



# 重庆市卫生健康委员会关于印发 《重庆市中医药文化宣传教育基地管理暂行办法》 及《重庆市中医药文化宣传教育基地基本标准 (2020版)》的通知

渝卫发〔2020〕51号

各区县（自治县）卫生健康委、两江新区社发局、高新区公共服务局、万盛经开区卫生健康局，各委属（代管）单位：

为切实加强全市中医药文化宣传教育基地（以下简称“基地”）的建设和管理工作，积极传播中医药文化，根据《国家中医药管理局办公室关于印发〈全国中医药文化宣传教育基地管理暂行办法〉及〈全国中医药文化宣传教育基地基本标准（2019版）〉的通知》（国中医药办新函〔2019〕145号），市卫生健康委研究制定了《重庆市中医药文化宣传教育基地管理暂行办法》及《重庆市中医药文化宣传教育基地基本标准(2020版)》。经委主任办公会讨论通过，现印发给你们，请遵照执行。

根据《重庆市中医药文化宣传教育基地管理暂行办法》第七条，每年3月为基地申报集中受理时间，市卫生健康委将根据管理办法组织开展每年的申报受理及评审工作（申报表及评分表见



附件), 不再另行发文通知。

联系人: 张广蓉

电 话: 67706809, 13637870893; 67705034 ( 传真 )

电子邮箱: 67706807@163.com

联系地址: 重庆市渝北区旗龙路 6 号

- 附件: 1.重庆市中医药文化宣传教育基地申报表  
2.重庆市中医药文化宣传教育基地工作开展情况统计表  
3.重庆市中医药文化宣传教育基地申报单位基本情况审核表  
4-1.重庆市中医药文化宣传教育基地评分表(场馆类)  
4-2.重庆市中医药文化宣传教育基地评分表(遗址遗迹类)  
4-3.重庆市中医药文化宣传教育基地评分表(教育科研机构类)  
4-4.重庆市中医药文化宣传教育基地评分表(医疗机构类)  
4-5.重庆市中医药文化宣传教育基地评分表(企业类)

重庆市卫生健康委员会

2020 年 8 月 10 日



## 重庆市中医药文化宣传教育基地 管理暂行办法

**第一条** 为进一步规范重庆市中医药文化宣传教育基地(以下简称“重庆市中医药文化基地”)申报及管理工作,制定本办法。

**第二条** 本办法适用于重庆市中医药文化基地建设、申报和管理各项工作。

**第三条** 重庆市中医药文化基地一般应为历史上对中医药学术与文化发展有较大影响的历史遗迹、文物古迹,或者是有规模、有特色的中医药文化展示场所。

**第四条** 重庆市中医药文化基地主要任务:

(一)开展中医药文化宣传教育活动,弘扬中医药文化。重庆市中医药文化基地要根据基地的功能与定位,积极向社会各界宣传、展示当地中医药文化的内涵与特色,每年组织开展内容丰富、主题鲜明、形式多样的中医药文化宣传教育活动。要认真做好各界来访者的接待工作,同时积极组织社会各界前来参观交流,进一步普及中医药文化知识,扩大基地宣传的覆盖面,更好地传播中医药文化。

(二)拓展中医药文化宣传渠道。要丰富和拓展文化展示、知识普及、互动交流、实地体验等宣传教育形式,既要建立符合



要求的宣传教育实体阵地，也要建立内容详实、制作精美、生动活泼的中医药文化基地新媒体平台，并及时更新，形成网络与实体相结合的立体宣传平台，不断增强宣传能力。

（三）开发创新中医药文化宣传产品。及时收集、整理、编撰出版与基地相关的中医药名人典故、历史传说、轶闻逸事等中医药科普宣传作品；开发具有当地显著特色的中医药文化产品；制作精良的中医药创意产品；制作本基地对外宣传的影音资料。

（四）加强中医药文化科普人才培养。以重庆市中医药文化基地为载体，加强中医药文化科普人才队伍建设，建立并完善基地讲解员队伍，定期组织中医药文化科普专题培训、学习与交流，不断提高中医药文化科普人才的素质。

（五）承担各级政府部门委托的有关中医药文化宣传的公益性活动。

### **第五条** 重庆市中医药文化基地包括但不限于以下类型：

（一）场馆类，是指规模较大、中医药文化主题突出的各类场馆，主要包括中医药博物馆、展览馆、中医名人名家纪念馆等。

（二）遗址遗迹类，是指在传承中医药文化方面具有重要价值的历史遗址遗迹，以及与遗址遗迹相关的、有一定中医药文化资源的旅游、休憩等公共场所，主要包括中医药历史遗迹、文物古迹和中医药文化主题公园、特色风景区等。



（三）教育科研机构类，是指依托教育科研机构、面向社会和公众开放、具有中医药文化宣传教育功能的场馆、设施或场所，主要包括教育科研机构内的标本馆、陈列馆、实验室、药植物园、实习实训基地等。

（四）医疗机构类，是指在医德医风、中医学术流派传承等方面具有示范作用和典型意义、有专门的中医药文化展示体验场所的中医医院和提供中医药特色服务的基层医疗卫生机构，主要包括医疗机构内的中医文化景观、展览馆、标本室、特色科室病房、实习实训基地等。

（五）企业类，是指中医药“老字号”企业，主要包括企业内的中医药文化展示或体验展厅等。

### **第六条** 申报重庆市中医药文化基地应当具备下列条件：

（一）具备特色鲜明、内涵丰富的中医药文化展示内容和相应的中医药文化服务或产品。

（二）具备专门的中医药文化展示或互动体验场地，以及开展中医药文化宣传教育所需的配套设施，并根据工作需要适时完善、更新。

（三）面向社会公众开放，具备相应的接待能力。

（四）设有专门的文化宣传教育工作机构，定期开展中医药文化宣传教育活动。



(五)建有从事文化宣传教育工作的人员队伍,包括专兼职人员、志愿者等,相关人员应具备中医药及相关专业专科以上学历或接受过专门的中医药文化知识培训,具备一定的讲解、演示等能力。

(六)建有专门的网络平台(如网站、微博、微信公众号等),或在主办单位的网络平台上设有中医药文化栏目等,并且内容更新间隔应小于1个月。

(七)设有文化宣传教育专项经费,列入本单位年度预算,并实行专款专用。

(七)符合所属类型基地的基本标准。

**第七条** 申报时间及程序。每年3月为集中受理申请时间。区县属机构报经当地卫生健康委审核后报市卫生健康委(市中医管理局),市级单位直接经主管部门审核后报送至市卫生健康委(市中医管理局)。区县卫生健康委或市级主管部门按照本办法要求对申请进行审核后,于3月30日前择优向市卫生健康委(市中医管理局)推荐,并转报相关申报材料(一式五份并电子文档)。

