附件2

“东亚文化之都”申报条件和验收评分导则

一、“东亚文化之都”申报条件

申报城市能够秉承城市创新精神，助力我国文化强国建设，弘扬中华文化的理念、智慧、气度、神韵，遵照“东亚意识、文化交融、彼此欣赏”的发展宗旨，突出“共生·创新·和谐”的共识，尊重文化多样性，积极参与主办“中日韩文化部长会议”“中日韩旅游部长会议”“中日韩艺术教育论坛”等中日韩国家级区域文化和旅游合作项目，积极参与与“欧洲文化之都”“东盟文化城市”之间的对话与交流活动，配合做好“东亚文化之都”品牌建设工作，以文化为桥梁凝聚中日韩文化力量，增强青年一代对亚洲文化的集体认同感和归属感。

（一）申报城市须是历史文化名城或在东亚历史发展进程中发挥了重要作用，具有特殊历史地位或东亚文化特色的城市，且在近三年内无重大文物违法案件和安全责任事故、无重大负面文化或旅游舆情。

（二）申报城市文化和旅游资源禀赋良好。历史文化悠久，文化形态丰富，文化资源规模可观，城市的历史文化品牌、旅游品牌、城市综合品牌突出，文化自信与开放度高，交通辐射能力和文化传播力较强，推动中华文化“走出去”，促进对外文化和旅游开放水平持续提高，在东亚地区具有一定的影响力。

（三）申报城市重视文化保护与传承。城市重视非物质文化遗产保护与传承，重视文物保护与利用，重视知识产权保护，形成非物质文化遗产数据库和在线展演平台，文化资源总体保护良好，并得到了科学而合理的利用和传承。

（四）申报城市公共文化服务与设施较为完善。城市公共文化服务体系与机制健全有效，拥有充足的文化服务网络平台，建立常态化的文化设施疫情防控管理制度，备有文化场所安全经营应急预案，文化活动丰富，市民参与度高。

（五）申报城市文化产业和旅游产业具有比较优势。城市对文化产业和旅游产业有固定的投入机制，拥有一批文化和旅游企业，有丰富优质的文化和旅游产品，重视智慧化服务设施建设，并且产出效果良好。

（六）申报城市文化和旅游深度融合。全面推动文化和旅游在理念、职能、产业、市场、服务等方面的深度融合发展，持续提升文化和旅游供给能力、创新创意能力、服务质量和综合效益，深入推动数字技术赋能景区、度假区和文化场馆的建设与发展。

（七）申报城市实施保障有力。城市对“东亚文化之都”的创建编制了发展规划和实施方案。候选城市创建成效显著，领导机制健全，组织保障有力，政策保障有力，联建机制有效，品牌营销效果良好，在文化和旅游交流、文化和旅游项目建设、文化和旅游产品开发、文化产业和旅游产业发展、城市文化和旅游空间营造、文化和旅游企业培育、文化和旅游社会组织发展、文化和旅游体制机制创新、文化和旅游智慧化发展、旅游平台建设等方面成效突出。

