

ICS 点击此处添加 ICS 号

CCS 点击此处添加 CCS 号

XX/T XXXXX—XXXX

代替 XX/T

中华人民共和国体育行业标准

体育消费活力城市等级划分与评定

Classification and accreditation for sports consumption vitality city

(点击此处添加与国际标准一致性程度的标识)

(征求意见稿)

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

— XX — XX 发布

XXXX — XX — XX 实施

国家体育总局 发布

目 次

前 言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 等级划分和依据	1
5 总则	1
6 基本要求	1
7 等级评定	2
附录 A	3
(规范性)	3
体育消费活力城市等级评定项目与分值	3

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。

本文件由国家体育总局体育经济司提出。

本文件由国家体育总局归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

体育消费活力城市等级划分与评定

1 范围

本文件给出了体育消费活力城市的等级划分和依据，确立了总体原则，规定了国家级和省级体育消费活力城市的基本条件，描述了等级评定的方法。

本文件适用于体育消费活力城市的等级划分和评定工作。

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

体育消费活力城市 sports consumption vitality city

积极开展体育消费政策创新、机制创新、模式创新与产品创新，在激发体育市场活力、释放体育消费潜力、扩大体育消费规模、优化体育消费结构上取得显著成效的城市。

4 等级划分和依据

4.1 等级划分

体育消费活力城市按如下等级进行划分：

——国家级体育消费活力城市，面向副省级城市、地级城市、直辖市所辖区县。

国家级体育消费活力城市须至少拥有 2 个国家级体育产业发展载体（国家体育产业示范基地、国家体育产业示范单位、国家体育产业示范项目、国家体育旅游示范基地、国庆/春节假期体育旅游精品线路以及国家级滑雪旅游度假地）；

——省级体育消费活力城市，面向副省级城市、地级城市、直辖市所辖区县以及县、县级市、地级市所辖区。

省级体育消费活力城市须至少拥有 1 个国家级体育产业发展载体或者 2 个省级体育产业发展载体（省级体育产业示范基地、省级体育产业示范单位、省级体育产业示范项目、省级体育旅游示范基地、省级体育旅游精品线路以及省级滑雪旅游度假地）。

4.2 划分依据

在符合第 5 章和第 6 章基础上，以体育消费基础条件、体育消费场地设施、体育消费市场培育、体育消费品牌打造、体育消费政府支持、体育消费社会环境、体育消费工作成效为等级划分依据。

5 总则

5.1 坚持中国特色社会主义道路，坚持以人民为中心的发展思想。

5.2 引导城市筑牢体育消费发展基础、完善体育消费要素支撑、优化体育消费结构、增强体育消费创新动力。

5.3 发挥国家级和省级体育消费活力城市的引领带动作用，进一步释放体育消费潜力。

6 基本要求

6.1 体育产业基础较好

- 6.1.1 有明确的体育产业发展规划。
- 6.1.2 有一定规模的体育企业。
- 6.1.3 体育产品和服务供给丰富,能够满足当地居民的体育消费需求。
- 6.1.4 体育产业增加值占 GDP 比重、人均体育消费支出居全省(区、市)前列。

6.2 体育消费工作机制健全

- 6.2.1 已建立政府多部门合作的体育产业发展工作协调机制。
- 6.2.2 制定促进体育消费的相关文件。

6.3 体育消费统计制度完备

- 6.3.1 已经建立体育消费统计调查工作机制。
- 6.3.2 已持续开展两年体育消费数据统计调查工作,且调查数据完备。

6.4 体育消费基础设施健全

- 6.4.1 各类体育设施覆盖城乡、结构合理、功能健全。
- 6.4.2 人均体育场地面积位居全省(区、市)前列。

6.5 体育消费支持措施明确

- 6.5.1 落实国家关于促进体育消费、发展体育产业的各项优惠政策。
- 6.5.2 在体育用地供给、体育企业融资、中小体育企业发展等方面有明确支持措施。

6.6 近3年体育领域未发生重大安全生产事故。

7 等级评定

7.1 评定原则

客观科学、综合全面、广泛参与、独立公正、可操作、可衡量、可持续。

7.2 评分说明

7.2.1 等级评定总分为100分,包括体育消费基础条件8分、体育消费场地设施10分、体育消费市场培育14分、体育消费品牌打造14分、体育消费政府支持26分、体育消费社会环境14分、体育消费工作成效14分。

7.2.2 采用定量评价与定性评价相结合的评分方法。

序号1-23、35-38的评定指标采用定量评价法。附录A中的表A1第5列,给出了每个评价指标结果的分值区间,申报城市实际数值落在哪个区间内,该区间所对应的分数即申报城市该项指标的分值。

序号24-34的评定指标采用定性评价法。由评定人员根据城市递交的文字材料,结合现场评估情况进行综合评价后打分。

[示例]定量评价法

以序号1“城市居民人均体育消费支出”指标为例,假设申报城市年度居民人均体育消费支出均值为3500元,该数值落在“高于3000元,5分”区间内,则该项指标为5分。

照附录A的要求进行等级评定和评分。

- a) 省级体育消费活力城市: 参评城市评定得分高于80分。
- b) 国家级体育消费活力城市: 参评城市评定得分高于90分。

7.3 评定人员

- 7.3.1 熟悉有关法律和政策,熟悉体育消费工作。
- 7.3.2 具有维护评定工作客观、公平、公正的职业道德与操守。

7.3.3 参与等级评定工作之前应向有关方面申请利益相关性。

7.4 评定流程

7.4.1 按第5章和第6章的要求，各类城市可根据自身情况向评定机构提出申请，并提交自评报告及相关材料。

7.4.2 评定机构根据细则开展评定，并出具评定报告。

附录 A

(规范性)

