**财政项目支出绩效评价报告**

项目名称： 旅游工作经费

项目类别： 业务类

实施单位： 西湖区文化广电新闻出版旅游局

主管部门： 西湖区文化广电新闻出版旅游局 （盖章）

评价机构： 西湖区文化广电新闻出版旅游局 （盖章）

评价年度： 2020年度

2021年5月28日

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目绩效评价人员 | | | |
| 姓 名 | 单 位 | 职称/职务 | 签 名 |
| 张雷鸣 | 西湖区文广局 | 副局长 |  |
| 朱先毅 | 西湖区文广局 | 产业科 |  |
| 谢灿灿 | 西湖区文广局 | 财务科 |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 评价组组长  (签名): |  | 2021 年 5 月 28 日 | |
| 中介机构  （盖章）: |  | 2021 年 5 月28 日 | |

**西湖区文化广电新闻出版旅游局**

**2020年度部门项目支出绩效评价报告**

为深入贯彻落实《中共西湖区委西湖区人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（西发[2019]11号）及《南昌市财政局关于开展2021年度预算绩效管理有关工作的通知》（洪财办[2021]7号）精神，增强单位预算编制的科学性、合理性、规范性，全面提高财政资源配置效率和使用效益，加快建立全方位、全过程、全覆盖、全公开的预算绩效管理机制，认真组织开展了旅游工作经费项目绩效评价工作，现报告如下：

**一、基本情况**

**（一）项目概况**

**1.项目背景**

为进一步加快我区旅游产业的发展，充分发挥旅游专项资金的引导和激励作用，根据中共南昌市委、南昌市人民政府 《关于加快推进旅游强市建设的实施意见》（洪发〔2014〕8号）和《南昌市旅游产业发展专项资金使用管理办法》（洪府厅发 〔2017〕46 号）文件精神。给西湖区文化广电新闻出版旅游局旅游工作经费，促进西湖区旅游业的发展。

**2.主要内容及实施情况**

（1）主要内容

主要用于旅游宣 传促销、旅游产业品牌奖励、旅游景区（点）建设扶持补助、旅游发展绩效奖励及旅游人才培养等旅游产业方面的专项支出。

（2）实施情况

通过项目的实施：①营造文明旅游新常态，促进文明旅游进社区。②创新多种营销手段，不断拓展散客旅游市场。③创新旅游宣传推介，激发创新创业活力。

**3.资金投入和使用情况**

（1）资金投入

2020年度旅游工作经费的预算为40万元。财政实际下拨34万元，截止2020年12月31日，实际支出34万元，预算资金执行率为100%。

**（二）项目绩效目标**

**1.总体目标**

加大旅游事件、节事营销的策划力度，增添特色文化符号，策划开展创意性强的宣传营销活动，不断扩大影响力，提升知名度。

**2.阶段性目标**

（1）打造丰富多彩节庆活动。

（2）凝聚文明旅游全民共识，推动文明理念深入人心。

（3）创节办会，激发人气；宣传推介，树立品牌。

**二、绩效评价工作开展情况**

（一）绩效评价目的、对象和范围

本次绩效评价从项目执行过程中的投入、管理制度建设、资金使用规范性、项目资金的使用和产出效果等多个方面，全面评价项目绩效状况。目的是为今后项目实施方向及管理方式改进提供指导，逐步树立以结果为导向的预算观。针对项目执行过程中存在的问题及不足，提出针对性改进意见，以促进项目单位的项目管理水平，提升政策实施效果和财政资金使用效益，为预算资金安排和完善提供参考。评价范围是旅游工作经费34万元。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准

1.绩效评价原则

西湖区文化广电新闻出版旅游局旅游工作经费绩效评价将严格遵守科学规范原则、公正公开原则、分级分类原则以及绩效管理相关原则。

2.评价指标体系

根据财政部《预算绩效评价共性指标体系框架》等文件精神，确定本次绩效评价指标的整体框架，结合项目目标以及项目实施要求、申报要求、专项资金发放效果等内容，确定本次绩效评价指标体系的个性指标，具体详见《项目支出绩效评分表》，指标数据来源于相关法规、政府文件、基础数据采集、问卷调查和访谈等。

评价指标体系表共 100 分。分值≥90 分，评价结果为“优”; 80分≤分值<90 分，评价结果为“良”；60 分≤分值<80 分，评价结果为“中”；分值<60 分，评价结果为“差”。

3.评价方法

绩效评价主要采用以下评价方法：

（1）成本效益分析法。是指将一定时期内的支出与效益进行对比分析，以评价绩效目标实现程度。

（2）比较分析法。指通过对绩效目标与实施效果、当期情况的比较，综合分析绩效目标实现程度。

（3）公众评判法。是指通过公众问卷及抽样调查等对财政支出效果进行评判，评价绩效目标实现程度。

4.评价标准

按照《南昌市财政局关于开展2021年度预算绩效管理有关工作的通知》( 洪财办[2021] 7号),参照财政部《项目支出绩效评价共性指标体系框架》制定了《项目支出绩效评价指标体系评分表》，开展2020年项目支出绩效评价得分。

