

财政项目支出绩效自评表								
(2020 年度)								
项目名称	旅游公共服务经费							
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	20085423.00	20243300.00	20,241,700	10	100.00%	10	
	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				
	保障本市旅游公共服务设备和设施的正常运行，确保旅游管理部门、旅游企业、游客通过互联网，共享旅游相关信息。维护962020旅游热线正常运作，不断提高市民游客知晓度。提升旅游厕所建设管理水平，发布旅游景区客流信息，全方位满足游客出行的资讯需求。为旅游行政管理部门提供信息化支撑，优化行业管理、提高行业透明度，提升上海旅游公共服务体系的应用水平。962020旅游热线全年（366天）24小时不间断服务；地铁站点街区图新建和更新有序开展，其信息化支撑系统地铁站点旅游公共服务导览系统运行正常。各社区文化活动中心旅游信息服务点运营正常。实现全年完成旅游厕所验收20座。实现本市超过70家A级景区实时信息常态化发布。采集、整理、发布相关旅游信息通过政务网等既有渠道对外发布。			保障本市旅游公共服务设备和设施的正常运行，确保旅游管理部门、旅游企业、游客通过互联网，共享旅游相关信息。各社区文化活动中心旅游信息服务点运营正常。全年完成旅游厕所验收20座。发布相关旅游信息。				
数量 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
			旅游热线呼入量	>4万通	>4万通	5	5	
			正常运营的旅游咨询服务站点数量	全市63个站点+2个机场的服务中心	全市63个站点+2个机场	7	7	
			962020热线电话服务时长	全年24小时不间断	全年24小时不间断	3	3	
			多功能屏幕运行维护数量	>=400块屏幕	>=400块屏幕	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。
								工作职能划转，预

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	预算调整，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	
	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。
社会效益指标	旅游公共基础设施故障排除及时性	及时	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。
		热线游客投诉率	<1%	<1%	1	1	
效益指标	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	>=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的规范化程度	提升本市旅游标识标牌的规范化程度	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、提升行业透明度	提升管理效率、提升行业透明度	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。
		长效管理机制健全性	健全	健全	6	6	
可持续影响指标	旅游服务站点服务人员充足性	充足	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	

财政项目支出绩效自评表							
(2020 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	42500000.00	42500000.00	41,809,050	10	98.38%	9.84
	其中：当年财政拨款	42,500,000.00	42,500,000.00	41,809,050.00	—		
	上年结转资金				—		
	其他资金				—		
	预算目标			实际完成情况			
年度目标	加快上海旅游业发展、建设世界著名旅游城市。组织8次申报辅导和集中受理活动、支持项目验收通过率达到90%、支持区及重点功能区覆盖率不低于80%、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、争取全年旅游收入达到13000万元、增加全年旅游产业能级和影响力、提高政策知晓率、公众满意度不低于80%。			组织8次申报辅导和集中受理活动、支持项目验收通过率达到90%、支持区及重点功能区申报覆盖率不低于80%，资金覆盖率63%、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、全年旅游收入达到26000万元、增加全年旅游产业能级和影响力、提高政策知晓率、公众满意度不低于80%。			
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
	数量指标		年度指南发布数量	=1个	1	10	10
			申报辅导和集中受理次数	>=8次	8	10	10
	质量指标		支持项目验收通过率	>=90%	=100%	10	10
			支持区及重点功能区覆盖率	>=80%	=63%	5	3.1
			当年申报项目受理率	=100%	=100%	5	5
	时效指标		受理审批工作完成及时性	及时	及时	5	5

		扶持资金下达及时性	及时	及时	5	5	
绩效指标 效益指标	经济效益指标	全年旅游收入规模	>=13000万元	>=13000	10	10	
		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	
	社会效益指标	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	国产品的国际知晓率稳步提升	国产品的国际知晓率平稳	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	
		完善验收管理	开展验收管理	开展验收管理	3	3	
	可持续影响指标	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	
		公众满意度	>=80%	>=80%	5	5	
满意度指标	服务对象满意度指标	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 总体中华优秀传统文化。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
	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	时效指标	扶持资金拨付时间	6月前	4月	7	7
		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
	效益指标			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	

财政项目支出绩效自评表								
(2020 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	36585999.00	25872000.00	25,030,100	10	96.75%	9.68	
	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 总体 目标	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。配合国家“一带一路”等重要外交战略和“长三角一体化”国家战略，紧扣各类主题文化旅游年的宣传要求，针对上海的重点境内外旅游市场和潜在重点客源市场，进行“软硬结合”的旅游宣传，制作完成至少200万份宣传品、宣传品语种不低于5种、宣传品发放量不低于150万份、全年开展境外参展或促销活动15次、接待旅行商和记者内业内人士团体15批次、举办国内专题文旅推广活动2次、宣传品设计水平得到领导和行业专家的认可、媒体广告对不同国家和地区的覆盖率不低于20个，宣传推广内容对上海前20位入境客源地的覆盖率不低于80%。提升上海作为旅游城市在国际范围内的知名度和认可度，促进入境游客规模提升。			2020年，上海文旅宣传推广工作以国际文化大都市和世界著名旅游城市建设目标，以城市外宣品牌化建设为核心，以双循环新发展格局下的旅游促进为重点，以加大营销推广、丰富产品供给、提升服务水平为抓手，努力讲好“上海故事”，积极融入和服务上海城市宣传总体格局。紧紧抓住“精细、精准、精心”三个关键词，组织各区文旅部门和相关企事业单位做好疫后文旅市场振兴的重点工作；围绕“长三角一体化”国家战略，适时推进国内各项文化旅游宣传推广工作；面对跨境游停滞的困境，与入境游各方保持沟通联系，挖掘在沪外籍人士的客源资源；继续探索、巩固与“一带一路”国家开展文化旅游交流合作。充分发挥文旅融合的综合效应、辐射效应、带动效应，不断提升上海文旅品牌建设的知名度和美誉度。				
	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
		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	60次	10	10		
		宣传品制作数量	>200万份	330万份	10	10		
		宣传品发放数量	>150万份	400万份	10	10		
		举办国内专题文旅推广	>=2次	10	10	10		

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
		质量指标	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
			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
		时效指标	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
			制作和配送的及时性	及时	5	5	
	传播指标	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%)	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				—		
	预算目标			实际完成情况			
	创新驱动、市场主导、提质增效，推进依法治理文旅市场，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
			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
			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

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	
	质量指标	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	
	绩效指标	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范化	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	

