

财政项目支出绩效自评表								
(2022 年度)								
项目名称		崇明全域旅游推广						
主管部门		区文化旅游局			实施单位	上海市崇明区旅游公共服务中心		
项目资金（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	304000.00	304000.00	66800	10	21.98%	2.2
		其中：当年财政拨款	304000	304000	66800	—		
		上年结转资金	0	0		—		
		其他资金	0	0	-2	—		
	预期目标				实际完成情况			
	通过导览图日常维护、更新导览图支架、旅游宣传品制作年度、公益广告牌制作宣传对旅游景点精要的展示和表现、优化旅游发展环境，推动本区旅游业发展，引领其他产业发展，拉动本区经济发展。提高旅游景地的知名度和曝光率，以便更好的吸引投资和增加旅游，彰显了旅游景地品质及个性，挖掘出景地特色的地域文化特征，增强景地吸引力，从而提高景地的竞争力促进经济发展水平。				目标预期通过导览图日常维护、更新导览图支架、旅游宣传品制作、公益广告牌制作宣传对旅游景点精要的展示和表现、优化旅游发展环境，推动本区旅游业发展，引领其他产业发展，拉动本区经济发展。提高旅游景地的知名度和曝光率，以便更好的吸引投资和增加旅游，彰显了旅游景地品质及个性，挖掘出景地特色的地域文化特征，增强景地吸引力，从而提高景地的竞争力促进经济发展水平。执行过程中由于资金压减等原因，未能完成导览图更新、导览图户外大型支架更新及全域旅游导览图18个点位的维护保养。			
产出指标	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
	数量指标		参加全国旅游博览会、旅游交易会	=2次	1	8	5	由于年初疫情影响及资金压减。
			导览图更新制作数量	=18个	0	3	0	由于资金压减，未能完成。
			导览图维护保养数量	=18个	0	3	0	由于资金压减，未能完成。
			户外大型导览图支架更新数量	=3个	0	3	0	由于资金压减，未能完成。
			全域旅游推广内容准确性	=100%	100%	15	15	

绩效指标		质量指标	旅游导览图维护完成率	=100%	0	3	0	由于资金压减，未能完成。
			户外大型导览图支架更新完成率	=100%	0	3	0	由于资金压减，未能完成。
		时效指标	项目完成及时性	及时	及时	12	10	完成部分项目
	效益指标	社会效益指标	扩大对崇明旅游的宣传	扩大	扩大	5	5	
			提高旅游服务质量	提高	提高	5	5	
			提升崇明旅游形象	提升	提升	5	5	
		可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	较健全	5	3	今后的工作中建立更为完善的长效管理机制。
			信息公开规范性	规范	规范	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	游客满意度	>=85%	>=85%	10	10	
	总分					100	70.2	

绩效指标			网吧监控点个数	>=4个	4	3	3	
			各乡镇咨询员人数	>=20人	20	4	4	
		质量指标	窗口服务投诉率	=100%	0	3	3	
			全区巡查覆盖率	=100%	100%	5	5	
			培训完成率	=100%	100%	5	5	
			设备维护及时性	及时	及时	5	5	
		时效指标	项目完成及时性	及时	及时	5	5	
	效益指标	社会效益指标	窗口人员、志愿者、巡查员的业务水平提高	提高	提高	7	7	
			文化市场平稳有序	平稳有序	平稳有序	7	7	
		可持续影响指标	长效管理制度健全性	健全	较健全	8	6	长效管理制度有待完善
			信息公开情况	公开	公开	8	8	
	满意度指标	服务对象满意度指标	窗口测评满意率	>=85%	>=85%	10	10	
	总分					100	96.03	

