

2022年度南京市文化和旅游局-南京市文化和旅游

信息中心部门整体绩效自我评价报告

目录

一、单位概况	1
(一) 单位基本情况	1
(二) 单位收支情况	3
(三) 单位绩效目标	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	5
三、部门履职成效	6
(一) 优化改进南京智慧旅游大数据运行监测平台	6
(二) 完善升级文旅咨询服务中心体系建设	7
四、存在问题及原因分析	10
(一) 内部控制制度有待建立健全	10
(二) 个别绩效指标值设置不够明确	10
五、有关建议	11
(一) 健全完善内部控制制度，加强预算管理	11
(二) 科学设置绩效指标，提高绩效目标编制覆盖率	11
六、评价工作开展情况	11
(一) 基本情况	11
(二) 评价组织实施	15
附件：绩效评价指标体系得分情况表	16

2022年度南京市文化和旅游局——南京市文化和旅游 信息中心部门整体绩效自我评价报告

一、单位概况

（一）单位基本情况

1. 单位基本情况

南京市文化和旅游信息中心是依据《市政府办公厅关于印发〈南京市旅游局职能配置、内设机构和人员编制规定〉的通知》（宁政办发〔2001〕102号）文件精神，于2001年9月28日成立；依据《关于同意南京市旅游信息中心更名的批复》（宁编办复〔2020〕15号）文件精神，于2020年4月21日更名，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

南京市文化和旅游信息中心主要职能是落实全市文化和旅游科技创新及信息化发展政策；推进全市文化和旅游大数据平台建设、数据开放应用等工作；承担文化和旅游领域相关公共服务网站、终端及系统平台的运行维护工作；开展文化和旅游领域公共信息决策支持、网络宣传、咨询服务等工作；完成市文化和旅游局交办的其他任务。

3. 单位内设机构及职责范围

南京市文化和旅游信息中心无内设部门。

4. 单位人员情况

2022年度本单位编制核定数9人，实有在编人数8人。

5. 单位资产情况

2022年度本单位公务用车核定数0辆，实有公务用车0辆。单价50万元（含）以上的通用设备0台（套），单价100万元（含）以上的专用设备0台（套）。

6. 单位项目情况

2022年度，市文化和旅游信息中心在做好信息化建设各项工作的基础上，以促进文旅融合高质量发展为重心，聚焦文旅数字化创新、文旅公共服务矩阵打造和新媒体宣传，着力提升文化旅游公共信息服务水平。

7. 单位实施的重点项目

一是加强全市旅游咨询服务建设与推广。2022年，继续设立南京禄口国际机场T2航站楼、南京南站文旅咨询服务中心，接听旅游咨询热线，在机场播放文旅咨询宣传视频和定制南京文旅登机牌，并在南京南站贵宾室和候车厅为游客提供公益文旅宣传手册，进一步宣传南京文旅咨询服务体系和南京文旅信息平台，着力打造有特色、有亮点、有影响的文旅咨询服务品牌。

二是推进线上文旅咨询服务中心建设。加快推进数字技术在文化和旅游领域的深度应用，强化线上文旅资讯功能，更新“线上咨询中心”软件，增加互动模块，加深游客游玩深度与广度，创新文旅产品呈现方式，深化沉浸式文旅体验、互动式体验。

三是加强南京智慧旅游产业监测平台运维和数据拓展。2022

年，平台接入全市3A级以上景区46家、乡村旅游区63家、博物馆11家、公安数据100万条以上、视频监控接入及完善56路，其中全市30家景区的视频已达全覆盖，监测范围包括景区主入口、停车场、核心景区实时动态情况。

四是扩大旅游全媒体平台宣传，持续推送旅游公益短信。移动、电信、联通三家运营商在南京市主干道入口及重要交通枢纽定时定点发送南京文旅资讯公益短信。2022年依据三家运营商短信发送数量的市场占比，确定三家运营商补贴金额。

