

附件

2022 年度项目支出绩效自评表

第一部分 宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻
新闻出版局）绩效自评项目清单

序号	项目名称	备注
1	2021 年省级戏剧创作孵化计划项目尾款项目	
2	2022 年度皖南花鼓戏小戏孵化资金(第二期)	
3	非遗保护项目	
4	改制专项	
5	国家电影事业发展专项资金	
6	结转项目	
7	扩大暑期消费补助资金	
8	旅游发展项目	
9	旅游发展专项资金(第二批)	
10	旅游发展资金专项	
11	旅游市场开拓培育补助资金	
12	省级非物质文化遗产保护资金	
13	省级旅游发展资金	

14	皖南花鼓戏小戏孵化资金	
15	文化广电事业发展项目	
16	新闻出版项目	
17	信息网络平台建设项目	
18	招商引资项目	
19	招商引资专项	
20	中央支持地方公共文化服务体系建设补助资	
21	2022 年省级文物保护资金项目	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称		旅游发展专项资金(第二批)						
主管部门		57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）			实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新		
项目资金 (万元)			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：	0	150	150	10	100.00%	10.00
		其中：本年财政拨款	0	150	150	—		
		上年结转资金	0	0	0	—		
		其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况			
	1、促进全市乡村旅游品质提升，打造乡村旅游重点村和精品项目，促进全市旅游高质量发展。2、通过拍摄视频，直观介绍我市全域旅游公益救援项目的内容、经验等，以便评委进行评价。3、通过在人民网刊载广告，宣传宣城市文化旅游相关信息，介绍宣城文化旅游行业动态以及重大活动，增强影响力。4、通过提供考核相关服务，保证该部分考核成绩处于全省前列。5、通过拍摄抖音短视频，给“诗意宣城”抖音号引流，确保传播程度。6、通过开展系列宣传营销活动，积极招徕游客来宣城旅游，不断提升我市城市文旅形象的知名度和影响力，持续打响“中国文房 诗意宣城”城市形象品牌。				完成年度绩效目标。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	“双微”重点村培育数量	10个	10个	5	5	
			打造精品旅游项目数	1个	1个	5	5	
			全域旅游公益救援参赛片	1个	1个	5	5	
			”游安徽“活动	1个	1个	5	5	
			”抖音“短视频素材	≥40个	40个	5	5	
			开展宣传营销活动次数	≥3个	3个	5	5	
			奖补地接旅行社个数	≥10个	10个	5	5	
		质量指标 (0分)	参赛片品质	优	达成预期 指标	2	2	
			宣传营销效果	优	达成预期 指标	2	2	
		时效指标 (0分)	完成时间	及时	达成预期 指标	2	2	
			”人民网“宣传时限	1年	1年	2	2	
			宣传营销活动完成时限	1年	1年	2	2	
		成本指标 (0分)	项目成本	150万	150万	5	5	

效益指标 (30分)	社会效益 指标	促进全市乡村旅游产业发展	持续发展	达成预期 指标	10	10	
	生态效益 指标	践行”两山“理论	优	达成预期 指标	10	10	
	可持续影 响指标(0 分)	扩大全市文旅产业知名度	持续扩大	达成预期 指标	5	5	
		提升“中国文房、诗意宣城”城市知名度和 影响力	持续增强	达成预期 指标	5	5	
	经济效益 指标	不适用			0	0	
满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	游客满意度	90%	90%	5	5	
		村民满意度	90%	90%	5	5	
总分					100	100.00	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			2022年度皖南花鼓戏小戏孵化资金(第二期)						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局			实施单位	市文化和旅游局（宣城市广播电视新		
项目资金 （万元）				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：	0	15	15	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	0	0	0	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	15	15	—		
年度 总体 目标	预期目标					实际完成情况			
	2022年皖南花鼓戏小戏孵化计划第二期扶持资金，5个入选小戏，每个3万元。					创作排演完成，验收合格。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	小戏数量		5个	5个	20	20	
		质量指标 (0分)	演出内容		优	达成预期 指标	10	10	
		时效指标 (0分)	完成时间		12月31日	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	项目成本		15万	15万	10	10	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	丰富文化生活		持续提升	达成预期 指标	20	20	
		可持续影 响指标(0	小戏影响力		持续扩大	达成预期 指标	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
		生态效益 指标	不适用				0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	群众满意度		95%	95%	10	10	
总分						100	100.00		

