

2022 年度南京市文化和旅游局-南京市文化馆

整体绩效评价报告

目录

一、单位概况	1
(一) 单位基本情况	1
(二) 单位收支情况	5
(三) 单位绩效目标	6
二、评价结论	7
(一) 评价对象及范围	7
(二) 评价结论	8
(三) 评分结果	8
三、部门履职成效	8
(一) 部门总体目标完成情况	8
(二) 部门年度目标完成情况	10
(三) 部门实施重点项目实施取得的主要成果	10
四、存在问题及原因分析	14
(一) 绩效管理指标未能准确覆盖部门工作内容	14
(二) 部分绩效指标值设置易于得分	14
(三) 观众评价反馈机制有待完善	14
五、有关建议	15
(一) 健全完善资金管理制度，加强预算管理	15
(二) 科学设置绩效指标，提高绩效目标编制科学性	15
(三) 强化观众评价反馈机制，促进场馆展陈发展	15
六、评价工作开展情况	16
(一) 基本情况	16
(二) 评价组织实施	19
附件：绩效评价指标体系得分情况表	20

2022 年度南京市文化和旅游局-南京市文化馆 整体绩效评价报告

一、单位概况

（一）单位基本情况

1. 单位基本情况

南京市文化馆于1958年成立，南京市文化和旅游局所属全额拨款事业单位，公益一类，相当于正处级。

2. 单位主要职能

南京市文化馆主要职责是：

(1)开展群众文化活动及文化交流活动，从事相关文化理论研究和文艺教育工作。

(2)组织创作和推广群众文艺作品及其它公共文化产品。

(3)建立群众文化网络信息平台，提供相关服务。

(4)指导基层群众文化活动的开展，培训基层文化人员和文艺骨干。

3. 单位内设机构及职责范围

南京市文化馆内设8个部门，其职责范围梳理如下：

部门机构	工作任务
------	------

文艺活动部	负责本部门的日常事务； 协助制定并完善各种管理条例和规章制度； 按时、高质完成各种重大演出和活动工作；协调业务人员对区县文艺工作的辅导和培训工作；组织本部门人员进行业务学习和培训，创作文艺作品； 制定本部门各项工作的月度、年度计划和年度工作总结和考核工作；完成临时交办的各项任务。
办公室（保卫科）	负责组织、协调全馆日常行政事务，健全相关规章制度，做好办文登记、公章保管及使用登记； 负责制定本部门各项工作的月度、年度计划； 负责文书档案管理、人事档案管理，艺术档案汇总整理归档工作； 负责会务、接待及重大活动后勤保障工作，做好公务车辆的管理工作及物资的采购、维护等工作； 负责全馆安全保卫工作，建立健全安全保卫制度，做好对物业管理公司的管理，维护公共财产安全； 负责做好固定资产账务登记、核销与监管工作； 完成交办的其他工作任务。
财务部	健全完善各项财务管理制度，负责全馆财务计划和管理，制定财务纪律，定期进行财务结算和检查； 认真审核原始凭证、报销凭证，保证会计资料的合法性、真实性、准确性； 按照会计制度规定进行账务处理，编制记账凭证，及时准确进行账簿登记，做到内容完整、关系对应、数字准确、账账相符； 及时清理往来账目，保证资金安全；负责全馆各种税务统计汇缴工作，做到按章纳税； 负责财务报表，根据会计账簿记录和其他资料报表，做到数字真实、内容完整、报送及时，并经主管领导审阅； 负责全馆的发票管理工作，根据国家发票管理办法和本馆的有关规定，做好发票的领购、开具、保管工作； 经常与上级财务、财政部门、审计部门联系，接受指导和监督； 负责会计档案的装订存档工作； 完成交办的其他工作。

公共文化服务部	负责本部门的日常事务； 协助制定并完善各种管理条例和规章制度； 完成各项培训及辅导任务；组织本部门人员进行业务学习和培训； 制定本部门各项工作的月度、年度计划和年度工作总结和考核工作； 完成临时交办的各项任务。
美术书法摄影部	负责本部门的日常事务； 协助制定并完善各种艺术管理条例和规章制度； 完成各项展览及常规工作；组织本部门人员进行业务学习和培训， 创作文艺作品； 制定本部门月度、年度各项工作计划，年度工作总结和考核工作； 完成临时交办的各项任务。
数字化服务（调研）部	负责策划全市文化馆（站）调研活动，拟定调研提纲，完成调研报告； 负责《文化纵横》杂志的一切事务，做好策划和宣传，保障杂志的正常、有序运行； 负责数字信息系统的安全、稳定、可靠、有效运行； 负责监督数字化建设人员完成信息系统的建设工作及系统升级、调整、清理工作； 组织本部门人员进行业务学习和培训； 制定本部门各项工作月度、年度计划，年度工作总结和考核工作； 完成交办的各项任务。
社会培训部	负责本部门的日常事务； 协助制定并完善各种管理条例和规章制度； 完成老年大学、少儿培训、公益课堂等各项教学工作； 组织本部门人员进行业务学习和培训； 制定本部门各项工作月度、年度计划，年度工作总结和考核工作； 完成临时交办的各项任务。
民族民间文化传承保护中心	负责本部门的日常事务； 协助制定并完善各种管理条例和规章制度； 做好非遗项目的发掘、保护和传承工作，做好非遗项目的申报工作； 组织、策划开展各类宣传非遗的活动；做好非遗项目的资料搜集、整理、编纂工作； 制定本部门各项工作的月度、年度计划，年度工作总结和考核工作； 完成临时交办的各项任务。

