

2024 年度南京市文化和旅游局 部门整体绩效自我评价报告

目 录

一、 部门概况	1
(一) 部门基本情况	1
(二) 部门收支情况	4
(三) 部门绩效目标	4
二、 评价结论	5
(一) 评价对象及范围	5
(二) 评价结论	5
(三) 评分结果	6
三、 部门履职成效	6
(一) 文旅市场强劲复苏，产业发展提质增效亮点纷呈	7
(二) 聚力文艺创作与公共文化服务升级，助推文化事业繁荣发展	8
(三) 加强文化遗产保护与活化利用，激活传承发展内生动力	8
(四) 发力文旅宣推与国际合作，赋能市场扩容和经济增长	9
(五) 优化营商环境强化服务质效，激活文旅市场发展新动能	10
四、 存在问题及原因分析	10
(一) 少数绩效指标设定不够合理，个别指标难以量化评价	10
(二) 文旅资源热度分布不平衡，景区点存在“冷热不均”现象	11
(三) 文旅公共服务有待完善，智慧文旅建设水平仍需提升	11
(四) 非遗传承存在风险，部分文旅扶持政策需加强落实	11
五、 有关建议	12
(一) 科学编制绩效目标，提高目标值的精准度与可量化性	12
(二) 加大城市旅游综合服务配套，提供城市旅游多元化的选择	12
(三) 数智赋能，助力文旅融合发展、完善公共文化服务	13
(四) 补齐非遗传承短板，落实文旅扶持政策	14
六、 评价工作开展情况	14
(一) 基本情况	14

（二） 评价组织实施	17
附件：绩效评价指标体系得分情况表	18

2024 年度南京市文化和旅游局

部门整体绩效自我评价报告

一、部门概况

（一）部门基本情况

1. 部门基本情况

南京市文化和旅游局是 2019 年南京市机构改革新组建的单位，为南京市人民政府工作部门，正局级。南京市文化和旅游局整合了原南京市文广新局、原南京市旅游委的主要职责，加挂南京市文物局、南京市广播电视局牌子。

2. 部门主要职能

南京市文化和旅游局负责贯彻落实中央关于文化旅游、文物保护和广播电视工作的方针政策和省委、市委的决策部署，在履行职责过程中坚持和加强党对文化、旅游和广播电视工作的集中统一领导。主要职责是：

- (1) 研究拟订全市文化、文物、旅游和广播电视政策措施，起草地方性法规、规章草案。
- (2) 统筹规划全市文化事业、文化产业、旅游业和广播电视领域事业发展，拟订发展规划并组织实施，推进文化和旅游融合发展，推进文化、旅游和广播电视领域的体制机制改革。
- (3) 指导、管理全市文艺事业，指导艺术创作生产扶持体现社会主义核心价值观、具有导向性代表性示范性的文艺作品，推动各门类艺术、各艺术品种发展。
- (4) 负责全市公共文化事业发展，推进全市文化、旅游和广播电视领域公共服务体系建设，深入实施文化、旅游和广播电视惠民工程，统筹推进基本公共文化服务标准化、均等化。
- (5) 指导、推进全市文化、旅游和广播电视领域科技创新发展，推进文化和旅游行业信息化、标准化建设，推进智慧旅游发展。
- (6) 组织实施全市文化和旅游资源普查、挖掘、保护和利用工作，促进文化和旅游产业发展。

- (7) 管理全市性重大文化活动，指导市级重点文化设施建设，承担城市形象推广相关工作，具体负责全市旅游整体形象打造和品牌建设，促进文化产业、旅游产业市场推广和对外合作，制定全市旅游市场开发战略并组织实施，指导推进全域旅游、乡村旅游、红色旅游、商务会展旅游。
- (8) 指导全市文化和旅游市场发展，对文化和旅游市场经营、服务质量进行行业监管，推进文化和旅游行业信用体系建设，依法规范文化和旅游市场，负责文化、旅游和广播电视领域安全与应急救援工作的综合协调和监督管理。
- (9) 负责全市文化和旅游市场综合执法，组织查处全市性、跨区域文化、文物、出版、广播电视、电影、旅游等市场的违法行为，督查督办大案要案，维护市场秩序。
- (10) 负责全市文化遗产管理，承担世界文化遗产项目申报及后期维护，推动非物质文化遗产的保护、传承、普及弘扬和振兴。
- (11) 指导、推进全市文物事业发展，组织文物资源调查，指导、协调文物保护利用工作，组织、指导文物考古工作，负责全市博物馆监督管理工作。
- (12) 负责对全市各类广播电视机构进行业务指导和行业监管，负责对电视节目、网络视听节目的内容和质量进行监管，负责推进广播电视与新媒体新技术新业态融合发展，负责对广播电视节目传输覆盖、监测和安全播出进行监管。
- (13) 指导、管理全市文化和旅游对外及对港澳台交流、合作和宣传、推广工作，开展广播电视领域对外合作与交流，组织大型文化和旅游对外及对港澳台交流活动。
- (14) 完成市委、市政府交办的其他任务。
- (15) 职能转变。严格落实中央和省、市委要求，深入推进简政放权，深化行政审批制度改革。切实强化事中事后监管，全面推行“双随机、一公开”，深化“不见面审批服务”，实现“一窗受理”“一网通办”，全面提升审批服务便民化水平，不断优化我市营商环境。

3. 内设机构及人员情况

南京市文化和旅游局内设机构共 24 个，分别为：办公室、政策法规处、行政审批服务处、艺术处、公共服务处、科技教育处、产业发展处、资源开发处、旅游

推广处、市场管理处、文化遗产管理处、文物管理处（考古处）、文物保护处、博物馆处（革命文物处）、对外交流与合作处（港澳台文化交流处）、全域旅游促进处、安全与应急处、宣传处、传媒机构管理处（网络视听节目管理处）、技术处（安全传输保障处）、财务处、组织人事处、机关党委、离退休干部处。

南京市文化和旅游局人员编制共 177 名，其中：行政人员编制 165 名，行政附属人员编制 12 名。截至 2024 年末，实有在编人员 177 人，编外人员 6 人。

4. 资产情况

截至 2024 年 12 月 31 日，南京市文化和旅游局资产总额共计 8,682.32 万元，其中：流动资产 7,401.45 万元，非流动资产 1,280.87 万元。固定资产原值 1,536.36 万元，净值 558.70 万元。无形资产原值 1,918.89 万元，净值为 722.16 万元。公务用车 2 辆，其中：机要通信用车 1 辆、应急保障用车 1 辆。

