

2019 年度财政项目绩效自我评价

项目名称	上海旅游发展专项资金		预算单位	上海市文化和旅游局	
具体实施处（科室）	产业发展处		是否为经常性项目	否	
当年预算数（元）	50,000,000		上年预算金额（元）	50,000,000	
预算执行数（元）	49,107,760		预算执行率（%）	98.22%	
项目年度总目标	加快上海旅游业发展、建设世界著名旅游城市。				
自评时间	2020-04-10				
绩效等级	优秀				
主要绩效	<p>加大旅游投入，做大旅游规模，充分发挥旅游业在促进上海经济发展方式转变和经济社会协调发展中重要作用的要求。有效支持符合本市旅游产业发展方向的重点产业项目壮大旅游产业规模；支持本市旅游景区创建国家 4A 及以上级别景区（点）项目、本市旅游品牌建设和旅游标准化建设项目提升旅游产业能级；支持入境旅游、会展旅游和邮轮旅游等项目增加本市旅游接待量、建设国际重要旅游目的地城市；支持旅游公益设施项目完善城市旅游服务功能；支持本市重大旅游活动项目提升国际影响力。共计 57 个项目扶持资金 4910.8 万元：1、支持促进旅游产业发展的相关项目支持 11 个项目，扶持金额 763 万元；2、支持提升城市形象的相关项目支持 21 个项目，扶持金额 2934.8 万元；3、支持旅游公益设施建设项目支持 15 个项目，扶持金额 1013 万元；4、支持本市重大旅游活动项目支持 105 个项目，扶持金额 200 万元。</p>				
主要问题	扶持项目事中事后跟踪制度待完善。				
改进措施	在《上海旅游发展专项资金使用管理办法》修订工作中加以完善。				
一级指标	指标名称	指标解释	权重	自评分	备注
投入与管理(36分)	资金使用的合规性	项目资金使用是否符合相关法律法规、制度和规定，项目资金使用是否规范和安全。	6	6	
	绩效目标合理性	项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，绩效目标与预算是否匹配。	8	8	
	项目设立的规范性	项目的申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。	5	5	

	预算执行率	反映项目预算执行的进度	8	7	
	财务（资产）管理制度的健全性和执行的有效性	项目的财务制度是否健全、完善、有效，用以反映和考核财务管理制度对资金规范、安全运行的保障情况，以及反映和考核项目实施单位对资金运行的控制情况。	5	5	
	项目管理制度的健全性和执行的有效性	与项目直接相关的业务管理制度是否健全、完善和有效，项目实施是否符合相关业务管理规定，是否为达到项目质量要求而采取了必需的措施。	4	4	
产出目标 (34分)	扶持区及重点功能区覆盖率	扶持覆盖区级管辖区及重点功能区的比例。	10	9	
	扶持项目验收通过率	扶持项目最终通过验收比例。	12	10	
	扶持旅游公共服务设施	扶持项目是否覆盖旅游公共服务设施建设。	12	12	
效果目标 (15分)	带动社会资金投入	扶持项目有效带动社会资金投入	6	6	

	促进入境旅游市场增长	扶持对入境旅游市场有扶持和推动	3	3	
	提供获取政策宣传、解读渠道	提供面向社会公众的政策宣传解读渠道	6	6	
影响力目标 (15分)	专业评审机制	开展专业第三方评审	5	5	
	长效机制建设	逐步完善验收、评审等流程	5	4	
	政务信息公开	政务网发布	2	2	
	扶持项目确定	市文旅局和财政局共同确定	3	3	
合计			100	95	

