

ICS 03.080.01
CCS Y 00



团 体 标 准

T/CCPITCSC 086—2021

中国好礼文化创意商品(非遗类)评价指南

Guidelines for evaluation of China Gift cultural and creative products (Intangible Cultural Heritage)

2021-09-05 发布

2021-11-01 实施

中国国际贸易促进委员会商业行业委员会 发布

目 次

前言	II
引言	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价原则	1
5 评价内容	2
6 评价机构	2
7 评价程序	3
附 录 A（规范性附录） 中国好礼文化创意商品（非遗类）申报表	6
附 录 B（规范性） 中国好礼文化创意商品（非遗类）评价评分表	8
附 录 C（规范性） 中国好礼文化创意商品（非遗类）申报单位承诺书	12
附 录 D（规范性） 中国好礼文化创意商品（非遗类）标识	13
参考文献	14

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些部分可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国国际贸易促进委员会商业行业委员会提出并归口。

本文件起草单位：中国国际贸易促委员会商业行业委员会、广州正和润泽文化科技有限公司、海南省质量协会、四川金和创意商业运营管理有限责任公司、北京华夏世界文化投资有限公司、北京诚德汇管理咨询有限公司、深圳大学、山东工艺美术学院、北京华江文化集团有限公司、广州市春至文创科技有限公司、北京闰璞科技有限公司、昆明玖雍民族文化创意产品有限公司、大连北黄海企业管理有限公司、北京成羊科技发展有限公司、中创文投（北京）文化发展有限公司、中国标准化协会服务贸易分会、云南翠珑鼎珠宝有限公司

本文件主要起草人：姚歆、宋莹、杨宏、陈燕、郭凯、邹叶、连诚、刘伟丽、王曦、蒋俊一、崔宁、阚睿佳、张伟、杨凡、黄浪、牛怡茗、李蓉丽、王旭东、陈诚、王义鑫。

本文件响应了联合国2030可持续发展目标中的第8项“体面工作和经济增长”和第12项“负责任的消费和生产”。

引 言

非物质文化遗产是中华优秀传统文化的重要组成部分，是中华文明绵延传承的生动见证，是连结民族情感、维系国家统一的重要基础。保护好、传承好、利用好非物质文化遗产，对于延续历史文脉、坚定文化自信、推动文明交流互鉴、建设社会主义文化强国具有重要意义。

为贯彻落实好中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》，使非物质文化遗产得到全面有效保护，增强传承活力，完善体系建设，通过深化挖掘非物质文化遗产自身内动力，打造一批深入人心的中国好礼文化创意商品，更好的推动经济社会可持续发展，彰显国际影响力。

本文件的发布机构提请注意，声明符合本文件时涉及知识产权版权——中国好礼，版权号 国作登字-2019-F-00894513。本文件的发布机构对于该专利的真实性、有效性和范围无任何立场。该专利的持有人已向本文件的发布机构保证，他愿意同任何申请人在合理、无歧视的条款和条件下就专利授权可进行谈判，该专利持有人的声明已在本文件的发布机构备案。相关信息可通过以下联系方式获取：

知识产权持有人：中国国际贸易促进委员会商业行业委员会

地 址：北京西城区复兴门内大街45号

邮政编码：100801

联系电话：010-66094072

邮 箱：ccpitning@163.com

中国好礼文化创意商品(非遗类) 评价指南

1 范围

本文件给出了中国好礼文化创意商品(非遗类)评价原则、评价内容和评价程序。

本文件适用于评价机构对文化创意商品(非遗类)进行评价和认定,也适用于对文化创意商品(非遗类)进行自我评价。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

