

大同市文化和旅游局
2025年度单位决算公开

目 录

第一部分 概况	1
一、本部门（单位）职责	1
二、机构设置情况	3
第二部分 2025年度部门决算表	4
一、收入支出决算总表	4
二、收入决算表	6
三、支出决算表	8
四、财政拨款收入支出决算总表	10
五、一般公共预算财政拨款支出决算表	12
六、一般公共预算财政拨款基本支出决算明细表	14
七、政府性基金预算财政拨款收入支出决算表	16
八、国有资本经营预算财政拨款支出决算表	17
九、财政拨款“三公”经费支出决算表	18
十、部门决算公开相关信息统计表	19
第三部分 情况说明	20
一、收入支出决算总体情况说明	20
二、收入决算情况说明	20
三、支出决算情况说明	20
四、财政拨款收入支出决算总体情况说明	20
五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明	20
六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明	21
七、政府性基金预算财政拨款收支决算情况说明	21
八、国有资本经营预算财政拨款支出决算情况说明	21
九、财政拨款“三公”经费支出决算情况说明	22
十、其他重要事项情况说明	22
第四部分 名词解释	24
第五部分 附件	26

第一部分 概况

一、本部门（单位）职责

（一）贯彻落实党的文化和旅游工作方针政策,组织实施关于文化、旅游和广播电视的法律法规,贯彻落实市委、市政府关于文化、旅游和广播电视工作的决策部署,研究拟订文化、旅游和广播电视政策措施,起草文化、旅游和广播电视地方性法规、规章草案。

（二）统筹规划全市文化事业、文化产业、旅游业和广播电视发展,制定发展规划和年度计划并组织实施。推进文化和旅游与相关领域的融合发展。指导协调全市基层文化和旅游、广播电视工作,指导、推进文化、旅游、广播电视领域的体制机制改革。

（三）管理全市性重大文化和旅游活动,组织全市旅游整体形象推广,促进文化产业和旅游产业对外合作和国际、国内市场推广。制定旅游市场开发战略并组织实施。提高旅游资源开发利用效能,指导、推进全域旅游。指导、监督市级重点文化旅游广播电视基础设施建设和基层文化设施建设。指导、协调广播电视全市性重大宣传活动,指导实施广播电视节目评价工作。

（四）指导、管理全市文艺事业,指导协调艺术创作生产,扶持体现社会主义核心价值观、具有导向性代表性示范性的文艺作品,推动各门类艺术、各艺术品种发展。

（五）负责公共文化事业发展,推进公共文化服务体系和旅游公共服务体系建设,深入开展文化惠民工程和公益活动,统筹推进基本公共文化服务标准化、均等化。指导建立健全全市智慧旅游、旅游集散、旅游公共信息和咨询服务平台体系,推动旅游服务便利化。

（六）指导、推进全市文化、旅游、广播电视科技创新发展,推动科技研究成果的推广应用。推进文化和旅游行业信息化标准化建设。管理全市艺术教育、文化科技研究工作,指导艺术教育体制改革。拟订全市艺术教育、文化科技发展规划并组织实施。组织实施旅游区、旅游设施、旅游服务、旅游产品等方面的国家标准和行业标准,会同有关部门拟订全市旅游业的地方性标准并组织实施。

（七）贯彻落实国家有关非物质文化遗产保护政策,负责全市非物质文化遗产保护,拟订非物质文化遗产保护规划,组织实施非物质文化遗产的保护、传承、普及、弘扬和振兴

（八）统筹规划文化旅游产业,组织实施文化和旅游资源普查、挖掘、保护和利用工作,促进文化产业和旅游产业发展。指导重点旅游区域、旅游目的地和旅游线路的规

划开发,引导休闲度假。负责对旅游景区、景点质量等级评定和公告。负责假日旅游、特种旅游和红色旅游工作。对从事编制旅游规划的单位进行资质认证管理。承担市政府旅游改革发展领导小组的日常工作。指导培育文化和旅游新产品、新业态,组织构建旅游产业体系。对工艺美术进行行业管理。

(九)拟订全市文化和旅游市场发展规划,指导文化和旅游市场发展,对文化和旅游市场经营进行行业监管,推进文化和旅游行业信用体系建设,依法规范文化和旅游市场。强化对全市旅游市场秩序和服务质量的综合监管,建立健全旅游综合协调、旅游案件联合查办、旅游投诉统一受理等综合监管机制,引导全社会文明旅游。监测旅游经济运行,负责旅游统计及行业信息发布。综合协调、监督管理旅游业安全,指导应急救援工作。管理公民出国(境)旅游、边境旅游,负责出境组团社的初审。

(十)负责文化、旅游、广播电视行政审批工作。负责对行业社会组织进行登记审查、核准和日常管理、监督。指导行业组织的业务工作。

(十一)指导全市文化市场综合执法,组织查处全市文化、旅游、广播电视等市场的违法行为,督查督办大案要案,维护市场秩序。

(十二)贯彻落实国家文化、旅游、广播电视对外及对港澳台交流政策,指导、管理文化、旅游、广播电视对外及对港澳台交流、合作和宣传推广工作,组织实施重大文化和旅游对外及对港澳台交流活动。

(十三)加强广播电视阵地管理。负责对各类广播电视机构进行业务指导和行业监管,会同有关部门对网络视听节目服务机构进行管理。监督管理、审查广播电视节目、网络视听节目的内容和质量。指导、监管广播电视广告播放。

(十四)组织制定广播电视科技发展规划、政策和行业技术标准并组织实施和监督检查。负责对广播电视节目传输覆盖、监测和安全播出进行监督,指导、推进全市应急广播体系建设。指导、协调广播电视系统安全和保卫工作。负责推进广播电视与新媒体新技术新业态融合发展,推进广电网与电信网、互联网三网融合。

(十五)制定并组织实施全市文化、旅游、广播电视行业人才教育培训规划,组织实施从业人员职业资格制度和等级制度。

(十六)完成市委、市政府交办的其他任务。

(十七)职能转变。市文化和旅游局要加强公共服务和产业发展,推进体制机制改革和媒体融合发展。加强相关机构配合联动,优化协同高效。转变管理理念,创新管理方式,充分发挥市场调节、社会监督和行业自律作用。减少、下放具体的行政审批事项,加强事中事后监管和服务。

(十八)有关职责分工。与文物领域紧密相关的重要事项,由市文化和旅游局牵头与市文物局以联席会议制度进行协调协商。

二、机构设置情况

根据主要职责,市文旅局机关设15个内设机构,分别是:党组办公室(机关党办)、办公室、人事科、财务科、政策法规科(行政审批管理科)、改革发展科、艺术科、公共服务科、科技教育科、非物质文化遗产科、产业发展科、资源开发科、市场管理科、宣传交流合作科、广播电视管理科。

第二部分 2025年度部门决算表

收入支出决算总表

公开01表

部门名称：大同市文化和旅游局

2025年度

金额单位：万元

收入			支出		
项目	行次	金额	项目	行次	金额
栏次		1	栏次		2
一、一般公共预算财政拨款收入	1	5870.41	一、一般公共服务支出	32	
二、政府性基金预算财政拨款收入	2	472.26	二、外交支出	33	
三、国有资本经营预算财政拨款收入	3		三、国防支出	34	
四、上级补助收入	4		四、公共安全支出	35	
五、事业收入	5		五、教育支出	36	
六、经营收入	6		六、科学技术支出	37	
七、附属单位上缴收入	7		七、文化旅游体育与传媒支出	38	5589.02
八、其他收入	8	0.05	八、社会保障和就业支出	39	306.55
	9		九、卫生健康支出	40	43.03
	10		十、节能环保支出	41	
	11		十一、城乡社区支出	42	124.13
	12		十二、农林水支出	43	
	13		十三、交通运输支出	44	
	14		十四、资源勘探工业信息等支出	45	
	15		十五、商业服务业等支出	46	
	16		十六、金融支出	47	
	17		十七、援助其他地区支出	48	
	18		十八、自然资源海洋气象等支出	49	
	19		十九、住房保障支出	50	75.94
	20		二十、粮油物资储备支出	51	
	21		二十一、国有资本经营预算支出	52	
	22		二十二、灾害防治及应急管理支出	53	
	23		二十三、其他支出	54	204.00

	24		二十四、债务还本支出	55	
	25		二十五、债务付息支出	56	
	26		二十六、抗疫特别国债安排的支出	57	
本年收入合计	27	6342.71	本年支出合计	58	6342.67
使用非财政拨款结余（含专用结余）	28		结余分配	59	
年初结转和结余	29	62.44	年末结转和结余	60	62.49
	30			61	
总计	31	6405.16	总计	62	6405.16

