财政项目支出绩效自评表

（2025 年度）

<table>
<tr><td>项目名称</td><td colspan="8">旅游服务与促进</td></tr>
<tr><td>主管部门</td><td colspan="3">上海市青浦区文化和旅游局</td><td colspan="2">实施单位</td><td colspan="3">上海市青浦区文化和旅游管理事务中心</td></tr>
<tr><td rowspan="5">项目资金
（万元）</td><td></td><td>年初预算数</td><td>全年预算数</td><td>全年执行数</td><td>分数</td><td>执行率(%)</td><td>得分</td></tr>
<tr><td>年度资金总额：</td><td>107.89</td><td>91.00</td><td>90.52</td><td>10.00</td><td>99.47</td><td>9.95</td></tr>
<tr><td>其中：当年财政拨款</td><td>107.89</td><td>91.00</td><td>90.52</td><td>-</td><td>99.47</td><td>-</td></tr>
<tr><td>上年结转资金</td><td>0.00</td><td>0.00</td><td>0.00</td><td>-</td><td>0.00</td><td>-</td></tr>
<tr><td>其他资金</td><td>0.00</td><td>0.00</td><td>0.00</td><td>-</td><td>0.00</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="2">年度总体目标</td><td colspan="3">预期目标</td><td colspan="5">实际完成情况</td></tr>
<tr><td colspan="3">重点围绕两大民宿品牌打造，持续推进非周末民宿经济，加强品牌建设，通过微信朋友圈投放、中国移动短信投放等形式强化宣传力度，策划系列民宿主题宣传活动和产品，切实推动区民宿产业高质量发展；以旅游咨询服务品质提升、旅游厕所建设完善等为切入点进一步推动区旅游公共服务提质增效，大力开展文明旅游宣传活动，助力巩固全国文明城市创建成果。</td><td colspan="5">严格执行新版国家标准，建立"申报-踏勘-建设-验收"全周期管理机制，对朱家角古镇景区等重点区域新建改建旅游厕所开展专项督查；落实"2+6+N"服务网络布局，完成 8 家旅游咨询中心标准化指导，完善多语种服务、无障碍设施、公益行李寄存服务等多项便民功能。全年累计接待咨询 15.26 万人次，制作和发放各类旅游资讯宣传资料 7.64 万余册；建立"行业监管+志愿服务"双轮驱动机制，联合志愿者协会、上尚银辉志愿者服务大队开展“大手牵小手”文明旅游志愿服务系列活动，开展文明旅游宣传、不文明行为劝导、随手捡、崇尚节俭等主题活动 23 场，助力巩固全国文明城市创建成果，浓厚文明旅游氛围；对接长三角执委会，与“诗画浙江·文旅惠民卡”联通联动，推进长三角示范区客源互用、资源融合，探索开辟文旅消费新场景、增进文旅消费新功能、提升区域文旅服务便利共享，促进构建长三角示范区文旅融合发展新格局和合力打造区域性文旅惠民品牌。</td></tr>
<tr><td>一级指标</td><td>二级指标</td><td>三级指标</td><td>年度指标值</td><td>实际完成值</td><td>分值</td><td>得分</td><td colspan="2">偏差原因分析及改进措施</td></tr>
<tr><td rowspan="7">产出指标</td><td rowspan="2">数量指标</td><td>完成旅游公共服务宣传活动次数</td><td>=1.00(次)</td><td>1.00(次)</td><td>10.00</td><td>10.00</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>完成旅游公共服务宣传活动次数</td><td>≥22.00(次)</td><td>23.00(次)</td><td>10.00</td><td>10.00</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td rowspan="3">质量指标</td><td>活动质量达标率</td><td>=100.00(%)</td><td>100.00(%)</td><td>10.00</td><td>10.00</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>宣传品质量达标率</td><td>=100.00(%)</td><td>100.00(%)</td><td>5.00</td><td>5.00</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>配套资金拨付准确率</td><td>=100.00(%)</td><td>100.00(%)</td><td>10.00</td><td>10.00</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>时效指标</td><td>活动开展及时性</td><td>及时</td><td>达成指标</td><td>10.00</td><td>10.00</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>效益</td><td>社会</td><td>长三角一体化示范区建设知晓率</td><td>提高</td><td>达成指标</td><td>5.00</td><td>5.00</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

