附件

江苏省无限定空间非遗进景区示范项目

评价指标（试行）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 一级指标 | 二级指标 | 分值 |
| 拓宽非遗美食体验途径  （15分） | 1.景区内有集中展示传统美食的空间，相关非遗项目、制作技艺有文字、图片、音频、视频等形式的介绍。 | 5 |
| 2.景区在重要时间节点（双休日、节假日、节庆日），将传统美食以流动展示、售卖的形式融入景区。 | 5 |
| 3.创造条件积极展示传统美食的制作技艺，在符合食品卫生要求的前提下，让游客有机会参与制作，提升体验感。 | 5 |
| 打造非遗特色酒店和民宿  （15分） | 1.景区拥有非遗特色的酒店或民宿，在相关住宿设施的名称和宣传材料中清晰地传达非遗主题。 | 5 |
| 2.住宿设施在装饰设计、员工服饰、使用器具、背景音乐等方面积极使用非遗产品、植入非遗元素。 | 5 |
| 3.住宿设施的公共空间内提供非遗制作技艺展示、曲艺展演等内容，店内非遗氛围浓郁。 | 5 |
| 营造交通非遗体验空间  （15分） | 1.在景区内接驳车、游船画舫等交通工具上，发放非遗小纪念品或宣传页。 | 5 |
| 2.通过车载音频、视频系统播放演艺类、民间文学类非遗项目，在导览中注入非遗内容，体现非遗特色。 | 5 |
| 3.在景区内交通工具上，提供美食品鉴、传统演艺展示等服务，增加交通服务附加值。 | 5 |
| 推出非遗主题旅游产品  （15分） | 1.将非遗元素充分融入景区，使非遗项目与景区其他旅游吸引物融为一体，融合度高、协调性好。 | 5 |
| 2.在景区内开辟非遗主题游线，内容丰富、布局合理，通过系统的展陈、展示、展演、体验，营造特色鲜明的非遗氛围。 | 5 |
| 3.在景区宣传材料中有非遗主题线路和产品介绍，为非遗展示点统一制作图文清晰的非遗项目标牌。 | 5 |
| 增强非遗产品市场吸引力  （15分） | 1. 发挥非遗项目互动性强、参与度高的优势，用流动摊点的形式对传统美术、传统技艺等传统工艺类项目进行制作、表演、销售。 | 5 |
| 2. 景区内设有非遗文创商店，在不失其本的基础上，开发、销售特色鲜明、类型丰富、品种多样的非遗文创商品。 | 5 |
| 3. 景区设置线上非遗文创商店，提供预订预购和商品邮寄服务，扩大非遗影响力。 | 5 |
| 创新非遗展示展演方式  （18分） | 1.景区提供空间，引进传统音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、杂技等表演艺术类非遗项目和表演性的民俗类非遗项目的展演活动，全年累计展演场次不少于50场，展演时间不少于6个月。 | 8 |
| 2.依托适宜的空间和条件，在景区组织街头艺术表演和非遗“快闪”等活动，增强趣味性、互动性和参与性。 | 5 |
| 3.借助特定的声光电设施，如3D灯光秀、全息投影、水幕电影等，传播展示非遗，丰富游客的游览体验。 | 5 |
| 综合  （7分） | 景区有国家级、省级非遗代表性项目数量在10个以上（含10个）。 | 7 |
| 加分项（加分后总分不超过100分） | 1. 在非遗进景区的内容和形式上，有创新之举。 | 酌情 |
| 2. 在引进非遗项目中给予优惠政策支持。 |
| 3. 在重要时间节点举办一定规模非遗活动，有较大影响力。 |
| 4. 在吃、住、行、游、购、娱某一环节与非遗融合上，特色鲜明，示范作用显著。 |