

团 体 标 准

T/GDIDA XX—2025

非遗年轻化衍生产品设计服务流程与评价 规范

Specification for design service process and evaluation for intangible cultural
heritage youth derivative products

(征求意见稿)

(完成时间 2025-12-04)

2025 - XX - XX 发布

2025 - XX - XX 实施

广东省工业设计协会 发布

目 次

前 言	II
引 言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 设计原则	3
5 设计服务流程	5
6 设计评价规范	7
7 实施与监督	10
附录 A （资料性） 相关文件模板（节选）	12

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由广东省工业设计协会提出并归口。

本文件起草单位：XXX、XXX

本文件主要起草人：XXX、XXX

本文件为首次发布。

引 言

非物质文化遗产（简称非遗）是中华优秀传统文化的重要载体，“年轻化设计”有助于推动非遗融入现代生活、实现活态传承的核心路径。本文件借助团体标准流程管控手段，结合非遗年轻化衍生产品设计的文化传承特性，聚焦“服务流程规范化、评价体系可量化”，规定了设计全流程节点、设计原则及评价指标，为非遗年轻化衍生产品的设计项目/作品提供“可操作、可评级、可推广”的依据，通过科学的考评机制，筛选出优质项目，助力非遗文化的广泛传播，为设计师、企业提供可落地、可复用、可全球化的发展思路，最终提升非遗年轻化衍生产品的市场竞争力。

非遗年轻化衍生产品设计服务流程与评价规范

1 范围

本文件规定了非遗年轻化衍生产品的术语和定义、设计原则、设计服务流程、设计评价规范、实施与监督。

本文件适用于设计企业、设计师开展非遗年轻化衍生产品的设计服务活动（包括：家居、餐饮、文创、数字产品等），适用于行业协会、政府部门、文化机构等组织，对非遗年轻化衍生产品的设计项目/作品进行分等、定级与推广应用。

本文件不适用于非遗核心技艺原真性保护、非遗传承人群培养等非设计服务类活动。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB 4806.4 食品安全国家标准 陶瓷制品

GB/T 19001 质量管理体系 要求

GB/T 26572 电子电气产品中限用物质的限量要求

GB 31654 食品安全国家标准 餐饮服务通用卫生规范

GB 31663 食品安全国家标准 铁路旅客列车餐饮服务卫生规范

GB/T 33761 绿色产品评价通则

GB/T 35455 家用和类似用途电器工业设计评价规则

WH/T 99（所有部分） 非物质文化遗产数字化保护 数字资源采集和著录

《中华人民共和国非物质文化遗产法》（2011年版） 全国人大常委会（中华人民共和国主席令第四十二号）

3 术语和定义

WH/T 99（所有部分）、《中华人民共和国非物质文化遗产法》界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

非遗年轻化衍生产品 youth-oriented derivative products of intangible cultural heritage

以非物质文化遗产为核心元素，通过现代设计理念和技术手段，以年轻消费群体的需求为主要出发点，开发的具有创新性、实用性和市场价值的各类产品。

3.2

非遗年轻化衍生产品设计服务 design service for intangible cultural heritage youth derivative product

设计企业或设计师以非遗的核心技艺、文化内涵为基础，融入现代设计理念、年轻群体（18岁~35岁）审美偏好及新技术手段，提供“需求调研-创意设计-样品试制-交付落地”的全流程服务，开发具备实用性、传播性与文化价值的产品或服务，助力非遗在年轻群体中传承的系统活动。

3.3

核心技艺保留率 core skills retention rate

非遗年轻化衍生产品设计中，对非遗项目关键技艺步骤（例如：广绣“虚实针”、陶瓷“柴烧”等）的保留比例，以百分比表示，需经非遗传承人确认，是衡量“文化传承性”的核心量化指标，也是项目/作品评级的关键依据。

3.4

年轻群体接受度 receptivity among young people

年轻用户（18岁~35岁）对非遗年轻化衍生产品设计作品的认可程度，通过“使用体验评分、购买意愿、社交传播频次”等量化数据综合衡量，是项目/作品市场适配性评级的核心指标。

3.5

非遗设计项目评级 intangible cultural heritage design project rating

行业协会、政府部门等主体，依据本文件评价规范，对非遗年轻化衍生产品设计项目 / 作品从“文化传承、创新实用、市场适配、合规性”维度打分，划分“优秀、合格、不合格”等级的活动，评级结果用于项目推广、资源倾斜。