5. 重点工作任务

2024 年，市文旅局坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十届三中全会精神，对标总书记赋予江苏“走在前、做示范”重大要求和“在建设中华民族现代文明上探索新经验”重大任务，推动全市文化旅游事业行稳致远。健全现代公共文化服务体系，“江苏省新型公共文化空间”打造数量连续四年全省第一，推动“美好生活秀出来——幸福南京人”等品牌文化活动进景区、街区、乡村，提升公共文化场馆服务次数。发挥“金陵剧本奖”孵化作用，繁荣艺术创作生产。加强文物保护管理与活化利用，南京市第四次全国文物普查工作走在全省前列。深化南京地域文明探源工程，加大西街遗址考古及保护力度。南京“博物馆之城”建设更完善、更成体系，全市备案博物馆已达 82 座。开展非遗系列活动提升保护传承水平。促进旅游业高质量发展，新增 4 家国家文化产业示范基地，打造“夜泊金陵”文旅品牌，部分旅游景区、文体娱场馆延长开放时间，开展“极美南京 南京礼道”等活动，促进文旅消费持续旺盛。推出“跟着演出游南京”，利用服务业扩大开放试点契机，打造“演艺之城”。实施入境旅游便利化，完善多语种导览导游服务，实现支付便利化。开展服务品质竞赛，升级精细化暖心服务水平，不断提升游客满意度。

（二）部门收支情况

1. 部门预算收支情况

2024 年度，南京市文化和旅游局年初预算收入 14,176.54 万元，其中：基本支出 9,956.54 万元，项目支出 4,220 万元。调整后全年预算收入 31,432.70 万元，较年初调增 17,256.16 万元，调增的主要原因是追加人员政策性工资福利和开展文化旅游、文物保护各专项经费。

2024 年度，南京市文化和旅游局决算支出 31,000.02 万元，其中：基本支出 10,208.67 万元，项目支出 20,791.35 万元。南京市文化和旅游局 2024 年预算执行率 98.62%。

2. “三公两费”使用情况

2024 年度，南京市文化和旅游局“三公两费”预算支出 94.05 万元，决算支出 89.61 万元。“三公两费”预算与执行情况如表：

2024 年“三公两费”预算与执行情况表

费用名称	预算数（万元）	决算数（万元）
因公出国（境）费	0.00	29.95
公务用车购置及运行维护费	6.05	6.03
公务接待费	15.00	13.47
会议费	5.00	2.67
培训费	68.00	37.49
合计	94.05	89.61

注：因公出国（境）费预算实行财政集中管理，不在部门预算中编制。

（三）部门绩效目标

1. 部门中长期目标

全市文化和旅游工作坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大精神，以习近平总书记关于文化和旅游工作的重要论述为根本遵循，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，服务新发展格局，实施文化强市战略。（1）推动文艺创作由“高原”向“高峰”转变；（2）完善高效均衡的文旅公共服务体系；（3）提升文化遗产保护利用服务经济社会发展能力；（4）推进文旅产业高水平融合和高能级发展；（5）打造高品质文化旅游产品和世界级文化旅游目的地；

(6) 优化“美丽古都”国内外营销体系；(7) 促进数字文化和智慧旅游创新发展；(8) 加快文旅市场治理能力和体系现代化。

2. 部门年度目标

2024 年度，根据本部门工作计划和考核内容，年度绩效目标为：以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，学习贯彻习近平对宣传思想文化工作和视察江苏重要指示精神，落实市委、市政府部署安排，把文化旅游高质量发展融入中国式现代化南京新实践。进一步提升南京旅游首位度，游客满意度位于全国前列，文化旅游高质量发展走在全国副省级城市前列，高水平建设国家旅游枢纽城市，更好助力文化强市和世界级旅游目的地建设。

二、评价结论

(一) 评价对象及范围

本次整体支出评价的对象为南京市文化和旅游局 2024 年度部门整体预算（包括基本经费支出和项目经费支出）。绩效评价时段为 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

(二) 评价结论

2024 年，全市文旅系统坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十届三中全会精神，对标总书记赋予江苏“走在前、做示范”重大要求和“在建设中华民族现代文明上探索新经验”重大任务，推动全市文化旅游发展行稳致远。经统计，2024 年全市共接待游客 1.8 亿人次，按可比口径增长 15.3%；实现旅游总收入 2,187.28 亿元，按可比口径增长 10.6%。

在旅游产业发展方面，促进旅游业高质量发展，新增 4 家国家文化产业示范基地，打造“夜泊金陵”文旅品牌，部分旅游景区、文体场馆延长开放时间，开展“极美南京 南京礼道”等活动，促进文旅消费持续旺盛。推出“跟着演出游南京”，利用服务业扩大开放试点契机，打造“演艺之城”。实施入境旅游便利化，完善多语种导览导游服务，实现支付便利化。开展服务品质竞赛，升级精细化暖心服务水平，不断提升游客满意度。

在公共文化服务体系建设方面，健全现代公共文化服务体系，“江苏省新型公

共文化空间”打造数量连续四年全省第一，推动“美好生活秀出来——幸福南京人”等品牌文化活动进景区、街区、乡村，提升公共文化场馆服务次数。

在艺术创作领域，充分发挥“金陵剧本奖”的孵化作用，促进艺术创作生产的繁荣发展。一批优秀文艺作品接连斩获国内奖项，充分彰显了南京在文艺创作领域的深厚底蕴与创新活力，为繁荣社会主义文艺事业、提升城市文化软实力提供了有力支撑。

文化遗产保护方面，加强文物保护管理与活化利用工作，南京市第四次全国文物普查工作成绩斐然，走在全省前列。不断深化南京地域文明探源工程，加大对西街遗址的考古及保护力度。此外，“博物馆之城”建设更加完善、系统，全市备案博物馆数量已达 82 座。通过开展一系列非遗活动，进一步提升非物质文化遗产的保护传承水平。

数字化建设、维护方面，以古籍数字化、智慧图书馆、“南京市公共文化云”建设为引领，推进全市文旅公共服务数字化转型。完成南京智慧文旅综合管理与服务平台建设，做好维保工作，保障各个信息系统稳定安全运行。

文旅市场综合治理方面，探索“高效办成开办歌舞娱乐场所一件事”模式，将多项审批流程整合优化，大幅缩短企业开办时间；出台乡村民宿“一件事一次办”等政策规范行业标准，有效提升市场准入效率与行业发展质量，助力文旅市场主体活力显著增强，营商环境持续向好。

（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，2024 年度南京市文化和旅游局部门整体预算绩效评价综合得分 91.49 分，等级为“优”，详见部门整体绩效评价指标体系得分情况表。

三、部门履职成效

2024 年度，市文旅局紧紧围绕市政府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，有力地推动了文化旅游各项工作的开展。重点工作完成情况如下：

（一）文旅市场强劲复苏，产业发展提质增效亮点纷呈

1. 文旅市场强劲复苏

据综合测算，2024 年，全市共接待游客 1.8 亿人次，按可比口径增长 15.3%，其中，接待入境过夜游客 58 万人次，同比增长 69.2%；实现旅游总收入 2,187.28 亿元，按可比口径增长 10.6%。夫子庙秦淮风光带、钟山风景区稳居全国十大热门景区前列。举办 2024 南京文化旅游节，召开南京旅游高质量发展大会，出台《南京旅游高质量发展行动计划（2024—2027 年）》。南京入选《中国新闻周刊》2024 年度活力之城案例，南京市栖霞区入选活力城区案例。

2. 项目建设夯基蓄能

全市纳入全省文化和旅游项目投资统计的项目共计 70 个，其中亿元以上项目 40 个。积极推进玄武湖景区创建国家 5A 级旅游景区，浦口火车站街区开街运营，幕燕滨江风貌区“长江之恋”游轮启航，江宁织造博物馆红楼梦主题数字沉浸体验空间项目开放运营。

