

附件1

2026城市礼物文创设计作品征集 及展示活动办法及说明

一、活动总则

（一）活动背景

2026年是“十五五”开局之年。政府工作报告提出，深入实施中华优秀传统文化传承发展工程，加强文化遗产保护和合理利用，高质量发展文化旅游业；“十五五”规划纲要明确提升中华文明传播力影响力，推动中华文化更好走向世界；工业和信息化部等六部门《关于推动历史经典产业高质量发展的意见》（工信部联消费〔2026〕204号）提出，支持将丝绸、茶叶、瓷器、工艺美术等历史经典产品纳入“城市礼物”推荐目录，推动传统工艺以时尚化、国际化表达融入现代生活与文旅消费场景等相关部署，为文化创意赋能传统产业、深化文旅融合提供政策指引。

为深入贯彻落实国家关于文化强国建设、非遗活化传承、文旅融合发展、数字文化创新发展及中华文化国际传播的相关部署，本次活动以“城市礼物”为载体，挖掘城市文化、民族民间文艺和非遗资源价值，融合数字技术与现代设计，推动文创成果创新表达、产业转化和国际传播。依托海外中国文化中心等平台及行业资源，开展国内外展示交流与推广，助力文化传承和青年创意人才成长。

活动坚持公益导向，参展及展览环节均为公益非商业属性，

并积极对接国家及地方文化产业扶持政策，为符合条件的作品和项目提供申报指导，促进优质文化资源惠及公众。

（二）活动宗旨

以“文脉新生·创见未来”为主题，立足中华优秀传统文化、民族民间文艺与城市精神内涵，融合数字文化创新与现代设计美学，面向全国征集兼具文化内涵、艺术价值、实用价值、市场潜力和国际传播价值的优秀文创设计作品，培育青年文创设计人才，推动优秀成果展示推广、产业转化和国际传播，助力文化产业高质量发展，打造新时代城市礼物和中国文化礼物成果体系。

（三）活动定位

本次活动定位为全国性、专业性、公益性、产业化文创设计活动与展演平台。以公益为底色、专业为支撑、产业为抓手，围绕中华优秀传统文化、民族民间文艺、非遗活化传承、城市文化IP、数字文化创新、中国文化礼物和生活美学设计等方向，打造“征集—审核—公益展演—孵化—转化—推广”全链路文创产业赋能平台，覆盖民族非遗、数字文创、空间设计、生活美学和国际传播等领域，同时启动青年文创设计培育计划。

二、组织机构

（一）联合主办单位

中国建筑装饰协会设计分会

中国数字文化集团有限公司

文化和旅游部民族民间文艺发展中心

（二）执行单位

中国建筑装饰协会设计分会

中数非遗旅游科技（北京）有限公司

（三）协办单位

中华建筑报社

（四）工作机制

由主办单位负责活动的组织领导、统筹规划与决策工作。承办单位具体负责活动日常运营、宣传推广、报名征集、展示活动执行、成果对接等全流程工作。

（五）专业审核组

组建专业审核组，拟邀请文化艺术、民族民间文艺、非遗保护传承、文化礼物与文物礼品研究、数字文化、艺术设计、产业转化等领域专家参与，开展作品内容审核、展示条件核验和产业对接研判，确保审核公平、公正、公开、专业：

专家审核组：由设计行业、非遗领域、数字文化领域的国家级专家、知名高校教授、行业知名设计师组成；

产业咨询组：由头部文创企业、投资机构、文旅运营平台、酒店管理集团、商业渠道方的负责人组成，重点评估作品的市场落地性与商业价值。

三、主办方资源及协作

展示推介活动充分发挥各主办单位的核心优势，形成资源互补、协同推进的工作机制：

中国建筑装饰协会设计分会

联动全国优秀设计师、设计机构、艺术院校和行业企业资源，负责作品征集、专家审核组织、空间美学应用场景对接、建筑装饰行业产业资源对接。

中国数字文化集团有限公司

发挥数字文化资源整合、数字内容传播、文化科技融合和文创产业平台建设优势，负责：①媒体宣传推广与运营；②展示作品数字转化、IP授权与文创产业平台对接；③数字资产对参展作品的素材支持与成果沉淀。