注：本表反映部门本年度的总收支和年末结转结余情况。本套报表金额单位转换时可能存在尾数误差。

收入決算表

公开02表

部门名称：大同市文化和旅游局

2025年度

金额单位：万元

项目		本年收入合计	财政拨款收入	上级补助收入	事业收入	经营收入	附属单位上缴收入	其他收入
科目代码	科目名称							
栏次		1	2	3	4	5	6	7
合计		6342.71	6342.67					0.05
207	文化旅游体育与传媒支出	5589.07	5589.02					0.05
20701	文化和旅游	5197.82	5197.77					0.05
2070101	行政运行	657.62	657.57					0.05
2070102	一般行政管理事务	93.81	93.81					
2070107	艺术表演团体	2336.46	2336.46					
2070108	文化活动	407.50	407.50					
2070111	文化创作与保护	78.91	78.91					
2070113	旅游宣传	1471.73	1471.73					
2070114	文化和旅游管理事务	4.00	4.00					
2070199	其他文化和旅游支出	147.79	147.79					
20709	旅游发展基金支出	144.13	144.13					
2070904	地方旅游开发项目补助	144.13	144.13					
20799	其他文化旅游体育与传媒支出	247.12	247.12					
2079999	其他文化旅游体育与传媒支出	247.12	247.12					
208	社会保障和就业支出	306.55	306.55					
20805	行政事业单位养老支出	302.80	302.80					
2080501	行政单位离退休	220.55	220.55					
2080502	事业单位离退休	6.19	6.19					
2080505	机关事业单位基本养老保险缴费支出	76.05	76.05					
20807	就业补助	3.75	3.75					
2080799	其他就业补助支出	3.75	3.75					
210	卫生健康支出	43.03	43.03					
21007	计划生育事务	0.24	0.24					
2100799	其他计划生育事务支出	0.24	0.24					
21011	行政事业单位医疗	42.79	42.79					
2101101	行政单位医疗	33.28	33.28					
2101103	公务员医疗补助	9.51	9.51					

212	城乡社区支出	124.13	124.13					
21208	国有土地使用权出让收入安排的支出	124.13	124.13					
2120899	其他国有土地使用权出让收入安排的支出	124.13	124.13					
221	住房保障支出	75.94	75.94					
22102	住房改革支出	75.94	75.94					
2210201	住房公积金	69.31	69.31					
2210202	提租补贴	6.62	6.62					
229	其他支出	204.00	204.00					
22904	其他政府性基金及对应专项债务收入安排的支出	204.00	204.00					
2290402	其他地方自行试点项目收益专项债券收入安排的支出	204.00	204.00					

注：本表反映部门本年度取得的各项收入情况。

支出決算表

公开03表

部门名称：大同市文化和旅游局

2025年度

金额单位：万元

项目		本年支出合计	基本支出	项目支出	上缴上级支出	经营支出	对附属单位补助支出
科目代码	科目名称						
栏次		1	2	3	4	5	6
合计		6342.67	1216.37	5126.29			
207	文化旅游体育与传媒支出	5589.02	794.61	4794.41			
20701	文化和旅游	5197.77	794.61	4403.16			
2070101	行政运行	657.57	657.57				
2070102	一般行政管理事务	93.81		93.81			
2070107	艺术表演团体	2336.46	137.04	2199.42			
2070108	文化活动	407.50		407.50			
2070111	文化创作与保护	78.91		78.91			
2070113	旅游宣传	1471.73		1471.73			
2070114	文化和旅游管理事务	4.00		4.00			
2070199	其他文化和旅游支出	147.79		147.79			
20709	旅游发展基金支出	144.13		144.13			
2070904	地方旅游开发项目补助	144.13		144.13			
20799	其他文化旅游体育与传媒支出	247.12		247.12			
2079999	其他文化旅游体育与传媒支出	247.12		247.12			
208	社会保障和就业支出	306.55	302.80	3.75			
20805	行政事业单位养老支出	302.80	302.80				
2080501	行政单位离退休	220.55	220.55				
2080502	事业单位离退休	6.19	6.19				
2080505	机关事业单位基本养老保险缴费支出	76.05	76.05				
20807	就业补助	3.75		3.75			
2080799	其他就业补助支出	3.75		3.75			
210	卫生健康支出	43.03	43.03				
21007	计划生育事务	0.24	0.24				
2100799	其他计划生育事务支出	0.24	0.24				
21011	行政事业单位医疗	42.79	42.79				
2101101	行政单位医疗	33.28	33.28				
2101103	公务员医疗补助	9.51	9.51				
212	城乡社区支出	124.13		124.13			

21208	国有土地使用权出让收入安排的支出	124.13		124.13			
2120899	其他国有土地使用权出让收入安排的支出	124.13		124.13			
221	住房保障支出	75.94	75.94				
22102	住房改革支出	75.94	75.94				
2210201	住房公积金	69.31	69.31				
2210202	提租补贴	6.62	6.62				
229	其他支出	204.00		204.00			
22904	其他政府性基金及对应专项债务收入安排的支出	204.00		204.00			
2290402	其他地方自行试点项目收益专项债券收入安排的支出	204.00		204.00			

注：本表反映部门本年度各项支出情况。

财政拨款收入支出决算总表

公开04表

部门名称：大同市文化和旅游局 2025年度 金额单位：万元

收入			支出					
项目	行次	金额	项目	行次	合计	一般公共预算财政拨款	政府性基金预算财政拨款	国有资本经营预算财政拨款
栏次		1	栏次		2	3	4	5
一、一般公共预算财政拨款	1	5870.41	一、一般公共服务支出	33				
二、政府性基金预算财政拨款	2	472.26	二、外交支出	34				
三、国有资本经营预算财政拨款	3		三、国防支出	35				
	4		四、公共安全支出	36				
	5		五、教育支出	37				
	6		六、科学技术支出	38				
	7		七、文化旅游体育与传媒支出	39	5589.02	5444.89	144.13	
	8		八、社会保障和就业支出	40	306.55	306.55		
	9		九、卫生健康支出	41	43.03	43.03		
	10		十、节能环保支出	42				
	11		十一、城乡社区支出	43	124.13		124.13	
	12		十二、农林水支出	44				
	13		十三、交通运输支出	45				
	14		十四、资源勘探工业信息等支出	46				
	15		十五、商业服务业等支出	47				
	16		十六、金融支出	48				
	17		十七、援助其他地区支出	49				
	18		十八、自然资源海洋气象等支出	50				
	19		十九、住房保障支出	51	75.94	75.94		
	20		二十、粮油物资储备支出	52				

	21		二十一、国有资本经营预算支出	53				
	22		二十二、灾害防治及应急管理支出	54				
	23		二十三、其他支出	55	204.00		204.00	
	24		二十四、债务还本支出	56				
	25		二十五、债务付息支出	57				
	26		二十六、抗疫特别国债安排的支出	58				
本年收入合计	27	6342.67	本年支出合计	59	6342.67	5870.41	472.26	
年初财政拨款结转和结余	28	3.44	年末财政拨款结转和结余	60	3.44	3.44		
一般公共预算财政拨款	29	3.44		61				
政府性基金预算财政拨款	30			62				
国有资本经营预算财政拨款	31			63				
总计	32	6346.11	总计	64	6346.11	5873.85	472.26	

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款、政府性基金预算财政拨款和国有资本经营预算财政拨款的总收支和年末结转结余情况。

一般公共预算财政拨款支出决算表

公开05表

部门名称：大同市文化和旅游局

2025年度

金额单位：万元

项目		本年支出		
科目代码	科目名称	小计	基本支出	项目支出
栏次		1	2	3
合计		5870.41	1216.37	4654.03
207	文化旅游体育与传媒支出	5444.89	794.61	4650.28
20701	文化和旅游	5197.77	794.61	4403.16
2070101	行政运行	657.57	657.57	
2070102	一般行政管理事务	93.81		93.81
2070107	艺术表演团体	2336.46	137.04	2199.42
2070108	文化活动	407.50		407.50
2070111	文化创作与保护	78.91		78.91
2070113	旅游宣传	1471.73		1471.73
2070114	文化和旅游管理事务	4.00		4.00
2070199	其他文化和旅游支出	147.79		147.79
20799	其他文化旅游体育与传媒支出	247.12		247.12
2079999	其他文化旅游体育与传媒支出	247.12		247.12
208	社会保障和就业支出	306.55	302.80	3.75
20805	行政事业单位养老支出	302.80	302.80	
2080501	行政单位离退休	220.55	220.55	
2080502	事业单位离退休	6.19	6.19	
2080505	机关事业单位基本养老保险缴费支出	76.05	76.05	
20807	就业补助	3.75		3.75
2080799	其他就业补助支出	3.75		3.75
210	卫生健康支出	43.03	43.03	
21007	计划生育事务	0.24	0.24	
2100799	其他计划生育事务支出	0.24	0.24	
21011	行政事业单位医疗	42.79	42.79	
2101101	行政单位医疗	33.28	33.28	
2101103	公务员医疗补助	9.51	9.51	
221	住房保障支出	75.94	75.94	
22102	住房改革支出	75.94	75.94	
2210201	住房公积金	69.31	69.31	

2210202	提租补贴	6.62	6.62	
---------	------	------	------	--

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款支出情况。

一般公共预算财政拨款基本支出决算明细表

公开06表

部门名称：大同市文化和旅游局

2025年度

金额单位：万元

人员经费			公用经费								
科目代码	科目名称	决算数	科目代码	科目名称	决算数	科目代码	科目名称	决算数	科目代码	科目名称	决算数
301	工资福利支出	912.82	302	商品和服务支出	79.68	307	债务利息及费用支出		31011	地上附着物和青苗补偿	
30101	基本工资	283.60	30201	办公费	6.73	30701	国内债务付息		31012	拆迁补偿	
30102	津贴补贴	279.17	30202	印刷费		30702	国外债务付息		31013	公务用车购置	
30103	奖金	140.12	30204	手续费	0.10	30703	国内债务发行费用		31019	其他交通工具购置	
30106	伙食补助费		30205	水费		30704	国外债务发行费用		31021	文物和陈列品购置	
30107	绩效工资		30206	电费		309	资本性支出（基本建设）	————	31022	无形资产购置	
30108	机关事业单位基本养老保险缴费	89.45	30207	邮电费	3.00	30901	房屋建筑物购建	————	31099	其他资本性支出	
30109	职业年金缴费	6.70	30208	取暖费		30902	办公设备购置	————	311	对企业补助（基本建设）	————
30110	职工基本医疗保险缴费	33.28	30209	物业管理费		30903	专用设备购置	————	31101	资本金注入（基本建设）	————
30111	公务员医疗补助缴费	9.51	30211	差旅费	7.79	30905	基础设施建设	————	31199	其他对企业补助	————
30112	其他社会保障缴费	1.67	30212	因公出国（境）费用		30906	大型修缮	————	312	对企业补助	
30113	住房公积金	69.31	30213	维修（护）费		30907	信息网络及软件购置更新	————	31201	资本金注入	