**第八条** 申报材料。

(一)申请文件,重点说明申报理由、对完成中医药文化基地的任务做出承诺等。

(二)《重庆市中医药文化宣传教育基地申报表》《重庆市中





医药文化宣传教育基地工作开展情况统计表》《重庆市中医药文化宣传教育基地申报单位基本情况审核表》。

(三) 申报条件说明, 对照申报条件及所属类型标准详细说明有关情况并提供相关证明材料。

(四) 其他有助于说明申报条件的必要材料。

**第九条** 重庆市中医药文化基地的遴选, 由市卫生健康委(市中医管理局)负责组织, 每年开展一次。按照下列程序遴选:

(一) 专家评审。抽取中医药及文化建设专家组成专家组, 对申报材料进行审核和实地审核评估形成评估报告。

(二) 市卫生健康委(市中医管理局)审议。市卫生健康委(市中医管理局)依据专家组评估报告审议重庆市中医药文化基地建议名单。

(三) 公示。市卫生健康委(市中医管理局)在官方网站上公示审议通过的重庆市中医药文化基地名单, 公示期不少于7天。

(四) 授牌。公示无异议的, 由市卫生健康委(市中医管理局)确认为重庆市中医药文化基地并授牌。

**第十条** 重庆市卫生健康委(重庆市中医管理局)将对创建成功的重庆市中医药文化基地给予一定额度的奖励经费, 主要用于基地的基本建设、设施设备购置、人才培养、网络平台建设、



文化作品制作出版、扩大宣传等相关工作。

**第十一条** 重庆市中医药文化基地命名一年后可申报国家中医药文化宣传教育基地。

**第十二条** 重庆市中医药文化基地应当于每年年底前，将本年度工作总结及下一年度工作计划报市卫生健康委（市中医管理局）。

**第十三条** 市卫生健康委（市中医管理局）定期对重庆市中医药文化基地进行评估，定期评估采取基地自评与专家实地评估相结合的方式，原则上每三年评估一次。定期评估按照以下程序进行：

（一）重庆市中医药文化基地根据任务要求完成自评，自评报告经所在地卫生健康委或主管部门审核后报市卫生健康委（市中医管理局）（一式五份并电子文档）。

（二）抽取中医药及文化建设专家组成专家组进行实地审核评估，提交评估报告和评估结果建议。

（三）依据基地自评报告和专家组评估报告、评估结果建议，确定评估结果并公示。

评估结果分为优秀、合格和不合格。评估结果为“优秀”的，由市卫生健康委（市中医管理局）予以通报表扬。评估结果为“不合格”的，限期进行整改，经整改后于次年进行复评，复评仍“不





合格”的撤销重庆市中医药文化基地命名。

**第十四条** 重庆市中医药文化基地出现下列情况之一的，取消重庆市中医药文化基地命名：

- （一）自愿提出放弃基地名称的。
- （二）因不可抗力无法继续履行基地职能的。
- （三）因机构调整或撤并不适宜继续作为基地的。
- （四）无正当理由不参加评估和复评的。
- （五）其他不适合继续作为重庆市中医药文化基地的情况。

区县卫生健康委或主管部门发现重庆市中医药文化基地存在上述情况的，应及时报市卫生健康委（市中医管理局）。市卫生健康委（市中医管理局）核实情况后发文取消重庆市中医药文化基地命名并在政府网站上进行公告。自公告之日起，相关重庆市中医药文化基地不得再使用重庆市中医药文化基地名称，三年内不得再次申报。

**第十五条** 重庆市中医药文化基地出现下列情况之一的，撤销其重庆市中医药文化基地命名：

- （一）被确认为重庆市中医药文化基地后，发现申报材料存在虚假或申报过程中存在欺骗隐瞒情况的。
- （二）有关言论和行为在社会上造成不良影响的。
- （三）无特殊理由超过一年未履行全国中医药文化基地职能



的。

(四) 出现违法、违规行为的。

(五) 定期评估“不合格”、复评仍“不合格”的。

区县卫生健康委或主管部门发现重庆市中医药文化基地存在上述情况的，应及时报市卫生健康委（市中医管理局）。市卫生健康委（市中医管理局）核实情况后发文取消重庆市中医药文化基地命名并在官方网站上进行公告。自公告之日起，相关重庆市中医药文化基地不得再使用重庆市中医药文化基地名称，且不得再次申报。

**第十六条** 本办法自 2020 年 9 月 10 日起施行。《重庆市中医药文化宣传教育基地建设管理办法》（渝中医〔2015〕15 号）同时废止。

# 重庆市中医药文化宣传教育基地基本标准 (2020版)

## 一、场馆类基地

### (一) 内涵建设

1. 以展示中医药为主题，内容丰富、形式新颖，充分体现当地中医药文化特色，相关展品、图片、标志、标牌等所涉及的中医药文化知识以及中医历史人物及事件内容，表述规范、准确。

2. 具有与本基地相关、制作精良的中医药文化产品，如科普读物、画册、音像制品、导游材料及中医药创意产品等。

3. 建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等，内容科学准确、专人维护，内容更新间隔应小于1个月。

### (二) 场地设施

1. 有专用参观场所。大型综合性展馆用于中医药文化宣传教育活动的室内展厅总面积原则上不小于4000平方米;在中医药院校内的中医药博物馆室内面积原则上不小于1600平方米;传统老字号、中医药名人纪念馆用于中医药文化展教活动的室内展厅总面积原则上不小于1200平方米;在中医研究机构和中医医院内设立的博物馆室内展厅面积原则上不小于800平方米。



2.除常规展品外，可供观众演示、互动、体验的展品数量不少于总展品的10%。定期更新、补充展品，展品总完好率保持在90%以上。

### （三）开放接待

1. 年开放天数不少于190天，并向社会公布开放时间。
2. 年参观人数不少于8000人次。
3. 在市级以上大型中医药文化宣传教育活动期间能对公众开放。

### （四）经费投入

1. 设有专项经费，列入该单位年度财务预算并实行专款专用。
2. 除一次性基础设施投入外，每年专项经费投入占单位年度总经费固定比例，确保中医药文化宣传教育工作正常开展。

### （五）工作队伍

1. 有专门的组织领导机构，其正职由该单位中层以上干部担任。
2. 配备不少于4名的专职人员，并建立长期稳定的志愿者队伍，志愿者人数12人以上。
3. 有继续教育制度，基地工作人员每年业务培训时间不少于40学时。



### （六）宣传教育活动

1. 积极参加市级以上大型中医药文化宣传教育活动和当地重大宣传教育活动，每年开展2次以上大型宣传教育活动。

2. 针对社会热点和公众需求，结合本单位特色，每年开展4次以上有新意、特色明显、讲究实效、形式多样的专题宣传教育活动。

3. 积极利用新媒体开展线上中医药文化宣传教育活动。

4. 与所在地的社区、乡镇、学校、部队及其他企事业单位等建立固定联系和工作制度，经常开展中医药文化进社区、进乡村、进校园等社会化宣传教育活动。

5. 拓宽创新宣传渠道，充分利用电视、广播、报刊、网络等新闻媒体，每年在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息3次以上。

## 二、遗址遗迹类基地

### （一）内涵建设

1. 具有与本基地相关并有一定社会影响力的典故、传说、事迹等，相关介绍、展品、图片、标志、标牌等所涉及的中医药文化知识以及中医历史人物及事件内容，表述规范、准确。

2. 具有与本基地相关、制作精良的中医药文化产品，如科普读物、画册、音像制品、导游材料及中医药创意产品等。



3. 建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等，内容科学准确、专人维护，内容更新间隔应小于1个月。

### （二）场地设施

1. 具有一定规模、固定用于中医药文化宣传教育展示及活动的室内外场所。展示面积原则上不少于8000平方米，并配有开展宣传教育活动所需的演示设施设备。

2. 有互动体验类设施和项目，可供游客演示、互动、体验。定期更新、补充项目，设施总完好率保持在90%以上。

3. 有较为完善的基地说明牌、解说牌、导览牌等。

### （三）开放接待

1. 年开放天数不少于190天，受气候等外在因素影响的基地可酌量减少。

2. 年参观人数不少于8万人次。

3. 在市级以上大型中医药文化宣传教育活动期间能对公众开放。

### （四）经费投入

1. 设有专项经费，列入该单位年度财务预算并实行专款专用。

2. 除一次性基础设施投入外，每年专项经费投入占单位年度总经费固定比例，确保中医药文化宣传教育工作正常开展。





### （五）工作队伍

1. 有专门的组织领导机构，其正职由该单位中层以上干部担任。
2. 配备不少于4名的专职人员，并建立长期稳定的志愿者队伍，志愿者人数24人以上。
3. 有继续教育制度，基地工作人员每年业务培训时间不少于40学时。

### （六）宣传教育活动

1. 积极参加市级以上大型中医药文化宣传教育活动和当地重大宣传教育活动，每年开展2次以上大型宣传教育活动。
2. 针对社会热点和公众需求，结合本单位特色，每年开展4次以上有新意、特色明显、讲究实效、形式多样的专题宣传教育活动。
3. 积极利用新媒体开展线上中医药文化宣传教育活动。
4. 积极促进中医药文化与旅游结合，扩大中医药文化影响面，并与所在地的社区、乡镇、学校、部队及其他企事业单位等建立固定联系和工作制度，经常开展中医药文化活动进社区、进乡村、进校园等社会化宣传教育活动。
5. 拓宽创新宣传渠道，充分利用电视、广播、报刊、网络等新闻媒体，每年在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教



