

-

2025 年南京市旅游发展 专项资金绩效自我评价报告

目录

一、项目概况.....	1
（一）项目基本情况	1
（二）项目资金情况	1
（三）绩效目标	3
二、评价结论.....	3
（一）评价对象及范围	4
（二）评价结论	4
三、项目成效.....	4
（一）政策发力引爆文旅市场	4
（二）城乡双线并举壮大文旅业态	5
（三）重大项目提供强劲支撑	5
（四）旅游发展成绩再创新高	6
（五）全域联动营销客源节节攀升	6
四、存在问题及原因分析.....	7
（一）旅游发展专项资金拨付至实施方时间延迟.....	7
（二）工业旅游区创建工作推进存在短板.....	7
（三）文旅融合发展示范区创建未达标.....	7
（四）旅游游客接待量高但人均消费相对较低.....	8
（五）少数产出目标值不够合理.....	8
五、有关建议.....	8
（一）全面优化资金流转流程，加速奖补资金的拨付	8
（二）统筹资源摸排协同赋能，夯实工业旅游创建工作基础	9
（三）完善资源储备培育机制，全力争创省级文旅融合示范区	9
（四）丰富增值消费业态，放大旅游经济效益.....	10
（五）科学合理编制绩效目标，提高目标值的精准度与可量化性	10
六、评价工作开展情况及其他需说明的情况	10
（一）评价目的	10
（二）评价依据	11
（三）评价原则	11
（四）评价方法	11

（五）组织实施	12
附件：	14

2025 年南京市旅游发展 专项资金绩效自我评价报告

一、项目概况

（一）项目基本情况

1.立项背景及目的

随着我国经济发展和社会进步，旅游业作为当代幸福产业之首，以其涉及面广、带动力强、开放度高的优势，在促经济、利民生方面的重要作用日益凸显。为贯彻落实《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》（国办发〔2019〕41号）、《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》（国办发〔2020〕32号）、《省政府办公厅关于促进文化和旅游消费若干措施的通知》（苏政办发〔2020〕15号）等一系列文件精神，南京市于2021年设立“旅游发展专项资金”，旨在通过旅游发展专项资金投入，保障南京旅游业持续健康发展，进一步推动旅游业高质量发展，丰富旅游供给，提高旅游品质，释放旅游消费潜力，满足经济社会发展和人民群众美好生活的需要。

2.主要内容

2025年，南京市旅游发展专项资金主要用于旅游产业引导扶持、城市旅游形象推广、旅游公共服务优化、旅游消费市场促进4个方面。

旅游产业引导扶持，包括省、市重大重点旅游建设项目，旅游基础设施建设提升、乡村旅游及旅游新业态项目扶持，工业旅游区、夜间文旅消费集聚区、高等级景区创建，景区消费及服务品质提升等。

城市旅游形象推广，包括境内、境外旅游宣传促销、旅游宣传品制作等。

旅游公共服务优化，包括旅游咨询中心（点）建设，智慧文旅建设完善，旅游公共服务体系完善及服务质量提升等。

旅游消费市场促进，包括南京特色文旅商店、平台及基地扶持，旅行社创新发展扶持，旅游饭店高质量发展扶持等。

（二）项目资金情况

2025年度市级旅游发展专项资金年初预算为3,123万元，预算调整后为2,498.40万元，实际到位资金2,337万元，其中：市本级1,669万元，转移支付668万元。资金来源为财政性资金，由市财政局按照《南京市旅游发展专项资金管理办法》（宁财规〔2021〕7号）相关规定统一拨付。2025年旅游发展专项资金实际支出2,262.64万元，其中市本级1,594.64万元，转移支付668万元。年末结余74.36万元，整体预算执行率96.82%。具体资金收支明细如下：

单位：万元

项目范围	具体方向	年初预算	调整后预算	到位资金		资金支出		资金结余	预算执行率
				转移支付	市本级	转移支付	市本级		
一、旅游产业引导扶持	（一）重点旅游项目建设扶持	450.00	367.40	329.00		329.00			100.00%
	（二）旅游创建扶持奖励	105.00							
	（三）旅游景区激励奖励	150.00	150.00	150.00		150.00			100.00%
二、城市旅游形象推广	（一）境外旅游推介促销	421.00	379.00		379.00		378.66	0.34	99.91%
	（二）境内旅游推介促销	758.00	653.00		653.00		649.35	3.65	99.44%
	（三）旅游宣传品制作	77.00	77.00		77.00		74.34	2.66	96.55%
三、旅游公共服务优化	（一）旅游咨询中心完善及线上文旅咨询优化	74.00	74.00		74.00		57.35	16.65	77.50%
	（二）智慧文旅建设完善	495.00	363.00		363.00		319.36	43.64	87.98%
	（三）旅游公共服务体系完善及服务质量提升	123.00	123.00		123.00		115.58	7.42	93.97%
四、旅游消费市场促进	（一）南京特色文旅商店、平台及基地扶持	80.00							
	（二）重点旅游企业扶持	390.00	312.00	189.00		189.00			100.00%
合计		3,123.00	2,498.40	668.00	1,669.00	668.00	1,594.64	74.36	96.82%