2019 年度财政项目绩效自我评价

项目名称	上海旅游节经费		预算单位	上海市文化和旅游局	
具体实施处（科室）	重大活动办公室		是否为经常性项目	否	
当年预算数（元）	15,732,100.00		上年预算金额（元）	11,700,700.00	
预算执行数（元）	15,703,247.99		预算执行率（%）	99.82%	
项目年度总目标	放大旅游节庆活动的综合效应，做优做强上海旅游节，将其打造成具有国际影响力、广泛参与度、行业标杆性的旅游节事盛会。				
自评时间	2020 年 4 月 10 日				
绩效等级	优秀				
主要绩效	<p>2019 年上海旅游节于 9 月 14 日——10 月 6 日成功举办。本届旅游节抓住举办 30 年契机，实现了节庆规模、办结效应再创新高。据统计，2019 年上海旅游节共接待市民游客 2570 万人次，同比增长 48%。其中旅游景区接待 1563 万人次，文化场馆接待 280 万人次，参加阅读建筑活动 179 万人次，观看花车巡游 138 万人次。据不完全统计，通过广播电视、网络直播、新媒体等渠道，共有超过 1 亿人观看关注上海旅游节。据银联上海公司统计，9 月 15 日至 10 月 6 日，上海地区银联成功交易的日常生活消费类金额达 1295 亿元，同比增长 11.3%。同时，在构建平台、办节模式、打造精品上，实现了“三个首次”。分别是首次启动构建“五大平台”；首次实行“2+16”主办模式；首次策划推出“百项精品活动”。</p>				
主要问题	旅游节利用信息化手段比例有待进一步提高，与城市形象的关联度需要进一步加强。				
改进措施	重点打造上海旅游节在线阵地，扩大受众面，提升城市热点文化元素在旅游节活动中的体现。				
一级指标	指标名称	指标解释	权重	自评分	备注
投入与管理 (36 分)	资金使用的合规性	项目资金使用是否符合相关法律法规、制度和规定，项目资金使用是否规范和安全。	6	6	
	绩效目标合理性	项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，绩效目标与预算是否匹配。	8	8	
	项目设立的规范性	项目的申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。	5	5	
	预算执行率	反映项目预算执行的进度。	8	7	

	财务（资产）管理制度的健全性和执行的有效性	项目的财务制度是否健全、完善、有效，用以反映和考核财务管理制度对资金规范、安全运行的保障情况，以及反映和考核项目实施单位对资金运行的控制情况。	5	5	
	项目管理制度的健全性和执行的有效性	与项目直接相关的业务管理制度是否健全、完善和有效，项目实施是否符合相关业务管理规定，是否为达到项目质量要求而采取了必需的措施。	4	4	
产出目标 (34分)	活动总数量	活动总数量超过70项。	6	6	
	活动覆盖本市各区县	各区在旅游节举办期间，至少推出一项以上的节庆活动。	6	6	
	外省市和海外代表参与度	境外表演团参与旅游节活动人数不少于1000人，来自国家和地区不少于15个。	5	5	
	媒体宣传度	本市主流媒体参与上海旅游节宣传报道不少于50家。	5	5	
	长三角地区参与度	长三角有关地市文旅部门，参加旅游节重点项目不少于5家。旅游节期间含长三角一体化元素活动不少于5项。	4	4	
	活动举办及时性	按计划，在9月14日至10月6日举办上海旅游节，所有子项目在这一期间举办。	4	4	
	支出不超过预算	按原预算规划进行项目支出。	4	4	
效果目标 (15分)	市民游客参与数	市民游客参与人数与2018年相比有提高。	6	6	
	惠民实现度	参与旅游节期间优惠活动的旅游企业总数不少于40家。	3	3	
	对上海旅游形象提升度	通过旅游节的举办，形成这一期间内来沪旅游人数的提增，提升上海旅游形象。	3	2	
	安全事故发生起数	整个旅游节期间无重大安全事故。	3	3	

影响力目标 (15分)	中长期规划	按照旅游节原中长期规划，进行当年的活动策划和实施。	3	2	
	应急和危机处理机制	旅游节期间各类重大活动均制定完备的应急预案。	3	3	
	信息化	通过线上端和移动端及时向市民游客旅游节各项信息。	3	2	
	与区政府及其他部门协调机制	全市各区作为上海旅游节共同主办单位。	3	3	
	旅游节工作例会	定期召开旅游节工作例会，有效推进各项工作。	3	3	
合计			100	96	