3.6

设计服务流程合规性 design service process compliance

非遗年轻化衍生产品设计服务过程符合本文件规定的流程节点要求，关键环节（如非遗元素授权、样品测试）完整且可追溯，是项目参与评级的基础条件。

3.7

设计指引 design guidance

指导设计企业、设计师开展非遗年轻化衍生产品设计的原则、流程与技术要求，是设计执行的核心依据。

3.8

设计服务流程 design service process

非遗年轻化衍生产品从需求分析、创意设计到产品实现全过程中，各环节相互衔接、协调配合的系统化工作程序和方法。

3.9

文化元素提取 cultural element extraction

从非物质文化遗产中识别、分析和提炼具有代表性、典型性的文化符号、图案纹样、工艺技法等核心要素的过程。

3.10

创意转化 creative transformation

将传统文化元素通过现代设计语言、表现形式和技术手段进行重新诠释和再创造，使其符合当代审美和功能需求的过程。

3.11

设计评价 design evaluation

对非遗年轻化衍生产品的设计方案、设计过程和设计成果进行系统性分析和价值判断的活动。

3.12

文化适配度 cultural compatibility

非遗年轻化衍生产品在保持传统文化精髓的同时，与当代生活方式、使用场景和消费习惯的匹配程

度。

3.13

市场接受度 market acceptance

目标消费群体对非遗年轻化衍生产品的认可程度和购买意愿，反映产品在市场上的受欢迎程度。

3.14

创新性指数 innovation index

衡量非遗年轻化衍生产品在文化表达、功能设计、材料运用、工艺技术等方面创新程度的量化指标。

3.15

可持续性设计 sustainable design

在非遗年轻化衍生产品设计过程中，综合考虑环境影响、资源利用、社会效益和经济效益的平衡，实现产品全生命周期可持续发展的设计理念和办法。

3.16

缩略语 abbreviation

下列缩略语适用于本文件。

ICH: 非物质文化遗产 (Intangible Cultural Heritage)

CMF: 色彩、材料、表面处理工艺 (Color, Material, Finishing)

AR: 增强现实 (Augmented Reality)

VR: 虚拟现实 (Virtual Reality)

BOM: 物料清单 (Bill of Materials)

ID: 工业设计 (Industrial Design)

4 设计原则

4.1 传承性原则

4.1.1 核心技艺保留率应不低于 80%: 设计前需联合非遗传承人梳理非遗核心技艺清单，明确不可修改的关键步骤（例如：传统染织的染料配比、非遗饮食的核心配方比例等），应经传承人确认。

4.1.2 文化符号准确: 对非遗文化符号（例如：传统纹样、历史故事、地域标识）的使用需符合原义，不得歪曲（例如：“回纹”代表“吉祥绵延”，不应改为断裂形态），必要时应引用权威史料佐证。

4.1.3 溯源可查: 设计作品需标注非遗项目名称、级别（例如：国家级非遗·龙泉青瓷烧制技艺）及传承人信息（须经传承人授权），确保文化来源清晰。

4.2 创新性原则

4.2.1 技术与形式创新: 宜融入 3D 建模（还原传统纹样）、AR/VR（展示非遗技艺流程）、智能硬件（例如：非遗纹样智能灯具）等现代技术；宜采用优化产品形式（例如：将非遗“剪纸”转化为可组装的家居装饰），适配年轻生活场景。

4.2.2 审美适配: 结合年轻群体偏好的国潮配色、极简造型、互动属性（例如：可 DIY 的非遗纹样贴纸）进行设计，避免过度复古导致的用户抵触。

4.2.3 禁止过度创新: 不应用现代工艺完全替代非遗核心技艺（例如：机器刺绣替代广绣手工针法），不应虚构非遗文化故事或符号含义。

4.3 实用性原则

4.3.1 场景适配：设计作品应对应年轻群体具体生活场景（例如：租房群体适用的小尺寸非遗收纳盒、办公室适用的非遗纹样保温杯），避免“纯展示性”设计（例如：无实际用途的非遗摆件）。

4.3.2 功能达标：家居类作品应符合耐用性要求（例如：非遗木雕家具边缘打磨至圆角，反复使用无开裂）；餐饮类作品需符合食品安全标准（例如：非遗釉彩餐具符合 GB 4806.4 的规定）；数字类作品需符合流畅性要求（例如：非遗文化 APP 加载时间应不大于 3 s）。

