



# 2026青春設計節

## 第一次籌備會議

2025.10.16 駁二營運中心



2026參展辦法

### 今日流程

---

14:00-14:20 簡報說明

14:20-14:30 Q&A

### 注意事項

---

- A) 會議開始前，請一位代表同學或總召留言：**學校+系所**簽到。
- B) 會議將**全程錄影**。
- C) 簡報期間請先將麥克風**關閉**。
- D) 若有任何疑問請至**提問表單**留言，Q&A時間會一併回答。
- E) 結束會將簡報上傳官網最新消息。



提問表單



# 新銳設計師專屬舞台

學生展區：校系展區 / 獨立展區



## 豪華評審團現場走評

學界專家 / 業界知名設計師



# 隆重開閉幕儀式

見證新銳設計師的誕生





# 主題市集

設計品牌 / 樂團表演 / 美食 / 手作

**0 青春設計節簡介**

**1 參展說明**

**2 競賽說明**

**3 參展報名攻略**

**4 Q&A**

2005

南部創意設計科系  
聯合展演



2010

第1屆  
青春設計節

建立青年設計師  
專屬舞臺



2026

第17屆  
青春設計節

秉持青春不設限的精神  
鼓勵發揮創新與創意

帶動文創設計產業  
產學合作



鼓勵青年提出具有  
社會價值之設計思考







## 2026青春設計節參展說明



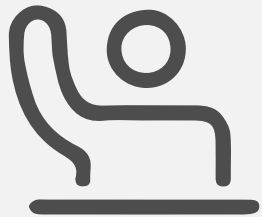
每日時間皆為 10 : 00 - 18 : 00

大勇區 P2 倉庫、P3 倉庫

蓬萊區 B4 倉庫、B3 倉庫、B6 倉庫



全台大專院校系所之大一至碩士班在學學生



大一生



大二生



大三生



大四生



碩士生

## 學生展區



- 1 以系、學程、所為參展報名單位
- 2 系、學程、所統一申請展出空間
- 3 由總召開設帳號報名參展
- 4 由主辦單位分配場地、電力



- 1 以個人或團隊組隊為參展報名單位  
(可跨校、跨系、跨年級)
- 2 由個人或團隊報名參展
- 3 主辦單位提供展桌、電力及燈具

## 學生展區



校系展區



獨立展區

### 免場地費

僅需繳交場地保證金30,000元 (一系所)  
參展期間無違規，將全額退還

### 場地規格

10坪、15坪、25坪、40坪及50坪，擇二  
申請，需排列順位。

### 分配方式

依據各參展單位線上報名成功時間及策  
展企畫書分配場地。

### 主辦單位提供

場地、電力、場燈、冷氣。

### 注意事項

主辦單位保有最終決定場地分配之權利，  
請確認場地後再進行發包施作。

# 學生展區介紹 獨立展區

一般報名

## 學生展區



校系展區



獨立展區

### 報名資格

大一至碩士班在學學生，以個人或團隊形式參展

### 免場地費

僅需繳交場地保證金5,000元(一單位)

### 場地規格

展桌：長120cm x 寬60cm  
展板：高度240cm

### 申請數量

每一參展單位最多申請兩個單位

### 主辦單位提供設備

1. 展示桌含展板1組
2. 投射夾燈2盞
3. 插座1組
4. 整體視覺規劃：作品標題

### 注意事項

請使用不殘膠工具；展期須於展區導覽

### 音樂設計類專區

可選擇於主辦單位規劃之播放區統一輪播；  
**無需繳交**場地保證金

# 學生展區介紹 獨立展區

競賽入圍報名

## 學生展區



校系展區



獨立展區

### 報名資格

競賽入圍者

### 免場地費

僅需繳交場地保證金5,000元(一單位)

