

财政项目支出绩效自评表

(2024年度)

项目名称		长宁区数字文保可视化智能管理系统						
主管部门		上海市长宁区文化和旅游局		实施单位		上海市长宁区文化和旅游管理事务中心（上海市长宁区文物管理事务中心）		
项目资金 (万元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
		年度资金总额:	46.56	46.56	46.44	10.00	99.74	9.97
		其中:当年财政拨款	46.56	46.56	46.44	-	99.74	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况				
	对孙氏住宅、泰安路115弄住宅、怀本堂旧址、邬达克旧居、青霉素实验所旧址、息焉堂、大理石亭、香花桥八处文保单位布设监控和传感器设备,完成系统平台搭建及监控等物联网建设,并投入使用。			完成对孙氏住宅、泰安路115弄住宅、怀本堂旧址、阎锡山旧居、青霉素实验所旧址、息焉堂、大理石亭、香花桥、墓葬时刻等八处文保单位布设监控和传感器设备,完成系统平台搭建、轻应用建设及监控等物联网建设,等待项目最终验收。				
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	系统布控的场所数量	≥7.00(处)	8(处)	20.00	20.00		
	质量 指标	系统验收合格率	≥95.00(%)	96(%)	20.00	20.00		
	时效 指标	系统项目完成及时性	按计划完成	部分达成指标并具有一定效果	10.00	6.00	项目仍未完成和验收,争取2025年上半年完成项目。	
效益 指标	社会 效益 指标	对工作效率、管理和决策支持的改善或提升程度	提升明显	部分达成指标并具有一定效果	20.00	14.00	只覆盖了8处点位,没有72处完全覆盖,进一步增加覆盖点位。	
	可持 续影 响指 标	长效机制健全性	健全	达成指标	20.00	20.00		
总分					100.00	89.97		
评分等级		良						

财政项目支出绩效自评表

(2024年度)

项目名称		资源开发和产业发展						
主管部门		上海市长宁区文化和旅游局		实施单位		上海市长宁区文化和旅游管理事务中心（上海市长宁区文物管理事务中心）		
项目资金 (万元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
		年度资金总额:	67.00	67.00	64.88	10.00	96.83	9.68
		其中: 当年财政拨款	67.00	67.00	64.88	-	96.83	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度总体目标		预期目标			实际完成情况			
		开发长宁中西部地区文旅资源，打造优质文旅产品向长宁西部地区延申。做好“虹桥文旅荟”企业服务，完善服务机制，持续推进文旅推介，扩大长宁文旅社会影响力和宣传覆盖面。			开发夜游动物园、徒步外环绿道、“何以爱长宁”双层大巴观光游等中西部微旅行，骑行微旅行贯穿东中西部；结合全球宿博会开展“虹桥文旅荟”春季活动，与上海动物园牵手，打造“动物奇妙夜”旅游产品考察项目等活动内容，为企业牵线搭桥，实现信息互通、资源共享，扩大企业朋友圈；积极参与市局长三角文旅推介，以及区级重点活动配套市集，宣介长宁文旅，扩大影响力与覆盖面。			
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	举办活动场次	≥30.00(次)	31.00(次)	20.00	20.00		
	质量指标	活动内容与方案一致性	一致	达成指标	20.00	20.00		
	时效指标	活动开展及时性	按计划完成	达成指标	10.00	10.00		
效益指标	社会效益指标	文旅品牌推广提升	提升	部分达成指标并具有一定效果	20.00	15.00	活动成本有限，活动数量虽多，但规模较小，因此在品牌推广及塑造上存在一定局限。在今后活动中，可以借助外部资源力量，借力共推品牌活动。	
	可持续影响指	是否有可持续社会影响力	具有可持续影响力	部分达成指标并具有一定效果	20.00	15.00	受活动规模影响，难以形成可持续影响力。对于今后活动，	

	标						可在宣推上发力，也可与其他主体合作举办，共同造势，扩大宣传面与影响力。
总分					100.00	89.68	
评分等级	良						

财政项目支出绩效自评表

(2024年度)