（三）绩效目标

1、绩效总目标

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，按照“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的战略部署，充分发挥南京文化底蕴深厚、旅游资源丰富的优势，整合城乡资源、加快载体建设，培育新兴业态、扩大产品供给，创新消费模式、繁荣夜间经济，完善服务设施，不断优化文旅消费环境。实施精准营销战略，大力聚焦国内市场，积极拓展国际市场，形成以国内市场为主体、国内国际市场双促进的市场格局。坚持党政统筹，引导社会参与，完善发展机制，实现全民共建共享，把南京建设成为设施完善、产品丰富、环境优良、美誉度高的国家文化和旅游消费示范城市、全域旅游示范城市、文化和旅游融合发展示范城市。

2、年度目标

深入学习贯彻党的二十大精神和习近平总书记视察江苏重要指示，紧扣“创新名城美丽古都”建设，努力促进文旅深度融合，奋力推进南京文化旅游业高质量发展。旅游形象推广及旅游促销10次，夜间文旅消费发展项目2个，乡村旅游及新业态扶持8个，乡村旅游接待量3000万人次，特色文旅商店及旅游商品发展项目5个，公共信息平台年度访问量120万次，乡村旅游直通车运营20条，旅游短视频发布300个，旅游广告发布6个，旅行社创新发展扶持24个，2025年末南京市4A及以上等级景区29家，研学及会奖旅游线上线下推广2次，入选省文旅厅评定的江苏省文化和旅游产业融合发展示范区2个，推进全市重大重点旅游项目20个，“南京文旅”微信公众服务号2025年发布宣传文章580篇，全域旅游服务中心接待游客10万人次，旅游饭店高质量发展扶持5个，全市旅游数据监测48次，创建工业旅游区2个，南京智慧文旅综合管理与服务平台数据目录编制达到80%，提高优化旅游公共服务质量水平，旅游总收入、接待人次在省内排名前三位，通过旅游形象推广、旅游短视频发布、扶持旅行社创新发展等项目，提升城市形象知名度。

二、评价结论

（一）评价对象及范围

本次绩效评价的对象为2025年度旅游发展专项资金安排的全部项目及其管理全过程，评价范围涵盖资金预算编制、分配下达、支出执行、会计核算、监督管理等资金管理环节，并聚焦支持的重点领域项目（如基础设施建设、产业扶持、公共服务等），通过抽查代表性项目实施情况，综合评估资金使用的经济性、效率性、效益性和公平性。

（二）评价结论

2025年度南京市旅游发展专项资金使用达到了年初设定的绩效目标，在实施过程中取得了较好成效。主要表现在：乡村旅游接待量达到4000万人次，4A及以上等级景区达到32家，旅游总收入和旅游接待人次在省内排名双第一。在本年度，南京市的旅游业取得了显著的效益，然而，也存在一些需要进一步完善方面。主要问题包括：旅游发展专项资金拨付至实施方时间延迟、投诉响应服务存在不足以及景区安全管护存在短板等。

本次绩效评价遵循科学规范、公开公正、绩效相关和抽样核查的原则，重点评价项目的设立与资金分配、资金调整、财务管理、项目质量以及社会评价指标。在此基础上，以相关的项目数据为基础，综合应用成本效益法、因素分析法、比较法和公众评判法等评价方法，制定了评价标准和评分规则。2025年南京市旅游发展专项资金绩效评价综合得分93.71分，等级为“优”。

评分结果如下：

2025年南京市旅游发展专项资金绩效评价得分表

指标	决策	过程	产出指标	效益指标	合计
权重	12.00	18.00	30.00	40.00	100.00
分值	11.00	17.71	25.00	40.00	93.71

三、项目成效

（一）政策发力引爆文旅市场

南京持续加码文旅产业扶持力度，相继出台《南京市进一步促进文商体旅展联动提振消费的若干举措》《南京市促进入境旅游发展十条措施》，以精准务实的政策组合拳打通产业融合堵点、拓宽入境客源渠道，全方位激活文旅市场内生动力，城市文旅整体活力持续迸发，态势向好。依托完善的政策支撑与

