



# 河北文创盛宴为产业发展注入创新活力

9月6日,历经三天决赛,第三届河北省文创和旅游商品创意设计大赛圆满收官,组委会“晒”出60件决赛获奖作品名单。煮世铁壶、邢窑白瓷陪伴灯、“红色圣火”陶针……一件件充满创意的作品,光听名字就令人向往。这些在本届大赛中胜出的佳作,不仅工艺精美,而且兼具文化内涵和实用价值,其中不少还与各地特色产业紧密结合。

文化积淀民族精神,创意激荡发展活力。对于省文化和旅游厅来说,连续举办三届文创和旅游商品创意设计大赛,吸引更多企业和人才参与,推出更多具有河北特色、河北符号的文创和旅游商品,打造河北文创和旅游商品品牌,这一初衷正在稳步推进,取得明显成效。

## 1 覆盖地域广,参赛作品多,第三届河北省文创和旅游商品创意设计大赛获丰收

自今年3月正式启动,截止到报名结束,第三届河北省文创和旅游商品创意设计大赛共征集到作品11331件。与去年的6700件相比,参赛作品数量增长了69%。

经过初赛和复赛的逐级评审,9月3日进入决赛路演环节,大赛组委会邀请的7位国内知名评审专家对100件入围作品进行了现场综合打分评选,最终评选出60件获奖作品,其中金奖10名,银奖20名,铜奖30名。另外,经过网络投票评选,其中10件作品获得“最佳网络人气奖”。

对所有参与者来说,本届大赛就是一场精彩纷呈的文化设计盛宴。前来“赴宴”的文旅企业和个人,不仅来自省内,还来自上海、江苏、福建、西藏、宁夏、内蒙古等全国各地。

北京大学、清华大学、河北大学、贵州大学等50余所省内外高校的学子纷纷发来他们的创意作品。

北京动漫游戏产业协会、天津市创意产业协会、河北省工艺美术协会、河北省电子商务协会等20余家省内外行业协会,组织会员积极参与。

不仅是报名参赛覆盖地域和人群更

广、作品大幅增多,据业内专家评价,今年的参赛作品质量较往年也有明显提升。在业内专家看来,大赛中体现出河北文创产品的设计水平和产品价值不断提高,通过赛事的规则设置,引导设计者注重文创产品的便利性、实用性、舒适感,为开发兼具艺术性和实用性、适应现代生活需要、符合市场消费需求的文化创意产品树立了标杆。

依托“京畿福地、河北游礼”大品牌,以“创意河北、精彩在冀”为主题,大赛深入挖掘河北文化内涵,赋能优质IP,不仅打造了具有河北特色的文创和旅游商

品品牌,而且推动河北文创产业的创业热情逐年升温,逐步形成一个具有拉升力的“气场”,为河北文旅产业高质量发展注入创新活力。

数据显示,连续三届文创大赛,共吸引了超过3000家企业参与,30000多件文创作品参赛。在大赛的带动下,全省形成了文博文创类、文化非遗类、冬奥冰雪类、红色创意类、乡村民俗类、生活创意类、工艺美术类、智慧科技类、户外美妆类、旅游演艺类等10大主题类别,优质文创和旅游商品供给水平不断提升。



## 2 聚创新资源,搭交流平台,推动优质文创提升设计服务水平

在产业链条上做文章,以赛促创,加大创意研发能力的培养,是本届大赛相比许多其他赛事更具深意之处。

大赛期间,省文化和旅游厅专门开展了以“设计云学院——河北文创线上培训班”为主题的系列培训。

各地有关部门积极发动组织,很快有2867人进行了线上报名,学员涵盖相关部门负责人及旅游、非遗、文化、艺术、工业设计等诸多领域的从业者,全省掀起一股文化创新热潮。

截至7月2日,8期直播课程累计在线观看超过9万人次,互动评论数达8677条。参与课程线上考试的1109人中,有950人获得了结业证书。

很多参加培训者都表示,这样的培训,让他们开阔了眼界,在互学互鉴、交

流碰撞中开拓了思路,汇聚了创意。

文化天然地具有交流属性,激发人们创新创造活力,最直接的方法莫过于通过交流发现别人的优秀,启发自己的思维。推出“设计云学院”这一创新举措,不仅为文创从业者搭建了一个学习、交流、研讨的线上平台,也壮大了河北创意设计人才队伍,夯实了文创产业蓬勃发展的基础。

据介绍,本届大赛内容设计的另外一项主要特点,是把赛事本身作为一个平台,推动我省优秀文化和旅游资源与设计、研发、生产、销售等各种资源的合作对接。

首先,大赛组织方变被动等待为主动出击,通过积极拓宽参与面和关注度来扩大影响范围。承办方不仅安排专人

以电话、微信等方式重点邀约河北省文化产业大数据服务平台等平台服务的6000多家企业,还与省外的文旅部门、协会、机构等进行对接,邀请参赛。在6月20日举办的京津冀高校设计类专业毕业设计联展暨设计学科创新教学研讨会上,向京津冀地区40余所开设有设计专业的高校进行了专项推介。

