“中壹品”第二届全国中医药博物馆

文博创意设计大赛征集公告

各有关单位和个人：

为贯彻落实国务院《中医药振兴发展重大工程实施方案》等文件要求，进一步汇聚整合中医药文化建设资源力量，挖掘阐释并推广中医药文化经典元素，提炼中医药文化精神标识，开发并集中展示一批兼具“颜值”和“价值”的中医药文化创意产品，推动中医药成为群众促进健康的文化自觉，建立中医药文化自信自强，国家中医药博物馆拟于2024年5月至10月举办“中壹品”第二届全国中医药博物馆文博创意设计大赛。现将相关事宜公告如下。

1. 大赛主题

启思 融合 共创 共享

1. 组织架构

主办单位：国家中医药博物馆

承办单位：北京文博衍生品创新孵化中心

北京国家中医药博物馆事业发展基金会

北京文物保护基金会

北京华彩创佳文化传播有限公司

协办单位：全国中医药高校博物馆、中医药企业博物馆、中医药医院博物馆、中国博物馆协会、中国文化传媒新文创藏品平台（中国文化传媒集团）、北京博物馆学会、北京市文化和旅游协会、北京设计学会、世界中医药学会联合会中医药文创产业分会、东道品牌创意集团、视觉中国集团、杭州蚂蚁酷爱科技有限公司（鲸探平台）、杭州纬聚网络有限公司（花瓣网）、大艺网络科技（北京）有限公司（大艺网）、北京天下凤凰文化传播有限公司。

支持单位：中国博物馆协会文创产品专业委员会、中国广告协会数字元宇宙工作委员会、中国游协IP运营专业委员会、北京博物馆学会文创专业委员会、北京博物馆学会行业博物馆专业委员会、深圳市插画协会、中央美术学院（圆明园研究中心）、北京科技大学（工业设计系）、北京印刷学院（设计艺术学院）、北京联合大学（艺术学院）、中国传媒大学（文化产业学院）、北京工业大学（艺术设计学院）、北京城市学院等北京地区设计类高校。

1. 组织机制

“中壹品”第二届全国中医药博物馆文博创意设计大赛是由国家中医药博物馆主办的全国性中医药文创产品孵化赛事活动，日常工作由国家中医药博物馆文创事业部负责。大赛活动将依托北京文博衍生品创新孵化中心的平台资源汇聚与公共服务功能优势，以创意设计比赛为载体，以为优秀文博创意设计作品提供版权服务为亮点，调动全国中医药博物馆及国内外文创企业、设计机构、高等院校等各方力量深入挖掘中医药文化资源，重点孵化和对接形成具有中医药文化内涵、兼具创意创新、符合文化消费市场规律的文创产品。大赛广泛面向社会发出合作邀请，构建政府引导、企业担纲、产业合作、社会支持的运营模式，保障大赛圆满举办。

1. 赛事周期规划

本届大赛拟分为征集、预审、复审、决赛和转化五个阶段。

征集、预审、复审阶段，计划于2024年5月至9月开展，主要采取线上征集、线下审核的形式。入围作品将面向公众开展网络公示及线上投票。

决赛阶段，计划于2024年10月开展，主要采用线下路演、专家答辩的形式。

转化阶段，计划于2024年10月启动，开展专题版权保护、金融服务对接、项目转化落地及中医药文创展览等活动。

1. 参赛作品规划

**（一）参赛主体**

大赛面向全社会公开征集，具体包括：

1. 全国各文化文物单位
2. 全国各中医药文化文物单位/高校/医院/企业主体
3. 全国各文创服务与设计类企业/高校/机构/团体主体
4. 个人设计师/团队参赛主体
5. **征集主题**
6. **开放主题：“非遗瑰宝”**

随着中医针灸、藏医药浴法入选联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录，《黄帝内经》、《本草纲目》列入《世界记忆名录》，中医药非遗的独特优势得到世界的广泛认可。中医药非遗资源中包含的中医生命与疾病认知方法、中医诊法、中药炮制技术、中医养生等项目，能够为群众提供全生命周期的健康服务，可以更好的满足人民对美好生活的新期盼。