育工作信息 3 次以上。

### 三、教育科研机构类基地

#### (一) 内涵建设

1. 中医药特色明显、展示内容丰富、形式新颖，相关展品、图片、标志、标牌等所涉及的中医药文化知识以及中医历史人物及事件内容，表述规范、准确。

2. 具有与本基地相关、制作精良的中医药文化产品，如科普读物、画册、音像制品及中医药创意产品等。

3. 建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等，内容科学准确、专人维护，内容更新间隔应小于 1 个月。

#### (二) 场地设施

1. 教育科研机构内的标本馆、陈列馆、报告厅、种植园、实习实训基地等展教场所总面积原则上不少于 4000 平方米；对外开放的实验室、工艺中心、技术中心等研究实验基地展教场所总面积原则上不少于 480 平方米。

2. 有互动体验类展品。除常规展品外，可供观众演示、互动、体验的展品数量不少于总展品的 30%，定期更新、补充展品，展品总完好率保持在 90% 以上。

#### (三) 开放接待

1. 教育科研机构内的标本馆、陈列馆、报告厅、种植园、



实习实训基地等年开放天数不少于 90 天；对外开放的实验室、工艺中心、技术中心等年开放天数不少于 30 天。

2. 年参观人数不少于 4000 人次。

#### （四）经费投入

有稳定持续的经费，确保中医药文化宣传教育工作正常开展。

#### （五）工作队伍

配备不少于 2 名的专职人员，并建立长期稳定的志愿者队伍，志愿者人数 12 人以上。

#### （六）宣传教育活动

1. 积极参加市级以上大型中医药文化宣传教育活动和当地重大宣传教育活动，每年开展 2 次以上大型宣传教育活动。

2. 针对社会热点和公众需求，结合本单位特色，每年开展 4 次以上有新意、特色明显、讲究实效、形式多样的专题宣传教育活动。

3. 积极利用新媒体开展线上中医药文化宣传教育活动。

4. 与所在地的社区、乡镇、学校、部队及其他企事业单位等建立固定联系和工作制度，经常开展中医药文化进社区、进乡村、进校园等社会化宣传教育活动。

5. 拓宽创新宣传渠道，充分利用电视、广播、报刊、网络



等新闻媒体，每年在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息 1 次以上。

### 四、医疗机构类基地

#### （一）内涵建设

1. 中医药特色优势突出，在医德医风、名医名家学术经验传承、中医学学术流派传承等方面有典型意义。展示内容丰富、形式新颖，相关展品、图片、标志、标牌等所涉及的中医药文化知识以及中医历史人物及事件内容，表述规范、准确。

2. 具有与本基地相关、制作精良的中医药文化产品，如科普读物、画册、音像制品及中医药创意产品等。

3. 建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等，内容科学准确、专人维护，内容更新间隔应小于 1 个月。

#### （二）场地设施

1. 医疗机构内的中医药文化景观、标本馆、陈列馆、报告厅、特色科室病房、实习实训基地等展教场所总面积不少于 1600 平方米。

2. 有互动体验类展品或服务。应有一定数量可供观众演示、互动、体验的展品或中医药服务，定期更新、补充展品，展品总完好率保持在 90% 以上。

#### （三）开放接待



1. 医疗机构内的标本馆、陈列馆、报告厅等年开放天数不少于 160 天。

2. 年接待参观人数不少于 4 万人次。

#### （四）经费投入

有稳定持续的经费，确保中医药文化宣传教育工作正常开展。

#### （五）工作队伍

配备不少于 2 名的专职人员，并建立长期稳定的志愿者队伍，志愿者人数 12 人以上。

#### （六）宣传教育活动

1. 积极参加市级以上大型中医药文化宣传教育活动和当地重大宣传教育活动，每年开展 2 次以上大型宣传教育活动。

2. 针对社会热点和公众需求，结合本单位特色，每年开展 4 次以上有新意、特色明显、讲究实效、形式多样的专题宣传教育活动。

3. 积极利用新媒体开展线上中医药文化宣传教育活动。

4. 与所在地的社区、乡镇、学校、部队及其他企事业单位等建立固定联系和工作制度，经常开展中医药文化进社区、进乡村、进校园等社会化宣传教育活动。

5. 拓宽创新宣传渠道，充分利用电视、广播、报刊、网络



等新闻媒体，每年在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息 1 次以上。

### 五、企业类基地

#### （一）内涵建设

1. 中医药特色优势突出，在传承发展传统技艺、医德医风等方面有典型意义。展示内容丰富、形式新颖，相关展品、图片、标志、标牌等所涉及的中医药文化知识以及中医历史人物及事件内容，表述规范、准确。

2. 具有与本基地相关、制作精良的中医药文化产品，如科普读物、画册、音像制品及中医药创意产品等。

3. 建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等，内容科学准确、专人维护，内容更新间隔应小于 1 个月。

#### （二）场地设施

1. 有可供公众参观学习展示厅等参观活动场所。宣传教育展厅总面积原则上不少于 400 平方米，能供公众参观学习相关中医药文化知识、展示企业文化。

2. 有互动体验类展品或服务。应有一定数量可供观众演示、互动、体验的展品或中医药服务，定期更新、补充展品，展品总完好率保持在 90% 以上。

#### （三）开放接待





1. 企业的室内展厅年开放天数不少于 160 天。
2. 年参观人数不少于 2400 人次。

### （四）经费投入

1. 设有专项经费，列入该单位年度财务预算并实行专款专用。
2. 除一次性基础设施投入外，每年专项经费投入占单位年度总经费固定比例，确保中医药文化宣传教育工作正常开展。

### （五）工作队伍

配备不少于 2 名的专职人员，并建立长期稳定的志愿者队伍，志愿者人数 4 人以上。

### （六）宣传教育活动

1. 积极参加市级以上大型中医药文化宣传教育活动和当地重大宣传教育活动。每年开展 2 次以上大型宣传教育活动。
2. 针对社会热点和公众需求，结合本单位特色，每年开展 2 次以上有新意、特色明显、讲究实效、形式多样的专题宣传教育活动。
3. 积极利用新媒体开展线上中医药文化宣传教育活动。
4. 与所在地的社区、乡镇、学校、部队及其他企事业单位等建立固定联系和工作制度，经常开展中医药文化进社区、进乡村、进校园等社会化宣传教育活动。

5. 拓宽创新宣传渠道，充分利用电视、广播、报刊、网络等新闻媒体，每年在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息 1 次以上。

附件 1

- 22 -

---



### 重庆市中医药文化宣传教育基地申报表

申报单位 (盖章)				单位性质	
单位地址				邮政编码	
联系人		电话		填报日期	
申报理由 及特色 简介					
申报 单位 意见	<p style="text-align: right;">负责人：        盖章</p> <p style="text-align: right;">                    年    月    日</p>				
区县卫生 健康委或 主管部门 意见	<p style="text-align: right;">负责人：        盖章</p> <p style="text-align: right;">                    年    月    日</p>				
市卫生 健康委 意见	<p style="text-align: right;">负责人：        盖章</p> <p style="text-align: right;">                    年    月    日</p>				
备注					

附件 2

重庆市中医药文化宣传教育基地工作开展情况统计表  
( ) 年度

单位名称					
联系人			职 务		
联系电话			电子邮箱		
开放天数			接待人次		
宣传 教育 活动 开展 情况	时间	地点	参与人次	活动主题	活动形式及内容
中医药	名称	类型	数量	产品简介	