### 場地規格

展桌：長120cm x 寬60cm

展板：高度240cm

### 申請數量

每一參展單位最多申請兩個單位

### 主辦單位 提供設備 (每一單位)

1. 展示桌含展板1組
2. 投射夾燈2盞
3. 插座1組
4. 整體視覺規劃：作品標題

### 注意事項

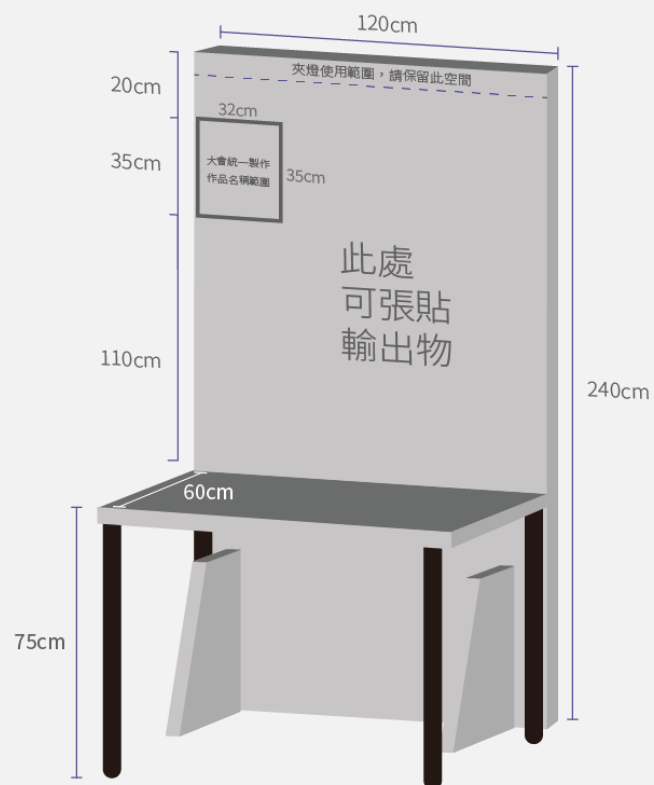
請使用不殘膠工具；展期須於展區導覽

### 音樂設計類 專區

可選擇於主辦單位規劃之播放區統一輪播；  
**無需繳交**場地保證金

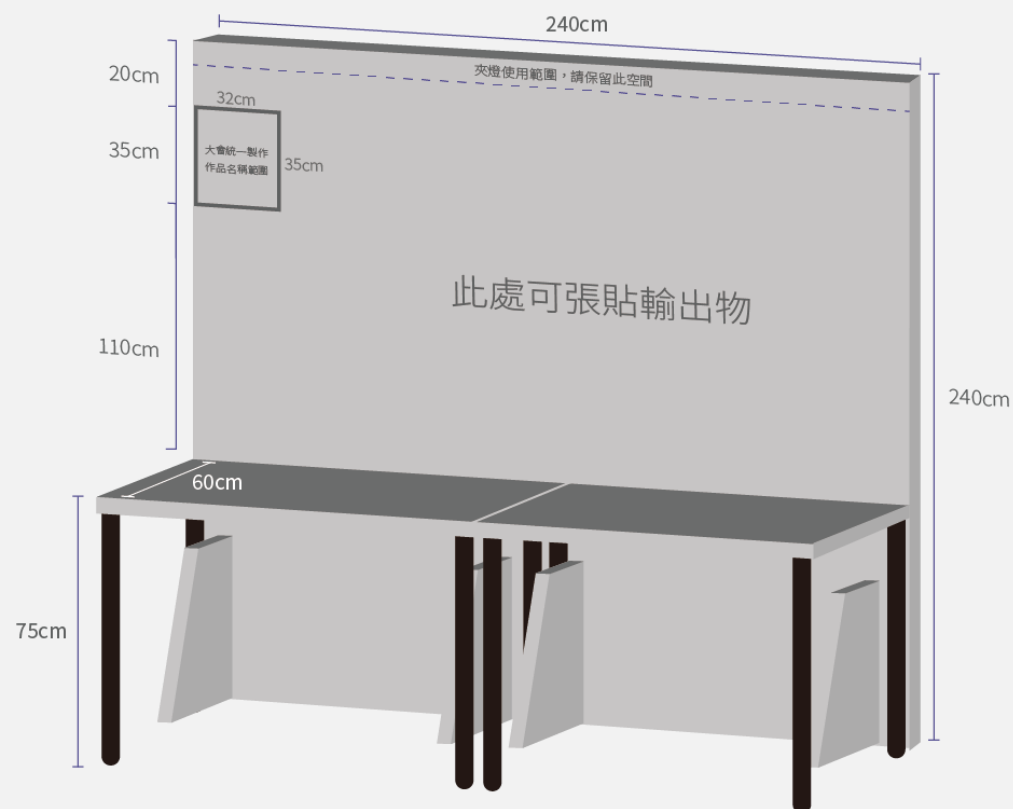
## 1 單位

有展桌



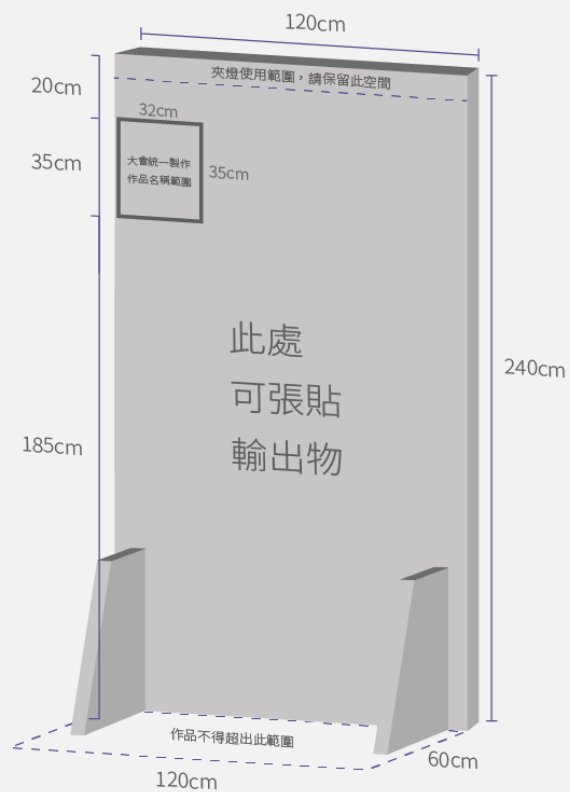
## 2 單位

有展桌



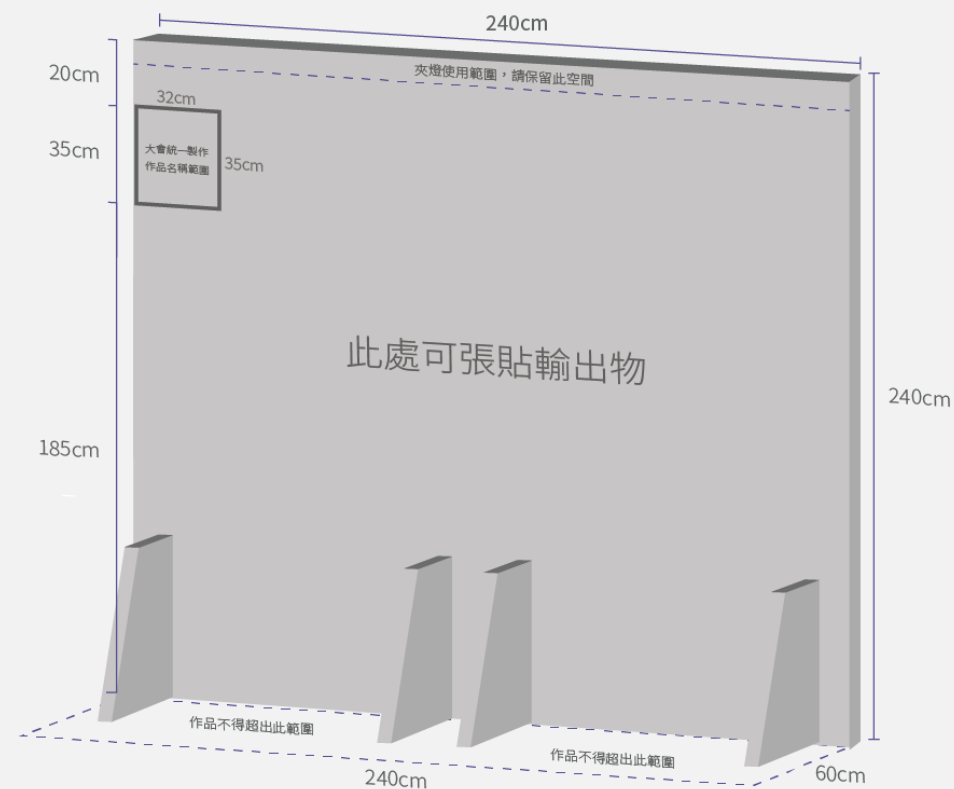
## 1 單位

無展桌