五是策划制作文旅促销宣传品。2022年，全市文旅宣传资料的制作投放紧扣全市文旅宣传主题，以游客高品质出游指引需求为导向，策划制作14种文旅咨询宣传品，突显“南京文旅”城市品牌，引导游客打卡南京金陵繁华之景。投放红色文旅折页——《循迹南京》、民宿折页——《宿在金陵》、极美南京系列折页——《亲水滨江》《纵览古今》《浮生巷陌》《探秘文都》，地图类——《南京旅游标准地图(中文版及英文版)》《南京滨江风光带旅游地图》《南京六朝都城与文物遗存游览地图》《南京露营手绘地图》以及其他主题折页——《自驾趣旅行》《文艺之旅》。

（二）单位收支情况

1. 单位预算收支情况

2022年度，南京市文化和旅游信息中心预算收入276.25万，其中：财政拨款收入276.25万元（为一般公共预算收入）。

2022年度，南京市文化和旅游信息中心预算支出276.25万元，

其中：基本支出238.55万元（人员经费218.66万元、日常公用经费19.89万元），项目支出37.70万元。

2. 单位预算执行情况

2022年度，南京市文化和旅游信息中心决算收入437.66万元，其中：财政拨款收入437.66万元（为一般公共预算收入）。

2022年度，南京市文化和旅游信息中心决算支出434.64万元，其中：基本支出239.49万元（人员经费223.83万元、日常公用经费15.66万元），项目支出195.15万元。

单位预算执行率：以2022年度单位决算报表为基础，上年结转2.02万元，本年预算实际拨付434.64万元（其中：年初预算276.25万元，本年实际调增预算158.39万元），年末结余5.03万元，预算完成率为100.00%。

（三）单位绩效目标

1. 单位中长期目标

根据国家和省市有关工作部署，在上级单位指导下，充分整合文化和旅游各类数据资源，构建市级文旅大数据平台，提升文旅大数据应用水平，打造全国一流、省内领先的文旅大数据应用体系；优化文旅公共咨询服务布局，提升公共信息咨询服务能力，拓展咨询中心（点）的服务功能，形成线上线下密切联动、文旅信息高度整合的市级文旅公共信息咨询服务体系。

2. 单位年度目标

2022年度，根据单位职责与预算安排，市文化和旅游信息中心年度目标为：（1）积极推进市文旅大数据平台建设。（2）进一步提升我市文旅公共咨询服务能力。

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和旅游信息中心2022年度单位整体预算（包括基本经费支出和项目经费出）。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，经过市文化和旅游信息中心全体人员的共同努力，各项工作圆满完成。一是积极推进市文旅大数据平台建设。二是进一步提升我市文旅公共咨询服务能力。但也存在仍需改进之处，如内控制度有待建立健全；个别绩效指标设置不够明确，覆盖不全面等。

（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年度南京市文化和旅游信息中心单位整体预算绩效评价综合得分92.88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

“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，市文化和旅游信息中心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，各项任务顺利收官，各项工作圆满完成。重点工作完成情况如下：

（一）优化改进南京智慧旅游大数据运行监测平台

（1）提升平台数据准确性。一是接入市公安局住宿数据，开展为期两个月（8.1-9.30）的星级饭店专项数据监测与统计工作，对酒店经营性数据进行分析与研究，并与省厅数智中心就数据算法、交叉校准、成果共享、报告支撑等方面开展深度合作。二是新增银联月度消费数据与携程七大数据模块，依托携程订单数据预测未来28天的客流量与每日客流分布情况，以弥补平台预测算法在疫情状态下的不足。三是接入市博物总馆票务系统（11处场所）的全量数据，上线民宿板块的数据，与预约系统对接、共享68家景区的预约数据与闸机数据。四是做好与大数据局、城运中心（南京城市数字治理中心）等部门的对接工作，结合“一网统管”“数据上云”等工作要求，推进数字化改造的进度。五是提升数据科学性。优化老接口逻辑，采用叠加模型算法，收集

重点景区电子地图，完成31家景区基站梳理，更新了20家基站点位，实现分级分类管理。并与省厅数智中心校对景区监测点位及范围，通过调整钟山风景区基站、更换样本等技术手段来校准数据。目前，平台监测范围包含：2家5A级景区、25家4A级景区、25家3A级景区，11家博物馆。