文化创意 cultural creativity

以文化为元素、融合多元文化、整合相关学科、利用不同载体而构建的再造与创新的文化现象总和。

3.2

文化创意产业 cultural and creative industry

依靠创意人的智慧、技能和天赋,借助独创性对文化创意进行创造与提升,通过知识产权的开发和运用,产生出高附加值产品,具有创造财富和就业潜力的行业集群。

3.3

文化创意商品 cultural and creative products

以文化创意为基础,以创作、创造、创新为根本手段,以文化内容和创意成果为核心价值,以知识产权实现或消费为交易特征,通过设计、研发以物质载体表达出来。

3.4

非物质文化遗产 intangible cultural heritage (ICH)

被各群体、团体、有时为个人所视为其文化遗产的各种实践、表演、表现形式、知识体系和技能及其有关的工具、实物、工艺品和文化场所。

3.5

中国好礼文化创意商品 China Gift cultural and creative products

具有文化创意特性,商品质量达到同行业先进水平,取得显著经济、社会效益,具备代表中国文化的表达形式的文化创意商品。

3.6

中国好礼文化创意商品(非遗类) China Gift cultural and creative products (ICH)

具有非物质文化遗产元素特征的中国好礼文化创意商品。

4 评价原则

4.1 平等性原则

4.1.1 具备获选机会的申报主体,包括法人、非法人组织和其他组织。

- 4.1.2 履行评价内容及评价程序是十分必要的，申报组织依据附录 A 给出的**申报条件**申报。
- 4.1.3 不设立任何特权、任何不公平义务及任何附加其他责任，是**评价程序平等性**的基础准则。
- 4.1.4 以申报组织提交的材料为依据进行评价，统一评分标准，公示**评价结果**。
- 4.1.5 履行评价结果是十分必要的，申报组织依据**责任承担**。

4.2 全面性原则

- 4.2.1 申报评价对象的全面性是至关重要的，原创、再造等类别的文化创意商品均宜纳入评价范畴。
- 4.2.2 遵循系统和科学的原则，尊重**评价主体**的实践活动，评价环节公平、公开、公正，申报主体在评价流程节点中可获取相应反馈信息。
- 4.2.3 评价流程的全面性是十分重要的，附录 B 给出了明确、具体、适用的方法。

4.3 保密性原则

- 4.3.1 保护审核过程中获得**信息的安全**，包括正确处理敏感和涉密的信息。
- 4.3.2 **财务信息保密、市场信息保密**主要对附录 A、附录 B “市场化指标”中所涉及的数据进行保密。
- 4.3.3 **技术信息保密**主要对附录 A、附录 B “特色指标”中所涉及的信息进行保密。

4.4 有效性原则

- 4.4.1 证明的有效性对保证结果的准确性是十分必要的，按照申报附录 A 收集申报材料，申报商品提供自主知识产权或知识产权的合法使用权，包括专利证书、商标证书、作品登记证或电子版权存证凭证等证明。
- 4.4.2 未能提供以上证明材料的，可提交申报商品的独创性证明资料以供专家评定。

5 评价内容

5.1 基本资质

- 5.1.1 申报主体在中国境内依法注册并具有法人资格。
- 5.1.2 申报主体经营状况良好，净资产为正。
- 5.1.3 所申报商品提供声明的标准及有效的检验报告。
- 5.1.4 组织近 3 年无严重违法违规行为，可参考信用中国网站公布信息。

5.2 评价指标

- 5.2.1 包括非遗元素指标、特色指标、知识产权指标、市场化指标、社会评价指标、认证指标、处罚指标、加分项 8 个维度。
- 5.2.2 每个维度作为一个一级评审指标被逐级细分为二级评审指标，形成依次展开的关系。
- 5.2.3 附录 B 给出了评审内容构架结构及赋分详表。

6 评价机构

6.1 评价组织机构

中国国际贸易促进委员会商业行业委员会作为中国好礼文化创意商品（非遗类）的评价组织机构。

6.2 评价机构

- 6.2.1 依法设立具备单位资质信息、固定场所和设施信息、评价要求的相关管理制度。
- 6.2.2 评价结果出证机构建立相应的评价工作管理制度，报评价组织机构审核并授权。