指标	效益指标	青浦旅游公共服务知晓率	提高	达成指标	10.00	10.00	
	可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	达成指标	5.00	5.00	
		团队人员保障情况	良好	达成指标	5.00	5.00	
满意度指标	服务对象满意度指标	民宿满意度	≥80.00(%)	75.00(%)	5.00	4.00	根据满意度调查反馈，个性化服务方面稍有欠缺。后续将进一步完善民宿活动，提升差异化服务和特色打造。
		咨询游客满意度	≥80.00(%)	80.00(%)	5.00	5.00	
总分					100.00	98.95	
评分等级		优					

财政项目支出绩效自评表

（2025 年度）

项目名称	农村公益电影放映标准						
主管部门	上海市青浦区文化和旅游局			实施单位	上海市青浦区文化和旅游管理事务中心		
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：	245.00	197.00	197.00	10.00	100.00	10.00
	其中：当年财政拨款	245.00	197.00	197.00	-	100.00	-
	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	-

年度总体目标	预期目标	实际完成情况
	通过项目实施，巩固农村思想文化阵地，推进点位优化布局，给予农村电影放映工作充分服务保障。2025 年通过与各街镇协同合作按照上海新农村标准化放映点建设技术标准，完成 3 个新型农村放映点的建设布局。根据农村地区的人口分布、实际文化需求等情况推进点位融合，“十四五”期间建成 45 个高质量行政村农村公益电影融合放映点，融合后的点位扩大服务范围，做到全覆盖无盲区，服务数量和质量不因点位融合而减少或降低。推进落实公共文化服务“十五分钟生活圈”，各镇、街道根据实际需求保留原电影放映固定点继续为民服务的，对保留的基层放映服务点设备进行全面检测检修、维护更换，保障设备正常运行。	全年完成三个新型农村放映点的建设布局。新增一般级新型农村电影放映点 23 个，完成 8 个街镇的村放映融合点设备更新工作，完成 11 个街镇 101 个村级固定放映保留点的设备检测和维修维护工作。“十四五”期末，高质量完成青浦地区 2018 年后投入使用的农村放映设备的整体更新，建设村固定放映融合点 45 个，其中新型农村放映点 39 个。

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	新型农村标准化放映点	=3.00(个)	3.00(个)	5.00	5.00	
		农村公益数字电影放映设备检修维护	=60.00(套)	60.00(套)	5.00	5.00	
		行政村固定放映融合点	=25.00(个)	25.00(个)	6.00	6.00	
	质量指标	声学效果	达标	达成指标	6.00	6.00	
		光学图像	达标	达成指标	6.00	6.00	
		影厅工艺	达标	达成指标	6.00	6.00	
		播放测试	达标	达成指标	6.00	6.00	
	时效指标	投入使用	及时	达成指标	5.00	5.00	
		项目进度	及时	达成指标	5.00	5.00	
效益指标	社会效益指标	观影感受及艺术素养培育	提升	达成指标	5.00	5.00	
		百姓文化认同感、幸福感	提升	达成指标	5.00	5.00	
		村民知晓率	≥80.00(%)	78.00(%)	5.00	4.00	宣传方式较为单一，

							知晓率较低，后续将进一步完善加强宣传工作。
		提高公共文化服务质量	有效推动	部分达成指标并具有一定效果	5.00	4.00	受众群体较为单一，后续通过多方宣传，扩大受众面。
		市民投诉率	≤0.10(%)	0.00(%)	5.00	5.00	
		提升公共文化服务水平	有效推动	达成指标	5.00	5.00	
满意度指标	服务对象满意度指标	管理部门、相关基层组织满意度	≥85.00(%)	90.00(%)	5.00	5.00	
		群众满意度	≥85.00(%)	90.00(%)	5.00	5.00	
总分					100.00	98.00	
评分等级		优					