文化和旅游部民族民间文艺发展中心

发挥民族民间文艺资源保护、研究、转化和推广方面的专业优势，负责非遗及民族民间文艺资源的文化审核、非遗主题审核指导、非遗传承人资源对接。

四、展示推介内容与创作主题

本次活动设置四大核心主题，参展作品需紧扣中华优秀传统文化、非遗技艺、地域文化特色、时代发展主题进行原创设计。

【主题边界与申报规则】为避免主题交叉重叠与重复申报，特作如下规定：①每件作品仅可申报一个主题，由申报者根据作品核心属性自行选择，活动联合主办单位在初筛阶段有权对错报主题作品进行调整并通知申报者；②同一作品不得以不同版本重复申报多个主题，一经发现取消全部申报资格；③若作品同时涉及多个主题特征（如非遗元素的数字文创），以作品的核心呈现

形式与主要创作手段为判定依据，数字呈现为主归数字主题，实物产品为主归对应实物主题；④跨主题作品须在报名时注明“跨主题属性”，由主办单位最终确认归类。

主题一：非遗文创礼物

聚焦国家级、省级非物质文化遗产项目，以传统音乐、舞蹈、美术、戏剧、曲艺、民俗、传统技艺等为创作内核，设计兼具传统底蕴与现代审美的文创产品。包括但不限于非遗技艺创新产品、民俗文化衍生品、传统纹样新生设计、文旅伴手礼、工艺美术创新作品等。要求保留核心文化基因与技艺特征，兼顾实用性与传播性。

本主题下设两个子类别，分别明确作品审核要点：

A类·非遗技艺成品类：以非遗传统技艺手工制作的实物作品，审核侧重技艺传承度、工艺精湛度、文化原真性。

B类·非遗元素再设计类：提取非遗文化元素进行现代设计转化的作品（含数字化设计），审核侧重创新表达、设计转化度、市场落地性。

两类作品分开统计，根据手工成品与设计方案各自特点开展审核与展示。

分类方向：非遗活化类、文化传承类、工艺创新类、文旅价值类、商业潜力类

主题二：数字文创与IP创新

依托数字技术赋能文化创新，聚焦数字文化产业新场景，设

计可传播、可交互、可落地的数字文创作品。包括但不限于文化 IP 形象设计、数字藏品、互动 H5、短视频创意、虚拟数字人、AR/VR 沉浸式体验内容、信息可视化设计、数字影音文创等。要求突出数字技术与文化内涵的融合，具备创新性与传播力。

分类方向：数字创意类、IP 形象设计类、交互体验类、技术融合类、商业潜力类。

主题三：综合文创与生活美学

面向全品类生活场景文创设计，聚焦大众日常消费需求，设计兼具文化性、实用性、创新性的文创产品。包括但不限于办公用品、家居用品、服饰配饰、数码周边、潮玩手办、美妆文创、节日限定礼盒等。要求贴近生活、符合当代审美，具备量产可行性与市场潜力。

分类方向：生活美学类、实用设计类、视觉呈现类、生活方式创新类、商业潜力类

主题四：城市礼物

聚焦城市文化名片与地域特色资源，以城市历史文脉、地标建筑、人文故事、民俗风情、特色符号为创作内核，打造具有城市辨识度与纪念属性的城市礼物系列作品。包括但不限于城市 IP 衍生文创、地标建筑模型、城市主题礼盒、地域特色伴手礼、城市文化纪念周边、文旅打卡文创等。要求彰显城市精神与地域气质，兼具纪念意义、实用价值与传播属性，适配城市文旅推广、商务礼赠、市民收藏与游客消费场景。

