

2025 年度南京市文化和旅游局
玄武湖免费开放绩效自我评价报告

目录

一、项目概况	1
（一）项目背景	1
（二）立项依据	2
（三）项目内容	2
（四）项目资金情况	2
（五）项目实施情况	2
（六）绩效目标	3
二、评价结论	3
（一）资金使用及管理情况	3
（二）绩效目标完成情况	4
（三）评分结果	4
三、项目成效	4
（一）多元举措齐发力，营收增长显活力	4
（二）聚力推进深耕建设，实现品质跃升	6
（三）精细运维多点发力，综合面貌持续改善	9
（四）深耕水环境治理，抓实生态教育见实效	12
四、存在问题及原因分析	12
（一）少数产出目标值不够合理	12
（二）收入结构单一，新业态盈利能力有待突破	13
五、有关建议	13
（一）科学编制绩效目标，提高目标值的精准度	13
（二）深化 IP 转化与业态升级，构建高附加值新消费生态	13
六、评价工作开展情况	13
（一）评价目的	13
（二）评价对象及范围	13
（三）评价思路及方法	14
（四）评价过程	14
（五）评价指标体系	15

（六）评价依据.....	15
附件.....	16

2025 年度南京市文化和旅游局 玄武湖免费开放绩效自我评价报告

为深入贯彻并全面实施预算绩效管理，提高财政专项资金使用效益，充分发挥政府管理效能，进一步推动我市旅游事业发展，根据《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）和《南京市市级财政预算绩效评价操作规程》（宁财绩〔2020〕260 号）等文件精神，以及南京市 2026 年度市级预算绩效管理的相关要求，南京市文化和旅游局对 2025 年南京市玄武湖免费开放专项资金实施了绩效评价。具体情况如下：

一、项目概况

（一）项目背景

玄武湖景区位于南京市玄武区内，占地面积 513.07 公顷。玄武湖东枕紫金山，西依明城墙，南滨鸡鸣寺、九华山，北连南京火车站，是南京著名的风景名胜，是中国仅存的江南皇家园林和江南地区最大的城内公园。现为国家级钟山风景区的重要组成部分，国家 AAAA 级风景区，被誉为金陵明珠。自 2010 年 10 月 1 日起，玄武湖景区正式对社会全面免费开放。

2013 年，随着玄武湖景区的免费开放，市民和游客数量激增，管养成本大幅增加，为帮助景区解决面临的困难和问题，确保玄武湖景区良性、健康、稳定发展，南京市人民政府办公厅 2013 年 11 月 29 日《关于玄武湖景区发展和市园林实业总公司事转企改革有关问题的会议纪要》（第 121 号）明确每年给予玄武湖景区免费开放和离退休人员养老保险专项补贴 3,000 万元，补贴时间为 2013 年至 2016 年。2016 年 12 月，根据宁府办文〔2016〕2134 号，明确将上述专项补贴延期三年，即从 2017 年至 2019 年。2018 年 9 月，根据市政府对《关于玄武湖等市属景区公园经济困难问题协调情况的报告》宁府办文〔2018〕1385 号的批复，明确每年补助玄武湖景区 1,622 万元，自 2019 年起计入免费开放补助基数。2025 年南京市财政局、南京市文化和旅游局继续对玄武湖景区投入免费开放补贴专项资金 2,400 万元。

（二）立项依据

根据《关于推进南京市全域旅游发展的意见》（宁委发〔2017〕21号）、《南京市“十四五”旅游业发展规划》（宁政办发〔2021〕73号）、《关于玄武湖景区发展和市园林实业总公司事转企改革有关问题的会议纪要》、市政府对《关于玄武湖景区免费开发相关补贴延期的请示》的批复意见（宁府办文〔2016〕2134号）、市政府对《关于玄武湖等市属景区公园经济困难问题协调情况》的批复意见（宁府办文〔2018〕1385号）等文件，为构建全市现代公共文化服务体系，推进南京市由景区旅游向城市旅游、观光旅游向休闲度假、门票经济向综合经济转变，着力提升玄武湖景区服务水平，为“强富美高”新南京建设提供有力支撑。

（三）项目内容

专项资金用于全面提高南京市旅游供给能力和服务水平，结合紫金山—玄武湖城市中心公园、南京长江文化旅游带和南京大运河文化带建设，建成1-2个富有文化底蕴的世界级旅游目的地，推出一批引领性重大项目、名片性重大活动、功能性重大平台、国际性重要品牌，使休闲度假旅游成为旅游市场的重要主体，将南京成功打造为具有鲜明文化特色的国家级旅游休闲城市。专项资金主要用于玄武湖公园人员管养、物业管理、园林绿植、房屋建筑物维修、种苗护植等方面。