财政项目支出绩效自评表

（2025 年度）

<table>
<tr><td colspan="2">项目名称</td><td colspan="7">文化服务与管理</td></tr>
<tr><td colspan="2">主管部门</td><td colspan="3">上海市青浦区文化和旅游局</td><td colspan="2">实施单位</td><td colspan="2">上海市青浦区文化和旅游管理事务中心</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="5">项目资金（万元）</td><td></td><td>年初预算数</td><td>全年预算数</td><td>全年执行数</td><td>分数</td><td>执行率(%)</td><td>得分</td></tr>
<tr><td>年度资金总额：</td><td>514.00</td><td>514.00</td><td>514.00</td><td>10.00</td><td>100.00</td><td>10.00</td></tr>
<tr><td>其中：当年财政拨款</td><td>514.00</td><td>514.00</td><td>514.00</td><td>-</td><td>100.00</td><td>-</td></tr>
<tr><td>上年结转资金</td><td>0.00</td><td>0.00</td><td>0.00</td><td>-</td><td>0.00</td><td>-</td></tr>
<tr><td>其他资金</td><td>0.00</td><td>0.00</td><td>0.00</td><td>-</td><td>0.00</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="2">年度总体目标</td><td colspan="4">预期目标</td><td colspan="5">实际完成情况</td></tr>
<tr><td colspan="4">推动公共文旅服务供给侧改革，完善公共文化服务需求征询和多维监管。探索公共文化资源多元主体供给和基本文化权益供需均衡配置， 提升基本公共文化服务标准化、均等化水平。根据“公共文化惠民工程三年行动计划（2023-2025 年）”具体工作要求，完成文艺配送 、图书、公益电影放映各项指标。开展“展乡村之美品文化之韵”、“文化进校园”“我为群众办实事”等专题文化配送，加大文化活动亲民惠民服务力度，丰富基层群文生活。积极开展线上活动，丰富线上文化资源，加大公益展演活动网络播放力度 。扩充文化指导员队伍，培育基层文化团队。完成全年文艺、电影、图书配送的宣传工作，建立健全第三方巡查制度，委托第三方对市区两级配送开展巡查工作，积极组织业务培训，指导落实各街镇做好文化配送工作。完成全年“文化云”平台、“配送平台”的运行管理，保障平台全年正常运行，提升“文化云”访问用户量、视频点击量，发挥“配送平台”的功能，满足市民群众文化需求，提升文化影响力。</td><td colspan="5">全年开展区级配送 390 场。春节期间，中心推出过大年·来青浦丨“艺”见青新，“趣”寻年味迎春活动，配送皮影戏、杂技魔术、折子戏、非遗微游、线上手工活动、线上成语挑战赛等活动。3 月开展“向美而行”专题配送活动，配送包括文艺演出、特色活动、展览展示、文化微游等 20 场文化活动，3 月-5 月期间开展“守初心 暖人心 润民心”专题配送活动。4 月-5 月期间开展“文化进校园 “艺”起筑童梦”专配活动。五一期间开展“展文化活力 添旅游魅力”文旅融合专配活动，为前来游玩的游客呈上了一场场精彩纷呈的文化体验。6 月-9 月开展“戏曲进乡村”专题配送活动，积极响应乡村振兴战略，丰富产品供给，精心遴选出一批优质的戏曲剧目，越剧《梁祝》精选、沪剧《寸草春晖》、沪剧《董梅卿》、沪剧《深秋的泪痕》、越剧《碧玉簪》精选等，直接将戏台搭建在村民家门口，唱响乡村文化新乐章，为乡村振兴注入强大的文化动能。创新公共文化服务宣传方式，做优线上公共文化服务。开展线上手工课堂活动，覆盖不同年龄段受众，全年开展“青云指尖时光”线上系列活动 14 场，发布相关推文 16 篇，总参与人数 420 人，线上点击量 3691 人次。</td></tr>
<tr><td>一级指标</td><td>二级指标</td><td>三级指标</td><td>年度指标值</td><td>实际完成值</td><td>分值</td><td>得分</td><td colspan="2">偏差原因分析及改进措施</td></tr>
<tr><td rowspan="5">产出指标</td><td rowspan="4">数量指标</td><td>专题文化配送工作完成数</td><td>≥20.00(场)</td><td>20.00(场)</td><td>2.00</td><td>2.00</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>完成文化经营性主体业务培训工作</td><td>=8.00(次)</td><td>8.00(次)</td><td>2.00</td><td>2.00</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>演出市场现场监管</td><td>≥800.00(次)</td><td>800.00(次)</td><td>2.00</td><td>2.00</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>基层服务点图书补充更新工作完</td><td>≥184.00(家)</td><td>184.00(家)</td><td>2.00</td><td>2.00</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