2019 年度财政项目绩效自我评价

项目名称	境内外文化旅游宣传推广	预算单位	上海市文化和旅游局
具体实施处（科室）	宣传推广处	是否为经常性项目	否
当年预算数（元）	42,455,899.00	上年预算金额（元）	0
预算执行数（元）	40,984,724.77	预算执行率（%）	96.5%
项目年度总目标	<p>通过各种形式推广上海都市文化旅游形象，是推动上海文化和旅游业发展的一项重要工作，是上海建设世界著名旅游城市必不可少的重要内容。根据市文旅局内部机构设置和职责分工，宣传推广处负责指导、管理文化和旅游国内、国际宣传推广工作，根据文化和旅游促进推广计划，综合协调文化和旅游相关资源，整合、构建文化和旅游宣传推广网络，组织开展文化和旅游宣传推广活动。“境内外文化旅游宣传推广项目”项目通过组织针对新闻媒体、业内、市民游客的宣传推介活动、合作交流、媒体交流、展览会议、网站更新维护等方式，积极扩大旅游消费，加强与海外及区域长三角地区各省市旅游管理部门的合作交流。以旅游为平台，针对主要市场和重点国家和地区，利用平面、网络、户外等传统和新兴媒体的力量，宣传上海的旅游资源以及上海城市形象。通过国际组织、国际展会、国家旅游局牵头的联合促销，以及我局自组的海外宣传促销活动，树立世界著名旅游城市的品牌，吸引更多的海外游客来上海旅游。通过更新制作及发放旅游宣传品，向海内外游客积极宣传上海文旅资源。</p>		
自评时间	2020 年 4 月 10 日		
绩效等级	优秀		
主要绩效	<p>1、积极组织参加国内相关文化旅游展会活动，做好国内各省市地区旅游部门来沪旅游推介的协助和接待工作。2019 年全年组织参加 17 次国内相关文化旅游展会活动，通过展会加强同相关区域旅游局的合作与交流，推介上海都市文化和旅游整体形象。2019 年全年共接待来自新疆喀什、贵州遵义等上海对口支援地区\长三角地区以及兄弟省市来沪推广促销团队 60 余批次。赴京津全面宣传上海文化旅游形象，面向不同人群、利用不同方式、通过对文化和旅游资源整合有针对性的举办推介活动，宣传推广上海文化和旅游资源。</p> <p>2、拓展“请进来”渠道。2019 年接待海外来沪考察及踩线团 22 批次，合计约 360 人次。通过为这些业内同行、旅行商和海外媒体精心安排在沪行程，使其充分领略上海独特的城市魅力和丰富的文化旅游资源，通过他们的镜头、文字和产品设计向海外游客讲述上海故事。</p> <p>3、保持“走出去”力度，带领组织本市文旅部门和企业参加国际旅游展会和促销，吸引海外客源。2019 年共组织海外促销 20 次，推广和促销地区覆盖部分上海入境旅游重点客源国、具备增长潜力的新兴客源地及“一带一路”沿线重要国家。</p> <p>4、传播上海旅游文化，引导市民游客在沪旅游消费。通过上海四季文化和旅游消费信息收集、整理和发布工作，通过线下线上互动、旅游走进社区，引导上海市民游上海。做好法定节假日市民出游指南收集和整理和发布工作，引导市民游客文明出游。</p> <p>5、利用各种载体和平台，全方位立体化宣传上海文化旅游资源。在脸书(Facebook)、照片墙(Instagram)、推特(Twitter)、抖音海外版(Tik Tok)等海外主流新媒体和社交媒体平台开设上海文化旅游账户，定期向海外游客发布最新上海文化旅</p>		

