

ICS 03.200

CCS A 12

**DB21**

辽宁省地方标准

DB 21/T XXXX-2025

## “辽宁手礼”旅游商品认证通用要求

草案版次选择

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实

施

发布

DB 21/T XXXx-xxxx

# 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	4
2 规范性引用文件 .....	4
3 术语和定义 .....	4
4 基本要求 .....	5
5 品牌管理 .....	5
6 评价 .....	

DB 21/T XXXX-XXXX

## 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内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由辽宁省文化和旅游厅提出并归口。

本文件起草单位：辽宁省旅游商品协会、XXX

本文件主要起草人：XXX

本文件发布实施后，任何单位和个人如有问题和意见建议，均可通过来电和来函等方式进行反馈，我们将及时答复并认真处理，根据实际情况依法进行评估及复审。

## “辽宁手礼”旅游商品认证通用要求

### 1 范围

本文件规定了“辽宁手礼”旅游商品的术语和定义、基本要求、品牌管理及评价。本文件适用于“辽宁手礼”旅游商品的经营要求。

### 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

##### “辽宁手礼”

是指辽宁地域特色的商品，具有一定的文化内涵或工艺价值的礼品，作为城市标志性代表的礼物，俗称伴手礼或特产，通常用于赠送亲友、客户或游客能够购买的，具有地域特色、有代表性便于携带及浓厚的文化属性，表达心意、传递祝福或展示辽宁地域风情。

#### 3.2 “辽宁手礼”旅游商品分类

包括但不限于以下分类：

- a) 土特产品类：包括地方特色农副产品等，地方初级农产品的衍生品，具有地域文化内涵，方便快捷，开袋即食且美味；
- b) 旅游休闲食品类：指经过加工的、有包装、开袋即食具有地方风味的，包括休闲食品、方便食品、茶品、旅游冲调品和饮品、酒、调味品等；
- c) 电子和电器类：包括旅游电子、电器产品等；
- d) 日用化学品类：包括化妆品和洗护用品等；
- e) 服饰和家居纺织品类：指以丝绸、棉、麻、化纤和皮毛等为原材料，工业化生产的袜子、手套、围巾、领带、枕头、被褥、坐垫等；
- f) 箱包类：包括购物袋、手提包、钱包、背包、单肩包、挎包、腰包、拉杆箱、手提箱等；
- g) 鞋帽类：指以丝绸、棉、麻、毛、皮、化纤等为原材料，工业化生产的鞋、帽；
- h) 文化日用陶瓷和玻璃类：指具有地域特色文化，创意设计、工业化生产的生活日用类陶瓷制品、玻璃器具；
- i) 文化日用金属品和石质品类：指具有地域特色文化，创意设计、工业化生产的生活日用类金属制品和石质制品；
- j) 文化日用合成品类：指具有地域特色文化，创意设计、工业化生产的合成材料居家用品、办公用品等；
- k) 文化日用竹木品和香品类：包括具有地域特色文化，创意设计、工业化生产的生活日用类竹、木制品，以及利用可被人嗅觉到香气的物质制作的线香、盘香、香水、香囊等；
- l) 一次性用品类：指仅使用一次的工业产品，包括一次性环保文化餐具、一次性环保文化纸杯、一次性剃须刀、一次性马桶坐垫等；
- m) 个人装备和体育用品类：包括照明类、炊具类、水具类、野营类、交通类、体育用球类等；

- n) 首饰类：指以各种金属材料、宝玉石材料、有机材料等加工而成的耳环、项链、戒指、手镯等装饰人体的装饰品；
- o) 玩具和趣味园艺工具类：指具有娱乐性、教育性、安全性，供玩耍游戏的工业产品、园艺工具；
- p) 工艺品类：指以手工为主制作的、传统工艺特色的工艺美术品、民间工艺制品等；
- q) 纪念品和文具类：包括具有纪念意义的小型低值旅游商品，学生和办公人员常用的笔、本、盒、夹、垫等；
- r) 科技文化创意产品：融合现代科技、文化内涵、创意美学的文创产品。

## **4 基本要求**

### **4.1 经营者基本要求**

- 4.1.1 经营者在辽宁省登记注册，符合国家有关法律、法规和强制性标准的要求，取得国家要求的相关资质，具备相应规模。
- 4.1.2 经营者具有可靠的生产技术条件、技术装备，有持续满足旅游者需求的能力。
- 4.1.3 销售的旅游商品要保质保量，所售商品必须具有地域特色，必须是辽宁省内生产，严禁省外代工冒充本地特产销售。
- 4.1.4 旅游商品生产与销售均符合国家政策规定，不出售任何违法违规生产或销售的商品，旅游商品的进货、销售与质量安全均有保证。
- 4.1.5 经营者宜建立健全与企业生产经营等相关的标准化制度。
- 4.1.6 经营者三年内无行政处罚、未列入违法失信企业名单。