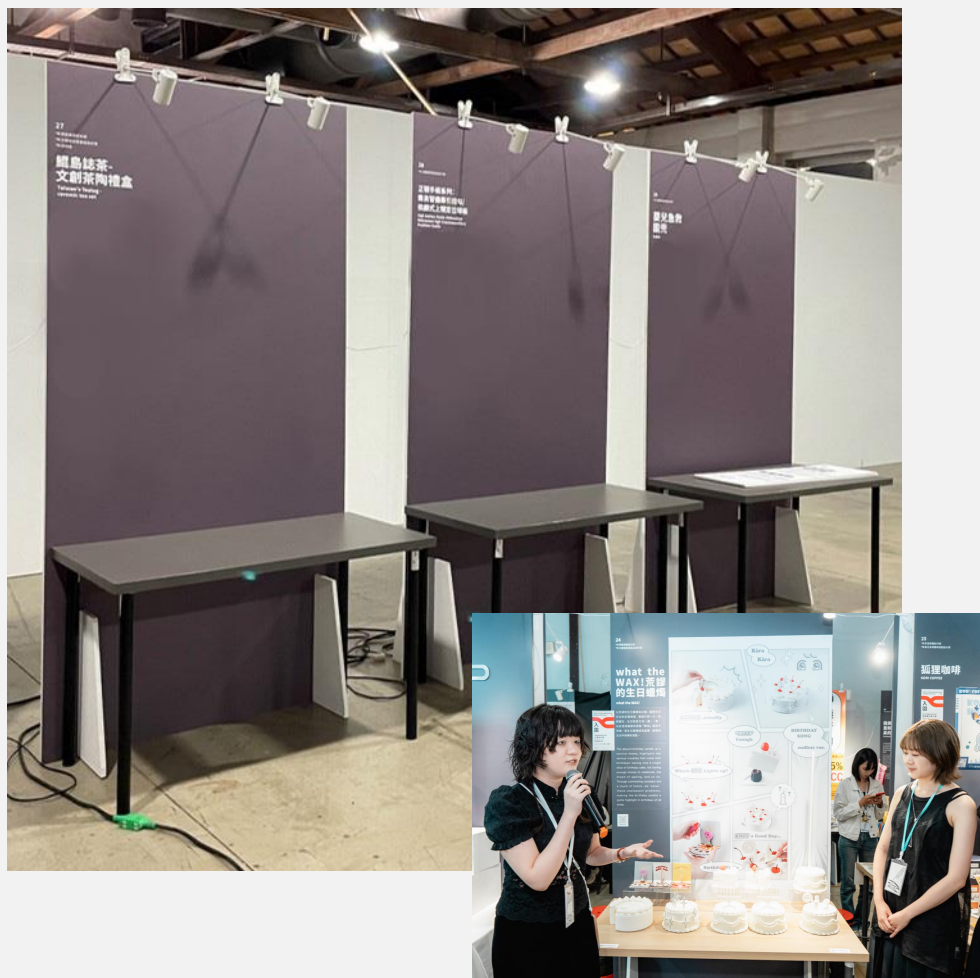


## 2 單位

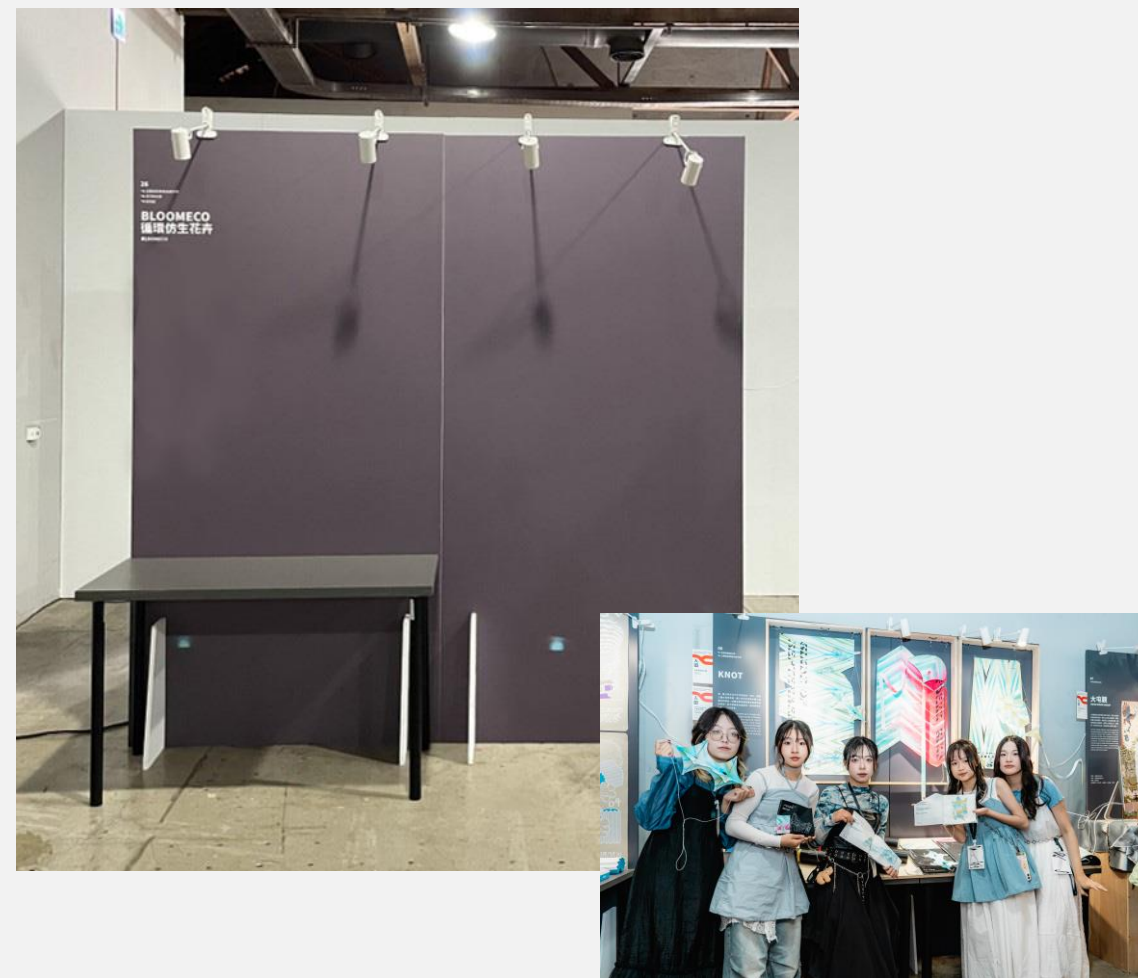
無展桌



## 1 單位



## 2 單位









## 2026青春設計節參賽說明



**報名資格** 全台大專院校系所之大一至碩士班在學學生，報名時須提供在學證明

## 1 視覺傳達設計類

含品牌識別、海報、包裝、印刷、插畫、攝影、廣告等

## 2 立體造型暨產品設計類

工業設計組 (含生活及家居用品、家電、通訊、運輸工具、醫療救護器材等)

工藝設計組 (含雕塑、藤竹、印染、木材、金屬、纖維等)

時尚設計組 (含服裝、配件、珠寶、飾品等)

## 3 數位多媒體與遊戲設計類

互動多媒體組 (含互動科技、應用軟體、數位行動應用、AR、VR、XR等)

遊戲設計組 (含數位遊戲、手機遊戲、桌遊、遊具等)

創意數位影片組 (含廣告片、實驗短片、MV等)

