附件1

“农行杯”第六届河北省文创和旅游商品

创意大赛总体方案

为深入贯彻党的二十大以及中央经济工作会议培育壮大新型消费有关精神，落实省委省政府建设旅游强省，实施燕赵文旅品牌创建的部署要求，丰富优质供给、释放消费潜力，推出更多具有燕赵文化、河北特色的文创产品和旅游商品,进一步提升河北文创和旅游商品品牌影响力和竞争力，拟举办“第六届河北省文创和旅游商品创意设计大赛”，制定方案如下：

一、活动简介

**名 称：**第六届河北省文创和旅游商品创意设计大赛

**时 间：**2024年4月至8月

**主 题：**这么近，那么美，周末到河北——创享美丽河北·品味文创生活

本届大赛依托“这么近，那么美，周末到河北”品牌，深入挖掘河北文化内涵，整合汇聚创意设计资源，搭建文创产业对接合作平台及专业化、高端化文创设计交流平台，打通文创产业链，推动文创产业高质量发展，促进优秀传统文化创造性转化和创新性发展。

二、总体思路

通过举办大赛，全面展示河北文创产业的新亮点、新成绩、新趋势，汇聚创意设计资源，激发创新创意活力，提升创意设计水平，促进创意成果转化，实现产业提质升级。今年大赛将遵循“四抓四促”的总体思路：

（一）抓资源挖掘，促质量提升。充分挖掘我省各地的文化资源和文化内涵，通过大赛推动文化创意与科技、旅游、生态、乡创等领域充分融合，拓展新空间、形成新业态、产出新产品，催生新动能、激发新活力，通过IP打造、产品研发、品牌联名等形式赋能产品创新，把优秀文化资源富集的河北打造成受到年轻人喜欢的生活潮流消费高地。

（二）抓平台搭建，促成果转化。搭建展示订货、资源对接、合作洽谈等平台，推动大赛成果落地。构建节庆营销、线上带货、展会展销、文创进景区等文创立体化营销渠道，让“好作品”变成“好产品”。

（三）抓京津对接，促品牌提升。照“政府主导、市场引领、企业参与、人人关注”的理念扩展大赛辐射规模，注重发挥参与要素的功能和作用。引入京津优质资源、企业、人才等努力形成京津冀目标同向、措施一体、优势互补、互利共赢的文创协同发展新格局。构建全媒体传播矩阵，以文旅创意产品为载体讲好河北“设冀”故事，兼顾声量与精准触达，通过产品故事将创意设计融入到产品生产销售中，使文创产品走进千家万户，展现我省的文化魅力与旅游吸引力。

（四）抓产业链条，促产业融合。以文创大赛为纽带，打通设计、生产、销售环节，推进文化创意与相关产业深度融合，增强文化创意产业渗透力、辐射力和带动力。促进文创产业强链、补链、延链，激发新动能，实现新突破，推动文创设计服务企业、生产制造企业及产品销售企业间在更大范围、更多领域开展合作。

三、组织机构

（一）举办单位

1.主办单位：省文化和旅游厅、省工业和信息化厅、省商务厅、省文物局、省中医药管理局。

2.协办单位：北京市文化和旅游局、天津市文化和旅游局。

3.支持单位：中国文化产业协会、中国儿童玩具协会。

4.承办单位：通过招标的形式确定承办单位。参加招标范围为省级国有文化旅游企业、具有较大影响的骨干民营文化旅游企业，以及其他相关单位。承办单位负责制定和执行活动具体实施方案，完成主办单位交派的相关工作任务。

**4.大赛组委会**

设立大赛组委会，全面负责指导大赛，审定总体方案、评审规则、评分标准，审核获奖名单，全过程监督赛事等。组委会办公室作为大赛组委会的具体执行部门，统筹负责赛事的策划、组织、协调、宣发等工作。传播中心、版权保护中心、成果转化中心由组委会办公室统一管理。

**（1）传播中心：**设置大赛传播中心，联动河北省地方媒体与京媒央媒，以及新媒体，以更专业的模式统筹媒体传播资源，抓好大赛节点，深挖大赛亮点，着力塑造大赛品牌效应，打造“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”的全媒体传播平台，多视角多渠道做好大赛宣传工作。

**（2）版权保护中心：**制定科学合理的版权保护机制是大赛专业性与公正性的体现，将为参赛项目和个人的知识产权以及组委会对于参赛作品的合理合规使用提供双向保护。版权保护中心将针对不同属性赛道制定相应的版权保护策略，提供版权登记、认证等相关服务。

**（3）成果转化中心：**为大赛项目的后期转化提供落地空间与必要的转化服务支撑，包括但不限于创意孵化、专业辅导、资金支持、生产制作、渠道拓展、销售引流等。成果转化中心可按“一中心多站点”形式布局，“一中心”设在省会石家庄，“多站点”可在河北省重点文旅城市及文化带沿线落地。