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			非遗保护						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	20	20	20	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	20	20	20	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标					实际完成情况			
	以申报项目资金为基础、深化非遗进校园进社区、强化展示展演和推介交流，充分展示非遗的魅力和活力。					完成年度绩效目标，充分展示了非遗的魅力和活力。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	省级项目		3个	3个	10	10	
			国家级项目		1个	1个	10	10	
		质量指标 (0分)	非遗宣传展示活动		1个	1个	10	10	
		时效指标 (0分)	按工作进度		2022年12月31日	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	非遗项目经费		20万元	20万	10	10	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	惠及中小学生及广大市民精神文化生活		≥90%	90%	10	10	
		生态效益 指标	传承人满意度		≥100%	100%	10	10	
		可持续影响 指标(0	非遗保护观念深入人心		≥100%	100%	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	传承人满意度		≥100%	100%	5	5	
			市民满意度		≥100%	100%	5	5	
总分							100	100.00	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称		改制专项						
主管部门		57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）			实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新		
项目资金 （万元）			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：	58.6	58.6	43.6	10	74.40%	7.44
		其中：本年财政拨款	58.6	58.6	43.6	—		
		上年结转资金	0	0	0	—		
		其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况			
	目标1：维护社会稳定，减少上访维权次数 目标2：保障符合政策条件的7人基本社保权益 目标3：按时发放文化中心不符合退休条件的在编在职（自收自支编制）人员工资及社保（12个月）；按时缴纳原宣城地区电影公司不符合退休条件人员的养老保险等社会保险的缴纳（12个月）；				资金全部完成，执行率是100%，其中15万元是直接划拨给是文化馆改制人员，造成执行率74.4%。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	保障广电服务部符合条件的7人退休工资；发放文化中心改制人员工资1人及社保缴纳人数5人	>15个	15	20	20	
		质量指标 (0分)	提高改制人员的生活幸福指数	≥95%	95	10	10	
		时效指标 (0分)	项目完成时间	1年	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	项目经费	60万元	43.6万	10	10	15万是直接 划拨给市文化馆 原改制人员
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	社会和谐稳定指数比	90%	达成预期 指标	10	10	
		可持续影响 指标(0	社会维稳	>90%	90%	20	20	
		经济效益 指标	不适用			0	0	
		生态效益 指标	不适用			0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	改制人员满意度指标	≥95%	95%	10	10	
	总分					100	97.44	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			国家电影事业发展专项资金						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	0	53	30.2	10	56.98%	5.70
			其中：本年财政拨款	0	53	30.2	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况				
	鼓励影院放映国产电影，推动我市电影事业持续发展				完成年度绩效目标，推动我市电影事业持续发展。 。				
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	补助电影院		=1个	1	10	10	
		质量指标 (0分)	国产电影放映质量		高	达成预期 指标	10	10	
			引进国外电影放映质量		高	达成预期 指标	10	10	
		时效指标 (0分)	电影放映时间		2022年12 月31日	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	补助放映成本		53万	30.2万	10	10	项目资金被省局回 收22.8万元，具体 见附件管理里面的 其他材料的上传文 件。
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	提高群众审美水平		有效提高	达成预期 指标	10	10	
		生态效益 指标	保护电影放映		有效保护	达成预期 指标	10	10	
		可持续影响 指标(0	电影放映市场持续影响力		有效提高	达成预期 指标	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	观众满意度		≥95%	95%	5	5	
			电影院		≥90%	90%	5	5	
	总分							100	95.70

