

2026 年国家社科基金艺术学重大项目招标公告

2026 年国家社科基金艺术学重大项目面向全国公开招标，现将有关事项公告如下。

一、招标单位

全国艺术科学规划领导小组办公室（以下简称“全国艺术科学规划办”）

二、招标对象

主要包括文化艺术领域重点研究机构、高等院校及社科研究机构等的研究人员。投标以责任单位名义组织，多单位联合投标须确定一个责任单位。鼓励跨学科、跨地区、跨单位联合投标，鼓励理论工作部门与实际工作部门合作开展研究。

三、招标工作总体要求

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以习近平文化思想为引领，全面贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神，深入实施《中共中央关于加快构建中国特色哲学社会科学的意见》，坚持正确的政治方向、价值取向和学术导向，以对推进党的理论创新和中国式现代化具有学术支撑作用的重大理论和现实问题、对中国特色艺术科学发展和构建中国艺术学自主知识体系有关键性作用的重大基础理论问题为主攻方向，推出具有重大学术创新价值和文化遗产意义的标志性研究成果，着力服务党和国家战略需求，着

力推进知识创新、理论创新、方法创新和应用创新，推动文化艺术研究为党和国家工作大局服务、为繁荣发展哲学社会科学服务、为文化艺术事业提供智力支持和理论支撑。

四、招标数量和资助额度

本批次重大项目共发布 22 个招标选题，分为方向性选题（带*）和具体选题。投标方向性选题的，可立足自身研究基础，围绕选题方向选择不同视角自拟题目申报；投标具体选题的，不能修改选题表述，自选课题不予受理。除方向性选题外，每个招标选题原则上确立 1—2 项中标课题，资助额度为每项 60—80 万元。如获中标，将在立项两年后进行中期检查评估，对研究进展顺利、阶段性成果丰硕且后续研究中存在较大经费缺口的项目择优予以滚动资助。

五、投标资格要求

（一）责任单位须具备下列条件：

1. 在文化艺术研究领域具有较强的科研力量和深厚的学术积累；
2. 设有专门负责科研管理工作的职能部门；
3. 能够为开展重大项目研究工作提供良好条件。

（二）投标人须具备下列条件：

1. 遵守中华人民共和国宪法和法律，遵守国家社科基金各项管理规定；在相关研究领域具有深厚的学术造诣和丰富的科研经验，社会责任感强，品行端正，学风优良；具有正

高级专业技术职称或厅局级（含）以上领导职务，每个投标团队首席专家只能为一人。

2. 在研的国家社科基金各类项目，马克思主义理论研究和建设工程重大项目及其他国家级重大科研项目，教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目的负责人，不能作为首席专家参加本次投标。申报 2026 年国家社科基金艺术学年度项目的申请人，不能投标本次国家社科基金艺术学重大项目。

3. 投标人只能投标一个项目，且不能作为子课题负责人或课题组成员参与本次投标的其他课题。子课题负责人须具有副高级（含）以上职称，在本次招标中只能参与一个投标课题，已担任 2 个在研的国家社科基金重大项目的子课题负责人不得参与本次投标。课题组成员最多参与两个投标项目。在研的国家社科基金重大项目、重大研究专项项目及教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目的负责人，不得作为子课题负责人参与本次投标。

4. 首席专家对投标项目负统筹协调的首要责任，能够担负科研组织指导职责，每年须举办至少 2 次核心人员研讨会或相关学术活动，首席专家及子课题负责人须承担实质性研究工作。

5. 文化和旅游部机关工作人员不能申请或者参与申请国家社科基金艺术学重大项目。

六、投标课题要求

（一）投标人须按照本《招标公告》发布的招标选题（附后）投标，《投标书》要突出课题论证设计部分，重点介绍总体研究框架和预期目标，课题研究思路、研究重点和创新之处，简要介绍研究综述、子课题负责人情况等内容。

（二）投标课题要突出研究重点，体现有限目标，课题设计不宜过于宽泛，避免大而全，子课题数量一般不超过5个；大型文献典籍整理、丛书编纂、数据库建设等规模较大的课题，可根据实际需要设计子课题数量。每个子课题只能确定一名负责人。

