四川省A级旅游景区文旅融合发展实施导则

2020年9月

四川省A级旅游景区文旅融合发展实施导则

**1 范围**

本导则规定了四川省内国家AAAA级旅游景区实施文旅融合发展的要求。

**2 规范性引用文件**

下列文件对于本导则的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本导则。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本导则。

GB/T 16766-2017 旅游业基础术语

GB/T 17775 旅游景区质量等级的划分与评定

GB/T 18972 旅游资源分类、调查与评价

GB/T 36309 公共文化资源分类

GB/T 18971 旅游规划通则

LB/T 054 研学旅行服务规范

DB51/T2140 旅游景区质量等级提升要求

CJJ/T 307-2019 城市照明建设规划标准

JGJT 163-2008 城市夜景照明设计规范

LB/T 064-2017 文化主题旅游饭店基本要求与评价

LB/T 065-2019 旅游民宿基本要求与评价

LB/T 066-2017 精品旅游饭店

《国家基本公共文化服务指导标准(2015—2020年)》

**3 术语与定义**

GB/T 16766-2017 确立的旅游服务基础术语及下列术语和定义适用于本导则。

3.1文旅融合专项规划（策划） Special plans for integration of culture and tourism

以旅游总体规划为依据，集中对文化资源转化为旅游产品的发展所做的详细管理规定或具体安排和项目设计。

3.2文旅融合产品 Cultural products for tourists

通过利用、开发和转化文化资源，产出具有强烈文化属性的用以提供给旅游者的旅游吸引物与服务的组合。

3.3文化要素 Cultural element

即文化所包含的各种基本成分。主要包含物质要素、精神要素、语言和象征符号要素和规范体系等。

3.4文创旅游商品 Cultural and creative tourism commodities

依靠创作人员的智慧，借助丰富的技术手段对文化资源进行创意性开发和利用，产出具有强烈文化特色的面向旅游者销售的物质产品。

3.5 夜游产品Night tourism products

日落后至日出前提供给旅游者的旅游吸引物与服务的组合。

3.6 景区经营性收入Operating income of tourism area

包括销售旅游商品、让渡景区资产使用权、销售门票、销售景区旅游交通票等旅游景区通过经常性的生产经营活动而取得的收入的总和，但不包括财政补助、捐赠利得等营业外收入。

**4 基本要求**

旅游景区文旅融合发展，应在规划（策划）及其实施、文化要素展现、文旅融合产品、文创旅游商品、公共文化服务、效果评价等方面达到相应的要求。

4.1文旅融合规划（策划）及其实施

4.1.1 规划（策划）的编制

旅游景区应编制文旅融合策划或规划，科学有序地推动景区文旅融合发展。

——在深入发掘文化旅游资源并建立文化旅游资源库的基础上，专门编制旅游景区文旅融合发展规划（策划），或在旅游景区规划中设文旅融合规划专章。

——确定文化旅游发展策略、发展主题、发展目标。

——明确文旅融合产品体系、主要项目和开发时序。

——制定文旅融合发展的保障措施，包括土地保障、技术保障、人才保障、管理保障以及投资保障等。

4.1.2规划（策划）的审定

——文旅融合发展规划（策划）应通过专家评审。

4.1.3 规划（策划）的实施

按照规划（策划）确定的发展时序，切实推动各类文旅融合项目有效实施。

4.2 文化要素展现

4.2.1文化主题

——突出景区文化主题，自然类景区则应体现相应的科学文化主题。

——根据文旅资源发掘和产品开发情况，适时更新景区文化旅游宣介视频、图片和文字材料等。

——充分利用新的技术手段，采用静态、动态、交互等方式展示景区文化主题，包括文化宣传材料、文化科普长廊（展馆）、文化科普小品、VR（AR）体验项目等，增强游客参与性和互动体验性，提升游客感知度。