6.2.3 宜授权具备评价条件的地方贸促会、行业贸促会，指导其对评价结果负责，并跟踪评价后期事宜。

6.3 评价人员要求

6.3.1 了解并遵守相关法律法规，掌握本文件给出的评价内容，以严谨的科学态度、良好的职业道德，在评价过程中客观履行职责，不受任何可能损害评价公正性的商业、财务和其他压力的影响，对评价结论负责。

6.3.2 具备所属领域较丰富的理论知识和实践经验，熟悉国内外该领域技术发展的状况与趋势。

6.3.3 评价人员参与中国好礼文化创意商品（非遗类）评价活动签署公正性与保密声明，承诺遵守各项公正性及保密守则。

6.3.4 评价人员与申报单位无利益关系或无直接行政隶属关系，不带有偏见和相关利益冲突。

7 评价程序

7.1 评价程序内容

主要包括申请、受理、组织评价（首次评价、复审评价）、出具评价报告、出具评价证书、评价后续管理、评价信息管理、评价退出机制。

7.2 申请

7.2.1 由申报单位自愿向评价机构提交电子版和纸质版申报资料。

7.2.2 申报材料完整、真实、清晰、可靠，前后内容表述一致。

7.2.3 申报材料包括纸质复印件一份和电子文档一份。

7.2.4 申报材料包括但不限于以下内容：

a) 必选项：

——《中国好礼文化创意商品（非遗类）评价申报表》（见附录A）；

——企业营业执照；

——注册满1年；

——企业法人身份证证件照；

——商品综合阐述资料（包括但不限于传统文化背景、地域特色、历史沉淀和文化底蕴、商品照片展示、商品材质、商品加工工艺、商品功用、商品目标市场）；

——上年度资产负债表、损益表（加盖会计师事务所审核章）；

——非物质文化遗产认证或授权证明材料；

——知识产权（包括但不限于专利、商标、版权登记）的证明材料。

b) 非必选项：

——组织对外贸易经营者备案登记证书（复印件）；

——境外商标注册证证书；

——获得权威机构（包括国际、国内）颁发荣誉称号的证明材料；

——通过国际通行的质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系、行业质量安全和和其他管理体系认证的证明材料；

——参与国际标准、国家标准、行业标准、地方标准和团体标准制修订的证明材料；

——能证明申报商品创新性、文化性、时尚性、实用性、市场性、国际传播力和影响力的其他材料。

7.2.5 申请材料包括外文证明材料的翻译，文献材料可提供中文摘要，并将译文附在相应的外文材料前。

7.3 受理

评价组织机构对申报单位提交的材料进行材料审查,判断评价申报单位提交的材料是否达到开展评价活动的要求。评价材料不齐全的,申报单位进行补正,评价组织机构予以受理。

7.4 组织评价

7.4.1 评价组织机构在受理后 10 个工作日内组织专家开展评价,得分标准具体参照附录 B 中国好礼文化创意商品(非遗类)评价评分表。

7.4.2 评价组织机构根据所受理文创商品(非遗类)特点和评价工作需要,组织专家进行评价。

7.4.3 首次评价未通过的组织,可再次提交申请材料,但需在半年改进期后提交,评价要求与首次评价要求一致。

7.5 出具评价报告

7.5.1 评价人员由至少 3 人以上(为单数)专家组成,根据附录 B 开展评价,结合行业特点、地区差异等形成评价结论。

7.5.2 评价组织机构在评价专家组评价结束后 5 个工作日内完成评价报告,提交至评价结果出证机构并反馈给申报单位。

7.6 出具评价证书

7.6.1 评价结果出证机构在收到评价报告后 5 个工作日内,依据评价报告,向通过评价(评价得分在 60 分以上)的组织出具不同等级的评价证书。

7.6.2 评价结果出证机构将上述评价证书信息反馈至评价组织机构。

7.7 评价后续管理

7.7.1 每隔 12 个月进行复审评价,复审评价要求与首次评价要求一致。复审须选择首次评价结果出证机构。连续三年被认定为“中国好礼文化创意商品(非遗类)”的商品,免去每年核查的手续,后续只需每五年核查一次。