		<p>游资讯。配合国家文化旅游年活动和外宣工作重点，投放宣传广告覆盖欧美、亚太、中东、南美、北美、非洲等地区，广告形式以户外广告、传统电视、航机媒体、纸媒、网络、移动新媒体相结合，覆盖全球过亿游客，做到广铺渠道、整合资源，形成立体化、全方位的媒体广告宣传模式。</p> <p>6、“语言无障碍”项目上海文化旅游多语种外宣网站 www.meet-in-shanghai.net 更新维护，在原有中、英、日、韩、德、西、法7种语言版本基础上新增中文繁体、俄语、意大利语、泰语、马来语、印度尼西亚语6种语言，年度访问量达到1300万，为全球游客提供权威、全面的上海文化和旅游资讯。</p> <p>7、宣传品制作：设计制作上海文化旅游地图、折页、指南、精品宣传书等超过500万册，语种包括简体中文、英文、日文、韩文、中文繁体、俄语、德语等。由于19年宣传品预算大幅压减，故宣传品制作数量也同比例压减。今年更注重宣传品的智慧化功能，将部分宣传信息电子化上网，涵盖上海文化旅游的各个方面，方便市民游客浏览，增加游客的知晓度。</p> <p>8、宣传品发放：全年临时资料配送（国内展会、会议活动需求等）、外宣窗口资料配送（366个外宣窗口，包括星级酒店、咨询中心及景点、浦东机场、虹桥机场、虹桥火车站等，根据每个窗口需求进行每月1-2次资料配送）、海外促销活动宣传品配送、海外办事处资料配送等，全年派送宣传品数量超过900万份。同时做好各旅游宣传窗口放置的资料架的保养、维护及增补等工作，包括宣传窗口信息反馈、调研、抽查，宣传窗口日常管理等。</p>			
主要问题		项目3-5年的中长期规划和工作计划需完善。			
改进措施		建立分阶段的中长期规划，提前做好项目的规划，减少绩效目标的偏离情况。			
一级指标	指标名称	指标解释	权重	自评分	备注
投入与管理(36分)	资金使用的合规性	项目资金使用是否符合相关法律法规、制度和规定，项目资金使用是否规范和安全。	6	6	
	绩效目标合理性	项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，绩效目标与预算是否匹配。	8	8	
	项目设立的规范性	项目的申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。	5	5	

	预算执行率	反映项目预算执行的进度	8	8	
	财务(资产)管理制度的健全性和执行的有效性	项目的财务制度是否健全、完善、有效,用以反映和考核财务管理制度对资金规范、安全运行的保障情况,以及反映和考核项目实施单位对资金运行的控制情况。	5	5	
	项目管理制度的健全性和执行的有效性	与项目直接相关的业务管理制度是否健全、完善和有效,项目实施是否符合相关业务管理规定,是否为达到项目质量要求而采取了必需的措施。	4	4	
产出目标 (34分)	海外批发商、业内和记者工作交流	全年接待海外旅行商、酒店、航空、旅游局等业界和媒体记者是否达到年初预定指标;接待交流工作是否对宣传推广上海文旅资源、树立上海文旅目的地形象起到良好作用。	3	3	
	参加国内召开各类展会	全年参加国内召开各类文旅展会、会议等活动是否达到年初预定指标;是否通过参展、参会加强同相关区域文旅部门、企业的合作交流,达到推介上海都市文化和旅游整体形象的目标。	3	3	
	同各省市合作交流	全年共接待上海对口支援地区和全国各省市来沪推广促销团队数量是否达到年初目标,是否帮助做好协调工作,加强同相关	3	3	