优质文旅供给，全市文旅经营数据再攀新高，全年接待境内外游客总量突破2亿人次，旅游总收入逼近2400亿元；两项关键经济指标同比分别提升10.6%、9.3%，综合实力居江苏省首位。节假日市场表现尤为亮眼，南京强势登顶全国国庆文旅消费热度前十目的地榜单第一名。核心景区人气爆棚，夫子庙—秦淮风光带、钟山风景区凭借深厚历史底蕴、完善游览配套与特色文旅体验，跻身全国节假日热门景区第一梯队，成为辐射全国的标杆型顶流景区，充分彰显南京古都文旅强大吸引力与市场竞争力。

（二）城乡双线并举壮大文旅业态

高标准办好2025南京文化旅游节，将其作为激活全域文旅消费的核心抓手，统筹推出百余场文、商、体、旅深度融合主题活动，依托多样化消费场景持续释放市场潜力。城市层面持续深化文化赋能商圈工程，做实“文润商圈·幸福南京”公共文化进商圈特色品牌，全年落地各类展演、沉浸式体验、互动惠民活动58场，推动优质公共文化资源下沉商圈，实现文化人气与商业客流互促互融。乡村文旅同步迭代升级，打造“活力乡见”特色品牌体系，推出近80条精品乡村旅游线路，整合田园景致、乡土非遗、农家休闲、康养度假等资源，充实城乡一体化文旅产品供给，形成城乡联动、多业态协同共进的良好格局。依托“丝绸之路旅游城市联盟”，深化与东南亚、中东等地区的文旅合作。成立“南京研学旅游联盟”，成员单位达136家。促成香港“同根同心”“同行万里”系列研学、WTI青少年国际夏令营等入境研学项目落地南京。

演艺市场热度高涨，全年经营性演出超1.3万场；五千人规模以上大型音乐节、演唱会共计116场，同比提升14.9%，大型演出票房、剧场演出场次均跻身全国前五。聚力做大票根经济，分7轮推出“跟着演出（赛事）游南京·乐享‘1+3’”惠民优惠；全市星级酒店出租率稳居全省首位，苏超南京主场赛事直接带动文旅消费78.4亿元。夜间消费氛围持续升温，策划开展“点亮城市地标·夜享浪漫之城”等一系列夜间文旅主题活动，全天候文旅消费生态更加成熟完善。

（三）重大项目提供强劲支撑

江苏省文化和旅游厅发布的《2025年江苏省重点文旅产业项目名录》，全省共遴选出79个优质重点文旅项目。南京凭借扎实的产业基础与优质项目储备，共有5个重大项目成功入选榜单，梯队布局清晰、建设阶段层次分明。其中在建项目3个：南京西五华里休闲文化街区深挖老城文脉，打造特色沉浸式休闲消费

空间；南京燕子矶古镇（燕栖渡）依托滨江资源重塑古镇风貌，完善滨水文旅配套；南京梅云乡村旅游示范区（竹镇大泉湖）聚焦乡村全域提质，打造生态休闲乡村样板。新开工项目1个，为南京军人俱乐部商业街区，通过业态更新与空间升级，盘活城市核心片区文旅商业资源。储备项目1个，即南京港上元门港区原14号码头“货改客”工程，推动老旧货运码头转型为滨江文旅客运节点，拓展滨江文旅发展新空间。五类项目覆盖老城更新、滨江开发、乡村振兴、商圈升级、港口转型多个赛道，全方位夯实南京文旅产业长远发展根基。

（四）旅游发展成绩再创新高

南京顺利跻身“2025年游客满意十佳城市”行列，文旅市场交出含金量十足的成绩单。全年去重接待境内外游客数量首次跨越2亿人次大关，同比增幅达10.6%；全域旅游综合消费总额达到2390亿元，同比上涨9.3%，接待规模与旅游总收入两大核心考核指标双双拿下江苏省首位，体量实力领跑全省。南京位列入境游客消费总额TOP10城市，2025年，南京共计接待入境过夜游客68.21万人次，同比增长17.6%，实现旅游外汇收入10亿美元，同比增长27%，收入增速显著高于接待量增速。反映出入境游消费潜力的深度释放，南京的国际旅游吸引力迈上新台阶。城市文旅发展呈现量质齐升的良好态势，不单接待客流规模实现跨越式增长，游客综合体验满意度同样名列前茅，十佳城市的荣誉便是口碑最直观的印证。这份亮眼实绩并非偶然，南京长期坚守“游客至上、服务至诚”的服务核心宗旨，把精细化服务贯穿出行游览、消费休憩、咨询保障等各个环节，从小处打磨品质、以细节优化体验，用全方位暖心周到的配套服务夯实城市文旅软实力，实现客流规模、经济收益、游客口碑三方协同提升。