## 4 建築與空間設計類

建築設計、室內設計、空間設計、景觀建築設計等

## 5 音樂設計類

涵蓋搭配視覺、遊戲、影片、多媒體藝術等內容所做之原創音樂、音效等配樂作品，**不包含**原創歌曲影音(Music Video)

## 6 策展實踐與展示設計類 校系展區

以校系展場為評審作品，包含策展概念、視覺設計、導覽服務、展示規劃、參觀動線、燈光設計等

## 7 青春影展 高雄市電影館主辦

影視類、動畫類

**報名資格** 1.原創性 2.智慧財產權 3.未曾於青春設計節創意設計競賽得獎之作品

## 1 視覺傳達設計類

含品牌識別、海報、包裝、印刷、插畫、攝影、廣告等

## 4 建築與空間設計類

建築設計、室內設計、空間設計、景觀建築設計等

## 2 立體造型設計類

工業設計組 (含生活及家居用品、家電、通訊、運輸工具、醫療救護器材等)

工藝設計組 (含雕塑、藤竹、印染、木材、金屬、纖維等)

時尚設計組 (含服裝、配件、珠寶、飾品等)

## 3 數位多媒體與遊戲設計類

互動多媒體組 (含互動科技、應用軟體、數位行動應用、AR、VR、XR等)

遊戲設計組 (含數位遊戲、手機遊戲、桌遊、遊具等)

創意數位影片組 (含廣告片、實驗短片、MV等)

## 6 策展實踐與展示設計類

以校系展(以報名參展之帳號登入)視覺設計、  
導覽服務、展示規劃、參觀動線、燈光設計等

## 7 青春影展

高雄市電影館主辦

以高雄電影館參賽簡章為主  
影視類、動畫類

## 1 視覺傳達設計類

含品牌識別、海報、包裝、印刷、插畫、攝影、廣告等

歷屆得獎專刊  
<https://www.ydf.org.tw/downloads/1>



2025視覺傳達設計類最佳設計獎《嘉嘉健檢》



2025視覺傳達設計類評審團獎《大屯觀》

## 2 立體造型暨產品設計類

工業設計組 (含生活及家居用品、家電、通訊、運輸工具、醫療救護器材等)