项目名称		文旅市场管理					
主管部门		上海市长宁区文化和旅游局		实施单位		上海市长宁区文化和旅游管理事务中心（上海市长宁区文物管理事务中心）	
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
	年度资金总额:	20.00	20.00	5.00	10.00	25.00	2.50
	其中:当年财政拨款	20.00	20.00	5.00	-	25.00	-
	上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
	其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况			
	对区内文旅市场开展安全生产等培训,进行艺术展览专业评审,提高文旅场所安全生产、消防安全、意识形态安全意识,保障文旅市场经营单位平稳有序健康发展。			一、为加强长宁区内举办的艺术展览指导服务工作,因专业性强,需要开展美术、摄影、书法等艺术展览的专业评审,故委托第三方进行专业评审,根据委托合同,支付了首笔经费5万元,后续经费待完成一定场次后再付。2024年未完成相应的场次,因此未支付后续经费。 二、根据财政的有关要求,该笔培训经费不得通过第三方购买服务的方式进行。另外2024年区文旅局和其它相关部门已经组织过安全生产等培训,故不再重复举办此类培训,因此该笔经费执行率为0。			
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	文化市场经营单位培训	≥2.00(场)	0.00(场)	20.00	15.00	因财政部门关于培训经费使用的新要求,不能委托第三方开展培训工作,且区文旅局已组织过相关培训,故不再重复组织此类培训
	质量 指标	文化市场经营单位覆盖率	≥50.00(家)	0.00(家)	20.00	15.00	因财政部门关于培训经费使用的新要求,不能委托第三方开展培训工作,且区文旅局已组织过相关培训,故不再重复组织此类培训
	时效	培训完成及时性	按计划完成	部分达成指	20.00	15.00	因财政部门关于培训

	指标			标并具有一定效果			经费使用的新要求，不能委托第三方开展培训工作，且区文旅局已组织过相关培训，故不再重复组织此类培训
效益指标	社会效益指标	提升相关培训会参加人员素质	提升	部分达成指标并具有一定效果	20.00	15.00	因财政部门关于培训经费使用的新要求，不能委托第三方开展培训工作，且区文旅局已组织过相关培训，故不再重复组织此类培训
满意度指标	服务对象满意度指标	与会人员满意度	≥95.00(%)	0.00(%)	10.00	8.00	因财政部门关于培训经费使用的新要求，不能委托第三方开展培训工作，且区文旅局已组织过相关培训，故不再重复组织此类培训
总分					100.00	70.50	
评分等级	中						

财政项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		宣传推广					
主管部门		上海市长宁区文化和旅游局			实施单位		上海市长宁区文化和旅游管理事务中心（上海市长宁区文物管理事务中心）
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
	年度资金总额:	66.00	66.00	63.45	10.00	96.13	9.61
	其中: 当年财政拨款	66.00	66.00	63.45	-	96.13	-
	上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
	其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度总体目标	预期目标			实际完成情况			
	完成本年度制定的工作计划，在上一年度的工作完成情况下，继续增强文化旅游方面引领力、传播力和影响力。拓展创新宣传渠道，讲好长宁发展故事，并探索具有长宁特色的文旅品牌。同时，建立完善新媒体矩阵合作机制和外宣作品创作机制。			已完成本年度制定的工作计划，继续增强文化旅游方面引领力、传播力和影响力。拓展创新宣传渠道，讲好长宁发展故事，并探索具有长宁特色的文旅品牌。微信公众号粉丝数已达 24623 人，2024 年增长 5929 人；小程序用户 1.59 万，较去年增长约 8800 人；小红书粉丝 3195 人，2024 年增加 1188 人。全年共发布短视频 61 部，其中原创 47 部，累计播放量破 363.89 万次。部分短视频还被学习强国、上海长宁、经典 947、长宁民政、长宁消保委等多个平台转载引用，进一步扩大了长宁文旅的知名度和影响力。			
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	短视频制作数量	≥24.00(部)	47.00(部)	20.00	20.00	
		新媒体平台视频发布	≥24.00(部)	61.00(部)	20.00	20.00	
		公众号关注数	≥5000.00(人)	24623.00(人)	10.00	10.00	
	质量指标	舆情事故 0 发生	0 发生	达成指标	10.00	10.00	
	时效指标	宣传工作任务完成及时性	按计划完成	达成指标	10.00	8.00	按计划完成视频制作，但未及时发布，14 个工作日才完成发布。
效益指标	社会效益指标	提升长宁文旅知名度	提升	达成指标	10.00	8.00	需进一步扩大了长宁文旅的知名度和影响力。
	可持续影	长效机制安全性	健全	达成指标	10.00	10.00	