本届大赛拟以“非遗瑰宝”为主题，征集一批具有中医药文化内涵和中医药非遗特色的文化创意产品。

1. **开放主题：“中医生活+”**

中医药学凝聚着深邃的哲学智慧和中华民族几千年的健康养生理念及其实践经验，是中国古代科学的瑰宝，也是打开中华文明宝库的钥匙。在中医药的传承和创新发展中，丰富的养生保健知识、独特的治未病理念已融入人民群众的日常生活。公众在衣食住行中有很多日用而不知的常识、观念均源自中医药。可以说，中医药是一门贴近日常、高度生活化的科学，也是一门能够融入生活、适合融入生活的医学。

本届大赛拟以“中医生活+”为主题，征集一批具有中医药文化特点、能够满足群众日常生活需求的文化创意产品。

1. **开放主题：“中医国礼”**

2017年年初，习近平总书记访问瑞士日内瓦世界卫生组织（WHO）时将针灸铜人雕塑作为国礼相赠，它所承载的最具中国特色的针灸治疗方法，一直被视为中医药走向国际的名片。中医药不仅增进了全球健康福祉，还为世界各国人民打开了了解中国文化的窗口，极大促进了国际文化的交流互鉴。

本届大赛拟以“中医国礼”为主题，征集一批具有中医药文化特点、能够满足商务和外事需求的文化创意产品。

1. **定制主题：根据联合办赛单位/企业需求另行发布**

邀约行业内外知名文化文物单位/高校/医院/企业主体等，开展品牌联名或定制化开发，包括但不限于产品包装及延展设计、IP形象设计等，主题另行发布。

1. **征集作品类别**

为助力中医药文创产业化发展，助力初创型项目的孵化与成长，本次大赛所征集的作品可为已成型的商品或已有打样的产品，也可为初创类概念性设计作品。主要包括以下类别：

1. 非遗类

以中医药非遗为主题创作的文化创意产品，主要包括：

1. 世界非物质文化遗产：中医针灸、藏医药浴法主题的文化衍生品；

2)《世界记忆名录》：《黄帝内经》《本草纲目》等等主题的文化衍生品；

3) 国家级非物质文化遗产：中药炮制技艺、中医传统制剂方法、中医养生、传统中医药文化等主题的文化衍生品。

1. 文物仿制品类

以中医药博物馆馆藏资源或其他中医药文物为原型，通过一定的技术手段，采用不同比例、大小、材质仿制的文物藏品。

1. 保健品类

适用特定人群的保健品类文创产品，可包括具有中医药文化属性和特色的保健（功能）食品、保健用品和保健器械，如：艾灸盒等。

1. 化妆品类

具有中医药文化属性特质且包含中药成分的化妆品，如：本草面膜等。

1. 食品类

具有中医药文化特色的供食用或饮用的产品，如：药膳、茶饮、调料等。

1. 生活家居类

具有中医药文化特色、满足日常生活需要的家居用品和公共空间装饰、装潢用品等，如：中草药香薰、冰箱贴等。

1. 文具玩具类

日常工作和生活中所使用的，具有中医药文化特点的办公用品和玩具，如：中医药日历、中医药桌面游戏等。

1. 服装配饰类

具有中医药文化属性，对人体起保护和装饰作用的产品，如：中药香囊、中草药耳环等。

1. 出版品类

以中医药博物馆馆藏资源或其他中医药文化资源为内容制作的出版物，包括纸质出版物、电子出版物和互联网出版物，如：中医药文物图册等。

1. 数字类

以中医药博物馆馆藏资源或其他中医药文化资源为基础，运用信息技术手段开发的文创产品，如：单体/系列插画/海报类作品、IP形象、表情包、动漫影视类作品、数字藏品、摄影作品等。

1. 其他类

除以上类别外，具有中医药文化创意属性的产品。

1. **作品提交方式**

参赛作品统一采用网上报名的方式。参赛者须在大赛官方网站（https://www.nmtcm.cn/new\_home.html）下载参赛资料，作品辅助材料（PPT或PDF说明文件、视频、音频或其他资料）可连同填写完整的参赛报名表、版权承诺书发送至大赛指定邮箱（zyywbds@qq.com），完成最终参赛报名。

