**欧姆龙健康医疗品牌命题**

一、品牌背景

秉持“Going for ZERO 预防医疗，让世界更健康”的愿景，欧姆龙健康医疗深耕中国市场三十余年，专注于循环系统、呼吸系统以及健康促进事业，致力于守护用户的心肺健康。我们持续推动本土创新，结合AI与数智化技术，赋能慢性疾病管理体系升级，积极回应中国消费者日益多元的健康需求。

作为一家具有社会责任感的企业，欧姆龙健康医疗始终以实际行动支持“健康中国2030”战略目标，长期通过疾病科普、公益捐赠、助力教育公平和基层医疗等方式，推动中国社会迈向“心脑血管事件零发生”“呼吸系统疾病零恶化”的健康愿景。

二、命题主题方向

本命题鼓励参赛者以年轻化视角，通过AI技术创作具有情感共鸣和视觉感染力的公益广告作品，生动展现欧姆龙在心血管健康倡导等领域的真实公益行动，并唤起社会公众，特别是青年群体对健康问题的关注与思考。创意作品可聚焦以下方向展开：

结合世界心脏日（9月29日）与全国高血压日（10月8日）等健康纪念节点，加深公众，尤其是年轻人对心血管健康议题的关注，倡导“早关注、早预防”的健康理念；

传播健康生活方式，通过轻松自然的表达方式，强化欧姆龙“Going for ZERO 预防医疗，让世界更健康”的品牌主张，引导大众在日常生活中主动关注自身健康，加强对品牌的认知和好感。

三、创作形式建议

1. 可结合校园、职场、社区、运动等生活化场景，创作AI生成的系列视觉作品，如场景海报、公益艺术画作或短视频；
2. 鼓励将创意内容与公益理念有机融合，体现欧姆龙健康的温度与共情力；
3. 可参考《欧姆龙健康医疗中国2024ESG报告》《品牌VI手册》等官方素材，确保作品风格统一、传达准确。

四、内容规范与禁忌

为确保公益内容的专业性与合规性，创作时请注意以下事项：

避免直接宣传或强调医疗器械产品的功能或适应症；

不得使用医生、患者形象为产品或品牌进行背书；

不得出现虚假、夸大、或带有疾病治疗暗示的信息表达；

避免使用过于逼真的内脏器官图像或可能引发不适的表现形式，应注重视觉友好与情绪关怀。

注：品牌标识、资料及衍生出的相关作品仅可用于本次赛事的提报与评比，参赛者未经授权，不得用于赛事之外的任何用途，由此引发的相关争议由参赛者本人承担一切责任，主办方享有赛事的最终解释权。