（四）项目资金情况

玄武湖公园管理处2025年收到南京市财政局拨入的免费开放补贴资金共计2,400万元。截至2025年末，免费开放补贴资金实际支出2,400万元，预算执行完成率达100%。支出主要用于人员管养、物业管理、园林绿植、房屋建筑物维修、种苗护植等方面。从本次评价核查情况看，资金支出基本能够按照《南京市市级财政专项资金管理办法》《南京市玄武湖管理处专项资金管理制度》等文件要求进行财务管理和会计核算，资金使用规范，未发现重大异常事项。

（五）项目实施情况

玄武湖公园管理处为玄武湖景区免费开放的实施主体，负责玄武湖景区的运营管理。玄武湖公园管理处为正处级自收自支事业单位，隶属于南京市文化和旅游局。

玄武湖公园管理处下设9个机关部室，8个基层部门，其中机关部室包括：办公室（信息中心）、财务部、组织人事部（处团支部）、规划建设部、园景园容部

(5A 创建办公室)、经营管理与营销部、安保部、监察(审计)室、处工会(退管办)。基层部门包括:水上游览中心、陆上游乐中心、旅游服务中心(研学中心)、行政执法大队、物业管理中心(水务管理中心)、资产运营和管理中心、公共设施服务中心、园林园艺中心。

(六) 绩效目标

1.总目标

根据专项资金用途及景区中长期发展规划,玄武湖管理处制订如下中长期运营发展目标:第一,保护自然景观、挖掘文化内涵、开发和利用现有资源,体现主城区内风景旅游区特色,使景区建设达到国内城市湖泊风景区领先水平;第二,切实履行公益管养职责,提升服务水平,努力实现管理转型升级;第三,科学规划、合理开发,实现经济效益、社会效益、环境效益均衡,促使景区持续健康发展。

2.年度目标

(1) 保证景区的运营有序、健康发展。继续提高景区管养水平,完善景区服务功能,更好地满足广大市民和游客的需求。

(2) 加大景区生态建设投入,积极围绕水生态环境治理,做好景区环境整治和水环境提升工作。

(3) 推动文旅融合发展,办好各类花事园事活动,打造四季旅游活动。继续推进 5A 级景区创建工作及智慧景区建设。

(4) 严格实施标准化管理,对景区内发现的问题及时整改,不断提升社会各界对景区的满意度。

(5) 创新发展,努力提高景区自营收入,保障职工权益,塑造稳定、健康、可持续发展的运营环境。

二、评价结论

(一) 资金使用及管理情况

玄武湖公园管理处对免费开放专项补贴资金基本能够按照《南京市市级财政专项资金管理办法》和《南京市玄武湖管理处专项资金管理制度》进行财务管理和会计核算,本次评价核查中未发现重大异常。

（二）绩效目标完成情况

2025 年度南京市玄武湖公园管理处专项资金基本达成了年初制定的绩效目标，在实施过程中取得了一定成效，具体表现在 2025 年景区实现自营收入 1.79 亿元，同比 2024 年增长 9.8%。但也存在仍需改进之处，如少数产出目标值不够合理、收入结构单一，新业态盈利能力有待突破等。

（三）评分结果

本次绩效评价遵循科学规范、公开公正、绩效相关和抽样核查的原则，重点评价项目的项目设立与资金分配、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 年玄武湖免费开放专项补贴资金绩效评价综合得分 95.00 分，等级为“优”。

三、项目成效

（一）多元举措齐发力，营收增长显活力

2025 年景区实现自营收入 1.79 亿元，同比 2024 年增长 9.8%。

1.开展多彩园事活动

坚持“活动搭台、经济唱戏”思路，以市场需求为导向，制定全年活动计划及市场营销策划方案，举办各类园事花事活动 120 余场，吸引人气。一是巩固传统活动品牌。继续打造冬季观鸟游湖、百花闹春游园会、赏荷季等品牌活动。二是深入推动文旅融合。坚持以文塑旅、以旅彰文，与麻城文旅联合举办“人间四月天麻城看杜鹃”文旅推介会，推介地方特色的文旅 IP；举办“三月三”上巳节文化体验活动、第四届南京·玄武湖端午诗会、重阳节游园会等活动，常态化开展明文化沉浸式体验、IP 人偶互动，丰富游客文化体验。三是探索“旅游+休闲”模式。开展咖啡节、2025 江苏美食文化周系列活动等沉浸式体验活动，在莲花广场持续开展微演艺活动，打造“乐未央湖光音乐会”品牌，推动景区休闲旅游深入人心。四是丰富特色研学活动。持续丰富研学活动种类，开展非遗文化体验、生态探秘、历史人文等主题研学活动 70 余场；做好研学活动推广，积极参加 2025 年错峰季铁路民航旅客惠游南京、江宁南航人才日等多场推广活动。

