

ICS 03.080  
CCS A 12

T/GXAS

团 体 标 准

T/GXAS 1176—2025

农业科普文創作品創作工作規範

Specification for the creation of agricultural science  
popularization cultural and creative works

2025-12-12 发布

2025-12-18 实施

广西标准化协会 发布



## 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 缩略语 .....	1
5 人员要求 .....	1
6 工作流程及要求 .....	2
附录 A (资料性) 农业科普文创作品创作设计方案 .....	6
参考文献 .....	8



## 前　　言

本文件参照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。

本文件由广西壮族自治区农业科学院提出并宣贯。

本文件由广西标准化协会归口。

本文件起草单位：广西壮族自治区亚热带作物研究所、广西标准化协会、农业农村部科技发展中心、广西科学技术普及传播中心、云南省热带作物科学研究所。

本文件主要起草人：刘思朝、李鹭、黄云芳、寇宗樾、李法锦、李宁、曹琬筝、陈赶林、黄昶吟、刘慧英、谭爱、陈致威、李可天、汤智敏、范玉琛、陆祖双、翟毅欣、苏文潘、沈薇薇、关馥晨、陆妃妃。



# 农业科普文创作品创作工作规范

## 1 范围

本文件界定了农业科普文创作品创作工作涉及的术语和定义、缩略语，规定了农业科普文创作品创作工作的人员要求、工作流程及要求。

本文件适用于农业科普类文创作品创作工作，其他文创作品创作工作可参照执行。

## 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 23350 限制商品过度包装要求 食品和化妆品

T/GXAS 1054 农业科普作品创作人员队伍建设指南

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**农业科普文创作品** *agricultural science popularization cultural and creative works*

融合农业科学知识、文化内涵、创意设计与现代技术，创作出的兼具教育、艺术与实用价值的农业科普文化产品或服务形式。

### 3.2

**农业科普 IP 形象** *agricultural science popularization IP character*

以农业科学知识及文化内涵为核心，通过创意设计形成具有辨识度和传播力的视觉形象或故事角色。

## 4 缩略语

下列缩略语适用于本文件。

AI: 矢量图制作软件 (Adobe Illustrator)

AR: 增强现实技术 (Augmented Reality)

CD: 激光唱片 (Compact Disc)

IP: 知识产权 (Intellectual Property)

JPEG: 联合图像专家组 (Joint Photographic Experts Group)

NFC: 近距离无线通信 (Near Field Communication)

PDF: 可移植文件格式 (Portable Document Format)

PNG: 便携式网络图形 (Portable Network Graphics)

SVG: 可缩放矢量图形 (Scalable Vector Graphics)

VR: 虚拟现实技术 (Virtual Reality)

## 5 人员要求

创作人员应经过创作技能培训，掌握的技能包括但不限于：

- 策划和文案撰写人员：宜具备创意策划与叙事能力，掌握农业知识基础，能够深入挖掘农业科技亮点，并将其转化为科普内容；
- 美术设计人员：宜掌握主流绘画、设计及修图软件，了解并能运用人工智能工具进行图像生成、风格迁移等辅助设计。