4.4 合规性原则

4.4.1 知识产权合规：使用非遗元素前需与传承人签订《非遗元素使用授权协议》，明确使用范围与收益分成（建议作品销售额的 3%~5%归传承人）；

4.4.2 环保合规：优先选用可再生材料（例如：竹编非遗搭配 FSC 认证木材），避免使用不可降解材料（例如：一次性非遗纹样塑料餐具），电子类作品应符合 GB/T 26572 的要求。

4.4.3 文化合规：不使用涉及宗教、民族禁忌或争议的非遗元素，设计方案应经政府文化部门或非遗研究机构审核确认。

4.5 以用户为中心原则

4.5.1 年龄适配性

根据年轻群体（18岁~35岁）的认知、情感、社交和身体发展阶段设计适合的功能。

4.5.2 用户反馈闭环

产品设计和产业化阶段需建立市场调研-产品测试-上市后反馈-设计迭代的闭环，例如：通过用户访谈、APP 反馈收集需求，优化产品功能。

4.6 产业化可行性原则

产品开发设计应充分考虑产品产业化的可行性，评估内容包括：

- a) 技术可行性：设计方案是否适配现有生产工艺（例如：注塑、组装）及技术，产品落地是否具有相关技术支持；
- b) 成本可控性：产品生产成本的控制在保证产品定价具有市场竞争力且具备合理的毛利空间；
- c) 市场需求匹配性：产品设计开发是否通过创新设计或差异化功能满足未被满足的市场需求；
- d) 实施的自主性：应评估是否存在限制产品方案自主实施的知识产权或技术限制，保障产品产业化的自主性。

4.7 美学禁忌原则

应遵循美学禁忌要求，确保视觉呈现符合安全规范与正向引导：

- a) 安全色合规：色彩使用严格符合 GB 2893 安全色规定，规范警示色、指示色等应用，保障视觉安全识别；
- b) 规避文化宗教禁忌：设计元素需避开不同文化、宗教中的禁忌符号、图案或色彩，避免引发认知冲突与情感不适；
- c) 防范负面心理影响：禁止采用恐怖、血腥、低俗等易引恐惧、焦虑的图案或造型，确保美学设计传递正向视觉体验。

4.8 可持续性原则

4.8.1 经济可持续性

应注重实现产品的高性价比和长期盈利能力，减少资源浪费并提升用户价值，使产品在市场竞争中能够获得持续的经济回报，包括：

- a) 成本优化：通过供应链协同、规模化生产、持续技术改进等，优化生产和运营成本，确保产品在不同市场中的价格具有竞争力；
- b) 知识产权保护：创意设计成果需及时申请知识产权保护，通过知识产权提升产品的长期竞争力，实现长期可持续的经济回报；
- c) 用户价值驱动：在成本可控范围内，避免过度堆砌无效功能造成资源浪费；通过优质体验提升用户满意度与品牌忠诚度，形成可持续的市场盈利循环。

4.8.2 社会可持续性

4.8.2.1 安全优先，选用无毒环保材料，关注化学安全、物理安全、食品安全，筑牢使用底线。（例如：餐饮服务的卫生应符合 GB 31654 的规定，铁路旅客列车餐饮服务应符合 GB 31663 的规定）

4.8.2.2 健康导向，控制使用时长，优化声光设计。

4.8.2.3 教育赋能，融入学科知识与思维训练，借助 AI 助力产品功能提升。

4.8.2.4 社交联结，设计多人互动功能，促进社会融合。

4.8.2.5 价值引领，通过正向内容传递品德观念，鼓励创新思维，培养健全人格。

4.8.2.6 产业协同，企业需合规生产，联合教育、监管机构制定标准，平衡商业与社会价值。

4.8.3 技术可持续性

通过技术创新实现长期可用性和功能扩展，满足用户不断变化的需求，包括：

- a) 技术稳定与可扩展：优先采用成熟技术保障长期使用可靠，支持后期功能升级与内容更新，延长产品生命周期；
- b) 兼容互联与开放协作：打破使用场景限制；吸引第三方开发者参与功能扩展，丰富生态；
- c) 绿色低碳与能效优化：选用符合 GB/T 33761 规定的绿色产品，电器工业产品的设计应符合 GB/T 35455 规定；在技术方案中融入可回收材料适配设计，契合环保趋势。