2.打造水上运动品牌

充分发挥水资源优势，依托玄武湖水上运动基地，加大水上创收力度。一是拓展水上运动项目。全年共举办大型龙舟赛事、团建、训练活动 500 多场次，带动区域消费。持续加大对皮划艇、赛艇等水上项目的运营推广，结合端午节推出全民龙舟体验活动，夏季增加晚间运营，吸引人气，提升收入。二是推出特色游湖线路。结合景区园事花事活动，根据景区季节性景观，开设水上观鸟特色游线。

3.积极盘活存量资产

一是推进房产平台招租。完成九号公馆、莲湖水苑等 16 处房产及多处临时性资产招租，全年完成 3,346.38 万租金收入。二是优化经营业态。加强优质品牌招商，通过公开竞标方式，引进回味鸭血粉丝、文创世界、自助地图导览打印机等优质商业项目，提升商业服务品质。三是提升水陆游览接待品质。新增 12 辆电动观光车、1 辆小火车，对游览车进行外观提升，合理规划交通线，科学制定票务机制，提高运营效能；设置 3 处气象微智站，强化恶劣天气预警，进一步规范游船安全运营，在全国重点涉旅企业主要负责人落实安全生产主体责任专题培训班上，玄武湖景区气象微智站建设及应用、水上安全应急演练被作为典型范例向全国推介。

4.挖掘经济增长潜力

一是持续发展夜经济。常态化开展 3D 沉浸式水幕电影、《玄武湖奇幻夜》全息纱幕投影及音乐喷泉表演，合理延长游船、观光车运营时间，对接区政府，在区域开展多场无人机表演，全方位激活夜间消费潜力，夜间运营收入实现大幅增长。二是开发新旅游产品增收。推进完成共享童车、共享代步电动车合作、旅游导览图、无人驾驶车、共享水枪、机器人咖啡机等联营项目，新增 MR 项目、VR 体验项目打造沉浸式游玩场景，以多元化业态布局推动景区商业价值与服务品质双提升。三是扩大文创开发销售力度。持续打造“动植物、历史文化、风景”等系列文创产品，在白苑打造玄武湖官方文创旗舰店，丰富文创品类，现已开发售卖近 500 种文创产品，景区通过系统化运营及宣传，将“玄武湖烫头鸭”打造成具有一定知名度的特色 IP，并开发一系列衍生文创，实现品牌价值的有效转化。调整主游客中心文创展示空间布局，定期优化门店商品货架展陈，文创区增加快递服务，积极参加文旅系统组织的文创市集活动，和 2024 年相比文创收入实现较大幅度增长。四是微信平

台助力营销。以微信公众号为载体，开展活动招募、书籍发售、文创代销等业务，拓宽文创销售渠道。

（二）聚力推进深耕建设，实现品质跃升

2025 年是玄武湖景区创建国家 5A 级旅游景区的决胜之年。省、市、区三级全力保障玄武湖 5A 创建，形成全域共创格局。景区根据总体目标及任务分工，不断推进重点项目建设、服务品质提升、基础设施完善，以高标准实现 5A 级旅游景区创建。

1.深入推进 5A 创建工作

一是统筹推进创建工作。省文旅厅在 5A 申报及整改提升上给予大力支持，多次带领 5A 评审专家到景区指导创建工作，玄武湖景区 5A 创建纳入 2025 年全市重点工作，市委、市政府领导高度重视并高位协调，市督查办每周现场检查，调度进展，市文旅局积极搭桥牵线，每月向文化和旅游部汇报景区创建进展，玄武区政府全力配合景区创建，为景区周边环境提升作出重大贡献。

二是加强汇报争取支持。市文旅局带领景区先后 6 次到文化和旅游部汇报创建进展，2025 年，文化和旅游部先后 2 次委派专家，到景区现场指导；4 月，文化和旅游部资源开发司领导亲自到景区指导，为景区明确了整改提升方向和任务。

三是突出重点狠抓整改。严格对照 5A 创建标准，迅速、高效落实好各项整改任务，确保环境卫生、安全管理、游园秩序、购物环境、车船乘坐等基础分不失分，细节问题立查立改，事不过夜。特别是围绕专家的关注点、历次暗访检查的突出问题，明确迎查重点。如安全管理上重点做好安全设施查漏补缺，做好恶劣天气应对，杜绝重大风险隐患；游园秩序上重点加强算命、兜售、躺卧、噪声等行为管理，营造文明游园环境等。

四是强化宣传提升氛围。景区依托新媒体平台持续加大创建宣传，获《中国旅游报》《中国文化报》多次专题报道。此外，在禄口机场、南京南站、南京站及新街口等商圈 10 余处大屏进行宣传，在全市出租车、网约车以及机场、高铁站咨询点投放宣传物料，4 辆机场大巴全身喷涂玄武湖彩绘，成为流动的风景区，提升了创建影响力。

