

产出指标		实现信息实时发布的景区数量	=70家A级景区	=70家A级景区	0	0	算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
		旅游标识查违工作计划完成率	=100%	=100%	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
		旅游厕所验收数量	=20座	=20座	5	5	
		A级旅游厕所贯标评选工作计划完成率	=100%	=100%	5	5	
	质量指标	热线回答信息的准确率	>90%	>90%	1	1	
		旅游服务站点服务质量考核达标率	=100%	=100%	8	7	
		旅游服务站点提供咨询准确性	准确	准确	6	6	
		景区实时信息发布准确性	准确	准确	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
		标识标牌巡查范围	本市100%全覆盖	本市100%全覆盖	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
		对违规标识标牌的查处率	=100%	=100%	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
		热线回答信息的及时率	>90%	>90%	1	1	
		对游客咨询需求的响应					

绩效指标	时效指标	及时性	及时	及时	6	6		
		地铁站点、街区图更新及时性	及时	及时	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。	
		旅游公共基础设施故障排除及时性	及时	及时	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。	
	效益指标	社会效益指标	热线游客投诉率	<1%	<1%	1	1	
			对游客旅游资讯查询需求的满足率	>=95% 有效满足	>=95% 有效满足	6	6	
			旅游公共基础设施运行稳定性	稳定（故障率低）	稳定（故障率低）	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
			旅游标识标牌的规范化效果	提升本市旅游标识标牌的规范化程度	提升本市旅游标识标牌	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
			旅游厕所环境改善效果	稳步改善，A级旅游厕所数量占比稳步提升	稳步改善，A级旅游厕所	10	9	
			信息化支撑效果	提升管理效率、提升行业透明度	提升管理效率、提升行	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
		可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	健全	6	6	
			旅游服务站点服务人员充足性	充足	充足	6	6	
			92020热线话务服务人员充足性	充足	充足	1	1	

			相关单位旅游信息共享率	在约定范围内100%共享	在约定范围内100%共享	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
			宣传推广影响力	不断扩大	不断扩大	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
	满意度指标	服务对象满意度指标	游客对旅游咨询站点服务质量的满意度	>=80%	>=80%	10	8	
			游客对旅游相关公共基础设施的满意度	>=80%	>=80%	0	0	工作职能划转，预算调整，以后年度绩效随预算进行调整。
			游客对热线电话服务质量的满意度	>=80%	>=80%	3	3	
总分						100	96	

绩效指标			扶持资金下达及时性	及时	及时	5	5		
	效益指标	经济效益指标	全年旅游收入规模	>=13000万元	>=13000	10	10		
		社会效益指标	旅游产业能级增长效果	增加境外宣传，扩大入境接待	增加旅游宣传，扩大接待规模	2	2		
			国际影响力提升效果	全年入境旅游市场规模稳步增长	全年入境旅游市场规模平稳	2	2		
			品牌效应提升效果	国产品牌的国际知晓率稳步提升	国产品牌的国际知晓率平稳	2	2		
			政策知晓度	稳步提升	稳步提升	2	2		
			旅游公共服务设施完善效果	增加旅游区公厕、停车场等	增加旅游区公共服务设施	2	2		
			可持续影响指标	完善验收管理	开展验收管理	开展验收管理	3	3	
		后续效益跟踪回访机制健全性		健全	健全	3	3		
		专业评审机制健全性		委托专业第三方开展评审	委托专业第三方开展评审	2	2		
		政务信息公开		按规定信息公开	按规定信息公开	2	2		
	满意度指标	服务对象满意度指标	公众满意度	>=80%	>=80%	5	5		
			受扶持项目承担单位满意度	>=90%	>=90%	5	5		
	总分						100	97.94	

财政项目支出绩效自评表								
(2020 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	11416000.00	11416000.00	11,413,000	10	99.98%	10
		其中：当年财政拨款				—		
		上年结转资金				—		
		其他资金				—		
	预算目标				实际完成情况			
年度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。100%完成项目申报受理及评审工作；代表性项目覆盖率超过25%；代表性传承人覆盖率达100%；在6月前完成扶持资金的拨付；非遗活动市民参与度较高；政策扶持对象的满意度不低于80%					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达100%；6月前完成了扶持资金的拨付；非遗活动市民参与度较高；政策扶持对象的满意度不低于80%			
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	代表性项目覆盖率	>=25%	27%	10	10	
			代表性传承人覆盖率	=100%	100%	10	10	
		质量指标	扶持项目保护实绩	总体良好	总体良好	10	10	
			扶持对象的扶持条件达标率	=100%	100%	8	8	
		时效指标	扶持资金拨付时间	6月前	4月	7	7	
	效益指标	社会效益指标	代表性非遗项目知晓率	>=50%	60%	7	7	
			非遗活动市民参与规模	=不低于计划规模的80%	85%	7	7	
				产业化数量稳步增	产业化数量稳步增			

			非遗产业化成效	加	加	8	8	
		可持续影响指标	长效机制建设	逐步完善项目验收或跟踪管理	逐步完善	8	8	
			政务信息公开	局政务网公布	已完成公布	7	7	
满意度指标	服务对象满意度指标		政策扶持对象满意度	>=80%	85%	8	8	
总分						100	100	

