附件1

**大赛赛题指南**

**赛道一设计类**

**赛题1:东溪镇永乐村景观环境优化设计**

**赛点：**綦江区东溪镇永乐村

**背景：**永乐村为第一批中国传统村落，距离东溪古镇仅500米。该村生态宜居，新老东丁公路、东丁河由西向东贯穿其中，山环水抱，村落中交错分布的民居建筑、古建筑以及黄桷古树交相辉映，呈现出“小桥流水人家”的独特意境。作为延长东溪古镇旅游链条，弥补乡村旅游短板的永乐村，围绕“千亩良田、文化院落、东丁河流、古桥古树”等资源优势，充分挖掘永乐村“山水林田河”自然资源和历史、文化、乡贤等人文资源，创新设计乡村振兴田园项目，以农文旅融合发展推动一二三产有机融合。

**要求：**针对永乐村景观环境进行设计、整治、改造和提升，主要有两个项目：一是准确定位客源群体，创新开发具有原创性且能够突显主题的田园综合体项目，项目产品可以包括乡村休闲、自然观光、消费购物、农事体验、游乐活动、养生度假等。二是针对永乐村“双桂园”和“东丁雅苑”两个院落进行景观设计、环境改造、文化布局、路线导视，设计体现传统村落、具备现代生活条件的住宅和民宿，打造精致别样的乡村小院。以上两个项目可选择其中一个进行单独设计，也可以将两个项目融合在一起进行设计。

**赛题2:东溪镇文创商品创新设计赛点：**綦江区东溪镇

**背景：**东溪古镇街区获评了重庆市市级旅游休闲街区，街区主要包括正街、朝阳街、书院街、背街、庙坝子美食街，街区集旅游观光、文化体验、餐饮住宿、娱乐购物、品茶看戏、文创时尚等多重功能于一体，既有古城古韵又有新貌新颜。目前，街区内具有地方特色的文创商品偏少。

**要求：**一是“土特产”伴手礼设计。以东溪古镇的“土特产”(如东溪黑鸭、东溪花生、东溪豆腐乳、霍二酥点、蓝莓酵素、东溪血豆腐等)为主要对象，融入古镇文化、农耕文化、非遗文化等，进行特色“土特产”组合伴手礼包装设计和品牌宣传，让伴手礼成为到镇游客必买的一款产品，打造东溪古镇特色“地域名片”。二是文创艺术品设计。围绕街区内西南地区最古老的邮局——麻乡约民信局，设计集邮政文化、历史风貌、风土人情展示为一体的明信片、信封、邮票等系列文创产品。

**赛题3:赶水镇草范萝卜“加工赋能全季销”设计**

**赛点：**綦江区赶水镇石房村

**背景：**赶水镇依托草范萝卜等特色农业，以“粮头食尾”“农头工尾”为抓手，深入推进镇域内“龙头企业+村集体经济”一体发展，发展壮大了4家村集体初加工，结合2023年新发布了以草莞萝卜为原型的“綦綦、多多、彩彩、创创、新新”5个IP形象，全面推进草莞萝卜深精加工建设，重点向休闲包装食品、预制菜、腌腊制品等方向发展，打造了“赶水草莞萝卜”系列休闲食品10余个。

**要求：**在巩固赶水草莞萝卜鲜销优势基础上，通过加工延伸销售周期至全年，围绕萝卜初加工品、预包装风味食品等设计策划创新大单品，推动延长产业链、提升价值链，扩大萝卜产业的品牌建设和萝卜产品的销售潜力，助力“小萝卜”成为“大产业”。策划内容包括草苋萝卜特性分析、单品研发、市场研判、包装设计、创意营销等，作品形式以文案为主，可附加视频、音频、图集等。方案应突出创新性、市场性、技术性、落地性，最大可能地实现萝卜产业效益最大化。

**赛题4:东溪古镇网红打卡点专题设计**

**赛点：**綦江区东溪镇

**背景：**东溪古镇系中国历史文化名镇，为“巴渝第一场盐马古道津”。2000多年的历史孕育了红色文化、移民文化、盐马文化、抗战文化、僚人文化等宝贵遗产，现有木雕、草编、版画、竹编等市区级非遗项目18个，保存有市区级文物210处，以万天宫、南华宫为代表的人文景观73处，拥有西南地区最大的黄桶树群，5000多株黄桶树枝繁叶茂，素有“西南第一山水古镇”的美誉。现古镇推出品历史人文的“古镇文化游”和赏自然景观的“峡谷风光游”两条游线，深受游客欢迎。

**要求：**在“古镇文化游”和“峡谷风光游”两条游线沿线的重要路段、特色景点处，通过场景设计、氛围布置、文化植入等，设计打造系列具有东溪标识度的网红打卡点，让游客游之有痕、感之能言、言之能见。作品形式不限，建议图文并茂，对游客有足够的吸引力。