——景区旅游宣传片，应突出景区文化特色，彰显文化魅力。

——根据景区的文化主题，创作或利用能够表达文化主题的主题音乐，烘托景区文化主题。

——设计并广泛应用景区形象LOGO，其图形充分体现景区文化内涵。

——设计具有强烈认知度和吸引力的旅游主题宣传口号。

4.2.2 文化设施

——景区的主体建筑突出当地建筑文化特色或符合景区文化主题。

——景区经营服务场所，如餐馆、购物店、住宿设施、展陈馆、体验馆、咖啡馆及茶馆等，其内外装饰以及店招具有突出的文化特色和浓厚的文化氛围。

——景区的公共服务设施，如游客中心、停车场、入口标志景观、导视系统、旅游厕所、垃圾箱、路灯、休息座椅、休憩廊亭、景观小品、景观构筑物等，设计融入文化元素，多维度展示景区主题文化特色内涵。

——景区主要游览线路和公共交通工具，营造景区主体文化氛围，体现景区的文化特色。

4.2.3 人文环境

景区管理者、经营者、服务人员、社区居民等共同创造良好的人文环境，树立良好的旅游形象。

——组织景区从业人员和景区内的社区居民，开展礼仪与文明言行等培训教育。

——景区从业人员及景区内的社区居民具有良好的文明行为习惯，在遵守文明用语、文明经商、文明乘车、爱护公共设施等方面起到表率作用。

——景区对客服务的一线工作人员工装服饰应具有文化主题特色，充分展示景区地域文化和员工精神风貌。

4.3 文旅融合产品

4.3.1文博产品

——根据景区文博资源的属性和规模，因地制宜开发文化博览产品，包括文化博物馆、陈列馆（室）、纪念馆、自然科普馆、文化体验馆、科普体验馆、美术馆等。

——文博场馆设立游客休闲空间并提供必要的休闲、茶饮服务

——除丰富的实物和图文展陈外，开发游客参与体验性的文化活动项目，增强文博场馆的文化活力。

4.3.2 研学产品与夜游产品

景区因地制宜开发研学或夜游产品，培育景区业态，拓展景区产业链，增加景区经济效益。

研学产品：

——编制详细的研学旅游活动方案（含完整的课程体系），有明确的教育主题和教育目标。

——设立专门的研学旅游教学活动场所，配备必要的教学设备和用具。

——配备必要的专业人员，指导各类研究学习和体验活动。

——开展体验式、情景式互动教学，增强活动乐趣和教育效果。

——研学旅游活动场所无安全隐患，具有可靠的安全和卫生保障设施；制定安全、卫生保障措施和安全应急预案。

——项目建设和管理规范，鼓励参评各级研学旅游示范基地、研学实践教育基（营）地等。

夜游产品：

——夜游产品要充分挖掘和利用景区自然资源优势和历史文化内涵，开发游览、观赏、品鉴等类型夜间体验项目。

——旅游景区应根据自身条件和市场需要，推出全年常态化、季节性、节事性夜游产品。

——夜游区域的照明应符合国家相关规范要求，导视系统、旅游厕所、停车场和其它公共服务设施的照明符合夜游需要。

——有可靠的夜游安全保障，专门制定夜游安全管理制度和应急预案。

4.3.3 演艺产品

景区可根据自身条件和市场需要开发类型丰富、规模不一、形式多样的演艺产品。

——利用具有一定接待规模的专门演出场所，推出舞台剧目演出。

——引入传统口头文学、书法、音乐、戏剧、曲艺、杂技等非遗传承人或者团队在景区适宜场所驻场演出。

——推出情景式、沉浸式地方特色的民间文化艺术演出项目，如生活场景展演、劳动场景展演或具有一定艺术性的其它民俗活动表演。

——推出科学实验类科普展演，普及科学知识，弘扬科学精神，倡导科学方法。

——演艺产品每年演出时间应达到一定的时限要求。

4.3.4 节事旅游产品

——定期举办符合景区文化或科学主题的传统文化节事、创新文化节事、娱乐赛事等活动，并且成为节事旅游产品。

