

中国国际服务贸易交易会文化文博文创产品展区展览方案

作为中国国际服务贸易交易会（服贸会）的重要组成部分，第十五届中国北京国际文化产业博览会，将于2020年9月上旬在北京国际会议中心举办。本届文化服务专题展的文化文博创意产品展区，将由北京市文物局牵头，与北京市经济和信息化局、北京市公园管理中心、共青团北京市委、北京市文化创意产业促进中心、歌华集团共同主办。展区设置文物及博物馆文化区、首都工艺美术区、公园文化区、首都优秀青年文化区、北京文创大赛区、北京礼物区等6部分。通过文物及博物馆内涵挖掘、文物艺术品交易、文博文创产品开发、首都工艺美术品展销、公园文创产品展卖、青年创业人才与企业培育及“北京礼物”打造等内容的展示与推介，弘扬优秀传统文化，彰显北京文化产业发展与特色，推进相关服务贸易走向全国、走向世界。

展览总主题:擦亮北京历史文化金名片

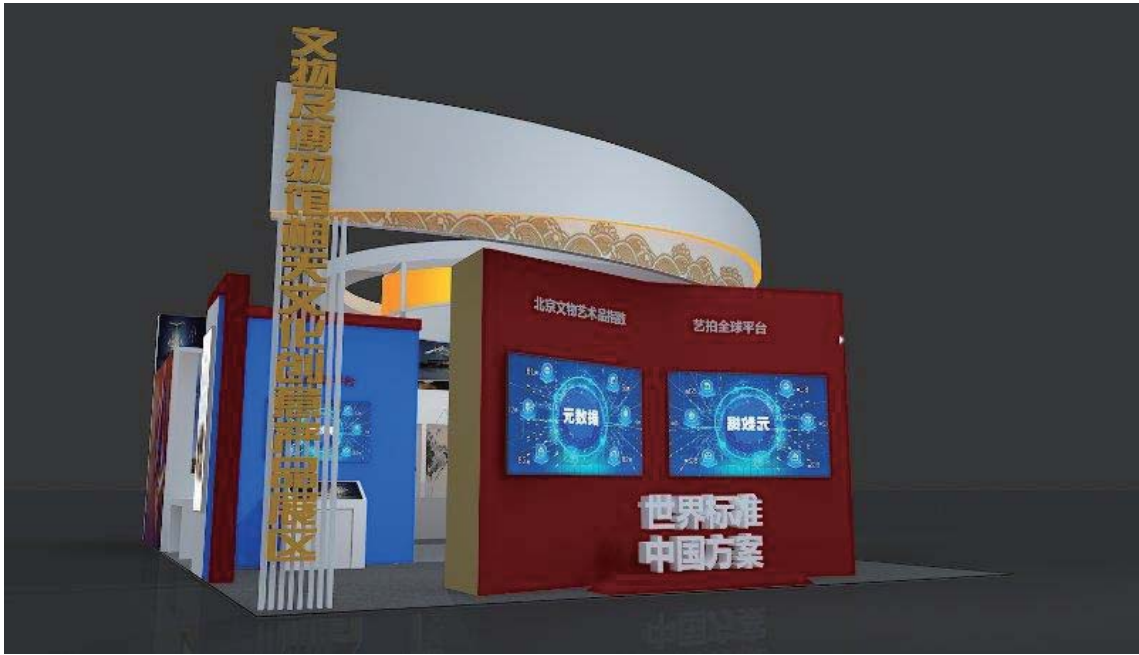
展览时间:2020年9月上旬

展览地点:国家会议中心前广场

展出面积:4900平方米

一、文物及博物馆文化创意展区





文物及博物馆文化创意展区效果图

1. 展览背景

2020 中国国际服务贸易交易会（服贸会）将于 2020 年 9 月 5 日在国家会议中心举办。本次服贸会国家会议中心室外将搭建 30 个室外展馆，市文物局负责的是 8 号展馆文物及博物馆相关文化创意展区，展览面积 806 平方米；2 号馆为博物馆文创专题展区，展览面积为 375 平方米。

2. 主导思想

（1）突出宣传“国际知名的中国文物艺术品交易中心”的核心理念、探索成果和发展方向。

（2）围绕让文物活起来，在博物馆文创产品开发方面开展的重要探索、主要成果。

3. 8 号馆展区

展区面积：806 平方米

主办单位：北京市文物局

协办单位：北京七艺文博文化有限公司

展览主题：让文物活起来

展览原则：文物及博物馆文化创意展区以“让文物活起来”为主题，汇聚北京地区文化与科技融合创新发展成果，展示文物、博物馆、文物与科技融合发展最新成就，搭建国内外服务贸易平台，服务新时代大众美好生活。

主要内容：

(1) 序厅（8号馆）

概述：全面介绍文博系统落实习近平总书记关于“让文物活起来”的指示精神，推动博物馆之城建设，充分发挥博物馆公共文化服务机构的职能，深入挖掘博物馆馆藏资源的文化内涵，围绕“生活化、产品化、国际化”，大力推动博物馆文创产业发展，加强社会文物的流通管理，推动艺术品交易的发展，满足人民群众的文化需求，打造国际知名的中国文物艺术品交易中心，助力北京文化经济高质量发展。本展区总体介绍北京市建设“博物馆之城”及“国际知名的中国文物艺术品交易中心”工作设想，展示北京地区博物馆及文物艺术品文化市场发展成就。

展览内容：凸显“文物及博物馆相关文化创意”展区展览主题，突出各展览板块的展览特色。以视频、图文介绍的形式展现以下内容：北京地区博物馆“让文物活起来”实践成果、北京“博物馆之城”建设成果、北京文物艺术品交易中心建设成果及北京地区博物馆及文物艺术品市场发展建设成果。

(2) 国际艺术品展示交易区（42.5平方米，8号馆）

概述：利用易拍全球科技发展有限公司的资源优势，同步举办线上“国际文化文物创意产品展示”活动，通过邀请海外收藏家及艺术品交易企业开展线上展示、推介与销售，提升本展区的国际影响力。观众可以用网上预展、预约、现场扫码形式购买相关文物艺术品与工艺美术品，也可以参与网上拍卖。本展区还将展示线上交易相关技术，发布文物艺术品交易大数据，展示北京作为全球中国文物艺术品交易中心的相关成果。

展览内容：文物艺术品线上交易国际平台、文物艺术品大数据联

合国文物艺术品电商标准制定。

参展单位：易拍全球科技（北京）有限公司

(3) 地区文物艺术品拍卖企业展区（30 平方米，8 号馆）

概述：全面展示北京地区文物拍卖行业的拍卖成果、发展规模及发展方向，提升北京地区文物拍卖市场的“北京价格”、“北京指数”、“北京发布”的国际影响力，助力全球知名的中国文物艺术品交易中心的形成。本展区将在全面展示北京地区文物拍卖行业特色的基础上，选择中国文物艺术品拍卖行业的优秀企业，如中国嘉德、北京保利、北京荣宝、中贸圣佳、北京翰海等企业参展，展示企业的特色、亮点及对海外文物回流的贡献。通过现场互动普及拍卖知识，增强拍卖文化的亲和力。

展览内容：北京地区拍卖二十年来拍卖成果展示，北京地区拍卖企业行业建设，北京地区拍卖成果大数据。

参展单位：北京拍卖行业协会、北京保利国际拍卖有限公司、中国嘉德国际拍卖有限公司、北京翰海拍卖有限公司、北京匡时国际拍卖有限公司、中贸圣佳国际拍卖有限公司、北京荣宝拍卖有限公司

(4) 文物商品展示销售区（42 平方米，8 号馆）

概述：北京作为全国文物艺术品交易中心，对全国文物艺术品交易市场具有广泛的影响力，本版块由北京市文物交流中心（原北京市文物公司）及北京古玩城、华夏古玩城、天雅古玩城等北京地区文物商品优秀流通企业组成，现场展示并销售，满足北京市民大众收藏的需要，激发市民文物保护的积极性。

展览内容：文物艺术品现场展示、销售

参展单位：北京市文物交流中心、北京古玩城

(5) 北京文博衍生品创新孵化中心展区（110 平方米，8 号馆）

概述：北京文博衍生品创新孵化中心是北京市文物局与中国版权保护中心为推动全市文博单位文创产品开发而建设的资源聚集平台和公共服务平台，对促进文创产品开发发挥了重要作用。近年来北京文博衍生品创新孵化中心平台涌现出了许多优秀文创产品，同时推出了

