

洛阳市文化广电和旅游局文件

洛文广旅〔2024〕60号

签发人：李振刊

办理结果：A

对市十六届人大二次会议 第368号建议的答复

曲焕平代表：

您提出的“擦亮我市文化品牌，做大做强洛阳文旅文创产业”的建议收悉。经研究，现答复如下：

首先，非常感谢您对洛阳市文化旅游尤其是文创产业的关心和支持，该建议对推进我市文旅文创做大做强有很好的参考价值。

近年来，洛阳市抢抓文旅产业新风口，突出“颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播”理念，围绕“文创IP”打

造，培育了一批具有市场竞争力、富有文化创意的文创企业，推出了一批出彩出圈的文创产品，更好的满足了广大游客日益多样化、个性化的需求。

一、高度重视明晰思路，强化政策引领

党中央对文博事业高度重视，提出要让文物“活起来”，深入挖掘博物馆馆藏文化资源，发展文化创意产业。洛阳市深入贯彻落实文旅文创成支柱战略，2021年，洛阳市人民政府办公室印发《洛阳市文旅文创融合发展行动计划》（洛政办〔2021〕68号），提出实施文化创意产业提振行动，强化创意驱动、美学引领、艺术点亮、科技赋能，高标准打造文化产业新内核，抢占融合发展“新风口”，赋予文旅产业更丰富的创造力。围绕“打造世界级文创IP、巩固提升特色文创产业、大力发展新兴文创产业”，我市重点培育龙门石窟、白马寺和隋唐洛阳城三大城市IP，全力做好“五大品牌”IP推广和赋能。2024年，我局起草《洛阳市关于实施文旅文创融合战略推动文旅产业高质量发展若干政策措施》（征求意见稿），对文化创意、文旅IP打造、文化基地建设等文创产业的发展有具体的扶持政策。

二、培育壮大市场主体，塑造文创品牌

壮大头部企业。支持文创企业提高规模化、集约化、专业化水平，向产业价值链中高端跃升，形成核心竞争新优势。支持洛阳文旅集团、洛阳牡丹瓷股份有限公司、洛阳九朝文物复制品有限公司、洛阳三彩艺陶瓷有限公司等龙头文化文创企业做大做

强，提升规模化水平和市场竞争力。三彩艺陶瓷有限公司、牡丹瓷股份有限公司、九朝文物复制品有限公司和意外博物等4家单位入选2023年度洛阳市优秀文旅企业；2024年，洛阳九朝文物复制品有限公司和洛阳牡丹瓷股份有限公司成功创建国家级文化产业示范基地。做优做强“洛阳礼物”“博礼文创”“古都文创”“龙门奇妙物”“栾川印象”“意外博物”等形象店，不断提高文创展陈水平和销售能力。

支持小微企业。支持博礼文创、意外博物、小廛科技等文创设计平台和企业发展，结合洛阳历史文化，推出“牡丹公交卡”“腰牌门票”更多具有文化内涵、游客喜爱、销售良好的文创产品，打造爆款产品，形成品牌效应。2024年为小廛科技和汝阳靳村搭建平台，促成双方合作，为文化产业赋能乡村振兴提供试点。

发挥集聚效应。突出差异化、错位化，加强顶层设计，有针对性地引导支持文创企业向产业园区集中，建设一批规模大、实力强、效益好的文创产业园区，实现文创产业集聚化、规模化、专业化、品牌化发展。鼓励利用闲置工业厂房、老旧建筑等，高起点建设文化艺术、工业遗产、特色产业相结合的文化产业园区，推动大北门文化创意产业园、南山市集等的提升，成为吸纳项目、孵化企业、技术研发、创业创新的平台，打造产城融合新亮点。升级产业园区为产业社区。洛阳牡丹产业社区充分发挥洛阳牡丹资源优势，盘活闲置厂房，打造一二三产融合发展的高端产业社区及年轻人喜爱的沉浸式夜间文旅消费区，推动洛阳牡丹全产业

链发展。提升龙门文化旅游园区、孟津牡丹文化产业园区等省级文化产业示范园区效益内涵，培育发展国家、省级文化产业示范园区。

三、搭建创意交流平台，助推产业升级

搭建文创合作平台。通过组织文旅新业态企业路演等活动，汇聚创意设计人才、设计企业等主体，以洛阳历史文化为媒，设计文创产品、开展上台推介，在文创产品和文旅景区、酒店、街区等业态间搭建合作交流平台，加快推动文创产品进景区、博物馆、街区等地开设旗舰店、体验店、代理店，有效丰富市场供给。