30114	医疗费		30214	租赁费		30908	物资储备	————	31203	政府投资基金股权投资	
30199	其他工资福利支出		30215	会议费		30913	公务用车购置	————	31204	费用补贴	
303	对个人和家庭的补助	223.87	30216	培训费		30919	其他交通工具购置	————	31205	利息补贴	
30301	离休费	14.93	30217	公务接待费		30921	文物和陈列品购置	————	31206	其他资本性补助	
30302	退休费	172.78	30218	专用材料费		30922	无形资产购置	————	31299	其他对企业补助	
30303	退职（役）费		30224	被装购置费		30999	其他基本建设支出	————	313	对社会保障基金补助	
30304	抚恤金	31.24	30225	专用燃料费		310	资本性支出		31302	对社会保险基金补助	
30305	生活补助	0.01	30226	劳务费		31001	房屋建筑物购建		31303	补充全国社会保障基金	
30306	救济费		30227	委托业务费		31002	办公设备购置		31304	对机关事业单位职业年金的补助	
30307	医疗费补助		30228	工会经费	3.86	31003	专用设备购置		399	其他支出	
30308	助学金		30229	福利费	10.68	31005	基础设施建设		39907	国家赔偿费用支出	
30309	奖励金	4.91	30231	公务用车运行维护费	0.26	31006	大型修缮		39908	对民间非营利组织和群众性自治组织补贴	
30310	个人农业生产补贴		30239	其他交通费用	41.65	31007	信息网络及软件购置更新		39909	经常性赠与	
30311	代缴社会保险费		30240	税金及附加费用		31008	物资储备		39910	资本性赠与	
30399	其他对个人和家庭的补助		30299	其他商品和服务支出	5.61	31009	土地补偿		39999	其他支出	
						31010	安置补助				
人员经费合计		1136.69	公用经费合计								79.68

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款基本支出明细情况。

政府性基金预算财政拨款收入支出决算表

公开07表

部门名称：大同市文化和旅游局2025年度单位：万元

项目		年初结转和 结余	本年收入	本年支出			年末结转和 结余
科目代码	科目名称			小计	基本支出	项目支出	
栏次		1	2	3	4	5	6
合计			472.26	472.26		472.26	
207	文化旅游体育与传媒支出		144.13	144.13		144.13	
20709	旅游发展基金支出		144.13	144.13		144.13	
2070904	地方旅游开发项目补助		144.13	144.13		144.13	
212	城乡社区支出		124.13	124.13		124.13	
21208	国有土地使用权出让收入安 排的支出		124.13	124.13		124.13	
2120899	其他国有土地使用权出让收 入安排的支出		124.13	124.13		124.13	
229	其他支出		204.00	204.00		204.00	
22904	其他政府性基金及对应专项 债务收入安排的支出		204.00	204.00		204.00	
2290402	其他地方自行试点项目收益 专项债券收入安排的支出		204.00	204.00		204.00	

注：本表反映部门本年度政府性基金预算财政拨款收入、支出及结转和结余情况。

国有资本经营预算财政拨款支出决算表

公开08表

部门名称：大同市文化和旅游局2025年度单位：万元

项目		本年支出		
科目代码	科目名称	合计	基本支出	项目支出
栏次		1	2	3
合计				

注：本表反映部门本年度国有资本经营预算财政拨款支出情况。

说明：本表无数据

财政拨款“三公”经费支出决算表

公开09表

部门名称：大同市文化和旅游局

2025年度

金额单位：万元

预算数						决算数					
合计	因公出国 (境) 费	公务用车购置及运行维护费			公务接待 费	合计	因公出国 (境) 费	公务用车购置及运行维护费			公务接待 费
		小计	公务用车 购置费	公务用车 运行维护费				小计	公务用车 购置费	公务用车 运行维护费	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
0.26		0.26		0.26		0.26		0.26		0.26	

注：本表反映部门本年度“三公”经费支出预决算情况。其中，预算数为“三公”经费全年预算数，反映按规定程序调整后的预算数；决算数是包括当年财政拨款和以前年度结转资金安排的实际支出。

部门决算公开相关信息统计表

公开10表

单位名称：大同市文化和旅游局

2025年度

金额单位：万元

一、政府采购情况		
项目	行次	统计数
合计	1	1254.00
货物	2	
工程	3	357.80
服务	4	896.20
二、机关运行经费		
项目		统计数
（一）行政单位	5	79.68
（二）参照公务员法管理事业单位	6	
三、国有资产占用情况		
（一）车辆数合计（辆）	7	1
1. 副部（省）级及以上领导用车	8	
2. 主要负责人用车	9	
3. 机要通信用车	10	
4. 应急保障用车	11	
5. 执法执勤用车	12	
6. 特种专业技术用车	13	
7. 离退休干部服务用车	14	
8. 其他用车	15	1
（二）单价100万元（含）以上设备（不含车辆）	17	

注：本表反映部门本年度政府采购、机关运行经费和国有资产占用情况。

第三部分 情况说明

一、收入支出决算总体情况说明

2025年度收入总计6,405.16万元，支出总计6,405.16万元。与上年相比，收入总计减少1,860.46万元，下降22.51%，支出总计减少1,860.46万元，下降22.51%。主要原因是2025年度艺校工程项目资金较上年减少，导致支出总计下降。

二、收入决算情况说明

2025年度收入合计6,342.71万元，其中：

财政拨款收入6,342.67万元，占比100.00%；

其他收入0.05万元，占比0.00%。

三、支出决算情况说明

2025年度支出合计6,342.67万元，其中：

基本支出1,216.37万元，占比19.18%；

项目支出5,126.29万元，占比80.82%。

四、财政拨款收入支出决算总体情况说明

2025年度财政拨款收入总计6,346.11万元，支出总计6,346.11万元。与上年相比，财政拨款收入总计减少1,860.51万元，下降22.67%；财政拨款支出总计减少1,860.51万元，下降22.67%。主要原因是2025年度艺校工程项目资金较上年减少，导致财政拨款收支下降。

五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明

（一）一般公共预算财政拨款支出决算总体情况

2025年一般公共预算财政拨款决算支出5,870.41万元，占本年支出合计的92.55%。与上年相比，一般公共预算财政拨款支出减少2,197.37万元，下降27.24%。主要原因是2025年度艺校工程项目资金较上年减少，导致一般公共预算财政拨款支出下降。

（二）一般公共预算财政拨款支出决算结构情况

2025年度一般公共预算财政拨款支出5,870.41万元，主要用于以下方面：

文化旅游体育与传媒支出(类)5,444.89万元，占比92.75%；

社会保障和就业支出(类)306.55万元，占比5.22%；

卫生健康支出(类)43.03万元，占比0.73%；

住房保障支出(类)75.94万元，占比1.29%。

（三）一般公共预算财政拨款支出决算具体情况

2025年度一般公共预算财政拨款支出年初预算4,334.48万元，支出决算5,870.41万元，完成年初预算的135.44%。其中：

文化旅游体育与传媒支出年初预算3,956.24万元，支出决算5,444.89万元，完成年初预算的137.63%，用于基本工资、津贴补贴、奖金、社会保障缴费、办公费、印刷费、手续费、邮电费、差旅费、会议费、取暖费、租赁费、劳务费、委托业务费、福利费、其他交通费用、其他商品和服务支出、生活补助、设备购置等。较上年决算增加71.83万元，增长1.34%，主要原因是增加大同市应急广播建设体系设备购置费用。

社会保障和就业支出年初预算260.87万元，支出决算306.55万元，完成年初预算的117.51%，用于机关事业单位基本养老保险、其他商品和服务支出、离休费、退休费、抚恤金、生活补助、奖励金等。较上年决算减少263.59万元，下降46.23%，主要原因是2025年人员减少。

卫生健康支出年初预算41.66万元，支出决算43.03万元，完成年初预算的103.29%，用于职工基本医疗保险缴费、公务员医疗补助缴费、奖励金等。较上年决算减少0.24万元，下降0.55%，主要原因是2025年人员减少。

住房保障支出年初预算75.71万元，支出决算75.94万元，完成年初预算的100.30%，用于津贴补贴、住房公积金。较上年决算减少5.36万元，下降6.59%，主要原因是2025年人员减少。

六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明

2025年度财政拨款基本支出1,216.37万元，其中：

人员经费1,136.69万元，主要包括基本工资、津贴补贴、奖金、机关事业单位基本养老保险缴费、职业年金缴费、职工基本医疗保险缴费、公务员医疗补助缴费、其他社会保障缴费、住房公积金、离休费、退休费、抚恤金、生活补助、奖励金等；

公用经费79.68万元，主要包括办公费、手续费、邮电费、差旅费、工会经费、福利费、公务用车运行维护费、其他交通费用、其他商品和服务支出等。

七、政府性基金预算财政拨款收支决算情况说明

2025年度政府性基金预算财政拨款收入总计472.26万元，支出总计472.26万元。与上年相比，政府性基金预算财政拨款收入总计增加336.86万元，增长248.79%；政府性基金预算财政拨款支出总计增加336.86万元，增长248.79%。主要原因是2025年新增化债资金，导致政府性基金预算财政拨款收支增长。