**赛道二营销类**

**赛题1:老瀛山景区主题宣传片与短视频制作赛点：**綦江区三角镇

**背景：**老瀛山汇聚了典型稀有的木化石群、恐龙足迹化石群以及丹霞地貌等自然景观，不仅是国家古生物化石的集中产地，更是世界上唯一一处保存有全部恐龙足迹类型的恐龙遗迹化石群的地方，同时也是全国第二批国家级重点古生物化石集中产地之一。老瀛山有三大亮点，即莲花保寨、虎山丹霞和老瀛如来。莲花保寨坐落于一段天然形成的大型山体凹腔之中，綦江地区发现的大部分恐龙足迹都保存于莲花保寨内。虎山丹霞名称来源于崖面上因风化作用形成的两个巨大的象形文字“虎山”,崖壁雄奇险峻，在阳光映射下，红色峭壁如丹，红崖若霞。老瀛如来，是一座高约30米的天然石景观，因差异风化而形成。其脸型方正、天庭饱满、鼻梁挺直、表情庄重、目光炯炯有神，相传是如来佛祖的幻像。綦江区主题宣传口号“到綦江·如来如愿”的创意正是源于此景观。

**要求：**以“如来如愿”主题为主线，结合老瀛山资源特色，特别是关于“老瀛如来”的文化传说，凝练老瀛山景区宣传主题，选取视频素材，拍摄特色鲜明的宣传片，制作出适合在数字媒体终端(如计算机、电视、投影、手机、平板、户外电子屏等)呈现的短视频(时间不超过5分钟),帮助老瀛山塑造景区形象，打造景区名片，提升景区品牌，提高景区美誉度和知名度。

**赛题2:“花坝杯”“村BA”球王争霸赛升级策划**

**赛点：**綦江区石壕镇万隆村

**背景：**石壕镇万隆村与贵州省习水县、桐梓县相邻，有“一脚踏三县”之称。该村已成功举办2024年“村BA”球王争霸赛重庆赛区(綦江)总决赛和第八届“花坝杯”篮球赛。今年花坝杯“篮球赛”参赛队伍已达43支，覆盖渝南黔北的周边街镇，吸引线上和现场观众10万余人围观，带动糯玉米、方竹笋、红椿面等农副产品和餐饮住宿等消费600余万元。

**要求：**为进一步提升万隆村“花坝杯”“村BA”球王争霸赛的知名度和参与度，需要参赛团队对赛事进行升级策划。策划书内容包含但不限于赛事现状、同质化分析、升级框架、预期效益、风险管控等。策划内容应结合万隆村实际，将万亩花坝草甸、神鹰山、李公坝、游乐场等吸引物，以及非遗文化、红色文化、农耕文化等融入其中，以增加消费和体现地方特色，避免与贵州及周边“村BA”活动内容相雷同。

**赛题3:石壕镇高山村黄桃产业品牌设计及宣传推广**

**赛点：**綦江区石壕镇

**背景：**石壕镇大力发展土特产资源，通过前期考察论证，2022年全镇发展了500亩优质黄桃(采取集体公司+农户的模式),经过多年的培养管护，已形成500亩优质黄桃产业。

**要求：**为将进入成熟期的黄桃进行包装设计和宣传推广。设计要与地方特色相结合，突出黄桃产品特点，设计内容可以包括市场分析、营销定位、形象设计、项目创意、销售渠道选择、品牌塑造路径等，作品形式不限，打造形成高山村落独有的品牌，以地方品牌推动地方产业振兴和乡村振兴。

**赛题4:沧沟国际户外运动小镇市场引流与形象推广**

**赛点：**武隆区沧沟乡

**背景：**武隆区沧沟乡属典型的喀斯特地貌，山地、水上、溶洞、峡谷等户外运动资源富集。按照武隆区“一心一核四区”户外运动空间布局和发展规划，沧沟乡拟打造喀斯特山地户外运动基地、桐梓山户外运动产业核心区门户和武隆区户外运动产业试点示范。经过初期建设，沧沟国际户外运动小镇的形象定位已经在一定范围形成。

**要求：**参赛队伍在对沧沟乡深度调研分析的基础上，以户外运动为主题，结合沧沟乡的历史、地理、文化和发展定位，创新策划多元化引流路径，实现流量变现、借势发展，最大化获得旅游收益。引流方式包括但不限于目的地线下宣传、传统媒介广告、户外场景营造、社交媒体营销、特色活动引流、网红达人合作等，要求作品具有主题性、创新性、落地性，形式不限。