4. 单位人员情况

2022年度本单位编制核定数52人，实有在编人数43人。

5. 单位资产情况

2022 年度本单位公务用车核定数1辆，实有公务用车1辆，其中：其他车辆1辆。单价50万元（含）以上的通用设备3台（套），单价100万元（含）以上的专用设备1台（套）。

6. 单位项目情况

2022年，市文化馆紧紧围绕高质量发展，努力拓展群文工作新思路、新方法、新载体，以争当一流的精神，为市民提供了优质的公共文化产品和服务，同时为迎接党的二十大胜利召开积极营造良好社会氛围。全年开展舞台文艺、书画展览、民间艺术等线下活动303场，线上活动226场，线下服务101万人次，线上服务354万人次，完成了高质量考核的目标。

7. 单位实施的重点项目

在社区群文团队展演项目上，坚持以精品奉献人民。积极打造品质优良、形式多元的文化产品，采取“线上线下”融合的方式，举办“喜迎二十大·强国复兴有我”主题活动111场，总点击率为100万+。推出“艺海明珠”线上系列展览32期，完成“礼赞新时代 奋进新征程”系列主题巡展144场，活动服务人次约30万人。完成各类展览180场，展出作品约4000余件，服务人次近70万人次。

坚持以艺术温润人心。积极探索公共文化服务工作向基层倾斜，与七家湾社区协作开展“民族之花处处绽放”“五个一”文化服务，来满足社区居民的精神需求、帮助社区提升凝聚力；

承办了南京市首届乡村“村晚”——“春华秋实新乡村”，用实际行动丰富基层群众文化生活，直播当天观看总人数超27万人次。

在市文化馆数字化展陈建设项目上，积极结合“艺海明珠”系列线上艺术展览，推出了全新的动态3D展览，80幅书画精品，为观者带来耳目一新的视觉观赏体验。纵深推进新媒体建设，生产的《小月的菜塘音乐日记》《行走南京》等一批质量高、制作精美的数字化产品，相继在云平台、微信公众号、视频号等平台进行了投放。同时推荐报送的《神奇指法——钢琴即兴伴奏教学》《ipad平板绘画》等四门课程成功入选国家公共文化云学才艺（慕课）项目，在国家公共文化云平台进行推广和传播。2022年网站客流人数40万，全站活动总服务人次100万多，让广大市民真正在“点对点”“线连线”“键对键”结合中感受“数字化”的便利与高效。

（二）单位收支情况

1. 单位预算收支情况

2022年度，南京市文化馆预算收入2,816.78万元，其中：财政拨款收入2,816.78万元（为一般公共预算收入）。

2022年度，南京市文化馆预算支出2,816.78万元，其中：基本支出2,012.79万元（人员经费1,595.76万元、日常公用经费417.03万元），项目支出803.99万元。

2. 单位预算执行情况

2022年度，南京市文化馆决算收入3,031.74万元，其中：财政拨款收入2,816.78万元（为一般公共预算收入），经营收入213.18万元，其他收入1.78万元。

2022年度，南京市文化馆决算支出3,031.74万元，其中：基本支出2,014.57万元（人员经费1,597.55万元、日常公用经费417.02万元），项目支出803.99万元，经营支出213.18万元。

单位预算执行率：以2022年度单位决算报表为基础，上年结转0.00万元，本年预算实际拨付2,816.78万元（其中：年初预算2,516.76万元，本年实际追加预算300.02万元），本年结余0.00万元，预算完成率为100.00%。

（三）单位绩效目标

1. 单位中长期目标

(1)深度利用加入“长三角城市文化馆联盟”的契机，不断加强与长三角地区文化馆的合作与交流，实现机构联动、服务功能联通，数字资源共建共享，形成相互开放、有效衔接的城市文化馆服务网络；探索公共文化服务创新经验，加快参与构建长三角现代公共文化服务体系，更好地发挥长三角区域应有的示范引领作用，使我市公共文化服务事业迎来进一步协同发展，深入联动的新局面。

(2)通过参加江苏省五星工程奖群众文艺大赛，进一步研究和完善我市系列激励机制和措施，打造浓郁的创作氛围，激发全市业务干部的创作激情和灵感，牢牢把握时代脉搏，为老百姓创作更多更好的文艺作品，丰富群众的业余文化生活；通过优秀作品，以喜闻乐见的形式，来弘扬先进文化。

(3)大力融入长江路文化旅游集散区建设，充分利用我馆文化资源和平台，成为玄武区争创国家级夜间文旅消费集聚区，打造全域化景区和文旅产业链上一张重要名片和亮点。

(4) 加快推进数字文化馆的建设工作，建立互联网+公共文化服务新模式，改进服务方式，增进服务便利度，提高服务均等化，形成与数字网络时代相适应的新型服务体系，不断提升我市公共文化服务的效能。

2. 单位年度目标

2022年度，根据单位职责与预算安排，市文化馆年度目标为：

(1) 落实市委宣传部关于继续深化体制改革的内容和要求，提高政治站位，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚定不移地坚持和巩固党在意识形态领域的领导地位。结合市文化馆实际，建立科学岗位管理体系，完善内部运行机制，不断提高南京市公共文化服务水平和服务效能。