(2) 提升数据及时性。结合南京智慧旅游大数据运行监测平台功能，综合研判南京文旅市场的变化趋势，出具数据报告，包括旬报、半月报、月报、年报，逐步形成规范化、标准化和制度化的格局，并对多部门对接上报文旅假日监测数据。

(3) 搭建监测平台的可视化系统。已搭建完成移动视频云平台，完成分批监控迁移工作。搭建好的移动视频云平台应用兼容性提升30%，视频浏览流畅程度提升50%，支持设置球机守望功能等。解决直播码流转码播放卡顿问题，借助于客流AI球机摄像头，逐步实现客流量统计，客流同环比统计智能化，客流排行三大功能。

(二) 完善升级文旅咨询服务中心体系建设

(1) 打造文旅咨询服务品牌，开创文旅咨询服务新模式。出台了《南京市示范引领性文旅咨询服务中心建设指南》和《南京市文旅咨询服务中心评优实施细则》，设计文旅咨询服务中心新Logo标识标牌，并在部分场馆推广使用。紧扣南京国际化城市定位，加快推进文化和旅游的融合，全力打造“文旅咨询+”新场景，先后推出：“文旅咨询+艺术”“文旅咨询+游轮”“文旅咨询+非遗”等新阵地、新模式。

(2) 打造南京城市对外宣传的“第一窗口”。一是免费投放公益光伏遮阳伞。与上海伞度空间合作，在35家重点文旅咨询服务中心免费投放68把南京文旅咨询服务户外智能伞。

二是聚集文旅信息资源，打造主题宣传矩阵。推出以“极美南京”为主线的四大主题14种文旅宣传折页——《亲水滨江》《纵览古今》《浮生巷陌》《探秘文都》《露营南京·放飞心情》，并加推《露营地图（暑假版）》以及《南京滨江风光带旅游地图》和《南京六朝都城与文物遗存游览地图》。文旅宣传折页在全市190家咨询服务中心投放51万余份，供市民和游客免费取阅。并与上海文旅局联动开展宣传工作，在上海武康路文旅咨询服务中心、徐家汇源文旅咨询服务中心和上海南站旅游咨询中心互推两地文旅宣传折页，投放千余份。

三是在南京禄口国际机场T2航站楼国内到达和出发处的21块LCD屏，和T2航站楼国内到达行李提取处LED屏等处播放文旅咨询公共服务宣传短视频21.15万次，定制江苏东航和深航南京文旅信息服务宣传登机牌27万张，为期3个月。

四是聚焦智慧旅游公共服务空间的打造和再提升。自2011年起在全市各大文旅场所投放了92台文旅触摸屏，对触摸屏进行了改版，由原来的“大屏”转“小屏”，信息优化为“i”点通功能。目前通过4G网络技术进行终端联网实现远程管理，与网站和官微进行实时信息互动，年平均点击量约20万次。启动线上文旅咨询服务中心，以文旅触摸屏为载体，实现南京文旅一站式在线服务。

(3) 进行“南京智慧旅游百度无线端品牌专区”推广。专区以文字、图片多种整合形式及时展现南京文化旅游资讯，板块包含服务类信息、智慧文旅类信息以及攻略类信息，游客可通过百度无线端搜索南京旅游关键词来获取专区。上线期内根据宣传需要，定期进行信息的更新和调整。期间在线搜索展现1189712次，点击量达到146558次，点击率达12.3%。共计更新内容20次，展现不同文旅目的地及资讯共计260点次，根据季节和宣传主题更新封面图片6次，包括更新短视频头图5次。

(4) 优化南京文旅信息服务平台和手机WAP网。自2021年5月对UI和版面重新设计改版以来，2022年还进行了IPV6改造升级，全面提升网站的安全性。更新七大专题分别是：冬季手册、春季手册、奇遇博物馆、露营南京、暑期研学、宁好中秋、金陵巷陌。同时为配合我市各项文化旅游活动宣传，共推出文化旅游攻略217条，2022年全平台访问量约230万次，比去年增长23%。上线普法宣传窗口、导游考试系列视频、极美南京系列视频。