（三）绩效评价工作过程

自2021年3月15日项目布置会以来，在了解项目概况、管理制度、资金流程等基础上，完成了绩效评价方案，明确了本次绩效评价的目的、方法、评价的原则、评价标准、时间安排等。评价组严格按照工作方案，通过前期准备、实地核查、满意度调查、数据分析和报告撰写等环节，顺利完成了本次绩效评价报告工作。

**三、综合评价情况及评价结论**

根据自评绩效评分细则，西湖区文化广电新闻出版旅游局严格按照经费管理原则管理和使用，严格执行预算管理、防止各种违反财经纪律的行为、保障重点、量入为出、收支平衡的原则，提高了资金使用效益。项目绩效自评得分为95分，经绩效评价小组复核，项目最终绩效评价得分为95分，评价等级为“优”。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目决策**  **（18分）** | **项目过程**  **（22分）** | **项目产出**  **（35分）** | **项目效果**  **（15分）** | **项目满意度**  **（10分）** | **综合得分** |
| 18 | 22 | 35 | 12 | 8 | 95 |

**四、绩效评价指标分析**

**（一）项目决策情况**

（1）项目立项

根据《西湖区文化广电新闻出版旅游局2020年部门预算批复表》为立项依据。因此，项目立项有据可依，具有规范性。

（2）绩效目标

项目目标设定充分依据项目实际需求，目标和指标的设计符合项目管理规范;指标采取定量与定性相结合，通过清晰、可衡量的指标值将绩效目标反映出来，考核指标设立合理;项目预期产出效益和效果符合正常的工作水平，绩效指标具体可测性。

1. 资金投入

该项目严格按照程序进行项目的预算申报，并根据项目实际需要和本年度计划工作内容，设定了绩效目标，且目标明确，与预算确定的项目投资额相匹配。

**（二）项目过程情况**

（1）预算资金执行情况

2020年度旅游工作经费项目预算40万元，专项资金到位34万元，实际支出34万元，预算资金执行率100%，用于旅游经费。

1. 资金使用管理

为进一步规范财务管理，提高经费使用效率，完善制约机制，保障旅游事业持续发展，根据国家现行财务法规和市财政局财务管理要求及制度，结合实际，制定财务管理规定。对所有经费实行“统一领导、集中管理”财务管理体制，经费支出实行分级预算审批制度，并遵循适度授权原则、严格预算原则。同时，严格执行专项资金管理制度，专项资金拨付本着专款专用的原则，严格执行项目资金批准的使用计划和项目批复程序，不挤占和挪用财政专项资金。专项资金报账要附真实、有效、合法的凭证，对专项资金进行定期和不定期检查，确保资金使用安全。

（3）组织实施

项目实施单位为保障资金的安全、规范运行采取了必要的监控措施。项目实施单位能够按照事前审核、事中追踪、事后问效的监督工作制度。确保财政性专项资金使用安全、规范、有效。能够执行各类财政性专项资金使用管理办法和制度，实行专人管理、专账核算、专款专用，确保资金支出的合法性、真实性，并建立、健全和完善专项资金内部管理制度。

**（三）项目产出情况**

**（1）数量指标**

①举办了2场大型景区旅游宣传活动。

②举行了3次旅游推介营销和文明旅游进社区活动。

**（2）质量指标**

①8月，为消除疫情影响，支持企业发展，我区在南昌玛雅乐园举行了“乘风破浪大美西湖”为主题的“2020南昌西湖玛雅戏水节”。戏水节期间，带动西湖万达、天虹商场、苏宁易购、喜盈门、锦峰酒店等企业联合营销。

②今年以来，共组织8家企业和6项文创作品参加各类推介、评比，取得良好成效。

**（3）时效指标**

旅游活动举办及时率100%。截止2020年12月31日，年度旅游宣传计划及时率完成100%。

**（4）成本效益**

旅游工作经费项目预算40万元，专项资金到位34万元，实际支出34万元，预算资金执行率100%。该项目实际支出金额均控制在预算范围内。

**（四）项目效益情况。**

**（1）经济效益**

创新多种营销手段。为降低营销成本，鼓励旅游企业开展网络营销通过微博互动营销、旅游专网营销、淘宝团购营销等方式，不断拓展散客旅游市场。

**（2）社会效益**

营造文明旅游新常态，促进文明旅游进社区，不断凝聚文明旅游全民共识，推动文明理念深入人心。

（3）**可持续影响指标**

打造丰富多彩节庆活动。在积极开展群众性文化活动的同时，注重“品牌”意识。

**（4）社会公众或服务对象满意度**

通过问卷调查统计，群众满意度95%以上。

**五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析**

打造丰富多彩节庆活动。在积极开展群众性文化活动的同时，注重“品牌”意识。以“非遗+文创”创新文化活动品牌，打造了“戏曲进校园 非遗共传承”品牌特色活动，组织了省市各类手工类非遗项目进社区参展表演。但在绩效这一块还存在一些偏差，由于受疫情影响，文旅活动的群众受益面未达到要求。

**六、有关建议**

下一步加大对旅游景区活动的宣传、推广、策划。走群众路线，以群众需求为主，打造群众满意的文旅活动场所。

七、其他需要说明的问题

无