(2) 充分利用文旅大融合大发展的契机，配合市文旅局运用多元手段展示城市文化旅游形象，通过群众广场系列活动进景区、进博物场馆等手段，打造“美好生活秀出来——幸福南京人”等一系列新的群众文化活动品牌，挖掘城市文化内涵、彰显城市精神，将文化和旅游资源有机融合，打造一个文化软实力高、群众文化认同感强的幸福城市。

二、评价结论

(一) 评价对象及范围

本次整体预算评价的对象为南京市文化馆 2022 年度单位整体预算（包括基本经费支出和项目经费支出）。绩效评价时段为

2022年1月1日至12月31日。

（二）评价结论

2022年，在市文旅局的支持下，经过市文化馆全体人员的共同努力，各项工作圆满完成。一是强化党性教育，夯实思想根基。二是树立正确导向，推进群文工作。三是扎实开展工作，丰富文艺普及。四是文艺作品创作，群文赛事取佳绩。五是守正创新，线上线下齐发力。但也存在仍需改进之处，如绩效管理指标未能准确覆盖部门工作内容；部分绩效指标值设置易于得分；观众评价反馈机制有待完善等。

（三）评分结果

本次绩效评价遵循科学规范、公开公正、绩效相关和问题导向的原则，重点评价部门管理、部门履职以及部门绩效等指标。在此基础上，以相关的数据为基础，综合应用成本效益分析法、因素分析法、比较法和公众评判法等评价方法，结合评价标准和评分规则，2022年度南京市文化馆单位整体预算绩效评价综合得分92.4分，等级为“优”，详见单位整体预算绩效评价指标体系得分情况表。

三、部门履职成效

（一）部门总体目标完成情况

“努力建设经济强，百姓福，环境美，社会化文明程度高的新江苏。”这是习近平总书记在2014年考察江苏时为我们擎画的宏伟蓝图。近年来，在市文旅局的大力关心与支持下，市

文化馆紧紧围绕习近平总书记赋予江苏“争当表率、争做示范、走在前列”的基本要求，建设“强富美高”新江苏的总蓝图，自觉把思想摆进去，把工作摆进去，把职责摆进去，不忘初心，牢记使命。不断用党的创新理论武装头脑、指导实践、推动工作。

参加江苏省“五星工程奖”及省以上6项文艺赛事，共有31件作品入围，22件获奖。其中舞蹈类作品《大明工匠》、戏剧类作品《情满小西湖》、音乐类节目《快乐向前方》、曲艺类节目《较量》等14件作品获省五星工程奖，为南京近十年最好成绩。通过这些优秀作品，寓教于乐，以老百姓喜闻乐见的形式传递文明，弘扬先进文化，让群众“听得懂、听得进、喜欢听”。

进一步加大夜间开放力度，除基础培训民舞、声乐、戏曲等“基础套餐”外，还为夜学人群量身制定爵士舞、智能手机、成人围棋等“特色菜单”。全年夜间开放共计1066个班，服务44854人次。充分利用市文化馆文化资源和平台，为玄武区争创国家级夜间文旅消费集聚区贡献“文化力量”。

紧紧围绕“数字化服务”创新关键。加快推进数字文化馆的建设工作，结合“艺海明珠”系列线上艺术展览，推出了全新的动态3D展览。建立互联网+公共文化服务新模式，把新媒体平台作为文化宣传的重要阵地。积极在抖音视频号、微信公

众号、网站等线上网络平台推出数字文化产品，形成与数字网络时代相适应的新型服务体系。

同时，仍需牢牢抓住“长三角城市文化馆联盟”的契机，不断加强与长三角地区文化馆的合作与交流，以实现“机构联动、服务功能联通，数字资源共建共享”为抓手，进一步开拓协同发展，深入联动的新局面。

（二）部门年度目标完成情况

2022年度，市文化馆以党建为引领，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚定不移地坚持和巩固党在意识形态领域的领导地位。每月定期组织一次党员集中学习，召开一次支委会，创新开展“我是党课主讲人”活动12次。每月、每季度按时上报文明创建资料，认真履行各类活动和信息发布审批报备的流程，彻底排查民宗类等意识形态风险点。

立足高质量发展，坚持新发展理念，深化公共文化服务活动开展。以本地非遗传承人技艺为载体设计的沉浸式展览体验场馆——“艺空间”挖掘城市文化内涵，传承发扬非遗，助力“美好生活秀出来——幸福南京人”等一系列群众文化活动品牌建设。

同时，仍需牢牢抓住“文旅大融合大发展”的契机，进一步配合市文旅局运用多元手段展示城市文化旅游形象。

（三）部门实施重点项目实施取得的主要成果

2022年度，市文化馆紧紧围绕目标管理和绩效考核指标任

务，结合自身工作实际，加强组织领导，强化责任落实，有力地推动了各项工作的开展。重点工作完成情况如下：

（一）明确指导思想，强化组织作用发挥

（1）党建引领体系建设持续建好建强。第一时间学习党的二十大精神及习近平总书记系列重要讲话精神，每月定期组织一次党员集中学习，召开一次支委会。与玄武区检察院、桡溪中心小学、七家湾社区、现代快报等单位共建共享共联。在疫情防控期间，创作了抗疫宣传短片《“同心抗疫 共克时艰”——南京市文化馆与您在一起》，以文化之力并肩战“疫”。