文化产品 开发情况				
队 伍 建 设 情 况				
宣传平台 建设情况				
受奖励 表彰情况				
受处分 处罚情况				



附件 3

重庆市中医药文化宣传教育基地申报单位  
基本情况审核表

申报单位（盖章）：\_\_\_\_\_

审核内容	申报单位填写	专家组审核
单位性质	事业单位 ( ) 国有企业 ( ) 非公企业 ( ) 其他_____	是 ( ) 否 ( ) 请说明：_____
场地设施	场所面积_____平方米	是 ( ) 否 ( ) 请说明：_____
藏品/展品 总量	藏品/展品_____件	是 ( ) 否 ( ) 请说明：_____
开放接待	年开放_____天 年接待参观人数_____人次	是 ( ) 否 ( ) 请说明：_____
工作队伍	专职人员_____名 志愿者_____名	是 ( ) 否 ( ) 请说明：_____
宣传教育 活动	大型宣传活动_____次/年 专题宣传教育活动_____次/年 进社区、进乡村、进学校等社 会化宣传教育活动_____次/年 公开报道_____篇/年	是 ( ) 否 ( ) 请说明：_____

专家组签名：\_\_\_\_\_

时间：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日



附件 4-1

重庆市中医药文化宣传教育基地评分表（场馆类）

基地建设单位：\_\_\_\_\_ 评审时间\_\_\_\_\_ 专家签名\_\_\_\_\_

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
一. 内涵建设（25分）	（一）文化主题（10分）	以展示中医药为主题，内容丰富、形式新颖，有体现中医药文化知识及历史人物和事件的展品、图片、标志、标牌等，且表述规范、准确。	1. 中医药主题突出，内容丰富、形式新颖，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述规范、准确，得 8-10 分； 2. 中医药主题较突出，内容较丰富、形式较新颖，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述较规范、准确，得 4-7 分； 3. 中医药主题不够突出，且内容、形式单一，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述不够规范或准确，得 0-3 分。	
	（二）文化产品（10分）	具有与本基地相关、制作精良的中医药文化产品，如科普读物、画册、音像制品、导游材料及中医药创意产品等。	1. 有与本基地相关、制作精良的科普读物、画册、音像制品、导游材料及中医药创意产品等，每件产品得 1 分，最高不超过 4 分； 2. 产品内容表述规范、准确，得 2 分； 3. 产品设计精美，每件产品得 1 分，最高不超过 4 分。 （以上 3 项相加为本项得分）	
	（三）新媒体（5分）	建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等，内容科学准确、专	1. 建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等中医药文化载体，并有专人维护，得 2 分。缺乏专人维护扣 1 分；	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
		人维护，内容更新间隔应小于1个月。	2. 网站、微博或公众号内容每月更新，且内容科学准确，得3分。内容不够科学规范扣2-3分，未做到每月更新扣3分。 (以上2项相加为本项得分)	
二. 场地建设 (15分)	(四) 场地面积 (5分)	有中医药文化宣教活动室或中医药博物馆等专用参观场所。其中：大型综合性展馆不小于4000m <sup>2</sup> ，中医药院校内不小于1600m <sup>2</sup> ，传统老字号、中医药名人纪念馆不小于1200m <sup>2</sup> ，中医研究机构和中医医院不小于800m <sup>2</sup> 。	专用参观场所面积达到相应标准(大型综合性展馆不小于4000m <sup>2</sup> ，中医药院校内不小于1600m <sup>2</sup> ，传统老字号、中医药名人纪念馆不小于1200m <sup>2</sup> ，中医研究机构和中医医院不小于800m <sup>2</sup> )得5分，小于相应标准的1/2(不舍)扣2分，小于1/4(不舍)扣3分，无专用参观场所不得分。	
	(五) 展品数量 (10分)	可供观众演示、互动、体验等互动项目的展品数量不少于总展品的10%。定期更新、补充展品，展品总完好率保持在90%以上。	1. 展品定期更新、补充，总完好率保持在90%及以上得6分，80(舍)-90%得4分，70%(舍)-80%得2分，低于70%扣6分； 2. 互动项目展品比例达10%及以上得4分；5%(舍)-10%得2分，不足5%扣4分。 (以上2项相加为本项得分)	
三. 开放接待 (10分)	(六) 开放天数 (4分)	年开放天数不少于190天，并向社会公布开放时间。	1. 年开放天数190天(舍)以上得3分，100(舍)-190天得2分，小于100天得1分，未开放不得分； 2. 开放时间提前3天(舍)以上对外公布，得1分；未提前公布扣1分。 (以上2项相加为本项得分)	
	(七) 接待人次 (4分)	年接待参观人数不少于8000人次。	1. 年接待人数8000(舍)人次以上，得4分。 2. 年接待人数6000(舍)-8000人次，得3分。	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
			3. 年接待人数 4000（含）- 6000 人次，得 2 分。 4. 年接待人数 2000（含）-4000 人次，得 1 分。 5. 年接待人数不足 2000 人，不得分。	
	（八）参加大型活动开放次数（2 分）	在市级以上大型中医药文化宣传教育活动期间能对公众开放。	1. 大型活动期间开放 2 次及以上，得 2 分。 2. 大型活动期间开放 1 次，得 1 分。 3. 未在大型活动期间对外开放，不得分。	
四. 经费投入（8 分）	（九）投入与使用（8 分）	设有专项经费，列入该单位年度财务预算并实行专款专用。 除一次性基础设施投入外，每年专项经费投入占单位年度总经费固定比例，并能确保中医药文化宣教工作正常开展。	1. 设有专项经费并列入单位年度预算，且投入占单位年度总经费固定比例，得 4 分。未列入预算不得分扣 1 分，未设定固定占有比例扣 2 分； 2. 投入资金保证中医药文化宣教工作正常开展，且执行专款专用得 4 分。未执行专款专用扣 2 分，不能保证宣教活动正常开展扣 2 分。 备注：无未设立专项经费本项不得分。 （以上 2 项相加为本项得分）	
五. 工作队伍（12 分）	（十）领导机构（2 分）	有专门的组织领导机构，其正职由该单位中层以上干部担任。	1. 有专门领导机构，且正职由单位中层以上干部担任，得 2 分。 2. 有专门领导机构，正职由单位一般职工担任，得 1 分。 3. 无专门领导机构，不得分。	
	（十一）人员配备（4 分）	配备不少于 4 名的专职人员，并建立长期稳定的志愿者队伍，志愿者人数 12 人以上。	1. 配备专职人员达到相应标准（4 名及以上）得 2 分，少于 4 名扣 1 分，未配备专职人员不得分； 2. 建有长期稳定的志愿者队伍，志愿者人数达到 12 人及以上，得 2 分；未建立志愿者队伍扣 2 分，志愿者队伍少于 12 人扣 1 分。	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
			(以上2项相加为本项得分)	
	(十二)继续教育(6分)	有继续教育制度,基地工作人员每年业务培训时间不少于40学时。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 有规范的继续教育管理制度,基地工作人员每年业务培训时间40学时及以上,得6分。</li> <li>2. 有较规范的继续教育管理制度,基地工作人员每年业务培训时间30(含)-40学时,得4分。</li> <li>3. 有较规范的继续教育管理制度,基地工作人员每年业务培训时间20(含)-30学时,得2分。</li> <li>4. 继续教育制度不规范或未建立继续教育管理制度,基地工作人员每年业务培训时间不足20学时,得0-1分。</li> </ol>	
六. 宣传教育(30分)	(十三)大型宣教活动(10分)	积极参加市级以上大型中医药文化宣传教育活动和当地重大宣传教育活动,每年开展2次以上大型宣传教育活动。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 参加市级以上中医药文化宣教活动,参加1次得0.5分,最高不超过1分;</li> <li>2. 参加当地重大宣传教育活动,参加1次得0.5分,最高不超过1分;</li> <li>3. 每年开展大型宣传教育活动2次(含)以上得8分,开展1次得4分,未开展扣8分。</li> </ol> (以上3项相加为本项得分)	
	(十四)专题宣教活动(7分)	针对社会热点和公众需求,结合本单位特色,每年开展4次以上有新意、特色明显、讲究实效、形式多样的专题宣传教育活动。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 每年开展5次及以上专题宣教活动,活动针对社会热点,能满足公众需求,创新新明显,特色鲜明,讲究实效,形式多样化,得6-7分。</li> <li>2. 每年开展3-4次专题宣教活动,活动针对社会热点,能满足公众需求,有一定新意和特色,讲究一定实效,形式较多样,得3-5分。</li> <li>3. 每年开展1-2次专题宣教活动,活动未针对或针对一定社会热点,基本满足公众需求,单缺乏新意和特色,实效不明显,形式较单一,得0-2分。</li> </ol>	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
	(十五)新媒体(2分)	积极利用新媒体开展线上中医药文化宣传教育活动。	充分利用新媒体开展宣教活动,得2分;开展不充分,得1分;未开展不得分。	
	(十六)社会宣教(6分)	与所在地的社区、乡镇、学校、部队及其他企事业单位等建立固定联系和工作制度,经常开展中医药文化进社区、进乡村、进校园等社会化宣传教育活动。	1. 建立固定联系和工作制度,得1分,未建立扣1分; 2. 每年开展中医药文化进社区、进乡村、进校园、进部队、进企事业单位等社会化宣教活动,开展1次得1分最高不超过5分。 (以上2项相加为本项得分)	
	(十七)创新宣传渠道(5分)	拓宽创新宣传渠道,充分利用电视、广播、报刊、网络等新闻媒体,每年在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息3次以上。	1. 充分利用电视、广播、报刊、网络等宣传渠道,宣传渠道有3种及以上得2分,宣传渠道少于3种,每少1种扣0.5分; 2. 在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息,每年3年及以上得3分,少1次扣2分。 (以上2项相加为本项得分)	
验收结论		得分: _____ 优( ) 良( ) 合格( ) 不合格( )		
存在的问题及建议(必填)				