		成数					
		全区文化配送完成数	=390.00(场)	390.00(场)	2.00	2.00	
		完成电影、图书、文艺业务培训工作	=3.00(次)	3.00(次)	2.00	2.00	
		基层服务点期刊报刊配送工作完成数	≥184.00(家)	184.00(家)	2.00	2.00	
		线上产品征集完成数	≥30.00(个)	30.00(个)	2.00	2.00	
		完成文化服务与管理宣传工作	=24.00(次)	24.00(次)	2.00	2.00	
		数字电影放映完成数	≥5000.00(场)	5000.00(场)	2.00	2.00	
		“文化青浦云 ”平台运行管理	=12.00(次)	12.00(次)	2.00	2.00	
		数字多媒体宣传	=12.00(次)	12.00(次)	2.00	2.00	
		线上文化配送活动及线上直播活动配送工作完成数	≥15.00(场)	15.00(场)	2.00	2.00	
		“配送平台”运行管理	=12.00(次)	12.00(次)	2.00	2.00	
		区文艺指导课时完成数	=1200.00(课时)	1200.00(课时)	2.00	2.00	
		文化配送巡查工作完成数	≥350.00(场)	350.00(场)	2.00	2.00	
	质量指标	“配送平台”连通率	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
		“文化青浦云”平台连通率	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
		电影、图书、文艺业务培训工作	=3.00(次)	3.00(次)	2.00	2.00	
		电影配送质量达标	达标	部分达成指标并具有一定效果	2.00	1.20	根据受众人员反馈，电影影片较为老旧，选片质量有待提高
		文化配送巡查工作完成数	=350.00(场)	350.00(场)	2.00	2.00	
		图书配送质量达标	达标	达成指标	2.00	2.00	
		在线文化配送达标	达标	达成指标	2.00	2.00	
		文化配送质量达标	达标	达成指标	2.00	2.00	
	时效指标	业务培训工作完成及时性	及时	达成指标	2.00	2.00	
		文化配送工作预告及时率	及时	达成指标	2.00	2.00	
		在线文化配送及时性	及时	达成指标	2.00	2.00	
		文化配送及时性	及时	达成指标	2.00	2.00	
		公益电影配送及时性	及时	达成指标	2.00	2.00	
		“配送平台”运行管理及时性	及时	达成指标	2.00	2.00	
		公共图书配送及时性	及时	达成指标	2.00	2.00	
		文化服务与管理宣传工作完成及时性	及时	达成指标	2.00	2.00	
		文艺配送巡查、演出市场现场监管及时性	及时	达成指标	2.00	2.00	
		数字多媒体及公众号发布及时性	及时	达成指标	2.00	2.00	
		“文化青浦云”平台管理完成及时性	及时	部分达成指标并具有一定效果	2.00	1.20	平台运行不稳定，管理维护及时性有待加强

		文化配送点单工作完成及时性	及时	达成指标	2.00	2.00	
效益指标	社会效益指标	“文化青浦云”访问量	较上年提升	达成指标	1.00	1.00	
		视频点击率	较上年提升	达成指标	1.00	1.00	
		文化配送覆盖率	11 个街镇全覆盖	达成指标	1.00	1.00	
		市民有效投诉次数	≤3.00(次)	0.00(次)	1.00	1.00	
		市民文化艺术素养提升情况	提升	达成指标	1.00	1.00	
		群众文化认同感/幸福感	提升	达成指标	1.00	1.00	
		文化配送服务公众知晓率	不低于往年	达成指标	1.00	1.00	
		公共文化服务体系建设情况	有效推动	达成指标	1.00	1.00	
		本区公共文化服务均衡发展	有效推动	达成指标	1.00	1.00	
	可持续影响指标	跨部门协同制度	健全	达成指标	1.00	1.00	
		工作人员配置情况	得到保障	达成指标	1.00	1.00	
		经费保障机制	健全持续投入	达成指标	1.00	1.00	
		长效管理机制执行有效性	执行有效	达成指标	1.00	1.00	
		长效管理机制健全性	健全	达成指标	1.00	1.00	
满意度指标	服务对象满意度指标	受众人员满意度	≥85.00(%)	90.00(%)	2.00	2.00	
		相关管理单位满意度	≥85.00(%)	90.00(%)	1.00	1.00	
		居民满意度	≥85.00(%)	90.00(%)	1.00	1.00	
总分					100.00	98.40	
评分等级		优					