（2）意识形态工作责任制持续健全完善。坚持每月分析、季度研判制度，先后4次召开书记办公会专题研判意识形态工作。坚持学习政务新媒体规范用词和互联网新闻信息专项整治文件，及时对网站、微信公众号等互联网设备进行自查自检，加强对使用人员的要求和监管，严把内容和使用规范，严格执行“三审三校”的发文要求。

（二）树立正确导向，推进群文工作

（1）积极打造品质优良、形式多元的文化产品，采取“线上线下”融合的方式，举办“喜迎二十大·强国复兴有我”主题活动111场，总点击率为100万+。推出“艺海明珠”线上系列展览32期，完成“礼赞新时代 奋进新征程”系列主题巡展144场，活动服务人次约30万人。完成各类展览180场，

展出作品约 4000 余件，服务人次近 70 万人次。

(2) 积极探索公共文化服务工作向基层倾斜，与七家湾社区协作开展“民族之花处处绽放”“五个一”文化服务；承办了南京市首届乡村“村晚”——“春华秋实新乡村”，直播当天观看总人数超 27 万人次。

(3) 全面夯实全民文化素质提升工作，承办首届“启明星”群众文艺明星选拔大赛，选拔出老百姓身边的“群众文艺明星”；承办第 13 届少儿艺术团队文艺大赛，为少儿文艺大赛搭好平台。

(三) 扎实开展工作，丰富文艺普及

2022 年，修改完善疫情下社会培训的教学管理办法，增设古典舞、旗袍雅韵、太极剑、美术山水等课程，全年开设 319 个班级，培训 15.75 万人次，同比今年春季培训人次及收入增长了 7%-8%。

进一步加大夜间开放力度，为夜学人群量身制定爵士舞、智能手机、成人围棋等课程，全年夜间开放共计 1066 个班，服务 44854 人次。

强教师队伍，开设少儿春季、暑期、秋季三期课程。开展公益课曲艺快板课 15 课时，报名人数超过 300 名，同时聘请专业老师集中授课，相关作品获“第十届全国少儿曲艺展演”优秀展演奖、“江苏省第四届快板大赛”三等奖。

（四）文艺作品创作，群文赛事取佳绩

组织市文化馆业务干部参加了 2022 年中国文化馆年会和第四届全国文化馆理论体系构建学术研讨会文章，其中报送的 2 篇论文荣获 2022 年中国文化馆年会征文（研究性论文）三等奖。2 篇典型案例荣获第四届全国文化馆理论体系构建学术研讨会征文（创新实践案例）优秀案例。

（五）守正创新，线上线下齐发力

（1）紧紧抓住“传承发扬非遗”的守正基础。线下打造了以中国传统二十四节气民俗为主题，以本地非遗传承人技艺为载体设计的沉浸式展览体验场馆——“艺空间”。举办互动式体验活动 8 次，累计接待游客 1.2 万人次。线上在抖音视频号推出《金陵艺空间 一集看非遗》栏目，上线《南京瓷刻》《南京金箔》《金陵折扇》等 5 期 15 集作品，单集最高播放量 80 万次，前 5 期总播放量 300 万+。平台粉丝数量突破 10000+。

（2）紧紧围绕“数字化服务”的创新关键。一是加强主题线上活动，第一时间上线“春节七天乐”“国庆七天乐”“我们的节日七夕特辑”等主题活动，总阅读量达 6 万人次；同时结合“艺海明珠”系列线上艺术展览，推出了全新的动态 3D 展览，展示了 80 幅书画精品。

二是不断优化内容供给。推出“520 云朵音乐厅”“幸福南京人”等品牌线上活动，生产的《小月的菜塘音乐日记》、《行走南京》等数字化产品相继在云平台、微信公众号、视频

号等平台进行了投放。同时推荐报送的《神奇指法——钢琴即兴伴奏教学》《ipad 平板绘画》等四门课程成功入选国家公共文化云学才艺（慕课）项目，在国家公共文化云平台进行推广和传播。

三是纵深推进新媒体建设。2022 年微信公众号共发文 550 篇，同比去年增长约 20%，阅读 3.7 万人次，同比年增长约 20%。微信公众号粉丝人数增长至 22835 人，同比去年增长 4666 人。2022 年网站客流人数 40 万，全站活动总服务人次 100 万多。

四、存在问题及原因分析

（一）绩效管理指标未能准确覆盖部门工作内容

“市文化馆消防安防改造”项目 2022 年已执行并完成，但未纳入绩效管理考核指标，未能完成体现部门资金使用情况；社会效益中设置指标“已建成‘文化长廊’长度或面积”，实际该项目于 2021 年已完成，共建设 218 米，此项工作非 2022 年部门工作内容，不应作为当年绩效指标组成部分。

（二）部分绩效指标值设置易于得分

市文化馆部分绩效指标值设置易于得分，如：履职指标中的“全年线上观看演出人次”指标，目标值为“ $\geq 400,000$ 人次”，实际完成超过百万人次，实际完成值远高于目标值，未能真实体现该项工作的实际成果。

（三）观众评价反馈机制有待完善

观展、观演评价反馈意见，是专项资金使用成效的直接体现，持续推动各项目单位前进发展。但是市文化馆对观展、观演群众的评价反馈制度不完善，展览、演出期间的观众调查时断时续，未能及时、有效地收集统计群众的评价数据，并加以分析。