**5.大赛专家委员会**

邀请产、学、研、资等领域知名专家、学者与专业人士组建大赛智库机构，承担政策研究分析、资源对接、专业咨询、赛事指导，以及撰写年度“河北省文旅品牌建设白皮书”，不仅为河北各地以及京津相关资源在提升河北文旅品牌建设上提供翔实的依据，也将对文旅产业管理部门的政策制定提供切实的帮助。建议以大赛智库为基础，成立“河北省文旅产融发展中心”，为大赛的执行和后续成果转化提供智力与资源支撑。

四、参赛作品范围和要求

## （一）参赛范围

**1.征集主题**

突出河北特色产业集群，围绕**“红色文创”“非遗IP”“文博衍生”“时尚创意”“冰雪体育”“数智创新”“乡创赋能”“中医药文创”8大主题**征集和筛选具有河北特色的主题文创产品。

**（1）“红色文创”赛道**：依托爱国主义教育，挖掘河北革命历史题材及元素，征集具有河北地方特色的红色文创产品为主。

**（2）“非遗IP”赛道：**以国家级和省级非物质文化遗产为创作题材，创意设计一批具有历史性、艺术性、知识性、实用性、趣味性的非遗文创，包括创意家居、办公用品、服装配饰等。

**（3）“文博衍生”赛道：**依托各级各类博物馆馆藏文物开发系列文博衍生品，包括工艺美术品、民间手工艺制品等。

**（4）“时尚创意”赛道：**具有代表河北地方品牌、制造工艺或研发设计能力的，满足生活需要的日用品，以生活、家居、常用品、必需品为主。包括配饰毛绒和各类材质玩具、工艺品、首饰类等，文具类、家纺类、箱包类、丝绸类制品、陶瓷制品、如学生文具、办公文具、通用文具、创意玩具、潮玩等。

**（5）“冰雪体育**”赛道：征集冰雪装备及防护用品为主。

包括但不限于户外用品，户外穿戴、箱包等旅行用品；个人护理、家庭护理、美颜护肤、化妆用品等美妆用品。

**（6）“数智创新**”赛道：主打智慧科技类产品。聚焦5G+8K、人工智能、大数据、3D打印、云计算、VR、AR、3D、智能可穿戴设备、小型家用电器等数字技术及其他新技术与文化创意融合产品。

**（7）“乡创赋能**”赛道：结合河北省以创意设计赋能乡村振兴的发展规划，建议在常规赛道中新设“乡创河北”赛道，引导创意设计企业、平台、工作室及设计师走进河北乡村，通过创意设计赋能，提升河北乡村民俗与地方特产的品相品质，打造具有特色的乡创文创产品和文旅商品。

**（8）“中医药文创”赛道：**结合中医药发展，“搭建文创+健康”的新平台。让文创产品在传承与创新中展现了中医药的文化魅力，通过文创产品了解养生知识，传播中医药文化，让更多人了解中医药，爱上中医药。

**2.主题赛区**

围绕京张体育文化旅游带、长城文化旅游带、大运河文化旅游带、太行山旅游带、渤海滨海旅游带的“五带”建设，持续打造5个主题赛区。提炼“五带”的文化特色关键词，形成征集方向明确、具有吸引力的赛道名称：结合“五大旅游带”建设，延续设置“热‘雪’京张”“锦绣长城”“灵动运河”“壮美太行”“浪漫滨海”5个专项赛区，使大赛特色更鲜明，内涵更丰富。

## （二）参赛作品金额和重量要求

参赛商品零售价格不超过3万元/件套，参赛商品重量不超过20公斤/件套，体积不得过大（40\*55\*20厘米）。除旅游工艺品外的商品必须是工业化批量生产的产品。

## （三）参赛作品有关技术要求

食品类、茶品类、饮品类、调味品类商品需报送食品生产许可证复印件；电子和电器类商品需报送3C认证证书复印件；国家规定须强制生产认证的其他类别的商品也需提供相应证书复印件。

## （四）参赛实物商品报送数量要求

1.旅游特色食品类。即食类的单个小包装食品报送数量不少于20个；大袋包装食品中的单个小食品数量在20个以内的，报送数量不少于5袋；大袋包装单个小食品数量在20个以上的，报送数量不少于3袋；其它大袋包装食品报送数量参照以上要求报送。即食类食品组织评审和展览后，不予退回。

2.旅游特色茶品类。每类茶品报送数量不得少于5件套。组织评审和展览后，一般不予退回，特别贵重的茶品，除专家评审使用消耗外，剩余的参赛企业提前联系自取。

3.旅游特色饮品类。瓶装和罐装液体饮品不少于30个；颗粒或粉末状态的即冲即饮的大包装饮品不少于5袋，小包装不少于10袋，特小包装不少于50袋。组织评审和展览后，不予退回。

