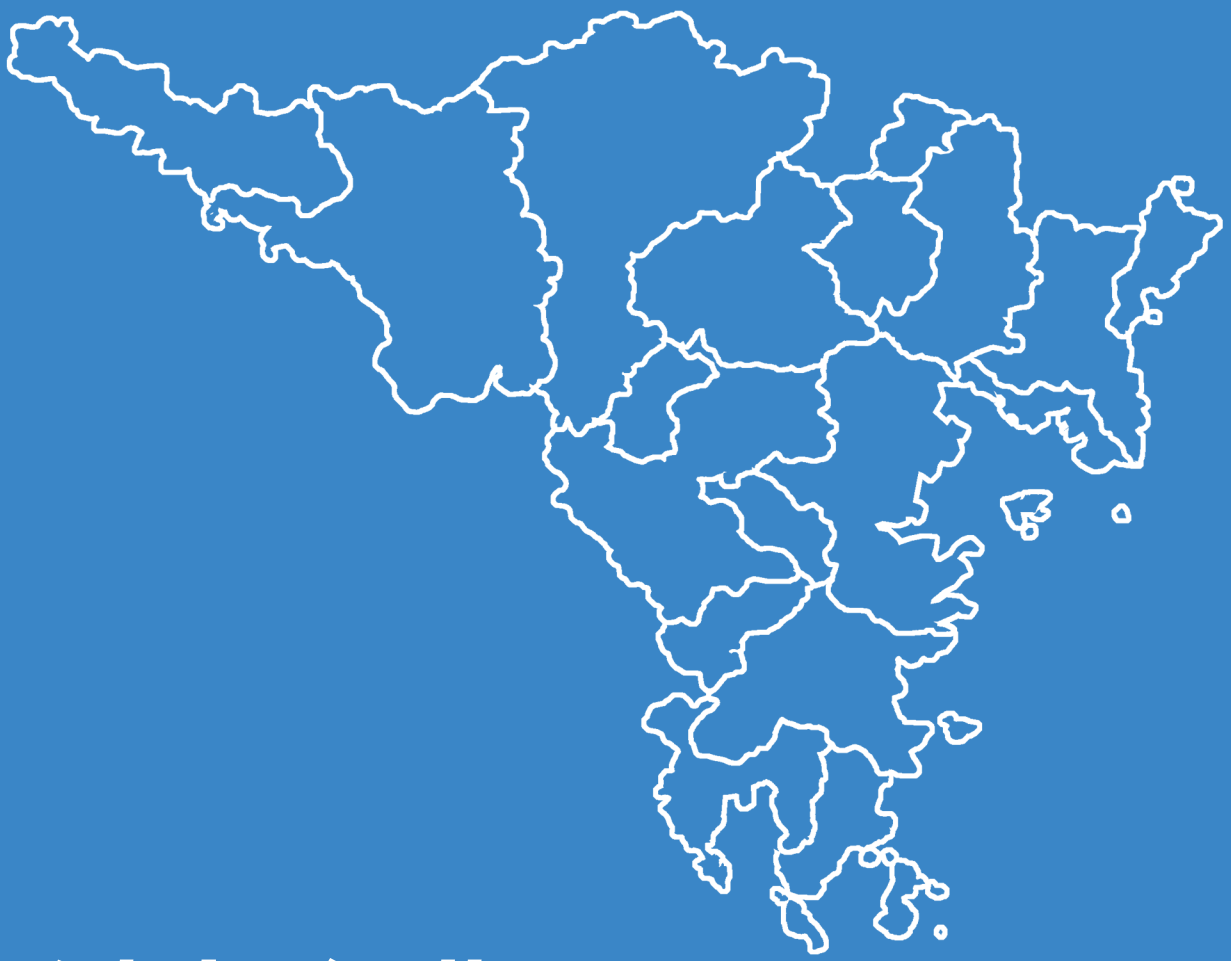
2.交通方式：
高铁：苍南站打车至青村纪农创园。
自驾：导航到青村纪农创园。

3.食宿安排：推荐汉庭酒店等住宿，居住地均有餐饮。

4.安全保障：已经建立完善突发事件应急体系和防汛防台等应急体系，如遇紧急情况或者突发事件，请拨打报警热线 110。

AGRICULTURAL MAKER ENTERPRISES

7



农创客企业

温州市齐天乐食品有限公司
苍南大源门食品有限公司
苍南蒲门食品有限公司
温州喔喔农业有限公司

农创客企业赛题7-1

AGRICULTURAL MAKER ENTERPRISES 7-1

“齐天乐”食品产品创新设计及包装提升设计（文旅品牌类）





赛题描述

本题聚焦苍南老字号“齐天乐”中式糕点、茶果子、麻花等产品，糕饼传承底蕴与苍南地域生活文化资源。参赛团队需针对传统产品口味无新意、包装无卖点、年轻客群吸引力不足等痛点，从健康化、年轻化、内容化方向做产品创新设计，融合苍南地域文化，对产品品类和口味创意开发，并打造高辨识度的苍南糕饼老字号品牌包装体系，适配日常、精品、节庆场景等消费需求。将传统工艺与健康配方、地域文化元素自然融入品牌包装，以促进传统品牌消费活力，实现区域老字号年轻化、品牌化、商品化价值提升。





成果要求

品牌业态研究及分析

市场调研

设计理念

方案 PPT 文本

效果图

其他可表达设计相关图纸

农创客企业赛题7-2

AGRICULTURAL MAKER ENTERPRISES 7-2

“酿次元”番茄果酒系列包装创意设计和运营推广（空间活化类）







赛题描述

本题聚焦番茄果酒系列包装设计和推广。参赛团队需紧扣山海苍南的番茄种植特点，融合地域农业特色与“酿次元”年轻化调性，兼顾女性美学、环保与实用性，突出番茄果酒酿造质感。推广需贴合女性年轻客群，突出群体生活品质化和场景化品鉴等消费诉求。团队需完成“酿次元”Logo 创意设计，打造苍南果酒记忆点 Slogan，完成 168ml 伴手礼包装设计和 750ml 单瓶酒包装设计，实现品牌破圈，提升产品附加值。





成果要求

品牌业态研究及分析

logo 设计

包装三视图

方案 PPT 文本

其他可表达设计相关图纸

农创客企业赛题7-3

AGRICULTURAL MAKER ENTERPRISES 7-3

苍南传统农副产品“大源门”品牌重建与市场推广创意策划（文旅品牌类）



赛题描述

