附件2

全国中医药文化宣传教育基地基本标准

（2019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5000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2000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1500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1000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240天，并向社会公布开放时间。

2.年接待参观人数不少于10000人。

3.在全国性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5名的专职人员，并建立长期稳定的志愿者队伍，志愿者人数15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.积极参加全国性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、进学校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，每年在省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1万平方米，并配有开展宣传教育活动所需的演示设施设备等。

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240天，受气候等外在因素影响的基地可酌量减少。

2.年接待参观人数不少于10万人次。

3.在全国性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5名的专职人员，并建立长期稳定的志愿者队伍，志愿者人数30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.积极参加全国性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、进学校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，每年在省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面积原则上不少于5000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面积原则上不少于600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110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40天。

2.年接待参观人数不少于5000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15人以上。

（六）宣传教育活动

1.积极参加全国性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、进学校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，每年在省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面积不少于2000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200天。

2.年接待参观人数不少于5万人次。

（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15人以上。

（六）宣传教育活动

1.积极参加全国性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、进学校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，每年在省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。宣传教育展厅原则上不少于500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200天。

2.年接待参观人数不少于3000人。

（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5人以上。

（六）宣传教育活动

1.积极参加全国性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、进学校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，每年在省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。