不少文博交流项目。本展区将展示北京文博单位在平台的支撑下，按政策引导、内涵挖掘、创意设计、版权保护、融资生产、授权销售这一产业链条发展的系列成果。

展览内容：总体展区拟围绕北京文博衍生品创新孵化中心平台近三年的运营成果及亮点讲述，结合线上直播线下互动，及展示交流与体验推介的方式，综合、全面地展现平台在博物馆馆藏品推介、创意设计、版权保护、授权生产、产品营销这一产业链条发展的成果及未来发展趋势。

参展单位：北京华彩创佳文化传播有限公司及相关单位

(6) 文物修复技术展区（80平方米，8号馆）

概述：展示北京地区文物修复企业的风采，展示文物修复技术与装备。通过文物修复企业在书画、青铜器、玉器、木器等文物修复的现场展示与互动，做到既有技术手段展示，又有互动体验，使神秘的文物修复走进大众，实现知识普及。

展览内容：文保装备、文物修复实物展示、青铜、纺织品、瓷器等文物修复技术现场互动展示。文物修复学科相关技术与案例图片文字展板，现场展板展示。主要采用“实物+图片+文字+讲解+影像+辅助环境”混合展出形式。

参展单位：北京乐石文物修复中心有限公司、北京政合宫文化发展有限公司、中古文物保护集团有限公司

(7) 北京国际文物交流平台展区（62平方米，8号馆）

概述：北京作为全国文化中心，在国际舞台上的地位日益显著，北京地区的文博行业在弘扬优秀传统文化方面发挥着重要作用，引领全国乃至世界文物艺术品市场的发展。通过中国文物交流中心与国家对外文化贸易基地（北京）、天竺综合保税区等单位共同打造的“国际文物交流服务平台”的展示，发布“文物进出境数据报告”“文物输出的影响力报告”“文物价值报告”以及文物科技相关装备，充分体现了文博事业在国内国际服务水平及发展方向上的成就。

展览内容：《亚洲文明展》《三国志展》等国际大展浓缩版展览，

及国家对外文物贸易基地平台介绍，包括文创开发成果展示、文物交流平台建设展示等。现场将公布“非洲木雕展”“战疫历史”“丝路展”等多个新展览目录，同时还将举办“亚洲文明展”巡展第四站的启动仪式，国家文物局、北京市政府及参展各国使馆代表将参加展览启动仪式。为配合展区展览，中国文物交流中心还将同期举办“全国文博知识产权协会研讨会”“国际文物交流平台科技创新研讨会”“国际文物艺术品交易程序研讨会”等系列专业学术会议活动。

参展单位：中国文物交流中心、北京天竺综合保税区管理委员会、天禹文化集团有限公司、北京华夏言文化创意有限公司、火凤凰（北京）国际艺术品物流有限公司、北京圣轩珍品国际货运有限公司、北京圣彩虹有限公司、北京图文天地有限公司

（8）文物科技展区（100平方米，8号馆）

概述：文博相关科技发展日新月异，为文物保护与利用提供了强大支撑。本展区将集中展现当前文博相关企业科技水平的最新成果，为文物保护、博物馆展览水平的提升提供美好前景，用科学技术展现文化传承与传播的力量。

展览内容：数字化文物库房运用与管理系统介绍、高科技文物包装介绍演示、文物运输保险、北斗三号卫星文物监测、无人机文物监测技术相关介绍、国际文物装备基地图文展板介绍等。

参展单位：中创文保科技发展（北京）有限公司、凤凰数字科技有限公司、武汉梦芯科技有限公司、北京天元三维科技股份有限公司、星潮闪耀移动网络科技（中国）有限公司、北京中传信科技有限公司、北京鲸世科技有限公司、嘉善衍生工场科技有限公司、北京美大文博科技有限公司

(9) 央属重点博物馆文创展区（340 平方米，8 号馆）



故宫博物院展览效果图



中国国家博物馆展览效果图



恭王府展览效果图

概述：展示中央文博单位及北京地区博物馆文创工作成果，邀请故宫博物院、国家博物馆及恭王府博物馆等展示各馆为文化产业发展开辟和搭建创新创业平台，包括故宫的“IP 授权体系”、国博的“创意中国”平台、恭王府的“文创产品大众设计”平台，同时展示各馆

利用创意平台开发的具有代表性的文创产品。

展览内容：本展区以各参展博物馆文创产品为主要展览内容，所有博物馆参展产品均为近年来依托博物馆馆藏文物进行创意设计的，具有鲜明博物馆文化特色内涵的 4.0 版优秀文创产品。本次各博物馆的亮点参展文创产品主要有：故宫《迷宫》文创图书、国家博物馆“海晏河清”“杏林春燕”“古文字”“溪山雨意”系列文创、恭王府《福》系列文创、中国铁道博物馆高铁系列文创产品。

参展博物馆及单位：故宫博物院（展览面积 100 平方米）、国家博物馆（展览面积 100 平方米）、文旅部恭王府博物馆（展览面积 50 平方米）、中国铁道博物馆（20 平方米）、古代建筑研究所（20 平方米）北京地区 22 家博物馆文创试点单位（50 平方米）

(10) 北京地区 22 家全国博物馆文创试点单位展区（50 平方米，8 号馆）

概述：本展区将集中展示北京地区 22 家文创试点单位近年来在文创开发方面所取得的成果。重点展示中国人民革命军事博物馆、中国科学技术馆、中国铁道博物馆、中国农业博物馆、北京石刻艺术博物馆、中国人民抗日战争纪念馆及北京自然博物馆等单位的最新文创开发成果。

展览内容：北京地区 22 家全国博物馆文创试点单位，重点展示与以整体介绍的方式，呈现其设计开发制作的优秀文化创意产品，集中反映试点单位近年来的文创产品开发成果。

参展博物馆名单：中国人民革命军事博物馆、中国人民抗日战争纪念馆、中国科学技术馆、中国妇女儿童博物馆、中国农业博物馆、中国华侨历史博物馆、中国铁道博物馆、民族文化宫博物馆、郭沫若纪念馆、中国印刷博物馆、中国钱币博物馆、中国化工博物馆、中国古动物馆、中国警察博物馆、中国法院博物馆、北京鲁迅博物馆、民航博物馆、中国电影博物馆、园林博物馆、北京石刻艺术博物馆、北京自然博物馆

(11) 签约活动（主场馆）

中国文物交流中心的“三国志展”“亚洲文明展”“中国古代体育展”“文物专家资源与服务”等项目签约；北京地区国家对外文化贸易基地的“文物托管”“文化贸易服务”等项目签约。

4.2 号馆展区

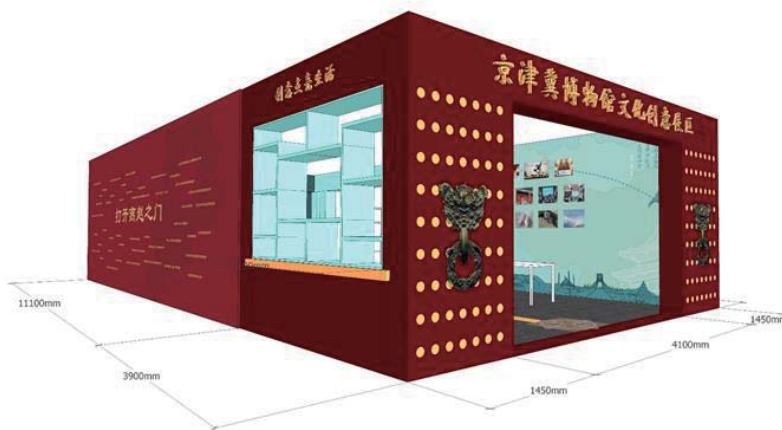
展览面积：375 平方米

主办单位：北京市文物局

协办单位：北京七艺文博文化有限公司

主要内容：

(1) 京津冀博物馆文创展区（150 平米，2 号馆）



京津冀博物馆文创展区效果图

概述：京津冀博物馆协同发展是文化创新、创业发展的战略协同，是地域文化大历史、大故事、大联合的强势合作。

展览内容：京津冀三地博物馆最新文创产品，其中包括首都博物馆、天津博物馆及河北省博物院相关产品。通过一个历史故事让展览、研学课程、文创产品联合发展，共创课题。首博“1420：从南京到北京”特展的专题文创、珊瑚红釉花鸟纹瓶等系列衍生品及局属博物馆相关内容展示。展示北京市文物局所属博物馆的文创新概念，如“燕国达人”“北京雨燕”创意设计，“中轴线与古都北京”重点内容展示等。