绩效指标	产出指标	数量指标	活动次数					
			吸引招徕国际性大会在沪召开次数	>=2次		0	0	因疫情原因调整相关预算，以后年度绩效随预算进行调整
			境外参展、促销等活动次数	>=15次		0	0	因疫情原因调整相关预算，以后年度绩效随预算进行调整
			接待旅行商、记者等业内人士团体批次	>=15批次		0	0	因疫情原因调整相关预算，以后年度绩效随预算进行调整
		质量指标	网站新增语种	>2个	6	10	10	
			宣传品语种丰富性	>5种	5	8	6	
			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认可	5	5	
			媒体广告对不同国家和地区的覆盖率	>=20个		0		因疫情原因调整相关预算，以后年度绩效随预算进行调整
			宣传推广内容对上海前20位入境客源地的覆盖率	>=80%		0		因疫情原因调整相关预算，以后年度绩效随预算进行调整
		时效指标	制作和配送的及时性	及时	及时	5	5	
			提升相关网站搜索率	主流搜索引擎的前10位	主流搜索引擎前10位	7	7	
			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	5	4	

	效益指标	社会效益指标	促进入境游人次提升	较上年度有所提升		0		因疫情原因调整相关预算，以后年度绩效随预算进行调整
			提升境外游客来沪旅游的意愿	有效提升		0		因疫情原因调整相关预算，以后年度绩效随预算进行调整
			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	5	4	
		可持续影响指标	媒体广告对不同国家和地区的覆盖	完整		0		因疫情原因调整相关预算，以后年度绩效随预算进行调整
			管理水平	管理人员队伍稳定、具有相关项目管理经验	管理人员队伍稳定，具有相关项目管理经验	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度指标	游客对上海旅游信息宣传推广效果的满意度	≥85%		0		因疫情原因调整相关预算，以后年度绩效随预算进行调整
总分						100	95.68	

财政项目支出绩效自评表								
(2020 年度)								
项目名称		文化和旅游市场管理经费						
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	9853100.00	13494200.00	13,140,900	10	97.39%	9.74
		其中：当年财政拨款				—		
		上年结转资金				—		
		其他资金				—		
年度总体目标	预算目标				实际完成情况			
	创新驱动、市场主导、提质增效，推进依法治文文旅市场，优化市场环境，倡导文明参与文旅活动，不断提高广大市民游客的满意度，全力打响“上海文化”品牌、加快建设国际文化大都市，推进世界著名旅游城市的建设。按照《旅游法》、《旅行社条例》、《营业性演出管理条例》、《互联网上网服务营业场所管理条例》等有关文件精神要求，坚持深化改革、处理好政府与市场的关系，推动形成政府依法监管、企业守法经营、市民文明参与文旅活动的发展格局。				按照全年工作计划基本完成预算执行工作。年中为加快本市旅游业市场复苏，申请增加“支持旅行社企业应对疫情冲击贷款贴息”项目预算，按要求实施完成。			
	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
			上海城市文化艺术手册数量	>=950000册	1000000	3	3	
			开展文化和旅游行业培训次数	=12次	0	2	1	因疫情防控要求，培训暂缓，相关经费调整至其他必要项目。
			完成演出行业研究或标准制定	=3项	3	3	3	
			演艺新空间扶持数量	=40家	40	2	2	
			文明旅游、诚信旅游、品质旅游专场宣传活动场次	=1次	1	2	2	

绩效指标	产出指标	数量指标	旅游监管服务平台操作培训人次	>=1300人次	0	2	1	因疫情防控要求，培训暂缓，相关经费调整至其他必要项目。
			组织互联网上网服务营业场所向社区老年人提供免费课程服务人次	>=900人次	0	2	1	因疫情防控要求，培训暂缓，相关经费调整至其他必要项目。
			文明旅游、理性维权宣传资料册数	=3000册	3000	2	2	
			旅行社出境名单表入境邀请函等审核办结率	=100%	100%	3	3	
			旅行社许可证及备案等制证审核办结率	=100%	100%	3	3	
			导游证制证审核办结率	=100%	100%	3	3	
	质量指标		旅游行业服务监测发现问题的整改完成率	=100%	100%	2	2	
			等级旅行社复核工作覆盖率	=100%	100%	3	3	
			星级饭店复核工作覆盖率	=100%	100%	3	3	
			宣传视频制作完成及时性	及时	及时	2	2	

		时效指标	星级评定工作完成及时性	=及时	及时	3	3	
效益指标	社会效益指标	优化文旅市场环境	减少商家的违规行为	商家违规行为减少	5	5		
		上海文化宣传推广效果	上海文化品牌知名度（知晓率）提升	文化品牌知名度进一步提升	5	5		
		文化旅游行业商家经营规范性提升效果	按执业规范、行业标准规范经营	经营规范性提升	5	5		
		导游行业管理机制规范化建设效果	导游管理机制更加规划化	规范化建设效果明显	5	5		
		文明旅游、理性消费、依法维权的意识塑造效果	进一步提升	消费者意识进一步提升	5	5		
		艺术品市场调研报告应用效果	掌握全年艺术品市场情况，为政府决策提供参考	报告应用效果显著	5	5		
		文明观演的意识	进一步提升	进一步提升	5	5		
		可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	健全	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度指标	游客对文旅市场的满意度	>=85%	95%	5	5	
管理部门满意度			>=85%	95%	5	5		
总分						100	96.74	