五是完善机制常态管理。景区外部建立“玄武湖 5A 创建联动群”，聚焦巡查

重点，做好常态化巡查及问题处理；内部制定网格化迎查方案，落实人员安排，责任到岗、责任到人，确保每个环节都有专人负责，避免出现责任不清、推诿扯皮的现象；做好 5A 专项督查工作，进一步明确奖惩机制，层层传导压力，提升工作的积极性和主动性。

2.推进重点项目建设

一是完成十里长堤入口、花卉大道门等入口景观提升。根据主游客中心调整情况，全面完成十里长堤入口区域景观提升，扩大区域铺装、提升绿化配置，并配建标准篮球场 1 座；花卉大道入口结合提升，新增休憩廊架 215 平方米，进一步丰富了景区服务功能。二是完成蒲仙岛水文化主题园施工并对外开放。区域占地面积约 1 万平方米，拆除了原有游乐设施基础，打造以水文化科普为主题的景观区域。新增环形滨水亭廊 140 平方米、假山水系 620 平方米，以及特色可观湖底水生动植物的沉浸式下沉广场 150 平方米，并配套与水相关的无动力体验设施 30 组、传统水文化和科普展示设施 8 组，增加水文化科普介绍牌、景点介绍牌、楹联牌匾等 30 处，打造集水文化、水科普、水体验于一体的主题园。三是持续完善配套服务设施。完成花卉大道观光车站建设，结合区域特色，建设了 1000 平方米花园式候车区，进一步提升了景区服务品质；与此同时，新建环洲南、菱洲站点 2 处。同时，针对十里长堤如厕需求情况，新建菡居杉影厕所 1 座。四是完成市级文保单位友谊厅建筑修缮、菱洲乐园破产重整及莲花广场喷泉移交工作。

3.完善公共配套设施

一是做好无障碍设施提升。完成景区厕所一键报警装置调整、儿童洗手台镜面增设、儿童座椅高度调整、室外无障碍扶手改造，增设金陵 style 无障碍出入口升降桩等，进一步完善老年、儿童、残疾等群体服务设施，提高全龄友好服务。二是持续完善标识系统。为增加景区入口、五洲等区域标识度，增设了中央路玄武门、解放门、龙蟠路情侣园门和金陵 style 入口、十里长堤门、太平门等入口大型标识牌 9 处，五洲标识 8 处，八景景物标识 8 处；完成主游客中心金陵 style、解放门外鸡鸣寺路等景区周边区域道路交通指引等各类标识标牌增设 78 块；完成景区内部各类标识标牌提升完善 650 余块。三是持续完善配套设施。新增休息座椅 50 个、储物休憩座凳 8 个，垃圾桶 10 个，以及 13 座厕所台面更新等。

4.深挖景区文化内涵

一是丰富文化展示。蒲仙岛水文化主题园、中华美学之皇家园林文化廊、金陵诗仙馆、友谊厅（玄武湖馆藏精品书法作品展）、中华美学之建筑斗与拱相继开放，为景区增添了新的文化地标，不仅为市民游客提供了全新的文化体验空间，也将进一步推动景区文旅深度融合，让玄武湖的文化魅力得以更广泛地传播。二是打造文化传播阵地。依托玄武湖讲堂，开展传统文化、诗词鉴赏、园林花卉等方面的公益讲座；与南京诗词学会合作，开展端午诗会等文化活动，获《中国旅游报》报道；在景区内布置多处打卡点，增加文化标识度，彰显景区深厚文化底蕴。三是推进书籍出版工作。梳理景区历史文化渊源，举办《玄武湖新志》启动仪式并召开编纂业务培训会，召开篇目专家评审会，常态化推进《玄武湖新志》编纂工作；完成《玄武湖八景诗联书法作品选》的正式出版。四是建设诗词楹联公园。不断挖掘景区历史文化资源，开展玄武湖的诗词、楹联的收集和梳理，举办拥军春联、蛇年春联展览会，营造文化氛围。