工藝設計組 (含雕塑、藤竹、印染、木材、金屬、纖維等)

時尚設計組 (含服裝、配件、珠寶、飾品等)



2025立體造型暨產品設計類最佳設計獎《KNOT》



2025立體造型暨產品設計類工藝設計組評審團獎《墨，需有》

## 3 數位多媒體與遊戲設計類

互動多媒體組 (含互動科技、應用軟體、數位行動應用、AR、VR、XR等)

遊戲設計組 (含數位遊戲、手機遊戲、桌遊、遊具等)

創意數位影片組 (含廣告片、實驗短片、MV等)



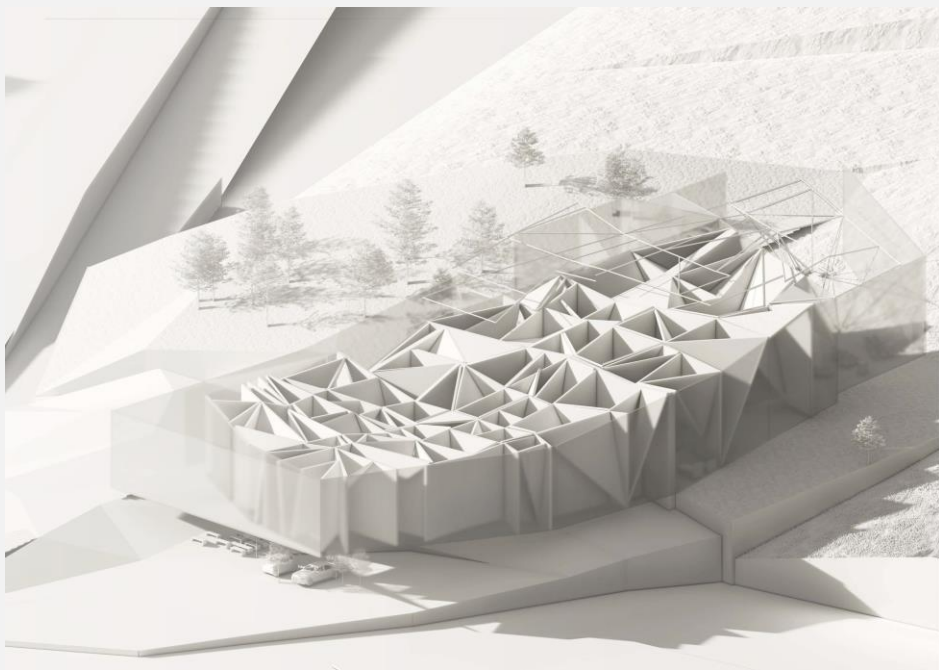
2025數位多媒體與遊戲設計類最佳設計獎 《絨毛焦慮》



2025數位多媒體與遊戲設計類遊戲設計組評審團獎 《Dream Strikers 夢魔獵人》

## 4 建築與空間設計類

建築設計、室內設計、空間設計、景觀建築設計等



2025建築與空間設計類最佳設計獎 《偏移下的修道院》



2025建築與空間設計類評審團獎 《非石之家》

## 5 音樂設計類

涵蓋搭配視覺、遊戲、影片、多媒體藝術等內容所做之原創音樂、音效等配樂作品，  
不包含原創歌曲影音(Music Video)