五、有关建议

（一）健全完善资金管理制度，加强预算管理

市文化馆要以绩效目标全覆盖为抓手，促进预算和绩效管理一体化，加强建成全方位、全过程、全覆盖的预算绩效管理体系，进一步提高预算执行效率和资金使用效益。针对已完成的绩效目标任务要扎实做好“回头看”工作，及时更新、安排部署下一步工作任务，制定新的绩效目标。

（二）科学设置绩效指标，提高绩效目标编制科学性

一是提高绩效管理重视程度，绩效目标编制时应与资金规模、用途等相匹配，设置具有可达成性和可评价性的有效指标。二是围绕绩效目标任务完成情况，设置科学、合理、适当的指标值。

指标值与绩效指标应具体明确、口径统一，提高绩效目标编制的科学性。

（三）强化观众评价反馈机制，促进场馆展陈发展

市文化馆应根据实际情况，完善观众问卷调查工作，并积极探索展演、展览质量的反馈评价机制，促进文化事业蓬勃健康发展。

六、评价工作开展情况

（一）基本情况

1. 评价目的

整体预算绩效评价是从政府职能出发，根据预算部门设定的部门战略目标，运用科学、合理的绩效评价指标、评价标准和评价方法，对预算部门整体支出的绩效目标完成情况、部门履职情况、预算管理水平和进行客观公正的评价。通过部门整体预算绩效评价，能够准确找到市文化馆支出管理的强弱项，促进其不断改进和创新已有的管理方式，提高管理效能和管理质量。在评价范围上，不仅包括项目支出，还涉及人员支出和公用经费支出。在评价内容上，整体预算绩效评价关注的不仅是专项资金的使用绩效，同时关注部门全部财政资金的总量安排合理性、资金结构与单位核心职能的匹配关系、资金安排对单位战略目标的支持程度，从更全面的角度为财政专项资金的合理分配提供参考依据。

通过对市文化馆2022年度整体预算进行绩效评价，了解部门财政预算资金使用情况，系统评价财政预算资金在群众

文化活动中所发挥的作用和取得的实际效果，总结群众文化活动实施、资金管理的经验，分析管理中存在的问题，为完善财政预算资金管理，提高资金使用效益提供重要依据。

2. 评价依据

（1）《南京市市级财政预算绩效评价操作规程(试行)》（宁财绩〔2020〕260号）；

（2）《南京市级财政预算绩效管理办法》（宁政办发〔2015〕1号）；

（3）《南京市市级预算绩效管理操作规程》（宁财绩〔2020〕388号）；

（4）《关于开展2021年度预算绩效信息公开工作的通知》（宁财绩〔2021〕32号）；

（5）《关于开展2022年度预算绩效信息公开工作的通知》（宁财绩〔2022〕95号）；

（6）其他被评价单位财务资料及业务管理有关材料。

3. 评价原则

评价工作遵循“个性指标与共性指标相结合”、“定性指标与定量指标相结合”、“主观性与客观性相结合”以及“过程指标与结果指标相结合”的原则，采用“绩效优先”、“管理并重”、“佐证支撑”的绩效评价理念，主要从决策、过程、履职、效益、满意度等五个方面对评价目标进行逐步分解，从定性与定量两个角度综合考量，评价资金使用的效率与效益。

（1）个性指标与共性指标相结合

各个工作部门都有其自身特定的工作性质和工作内容，评估模式要形成相应的工作个性指标，根据不同的考评目的和考评对象进行指标设计，应从实际情况出发，使其具有较强的针对性，充分体现所考评对象工作的性质、工作内容和特点。评估模式中设置共性指标，直接显现各个部门之间横向的可比性，有助于绩效评估在更大的范围内迅速推广，增强评估本身的绩效。共性指标主要集中于投入和过程环节，个性指标主要集中于产出和效益环节。

（2）定性指标与定量指标相结合

定性指标是指不能用数据计量的，而只能通过描述性的语句来表述其内容和程度的指标，多是各项能力态度类指标，比如沟通能力、创新能力、领导能力、责任感、主动性等。本绩效评价指标体系的定性指标的筛选主要采用德尔菲法，运用该方法时，各位专家之间相互独立，各自回答研究者提出的问题，研究者与专家之间可以进行反复沟通与讨论，最终获得咨询结果，以此来确保定性指标的科学性。

（3）主观性与客观性相结合

评价指标遵循主客观相结合的原则。其中，客观指标是指反映客观现象的指标，是反映实情的指标。主观指标也称感觉指标，是指反映人们的感觉、愿望、态度、评价等主观情况的指标，是反映民意的指标。本绩效评价指标体系客观指标数据主要是参照文献和政府官方网站文件，主观指标数据是依靠各方专家打分及调查问卷来获取。

（4）过程指标与结果指标相结合

政府绩效评估指标设计应该坚持过程指标与结果指标相结合的原则。过程方面主要是对政府部门职能评价、财务性指标评价和一些常规性评价，约占该指标体系的41%左右；结果指标，包括部门履职和部门绩效两方面，约占该指标体系的59%左右。

4. 评价方法

本次绩效评价所采用的方法主要包括以下几种：

（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）比较法。是指通过对绩效目标与实施效果、历史与当期情况、不同部门和地区同类支出的比较，综合分析绩效目标实现程度。

