

苏州市级财政支出项目绩效自我评价报告

苏州市级财政支出项目绩效自评表										
项目名称		全域旅游发展经费			项目年份		2025			
项目主管部门(单位)		苏州市文化广电和旅游局								
市级预算执行情况(万元)	年初预算数	当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数		财政拨款数		指标结余数		指标结余收回数		
	6848	498		5732.06		1613.94		1613.94		
市级财政资金使用情况(万元)	财政拨款数	实际支付数	资金结余、结转数		其中：					
	5732.06	5192.75	539.31		结转数		财政收回数			
					0		539.31			
项目资金构成（详细列出各子项目名称和金额）										
子项名称		调整预算数（万元）			实际支出数（万元）					
合计		6848			5192.75					
世界级旅游目的地建设		2350			2448.34					
苏州文旅营销推广		1225			1009.92					
文旅人才培养		220			134.3					
游客满意度提升		903			660.2					
世界级景区建设		1870			507.13					
苏州智慧文旅平台建设与运营		280			432.86					
项目	类别		指标名称		目标值		权重		实际完成值	自评分
项目绩效实现情况（72分）	决策目标	立项依据充分性	充分	0.5		100%	0.5			
		立项程序规范性		0.5		100%	0.5			
		绩效指标明确性		0.5		100%	0.5			

		绩效 目标 合理 性		0.5	100 %	0.5
		资金 分配 合理 性		1	100 %	1
		预算 编制 科学 性		0.5	100 %	0.5
		预算 执行 率	=100%	8	90. 59%	4.24
		资金 到位 率		0.5	100 %	0.5
		资金 使用 合规 性		2	100 %	2
		管理 制度 健全 性		1	100 %	1
		制度 执行 有效 性		2	100 %	2
		专题 数据 分析 模型 数量	=2 个	1	2 个	1
		国际 博物 馆日 活动 次数		1	1 次	1

		旅游 新产 品、 新线 路开 发		1	24 条	1
		举办 “旅 游+” 相关 活动 场次 数		1	2 次	1
		暗访 乡镇 街道 文化 站数 量		1	90 家	1
		传统 媒体 渠道 宣传 信息 报道 条数		1	100 条	1
		外语 导游 奖励 人数		1	20 人	1
		软文 撰写 篇数		1	200 篇	1
		组织 文旅 人才 培训 次数		1	6 次	1
		举办 国际 推广 活动 场次		1	2 次	1

		重点课题 研究数量		1	6 个	1
		举办入境游市场线上线下推广活动场次		1	12 次	1
		举办苏州旅游季发布活动次数		1	4 次	1
		安全演练次数		1	4 次	1
		举办寒山寺新年听钟声活动次数		1	1 次	1
		省级以上等级旅游载体评选参与数		1	7 家	1
		安全演练流程执行率		1	100 %	1

		苏州市文旅指挥中心系统故障处理率		1	100%	1
		博物馆年检合格率		1	100%	1
		苏州旅游季发布活动内容符合度		1	100%	1
		外语导游奖励补贴发放率		1	100%	1
		扶持资金到位及时性		1	100%	1
		举办苏州旅游季节发布活动及时性		1	100%	1
		外语导游奖励发放及时性		1	100%	1

		安全 演练 及时 性		1	100 %	1
		博物 馆社 区、 校园 推广 覆盖 人数	=500 人	1. 2	500 人	1. 2
		新增 A 级 景区 数		1. 2	2 家	1. 2
		专业 媒体 宣传 报道 篇数		1. 2	2 篇	1. 2
		对客 客流 调控 应用 累计 点击 量		1. 2	15. 382 万 次	1. 2
		国际 博物 馆日 活动 参与 博物 馆数		1. 2	50 家	1. 2
		寒山 寺新 年听 钟声 活动 在线 观看 人次		1. 2	400 万 人	1. 2

		境外新媒体平台发帖量		1.2	420条	1.2
		公共安全综合演练问题整改率		1.2	100%	1.2
		国际推广活动、入境游市场线上线下推广活动及新媒体平台推文累计曝光量		1.2	520万	1.2
		传统媒体渠道宣传专版专栏数量		1.2	2个	1.2
		舆情监测报告数量		1.2	70个	1.2