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			结转项目						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	0	30	30	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	0	0	0	—		
			上年结转资金	0	30	30	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标					实际完成情况			
	拨省级国家电影事业发展专项资金，用于电影剧本创作					已按时完成电影剧本创作。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	剧本数		1个	1个	20	20	
		质量指标 (0分)	剧本创作		优	达成预期 指标	10	10	
		时效指标 (0分)	完成时间		2022年12 月30	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	剧本创作成本		30万	30万	10	10	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	创作能力		持续提高	达成预期 指标	20	20	
		可持续影 响指标(0	艺术欣赏		持续提高	达成预期 指标	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
		生态效益 指标	不适用				0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	群众认可		≥95%	95%	10	10	
总分						100	100.00		

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			扩大暑期消费补助资金						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）			实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新		
项目资金 （万元）				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：	0	60	60	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	0	0	0	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	60	60	—		
年度 总体 目标	预期目标					实际完成情况			
	为充分利用暑期游客出行高峰，积极招徕游客来宣旅游，开展暑期宣传营销活动，激活文旅市场。主要包括开展“嗨游宣城”活动开展过夜住宿消费团队地接奖励，暑期高铁宣传，大黄山系列宣传推介活动等。					完成年度绩效目标，激活文旅市场消费。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	开展宣传营销活动数量		≥3个	3个	20	20	
		质量指标 (0分)	宣传营销活动质量		优	达成预期 指标	10	10	
		时效指标 (0分)	完成时间		#####	#####	10	10	
		成本指标 (0分)	项目成本		60万元	60万	10	10	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	提升全市文旅品牌知名度和影响力		影响程度 明显	达成预期 指标	20	20	
		可持续影响 指标(0	持续打响中国文房 诗意宣城城市品牌		影响程度 明显	达成预期 指标	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
		生态效益 指标	不适用				0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	游客、市民满意度		≥95%	95%	10	10	
总分						100	100.00		

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			旅游发展						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	25	25	25	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	25	25	25	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标					实际完成情况			
	目标1：力争2-3个县进入全域旅游示范区创建省级优秀单位；力争1-2个县创成国家全域旅游示范区； 力争旅游主要经济指标在十三五基础上翻一番。《br》 目标2：通过组织旅游企事业单位开展应急培训演练工作，指导旅游经营单位制定应急预案，提高旅游经营单位及从业人员的应急救援水平，提高旅游行业应急救援整体水平，促进行业安全与应急管理规范化与科学化，指导有关部门和旅游经营单位及时有效处置旅游突发事件，减少和避免游客和旅游经营单位的生命和财产损失。《br》 目标3：持续开展文旅行业企业经营管理者、相关岗位职业技能、一线岗位服务人员培训，提升行业从业人员的经营管理水平和旅游服务基本能力。提高文旅企业社会市场竞争力及服务对象满意度，					完成年度绩效目标。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	文旅网维护		≥365天	365天	10	10	
			省级国家全域旅游示范区		≥1个	1个	10	10	
		质量指标 (0分)	培训合格率		≥95%	95%	10	10	
		时效指标 (0分)	推荐上报时间		2022年12月31日	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	项目成本		≤25万元	25万元	10	10	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	旅游从业人员业务水平提高		≥90%	90%	10	10	
		生态效益 指标	全市旅游生态指标增速高于全省平均水平		≥10%	10%	10	10	
		可持续影响 指标(0	对降低企业安全风险的持续影响程度		较高	达成预期 指标	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	服务对象满意度		≥90%	90%	5	5	
			群众对旅游信息公开满意度		≥90%	90%	5	5	
总分							100	100.00	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称		旅游发展专项资金(第二批)						
主管部门		57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）			实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新		
项目资金 (万元)			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：	0	150	150	10	100.00%	10.00
		其中：本年财政拨款	0	150	150	—		
		上年结转资金	0	0	0	—		
		其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况			
	1、促进全市乡村旅游品质提升，打造乡村旅游重点村和精品项目，促进全市旅游高质量发展。2、通过拍摄视频，直观介绍我市全域旅游公益救援项目的内容、经验等，以便评委进行评价。3、通过在人民网刊载广告，宣传宣城市文化旅游相关信息，介绍宣城文化旅游行业动态以及重大活动，增强影响力。4、通过提供考核相关服务，保证该部分考核成绩处于全省前列。5、通过拍摄抖音段视频，给”诗意宣城“抖音号引流，确保传播程度。6、通过开展系列宣传营销活动，积极招徕游客来宣城旅游，不断提升我市城市文旅形象的知名度和影响力，持续打响”中国文房 诗意宣城“城市形象品牌。				完成年度绩效目标。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	“双微”重点村培育数量	10个	10个	5	5	
			打造精品旅游项目数	1个	1个	5	5	
			全域旅游公益救援参赛片	1个	1个	5	5	
			”游安徽“活动	1个	1个	5	5	
			”抖音“短视频素材	≥40个	40个	5	5	
			开展宣传营销活动次数	≥3个	3个	5	5	
			奖补地接旅行社个数	≥10个	10个	5	5	
		质量指标 (0分)	参赛片品质	优	达成预期 指标	2	2	
			宣传营销效果	优	达成预期 指标	2	2	
		时效指标 (0分)	完成时间	及时	达成预期 指标	2	2	
			”人民网“宣传时限	1年	1年	2	2	
			宣传营销活动完成时限	1年	1年	2	2	
		成本指标 (0分)	项目成本	150万	150万	5	5	