（3）因素分析法。是指通过对综合分析影响绩效目标实现、实施效果的内外因素，评价绩效目标实现程度。

（4）公众评判法。是指通过专家评估、公众问卷及抽样调查方法等对财政支出效果进行评判，评价绩效目标实现程度。

5. 指标体系

本次整体预算评价指标体系分为两大部分，包含5个一级指标，即决策、过程、履职、效益和满意度，涵盖项目从管理实施至部门履职和取得效果的全过程，详见《南京市文化馆2022年整体预算绩效评价指标体系得分情况表》。

评价体系采取百分制的计分方式，其中决策与过程指标满分41分，该部分反映业务管理和资金管理等情况；部门履职效益及满意度指标满分59分，该部分反映部门年度工作任务的实现情况。

（二）评价组织实施

2022年度南京市文化馆整体预算绩效评价通过前期准备、组织实施、综合评价三个阶段实施具体的评价工作。

1. 前期准备阶段（2023年5月24日至5月25日）

组建绩效评价工作小组，进入项目实施单位，开展调查研究、分析论证并形成绩效评价工作方案。同时，搜集有关文件资料，结合单位职能，设计了基础数据调查表，为后期的数据获取、现场核查做了充分的准备。

2. 组织实施阶段（2022年5月26日至6月5日）

绩效评价工作小组对单位情况进行核查，核查内容包括绩效评价基础数据调查表的收集核对。评价人员对各部门相关人员进行访谈，了解各项工作安排、进展情况；对单位基础数据和资料的真实性、准确性进行核实等方面的内容。

3. 综合评价阶段（2023年6月6日至6月14日）

绩效评价工作小组整理分析获取的基础数据、调查问卷等资料，综合书面评审意见和现场评价结论等情况，依据制定的评价标准进行了评价指标打分，以定量和定性相结合的评价方法完成绩效评价报告。

附件：绩效评价指标体系得分情况表

附件：

2022 年度南京市文化馆整体预算绩效评价指标体系得分情况表

一级指标	二级指标	三级指标	指标值	指标解释	权重	评分标准	实际值	得分
决策	计划制定	工作计划制定健全性	健全	部门（单位）本年度工作计划是否明确，用以反映和考察工作计划制定情况的健全程度。	1	① 是否有明确的工作计划制定，工作计划制定得 0.5 分；②工作计划与实际工作内容是否具有相关性；相关得 0.5 分；	健全	1
		中长期规划制定健全性	健全	部门（单位）是否有明确的中长期规划，用以反映和考察中长期规划的健全情况。	1	① 是否有明确的中长期规划制定，中长期规划制定得 0.5 分；②中长期规划计划具体明确性；具体明确得 0.5 分；	健全	1
	目标设定	绩效目标明确性	明确	依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量等，用以反映和考核项目绩效目标的明细化情况。	2	①是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标；有具体的绩效指标得 1 分；②是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现；通过指标值体现得 1 分；	明确	2
		绩效目标合理性	合理	项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	2	①项目是否设立绩效目标；设立绩效目标得 1 分；②是否符合实际情况，按实际情况计分	基本合理	1.5

一级指标	二级指标	三级指标	指标值	指标解释	权重	评分标准	实际值	得分
	预算编制	预算编制科学性	科学	项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标是否相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	2	①预算编制是否经过科学论证；经过科学论证得 0.5 分；②预算内容与项目内容是否匹配；预算与项目匹配得 0.5 分；③预算额度测算依据是否充分，是否按照标准编制；依据充分，按标准编制得 0.5 分；④预算确定的项目投资额或资金量是否与工作任务相匹配。预算与工作任务匹配得 0.5 分；	科学	2
		预算编制规范性	规范	部门（单位）预算管理是否规范，用以反映和考核预算执行情况。	1	①预算编制规范完整计 1 分；②其余情况酌情得分	规范	1
	预算执行	非税收入预算完成率	=100%	非税收入预算资金是否按照计划执行，用以反映或考核项目预算执行情况。	1	非税收入预算全部完成得 1 分，否则按实际完成的非税收入预算比例得分。	100%	1
		政府采购执行率	=100%	政府采购资金是否按照计划执行，用以反映或考核政府采购执行情况。	1	政府采购全部执行得 1 分，否则按实际执行的政府采购比例得分。	100%	1
		“三公经费”变动率	=0%	考量部门（单位）本年度“三公经费”实际支出数与上年度实际支出数的变动率，用以反映和考核部门（单位）对“三公经费”的实际控制程度。	1	“三公经费”变动率=（（本年度“三公经费”实际支出数-上年度“三公经费”实际支出数）/上年度“三公经费”实际支出数）×100%。“三公经费”变动率=0%，计 1 分；在 0%以上的，每超过一个百分点扣减权重分的 5%，扣完即止。	0%	1
过程								