参展单位：首都博物馆、河北博物院、天津博物馆、涿州博物馆、廊坊博物馆、北京市正阳门管理处、北京市白塔寺管理处、北京市古

代钱币展览馆、北京市古代建筑博物馆、北京市孔庙和国子监博物馆、北京文博交流馆、北京西周燕都遗址博物馆、北京大葆台西汉墓博物馆

(2) 钱币与邮品专题展区 (150 平米, 2 号馆)

概述：邮票、古钱币是收藏品也是艺术品；既是金融收藏品也是历史金融知识的收藏。彰显文物艺术品与金融的契合。

展览内容：钱币、邮票、古钱币展览、交流、知识解读，邮票、古钱币衍生的创新、创意产品。

参展单位：中国钱币博物馆、北京市古代钱币展览馆、中国钱币学会、中国收藏家协会、中国金币总公司、部分钱币与邮票拍卖公司等。

(3) 8+文化名人 (30 平米, 2 号馆)

概述：本展区将汇聚 8+文化名人故居博物馆、集中展示 8+文化名人故居博物馆在文创开发，社教课程开发方面所取得成果。

空间效果

文物及博物馆文化创意展区展览设计方案



钱币与邮品专题展区展区效果图

展览内容：8+名人故居纪念馆联盟 14 位名人、19 家馆集体亮相：介绍名人生平成就与爱国情怀，展现各馆红色风采，多媒体展示，联

盟宣传片、联盟馆文教科普精品展示，馆领导直播带货并推介文创产品。

参展故居与纪念馆：李大钊纪念馆、宋庆龄故居、北京鲁迅博物馆、老舍纪念馆、徐悲鸿纪念馆、詹天佑纪念馆、茅盾故居、梅兰芳故居、李四光纪念馆、天津梁启超纪念馆、康有为故居纪念馆、广州鲁迅纪念馆等。

（4）非国有博物馆（45 平米，2 号馆）

概述：通过挖掘非国有博物馆馆藏文物内涵，展示非国有博物馆对北京地区博物馆文创产品开发做出的贡献等。

展览内容：近年来参展博物馆文创产品开发的基本情况，重点介绍单位的主要文创产品。

参展博物馆名单：古陶文明博物馆、北京百年世界老电话博物馆、中国紫檀博物馆、观复博物馆及北京英杰硬石艺术博物馆等。

5. 云展台简介

本届服贸会采取线上线下融合举办的方式，线上云展会作为一种互联网发展需求已经成为一种必不可少的展会方式。云展会为广大参展商提供了丰富的云展台功能，每家参展商可申请一个云展台来丰富展品信息，云展台分为平面展台和 3D 展台两种形式展示企业形象；通过云洽谈、云直播、云会议等产品功能来帮助参展商成功留存转化客户。截止 8 月 31 日 17:00，文博文创展区完成线上注册的企业共 87 家（51 家线上线下企业、36 家线上企业）；完成 2D 展台搭建的线上企业 87 家，完成搭建率 100%；完成 3D 展台搭建的线上企业 83 家；上架展品 1468 件；企业发布项目数量 585 个。

展台简介



展台简介: 北京文博衍生品创新孵化中心, 是由北京市文物局与中国版权保护中心于2017年签约共建, 服务于北京地区博物馆文创开发工作的重要公共服务平台, 也是汇聚全市优质文博文创版权资源的授权管理平台, 目标是围绕首都历史文化资源优势, 全面助力北京文博文创产品开发相关工作。自创建以来, 平台发挥了重要的文创引领与带动作用, 并以版权为核心, 以平台为纽带, 以传承为目标, 以活动为抓手, 以市场为导向, 以机制为保障, 构建了以博物馆为主导、企业为主体、社会组织 and 公众共同参与的文博文创开发运营体系。经过

联系方式





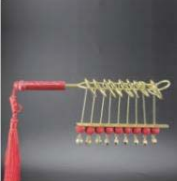





联系人: 李雄飞 联系电话: 13426067381
 传真: 010-69477358 邮编: 100000
 地址: 境内北京市北京市东城区府学胡同36号
 邮箱: 13426067381@qq.com

展台标签

- 北京文博
- 版权创新
- 博物馆文创
- 文博文化元素
- 文博授权管理
- 传统文化创新
- 博物馆衍生品
- 市场转化
- 产业融合
- 文创产品设计开发
- 北京IP

平面展台

展品/服务

- | | | | | |
|--|---|---|--|---|
|  <p>玩悟品牌中国古代智力巧环类玩具非遗技艺全景泰蓝...
10 浏览 0 收藏</p> |  <p>玩悟品牌中国古代智力巧环类玩具同一个地球
4 浏览 0 收藏</p> |  <p>玩悟品牌中国古代智力巧环类玩具铜木雕蓝青花(瓷...
3 浏览 0 收藏</p> |  <p>玩悟品牌中国古代智力玩具仙人穿梭顺心顺意
3 浏览 0 收藏</p> |  <p>玩悟品牌中国古代智力巧环类玩具非遗技艺铜仿雕漆...
2 浏览 0 收藏</p> |
|  <p>玩悟品牌中国古代智力巧环类玩具铜仿雕漆珠九连环
2 浏览 0 收藏</p> |  <p>玩悟品牌中国古代智力巧环类玩具铜木雕红玛瑙石珠...
2 浏览 0 收藏</p> |  <p>玩悟品牌中国古代智力巧环类玩具铜雕蓝青花瓷珠九连环
2 浏览 0 收藏</p> |  <p>玩悟品牌中国古代智力巧环类玩具无镍电镀仿雕漆珠...
2 浏览 0 收藏</p> |  <p>玩悟品牌中国古代智力滑块类玩具地道战
2 浏览 0 收藏</p> |

1 2 3 下一页 尾页 10 共21条记录

展品图



中国古代铸钱技术课程4-中国古代纸钞制作

目前开设有三个系列的10多门教育服务课程, 接待亲子家庭、企事业单位工会会员活动、东城区优秀传统文化系列教师培训等各类人群的教育体验和培训活动, 受到广泛好评, 此外本馆部分教育服务课程已经连续三年走进北京史家小学的课程, 受到学生和家长的广泛好评。