（五）全域联动营销客源节节攀升

深度推进长三角文旅协同发展，联动长三角十座兄弟城市共同推出“文旅大惠民”系列联动活动，互惠福利辐射长三角广大游客，惠及人群突破百万人次，持续放大都市圈文旅互通效应。拓宽跨区域客源渠道，携手上海、桂林创新打造“口岸+目的地”一体化联程旅游产品；并与北京、上海等7座重点口岸城市文旅经营主体签署战略合作协议，搭建稳定互通的客源输送通道，构建范围更广、协作更深的客源流转体系。

持续打磨本土特色文旅产品体系，迭代升级“四季南京”四季主题精品游览线路；全新规划发布24条独具城市风情的最美南京CityWalk慢行游览路线，

贴合年轻群体轻徒步、深度逛城的出游需求。围绕时令节点打造特色节庆文旅IP，精心策划“来南京过大年”等四季主题营销活动；同时深化线上渠道布局，和途牛等头部在线旅游平台开展全方位深度合作，线上线下双向引流，全方位拓宽客源市场、提升南京文旅对外吸引力。

四、存在问题及原因分析

（一）旅游发展专项资金拨付至实施方时间延迟

在2025年度，南京市旅游发展专项资金实行“先建后补”的管理模式，项目单位需先行垫付建设费用并通过验收后方可申请拨付。受项目所在区资金拨付流程、时间节点等因素影响，江宁汤山音乐谷建设工程项目、“数字红山”智慧旅游建设项目于2026年1月才收到区财政局拨付的扶持资金；“数字灯塔夜公园”——大报恩寺沉浸式夜游项目建设于2026年3月才收到区财政局拨付的扶持资金。

（二）工业旅游区创建工作推进存在短板

2025年度工业旅游区创建2个的绩效任务未完成。全市无新获评省级、市级官方认定的工业旅游区，仅对既有存量工业旅游项目实施提档升级改造，未能通过新项目申报、培育、验收等流程完成新增工业旅游区挂牌认定，工业旅游板块扩容培育任务未落实，区域工业文旅产业布局优化进度滞后，未能有效丰富本市工业旅游产品供给，拓展工业文旅新业态发展空间。主要原因是资源储备不足、培育不充分，对全市工业遗存、先进制造、科创企业等优质工业旅游资源摸排挖掘不够全面，前期储备点位偏少，年内无成熟载体达到市级、省级工业旅游区评定标准。政企联动培育力度偏弱，与工信、园区板块协同推进机制不够完善，对意向企业政策指导、业态改造、动线提升、配套完善等跟踪帮扶不到位，企业对外开放、改造升级意愿不强，培育进度滞后。

（三）文旅融合发展示范区创建未达标

2025年度绩效目标要求入选江苏省文化和旅游产业融合发展示范区2个。全年仅浦口区依托老山户外、度假康养、乡村美学等入选，绩效目标未达成。主要原因在于梯队培育储备不足，对全市文旅融合重点板块、优质载体摸排挖掘不够系统，常态化储备点位偏少，未形成梯度培育格局。区域资源整合不充分，

新业态、新模式集聚不足，产业融合特色亮点不突出，整体成熟度难以满足省级创建标准。

（四）旅游游客接待量高但人均消费相对较低

南京市作为历史文化名城，拥有丰富的旅游资源、文化氛围和城市魅力，吸引了众多游客，游客人次数上升。2025年，全市共接待游客约20052.8万人次，实现旅游总收入2390.2亿元，人均消费1192元/人次；2025年，西安市共接待游客约32700万人次，实现旅游总收入4026.2亿元，人均消费1231元/人次；2025年，成都市共接待游客约30600万人次，实现旅游总收入3732.66亿元，人均消费1220元/人次；相比之下，南京的人均消费水平较低。可能存在以下三个原因：一是南京市拥有许多免费开放的景区和文化场馆，游客在游览时可能更倾向于选择参观免费景点，从而降低了整体的人均消费；二是旅游结构方面，南京市接待的游客中，可能以短期游客、自助游客和家庭游客为主，这类游客往往更注重旅游体验，而非高消费；三是旅游产品供给方面，南京市在旅游产品供给方面可能存在结构性问题。虽然游客数量较多，但提供的商品和服务可能未能完全满足高消费群体的需求，例如高端购物、特色餐饮、高品质娱乐服务等。

（五）少数产出目标值不够合理

效益评价目标值设置偏低。例如项目产出指标中“公共信息平台年度访问量”，目标值设定为120万次，实际完成260.65万次，超出目标值117.21%；“全域旅游服务中心接待量”，目标值设定为10万人次，仅2025年上半年接待量达到22万人次，远超目标值。以上指标表明绩效目标设置不够合理。