举办创意设计大赛。以设计大赛为载体，提升文创设计水平。中国·洛阳“三彩杯”（国际）创意设计大赛自 2012 年创立发起以来，已成功举办八届，共收到全球十余个国家、全国 862 个地区和城市、700 余所高校、上千家企业和个人参赛作品 21287 件，评出各类奖项 1774 个，累计发放奖金 244 万元。其中，大赛优秀作品如方言扑克、洛阳手绘地图、白马禅茶、龙门影像陶瓷台灯、豆芽罐、小白龙微耕机等百余件成熟作品实现产业化转化。大赛的连续成功举办，为搭建创意平台，打造活跃市场，培养创新人才，为文旅产业融合发展起到强有力的推动作用。

支持文创平台建设。依托洛阳市文化产业协会、洛阳市工艺美术行业协会，加快推进河洛文化创造性转化、创新性发展。重点打造全市工艺美术作品展销平台、信息化推广平台和产业创新发展平台，逐步建立国家、省、市三级工艺美术大师队伍，通过

积极打造“政产学研商”协同推进、创新资源高效集聚、一二三产深度融合的高能级平台，加快助力洛阳工艺美术产业特色化、集群化、品牌化发展。2024年1月，南山文创市集在洛龙区正式开业，该市集聚焦文创设计，整合行业领域优势资源，为入驻的艺术设计领域人才提供全方位、全时段跟踪服务，做好文创企业孵化工作，聚力打造文化创意产业集群。

四、深化文创设计研发，打造洛阳 IP

鼓励文创设计开发。通过深入挖掘文物蕴含的时代价值，诠释文化内涵，推出了一批优秀的文创产品，以文创产业化提升河洛文化自信自强。洛阳博物馆先后研发香道、辟邪、白玉杯等五大类 120 余种文创产品，二里头夏都遗址博物馆自主研发绿松石铜牌饰、陶文、青铜器、华夏之源等系列主题产品，研发样稿 530 余款，打样 140 余款，筛选量产 190 余款，深受游客的喜爱。龙门文创院打造龙门奇妙物品牌，开发并上线龙门金刚、龙门拓片、龙门纹样、龙门符号四大系列化文创产品，设计研发产品 300 余款，落地上市产品 160 余款。洛阳隋唐大运河博物馆、洛阳古墓博物馆等单位正在积极开发相关文创产品，聚力打造东方博物馆之都文创品牌。城市礼物研究有限公司先后推出唐三彩盲盒小马、三彩冰箱贴、牡丹造型蛋糕、牡丹味气泡水、牡丹种植体验盲盒，今年4月联合巨尔乳业推出的大唐无糖联名款酸奶，在龙门石窟、应天门、白马寺、各大牡丹公园同步销售，成为今年牡丹文化节的爆款。第41届牡丹文化节，文创商店接待游客超 13 万人次，

“洛阳礼物”等文创产品销售额同比增长近 300%；汉服市场从平价网红向高端复原升级，吸引游客约 105 万，169-299 价格区间产品占到 60%，低价汉服、旅拍等产品逐步出清。

活化历史 IP 运用。开放并扩大博物馆 IP 授权，以动漫、影视、灯光秀、实景游戏、舞台表演等现代艺术形式活化武则天、狄仁杰等有洛阳辨识度的历史 IP，挖掘活化更多洛阳历史资源。完善文创产业知识产权保护模式。鼓励文博单位深挖馆藏文物资源，探索博物馆版权授权合作模式。洛阳博物馆率先与网易梦幻西游手游联合开发“梦幻奇珍”系列盲盒；与支付宝合作推出《洛阳东风几时来》剧本杀；积极尝试与本土企业河南卡萨米亚食品有限公司合作开发文创食品，以白云杯、石辟邪、三彩黑釉马、兽面纹铜方鼎等 4 个洛阳博物馆代表性文物元素作纹饰，推出首款文创月饼。

打造沉浸式应用场景。建成全国第一个剧本娱乐产业园；开创国内先河，把整个城市作为剧本实景，推出“神都奇幻志”全城剧本杀等沉浸式产品；打造全国首个历史人文类博物馆“夜宿”项目，“宿古墓”“住运河”“与国宝过夜”，让游客“人在城中、又在剧中”。创作中国首部数字行浸演艺《寻迹洛神赋》，入选文旅部数字化创新示范“优秀案例”；《风起洛阳》VR 项目入选文旅部“数字化创新示范十佳案例”。