——根据景区文化或科学主题，定期举办国际性、全国性、地方性论坛或讲座、研讨会。

——重大节事旅游活动应通过主流新闻媒体和互联网媒体进行宣传报道，扩大社会影响。

4.3.5 美食产品

——推出本地传统特色美食，积极研发特色创新美食，不断丰富美食产品供给。

——适当推出游客喜好的国内异地和国外特色美食，满足游客的多元化需求。

——积极引进国家及地方烹饪协会认定的“餐饮名店”、“中华老字号”以及国家及地方主流媒体专栏节目（专题片）报道的美食品牌和美食技艺传承人开设的美食店。

4.3.6 住宿产品

——景区宜开发不同类型、不同档次、不同特色的多元化住宿产品，满足不同游客群体的需要。

——在景区内及景区一定范围内，开发具有鲜明特色的各类住宿产品（三星级及以上旅游饭店与民宿、4C级及以上自驾车旅居车营地、金鼎级特色文化主题饭店、金树叶级绿色旅游饭店、五星级农家乐、三星级及以上森林人家等）。

——在景区内及景区一定范围内的各类特色住宿产品，应全面提升服务质量，获得游客好评，在国内主流OTA平台评分不低于4.5分。

4.3.7 文旅品牌

——积极争创国家级、省级、市（州）级文旅品牌，包括文化创意产业基地、民间文化艺术之乡、文旅融合发展体验基地（项目）、非物质文化遗产项目体验基地、非遗保护传承示范基地、文化产业示范基地、文化产业示范（试验）园区、旅游示范基地、乡村旅游创客示范基地等。

——景区应加强跨省、跨地区、跨区域景区、行业协会、旅行社等涉旅组织交流合作，促进资源共享、效益共赢，提高景区知名度和影响力。

4.4 文创旅游商品

4.4.1商品研发

——充分整合利用景区自身技术力量与社会资源，组建紧密型或松散型文创旅游商品研发管理团队，建立运营管理的组织保障。

——按照传统技术工艺和新技术、新材料、新工艺结合的开发设计理念，编制景区文创旅游商品创意设计方案。

——鼓励景区与非遗技艺代表性传承人、工艺美术大师合作研发、生产、销售相应的文创旅游商品。

4.4.2 商品类型

——景区文创旅游商品应突出“新、优、 特、 异”特点，开发多种类型的文创旅游商品。

——景区应根据市场需要，开发不同价格梯次的系列文创旅游商品，满足不同消费群体需求。

4.4.3 商品销售

——景区设立专门的文创旅游商品销售店（点）。

——充分利用景区门户网站、互联网媒体平台等多种渠道，建立线上文创旅游商品销售平台。

——景区文创旅游商品销售应明码标价、物价相符、诚信经营、管理规范，合理引导游客二次消费，增加景区经营效益。

4.4.4 知识产权保护和宣传

——鼓励景区研发的文创旅游商品名称和标志应进行商标注册，依法保护知识产权。

——鼓励景区研发的文创旅游商品申报国家专利，包括发明专利、实用新型专利和外观设计专利等。

——鼓励景区研发的文创旅游商品参加行政部门、行业协会组织的评奖活动，提升品牌价值和竞争力。

4.5 公共文化服务

——在游客中心、文化广场等适宜区域设立免费开放的公共文化服务空间。

——文化阅读空间具有综合服务功能。包括休闲性图书阅览区、景区数字化游览、数字化文学作品鉴赏、博物陈列、美术艺术品展陈、公共文化活动高清视频展播等非盈利性的公共文化服务项目。

——编印乡土文化普及类宣传册，[传播乡土风情，弘扬传统文化](https://www.baidu.com/link?url=hFneH6ckexQ4D-P6b4Pvr5CiMRf6_xSt9KN2MAO-COFZzrz0KfENLNeHaGKGOeLJ0gzBxBNSG_PZWiw4s1x7aa&wd=&eqid=bd683c2c00160182000000065f2ab58a" \t "_blank)。