本题聚焦苍南传统食品加工企业“大源门”品牌重建与市场推广两大核心任务。企业主营健康果饮（四季柚汁、西瓜汁、葡萄汁等）和传统肉类加工（鸡爪、鸭爪、猪肉渣等）。希望参赛团队立足农创产业发展趋势、苍南地域文化资源及企业未来发展定位，运用品牌策划、市场运营、创意设计能力，重塑大源门企业名称和产品天然健康、年轻消费定位的企业文化。需强调方案实操性、落地性与创新性。突出北纬 27°苍南地域文化特点；农副产品龙头加工企业精神内核；打造优质无添加、零防腐的个性化企业形象；强记忆点的企业专属 Slogan；适配全场景可行性的视觉推广方案，凸显休闲健康食品加工的优质企业定位和内涵。



成果要求

品牌业态研究及分析

视觉推广方案

方案 PPT 文本

未来运营策划

农创客企业赛题7-4

AGRICULTURAL MAKER ENTERPRISES 7-4

苍南蒲门食品非遗风味小吃产品创新（文旅品牌类）







赛题描述

赛题围绕苍南蒲门传统非遗风味糕点小吃展开产品创新改良创意。课题依托温州市级非物质文化遗产（九层糕制作技艺），聚焦蒲门非遗风味糕点，九层糕、蒲门炊、戚光饼、肉燕和海苔饼等产品，突出传统小吃“糯韧、鲜甜、海味鲜、古法香”特点。请参赛团队针对糕点品类口味固化、年轻受众接受度低、文旅属性弱等痛点，选取 1-2 种产品，对产品口味品种创意改良升级。要求立足蒲门非遗文化与本土风味特色，从口味改良、形态优化、场景应用等方面进行产品创新，适配日常即食、文旅伴手、节庆馈赠需求，实现非遗小吃年轻化、商品化、品牌化落地增值。





成果要求

品牌业态研究及分析
品牌应用创新设计
方案 PPT 文本
其他可表达设计相关图纸

农创客企业赛题7-5

AGRICULTURAL MAKER ENTERPRISES 7-5

苍南蒲门食品全系列包装及农旅伴手礼全案设计（文旅品牌类）





赛题描述

苍南县蒲门食品有限公司打苍南全域特色风味集合，主营九层糕，清明团，粽子，马蹄糕，八宝饭，米糕等非遗糕点，猪肉羹等地标汤食小吃、全系列本土特色糕点，产品定价亲民务实，产品类目多，品牌效益较低，包装简陋。企业已完成 168 黄金海岸特色风味主题餐车设计，对接项目在 168 黄金海岸线落地经营。请参赛团队深入调研，为企业提供围绕苍南特色风味与非遗糕点品牌化建设，完成可落地、可商业化的整体视觉体系设计，涵盖单品包装及产品组合的伴手礼方案设计，实现产品包装视觉突出、结构创新、在地故事性、全品系列感，提升产品附加值与市场竞争力等。