### **4.2 “辽宁手礼”旅游商品基本要求**

- 4.2.1 旅游商品质量有保证，严禁销售假冒伪劣商品。所售商品需提供价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分、使用说明书等情况说明。
- 4.2.2 旅游商品的质量要有时间保证，严禁销售过期商品，包装说明书上应附有明确的生产日期、有效期限、检验合格证明及检验员号码、售后服务等。
- 4.2.3 旅游商品均具备溯源途径，可以追踪到产品的生产、加工、贮藏、销售等各个环节。
- 4.2.4 种类、品种、规格丰富齐全，能满足游客购物的基本需求。

### **4.3 “辽宁手礼”品牌基本要求**

- 4.3.1 申请“辽宁手礼”品牌的经营者除需满足 4.1 及 4.2 的要求外，其所经营的商品需满足本文件 6.2 中规定的要求。

## **5 品牌管理**

### **5.1 品牌推广**

- 5.1.1 “辽宁手礼”品牌的传播和推广方案和内容应符合相关法律法规和公序良俗。
- 5.1.2 使用统一的“辽宁手礼”品牌商标。
- 5.1.3 依托不同载体和渠道，建立品牌的传播推广体系，提高品牌知名度，包括但不限于：
  - 利用主流媒体、新媒体、自媒体传播；
  - 入驻电商平台、直播带货；
  - 参加展会、论坛、峰会等活动。
- 5.1.4 加强品牌文化建设，讲好品牌文化故事，将品牌文化与传播推广相结合，提升“辽宁手礼”品牌价值，包括但不限于：

——通过挖掘辽宁文化内涵，将历史故事、风土人情、宗教文化、人文景观、饮食习俗、非物质文化遗产、山水环境等元素融入“辽宁手礼”旅游商品文化建设和传播推广中；

——讲好“辽宁手礼”旅游商品本身蕴含的文化价值，着力挖掘商品背后承载的独特文化要素，并用鲜明的手段外显商品的文化要素

## 5.2 品牌维护

对“辽宁手礼”品牌的维护工作包括，但不限于：

——制定品牌知识产权管理制度，加强品牌相关知识产权的创建、运用和保护；

——通过专利、商标、版权、地理标志等多种途径保护品牌的知识产权，建立知识产权合规管理体系，依法保护品牌形象和竞争优势；

——建立识别、响应和处理恶意知识产权侵权处理程序，与相关行政、司法机构建立联系，保护品牌权益，依法维护顾客及其他利益相关方的利益；

——持续品牌管理，品牌培育是一个长期的过程，应持续地管理和维护，定期监测市场反馈和消费者反应，根据需要进行品牌定位的调整和优化。

## 5.3 品牌风险管理

对“辽宁手礼”品牌的风险管理包括，但不限于：

——制定品牌危机管理制度，及时化解品牌危机，维护品牌形象；

——建立风险规避和紧急事件响应程序，对品牌管理中潜在的风险进行分析并及时预警；——定期进行风险评估和应急预案有效性测试，不断改进和完善危机处理机制；

——建立品牌侵权处理机制，通过协商、诉讼、仲裁、调解，请求行政主管部门处理等不同方式处理品牌侵权行为；

——建立顾客投诉处理机制和产品召回制度，依法维护顾客合法权益。

## 5.4 品牌监督

对“辽宁手礼”品牌的监督工作包括，但不限于：

——对品牌使用方进行品牌规范化使用检查或巡查，对不按规定使用或未经授权擅自使用“辽宁手礼”品牌或使用相同、相近商标的主体，将依照《中华人民共和国商标法》及有关规定，提请市场监管部门依法查处或向人民法院起诉；对情节严重，构成犯罪的，报请司法机关追究侵权者的刑事责任；

——建立商品溯源体系，保障商品质量和全生产销售流程可追溯，增加品牌信任度；

——对已经授权使用的的经营者建立监督机制和品牌召回机制，以保证“辽宁手礼”的公信力和品牌价值。

## 6 评价

6.1 经营者满足基本要求中 4.1 及 4.2 后，对旅游商品按照附录 A 进行商品评价。

6.2 “辽宁手礼”旅游商品评价表为 100 分，根据评价表，得分不低于 80 分，便可以使用“辽宁手礼”品牌。

附录 A

(规范性)