二、“东亚文化之都”验收评分导则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 评价指标 | 评分项（800分）  （供申报城市及专家参考） |
| 1. | 文化资源禀赋 |  |
| 1.1 | 历史文化悠久度 | 历史悠久，文化底蕴丰厚，城市风貌、人文遗产能够体现东亚文化传统，具有鲜明城市或地方特色文化。（10分） |
| 1.2 | 文化形态丰富度 | 主要文化类型超过10类以上。（10分） |
| 1.3 | 文化资源规模度 | 支撑主要文化类型的文化资源数量充足，关联性强，证据链完整。（10分） |
| 1.4 | 文化品牌度 |  |
| 1.4.1 | 历史文化品牌 |  |
| 1.4.1.1 | 历史文化的典型性 | 在历史上有一定的影响力，见证一段历史文化。（10分） |
| 1.4.1.2 | 世界级文化品牌 | 拥有世界文化遗产等世界级文化称号。（10分） |
| 1.4.1.3 | 国家级文化品牌 | 拥有历史文化名城等称号，或在东亚历史发展进程中发挥了重要作用，具有特殊历史地位或东亚文化特色的城市，全国重点文物保护单位数量在10处以上。（10分） |
| 1.4.1.4 | 国家级文化资源品牌 | 申报城市拥有3项以上（含3项）国家级非物质文化遗产，并加以合理保护传承。（10分） |
| 1.4.2 | 城市综合品牌 |  |
| 1.4.2.1 | 城市文化氛围与风貌 | 城市文化富有活力，文化氛围浓厚，市容市貌市风特色突出。（10分） |
| 1.4.2.2 | 宜居城市与文化中心功能 | 城市从文化生活角度更“宜居”,营造“文化之城”，带动周边乃至全国文化和旅游工作发展。（10分） |
| 1.4.2.3 | 城市文化软实力强 | 城市具有文化内涵和明确的核心理念，具备创新创意能力，将文化列为城市发展的核心要素，具有较强的文化软实力和文化影响力。（10分） |
| 1.4.2.4 | 城市品牌力 | 我国建设文化强国的代表性城市或申报城市为世界知名的国际化大都市。（10分） |
| 1.5 | 文化自信与开放度 |  |
| 1.5.1 | 具有东亚文化精神 | 秉承创新理念，突出“共生·创新·和谐”的共识，能够以文化为桥梁团结东亚人民，增强东亚人民特别是青年一代对多元文化的集体认同感和归属感，弘扬“东亚意识、文化交融、彼此欣赏”的“东亚文化之都”精神。（10分） |
| 1.5.2 | 文化多样性、包容性与文化自信 | 秉承开放理念，尊重文化多样性，具有文化包容性，同时树立文化自信，凸显自身城市特色文化，能够弘扬中华文化的理念、智慧、气度、神韵。（10分） |
| 1.5.3 | 与东亚主要城市有  直航 | 申报城市开放程度高，同时拥有与韩国、日本直飞航班。（10分） |
| 2. | 文化保护 |  |
| 2.1 | 非物质文化遗产保护与传承 | 非物质文化遗产保护纳入城市经济社会发展规划，践行非物质文化遗产保护“见人见物见生活”理念，保护体系和机制完善，代表性项目和代表性传承人保护及传承机制健全，非物质文化遗产资源底数清晰、档案完整，形成非物质文化数据库和在线展演平台，非物质文化遗产项目富有活力，建有非物质文化遗产展示传习场馆，各项保护实践卓有成效，有体现地方特色的典型案例，当地民众参与非物质文化遗产保护积极性较高，整体氛围浓厚。（20分） |
| 2.2 | 文物保护与利用 | 坚持“保护为主、抢救第一、合理利用、加强管理”的方针，做好文物保护工作，抢救保护濒危文物，实施馆藏文物修复计划。文物保护纳入城市经济社会发展规划，文物保护管理机构健全，文物保护责任落实、措施到位，文物保存状况良好，无重大文物安全案件或事故，文物和博物馆单位开放利用效益突出，社会力量参与文物保护形成规模和良好效应。形成文物数据库和在线展示平台，建立国家文物登录制度。（20分） |
| 2.3 | 知识产权保护 | 保护首创精神，强化知识产权保护，支持数字版权公共服务平台建设，实现公共数字文化资源有效保护。（10分） |
| 3. | 公共文化服务与设施 |  |
| 3.1 | 公共文化服务体制与机制 |  |
| 3.1.1 | 建立公共文化服务保障机制 | 深入宣传贯彻《中华人民共和国公共文化服务保障法》，形成现代公共文化服务体系建设的制度设计成果。建立公益性演出补贴制度，通过票价补贴、剧场运营补贴等方式，支持艺术表演团体提供公益性演出，并取得较好成效。（10分） |