3. 文旅产业稳步发展

新增 4 家国家文化产业示范基地，总量位居全省第一，全国前列。4 个项目上榜 2024 年江苏省重点文化产业和旅游产业项目。“江苏南京钟山风景名胜区”入选 2023 年度国家旅游科技示范园区名单，南京达斯琪数字科技有限公司“全息显示装备技术在传统文化景区中的应用”入选 2024 年全国文化和旅游装备技术提升优秀案例名单。5 家载体单位作为第二批南京艺术 Mall/街区试点单位先行先试。发挥国家对外文化贸易基地作用，搭建对外文化服务公共平台，已服务企业超 200 家，与 3 家基地龙头企业签订框架合作协议，助力文化出海。

4. 多举措激活文旅消费潜力

打造“演艺之城”，举办“跟着演出游南京——南京文旅资源宣传推介活动”活动通过创意市集、互动体验等多种方式，全面、多维度地展示了南京 11 个行政区及江北新区的自然美景、历史遗迹、人文景观和现代都市风貌。为了丰富市民和游客的体验，活动现场各区文旅部门准备了丰富的文创产品、非遗技艺展示，以及

景区景点优惠门票抽奖和南京游产品优惠套餐，为数万歌迷和到访市民游客提供贴心的文旅服务。

夜经济持续繁荣，通过打造‘夜泊金陵’文旅品牌，支持‘金陵王府·夜瞻园’‘心印·中华门’等行进式演出，推出‘大梦·红楼’沉浸式演出，以及‘极美南京南京礼道’等活动，有力促进了文旅消费的持续旺盛。“浦口—高淳”游线入选文旅部“岁时节令 自在乡村”全国乡村旅游精品线路。

（二）聚力文艺创作与公共文化服务升级，助推文化事业繁荣发展

1. 文艺创作活力明显增强

南京滑稽节目《博物馆惊魂》获得第十二届中国杂技金菊奖，京剧《进京》获评第十届中国京剧艺术节优秀剧目奖，南京书画院 14 件作品入选第十四届全国美术作品展览。全年立项国家艺术基金 3 项、江苏艺术基金 3 项、江苏省宣传文化专项资金支持 3 项、南京艺术基金 8 项。全市拥有 9 家省示范小剧场和 14 部省小剧场精品剧目，总量连续四年全省第一。发挥“金陵剧本奖”孵化作用，创排完成话剧《屋檐之下》《破晓——戊子年·腊月三十》《同舟共济》等作品。举办“诗颂长江·南京诗歌活动”，推进南京长江文化品牌打造。

2. 公共文化服务优化升级

江宁区图书馆项目入选文旅部“全国基层公共阅读服务推广项目”，《秦淮花灯》入选文旅部和央视评审的“最具乡味作品”。在全市打造“江苏省新型公共文化空间”23 个，打造数量连续四年全省第一；新建少儿图书室（阅读空间）34 个，全市累计建成 136 个；完成 20 个村（社区）综合文化服务中心新建改扩建工程。推动“美好生活秀出来——幸福南京人”“艺动金陵——我的舞台我的梦”“四季村晚”等特色品牌文化活动进景区、街区、乡村，举办“和声庆华年”第十三届金陵合唱汇、第二届“启明星”群众文艺明星选拔大赛等活动，深入实施文化惠民“百千万工程”，带动全市基层开展公共文化活动蓬勃发展。

（三）加强文化遗产保护与活化利用，激活传承发展内生动力

1. 考古与文明探源研究成效显著

我市“四普”工作走在全省前列，承办江苏省第四次全国文物普查培训班（第二期）。南京市“坚持‘先考古、后用地’实现文物保护与城市建设双赢”入选全

国基本建设考古和文物保护优秀案例并纳入国家文物局编著的《全国基本建设考古和文物保护优秀案例》向全国推介。南唐二陵考古遗址公园入选第一批江苏省省级考古遗址公园，4个项目入选省级考古遗址公园立项项目。推动南京地域文明探源工程走向深入，召开南京西街遗址考古发掘专家研讨会，初步认定新发现的门址为文献所载梁代“新作国门”。发布薛城遗址考古成果，填补长江下游史前考古多项空白。东吴重臣张昭家族墓考古入选 2024 国内十大考古新闻。

2. “博物馆之城”建设影响扩大

新增 2 座国家一级博物馆，5 座国家二级博物馆，3 座国家三级博物馆，目前全市共有等级博物馆 19 座，居全省首位，全市备案博物馆数量已增至 82 座。出台《南京市关于进一步利用博物馆资源做好中小学教育实施方案》《关于市属公益一类博物馆优化服务激发活力若干政策措施》，筹建南京市博物馆协会，开展第 48 个“国际博物馆日”“我们的节日”、第二十二届“文博之夏”等活动，国庆假期实施夜间开放政策，超 8 万人走进夜间博物馆，获得游客市民点赞。举办“博物南京”讲解员职业技能竞赛，激发博物馆事业发展内生动力。

3. 非遗传承路径不断拓宽

南京金线金箔总厂入选 2023—2025 年国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地名单。“看展览学非遗”活动被评为首届全国非遗传播活动创新案例。2 项目获评“首届文化遗产研学优秀案例”。开展非遗代表性传承人传承活动评估，2 位国家级传承人获评优秀。举办“点亮中国灯”——龙年灯会灯彩迎新春全国主会场活动、“非遗过大年·文化进万家”新春活动、文化和自然遗产日、“光影非遗·传承华章”非遗摄影展等系列活动，营造良好氛围。印发《关于开展“非遗在社区”试点工作的通知》，让非遗融入百姓生活。

（四）发力文旅宣推与国际合作，赋能市场扩容和经济增长

1. 文旅宣传推广持续发力

开展“百村百品”特色品牌系列宣推活动，深耕长三角和南京都市圈客源市场，开展“邀约都市圈 旅读新金陵”等旅游产品推介。推出“跟着非遗、考古、名著游南京”系列研学游产品，携程数据显示 2024 年上半年南京亲子研学类产品订单同比增长超 200%，亲子客户高星酒店订单量同比增长 121%。

2. 对外交流合作走深走实

举办“中新青少年春节联欢会”暨 2024 欢乐春节启动仪式等活动。赴德国、希腊等地推介南京文旅资源，与世界各地文旅企业洽谈合作。参加第 14 届中美旅游高层对话，南京文旅全美深度合作推广项目签约。实施入境旅游便利化，完善多语种导览导游服务，在全市增设外卡 POS 机 464 台、外币兑换点（ATM 机）26 个，为出租车兑付零钱包，与携程合作打通 39 个国家和地区的游客网络购票及预约通路，在部分景区布设多语种自助打票机。

（五）优化营商环境强化服务质效，激活文旅市场发展新动能

1. 营商环境全面提质

探索“高效办成开办歌舞娱乐场所一件事”南京模式，优化审批流程。出台《关于印发南京市开办乡村民宿“一件事一次办（一业一证）”改革试点实施方案的通知》《南京市星级饭店信用等级评定管理暂行办法》等政策，规范行业标准。做好涉外涉港澳台娱乐场所、演出经营场所、演出经纪机构、营业性演出审批权下放承接工作，为企业提供精准服务。