“辽宁手礼”旅游商品评价表

A.1 “辽宁手礼”旅游商品评价条款及分值见表 A.1。

表 A.1 “辽宁手礼”旅游商品评价表

<p>注 1:程度,完全达到该项目要求的,给满分;部分达到该项目要求的,酌情给分;完全不能达到该项目要求的,不给分。                  注 2:判断,符合该项目要求的,给满分;不符合或部分符合该项目要求的,不给分。</p>				
大项	评价项目	评价细则	评分标准	备注
质量 (20分)	符合产品标准或安全卫生标准(10分)		判断	此三项为否定项,不满足则不具备“辽宁手礼”品牌使用资格。
	有产品质量合格检验证明(5分)		判断	
	提供产品的价格、产地、经营者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、使用方法说明书、售后服务等情况(5分)		判断	
地域特色 (10分)	具有辽宁地域元素,辽宁特色(6分)	依据商品体现的辽宁或旅游目的地的地域元素来评价,能够鲜明的体现特色得满分;具有一定地域元素,比较能体现特色的酌情给分;不能体现特色或地域元素的不给分。	程度	
	契合辽宁特色的文化底蕴(4分)	依据商品所具备文化底蕴以及文化与辽宁的地域性的契合程度来评价,具备浓厚的契合辽宁特色的文化底蕴并且能够清晰地商品上体现的满	程度	

		分;具有一定契合辽宁特色的文化底蕴并能够在商品上体现的酌情给分;不具备文化底蕴或者不能清晰的体现在商品上的不得分。		
包装设计 (15分)	包装美观大方、设计精美、色彩搭配和谐、文字易于识别、满足相关法律法规。(3分)	依据商品包装的外观是否满足美观大方、设计精美、色彩搭配和谐、文字易于识别酌情打分。	程度	商品外包装违反相关法律法规此项不得分。
	诠释文化底蕴,具有辽宁地域特色(5分)	商品外包装能够完整且清晰将商品所蕴含的契合辽宁特色的文化底蕴表达出,辨识度高,令人印象深刻的得满分;商品外包装能够将商品所蕴含的契合辽宁特色的文化底蕴表达出,能够给人留下印象酌情给分;不能体现地域特色的不得分。	程度	
	时尚性(4分)	外包装时尚性强,时代特色鲜明,趣味好玩,易被旅游者接受的得满分;外包装能够契合目前流行元素,被旅游者接受酌情给分。	程度	商品外包装凡出现歧视性元素,或违背公序良俗元素则此项不得分。
	品牌性(3分)	品牌符号(可以是LOGO、图形、色彩、声音、人物、产品造型、	程度	商品外包装凡出现歧视性元素,或违

		包装材料……消费者可以通过符号，联想到该品牌，并联想到品牌背后的内涵得满分；品牌符号(同上)能够被消费者记起，并能确定属于辽宁品牌则酌情给分。		背公序良俗元素则此项不得分。
品牌 (15分)	商标注册，拥有商标所有权或使用权(7分)		判断	
	知名度(5分)	国内知名得满分，省内知名得4分，市内知名得3分，区(县)知名得2分。	判断	
	奖励情况(3分)	品牌获得国家级奖励得3分，获得省级奖励得2分，获得市级及以下奖励得1分。	判断	
创新 (15分)	设计(3分)	依据设计创意新颖、独特，品种独创程度酌情给分。	程度	
	工艺(3分)	依据传统工艺推陈出新，应用高新技术的程度酌情给分。	程度	
	营销(6分)	依据创新营销方式、运营方式以及品牌影响力酌情给分。	程度	
	自主知识产权(3分)		判断	
工艺 (10分)	工艺精良、独特，制作精湛，用材合理，绿色环保，适宜量产。(5分)		缺一 项扣 一分	
工艺 (10分)	列入非物质文化遗产代表性项目名录(3分)		判断	
	工艺特色(3分)	传统技艺应用到位，加工工艺有特色，并依据在商品外包装或宣传中将上述工艺特色的表达程度酌情	程度	

		给分。		
价值 (15分)	实用性或收藏价值(7分)	依据商品的实用性或收藏价值以及成品品质酌情给分。	程度	
	便携性(3分)	依据商品具有便携性，方便旅游者携带和运输的程度酌情给分。	程度	
	包装材料(5分)	依据包装保护功能是否得当、使用材料是否适宜、体积容量是否适量、费用成本是否合理，是否过度包装酌情给分。	程度	