4.9 系统性原则

4.9.1 应将设计服务视为一个完整的系统工程，统筹考虑各环节的协调配合和整体优化。

4.9.2 应建立标准化的设计服务流程，明确各阶段的工作内容、质量要求和交付标准，确保设计过程的有序性和可控性。

4.9.3 设计服务方应建立跨专业的设计团队，整合文化研究、非遗传承、产品设计、市场营销等不同领域的专业力量，形成协同创新的工作机制。

4.9.4 应按 GB/T 19001 要求，建立完善的质量管理体系，对设计过程进行全程监控和质量评估，及时发现和解决设计问题。

5 设计服务流程

非遗年轻化衍生产品设计服务流程应兼顾“文化传承严谨性”与“流程可操作性”，详见表 1。

表 1 非遗年轻化衍生产品设计服务流程表

流程阶段	流程内容	主导方	里程碑节点	核心输出文件
商务与确权阶段	<ol style="list-style-type: none"> 1. 设计需求沟通； 2. 筛选适宜年轻化转化的非遗项目（优先选择“有传承基础、无知识产权争议、技艺可部分转化”的省级及以上项目，排除全手象牙雕刻等难工业化项目）； 3. 签订保密协议（含非遗元素保密条款）； 4. 非遗元素使用授权与知识产权确权（明确授权范围与收益分成）； 5. 签订设计服务协议 	设计委托方+服务机构+非遗传承人	授权与确权完成	<ol style="list-style-type: none"> 1. 《设计需求书》（含目标人群、场景、文化传承要求）； 2. 《非遗项目适配性评估表》（初步筛选用）； 3. 《保密协议》（明确非遗技艺参数、文化符号的保密责任）； 4. 《非遗元素使用授权协议》《知识产权确权书》（评级核心合规依据）； 5. 《非遗年轻化衍生产品设计服务协议》（明确项目周期、文化传承目标）。
非遗项目梳理阶段	<ol style="list-style-type: none"> 1. 非遗核心技艺清单梳理（传承人主导，明确不可修改项）； 2. 联合政府文化部门开展非遗项目适配性评估（含技艺复杂度 / 文化认知度 / 转化可行性评分） 	非遗传承人+服务机构+政府文化部门	清单确认	<ol style="list-style-type: none"> 1. 《非遗核心技艺清单》（含关键步骤、不可修改项，传承人签字，评级“文化传承性”依据）； 2. 《非遗项目适配性评估表（最终版）》。
调研分析阶段	<ol style="list-style-type: none"> 1. 年轻用户需求调研（样本量≥1000份，含线上问卷+线下访谈，覆盖高校、商圈场景，收集功能 / 审美 / 价格 / 传播需求）； 2. 非遗技艺深度调研（含实操视频拍摄、技艺参数记录，如烧制温度 / 时间）； 3. 竞品分析（总结现有非遗年轻化产品优势如 IP 联名、不足如实用性差） 	设计服务机构+非遗传承人	调研完成	<ol style="list-style-type: none"> 1. 《年轻用户需求调研报告》（评级“市场适配性”依据）； 2. 《非遗技艺调研手册》（评级“核心技艺保留率”核查依据）； 3. 《竞品分析报告》（设计创新方向参考）。
创意设计阶段	<ol style="list-style-type: none"> 1. 概念构思与草图绘制（3-5套方案，如“广绣纹样+无线充电板”）； 2. 方案评审（传承人+用户代表+设计专家，采用“传承性40%、创新性30%、实用性30%”打分制）； 3. 细节设计与3D建模（明确材料、工艺、尺寸，输出CMF说明） 	设计服务机构+传承人+用户代表+专家	方案确认	<ol style="list-style-type: none"> 1. 《设计概念草图集》（需体现非遗元素）； 2. 《方案评审报告》（含传承性 / 创新性打分，评级“创新实用性”参考）； 3. 《非遗年轻化衍生产品设计方案（最终版）》《3D建模数据》《CMF设计说明》。

