天府旅游名品推选发布办法

**（征求意见稿）**

第一章 总则

第一条 为科学规范天府旅游名品推选发布工作，依据《四川省人民政府办公厅关于开展“天府旅游名牌”建设的实施意见》，制定本办法。

第二条 本办法所称天府旅游名品，是指具有四川文化旅游元素和内涵、适应市场需求、体现现代生活美学且深受游客喜爱的名优文创产品和旅游商品。

天府旅游名品分为文博文创产品、非遗手工旅游产品、乡村旅游产品、红色旅游、民族特色、影视艺术、景区酒店衍生产品、文化创意旅游纪念品8类，不包括手工定制类、孤品类艺术作品以及现场制作类食品。

第三条 省文化和旅游产业领导小组统筹推进天府旅游名品建设，推选发布工作由文化和旅游厅牵头，会同省农业农村厅、商务厅组织实施。各市（州）、县（市、区）每年开展一次本地名优文创产品、旅游商品推选，并做好对外发布推广，评选名额视各地具体申报情况动态确定。在市县两级推选基础上，省级每年择优命名和发布100个天府旅游名品。

第四条 天府旅游名品推选工作遵循好中选优、宁缺毋滥原则，按照《天府旅游名品评分细则》考核评分。天府旅游名品总评分为100分，县（市、区）推选发布的天府旅游名品评分不低于70分，市（州）推选发布的天府旅游名品评分不低于80分，省级命名发布的天府旅游名品评分不低于90分。

第二章 申报条件

第五条 申报天府旅游名品应具备以下基本条件：

**（一）创意导向正确，地域特色鲜明**

产品必须是具有上市销售资质的实物产品。地域特色鲜明、有较突出的历史传承和知名度、有品牌注册、制作精美、工艺精湛、富含当地文化和旅游元素、市场认可度高、带动乡村产业振兴和村民致富效果良好、具有典型示范和带动引领作用。产品创意导向鲜明，弘扬正能量；富含天府文化特色、地域特色，有效传播天府文化；具有产业特色、工业特色，有效带动特色产业发展；设计突出创意性和创新性，能够引领天府文旅市场新时尚。

**（二）适应市场新需求，销售领先**

产品能适应市场需求，占有一定量的市场份额，得到市场认可，在销售数量、销售额方面领先同类产品；在销售场景打造、销售渠道建设方面有较大优势。年销售量不得低于5千，年销售额不得低于10万元。

**（三）产品生产标准化，质量过硬**

产品质量符合国家质量标准且通过国家法定检测检验机构检验合格，符合环保标准、行业管理要求和生产标准，具备良好的社会形象和口碑。近3年产品所属企业未受到相关行政处罚或纳入失信名单；产品或设计不涉及知识产权纠纷；产品未出现重大质量问题或重大负面影响；产品不属于国家明令禁止或限制生产销售的。

**（四）品牌培育有成效，影响力大**

注重“内提品质、外塑形象”，打造名牌名品，提升地区形象。充分利用各类媒体和渠道，积极开展宣传推广，在省内外具有较高的知名度、美誉度和影响力。

第三章 推选程序

第六条 天府旅游名品推选按照“申报、推选、评选、公布”的程序组织开展。根据“分级评选发布、择优推荐、省级发布”的工作流程，各市州每年应评选一批具有代表性、示范性的旅游名品进行推荐。

第七条 申报。按照自愿申报的原则，由产品所属企业向编制申报材料，报县（市、区）文化和旅游主管部门。申报材料应包括以下内容：

（一）天府旅游名品申报表；

（二）按照申报条件提供的相关佐证材料。

第八条 推选发布

（一）县级推选发布

各县（市、区）文旅部门会同农业、商务部门，对申报材料进行评审，集中推选一批符合条件的天府旅游名品，并向社会发布。同时，向市（州）文旅部门择优推荐一批天府旅游名品。

（二）市级推选发布

各市（州）文旅部门会同农业、商务部门，在县（市、区）推荐基础上，集中推选一批符合条件的天府旅游名品，并向社会发布。同时，向文化和旅游厅择优推荐一批天府旅游名品。

各级推荐名单应注明分值，并按分值顺序排列。

第九条 省级评选 文化和旅游厅会同农业农村厅、商务厅，依据《天府旅游名品评分细则》，组织专家对各市（州）推荐的天府旅游名品进行评选，提出拟命名的天府旅游名品建议名单，面向社会公示不少于5天。