		纳入统计旅游区点游客接待量增速		1.2	11.5%	1.2
		文旅人才培养板块覆盖率		1.2	100%	1.2
		出具暗访测评报告数		1.2	3份	1.2
		国内游客总量全省排名		1.2	2名	1.2
		文旅专题数据报告份数		1.2	23份	1.2
		各渠道新媒体曝光及阅读量		1.2	1.15亿	1.2
		日常舆情监测评估报告数量		1.2	2个	1.2

		国内 旅游 收入 全省 排名		1.2	2 名	1.2	
		旅游 业总 收入 全省 排名		1.2	2 名	1.2	
		旅游 外汇 收入 全省 排名		1.2	1 名	1.2	
		苏州 旅游 产品 满意 度	=90%	1.2	90. 09%	1.2	
		苏州 整体 印象 满意 度		1.2	90. 76%	1.2	
		苏州 旅游 服务 满意 度		1.2	90. 12%	1.2	
		苏州 旅游 安全 满意 度		1.2	90. 91%	1.2	
合计							68.24

填表说明：1. “年初预算数”填预算批复数；“当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数”填当年使用上年结余、结转数以及追加或追减预算数；“财政拨款数”填财政部门实际拨付的款项数；“实际支付数”填资金实际支付到最终使用者的数额；“结转数”填结转以后年度使用的资金数；“财政收回数”填财政部门收回的资金数。指标结余数=年初预算数+当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数-财政拨款数；计划结余数=财政拨款数-实际支付数=计划结转数+财政收回数。**2.** “决策”、“过程”类指标每个指标的权重值固定，“产出”、“效益”、“满意度”指标权重值是根据指标数量将每类指标总分值分摊到各项

指标,即各项指标分值=每类指标总分值/该类指标个数。**3.** 各项数据采集的时间节点均为 2025 年 12 月 31 日。**4.** 定性指标根据实际情况按照 100%、80%、60%、40%、20%、0 六级权重予以评分。定量指标评分规则:“产出”类每项指标的实际完成值对应预期设定的目标值,完成 100%~130%得权重值满分,超过 130%的每超过 1%扣权重值 1%;“决策”、“过程”、“满意度”类指标以 100%为满分;“效益”类每项指标的实际完成值对应预期设定的目标值,完成 100%~200%得权重值满分,超过 200%的每超过 1%扣权重值 1%;五类指标的所有指标实际完成值每低于目标值 1 个百分点相应扣减权重值的 5%;某项指标无法提供具体数值,且无说明,得 0 分。

项目基本情况

项目概况	全域旅游发展经费项目旨在市委市政府的领导下,通过一系列文旅宣传推广、举办文旅消费活动、发放补贴、优化市场服务、规范市场行为等途径不断丰富优质文旅产品供给,提升文旅服务水平,促进境内外旅游市场复苏向荣,推动文化和旅游高质量发展,满足市民和游客对美好生活的期待。
项目总目标	完成苏州旅游经济指标提升,稳定我市旅游业在国内旅游市场重要地位,提升苏州旅游目的地知名度和文旅行业服务管理水平。
年度绩效目标	完成旅游业总收入全省排名前二的目标。
项目实施情况	2025 年,全域旅游发展经费市立项目,着眼推进落实全国、全省和全市旅游高质量发展大会部署要求,抢抓文旅市场复苏机遇,持续深化文旅融合发展,主要通过以下工作开展,实现了项目的年度绩效目标,取得了较好的成效。 1.宣传推广和文旅活动方面:围绕“四季苏州 最是江南”品牌,策划举办寒山寺新年听钟声、苏州旅游季发布、国际旅游节等重点活动,全年新媒体曝光及阅读量达 1.1 亿次;创新推出“王者荣耀”联动、青春苏游记等跨界推广,打造“苏州宠你”等爆款短视频,深化区域合作,优化“君到苏州”平台功能,全年发放千万元文旅消费券,有效提升苏州文旅影响力与传播能效;通过境外新媒体平台的推广投放以及国际推广活动的开展,实现了吸引国际游客入境苏州游的效果转化;518 国际博物馆日苏州活动在苏州考古博物馆启动,苏州考古博物馆同日开馆; 2.优化市场服务方面:2025 年我局根据旅游市场主体市场需求开展苏州旅游饭店与民宿发展服务技能赋能提升活动、开展应急救护培训;苏州市文旅指挥中心持续做好运行保障工作,全年新增 24 个数据接口、527 路监控点位及 2 个主题分析页面,完成 1.2 亿条数据交换与近 70 次点调任务。推出“AI 避高峰”对客客流调控应用,提供 24 小时实时客流查询及当日各时段客流预测,支持景区周边交通及停车场信息便捷查询,同步实现景区信息查看、门票预定等功能,构建全链路服务闭环。加强对文旅人才的培训,提高文旅从业人员的素质。 3.规范市场行为方面:从“实体化”、“手册化”出发,修编行业应急预案,针对文化和旅游两大行业,在文化演出场馆和 A 级景区开展两次两个类型的共 4 次安全应急演练;从“全员化”、“专业化”出发,完成 4 轮文旅安全培训及 1 轮安全技能竞赛。安全警钟长鸣,对文旅行业的安全事故防患于未然。 4.补贴发放方面:为促进入境游,项目中部分扶持资金对承接苏州境外旅