五、有关建议

（一）全面优化资金流转流程，加速奖补资金的拨付

为妥善化解旅游发展专项资金部分奖补资金拨付滞后、未能及时兑付至申报单位等问题，需多维度完善资金拨付管理机制。由市财政、文旅部门联合细化资金全流程操作规范，明确各环节刚性办理时限，开通审批绿色通道，并将拨付时效纳入绩效考核；升级专项资金线上管理系统，实现资金审核流转全程可追溯、异常拨付自动预警。压紧压实各区属地管理责任，把资金拨付效率纳入年度考核，考核结果与年度资金分配挂钩，常态化开展进度督查并定期通报滞后事项。搭建市区常态化沟通会商机制，常态化开展业务培训，提升基层经

办人员实操水平，及时协调处置流程堵点。积极试点资金直达企业“直通车”拨付模式，探索市级财政直接兑付路径，精简中间流转层级。统一专项资金信息公开渠道，在项目申报、补助名单认定、资金拨付等关键节点同步公示相关信息，方便申报主体实时掌握资金进展。针对逾期未拨付资金逐项核查滞后根源，建立问题整改台账闭环处置，持续迭代优化审批拨付流程，构建长效管理机制，保障奖补资金及时、精准拨付到位。

（二）统筹资源摸排协同赋能，夯实工业旅游创建工作基础

梳理市内工业旅游资源，系统挖掘工业遗存、先进制造厂区、科创研发平台、特色轻工工坊、老字号生产基地等优质文旅载体，逐一摸排筛选具备参观开放、业态改造条件的企业资源，搭建市级统一工业旅游资源储备库，分类制定分层梯度培育清单，划分为年度重点培育、中长期储备培育两类载体，实行动态更新、滚动孵化，持续充实成熟参评项目储备，保障每年稳定储备符合省、市级工业旅游区评定规范的培育对象。深化部门协同联动，健全文旅、工信、各产业园区联动工作机制。建立常态化会商对接、联合摸排、联合培育工作制度，打通部门信息壁垒、工作堵点，细化各司其职、协同发力的工作流程，常态化推进工业旅游项目培育、业态打造和提档升级工作。出台配套激励扶持举措，设立工业旅游培育专项支持政策，对主动对外开放、完成业态提档并成功获评省、市级工业旅游区的企业，给予改造补助、宣传推广、文旅活动优先合作等倾斜支持。针对企业顾虑，简化对外开放报备、参观安全验收流程，降低企业改造成本与运营压力，提振企业参与工业旅游开发意愿。

（三）完善资源储备培育机制，全力争创省级文旅融合示范区

对全市文旅融合载体进行精准摸排，梳理全市乡村旅游集聚区、康养度假片区、工业旅游点位、夜间文旅消费集聚区、文创产业园五大类存量载体，建立市级文旅融合示范区后备资源台账，充实储备点位。分层构建储备孵化、重点培育、达标争创梯度培育清单并实行动态滚动管理。对照省级示范区评审对新业态、新模式的考核要求，结合南京城市产业特色，分类打造差异化文旅融合名片。依托都市工业基础，做强工业旅游+都市文旅融合板块；依托近郊乡村资源，升级乡村民宿、农事体验、乡村美学经济；依托滨江、汤泉等资源，深耕康养度假、滨水休闲业态；依托老城街区，盘活夜间文旅、文创消费场景。指导各培育点位摒弃同质化建设思路，立足自身资源禀赋打造独有特色，补齐

新业态集聚不足、融合亮点不突出的短板，全面提升项目整体成熟度，贴合省级示范区评审标准。对标省级工业旅游区评定标准强化提质打磨，对重点培育点位实行专人包联指导，针对性优化游览动线、展示展厅、配套服务及安全设施，常态化开展预评审查漏补缺，全面提升项目软硬件成熟度，夯实省级创建申报基础。

（四）丰富增值消费业态，放大旅游经济效益

一是拉长游览停留周期，大力推出两日一晚、三日两晚主题度假套票，实施高铁、机票抵宁住宿优惠，延长文博、秦淮街区夜游开放时段，加密夜间公共交通，引导游客留宿过夜，带动住宿、夜间餐饮、演艺等大额消费。二是分层丰富付费体验业态，构建平价文创、沉浸式手工体验、实景演出、温泉康养、高端游船晚宴等梯度消费产品，补齐景区二次消费短板，改变单一低价打卡模式。三是优化客源结构，加大省外长线、研学团建、商务会展、康养度假客群招引力度，通过多日打包产品稀释短途一日游低消费客流占比。四是深化文商旅融合联动，推行全城通票、票根互享折扣机制，打通景区、商圈、老字号、特色街区消费闭环，打造四季文旅主题节庆，推出高端金陵特色文创与分层餐饮供给，同步投放过夜、夜游、演艺专项消费券，完善支付、休憩等配套服务，规范同质化低价地摊业态，持续提升旅游综合客单价和旅游消费总量。

