附件3-3

市场主体自主举办的大型活动奖励评分标准

| **一级指标** | **二级指标** | **三级指标** | **分值** | **量化标准（百分制）** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1.  项目价值  评价 | 1.1  社会价值 | 1.1.1  城市形象提升 | 10 | 有利于全方位拓展三亚旅游客源市场，提升城市知名度、美誉度。 |
| 1.2  经济价值 | 1.2.1  产业潜力 | 5 | 重点、创新产业，能给跨界赋能旅游产业，改善产业结构，激发产业增长潜力。 |
| 1.2.2  市场活力 | 5 | 符合市场多元化需求，扩大旅游消费，促进三亚旅游经济发展，孵化培育消费新供给、消费环境改善、旅游消费产品开发创新等。 |
| 2.  活动规模预估 | 2.1  参与规模 | 2.1.1  直接参与人数 | 16 | 是否为100人以上  \*活动直接参与人数：指直接报名参与本次活动人数，含活动参邀嘉宾、报名选手、工作人员，不含现场观众。 |
| 2.1.2  直接参与人的结构：境外直接参与人数占比 | 4 | 是否占直接参与活动总人数的10%及以上  \*受不可抗力因素影响可不评分，此项分数可纳入直接参与人数所占比重。 |
| 2.2  客流规模 | 2.2.1  吸引客流量（观众人数） | 16 | 是否为1000人及以上 |
| 2.2.2  吸引境外客流（观众）的结构 | 4 | 是否占吸引客流总量的5%及以上  \*受不可抗力因素影响可不评分，此项分数可纳入客流规模总人数所占比重。 |
| 3.  活动影响力评价 | 3.1  品牌流量 | 3.1.1  IP知名度、活动品牌知名度 | 10 | 是否为市级以上活动，或旅游文化体育相关知名IP活动 |
| 3.2  本土特色 | 3.2.1  体现三亚旅游资源、人文历史、风土人情等本地元素 | 10 | 是否能较好体现三亚旅游资源、人文历史、风土人情等本地元素 |
| 4.  活动宣传 | 4.1  媒体宣传 | 4.1.1  媒体邀请 | 2 | 是否拟邀请央媒（含中央重点新闻网站）、地方媒体不少于20家  \*央媒包括：中央媒体（18家）：人民日报社、新华社、中央广播电视总台、求是杂志社、解放军报社、光明日报社、经济日报社、中国日报社、科技日报社、人民政协报社、中国纪检监察报社、学习时报社、工人日报社、中国青年报社、中国妇女报社、农民日报社、法制日报社、中国新闻社，及其官方新媒体平台。中央重点新闻网站（16家）：人民网、新华网、中国网、国际在线、中国日报网、央视网、中国青年网、中国经济网、中国台湾网、中国西藏网、央广网、光明网、中国军网、中国新闻网、人民政协网、法制网，及其官方新媒体平台。  \*地方媒体包括：全国各省（自治区、直辖市）、市级新闻媒体。  \*以上媒体单位为2020年统计口径。可根据中央媒体单位改革进行调整。 |
| 4.1.2  媒体发稿量 | 10 | 是否满足央媒发稿量、地方媒体的发稿总量是否为30条及以上；境外媒体发稿总量是否为5条及以上  \*境外媒体：中国港澳台地区媒体、外国媒体。 |
| 4.2  新媒体宣传 | 4.2.1  国内及境外新媒体传播价值 | 8 | 是否满足单条原创内容（文字、图片、视频）：微信阅读达5万+或微博阅读达50万+或微博话题阅读300万+（不含历史话题）或抖音点赞达15万+或今日头条阅读达50万＋或其他主流新媒体单条内容阅读/播放量达50万+。  \*新媒体传播推广平台包含微信、微博、短视频平台、Instagram、Facebook、Twitter等主流新媒体。\*同平台不累计。 |
| 评分结果应用：满分100分，由市旅游推广局按评分标准进行打分，总分70（含）以上的可申请绩效奖励。 | | | | |