表1 非遗年轻化衍生产品设计服务流程表（续）

流程阶段	流程内容	主导方	里程碑节点	核心输出文件
样品试制与测试阶段	1. 样品试制（10件~20件，传承人全程指导技艺落地）； 2. 技艺符合性测试（核查核心技艺保留率，传承人审核）； 3. 功能安全测试（家居耐用性如反复开合1000次无损坏、餐饮食品安全等，符合相关国标）； 4. 用户测试（50名年轻用户试用，收集使用体验、购买意愿）	服务机构+生产方+传承人+第三方	测试通过	1. 非遗年轻化衍生产品设计样品（评级实物测评对象）； 2. 《技艺符合性报告》（核心技艺）； 3. 保留率数据，评级关键依据）； 4. 《功能安全测试报告》（评级“创新实用性”依据）； 5. 《用户测试报告》（购买意愿、接受度数据，评级“市场适配性”依据）。
设计输出阶段	1. 交付技术文档（含《产品规格书》《BOM清单》《生产工艺指导书》）； 2. 交付合规文件（含《非遗元素使用授权协议》《功能安全测试报告》《文化合规审核意见》）； 3. 交付知识产权文件（协助申请设计专利、商标，输出《知识产权备案表》）； 4. 客户验收	设计服务机构+设计委托方	验收通过	1. 《产品规格书》《BOM清单》《文化合规审核意见》（评级合规性依据）； 2. 《知识产权备案表》； 3. 《验收报告》《签收单》（项目参与评级的基础凭证）。
后期总结与归档阶段	1. 项目总结（含流程问题、改进建议）； 2. 资料归档（全流程文件整理，确保可追溯）	设计服务机构	——	《项目总结报告》（评级流程合规性参考）； 《项目档案》（含所有输出文件，评级核查时需完整提供）
注：应根据非遗项目类型（例如：数字非遗、传统工艺），删减“样品试制”等非必要阶段，但应签订《流程调整说明》，作为评级时流程合规性判断依据。				

6 设计评价规范

6.1 评价主体

应委托第三方组成“多元评价小组”，以客观性与专业性的原则开展评价工作，成员分工和职责见表2规定。

表2 多元评价小组组成和职责分工

成员类型	人数	评价小组资质要求	职责分工
非遗专家	2人~3人	非遗传承人 or 非遗研究学者（副高及以上）	负责“文化传承性”维度打分，核查核心技艺保留率、文化符号准确性。
设计专家	2人~3人	资深工业设计师（5年以上经验）或设计企业负责人	负责“创新实用性”维度打分，评估技术创新、功能达标度、材料环保性。
年轻用户代表	3人~5人	18岁~35岁，覆盖不同职业（学生、白领等）	负责“市场适配性”维度打分，结合自身体验评估接受度、传播潜力、价格合理性。
行业代表	1人~2人	行业协会人员 or 相关主管部门工作人员	负责“合规性”维度打分，核查非遗元素授权、文化合规性，确认评级流程合规。

6.2 评价指标体系

评价指标分为4个一级指标、12个二级指标，总分100分，权重及量化标准见表3规定。

表3 非遗年轻化衍生产品设计评价指标体系

一级指标	权重	二级指标	量化指标	满分	考评得分
文化传承性	35%	核心技艺保留率	≥80%，10分（依据《技艺符合性报告》）； 70%~79%，8分； 60%~69%，5分； <60%，0分。	10分	
		文化符号准确性	完全符合原义，8分（依据《设计方案》+传承人确认）； 轻微偏差，5分； 明显偏差，2分； 严重偏差，0分。	8分	
		文化溯源清晰度	标注完整（项目+级别+传承人，依据《设计方案》），8分； 缺1项，5分； 缺2项，2分； 全缺，0分。	8分	
		传承人认可度	完全认可，9分（依据《技艺符合性报告》签字）； 基本认可，6分； 部分认可，3分； 不认可，0分。	9分	
创新实用性	30%	技术/形式创新性	核心技术创新（例如：AR展示技艺），8分； 形式创新（例如：功能优化），5分； 无创新，0分。	8分	
		场景适配性	适配3个及以上场景（依据《用户需求调研报告》），7分； 适配2个场景，5分； 适配1个场景，3分； 无适配场景，0分。	7分	

表3 非遗年轻化衍生产品设计评价指标体系（续）

一级指标	权重	二级指标	量化指标	满分	考评得分
创新实用性	30%	功能达标度	全项符合标准（如家居耐用性、餐饮安全，依据《功能安全测试报告》），8分； 1项不达标，5分； 2项及以上，0分。	8分	
		材料环保性	全用可再生材料（依据《CMF设计说明》）得7分，部分使用得4分，未使用得0分	7分	
市场适配性	25%	年轻群体接受度	购买意愿≥80%，9分（依据《用户测试报告》）； 购买意愿60%~79%，6分； 购买意愿40%~59%，3分； 购买意愿<40%，0分。	9分	
		价格合理性	符合预期（家居50元~500元、文创20元~200元，依据《用户需求调研报告》），8分； 略高预期，5分； 远超预期，0分。	8分	
		传播潜力	适合社交传播（可拍照分享 / 话题性强，依据《用户测试报告》）得8分，一般传播性得5分，无传播性得0分	8分	
合规性	10%	知识产权与文化合规	授权完整+文化无争议（依据《授权协议》《文化合规审核意见》），10分； 1项不合规，5分； 2项不合规，0分。	10分	
总分				100分	