展会: 文化服务专题展

行业类别: 传统文化【工艺制造】文化融合

交易需求: 提供服务

标签: 德胜门, 古代钱币, 中国古代铸钱技术, 纸钞, 中国古代纸钞制作

价格: ¥ 暂无报价

0
收藏量

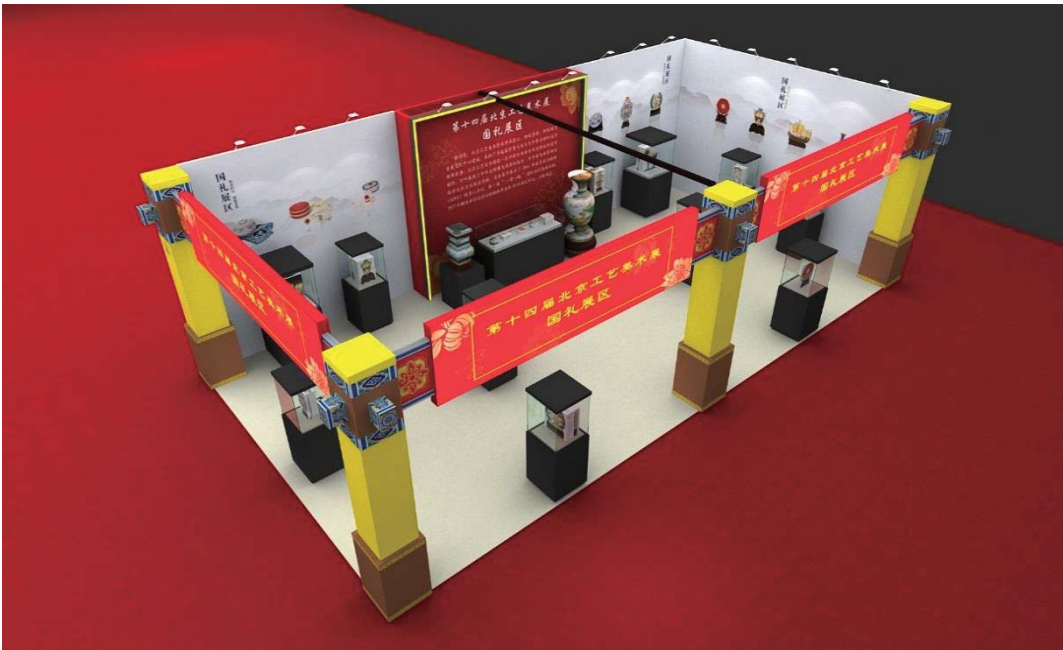
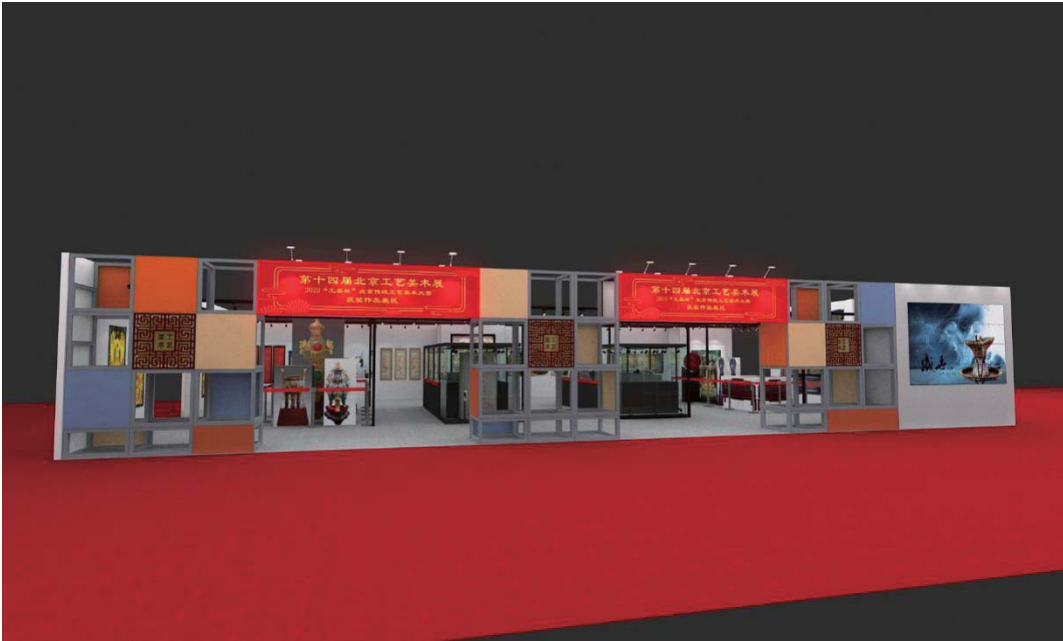
0
洽谈量

在线洽谈

收藏

项目图

二、第十四届北京工艺美术展区



第十四届北京工艺美术展区效果图

1. 展览背景

全面贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神及习近平总书记对北京重要讲话精神，秉承高度的文化自觉和文化自信。围绕京津冀协同发展、“一带一路”建设、北京推进服务业扩大开放综合试点等战略部署，助力文化贸易发展，推动国际文化交流合作，支撑首都经济社会发展，着力提升北京文化、中华文明的影响力，大

力宣传推广北京全国文化中心建设成就和首都新发展成果。在疫情防控常态化背景下，通过精心策划、周密实施，积极办好第十五届中国北京国际文化产业博览会第十四届北京工艺美术展。不断推进工艺美术产业与文化科技、金融、旅游、体育等产业的融合，为北京及全国工艺美术优秀企业、工艺大师提供展示和交易平台。

主办单位：北京市经济和信息化局

承办单位：北京工艺美术行业发展促进中心

展览主题：凝聚匠心、创意工美

展览时间：2020年9月上旬

面积：约2500平米

2. 展览板块

（1）“工美杯”北京传统工艺美术大赛优秀作品展区（800平米）

设优秀工艺美术作品展区，集中展示2020“工美杯”北京传统工艺美术大赛的获奖作品及第十届北京传统工艺美术珍品。展示北京工艺美术行业高端技艺最高水准，树立工艺美术行业意匠工巧的典范，突出展现北京工艺美术的文化底蕴与“大国工匠”的精湛技艺。

（2）国礼展区（200平米）

集中展示北京工艺美术行业近年来为服务国家重大活动开发制作的重大礼品约20件套，这批礼品包括和平尊（2015赠送联合国）、友谊之船（2015赠送英女王、2016赠印度总统）、针灸铜人（2017赠送世界卫生组织）、和合宝鼎（首届“一带一路”元首礼品、2018赠送法国总统）、四面方尊（2017赠世界经济论坛）、锦绣和美（2018中非合作论坛配偶礼）等。

（3）优秀工艺美术及科技、市场服务等企业展区（1200平米）

设工艺美术企业特装展示区，汇聚北京及其他省市工艺美术优秀企业和工艺大师工作室，包括工艺美术品研发生产企业、工艺美术平台推广企业、工艺美术研究服务机构。集中展现知名工艺美术企业与工艺大师生产创作的工艺美术精品、文化创意产品、非物质文化遗产相关产品。特别邀请浙江、上海、西藏等地的知名企业及大师参展。

还将展示来自日本等国外工艺美术家的作品。参展企业及大师工作室约 40 家。

(4) 工艺体验互动和展示宣传区 (300 平米)

设立工艺美术现场互动体验区，汇集北京市优秀的创意企业、创新工坊、个人工作室，重点突出具有鲜明风格特色、具有原创性的市场化产品，增强互动性和体验感。同时设《中国工艺美术全集》编纂成果展示专区，将全国工艺美术行业的研究编辑成果进行集中展示宣传。

3. 展览亮点

(1) 在优秀工艺美术企业专区内集中展示近年北京工艺美术行业设计研发的国家礼品作品，包括赠送联合国的和平尊、国家荣誉表彰勋章、“一带一路”国际合作峰会元首礼品等，回顾“大国外交”的辉煌历程，展示北京工艺美术行业高端研发能力与中国优秀文化魅力。

(2) 2020 年将评选出第十届北京传统工艺美术珍品，并在本次工艺美术展中展出。北京工艺美术珍品制作技艺精湛，文化内涵深厚，创意新颖，充分合理利用原料，突出工艺美，展示材质美，风格独特，能够体现本行业高级技艺水平。

4. 进度安排

(1) 筹备策划期(2020 年 6 月)

根据组委会的通知要求，确定基本展览方案，明确总体办展思路，组织制定具体实施方案。同时启动招投标程序，完成招标立项和招标代理机构遴选，编制招标文件，并于 6 月 29 日前对外发布。

(2) 项目招标期间 (2020 年 7 月)

招标公告发布 20 日后，会同招标代理机构进行项目开标评标，随后公示招标结果，于 7 月 25 日前确定项目承担单位，签订合同。此间联络统计各企业参展意向，初步确定参展企业名单。

(3) 项目准备实施期(2020 年 8 月)

同项目承担单位完成展览策划。对展区的整体规划、装饰形象、企业招商、陈设展品等逐步进行细化，逐一落实，形成图纸并分步实

施。确定参展企业名录与内容，充分建立沟通机制，列出详细展陈内容清单，做好对接。

（4）项目完成期（2020年9月）

根据文化服务专题展总体安排布展，展会为期7天，其中布展2天、展览5天。展览开幕前完成布展搭建，安排企业有序进场布展。确保展区设施齐备，保障协调企业布展工作。并在展会期间安排部署，为企业做好现场服务保障。

三、 历史名园文创展区



历史文创公园展区效果图

1. 活动背景

文化服务专题展是2020年中国国际服务贸易交易会的重要组成部分。在疫情防控常态化背景下，办好本届文化服务专题展对于支撑首都经济社会发展，展示全国文化中心建设成就和首都新发展具有重要意义。本届文化服务专题展历史名园文创展区力求进一步激发市属公园文化创意、创新理念，发挥市属公园历史文化资源与优质IP资源优势，着力推进文化创意产品研发和推广，不断推出特色文创品牌，拓展公园服务游客功能，满足游客游园需求，满足人民群众对美好生活的需求，助力北京文化创意产业发展。

此次文化服务专题展的主题是“文化赋能小康 创意点亮生活”，将于9月上旬在国家会议中心前广场举办，展览展示活动共分四大板块，包括综合展示板块、融合发展板块、特色文化板块、文化交流板块。中心与市文物局、市经信局、团市委、市文促中心共同组成特色文化板块的文化文博文创产品展区，以创新创意为主线，展示文化文博单位以及市属公园等开发的各类文创产品、文创项目，以及工艺美术精品、文创大赛获奖作品、首都青年优秀文创作品等。