财政项目支出绩效自评表								
(2022 年度)								
项目名称		全域旅游咨询站专项工作经费						
主管部门		区文化旅游局			实施单位	上海市崇明区旅游公共服务中心		
项目资金（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	360000.00	360000.00	356424.7	10	99.01%	9.9
		其中：当年财政拨款	360000	360000	356424.7	—		
		上年结转资金	0	0		—		
		其他资金	0	0		—		
年度总体目标	预期目标				实际完成情况			
	通过运作规范、管理严格到位、服务细致入微的原则，咨询站点及时为公众提供有关旅行、游览、休闲、度假等活动相关信息的非商业性咨询服务，为游客提供作出正确判断的依据、寻求最佳的对策和方案，带动相关的旅游事业发展，打造崇明旅游品牌。崇明区旅游服务中心为广大游客市民提供旅游咨询服务的全区性旅游公共平台，目前在区内设置了陈家镇、横沙岛、前卫村和西沙湿地咨询服务，服务周期为2022年1月1日至2022年12月31日，有效保障游客咨询的问题及时答复，提升广大游客来崇旅游的体验。				通过运作规范、管理严格到位、服务细致入微的原则，咨询站点及时为公众提供有关旅行、游览、休闲、度假等活动相关信息的非商业性咨询服务，为游客提供作出正确判断的依据、寻求最佳的对策和方案，带动相关的旅游事业发展，打造崇明旅游品牌。崇明区旅游服务中心为广大游客市民提供旅游咨询服务的全区性旅游公共平台，目前在区内设置了陈家镇、横沙岛、前卫村和西沙湿地咨询服务，服务周期为2022年1月1日至2022年12月31日，有效保障游客咨询的问题及时答复，提升广大游客来崇旅游的体验。			
产出指标	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
	数量指标	数量指标	陈家镇站点配备人员数量	=3人	3人	6	6	
			横沙岛站点配备人员数量	=3人	3人	6	6	
			前卫村站点配备人员数量	=3人	3人	6	6	
			西沙湿地站点配备人员数量	=3人	3人	6	6	
			各站点电费、电话费、					

绩效指标			网络费支出	=12个月	12个月	6	6	
		质量指标	社会协作服务费支出	规范	规范	10	10	
		时效指标	各费用支付及时性	及时	及时	10	10	
	效益指标	社会效益指标	咨询解答率	=100%	=100%	4	4	
			场地运转情况	良好	良好	4	4	
			游客咨询需求满足情况	满足	满足	4	4	
			常见旅游问题告知情况	良好	良好	4	4	
			人员在岗率	=100%	=100%	4	4	
			来崇游客人数环比增长情况	增长	增长	3	2	受疫情影响
		可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	较健全	4	3	不断完善长效管理机制
			信息公开规范性	规范	规范	3	3	
	满意度指标	服务对象满意度指标	旅游群众满意度	>=85%	>=85%	10	10	
	总分					100	97.9	

财政项目支出绩效自评表								
(2022 年度)								
项目名称		旅游日常业务专项经费						
主管部门		区文化旅游局			实施单位	上海市崇明区旅游 公共服务中心		
项目资金 (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	135100.00	135100.00	135100	10	100.00%	10
		其中：当年财政拨款	135100	135100	135100	—		
		上年结转资金	0	0		—		
		其他资金	0	0		—		
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况			
	推进完善旅游公共服务体系，为旅游者提供高效的信息咨询服务、安全保障服务、交通便捷服务、便民惠民服务。进一步拓宽旅游公共服务的外延，努力为游客提供多功能、智能化、人性化的服务，把综合旅游服务中心打造成市民游客的服务窗口、旅游休闲的聚合平台、市场管理的功能节点。				为满足旅游公共需求，向广大旅游者提供基础性、公益性的公共产品与服务，以此满足现场咨询和线上咨询工作。结合旅游公共服务中心职能，进一步完善工作制度。中心做好日常旅游咨询工作的基础上，继续严要求、高标准，以提升窗口服务水平为目标，通过不断收集游客需求、落实相关措施，提升游客满意度。			
绩效 指	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	旅游热线配置电信专线 数量	=2条	2条	8	8	
			旅游热线配置投诉电话 数量	=2门	2门	8	8	
			电费支出	=12个月	12个月	7	7	
			日常网络租赁及电话费 支出	=12个月	12个月	7	7	
		质量指标	旅游服务问题解决率	=100%	=100%	10	10	
		时效指标	项目完成及时性	及时	及时	10	10	

标	效益指标	社会效益指标	提升旅游服务质量	提升	提升	5	5	
			保障旅游服务中心正常运行	保障	保障	5	5	
			热线投诉电话处理率	=100%	=100%	5	5	
		可持续影响指标	长效管理制度健全性	健全	较健全	5	4	制定适合项目的长效管理制度不够完善，今后的工作中要加强长效管理制度。
			长效管理制度执行的有 效性	有效	较有效	5	4	今后的工作中要做到更有效的执行长效管理制度。
			信息公开规范性	规范	规范	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥85%	90%	10	10	
	总分					100	98	

	效益指标	社会效益指标	企业法人代表、负责人 培训覆盖率	=100%	100%	5	5	
			文化市场无文化安全事 故率	=100%	100%	5	5	
		可持续影响指标	长效管理制度健全性	健全	较健全	7	5	今后的工作中制定 更为有效的长效管 理制度。
			信息公开规范性	规范	规范	7	7	
	满意度指标	服务对象满意度指标	社会满意度	满意	满意	10	10	
	总分					100	96.6	