第十条 命名公布

对公示期间未收到投诉和举报，或投诉和举报问题经调查核实情况不属实，或投诉和举报情况属实但已整改到位且不影响命名的，经文化和旅游厅报请省文化和旅游产业领导小组审定后，由文化和旅游厅、农业农村厅、商务厅联合发文公布。

第四章 监督管理

第十一条 日常监管。各县（市、区）人民政府负责对辖区内天府旅游名品的日常监督与管理，促进命名产品持续高质量发展。

第十二条 复核检查。由文化和旅游厅牵头，会同省级有关职能部门每两年对命名的天府旅游名品进行一次复核检查。

第十三条 退出管理。凡天府旅游名品出现重大负面影响的，适时调整或撤销其命名。被撤销命名的产品，3年内不得再次申报。市（州）级、县（市、区）级旅游名品由评选发布单位参照本办法根据实际情况制定退出机制。

第五章 附 则

第十四条 《天府旅游名品评分细则》根据我省文化旅游发展实际，应适时进行修改完善，并由文化和旅游厅另行印发。

第十五条 本办法由文化和旅游厅负责解释。

第十六条 本办法自发布之日起施行。

天府旅游名品评分细则

（征求意见稿）

说明：

为了更好地推动“天府旅游名品”推选公布工作，特制定本细则。各级推选发布天府旅游名品应参照本细则，统一标准进行评选。总评分为100分，县（市、区）推选发布天府旅游名品得分不低于70分（含），市（州）推选发布天府旅游名品得分不低于80分（含），省级评选命名天府旅游名品得分不低于90分（含）。