财政项目支出绩效自评表

（2025 年度）

项目名称	文化云青浦信创改造项目						
主管部门	上海市青浦区文化和旅游局			实施单位	上海市青浦区文化和旅游管理事务中心		
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：	0.00	30.61	30.61	10.00	100.00	10.00
	其中：当年财政拨款	0.00	0.00	30.61	-	0.00	-
	上年结转资金	0.00	30.61	0.00	-	0.00	-
	其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-

年度总体目标	预期目标	实际完成情况
	遵循公益性、均等性、安全性、便利性原则，加快推进数字文化服务体系建设，人民享有更加充实、更为丰富、更高质量的精神文化生活，保障人民群众基本文化权益，更好的实现公共文化服务的高质量发展。通过对“文化青浦云 ”操作系统、数据库、中间件的国产化改造，使项目实现信创的基本要求，达到自助可控的目标。通过建设“文化青浦云 ”密码应用体系，在符合国家对于密码要求的基础上弥补安全及密码应用环节重点薄弱的环节，通过密码应用测评。实现系统运行状态良好，用户享有文化活动预约、文化场馆预订、在线文化欣赏等“互联网+”的一站式公共文化服务，市民看直播、约活动、订场馆、享资讯等各类文化资源信息及时通畅。	通过对“文化青浦云 ”操作系统、数据库、中间件的国产化改造，使项目实现信创的基本要求，达到自助可控的目标。通过建设“文化青浦云 ”密码应用体系，在符合国家对于密码要求的基础上弥补安全及密码应用环节重点薄弱的环节，通过密码应用测评。实现系统运行状态良好，用户享有文化活动预约、文化场馆预订、在线文化欣赏等“互联网+”的一站式公共文化服务，市民看直播、约活动、订场馆、享资讯等各类文化资源信息及时通畅。文化青浦云信创改造项目已经初步完成前后端的开发，并进行联台调试与系统整体测试，2025 年 6 月 12 日对 14 个管理单位培训后开始试运行，后续未完成密码测评、审计审价等事宜，因此今年项目尚未验收，处于完工未结算状态。

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	资金拨付完成率	=100.00(%)	100.00(%)	8.00	8.00	
		国产件	=100.00(%)	100.00(%)	8.00	8.00	
	质量指标	自助可控	=100.00(%)	100.00(%)	8.00	8.00	
		安全等级达标	=100.00(%)	100.00(%)	8.00	8.00	
		质量达标率	=100.00(%)	100.00(%)	8.00	8.00	
	时效指标	服务响应及时性	及时	达成指标	8.00	8.00	
		实施进度及时性	及时	部分达成指标并具有一定效果	8.00	6.00	项目经多方沟通、统筹协调，实施进度略晚，后续将根据历史经验做好项目实施。
效益	社会	影响力提升	良好	达成指标	6.00	6.00	

指标	效益指标	知晓度提高	良好	部分达成指标并具有一定效果	6.00	4.00	用户知晓率略低，后续将继续完善加强宣传工作。
		用户数增加	良好	达成指标	6.00	6.00	
	可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	达成指标	6.00	6.00	
		团队人员保障情况	良好	达成指标	3.00	3.00	
满意度指标	服务对象满意度指标	管理员满意度	≥90.00(%)	92.00(%)	3.00	3.00	
		公众满意度	≥80.00(%)	88.00(%)	4.00	4.00	
总分					100.00	96.00	
评分等级		优					