

大赛赛题指南

赛点：重庆市永川区红炉镇

背景：红炉镇位于重庆市永川区西部，距永川城区 25 公里，距荣昌区 23 公里，距重庆主城区 100 公里，总面积 64 平方千米，下辖 5 村 2 社区，户籍总人口 24018 人。红炉矿产资源丰富，已探明可开采石灰石 7.5 亿吨、白泡石 700 余万吨，储量大、品位高，是重庆市建筑用灰岩重要保障地。辖区有工矿企业 20 家，年产建筑骨料 1800 万吨，水泥 120 万吨，同时拥有钟鼓幽煤矿遗址、永川煤矿窄轨铁路等工业遗迹。农业上，除水稻、玉米等传统粮食作物，还发展了茶叶、佛手柑、菲油果、金银花、通花根、黄花、辣椒、蜂糖李等特色农业 10000 余亩。近年来，红炉镇立足优越的自然人文资源，以工业遗产活化和乡村振兴示范为双核驱动，通过盘活闲置资产、导入“宠物+”产业，推动农业、工业、休闲、研学、文创、影视等多业态深度融合，实现体验经济与在地资源的高效融合，助推乡村全面振兴。

赛道一：文案类

赛题 1：工业遗产盘活创意策划

红炉镇拥有丰富的工矿遗迹资源，如遗留矿道、废弃矿洞、老旧厂房、矿井设备等，承载着独特的工业记忆，也为乡村产业转型留下了宝贵的空间资产。重庆市近年来持续推

进废弃工矿生态修复与工业遗产活化，鼓励区县挖掘本地特色资源发展乡村文旅，为红炉镇转型提供了政策支撑。目前红炉镇已经完成了工业遗产区域的初步生态修复，为工业遗产活化奠定了基础。

参赛团队需完成三项核心任务：

1.梳理红炉镇工业遗存的核心价值，结合现有生态文旅基础，从全新视角挖掘红炉工业文化的独特性，明确红炉工业遗产活化的整体定位与差异化特色。

2.针对闲置厂房、废弃矿道、矿井设备等核心空间，提出“微改造、精提升”空间更新方案，设计符合乡村旅游需求的体验场景，如影视拍摄、工业研学、宠物营地、矿洞探险、沉浸体验、文创休闲等。

3.提炼工业文化核心符号，策划品牌活动，设计针对性的品牌传播方案，创新客源引流与商业盈利模式，助力红炉工业旅游“破圈突围”。

赛题 2：红炉萌宠品牌设计与塑造

当前，红炉镇通过五个村集体抱团组建强村公司，锚定宠物经济新赛道，创新探索出“强村公司搭平台+专业公司供技术种犬+农户参与养殖”的共富模式，目前已发展首批示范养殖户近 10 户，繁育犬规模达到千只，首批参与的困难群众已实现年增收几千到一万余元，农户参与热情持续高涨，宠物养殖基础初步成型。据相关统计，国内宠物经济市场规

模已突破三千亿，“它经济”蓝海市场前景广阔，红炉镇亟需在现有养殖基础上延伸产业链条，塑造特色区域品牌，打通从养殖到文旅、从产品到 IP 的全链路，让萌宠经济真正成为带动当地群众共同富裕的稳定引擎。

参赛团队需完成两项核心任务：

1.完成轻量化产业链延伸创意设计。针对当前仅靠卖活体、产业无附加值的核心问题，依托现有养殖资源，开发适配乡村落地的宠物轻量化文创衍生产品，设计简易萌宠乡村体验场景，搭建“活体繁育+文创增值+轻量体验”的初级产业链条，破解业态单一的发展瓶颈。

2.完成萌宠特色区域品牌全案塑造。针对产业无品牌、无标识、无辨识度的问题，结合红炉乡土与共富特色，完成品牌体系创作、原创品牌 LOGO 与萌宠 IP 设计，配套设计产品标识、宣传海报等基础视觉物料，打造统一、可落地、可直接使用的红炉萌宠专属品牌体系，提升产业市场辨识度与传播力。