——公共文化服务空间应建立完善的管理机制，保证常态化正常运行。

4.6 效果评价

——旅游景区应通过多元化的经营服务提高非门票经营性收入，降低门票经济依赖，促进景区可持续发展。

——对于收门票的景区，以非门票经营性收入占经营性总收入的比率作为评价依据。

——对于不收门票的景区，以经营性收入占运营总成本的比率作为评价依据。

4.7 文化管控

旅游景区应严格禁止迷信、愚昧、颓废、庸俗等不良文化。

**5 评定分值构成及达标要求**

5.1 评定分值构成

本导则评定项目共六个大项，基本评分项总分值为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 | 规划（策划）及其实施 | 5 |
| 2 | 文化要素展现 | 23 |
| 3 | 文旅融合产品 | 36 |
| 4 | 文创旅游商品 | 23 |
| 5 | 公共文化服务 | 8 |
| 6 | 效果评价 | 5 |
| **总 分** | | **100** |

5.2 达标要求

本导则适用国家AAAA级旅游景区的分值达标要求：

国家AAAA级旅游景区，总分不低于80分，其中规划（策划）及其实施得分不低于4分，文化要素展现得分不低于18分，文旅融合产品得分不低于29分，文创旅游商品得分不低于18分，公共文化服务不低于7分，效果评价不低于4分。

**6 实施与管理**

6.1 组织实施

四川省A级旅游景区文旅融合发展实施导则的检查与评分，由四川省旅游景区质量等级评定机构负责组织实施。

6.2 实施要求

四川省AAAA级旅游景区在接受质量等级复核检查时，应按照本导则提供自查汇报资料、得分依据及佐证材料，作为复核检查旅游景区等级质量的软件资料的重要组成部分。检查评定组按照本导则对复核单位的自查汇报资料、得分依据及佐证材料进行系统化的考察、评分，在复核检查报告中，对本导则所涉及内容给予评价。