成果要求

品牌业态研究及分析

品牌应用设计

方案 PPT 文本

包装三视图

其他可表达设计相关图纸

农创客企业赛题7-6

AGRICULTURAL MAKER ENTERPRISES 7-6

喔喔蛋鸡产业品牌提升（文旅品牌类）

蛋满鲜®

赛题描述

聚焦苍南金乡喔喔蛋鸡产业，以品牌 IP 创意策划与运营推广为课题诉求。依托该产业绿色生态、智慧养殖的产业特点，亮点开发功能性鸡蛋（如 DHA 蛋、降低胆固醇蛋、富硒蛋等）。参赛团队需针对当前品牌 IP 缺失、形象识别力弱、品牌影响力局限、客群年龄固化、吸引力不足等痛点，打造具有高辨识度、强记忆点的 IP 形象和专属 Slogan。通过讲述科技养殖与地域文化内涵，制定可落地的全域视觉品牌识别系统，并创意运营推广策略，实现 IP 赋能品牌升级，扩大品牌影响力，呈现健康安全的乡村原产品牌特质，推动企业打响区域农产名品的物产口号，助力乡村共富。





成果要求

品牌业态研究及分析

IP 形象和 Slogan 设计

方案 PPT 文本

其他可表达设计相关图纸

农创客企业赛题7-7

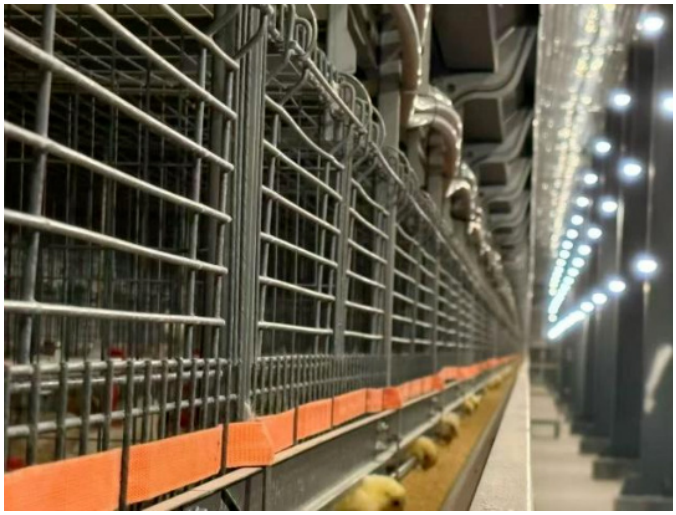
AGRICULTURAL MAKER ENTERPRISES 7-7

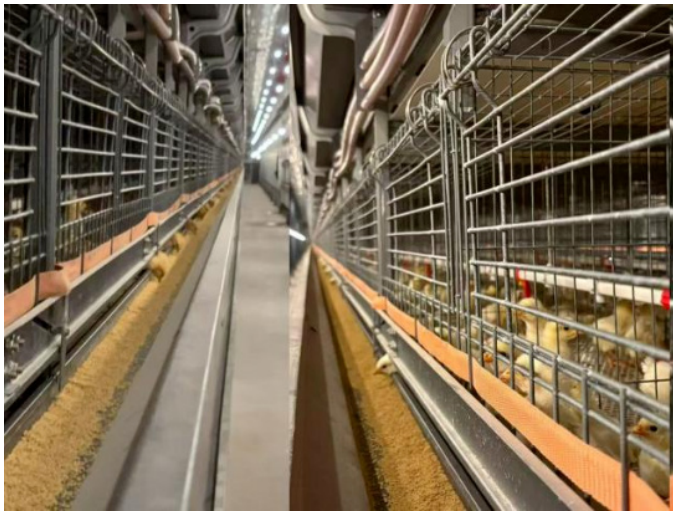
喔喔蛋鸡产业可持续运营的创新模式（文旅品牌类）



赛题描述

基于喔喔蛋鸡养殖场景，设计面向青少年及亲子人群的研学课程与体验路线，包含课程主题、活动内容、空间动线及互动形式，体现农业科普、劳动教育与趣味体验相结合。形成一套可实施的研学产品方案（课程体系+体验路线+互动设计），可用于农场研学项目落地与运营。