7.7.2 评价结果出证机构对通过评价的组织进行定期跟踪,及时掌握组织在质量与信用等方面的重大变化。当依据本文件取得评价证书的组织出现违反法律法规、强制性标准,存在弄虚作假等问题时,评价组织机构撤销其评价证书,并予以公告。

7.7.3 贸易投资促进机构、专业服务机构、管理咨询服务机构等可作为组织申请的技术支持单位,对通过评价的组织提供信息、培训、咨询、技术、标准化等服务,提升组织的品牌管理能力与国际市场开拓能力。

7.7.4 取得“中国好礼文化创意商品(非遗类)”评价证书的组织,宜加大商品应用场景的开发,包括但不限于节庆送礼、日常社交送礼、涉外文化交流、文化教育方面应用和推广。

7.8 评价信息管理

7.8.1 评价组织机构建立中国好礼文化创意商品(非遗类)评价信息公共服务平台,并对平台进行运维管理。

7.8.2 评价组织机构建立档案及其管理制度。

7.8.3 为评价人员建立专家库。

7.9 评价退出机制

7.9.1 申报单位有退出“中国好礼文化创意商品(非遗类)”认定的权利,需向认证发出机构提交正式书面申请书,评价组织机构审核通过后生效。

7.9.2 发生重大安全事故或复审分值下降超过 10%等影响情况，将取消“中国好礼文化创意商品（非遗类）”认定商品的资格。

附 录 A
(规范性附录)
中国好礼文化创意商品(非遗类)申报表

A.1 中国好礼文化创意商品(非遗类)申报表

申报中国好礼文化创意商品(非遗类)的组织填报表 A.1。

表A.1 中国好礼文化创意商品(非遗类)申报表

填报日期:

资 格 条 件	推荐机构				
	组织名称	(中文)	(盖章)		
		(英文)			
	注册地址	(中文)			
		(英文)			
	申报品牌 名称	(中文)			
		(英文)			
	申报商品 名称	(中文)			
		(英文)			
	非遗元素 类别	民间文学 <input type="checkbox"/> 传统音乐 <input type="checkbox"/> 传统舞蹈 <input type="checkbox"/> 传统戏剧 <input type="checkbox"/> 曲艺 <input type="checkbox"/> 传统体育、游艺与杂技 <input type="checkbox"/> 传统美术 <input type="checkbox"/> 传统技艺 <input type="checkbox"/> 传统医药 <input type="checkbox"/> 民俗 <input type="checkbox"/> 综合类 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/>			
	统一社会 信用代码 或组织机 构代码				
	法定代表 人		职务		手机
	联系人姓 名		部门、职务		手机
	填表人姓 名		部门、职务		手机
	组织网址		公众号		传真
申请商标 首次注册 地		境内注册 商标名称		邮箱	
近三年营 业额(万 元)	____年: () ____年: () ____年: ()				
组织类型	贸易企业 <input type="checkbox"/> 服务企业 <input type="checkbox"/> 制造企业 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/>				

	组织所有制性质	央企 <input type="checkbox"/> 国企 <input type="checkbox"/> 民企 <input type="checkbox"/> 外企 <input type="checkbox"/> 个体工商户 <input type="checkbox"/> 合作社 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/>
	详细股权结构	无 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> (如有, 请出具控股证明材料, 作为附件)

表 A. 1 (续)