附件

评分细则表

| **序号** | **评分导则** | | **分**  **值** | **自检**  **评分** | **推荐**  **单位**  **评分** | **评定**  **单位**  **评分** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | **规划（策划）及其实施** | | **5** |  |  |  |
| 1.1 | 规划（策划） | | 2 |  |  |  |
|  | 编制综合性的景区文旅融合规划（策划）或文旅融合项目规划（策划）。  评分：  1.编制景区文旅融合专项规划（策划）或在景区旅游规划中有文旅融合规划专章得2分。  2.编制景区文旅融合项目规划（策划），每个得0.5分，最高得2分。  评分指导点：提供规划（策划）纸质成果，规划（策划）要素基本完善。 | |
| 1.2 | 规划（策划）审定 | | 1 |  |  |  |
|  | 编制的景区文旅融合专项规划（策划）或者文旅融合项目规划（策划）应通过专家评审组或者相关部门审定。  评分：  1.通过正式审定得1分。  2.没有通过正式审定不得分。  评分指导点：提供正式审定的佐证材料。 | |
| 1.3 | 规划（策划）实施 | | 2 |  |  |  |
|  | 景区文旅融合规划（策划）涉及的项目应得到具体实施。  评分：  1.景区文旅融合专项规划（策划）或者项目规划（策划）按照时序全部得到实施得2分。  2.景区文旅融合专项规划（策划）或者项目规划（策划）按照时序大部分得到实施得1分。  3.景区文旅融合专项规划（策划）或者项目规划（策划）按照时序仅少部分得到实施得0.5分。没有实施不得分。  评分指导点：  1.现场检查相关项目实施情况。  2.提供相关佐证材料（不能现场检查的项目，如相关活动等）。 | |
| **2** | **文化要素展现** | | **23** |  |  |  |
| 2.1 | 文化主题 | | 10 |  |  |  |
|  | 景区文化主题鲜明并且所展现的主题内涵丰富，形式多样。  评分：  1.景区具有鲜明的文化主题（自然类景区应突出主体资源的科学文化主题），适时更新景区文化旅游视频、图片和文字材料等，得2分。  2.展示方式多样（文化宣传材料、文化或科普长廊、文化展览馆或科普馆、文化与科普小品、虚拟现实、真人秀等），每项得1分，最高得3分。  3.展示方式体现参与性和互动性，每种体验和互动方式得1分，本项最高得3分。  4.景区旅游宣传片突出了文化特色得1分。  5.景区有与文化主题相符的主题音乐得0.5分。  6.景区有文化内涵的形象LOGO和宣传口号得0.5分。  评分指导点：  1.现场检查相关项目；  2.提供相关文件原件及其它相关佐证材料（包括影像材料）。 | |
| 2.2 | 文化设施 | | 8 |  |  |  |
|  | 旅游景区的相关设施，既要达到相关标准，还应适当体现文化主题性、创意性和景观化。  评分：  1.景区主体建筑文化特色突出，得2分，有一定的特色得1分，无特色则不得分。发现一处不协调建筑本项不得分。  2.经营服务场所装饰（包括店招）有文化特色，如餐馆、购物店、住宿、展陈馆、体验馆、咖啡馆及茶馆等，每处店、馆得0.5分，最高得2分。  3.公共服务设施有文化特色，如游客中心、停车场、入口标志景观、导视系统、旅游厕所、垃圾箱、路灯、休息座椅、休憩廊亭、景观小品、景观构筑物等，每项得0.5分，最高得3分。  4.景区内交通工具具有文化特色，得1分。若景区内游览组织无需交通工具，则本项不失分。  评分指导点：现场检查相关具体项目。 | |
| 2.3 | 人文环境 | | 5 |  |  |  |