2. 暖心服务重磅升级

开展服务品质竞赛，提升精细化暖心服务水平。刀郎演唱会期间，南京热度和美誉度大幅上升，“南京文旅为刀迷操碎了心”话题一度成为抖音同城榜第 1 位。聚焦游客痛点堵点问题，优化热门景区预约程序，统筹景区周边停车资源，推进无理由退货，开展打击“黄牛”专项行动。南京上榜中国旅游研究院“全国游客满意十佳城市”、全省游客满意度调查中唯一“满意度高”水平的城市。钟山风景名胜区—中山陵园风景区成功入围第三批国家级文明旅游示范单位。

四、存在问题及原因分析

（一）少数绩效指标设定不够合理，个别指标难以量化评价

个别项目效益评价目标值设置偏低。比如“购买市属剧院公益演出场数”指标，目标值设定为 50 场，实际值为 86 场，超出目标值 72%；“举办市级群众文化活动场数”指标，目标值设定为 150 场，实际完成数为 215 场，超出目标值 43.33%。个别项目指标值缺乏可量化。例如效益指标中的“对中华优秀传统文化传承影响”

等指标，难以通过绩效指标对项目成效进行科学合理的考核，缺少易于量化、衡量的指标。

（二）文旅资源热度分布不平衡，景区点存在“冷热不均”现象

一方面，核心热门景区（如夫子庙、钟山风景区等）持续火爆，面临巨大承载压力；另一方面，城区部分潜力景点及部分乡村旅游点则热度相对不足。其背后是地理位置与交通便利性、品牌影响力、基础设施完善度、服务质量与体验独特性等多重因素叠加作用的结果。一是地理位置与交通便利性差异。热门景区多集中于城市中心或成熟旅游区，具备高密度的轨道交通、公交线路直达及便捷的自驾通达条件。相比之下，部分非核心旅游区域存在公共交通工具班次少、线路覆盖面窄、抵达时间长等问题，尤其缺乏高效、舒适的“最后一公里”接驳体系，增加了游客的时间成本和出行难度。二是宣传策略与营销投入差异。主流媒体的旅游宣传推广资源长期集中于龙头景区，形成营销惯性，非核心景区获得的宣传相对投入较少，市场曝光度和品牌辨识度不够。三是基础设施与服务质量差异。部分非核心旅游区域在旅游旺季存在游客接待能力不足，如厕所数量不足、停车场容量有限等。

（三）文旅公共服务有待完善，智慧文旅建设水平仍需提升

根据《2024 年南京市民公共文化服务需求与满意度情况调查报告》，市民对各类公益性文化服务需求旺盛且呈多元化态势，除传统的文艺演出活动，公园、广场文化活动外，市民群众对阅读活动、培训、讲座、知识科普、读书交流等知识类的公共文化服务需求也很旺盛，但目前公共文化服务提供的文化活动仍以各类文艺演出和展览等为主，距离全方位满足市民需求尚有差距。

南京智慧文旅平台功能较为基础，缺乏个性化推荐，未能形成“服务-消费-反馈”的闭环。平台主要聚焦于文旅数据监测而非游客服务功能开发，未能形成一体化的游客体验。数字化展现形式滞后、功能碎片化、应用场景单一且分散、数据互通性尚有不足。

（四）非遗传承存在风险，部分文旅扶持政策需加强落实

一是非遗传承人才断层与传播瓶颈并存，保护工作面临双重挑战。部分非遗传承人年事已高，身体状况难以支撑常态化教学、展示及资料库建设工作，导致技艺传承出现断档风险；方言壁垒加剧传播困境，影响与年轻群体的互动交流，致使非

遗文化在年轻群体中的吸引力与传播力不足，严重制约非遗保护传承工作的可持续发展。二是部分文旅扶持政策措施尚需进一步落实。如：2024 年原计划扶持非遗体验场馆 5 个，项目推进过程中，因资金预算调整当年未实际执行；文化消费试点遴选评审补贴剧目目标数量 100 部，因达到评选标准剧目数量不足，实际仅完成 79 部；扶持旅游饭店高质量发展目标数量 8 家，因扶持条件过高，申报单位中满足扶持条件的饭店数量不足实际完成 2 家；扶持旅行社创新发展目标数量 30 家，也因达到扶持条件的旅行社数量不足，实际完成 25 家。非遗体验场馆建设扶持力度不足。

五、有关建议

（一）科学编制绩效目标，提高目标值的精准度与可量化性

充分结合最近几年实际完成情况、本年度资源配置、服务需求预测等因素，进行充分科学论证，合理确定目标值区间，目标值的设定应当遵循“适度压力”的原则避免因目标值偏低导致绩效评价失真，确保目标值既具有一定挑战性，又符合实际工作承载能力，切实反映项目预期成效。

针对效益指标缺乏量化的问题，应将不易考核的定性指标拆解为易于统计、量化、考核的量化指标。可以考虑从覆盖范围（影响了多少人）、服务对象认可度、行为转化（服务对象的后续行为）等几个维度构建可量化的效益指标，提升绩效评价的客观性与精准性，引导各类项目聚焦核心目标，推动项目成效向高质量、可持续发展方向，为各类领域项目绩效评价提供科学指引。

（二）加大城市旅游综合服务配套，提供城市旅游多元化的选择

整合区域旅游资源，推进全市旅游交通体系建设，建立复合型交通架构，结合平日和节假日特点，市区联动，开通非热门潜力旅游区域和乡村旅游直通车。加快旅游景区、景点道路改造和热门乡村旅游点停车场等旅游配套设施建设，不断提升游客接待能力。加大旅游新业态、新产品培育和供给，通过项目带动，热门区域引流、活动联动等手段，稳定存量，做大增量，开展文旅商体联动促消费，探索南京旅游高质量发展的特色路径。

（三）数智赋能，助力文旅融合发展、完善公共文化服务

进一步提升南京文旅智慧化、数字化水平：一方面继续完善南京智慧文旅平台建设，优化文旅综合平台功能，夯实政务数字化基础，建立完善安全、质量、信用全方位的数字化监管机制。另一方面，充分发挥历史文化资源优势，将数字化技术与文化叙事深度融合，打造具有国际影响力的智慧旅游 IP。构建“数字长江”元宇宙生态：以“数字长江”元宇宙博物馆为起点，拓展长江沿线景区的数字化体验，如五马渡元宇宙博物馆、燕子矶公园数字场景等。运用元宇宙数字建模、数字虚拟人、AR/VR 影像、裸眼 3D 等技术布设数字化展示装置，并与交通运输部长江航道测量中心进行数据共享和共建。推动非遗数字化创新：将云锦、金箔等传统工艺的 AR 互动体验融入景区游览，让游客参与制作过程，增强文化体验。同时，开发数字藏品平台，如“莫测 MOCH”文旅垂直类数字藏品平台，集 IP 设计、藏品铸造、藏品发行于一体，为景区带来新的营收点。

