

开封市文化广电和旅游局
中共开封市委宣传部
开封市发展和改革委员会
开封市财政局
开封市人力资源和社会保障局
开封市市场监管局

文件

汴文广旅文〔2024〕102号

关于印发《关于进一步推动全市文化文物单位 文化创意产品开发的若干措施》的通知

各县（区）文化广电和旅游局、宣传部、发展和改革委员会、
财政局、人力资源和社会保障局、市场监督管理局：

为深入贯彻落实习近平总书记关于繁荣发展文化事业和文化产业的重要指示精神，激发我市文化文物单位文化创意产品

开发的积极性，有效促进我市文化文物资源活化利用，推动文旅文创融合战略在我市走深走实，根据《国务院办公厅转发文化部等部门关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》（国办发〔2016〕36号）、中央宣传部等《关于推进博物馆改革发展的指导意见》（文物博发〔2021〕16号）、文化和旅游部等《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》（文旅资源发〔2021〕85号）和河南省文旅厅等《关于进一步推动全省文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》（豫文旅政法〔2024〕3号）文件精神，经研究制定《关于进一步推动全市文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》，现印发给你们，请认真贯彻执行。



开封市文化广电和旅游局



中共开封市委宣传部



开封市发展和改革委员会



开封市财政局



开封市人力资源和社会保障局



开封市市场监督管理局

2024年2月16日

关于进一步推动全市文化文物单位文化创意产品开发的若干措施

为深入贯彻落实习近平总书记关于繁荣发展文化事业和文化产业的重要指示精神，激发我市文化文物单位文化创意产品开发的积极性，加快我市文化文物资源优势转化为发展优势的步伐，根据《国务院办公厅转发文化部等部门关于推动文化文物单位文化创意产品开发若干意见的通知》（国办发〔2016〕36号）、中央宣传部等九部委《关于推进博物馆改革发展的指导意见》（文物博发〔2021〕16号）、文化和旅游部等八部委局《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》（文旅资源发〔2021〕85号）和河南省文旅厅等八部厅局《关于进一步推动全省文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》（豫文旅政法〔2024〕3号）文件精神，现结合我市实际并参考借鉴国内先进文化文物单位文化创意产品开发运营的成功经验，提出如下具体措施。

一、总体要求

坚持以社会主义核心价值观为引领，保护传承弘扬中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化。坚持以文旅强市建设为引领，创新体制机制，充分调动文化文物单位和社会力量的积极性，加大文化创意产品开发力度，提升公共文化服务水平，推动全市文化文物单位馆藏文化文物资源合理利用、创造性转化和可持续性发展。坚持把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一，鼓励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。坚持文旅融合发展，以文塑旅、以旅彰文，促进文化创意产品消费。坚持保护为先，合理利用文化文物资源，避免过度商业化、娱乐化。坚持正确审美和价值导向，革命历史类文化创意产品要以历史事实为基础，防止凭空臆造、丑化恶化。

二、基本原则

（一）坚持公益性原则。以社会主义核心价值观为引领，突出文化文物单位的公益属性和社会效益，兼顾多元主体的合理收益，实现社会效益和经济效益相统一。

（二）坚持合理性原则。坚持“保护第一”，合理推进文化文物单位的业态创新和馆藏资源的合理利用，避免商业化、娱乐化、庸俗化，真正让文化、文物活起来。

（三）坚持合法性原则。制定健全的运营机制，规范运营。在不违反相关法律法规的前提下，实现文化文物资源的合法化利用和场馆服务水平的提升。

（四）坚持逐级把关原则。文化文物单位与第三方单位的合作需经过上级主管部门的审核备案。

三、主要任务

支持全市各级各类博物馆、美术馆、图书馆、文化馆、群众艺术馆、纪念馆、科技馆、非物质文化遗产保护中心、艺术院团及其他文化文物单位，在向公众提供足量免费公共文化服务的基础上，基于藏品实际、特色资源等，采取独立开发、合作、授权等多种方式，研发设计文化文物创意衍生品及社会教育、公众研学、特别展览、内容出版、数字文创、文旅演艺、

科研成果转化等文化增值服务产品，社会效益和经济效益显著增强，建成形式多样、特色鲜明、富有创意、竞争力强的运营体系。

鼓励全市资源较为丰富、管理制度较为完善、文创开发积极性较高的文化文物单位积极申报省级及省级以上文化创意产品开发试点，被列入省级及以上试点单位名录的文化文物单位在设立经营主体、健全收入管理、完善激励机制、加强人才培养等方面先行先试。

坚持问题导向，实施旅游商品创意提升行动，依托文化、提升品质、引导消费。深入开展“创意进景区”工作，以创意设计提升旅游商品价值。鼓励开展品牌化经营，叫响品质过硬、设计精良、市场认可的“开封礼物”品牌，对接市场需求，在全市促进旅游消费提质升级。

四、运营项目

（一）公共空间运营

文化文物单位经充分有效评估，可授权合作方在公共空间开展数字剧场、演绎剧场、剧本杀、文旅演艺等沉浸式体验项目，以及文化沙龙、会议会务、轻食茶餐等常态化消费服务项目。