在下步工作中，我们将吸收借鉴您的意见建议，突出“颠覆性创意、沉浸式体验、年轻化消费、移动端传播”的新文旅理念，

重点做好以下工作：

一是优化扩大文创产业布局。2024 年 7 月，启动“洛阳礼物”品牌注册工作，力争年底完成；2024 年 12 月底前，牵头制定《“洛阳礼物”文创品牌提升行动方案》，整合文旅集团、牡丹瓷股份有限公司、九朝文物复制品有限公司、三彩艺陶瓷有限公司、走之旁文化创意有限公司、小瀍科技等全市各文创企业资源，打造“洛阳礼物”城市文创品牌，建立集设计、研发、生产、推广、营销为一体的全产业链文创产品培育发展机制平台。聚焦洛阳城市文化优质 IP 资源库，衍生开发序列化的“洛阳礼物”大众旅游商品、文化创意产品、工艺非遗产品、农副特色商品、汉服文化周边产品等品类。提升产品品质升级，重点推出更多精品化、高端化、国际化的“洛阳礼物”中高档商务伴手礼。增设“洛阳礼物”的申报认证模式及认证标准，采取多领域专家、多层级筛选等方式，以发现和吸纳更多中国新生代的设计力量，确保“洛阳礼物”的品质与价值。加强“洛阳礼物”品牌渠道建设，力争在全市 4A 级景区、高端酒店民宿、核心商业街区以及交通枢纽等地拓展品牌店面布局，让“洛阳礼物”随处可见，实现广大游客“想买可买”。

二是着力打造特色文物文创品牌。2024 年 9 月底前，文物局探索博物馆馆藏文物版权授权商业合作模式，鼓励各馆发掘丝路文化、运河文化、隋唐文化等文化内涵，创新合作方式与内容，鼓励和支持博物馆利用形象品牌、藏品资源和研究成果等资源要素，多渠道寻求社会优质资源合作，合力发展博物馆文化新业态，

打造集文创销售、研学、餐饮休闲等诸多功能于一体的大文创空间，打响“东方博物馆之都”文化品牌，更好发挥博物馆在推动“文旅文创成支柱”大局中的重要作用。以洛阳博物馆为引领，开发洛阳博物馆文创定制产品、高端产品，丰富文创服务供给。扩大文创展销平台，鼓励各博物馆参加大型文创集市、文创博览会等，充分利用小红书、抖音、淘宝等线上各平台发声，增加产品曝光量。鼓励增设线上展销平台和深化文创电商直播。

三是持续打造文创主题市集。加大市场培育力度，持续不断推出各类文创主题市集。2024年7月中下旬，拟举办第九届中国·洛阳“三彩杯”（国际）创意设计大赛颁奖典礼，拟在颁奖典礼期间开展“洛阳礼物”专题市集，邀请全市各文旅文创企业参展，景区、酒店、博物馆、旅行社、其他文旅企业等专业观众观展，为双方搭建合作交流平台；2024年河洛文化旅游节期间（8月份），依托汉服设计、妆造大赛，开展汉服主题市集，指导老城区在洛邑古城等网红打卡点开展牡丹专题市集等；以创意驱动、美学引领、艺术点亮、科技赋能为原则，指导各单位结合空间载体、市场需求，坚持一区域一特色，一市集一亮点，着力打造品牌市集，撬动城市文旅经济发展，通过品质提升和定向培育，打造头部市集品牌，推动形成几个规模化、体系化，深受广大市民游客追捧的文旅市集群。

四是谋划打造洛阳礼物创意设计赛事品牌。在《“洛阳礼物”文创品牌提升行动方案》通过后，立即抓好落实，2025年底前，

重点筹划打造“洛阳礼物”杯国际创意设计大赛。一是优化洛阳礼物赛事举办品质，整合文化艺术界大师、专家等阵容资源，完善比赛筛选、标准认证、全民参与式遴选机制，培育高规格、广辐射、国际化的赛事品牌，通过线下线上投票及专家评审等综合选出最具民众认可和最具影响力的“洛阳礼物”。二是借助“洛阳礼物”创意设计赛事定向精准征集设计，并加强成果转化落地。以赛事为平台，挖掘蕴含传统历史文化元素与现代时尚元素结合的旅游文创商品，开放“洛阳礼物”IP 生态系统，广泛吸引全国各地创意人才汇洛，聚合各类文化创意服务平台资源，形成以传播城市文化为目的的“文化创意+设计创新+生产制造+平台服务”的“洛阳礼物”发展模式。



联系单位及电话：洛阳市文化广电和旅游局 86869757

联系人：王楠、李文渊

抄送：市人大常委会人事代表工委（1份），市政府办公室督查二室（1份）。