6.3 评价方法

6.3.1 资料核查

6.3.1.1 评价小组审核设计服务机构提交的项目档案，重点核查：

- 文化传承性：《非遗核心技艺清单》《技艺符合性报告》是否完整，核心技艺保留率数据是否经传承人签字；
- 合规性：《非遗元素使用授权协议》是否有效，有无文化合规争议；
- 市场适配性：《用户测试报告》样本量、数据真实性是否达标。

6.3.1.2 核查结果作为“文化传承性”“合规性”维度打分的核心依据，资料不全者需补充，否则暂不评级。

6.3.2 实物测评

6.3.2.1 技艺符合性测评：非遗专家现场检查样品，对照《非遗核心技艺清单》（参见附录表A.1）核实核心技艺保留情况（例如：广绣是否采用“虚实针”），修正《技艺符合性报告》中的偏差数据。

6.3.2.2 功能与体验测评：设计专家测试样品功能（例如：家居反复开合1000次无损坏），年轻用户代表现场试用并补充评分，作为“创新实用性”“市场适配性”打分依据。

6.3.3 用户调研

通过“5分制问卷”（1=非常不认可，5=非常认可），收集额外年轻用户（样本量 ≥ 200 份）对样品“外观、功能、购买意愿、传播意愿”的评分，换算为年轻群体接受度数据，补充《用户测试报告》的不足。

6.3.4 综合打分

6.3.4.1 评价小组召开评审会，结合“资料核查”“实物测评”“用户调研”结果，按表3指标逐一打分，计算最终得分（保留1位小数），最终得分是文化传承性得分、创新实用性得分、市场适配性得分、合规性得分4方面的汇总得分。

6.3.4.2 打分过程应形成评价报告（参见附录表A.2），评价小组每位成员需签字确认。

6.3.5 等级划分

根据最终得分划分等级，详见表4。

表4 等级划分表

等级	分数范围	一级指标	二级指标
优秀	≥ 85 分	核心特征	文化传承性突出（核心技艺保留率 $\geq 80\%$ ）、创新实用、市场潜力大。
		推广支持	推荐参与国家级非遗设计大赛、纳入政府重点扶持项目库、优先在行业平台（例如：非遗博览会）展示。
合格	60分~84分	核心特征	符合基本要求（核心技艺保留率 $\geq 60\%$ 、合规无争议），但存在薄弱项（例如：传播潜力不足）。
		推广支持	纳入地方非遗设计推广清单，建议优化薄弱项后冲击“优秀”等级。
不合格	< 60 分	核心问题	文化传承不足（核心技艺保留率 $< 60\%$ ）或合规风险（例如：无授权）。
		处理方式	出具整改意见书，明确整改方向（例如：补充授权、提升技艺保留率），整改完成后可重新申请评级。

6.3.6 评级结果应用

6.3.6.1 证书与标识：对“优秀”“合格”项目颁发评级证书，授予专属标识（例如：“非遗年轻化衍生产品设计优秀项目”），可用于产品包装、宣传物料，提升市场认可度。

6.3.6.2 资源倾斜：主管部门对“优秀”项目给予资金补贴、场地支持；行业协会优先推荐“优秀”项目与企业合作（例如：品牌联名）。

6.3.6.3 传播推广：在非遗官方平台（官网、公众号）开设“评级优秀项目专栏”，拍摄项目纪录片，通过短视频平台（例如：抖音、小红书等）传播，扩大文化影响力。

7 实施与监督

7.1 实施要求

7.1.1 设计企业/设计师应将本文件纳入内部设计流程，每完成1个非遗年轻化衍生产品设计项目，提交《设计执行报告》（含各阶段成果）至归口单位备案；严格遵循本文件服务流程，确保《项目档案》完整可追溯；主动申请项目评级，借助评级结果提升项目影响力。

