**四川省A级旅游景区文旅融合发展实施导则**

（A++，暂行）

（评审稿）

2019年10月

1 总则

1.1编制目的

为了实现以文促旅，以旅彰文，全面深入地推动文旅融合，更好地促进旅游景区文化旅游产业和文化事业的发展，根据四川省文化旅游特点，结合不同类型旅游景区发展实际，特制定本导则。

1.2本导则由四川省文化和旅游厅发起并归口。

1.3本导则自发布之日起实行。

2 适用范围

本导则适合四川省行政范围内所有AAA级以上等级旅游景区的创建、评定与复核检查。

3 依据

本导则依据《中华人民共和国文化产业促进法》制定，作为指导旅游景区文旅融合发展的引导性标准。

下列文件中的相关条款通过本导则的引用而成为本导则的条款。凡是注明日期的引用文件，其随后所有的修改单（不包括勘误的内容）或修订版均不适用于本标准。

GB/T17775-2003 [旅游景区质量等级的划分与评定](http://www.baidu.com/link?url=H66Fs9ywiRyfdNbW2IjGmx1rMtyLNBUDrSF_5lghLCdOqIXhWWvhbXfD_QsJn3Lg47Lltnzf_6zZ0C7TjnsLBUCUPpwEFLRK0PJO32EQeCq" \t "_blank)

GB/T18972—2017 旅游资源分类、调查与评价

GB/T36309—2018 公共文化资源分类

GB/T 18971－2003 旅游规划通则

LB/T 054-2016 [研学旅行](https://baike.baidu.com/item/%E7%A0%94%E5%AD%A6%E6%97%85%E8%A1%8C%22%20%5Ct%20%22https%3A//baike.baidu.com/item/%E7%A0%94%E5%AD%A6%E6%97%85%E8%A1%8C%E6%9C%8D%E5%8A%A1%E8%A7%84%E8%8C%83/_blank)服务规范

GB/T 27925-2011 《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》

《国家基本公共文化服务指导标准(2015—2020年)》

《四川省旅游资源分类、调查与评价（试行）》2019.8

DB51/T2140-2016 《旅游景区质量等级提升要求》（简称A+标准）。

4 基本要求

四川省已创建和拟创建的AAA级以上等级旅游景区，应在建立和健全文旅融合的保障体系、丰富和创新文旅融合产品、营造良好的主题文化氛围、加强文旅品牌的建设与推广和发展公共文化事业等五个方面达到相应的要求。

4.1建立和健全文旅融合的保障体系

建立旨在高效推动文旅融合发展的管理机制；在深入发掘本地文化的基础上，编制必要的文旅融合发展规划，统筹和保障文化旅游资源得到系统、深入地发掘和科学合理地利用；制定并有效实施文旅融合人才计划，充分利用各类文旅融合人才和技术服务机构满足旅游景区文旅融合发展的人才与技术需求。

4.2丰富和创新文旅融合产品

以旅游需求侧视角，借力新的科学技术和产品创新手段，结合跨界整合资本投资运营新模式，促进文化旅游产业与智能科技、文创商品、艺术演绎等深度融合发展，开发以本地文化为主，包括体验型、夜游型、研学型等丰富多元的文旅产品体系，创新旅游业态；通过旅游文创研发多种类型和系列化的文旅购物品。

4.3营造良好的主题文化氛围

营造丰富多彩的主题文化氛围，从主题文化活动、行为文化、服饰文化、背景音乐、设施特色等多方面使景区的文化内涵得到很好的呈现；加强旅游景区企业文化建设。

旅游景区应成为弘扬主流文化和优秀文化的重要阵地，严格禁止带有迷信、愚昧、颓废、庸俗等色彩的文化。

4.4加强文旅品牌的建设与推广

加强旅游景区文旅品牌基本建设，争创不同类型和级别的文旅品牌，并以多种形式和渠道加强文旅品牌在国际国内旅游市场的宣传推广，大幅度拓展和提高品牌影响力，获得更好的市场营销效果。

4.5发展公共文化服务

积极建立主客共享的旅游景区公共文化服务体系，推动文化事业的繁荣。

5 评定分值构成及达标要求

5.1评定分值构成

本导则评定项目共5个大项，总分值为100分，其分值构成详见下表。

各大项评定分值构成一览表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **类型** | **分值** |
| **1** | 文旅融合的保障体系 | 18 |
| **2** | 文旅融合产品 | 45 |
| **3** | 文化氛围营造 | 15 |
| **4** | 文旅品牌建设与推广 | 17 |
| **5** | 公共文化服务 | 5 |
| **总 分** | **100** |