成果要求

品牌业态研究及分析
研学课程方案
方案文本 PPT
研学路线
其他可表达设计相关图纸

后勤联系方式

LOGISTICS CONTACT INFORMATION

1.联系方式:
温州市齐天乐食品有限公司，负责人洪少红 15067726660;
苍南大源门食品有限公司，负责人王小栗 15967786688;
负责人周孝美 18257782228;
苍南蒲门食品有限公司，负责人王顺龙 15325010007;
温州喔喔农业有限公司，负责人杨扬 13587899646。

2.交通方式:
高铁：苍南站打车至各企业点位。
自驾：导航到各企业点位。

3.食宿安排：推荐灵溪镇酒店等住宿，居住地均有餐饮。

4.安全保障：已经建立完善突发事件应急体系和防汛防台等应急体系，如遇紧急情况或者突发事件，请拨打报警热线 110。

附件：苍南专项赛通知
ATTACHMENT

浙江省大学生科技竞赛委员会

浙科竞〔2026〕28号

关于举办“建行裕农通杯”第九届浙江省大学生乡村振兴大赛·温州苍南县专项赛的通知

各高校:

为深入学习贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，全面落实习近平总书记关于“三农”工作的重要论述，引导广大青年深入基层开展调查研究，激发创新创业活力，推进创新链、产业链、资金链、人才链深度融合，构建“产学研用”深度融合的技术创新体系，助力县域人才要素流动，推动农业高质量发展，决定举办“建行裕农通杯”第九届浙江省大学生乡村振兴大赛·温州苍南县专项赛（以下简称“大赛”）。现将有关事项通知如下:

一、组织机构

指导单位: 浙江省教育厅、浙江省农业农村厅（浙江省乡村振兴局）、浙江省文化广电和旅游厅

主办单位: 浙江省大学生科技竞赛委员会

承办单位: 温州科技职业学院、浙江大学新农村发展研究院

协办单位: 苍南县农业农村局、苍南县现代农业产业研究院

大赛设竞赛委员会，负责竞赛发展策划、竞赛方案、竞赛规程等审定工作；设竞赛秘书处，全面负责大赛组织实施、运行管理、宣传推广和统筹协调等工作；设监察与仲裁组，负责竞赛过程监督和竞赛异议处理等工作，确保竞赛公平公正。

二、大赛主题

青创 C 位 链动山海苍南

三、参赛对象

浙江省普通高校全日制在校学生（本专科、研究生）和毕业五年内的大学生（2021 年 1 月 1 日后毕业）均可报名参赛。参赛以团队形式参与，每队学生人数限 3—7 人，指导老师 1—3 人（毕业生团队可无指导老师），须明确团队负责人，鼓励团队跨地区、跨学校、跨领域、跨学科自由组队。

四、赛题方向

（一）空间活化类

遴选闲置或待活化的乡村闲置资产，基于高校师生的创意、提升环境，打造符合乡旅需求的新业态空间。在促进环境优化和经济发展的同时培育、孵化优质项目，推进人才落地进村。

（二）文旅品牌类

充分运用设计赋能，开发、提升“七彩农业”农特产品的附加值，包括但不限于商标、包装、营销、渠道等全链路的创意优化；设计开发观光、休闲项目或研学课程等旅游产品；针对镇域

/村域的公共文化和企业品牌，策划线上或线下的宣传推广活动并设计执行方案，以创新形式提升知名度和影响力。在促进产业和经济发展的同时培育、孵化优质项目和人才落地进村。

《“建行裕农通杯”第九届浙江省大学生乡村振兴大赛竞赛指南》和各专项赛竞赛等相关资料获取地址链接为：https://pan.baidu.com/s/1G1sNKVpvvPj5LZvJO1p9gg?pwd=6666，提取码：6666。

五、赛制与赛程

（一）赛制

大赛采用初赛、复赛、决赛三级赛制，赛事评审由竞赛委员会和主承办单位共同组织实施，遴选一批优秀项目并予以政策支持和激励。

（二）赛程

第一阶段：报名和初赛

1.参赛报名。各参赛团队登录大赛专属平台（报名系统：http://xczx.moocollege.com）进行注册报名填报相关信息，并完成初赛参赛作品上传，截止时间：2026 年 7 月 10 日 24 点前。提交材料包括：

（1）项目申报书：参见赛题资料包中附件（含表一表二），

须提交作品电子版 Word。

（2）初赛提交材料：空间运营类需提交商业计划书、创业构想、空间改造设计方案；品牌运营类需提交策划书和设计方案。

（3）文件规格：须提交作品电子版 Word 或 PPT 格式文件，不超过 40 页，不大于 200 MB；如有音视频文件须一并提交。总文件大小不超过 1G。详细提交内容可查看报名指南，复赛和决赛提交材料另行通知。

