

## 财政项目支出绩效自评表

(2021 年度)

项目名称	境内外文化旅游宣传推广						
主管部门	上海市文化和旅游局			实施单位	上海市文化和旅游局		
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额	28187300.00	21395104.00	20,832,741.82	10	97.38%	9.74
	其中：当年财政拨款	28187300	21395104	20832741.82	—		
	上年结转资金	0	0		—		
	其他资金	0	0		—		
年度总体目标	预算目标			实际完成情况			
	<p>项目旨在通过各项境内外文化旅游宣传活动，吸引境内外游客来沪旅游意愿，引导游客在沪旅游消费，推广上海文化旅游资源，发展上海文旅、商旅、体旅、健康旅游、游学旅游等各个细分旅游市场。推动上海实现文化和旅游产业发展环境更加优化，产品更加丰富，营销更加精准，服务更加完善，充分发挥文旅融合的综合效应、辐射效应、带动效应，不断提升上海世界著名旅游城市的国际美誉度的要求。</p>			<p>项目围绕党中央和市委、市政府决策部署及局重点工作，在确保落实新冠疫情防控要求的基础上，稳步推进上海建设国际文化大都市和世界著名旅游城市的各项宣传推广工作。更好满足老百姓对美好生活品质的向往，更有力拉动假期旅游消费，牵头引领本市各级文化旅游部门、企业精心策划推出“乐嗨上海”假日文旅主题品牌，打造“乐游上海”媒体矩阵和“四季上海”发布平台；举办首届上海旅游产业博览会，搭建起全产业链资源融合的交易展示和交流共享平台；开展黄浦江旅游宣推；进一步办好“五五购物节”文旅季活动；配合建党百年，推出“启航之路 微听上海”“东进之路”“圣地之旅”等红色主题文旅活动；深化落实长三角文旅一体化及区域交流合作，稳步推动入境游及境外交流推广重点工作。开展地图、折页、指南、专题画册等宣传品的制作和发放工作，在电视、电台、户外车屏等传统媒体，短视频、音频等共享新媒体，和海外主流媒体等全媒体渠道开展广告宣传，不断提升上海都市旅游目的地的知名度和影响力。</p>			
一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	数量指标	参加国内各类文旅展会、推介会等会议和交流活动次数	≥30次	9	3	2	受21国内新冠疫情影响，部分展会和交流临时延期或取消
		宣传品制作数量	>200万份	306.7万份	3	3	
		宣传品发放数量	≥150份	463万份	3	3	

绩效指标	产出指标	多语种文化旅游宣传网站浏览量	>=1000万	2700万	5	5	
		多语种文化旅游宣传网站独立访客数	>=300万	790万	5	5	
	质量指标	宣传品语种丰富性	>5个	5	3	2	
		宣传品设计水平	得到局领导和行业间专家的认可	得到局领导和行业间专家的认可	4	4	
		媒体广告对主要客源地覆盖数量	>=20个	>20个	5	5	
		参加国内各类文旅展会、推介会等会议和交流活动	活动多样性	活动多样	5	5	
		多语种文化旅游宣传网站	正常运行	全年正常运行	3	3	
		时效指标	宣传品制作、配送发放及时性	及时	及时	5	5
	参加国内各类文旅展会、推介会等会议和交流活动完成及时性		及时	及时	3	3	
	多语种文化旅游宣传网站故障响应情况		故障及时响应	故障及时响应	3	3	
		提升相关网站搜索率	主流搜索引擎的前10位	主流搜索引擎的前10位	5	5	

效益指标	社会效益指标	对在沪文化和旅游活动的参考性	具有较强参考性 (>80%)	具有较强参考性(>80%)	5	5	
		促进国内游人次提升	较上年度有所提升	较上年度有所提升	5	5	
		提升国内游客来沪旅游的意愿	有效提升	有效提升	5	5	
		提升游客对上海旅游信息的知晓率	提升(上海著名景点知晓率≥85%)	提升(上海著名景点知晓率≥85%)	5	5	
	可持续影响指标	文化旅游宣传长效机制	建立完善	建立完善	5	5	
满意度指标	服务对象满意度指标	游客对公众宣传品的满意度	>=85%	>=85%	10	10	
总分					100	97.74	