（五）科学合理编制绩效目标，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。

六、评价工作开展情况及其他需说明的情况

（一）评价目的

本次评价主要对旅游发展专项资金落实市委、市政府实施意见和激励政策的产出和效果进行评价，通过对资金投入形成的产出、效果，以及对旅游市场和要素激励的影响力进行分析，为专项资金优化管理、提高使用效益提供参考，助力南京市用好旅游发展专项资金，深度开发旅游资源，将资源优势充分转化

为高水平建设“国家全域旅游示范市”、打造“重要国际旅游目的地”和“国家旅游中心城市”的动力之源。

（二）评价依据

- 1.《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》（国办发〔2019〕41号）；
- 2.《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》（国办发〔2020〕32号）；
- 3.《省政府办公厅关于促进文化和旅游消费若干措施的通知》（苏政办发〔2020〕15号）；
- 4.《关于印发南京市“十四五”文化和旅游发展规划的通知》（宁政办发〔2021〕73号）；
- 5.《关于印发南京市旅游发展专项资金管理办法的通知》（宁财规〔2021〕7号）；
- 6.《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）；
- 7.《南京市市级预算绩效管理办法》（宁委办厅字〔2024〕2号）；
- 8.南京市财政局关于开展2025年度预算绩效单位自评和部门评价工作的通知（宁财绩通〔2026〕7号）。

（三）评价原则

- 1.科学规范原则。绩效评价应当严格执行规定的程序，按照科学可行的要求，采用定量与定性分析相结合的方法。
- 2.公正公开原则。绩效评价应当符合真实、客观、公正的要求，依法公开并接受监督。
- 3.分级分类原则。绩效评价由各级财政部门、各预算部门根据评价对象的特点分类组织实施。
- 4.绩效相关原则。绩效评价应当针对具体支出及其产出绩效进行，评价结果应当清晰地反映支出和产出绩效之间的紧密对应关系。

（四）评价方法

- 1.资料审阅法。通过研究、解读中央、江苏省和南京市关于旅游业发展的相关政策，以及中央、省政府和南京市政府对旅游业发展的重大决策部署、重点任

务和南京市旅游“十四五”发展目标，结合市文旅局部门职责，进一步认识专项资金的背景、目标、措施及未来发展的趋势等政策环境。

2. 座谈访谈法。通过召开市文旅局及业务处室、获得补助单位的面对面座谈会或个别访谈，取得评价信息，了解专项资金的实际支出范围以及专项资金支出使用过程中存在的困难、亟须解决的问题。

3. 目标比较法。通过对专项资金的产出、效果实施对比，采用市级旅游业不同年份的旅游人次、旅游收入等关键性数据进行比较，当年度绩效目标与实际实现程度进行比较，以综合分析绩效目标实现程度。

4. 实地核查法。重点对专项资金扶持项目进行实地核查，通过对照资金台账和产出来获取证据，判断市文旅局资金拨付行为的规范性和产出的真实性。

5. 社会测评法。评价机构组织对游客的满意度开展问卷调查，了解专项资金主要支持方向的实施效果。

（五）组织实施

2025 年南京市旅游发展专项资金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（2026 年 5 月 18 日至 5 月 22 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（2026 年 5 月 25 日至 5 月 28 日）

对重点旅游基础设施建设项目进行实地考察，了解资金使用效果和项目进展情况，并与相关负责人进行访谈。2025年度专项资金共扶持项目7个、总补贴/奖补金额236万元。评价小组对全部奖补项目开展实地核查，涉及资金236万元，占比100%（奖补项目见下表）。运用定量与定性相结合的方法，分析专项资金的经济效益和社会效益，评估其对旅游业发展的贡献。

奖补项目	项目单位	区属	金额（万元）
江宁汤山音乐谷项目建设	南京汤山建设投资发展有限公司	江宁区	42
南钢文化旅游区新建文体公园项目建设	南京钢铁集团有限公司	江北新区	42
“数字灯塔夜公园”——大报恩寺沉浸式夜游项目建设	南京大明文化实业有限公司	秦淮区	28

奖补项目	项目单位	区属	金额（万元）
“数字红山”智慧旅游建设项目	南京莫愁智慧信息科技有限公司	玄武区	21
求雨山名人馆提档升级项目	南京求雨山文化发展有限责任公司	浦口区	21
南京江宁阳山碑材改造提升项目	南京汤山景区运营管理有限公司	江宁区	40
水木秦淮·长虹左岸艺术街区项目建设	南京秦淮河建设开发有限公司	建邺区	42
合计			236