| 3.1.2 | 公共文化机构免费  开放 | 秉承共享理念，以人为本，建立公共文化设施免费开放的保障机制。公共图书馆、博物馆（包括民族博物馆、行业博物馆，下同）、文化馆、纪念馆、美术馆等免费开放。推动科技馆、工人文化宫、妇女儿童活动中心以及青少年校外活动场所免费提供基本公共文化服务项目。（10分） |
| 3.1.3 | 公共文化服务效能  提升 | 切实提升公共文化服务效能提升,建立群众文化需求反馈机制，健全基本公共文化服务标准动态调整机制和公共文化服务提供目录，创新服务模式，开展“菜单式”“订单式”服务。（10分） |
| 3.1.4 | 公共文化服务社会化 | 建立健全政府向社会力量购买公共文化服务机制。鼓励经营性演出、电影放映、书刊出版、网络运营机构安排低价场次或低收费项目，推动经营性文化设施、非物质文化遗产传习场所和传统民俗文化活动场所等向公众提供优惠或免费的公益性文化服务。（15分） |
| 3.1.5 | 特殊群体文化权益  保障 | 建立特殊群体基本文化权益的保障机制。（5分） |
| 3.2 | 文化配套设施与场馆 |  |
| 3.2.1 | 设施配置量 | 公共图书馆、文化馆、博物馆、电影院、剧院、音乐厅等各类文化场馆和设施配置齐全，数量充足，较好满足市民和游客的文化需求。（10分） |
| 3.2.2 | 设施功能性 | 设施建设质量高，功能健全，富有文化特色，使用安全，环境卫生，配套必要的疫情防控设施，支持智慧文化和旅游服务设施建设，重点场馆达到国际领先水平。（10分） |
| 3.2.3 | 设施布局性 | 坚持均衡配置、严格预留、规模适当、功能优先、经济适用、节能环保的原则，合理规划建设各类公共文化设施。县级文化馆图书馆总分馆制建设成效显著，形成符合当地实际的总分馆服务体系。（10分） |
| 3.2.4 | 管理常态化 | 建立健全文化设施保护与管理机制，建立常态化的文化场馆疫情防控管理制度，并备有文化场所安全经营应急预案。（10分） |
| 3.3 | 文化服务网络平台 |  |
| 3.3.1 | 公共文化数字平台 | 挖掘整理优秀传统文化资源，推进数字化保存和传播，构建准确权威、开放共享的一站集成式城市文化资源公共数据平台，提供文化消费预约与预订。（10分） |
| 3.3.2 | 公共文化数字服务  网络 | 统筹实施城市文化信息资源共享工程，建设数字图书馆、博物馆、文化馆、数字广播电视等项目，构建标准统一、互联互通的公共数字文化服务网络。（10分） |
| 3.4 | 文化交流 |  |
| 3.4.1 | 文化合作项目 | 在对外文化交流尤其是与日、韩文化交流等方面有良好基础，积极参与中日韩国家级区域文化合作项目。（10分） |
| 3.4.2 | 文化交流活动 | 近年来曾经成功承办国内、国际大型文化活动或已形成对外文化交流的特色品牌。（10分） |
| 3.4.3 | 文化交流平台 | 申报城市拥有常态化国际文化交流平台。（10分） |
| 3.5 | 市民参与 |  |
| 3.5.1 | 文化志愿服务体系 | 大力弘扬志愿服务精神，坚持志愿服务与政府服务、市场服务相结合，奉献社会与自我发展、社会倡导和自愿参与相统一，构建参与广泛、内容丰富、形式多样、机制健全的文化志愿服务体系。（10分） |
| 3.5.2 | 社区文化服务 | 加快推进数字文化资源在智能社区中的应用，实现“一站式”服务。（10分） |
| 3.5.3 | 群众自办文化 | 鼓励群众自办文化，支持成立各类群众文化团队。通过组织示范性展演等形式，为民间文化队伍提供展示交流的平台。（10分） |
| 3.5.3 | 群众文化走出去 | 加强群众性文化活动的国际交流，支持群众文化走出去，形成多层次、多渠道、全方位的对外文化交流格局。（10分） |
| 3.5.4 | 市民参与度 | 尊重并体现市民多样性的文化需求，鼓励市民积极参与各项文化活动。市民参与热情高、参与能力强、参与渠道畅通、参与方式便捷、参与效果好。（10分） |
| 4. | 文化产业和旅游产业 |  |
| 4.1 | 文化和旅游企业 |  |
| 4.1.1 | 骨干文化和旅游企业（集团） | 拥有一批具有全球视野和较强引领力的骨干文化和旅游龙头企业（集团）。（10分） |
| 4.1.2 | 中小微文化和旅游经济组织 | 拥有一批具有较强创新创意能力和竞争力的中小微文化和旅游经济组织，形成结构合理、业态多元的文化和旅游市场主体。（10分） |