	响指 标						
总分					100.00	95.61	
评分等级	优						

财政项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		文博主题活动						
主管部门		上海市长宁区文化和旅游局		实施单位		上海市长宁区文化和旅游管理事务中心（上海市长宁区文物管理事务中心）		
项目资金 (万元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
		年度资金总额:	30.00	30.00	29.98	10.00	99.93	9.99
		其中: 当年财政拨款	30.00	30.00	29.98	-	99.93	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度总体目标	预期目标			实际完成情况				
	组织开展文博宣传月开幕仪式及系列活动；组织开展清明、烈士纪念日祭扫活动；做好区域内文物单位基础工作，建立文物建筑基础信息档案，开展区域内文物建筑基础档案编制项目工作。			完成组织开展长宁区文博宣传月开幕式及相关系列活动；策划开展清明等重要节日、暑假等重要时段大思政课，培养爱国主义精神，弘扬红色文化。开展主题“大思政课”5次，红色主题宣教活动9次；完成区文保点“一楼一册”5处基础档案编制工作。				
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	文博宣传月活动	≥5.00(场)	6.00(场)	10.00	10.00		
		阵地宣传教育活动	≥2.00(场)	5.00(场)	20.00	20.00		
		文物建筑基础档案编制	≥5.00(处)	5.00(处)	20.00	20.00		
	质量指标	活动内容与方案一致性	一致	达成指标	10.00	10.00		
	时效指标	活动开展及时性	按计划完成	达成指标	10.00	10.00		
效益指标	社会效益指标	文物保护意识和宣传力度提高	提高	达成指标	10.00	10.00		
	可持续影响指标	发挥宣传教育、核心引领职能	提升	达成指标	10.00	10.00		
总分					100.00	99.99		
评分等级		优						

财政项目支出绩效自评表

(2024年度)

项目名称		长宁文旅系统网络安全项目					
主管部门		上海市长宁区文化和旅游局		实施单位		上海市长宁区文化和旅游管理事务中心（上海市长宁区文物管理事务中心）	
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
	年度资金总额:	20.00	20.00	9.60	10.00	48.00	4.80
	其中:当年财政拨款	20.00	20.00	9.60	-	48.00	-
	上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
	其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况			
	完成长宁区图书馆智慧阅读项目和“何以爱长宁”小程序项目的系统网络安全等级保护工作,并建立健全的后续运维管理机制和网络突发事件的应对机制,保障文旅信息系统网络安全。			已完成数字文保可视化管理系统、i长艺小程序的系统网络安全等级保护工作,“何以爱长宁”小程序项目等级保护工作正在进行中,并建立健全的后续运维管理机制和网络突发事件的应对机制,保障文旅信息系统网络安全。			
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	开展等保评测系统数	≥2.00(个)	3.00(个)	20.00	20.00	
	质量 指标	系统功能达标率	≥95.00(%)	95.00(%)	10.00	10.00	
	时效 指标	系统项目完成及时性	按计划完成	部分达成指标并具有一定效果	20.00	13.00	“何以爱长宁”小程序项目等级保护工作正在进行中
效益 指标	社会 效益 指标	对信息系统安全性能的提升程度	提升明显	达成指标	20.00	20.00	
	可持 续影 响指 标	长效机制健全性	健全	达成指标	20.00	20.00	
总分					100.00	87.80	
评分等级	良						

财政项目支出绩效自评表

(2024年度)