		文旅部门和企业的合作交流。			
	旅游宣传推广活动	年内是否完成至少一次赴国内重要客源地的宣传推广活动，通过对文化和旅游资源整合有针对性地举办推介活动，宣传上海文旅目的地形象。	3	3	
	广告对不同国家和地区的覆盖率	广告宣传是否覆盖欧洲、亚太、中东、南美、北美非洲等不同的地区，包括上海重点客源目的地和部分新兴目的地。	3	3	
	广告对不同渠道的覆盖率	广告渠道形式是否做到多样化，以户外广告、传统电视、航机媒体、纸媒、网络、移动新媒体相结合。	3	3	
	控制成本	广告成本与广告效果收益是否成正比，是否做到控制成本。	5	5	
	覆盖主要客源国家和地区	境外宣传推广项目是否覆盖上海主要客源地和部分新兴目的地。	3	3	
	制作和配送的及时性	全年宣传品制作和发放是否及时，是否能够满足各配送点和临时配送需要。	4	4	
	制作的纪念品单价	制作的纪念品单价是否在规定范围内。	4	4	
效果目标 (15分)	广告信息对上海前十位入境客源地的覆盖率	广告投放是否达到年初对上海主要入境客源地的覆盖率要求。	5	5	
	网站的搜索排名	文旅外宣网站在主要网站搜索排名是否达到年初预期目标。	5	5	
	与客源国和地区旅游相关部门建立	是否通过海外推广与境外相关文旅部门和企业建立密切联系，	5	4	

	密切联系	开展合作交流。			
	宣传品境外覆盖率	宣传品境外发送是否覆盖了大部分海外文化旅游办事处和中心。	5	5	
	游客知晓度	全年宣传品发放是否匹配游客需求，游客是否能够较方便地取阅宣传品和知晓宣传信息。	5	4	
影响力目标 (15分)	长效机制	项目管理是否有长效机制	5	4	
	管理能力	项目是否有专人负责，并建立中长期计划。	10	8	
合计			100	95	

2019 年度财政项目绩效自我评价

项目名称	旅游公共服务	预算单位	上海市文化和旅游局		
具体实施处（科室）	公共服务处	是否为经常性项目	否		
当年预算数（元）	20,006,073.00	上年预算金额（元）			
预算执行数（元）	19,920,697.00	预算执行率（%）	99.57%		
项目年度总目标	962020 旅游热线 365 天 14 小时不间断服务；宾馆、景区、旅游咨询服务中心配置的旅游触摸屏信息查询系统运行正常，信息更新及时。地铁站点街区图新建和更新有序开展。实现全年完成旅游厕所验收 100 座。通过市级财政资金和区县配套资金的支持、市公共服务中心的业务指导，保障旅游咨询服务中心的正常运行，发展旅游咨询服务，改善基础配套设施，提升服务环境和形象，增强服务能级。				
自评时间	2020-04-08				
绩效等级	优秀				
主要绩效	962020 旅游热线 365 天 14 小时不间断服务；宾馆、景区、旅游咨询服务中心配置的旅游触摸屏信息查询系统运行正常，信息更新及时。地铁站点街区图新建和更新有序开展。实现全年完成旅游厕所验收 100 座。通过市级财政资金和区县配套资金的支持、市公共服务中心的业务指导，保障旅游咨询服务中心的正常运行，发展旅游咨询服务，改善基础配套设施，提升服务环境和形象，增强服务能级。				
主要问题	预算执行率有待进一步优化达标，宣传推广力度需要进一步加强。				
改进措施	加强预算执行优化，推动信息化建设，为市民游客提供更优质更便利的旅游公共服务。				
一级指标	指标名称	指标解释	权重	自评分	备注
投入与管理(36分)	资金使用的合规性	项目资金使用是否符合相关法律法规、制度和规定，项目资金使用是否规范和安全。	6	6	
	绩效目标合理性	项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，绩效目标与预算是否匹配。	8	6	