|  | 景区管理者、经营者、服务人员、社区居民等应有良好的行为文化表现，包括精神风貌、礼仪与文明言行、普通话推广等。  评分：  1.针对景区从业人员和景区内的社区居民专门进行了有关礼仪与文明言行等的培训教育得1分。  2.景区从业人员及景区内的社区居民在遵守文明用语、文明经商、文明乘车、爱护公共设施等方面的文明行为表现好得1分。发现景区从业人员和景区内社区居民存在不文明言行，本项不得分。  3.景区（含景区内社区）80%（含）以上的涉旅服务人员能讲普通话得1分。  4.景区对客服务一线工作人员的服饰体现出景区文化主题特色。服饰设计特色突出，得2分；服饰设计有一定特色，得1分；服饰穿搭随意、生活化且无特色，则本项不得分。  评分指导点：  1.现场检查、走访调查与网络查证结合；  2.提供相关的培训教育计划与培训记录佐证材料。 | |
| **3** | **文旅融合产品** | | **36** |  |  |  |
| 3.1 | 文博产品 | | 7 |  |  |  |
|  | 宜根据景区主题文化开发文博旅游产品。  评分：  1.因地制宜开发文化博览产品，包括文化博物馆、陈列馆（室）、纪念馆、自然科普馆、文化与科普体验馆、美术馆等，每个馆（室）展陈面积≥200平方米得3分，100平米≤面积<200平方米得2分，50平方米≤面积＜100平方米得1分，面积<50平方米不得分。本项可累积计分，最高得3分。  2.文博场馆设有专门供游客休闲的空间并能提供必要的服务，得1分；休闲空间销售与文博场馆主题相关的文创旅游商品，得1分。本项最高得2分。  3.除丰富的实物和图文展陈外，采用了虚拟现实技术展示，得1分。  4.开展线上展览展示，得1分。  评分指导点：  1.现场检查场馆设施及讲解管理等；  2.提供实际场景的图片与相关文字材料。 | |
| 3.2 | 研学产品与夜游产品 | | 7 |  |  |  |
|  | 开发学与研并重、游与学紧密结合的研学旅游产品，建立完善的项目经营管理与服务团队；或开发综合性的夜游产品。  景区可根据自身条件选择研学产品或夜游产品二者之一进行评分，其分值均为7分。 | |
| 研学产品评分：  1.有详细的研学旅游活动方案（含课程体系），教育主题和目标明确，得1分。  2.有专门的研学旅游教学活动场所和必要的教学设备与用具，得1分。  3.配备了指导各类研究学习和体验活动的专业人员，得1分。  4.具有体验式、情景式的互动教学活动环节，得1分。  5.研学旅游活动场所无安全隐患，具有可靠的安全和卫生保障设施，并制定了安全、卫生保障制度和安全应急预案，得1分。  6.获评全国或省级研学旅游示范基地、研学实践教育基（营）地等研学品牌得2分，获评市（州）级或县级研学旅游示范基地、研学实践教育基（营）地等研学品牌，得1分。本项可累积计分，最高得2分。  评分指导点：  1.现场检查项目设施设备和安全、卫生情况；  2.提供活动方案、相关管理制度和获得相关荣誉的证明文件原件。 | |
| 夜游产品评分：  1.夜游产品有明确的主题并且与景区文化主题相符，得1分。  2.全年常态化夜游产品得3分，每年持续时间不少于三个月（含）的季节性夜游产品得2分，持续时间不少于七天（含）的节事性夜游产品得1分。本项可累积计分，最高得3分。  3.夜游区域及涉及的公共服务设施的照明符合夜游需要得2分，发现不符合夜游需要的，每处扣1分，最多扣2分。  4.有可靠的夜游安全保障，专门制定了夜游安全管理制度和应急预案，得1分。  评分指导点：  1.现场检查与其它有效方式查证相结合；  2.提供夜游管理的相关文件和制度、方（预）案；  3.提供夜游的场景视频、图片与文字佐证材料。 | |
| 3.3 | 演艺产品 | | 5 |  |  |  |
|  | 根据景区文化主题因地制宜开发多种类型的演艺产品。  评分：  景区可根据自身条件和市场需要，在以下两个评分项中任意选择一项进行评分，其分值均为5分：  1.有能够同时接待150人（含）以上的专门演出场所，每年演出时间累计60天（含）以上得5分，每年演出时间累计40天（含）至59天得3分，每年演出时间累计20天（含）至39天得1分。每年演出时间累计低于20天本项不得分。  2.景区有不同级别（世界级、国家级、省级）的演艺类非遗传承人或者相应团队驻场演出、或者地方特色民间文化艺术演出、或者情景式与沉浸式演艺（生活场景、劳动场景表演或其它民俗表演等）、或者科普表演秀等，上述各演艺产品类型每年演出时间累计60天（含）以上得5分，每年演出时间累计40天（含）至59天得3分，每年演出时间累计20天（含）至39天得1分。每年演出时间累计低于20天的演出产品类型本项不得分。本项可累积计分，最高得5分。  评分指导点：  1.现场检查与其它有效查证方式结合；  2.提供引进演艺项目的合同原件以及详实的视频、图片等佐证材料。 | |