赛题 3：英山小火车沿线观光体验设计

红炉镇窄轨小火车原为永川煤矿运煤专线，于 2021 年随重庆所有煤矿关停而停运。根据相关规划，红炉镇将依托特色窄轨铁路，打造集观光、休闲、交通功能于一体的廊道，串联沿线的重要项目和村落，为游客提供独特的观光体验。目前，该项目处于规划与前期推进阶段。同时，沿线景观同

质化严重，缺乏具备记忆点的特色打卡节点，未能充分挖掘在地文化资源，也无法满足当代游客沉浸式体验与社交传播的需求。

参赛团队以英山小火车全程约 10 公里的沿线空间为设计范围，完成三大核心任务（可选择全部或聚焦 1-2 个方向深度策划）：

1.完成沿线打卡点的整体布局与主题定位，根据小火车行驶节奏，在合适的位置设置 3-5 处核心网红打卡点，明确每个打卡点的主题与功能，形成“移动赏景-定点打卡-沿线消费”的完整游览逻辑。

2.完成每个打卡点的景观设计与装置设计，突出拍照出片的视觉效果，同时结合当地文化元素，打造能让游客记住英山特质的专属标识，避免千村一面的网红设计。

3.针对小火车沿线整体提出氛围营造策略，从导览标识、植被整理、夜间氛围、公共设施配套四个维度出发，统一沿线风格，提升整体游赏体验。

赛题 4：“红炉之眼”矿坑保护与利用

红炉镇矿坑位于英山顶部槽谷，系历史上大规模开采石灰岩后积水形成。雨水与地下水长期汇集后形成大小不一的矿坑湖，水体因钙镁离子与光的散射效应呈现出翡翠、宝石蓝的奇幻色彩，被网友戏称“红炉之眼”、“马尔代夫永川分夫”，成为红炉不可复制的工业遗存。近年来，红炉镇通过河

道整治、矿山生态修复，已经重现清水河秀美景象，“红炉之眼”也从生态伤疤逐步具备转型基础，周边“水上公路”已经成为重庆网红打卡地，亟需结合现有旅游资源对矿坑进行保护性利用，为片区乡村振兴注入新活力。

参赛者围绕“红炉之眼”矿坑的生态修复与活化利用完成创意设计，可从整体保护规划、单体矿坑业态设计、运营模式创新任一方向切入，也可提交全链条综合性方案。具体如下：

- 1.坚持“保护优先、分类利用”原则，针对不同类型矿坑制定差异化保护方案，保留工矿文化记忆。

- 2.结合红炉镇现有文旅配套，统筹矿坑的空间布局，构建完整的观光体验体系，形成与英山小火车、清水河生态带互补的旅游产品。

- 3.设计可持续的运营模式，让矿坑开发带动村集体和村民持续增收，真正实现“生态伤疤”到“金山银山”的转变。

赛道二：视频类

赛题 5：“小美红炉”短视频创作与展示

红炉镇坐拥茶山竹海余脉生态资源，是一座从工矿遗址转型为生态文旅胜地的乡村振兴典型乡镇。依托得天独厚的生态本底、独特的农耕民俗与手工传统，以及深厚的工矿记忆与人文文脉，正全力打造“小美红炉”乡村振兴特色品牌。近年来，红炉镇生态蝶变与产业升级成果斐然，却缺乏优质

年轻化的传播内容放大品牌声量，品牌认知度仍局限于本地，未能充分挖掘品牌特色与故事张力。

参赛团队需完成两项核心任务：

1.以“小美红炉”主题为主线，结合红炉镇地域特色，特别是工业遗迹（必须包含红炉窄轨小火车）、宠物经济、非遗文化、特色农产品等，凝练红炉镇宣传主题，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。短视频要摆脱“风光堆砌”和“说明书式”的枯燥，应用足创意，从内容内核、技术赋能、情感共鸣等维度构建内容体系，帮助红炉镇塑造区域形象，打造地区名片，提升地区品牌，提高红炉美誉度和知名度。

2.制定短视频配套策划方案，包括制作背景、内容构思、拍摄框架、脚本设计、推广方式等。