	效益指标 (30分)	社会效益指标	促进全市乡村旅游产业发展	持续发展	达成预期指标	10	10	
		生态效益指标	践行”两山“理论	优	达成预期指标	10	10	
		可持续影响指标(0分)	扩大全市文旅产业知名度	持续扩大	达成预期指标	5	5	
			提升“中国文房，诗意宣城”城市知名度和影响力	持续增强	达成预期指标	5	5	
		经济效益指标	不适用			0	0	
	满意度指标(10分)	满意度指标(10分)	游客满意度	90%	90%	5	5	
			村民满意度	90%	90%	5	5	
总分						100	100.00	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称		旅游发展专项资金(第二批)						
主管部门		57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 (万元)			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：	0	150	150	10	100.00%	10.00
		其中：本年财政拨款	0	150	150	—		
		上年结转资金	0	0	0	—		
		其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况			
	1、促进全市乡村旅游品质提升，打造乡村旅游重点村和精品项目，促进全市旅游高质量发展。2、通过拍摄视频，直观介绍我市全域旅游公益救援项目的内容、经验等，以便评委进行评价。3、通过在人民网刊载广告，宣传宣城市文化旅游相关信息，介绍宣城文化旅游行业动态以及重大活动，增强影响力。4、通过提供考核相关服务，保证该部分考核成绩处于全省前列。5、通过拍摄抖音短视频，给”诗意宣城“抖音号引流，确保传播程度。6、通过开展系列宣传营销活动，积极招徕游客来宣城旅游，不断提升我市城市文旅形象的知名度和影响力，持续打响”中国文房 诗意宣城“城市形象品牌。				完成年度绩效目标。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	“双微”重点村培育数量	10个	10个	5	5	
			打造精品旅游项目数	1个	1个	5	5	
			全域旅游公益救援参赛片	1个	1个	5	5	
			”游安徽“活动	1个	1个	5	5	
			”抖音“短视频素材	≥40个	40个	5	5	
			开展宣传营销活动次数	≥3个	3个	5	5	
			奖补地接旅行社个数	≥10个	10个	5	5	
		质量指标 (0分)	参赛片品质	优	达成预期 指标	2	2	
			宣传营销效果	优	达成预期 指标	2	2	
		时效指标 (0分)	完成时间	及时	达成预期 指标	2	2	
			”人民网“宣传时限	1年	1年	2	2	
			宣传营销活动完成时限	1年	1年	2	2	
		成本指标 (0分)	项目成本	150万	150万	5	5	