分类方向：城市 IP 打造类、城市地标创意类、城市伴手礼类、城市传播力类、商业潜力类。

五、参展对象与报名须知

（一）参展对象

活动面向全国范围公开征集，分为两大参展组别，个人或团队均可参展，团队参展人数不超过 5 人，每位申报者可提交多件作品，不可重复申报同一主题：

专业组：全国文创设计机构、设计企业、非遗传承工作室、文旅企业、数字文化企业、自由设计师、非遗传承人、行业从业者等；

高校组：全国相关高校专科、本科、研究生在校学生，可由指导教师带队参展。

【高校组指导教师权益说明】高校组作品可标注指导教师，指导教师享有作品指导署名权；指导教师不自动享有作品著作权，如指导教师对作品有实质性创作贡献，须由申报者与指导教师自行约定著作权分配比例，并在报名时书面声明；未声明的，著作权默认归参展学生所有。主办方不介入高校组师生之间的著作权纠纷，如因纠纷影响活动，主办方有权取消该作品参展资格。

（二）报名时间

自文件发布之日起至 2026 年 12 月 30 日，申报者须在征集截止前完成报名与作品提交，逾期不予受理。

【报名咨询渠道】申报者可通过以下方式咨询报名相关问题：

咨询电话：主办方办公室电话（工作日 9:00-17:00）

（三）报名与提交要求

申报者登录活动官方指定平台（官网/官方公众号），下载文件并填写《2026 城市礼物文创设计活动参展报名表》，提交个人/团队身份证明、作品相关材料，签署《原创作品承诺函》。

作品提交要求：

设计方案类：需提交设计说明（不超过 800 字，含创作理念、文化内涵、工艺说明、市场定位、成本测算等）、设计效果图、平面三视图、场景应用图等，统一为 A3 幅面，分辨率 300dpi，JPG/PDF 格式，单张图片大小不超过 20M；数字文创类：需提交设计源文件、演示视频、交互说明、设计说明等，视频时长不超过 3 分钟，格式为 MP4，分辨率不低于 1080P；

实物文创类：需提交实物多角度高清照片、制作工艺说明、量产方案，根据展示审核需要提交 1:1 实物样品/模型

【实物文创样品及资料邮寄说明】需提交实物样品的作品及相关资料，设计方案类和数字文创类以 U 盘形式随报名表及相关资料一同邮寄，申报者自行承担寄递费用，主办方不承担送审作品的退返邮费。

邮寄地址：北京市海淀区三里河路 21 号甘家口大厦北楼 1026 室，2026 城市礼物文创设计活动主办方办公室（收），邮编：100037。

样品归还规则：未列入展示名单的作品的实物样品申报者可

申请在活动结束后 30 个工作日内按报名地址退返；展示作品样品主办方有权留存用于展览展示，留存期不超过 2 个月，留存期满后应作者申请退还，未申请退还的作品主办方永久收藏。

样品损毁处理：主办方对收到的样品妥善保管，如因不可抗力或展览正常损耗造成损坏，主办方不承担赔偿责任；样品邮寄过程中的损毁由申报者自行承担物流风险。

【数字文创作品补充要求】

交互类作品须提交适配设备说明（支持的操作系统、设备型号、运行环境），并提供可直接运行的演示包或在线演示链接

数字藏品类作品须符合国家数字藏品监管要求，不得涉及代币发行、金融炒作等违规内容，主办方将对提交的数字藏品进行合规审核

用于作品审核的文件中不得出现作者姓名、单位、联系方式等个人信息；报名表及身份证明等身份材料单独提交。

【匿名审核信息判定细则】为确保审核公平，以下情形均视为审核材料中含有个人信息，应按要求修改：

设计效果图、场景图中出现作者姓名、单位 Logo、工作室名称、联系方式等；

设计说明文字中提及作者姓名、单位、指导教师姓名、过往入选经历等可识别身份的信息；

文件命名、文件夹命名、压缩包命名中包含作者姓名、单位名称等；

作品图片中含有水印、签名、独特个人标识且可被识别为特定作者；

参考素材来源标注中暴露作者身份信息（正常的文化素材来源标注不在此限）；

初筛阶段发现含有个人信息的作品，主办方将一次性通知申报者在 48 小时内修改重传，逾期未修改或修改后仍不合规的，取消参展资格。

（四）参展要求

参展作品须为申报者原创，未公开发表、未参与其他活动或在其他活动中入选、未进行商业量产，无知识产权纠纷。严禁抄袭、剽窃、盗用，一经发现立即取消参展资格，已列入展示名单的取消展示资格，相关法律责任由申报者自行承担。

