

附件 1

威海市文化创意产品开发成效评估指标

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分规则
决策 (9 分)	正确导向 (6 分)	审核机制完善性	2	在文化创意产品开发工作中建立正确导向审核机制，得 2 分。
		实施方案完善性	1	试点单位按照评估工作要求，结合实际制定了本单位年度文创产品开发实施方案，得 1 分。
		正确文化导向	3	文化创意产品开发严格执行审核机制，坚持以社会主义核心价值观为引领，弘扬社会主义先进文化、传承革命文化、推动优秀传统文化创造性转化和创新性发展，得 3 分。
	合作单位选取 (3 分)	选取科学性	1	试点单位科学选取第三方合作机构，选取过程合规合理，得 1 分。
		合作内容合理性	2	试点单位与第三方合作机构签订的授权协议内容完善，合作周期、约定比例、合作范畴、甲乙双方职责与义务等各项合作条款约束科学合理，得 2 分。
过程 (12 分)	机制建设 (4 分)	开发授权管理	1	具有完善的馆藏资源、著作权、商标权和品牌等开发、授权、知识产权保护管理制度及流程文件，得 1 分。
		收入管理	1	建立了文化创意产品相关收入(包括事业收入、经营收入和其他收入)管理相关规范章程，且收支管理规范有效，得 1 分。
		分配方案	1	有经审议通过的《文化创意产品开发收入分配激励细则》，得 1 分。
		监督制度	1	有对文化创意产品及授权第三方合作机构的监督约束机制，得 1 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分规则
	资源配置 (5 分)	资源投入	1	对文化文物资源进行了系统梳理、分类整理，形成了文化文物资源库，得 1 分。
		渠道投入	2	①有文化创意产品开发办公、展示、销售场地的，得 1 分；②设置线上销售平台或渠道的，得 1 分。
		人员投入	2	单位设置有负责文化创意产品开发经营管理的部门或机构，配备 2 人及以上，得 2 分。
	授权单位管理 (3 分)	措施完善性	1	试点单位结合实际情况，对第三方机构文创产品开发建立了较为完善的管理措施，得 1 分。
		管理有效性	2	试点单位在与第三方机构签订授权协议后，不定期采取措施对文创产品开发的各项内容进行相应的监督与管理，第三方机构能够建立体系完善、规划清晰的文创产品开发体系，未出现不符合相关法律法规、协议约定等情况出现，得 2 分。
产出 (13 分)	文创开发 (13 分)	文创数量	7	①文化创意产品符合《指导意见》定义的文创范畴，有实际投入市场进行销售的文创产品，得 2 分，没有的不得分。②本年度新开发文创产品数量占总文创产品数量比重在 10%及以上的，得 5 分；在 10%以下的，得 3 分；没有新开发文创产品的不得分。
		文创质量	6	文化创意产品兼具有较高的文化性、艺术性、实用性、创新性，得 6 分。其中“创新性”重点评价产品的原创设计、个性化表达、与单位资源特色的结合度。
效益 (50 分)	经济效益 (20 分)	经营收入	10	年度文创经营收入较上一年度增长，得 10 分；持平，或因不可抗力因素下降（经评估小组认定），得 8 分；其他情形每下降 20%扣 1 分，最低得 5 分。
		净收益率	10	净收益率 = 年度文创净收益 ÷ 年度文创经营收入 × 100%。≥15%得 10 分，10%（含）至 15%（不含）得 8 分，5%（含）至 10%（不含）得 6 分，有净收益（>0）得 4 分，经营收入为 0 或亏损不得分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分规则
	社会效益 (20分)	文创培训	3	组织或参与文化文物创意开发相关培训、讲座活动的，组织或参加1次得1分，最高得3分。
		文创大赛	3	参与或举办全国范围内文创大赛的，得3分；参与或举办全省范围内文创大赛的，得2分；参与或举办文创大赛的，得1分；没有参与或举办文创大赛的不得分。
		宣传推广	3	对文化创意产品宣传推广渠道多样，宣传推广效果显著，得3分；有两种及以上宣传推广渠道，效果一般，得2分；仅采取一种渠道，得1分；未进行推广宣传的，不得分。
		社会教育活动	6	依托文创资源开展研学、主题讲座、互动体验等以知识传播、技能培养为核心的社会教育活动，每开展1场次得1分，最高6分。
		公益责任履行	5	依托文创产品、文创资源开展以普惠性、帮扶性为核心的文创产品赠送、展览进基层、特殊群体服务等公益性文化服务，每开展1项实质性公益活动得2.5分，最高5分。公益活动包括但不限于：文创产品公益赠送、文创体验活动、文创展览进基层、文创公益讲座、特殊群体专项服务等。
	可持续影响 (6分)	人才培养	4	利用馆校合作、流动岗位、合作交流等形式开展文化创意人才培养工作的，得4分。
		助力文化“两创”	2	助力文化“两创”指文创项目立足本单位馆藏资源，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。完成至少1项具有创新性的转化成果(如IP开发、系列产品上市、获市级以上相关奖项等)得2分；开展相关工作但尚未形成明确成果得1分；未开展不得分。
	满意度 (4分)	消费者满意度	4	①建立了消费者投诉处理、意见反馈制度，并设立了相关平台或渠道，且处理及时、有效的，得1分；建立但落实不到位的，得0.5分；未建立不得分。②满意度测评采用调查问卷形式(有效问卷不少于200份)。消费者满意度在80%及以上的，得3分，每降低1个百分点扣0.3分，扣完为止。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分规则
创新引领 (16 分)	数字文化 (4 分)	数字文化	4	开发数字文化创意产品，包括但不限于数字展览、数字藏品、沉浸式体验产品等，每开发 1 个数字文化产品得 1 分，最高得 4 分。
	品牌建设 (3 分)	品牌建设	3	有原创的文创品牌，且品牌具备一定影响力，得 3 分。
	跨界融合 (5 分)	跨界融合	5	利用自有知识产权在商业、影视、游戏、教育、研学、出版、展览等方向产生经济效益的跨界融合项目，每完成 1 项得 1 分，最高得 5 分。
	产权保护利用 (4 分)	产权保护利用	4	文创产品知识产权(商标、专利、著作权等)申请成功的，1 个(件)得 2 分，最多得 4 分。
合计			100	———

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分规则
	加分项指标			试点单位文化创意产品开发工作成效，获国务院、文化和旅游部、国家文物局或山东省委、省政府书面表彰(或主要领导肯定性批示)的，加 5 分。获市厅级以上或省博物馆学会等省级以上行业协会奖项的，加 1 分。同一事项按最高级别加分，不重复累计。
	扣分项指标			因试点单位对文创产品投诉处理不及时、不到位等情况造成了一定的社会舆论影响或被媒体报道，并对山东文旅品牌产生负面影响的，扣 10 分。
	否定性指标			有违反国家法律法规和党的路线方针政策，存在破坏政治纪律与廉洁纪律行为，损害党和国家及人民利益，发生重大安全生产责任事故或造成国有资产重大流失，因严重失信行为被相关部门列入失信联合惩戒名单，在评估过程中存在虚报数据、伪造材料、隐瞒重要信息等情况之一的，其当年度综合评估结果确定为“不合格”。 如出现政治方向、舆论导向、价值取向不正确，违反社会主义核心价值观，存在历史虚无主义等情况的，或出现重大问题引发较大负面舆情或造成恶劣社会影响的，评估结果确定为“不合格”。