一级指标	二级指标	三级指标	指标值	指标解释	权重	评分标准	实际值	得分
		公用经费控制率	$\leq 100\%$	考量部门（单位）本年度公用经费实际支出数与预计安排数的比例，用以反映和考核部门（单位）对公用经费的实际控制程度。	1	公用经费控制率=（实际支出公用经费总额/预算安排公用经费总额） $\times 100\%$ ，小于等于 100%的计 1 分；大于 100%的，每超过一个百分点扣减权重的 5%，扣完即止。	100%	1
		结转结余率	$= 0\%$	部门（单位）本年度结转结余总额与支出预算数的比率，用以反映和考核部门（单位）对本年度结转结余资金的实际控制程度。	1	结转结余率=（结转结余总额/支出预算数） $\times 100\%$ 。结转结余总额：部门（单位）本年度的结转资金与结余资金之和（以决算数为准）。①结转结余率等于 0%，计 1 分；② $0\% < \text{结转结余率} < 20\%$ 时，计分=（ $20\% - \text{结转结余率}$ ）/20% $\times 1$ 分；③结转结余率 $\geq 20\%$ 时，计 0 分。	0%	1
		预算执行率	$= 100\%$	部门（单位）本年度预算完成数与预算数的比率，用以反映和考核部门（单位）预算完成程度。	1	预算执行率=（预算完成数/预算数） $\times 100\%$ ； 预算完成数：部门（单位）本年度实际完成的预算数； 预算数：财政部门批复的本年度部门（单位）预算数； 预算执行率达到或超过 100%，计 1 分；在 100%以下则按预算执行率与目标值的比值，乘以 1 分计分。	100%	1

一级指标	二级指标	三级指标	指标值	指标解释	权重	评分标准	实际值	得分
		预算调整率	=0%	部门（单位）本年度预算调整情况，用以反映和考核部门（单位）预算调整程度。	1	预算调整率=（新预算的金额-原预算的金额）/原预算金额*100%。预算调整率=（预算调整数/预算数）×100%。 ①预算调整率等于 0%，计 1 分；②0%＜预算调整率＜20%时，计 0.5 分；③预算调整率≥20%时，计 0 分。	0%	1
		支付进度符合率	=100%	部门（单位）本年项目资金支付是否符合预计程度，用以反映和考核部门预算执行的及时性和均衡性程度。	1	支付进度率=（实际支付进度/既定支付进度）×100%。①支付进度符合率等于 100%，计 1 分；②80%＜支付进度符合率＜100%时，计 0.5 分；小于 80%，计 0 分。	100%	1
	预算管理	预算管理制度健全性	健全	预算管理制度是否健全	2	①制定或具有预算管理制度计 1 分； ②管理制度科学健全计 1 分。	基本健全	1
		非税收入管理合规性	合规	非税收入管理是否符合相关规定	1	非税收入管理合规得 1 分，较合规酌情给分，不合规不给分。	合规	1
		预决算信息公开度	公开	预决算信息是否完全公开	1	预决算信息全面公开得 1 分，部分公开酌情给分，不公开不给分。	公开	1
		基础信息完善性	完善	部门基础信息是否完善	1	部门基础信息完善得 1 分，较完善酌情给分，否则不给分。	完善	1
		绩效管理覆盖率	=100%	预算绩效管理是否全面覆盖部门工作内容	1	预算全部执行得 1 分，否则按实际执行的预算比例得分。	90%	0.9

一级指标	二级指标	三级指标	指标值	指标解释	权重	评分标准	实际值	得分
		资金使用合规性	合规	资金的收入与支出是否符合要求	1	资金使用管理合规得 1 分，较合规酌情给分，不合规不给分。	合规	1
	资产管理	资产管理规范性	规范	部门（单位）资产管理是否规范，用以反映和考核资产是否保存完整、使用合规、安全运行情况。	1	①资产保存完整计 0.5 分；②使用合规、安全运行 0.5 分。	规范	1
		固定资产利用率	=100%	部门（单位）固定资产利用是否充分，用以反映和考核资产使用情况。	2	①固定资产利用率=100%，计 2 分；②固定资产利用率<100%，在 100%以下则按固定资产利用率与目标值的比值，乘以 2 分计分。	100%	2
		资产管理制度健全性	健全	部门（单位）为加强资产管理、规范资产管理行为而制定的管理制度是否健全完整，用以反映和考核部门（单位）资产管理制度对完成主要职责或促进社会发展的保障情况。	2	①制定或具有资产管理制度，计 1 分；②相关资产管理制度合法、合规、完整，计 1 分。	健全	2
	项目管理	项目管理制度执行规范性	规范	部门（单位）在实际执行项目管理时，相关工作是否符合相应的管理制度	1	①执行规范计 1 分；②较规范酌情计分；③不规范计 0 分	规范	1
		项目管理制度健全性	健全	部门（单位）为加强项目管理，规范项目运行活动而制定的项目管理制度是否健全完整，项目管理制度用以反映对完成项目运作或促进社会发展的保障情况。	2	①制定或具有项目管理办法，计 1 分；②相关项目管理办法、合规、完整，计 1 分；③无项目管理办法计 0 分。	健全	2