注:得分90分(含)以上者为优,80(含)~90分者为良,60(含)~80分为合格,不满60分者为不合格。

附件 4-2

重庆市中医药文化宣传教育基地评分表（遗址遗迹类）

基地建设单位：\_\_\_\_\_ 评审时间\_\_\_\_\_ 专家签名\_\_\_\_\_

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
一.内涵建设(25分)	(一)文化主题(10分)	具有与本基地相关并有一定社会影响力的典故、传说、事迹等，相关介绍、展品、图片、标志、标牌等所涉及的中医药文化知识以及中医历史人物及事件内容，表述规范、准确。	1. 有与本基地相关的典故、传说、事迹，展现中医药主题突出，社会影响力大；相关介绍、展品、图片、标志、标牌等内容表述规范和准确，得 8-10 分。 2. 有与本基地相关的典故、传说、事迹，展现中医药主题较突出，有一定社会影响力；相关展品、图片、标志、标牌等内容表述较规范和准确，得 4-7 分。 3. 有与本基地相关的典故、传说、事迹，但中医药主题不突出，社会影响力有限；相关展品、图片、标志、标牌等内容表述不够规范和准确，得 0-3 分。	
	(二)文化产品(10分)	具有与本基地相关、制作精良的中医药文化产品，如科普读物、画册、音像制品、导游材料及中医药创意产品等。	1. 有与本基地相关、制作精良的科普读物、画册、音像制品、导游材料及中医药创意产品等，每件产品得 1 分，最高不超过 4 分； 2. 产品内容表述规范、准确，得 2 分； 3. 产品设计精美，每件产品得 1 分，最高不超过 4 分。 （以上 3 项相加为本项得分）	
	(三)新媒体(5分)	建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等，内容科学准确、专	1. 建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等中医药文化载体，并有专人维护，得 2 分。缺乏专人维护扣 1 分；	



一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
		人维护，内容更新间隔应小于1个月。	2. 网站、微博或公众号内容每月更新，且内容科学准确，得3分。内容不够科学规范扣2-3分，未做到每月更新扣3分。 (以上2项相加为本项得分)	
二.场地建设(15分)	(四)场地面积(5分)	有一定规模、固定用于中医药文化宣传教育展示及活动的室内外场所。展示面积原则上不少于8000m <sup>2</sup> ，并配有开展宣传教育活动所需的演示设施设备。	1. 有固定用于中医药文化宣教展示及活动的市内外场所。场所面积达到相应标准(8000m <sup>2</sup> )以上得3分，小于相应标准扣1分，小于相应标准的1/2(不含)扣2分； 2. 配备有开展宣教活动所需的演示设备，得2分，未配备扣2分。 (以上2项相加为本项得分)	
	(五)互动设施(6分)	有互动体验类设施和项目，可供游客演示、互动、体验。定期更新、补充项目，设施总完好率保持在90%以上。	1. 设施定期更新、补充，总完好率保持在90%及以上得4分，80(含)-90%得2分，70%(含)-80%得1分，低于70%扣4分； 2. 互动项目展品比例达10%及以上得2分；5%(含)-10%得1分，不足5%扣2分。 (以上2项相加为本项得分)	
	(六)标识标牌(4分)	有较为完善的基地说明牌、解说牌、导览牌。	有完善的说明牌、解说牌、导览牌，标识标牌内容准确而规范，得4分；标识标牌不完善扣1分，内容不准确、不规范扣2分。	
三.开放接待(10分)	(七)开放天数(4分)	年开放天数不少于190天，并向社会公布开放时间。	1. 年开放天数190天(含)以上得3分，100(含)-190天得2分，小于100天得1分； 2. 开放时间提前3天(含)以上对外公布，得1分；未提前公布扣1分。 (以上2项相加为本项得分)	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
	(八)接待人次(4分)	年接待参观人数不少于8万人次。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 年接待人数8万(含)人次以上,得4分;</li> <li>2. 年接待人数6万(含)-8万人次,得3分;</li> <li>3. 年接待人数2万(含)-4万人次,得2分;</li> <li>4. 年接待人数1万(含)-2万人次,得1分;</li> <li>5. 年接待人数不足1万人次,得0分。</li> </ol>	
	(九)参加大型活动开放次数(2分)	在市级以上大型中医药文化宣传教育活动期间能对公众开放。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 大型活动期间开放2次及以上,得2分;</li> <li>2. 大型活动期间开放1次,得1分;</li> <li>3. 未在大型活动期间对外开放,不得分。</li> </ol>	
四.经费投入(8分)	(十)投入与使用(8分)	<p>设有专项经费,列入该单位年度财务预算并实行专款专用。</p> <p>除一次性基础设施投入外,每年专项经费投入占单位年度总经费固定比例,并能确保中医药文化宣教工作正常开展。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 设有专项经费并列入单位年度预算,且投入占单位年度总经费固定比例,得4分。未列入预算不得分扣1分,未设定固定占有比例扣2分;</li> <li>2. 投入资金保证中医药文化宣教工作正常开展,且执行专款专用得4分。未执行专款专用扣2分,不能保证宣教活动正常开展扣2分。</li> </ol> <p>备注:无未设立专项经费本项不得分。</p> <p>(以上2项相加为本项得分)</p>	
五.工作队伍(12分)	(十一)领导机构(2分)	有专门的组织领导机构,其正职由该单位中层以上干部担任。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 有专门领导机构,且正职由单位中层以上干部担任,得2分;</li> <li>2. 有专门领导机构,正职由单位一般职工担任,得1分;</li> <li>3. 无专门领导机构,不得分。</li> </ol>	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
	(十二)人员配备(4分)	配备不少于4名的专职人员,并建立长期稳定的志愿者队伍,志愿者人数24人以上。	1. 配备专职人员达到相应标准(4名以上)得2分,少于4名扣1分,未配备专职人员本项不得分; 2. 建有长期稳定的志愿者队伍,志愿者人数达到24人以上,得2分;未建立志愿者队伍扣1分;志愿者队伍少于24人扣1分。 (以上2项相加为本项得分)	
	(十三)继续教育(6分)	有继续教育制度,基地工作人员每年业务培训时间不少于40学时。	1. 有规范的继续教育管理制度,基地工作人员每年业务培训时间40学时及以上,得6分; 2. 有较规范的继续教育管理制度,基地工作人员每年业务培训时间30(含)-40学时,得4分; 3. 有较规范的继续教育管理制度,基地工作人员每年业务培训时间20(含)-30学时,得2分; 4. 继续教育制度不规范或未建立继续教育管理制度,基地工作人员每年业务培训时间不足20学时,得0-1分。	
六. 宣传教育(30分)	(十四)大型宣教活动(10分)	积极参加市级以上大型中医药文化宣传教育活动和当地重大宣传教育活动,每年开展2次以上大型宣传教育活动。	1. 参加市级以上中医药文化宣教活动,参加1次得0.5分,最高不超过1分; 2. 参加当地重大宣传教育活动,参加1次得0.5分,最高不超过1分; 3. 每年开展大型宣传教育活动2次(含)以上得8分,开展1次得4分,未开展扣8分。 (以上3项相加为本项得分)	
	(十五)专题	针对社会热点和公众需求,结合本单位	1. 每年开展5次以上专题宣教活动,活动针对社会热点,能满足公众需求,创新新明显,特色鲜明,讲究实效,形式多样化,得6-7分;	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
	宣教活动（7分）	特色，每年开展4次以上有新意、特色明显、讲究实效、形式多样的专题宣传教育活动。	2. 每年开展3-4次专题宣教活动，活动针对社会热点，能满足公众需求，有一定新意和特色，讲究一定实效，形式较多样，得3-5分； 3. 每年开展1-2次专题宣教活动，活动未针对或针对一定社会热点，基本满足公众需求，缺乏新意和特色，实效不明显，形式较单一，得0-2分。	
	（十六）新媒体（2分）	积极利用新媒体开展线上中医药文化宣传教育活动。	充分利用新媒体开展宣教活动，得2分；开展不充分，得1分；未开展不得分。	
	（十七）社会宣教（6分）	与所在地的社区、乡镇、学校、部队及其他企事业单位等建立固定联系和工作制度，经常开展中医药文化进社区、进乡村、进校园等社会化宣传教育活动。	1. 建立固定联系和工作制度，得1分，未建立扣1分； 2. 每年开展中医药文化进社区、进乡村、进校园、进部队、进企事业单位等社会化宣教活动，开展1次得1分最高不超过5分。 （以上2项相加为本项得分）	
	（十八）创新宣传渠道（5分）	拓宽创新宣传渠道，充分利用电视、广播、报刊、网络等新闻媒体，每年在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息3次以上。	1. 充分利用电视、广播、报刊、网络等宣传渠道，宣传渠道有3种及以上得2分，宣传渠道少于3种，每少1种扣0.5分； 2. 在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息，每年3年及以上得3分，少1次扣2分。 （以上2项相加为本项得分）	
验收结论		得分：_____ 优（ ） 良（ ） 合格（ ） 不合格（ ）		
存在的问题及建议（必填）				