## 4.旅游特色酒类。500ml装白酒、葡萄酒、黄酒、米酒、奶酒不少于5瓶；啤酒不少于24瓶；500ml以上装白酒、葡萄酒、黄酒、米酒、奶酒不少于3瓶。组织评审和展览后，一般不予退回，特别贵重的酒品，除专家评审使用消耗外，剩余的参赛企业提前联系自取。

## （五）参赛作品有关知识产权要求

参赛者须保证参赛作品为本人原创作品，且本人是参赛作品的合法拥有者。大赛及大赛组委会只负责考察作品本身的质量，作品内容所涉及的版权问题由参赛者本人负责；凡涉嫌抄袭或涉及知识产权问题的作品，将自动失去参赛资格；若为得奖作品，则收回已颁发奖项与打样等费用并公告。如造成第三者之权益损失，参赛者需自行负担相关法律责任。

## （六）其它要求

已获得中国旅游商品大赛、中国特色旅游商品大赛（评选）以及历届省文创和旅游商品创意设计大赛金、银、铜奖的获奖作品，不得参赛。参赛作品的制作、邮寄等费用均由参赛者自行负担，因邮寄延误、错误、损坏、丢失和途中丢失等非主办方的原因造成影响参赛的,主办方不承担任何责任。本次大赛无需交纳参赛费用。

 五、赛事安排

 大赛分为大赛启动、作品征集、初赛、复赛、主题赛和决赛、展览、资源对接等七个阶段。

（一）大赛启动阶段（4月）

制定完善大赛工作方案,组织招投标；遴选京津冀的专业高校、创意设计行业学会（协会）等机构作为大赛常规赛道及主题赛道的合作机构；召开新闻发布会，营造大赛氛围，同时开展线上线下全媒体的宣传预热活动。

（二）作品征集阶段（5月-7月上旬）

向河北全省、京津、主宾城市、全国赛区等发布大赛通知，广泛宣传大赛，积极发动各地设计企业和设计团队报名参赛。参赛者在“河北文创和旅游商品创意设计大赛”官方网站下载报名表，各地市文旅部门通过官网对辖区内作品进行管理、评审、推荐复赛。

定向邀请河北省、京津两地及深圳的知名设计高校、设计机构参赛，以提升参赛作品质量和成熟度，为赛后成果转化打好基础。在河北省举办“文创进校园”活动，组织发动大学生积极参赛。

省外参赛者可自行将报名表上传至大赛官网“省外板块”，通过线上平台了解大赛内容的参赛者可使用官网“线上赛场”报名通道。

省内外参赛者提交参赛作品截止时间均为2024年7月10日24:00（以上传时间为准）。

（三）初赛阶段（7月中旬）

组委会组织专家对参赛作品进行线上评审，各地市文化旅游管理部门推荐辖区内文创作品不低于300个。评审组通过投票的形式，对参赛作品进行评审，确定入围复赛作品名单。

（四）复赛阶段（7月下旬）

参加复赛作品，须提供实物或模型至大赛组委会指定地点。省赛组委会组织专家评委对晋级复赛作品进行评审，评选出100件入围决赛作品。

 备注：常规赛道进行初复赛的同时，五大主题赛区也同步进行初复赛，并最终评选出50件入围决赛作品。

（五）决赛阶段（8月下旬）

入围决赛的常规赛道100件作品与主题赛道50件作品，将通过选手现场路演和专家提问、当场亮分的评审方式,评选出决赛的最终获奖作品，在大赛官网公示。

（六）资源对接阶段（8月底）

组织大赛获奖作品、文创设计机构、生产企业、电商直播机构、金融投资机构等举办对接活动，促进设计成果与市场有效衔接，实现文创产业设计、生产、销售、投资全链条发展。期间，将为大赛获奖作品颁奖，提升获奖作品的知名度和关注度。

备注：2024大赛颁奖仪式拟在9月份举办的旅发大会上举办。

六、奖项设置

大赛分别置设金、银、铜奖，最佳组织奖、最佳支持单位奖。

（一）金奖13名（暂定）

（二）银奖26名（暂定）

（三）铜奖39名（暂定）

（四）最佳组织奖若干（待定），最佳支持单位若干（待定）

金银铜奖颁发奖杯、证书和奖金，大赛奖金由承办方代扣代缴个人所得税后统一发放。

最佳组织奖、最佳支持单位奖项仅颁发证书。

七、参赛资格

国内外企业单位、文创事业单位、景区、设计院校、设计公司、工作室和设计师，发明人、专利持有人、工艺美术师、手工艺制作者、学生等，均可以单位和个人的名义参赛，也可以共同创作、联名参赛。

八、大赛经费及招标方式

按照《河北省文化和旅游厅财务管理办法（试行）》和《河北省文化和旅游厅政府采购管理办法（试行）》的有关要求，按照规定履行政府采购招标手续，确定承办单位。

九、监督机制

驻省文化和旅游厅纪检组在重要节点监督大赛活动。受理举报，对有抄袭、剽窃或侵犯他人知识产权的,确认属实的,建议大赛组委会取消参赛或获奖资格，确保大赛公平、公正。