5.推进智慧景区建设

一是完善智慧设施。完成主游客中心 3 处 LED 屏建设，新增主游客中心、阳光码头等室外无线 Wi-Fi 点位 15 处，试点滨水安全电子感应围栏 3 处，开通云上观鸟系统，增设环境质量监测和实时显示设备、水位监测、无杆道闸等智能设施各 1 套；同时，完成监控补盲 45 处及智搜平台搭建，增加图文检索功能，缩短人工查看监控视频时间，提升旅游综合服务能力和管理水平，上线码上求助应用，24 小时服务均快速响应及处理，显著提升了服务水平与游客体验感。二是丰富智慧导览。持续开发智能化应用，上线“AI 智能小导游”小程序，由玄武湖代言人“玄玄”在线上为游客提供游览路线规划、景点信息查询、历史文化知识讲解等个性化服务，并在景区游客中心配套设立线下互动体验屏，推出机器狗“小武”进行文明旅游宣传和提醒，为游客提供玄武广场及金陵诗仙馆的讲解服务，其搭载的 AI 语言模型也能与游客实时互动问答。三是创新经营业态。景区紧扣“科技+文旅”方向，引进前沿项目激活消费，落地南京首个景区“机器人咖啡吧”，24 小时运营日均接待超 200 人次；打造首款 MR 虚实体验，融合历史设计互动剧情；推出无人驾驶代步车，智能识别环境保障安全，提升便捷出行体验。

（三）精细运维多点发力，综合面貌持续改善

1.严格内控管理

一是完成内部控制建设领导小组及工作小组调整。二是规范采购管理。通过招标、竞争性谈判等方式规范采购管理，全年完成各类物资采购 229 批次，降低了运行成本。三是落实资产管理。严格按照事业单位国有资产管理与内控规范各项要求，落实资产管理。

2.提高工作标准

一是优化管理机制。制定并实行《南京市玄武湖公园管理处印章使用管理规定》《南京市玄武湖公园管理处劳动管理制度》等，进一步促进管理规范化。二是推进精细化管理。高标准做好园林景观、水陆保洁、设施维护及执法管理等工作的考核，按月召开 12 家外包单位考核例会，加强外包队伍人员管理。三是强化效能督查。常态化做好景区管理、安全生产、优质服务、经营秩序等各方面的效能督查工作，开展花事园事活动、水环境管控、5A 创建等专项督查工作。

3.提升景观品质

一是完成冬春绿化工作。2024-2025 年度种植南京椴、豆梨、樱桃、柳树、红枫、鸡爪槭等植株百余株；种植灌木万余株；移栽紫薇、红枫、无患子、高山杜鹃等植株 158 株。2025-2026 年度冬春绿化种植樱花、美国红枫等中小乔木 126 株，地被、草皮 430 平方米。二是整治黄土裸露。全园地毯式开展黄土裸露整治，总面积达 5.8 万平方米。三是美化花坛花镜。对花坛花境进行春夏秋冬换花及节假日气氛布置共计 26.2 万盆；完成“二龙戏珠”绿雕出新 2 次。四是完成花事活动布展。完成盆景馆春花展、春兰展、蕙兰展、牡丹展、月季展、菊花展、盆景赏石摄影书画精品布展。完成荷花季室外缸栽荷花补植 500 余盆、睡莲 100 余盆，栽植王莲 20 株，完成情侣园向日葵季花卉种植 19,400 株，郁金香种植 27,800 株。五是布置主题景观小品。完成迎春节室外景点、国庆玄武门鼓灯笼等景点 8 处，并配置各类草花绿植约 16,000 盆。

4.提质园景园容

一是做好水陆保洁。强化全园动态保洁和水面清捞，提升水陆保洁精细化管理水平，全年清运垃圾 2320 吨，清割打捞枯荷、水草等约 7781 吨。二是做好水陆基

基础设施维护。开展零星维修 2,398 处，专项维修 32 项，包括铺装、栏杆、栈道修复，坐凳、垃圾桶、厕所设施维修等；修补、更新水面破损围网 3,600 米，更换竹桩 554 根，水杉扶木加固 117 棵。三是落实专项养护。常态化做好花卉修剪、草坪清杂、入侵植物清理、浇水施肥等工作，确保园林景观观赏效果。四是落实植保工作。组织开展季节性病虫害检查及防治工作，开展白蚁防治、福寿螺治理、防蚊防疫工作。

5.保障游园秩序

一是落实安全生产管理。落实月度安全例会及安保专项会制度，常态化做好安全巡查及联防联控工作，制定《特种设备安全管理责任状》《安全生产责任状》，签署《企业落实安全生产主体责任承诺书》等各类安全方案，全年开展各类安全检查 43 次，发现问题及时整改反馈。二是落实车辆管理。制定《玄武湖景区车辆出入管理办法》，规范车辆进出管理，牵头制定《玄武湖景区施工安全管理规定》，加强施工现场安全管控，规范景区施工作业流程。三是保障游园有序。推进相亲角管理、帐篷搭建、轮滑滑板、湖产保护、噪声管理、燃气安全等专项整治工作，劝阻无手续车辆、轮滑、遛狗及其他违规行为共计 10818 起，清理偷钓 667 起。四是重视消防用电安全。规范消防器材管理，更新和购置灭火器 478 件，和平门后场加装消防便携水龙，和平门观光车后场新增微型消防站 1 处；常态化开展消防日常巡查，确保景区消防设施正常使用，对接区建设局做好燃气使用商户燃气检查工作。五是组织安全演练。组织开展燃气安全培训、消防安全培训及疏散逃生演练等各类安全培训演练 10 场，高质量完成市文旅系统重点演练项目——水上救生演练，提升水上突发事件应急处置能力。