### 參賽方式

(1) 針對自行取得授權之視覺、遊戲、創意數位影片、多媒體藝術、電影等作品配樂。

(2) 針對主辦單位所提供之兩支影片進行配樂(四選二)，  
影片檔案下載連結<https://reurl.cc/ekygjQ>



2023音樂設計類評審團獎—騎樓樂章



另外兩支影片  
預計12月底上傳

## 6 策展實踐與展示設計類 校系展區專屬

以校系展場為評審作品，包含策展概念、視覺設計、導覽服務、展示規劃、參觀動線、燈光設計等



2025策展實踐與展示設計類最佳設計獎



2025策展實踐與展示設計類評審團獎



佐藤卓

TSDO Inc.  
平面設計師



馮宇

IF OFFICE  
負責人暨創意總監



鄭遠揚

META Design  
創辦人暨設計總監



郭恩愷

森林木人&曲墨建築  
設計實作總監



林宛蓁

studio HOU x LIN  
共同主持建築師



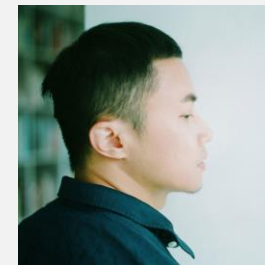
李勇靈

雷亞遊戲  
共同創辦人



羅恩妮

完美聲音  
音樂總監



聶永真

永真急制workshop  
負責人



黃顯勛

日日視覺藝術  
視覺總監



曾煒傑

叁式  
總監



徐景亭

東海醫院設計工作室  
創辦人



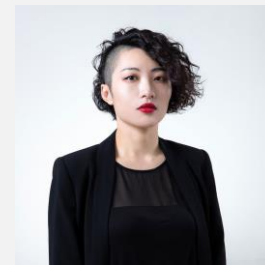
JOE

夢想動畫  
資深設計師



吳書原

太研規劃設計顧問  
有限公司主持人



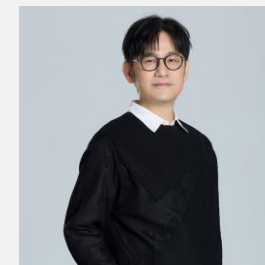
陳如薇

黑生起司  
藝術設計總監



王宗欣

Dosomething studio  
負責人



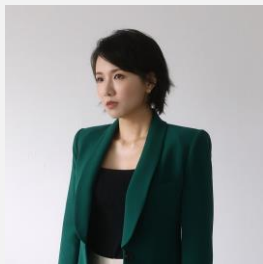
陳建騏

音樂人



林聖峰

嶼山工房  
主持人



牛子齊

ONE.10 Society  
負責人



王希文

瘋戲樂工作室  
藝術總監



曾彥文

NAKNAK  
設計總監



何婉君

HOUTH  
設計總監



邱文傑

AxB 建築工作室  
主持建築師



吳孝儒

無氏製作  
創辦人



2025評審講評

---

## 最佳設計獎

獎金新台幣**80,000元**、獎座、獎狀及指導老師感謝狀。  
各類選出1名，共6名。

---

## 評審團獎

獎金新台幣**30,000元**、獎座、獎狀及指導老師感謝狀。  
各類選出1~3名，實際數量依作品水準與評審結果而定。

---

## 優選獎

獎金新台幣**10,000元**、獎狀及指導老師感謝狀。  
各類選出至少2名，實際數量依作品水準與評審結果而定。

---

## 入圍獎

獎狀及指導老師感謝狀。  
各類數名，實際數量依作品水準與評審結果而定。



- 1 由個人或組別代表至官網進行線上報名
- 2 每件作品可跨類報名
- 3 一組帳號可以報名多件作品，組員相同不須另申請帳號
- 4 入圍作品均需於展場中展出，否則將視同放棄競賽資格



2026競賽辦法  
草案

報名

繳交保證金

線上資料填寫

報名參賽

校系展區 2025.11.03 - 12.05

獨立展區 **一般報名** 2026.02.23 - 03.23

**競賽入圍** 2026.04.13 - 04.17

## Step 1 線上報名

由總召或組長代表報名  
並上傳報名表掃描檔

## Step 2 寄送紙本報名表

截止前寄送或親送至  
駁二藝術特區

## Step 3 確認報名進度

登入參展報名系統  
可查詢報名進度

## Step 4 場地分配

校系：二籌公布  
獨立：暫訂4/27公布

報名

繳交保證金

線上資料填寫

報名參賽

校系展區 2026.01.05 - 01.21

獨立展區 一般報名 2026.02.23 - 03.23

競賽入圍 2026.04.13 - 04.17

## Step 1 下載繳費表

請至官網參展報名系統下載繳費表

## Step 2 購買匯票

郵局購買，請參考09.26公告之參展辦法p11-14

## Step 3 掛號寄出或親送

連同報名表、參展手冊規定配合同意書寄至駁二

## Step 4 確認繳交進度

登入參展報名系統可查詢繳交進度

報名

繳交保證金

線上資料填寫

報名參賽

校系展區 2026.02.23 - 03.23

獨立展區 **一般報名** 2026.02.23 - 03.23

**競賽入圍** 2026.04.13 - 04.17

- 1 基本資料確認
- 2 作品資料填寫
- 3 每日展場負責人
- 4 電力設備清單
- 5 貨車通行證申請
- 6 戶外活動宣傳申請
- 7 貴賓邀請卡寄送申請

報名

繳交保證金

線上資料填寫

報名參賽



YOUTH INNOVATIVE  
DESIGN FESTIVAL  
青春設計節

[關於青春](#) [線上展覽](#) [最新消息](#) [企業合作](#) [評審團](#)

帳密登入填寫。創意競賽報名時間：03/01-04/0...