(5) 更新南京旅游英俄文网站。对网站内容和设计进行优化调整。根据南京四季的变换，结合当季独有的文旅体验，更换对应季节的主题和风格布局，实现每季度主题、头图和内容的更新替换，全面展现南京四季美景。并新开发“跟着地图游南京”版块，帮助游客查看各景区的简介及相应地理位置，方便规划行程。

(6) 建立媒体矩阵，拓宽宣传路径。与南京日报开展战略合作，创立《数报文旅》专栏，定期发布体现文旅行业动态的数据分析专报。2022年7月以来，陆续发布了4期专报：《7月全市

酒店出租率环比上升近七成》《8月中旬我市景区博物馆迎客同比翻番》《中秋夜游火，有景区迎客量增了近两倍》《厚植家国情怀，红色旅游成国庆假期亮眼风景》。中央二套正点财经栏目播出南京暑期旅游相关数据情况；新华日报刊登《看！南京旅游的“暑假作业”》；学习强国平台发布《南京文博场馆打造亲子研学旅游首选地》《南京首张露营地图正式上线邀您感受“极美南京等》等内容；中国新闻网刊登《南京文博场馆打造亲子研学旅游首选地》；南京发布选登素材2次：《36家文旅场所可刷社保卡入园》《8月中旬，我市重点景区博物馆迎客数量迅猛增长，是去年同期的近两倍！》。《一卡通打造民生“幸福圈服务升级邀您感受”极美南京“》同时在水韵江苏、中国新闻网、新华日报、紫金山观察、南京人民广播电台、荔枝新闻、交汇点、扬子晚报、南京晨报、现代快报、龙虎网等各大媒体发布。

四、存在问题及原因分析

（一）内部控制制度有待建立健全

因单位工作人员较少，市文化和旅游信息中心参照执行南京市文化和旅游局制定的内控制度，尚未根据单位实际情况建立本单位资金预算管理制度、项目管理办法等内控制度。

（二）个别绩效指标值设置不够明确

市文化和旅游信息中心个别绩效指标值设置不够明确，选取绩效指标未能全面覆盖中心工作。如：社会效益指标“是否具有良好的社会效益”绩效指标，目标值为“是”，指标值设置不够明晰，较难量化考察其实际完成情况。生态效益指标“是否对

生态环境有不良影响”绩效指标，目标值为“否”，但与市文化和旅游信息中心的单位主要职能和主要工作任务关联度较低，相关性较弱。

五、有关建议

（一）健全完善内部控制制度，加强预算管理

结合单位工作职能和岗位设置等实际情况，建立健全本单位适用的资金预算管理制度、项目管理办法等内控制度，加强单位内控管理、规范内部控制活动。

（二）科学设置绩效指标，提高绩效目标编制覆盖率

市文化和旅游信息中心要以绩效目标全覆盖为抓手，促进预算和绩效管理一体化，提高绩效管理重视程度，绩效目标编制时应与资金规模、用途以及单位职能和单位年度目标等相匹配，设置具有可达成性和可评价性的有效指标，使绩效目标能够全面覆盖本年度重点工作任务，反映并考察当年实际工作情况。此外，围绕绩效目标任务完成情况，还要设置科学、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相关性。

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和旅游信息中心支出管理的强弱项，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。

通过对南京市文化和旅游信息中心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文旅信息服务工作中所发挥的作用和取得的实际效果，总结文旅公共信息服务工作实施、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辦法》(宁政办发〔2015〕1号)；

(3) 《南京市市级预算绩效目标管理操作规程》(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47%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53%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《南京市文化和旅游信息中心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，其中内部管理（共性指标）满分47分，该部分反映业务管理和资金管理等情况；部门综合履职（个性指标）满分53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年度南京市文化和旅游信息中心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（2022年6月7日至6月9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6月10日至6月17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（2022年6月18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年度南京市文化和旅游信息中心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	权重	指标解释及公式	全年指标值	评分标准	实际值	得分
决策	计划制定	工作计划制定健全性	1	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。	健全	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	1	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。	健全	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	绩效指标明确性	3	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。	明确	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；	基本明确	2
		绩效目标合理性	3	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	合理	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 1.5 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 1.5 分；	合理	3