	游团队的外语导游，按照一定条件进行奖励补贴，有效促进入境游业务；博物馆扶持资金及时足额发放至复核条件的民办博物馆。 5.文旅资源开发：围绕世界级旅游景区建设和世界级旅游目的地建设的目标，积极开拓文旅新产品新路线，对景区进行监管和提升，提高游客的体验感，吸引更多游客来苏旅游，创造更好的文旅效益。
项目管理成效	通过各项工作的有序开展，促进了文旅市场的兴旺，丰富了优质旅游产品供给，文旅消费潜力不断得以释放。 1.2025 年开发旅游新产品 17 个，新线路 7 条；.常熟红豆山庄、张家港沙洲优黄文化园通过 4A 级旅游景区景观质量评价；.纳入统计旅游区点全年游客接待量增长 11.5%；全市接待入境过夜游客超 150 万人次，全省第一；旅游创汇 189961.3 万美元，全省第一。成功获评 2026 年东亚文化之都。 苏州考古博物馆成为全省第一家考古专题博物馆。 2.通过发放补贴，有效激发外语导游入境地接积极性，提升入境游地接能力，有力推动我市入境游市场快速发展。博物馆扶持资金发放引导支持社会力量参与博物馆事业发展。 3.项目相关工作的实施对文旅市场起到了很好的服务和引导作用：苏州旅游饭店与民宿发展服务技能赋能提升活动实现旅游饭店与民宿共享优质资源、交流先进经验，旅游饭店的标准化服务与民宿的个性化体验形成合力，推动苏州旅游住宿业整体品质与竞争力提升；苏州市文旅指挥中心系统全年运行平稳，尤其在节假日期间，有效发挥文旅调度指挥数字底座核心作用，为全市文旅工作提供坚实支撑。“AI 避高峰”对客客流调控应用荣获“光华杯”千兆光网应用创新大赛人工智能专题赛二等奖。建立全域感知的文旅大数据监测分析体系，以数智化手段赋能文旅市场精准研判。 4..通过安全检查和培训演练有效提升企业基层一线人员安全生产责任意识和风险防御应急处置能力，降低文旅场馆和营运场所安全事故的发生率；
项目管理存在的问题及原因	1.尽管文旅推广活动曝光量和参与度较高，但消费转化率仍有提升空间。 2.文旅项目数量多，涉及到的业务场景复杂，部分项目需求具有突发性，年初难以精准判断项目工作量和完成时限，加大了资源分配的难度。 3.文化和旅游行业生产经营单位范围广、种类多、从业人员数量大，在当前安全生产六化推进工作中，主要参与人员为生产经营单位负责人和安全管理人员，下一步工作应深入广大行业从业人员，将六化工作落实到个人、到岗位。
进一步加强项目管理的建议	1.加强数据分析与应用，推广更多具有吸引力和消费力的文旅产品和资源，赋能文旅消费。可结合“东亚文化之都”品牌优势，进一步策划国际文旅交流活动，持续扩大入境游市场规模；建立常态化数据监测机制，精准跟踪游客规模、创汇等核心指标。 2.每季度末复盘项目执行情况，调整下一季度项目优先级与资源分配方案。 3.建议根据分行业分等级落实“六化”的要求，从市级层面指导文旅小微指导企业开展可持续性的安全培训与风险手册编制工作，重点关注行业从业人员安全技能普及、文旅行业安全视频素材和事故案例收集与传播等方面的工作，将六化工作有效落地并产生管理效益。