	项目设立的规范性	项目的申请、设立过程是否符合相关要求,用以反映和考核项目立项的规范情况。	5	5	
	预算执行率	反映项目预算执行的进度	8	7	
	财务(资产)管理制度的健全性和执行的有效性	项目的财务制度是否健全、完善、有效,用以反映和考核财务管理制度对资金规范、安全运行的保障情况,以及反映和考核项目实施单位对资金运行的控制情况。	5	5	
	项目管理制度的健全性和执行的有效性	与项目直接相关的业务管理制度是否健全、完善和有效,项目实施是否符合相关业务管理规定,是否为达到项目质量要求而采取了必需的措施。	4	4	
产出目标 (34分)	热线回答信息的准确率	>90%	4	4	
	旅游热线呼入量	>4万通	4	4	
	热线设备完好、正常运行率	>90%	4	4	
	触摸屏完好、正常启用率	>80%	4	4	
	地铁站点街区图更新达标	及时更新维护	4	4	
	全年完成旅游厕所验收数量	100座	4	4	
	旅游咨询服务中心开放	按规定开放	4	4	
	旅游咨询服务中心外观达标	外观是否达标	3	3	

	咨询服务窗口仪容仪表达标	仪容仪表是否达标	3	3	
效果目标 (15分)	热线市民游客满意度	>80%	5	5	
	信息服务实效性	符合合同要求	5	5	
	游客便利性	符合合同要求	5	4	
影响力目标 (15分)	宣传推广影响力	优化布局, 加大宣传力度, 提升影响力。	5	4	
	服务人员素质	加强员工培训, 提高管理和服务水平。	5	5	
	游客知晓度	符合合同要求	5	4	
合计			100	96	

2019 年度财政项目绩效自我评价

项目名称	本市非物质文化遗产保护专项资金		预算单位	上海市文化和旅游局	
具体实施处（科室）	非遗处		是否为经常性项目	否	
当年预算数（元）	12,616,000.00		上年预算金额（元）	12,934,000.00	
预算执行数（元）	12,614,000.00		预算执行率（%）	99.98%	
项目年度总目标	非物质文化遗产管理				
自评时间	2020-4-10				
绩效等级	优秀				
主要绩效	2019 年度市级非物质文化遗产保护专项资金项目补助费对本市 75 个国家级和市级非物质文化遗产代表性项目相关的保护工作予以支持，有效推动上述项目的记录建档、传承培养、展示推广、合理利用、调查研究 5 方面工作开展；传承人补助费对健在的 549 位国家级和市级非物质文化遗产代表性传承人的传习活动予以补助，切实保障了上述非物质文化遗产代表性项目传承和传播活动的开展。				
主要问题	预算执行率				
改进措施	加强预算执行管理				
一级指标	指标名称	指标解释	权重	自评分	备注
投入与管理(36分)	资金使用的合规性	项目资金使用是否符合相关法律法规、制度和规定，项目资金使用是否规范和安全。	6	6	
	绩效目标合理性	项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，绩效目标与预算是否匹配。	8	8	
	项目设立的规范性	项目的申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。	5	5	

	预算执行率	反映项目预算执行的进度	8	7	
	财务(资产)管理制度的健全性和执行的有效性	项目的财务制度是否健全、完善、有效,用以反映和考核财务管理制度对资金规范、安全运行的保障情况,以及反映和考核项目实施单位对资金运行的控制情况。	5	4	
	项目管理制度的健全性和执行的有效性	与项目直接相关的业务管理制度是否健全、完善和有效,项目实施是否符合相关业务管理规定,是否为达到项目质量要求而采取了必需的措施。	4	4	
产出目标 (34分)	补助代表性项目数	按照年度目标补助代表性项目	15	15	
	补助代表性传承人	按照年度目标补助代表性传承人	10	10	
	资金下拨	及时下拨	5	5	
	符合厉行节约	厉行节约	4	4	
效果目标 (15分)	推动非物质文化遗产保护工作	合理有序推进非遗保护工作	15	15	

影响力目标 (15分)	长效管理制度建设	形成长效管理制度	15	15	
合计			100	98	