针对知识类公共文化服务供给不足的问题，可以依托“南京公共文化云”采集群众需求数据，通过视频播放数据、评论留言等实现兴趣取向动态捕捉、精准画像，根据用户需求提供有针对性的公共文化服务。推动线上线下服务联动融合，通过南京公共文化云实现“线上预约 - 线下参与 - 线上反馈”：结合南京地域文化特色与群众需求画像，重点拓展以下几类具有南京特色的知识类公共文化服务。

“金陵历史文脉精讲”系列活动，依托南京作为六朝古都、明清都城的历史底蕴，通过“南京公共文化云”预约报名，线下组织走进明故宫遗址、南京博物院等场所，邀请历史学者现场讲解都城变迁、文物背后的历史故事，同步录制精讲视频并提炼核心知识点，在平台开设“历史知识专栏”供群众反复学习；“非遗技艺活态传承”活动，聚焦南京剪纸、秦淮灯彩、云锦织造、金陵刻经等本地非遗项目，以“理论讲解 + 实操教学”形式开展，线上通过平台发布非遗传承人教学预告及技艺简介，线下分批次组织群众参与技艺实操，活动后将实操过程剪辑成短视频，搭配非遗技艺历史背景解读，在平台推广传播；“文学之都经典品读”活动，围绕《红楼梦》《桃花扇》等与南京相关的经典文学作品，线上发起“经典片段共读”预约，线下举办文学沙龙，邀请文学专家解析作品中的南京元素，同时在平台开设“文学知识问答”板块，引导群众参与互动，深化对文学经典的

理解。

（四）补齐非遗传承短板，落实文旅扶持政策

针对非遗传承人才断层与传播瓶颈的问题，设立“青年传承人培育专项”，明确其在非遗保护专项资金中的占比，建立与传承需求增长相适配的资金动态增长机制。重点支持青年传承人开展跟师学艺、技艺深造、创新实践等活动，按项目类型给予差异化补贴。资助一批青年传承人将非遗技艺与现代设计、数字技术、潮流文化结合的创新项目，打造年轻化品牌，推动非遗市场化发展。

在落实文旅扶持政策方面，强化项目实施前开展事前调研，制定与现阶段资助、扶持对象实际情况相符的资助、扶持标准，同时加强政策宣导，简化申报流程，开展针对性指导，吸引更多符合要求的单位前来申报，此外按行业特性制定差异化培育方案，扩大达标单位基数，从源头解决达标申报单位数量不足的问题。

六、评价工作开展情况

（一）基本情况

1. 评价目的

整体支出绩效评价是从部门职能出发，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、预算管理水平进行客观公正的评价。通过部门整体支出绩效评价，能够准确找到市文旅局支出管理的强弱项，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，整体支出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。

通过对南京市文化和旅游局 2024 年度整体支出进行绩效评价，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文旅项目中所发挥的作用和取得的实际效果，总结文旅项目实施、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

法律法规和政策

- (1) 《中华人民共和国预算法》及其实施条例
- (2) 中共中央 国务院《关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34号）
- (3) 中共江苏省委 江苏省人民政府《关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（苏发〔2019〕6号）
- (4) 财政部《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）
- (5) 财政部《中央部门项目支出核心绩效目标和指标设置及取值指引》（试行）（财预〔2021〕101号）
- (6) 财政部《第三方机构预算绩效评价业务监督管理暂行办法》（财监〔2021〕4号）
- (7) 江苏省财政厅《省级部门整体绩效评价管理暂行办法》（苏财绩〔2022〕51号）
- (8) 南京市财政局《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）
- (9) 南京市财政局《南京市市级预算部门（单位）整体绩效管理办法（试行）》（宁财绩〔2020〕359号）
- (10) 《南京市市级预算绩效管理办法》（宁委办厅字〔2024〕2号）
- (11) 《市文旅局机关内部控制建设工作实施方案》（宁文旅办〔2019〕97号）
- (12) 《中共南京市委关于繁荣发展社会主义文艺的实施意见》（宁委发〔2016〕37号）
- (13) 《南京市文体惠民专项资金管理办法》（宁财规〔2013〕4号）
- (14) 《南京市旅游发展专项资金管理办法》（宁财规〔2021〕7号）
- (15) 《关于推进现代公共文化服务体系建设的实施意见》（宁委办发〔2016〕64号）
- (16) 《南京市文化消费政府补贴剧目管理实施细则（暂行）》的通知（宁文字〔2017〕755号）
- (17) 《市政府办公厅关于培育新业态拓展新消费促进我市文旅产业高质量发展的实施意见》（宁政办发〔2020〕47号）

(18) 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，充分体现出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决策和过程环节，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，是指反映人们的感受、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，占该指标体系的 35%；结果指标包括部门履职和部门绩效两方面，占该指标体系的 65%。

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

本次整体支出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，详见附件：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、过程指标满分 35 分，该部分反映业务管理和资金管理等情况；履职、效益和满意度指标满分 65 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

2024 年度南京市文化和旅游局部门整体支出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（2025 年 4 月 12 日至 4 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，结合部门职能，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（2025 年 5 月 6 日至 5 月 14 日）

绩效评价工作小组对部门情况进行核查，核查内容包括绩效评价基础数据调查

表的收集核对。评价人员到项目现场实地查看项目进展情况；对机关处室及基层单位相关人员进行访谈，了解各项工作安排、进展情况；对部门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（2025 年 5 月 15 日至 6 月 27 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

2024 年度南京市文化和旅游局部门整体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	评分依据
决策	计划制定	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. 考察部门是否制定了明确的中长期规划，包括总体目标、工作内容、时间进度等，部门规划是否涵盖了部门全部职能，并与部门职能相匹配； 2. 计划、目标是否与社会需求相匹配。 以上评价要点各占 1/2 权重，每个要点执行情况分好、中、差三档，按 100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	健全	1	《南京市“十四五”文化和旅游发展规划》，规划内容、时间进度明确，与社会需求匹配
		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； 2. 工作计划与实际工作内容是否与部门职责具有相关性，年度工作计划是否与部门中长期战略相衔接，是否与社会需求相匹配。 以上评价要点各计 1/2 权重分。	健全	1	南京市文化和旅游局关于 2024 年工作总结和 2025 年工作计划的报告，计划与中长期规划衔接，与社会需求匹配。

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	评分依据
	目标设定	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。	1	1. 是否符合国家法律法规、国民经济和社会发展总体规划、部门“三定”方案确定的职责； 2. 是否符合部门制定的中长期规划和年度工作计划； 3. 是否与社会需求相匹配； 4. 是否与本年度部门预算资金相匹配。 以上评价要点各占 1/4 权重，每个要点执行情况分好、中、差三档，按 100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	不太合理	0.5	“购买公益演出”“举办市级群众文化活动现场数”两项指标目标值过低，与实际值偏差较大
		绩效指标明确性	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细化情况。	1	1. 是否将部门整体预算绩效目标细化分解为具体的工作任务； 2. 是否通过清晰、可衡量的量化指标值予以体现； 3. 是否与部门年度重点工作任务数相对应，并突出了核心绩效指标。 以上评价要点各占 1/3 权重，每个要点执行情况分好、中、差三档，按 100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	不太明确	0.5	部分效益指标不够明确，不够量化。如“对中华优秀传统文化传承影响”“提升市民生活品质，共享文化发展成果”