效益指标 (30分)	社会效益指标	促进全市乡村旅游产业发展	持续发展	达成预期指标	10	10	
	生态效益指标	践行”两山“理论	优	达成预期指标	10	10	
	可持续影响指标(0分)	扩大全市文旅产业知名度	持续扩大	达成预期指标	5	5	
		提升“中国文房，诗意宣城”城市知名度和影响力	持续增强	达成预期指标	5	5	
	经济效益指标	不适用			0	0	
满意度指标(10分)	满意度指标(10分)	游客满意度	90%	90%	5	5	
		村民满意度	90%	90%	5	5	
总分					100	100.00	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称		旅游市场开拓培育补助资金						
主管部门		57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）			实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻		
项目资金 （万元）			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：	0	51	51	10	100.00%	10.00
		其中：本年财政拨款	0	51	51	—		
		上年结转资金	0	0	0	—		
		其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况			
	项目主要用于实施市场开拓培育及宣传推广项目，通过宣传推广深耕客源市场，刺激文化旅游产业、拉动文旅消费，不断提升我市文旅形象的知名度、美誉度和影响力，持续打响“中国文房 诗意宣城”城市品牌形象。举办各类活动，加大文旅宣传推广开拓发展，服务更多涉旅企业、居民、游客；建设、升级统计实时在园人数，控制景区最大承载量。				完成年度绩效目标。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	项目数量	≥6个	6个	10	10	
			实时入园视频监控	1个	1个	10	10	
		质量指标 (0分)	项目完成效果	开拓市场 加强宣传	达成预期 指标	10	10	
		时效指标 (0分)	完成时效	≤1年	1年	10	10	
		成本指标 (0分)	项目成本	51万元	51万	10	10	
	效益指标 (30分)	经济效益 指标	拉动文旅市场消费	刺激文旅 市场消费	达成预期 指标	5	5	
		社会效益 指标	知名度美誉度影响力	持续加强	达成预期 指标	5	5	
		生态效益 指标	生态效益可持续	不破坏不 污染	达成预期 指标	10	10	
		可持续影响 指标(0	城市形象	持续提升	达成预期 指标	10	10	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	满意度	≥95%	95%	10	10	
	总分					100	100.00	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			省级非物质文化遗产保护资金						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	0	96.2	96.2	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	0	96.2	96.2	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况				
	目标1：在2022年“文化与自然遗产日”等重要时间节点，举办长三角地区城市非遗合作交流展示展演活动，展示长三角地区近年来的非遗保护成果。 目标2：探索建立长三角城市非遗合作机制和平台。 目标3：通过长三角非遗展示展演活动，深化长三角地区非遗的交流合作。 目标4：展现长三角地区优秀传统文化的魅力和活力。 目标5：66个省级非遗代表性传承人补助资金，共46.2万元				完成年度绩效目标。展现了长三角地区 非物质文化遗产的魅力和活力。				
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	长三角非遗展		30个	30个	10	10	
			省级非遗传承人		66个	66个	10	10	
		质量指标 (0分)	展演效果		优	达成预期 指标	10	10	
		时效指标 (0分)	项目完成时间		2022年12 月31日	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	项目成本		50万	50万	5	5	
			项目成本		46.2万	46.2万	5	5	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	弘扬优秀传统文化		优	达成预期 指标	10	10	
		生态效益 指标	非遗保护		无污染	达成预期 指标	10	10	
		可持续影 响指标(0	加强非遗保护		优	达成预期 指标	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	受益公众满意度		≥95%	95	10	10		
总分						100	100.00		