6.倡导文明旅游

一是开展志愿服务。大力加强志愿者队伍建设，持续扩充志愿者规模，目前景区共有 128 名社会志愿者，完善志愿服务合作机制，开展社会志愿者培训和团建活动；依托游客服务中心、玄武湖南京青年志愿服务站，开展文明引导、游览咨询、旅游宣传等志愿服务 9000 人次；开展“小小讲解员”讲解志愿、水资源保护主题宣传、学雷锋等特色志愿活动共 5 场，同时，今年景区结合传统文化和特色 IP，在玄武门内广场和玄武门观光车站等区域，安排了 IP 人偶互动、黄册库护卫巡游等特色志愿活动。二是设置党员示范岗。节假日期间，景区在游客中心、码头、观光车

站、停车场等多个点位设置党员示范岗，开展秩序维护、文明引导、路线指引、游览咨询等保障服务，充分发挥党员的战斗堡垒和先锋模范作用。三是倡导文明旅游。利用景区电子大屏、宣传牌等载体刊播文明旅游宣传片及公益广告，宣传社会主义核心价值观，弘扬社会正气，倡导文明旅游。

7.注重优质服务

一是提升窗口单位服务水平。游客服务中心常态化做好旅游咨询、便民服务等工作，全年共接待约 108.7 万人；提供行李寄存服务 30494 次，免费租借轮椅、童车 1400 余次，广播寻人寻物 102 次；加强展馆管理，黄册库、湖史馆、武庙闸展馆每日提供免费讲解；各部门结合工作实际开展优质服务类培训，提升服务水平。二是做好投诉处理。严格落实投诉处理制度，规范处理书记及市长信箱、12345 政务服务热线、投诉电话等，确保 12 小时内受理并及时反馈。2025 年度工单总数为 1259 件，表扬工单 223 件，占比约 17.7%。全市中秋国庆假日期间 12345 表扬工单 53 件，景区达 14 件，占比 26%，位居首位，优质服务成效显著。

8.扩大宣传效应

一是宣传成效显著。宣传方面重点围绕百花闹春、网红凤头鸭、并蒂莲、赏荷季、迎端午、秋花秋实展、志愿服务、柿柿如意、玄武湖林鸳鸯、大鱼缸等内容开展。获各级媒体报道 991 次，其中国家级媒体 138 次。玄武湖罕见六瓣梅、无人驾驶观光车、清明假期文旅服务、落汤鸡造型鸳鸯、并蒂莲、最美赏荷季等内容登上央视，截至目前景区 28 次登上央视；9 月 23 日《中国文化报》第 4 版整版刊文《立文旅融合新标杆 绘金陵风华新画卷》，详细叙述了玄武湖景区近年来取得的创建成效，9 月 29 日《中国旅游报》第 10 版整版刊文《文韵科技赋新能 “金陵明珠”展新颜》，报道了景区深入推进文旅融合发展、科技赋能等内容；景区改善假期客流高峰排队情况的相关内容被《中国旅游报》、中国旅游新闻客户端多次报道；景区国庆秋花秋实展被中国新闻网、中国旅游报持续报道；迎端午、赛龙舟相关内容 5 月 24 日被《经济日报》、新华网报道，景区最美赏荷季相关内容于 6 月 27 日亮相 CCTV13《新闻直播间》。“玄武湖梅花隧道”“紫色花海”“南京玄武湖彼岸花盛开浪漫唯美”“持续高温让南京玄武湖春樱秋开”“南京玄武湖鸟儿啄柿子灵动美好”等话题登顶同城热搜。二是自媒体宣传表现亮眼。持续做好微信公众号、