## 6 工作流程及要求

### 6.1 工作流程

见图1。

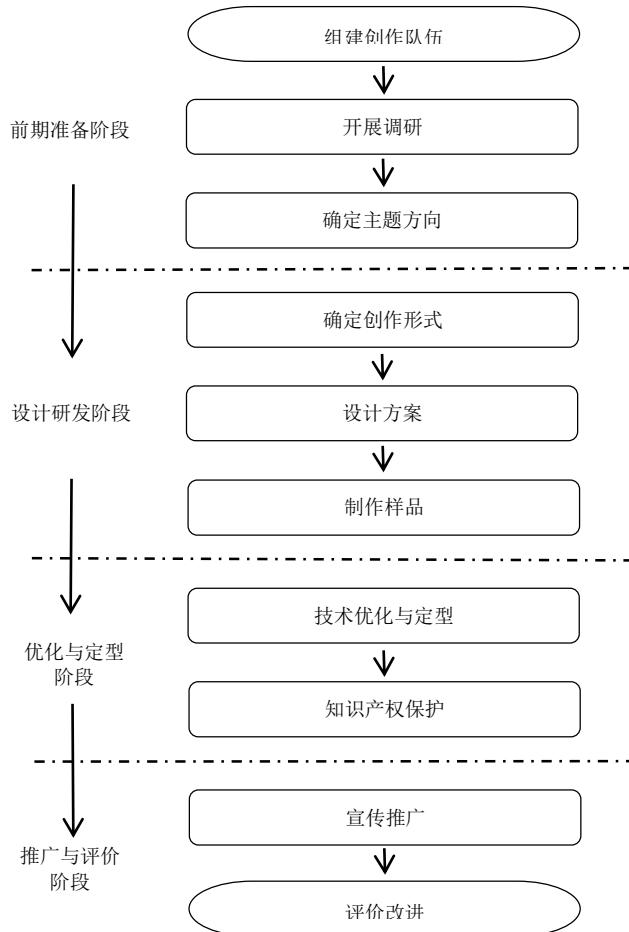


图1 农业科普文创作品创作工作流程图

### 6.2 工作要求

#### 6.2.1 组建创作队伍

应按照T/GXAS 1054的规定执行。

#### 6.2.2 开展调研

##### 6.2.2.1 方式

采用问卷调查、访谈、查阅文献资料、数据分析等。

### 6.2.2.2 目标受众

包括农业专家、农业科研人员、基层农技推广人员、文创从业者、科普工作者、文旅工作者、农民、乡村旅游者、青少年儿童等。

### 6.2.2.3 内容

包括但不限于：

- 受众对传统农业文化、现代农业技术、生态农业与可持续发展、地域特色等方面的兴趣焦点；
- 不同群体对农业知识的差异化需求；
- 受众喜爱的农业科普文创作品形式；
- 受众获取农业信息的常用渠道及其信任的发布主体。

### 6.2.3 确定主题方向

从表1确定。

表1 农业科普文创作品主题方向

主题方向 (包括但不限于)	具体内容
中华优秀农耕文化	聚焦“人”与“文化”，包括农事节气、宅院村落、农业景观、节庆活动、民间艺术、乡风民俗、民族文化、农业遗迹等
现代农业先进技术	聚焦农业科技前沿和社会热点，包括育种技术、农机装备技术、病虫害防控技术、数据科学与信息技术、农产品质量安全全程控制技术等
农业绿色发展理念与实践	强调绿色生产、可持续发展等理念，包括循环农业、生态农业等农业实践
地域特色与品牌	聚焦地域特色农业资源，包括地方特色农产品、地域文化、生态景观，打造差异化农业科普文创IP，强化地域品牌形象

### 6.2.4 确定创作形式

从表2确定。

表2 农业科普文创作品创作形式

类别	含义	形式	要求
创意食品类	兼具农业科普价值、食用功能、美学设计的创新性文化创意作品	以当地特色农产品为主材料进行创意加工和设计的创意食品	宜优先选用地理标志产品、源自区域特色的天然农产品或农副产品和通过绿色或有机产品认证的农产品等； 预包装食品应符合食品安全国家标准的要求
		融入当地传统文化，对食品外观进行创意设计，或以原创农业科普IP形象作为食品外观	
		通过与农科院所、植物园、知名农业IP等联名，对产品外观或包装进行联名创意设计	
创意用品类	以具有实用或互动娱乐功能的物品为载体，用于教学、体验或日常生活的作品	以当地的农业科普IP形象、单位标识、农业文化等为基础创作的文具、玩具、家居用品等产品	选用的材料应安全、环保，优先选用可降解材料； 可拼装产品应提供操作手册、说明书等，关键连接部位应通过拆装测试无损坏； 非遗衍生产品应尊重非遗的历史原貌与核心技艺，不歪曲、不篡改其文化精髓
		以当地特色农作物为原材料创作的文具、玩具、家居用品等产品	
		将传统手工艺与现代设计结合的非遗衍生产品	