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	评分依据
	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。	1	1. 基本支出及项目支出的预算编制依据是否充分，符合法律法规、部门职责、发展规划以及相关政策； 2. 基本支出预算是否按照规定标准编制；各项目预算测算依据是否充分，是否与工作任务相匹配，并经过科学论证； 3. 重点支出是否有保障； 4. 部门内容项目之间是否存在重复交叉，与其他部门项目是否存在重复交叉。 以上评价要点各占 1/4 权重，每个要点执行情况分好、中、差三档，按 100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	科学	1	2024 年预算公开，规划依据充分，经过科学测算。
		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. 部门预算是否严格按照财政部门关于预算编制的时间和流程执行； 2. 各项目是否按照规定的程序申请设立，事前是否经过必要的可行性研究、专家论证、风险评估、绩效评估、集体决策等； 3. 审批文件、材料是否符合相关要求。 以上评价要点各占 1/3 权重，每个要点执行情况分好、中、差三档，按 100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	规范	1	2024 年预算已经充分论证，流程合规。

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	评分依据
过程	预算执行	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=（预算调整数/预算数）×100%。 预算调整数：部门（单位）在本年度内涉及预算的追加、追减或结构调整的资金总和（因落实国家政策、发生不可抗力、上级部门或本级党委、政府临时交办而产生的调整及上级转移支付金额调整除外）。 评分规则： 1. 比率=0%，得满分； 2. 20%≤比率<0%，每增加 1%，扣 5%的权重分； 3. 比率>20%，不得分。	0%	1	未主动调整过预算
		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	支付进度符合率=（实际支付进度/既定支付进度）×100%。 实际支付进度：部门（单位）在某一时点（一般为半年度）的支出预算执行总数与年度支出预算数的比率。 既定支付进度：由部门（单位）在申报部门整体绩效目标时，参照序时支付进度、前三年支付进度、同级部门平均支付进度水平等确定的，在某一时点（一般为半年度）应达到的支付进度（比率）。 评分规则：得分=支付进度符合率×分值。	100%	1	已按计划全部支出

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	评分依据
		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。	2	预算执行率=（预算完成数/预算数）×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%，得满分；在 100%以下则按预算执行率与目标值的比值，乘以权重计分。	98.62%	1.97	预算数 3.14 亿， 实际执行 3.1 亿
		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/调整预算数×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，“三公”经费未执行数和政府采购节约资金等视同已支出）。 评分规则： 1. 比率=0%，得满分； 2. 10%≤比率<0%，每增加 1%，扣 10%的权重分； 3. 比率>10%，不得分。	0%	1	年末无结余
		公用经费控制率	≤100%	考量部门（单位）本年度公用经费实际支出数与预算安排数的比例，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）×100%。 评分规则： 1. 比率≤100%，得满分； 2. 比率>100%，每超出 1%，扣 10%的权重分。	99.48%	1	预算数 585.08 万，实际支出 582.05 万元

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	评分依据
		“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”经费总额～上年度“三公”经费总额）/上年度“三公”经费总额]×100%。 “三公”经费：因公出国（境）费、公务车辆购置及运行费和公务招待费。 评分规则： 1. 比率≤0%，得满分； 2. 比率>0%，不得分。	-13.19%	1	上年支出 56.97 万元，本年支出 49.45 万元
		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	预算执行率=（预算执行数/预算数）×100%。 预算执行数：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。 评分规则：得分=预算执行率×分值。	100%	1	政府采购全部完成
		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	非税收入预算完成率=（非税收入实际完成数/非税收入预算数）×100%。 非税收入实际完成数：部门（单位）本年度实际完成的非税收入数。 预算数：本年度部门（单位）编制的非税收入预算数。 评分规则：得分=非税收入预算完成率×分值。	100%	1	预算数 3100 万，全部完成
	预算管理	预算管理制度健全性	健全	考核部门（单位）预算管理制度的健全程度。	1	①制定或具有预算管理制度计 1/2 权重分； ②管理制度科学健全计 1/2 权重分。	健全	1	管理制度科学、健全

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	评分依据
		资金使用合规性	合规	资金使用是否合规。	2	1. 资金管理使用（包括收入与支出）是否符合国家财经法规和相关管理制度的规定，是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等非专款专用的情况； 2. 资金的收缴和拨付是否有完整的程序和手续； 3. 公用经费是否存在超标准支出情况，项目支出与公用经费是否存在重复交叉。 以上评价要点各占 1/3 权重，每个要点执行情况分好、中、差三档，按 100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	合规	2	资金支出合规，未见违规支出
		绩效管理覆盖率	=100%	考核部门（单位）绩效管理是否全覆盖。	1	绩效管理覆盖率=（纳入全过程绩效管理的资金数/预算数）×100%。 评分规则：得分=绩效管理覆盖率×分值；绩效管理覆盖率≤60%不得分。	100%	1	所有预算均纳入了绩效管理
		基础信息完善性	完善	部门（单位）基础信息是否完善。	1	部门基础信息完善得满分，较完善酌情给分，否则不给分。	完善	1	完善
		预决算信息公开度	公开	部门（单位）是否公开预决算信息。	1	预决算信息全面公开得满分，不公开不给分。	公开	1	已于市文旅局官网公开
		非税收入管理合规性	合规	考核部门（单位）非税收入管理是否合规。	1	非税收入管理合规得满分，较合规酌情给分，不合规不给分。	合规	1	未见非税收入管理违规

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	评分依据
	资产管理	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。	1	1. 是否已制定或具有资产管理制度； 2. 相关资产管理制度是否合法、合规、完整； 3. 相关资产管理制度是否得到有效执行。 评分规则：以上评价要点各占 1/3 权重，每个要点执行情况分好、中、差三档，按 100%～80%（含）、80%～60%（含）、60%～0%评分。	健全	1	管理制度完善、健全
		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. 资产保存是否完整，是否按规定流程报请使用； 2. 资产配置是否合理； 3. 资产处置是否规范； 4. 资产是否经清查和统计，账务管理是否合规，是否账实相符； 5. 资产是否有偿使用及处置收入及时足额上缴。 以上评价要点各占 1/5 权重，每个要点执行情况分好、中、差三档，按 100%～80%（含）、80%～60%（含）、60%～0%评分。	规范	1	未见资产管理违规
		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。	1	固定资产利用率=（实际在用固定资产总额/所有固定资产总额）×100%。 评分规则：得分=固定资产利用率×分值。	100%	1	未见闲置固定资产