八、国有资本经营预算财政拨款支出决算情况说明

本年度无此项支出。

九、财政拨款“三公”经费支出决算情况说明

（一）“三公”经费财政拨款支出决算总体情况说明

2025年度“三公”经费财政拨款支出全年预算0.26万元，支出决算0.26万元，完成全年预算的100.00%，比上年度减少17.05万元，下降98.5%，主要原因是：2025年本单位无因公出国（境）支出。其中：

因公出国（境）费支出0万元，比上年度减少17.07万元，下降100%，主要原因是：本单位无因公出国（境）支出；

公务用车购置费支出0万元，与上年相同，主要原因是：本单位无公务用车购置费支出；

公务用车运行维护费支出0.26万元，完成全年预算的100.00%，比上年度增加0.02万元，增长8.33%，主要原因是：2025年公务用车北斗车载定位服务费支出增加；

公务接待费支出0万元，与上年相同，主要原因是：本单位无公务接待费支出。

（二）“三公”经费财政拨款支出决算具体情况说明

1、因公出国（境）费支出0万元，出国（境）团组共0个，0人次。主要用于：本单位无因公出国（境）支出。

2、公务用车购置支出0万元，使用财政拨款共购置公务用车0辆，主要用于：本单位无公务用车购置费支出。

3、公务用车运行维护费支出0.26万元，使用财政拨款负担的公务用车保有量共1辆，主要用于：缴纳车辆保险、加油、终端定位服务费。

4、公务接待费支出0万元，共接待0批次，0人次。国内接待费0万元，共接待0批次，0人次，其中外事接待费0万元，共接待0批次，0人次，主要是本单位无公务接待费支出；国（境）外接待费0万元，共接待国（境）外0批次，0人次，主要是本单位无公务接待费支出。

十、其他重要事项情况说明

（一）机关运行经费支出情况说明

2025年机关运行经费支出79.68万元，比2024年减少3.90万元，下降4.67%，主要原因人员减少。

（二）政府采购情况说明

2025年度政府采购支出总额1,254.00万元，其中：政府采购货物支出0万元、政府采购工程支出357.80万元、政府采购服务支出896.20万元。政府采购授予中小企业

合同金额0万元。其中：授予小微企业合同金额0万元。

（三）国有资产占用情况说明

截至2025年12月31日，本部门（单位）共有车辆1辆。其中：其他用车1辆，其他用车主要是公务用车。单价100万元（含）以上设备（不含车辆）0台（套）。

（四）预算绩效情况说明

1、预算绩效管理工作的开展情况

2025年二级项目绩效自评个数71个，涉及资金5126.29万元：63个项目自评等级为“优”，7个项目自评等级为“良”，1个项目自评等级为“差”。对于自评结果为“中”和“差”的项目，前期通过调整项目预算造成原有项目自评结果不佳，采取的改进管理措施为下一步将区分新旧项目，单独逐项开展绩效自评。

2、其他需要说明的事项

无。

第四部分 名词解释

- 一、财政拨款收入：指单位从同级财政部门取得的财政预算资金。
- 二、事业收入：指事业单位开展专业业务活动及辅助活动取得的收入。
- 三、经营收入：指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动取得的收入。
- 四、其他收入：指单位取得的除上述收入以外的各项收入。主要是事业单位固定资产出租收入、存款利息收入等。
- 五、使用非财政拨款结余（含专用结余）：指单位按照预算管理要求使用非财政拨款结余弥补收支差额的金额，以及使用专用结余安排支出的金额。
- 六、年初结转和结余：指单位以前年度尚未完成、结转到本年仍按原规定用途继续使用的资金，或项目已完成等产生的结余资金。
- 七、结余分配：指事业单位按照会计制度规定缴纳的所得税、提取的专用结余以及转入非财政拨款结余的金额等。
- 八、年末结转和结余：指单位按有关规定结转到下年或以后年度继续使用的资金，或项目已完成等产生的结余资金。
- 九、基本支出：指为保障机构正常运转、完成日常工作任务而发生的人员支出和公用经费支出。
- 十、项目支出：指在基本支出之外为完成特定行政任务和事业发展目标所发生的支出。
- 十一、“三公”经费：指各级部门、单位用财政拨款安排的因公出国（境）费、公务用车购置及运行维护费和公务接待费支出。其中，因公出国（境）费反映单位公务出国（境）的国际旅费、国外城市间交通费、住宿费、伙食费、培训费、公杂费等支出；公务用车购置费反映公务用车车辆购置支出（含车辆购置税、牌照费）；公务用车运行维护费反映单位按规定保留的公务用车燃料费、新能源汽车充电费、维修费、过路过桥费、保险费、安全奖励费用等支出；公务接待费反映单位按规定开支的各类公务接待（含外宾接待）费用。
- 十二、机关运行经费：指行政单位和参照公务员法管理的事业单位财政拨款基本支出中的公用经费支出。

2070101 行政运行：反映行政单位（包括实行公务员管理的事业单位）的基本支出。

2070102 一般行政管理事务：反映行政单位(包括实行公务员管理的事业单位)未单独设置项级科目的其他项目支出。

2070107 艺术表演团体：反映文化及其他部门主管的剧院(团)等艺术表演团体的支出。

2070108 文化活动：反映举办大型文化艺术活动的支出。

2070111 文化创作与保护：反映鼓励文学、艺术创作和优秀传统文化保护方面的支出。

2070113 旅游宣传：反映在境内外开展各类旅游宣传促销活动的支出，包括驻外旅游机构宣传费、境外宣传促销费、境内宣传促销费、海外记者及旅行商接待费、旅游宣传品制作费及设备购置费等。

2070114 文化和旅游管理事务：反映文化和旅游管理事务支出。

2070199 其他文化和旅游支出：反映除上述项目以外其他用于文化和旅游方面的支出。

2070904 地方旅游开发项目补助：反映旅游发展基金安排用于补助地方旅游开发项目的经费支出(通过财政专项转移支付直接拨付)。

2079999 其他文化旅游体育与传媒支出：反映除上述项目以外其他用于文化旅游体育与传媒方面的支出。

2080501 行政单位离退休：反映行政单位(包括实行公务员管理的事业单位)开支的离退休经费。

2080502 事业单位离退休：反映事业单位开支的离退休经费。

2080505 机关事业单位基本养老保险缴费支出：反映机关事业单位实施养老保险制度由单位缴纳的基本养老保险费支出。

2080799 其他就业补助支出：反映除上述项目以外按规定确定的其他用于促进就业的补助支出。

2100799 其他计划生育事务支出：反映除上述项目以外其他用于计划生育管理事务方面的支出。

2101101 行政单位医疗：反映财政部门安排的行政单位(包括实行公务员管理的事业单位，下同)基本医疗保险缴费经费，未参加医疗保险的行政单位的公费医疗费，按国家规定享受离休人员、红军老战士待遇人员的医疗经费。

2101103 公务员医疗补助：反映财政部门安排的公务员医疗补助经费。

2120899 其他国有土地使用权出让收入安排的支出：反映土地出让收入用于其他方面的支出。

2210201 住房公积金：反映行政事业单位按人力资源和社会保障部、财政部规定的基本工资和津贴补贴以及规定比例为职工缴纳的住房公积金。

2210202 提租补贴：反映按房改政策规定的标准，行政事业单位向职工(含离退休人员)发放的租金补贴。

2290402 其他地方自行试点项目收益专项债券收入安排的支出： 其他地方自行试点项目收益专项债券收入安排的支出。

第五部分 附件

化债资金—2023年度“清凉夏都”全域旅游直通车运营项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			化债资金—2023年度“清凉夏都”全域旅游直通车运营项目								
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局〔部门〕				预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因	
											目标申报数
			资金总额：			24.93	24.93	24.93	24.93	0	100%
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况					
	开展旅游惠民直通车，规划10条路线，发200趟直通车，举办一场启动仪式，每车配备跟车导游及导游培训。					完成规划12条路线，发223趟直通车，举办一场启动仪式，每车配备跟车导游及导游培训。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
	产出指标	数量指标	开通全域旅游直通车线路	＝10条	＝10条	12		10	10	无	
			运行车次	≥200趟	≥200趟	223		10	10	无	
		质量指标	设置更加全面、丰富的旅游线路	高质量完成	高质量完成	完成		10	9	无	
			时效指标	完成时限	2023年10月前完成	2023年10月前完成	2023-10-8		10	10	无
		成本指标	实际成本	24.93万元	24.93万元	24.93万元		10	10	无	
	效益指标	社会效益	为旅客提供一站式的便捷旅游方式，拉动当地农特产品销售和各项文旅消费，助推沿线乡村发展。	提高大同文化旅游知名度和美誉度。	提高大同文化旅游知名度和美誉度。	提高		15	15	无	
		可持续影响	让游客充分感受“文化大同、文明大同、微笑大同”	提高大同文化旅游知名度和美誉度。	提高大同文化旅游知名度和美誉度。	提高		15	15	无	
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥85%	≥85%	90%		10	10	无	
总分								100	99		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目预算24.93万元，实际支付24.93万元，全部支付完毕。							
		产出情况及分析		高质量完成10条旅游精品路线的规划和设置，实际规划12条，在10条的基础上增加2条热门线路；活动期间在12条线路运行200趟，实际运行223趟，发送游客8916人次，按时完成了旅游直通车的游客发送。							
		效益情况及分析		为旅客提供一站式的便捷旅游方式，拉动当地农特产品销售和各项文旅消费，助推沿线乡村发展，提高大同文化旅游知名度和美誉度。							
		满意度情况及分析		群众享受到了旅游者通车的便捷，线路规划合理，服务质量好，讲解赢得游客满意，无欺客宰客的发生，游客权益得到了最大保障。同时，宣传了大同的文旅资源，扩大了影响力，群众满意度较高。							
	主要经验做法		形成方案、成立领导小组，在充分调研的基础上设置旅游精品路线，开展安全教育、职业道德教育和制度约束，不间断的开展实地暗查和监控查看，确保按照规定路线发车，规范导游，避免欺客宰客的发生。								
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		主要问题监管次数相对较少，技术视频监控较多，听取游客的建议意见不足。								
	下一步改进措施及管理建议		下一步加大游客的问题意见建议收集，并解决实施。								

