

财政项目支出绩效自评表
 (2024 年度)

项目名称		事业发展专项经费							
主管部门		上海市文化和旅游局			实施单位		上海市文化和旅游事业发展中心		
项目资金 （万元）			年初预算数	全年预算数	全年执行数		分数	执行率(%)	得分
		年度资金总额：	50.00	50.00	14.64		10.00	29.28	2.93
		其中：当年财政拨款	0.00	0.00	0.00		-	0.00	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00		-	0.00	-
		其他资金	50.00	50.00	14.64		-	29.28	-
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况				
	1、围绕各项重大活动开展旅游宣传、数据采集、整理、分析，并形成相关成果，为市场及行业提供可参考的信息支持。2、境外文旅宣传一次。3、弥补工资福利支出、维修维护、系统维护、专家咨询等经费缺口。				1、完成针对《会议服务机构经营与服务规范》的专家咨询工作。2、弥补上海重点文旅节庆活动手册制作、2025 年新年第一游项目等重大宣推活动的经费缺口。				
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	
成本 指标	经济 成本 指标	成本控制率		不超过预算 拨付金额	达成指标	6.00	6.00		
产出 指标	数量 指标	境内外宣传		=2.00(次)	1.00(次)	5.00	3.00	受政策影响，境外宣传工作未能如期开展	
		消费季活动		=2.00(场)	2.00(场)	6.00	6.00		
		报告数量		=10.00(1 份)	0.00(1 份)	5.00	0.00	对报告完成情况预估不足，进度滞后，指标设定不够客观	
	质量 指标	报告合格率		≥85.00(%)	0.00(%)	5.00	0.00	对报告完成情况预估不足，进度滞后，指标设定不够客观	
		消费季活动验收达标率		=100.00(%)	100.00(%)	5.00	5.00		
		境内外宣传验收达标率		=100.00(%)	50.00(%)	5.00	3.00	受政策影响，境外宣传工作未能如期开展	
	时效 指标	消费季活动完成时间		2024 年 12 月 31 日前	达成指标	5.00	5.00		
		各类报告完成时间		2024 年 12 月 31 日前	未达成指标且效果较差	5.00	0.00	对报告完成情况预估不足，进度滞后，指标设定不够客观	
		境内外宣传完成时间		2024 年 12	部分达成指	5.00	3.00	受政策影响，境外宣	

			月 31 日前	标并具有一定效果			传工作未能如期开展
效益 指标	社会 效益 指标	惠民人数	同比提升	达成指标	6.00	6.00	
		行业惠民信息知晓率	≥80.00(%)	80.00(%)	5.00	5.00	
		部门/单位数据应用率	≥85.00(%)	85.00(%)	5.00	5.00	
		相关企业市场拓展参考率	≥85.00(%)	85.00(%)	5.00	5.00	
	可持 续影 响指 标	文旅产业发展长效管理机制	建立健全	达成指标	5.00	5.00	
满意 度指 标	服务 对象 满意 度指 标	主管部门满意度	≥85.00(%)	85.00(%)	6.00	6.00	
		市民游客满意度	≥85.00(%)	85.00(%)	6.00	6.00	
总分					100.00	71.93	
评分等级		中					