（二）文化服务运营

1. 讲解服务运营。建立健全培训交流机制，加强讲解人才队伍建设。在保障日常公益讲解的内容和频次基础上，开展定制讲解服务。针对不同群体个性特点，提供精细化、分众化有偿讲解服务，更新升级智慧导览设施，以满足多元化需求。

2. 研学活动运营。为开封市及全国中小学生研发并提供一系列适龄化、多样化的研学课程内容和研学活动。鼓励有条件的单位筛选优质的社会研学服务机构与其合作，提升研学活动的标准化、品质化水平，面向社会团体、社会公众设计开发研学课程和研学活动。

3. 特色展览运营。策划运营立意高远、视角独特、符合主流价值导向和审美需求的高品质收费展览，开发配套文化创意产品，进行系列包装宣传，实现社会效益和经济效益双统一。

4. 其他增值服务运营。为观众提供语音导览、VR 沉浸式观展设备、自助充电等付费增值服务。

（三）产品开发运营

1. 实体产品运营。鼓励具备条件的文化文物单位依托自身资源，自主研发文创产品和销售，或以馆藏文化文物资源授权和销售分成的形式，与社会企业合作，开展各类文创产品的开发、制作、传播、出版和销售，以及为其他机构、团体和个人提供文创产品设计、开发服务，收取相应的服务费用。

2. 虚拟产品运营。鼓励文化文物单位自主研发或以馆藏文化文物资源授权和销售分成的形式，与数字化开发平台合作，策划数字展览，分系列发行虚拟数字藏品和数字文创产品，开展动漫创作、制作、传播和出版。

（四）品牌授权运营

实施场馆品牌 IP 授权计划。鼓励有条件的单位可以针对馆藏图片及音像资料、场馆品牌等无形资产，开展跨界联名及品牌授权合作，促进与教育、科技、旅游、商业、传媒、设计等

跨界融合，以场馆品牌计划带动文化全域赋能，收取相应的授权费用。

五、实施路径

（一）创新体制机制

在坚持事企分开原则基础上，将文化创意产品与公益服务分开，原则上以企业为主体参与市场竞争。支持纳入省级及以上试点名录的文化文物单位（以下称试点单位）通过知识产权作价入股等方式投资设立从事文化创意产品开发的企业，并按要求将企业国有资本纳入党政机关、事业单位经营性国有资产集中统一监管体系。支持试点单位按照相关程序设立企业，鼓励多家试点单位联合与社会资本合作设立企业。市级及各县（区）文化和旅游、财政、人力资源社会保障、市场监督管理、国有资产管理、文物等部门要加强跨单位协同，积极研究、推进解决试点单位投资设立企业过程中遇到的障碍和困难，推动构建科学有效的容错纠错机制，鼓励积极作为、先行先试。

（二）加强多方合作

鼓励试点单位结合自身情况，利用本单位形象品牌、藏品（文物）资源和研究成果等，采取内容授权、经营授权、冠名授权、品牌授权等方式，引入竞争机制，吸引社会力量参与文化创意产品研发、生产、经营等。试点单位应逐步建立用于对外授权开发文化创意产品的知识产权目录并规范管理，根据实际情况制定知识产权授权费用标准，在文化创意产品开发合作项目中进行合理协商议价。试点单位应加强对文化创意产品开发经营的管理，慎重选择合作单位，鼓励采用公开招标方式确

定合作方。

（三）规范收入分配

在保证向公众提供足量免费公共文化服务的基础上，支持试点单位对使用非财政拨款资金开发的社会教育、公众研学、特别展览、内容出版、数字文创、文旅演艺、科研成果转化等文化增值服务产品收取费用。试点单位开发文化创意产品取得的事业收入、经营收入和其他收入等按规定统一上缴市财政实行“收支两条线”，纳入本单位预算统一管理，经向市财政预算申请，根据试点单位实际需要给予拨付，可用于加强公益文化服务、研学课程开发、藏品征集、继续投入文化创意产品研发、数字化建设、文化传播与推广，以及针对符合条件的文化创意产品开发、经营管理人员的绩效奖励等，内部分配时向作出突出贡献的人员予以倾斜。允许试点单位文创投资、知识产权（IP）授权分成的净收益用于人员激励，激励总量最高不超过净收益的30%且人均激励最高不超过3万元，作为绩效工资单列部分纳入绩效工资总量管理。允许试点单位科技成果转化所获净收益参照本市科技领域对相关人员的激励政策实施激励。按照事业单位工作人员奖励有关规定，经批准发放的奖励不计入所在单位绩效工资总量。试点单位应建立相应的文化创意产品开发激励分配办法，健全相关内部考核指标，并报其上级主管部门批准。

（四）完善人才支持

将文化创意产品设计开发纳入各类文化文物人才扶持计划支持范围。试点单位相关经营管理人员在文化创意产品开发岗

位上的工作业绩可以作为职称评审和岗位聘用的重要依据。鼓励试点单位在职称申报推荐中增加文化创意产品开发贡献度和影响力评定等内容。支持试点单位设置流动岗位，吸引具有文化创意产品开发和营销能力的社会人才进行兼职。

以上措施自 2024 年 12 月 18 日起施行。