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

旅游发展基金补助地方项目 —2025年大同度假清凉—夏旅行大玩家短视频宣传活动项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			旅游发展基金补助地方项目—2025年大同度假清凉—夏旅行大玩家短视频宣传活动									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局【部门】					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数		预算编制数							
			资金总额：37			37		37		37	37	0
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况				
	组织1场短视频大赛，举办1场启动仪式，1场短视频达人座谈会，1场颁奖仪式，拍摄一部大赛宣传片，邀请不少于3位国内文旅达人。							全部完成				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	参赛账号	≥80个	≥80个	10400%		5	5	无		
			参赛视频	≥800个	≥800个	781200%		5	5	无		
			话题播放量	≥3亿次	≥3亿次	6.35亿次		10	10	无		
		质量指标	按活动方案实施	按活动方案实施	按活动方案实施	按活动方案实施		10	10	无		
		时效指标	完成时限	2025年12月31日前	2025年12月31日前	2025年10月9日		10	10	无		
		成本指标	实际支出控制在预算内	≤37万元	≤37万元	37万元		10	10	无		
	效益指标	社会效益	进一步推出高质量文旅宣传短视频、营销热点大同话题，提升大同旅游热度和宣传力度。	进一步推出高质量文旅宣传短视频、营销热点大同话题，提升大同旅游热度和宣	进一步推出高质量文旅宣传短视频、营销热点大同话题，提升大同旅游热度和宣传力度。	可持续		15	14	无		
		可持续影响	切实提高群众文化获得感和增强“中国古都·天下大同”的品牌影响力。	切实提高群众文化获得感和增强“中国古都·天下大同”的品牌影响力。	切实提高群众文化获得感和增强“中国古都·天下大同”的品牌影响力。	切实提高群众文化获得感和增强“中国古都·天下大同”的品牌影响力。		15	15	无		
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥90%	≥90%	92%		10	10	无		
总 分								100	99			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目预算37万元，实际支付37万元，全部支付完毕。								
		产出情况		历时162天，报名参赛账号共104个，抖音、视频号、小红书、快手四个平台发布短视频共计7812个，“大同度假 清凉一夏”话题播放量突破6.35亿次，实现“爆发式”宣传效果。								
		效益情况		“大同度假 清凉一夏”成为一个全新的大同文旅品牌，新媒体营销活动传播范围突破山西，深入影响京津冀陕豫等客源地，持续叫响了“文化古都”“清凉夏都”“美食之都”全域旅游品牌，有力推动了大同市面向京津冀旅游康养首选地和国际知名文化旅游目的地的建设。								
		满意度情况		通过短视频大赛，吸引全国游客来大同度假，同时宣传了大同的文旅资源，扩大了影响力，群众满意度较高。								
	主要经验做法		形成方案、成立领导小组，制定验收方案，活动结束后及时验收。									
项目管理中存在的主要问题及原因分析		无										
下一步改进措施及管理建议		无										

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

旅游发展基金补助地方项目 —2025年机场、高铁南站文艺演出活动项目支出绩效自评表

(2025年度)												
项目名称			旅游发展基金补助地方项目—2025年机场、高铁南站文艺演出活动									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数		预算编制数							
			资金总额:			21.28		21.28		21.28	21.28	0
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况				
	2025年节假日及暑期在机场、高铁站演出不少于52天。							2025年节假日及暑期在机场、高铁站演出52天。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	演出周期	≥52天	≥52天	52天		20	20	无		
		质量指标	按活动方案实施	全部完成方案既定活动任务	全部完成方案既定活动任务	全部完成方案既定活动任务		10	10	无		
		时效指标	完成时限	2025年10月8日	2025年10月8日	2025年10月8日		10	10	无		
		成本指标	实际支出控制在预算内	≤21.28万元	≤21.28万元	21.28万元		10	10	无		
	效益指标	社会效益	展示当地的历史文化、自然风光和民俗风情,增强旅客对城市的认同感和好感度	展示当地的历史文化、自然风光和民俗风情,增强旅客对城市的认同感和好感度	展示当地的历史文化、自然风光和民俗风情,增强旅客对城市的认同感和好感度	进一步展示当地的历史文化、自然风光和民俗风情,增强旅客对城市的认同感和好感度		15	14	无		
		可持续影响	切实提高旅客对城市的认同感和增强“文化之城”的品牌影响力	切实提高旅客对城市的认同感和增强“文化之城”的品牌影响力	切实提高旅客对城市的认同感和增强“文化之城”的品牌影响力	可持续		15	15	无		
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥90%	≥90%	90%		10	10	无		
	总 分								100	99		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况 & 分析		项目预算21.28万元,实际支付21.28万元,全部支付完毕。								
		产出情况及分析		活动于2025年5月-10月在大同机场、高铁站举办,历时52天,精准覆盖五一、暑期、国庆等旅客出行高峰时段。								
		效益情况及分析		是大同以文艺赋能“交通+文旅”融合发展的一次成功实践,让大同的文化魅力从城市门户开始传递,为大同建设文旅强市、提升城市软实力贡献力量。								
		满意度情况及分析		高效完成演出,成为机场年度文化服务亮点,群众满意度高,深受游客欢迎,群众满意度90%。								
	主要经验做法		摒弃“固定舞台、固定时段”的刻板模式,将演出深度融入机场、高铁站运营肌理,演出时长15-20分钟的“微演出”,探索出“空铁定制化演出”“碎片化文化服务”等新型服务模式。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无									
	下一步改进措施及管理建议		无									

备注: 1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系,其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金,“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则,如果年初预算未调整,取预算编制数;如果有调整,取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

古城文旅业态扶持奖励资金项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			古城文旅业态扶持奖励资金												
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局					
项目资金预算安排及执行进度（万元）					年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因			
			目标申报数		预算编制数										
			资金总额：141		141		141		141		0		100%		10
项目年度绩效目标			年度目标							实际完成情况					
			对符合文旅业态扶持奖励办法的项目申报主体进行奖励							完成对符合文旅业态扶持奖励办法的53个项目申报主体进行奖励					
绩效指标			一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
			产出指标	数量指标	奖励对象个数	≤53个		53		20	20				
				质量指标	严格按照项目奖励明细支出	准确无误		准确无误		10	10				
				时效指标	完成时限	12月底前		12月底全部支付成功		10	10				
				成本指标	支出成本	≤141万元		141万元		10	10				
			效益指标	社会效益	兑现意义	按照政策兑现		全部按照政策兑现奖励		15	15				
				可持续影响	政策的持续影响性	政策的持续影响性		持续激发带动更多市场主体参与文旅建设发展		15	15				
			满意度指标	服务对象满意度	奖励对象满意度	满意		满意		10	10				
总 分									100	100					
项目绩效分析			自评结果分析	项目实施的预算执行情况及分析		按照政策要求，完成对符合文旅业态扶持奖励办法的53个项目申报主体进行奖励									
				产出情况及分析		在2025年12月底前，对符合奖励政策的53个主体进行奖励，共支付奖励资金141万元									
				效益情况及分析		全部按照政策兑现奖励，持续激发带动更多市场主体参与文旅建设发展									
				满意度情况及分析		奖励对象满意									
			主要经验做法												
			项目管理中存在的主要问题及原因分析												
			下一步改进措施及管理建议												

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

影视产业扶持奖励资金项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			影视产业扶持奖励资金							
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局		
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数	预算编制数						
			211.425	211.425	211.425	211.425	211.425	0	100%	10
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况			
	对符合影视产业扶持政策的项目申报主体进行奖励						完成了对符合影视产业扶持政策的项目申报主体进行奖励			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	奖励对象个数	≤11个		11		20	20	
		质量指标	严格按照项目奖励明细支出	准确无误		准确无误		10	10	
		时效指标	完成时限	12月底前		12月底前		10	10	
		成本指标	支出成本	≤211.425万元		211.425		10	10	
	效益指标	社会效益	兑现意义	按照政策兑现		按照政策兑现		15	15	
		可持续影响	政策的持续影响性	持续激发带动更多市场主体参与文旅影视领域发展		持续激发带动更多市场主体参与文旅影视领域发展		15	15	
	满意度指标	服务对象满意度	奖励对象满意度	满意		满意		10	10	
总 分							100	100		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目资金是按照奖励政策的内容，对通过符合文旅业态扶持奖励办法的项目和影视产业扶持政策的项目申报主体进行奖励金发放，资金全部发放到位。						
		产出情况		对照项目支出绩效表，2025年底前对奖励的11个主体的奖励资金全部发放到位，持续激发带动更多市场主体参与文旅建设发展，实现了设定的绩效目标。						
		效益情况		全部按照政策兑现奖励，持续激发带动更多市场主体参与文旅建设发展						
		满意度情况		符合奖励条件的主体进行了政策兑现，服务对象满意						
	主要经验做法									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析									
	下一步改进措施及管理建议									