3.综合评价阶段（2026年5月29日至6月26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：南京市2025年度旅游发展专项资金绩效评价指标体系得分表

附件：

南京市2025年度旅游发展专项资金绩效评价指标体系得分表

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	项目立项	立项依据充分性	充分	项目立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。	2	①项目立项是否符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策； ②项目立项是否符合行业发展规划和政策要求； ③项目立项是否与部门职责范围相符，属于部门履职所需； ④项目是否属于公共财政支持范围，是否符合中央、地方事权支出责任划分原则； ⑤项目是否与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复。 评分规则：以上评价要点各占20%权重，每个要点执行情况分达成、部分达成、未达成三档，按100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	充分	2
		立项程序规范性	规范	项目申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范性。	2	①项目是否按照规定的程序申请设立； ②审批文件、材料是否符合相关要求； ③事前是否已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。 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达成、部分达成、未达成三档，按100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	规范	2
	绩效目标	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	（如未设定预算绩效目标，也可考核其他工作任务目标） ①项目是否有绩效目标； ②项目绩效目标与实际工作内容是否具有相关性； ③项目预期产出效益和效果是否符合正常的业绩水平； ④是否与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。 评分规则：以上评价要点各占25%权重，每个要点执行情况分达成、部分达成、未达成三档，按100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	较合理	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
		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。	2	①是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标； ②是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现； ③是否与项目目标任务数或计划数相对应。 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达成、部分达成、未达成三档，按100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	明确	2
	资金投入	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。	2	①预算编制是否经过科学论证； ②预算内容与项目内容是否匹配； ③预算额度测算依据是否充分，是否按照标准编制； 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。 评分规则：以上评价要点各占25%权重，每个要点执行情况分达成、部分达成、未达成三档，按100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	科学	2
		资金分配合理性	合理	项目预算资金分配是否有测算依据，与补助单位或地方实际是否相适应，用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性。	2	①预算资金分配依据是否充分； ②资金分配额度是否合理，与项目单位或地方实际是否相适应。 评分规则：以上评价要点各占50%权重，每个要点执行情况分达成、部分达成、未达成三档，按100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	合理	2
过程	资金管理	资金到位率	=100%	实际到位资金与预算资金的比率，用以反映和考核资金落实情况对项目实施的总体保障程度。	3	资金到位率=（实际到位资金/预算资金）×100%。 实际到位资金：一定时期（本年度或项目期）内落实到具体项目的资金。 预算资金：一定时期（本年度或项目期）内预算安排到具体项目的资金。 评分规则：得分=资金到位率×分值。	0.94	2.81
		预算执行率	=100%	项目预算资金是否按照计划执行，用以反映和考核项目预算执行情况。	3	预算执行率=（实际支出资金/实际到位资金）×100%。 实际支出资金：一定时期（本年度或项目期）内项目实际拨付的资金。 评分规则：得分=预算执行率×分值。	0.97	2.90