注：得分90分（含）以上者为优，80（含）~90分者为良，60（含）~80分为合格，不满60分者为不合格。

附件 4-3

重庆市中医药文化宣传教育基地评分表（教育科研机构类）

基地建设单位：\_\_\_\_\_ 评审时间\_\_\_\_\_ 专家签名\_\_\_\_\_

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
一.内涵建设(25分)	(一)文化主题(10分)	中医药特色明显、展示内容丰富、形式新颖，相关展品、图片、标志、标牌等所涉及的中医药文化知识以及中医历史人物及事件内容，表述规范、准确。	1. 中医药特色明显，展示内容丰富、形式新颖，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述规范、准确，得 8-10 分； 2. 中医药特色较明显，展示内容较丰富、形式较新颖，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述较规范、准确，得 4-7 分； 3. 中医药特色不明显，展示内容、形式单一，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述不规范、欠准确，得 0-3 分。	
	(二)文化产品(10分)	具有与本基地相关、制作精良的中医药文化产品，如科普读物、画册、音像制品、导游材料及中医药创意产品等。	1. 有与本基地相关、制作精良的科普读物、画册、音像制品、导游材料及中医药创意产品等，每件产品得 1 分，最高不超过 4 分； 2. 产品内容表述规范、准确，得 2 分； 3. 产品设计精美，每件产品得 1 分，最高不超过 4 分。 （以上 3 项相加为本项得分）	
	(三)新媒体(5分)	建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等，内容科学准确、专	1. 建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等中医药文化载体，并有专人维护，得 2 分。缺乏专人维护扣 1 分；	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
		人维护，内容更新间隔应小于1个月。	2. 网站、微博或公众号内容每月更新，且内容科学准确，得3分。内容不够科学规范扣2-3分，未做到每月更新扣3分。  (以上2项相加为本项得分)	
二. 场地建设 (15分)	(四) 场地面积 (5分)	机构内的标本馆、陈列馆、报告厅、种植园、实习实训基地等展教场所面积原则上不少于4000m <sup>2</sup> ；对外开放的实验室、工艺中心、技术中心等研究实验基地展教场所面积原则上不少于480m <sup>2</sup> 。	1. 机构内相关实训基地和实验基地场所面积达到相应标准(8000m <sup>2</sup> /420m <sup>2</sup> )以上得3分，小于相应标准扣2分，小于相应标准的1/2(不含)扣4分； 2. 配备有开展宣教活动所需的设施设备，得2分，未配备扣2分；  (以上2项相加为本项得分)	
	(五) 展品数量 (10分)	可供观众演示、互动、体验等互动项目的展品数量不少于总展品的30%。定期更新、补充展品，展品总完好率保持在90%以上。	1. 展品定期更新、补充，总完好率保持在90%及以上得6分，80(含)-90%得4分，70%(含)-80%得2分，低于70%扣6分； 2. 互动项目展品比例达30%及以上得4分；20%(含)-30%得2分，10%(含)-20%得1分，不足10%扣4分。  (以上2项相加为本项得分)	
三. 开放接待 (10分)	(六) 开放天数 (6分)	实训基地年开放天数不少于90天，实验基地年开放天数不少于30天。	1. 实训基地开放天数达到相应标准(90天)得3分，开放天数少于90天大于60天(含)扣1分，小于60天扣2分； 2. 实验基地开放天数达到相应标准(30天)得3分，开放天数少于30天大于15天(含)扣1分，小于15天扣2分。  (以上2项相加为本项得分)	
	(七) 接待人次 (4分)	年接待参观人数不少于4000人次。	1. 年接待人数4000(含)人次以上，得4分； 2. 年接待人数3000(含)-4000人次，得3分； 3. 年接待人数2000(含)-3000人次，得2分； 4. 年接待人数1000(含)-2000人次，得1分。 5. 年接待人数不足1000人次，不得分。	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
四. 经费投入 (8分)	(八) 投入与使用 (8分)	有稳定持续的经费, 确保中医药文化宣传教育工作正常开展。	1. 有稳定持续的经费投入并纳入单位预算, 得4分; 2. 投入经费能充分保证中医药文化宣教工作正常开展, 得4分; 不能充分保证扣2-4分。 备注: 无经费投入本项不得分。(以上2项相加为本项得分)	
五. 工作队伍 (12分)	(九) 人员配备 (12分)	配备不少于2名的专职人员, 并建立长期稳定的志愿者队伍, 志愿者人数12人以上。	1. 配备专职人员达到相应标准(2名以上)得6分, 少于2名扣4分, 未配备专职人员本项不得分; 2. 建有长期稳定的志愿者队伍, 志愿者人数达到12人以上, 得6分; 未建立志愿者队伍扣6分; 志愿者队伍少于12人扣4分。 (以上2项相加为本项得分)	
六. 宣传教育 (30分)	(十) 大型宣教活动 (10分)	积极参加市级以上大型中医药文化宣传教育活动和当地重大宣传教育活动, 每年开展2次以上大型宣传教育活动。	1. 参加市级以上中医药文化宣教活动, 参加1次得0.5分, 最高不超过1分; 2. 参加当地重大宣传教育活动, 参加1次得0.5分, 最高不超过1分; 3. 每年开展大型宣传教育活动2次(含)以上得8分, 开展1次得4分, 未开展扣8分。 (以上3项相加为本项得分)	
	(十一) 专题宣教活动 (7分)	针对社会热点和公众需求, 结合本单位特色, 每年开展4次以上有新意、特色明显、讲究实效、形式多样的专题宣传教育活动。	1. 每年开展5次以上专题宣教活动, 活动针对社会热点, 能满足公众需求, 创新新明显, 特色鲜明, 讲究实效, 形式多样化, 得6-7分; 2. 每年开展3-4次专题宣教活动, 活动针对社会热点, 能满足公众需求, 有一定新意和特色, 讲究一定实效, 形式较多样, 得3-5分; 3. 每年开展1-2次专题宣教活动, 活动未针对或针对一定社会热点, 基本满足公众需求, 缺乏新意和特色, 实效不明显, 形式较单一, 得0-2分。	
	(十二) 新媒体 (2分)	积极利用新媒体开展线上中医药文化宣传教育活动。	充分利用新媒体开展宣教活动, 得2分; 开展不充分, 得1分; 未开展不得分。	
	(十三) 社会	与所在地的社区、乡镇、学校、部队及	1. 建立固定联系和工作制度, 得1分, 未建立扣1分;	