参展作品需符合国家相关法律法规，符合公序良俗，不得含有低俗、暴力、歧视、宗教极端等不良内容，不得侵犯第三方著作权、肖像权、名誉权等合法权益。

【作品内容禁止性条款】参展作品不得包含以下内容，一经发现取消参展资格：

禁止使用受版权保护的影视、游戏、知名动漫 IP 等进行二次创作（已获得正式书面授权的除外，须在报名时提交授权证明）；

禁止使用未经授权的城市地标摄影素材、非遗传承人肖像、在世艺术家作品进行设计涉及海外文化图腾、宗教符号等涉外文

化元素的作品，须确保不冒犯相关文化与宗教信仰，主办方有权要求申报者提供文化说明并进行专项审核；

禁止使用 AI 生成的侵权训练素材，AIGC 作品须保证训练数据来源合规。

【AIGC 作品参展要求】使用人工智能生成内容（AIGC）辅助创作的作品，须在报名时如实标注 AI 工具名称、使用比例与生成环节，不得隐瞒 AI 使用情况。申报者须保证 AI 生成内容不侵犯第三方知识产权，不得使用侵权训练素材。完全由 AI 生成、无人人类实质性创作贡献的作品不得参展。AIGC 作品的著作权归属按国家相关法律法规执行，申报者对作品承担全部法律责任。

六、活动日程安排

为保障活动稳健推进，各阶段间设置缓冲期，用于逾期补材料、专业审核延期、设备故障应急、申诉核查等突发情况，具体日程如下：

自文件发布之日起至 2026 年 12 月 30 日接收作品报名与提交，同步开展活动宣传、创作指导、线上答疑等工作。

七、作品审核机制

（一）审核原则

活动严格遵循“公平、公正、公开、专业”的审核原则，实行回避制度，与参展作品相关的审核专家须主动回避对应作品的审核工作，接受监督。审核用于核验申报条件、作品内容及展示适用性，并根据作品综合质量和完成度确认结果。

（二）审核流程

材料核验：主办方对参展作品进行申报资格、材料完整性、内容合规和权属材料核验，确认进入展示审核的作品。审核材料采用匿名方式，审核人员仅可见作品编号与作品内容。

展示审核：专业审核组根据各主题作品特点，开展文化内容、作品要求、实物样品或数字作品运行展示条件核验，依据本办法审核要点及展示层级要求，独立提出书面审核意见和层级建议，并说明理由；需补充说明或修改材料的，由主办方通知申报者。

审核结束后，专业审核组复核建议，形成审核建议名单，报主办方按程序公示确认。

（三）审核要点

文化性：作品深度挖掘中华优秀传统文化、民族民间文艺内涵，文化表达准确，传承价值突出，贴合活动主题。

创新性：设计理念、表现形式、材料应用、技术融合具备独创性，突破传统文创设计边界，符合时代审美与行业发展趋势。

落地性：作品具备量产可行性、施工落地性，工艺成熟，符合相关行业标准，具备完整的落地实施方案。

市场性：贴合市场消费需求，具备清晰的商业定位、盈利模式与市场推广潜力，具备较高的商业转化价值。

环保性：设计与生产环节符合绿色环保要求，鼓励低碳材料、可持续设计理念的应用，兼顾社会效益。

【公示与申诉衔接规则】拟展示作品名单公示期为 10 天，

公示期间任何单位或个人对结果有异议的，可在公示期内提交书面申诉材料，主办方在收到申诉后 5 个工作日内完成核查并反馈。申诉处理期间，涉及申诉的作品暂缓确认，待申诉处理完毕后再行确认；不影响其他无异议作品的展示安排。公示期满且无申诉或申诉处理完毕后，正式发布名单。

八、展示形式与服务支持

（一）展示形式

通过审核并列入展示名单的作品，结合线上或线下展览、入馆展示及国内外展演等形式，并纳入活动成果库，提供全媒体宣传推广及产业对接机会。

（二）服务支持

围绕展示作品开展采购对接、孵化支持、国家级文化展会及海外中国文化中心展演推荐；对接文旅景区、文创企业、商业渠道进行 IP 授权与量产合作，提供打样补贴与版权登记服务。具体对接和实施安排按活动资源及作品情况推进。