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

大同市文化和旅游局清理630台账拖欠企业工程款项目支出绩效自评表

(2025年度)										
项目名称		大同市文化和旅游局清理630台账拖欠企业工程款								
主管部门及代码		058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）		年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
		目标申报数	预算编制数							
		204	204	204						
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况				
	大同市文化艺术学校原址处于古城保护范围内，由于校舍陈旧，活动场地狭小，不适应艺术教育事业发展需要；市直演出院团承担着我市地方剧种演出重任，但现有剧团场地拥挤、设备老化，急需建设新的综合性文化艺术活动场所。为化解历史债务，2025年安排专项债券204万元用于支付该项目部分欠款。					2025年支付204万元解决该项目部分欠款。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	建设主体	12座单体		12座单体		10	10	
			完成欠款支付金额	204万		204万		10	10	
		质量指标	工程质量	合格		合格		5	5	
			资金支付合规率	100.00%		100.00%		5	5	
		时效指标	完成时间	2017年8月31日		2017年8月31日		5	5	
			资金按时支付率	100.00%		100.00%		5	5	
	成本指标	项目总支出	142954472.65元		142954472.65元		5	5		
		财政资金专款专用率	100.00%		100.00%		5	5		
		社会效益	财务债务风险降低程度	显著降低		显著降低		15	15	
	可持续影响		单位财务规范化管理水平	有效提升		有效提升		15	15	
	满意度指标	服务对象满意度	学校及剧团满意度	基本满意		满意		5	5	
合作方满意度			≥9 0 %		90%		5	5		
总 分								100	100	
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		2025年足额使用204万清偿项目欠款，资金专款专用、支付及时，总支出可控，预算执行率100%。						
		产出情况及分析		204万欠款及时支付，工程质量合格，时效、成本、资金合规各项指标全部圆满达标。						
		效益情况及分析		清偿历史债务显著降低财务风险，单位财务规范化管理水平得到有效长效提升。						
		满意度情况及分析		院校、剧团、合作方满意度均为满意。						
	主要经验做法									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析									
	下一步改进措施及管理建议									

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

2025年人才政策补贴资金项目支出绩效自评表

(2025年度)										
项目名称			2025年人才政策补贴资金							
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局〔部门〕					预算单位	058001-大同市文化和旅游局	
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数	预算编制数						
			资金总额：7.76			7.76	7.76	7.76	0	100%
项目年度绩效目标	年度目标								实际完成情况	
	深入实施人才强市战略，进一步加大对各类人才的支持力度，凝聚更多优秀人才，有效激发人才创新创业活力。								人才补贴资金到位，有效激发人才创新创业活力。	
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	人才政策兑现	2人		2人		20	20	无偏差
		质量指标	高质量执行人才政策兑现	完成		完成		10	10	无偏差
		时效指标	完成时间	2025年		2025年		10	10	无偏差
		成本指标	预算控制	≤7.76万元		≤7.76万元		10	10	无偏差
	效益指标	社会效益	激发人才活力	激发		激发		15	15	无偏差
		可持续影响	人才政策兑现可持续性	可持续		可持续		15	15	无偏差
	满意度指标	服务对象满意度	满意度	满意		满意		10	10	无偏差
总 分								100	100	
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况 及 分析		才补贴资金已按时发放到位。						
		产出情况及分析		深入实施人才强市战略，进一步加大对各类人才的支持力度，凝聚更多优秀人才。						
		效益情况及分析		激发了人才干事创业的积极性。						
		满意度情况及分析		满意度达到预期目标。						
	主要经验做法		通过岗位实践，基层锻炼，进一步提升干部的综合能力。							
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无							
	下一步改进措施及管理建议		无							

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

2025年实习实训大学生补贴资金项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			2025年实习实训大学生补贴资金										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局〔部门〕					预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数									
			资金总额：1.836			1.836	1.836	1.224	0.612	66.67%	6.7	必须是65所高校名单里的学生才给发放生活补助1290元/人，购买保险240元/人，其余学校学生不发放生活补助。	
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	深化省校合作，给学生提供实习机会							给8名学生提供了实习机会，共执行预算12240元。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	实习人数	12人		8人	未达到安排的任务数	20	16	部分实习生不符合要求，无法参加实习；持续扩大单位影响力，吸引更多65所高校学生实习。			
		质量指标	实习效果	100%		100%		10	10				
		时效指标	实习天数	≥15个工作日		≥15个工作日		10	10				
		成本指标	预算控制	≤18360		12240元		10	10				
	效益指标	社会效益	加快人才建设	12人		8人	未达到安排的任务数	15	10	部分实习生不符合要求，无法参加实习；持续扩大单位影响力，吸引更多65所高校学生实习。			
		可持续影响	保障实习实训工作顺利	可持续		可持续		15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	实习人员满意度	≥95%		100%		10	10				
总分								100	87.7				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		为12名学生购买人身意外伤害保险 240元/人，对符合65所高校名单的2名学生实习期满后支付生活补助 1290元/人，预算18360元，实际只有8人符合条件，执行12240元。									
		产出情况		给8名学生提供实习机会。									
		效益情况		为学生提供了将理论知识与实践操作相结合的机会，有助于学生将所学知识应用于实际工作中，从而提升专业技能。									
		满意度情况		学生实习后很满意提供实习岗位与平台。									
	主要经验做法		1、发布并实习实训岗位，接收大学生实习实训。 2、为大学生购买人身意外伤害保险。 3、学生参加实习实训。 4、期满后支付生活补助。										
	项目管理中存在的问题及原因分析		65所高校的学生数量有限，岗位需求大于学生数量，导致不能将1年的预算全部执行。										
	下一步改进措施及管理建议		深化省校合作，继续探索提高实习实训知名度，吸引65所高校学生来同实习。										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

J残疾人保障金项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			J残疾人保障金									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数								
			资金总额：		5.25	5.25	5.25	5.041	0.209	96.02	9.6	
			市县区财政资金		5.25	5.25	5.25	5.041	0.209	96.02	9.60	无
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况					
	根据相关文件开展残保金项目工作，为残疾人事业做出贡献。						为保障残疾人权益，资金按时转付残联					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	保障金测算人数	≥人	≥50人	≥49人		20	20			
		质量指标	缴纳保障金完成率	≥%	≥98%	≥100%		10	10			
		时效指标	保障金缴纳及时率		及时	达成预期指标	及时缴纳	10	10			
		成本指标	缴纳金额	≤万元	≤5.25万元	≤5.04万元		10	10			
	效益指标	社会效益	提高残疾人就业率	≥%	≥98%	≥100%		30	30			
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥98%	≥100%		10	10			
总 分								99.6	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		年初预算5.25万元，支付5.04万元，预算执行率96.02%。								
		产出情况		保障残疾人就业工作								
		效益情况		保障残疾人就业工作								
		满意度情况		满意								
	主要经验做法		无									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无									
	下一步改进措施及管理建议		无									

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

J公益演出补贴项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			J公益演出补贴										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数									
			资金总额：		10	10		10	0	10	0	0	
			市县区财政资金		10	10		10	0	10	0.00	0.00	资金未下达
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	完成重要时间节点及因工作需要策划的各类公益性演出活动							完成演出2场，通过财政补贴的形式，为符合条件的演出项目提供了资金支持，降低演出成本，扩大文化传播范围，增强文艺创作活力，推动更多优秀文艺作品的涌现，不断丰富人民群众的精神文化生活。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	文化惠民演出补助场次		根据重要时间节点	达成预期指标	2场	20	20				
		质量指标	保证演出满足人民群众对高		100%	达成预期指标	高质量	10	10				
		时效指标	重要时间节点及因工作需要		及时	达成预期指标	按要求完成	10	10				
		成本指标	确保演出基本成本覆盖		在古城重阳宫、关	达成预期指标	10万元	10	10				
	效益指标	社会效益	推动更多优秀文艺作品的涌		有效	达成预期指标	社会效益良好	15	15				
		可持续影响	促进文化艺术事业的持续健		有效	达成预期指标	促进文化艺术事业的持续健康发展	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	观众满意度	≥%	≥90%	≥96%	96%	10	10				
总 分									90	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		公益性演出工作严格按照工作计划要求执行，执行情况良好。									
		产出情况及分析		圆满完成工作任务，原因主要取决于科学严谨的工作态度和上下同心的执行力。									
		效益情况及分析		满足了广大人民群众对高质量文化产品的需求，取得了良好的社会效益。									
		满意度情况及分析		高满意度的取得，主要是因为演出前做了深入的社会调查，尽量满足群众的要求。									
	主要经验做法		演出前做好各项准备工作，充分激发演职人员的社会责任感，与演出各方充分沟通形成合力搞好工作。										
	项目管理中存在的问题及原因分析		随着观众审美的不断提高，对演出的要求越来越高，需要我们不断提高演出质量。										
	下一步改进措施及管理建议		听取群众建议，结合实际不断提高演出质量。										