| 4.1.3 | 文化和旅游协会组织 | 文化类及旅游类行业协会、基金会、民办非企业单位等社会组织有序发展，富有活力，规范管理。（10分） |
| 4.1.4 | 文化产业和旅游产业集聚区 | 全市形成了一批文化产业和旅游产业园区或集聚区。（10分） |
| 4.1.5 | 文化和旅游企业  走出去 | 大力发展对外文化和旅游贸易，让更多体现中华文化特色、具有较强竞争力和影响力的文化和旅游企业走向国际市场。（10分） |
| 4.1.6 | 企业文化 | 用中华优秀传统文化的精髓涵养企业精神，培育现代文化和旅游企业文化。（10分） |
| 4.2 | 文化和旅游产品 |  |
| 4.2.1 | 文化创意产品 | 挖掘中华优秀文化资源，开发富有城市文化特色与品味的创意产品，支持鼓励数字文化和旅游产品的开发。（10分） |
| 4.2.2 | 中华传统文化产品 | 有一批中国传统工艺、中华医药、中华烹饪、中华武术、中华典籍、中国文物、中国园林、中国节日等中华传统文化代表性产品走出去。中华老字号做精做强，保护发展良好，保留了一批文化特色浓、品牌信誉高、有市场竞争力的中华老字号。（10分） |
| 4.2.3 | 中国传统文艺产品 | 宣传推介戏曲、民乐、书法、国画等我国优秀传统文化艺术，国外民众在审美过程中获得愉悦、感受魅力。（10分） |
| 4.2.4 | 高端文化产品 | 生产丰富多样、社会价值和市场价值相统一、人民喜闻乐见的优质文化产品，扩大中高端文化产品和服务的供给。（10分） |
| 4.2.5 | 旅游景区/度假区 | 拥有高品质的旅游景区或旅游度假区，能够满足市民和游客的基本旅游需求，推动数字技术与景区和度假区的融合发展。（10分） |
| 4.2.6 | 新产品和新业态 | 旅游创新活跃，拥有一定比例的旅游新产品和新业态，并保持较高的更新升级速度，鼓励智慧文化和旅游产品的研发与应用，大力发展与创新智慧旅游业态。（5分） |
| 4.2.7 | 旅游产品类型 | 旅游产品类型多样、结构合理，能够满足不同人群和不同层次的需求。（10分） |
| 4.2.8 | 旅游要素设施完善 | 吃、住、行、游、购、娱、厕等旅游要素设施配套完善，比例协调，布局合理。（10分） |
| 4.2.9 | 旅游平台建设 | 积极建设在线旅游综合平台和智慧旅游企业实体，推动旅游景区、旅行社、餐饮企业等旅游全产业链在线化发展，全面提高智慧旅游技术在旅游经营管理、营销推广、服务设施、安全救援、旅游物流等领域的应用水平。（5分） |
| 4.3 | 文化和旅游的投资与产出 | 有充足的资金投入，并且产出效益良好。（10分） |
| 5. | 文化和旅游融合 |  |
| 5.1 | 文化+旅游 |  |
| 5.1.1 | 文化设施和场馆的旅游化 | 发挥文化设施和场馆的旅游公共服务功能。完善城市文化馆、公共图书馆、博物馆等公共文化机构的旅游公共服务功能，加大文明旅游宣传力度，向游客提供相关旅游公共服务。（10分） |
| 5.1.2 | 非物质文化的旅游  利用 | 采用创意、科技等手段推动非物质文化向旅游产品转换，实现文化的活化和复兴。（10分） |
| 5.1.3 | 文物的旅游化利用 | 在保护的前提下，科学有效地利用文物资源或围绕文物资源开发文化和旅游产品或文化和旅游消费空间。（10分） |
| 5.2 | 旅游+文化 |  |
| 5.2.1 | 文化研学旅游 | 充分利用历史文化资源优势，规划设计推出一批专题研学旅游线路，引导游客在文化研学旅游中感知中华文化。（10分） |
| 5.2.2 | 文化创意旅游 | 城市文化创意旅游产品类型多样、业态丰富。（10分） |
| 5.2.3 | 文化休闲旅游 | 拥有高品质的文化和旅游休闲街区，推动城市休闲生活与传统文化融合发展，培育符合现代人需求的主客共享的文化和旅游休闲产品。（10分） |
| 5.2.4 | 文化和旅游演出 | 拥有与游客或居民人口匹配的旅游演出活动。（10分） |
| 5.2.5 | 培育旅游新文化 | 以社会主义核心价值观和东亚文化精神为导向培育旅游新文化，引导社会主义文化新风尚和培育东亚共同的文化基因。（10分） |
| 5.3 | 多态融合 | 推动文化、旅游、商业、科技、体育等多业态融合，形成多业态城市综合体。（10分） |
| 6. | 实施保障 |  |
| 6.1 | 组织保障 |  |