项目名称		文旅公共服务					
主管部门		上海市长宁区文化和旅游局		实施单位		上海市长宁区文化和旅游管理事务中心（上海市长宁区文物管理事务中心）	
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
	年度资金总额:	20.00	28.00	19.00	10.00	67.85	6.79
	其中: 当年财政拨款	20.00	20.00	18.52	-	92.60	-
	上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
	其他资金	0.00	8.00	0.48	-	6.00	-
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况			
	提升旅游服务质量, 及时提供长宁最新文旅信息, 优化咨询中心环境, 提升长宁文旅资源知名度, 不断扩大文旅品牌社会影响力, 进一步提高市民群众文旅消费热情, 助力区域经济社会发展的旅游消费获得感及服务对象的满意度。保障文旅供给、旅游咨询中心管理及全年开放。确保旅游厕所评估开展的及时性。			旅游咨询中心全年无休对外开放, 及时、准确地提供长宁区最新的文旅信息, 有效提升了长宁文旅资源的知名度。通过持续推广, 不断扩大文旅品牌的社会影响力, 进一步激发了市民群众的文旅消费热情, 为区域经济发展注入了新活力。同时, 确保了旅游厕所评估工作的及时开展, 以优质服务提升了游客体验, 提高了市民对文旅服务的整体满意度。			
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	开放时间	≥360.00(天)	365.00(天)	20.00	20.00	
	质量 指标	旅游咨询质量提升	提升	达成指标	20.00	20.00	
	时效 指标	旅游咨询信息更新及时性	及时	达成指标	20.00	20.00	
效益 指标	社会 效益 指标	提升区域景点知名度	提升	部分达成指标并具有一定效果	15.00	12.00	由于资金有限, 宣传资源无法充分满足实际需求。将会加大各合作伙伴的联系, 拓宽合作渠道, 多融合、多交流, 提升宣传力度。
	可持 续影 响指 标	是否不断提高群众旅游消费获得感	提高	部分达成指标并具有一定效果	15.00	12.00	合作与资源整合不足, 打造具有吸引力的产品和服务。将加强个性化服务, 加强与其他旅游相关企业

							和部门的合作与资源整合。
总分					100.00	90.79	
评分等级	优						

财政项目支出绩效自评表

(2024年度)

项目名称		公共文化服务体系建设					
主管部门		上海市长宁区文化和旅游局		实施单位		上海市长宁区文化和旅游管理事务中心（上海市长宁区文物管理事务中心）	
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
	年度资金总额:	584.00	584.00	580.98	10.00	99.48	9.95
	其中: 当年财政拨款	584.00	584.00	580.98	-	99.48	-
	上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
	其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况			
	采用“文商旅”相结合的模式，与“国际艺术节”“上海之春”等市级活动融合，在街区、商圈、绿地、公共空间等场所，举办“虹桥之秋”、草地音乐节、手风琴艺术节、咖啡文化节、艺术天空、“何以爱长宁”微旅行、街艺节等，开展形式多样、内容丰富、国内外知名的各类文旅活动，夯实长宁“文旅品牌”影响力，挖掘文化内涵，讲好长宁故事，擦亮长宁名片，满足长宁百姓对公共文化服务的新需求，回应市民对长宁美好生活的期待。			成功开展一系列丰富多彩的文旅活动，深入挖掘地域文化内涵，生动讲述长宁故事，与“国际艺术节”“上海之春”等市级活动融合，在街区、商圈、绿地、公共空间等举办“最虹桥”、手风琴艺术周、咖啡文化节、“何以爱长宁”微旅行、街艺节等，这些活动不仅满足了老百姓对公共文化服务的新需求，还优化了营商环境、增强了企业获得感、助力企业在地发展。通过系列活动的举办，文旅影响力得到了显著提升，市民的文化生活品质也得到了有效提高。			
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	总活动场次	≥8.00(场次)	73.00(场次)	20.00	20.00	
	质量 指标	活动方案和实际举办是否一致	一致	达成指标	20.00	20.00	
	时效 指标	活动开展及时性	按计划完成	达成指标	10.00	10.00	
效益 指标	社会 效益 指标	带动区域文旅资源知名度提升	提升	部分达成指标并具有一定效果	20.00	15.00	活动集中在东部区域，中西部地区覆盖面较少，宣传方式有待提升。
	可持 续影 响指 标	是否持续提升公共文化辐射力	持续提升	部分达成指标并具有一定效果	10.00	6.00	活动形式略有不足，未能满足群众多样性、个性化的文化需求。将针对这些原因，制定相应策略，丰富活动内容。