		性		明细化情况。				
	预算编制	预算编制规范性	3	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。	规范	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 1 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 1 分；	基本规范	2.5
		预算编制科学性	3	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。	科学	①预算编制规范完整计 3 分；②其余情况酌情得分	基本科学	2.5
过程	预算执行	非税收入预算完成率	1	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。	= 100%	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	1	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。	= 100%	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	1	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。	=0%	“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
		公用经费控制率	1	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。	≤100%	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%，小于等于100%的计1分；大于100%的，没超过一个百分点扣减权重的5%，扣完即止。	100%	1
		结转结余率	2	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。	=0%	结转结余率=（结转结余总额/支出预算数）×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）。①结转结余率等于0%，计2分；②0%<结转结余率<20%时，计分=（20%-结转结余率）/20%*2分；③结转结余率≥20%时，计0分。	1.16%	1.88
		预算执行率	2	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。	=100%	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%，计2分；在100%以下则按预算执行率与目标值的比值，乘以2分计分。	100%	2
		预算调整率	2	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。	=0%	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2分；②0%<预算调整率<20%时，计1分；③预算调整率≥20%时，计0分。	58.43%	0

		支付进度符合率	2	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。	= 100%	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2分；②80%<支付进度符合率<100%时，计1分；小于80%，计0分。	100%	2
预算管理		预算管理制度健全性	2	预算管理制度是否健全	健全	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。	健全	2
		非税收入管理合规性	2	非税收入管理是否符合相关规定	合规	非税收入管理合规得2分，较合规酌情给分，不合规不给分。	合规	2
		预决算信息公开度	1	预决算信息是否完全公开	公开	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	1	部门基础信息是否完善	完善	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	2	预算绩效管理是否全面覆盖部门工作内容	= 100%	预算全部执行得2分，否则按实际执行的预算比例得分。	100%	2

	资金使用合规性	1	资金的收入与支出是否符合要求	合规	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	1	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。	规范	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	1	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。	= 100%	①固定资产利用率=100%,计1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1分计分。	100%	1
	资产管理制度健全性	1	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。	健全	①制定或具有资产管理制度,计0.5分;②相关资产管理制度合法、合规、完整,计0.5分。	健全	1
项目管理	项目管理制度执行规范性	1	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	规范	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	1	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。	健全	①制定或具有项目管理办法，计 0.5 分；②相关项目管理办法、合规、完整，计 0.5 分；③无项目管理办法计 0 分。	健全	1
人员管理	人员管理制度执行有效性	1	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。	有效	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	2	部门（单位）为加强人事管理、按照上级规定控制在岗人员数量，用以反映和考核部门（单位）人员成本的控制情况。	= 100%	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 2 分；②80%<在职人员控制率<100%计 1 分，③在 80%以下不计分。	88.89%	1
	人员管理制度健全性	1	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。	健全	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。	健全	1
	机构建设	业务学习与培训及	1	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	= 100%	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%

		时完成率		况。				
		纪检监察工作有效性	1	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。	有效	①完成纪检监察工作，未发生重大违纪情况计1分；②发生重大违纪情况计0分。	有效	1
		组织建设工作及时完成率	1	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。	=100%	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
履职	经济效益	项目完成的及时性	10	考察南京文旅信息化提升及推广运用项目完成的及时情况。	及时	项目完成及时计10分，其余情况酌情计分。	及时	10
	社会效益	开展信息化宣传推广活动次数	10	反映开展信息化宣传推广活动次数。	=1次	完成目标数计10分，在目标数以下则按完成数与目标值的比值，乘以10分计分。	1次	10

		经费支出合规性	10	考察经费支出合规情况。	合规	经费支出合规，计 10 分；其余情况酌情计分。	合规	10
效益	社会效益	是否具备良好的社会效益	15	考察本年度工作开展是否具备良好的社会效益。	是	社会公众对文旅市场认可度高，最大限度地利用有限的资源满足社会上人们日益增长的物质文化需求计 15 分，其余情况酌情计分。	是	13
	生态效益	是否对生态环境有不良影响	8	考察本年度工作开展是否对生态环境产生不良影响。	否	本年度工作开展没有对生态环境产生不良影响计 8 分，其余情况酌情计分。	否	8
合计			100					92.88