

## 保生大帝文創商品設計策略單

**企業主：**世界保生大帝廟宇聯合總會



**創作主題：**保生大帝文創商品設計

**創作目的：**

通過文創產品的創作和設計，傳播保生大帝慈濟救民的精神，宣傳保生文化。推廣具有保生文化特色的創意商品、紀念品，滿足廣大信眾和遊客需求。通過宣傳保生大帝慈濟救民、醫德高尚的形象和精神，擴大保生大帝的知名度和影響力。

**保生大帝介紹：**

保生大帝，原名吳仞，曾任宋御醫，後懸壺濟世，因其高超醫術和高尚醫德深受閩地人民敬仰和愛戴，逝後被朝廷追封為“大道真人”、“保生大帝”，逐漸成為閩南、潮汕、臺灣地區及東南亞華僑華人共同信奉的道教神祇。

**傳播對象：**海內外保生大帝信眾及兩岸文創產品創客。

**溝通調性：**傳播保生文化，促進兩岸文化創業交流、合作。

**文化創意商品設計範圍：**文具、飾品、工藝品、服飾、其他

**文化創意商品設計範圍：**文具、飾品、工藝品、服飾

**商品設計要求：**

1. 有鮮明的保生文化元素
2. 統與現代結合，易於被大眾接受
3. 特殊圖案、特殊造型、特殊材質效果，可備註



## 第二十七屆時報金犢獎

27th Times Young Creative Awards

### 參賽要求：

1. A3 ( 210X297mm ) 尺寸，解析度 300dpi，格式 JPEG 平面設計圖參賽
2. 請務必附上創作說明
3. 平面設計圖檔格式請參考平面類參賽辦法