正是依靠这样的努力,本届大赛不仅收到了省内作品8310件,还收到了省外作品3021件,尤其吸引了新生代设计力量的参与——省内外高校纷纷推荐本校优秀学生作品,大量“90后”和“00后”年轻人报名参赛,让大赛焕发新的生机与活力。

其次,以大赛为平台,河北省各级文化和旅游部门全面调动整合资源,通过加强对大赛成果的宣传、推广、应用、转

化、融资、孵化等服务,进一步提升当地的文创设计服务水平。

今年6月举办的河北省(石家庄)电子商务资源对接暨电商选品大会上,“百县千品”河北文创直播巡礼活动把客场变成了主场,除通过现场展览向众多参会人员推介大赛外,还利用2天的会期,组织冀承国潮馆、辛集皮革企业等18家机构(企业)的105款产品在大会直播间进行了线上推广宣传。

据悉,今年第六届省旅发大会期间,省文化和旅游厅还将携手省内各市举办文创和旅游商品成果展,以“文创市集”形式,呈现共29个大类、2890个系列(套),12360件作品,对近年来涌现的文创资源进行全面的挖掘梳理,展示我省文化创意产业发展的丰硕成果。



## 3 打造强引擎,带动产业兴,河北文创产业加速市场化

文化创意产业发展,不能满足于“躲进小楼”,而应勇于“搏击蓝海”。连续举办三届大赛,赛前赛后、赛上赛下呈现出的各种变化可以看出,主办方没有停留在仅仅举办比赛的层面,而是通过持续努力,让河北的文创和旅游商品与产业发展紧密结合,真正走进市场、见到效果。

赛事期间,省文化和旅游厅在唐山市举办了“文创进景区”工作推进及学习交流会议。与此同时,一系列推动“文创进景区”的工作纷纷展开。

此前,省文化和旅游厅已经成立了领导小组和工作专班,将“文创进景区”纳入2021年全省文化和旅游重点工作,制定印发《文创产品进景区活动工作方案》以及一系列标准化规范。

为了推进“文创进景区”,省文化和旅游厅积极筛选优质文创企业、文创产品,精准对接4A级以上景区,打通推荐商品入驻A级景区购物店的渠道,还多

次组织召开企业对接会、双选会,探索推进文创进景区合作模式。

大赛期间,这项工作进一步得到加强。加快运营对接合作,强化各级文旅部门、A级景区、特许运营商、产品供应商之间的沟通合作,以市场化手段推动文创购物商店建设,加速全省文创产品研发设计、生产制造、市场流通全产业链的形成。

为推进工作,省文化和旅游厅还成立了“文创进景区”专家智库团队,为文创购物店建设提升、文创产品开发、市场化运营等提供指导咨询。

另一方面,围绕“京畿福地、河北游礼”大品牌,推出了承德好礼、秦皇岛礼物、唐山游礼、邢台游礼等一批市级旅游商品品牌,培育了国士吕端、燕赵元宝、衡水丫丫等10余个原创知名IP,推动“河北游礼”文创品牌知名度和影响力不断提升。

通过公开遴选,确定了“河北游礼”品牌特许运营商,协调统筹文创商品研发、设计、生产各环节,为上下游企业搭建平台。

伴随着《文创和旅游创意产品购物店建设指南》《“河北游礼”店面品牌使用规范》等标准文件的落地实施,省内所有文创购物店统一使用“河北游礼”品牌进行店面装修、柜台设计、功能与环境整治……目前,已按标准打造了130家高品质文创购物店,覆盖全部5A级旅游景区和80%以上4A级旅游景区。

同时,按照质优价宜、创意新颖、文化味足、实用性强的原则,遴选了河北特色文创商品400多个系列3000余种、12万余件集中投放到这130家高品质文创购物店中。

优质的河北文创商品一上市,就受到了消费者欢迎。今年“五一”假期,全省文创商品线下销售额突破400万元。其

中,承德避暑山庄景区文创产品购物店营业额达30万元,书签、冰箱贴等日用文创产品大受欢迎。唐山4A级以上景区购物店销售产品1299件,累计销售额30.9万元。文创产业在丰富文旅消费业态、延伸消费链条、满足消费升级需要等方面发挥着越来越重要的作用。

省文化和旅游厅相关负责人表示,下一步,河北将持续开展“文创进景区”活动,高标准开展旅游休闲街区、夜间文化和旅游消费集聚区评定推荐工作,以文旅部“旅游商品创意提升行动”为示范,组织开展“全省文创产业提升三年行动”,争取通过三年打造,进一步做强文创产业主体,丰富文创产品体系,实现文创进A级景区、文化场馆、进商场、进机场、进高速服务区,拓展销售渠道,扩大品牌影响力,实现我省文创和旅游商品的跨越提升,打造成为文化和旅游产业新的增长点和新引擎。