微博等运营工作，微信公众号粉丝突破 248.6 万，全年增长量超 10 万；剪辑视频 400 余条，发布微信文章 1347 篇，其中头条 362 篇。

（四）深耕水环境治理，抓实生态教育见实效

景区坚持生态优先、绿色发展理念，将水资源保护与水生态提升作为首要任务，夯实生态根基，以生态文明建设驱动景区高质量发展。

1.持续做好水环境提升工作

一是完成北湖南部水域疏浚及生态修复工程收尾，完成鱼苗投放 1.7 万斤，完成碧莲苑场地撤场和恢复，以及工程完工验收。会同集中建设单位，要求施工单位做好常态化养护。二是有序开展生态补偿项目。完成 2025 年生态补偿项目方案审批、招标及施工。对蒲仙岛滨水区域实施生态修复与滨水景观提升，种植沉水植物 1300 平方米，滨水岸线景观提升 900 平方米，并同步配套水文化科普展示、无动力水体验设施，推进玄武湖水文化展示提升和儿童友好公园建设。三是做好玄武湖内部水环境管控和水质监测等常态化工作；联系水务集团对全园污水主管网进行日常维护 4 次；针对风荷苑、阳光小筑等处污水支管堵塞和淤积现象，安排多次疏通，确保主管网通畅；会同市水务集团、区水务局完成和平门污水倒灌雨水管道入湖处置，并对景区入湖排口进行多次排查。

2.开展生态主题教育

一是举办生态公益活动。在生物多样性日举办玄武湖保育的珍稀濒危动植物公益活动，与江苏省环境科学学会合作举办环境 DNA 公民科学公益活动。二是丰富动植物科普标牌。完成国产樱花挂牌及补挂开花植物科普牌 1700 余块，提升游园科普性。三是积极开展生态文明宣传。依托南京市生态文明教育基地，开展生态科普、水环境保护宣讲等活动，广泛宣传生态文明。获生态环境部宣传教育中心颁发的“首批青少年生态文明教育实践场馆”称号。

四、存在问题及原因分析

（一）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“举办公益活动数量”，目标值设定为≥2 场，实际完成≥300 场，超出目标值 14,900.00%，该项指标在 2025 年

项目资金调减的情况下还大幅度地超过了目标值，表明绩效目标设置不够合理。

（二）收入结构单一，新业态盈利能力有待突破

经营收入仍高度依赖船票、车票等传统项目，文创、夜经济等新消费业态对营收的贡献率有待提高。深层原因在于 IP 的商业转化多停留在浅层，体验性、高端化产品不足；新业态的品牌独特性与消费吸引力，相较于行业标杆仍有差距。

五、有关建议

（一）科学编制绩效目标，提高目标值的精准度

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。

（二）深化 IP 转化与业态升级，构建高附加值新消费生态

针对新业态盈利能力有待突破的问题，可以推动文创从浅层贴牌向高端实用转型以提升溢价，依托核心资源打造演艺市集等沉浸式夜游闭环以延长消费链条，并立足独占性文化培育排他性消费 IP 壁垒，全面破解对传统车船收入的路径依赖，驱动营收结构向综合消费经济转型。

六、评价工作开展情况

（一）评价目的

推动与规范玄武湖免费开放专项补贴资金的绩效评价工作，不断提高资金管理的科学化、精细化水平，为今后使用好、管理好玄武湖免费开放专项补贴资金提供科学的决策依据，从而更好地为景区运营提供强有力的资金保障。

（二）评价对象及范围

全面评价 2025 年玄武湖免费开放专项补贴资金的使用与配置、资金支出效果等情况，定量和定性分析专项资金的社会效益，查找资金分配和管理中的薄弱环节，进一步提高预算编制的科学性，强化预算约束和绩效管理，把绩效理念注入预算管理，对预算投入和预算产出进行比对，作出效益评价，使绩效目标设定、跟踪、

评价及结果应用于预算编制、执行、考评全过程，提升政府资金配置水平，提高财政资金使用效益。

（三）评价思路及方法

1.评价重点分析

（1）项目年度目标产出指标是否完成。确定项目的年度产出指标是否完成，了解未达预期目标的原因。

（2）资金支出产生的效益。从社会效益、经济效益和生态效益角度，重点关注专项资金所用于人员管养、物业管理、园林绿植、房屋建筑物维修、种苗护植等方面是否起到应有效果，达到预期目标。

（3）社会满意度情况。重点关注社会公众对玄武湖免费开放项目满意度情况如何。

（4）资金支出是否合规。从项目管理制度执行的规范性角度，重点关注检查专项资金支出是否符合《南京市市级预算绩效管理办法》（宁委办厅字〔2024〕2号）、《南京市市级财政专项资金管理办法》（宁政发〔2021〕118号）等制度的规定。

2.评价方法

本次评价运用文献法、社会调查法、因素分析法、比较法等方法，其中社会调查法主要通过访谈等形式实现，同时通过文献资料搜索、多因素分析来支撑评价逻辑的严密性与客观性。本次评价坚持定量与定性相结合的方式，遵循科学规范、公正公开、分级分类、绩效相关的基本原则。

（四）评价过程

1.准备阶段：组建绩效评价小组，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。

2.组织实施阶段：对项目情况进行核查，核查内容包括绩效评价基础表数据的收集核对、项目资金的使用情况、项目组织管理情况、绩效目标的完成情况、项目的产出与社会效益等方面。