一级指标	二级指标	三级指标	指标值	指标解释	权重	评分标准	实际值	得分
	人员管理	人员管理制度执行有效性	有效	部门（单位）为加强人事管理、规范人事管理行为而制定的管理制度是否执行有效，用以反映和考核部门（单位）人事管理制度对完成主要职责或促进社会发展的保障情况。	1	相关人事管理制度有效执行，计 1 分，否则按实际执行情况得分	有效	1
		在职人员控制率	=100%	部门（单位）为加强人事管理、按照上级规定控制在职人员数量，用以反映和考核部门（单位）人员成本的控制情况。	1	在职人员控制率=（在职人员数/编制数）×100%；①在职人员控制率=100%，计 1 分；②90%<在职人员控制率<100%计 0.5 分，③在 90%以下不计分。	82.69 %	0
		人员管理制度健全性	健全	部门（单位）为加强人事管理、规范人事管理行为而制定的管理制度是否健全完整，用以反映和考核部门（单位）人事管理制度对完成主要职责或促进社会发展的保障情况。	2	①制定或具有人事管理制度，计 0.5 分；②相关人事管理制度合法、合规、完整，计 0.5 分；③相关人事管理制度有效执行，计 1 分。	健全	2
	机构建设	业务学习与培训及时完成率	=100%	部门（单位）为加强人员业务能力开展的业务学习与培训是否完成，用以反映和考核部门（单位）业务学习与培训及时完成情况。	1	①完成率=100%，计 1 分；②80%≤完成率利用率<100%，计 0.5 分，③小于 80%计 0 分。	100%	1
		纪检监察工作有效性	有效	部门（单位）纪检监察工作是否有效开展，用以反映纪检监察工作的实施情况。	2	①完成纪检监察工作，未发生重大违纪情况计 2 分；②发生重大违纪情况计 0 分。	有效	2

一级指标	二级指标	三级指标	指标值	指标解释	权重	评分标准	实际值	得分
		组织建设工作及完成率	=100%	部门（单位）组织建设工作是否即时完成，用以衡量组织建设工作完成情况。	2	①完成率=100%，计 2 分；②80%≤完成率利用率<100%，计 1 分，③小于 80%计 0 分。	100%	2
履职	重点工作数量完成率	全年线上参观展览人次	≥16000 人次	反映全年线上参观展览情况。	4	完成目标数计 4 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 4 分计分。	16000 人次	4
		全年线上观看演出人次	≥400000 人次	反映全年线上观看演出情况。	4	完成目标数计 4 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 4 分计分。	400000 人次	4
		全年线下参观展览人次	≥130000 人次	反映全年线下参观展览情况。	4	完成目标数计 4 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 4 分计分。	130000 人次	4
		微信公众号全年推送文章篇数	≥500 篇数	反映全年微信公众号“南京市文化馆”推发稿件宣传情况。	4	完成目标数计 4 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 4 分计分。	500 篇数	4
		全年线上参加培训人次	≥180000 人次	反映全年组织线上培训工作开展情况。	4	完成目标数计 4 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 4 分计分。	180000 人次	4
		微信公众号全年累计点击量	≥330000 次	反映全年微信公众号推文阅读情况，用以衡量宣传稿件的传播度。	4	完成目标数计 4 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 4 分计分。	330000 次	4

一级指标	二级指标	三级指标	指标值	指标解释	权重	评分标准	实际值	得分
		全年线下观看演出人次	≥25000 人次	反映全年线下观看演出情况。	4	完成目标数计 4 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 4 分计分。	25000 人次	4
		全年线下参加培训人次	≥140000 人次	反映全年组织线下培训工作开展情况。	4	完成目标数计 4 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 4 分计分。	140000 人次	4
		全年举办室外文化活动场次	≥18 场次	反映全年举办室外文化活动工作开展情况。	4	完成目标数计 4 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 4 分计分。	18 场次	4
	重点工作质量达标率	当年被评为国家一级馆	完成	南京市文化馆当年是否完成评级要求。	3	获评国家一级馆计 3 分，否则不得分。	完成	3
	重点工作完成及时率	12345 政府热线投诉处理及时率	1	反映南京市文化馆针对 12345 政府热线投诉处理的时效性。	3	投诉处理及时率≥100%，计 3 分；在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 3 分计分。	100%	3
效益	社会效益	场馆内演出服务人次	≥14000 人次	反场就场馆内演出服务人次。	3	完成目标数计 3 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 3 分计分。	14000 人次	3
		场馆内展览服务人次	≥3400 人次	反场就场馆内展览服务人次。	3	完成目标数计 3 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 3 分计分。	3400 人次	3

一级指标	二级指标	三级指标	指标值	指标解释	权重	评分标准	实际值	得分
		已建成“文化长廊”长度或面积	≥65 米	反映全年已建成“文化长廊”的长度或面积。	2	完成目标数计 2 分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以 2 分计分。	0 米	0
满意度	服务对象满意度	观展人员对展览的满意度	≥95%	反映观展人员对展览的满意度。	3	观展人员对展览的满意度达到或超过 95%，计 3 分；在 95%以下则按观展人员的实际满意度与目标值的比值，乘以 3 分计分。满意度低于 60%不得分。其余情况酌情计分。	95%	2
		观演人员对演出的满意度	≥95%	反映观演人员对演出的满意度。	3	观演人员对演出活动的满意度达到或超过 95%，计 3 分；在 95%以下则按观演人员的实际满意度与目标值的比值，乘以 3 分计分。满意度低于 60%不得分。其余情况酌情计分。	95%	2
		参加培训人员对培训的满意度	≥95%	反映观参加培训人员对培训的满意度。	3	参与培训人员对培训的满意度达到或者超过 95%，记 3 分；在 95%以下则按参培人员实际满意度与目标值的比值，乘以 3 分积分。满意度低于 60%不得分。其余情况酌情计分。	95%	2
合计					100			92.4