| 3.4 | 节事产品 | | 5 |  |  |  |
|  | 开发各种文化主题活动、娱乐体验与竞赛、文化或科学主题论坛等节事（赛事）旅游产品。  评分：  1.定期举办具有本地传统文化特色或创新文化特色的节事（赛事）活动，得1分。  2.举办过符合景区文化或科学主题的论坛（讲座、研讨会），国际性论坛（讲座、研讨会）得2分（不计次数），全国性论坛（讲座、研讨会）每次得1分，地方性论坛（讲座、研讨会）每次得0.5分，本项可累积计分，最高得2分。  3.节事活动在国家级、省级媒体（电视、报刊）或全国主流互联网媒体报道得2分，在市（州）级或县（区）级媒体报道得0.5分，本项可累积计分，最高得2分。  评分指导点：  1.提供成功举办节事活动的相关图文资料或影像资料等；  2.提供媒体报道的视频、图片或网址等证明材料。 | |
| 3.5 | 美食产品 | | 4 |  |  |  |
|  | 景区应针对游客的多种需求推出本地特色美食、国内异地及国外特色美食。  评分：  1.景区推出不同类型的本地特色美食、国内异地及国外特色美食，每一种类型得0.5分，本项最高得2分。  2.景区拥有国家及省级烹饪协会认定的“餐饮名店”或国家“中华老字号”品牌，或拥有国家及省级主流媒体专栏节目（专题片）报道的美食品牌、美食技艺传承人所开设的美食店，得2分。市（州）及县级烹饪协会认定的“餐饮名店”，或市（州）及县级主流媒体专栏节目（专题片）报道的美食品牌、美食技艺传承人所开设的美食店，每个得1分。本项可累积计分，最高得2分。  评分指导点：  1.提供餐饮店的名称、地址、特色、联系电话、场景图片等材料；  2.提供相关认定的有效证明材料原件。 | |
| 3.6 | 住宿产品 | | 4 |  |  |  |
|  | 景区宜开发不同类型、不同档次、不同特色的住宿产品。  评分：  1.在景区内或距离景区5KM范围内具有鲜明文化主题的三星级及以上旅游饭店与民宿、4C级及以上自驾车旅居车营地、金鼎级文化主题饭店、金树叶级绿色旅游饭店、五星级农家乐、三星级及以上森林人家，每个类型得0.5分，本项最高得2分。  2.在景区内或距离景区5KM范围内除上述等级的品牌住宿产品外，其余住宿产品在国内主流OTA平台评分超过4.5（含）且评价数量不低于30条（含），每个得0.5分，最高得2分。  评分指导点：  1.提供住宿企业的名称、地址、特色、联系电话、场景图片、相关证件等材料；  2.提供获评相关品牌的有效证明材料原件；  3.提供国内主流OTA平台评分和评价数量佐证材料。 | |
| 3.7 | 文旅品牌 | | 4 |  |  |  |
|  | 景区应从争创荣誉品牌及增强国际合作等方面提高景区文旅产品的市场影响力。  评分：  1.获批文化创意产业基地、民间文化艺术之乡、文旅融合发展体验基地（项目）、非物质文化遗产项目体验基地、非遗保护传承示范基地、文化产业示范基地、文化产业示范（试验）园区、旅游示范基地、乡村旅游创客示范基地或者同类其它品牌，国家级得3分，省级得2分，市（州）级得1分，本项可以累积计分，最高得3分。  2.与其他国家或地区的旅游相关组织签订合作协议，得1分。  评分指导点：  1.提供获批品牌的批准文件原件和授牌（授牌有则提供）；  2.提供合作协议的原件。 | |
| **4** | **文创旅游商品** | | **23** |  |  |  |
| 4.1 | 商品研发 | | 7 |  |  |  |
|  | 景区应自主研发或合作研发具有创新性和独特性的文创旅游商品。  评分：  1.专门成立文创旅游商品研发管理团队，得1分。  2.编制了文创旅游商品创意设计方案，得1分。  3.研发的文创旅游商品具有创新性和独特性，得3分。  4.与世界级或国家级、省级、市（州）级或县级非遗技艺代表性传承人、工艺美术大师合作且成功研发、生产、销售相应文创旅游商品，分别得2分、1分、0.5分。本项可累积计分，最高得2分，没有研发出相应商品则本项不得分。  评分指导点：  1.提供成立文创旅游商品研发管理团队的文件；  2.提供文创旅游商品策划或设计方案、商标设计方案；  3.提供文创旅游商品全部实物。 | |