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			省级旅游发展资金						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	0	38	38	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	0	38	38	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标					实际完成情况			
	打造宣城”双微“示范点，推进乡村旅游高质量发展，促进旅游商品发展。					完成年度绩效目标，打造了宣城”双微“示范点。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	旅游商品奖补项目		1个	1个	5	5	
			双微示范点个数		≥10个	10个	5	5	
		质量指标 (0分)	双微示范点改造提升		持续推升	达成预期 指标	10	10	
		时效指标 (0分)	完成时间		2022年12 月31日	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	项目示范点成本		35万元	35万	10	10	
			旅游商品奖金		3万元	3万	10	10	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	双微示范点		推进全市 乡村旅游 高质量发展	达成预期 指标	10	10	
		生态效益 指标	无污染		无污染	达成预期 指标	10	10	
		可持续影响 指标(0	双微改造点		持续提升 全市乡村	达成预期 指标	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	游客满意度		≥90%	90%	10	10	
	总分						100	100.00	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			皖南花鼓戏小戏孵化资金						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	0	28	28	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	0	0	0	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	28	28	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况				
	皖南花鼓戏小戏孵化计划每年实施，2021年入选7个小戏， 每个小戏扶持资金10万元。这是第三期，每个小戏4万元，合计28万元。				完成年度绩效目标，每个小戏完成公益性演出20场。				
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	孵化计划		1个	1个	20	20	
		质量指标 (0分)	小戏演出质量		优	达成预期 指标	10	10	
		时效指标 (0分)	完成时间		及时	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	项目成本		28万	28万	10	10	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	社会反响度		持续扩大	达成预期 指标	20	20	
		可持续影 响指标(0	社会影响		持续扩大	达成预期 指标	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
		生态效益 指标	不适用				0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	群众满意度		90%	90%	10	10	
总分						100	100.00		

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称		文化广电事业发展						
主管部门		57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）			实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新		
项目资金 (万元)			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：	45	45	45	10	100.00%	10.00
		其中：本年财政拨款	45	45	45	—		
		上年结转资金	0	0	0	—		
		其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况			
	1、联合相关部门开展文化市场宣传引导，倡导文化行业文明及质量和诚信建设。开展行业评先评优推动文化市场规范发展；2、扶持广播电视公益广告的创作和展播工作，支持节目栏目的创新创优以及纪录片的创作生产，保障汛期等恶劣天气下的广播电视节目传输安全3、保质保量完成农村电影放映任务，保持全省目标考核先进位次，为群众提供满意的公益电影放映服务；4、文化民生工程，开展多轮次明查暗访，确保各类公共文化场馆有序免费开放；确保送戏进万村等群众文化活动正常开展，文化信息共享工程经费正常拨付5、扶持广播电视公益广告的创作和展播工作，支持节目栏目的创新创优以及纪录片的创作生产，保障汛期等恶劣天气下的广播电视节目传输安全。				完成年度绩效目标			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	放映农村电影场次	≥9540场	9540场	5	5	
			故事片部数	≥280部	280部	5	5	
			新片放映完成率	≥65%	65%	5	5	
			全年创作生产广播电视和网络视听公益广告	≥300条	300条	5	5	
			广播电视新栏目设置	≥1个	1个	5	5	
			公共文化场馆开放	118个	118个	5	5	
		质量指标 (0分)	广播电视和网络、新媒体平台安全	0零事故	达成预期 指标	10	10	
		时效指标 (0分)	项目完成时间	年度内完 成	达成预期 指标	5	5	
		成本指标 (0分)	文化广电事业发展项目经费	45万	45万	5	5	
	效益指标 (30分)	经济效益 指标	广播电视和网络视听创收收入	≥10%	10%	5	5	
		社会效益 指标	农村群众观影知晓率	≥85%	85%	5	5	
		生态效益 指标	保障汛期等特殊灾害天气期间的广播电视播 出、传输安全	≥100%	100%	10	10	
		可持续影响 指标(0	营造浓厚的社会主义核心价值体系宣传氛围	100	达成预期 指标	10	10	