体育消费活力城市等级评定项目与分值

表 A.1 规定了体育消费活力城市等级评定内容

表 A.1 体育消费活力城市等级评定内容

序号	评定项目	分项总分	评定指标	说明	最高分值
1	体育消费基础条件	8	经常参加体育锻炼人数比例	37.2%-40%，1分； 40%-42%，1.5分； 超过42%，2分。	2
2			每千人拥有社会体育指导员数量	2.53人-3人，1分； 3人-3.5人，1.5分； 超过3.5人，2分。	2
3			城乡居民达到《国民体质测定标准》合格以上的比例	90.4%-92%，1分； 92%-95%，1.5分； 超过95%，2分。	2
4			体育消费数字平台数量	有体育消费数字平台，1分； 有2个，1.5分； 超过2个，2分。	2
5	体育消费场地设施	10	人均体育场地面积	2.62平方米-3平方米，1分； 3平方米-3.5平方米，1.5分； 超过3.5平方米，2分。	2
6			人均体育场地面积年增速	0-10%，0.5分 超过10%，1分	2
7			近三年新建居住区体育设施室内人均建筑面积或室外人均用地面积	高于人均建筑面积0.1或室外人均用地0.3平方米，2分	2
8			每万人拥有“三大球”场地（包括室内场地，主要指11人制足球场、7（8）人制足球场、5人制足球场、标准篮球场、标准排球场）数量	8-9个，1分 9-10个，1.5分 超过10个，2分	2
9			向社会开放体育场馆的学校占本市学校的比例	50%-60%，1分； 60%-70% 1.5分； 超过70%，2分。	2
10		14	体育企业数量	2000个-3000个，1分； 3000个-5000个，1.5分； 超过5000个，2分。	2
11			体育类上市公司数量	1个，1分； 超过1个，2分。	2
12			参与全国职业联赛的职业体育俱乐部数量	1个，1分； 2个，1.5分；	2

				3个,2分。	
13	体育消费市场培育		工业和信息化部认定的体育领域国家级“专精特新”“小巨人”“制造业单项冠军”企业数量	1个,1分; 2个,2分; 3个,3分; 超过3个,4分。	4
14			省级工业和信息化主管部门认定的体育领域“专精特新”“小巨人”“制造业单项冠军”企业数量	3个-4个,1分; 5个-6个,1.5分; 超过6个,2分。	2
15			体育产业引导资金总规模(主要指由政府财政出资)	有体育产业引导(投资)资金,1分; 500万-1000万,1.5分; 超过1000万,2分。	2
16		14	市(区)本级及所辖县区举办的参与人数超过1000人以上的群众性活动数量	30个-40个,1分; 40个-50个,1.5分; 超过50个,2分。	2
17			连续3年(含)以上举办的省级(含)以上专业性赛事数量	6个-8个,1分; 8个-10个,1.5分; 超过10项,2分。 1个国家级(含)以上赛事折算为2个省级赛事。	2
18	体育消费品牌打造		举办促进体育消费活动数量	6个-8个,1分; 8个-10个,1.5分; 超过10个,2分。	2
19			举办面积超过5000平米以上的体育产业展会活动数量	1个,1分; 超过1个,2分。	2
20			国家级体育产业发展载体数量(参考4.1的界定)	2个1分; 3-4个,2分; 5-6个,3分; 超过6个,4分。	4
21			省级体育产业发展载体数量(参考4.1的界定)	3-4个,1分; 4-8个,1.5分; 超过8个,2分。	2
22		26	近三年研制的促进体育消费文件数量	1个,1分; 2-3个,1.5分; 3-4个,2分; 4-5个,2.5分; 超过5个,3分。	3
23			上一年度通过财政经费发放的体育消费券规模	有通过财政经费发放的体育消费券,1分; 超过200万,2分。	2
24	体育消费政府支持		建立市级体育消费宣传引导机制及成效情况	定性评价法	3
25			体教融合促进消费工作情况	定性评价法	3
26			体旅融合促进消费工作情况	定性评价法	3
27			体卫(医)融合促进消费工作情况	定性评价法	3
28			体育与科技融合促进消费工作情况	定性评价法	3
29		体育与康养等其他行业融合促进消费工作的情况	定性评价法	3	

30			恢复和扩大体育消费的其他创新举措（如体育消费统计、体育标准化建设、体育人才培养等）	定性评价法	3
31	体育消费 社会环境	14	围绕体育消费建立的预付款制度情况	定性评价法	3
32			体育消费者权益保护机制建设情况	定性评价法	3
33			金融机构针对体育企业的信贷产品和服务	定性评价法	3
34			体育领域安全生产工作情况	定性评价法	5
35	体育消费 工作成效	14	居民年度人均体育消费支出	1000元-2000元，1分； 2000元-2500元，2分； 2500元-3000元，3分； 高于3000元，4分。	4
36			居民年度人均体育消费支出年增长率	0-10%，1分； 10%-15%，2分； 15%-20%，3分； 高于20%，4分。	4
37			居民年度人均体育消费支出占当年人均可支配收入比例	0-4%，1分； 4%-5%，2分； 5%-6%，3分； 高于6%，4分。	4
38			居民体育消费年度总规模	200亿-250亿，0.5分； 250亿-300亿，1分； 300亿-350亿，1.5分； 高于350亿，2分。	2