| 4.2 | 商品类型 | | 7 |  |  |  |
|  | 生产的文创旅游商品类型丰富，并且每个类型在不同的档次、规格等方面开发出系列商品。  评分：  1.能够体现景区文化特色的每个商品类型（指形状、材质、工艺或用途有明显区别）得0.5分，最高得4分。  2.某个类型的文创旅游商品开发出了3个及以上不同的系列商品，得1分，最高得3分。  评分指导点：  1.检查文创旅游商品实物；  2.提供其它相关佐证材料。 | |
| 4.3 | 商品销售 | | 4 |  |  |  |
|  | 利用多种渠道、采取多种方式销售，获得较好的社会经济效益。  评分：  1.利用线上销售得1分。  2.景区设专门商店销售得1分。  3.景区自主研发的文创旅游商品年均销售收入大（等）于50万元得2分，小于50万元但大（等）于20万元得1分。  评分指导点：  1.现场检查与提供图片结合，验证旅游商品销售场所；  2.提供支撑文创旅游商品销售数据的材料。 | |
| 4.4 | 产权保护和宣传 | | 5 |  |  |  |
|  | 旅游景区开发的文创旅游商品，应予以知识产权保护并进行宣传。  评分：  1.商品（名称或标志）成功进行商标注册或者获取商标注册受理通知书，得0.5分。  2.商品获得国家专利证书，其中发明专利得2分，实用新型专利和外观设计专利均得1分。本项可累积计分，最高得2分。  3.获得国家级奖励（国家机构或者公认的全国性民间组织）得2分，获得省级（省、厅级政府机构或者公认的省级民间组织）奖励每项得1分，获得市（州）级政府机构或公认的市（州）级民间组织奖励每项得0.5分，本项可累加计分，最高得2分。  4.专门制作了文创旅游商品宣传材料，得0.5分。  评分指导点：  1.提供商标注册、获奖、获得专利、荣誉证书等的证明材料；  2.提供专门用于宣传文创旅游商品的材料。 | |
| **5** | **公共文化服务** | | **8** |  |  |  |
|  | 旅游景区宜提供主客共享的公共文化服务空间，并建立完善的服务运行管理机制。  评分：  1.在游客中心或景区内其它适宜区域专门设立文化阅读空间，面积不低于50平米，达到此要求的得2分。  2.文化阅读空间内设置有图书休闲阅览区、景区数字化游览、数字化文学作品鉴赏、数字文化体验、博物陈列、美术艺术品展陈、当地特色文化宣传推广、公共文化活动高清视频展播等非盈利公共文化服务活动中的任意1项得1分，最高得4分。  3.编印了乡土文化普及类宣传册，得1分。  4.针对文化阅读空间建立了完善的服务运行管理机制，得1分。  评分指导点：  1.现场检查公共文化服务设施建设情况；  2.检查公共文化服务活动开展情况及相关佐证材料；  3.提供乡土文化普及宣传册实物；  2.提供公共文化服务日常运行管理制度及执行情况的佐证材料。 | | 8 |  |  |  |
| **6** | | **效果评价** | **5** |  |  |  |
|  | | 景区应提高非门票经营性收入，降低门票经济依赖，丰富旅游供给体系，促进景区可持续发展。  评分：分下列两种情况  情况一（收门票的景区）：非门票经营性收入/经营性收入\*100%＞60%得5分，50%＜非门票经营性收入/经营性收入\*100%≤60%得4分。  情况二（不收门票的景区）：经营性收入/运营成本\*100%＞100%得5分，80%＜经营性收入/运营成本\*100%≤100%得4分。  评分指导点：提供景区上一年度内各项收入或运营成本的有效证明材料。 | 5 |  |  |  |
| **合计评分** | | | **100** |  |  |  |
| 注：旅游景区严禁带有迷信、愚昧、颓废、庸俗等色彩的活动，一经核实，即一票否决，本导则评分为0分。 | | | | | | |

附件

**附表 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** |  |  |  |