（三）投标人须提交3篇与申报选题研究领域相关的代表性成果（论文或专著简介），作为评审立项的重要参考。

（四）投标课题组要熟知国内外相关领域研究前沿动态，具备扎实的研究基础和丰富的相关前期研究成果。除必要的学术史梳理或综述外，应着重阐明本课题设计相对于已有研究的独到学术价值、应用价值和社会意义。

（五）投标课题组要树立鲜明的问题意识和创新意识，在框架设计、研究思路、主要内容、基本观点、研究方法等方面，体现创新的学术思想、独到的学术见解和可能取得的突破。

（六）项目完成时间根据研究工作的实际需要确定，一般应在3—5年完成。

（七）预期研究成果的规模和数量应科学合理，确保质

量和学术水准，多出精品力作；最终成果为大型文献典籍整理、多卷本专著、系列丛书等形式的，应注意编纂体例的科学性和统一性；最终成果含专题数据库（语料库）的，要坚持公益共享原则，结项验收时须实现线上开放使用功能。

七、投标纪律要求

（一）责任单位和投标人要加强审核，切实把好政治方向关和学术质量关。各省（区、市）艺术科学规划领导小组办公室或文化和旅游厅（局）艺术科研管理部门作为省级管理机构要从课题设计、课题论证、首席专家、前期研究成果、科研团队和责任单位等方面进行资格审查，合格的予以上报。

（二）投标人要弘扬崇尚精品、严谨治学、注重诚信、讲求责任的优良学风，自觉坚持公平竞争的原则，严格遵守国家社科基金项目管理规定。凡有弄虚作假、抄袭剽窃、违规违纪等行为的，一经查实即取消参评资格，5年内不得申报国家社科基金艺术学项目，同时通报批评，并责成所在单位依规进行处分，如获立项，一律撤项，并列入不良科研信用记录。

（三）子课题负责人和课题组成员须为课题研究的实际参与者，且须征得本人同意，否则视为违规申报。如获中标，首席专家要兑现投标时承诺，确保子课题负责人有充足的时间精力投入研究，原则上子课题负责人不得变更。

（四）投标人可提出2名以内建议回避评审专家，全国

艺术科学规划办将根据评审工作的实际情况予以考虑。

八、申报程序和时间安排

（一）2026 年国家社科基金艺术学重大项目实行网上申报，不接受纸质投标材料。请投标人登录全国艺术科学规划项目管理平台（以下简称项目管理平台，网址：<https://yskx.mct.gov.cn>），按照有关说明注册账号并提交材料。

（二）全国艺术科学规划办不直接受理投标，委托中国艺术科技研究所承担投标材料的受理工作。

（三）除文化和旅游部直属单位及共建院校外，国家社科基金艺术学重大项目实行三级申报制度。投标课题经责任单位、省级管理机构、中国艺术科技研究所审核后提交至全国艺术科学规划办；文化和旅游部直属单位及共建院校实行二级申报制度，投标课题经责任单位、中国艺术科技研究所审核后提交至全国艺术科学规划办。

（四）投标人及责任单位（含文化和旅游部直属单位及共建院校）网上集中填报投标课题和审核提交时间为 2026 年 2 月 10 日至 4 月 10 日，逾期项目管理平台自动关闭，不再受理申报及审核。省级管理机构网上审核提交时间为 4 月 11 日至 4 月 30 日。各省级管理机构、文化和旅游部直属单位及共建院校完成本级审核及提交后，要将生成的本地区（本单位）项目汇总表打印盖章后报送至中国艺术科技研究

所全国艺术科学规划项目管理中心，确保数据的真实性、完整性和一致性。请严格按照以上时间要求填报投标材料、审核，因错过受理时间、未按要求操作造成的责任由相关人员自行承担。

（五）全国艺术科学规划办将对投标课题进行资格审查，并组织专家对通过资格审查的投标课题进行评审，提出建议中标课题名单。

（六）建议中标课题将在文化和旅游部门户网站及相关媒体公示7天，公示期满，对无异议项目下达立项通知书。

邮寄地址：北京市东城区雍和宫大街戏楼胡同1号中国艺术科技研究所全国艺术科学规划项目管理中心

邮政编码：100007

咨询电话：010-87930753

邮箱：qgyskxghb@163.com（请优先通过邮箱咨询申报问题）

特此公告。

全国艺术科学规划领导小组办公室

2026年2月9日