主办单位：北京市公园管理中心

承办单位：市属公园及园博馆

2. 总体思路

根据市领导的指示精神及文化服务专题展总体方案要求，以增强体验性、互动性、趣味性，突出首都特色为指导。中心展区展示思路拟定为以“美·好 当传统遇见时尚”为主题，突出体现美好环境、美好家园、美好生活、美好文创。通过现代的设计手法以及对文创产品的解读来展现古典园林丰厚的历史底蕴，集中展示各单位近两年与古都文化、京味文化、红色文化、创新文化的结合以及参与国际交流的文化创意成果，包括市属公园开发的各类文创产品、文创项目等。目前展区面积为 150-200 平方米，拟分为两大区域，即固定展示区，直播互动区。固定展示区分为三个板块，即颐和园、天坛、其他公园三个板块，以固定展示区域搭配多个创意主题推广，以“公园主题日”“公园礼物直播间”的形式深度解读公园中的传统与时尚。具体设置如下：

（1）固定展示区

固定展示区分为三个板块：颐和园、天坛、其他公园。

1) 颐和园文创板块：

此板块拟分为两个区域：颐和园文化创意产品、颐和园新产品特别推广区域。

② 颐和园文化创意产品（各品类颐和园文创产品）

② 颐和园新品特别推广区域（该板块重点展示颐和园贵金属、服饰等新产品，并配有文化解读背板或展示牌。发布颐和园文创征集活动、“我在颐和园等你”项目、“颐式生活”、华灿奖获奖产品、参与国际交往交流的相关文化、文创产品。）

2) 天坛文创板块：

此板块拟分为两个区域：天坛文化创意产品、天坛新产品特别推广区域。

① 天坛文化创意产品（各品类天坛文创产品）

② 天坛新产品特别推广区域（该板块重点展示天坛贵金属、《遇见天坛》系列产品等最新文创产品，预热宣传天坛 600 年相关活动，

派发天坛 600 周年纪念明信片等活动。)

3) 其他公园文创板块

该板块拟分为两个区域：红色文化创意产品、公园特色文创产品。

①红色文化创意产品（以香山红色文创产品为主）

②公园特色文创产品（各单位特色文创产品）

(2) 直播互动区（配合主题推广）

直播互动区分为直播区域和主题推广区域

1) 直播区

展示区域拟设置“公园礼物直播间（每个项目 1-2 小时）”，配合固定展示和当日主题活动进行直播。该部分产品或项目要求为最新产品或重点品牌项目，并对其进行深度文化解读且兼具话题度。该板块需要确定直播平台，各单位利用抖音公众号、微博公众号、微信公众号线上直播预热，有线上销售渠道的文创产品需要提供网店链接。

2) 主题推广区（拟定）

该区域设置公园主题日（暂定每个单位半天）。当日专题展示各单位创意产品、创意项目等。主题推广项目暂定如下：

①颐和园主题日，展区主推颐和园新产品，为配合当日主题活动，展区中心搭建特别推广区域配合当日主题活动。发布颐和园文创征集活动、“我在颐和园等你”项目、“颐式生活”相关文化、文创产品。

②天坛主题日，预热宣传天坛 600 年相关活动，主推天坛文创产品。展区中心特别推广区域设置天坛文创产品特别推荐区域，派发天坛 600 周年纪念明信片等活动。

③动物园主题日，北动家族 IP 推广，展区主推动物园文创产品，展区中心特别推广区域向小朋友发送动物园徽章，宣传保护动物、爱护家园、人与自然和谐共生等理念。设置背景板拍照墙，北动家族萌宠现场与观众见面互动拍照留影。

④传统文化主题日（备选）：相关单位七夕或中秋节创意活动预热推广。

⑤园说Ⅱ主题推广日（备选）：园说系列展览主题日，推广市属公园古典名园历史、文化、文物。弘扬优秀文化遗产，宣传建设美丽家园的宝贵资源。

以上主题日活动可根据领导巡视安排进行调整。

四、 2020 北京文化创意大赛优秀企业（项目）展区



2020 北京文化创意大赛优秀企业（项目）展区效果图

1. 展览背景

文化服务专题展是2020年中国国际服务贸易交易会的重要组成部分，对展示全国文化中心的建设成就和首都新发展具有重要意义。

北京文化创意大赛(以下简称大赛)是北京文创领域的一件盛事，是北京文化创意、创新、创业的领航与旗舰。自2016年首次举办以来，规模与品质不断提升，影响力辐射全国乃至国际文创领域。历经几年的完善与升级，大赛赛事及配套活动充分整合了创意创新的要素资源，挖掘出一批具有可塑性的文创人才、项目和品牌企业。

作为北京文创领域的重要资源整合与企业服务平台，大赛将携手获奖项目、承办单位、协办单位、支持单位以及投融资机构共同参与文化服务专题展。一方面，为优质文创项目和文创机构提供展示、交流、交易的机会，促进文化创意与相关领域融合发展；另一方面，通过彰显大赛成果展示，提升赛事影响力，为更多更好的文创企业加入大赛平台、从“赛场”走向“市场”创造有利条件；最终，从大赛的角度彰显全国文化中心建设取得的重要成就。

2. 展览目的

(1) 宣传展示，充分展示北京文创大赛及大赛平台上汇集的文创

企业的品牌、亮点和成果，进一步提升赛事与初创企业的关注度和影响力；

(2) 务实服务，依托文化服务专题展平台，为优质的初创性文创企业、文创项目、创新创业人才提供更多与产业要素的链接机会。

(3) 交流交易，展示前沿文创产品和文创服务，引导观展人群体验创意产品和先进文化服务魅力，通过互联网技术加强精彩互动，为企业对接创业服务、实现合作交易搭建平台。

3. 展览定位

(1) 新北京、新文创辐射全国、面向世界的发声窗口。

(2) 大赛与文创产业链以及跨界领域的“联结”平台。

4. 展览主题

“奋进新时代，创意赢未来”

5. 基本信息

(1) 展览时间：2020年9月上旬

(2) 展览地点：国家会议中心前广场

(3) 展览规模：800平方米

6. 展览亮点

(1) 主体更加丰富：50-80家文创品牌企业及产品

(2) 形式更加活跃：新媒体直播“带货”

(3) 服务更加精准：企业现场“配对儿”

7. 展览内容

围绕大赛历程与亮点讲述，获奖产品展示体验，线上线下互动推广等方向，全面展现历届大赛成果与重大意义。

展览内容由高光时刻、赛场本色、创意无限、云中展厅与合作空间五部分组成，对应展区5大功能区，即引导区、展示区、互动区、直播区、洽谈区。

(1) 引导区：高光时刻（20平米）

该区域将重点阐释大赛的定位、影响和意义，突出大赛平台对初创性文创企业成长与发展的助推作用。通过创意照片墙、大屏幕滚动

播放宣传片的形式展示吸引众多文创企业参与其中的大赛赛程、高效服务与精彩活动，突显北京文创领域的企业活力与拼搏精神。

（2）展示区：赛场本色（80 平米）

以大赛举办的整体脉络为线索，通过参赛选手在不同赛区、各段赛程、创业服务、团建拓展等活动中的优异表现，突出对参展企业、获奖项目、优秀文创人才的展示。

数说大赛 2016-2020，从数据统计的角度展现历届大赛评选出的优秀企业和文创项目，展现北京文创领域初创企业蓬勃发展的态势；2020 全解析，以 2020 年赛程赛制为线索，展示在不同主题赛区文创企业与项目的积极参与；赛场人物志，展现赛场上代表着一个个文创企业努力拼搏的选手，以及为创业项目提供落地指导与服务的专家及工作人员；从“赛场”到“市场”，展示大赛为文创企业落地生存、成长发展、走向市场提供的创业服务与落地成果。

（3）互动区：创意无限（核心区：560 平米）

从大赛获奖项目（以北京赛区为主、精选全国总决赛优秀项目及少量国际赛区的境外项目）中，甄选创意设计、非遗及 IP 开发、文化教育、动漫游戏等展示效果立体、互动性较强、市场潜力较大的项目，邀请对应企业到场展示，着重体现文化创意与日常生活的关联性，以及对生活品质的提升，强调创新创意、跨界融合与互动体验。