| 序号 | 评分项目 | 评分标准 | 项目  分值 | 自评  得分 | 区（市、县）  评价  得分 | 市（州）  评价  得分 | 省级  评价  得分 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 一 | 地域  特质  突出  度 | 地域特色突出，富含典型的天府文化信息符号，充分体现旅游目的地文化特色、当地材质特征，有利于引导消费者充分感受和体验四川各地自然社会、风土民俗、人文历史、生产生活方式等要素，形成对四川旅游形象的美好记忆。 | **15** |  |  |  |  |
| 1 | 地域特色 | 产品具有鲜明的四川和旅游目的地地域元素，视觉冲击力强，充分体现天府特色（4分）； | 4 |  |  |  |  |
| 2 | 文化主题 | 具有明确的文化主题，能反映历史文化、生态文化、红色文化、民俗文化、休闲文化、生产文化、技艺文化等天府主题文化内涵（4分） | 4 |  |  |  |  |
| 3 | 形象提炼 | 文化主题依据所在地人文资源、社会资源和自然资源提炼加工形成，与区域旅游形象塑造一致（4分） | 4 |  |  |  |  |
| 4 | 包装特色 | 包装美观大方，设计精美，色彩搭配和谐、文字易于识别（2分），图案显示天府地域特色（1分） | 3 |  |  |  |  |
| 二 | 品牌度 | 生产证照齐全，管理规范，拥有注册商标，质量稳定，市场声誉好，在四川省及全国范围内有一定品牌知名度，符合本区域内的产业发展等有关规划，近三年生产中未发生过较大以上安全生产责任事故和重大负面舆情，是行业优质标杆型企业。 | **20** |  |  |  |  |
| 1 | 安全生产 | 近三年生产中未发生过较大以上安全生产责任事故和重大负面舆情（4分） | **4** |  |  |  |  |
| 2 | 行业  美誉度 | 因参与乡村振兴、文化传承、保护与推广行动以及品牌建设等受到相关部门或行业协会表彰，省部级及以上一次4分、市州级一次2分，本项最高分值6分； | **6** |  |  |  |  |
| 3 | 社会  美誉度 | 参与乡村振兴、文化传承、保护与推广行动以及品牌建设等原因在全国文化旅游或乡村振兴工作等各类会议上作为典型交流发言，或被国家级媒体专题报道的，每次加3分；在全省文化旅游或乡村振兴工作各类会议上作为典型交流发言,或被省级媒体专题报道的，每次加2分；在全省文化旅游或乡村振兴工作各类会议上作为典型交流发言,或被省级媒体专题报道的，每次加1分；在市州文化旅游或乡村振兴工作各类会议上作为典型交流发言,或被市州级媒体专题报道的，每次加1分。本项最高分值6分； | **6** |  |  |  |  |
| 4 | 市场  美誉度 | 1. 在各主流OTA平台网评平均分不低于4.8分（含）得3分，不低于4.5分（含）得2分；2. 在旅游商品门户网站好评率不低于90%（含）的得1分；  本项最高分值4分； | **4** |  |  |  |  |
| 三 | 实用度 | 设计合理、美观、安全、绿色环保；有与文化、生活相关的应用性，有一定的实用价值（工艺品除外）。 | **15** |  |  |  |  |
| 1 | 设计理念 | 设计合理、美观、安全，达到相应国家或行业标准； | **5** |  |  |  |  |
| 2 | 绿色环保 | 取材天然材质或材质绿色环保，达到相应国家或行业标准； | **5** |  |  |  |  |
| 3 | 实用价值 | 有实用价值或收藏价值，有与旅游、居家、休闲相关的实用性； | **5** |  |  |  |  |
| 四 | 创新度 | 设计创意新颖、独特，技艺或品种独创；时尚性强，易被旅游者接受；传统工艺推陈出新，高新技术得到应用，拥有自主知识产权；产品外观、细部设计、服务行为、服务细节、体验活动、产品功能等整体协调统一。 | **10** |  |  |  |  |
| 1 | 创意水平 | 创意新颖、独特，技艺或品种独创，时尚性强，满足新形势下消费者的消费特征和审美需求，易被旅游者接受； | **5** |  |  |  |  |
| 2 | 技术水平 | 传统工艺推陈出新，高新技术得到应用； | **3** |  |  |  |  |
| 3 | 知识产权 | 拥有自主知识产权并能提供相应证书； | **2** |  |  |  |  |
| 五 | 市场度 | 已批量生产或正在批量生产，价格定位合理，市场认知度高。 | **15** |  |  |  |  |
| 1 | 产品销量 | 年销售100万件以上得5分；50万件以上不满100万件得3分；10万件以上不满50万件得2分；1万件以上不满10万件得1分；不满1万件不得分； | **5** |  |  |  |  |
| 2 | 产品  销售额 | 年销售额在1000万元以上得5分；500万元以上不满1000万元得3分；100万元以上不满500万元得2分；10万元以上不满100万元得1分； | **5** |  |  |  |  |
| 3 | 销售场景 | 1.实体店铺：全国或全省范围内拥有10家（含）以上实体店铺得3分；拥有5-9家得2分；拥有1-4家得1分；没有实体销售渠道不得分  2.电商：店铺粉丝超过50万的得2分，10-50万的得1分，低于10万的不得分； | **5** |  |  |  |  |
| 六 | 工艺度 | 工艺精良、制作精湛、用材合理，符合相关国内外技术质量标准和安全标准（通过标准认定的以证书为准）。 | **10** |  |  |  |  |
| 1 | 制作工艺 | 工艺精良、制作精湛、用材合理，体现地域传统工艺特色和文化匠心； | **5** |  |  |  |  |
| 2 | 制作标准 | 符合相关国内外技术质量标准和安全标准（通过标准认定的以证书为准）。 | **5** |  |  |  |  |
| 七 | 示范性 | 对所在区域社会文明、经济发展等带动作用明显，成为地方产业振兴或地方文化保护、传承的示范窗口，同时引领四川特色旅游商品的消费取向和流行趋势。 | **15** |  |  |  |  |
| 1 | 公益事业 | 每年参与3 次及以上所在地区公益事业活动的得3分；参与2次的得2分；参与1次的得1分，未参与的不得分； | 3 |  |  |  |  |
| 2 | 带动就业 | 积极带动本地居民就业，吸纳本地员工人数占员工总人数70%以上的得9分，占50%-69%的得7分，占30%-49%的得5分，低于30%的不得分； | 9 |  |  |  |  |
| 3 | 传播文化 | 利用产品运营平台，多渠道传承、传播地方优秀文化的得3分； | 3 |  |  |  |  |
|  | 总分  100分 |  |  |  |  |  |  |

附：加分项设置

1. 获得国家级、省级名优产品称号及地理标志产品加2分，总计不超过4分；

2. 获得国家级、省级商品类、设计类赛事奖项的产品加2分，总计不超过4分；

3. 对当地文化和旅游产业有明显带动作用的产品，根据申请材料印证程度，酌情加1-2分，总计不超过2分。