财政项目支出绩效自评表							
(2021 年度)							
项目名称	支持旅游提质增能专项工作经费						
主管部门	上海市文化和旅游局			实施单位	上海市文化和旅游局		
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额	.00	21000000.00	20,962,060	10	99.82%	9.98
	其中：当年财政拨款	0	21000000	20962060	—		
	上年结转资金	0	0		—		
	其他资金	0	0		—		
年度 总体 目标	预算目标			实际完成情况			
	贯彻落实《关于支持上海旅游业提质增能的若干举措》文件精神，打造上海旅游宣推平台，全方位、立体化、多角度宣传推介上海，提升上海文化和旅游品牌影响力，吸引更多上海人游上海，吸引更多游客来沪深度体验。			贯彻落实《关于支持上海旅游业提质增能的若干举措》文件精神，围绕党中央和市委、市政府决策部署及局重点工作，在确保落实疫情防控要求的基础上，稳步推进上海建设国际文化大都市和世界著名旅游城市的各项宣传推广工作。开展黄浦江旅游宣传，策划制作专题画册；深化国内文旅合作交流，通过发送欢迎短信为游客提供文旅资讯入口，树立目的地形象；通过中央媒体宣传提传播力和知名度。			
一级指标	二级指标	三级指标	年度 指标值	实际 完成值	分值	得分	偏差原因分析及 改进措施
	数量指标	完成海上江南数字艺术展论证方案数量	=1项	1项	5	5	
		《黄浦江旅游》专题画册制作数量	=3000册	1900册	3	2	受疫情影响，减少宣传品数量，提高质量
		参加2021年国际旅游交易会等国内重点展会和交流活动	>=3次	2	5	4	受疫情影响，部分展会交流活动延迟或取消
		建筑可阅读标识牌设计制作数量	>=1000块	500块	5	2.5	受疫情影响，相关标识牌制作时间延后
		上海流量入口欢迎短信	>=30000条		737万条	3	3

绩效指标	产出指标	发送						
		质量指标	选取的美术作品质量	具有国际影响力的代表性美术作品	选取国际知名作品	3	3	
			建筑可阅读标识牌设计制作完好率	=100%	100%	4	4	
			建筑可阅读标识牌扫码成功率	=100%	100%	4	4	
		时效指标	完成项目的及时性	合同期内完成	合同期内完成	5	5	
			建筑可阅读标识牌设计制作完成时间	2021年12月31日	预计将延后至2022年9月30日前完成	5	3	受疫情影响,相关标识牌制作时间延后
		成本指标	每块建筑可阅读标识牌设计制作成本	<=4000元/块	4000元/块	4	4	
			成本构成合理性	合理	合理	4	4	
			弘扬中华优秀传统文化	弘扬江南文化	紧扣“海上江南文化”主题开展项目	3	3	
	上海作为目的地中央级媒体传播度和影响力		提升	提升	3	3		
	国内游客来沪旅游的意愿		提升	提升	3	3		
	上海文旅品牌和文旅信息知晓度		提升	提升	3	3		

效益指标	社会效益指标	建筑可阅读品牌知名度和影响力	逐步提升	逐步提升	3	3	
		建筑可阅读标识牌形式统一程度	显著提升	显著提升	3	3	
		上海城市建筑文化品牌影响力	显著提升	显著提升	3	3	
		建筑历史、故事及文保知识的知晓率提升效果	显著提升	显著提升	3	3	
	可持续影响指标	建筑可阅读相关工作规范化程度	逐步完善	逐步完善	3	3	
		论证方案深化可行性	论证方案可以深化施工	方案可行，具备施工条件	3	3	
	满意度指标	服务对象满意度指标	扫码观众对于建筑可阅读二维码内容的满意度	>=90%	>=90%	10	10
总分					100	93.48	

财政项目支出绩效自评表								
(2021 年度)								
项目名称	信息化项目							
主管部门	上海市文化和旅游局			实施单位	上海市文化和旅游局			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	7053210.00	24600588.00	24,092,252.6	10	97.94%	9.79	
	其中：当年财政拨款	7053210	24600588	24092252.6	—			
	上年结转资金	0	0		—			
	其他资金	0	0		—			
年度总体目标	预算目标			实际完成情况				
	推进文旅、广电、文物行业信息化、标准化建设。			行业信息化建设稳定有效				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	系统开发运维数量	=5个	5个以上	10	10	
			质量指标	系统故障率	<=5%	1%	10	10
		系统验收合格率		=100%	100%	10	10	
		时效指标		系统故障修复处理时间	及时	及时	10	10
			系统运行维护响应时间	及时	及时	10	10	
	效益指标	社会效益指标	主页点击量	>=5万人次	>=5万人次	10	10	
			系统正常使用情况	正常使用	正常使用	10	10	
		可持续影响指标	信息化运维长效管理	逐年完善	长效管理较完善	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	使用人员满意度	>=85%	90%	10	10	