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

J离退休干部党支部活动经费项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			J离退休干部党支部活动经费										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因	
			目标申报数	预算编制数									
			资金总额：		0.8	0.8		0.8	0.8	0	100	10	
			市县区财政资金		0.8	0.8		0.8	0.8	0	100.00	10.00	无
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	经费下拨当年通过项目的实施，把老党员、老干部凝聚起来。							加强离退休干部党员的学习培训、教育管理、开展活动等党的建设，全面提高党建工作科学化水平，推进党的建设新的伟大工作。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	党员数量		按实际情况	达成预期指标	78人	20	20				
		质量指标	订阅报刊杂志		保障离退休干部党员的学习培训资料	达成预期指标	保障离退休干部党员的学习培训资料	10	10				
		时效指标	经费拨付当年		1年	达成预期指标	1年	10	10				
		成本指标	专款专用	≤元	≤8000元	≤8000元	8000	10	10				
	效益指标	社会效益	关爱老党员		满意	达成预期指标	满意	15	15				
		可持续影响	持续影响力		提高	达成预期指标	可持续	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	离退休老干部满意度		满意	达成预期指标	满意	10	10				
总 分								100	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		订阅党报党刊78份，预算8000元，执行8000元。									
		产出情况及分析		丰富退休老党员业余生活									
		效益情况及分析		提高老党员生活质量									
		满意度情况及分析		满意									
	主要经验做法		订阅党报党刊，提供学习资料，发放《习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要》、《习近平新时代中国特色社会主义思想专题摘编》等相关理论读本。										
	项目管理中存在的问题及原因分析		一是党员活动经费不足，无法满足更多的需求；二是退休党员年龄普遍较大，无法组织集体活动。										
	下一步改进措施及管理建议		增加党员活动经费，继续加强线上的党员活动和政策宣讲。										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

J旅游行业业务管理项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			J旅游行业业务管理										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因			
			目标申报数	预算编制数									
			资金总额：		10	10	10	2.32	7.68	23.2	2.32		
			市县区财政资金		10	10	10	2.32	7.68	23.20	2.32	无	
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	单位日常业务活动经费，用于日常工作的经常性开支，目的为保障部门日常工作的开展，保障单位行使管理职能的发挥。							单位日常业务活动经费，保障部门日常工作的开展，保障单位行使管理职能的发挥。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	保障办公人数	≥人	≥52人	≥51人		20	20				
		质量指标	办公用品使用率	≥%	≥98%	≥100%		10	10				
		时效指标	费用支付及时率	≥%	≥98%	≥100%		10	10				
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	支付2.32万元	10	5	年初未设置该项指标			
	效益指标	社会效益	提升办公效率		有效提升	达成预期指标	提升办公效率	15	15				
		可持续影响	保障必要的办公费用		保障	达成预期指标	保障正常办公	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	职工满意度	≥%	≥98%	≥100%		10	10				
总 分								87.32	良				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目预算10万元，2025年支付2.32万元，预算执行率23.2%。									
		产出情况及分析		保障部门日常工作及时开展									
		效益情况及分析		保障单位行使管理职能									
		满意度情况及分析		工作人员满意度100%									
	主要经验做法		无										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无										
	下一步改进措施及管理建议		无										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

J文化旅游广电业务费项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			J文化旅游广电业务费									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数								
			资金总额：		70	70	70	52.794	17.206	75.42	7.54	
			市县区财政资金		70	70	70	52.794	17.206	75.42	7.54	无
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况					
	单位日常业务活动经费，用于日常工作的经常性开支，目的为保障部门日常工作的开展，保障单位行使管理职能的发挥。						保障部门日常工作的开展，保障单位行使管理职能的发挥。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	保障办公人数	≥人	≥52人	≥49人		10	10			
			出差次数	≥次	≥10次	≥50次		10	10			
		质量指标	出差审批程序合格率	≥%	≥98%	≥100%		5	5			
			印刷品合格率	≥%	≥98%	≥100%		5	5			
		时效指标	费用支付及时率	≥%	≥98%	≥100%		10	10			
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	支付52.79万元	10	5	年初未设置该项指标		
	效益指标	社会效益	提升办公效率		提升	达成预期指标	提升办公效率	15	15			
		可持续影响	保障必要的办公费用		保障	达成预期指标	可持续	15	15			
	满意度指标	服务对象满意度	职工满意度	≥%	≥98%	≥100%		10	10			
总 分								92.54	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目预算70万元，2025年支付52.79万元，预算执行率75.42%。								
		产出情况		保障单位日常工作及时开展								
		效益情况		保障单位日常工作及时开展								
		满意度情况		工作人员满意度100%。								
	主要经验做法		无									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无									
	下一步改进措施及管理建议		无									

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

J驻村帮扶工作人员经费项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			J驻村帮扶工作人员经费								
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局		
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因
				目标申报数	预算编制数						
			资金总额：	21	21	21	20.755	0.245	98.83	9.88	
			市县区财政资金	21	21	21	20.755	0.245	98.83	9.88	依据据实报销驻村差旅费，强化成本管控，优化经费使用效益，按期完成预算绩效目标。
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况				
	帮助大同市及周边县区贫困村镇家庭实现脱贫致富						帮助大同市及周边县区贫困村镇家庭实现脱贫致富，助力乡村振兴。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
	产出指标	数量指标	驻村帮扶工作人员人数	=人	=6人	=6人	6	20	20		
		质量指标	驻村人员合规率	≥%	≥100%	≥100%	100	10	10		
		时效指标	驻村经费发放及时率	≥%	≥100%	≥100%	100	10	10		
		成本指标	补贴标准		交通补助80元/人/	达成预期指标	达成预期指标	10	10		
	效益指标	社会效益	保障驻村帮扶工作人员生活		保障	达成预期指标	有待提高驻村队员	15	13	有待提高驻村队员工作水平	
		可持续影响	提高驻村工作人员工作效率		扶贫工作提质增效	达成预期指标	达成预期指标	15	15	达成预期指标	
	满意度指标	服务对象满意度	驻村人员满意率	≥%	≥98%	≥98%	98	10	10	达成预期指标	
总 分									97.88	优	
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		2025年预算21万元，支付20.75万元，项目经费专款专用，发放及时规范。							
		产出情况		足额按时发放驻村队员补助，保障队员生活，确保帮扶工作正常有序开展。							
		效益情况		稳定帮扶队伍，助力乡村振兴。							
		满意度情况		驻村人员对补助发放及时满意度较高，保障了帮扶积极性。							
	主要经验做法		严格执行补助发放标准与流程。								
	项目管理中存在的问题及原因分析		帮扶村提出解决电费、煤炭费用的申请，现有资金无法覆盖该类支出								
	下一步改进措施及管理建议		已使用日常公用经费解决此项资金缺口，确保帮扶工作能够正常开展。								

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

QT艺术人才聘用引进经费（大同市北路梆子和耍孩剧种保护传习中心）项目支出绩效自评表
（2025年度）

项目名称			QT艺术人才聘用引进经费（大同市北路梆子和耍孩剧种保护传习中心）									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局〔部门〕				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数								
			资金总额：		240	240	240	240	0	100	10	
			市县区财政资金		240	240	240	240	0	100.00	10.00	无
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况						
	通过人才引进，培养出合格的后备人才并充实相关的空缺工作岗位，用于北路梆子和耍孩剧种人才培养和艺术传承。					通过引进68位人才，组织学员进行老师授艺和排练演出，培养出合格的后备人才并充实相关的空缺工作岗位。						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	引进人才数量	≥人	≥50人	≥68人	68人	20	20			
		质量指标	完成工作保障率	≥%	≥95%	≥100%	100%	10	10			
		时效指标	经费发放期限		2025年1月至12月	达成预期指标	2025年1月至12月	10	10			
		成本指标	人员经费总额	≤元	≤2400000元	≤2400000元	2400000元	10	10			
	效益指标	社会效益	传承振兴北路梆子和耍孩剧		传承	达成预期指标	传承	15	15			
		可持续影响	持续推动非遗戏曲艺术发展		持续	达成预期指标	持续	15	15			
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥95%	≥95%	95%	10	10			
	总分								100	优		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		引进人才经费全部按时支付到位，项目预算资金240万元，实际全部支付完成，预算执行率为100%。								
		产出情况及分析		引进后备人才68人，在2024.12.31为其支付工资及社保等人员经费，用以保障参加排练演出及相关工作完成，完成工作保障率100%，经费全部按时发放，支出总额240万元。								
		效益情况及分析		通过开展项目，保障了该单位后备人才的培养和使用，传承了非遗戏曲艺术，持续保障北路梆子和耍孩儿非遗艺术的传承和弘扬。								
		满意度情况及分析		经调查，单位群众满意度为95%，满意度较高。								
	主要经验做法		1.统筹安排好各部门的工作，加强财务和业务部门之间的参与协助力度，强化绩效管理，确保各项目顺利、规范、有序地完成各项绩效目标，取得更大、更多的社会效益。2.完善制度建设，结合预算、绩效、资金管理的新要求，严格执行相关规章制度，项目集体决策，项目资金使用程序和手续规范，确保项目经费执行到位、规范使用、安全运行，提高资金使用效率。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		一是绩效评价工作相关规定和制度仍需要在具体的实施过程中进一步巩固完善。二是部分干部职工对绩效评价工作认识和重视程度还有待加强。三是绩效管理未纳入项目执行过程中。四是随着经济社会发展，人员经费和社保逐年上涨，而该单位因其为非遗保护单位创收能力弱，该项目保障的聘用人员工资低于本市平均工资水平，难以留住人才，阻碍了单位今后的发展。									
下一步改进措施及管理建议		今后的工作中，我们将进行如下改进：1、加强绩效评价工作重视度，立足单位工作实际，更好的改进工作作风。2、在具体的实施过程中进一步巩固完善绩效评价工作制度，进一步提升工作效能。3、将绩效管理贯穿在项目执行过程中，改进和加强绩效评价工作。4、呼吁政府提升对非物质文化遗产单位的保护力度，加大对非遗单位经费保障投入。										