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	评分依据
	项目管理	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。	1	1. 是否制定项目管理制度； 2. 项目管理制度是否合法、合规、内容完整，包括职责分工、项目申报、公示、实施内容、实施进度、实施标准、资金补助标准、资金拨付时间、监督检查、绩效评价、协调机制等。 评分规则：以上评价要点各占 1/2 权重，每个要点执行情况分好、中、差三档，按 100%～80%（含）、80%～60%（含）、60%～0%评分。	健全	1	制度完善、健全
		项目管理制度执行规范性	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。	2	1. 项目管理工作机制是否健全，沟通协调是否顺畅； 2. 项目是否按照要求规范严格地执行所有的制度内容，包括可行性论证、概算、预算、施工设计、资金拨付、组织申报、政府采购、招投标、监理、中期检查、竣工验收、公开公示等； 3. 是否按要求开展监督检查和绩效评价。 评分规则：以上评价要点各占 1/3 权重，每个要点执行情况分好、中、差三档，按 100%～80%（含）、80%～60%（含）、60%～0%评分。	规范	2	未见项目管理违规

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	评分依据
	人员管理	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。	1	①制定或具有人事管理制度，计 1/2 权重分； ②相关人事管理制度合法、合规、完整，计 1/2 权重分。	健全	1	管理制度完善健全
		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，计满分，否则按实际执行情况得分。	有效	1	已按制度执行，未见违规
		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%，得满分；②80%≤在职人员控制率<100%得 1/2 权重分， ③在 80%以下不计分。	100%	1	编制数 177，满编

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	评分依据
	机构建设	组织建设 及时完成率	=100%	部门（单位）组织建设工作是否及时完成，用以衡量组织建设工作完成情况。	1	①完成率=100%，得满分；②80%≤完成率利用率<100%，计 1/2 权重分，③小于 80%计 0 分。	100%	1	及时完成组织建设工作
		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%，得满分；②80%≤完成率利用率<100%，计 1/2 权重分，③小于 80%计 0 分。	66.67%	0	计划完成 21 场培训，实际完成 14 场
		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得满分；②发生重大违纪情况计 0 分。	有效	2	未见重大违纪
履职	信息化系统建设维护	公共信息平台 年度访问量	≥150 万人次	南京文旅平台全年访问量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	250 万人次	1	南京文旅全平台访问量超 250 万人次
		南京智慧文旅 综合管理与服务平台建设	≥85%	南京智慧文旅综合管理与服务平台建设进度。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	100%	1	2024 年 11 月 20 日市数据局验收通过
		信息系统等级 保护测评个数	≥2 个	完成信息系统等级保护评测数量。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	5	1	等保测评报告 5 份

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	评分依据
		网络信息系统运行良好率	≥80%	网络系统运行状况。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	99.00%	1	全年网络系统稳定运行
		信息系统等级保护测评结论	合格	信息系统等级保护评测结果。	1	评测结果合格得满分，否则酌情扣分。	合格	1	等保测评合格
	公共文化服务及艺术活动	遴选评审补贴剧目数	≥100 部	文化消费试点遴选评审补贴剧目数量。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	79 部	0.79	《金蝉》《将相和》等 79 部
		补贴剧目观影总人次	≥10 万人次	文化消费试点补贴剧目观影人次	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	12.9 万人次	1	累计观影人次 12.9 万
		遴选评审补贴展陈数	≥8 部	文化消费试点全年遴选评审补贴展览的数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	8 个	1	“遇见梵高 沉浸光影艺术展” “寻迹之山海经”光影艺术展等 8 项
		购买公益演出场数	≥50 场	购买市属剧院公益演出的场次数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	86 场	0.5	《雨花台—信仰的力量》《肺腑之言》等 86 场公益演出
		资助精品或重大题材项目数	≥1 部	2024 年艺术基金资助的精品或重大题材项目的数量。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	2 部	1	南京新剧荟原创孵化精品剧目、越剧《织造府》

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	评分依据
		举办市级群众文化活动场数	≥150 场	2024 年全年举办市级群众文化活动的场次。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	215 场	0.5	四季村晚、新春游乐会、电影沙龙等 150 场
		举办百场公益演出及送戏下乡场数	≥140 场	全年举办公益演出及送戏下乡的场次数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	181 场	1	樱驼花园社区广场、莫愁湖公园抱月楼、下坝村委会等地演出 181 场
		开展文化和艺术展演活动	≥2 次	文化和艺术展演活动场次。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	35 场次	1	“龙腾耀四海盛世中国年”剪纸艺术精品展，翰墨风韵——庆祝南京解放七十五周年翰墨风韵第四届书画展等 35 场
	文旅服务质量提升及	文旅融合示范区建设	≥3 个	省文旅融合示范区新增数量。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	0 个	0	没有新增示范区

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	评分依据
	管理	高质量文创产品数	≥3 个	设计高质量文创产品数量。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	9 个	1	2024 中国特色旅游商品大赛银奖 4 个，铜奖 5 个。 “佳孚”便携咖啡机，“花针匠”非遗文创福气袋等 9 个文创产品获奖
		夜间文旅消费集聚区建设	≥3 个	新增夜间文旅消费集聚区数量。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	0 个	0	未有新增夜间文旅消费集聚区
		乡村旅游及新业态扶持数	≥10 个	扶持乡村旅游及新业态数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	17 个	1	“丰硕农场智慧农文旅新业态建设”“金陵 STYLE 农文旅融合街区基础建设”等 17 项
		乡村旅游直通车运营	≥20 条	开通乡村旅游直通车次数/条数。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	24 条	1	金陵 STYLE→江苏园博园→南京明文化村（阳山碑材景区）等 24 条乡村旅游直通车

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	评分依据
		推进全市重大重点旅游项目数	≥20 个	纳入全省文化和旅游项目投资统计的项目。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	70 个	1	2024 年南京市纳入全省文化和旅游项目投资统计的项目共计 70 个。整体计划投资总额 834.76 亿元，至 2024 年末累计完成投资 541.90 亿元，完成计划投资总额的 65%。2024 年度计划完成投资 63.81 亿元，全年实际完成投资 75.92 亿元，超额完成 2024 年度投资计划。
		景区度假区等级复核验收家数	≥18 家	等级景区、度假区暗访验收家数。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	20 家	1	共完成南京博物院、莫愁湖公园、天生桥景区等 20 家景区暗访

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	评分依据
		文化和旅游统计分析	及时	发布文化和旅游统计信息是否及时。	1	及时发布文旅统计和分析得满分，否则酌情扣分。	及时	1	于“南京文旅”微信公众号及时发布文旅统计信息
	媒体宣传与推广	旅游广告发布数（境内）	≥7 个	发布境内旅游广告数量。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	7 个	1	2024 年南京旅游自由行目的地营销推广项目、“发现南京·探寻宝藏”携程南京超级目的地营销项目等 7 项
		旅游形象推广及旅游促销次数（境内）	≥10 次	境内旅游形象推广及旅游促销次数。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	9 次	0.9	组团参与第六届运博会运河城市文旅精品展、第 35 届上海旅游节等共 7 次推广促销活动
		广播电视节目推优评选次数	≥4 次	进行广播电视节目推优评选的次数。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	4 次	1	每个季度举办了一次