2024/02/29 →

監王耀邦設計師主講，分享策展思考與實...

2024/02/22 →

明，其餘時間留給同學實際丈量場地及提問。因...

2024/02/07 →

參展報名 / 校系展區

 第一階段參展報名  
已截止

 場地保證金繳交  
已截止

 第二階段填寫線上資料  
倒數34天07時37分55.6秒

參展報名 / 獨立展區

 第一階段參展報名  
倒數34天07時37分55.6秒

 場地保證金繳交  
倒數34天07時37分55.6秒

 填寫線上資料  
倒數34天07時37分55.6秒

競賽報名

 創意設計競賽  
倒數34天07時37分55.6秒

 決選線上資料繳交  
2024/4/30 12:00~2024/5/6 12:00

 策展實踐與展示設計競賽  
2024/3/18 12:00~2024/4/12 17:00

2026.02.23 - 03.23

第二次籌備會議(12.19)

針對競賽辦法詳細說明

Q & A



歡迎加入LINE社群  
接收青春設計節第一手消息

參加密碼：2026

此社群為主辦單位公布重要訊息為主，  
請勿發言，以免覆蓋重要訊息。

若有疑問歡迎與主辦單位聯繫：

週一至週五 10:00-12:00，13:30-18:00

黃小姐07-521-4899#203

[ydfpier2@gmail.com](mailto:ydfpier2@gmail.com)



歡迎登記到校說明  
我們將到班上詳細解說！

若有到班說明參展參賽方式的需求，  
請與主辦單位聯繫：

黃小姐07-521-4899#203

或填寫以下表單登記，  
登記後請來電通知。

<https://www.surveycake.com/s/LGyK8>

※以老師報名為主

Kaohsiung Design Festival 2025

高雄設計節 2025

高潮指南

你的主張 *What is your voice*

2025. 10. 02 – 11. 02

駁2藝術特區P2倉庫

What  
Let's is your  
be a voice  
KAOPoper  
高雄設計節 2025  
你的主張  
高潮指南

主辦單位 | 高雄市政府文化局、駁二藝術特區

策展 | 選選研

合作單位 | UNOCHA烏弄原茶

# 將流是一種共識的集結

如果街頭文化是一種自由的個人表達，那麼「潮流」就是這種表達形成共識、產生巨大影響力的結果。它是一種能夠帶領群眾走向、形成共同流行的狀態。然而，在這個時代，潮流的背後往往夾帶著龐大的資本運作。當我們聽到「潮流」二字，腦中浮現的常是昂貴的品牌、名人代言的商品，但真正的潮流，不應該是資本的產物，它更應該是一種觀念的集結。

高潮的潮流，不是由某個意見領袖或品牌定義，因為在這裡，每個人都有發言的權利。每個人的聲音都值得被聽見。這座城市的潮流，是由無數個真實的聲音所匯聚而成。因此，你可以選擇支持你認同的聲音，也可以選擇成為那個聲音本身。

Trends Are Consensus Formations  
If street culture is free individual expression, then "trends" are what happens when that expression gains consensus and generates wide influence. It's a state that can lead crowds and has "trend," we often think of expensive brands and celebrity endorsements. Yet real trends shouldn't just be products of money—they should be gatherings of ideas.  
Kashung's trends aren't dictated by a single opinion leader or brand, because here, everyone has the right to speak, and every voice deserves to be heard. This city's trends are formed by countless authentic voices converging. So you can choose to support the voices you believe in—or choose to become that voice yourself.

# 城市街頭化 讓定義回歸大眾

將城市街頭化，並非只是表面的流行包裝，而是希望將城市的定義提出對城市的想法，一起來討論高潮。當我們將高潮視為一個品牌，是它的品牌精神。原創圖像讓城市變得有魅力。當我們認同這個概念，在身上，將這種態度內化為自己的一部分。因此，將城市潮流化對喚醒每一個居民，去好好地生活，用自己的方式去定義、去討論、看待自己的聲音與主張時，這座城市就有了活力與態度。

Streetifying the City—Returning Definition to the People  
Streetifying the city isn't just about surface-level trendy packaging—it's about definition to the people, letting them propose ideas and discuss Kashung.  
When we see Kashung as a trendy brand, "diverse voices" become its brand imagery makes the city attractive, and when we identify with that appeal, we internalizing this attitude as part of ourselves. Therefore, the ultimate goal of trendy is awakening every resident to live fully, to define and discuss this city. When you take your voice and stance seriously, the city gains vitality and attitude.

