



由Universal Music UK  
(英国环球音乐) 提供

## 为环球音乐的工作人员制作节庆海报及视觉套件

### 背景故事

环球音乐是英国领先的音乐制作公司，旗下包括EMI、Polydor、Island、Decca、0207 Def Jam等多家知名唱片公司。

环球音乐每年都会在伦敦某个备受瞩目的场所举办一场由旗下才华横溢的艺术家所呈现的仅限员工参加的演出活动。

这场激动人心的视听盛宴只有在伦敦环球工作的人才能享用。

对于这场活动，环球音乐每年都会委托一位知名创意人士设计海报和视觉套件，这便是你的用武之地...

### 挑战何在？

面向从事音乐工作的专业人士为2024年的活动制作一张海报和一套宣传设计材料以激发他们的热情。你的创意需要反映这场盛典的活力、激情和能量。如果能呈现独特的艺术风格那就再好不过了。

此前，这项活动通常被称为“UMusic Autumn”，但在2024年，它将拥有一个新的品牌和名称，如果你对此有自己的想法，不妨将其放在你的回应里。

你需要创建一个可以涵盖从电子邮件邀请到海报再到场内品牌的统一身份标识。

### 谁是我们的受众？

环球音乐的所有员工！包括从唱片公司团队到信息技术支持和财务的每一个人，他们拥有各自不同的技能、激情和个性，但他们都因为对音乐和创造力的热爱而聚在一起。那么，你将如何激发整个环球大家庭的兴奋感呢？

### 需要考虑的事情

#### 制造轰动效应

员工进入演出场地之前不会看到任何艺术家，因此你所创建的视觉身份标识需要在不使用艺术家或明星的任何视觉形象的情况下激发受众的兴奋和热情。视觉标识的发布总是会让环球大家庭在期待中团结在一起，所以你要努力让他们感到愉悦和印象深刻。

### 保持本地化

这场活动是属于英国环球音乐的内部庆典，而不是针对全球分公司，它将在伦敦的某个室内场地举行。

### 拓展思考宽度

你要创建的不仅仅是一张海报。你的视觉标识应该能够跨越多个接触点，从数字到IRL，所以请仔细思考每个元素是如何相互交流并整合在一起的。环球音乐团队在简报包中提供了一些去年相关作品的案例，可作为你的灵感来源。

你的回应需要满足某些强制要求（请参阅“重要事项”），但你也可以创造性地思考更广泛的接触点（例如，你的视觉标识有没有可能传播到它本身存在的空间之外？）。

### 重要事项

你需要呈现：

你的海报设计、品牌标识、活动名称，以及你是如何决定你的设计方向的——包括它与观众的关系。

你的标识能够在多个接触点上发挥作用的实际示例，必须至少包括海报、电子邮件邀请和场馆内品牌推广。

作品必须包括环球音乐的标志（但不需要位于作品的前面和中间——请参阅简报包中提供的参考资料）。

### 提交的内容和方式

在获取完整的格式指南之前，请首先阅读“准备您的参赛作品”。

### 主要内容（必需）：

用于展示您的解决方案的演示视频（最多 2 分钟）或 JPEG 幻灯片（最多 8 页）。

### 可选内容（评委按个人意愿观看）：

互动作品（网站、应用程序等）；如果您的主要作品为 JPEG 格式，您还可以提交视频（最多 1 分钟）；如果您的主要作品是视频，您还可以提交 JPEG（最多4页）。

### 截止日期

2024年3月20日  
格林威治标准时间下午5点