7.1.2 评价主体应按本文件规定的评价方法开展评级，不应随意调整指标权重或量化标准；评级结束后 10 个工作日内出具相关评级报告（内容包括：得分情况、等级、改进建议等），送达项目方并公示。

7.1.3 归口单位应建立“非遗年轻化衍生产品设计项目评级数据库”与“非遗年轻化衍生产品设计作品库”，收录所有评级项目信息（包括：得分情况、等级、推广情况等）及合格以上作品，定期更新，供公众查询，提升评级公信力。

7.2 监督机制

7.2.1 日常监督

7.2.1.1 归口单位每年定期抽查评级项目的档案与设计企业的设计执行报告，核查“评分记录单”与实际资料、实物是否一致，核心技艺保留率、授权合规性等关键指标是否达标，对违规企业进行行业通报。

7.2.1.2 设立“评级监督热线”，需要时增设线上平台，接受对评级结果的异议投诉，归口单位需在 7 个工作日内核实处理，反馈结果。

7.2.2 异议处理

7.2.2.1 项目方对评级结果有异议的，可在收到评级报告 15 个工作日内向归口单位提交异议申请，附佐证材料（例如：补充的技艺确认文件）；

7.2.2.2 归口单位组织“复核小组”（原评价小组成员应回避）开展复核，复核流程与原评价一致，复核结果为最终结论。

7.2.3 标准优化

7.2.3.1 每年组织 1 次“评价规范优化会”，邀请设计企业、非遗传承人、年轻用户代表参与，根据非遗保护政策变化、年轻群体偏好进行调整（例如：增加“短视频传播潜力”指标）。

7.2.3.2 通过线上线下渠道收集用户对评价结果的反馈，每年组织 1 次“评价指标修订会”，优化指标权重与量化标准，确保评价规范始终适配项目评级需求。

附 录 A
(资料性)
相关文件模板 (节选)

A.1 非遗核心技艺清单 (模板)

详见表A.1。

表 A.1 非遗核心技术清单

非遗项目名称	级别	传承人姓名及联系方式	关键技艺步骤 (不可修改项)	技艺参数 (例如: 温度、时间、配比等)	传承人签字
(例: 广绣)	(例: 国家级)	(例: 张XX, 138XXXX1234)	1. 虚实针针法; 2. 配色选线标准	1. 虚实针针距 ≤ 2 mm; 2. 主色线选用桑蚕丝线。	

A.2 非遗年轻化衍生产品设计项目评级报告 (模板)

表 A.2 非遗年轻化衍生产品设计项目评级报告 (模板)

项目名称	设计企业	评价日期	
(例: 广绣纹样无线充电板)	(例: XX 设计公司)	年 月 日	
一、评价主体组成	非遗专家: XXX (传承人)、XXX (研究学者); 设计专家: XXX (设计师)、XXX (企业负责人); 年轻用户代表: XXX (学生)、XXX (白领); 行业代表: XXX (协会人员); 主管单位代表: XXX。		
二、各维度得分详情			
一级指标	二级指标	打分依据	得分
文化传承性 (35%)	核心技艺保留率	《技艺符合性报告》(保留率 85%)	10
	文化符号准确性	《设计方案》+ 传承人确认 (完全符合)	8
	文化溯源清晰度	《设计方案》(标注完整)	8
	传承人认可度	《技艺符合性报告》签字 (完全认可)	9
创新实用性 (30%)	技术 / 形式创新性	《设计方案》(AR 展示技艺, 核心创新)	8

表 A.2 非遗年轻化衍生产品设计项目评级报告（续）

一级指标	二级指标	打分依据	得分
创新实用性（30%）	场景适配性	《用户调研报告》（适配办公、居家、送礼 3 场景）	7
	功能达标度	《功能安全测试报告》（全项符合）	8
	材料环保性	《CMF 设计说明》（全用可再生材料）	7
市场适配性（25%）	年轻群体接受度	《用户测试报告》（购买意愿 82%）	9
	价格合理性	《用户调研报告》（定价 198 元，符合预期）	8
	传播潜力	《用户测试报告》（适合社交分享）	8
合规性（10%）	知识产权与文化合规	《授权协议》+《文化合规审核意见》（全合规）	10
总 分			
三、最终得分与等级	最终得分： 分	等级	
四、改进建议			
五、评价成员签字	非遗专家： _____ 设计专家： _____ 年轻用户代表： _____ 行业代表： _____		