5.2达标要求

本导则适用A级旅游景区的达标要求：

国家AAAA级旅游景区，总分不低于80分，其中文旅融合保障体系得分不低于14分，文旅融合产品得分不低于36分，文化氛围营造不低于12分，文旅品牌建设与推广不低于14分，公共文化事业不低于4分。

国家AAAAA级旅游景区，总分不低于90分，其中文旅融合保障体系得分不低于16，文旅融合产品得分不低于40分，文化氛围营造不低于14分，文旅品牌建设与推广不低于15分，公共文化事业不低于5分。

评分细则评分总表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目单位 | **评定分值** | **负责人签字** | **评定日期** |
| **自检评分** |  |  |  |
| **推荐单位评分** |  |  |  |
| **评定单位评分** |  |  |  |

6 实施与管理

6.1在四川省AAA级以上等级旅游景区质量等级评定、复核检查工作中，《四川省A级旅游景区文旅融合发展导则（暂行）》（简称A++标准）作为必要的达标项予以检查验收。

6.2四川省AAA级以上等级旅游景区在接受质量等级评定、复核检查时，应按照本导则提供自查汇报资料、得分依据及佐证材料，作为评定、复核检查旅游景区等级质量的软件资料的重要组成部分。

6.3在四川省AAA级以上等级旅游景区质量等级评定、复核检查过程中，要按照A++标准对自查汇报资料、得分依据及佐证材料进行系统化的考察、评分，在实地检查、资料查阅、情况汇总与检查复核报告中，对A++标准所涉及内容给予评价。