总分						100	99.79	

财政项目支出绩效自评表								
(2021 年度)								
项目名称	上海旅游发展专项资金							
主管部门	上海市文化和旅游局			实施单位	上海市文化和旅游局			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	34000000.00	68000000.00	66,169,619	10	97.31%	9.73	
	其中：当年财政拨款	34000000	68000000	66169619	—			
	上年结转资金	0	0		—			
	其他资金	0	0		—			
年度 总体 目标	预算目标			实际完成情况				
	支持对上海建设世界著名旅游城市有成效或有突出贡献的基础性、公益性、功能性项目。			组织16次申报辅导和集中受理活动、支持项目验收通过率达到100%、支持区及重点功能区申报覆盖率不低于100%，资金覆盖率94.7%、带动社会资金投入4.15亿、当年项目申报受理率达到100%、及时完成申报项目的审批工作、增加全年旅游产业能级和影响力、提高政策知晓率、公众满意度。				
产出指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	数量指标		申报辅导和集中受理数	>=8次	16	5	5	
			第三方专业机构评审率	=100%	=100%	5	5	
			扶持区及重点功能区覆盖率	>=70%	94.7%	10	10	
	质量指标		扶持覆盖方向	=4个方向	=4个方向	5	5	
			扶持项目验收通过率	≥90%	100%	5	5	
			项目实施内容与协议相符	相符	相符	5	5	
								为落实好2021年6月发布《关于

绩效指标	时效指标	指南发布时间	当年四月至五月期间	7月	5	4	支持上海旅游业提质增能的若干举措》文件中关于加大旅游专项资金支持力度、推进旅游目的地建设、打造红色旅游、品牌旅游、支持企业旅游数字化转型、加强旅游宣传推广营销等要求，做好增设支持内容等工作，申报指南于7月对外发布。
		第三方评审工作完成及时性	及时	及时	10	10	
效益指标	经济效益指标	带动社会资金投入	>=0.9亿	4.15亿	10	10	
	社会效益指标	旅游资源及服务的提质扩容	提质扩容	提质扩容	5	5	
		引导带动重大旅游节庆活动	影响力扩大	影响力扩大	5	5	
		公共服务、基础设施增加	>=5项	>=5项	5	5	
	可持续影响指标	专项资金项目库	实施动态调整	实时动态调整	3	3	
		政策获取渠道	多平台多渠道	多平台多渠道	2	2	
满意度指标	服务对象满意度指标	区文旅局管理人员满意度	>=85%	>=85%	5	5	
		扶持项目单位满意度	>=85%	>85%	5	5	

总分

| 100 | 98.73 |

财政项目支出绩效自评表								
(2021 年度)								
项目名称	本市市级非物质文化遗产保护专项资金							
主管部门	上海市文化和旅游局			实施单位	上海市文化和旅游局			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	10424000.00	10424000.00	10,424,000	10	100.00%	10	
	其中：当年财政拨款	10424000	10424000	10424000	—			
	上年结转资金	0	0		—			
	其他资金	0	0		—			
	预算目标			实际完成情况				
年度总体目标	加强本市非物质文化遗产保护资金保障，大力弘扬和传承中华优秀传统文化。落实市级非遗代表性项目经费、代表性传承人经费的拨付及验收工作。			100%完成项目申报受理及评审工作；代表性项目覆盖率27%；代表性传承人覆盖率100%；按时完成专项资金拨付；非遗活动的市民参与度较高；项目保护单位、非遗传承人满意度较高。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	传承补贴人数	>=500	534	8	8	
			项目补助单位	>=70	70	8	8	
		质量指标	代表性项目覆盖率	>=20%	27%	9	9	
			传承人补助费覆盖率	=100%	100%	9	9	
		时效指标	项目推进及时率	及时	及时	8	8	
			补贴发放及时性	及时	及时	8	8	
	效益指标	社会效益指标	本市非遗保护工作水平	逐步提高	逐步提高	15	15	
		可持续影响指标	市级非物质文化遗产专项长效跟踪机制	建立完善	建立完善	15	15	

满意度指标	服务对象满意度指标	传承人满意度	>=85%	95%	5	5		
		项目单位满意度	>=85%	90%	5	5		
总分					100	100		