报名截止日期：2024年9月30日。作品实物可递送至大赛组委会办公室，寄送截止日期：2024年10月10日。

1. **参赛作品要求**

1.电子版作品。参赛者需提供参赛作品电子版设计稿或实物电子图稿，数量不限。文件格式要求为JPG、JEPG或PNG格式，单张作品图分辨率不得低于300dpi，单图质量控制在1M—8M；视频作品时长不超过5分钟，采用MOV、AVI或MP4格式，内容高清，分辨率不低于1920\*1080，不得自行设置水印或LOGO，单个视频文件大小不超过500M。参赛者须自行保存好作品原始PSD、AI或3D原始数据文件。为保证大赛评审制度的公正性，参赛作品电子版设计稿中，不得体现参赛者及著作归属权内容信息。

2.辅助说明文件。可根据参赛作品实际需要，辅以说明文档（Word/PPT/PDF/视频等）或网盘链接等形式的补充说明，相关文档请协同参赛报名表发送至大赛邮箱。

3.原创要求。参赛作品须为原创。参赛者承诺对其参赛作品拥有独立、完整、明确、无争议的著作权。因此所产生的任何知识产权纠纷与责任，由参赛者自行承担，与大赛主办方无关，且主办方有权取消问题作品的参赛、入围及获奖资格，并收回已发出的奖金、奖牌、证书等荣誉。

4.参赛作品一经提交，将视为参赛者同意大赛组委会拥有对全部参赛作品进行展示、报道、宣传及用于市场活动的权利，作品的原始著作权仍归由参赛者所属。

1. 赛事评审规划

**（一）评审方式**

1.评审形式：预审和复审将根据参赛主题分类独立进行，以“线上+线下”形式开展；决赛将由大赛组委会视情况开展综合性评审，以路演形式开展。

2.网络公众评审：部分主题赛道将面向社会公众开放线上作品投票活动，网投人气最高项目，可享决赛评审总评“+1分”奖励。

**（二）评审机制考量**

1.赛事评审将尽力兼顾参赛主体特点，细化设置主题赛道评审与奖项规划，平衡大馆与小馆、团体与个人的参评差异。

2.专家评审组成：各评审阶段专家评委团将在兼顾文博学术类专家评审、文创设计行业评审、行业企业家评审的基础上，引入行业投资人与金融领域专家共同参与评审，重点孵化大赛优质成果项目。

3.评定标准：考量参赛作品把握博物馆文创特点与市场投放应用场景两大纬度，具体标准包含四个方面：一是文化属性。汲取全国各中医药博物馆馆藏或IP为灵感，展示中医药文化内涵价值，符合IP文化，符合审美要求。二是创新属性。能够充分体现创作者的想象力和创造力，内容完整，设计新颖，突破常规。三是商业属性。设计中考虑与市场和商业场景的融合，具有良好的消费市场预期，赋能产品更高的商业价值。四是前瞻属性。作品体现未来设计趋势，传递向上的、潮流的、年轻的生活方式。

1. 赛事奖励

**（一）奖项设置**

大赛拟设立一等奖1名，二等奖2名，三等奖3名，年度优胜奖以及大赛优秀入围奖若干，视情况予以奖杯、证书、奖金等荣誉奖励。

**（二）荣誉加成**

大赛拓宽赛事荣誉机制，优秀作品可获得国家中医药博物馆“中壹品”官方标识的使用权，参赛主体还有机会获得国家中医药博物馆特约合作设计师及团体称号。

**（三）成果应用**

大赛所有征集入围作品都将被纳入“中医药文创展览”中展示。线上展览将在国家中医药博物馆官方平台集中展示。线下展览将根据创意主题设置沉浸式场景，搭载中医药文化创意产品体验活动。线下首展将在北京启动，未来将辐射全国重点城市开展巡展。

**（四）深度合作**

搭建中医药行业资源汇聚与公共服务优质平台，推动参赛主体与品牌企业实现后续合作的同时，开展中医药外事礼品、国家中医药博物馆“2025年新春伴手礼”等文创产品的定制活动。

1. 大赛运营组委会办公室联系方式

组委会联系人：冯晓远、李雄飞、陶玺

版权授权服务：李宁、牟志林

大赛官方微信平台：国家中医药博物馆

大赛官方网站：https://www.nmtcm.cn/new\_home.html

大赛指定邮箱:zyywbds@qq.com

赛事咨询：010-69477234，010-641718

附件：1. 个人参赛报名表

1. 个人参赛报名表
2. 企业、机构、高校、团体参赛报名表
3. 参赛承诺书

国家中医药博物馆

2024年5月24日