3.综合评价阶段：整理分析获取的基础数据、调查问卷等资料，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。

（五）评价指标体系

绩效评价工作组围绕项目“决策——过程——产出——效益”对项目进行评价。专项资金绩效评价指标分为：决策、过程、产出和效益四个一级指标，满分 100 分。

决策（12 分），下设 3 个二级指标，对项目立项、绩效目标和资金投入开展评价。

过程（18 分），下设 2 个二级指标，对资金管理、项目组织实施进行评价。项目支出以项目补助、政府购买服务等扶持方式为主。过程类指标中设置项目审查规范性指标以策应项目支出形式上的特点。

产出（30 分），重点考核产出数量、产出质量、产出时效和产出成本。产出指标下共 4 个二级指标，9 个三级指标。

效益（40 分），重点考核社会效益、生态效益、可持续性影响，同时关注公众满意度等。

指标情况详见附件 2025 年度玄武湖免费开放补贴专项资金绩效评价评分表。

（六）评价依据

- （1）《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）；
- （2）《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10 号）；
- （3）《关于推进南京市全域旅游发展的意见》（宁委发〔2017〕21 号）；
- （4）《南京市市级财政预算绩效评价操作规程》（宁财绩〔2020〕260 号）；
- （5）《南京市“十四五”旅游业发展规划》（宁政办发〔2021〕73 号）；
- （6）《南京市市级预算绩效管理办法》（宁委办厅字〔2024〕2 号）；
- （7）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）。

附件：2025 年度玄武湖免费开放补贴专项资金绩效评价评分表

附件

2025 年度玄武湖免费开放补贴专项资金绩效评价评分表

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情况。	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
		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

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。	不太合理	1.50
		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	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、合理性情况。	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

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； 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
过程	资金管理	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
		预算执行率	=100%	项目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。	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。	100.00%	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
		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。	100.00%	3
	组织实施	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、绩效管理等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
		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

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
产出指标	数量指标	新增游览项目量	=1 个	新增游览项目数量。	3	达到目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分。	2 个	3
		举办公益活动数量	≥2 场	举办公益活动数量。	3	达到目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分。若实际值超过目标值 50%则扣减 50%权重分。	300+场	1.50
		新增或改建公共服务设施量	≥1 个	新增或改建公共服务设施数量。	4	达到目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分。	3 个	4
		园林养护完成量	≥52 万平方米	2025 年园林养护完成面积。	4	达到目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分。	71.61 万平方米	4
	质量指标	园林种植质量达标率	≥90%	园林种植质量达标率	3	达到目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分。	95%	3
		园区秩序	良好	园区内秩序是否良好。	4	园区秩序良好有序得满分，否则酌情扣分。	良好	4
		园林养护完成率	=100%	园林养护完成量占计划量的比例。	3	按计划完成园林养护工作得满分，否则按完成比例乘以权重计分。	100%	3
	时效指标	园林养护工程完成及时性	及时	是否按计划及时完成园林养护工程。	3	及时完成园林养护得满分，否则酌情扣分。	及时	3
	成本指标	花草种植成本控制	有效	花草种植成本是否得到有效控制。	3	有效控制花草种植成本得满分，否则酌情扣分。	有效	3
效益指标	社会效益	安全事故	无	是否存在重大安全事故。	5	全年未发生重大安全事故得满分，否则不得分。	无	5
		满足人民群众休闲娱乐、亲近自然的需求	有效	是否有效满足人民群众休闲娱乐、亲近自然的需求。	4	有效满足人民群众休闲娱乐、亲近自然的需求得满分，否则酌情扣分。	有效	4
	生态效益	园景园容	整洁	园景园容是否干净整洁。	4	园景园容干净整洁得满分，否则酌情扣分。	整洁	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
	益	水资源保护	有效	水资源是否得到有效保护。	6	水资源得到有效保护得满分，否则酌情扣分。	部分达成目标并具有一定效果	3
	可持续影响	景区设施	维护更新	景区设施是否得到维护更新。	4	景区设施得到维护更新得满分，否则酌情扣分。	维护更新	4
		古树名木保护	有效	古树名木是否得到有效保护。	3	园区内古树名木得到有效保护得满分，否则酌情扣分。	有效	3
		文物资源保护	有效	文物资源是否得到有效保护。	4	园区内文物资源得到有效保护得满分，否则酌情扣分。	有效	4
满意度指标	服务对象满意度	游客满意度	≥85%	游客综合满意度情况。	5	满意度达到目标值得满分，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。	97.10%	5
		投诉处置率	=100%	景区对游客投诉的办结率。	5	投诉处置率达到目标值得满分，否则按实际值与目标值的比例乘以权重计分，处置率低于 60%不得分。	100%	5
合计					100			95.00