（4）文件命名格式：参赛项目名称+团队负责人姓名。

2.初赛。2026 年 7 月 15 日前，各高校完成校级比赛和项目推荐。团队上传至竞赛系统的资料在 7 月 10 日 24 点前均可修改。如学校不组织校赛推荐，大赛秘书处将组织专家以线上评审形式开展，根据评审结果，确定若干个参赛项目入围复赛。

初赛时间：2026 年 7 月中旬。

第二阶段：复赛和项目完善

1.复赛。大赛秘书处组织复赛，优选 30 支立项团队进入决赛创作和项目完善。

复赛时间：2026 年 7 月中下旬。

2.项目完善与实施。开设大赛训练营，组织团队学生实地开展项目深化研究，包括技术交底、设计方案优化、施工及文创产品、研学课程实施运营等内容。

时间安排：2026 年 7 月下旬—9 月中旬。

第三阶段：决赛

以现场验收、项目路演评审等形式进行决赛评审。

时间安排：2026 年 10 月。

六、评价标准

1.初赛、复赛评审参考指标包括团队专业度及保障计划、项目创新性、项目方案科学合理性及可行性等。

2.决赛评审参考指标包括团队专业度、驻村情况、项目创新性、项目方案落地实施情况及运营成效等。

七、奖项设置及政策支持

（一）奖项设置及奖励

奖项等次	数量（支）	奖金（万元/支）
一等奖	2	5
二等奖	5	1
三等奖	9	0.5
优秀奖	14	0.3
合计	30	
注：各奖项数量根据实际评审情况评定，但不超过上表公布数量。获奖团队奖金为税前金额，所得税由执行单位代为扣缴。		

（二）政策支持

1.为鼓励参赛团队深入开展实地调研，发放立项团队入村调研补贴，最高发放 4000 元（税前），费用包含交通费、住宿费、餐饮费、设计及制作费等，不足部分由团队自行解决。

2.落地项目在驻村营造期间装饰过程中产生的材料费，由乡镇安排专项经费支出，实际发生费用不得超过预算金额。

3.所有入选决赛项目，除获得一定数额的现金奖励外，还将根据省赛相关规定获得浙江省大学生科技竞赛委员会颁发的金银铜奖荣誉证书。大赛秘书处可为参赛团队成员提供暑期社会实践证明等。

4.对落户苍南县创办企业或就业的参赛团队，按照苍南县组织部和人才办最新相关政策享受支持。

八、其他事项

1.缴费要求:各高校推荐的项目需缴纳报名费,缴费标准500元/项，缴费账户：浙江大学，缴费账号：19042201040000014，开户行：农行杭州紫金港支行（汇款缴费时请在用途栏注明“乡村振兴大赛”，务必标明汇款学校名称。不接受现金缴款，不要以个人名义汇款）。

2.参赛者承诺：所申报的参赛作品完全由本人自主原创，不存在侵害他人著作权、商标及其他知识产权或违反其他法律法规的情形；参赛者同意除保留作品的署名权外，著作权中的其他财产权包括复制权、发行权、出租权、展览权、表演权、放映权、广播权、信息网络传播权、摄制权、改编权、翻译权、汇编权等以及参赛作品、设计成果所产生的知识产权均归本专项赛项目委托单位所有。

3.因作品带来的知识产权纠纷由参赛者自行承担。如有剽窃、抄袭等违规现象，经竞赛委员会监察与仲裁组核实后，酌情

降级或取消竞赛资格，参赛者需退还已发放的全部项目调研补贴和奖金。

4.参赛者对上述各项承诺均无任何异议，参赛者仅保留参赛作品的署名权外，包括复制权、发行权、出租权、展览权、表演权、放映权、广播权、信息网络传播权、摄制权、改编权、翻译权、汇编权，对著作权中的其他财产权以及参赛作品、设计成果所产生的知识产权归属于本专项赛项目委托单位，所有参赛作品均不归还。

九、大赛联系方式

地址：浙江省杭州市西湖区余杭塘路 866 号浙江大学。

联系人：邱老师，15382527383。

专项赛咨询 QQ 群：894556250。

浙江省大学生乡村振兴大赛公众号：

专项赛报名网址：http://xczx.moocollege.com。

专项赛微信咨询群：

浙江省大学生科技竞赛委员会

2026 年 6 月 23 日

“建行裕农通杯”第九届浙江省大学生乡村振兴大赛
温州苍南县专项

CRC AWARD
COMPETITION GUIDE