**赛道三策划类**

**赛题1:三角镇红岩村农文旅创意项目策划**

**赛点：**綦江区三角镇红岩村

**背景：**红岩村位于4A级旅游景区重庆綦江国家地质公园老瀛山景区核心区域，是綦江区国家农村产业融合发展示范园重要组成部分，也是全区唯一巴渝和美乡村五星级示范村，条件得天独厚、优势十分突出。但该村还未完全释放旅游的红利，知名度、影响力均不够，农文旅项目偏少且质量不高，缺乏成熟度较高的配套旅游线路和游乐设施，需进一步提升文旅项目的创新度，开发乡村旅游潜力。

**要求：**结合红岩村乡村发展实际，围绕景村一体融合发展，在典型稀有的木化石群、恐龙足迹化石群以及丹霞地貌等自然景观基础上，进一步挖掘老瀛山旅游资源，综合考虑红岩村区位交通优势、基础配套设施、特色农业产业、主题乡村民宿群建设等要素，准确定位客源群体，创新策划具有原创性且能够提升村落旅游影响力的文旅项目。项目方案呈现形式可多元化，项目须具有可行性、落地性。

**赛题2:三角镇红岩村乡村治理与文化活动策划**

**赛点：**綦江区三角镇红岩村

**背景：**近年来，红岩村持续引导群众向上向善向好，有力改善社会风气。推进治理大操大办滥办宴席专项行动，刹停“无事酒”。全村推行积分制和清单制，建成“六有”积分超市，调动群众参与乡村治理热情，完成“六张清单”编制。结合不同节点，全年开展活动20余场，持续开展十星级文明户等评选活动，通过“报、台、网、微、端”讲述红岩家风故事。但现有的乡村治理仍未覆盖全村，也缺乏让红岩原住民与新村民汇聚一堂的“出圈”文化节会活动，需进一步调动群众积极性，通过一系列文化活动全景式、多维度打造宜居宜业和美乡村新场景。

**要求：**以红岩村推动和美乡村建设为背景，进行乡村文化活动策划，调动村民参与集体活动积极性，提高村民自治能力，提高乡村治理的效能。可围绕基层治理、产业发展、村容整治、乡风文明、民生保障等方面进行活动策划。鼓励参赛作品与红岩村传统民俗、非物质文化遗产、历史典故等相结合，提高活动的文化性和趣味性。通过文化活动丰富乡村场景和业态，丰富村民的精神文化生活，增强社区的凝聚力和归属感。

**赛题3:石壕镇红色研学项目提档升级策划**

**赛点：**綦江区石壕镇

**背景：**石壕是中央主力红军长征在重庆的唯一转战地，作为遵义会议的前哨、四渡赤水的序曲，红一军团司令部旧址、红军桥、红军洞、红军路、红军街、红军烈士墓等红色遗址保留完好，“司务长血染茅坝坪”“李树清冒死收留伤病员”等红色故事广为流传，还有黔北游击队万隆战斗遗址，以及被誉为戏剧“活化石”的石壕杨戏。石壕先后被授予重庆市爱国主义教育基地、重庆市国防教育基地、重庆市“十大最美小镇”、重庆市历史文化名镇、重庆市烈士纪念设施等多个荣誉称号。近年来，石壕以浓厚的红色文化资源吸引众多学生团队前来开展红色研学，但规模偏小、内容偏少。

**要求：**在分析石壕镇现有红色研学旅游产品的基础上，围绕长征主题红色革命文化资源，对研学旅行项目进行升级策划。类型可以是研学旅行课程设计、研学旅行线路设计和研学旅行基地策划。作品应坚持社会主义核心价值观，深入挖掘红色旅游资源中蕴含的爱国主义精神，凸显大赛主题。鼓励策划过程中与当地气候特点、传统民俗节庆、非遗、历史典故、体育项目、产业发展相结合，健全红色研学体系，提升红色研学质量。

**赛题4:赶水镇草范萝卜节集会活动升级策划**

**赛点：**綦江区赶水镇石房村

**背景：**赶水镇立足“草莞萝卜”金字招牌，积极开展一年一度的赶水草范萝卜节，打造石房村草范萝卜主题公园，整合梅子村苗族乡情文化、岔滩村赵通坝、麻柳村人居环境示范点，科学有序布局农耕体验中心、单位团建基地、市民休闲之地，创新推出“采草莞萝卜、赏苗族风情、品乡土文化、吃刨猪盛宴”为一体的草莞萝卜主题一日游，逆势成为冬季主城居民旅游热点。

**要求：**对草莞萝卜节进行深入调研，剖析目前该节庆开展过程中存在的问题，对“草莞文化”进行全面挖掘和活化，利用域内文旅资源，策划包装萝卜宴、特色民宿、农事体验、乡村研学、萝卜展会、萝卜运动会等特色子项目，全面升级草范萝卜节内容体系。内容包括但不限于基础分析、创意构思、活动安排、推广计划、效益分析等。