表 2 农业科普文创作品创作形式（续）

类别	含义	形式	要求
创意视觉设计类	以图形、图像为主要形式,将农业知识、文化内涵与美学价值结合的创意视觉作品	融入农业科学知识、传统文化元素、农业科普IP形象、单位标识等元素的包装设计	作物结构图、生态循环示意图等权威准确; 平面与插图设计产品电子版文件格式应采用PDF、PNG、JPEG、AI、SVG等; 主色调应呼应农业主题,字体、风格统一; 文字应通俗易懂,文案准确、简洁明了、逻辑清晰
		通过视觉符号传递农业科学知识、农业文化等的平面设计、字体设计、插图、海报、品牌形象设计等视觉化产品	
创意数字体验类	依托数字技术创作,通过智能终端进行传播、展示与互动的作品	运用人工智能、AR、VR、网络媒体等前沿数字技术,将农业科学知识、生态理念、农耕文化等进行动态化、沉浸式、互动化的创意产品	数字文创产品应适配主流终端设备,支持多终端交互,兼容主流浏览器与流媒体平台; AR玩具等产品语音讲解声音应流畅、清晰,表达准确; 光盘等内容制作应清晰易读,格式应广泛兼容
		将农业科普内容转化为可交互的数字媒体格式,以音频、视频或图文等多元形式存储于CD等介质中,通过实体光盘等发行或在线文件共享进行传播	

## 6.2.5 设计方案

设计方案见附录A,设计要求包括但不限于:

- 在作品本身或包装上标注创作单位名称与标识;
- 包装融入传统农耕图案等地域文化元素,并结合文字、插图或二维码等形式延伸农业科普内容;
- 包装符合GB 23350的规定,使用环保、可回收或可降解材料;
- 结构设计应兼顾生态友好、携带便利与展示美观等功能;
- 农业科普IP形象应独特、辨识度高,为原创或取得IP版权方书面授权,并忠实于原核心特征,且提供三视图(正面、侧面、背面)。

## 6.2.6 制作样品

### 6.2.6.1 供应商选择

选择合法注册、资质健全,具有成熟稳定生产工艺,建立完善的质量管理体系的法人实体。

### 6.2.6.2 样品农业特色体现

样品形态应还原农业元素。

## 6.2.7 技术优化与定型

邀请行业专家、目标用户参与农业科普文创作品体验,复核技术知识准确性、创作设计的合法合规性,收集专家、目标用户提出的感受与意见建议,优化内容,制作成品。

## 6.2.8 知识产权保护

应进行著作权登记等相关工作。

## 6.2.9 宣传推广

### 6.2.9.1 线上

通过新媒体平台宣传介绍农业科普文创作品的创作经历、作品含义、创作目的等形式进行线上推广。

### 6.2.9.2 线下

应结合全国科技活动周、全国科普月等重大科普活动节点,组织系列宣传推广活动,或嵌入乡村文旅,通过“农旅+文创”跨界合作,开展体验式推广。

### 6.2.10 评价改进

应建立用户反馈与评价改进机制,开通专属反馈热线和官方邮箱,搭建线上与线下双通道收集用户体验数据与改进建议,定期对信息进行评价分析,明确改进方向并实施改进措施。



附录 A  
(资料性)  
农业科普文创作品创作设计方案

农业科普文创作品创作设计方案见表A. 1。

表A. 1 农业科普文创作品创作设计方案

一、基本信息

(一) 项目名称

填写具体作品名称。

(二) 创作形式: 已确定的形式, 包括:

- 创意食品类: 如鲜花饼、二十四节气文创糕点、特色水果与人气奶茶店联名等;
- 创意用品类: 如书签、笔记本、水杯、徽章、纪念币、农具模型、手办、挂件、摆饰等;
- 创意视觉设计类: 如文创礼盒、明信片、手幅、主题海报、透卡、镭射票、画册、贴纸等;
- 创意数字体验类: 如 NFC 文创交通卡、数字文创纪念票、AR 玩具、农业科普 IP 形象联动游戏皮肤、CD 等。

(三) 核心主题

已确定的主题, 如中华优秀农耕文化、现代农业先进技术、农业绿色发展理念与实践、地域特色与品牌等方向。

二、设计方向

(一) 核心创意

1. 创意理念: 明确其独特的核心立意与发展方向。
2. 特色亮点: 突出地方特色和创新点。
3. 情感价值: 突出作品希望传递的情感体验。

(二) 风格定位

1. 视觉风格: 如: 写实插画、扁平卡通、国潮风格或民族特色等。
2. 文化元素: 融入的地域农业文化特征。

三、内容要求

(一) 知识内容

列出关键科普内容, 应紧扣农业主题。

(二) 表现形式

1. 主要载体: 具体表现形式和规格。
2. 互动设计: 如有互动环节, 说明设计方式。
3. 延伸内容: 配套的辅助内容设计。

四、技术要求

(一) 制作

1. 参数: 具体的技术参数和要求。
2. 材料: 如使用环保材料、特殊工艺等。
3. 格式: 如创意数字体验类文创作品输出文件格式和标准。

(二) 人员分工

表A.1 农业科普文创作作品创作设计方案（续）

应根据创建的创作队伍的人员组成与岗位职责，制定具体的人员分工表，队伍构成应包括但不限于策划、美术设计、文案撰写、专家指导组等关键岗位。
五、农业科普 IP 形象开发（如含有）
（一）形象设定
基本信息：名称、性格、背景故事等。
（二）视觉设计
结合地方元素的造型特征、三视图、表情包、动作库等。
（三）应用要求
在科普作品中使用 IP 形象，应明确约定使用范围、授权费用及违约责任等核心条款，未经授权，禁止任何形式的复制、修改或商业使用。
（四）衍生开发
1. 衍生方向：可能的衍生品类型，如创意食品类、创意用品类、创意视觉设计类、创意数字体验类。
2. 适配方案：不同载体的适配要求。
六、经费预算
宜包括原材料、设计研发、人工、包装、生产损耗、营销推广、物流配送、平台渠道等费用预算明细。
注：本方案经项目组审议通过后执行，执行过程中根据实际情况适当调整。



## 参 考 文 献

- [1] TCSWA 001—2023 科普视频评价指标体系
  - [2] 中华人民共和国科学技术普及法（2024年修订）（中华人民共和国主席令第四十三号）
  - [3] 中华人民共和国食品安全法（中华人民共和国主席令第五十六号）
  - [4] 国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见（国发〔2014〕10号）
  - [5] 关于印发《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》的通知（文旅资源发〔2021〕85号）
  - [6] 夏远娟. 科普文创产品的发展及创新路径研究[J]. 科学教育与博物馆, 2022, 8(06):27-33.
  - [7] 时歌, 方星星, 李雯丽. 科普文创产品的设计现状分析及发展预测[J]. 中国包装, 2024, 44(09): 116-120.
  - [8] 李翠亭. 新时代科普文创的主题聚焦[J]. 价值工程, 2022, 41(36):166-168.
  - [9] 周荣庭, 周宏远. 数字化时代科普文创产品的设计与传播研究[J]. 自然科学博物馆研究, 2019, 4(01):20-26+84.
-

中华人民共和国团体标准  
农业科普文创作作品创作工作规范  
T/GXAS 1176—2025  
广西标准化协会统一印制  
版权专有 侵权必究