评价指标		具体情况	自评	得分
非遗元素指标 (10分)	国家级非遗项目	(填写涉及此类非遗项目具体内容)		
	省级非遗项目	(填写涉及此类非遗项目具体内容)		
	市级非遗项目	(填写涉及此类非遗项目具体内容)		
	区县级非遗项目	(填写涉及此类非遗项目具体内容)		
特色指标 (50分)	创新性	(提供能证明此指标的详细资料, 可附件并标明附件号)		
	文化性	(提供能证明此指标的详细资料, 可附件并标明附件号)		
	时尚性	(提供能证明此指标的详细资料, 可附件并标明附件号)		
	实用性	(提供能证明此指标的详细资料, 可附件并标明附件号)		
知识产权指标 (15分)	知识产权管理	(提供能证明此指标的详细资料, 可附件并标明附件号)		
	知识产权项目	(填写专利数量、专利申请号等具体内容)		
	注册商标	(填写数量及注册地、商标证书号、商标使用类型等内容)		
	版权登记	(填写登记数及登记地等具体内容)		
市场化指标 (15分)	市场化运营	(提供能证明此指标的详细资料, 可附件并标明附件)		
	经济效益指标	(填写数值, 提供财务报表等作为支撑材料)		
社会评价指标 (15分)	国际、国内影响力: 获得权威机构颁发的荣誉	(提供能证明此指标的详细资料, 可附件并标明附件)		
认证指标 (5分)		(填写数量、具体名称)		
标准指标 (10分)		(标准文本)		
加分项 (10分)		(国家省级、地市级政府推荐采购产品优势证明文件)		

得分总计 120 分		
<p>注：1、总分120分，100-120为特级，80-100为A级，60-80为B级，60以下未通过审核。</p> <p>2、由参评组织对照评分表先做自评并将分数填写到“自评”栏，最后得分依据专家打分为准。</p> <p>3、“得分”栏由评价技术支持机构组织专家进行打分。</p>		

附 录 B

(规范性)

中国好礼文化创意商品（非遗类）评价评分表

B.1 中国好礼文化创意商品（非遗类）评价评分表

评价中国好礼文化创意商品（非遗类）评价评分依据表 B.1。

表 B.1 中国好礼文化创意商品（非遗类）评价评分表

序 列	栏 目	具 体 项 目		得 分 标 准
1	非遗元素指标（10分）	国家级非遗项目	采用国家级非遗项目元素的商品	每项得 5 分
		省级非遗项目	采用省级非遗项目元素的商品	每项得 4 分
		市级非遗项目	采用市级非遗项目元素的商品	每项得 3 分
		区县级非遗项目	采用区县级非遗项目元素的商品	每项得 2 分
2	特色指标（50分）	创新性	a) 新技术、新工艺的改进程度与生产工具的独特性； b) 新营销方法、组织方式完善度； c) 产品设计占比； d) 产品设计经费投入占比与增长率； e) 参与标准化技术组织、权威技术团体等情况	每项最高 4 分， 最高得分 20 分
		文化性	a) 文化故事的寓意性； b) 文化产品的民族特征； c) 商品本身有较突出的文化内涵； d) 商品含有精湛的技艺； e) 宣传渠道及覆盖范围	每项最高 2 分， 最高得分 10 分
		时尚性	a) 商品的时尚性、独特性突出程度； b) 商品的新颖性突出程度； c) 适合现代消费人群； d) 商品含有流行元素	每项最高 2.5 分， 最高得分 10 分

		实用性	a) 商品具有一定的使用价值; b) 商品具有多功能性; c) 商品多功能性的使用价值; d) 经济价值是否得到拓展	每项最高 2.5 分, 最高得分 10 分
--	--	-----	---	-----------------------

表 B.1 (续)