九、成果转化与推广体系

（一）产业孵化对接

建立 2026 城市礼物文创设计活动成果库，展示作品优先对接联合主办单位、合作文创企业、文旅景区、非遗工坊、设计机构和传播平台等资源，在依法授权基础上开展打样试产、联名开发、IP 授权、展览展示和渠道推广等合作。

举办文创产业资源对接会，邀请国内头部投资机构、文创品

牌方、商业渠道方、城市宣传、文旅部门及相关单位等参与，为展示作品提供技术支持、供应链对接、全渠道赋能。

（二）全媒体宣传推广

权威媒体联动：联动新华社、人民网、央视网、《中国文化报》、《中国旅游报》、《中华建筑报》等中央级媒体，以及文旅、设计行业垂直媒体，对本次活动及展示作品、优秀创作者进行报道。

新媒体矩阵传播：在抖音、小红书、微信视频号、B站等平台推广，扩大影响力与作品传播度。

展演活动：组织开展国内外展演活动，依托全球中国文化中心组织海外展演活动；组织参加全国城市旅游发展大会、城市设计周等城市展演活动。

（三）人才培育赋能

启动文创设计青年培育计划，对优秀创作者纳入主办单位文创人才库，优先获得文创项目合作、行业交流、国际参展机会。

参展优秀设计师可成为中国数字文化集团签约设计师人才库及共同参与设计类项目机会。

十、知识产权说明

1. 参展作品著作权归作者或合法权利人所有。申报者应确保作品原创、权属清晰，涉及他人作品、肖像等权益的，应取得相应授权。投稿或列入展示名单不视为著作权转让。

2. 主办方可在活动相关的非商业性展览展示、宣传报道及作

品集出版中使用作品，并注明作者姓名。未列入展示名单的作品，使用期限为自投稿之日起 3 年；展示作品，使用期限为自列入展示名单之日起 5 年；地域范围为全球。

3. 商业开发、量产销售、IP 授权、联名及改编等须另行签署书面协议，明确使用范围、期限和报酬；著作权转让须单独签约并付费。未经授权，不得出售、转让作品或用于无关商业项目。

4. 数字作品的源文件、代码、算法等权益归原权利人所有，主办方仅获得活动展示与宣传所需的非排他性使用权，不得用于反向工程或 AI 训练。使用任何作品均不得歪曲、篡改作品原意。

5. 涉嫌侵权的作品暂停审核或展示，申报者须在通知后 5 个工作日内提交证明；逾期未提交或证明不成立的，取消参展资格。查实侵权的，取消展示资格、下架并公示不少于 30 天。申报者依法承担责任及赔偿损失，主办方有权追偿。

十一、组织保障与法务合规

1. 监督与申诉。主办方对作品审核、分层展示及成果转化实行全过程监督。公示期内接受书面异议，并在收到材料后 5 个工作日内予以核查和反馈。

2. 信息保护。主办方妥善保管申报材料、作品源文件及个人信息，仅用于活动组织实施，未经授权不得向无关第三方披露。

3. 授权与合规。报名时须勾选确认作品使用及责任条款，并提交肖像、涉外版权等必要授权材料，肖像仅用于活动宣传。数字作品须符合相关管理要求，不得涉及虚拟货币、代币发行等违

规内容，不得含有恶意代码或侵害隐私。

4. 活动保障。海外展演涉及的运输、保险、报关等事项由主办方统筹协调，相关费用按活动预算执行。因不可抗力等原因调整活动日程或举办方式的，通过官方平台及时公告。

十二、附则

1. 本次活动不收取任何费用，申报者因参展产生的创作、制作、邮寄、交通等相关费用，由申报者自行承担。

2. 凡提交参展作品的申报者，均视为已阅读并完全同意本办法的所有条款。

3. 本办法最终解释权归 2026 城市礼物文创设计作品征集及展示活动主办方所有。主办方有权根据实际情况对活动相关规则进行调整，调整内容将通过官方平台及时发布。