附件 评分细则

评分细则表

| **序号** | **评定项目与相关要求** | **评定标准** | **检查方法** | **大****项****分****值** | **小****项****分****值** | **分****项****分****值** | **自****检****评****分** | **推荐****单位****评分** | **评定****单位****评分** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **文旅融合的保障体系** | **18** | / | / |  |  |  |
| 1.1 | 组织管理保障 | 建立健全有效的文旅融合发展管理机制 | 景区管理机构有明确的管理职能或专设管理部门 | 检查办公场所和文件 | 2 | 2 |  |  |  |
| 1.2 | 文旅融合规划 | / | / |  |  |  |
| 1.2.1 | 资源发掘 | 充分发掘本地尤其是本景区文化旅游资源 | 对文化旅游资源进行了系统、深入发掘得2分，否则不得分 | 检查相关成果资料 | 2 | 2 |  |  |  |
| 1.2.2 | 规划编制 | 编制文旅融合规划 | 专门编制了文旅融合规划或在景区旅游规划中有文旅融合规划专章或者有文旅融合项目规划 | 检查规划成果 | 2 | 2 |  |  |  |
| 1.2.3 | 规划实施 | 规划应得到很好的实施 | 规划项目全部或者大部分得到实施得2分，否则不得分 | 2 | 2 |  |  |  |
| 1.3 | 人才与技术保障 | / | / |  |  |  |
| 1.3.1 | 人才培养 | 制定文旅融合人才培养制度并认真执行 | 1）专门制定了人才培养制度得1分 | 检查文件和佐证材料 | 2 | 1 |  |  |  |
| 2）人才培养制度执行情况好得1分，执行情况一般或较差均不得分 | 1 |  |  |  |
| 1.3.2 | 人才引进 | 引进了工艺美术人才或本地非物质文化遗产传承人，并取得了相应成效 | 1）引进了专门人才 | 检查相关文件和佐证材料 | 4 | 2 |  |  |  |
| 2）引进人才取得了相应成效 | 2 |  |  |  |
| 1.3.3 | 技术支撑 | 与文旅融合和相关专业机构合作，为景区提供技术支撑并取得相应的成效 | 1）有专门的技术合作机构 | 检查相关文件和佐证材料 | 4 | 2 |  |  |  |
| 2）取得了相应的成效 | 2 |  |  |  |
| **2** | **文旅融合产品体系** | **45** | / | / |  |  |  |
| 2.1 | 产品主题 | 突出和强化文旅产品主题 | 1）有鲜明的主题，根据产品主题强化度高酌情评分，最高得4分 | 现场与佐证材料检查 | 4 | 4 |  |  |  |
| 2）产品主题混乱，扣1分\* | -1 |  |  |  |
| 2.2 | 融合本地文化 | 充分利用本地文化开发丰富的文旅产品 | 1）文旅产品丰富 | 现场与佐证材料检查 | 4 | 4 |  |  |  |
| 2）有文旅产品但不丰富 | 2 |  |  |  |
| 3）没有开发相应的文旅产品\* | -1 |  |  |  |
| 2.3 | 产品丰度 | 开发丰富的文旅产品，包括文化主题餐饮、文化主题酒店（民宿）、特色文创购物店、文化休闲、文化娱乐、演艺及其它专项文旅产品等 | 1）产品类型达到7项 | 5 | 5 |  |  |  |
| 2）产品类型达到5项 | 3 |  |  |  |
| 3）产品类型低于3项\* | -2 |  |  |  |
| 2.4 | 产品艺术性 | 景区开发的文旅产品宜具有较高的艺术价值和品味 | 1）艺术价值和品味高 | 3 | 3 |  |  |  |
| 2）艺术价值和品味一般 | 1 |  |  |  |
| 2.5 | 夜游产品 | 开发丰富的夜游产品 | 1）根据夜游产品丰富程度酌情评分，最高得4分 | 4 | 4 |  |  |  |
| 2）有夜游产品但不丰富 | 1 |  |  |  |
| 2.6 | 文旅研学产品 | 开发丰富的文旅研学产品 | 1）每项文旅研学产品得2分，最高得4分 | 4 | 4 |  |  |  |
| 2）没有文旅研学产品\* | -1 |  |  |  |
| 2.7 | 体验型产品 | 开发丰富的参与体验型文旅产品 | 1）每一项参与体验型旅游产品得2分，最高得6分 | 6 | 6 |  |  |  |
| 2）没有参与体验型文旅产品\* | -1 |  |  |  |
| 2.8 | 文旅新业态 | 开发多种文旅新业态 | 每项文旅新业态得1分，最高得3分 | 3 | 3 |  |  |  |
| 2.9 | 文旅特色购物品 | / | / |  |  |  |
| 2.9.1 | 文旅购物品 | 景区宜自主研发特色文创旅游购物品 | 每个品种类型得2分，最高得6分 | 现场与佐证材料检查 |  | 6 | 6 |  |  |  |
| 2.9.2 | 获奖情况 | 景区自主研发的文旅购物品宜参与国际国内评奖 | 1）获得国际性荣誉（同一品种获得多种荣誉时，只计最高分） | 检查佐证材料 | 3 | 3 |  |  |  |
| 2）获得国家级荣誉 | 2 |  |  |  |
| 3）获得省级荣誉 | 1 |  |  |  |
| 2.9.3 | 销售渠道 | 文旅购物品宜进行线上线下多渠道销售 | 1）在线上销售 | 检查网站与佐证材料 | 3 | 1 |  |  |  |