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	评分依据
		微博微信公众服务号在市网信办政务类排名	前十	微博微信公众服务号在市网信办政务类排名	1	达到预定目标得满分，否则不得分。	第三	1	公众服务号在市网信办政务类公众号排名第三
		参评江苏省五星工程奖作品件数	≥15 件	参评江苏省五星工程奖的作品数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	61 件	1	合唱《追风》舞蹈《矿道深处》国画《云涌钟山》等 61 件获奖作品
		各类宣传展演展示活动成效	明显	各类宣传展演活动的效果。	1	宣传展演活动效果明显得满分，否则酌情扣分呢。	明显	1	例如开展“百村百品”特色品牌系列宣推活动，全年乡村旅游达 4,100 万人次
		旅游形象推广及旅游促销次数（境外）	≥6 次	境外旅游形象推广及旅游促销次数。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	14	1	在新加坡举办“金陵有约”南京文旅推介会；在吉隆坡举办南京文旅暨牛首山佛顶宫（吉隆坡）推介会等 14 场境外推介活动

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	评分依据
		旅游广告发布数（境外）	≥5 个	发布境外旅游广告的数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	13	1	南京旅游北美推广中心暨全球社交媒体推广项目, 海外地铁投放南京旅游广告等 13 项
	对外文化交流合作	线上对外文化交流活动次数	≥2 次	开展线上对外文化交流活动的次数。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	7	1	“水韵江苏”日本推广活动，乌兰巴托“四季南京”图片展等 7 项对外交流活动
		线上对外文化交流活动成效	明显	线上文化交流活动的效果。	1	线上文化交流活动成效明显得满分，否则酌情扣分。	明显	1	通过线上对外文化交流活动，充分展示了南京的特色文化及优秀旅游资源
	安全播出及传媒监管	广电安全播出应急演练次数	=2 次	开展广电安全播出应急演练的次数。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	2 次	1	广电信息系统网络攻防渗透演练、广播电视专业技能演练

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	评分依据
		广播电视安全播出传输率	≥99.99%	全年广播电视安全播出传输率统计数据。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	99.99%	1	经省广电有线信息网络股份有限公司统计全年安全传输率 99.99%
		广播电视综合人口覆盖率	=100%	广播电视信号覆盖面积比率。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	100%	1	全域覆盖
		隧道广播设备完好率	≥99%	隧道广播设备是否完好，功能是否正常。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	100%	1	隧道广播全部在线，正常运转
	文旅市场综合治理及监管	旅行社宾馆星级复核验收家数	≥20 家	复核验收星际旅行社、宾馆的数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	22 家	1	全年完成新申报及复核共 22 家
		文化和旅游市场综合检查家数	≥140 家	完成文旅市场综合检查的家数。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	245 家	1	共完成密室逃脱、网吧、歌舞厅、演艺场所、旅行社等 245 家次检查

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	评分依据
		旅游饭店高质量发展扶持数	≥8 家	扶持旅游饭店高质量发展的数量。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	2 家	0	因扶持标准较高，特别是针对 2010 年之前开业的宾馆，需要提供项目建设环评报告，许多酒店 20 年前开工建设的宾馆，当时规划层面尚无强制的环评要求，导致许多饭店不具备参评条件，如滨江金陵饭店饭店。
		旅行社创新发展扶持数	≥30 家	扶持旅行社创新发展的数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	25 家	0.83	扶持高星级旅行社 5 家，来宁过夜旅行社 10 家，自主外联 5 家，入境地接 5 家。共收到超过 40 份申报，仅 25 家符合扶持要求

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	评分依据
		考级承办单位等级评定家数	≥20 家	考级承办单位等级评定数量。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	0 家	0	未开展
		重大安全责任事故发生率	=0%	文旅市场是否发生重大安全责任事故。	2	未发生重大安全责任事故得满分，否则不得分。	0%	2	未发生重大安全责任事故
		突发事件应急处置管控	有效	突发事件发生时应急处置管控是否有效。	1	突发事件发生时应急处置管控有效得满分，否则不得分。	有效	1	突发事件应急处置管控有效，未酿成重大事故
	非物质文化遗产及文物保护	文物保护项目方案评审个数	≥40 个	完成文物保护项目评审的数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。	60 个	1	南京牛首山弘觉寺塔修缮工程设计方案、净觉寺修缮设计方案、阳山碑材保护范围和建设控制地带内园博园项目环境修复方案等 60 个项目方案的评审
		开展文博主题系列活动次数	≥2 次	开展文博主题系列活动的次数。	1	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，比例低于 60%不得分。	2 次	1	518 国家博物馆日系列活动、文博之夏系列活动

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	评分依据
		举办文博展览活动次数	≥10 次	举办文博展览活动次数。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	10 次	1	鳌山灯会、元代卵白釉展等 10 场
		举办非遗展演活动次数	≥6 次	举办非遗展演活动的数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	6 次	1	非遗过大年、2024 文化和自然遗产日暨南京非遗购物季等 6 场
		扶持市级非遗重点项目数	≥4 个	扶持市级非遗重点项目的数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	4 个	1	白鹿遗踪的传说，江南贡院的故事，竹镇萝卜干“非遗工坊”建设，老虎鞋制作技艺进社区
		扶持非遗体验场馆项目数	≥5 个	扶持非遗体验场馆项目数量。	1	达到预定目标值得满分，若实际值低于目标值，按实际值与目标值的比例乘以权重计分，实际值与目标值比例低于 60%不得分。若实际值超过目标值 30%则扣减 50%权重分。	0 个	0	因资金减少，未能扶持
效益	社会效益	规范文化和旅游市场经营秩序	规范	文化和旅游市场经营秩序是否规范。	2	达到预定目标得满分，否则酌情扣分。	规范	2	据省文旅厅组织的江苏旅游游客满意度调查，南京市各项得分均高于 80 分

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	评分依据
		提高文化和旅游行业服务质量	提高	文旅行业服务质量是否有所提高。	2	达到预定目标得满分，否则酌情扣分。	提高	2	南京上榜中国旅游研究院“全国游客满意十佳城市”、全省游客满意度调查中唯一“满意度高”水平的城市
		提高文物保护水平与全民文物保护意识	提高	全市文物保护水平、全民文物保护意识是否有所提高。	1	达到预定目标得满分，否则酌情扣分。	提高	1	通过一系列文保项目建设，公共宣传，南京市民文物保护意识逐年提升
		提升市民生活品质，共享文化发展成果	提升	市民精神文化生活品质是否有所提升。	2	达到预定目标得满分，否则酌情扣分。	提升	2	通过一系列公益展演、文博活动、非遗活动市民精神文化生活品质逐年提升

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	评分依据
		扩大城市知名度，提升南京国际化水平	提升	城市知名度、国际化水平是否有所提升。	2	达到预定目标得满分，否则酌情扣分。	提升	2	通过一系列线上线下对外宣传推介活动，以及来宁境外游客的口碑宣传，南京市知名度进一步提升
	可持续影响	对中华优秀传统文化传承影响	长期	中华优秀传统文化传承是否长期可持续。	2	达到预定目标得满分，否则酌情扣分。	长期	2	通过一系列非遗活动及对重点非遗项目的扶持，对中华优秀传统文化的可持续发展起到了积极作用
满意度	公众满意度	社会公众满意度	≥85%	社会公众对南京文旅市场的综合满意度。	5	达到预定目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，满意度低于 60% 不得分。	85.12%	5	据省文旅厅组织的江苏旅游游客满意度调查，南京市综合满意度得分 85.12
合计					100			91.49	