一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
	宣教（6分）	其他企事业单位等建立固定联系和工作制度，经常开展中医药文化进社区、进乡村、进校园等社会化宣传教育活动。	2. 每年开展中医药文化进社区、进乡村、进校园、进部队、进企事业单位等社会化宣教活动，开展1次得1分最高不超过5分。 （以上2项相加为本项得分）	
	（十四）创新宣传渠道（5分）	拓宽创新宣传渠道，充分利用电视、广播、报刊、网络等新闻媒体，每年在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息1次以上。	1. 充分利用电视、广播、报刊、网络等宣传渠道，宣传渠道有3种及以上得3分，宣传渠道少于3种，每少1种扣1分； 2. 在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息每年达1次及以上得2分，未达到扣2分。 （以上2项相加为本项得分）	
验收结论		得分：_____ 优（ ） 良（ ） 合格（ ） 不合格（ ）		
存在的问题及建议（必填）				

注：得分90分（含）以上者为优，80（含）~90分者为良，60（含）~80分为合格，不满60分者为不合格。



附件 4-4

重庆市中医药文化宣传教育基地评分表（医疗机构类）

基地建设单位：\_\_\_\_\_ 评审时间\_\_\_\_\_ 专家签名\_\_\_\_\_

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
一.内涵建设（25分）	（一）文化主题（10分）	中医药特色优势突出，在医德医风、名医名家学术经验传承、中医学学术流派传承等方面有典型意义。展示内容丰富、形式新颖，相关展品、图片、标志、标牌等所涉及的中医药文化知识以及中医历史人物及事件内容，表述规范、准确。	1. 中医药特色优势明显，医德医风、学术传承等典型意义突出，展示内容丰富、形式新颖，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述规范而准确，得 8-10 分； 2. 中医药特色优势较明显，医德医风、学术传承等典型意义较突出，展示内容较丰富、形式较新颖，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述较规范和准确，得 4-7 分； 3. 中医药特色优势不明显，医德医风、学术传承等典型意义不突出，展示内容、形式单一，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述不规范、欠准确，得 1-3 分。	
	（二）文化产品（10分）	具有与本基地相关、制作精良的中医药文化产品，如科普读物、画册、音像制品及中医药创意产品等。	1. 有与本基地相关、制作精良的科普读物、画册、音像制品及中医药创意产品等，每件产品得 1 分，最高不超过 4 分； 2. 产品内容表述规范、准确，得 2 分； 3. 产品设计精美，每件产品得 1 分，最高不超过 4 分。 （以上 3 项相加为本项得分）	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
	(三)新媒体 (5分)	建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等，内容科学准确、专人维护，内容更新间隔应小于1个月。	1. 建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等中医药文化载体，并有专人维护，得2分。缺乏专人维护扣1分； 2. 网站、微博或公众号内容每月更新，且内容科学准确，得3分。内容不够科学规范扣2-3分，未做到每月更新扣3分。 (以上2项相加为本项得分)	
二.场地建设(15分)	(四)场地面积(5分)	中医药文化景观、标本馆、陈列馆、报告厅、特色科室病房、实习实训基地等展教场所面积不少于1600m <sup>2</sup> 。	场所面积达到相应标准(1600m <sup>2</sup> )得5分，小于相应标准1/2(不含)扣2分，小于相应标准1/4(不含)扣3分，无展教场所不得分。	
	(五)互动设施(10分)	有互动体验类展品或服务。应有一定数量可供观众演示、互动、体验的展品或中医药服务，定期更新、补充展品，展品总完好率保持在90%以上。	1. 展品定期更新、补充，总完好率保持在90%及以上得6分，80(含)-90%得4分，70(含)-80%得2分，低于70%扣6分； 2. 互动项目展品比例达10%及以上得4分；5(含)-10%得2分，不足5%扣4分。 (以上2项相加为本项得分)	
三.开放接待(10分)	(六)开放天数(4分)	标本馆、陈列馆、报告厅等年开放天数不少于160天。	1. 年开放天数160天以上，得4分； 2. 年开放天数120(含)-160天，得3分； 3. 年开放天数80(含)-120天，得2分； 4. 年开放天数60(含)-80天，得1分； 5. 年开放天数少于60天，不得分。	
	(七)接待人次(6分)	年接待参观人数不少于4万人次。	1. 年接待人数4万(含)人次以上，得6分； 2. 年接待人数2.5万(含)-4万人次，得4分； 3. 年接待人数1万(含)-2.5万人次，得2分； 4. 年接待人数不足1万人次，不得分。	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
四.经费投入(8分)	(八)投入与使用(8分)	有稳定持续的经费,确保中医药文化宣传教育工作正常开展。	1. 有稳定持续的经费投入并纳入单位预算,得4分; 2. 投入经费能充分保证中医药文化宣教工作正常开展,得4分;不能充分保证扣2-4分; 备注:无专项经费投入本项不得分。(以上2项相加为本项得分)	
五.工作队伍(12分)	(九)人员配备(12分)	配备不少于2名的专职人员,并建立长期稳定的志愿者队伍,志愿者人数12人以上。	1. 配备专职人员达到相应标准(2名以上)得6分,少于2名扣4分,未配备专职人员本项不得分; 2. 建有长期稳定的志愿者队伍,志愿者人数达到12人以上,得6分;未建立志愿者队伍扣6分;志愿者队伍少于12人扣4分。 (以上2项相加为本项得分)	
六.宣传教育(30分)	(十)大型宣教活动(10分)	积极参加市级以上大型中医药文化宣传教育活动和当地重大宣传教育活动,每年开展2次以上大型宣传教育活动。	1. 参加市级以上中医药文化宣教活动,参加1次得0.5分,最高不超过1分; 2. 参加当地重大宣传教育活动,参加1次得0.5分,最高不超过1分; 3. 每年开展大型宣传教育活动2次(含)以上得8分,开展1次得4分,未开展扣8分。 (以上3项相加为本项得分)	
	(十一)专题宣教活动(7分)	针对社会热点和公众需求,结合本单位特色,每年开展4次以上有新意、特色明显、讲究实效、形式多样的专题宣传教育活动。	1. 每年开展5次以上专题宣教活动,活动针对社会热点,能满足公众需求,创新新明显,特色鲜明,讲究实效,形式多样化,得6-7分; 2. 每年开展3-4次专题宣教活动,活动针对社会热点,能满足公众需求,有一定新意和特色,讲究一定实效,形式较多样,得3-5分; 3. 每年开展1-2次专题宣教活动,活动未针对或针对一定社会热点,基本满足公众需求,缺乏新意和特色,实效不明显,形式较单一,得0-2分。	
	(十二)新媒体(2分)	积极利用新媒体开展线上中医药文化宣传教育活动。	充分利用新媒体开展宣教活动,得2分;开展不充分,得1分;未开展不得分。	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
	(十三)社会宣教(6分)	与所在地的社区、乡镇、学校、部队及其他企事业单位等建立固定联系和工作制度,经常开展中医药文化进社区、进乡村、进校园等社会化宣传教育活动。	1. 建立固定联系和工作制度,得1分,未建立扣1分; 2. 每年开展中医药文化进社区、进乡村、进校园、进部队、进企事业单位等社会化宣教活动,开展1次得1分最高不超过5分。 (以上2项相加为本项得分)	
	(十四)创新宣传渠道(5分)	拓宽创新宣传渠道,充分利用电视、广播、报刊、网络等新闻媒体,每年在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息1次以上。	1. 充分利用电视、广播、报刊、网络等宣传渠道,宣传渠道有3种及以上得3分,宣传渠道少于3种,每少1种扣1分; 2. 在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息每年达1次及以上得2分,未达到扣2分。 (以上2项相加为本项得分)	
验收结论		得分: _____ 优( ) 良( ) 合格( ) 不合格( )		
存在的问题及建议(必填)				