3	知识产权指标 (15 分)	知识产权管理	a) 具有知识产权保护规章制度; b) 知识产权保护经费投入水平	每项最高 3 分, 最高得分 6 分
		知识产权项目	a) 发明专利; b) 实用新型专利; c) 外观专利	发明每项 3 分、实用新型每项 1 分、外观每项 1 分, 最高得 5 分
		注册商标	a) 一个注册国家; b) 同一国家 (地区) 不同类别商标	每项最高 2 分, 最高的 4 分
		版权登记	a) 软件登记; b) 作品登记; c) 电子版权 DCI	每项最高 2 分, 最高的 4 分
4	市场化指标 (15 分)	市场化运营	a) 市场研究投入及其成效; b) 品牌宣传投入和推广能力; c) 销售网络及渠道覆盖面; d) 数字化、网络化营销能力; e) 从业人员培训学习情况; f) 其他资源整合能力	每项最高 1 分, 最高得分 5 分
		经营效益指标	参评文创商品销售收入占组织营业额占比	超过 25%, 得 1 分, 每增加 10 个百分点, 得 1 分, 累计不超过 5 分
			上年度营业额增幅	增幅超过 5%, 得 1 分, 每增加 2 个百分点, 得 1 分, 累计不超过 5 分

5	社会评价指标（15分）	国际、国内影响力： 获得权威机构颁发的荣誉	<p>a) 国际级颁发机构：联合国教科文组织，及其他国际间政府认证的合法机构等；</p> <p>b) 国家级政府认证的颁发机构：中国共产党中央委员会宣传部、中华人民共和国文化和旅游部、中华人民共和国科学技术部、中华人民共和国国家市场监督管理总局、中华人民共和国农业农村部、中国国际贸易促进委员会等；</p> <p>c) 省级颁发机构：省委宣传部、省文旅局、省市场监督管理局、省农业农村厅、省商务厅、省贸促会等；</p> <p>d) 市级颁发机构：市委统战部、市文旅局、市市场监督管理局、市农业农村局、市商务委等政府部门或相关机构等；</p> <p>e) 区级机构参照市及机构执行；</p> <p>d) 国家、省、市注册的专业学会、行业协会颁发的专业奖励。</p>	国际级 6 分、国家级 5 分、省级 4 分、市级 3 分、区级 1 分。
---	-------------	--------------------------	---	---------------------------------------

表 B.1 (续)

6	认证指标 (5分)	国际认证	一项认证 1 分
		质量管理体系认证、环境管理体系认证、职业健康安全管理体系认证	一项认证 1 分
		安全管理体系认证	一项认证 1 分
		行业相关体系认证	一项认证 1 分
7	标准指标 (10分)	采用国际标准，参与制修订国家标准、行业标准、地方标准、团体标准、企业标准	制修订或采用国际标准 5 分 制修订国家、行业、地方标准 3 分 制修订每项团标、企标得 3 分
8	加分项 (10分)	国家省级、地市级政府推荐采购产品优势证明（国际宜参考国家打分）	国家级 5 分、省级 4 分、市级 3 分、区级 1 分。
每项累计分数不超过该类别总分，得分总计 120 分			
注：最小得分单位为0.5，如0分、0.5分、1分、1.5分等。			

附 录 C

(规范性)

中国好礼文化创意商品（非遗类）申报单位承诺书

承诺书

我单位郑重承诺，此次申报“中国好礼文化创意商品（非遗类）”所提供的申报表及相关资料均真实有效。如因我单位提供的材料真实性问题而导致的一切后果和法律责任均由我单位承担。

法定代表人（签字）：

单位（盖章）：

年 月 日

附录 D
(规范性)
中国好礼文化创意商品（非遗类）标识

D.1 中国好礼文化创意商品（非遗类）标识

D.1.1 主色调为红色，图案主体为中国结和“中国好礼China Gift”艺术字，红色和中国结均为中国传统文化的鲜明代表。

D.1.2 标识由本文件发布机构提供印刷原图。任何单位和个人得到许可后才能使用。



图 D.1 中国好礼文化创意商品（非遗类）标识

参 考 文 献

- [1] 联合国教科文组织, 《保护非物质文化遗产公约》, 2003.
 - [2] 《关于进一步加强非物质文化遗产保护工作的意见》
-