展商征集范围：（目标企业范围 80 家）

1) 2016-2019 北京文化创意大赛北京赛区及全国赛区 100 强项目、主题赛区优秀获奖项目。

2) 2020 北京文创大赛北京赛区、全国赛区、主题赛区及直通车赛区涌现出来的优秀参赛企业。（目标企业 60 家）

①北京赛区、全国赛区获奖企业 20 家；

②主题赛区和直通车赛区获奖企业 40 家。

（4）直播区：云中展厅（100 平米）

设置线上直播及现场小型发布活动的环境装饰与基础设备，针对参展商品进行线上线下同步促销活动，提升活动趣味性与观众参与感。

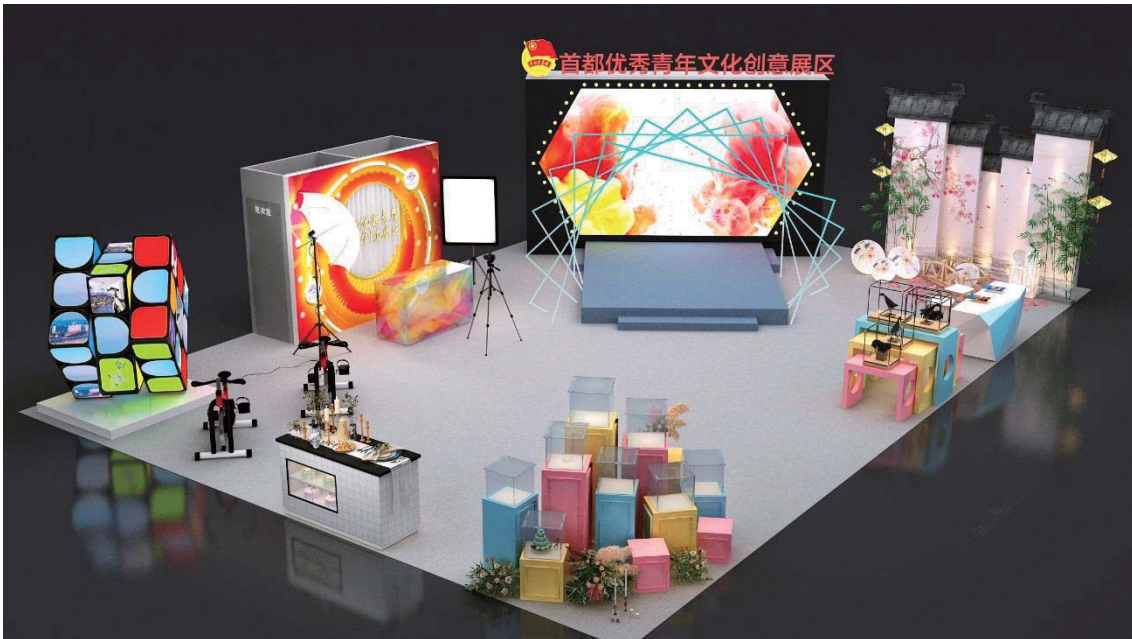
1) “文创新主播”直播区：依托大赛孵化的北京文创市集“云市集”平台，每天安排大赛获奖企业进行线上直播带货，讲述品牌故事。

2) “文创新秀场”舞台区：制定参与展商路演、产品发布计划，确保一天不少于三个场次的现场活动。

(5) 洽谈区：合作空间（40 平米）

设置具有文创氛围的洽谈交流空间，为文创企业、投融资机构等的现场交流洽谈提供场地和服务，提供文创项目与创业服务机构现场对接、实现合作的机会。

五、 首都优秀青年文化创意展区



首都优秀青年文化创意展区效果图

1. 活动背景

2020 年中国国际服务贸易交易会文化服务专题展将于 2020 年 9 月上旬在北京国家会议中心及周边场地举行。团市委作为文化服务专题展组委会成员单位，自 2006 年文博会创办以来，积极参与文博会的组织和参展工作，已连续十四届在文博会中设立了“首都优秀青年文化创意展区”。

今年“首都优秀青年文化创意展区”紧密围绕“擦亮北京历史文化金名片”这一主题，全面展示我市各级共青团组织围绕中心工作，砥砺奋进、锐意进取，引领、带动广大团员青年自觉践行社会主义核心价值观、奋力谱写中华民族伟大复兴的北京篇章。同时，充分发挥组织优势，调动社会资源，加强桥梁纽带作用，通过搭建北京青年开展文化创意成果交流和交易的平台，为青年提供有效服务。

2. 组织机构

主办单位：中国北京国际文化产业博览会组委会办公室
共青团北京市委员会

承办单位：北京市青年宫

3. 活动时间

2020年9月上旬（暂定）

4. 活动主题

擦亮北京历史文化金名片

5. 展览内容与方式

整体展区围绕“展示、展播、展览”的组展思路，实现展区场景化展示形式，打造“沉浸式”体验，凸显互动交融的理念。

在第十五届文博会主题展览会上，将现场搭建首都青年优秀文化创意作品展。展区将占地 117 平方米，分为整体特装搭建和四个主题展区。同时，第十五届文博会将借助数字“服贸会”的大平台，搭建“云上文博会”平台，开展网络招商合作，提供项目网络对接服务。

为充分发挥文博会平台优势，将首都优秀青年文化创意展区分为线上和线下两个部分：线上即“云上文博会”服贸会数字平台线上展区；线下则是传统文博会展馆内展示。通过线上线下联动，为企业提供智能推介、在线洽谈、展品直播等服务，提升展示效果，带来更多商机。

整体特装搭建：

整体展区紧密围绕“擦亮北京历史文化金名片”理念，以“一点”带“三区”进行展区规划，即用“网络直播”带动“贸易展示区”、“舞台展演区”和“互动展示区”，全面展示出共青团为青年创业引领护航，青创企业蒸蒸日上的风采。

（1）主基色：展区设计以红色为底蕴，点缀黄、白、蓝、绿等多色彩，既符合组委会装饰主基色（红色）色彩统一的要求，又彰显出新时代青年人青春如花似火、灿烂炫丽的特点。

（2）特装布置：展区以“青春舞台”为中心，舞台上光带造型象征青年在团组织的带领下，汇集智慧，点亮青春人生，走向人生大舞台。周边点缀魔方，寓意多彩人生，魔力青春。多组不同造型的展示柜，象征着年轻人打破常规，走出自己的风采。

（3）亮点：一是“沉浸式”体验让展区成为打卡之地。现场集合了青年人最喜爱的国潮商品、非遗展示、汉服文化展演、文创产品、

创意蛋糕设计、健身减压体验等众多特色。二是新业态引领新时尚。首次打造网络直播区域，以网络带货、直播访谈等形式，探索出青年+“电商+展会+文创”的“1+N”模式，加快推动青年文创产业发展。三是荟萃青年文创精品。33家“线上+线下”的青创单位和新产品的参展，将凸显文化与科技、互联网、体育、时尚等产业融合发展的成果。

第一展区：舞台展演区

展区将通过特装搭建舞台、LED 屏幕、灯箱等展示形式，以图片、视频、现场表演等为展示内容，重点展示北京青年的文化创意成果。

第二展区：互动展示区

展示首都青年作为“最富有朝气与梦想”的群体，在紧跟共青团组织的步伐，勤于学习、善于创新中所取得的文化创意成果，通过现场互动体验的形式，展示共青团引领青年创业、积极推动首都文化创意产业发展工作中涌现的优秀成果。

第三展区：贸易展示区

通过现场展出、交易的形式，展现共青团引领青年创新创业的成果，努力推助北京青年文化创意成果的交流 and 转化，不断激发北京青年的创意激情，促进贸易成交。

第四展区：网络直播区

用现在最时尚的网络直播方式，为参展企业单位提供直播平台。参展企业单位通过网络直播、在线洽谈等形式，展示青年文创产品及青年朝气蓬勃的精神面貌。

6. 工作要求

(1) 高度重视，严格把关。作为 2020 年中国国际服务贸易交易会的重要组成部分，本届文化服务专题展意义重大而特殊。受新冠疫情影响，办好展会面临巨大挑战，因此，各相关部门和单位要高度重视与深刻认识办展意义和要求，明确任务分工，本着“谁推荐、谁负责”的原则，做好参展单位、人员项目等推荐与审核工作，防范政治意识形态问题的产生。

(2) 通力协作，加强宣传。各战线、各区等部门要加强协作，形

成合力，宣传部要牵头组织好，青年宫要抓好落地执行，其他相关部门单位要担起责任，发动团组织资源，拓展思路，形成合力。同时，要提高宣传意识，做好宣传工作，创新理念、创新手段、创新内容、创新载体，为首都优秀青年文化创意展区工作的顺利开展提供保障。

(3) 严防把控，保证安全。听从组委会统筹安排，严守相关工作纪律，严把疫情防控关，建立疫情上报机制，明确疫情报告流程，建立畅通的信息传输渠道，同时要确保参展企业及产品内容的意识形态安全、政治安全，确保防疫安全、消防安全、人身安全、展品维护安全等，保证展会的顺利进行。