财政项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		文旅管理与服务						
主管部门		上海市文化和旅游局			实施单位	上海市文化和旅游事业发展中心		
项目资金 (万元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
		年度资金总额:	353.32	353.56	353.10	10.00	99.86	9.99
		其中: 当年财政拨款	353.32	353.56	353.10	-	99.86	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度	预期目标				实际完成情况			
总体目标	1. 采集“上海旅游”品牌发展指数相关数据及信息,进一步优化指数指标体系和评价模型,编制年度指数,撰写报告并出版; 2. 采购舆情专业技术服务,通过技术平台对本市文旅重点活动、重大事项的媒体报道情况进行监测,编写媒体报道监测分析报告; 3. 采集上海旅游消费数据,服务区旅游指数研究、文旅经济运行分析等项目; 同时,逐步构建上海旅游消费数据库; 4. 运维中心微信公众号,发布上海文旅资讯及行业研究成果; 5. 完成年度行业研究报告汇编、年度行业数据报告汇编、文旅市场信息简报汇编的编辑和印刷; 6. 进一步聚焦“大型节展赛会驱动上海文旅宣传推广研究”“文旅融合助推消费”“资源配置和国际传播”“文旅数字化”等主题开展研究,完成 3-4 份年度专项研究报告; 7. 围绕“上海文旅业复原力调查”“商务及会奖旅游复苏发展促进上海入境游再出发”“沉浸演艺赋能上海文旅深度融合高质量发展”等重点研究主题,适时举办旅游业发展专题会议及业内信息发布、交流会议; 8. 预计达到各类宣传、推广、会展等活动 5 次,累计活动天数不少于 36 天; 9. 完成各项国内外旅游专题宣传、会议展览等推广活动; 10. 完成各区旅游节活动联动整合工作; 11. 完成当年会奖旅游标准化工作计划的各项工作; 12. 完成当年上海文旅推广网的运营维护和咨询发布工作。				1. “上海旅游”品牌发展指数项目,通过第三方数据信息采集,持续优化指标体系,编制完成 2024 年度指数,撰写完成 2024 年指数研究报告初稿,公开发布 2023 年指数研究报告,并正式出版; 2. 媒体报道监测分析工作,通过采购舆情专业技术服务,围绕本市文旅重点活动、重大事件、重磅展览等开展媒体报道监测分析,全年编写完成媒体报道监测分析报告及速报共 38 篇; 3. 上海旅游消费数据采集分析,通过采集来的数据,开展旅游消费大数据分析,编写完成 2 期专报报市文旅局,同时,该数据还为区旅游指数研究、文旅经济运行分析、假日市场预测分析、夜间经济研究等项目提供数据支撑; 4. 运维中心微信公众号,发布上海文旅资讯及行业研究成果等文章 783 篇,新增阅读量约 5 万人次; 5. 完成《文旅研究(2024)》的编辑和印制工作; 6. 进一步聚焦“上海夜间文旅消费”“上海街区型文旅消费”“城市更新下的上海文商旅融合”等主题开展研究,完成 3 份年度专项研究报告; 7. 围绕“中国城市休闲化发展”“小马路文旅新消费”“夜间文旅消费聚集区现状”等重点研究主题,开展实地调研、访谈 60 次,召集项目咨询、沟通、评审会及成果发布会 9 次,完成《中国城市休闲化发展研究报告(2024)》丛书出版; 8. 完成当年会奖旅游标准化工作计划的各项工作,包括上海会议服务标准化网优化与维护,发布行业宣传稿件 47 篇; 行业标准《会议服务机构经营与服务规范》修订申报; 2024 年上海会议服务机构标准化等级划分与评定 22 家机构的等级评定; 9. 重点推出全年两场的“乐游云购”旅游消费季专题活动,收看人次超			

				300 万人次；10. 完成本年度上海旅游节各区、重点企业活动联动整合工作，策划推出“都市风情”“畅游水岸”“爱购时节”“海上繁花”等八大板块 200 项主题游活动。做好玫瑰婚典、跟着“海考”去旅行摄影大赛等联动性活动，推出旅游节线上平台宣推活动，全网各平台传播量超 15 亿次。11. 着眼城市文旅宣推，落实假日文旅系列活动组织，推出花旗大厦 LED 大屏文旅形象宣推项目，编制《上海重点文旅节庆》手册等；12. 完成本年度上海文旅推广网的运营维护和咨询发布工作，全年更新专题 8 个、咨询 4000 余条，网站浏览量超 150 万人次。			
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
成本指标	经济成本指标	重大活动成本	≤100.31(万元)	100.31(万元)	3.00	3.00	
		市场宣推等成本	≤147.45(万元)	147.45(万元)	3.00	3.00	
		专项研究基础信息、文旅行业数据采集分析	≤82.08(万元)	82.08(万元)	3.00	3.00	
产出指标	数量指标	文旅推广网发布资讯数量	≥1000.00(条)	4494.00(条)	4.00	4.00	
		重大文旅活动举办场次	≥5.00(次)	7.00(次)	3.00	3.00	
		微信公众号信息发布数	≥700.00(篇)	783.00(篇)	3.00	3.00	
		行业宣传稿件发布数量	≥5.00(个)	121.00(个)	3.00	3.00	
		文旅行业研究专报期数	≥12.00(期)	12.00(期)	3.00	3.00	
		重大媒体报道监测次数	≥35.00(次)	38.00(次)	3.00	3.00	
		重大文旅活动举办天数	≥36.00(天)	88.00(天)	3.00	3.00	
		文旅行业研究咨询项目数量	≥3.00(项)	3.00(项)	3.00	3.00	
	质量指标	研究报告评审通过率	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		旅游宣传内容完整率	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		旅游活动主题明确率	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
	时效指标	研究报告完工及时率	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		旅游宣传工作完成及时率	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		旅游活动开展及时率	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
效益指标	社会效益指标	文旅活动参与人数	≥9999.00(人次)	781000.00(人次)	4.00	4.00	
		研究成果供决策参考应用率	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		重大负面舆论群体事件发生数	=0.00(起)	0.00(起)	3.00	3.00	
		文旅活动宣传普及率	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		上级政策宣贯率	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		文旅推广网浏览量	≥150.00(万次)	150.00(万次)	4.00	4.00	
		微信公众号浏览量	≥4.00(万次)	5.00(万次)	3.00	3.00	
	可持	长效管理机制健全性	健全	达成指标	3.00	3.00	

	续影响指标						
满意度指标	服务对象满意度指标	旅游企业满意度	≥90.00(%)	90.00(%)	3.00	3.00	
		研究成果使用人员满意度	≥90.00(%)	90.00(%)	3.00	3.00	
		市民满意度	≥90.00(%)	90.00(%)	3.00	3.00	
		游客满意度	≥90.00(%)	90.00(%)	3.00	3.00	
总分					100.00	99.99	
评分等级		优					