注:得分90分(含)以上者为优,80(含)~90分者为良,60(含)~80分为合格,不满60分者为不合格。

附件 4-5

重庆市中医药文化宣传教育基地评分表（企业类）

基地建设单位：\_\_\_\_\_ 评审时间\_\_\_\_\_ 专家签名\_\_\_\_\_

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
一. 内涵建设（25分）	（一）文化主题（10分）	中医药特色优势突出，在传承发展传统技艺、医德医风等方面有典型意义。展示内容丰富、形式新颖，相关展品、图片、标志、标牌等所涉及的中医药文化知识以及中医历史人物及事件内容，表述规范、准确。	1. 中医药特色优势明显，传统技艺、医德医风等典型意义突出，展示内容丰富、形式新颖，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述规范而准确，得 8-10 分； 2. 中医药特色优势较明显，传统技艺、医德医风等典型意义较突出，展示内容较丰富、形式较新颖，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述较规范和准确，得 4-7 分； 3. 中医药特色优势不明显，传统技艺、医德医风等典型意义不突出，展示内容、形式单一，相关展品、图片、标志、标牌等内容表述不规范、欠准确，得 0-3 分。	
	（二）文化产品（10分）	具有与本基地相关、制作精良的中医药文化产品，如科普读物、画册、音像制品及中医药创意产品等。	1. 有与本基地相关、制作精良的科普读物、画册、音像制品及中医药创意产品等，每件产品得 1 分，最高不超过 4 分； 2. 产品内容表述规范、准确，得 2 分； 3. 产品设计精美，每件产品得 1 分，最高不超过 4 分。 （以上 3 项相加为本项得分）	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
	(三)新媒体 (5分)	建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等，内容科学准确、专人维护，内容更新间隔应小于1个月。	1. 建有介绍本基地的中医药文化网站、微博或微信公众号等中医药文化载体，并有专人维护，得2分。缺乏专人维护扣1分； 2. 网站、微博或公众号内容每月更新，且内容科学准确，得3分。内容不够科学规范扣2-3分，未做到每月更新扣3分。 (以上2项相加为本项得分)	
二.场地建设(15分)	(四)场地面积(5分)	宣传教育展厅原则上不少于400m <sup>2</sup> ，能供公众参观学习相关中医药文化知识、展示企业文化。	场所面积达到相应标准(400m <sup>2</sup> )得4分，小于相应标准1/2(不含)扣2分，小于相应标准1/4(不含)扣3分。	
	(五)互动设施(10分)	有互动体验类展品或服务。应有一定数量可供观众演示、互动、体验的展品或中医药服务，定期更新、补充展品，展品总完好率保持在90%以上。	1. 展品定期更新、补充，总完好率保持在90%及以上得6分，80(含)-90%得4分，70%(含)-80%得2分，低于70%扣6分； 2. 互动项目展品比例达10%及以上得4分；5%(含)-10%得2分，不足5%扣4分。 (以上2项相加为本项得分)	
三.开放接待(10分)	(六)开放天数(4分)	企业的室内展厅年开放天数不少于160天。	1. 年开放天数160天以上，得4分； 2. 年开放天数120(含)-160天，得3分； 3. 年开放天数80(含)-120天，得2分； 4. 年开放天数60(含)-80天，得1分； 5. 年开放天数少于60天，不得分。	
	(七)接待人次(6分)	年接待参观人数不少于2400人次。	1. 年接待人数2400(含)人次以上，得6分； 2. 年接待人数1500(含)-2400人次，得4分； 3. 年接待人数800(含)-1500人次，得2分； 4. 年接待人数不足800人次，不得分。	

一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
四. 经费投入 (8分)	(八) 投入与使用 (8分)	设有专项经费, 列入该单位年度财务预算并实行专款专用。 除一次性基础设施投入外, 每年专项经费投入占单位年度总经费固定比例, 并能确保中医药文化宣教工作正常开展。	1. 设有专项经费并列入单位年度预算, 且投入占单位年度总经费固定比例, 得4分。未列入预算不得分扣1分, 未设定固定占有比例扣2分; 2. 投入资金保证中医药文化宣教工作正常开展, 且执行专款专用得4分。未执行专款专用扣2分, 不能保证宣教活动正常开展扣2分。 备注: 无未设立专项经费本项不得分。 (以上2项相加为本项得分)	
五. 工作队伍 (12分)	(九) 人员配备 (12分)	配备不少于2名的专职人员, 并建立长期稳定的志愿者队伍, 志愿者人数4人以上。	1. 配备专职人员达到相应标准(2名以上)得6分, 少于2名扣4分, 未配备专职人员本项不得分; 2. 建有长期稳定的志愿者队伍, 志愿者人数达到4人以上, 得6分; 未建立志愿者队伍扣6分; 志愿者队伍少于4人扣6分。 (以上2项相加为本项得分)	
六. 宣传教育 (30分)	(十) 大型宣教活动 (10分)	积极参加市级以上大型中医药文化宣传教育活动和当地重大宣传教育活动, 每年开展2次以上大型宣传教育活动。	1. 参加市级以上中医药文化宣教活动, 参加1次得0.5分, 最高不超过1分; 2. 参加当地重大宣传教育活动, 参加1次得0.5分, 最高不超过1分; 3. 每年开展大型宣传教育活动2次(含)以上得8分, 开展1次得4分, 未开展扣8分。 (以上3项相加为本项得分)	
	(十一) 专题宣教活动 (7分)	针对社会热点和公众需求, 结合本单位特色, 每年开展2次以上有新意、特色明显、讲究实效、形式多样的专题宣传教育活动。	1. 每年开展3次以上专题宣教活动, 活动针对社会热点, 能满足公众需求, 创新新明显, 特色鲜明, 讲究实效, 形式多样化, 得6-7分; 2. 每年开展2次专题宣教活动, 活动针对社会热点, 能满足公众需求, 有一定新意和特色, 讲究一定实效, 形式较多样, 得3-5分; 3. 每年开展1次专题宣教活动, 活动未针对或针对一定社会热点, 基本满足公众需求, 缺乏新意和特色, 实效不明显, 形式较单一, 得0-2分。	
六. 宣教	(十二) 新媒	积极利用新媒体开展线上中医药文化宣	充分利用新媒体开展宣教活动, 得2分; 开展不充分, 得1分; 未开展不得分。	



一级指标	二级指标	评分标准	评分细则	得分
育（续）	体（2分）	传教育活动。		
	（十三）社会宣教（6分）	与所在地的社区、乡镇、学校、部队及其他企事业单位等建立固定联系和工作制度，经常开展中医药文化进社区、进乡村、进校园等社会化宣传教育活动。	1. 建立固定联系和工作制度，得1分，未建立扣1分； 2. 每年开展中医药文化进社区、进乡村、进校园、进部队、进企事业单位等社会化宣教活动，开展1次得1分最高不超过5分。 （以上2项相加为本项得分）	
	（十四）创新宣传渠道（5分）	拓宽创新宣传渠道，充分利用电视、广播、报刊、网络等新闻媒体，每年在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息1次以上。	1. 充分利用电视、广播、报刊、网络等宣传渠道，宣传渠道有3种及以上得3分，宣传渠道少于3种，每少1种扣1分； 2. 在区县级以上媒体公开报道中医药文化宣传教育工作信息每年达1次及以上得2分，未达到扣2分。 （以上2项相加为本项得分）	
验收结论		得分：_____ 优（ ） 良（ ） 合格（ ） 不合格（ ）		
存在的问题及建议（必填）				

注：得分90分（含）以上者为优，80（含）~90分者为良，60（含）~80分为合格，不满60分者为不合格。