满意度指标	服务对象满意度指标	公众满意度	≥90.00(%)	90.00(%)	10.00	10.00	
总分					100.00	90.95	
评分等级	优						

财政项目支出绩效自评表

(2024年度)

项目名称		长宁文旅移动端应用（何以爱长宁）平台项目升级						
主管部门		上海市长宁区文化和旅游局		实施单位		上海市长宁区文化和旅游管理事务中心（上海市长宁区文物管理事务中心）		
项目资金 (万元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分
		年度资金总额:	12.00	12.00	11.90	10.00	99.16	9.92
		其中:当年财政拨款	12.00	12.00	11.90	-	99.16	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度总体目标		预期目标			实际完成情况			
		建设“何以爱长宁”，最大限度地聚集零散文化资源，构建互联网时代背景下的长宁区文旅服务集成云平台，通过运用数字网络技术，巩固国家公共文化服务体系示范区创建成果，加快推动文化旅游行业数字转型、智能升级、融合创新，围绕元宇宙、全景VR、数字集成，升级数字文旅服务方式，建立“长宁文旅商绿融合高质量发展”数字化平台，打造融入市民日常生活空间的数字文旅应用场景。			已完成长宁文旅移动端应用“何以爱长宁”平台升级项目，包括文旅荟前端功能升级和后端配套功能，项目建设内容主要为：文旅荟消息微信订阅，文旅荟企业交互节点消息通知，群发通知微信提醒，文旅荟在线AI客服，行业分类调整，找资源、找项目板块升级优化，意向和成交流程闭环，其他优化升级事项，企业交互消息节点管理，群发通知入口应用（通知管理、应用表单管理、应用填写管理和统计）管理升级，AI客服知识库管理，行业分类调整，意向和成交闭环数据管理，集成数据显示等，完成软件测试、安全测试，平台升级部分已上线使用。其中密码应用测试正在进行中。			
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	小程序关注度	≥5000.00(人)	12600.00(人)	20.00	20.00		
	质量指标	验收合格率	≥95.00(%)	95.00(%)	20.00	18.00	系统安全测试仍未完成	
	时效指标	系统项目完成及时性	按计划完成	部分达成指标并具有一定效果	20.00	12.00	系统项目安全测试仍未完成	
效益指标	社会效益指标	提升长宁文旅知名度	提升	达成指标	20.00	20.00		
满意度指标	服务对象满意	公众满意度	≥90.00(%)	91.00(%)	10.00	10.00		

	度指 标						
总分					100.00	89.92	
评分等级	良						

财政项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		文博场馆运行						
主管部门		上海市长宁区文化和旅游局		实施单位		上海市长宁区文化和旅游管理事务中心（上海市长宁区文物管理事务中心）		
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分	
		年度资金总额:	10.00	10.00	8.13	10.00	81.30	8.13
		其中: 当年财政拨款	10.00	10.00	8.13	-	81.30	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况				
	陈列馆、机关旧址两处场馆是长宁区重要的红色文化展示场所，在党史学习教育、爱国主义教育的重要作用。为充分发挥职能职责，传播红色文化，宣传弘扬革命传统精神，为来馆参观受众群体创造良好的参观、学习环境，保障两处场馆的正常开放运营所需经费。			为传播红色文化，宣传红色文化、弘扬革命传统精神，为来馆参观受众群体创造良好的参观、学习环境，保障场馆正常开放运行经费。				
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	巡查次数	≥1.00(月)	1.00(月)	10.00	10.00		
	质量 指标	保障场馆运行达标率	≥95.00(%)	100.00(%)	20.00	20.00		
	时效 指标	项目完成及时性	按计划完成	达成指标	20.00	20.00		
效益 指标	社会 效益 指标	达到上级考核要求	达到	达成指标	20.00	20.00		
满意 度指 标	服务 对象 满意 度指 标	公众满意度	≥95.00(%)	95.00(%)	20.00	20.00		
总分					100.00	98.13		
评分等级		优						