	满意度指 标 (10分)	满意度指 标 (10分)	人民群众对农村电影放映分满意度	≥95%	95%	5	5	
			人民群众对本地节目的服务供给满意度调查 测评	≥90%	90%	5	5	
	总分					100	100.00	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			新闻出版						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局			实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新		
项目资金 （万元）				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：	18	18	18	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	18	18	18	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标					实际完成情况			
	维护我市新闻出版市场的健康稳定发展。开展新闻出版印刷发行市场的常规检查和专项治理。净化新闻出版印刷发行市场，维护群众的合法利益；推进我市软件正版化、网上版权治理、版权案件办理、版权宣传等各项工作；完成农家书屋出版物补充更新，开展优秀农家书屋管理员表彰；开展农家书屋与新时代文明实践中心、县级图书馆总分馆融合项目；开展出版物鉴定；开展法治宣传。					完成年度绩效目标。我市新闻出版市场得到健康稳定发展。开展了新闻出版印刷发行市场的常规检查和专项治理。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	法治文化宣传		2次	2次	5	5	
			专项检查		5次	5次	5	5	
			推进软件正版化		100%	100	5	5	
			开展农家书屋活动		4次	4次	5	5	
		质量指标 (0分)	版权宣传覆盖率		2次	2次	10	10	
		时效指标 (0分)	完成时间		2022年12月31日	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	项目经费		18万	18万	10	10	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	群众版权保护意识		≥90%	90%	15	15	
		生态效益 指标	不适用				0	0	
		可持续影响 指标(0分)	出版物市场环境净化度		90%	90%	15	10	原因：市场存在较少非法出版物；措施：持续加强出版物市场监管。
		经济效益 指标	不适用					0	
满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	维护印刷发行市场稳定		90%	90%	5	5		
		出版物市场群众满意度		95%	95%	5	5		

总分		100	95.00	
----	--	-----	-------	--

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称		信息网络平台建设						
主管部门		57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）			实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻		
项目资金 （万元）			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：	0	369.88	258.916	10	70.00%	7.00
		其中：本年财政拨款	0	369.88	258.916	—		
		上年结转资金	0	0	0	—		
		其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况			
	宣城市市级应急广播管理平台项目建设，要求具备调度控制和制作播发等两大系统功能，主要建设内容包括：信息接入、信息处理、信息制作、信息审核播发、分发传输、资源管理、资源调度、大喇叭终端管控、分析评估、监测监看、运维管理、安全播出服务等多个子系统以及基础服务系统。平台建设要求利用专网 对上与省级应急广播管理平台实现对接，对下与7个县市区的县级应急广播管理平台连接，横向与市应急、气象部门的应急发布系统以及市电子政务外网协议连接。应急信息传输覆盖方式要求具备频道频率、无线地数、有线电视、IP网络、应急广播终端“大喇叭”等适配功能，网络安全上需达到二级以				项目属于跨年度项目，已完成当年绩效目标。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	网络信息平台建设	1个	1个	20	20	
		质量指标 (0分)	项目完成效果	≥90%	90%	10	10	
		时效指标 (0分)	项目完成时间	2022年12月31日	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	项目成本	3698800元	2589160元	10	10	属于跨年度项目
	效益指标 (30分)	经济效益 指标	项目效益	持续提升	达成预期 指标	10	10	
		社会效益 指标	项目社会效益	持续向好	达成预期 指标	10	10	
		生态效益 指标	无污染	项目无污 染	达成预期 指标	5	5	
		可持续影响 指标(0	项目影响	持续扩大	达成预期 指标	5	5	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	群众满意度	≥90%	90%	10	10	
总分						100	97.00	

附件:

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			招商引资						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	3	3	3	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	3	3	3	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标					实际完成情况			
	完成最新《宣城市重点文旅项目招商手册》的编制工作，根据实际需要，印刷成册；全年开展外出招商考察工作10次以上。					完成最新《宣城市重点文旅项目招商手册》的编制工作，根据实际需要，印刷成册；全年开展外出招商考察工作10次以上。			
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	招商考察		10次	10次	10	10	
			数量指标		600本	600本	10	10	
		质量指标 (0分)	招商宣传度		>90%	90%	10	10	
		时效指标 (0分)	时效完成时间		1年	1年	10	10	
		成本指标 (0分)	成本指标		3万	3万	10	10	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	招商宣传		>90%	90%	20	20	
		可持续影 响指标(0	招商环境效益		>90%	90%	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
		生态效益 指标	不适用				0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	招商单位		>90%	90%	10	10	
总分							100	100.00	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			招商引资专项						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	0	10	9.705	10	97.05%	9.71
			其中：本年财政拨款	0	10	9.705	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况				
	完成招商引资任务。				完成年度绩效目标，已完成招商引资任务。				
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	项目数		1个	1个	20	20	
		质量指标 (0分)	项目质量		优	达成预期 指标	10	10	
		时效指标 (0分)	项目时间		2022年12 月31日	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	项目成本		10万	9.7万	10	9	原因：节约成本； 措施：进一步节约 招商成本。
	效益指标 (30分)	经济效益 指标	项目效益		持续提升	达成预期 指标	10	10	
		社会效益 指标	扩大就业		持续扩大	达成预期 指标	5	5	
		生态效益 指标	项目环境		优	达成预期 指标	5	5	
		可持续影 响指标(0	项目带动产业		持续优化	达成预期 指标	10	10	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	项目企业满意		≥90%	90%	10	10	
	总分						100	98.71	

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	0	50	25	10	50.00%	5.00
			其中：本年财政拨款	0	50	25	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况				
	目标1：完成剧目创作打磨； 目标2：完成安徽省濒危剧种演出项目申报工作； 目标3： 入选安徽省濒危剧种演出项目； 目标4：完成演出排练工作； 目标5：验收合格并参加演出。				属于跨年度任务，2023年6月之前完成。				
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	入选院团		3个	3个	10	10	
			演出次数		100场	100场	10	10	
		质量指标 (0分)	验收合格率		100%	100%	10	10	
		时效指标 (0分)	项目完成时间		2022年12月30日	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	项目成本		50万	25 万	10	9	原因：属于跨年 度 任务。
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	增加演职人员就业		有效提高	达成预期 指标	5	5	
			提升从业人员业务水平，提高皖南花鼓戏社会影响力及知名度		有效提升	达成预期 指标	5	5	
		生态效益 指标	践行“两山”理论，促进全市戏曲行业健康有序发展。		良性影响	达成预期 指标	10	10	
		可持续影响 指标(0	激发各县区艺术部门、院团进一步加大戏曲推广力度。		增强	达成预期 指标	10	10	
		经济效益 指标	不适用				0	0	
满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	戏曲从业人员满意度		≥95%	95%	10	10		
总分						100	94.00		

附件：

项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称			2022年省级文物保护资金						
主管部门			57-宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新闻出版局）		实施单位	宣城市文化和旅游局（宣城市广播电视新			
项目资金 （万元）				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：	0	3	3	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	0	3	3	—		
			上年结转资金	0	0	0	—		
			其他资金	0	0	0	—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况				
	省级2处维保单位维护费，确保正常开放。				完成年度绩效目标，确保了文保单位正常开放。				
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	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标 (0分)	维保单位个数		2个	2个	10	10	
		质量指标 (0分)	开放时间		365天	365天	10	10	
		时效指标 (0分)	文物单位维护		及时	达成预期 指标	10	10	
		成本指标 (0分)	维护成本		3万	3万	20	20	
	效益指标 (30分)	社会效益 指标	展现历史文化内涵		明显	达成预期 指标	20	20	
		可持续影 响指标(0	持续发挥作用		宣教作用 明显	达成预期 指标	10	10	
		经济效益 指标					0	0	
		生态效益 指标					0	0	
	满意度指 标(10分)	满意度指 标(10分)	免费开放群众满意		>85%	85%	10	10	
总分						100	100.00		