| 2）文旅商品在本地各景区广泛销售 | 1 |  |  |  |
| 3）在本地专卖店或者商场专柜销售 | 1 |  |  |  |
| **3** | **文化氛围营造** | **15** | / | / |  |  |  |
| 3.1 | 主题文化活动 | 定期或不定期举办主题文化活动，包括文化娱乐活动、文化研讨会、主题节庆活动等 | 1）有主题文化活动（非节庆） | 现场与佐证材料检查 | 4 | 1 |  |  |  |
| 2）持续举办年度文化主题旅游节庆活动 | 3 |  |  |  |
| 3.2 | 行为文化 | 景区管理者、经营者、服务人员、社区居民等应有较好的精神风貌、礼仪、文明言行 | 1）行为文化表现好，酌情评分，最高得2分 | 2 | 2 |  |  |  |
| 2）行为文化表现差\* | -1 |  |  |  |
| 3.3 | 服饰文化 | 围绕景区文化主题设计员工服饰 | 员工服饰符合文化主题 | 以现场检查为主 | 1 | 1 |  |  |  |
| 3.4 | 背景音乐 | 在游客集中活动区域播放背景音乐烘托气氛 | 有体现文化主题的背景音乐 | 1 | 1 |  |  |  |
| 3.5 | 设施特色 | 旅游景区的相关设施，可适当体现文化性和景观化 | 1）景区主体建筑与文化主题协调 | 以现场检查为主 | 5 | 1 |  |  |  |
| 2）景区建筑与文化主题及环境不协调的，发现一处扣1分，最多扣3分\* | -3 |  |  |  |
| 3）导视系统具有文化特色 | 1 |  |  |  |
| 4）多功能广场、文化广场有较好的主题文化呈现 | 2 |  |  |  |
| 5）垃圾箱具有主题文化特色或元素 | 1 |  |  |  |
| 3.6 | 企业文化 | 加强旅游景区企业文化建设 | 根据物质文化、精神文化、制度文化、行为文化等方面酌情评分 | 现场与佐证材料检查 |  | 2 | 2 |  |  |  |
| 3.7 | 文化环境 | 严禁带有迷信、愚昧、颓废、庸俗等色彩的文化 | 发现此类问题即酌情扣分，最多扣5分\*。情节严重的按照有关法规处理 | 现场检查与网络查证 | -5 |  |  |  |
| **4** | **品牌建设与推广** | **17** | / | / |  |  |  |
| 4.1 | 品牌建设 | 包括景区品牌定位、品牌核心竞争力、品牌形象设计、品牌宣传口号等五个方面 | 根据品牌建设的五个方面综合评分，最高得4分 | 检查佐证材料 | 4 | 4 |  |  |  |
| 4.2 | 品牌创建 | 争创国家级、省级、市（州）级、县级文创基地、非物质文化遗产项目体验基地、文化产业示范基地、文化产业示范（试验）园区等 | 1）景区获评国家级任意一项，得2分，以下级别不再计分 | 检查佐证文件 | 2 | 2 |  |  |  |
| 2）景区获评省级任意一项，得1分，以下级别不再计分 | 1 |  |  |  |
| 3）景区获评市级任意两项，得1分，以下级别不再计分 | 1 |  |  |  |
| 4）景区获评县级任意三项，不足三项不得分 | 1 |  |  |  |
| 争创各类国家级、省级旅游示范基地、中国乡村旅游创客示范基地等 | 1）景区获评国家级任意一项，得2分，以下级别不再计分 | 2 | 2 |  |  |  |
| 2）景区获评省级任意一项，得1分 | 1 |  |  |  |
| 4.3 | 品牌推广 | 在国际国内知名媒体（含网站）、重大活动场所、文旅营销大会以及多种形式的线上线下进行宣传推广 | 1）在国际知名媒体（含网站）宣传推广或国际性活动场所、国际文旅营销大会宣传推广两次及以上 | 检查网站及佐证材料 | 7 | 2 |  |  |  |
| 2）在国内知名媒体（含网站）宣传推广或国内重大活动场所、全国文旅营销大会宣传推广三次及以上 | 1 |  |  |  |
| 3）采用门户网站、景区网站、自媒体平台、微博、微信公众号、APP等五种及以上形式进行线上宣传推广 | 1 |  |  |  |
| 4）采用户外广告、交通运输工具内、主题营销活动、论坛等三种及以上形式进行线下宣传推广 | 1 |  |  |  |
| 5）专门拍摄了宣传推广影视片 | 1 |  |  |  |
| 6）景区创立的品牌店在景区外开设了连锁分店 | 1 |  |  |  |
| 4.4 | 品牌影响力 | 旅游景区应拥有一定比例的国内远程和入境游客数量 | 1）国内远程和入境游客数量占景区年游客总人次数的10%及以上 | 检查旅游景区上一年度国内远程游客接待量（第三方提供数据） |  | 2 | 2 |  |  |  |
| 2）国内远程和入境游客数量占景区年游客总人次数的5%及以上 | 1 |  |  |  |
| 3）国内远程和入境游客数量占景区年游客总人次数的2%以下，扣1分\* | -1 |  |  |  |
| **5** | **公共文化服务** | 提供公共文化服务，包括图书馆（阅览室）、社区文化室、公共博物（陈列）馆、文体广场、阅报栏等 | 1）公共文化服务项目每项得1分，最多得5分 | 现场检查与佐证资料结合 | **5** | 5 | 5 |  |  |  |
| 2）没有公共文化服务项目，扣1分\* | -1 |  |  |  |
| 以上全部项目评定总分 | 100 |  |  |  |  |

注：上表中带“\*”号的为扣分项，涉及的扣分项一共10项，扣分项总分值共计17分。