| 6.1.1 | 领导小组 | 市党委和政府切实履行主体责任，由党委和政府牵头设立专门的组织和执行机构，比如“东亚文化之都”工作领导小组，负责创建工作以及活动年的筹备、策划、实施和管理。（10分） |
| 6.1.2 | 纳入考核 | “东亚文化之都”的创建工作纳入经济社会发展总体规划，纳入考核评价体系，纳入各级党校、行政学院教学的重要内容，作为考核评价领导班子和领导干部政绩的重要内容。（10分） |
| 6.2 | 联建机制 |  |
| 6.2.1 | 联合创建 | 以“东亚文化之都”的创建工作为平台，由文化和旅游部门牵头，在规划编制、政策衔接、标准制定和实施等方面加强统筹、整体设计、协调推进，联合打造惠及文化的长期发展的机制和平台。（10分） |
| 6.2.2 | 部门联合 | 加大对跨部门、跨行业、跨地域公共文化资源的整合力度，依托国家公共文化服务体系建设示范区（项目）、高新技术园区和可持续发展实验区，开展公共文化服务与科技融合示范工作。（10分） |
| 6.2.3 | 联合营销 | 文化、旅游、广播电视、新闻出版、体育、工会、共青团、妇联等部门之间形成“东亚文化之都”联合营销机制。（10分） |
| 6.2.4 | 联合执法 | 充分发挥各行政主管部门在传承发展中华优秀传统文化中的重要作用，建立完善联合执法机制，严厉打击违法经营行为。（10分） |
| 6.3 | “东亚文化之都”规划与实施 |  |
| 6.3.1 | “东亚文化之都”发展规划 |  |
| 6.3.1.1 | “东亚文化之都”  规划 | 为“东亚文化之都”的科学发展，编制中长期发展规划。（10分） |
| 6.3.1.2 | 创建方案 | 根据规划配套“东亚文化之都”三年创建实施方案和计划。（15分） |
| 6.3.2 | “东亚文化之都”后续实施方案 |  |
| 6.3.2.1 | 方案发布 | 当选“东亚文化之都”后全年活动规划以市委市政府文件方式进行发布。（5分） |
| 6.3.2.2 | 组织机构 | 由地方政府牵头设立专门的组织机构，负责全年活动的筹备、策划、实施和管理。（5分） |
| 6.3.2.3 | 活动要求 | 当选年以“东亚文化之都（+城市名）”为主题举办各类文化和旅游活动，活动策划需结合城市发展需要和文化特点，应明确主题，应体现多元化、广泛化，突出传承、交流与创新，年内列入框架内的文化和旅游活动类型和形式多样。（10分）  吸引当地民众和亚洲各国人士普遍参与，增进与东亚乃至世界各国的文化和旅游交流，展示我国灿烂传统文化和改革开放以来文化和旅游发展成果，进一步提升城市文化底蕴、知名度和影响力，加深与各国的相互了解和友谊。（5分） |
| 6.3.2.4 | 活动宣传 | 提出详细的新闻宣传方案和工作安排。开设专门网页，充分利用传统媒体和新媒体，在国内外形成广泛影响。积极利用地方媒体扩大影响。（5分） |
| 6.4 | “东亚文化之都”品牌营销 |  |
| 6.4.1 | 融媒体营销 | 综合运用报纸、书刊、电台、电视台、网站、新媒体等各类载体，融通多媒体资源，统筹宣传、文化、文物等各方力量，创新表达方式，大力宣传“东亚文化之都”品牌，彰显中华文化魅力。（10分） |
| 6.4.2 | 海外营销 | 充分运用海外中国文化中心、旅游办事处，华侨华人、文化体育名人、各方面出境人员，依托我国驻外机构、中资企业、与我友好合作机构和世界各地的中餐馆，以及国际博览会、电影节、体育赛事等各类品牌活动，助推我国“东亚文化之都”品牌的国际传播。（10分） |
| 6.4.3 | 第三方评价 | “东亚文化之都”社会影响力大，第三方评价高。（10分） |
| 6.4.4 | 营销经费 | 拥有充足的营销经费。（10分） |
| 6.5 | 政策保障 |  |
| 6.5.1 | 资金政策 | 地方政府能够提供资金保障，对当地推动文化和旅游工作及开展对外文化和旅游交流能给予经费支持，或能自筹经费开展文化和旅游领域的相关活动。制定和完善惠及中华优秀传统文化传承发展工程项目的金融支持政策。出台政府购买公共文化服务指导性意见和目录，将政府购买公共文化服务资金纳入财政预算。（10分） |
| 6.5.2 | 奖励政策 | 完善相关奖励、补贴政策，落实税收优惠政策，引导和鼓励企业、社会组织及个人捐赠或共建相关文化和旅游项目。（10分） |
| 6.5.3 | 人才政策 | 制定人才培养计划，培养从事“东亚文化之都”工作的专业人员。（5分） |