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	项目资金使用是否符合相关的财务管理制度规定，用以反映和考核项目资金的规范运行情况。	4	①是否符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定； ②资金的拨付是否有完整的审批程序和手续； ③是否符合项目预算批复或合同规定的用途； ④是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。 评分规则：以上评价要点各占25%权重，每个要点执行情况分达成、部分达成、未达成三档，按100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	合规	4
	组织实施	管理制度健全性	健全	项目实施单位的财务和业务管理制度是否健全，用以反映和考核财务和业务管理制度对项目顺利实施的保障情况。	2	①是否已制定或具有相应的财务和业务管理等制度； ②财务和业务管理等制度是否合法、合规、完整。 评分规则：以上评价要点各占50%权重，每个要点执行情况分达成、部分达成、未达成三档，按100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	健全	2
		制度执行有效性	有效	项目实施是否符合相关管理规定，用以反映和考核相关管理制度的有效执行情况。	6	①项目是否制定合理的实施计划，实施过程中是否遵守相关法律法规和相关管理规定，并按照规定程序实施项目，进度是否符合计划； ②项目调整及支出调整手续是否完备，资产管理是否规范，是否开展监督检查、绩效监控和评价； ③项目合同书、验收报告、技术鉴定、监督检查、绩效管理资料是否齐全并及时归档； ④项目实施的组织机构、人员条件、场地设备、信息支撑等是否落实到位； 评分规则：以上评价要点各占25%权重，每个要点执行情况分达成、部分达成、未达成三档，按100%~80%（含）、80%~60%（含）、60%~0%评分。	有效	6
产出指标	数量指标	旅游形象推广及旅游促销次数	≥10次	2025年全年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，实际值与目标值比例低于60%不得分。	10次	1
		夜间文旅消费发展项目	≥2个	奖补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。	5个	1
		乡村旅游及新业态扶持数	≥8个	2025年扶持乡村旅游及新业态数	2	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。若实际值超过目标值100%，则扣减权重分的50%	22个	1
		乡村旅游接待量	≥3000万人次	2025年乡村旅游接待量	2	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。	4000万	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
		特色文旅商店及旅游商品发展项目	≥5个	2025中国特色旅游商品大赛获奖的特色文创商品数量	2	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	10个	2
		公共信息平台年度访问量	≥120万次	2025年公共信息平台年度访问量	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。若实际值超过目标值100%，则扣减权重分的50%	260.65万次	0.50
		乡村旅游直通车运营	≥20条	2025年乡村旅游直通车运营	2	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。	28	2
		旅游短视频发布量	≥300个	2025年旅游短视频发布量	2	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。若实际值超过目标值100%，则扣减权重分的50%	849个	1
		旅游广告发布数	≥6个	2025年旅游广告发布数	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	6个	1
		旅行社创新发展扶持数	≥24个	2025年旅行社创新发展扶持数	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。	24个	1
		南京智慧文旅综合管理与服务平台数据目录编制	≥80%	2025年编制南京智慧文旅综合管理与服务平台数据目录	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。	1	1
		高等旅游景区规模	≥29家	2025年末南京市4A及以上等级景区数量	2	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。	32家	2
		研学及会奖旅游线上线下推广	≥2次	2025年研学及会奖旅游线上线下推广次数	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	2次	1
		文旅融合项目	≥2个	入选省文旅厅评定的江苏省文化和旅游产业融合发展示范区名单	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。	1个	0.50
		推进全市重大重点旅游项目数	≥20个	2025年推进全市重大重点旅游项目数	2	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。	25个	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
		微信公众服务号发布宣传文章篇数	≥580篇	“南京文旅”微信公众服务号2025年发布宣传文章数量	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。	584篇	1
		全域旅游服务中心接待量	≥10万人次	2025年全域旅游服务中心接待游客人次	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。若实际值超过目标值100%，则扣减权重分的50%。	≥22万人次	0.50
		旅游饭店高质量发展扶持数	≥5个	2025年扶持旅游饭店高质量发展数	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。	5个	1
		全市旅游数据监测	≥48次	2025年全市旅游数据监测数	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，实际值与目标值比例低于60%不得分。	94次	1
		工业旅游区创建	≥2个	2025年创建工业旅游区数量	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	0个	0
	质量指标	旅游公共服务质量水平	提高优化	提高优化旅游公共服务质量水平	1	提高旅游公共服务质量水平得满分，否则视实际情况酌情扣分。	提高优化	1
	时效指标	专项资金拨付情况	按时	是否按时拨付专项资金	1	专项资金按计划及时拨付得满分，否则按资金拨付的实际情况酌情扣分。	较缓慢	0.50
		项目实施及时性	计划实施	是否按计划及时实施项目	1	按计划及时实施项目得满分，否则按实际情况酌情扣分。	计划实施	1
效益指标	经济效益	旅游总收入	前三名	旅游总收入在省内的排名	8	旅游总收入在省内排前三名得满分，否则不得分。	第一名	8
		旅游接待人次	前三名	旅游接待人次在省内排名	6	旅游接待人次在省内排前三名得满分，否则不得分。	第一名	6
	社会效益	市民生活品质	提高	通过旅游形象推广、文旅消费发展、扶持乡村旅游等活动，是否提高市民生活品质	4	市民生活品质提高得满分，否则视实际情况酌情扣分。	提高	4
		城市形象知名度	提升	通过旅游形象推广、旅游短视频发布、扶持旅行社创新发展等项目，是否提升城市形象知名度	4	提升城市形象知名度得满分，否则视实际情况酌情扣分。	提升	4
	生态效益	生态环境改善	是	通过扶持乡村旅游、扶持旅游饭店高质量发展，生态环境是否改善	3	提升城市形象知名度得满分，否则视实际情况酌情扣分。	有效改善	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
	可持续影响	旅游消费促进	是	通过发展特色文旅项目、研学项目、扶持旅游新业态，是否促进旅游消费	5	促进旅游消费得满分，否则视实际情况酌情扣分。	有效促进	5
满意度指标	服务对象满意度	游客满意度	≥85%	游客对南京市旅游景点的综合满意度	10	综合满意度达到预定目标得满分，否则按实际满意度与目标值的比例乘以权重得分，满意度低于60%不得分。	85.41	10
合计					100			93.71