7. 进度安排

2020年3月—8月完成参展单位征集筛选、展区设计、相关报审等工作；

2020年8月中旬，完成展区报馆工作；

2020年8月19日参展单位完成线上展台布置；

2020年8月21日—8月25日进场搭建；

2020年9月上旬(5天)展览开放；

展会结束后2日内(8:30—24:00)室外临时场馆撤展。

8. 展区现场相关工作人员：

鲍然 北京市青年宫 13810994673

袁园 北京市青年宫 13466531520

六、北京礼物&城市礼物展区



北京礼物&城市礼物展区效果图

1. 组织机构

指导单位：北京市文化和旅游局

组织单位：北京市旅游行业协会

执行单位：歌华集团

2. 展览背景

作为中国国际服务贸易交易会（服贸会）的重要组成部分，第十五届中国北京国际文化产业博览会，将于2020年9月上旬在北京国家会议中心举办。本次文化服务专题展“文化文博文创产品板块—北京礼物&城市礼物展区”集中展示“北京礼物”优秀企业及作品，突出“北京礼物”在全国城市礼物中的引领作用，同时展出国外城市礼物代表作品及兄弟省市城市礼物代表作品。打造以文博会为背景，以北京礼物为引领者，推进全国城市礼物发展的平台。

“北京礼物”品牌创建于2011年，是体现古都文化、红色文化、京味文化和创新文化内涵，展示北京城市形象，代表精致工艺、优良品质和丰富文化创意特色的北京旅游商品和文创产品的标志性品牌。该品牌于2014年由北京市旅游行业协会进行商标注册，2016年首次被写入全市高精尖产品目录。“北京礼物”品牌从创立至今，一直在品

牌定位、运营模式、产品设计、研发销售等方面进行创造性的探索：在品牌定位上，按照“政府引导、市场主导、企业主体”原则，整合全市旅游资源，打造体现北京地域特点、民俗和京味文化内涵、首都风貌特征的旅游商品和文创产品的标志性品牌；在运营管理上，“北京礼物”遵循市场运行规律，引导企业自主运营，并于2019年成立品牌运营管理中心，由最初的特许经营模式到目前的认证管理，不断推动品牌创新发展，引领首都文化和旅游消费潮流。

此次组织“北京礼物”企业参展，能进一步推动全市旅游商品、文创产品的繁荣发展，充分发挥“北京礼物”品牌的引领聚合作用。从而更加紧随文旅融合趋势，深入推进文化和旅游领域的改革创新，为文旅行业的发展提供有力契机和重要平台，向全国和全世界展示、宣传和推广新北京文化形象，围绕北京“四个文化”建设，加强“全国文化中心”建设。

3. 展览主题

承载城市文化 彰显城市形象

4. 展览形式

“3+4”展览形式，突出展示4个文化（红色文化、古都文化、京味文化、创新文化）。

三个板块：国风、国粹、国潮、匠心系列；天猫旗舰店爆款产品；历届“北京礼物”大赛优秀作品。

四大品类：传统老字号、文创产品、科技创新、特色工艺品。

5. 展览内容

北京礼物：

（1）国风、国粹、国潮、匠心系列

中国风即中国风格、中国流行风尚。它以中国元素作为表现点缀形式，当今的中国风尚是建立在中国文化和东方文化的基础上，并适应全球经济发展趋势的有着自身独特魅力和性格的艺术形式。把中国风的展现形式艺术化，真正中国风应是融入生活当中，是一种中庸的、含蓄的生活状态，无论是任何与中国风有关的作品都是一种“表现”

的艺术，而不同于西方的“再现”艺术。例如：唐人坊的绢人、憨态可掬的新北京兔儿爷、老舍茶馆茶具茶点、千里江山图-纸艺灯系列、千里江山图桌垫等产品。

“国粹”中国的四大国粹有：中医、京剧、国画、武术。这些是华夏民族传统文化中最具有代表性和最富有独特内涵的文化遗产。其中，京剧是中国传统文化的结晶，更是北京这座城市对中华文明所做的最重要的贡献之一。此次通过京剧脸谱面膜、京剧脸谱丝巾、京剧元素茶具等产品，让大众从产品角度了解京剧文化，从而对国粹从关注到喜爱到传承，让京剧文化发扬光大。

“国潮”本是以品牌为载体，以文化为语言的一种现象。国潮以中国传统文化为基础，集腔调、时尚与格调于一身，是传统与现代的碰撞，更是东方美学的淋漓展现，它不断的发展成熟，走向国际化，让更多人了解中国潮流。本次展出将通过故宫文创×毛戈平龙蕴华容珍宠礼盒、古典倾城尽显东方美感的百鸟朝凤口红、颐和园雕花淡彩妆套装礼盒等让年轻人为之追捧的新品成为潮流新宠。

“匠心”工匠精神是社会文明进步的重要尺度、是中国制造前行的精神源泉。中国的匠心精神尤其在中国传统手工技艺传承上，体现的淋漓尽致。其中，燕京八绝之一的花丝镶嵌工艺起源于春秋战国金银错工艺，在明代中晚期达到高超的艺术水平，尤以编织、堆垒技法见长，而且还常用点翠工艺，取得金碧辉煌的效果。北京花丝镶嵌集中代表了中国宫廷花丝镶嵌工艺的特色。一代一代的传承人通过一丝不苟、精益求精的工匠精神融入每一个环节，做出打动人心的一流产品。多款花丝镶嵌精品在现场展出。

（2）天猫旗舰店爆款产品

2020年初，一场突如其来的新冠肺炎疫情给全国商业领域造成了前所未有的重创。线下零售行业是眼下受到冲击最严重的行业之一，线上零售却有了新的机遇。疫情期间线上销售有了爆发性增长。在疫情防控常态化的背景下，“北京礼物”携手旗下各商家之力，共同打造“北京礼物”天猫旗舰店。通过线上渠道的打通，达到抗疫情促消

费的目的。此次在“服贸会”上亮相，达到线上线下相结合，让创意变成生意。其中潮酷“黑科技”无线喇叭麦克风、北京“箸”力的好运公筷、天安门兵偶系列、设计巧妙超高人气的万花筒、北京胡同纪念本等众多产品展出。

(3) 历届“北京礼物”大赛优秀作品

为贯彻落实“全国文化中心建设”相关任务，深入推进旅游商品供给侧结构性改革，“北京礼物”旅游商品大赛将以北京特色为定位，以创新设计为核心，以转化构建市、区、景区三级“北京礼物”体系为目标，汇聚国内外创意、营销、管理等多领域权威人士，荟萃北京旅游商品精华，通过系列主题活动搭建企业交流平台，提升旅游商品产品设计实力，推动旅游商品精品落地市场，促进旅游商品市场的可持续发展。大赛已经连续举办 15 届，数万款产品参赛，通过市场转化和宣传推广等工作，推出了 BTV 手工花丝金镶玉春碗、北京陀飞轮腕表、复原的古建筑拼插模型、“墨宝”公仔、3d 立体便签纸等产品。

城市礼物：

城市礼物是一个城市的名片，能更好的推广城市知名度、推动城市文化旅游，全球各知名城市纷纷推出具有城市文化内涵的城市礼物，因为一个礼物认识一座城。城市礼物展区旨在通过进行全球城市礼物交流，立足全球视野探讨城市礼物发展趋势。从而促进以“北京礼物”为龙头的中国城市礼物的的发展。

国际：纽约礼物、伦敦礼物

国内：上海礼物、深圳礼物、西安礼物、洛阳礼物等。

6. 活动内容：

同期举办首届“全球城市礼物发展大会”，以“北京礼物”为龙头和国际先进城市礼物理念交流融合，引领全国城市礼物发展。

7. 参展重点企业名录（部分）：

(1) 北京华江文化集团有限公司（北京礼物及世园会特许产品）

推荐理由：华江文化负责运营“北京礼物”鸟巢旗舰店等 9 家线下店面。华江文化是一家成立于 2003 年的国际性文化创意产业公司，

致力于品牌授权衍生品的特许经营，业务主要涵盖体育、文化、旅游、陶瓷品牌、高端定制、公关策展服务及设计服务等。

(2) 北京唱吧科技股份有限公司（唱吧无线麦克风）

推荐理由：唱吧是一家致力于为音乐爱好者搭建最好的音乐社交平台，让每个人找到音乐带来的快乐，公司努力成为全球最大的音乐社交生态圈的企业。多款产品成为线上线下爆款产品。

(3) 北京福瑞缘文化有限公司（京扇子）

推荐理由：京扇子品牌，2012 年成立于北京，经过 7 年的努力，品牌发展成为拥有 60 多人团队，具有自主设计、自主研发、自主生产能力的创新型企业，成为扇子文创行业第一，为成为北京地域特色文化产品，成为中国走向世界的名片打下了坚实基础。目前在北京拥有 8 家实体店铺，上海田子坊有 1 家实体店铺，每家店铺各有特色，平均店铺面积 40-50 平方米。

(4) 北京汉祖恒晟文化发展有限公司（老北京兔儿爷）

推荐理由：汉祖恒晟专注于非物质文化遗产领域，主营业务有：北京特色民间旅游商品老北京兔儿爷、十二生肖、非遗彩绘泥塑体验产品、京味文化礼品、京味吉祥玩具等，近年来开发的“新民俗”文创产品深受人们喜爱。

(5) 北京京华印象科技文化发展有限公司（京华印象系列公仔）

推荐理由：具有雄厚设计研发实力的文创品牌。立足北京，立志将中国传统文化融入当代设计。京华印象品牌的文创产品得到了市场的认可，销售火爆，获得了多个奖项，是一流的文创产品深度定制企业。

(6) 北京御茶膳房食品有限责任公司（御茶膳房京八件等）

推荐理由：御茶膳房食品有限责任公司成立于 2001 年，是由创始人王文刚先生与原故宫博物院管理处联合创办的皇家礼食文化产业公司，成立之初便获得故宫博物院授予“故宫督造”之印（2002 年—2012 年），秉承皇家饮食的精髓，致力于将原宫廷饮食传遍天下。《北京市“十三五”时期旅游业发展规划》中明确提出要开发高端、特色旅

游商品，着力调整旅游消费结构，提高弹性消费比重；指出应大力发展文化旅游业，开发具有文化特色的旅游产品。北京御茶膳房产品得到“北京礼物”认可，成为北京具有代表性的食品企业。

(7) 北京步瀛斋鞋帽有限责任公司（步瀛斋老北京步鞋）

推荐理由：步瀛斋鞋店地处前门外繁华的大栅栏商业街上，创办于清咸丰八年（1858年）。以“敬业乐群，诚信待客”为宗旨，以货真价实为本。

(8) 北京老舍茶馆有限公司（茶具及茶点系列产品）

推荐理由：始建于1988年，融茶、戏、餐、礼四大业态。先后荣获国家3A级旅游景区(点)、国家文化产业示范基地。累计接待了70多个国家的160多位元首政要和400多万中外宾客，被誉为北京城市名片和京味人文地标。

(9) 北京张一元茶叶有限责任公司（茶礼）

推荐理由：北京张一元茶叶有限责任公司是京城著名的老字号，茉莉花茶制作工艺被列入国家级非物质文化遗产。公司一直秉承“诚信为本”的古训，以“金般品质、百年承诺”为经营理念，以弘扬国饮为己任，让中国茶香飘世界。

(10) 北京铭滔文化创意有限公司（插客系列古建模型）

推荐理由：“插客”产品创意诞生于2014年10月。“插客”不仅是一款模型玩具，还能了解中国古建榫卯结构理念，在动手的同时体会到中国古建文化的博大精深，感受古代建筑的和谐之美。

“插客”系列产品先后获得2016中国设计红星奖、2016中国设计红星奖最受大众喜爱奖、第13届“北京礼物”旅游商品大赛优秀作品奖以及2017中国特色旅游商品大赛金奖等。

(11) 北京元隆雅图文化传播股份有限公司（平安果无线音箱）

推荐理由：元隆雅图的经营宗旨是以文化创意带动整合营销服务，为客户的市场营销活动提供整体解决方案。元隆雅图获多项顶级设计奖项，如红星奖、金点奖。

(12) 北京水点桃花艺术有限公司（十朝十美系列）

推荐理由：宫匠黄金创立于 2016 年，为北京水点桃花艺术有限公司旗下品牌，经北京故宫文化服务中心授权，出品故宫贵金属文创产品。是一个专注“故宫匠心文化精品”的专业品牌，打造中国宫廷吉祥金饰金器。产品设计源自中国宫廷文化，竭力将先祖的思想、美学与技艺发扬光大，为大众呈现民族文化精品。

（13）北京正在上演文化传媒有限公司（京剧面膜）

推荐理由：小小的面膜之所以能承载京剧文化的百年精华，秘诀就在面膜的设计之上。四款脸谱彩膜的设计灵感源于京剧生、旦、净、丑四大行当。生角面膜的设计，取材于《拾玉镯》中的傅朋，重现了小生的俊朗；旦角面膜取材于京剧《春闺梦》中的张氏，重现了旦角的妆容特色以及贴片子等独特的京剧艺术造型；净角面膜的设计，取材于《群英会》中的太史慈，重现了武将的威猛；丑角面膜的设计，取材于《小上坟》中的刘禄景，重现了丑角的诙谐与喜剧色彩。

（14）北京红螺食品有限公司（红螺食品）

推荐理由：北京红螺食品有限公司是农业部等国家九部委认定的“农业产业化国家重点龙头企业”，2014 年，“北京果脯传统制作工艺”被列入市级非物质文化遗产代表性项目名录，2015 年，红螺食品被授予“京城果脯第一家”荣誉称号。

（15）北京守候动漫文化传播有限公司（守候的礼物系列）

推荐理由：守候臻礼，至臻好礼，守候天成，买的起的轻奢品牌，中国原创设计品牌，原创珠宝首饰，影视剧衍生品。荣获 2019 年度“北京礼物”最具潜质奖。

（16）北京万华镜科技有限公司（艺术万花筒）

推荐理由：2018 年，“发现万花”的万华镜品牌在北京创立。我们期冀通过努力与创造，利用万华镜的艺术形式来创造奇异的美，追寻更多的不可思议，让充满想象力的万华镜激发热爱生活的能量，希望越来越多的人欣赏、传播和享受万华镜的美。至今，品牌已取得多项万花筒专利，形成了八个系列的产品线。万华镜产品进入了天坛、北海、东方明珠、国家大剧院、鸟巢、北京自然博物馆、上海自然博

物馆、自贡恐龙博物馆、承德避暑山庄等等景区和文创单位。万华镜于 2018 年获得“成都礼物”银奖，2019 年获得“我最心仪的北京礼物”奖。

(17) 北京东方艺珍花丝镶嵌厂（花丝镶嵌）

推荐理由：多款产品认证为北京礼物。1958 年 5 月 20 号，北京市政府将民间的老艺人组织起来的四个合作社和公私合营北京花丝厂合并，在通州成立了北京花丝镶嵌厂，1999 年更名为北京东方艺珍花丝镶嵌厂，延续至今。其花丝生产的历史可追溯至 1937 年。

(18) 北京丝纶纺织股份有限公司（我爱北京系列丝巾）

推荐理由：北京丝纶纺织股份有限公司以“弘扬中华优秀传统文化，传承传统丝绸技艺”为使命，集丝绸文化与技艺传承，丝绸面料，丝绸饰品、礼品的研发、设计、生产于一体，是一家多元化发展的企业。

(19) 北京唐人坊文化发展有限公司（唐人坊绢人系列）

推荐理由：北京唐人坊文化发展有限公司，是国内专业从事中国人偶的创意、设计、生产及销售的企业。创作出的极具中国文化特色的各种人偶产品，全部为手工制作，做工精细，工艺独特，具有极高的收藏、观赏和纪念价值。

(20) 中艺韵泓文化发展（北京）有限公司（韵泓筷子系列）

推荐理由：韵泓品牌由三位第二代手工制筷传承人于 2002 年 3 月携手创建。同年，国内第一家品种最全的高端工艺筷子专卖店在王府井步行街开业。公司成立 17 年以来，在“以人为本，‘筷’乐人人”的品牌理念指引下，韵泓品牌研发的相关产品屡获大奖，获得了消费者的广泛认可和赞誉。韵泓品牌不仅为知名企业、名人名流等客户提供专属团购、定制服务，更有幸成为 2008 年北京奥运会、2010 年上海世博会、2014 年南京青奥赛、2014 年北京 APEC 峰会等国际重大赛事峰会的礼品定制商或第三方合作伙伴。韵泓品牌旗下的“韵泓工艺”店和“韵泓筷子”在全国知名的文旅景区、高端百货购物中心、机场高铁站等零售渠道均有布局，致力于为消费者提供优质的工艺品、文