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

S文化人才中央及省级专项经费项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			S文化人才中央及省级专项经费									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）					年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数		预算编制数							
			资金总额：5.52					5.52	5.52	5.52	0	100%
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	选派人员	6人		6人		20	20	无偏差		
		质量指标	完成工作保障率	100%		100%		10	10	无偏差		
		时效指标	服务期限	2025年		2025年		10	10	无偏差		
		成本指标	预算控制	在预算内		在预算内		10	10	无偏差		
	效益指标	社会效益	提升受援地文化水平	提升		提升		15	15	无偏差		
		可持续影响	带动受援地文化工作者素质	带动		带动		15	15	无偏差		
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	100%		100%		10	10	无偏差		
总 分								100	100			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况及分析		已按人数要求、县区意向完成6名人员选派。各项经费支出都能按照规定实行专款专用， 预算执行到位。								
		产出情况及分析		签订服务协议到位， 组织培训到位， 服务时间、目标和任务到位， 工作经费落实到位。								
		效益情况及分析		推动当地文化发展，提升公共文化服务水平，为当地文化建设提供人才支持。								
		满意度情况及分析		提升受援地群众文化生活的幸福感、获得感。得到受援部门的认可。								
	主要经验做法		帮扶提高文化工作者素质，不断完善公共服务设施，激发群众参与热情。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		受援地工作者整体素质仍有待提高。									
	下一步改进措施及管理建议		进一步帮扶提升当地文化工作者专业素质和能力。									

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

S大同市市级应急广播平台体系建设项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			S大同市市级应急广播平台体系建设项目									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局〔部门〕					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）					年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
					目标申报数	预算编制数						
			资金总额：		23.4368	23.4368		23.4368	23.4368	0	100%	10
项目年度绩效目标	年度目标								实际完成情况			
	按照合同及主要技术文件完成建设施工								按照合同及主要技术文件完成建设施工			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	使用单北斗授时器	1	1	1	指标100%达标，产出符合要求。	20	20			
		质量指标	平台建设功能达标	达标	达标	完成	已建成平台系统核心功能、硬件部署、北斗授时等既定建设内容，均符合技术文件及行业规范要求，年度质量绩效目标已完成	10	10			
		时效指标	完工时间	2025年年底前	2025年年底前	未完成	年度计划2025年底完工，因尾款支付、验收工作滞后，暂未按期完成时效目标。	10	9	未按合同及时支付等保、密评尾款，影响验收进度		
		成本指标	市级平台建设项目总支出	≤463.8468万元	≤463.8468万元	完成	支出全部控制在批复预算内，成本管控合规	10	10			
	效益指标	社会效益	应急广播在国家治理中的作用发挥	发挥作用	发挥作用	完成	应急预警、公共服务功能正常发挥	15	15			
		可持续影响	大同应急处置能力	逐步提升	逐步提升	完成	全市全域应急响应与处置能力稳步提升	15	15			
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥90%	≥90%	完成	服务对象反馈良好	10	10			
总 分							100	99				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目实施过程中严格按照预算金额执行，没有超额现象								
		产出情况及分析		项目按期施工，并按照要求在涉及到财政采购的类目中使用名录中的单北斗授时器。								
		效益情况及分析		应急广播作为平战结合的惠民项目，除了灾难时期、紧急时期作应急用途外，日常更多用于宣传防汛、防火、防疫等，大大方便了政府部门向群众传达声音。								
		满意度情况及分析		应急广播建成后基本全覆盖，大大提高群众生活幸福度								
	主要经验做法		1.积极申请财政资金；2.加强组织领导，各级负责人高度重视									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		缺乏对不可抗力的应对方案。施工地大同电视台拟搬迁，导致项目曾中期停工，耽误施工时间和支付时间，未提前做好预案									
	下一步改进措施及管理建议		做好项目完善和运行工作。									

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

T提前下达省级非物质文化遗产资金项目支出绩效自评报告
(2025年度)

项目名称			T提前下达省级非物质文化遗产资金								
主管部门及代码			914-大同市财政局文化科				预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因	
			目标申报数	预算编制数							
			资金总额：	27	27	130	130	0	100	10	
			中央财政资金	0	0	103	103	0	100.00	10.00	无
			省级财政资金	27	27	27	27	0	100.00	10.00	无
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况				
	对省级非遗代表性传承人进行补贴						2025年10月对54名省级非遗代表性传承人进行补贴27万元。剩余103万为支付北路梆子和耍孩省级非物质文化遗产费用，通过对两个国家级非遗剧种“北路梆子”和“耍孩”开展传承和实践活动、展示展演和宣传普及代表性项目，召开专题研讨交流会，全年恢复排练剧目6个，召开学术研讨会2次，举办非遗展演活动12场，并对青年传承人人才进行专题培训。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
	产出指标	数量指标	对省级代表性传承人进行经	≥人	≥50人	≥54人	54人	20	20		
		质量指标	资金下达率	≥%	≥90%	≥100%		10	10		
		时效指标	资金使用完成时间		2025年12月底前	达成预期指标	2025年10月完成支	10	10		
		成本指标	预算控制	≤万元	≤27万元	≤27万元	27万元	10	10		
	效益指标	社会效益	有效宣传展示非遗项目		有效	达成预期指标	有效宣传展示非遗	15	15		
		可持续影响	对增强非遗传承保护活动氛		长期	达成预期指标	对增强非遗传承保	15	15		
	满意度指标	服务对象满意度	服务对象满意度	≥%	≥80%	≥85%	85%	10	10		
总 分								100	优		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况	本项目通过对两个国家级非遗剧种“北路梆子”和“耍孩”开展传承和实践活动、展示展演和宣传普及代表性项目，复排传统剧目，购置演出服装道具，召开专题研讨交流会，并对青年传承人人才进行专题培训。 资金全部支付到位，预算执行率为100%。								
		产出情况及分析	在2025年12月底前召开学术研讨会2次，参加学术研讨会75人次，购置演出服装道具36件，复排剧目6个，举办非遗展演活动12场。复排传统剧(曲)目完成比例100%，非遗普及教育活动质量96%，学术研讨会完整度98%。购置演出服装、乐器和道具完成时间2026年1月31日。预算控制率100%。								
		效益情况及分析	对提升非遗传承人技能艺能的影响长期，对增强非遗保护传承氛围的影响中期，对提高非遗领域理论研究水平的影响中期。								
		满意度情况及分析	经调查，参加培训的非遗传承人群满意度达到98%，观众满意度达到95%，满意度较高。								
	主要经验做法		1. 统筹安排好各部门的工作，加强财务和业务部门之间的参与协助力度，强化绩效管理，确保各项目顺利、规范、有序地完成各项绩效目标，取得更大、更多的社会效益。2. 完善制度建设，结合预算、绩效、资金管理的新要求，严格执行相关规章制度，项目集体决策，项目资金使用程序和手续规范，确保项目经费执行到位、规范使用、安全运行，提高资金使用效率。								
	项目管理中存在的问题及原因分析		一是绩效评价工作相关规定和制度仍需要在具体的实施过程中进一步巩固完善。二是部分干部职工对绩效评价工作认识和重视程度还有待加强。三是绩效管理未纳入项目执行过程中。								
下一步改进措施及管理建议		今后的工作中，我们将进行如下改进：1、加强绩效评价工作重视度，立足单位工作实际，更好的改进工作作风。2、在具体的实施过程中进一步巩固完善绩效评价工作制度，更进一步提升工作效能。3、将绩效管理贯穿在项目执行过程中，改进和加强绩效评价工作。									

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

T中央及省级公共文化体系建设资金（濒危剧种免费或低票价演出）项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			T中央及省级公共文化体系建设资金（濒危剧种免费或低票价演出）										
主管部门及代码			914-大同市财政局文化科					预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数									
			资金总额：		25	25		25	25	0	100	10	
			省级财政资金		25	25		25	25	0	100.00	10.00	无
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	加强对濒危剧种耍孩的保护传承力度，切实改善濒危剧种的生存发展状况，激发耍孩剧种生机和活力。							完成全部演出任务50场，加强了对濒危剧种耍孩的保护传承力度，切实改善濒危剧种的生存发展状况，激发耍孩剧种生机和活力。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	濒危剧种个数		1个	达成预期指标	1个	20	20				
		质量指标	演出活动合格率		100%	达成预期指标	100%	10	10				
		时效指标	演出完成时间		2025年	达成预期指标	2025年底	10	10				
		成本指标	预算控制	≤万元	≤25万元	≤25万元	25万元	10	10				
	效益指标	社会效益	激发耍孩濒危剧种生机		激发	达成预期指标	社会效益良好	30	30				
	满意度指标	服务对象满意度	观众满意度	≥%	≥90%	≥95%	95%	10	10				
总 分							100	优					
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		濒危剧种演出工作严格按照实施方案执行，工作开展依照预算有序推进，执行情况良好。									
		产出情况及分析		圆满完成工作任务，原因主要取决于科学严谨的工作方案和上下同心的执行力。									
		效益情况及分析		满足了广大人民群众对高质量文化产品的需求，取得了良好的社会效益。									
		满意度情况及分析		高满意度的取得，主要是因为濒危剧种演出前做了深入的社会调查，尽量满足群众的要求。									
	主要经验做法		派遣高质量的队伍，做好前期准备工作，充分激发演职人员的社会责任感，与地方充分沟通形成合力搞好工作。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		随着观众审美的不断提高，对演出的要求越来越高，需要我们不断提高演出质量。										
	下一步改进措施及管理建议		听取群众建议，结合实际不断提高稀有剧种演出质量。										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

XM公益二类事业单位政府购买服务(大同市北路梆子和耍孩剧种保护传习中心)项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			XM公益二类事业单位政府购买服务(大同市北路梆子和耍孩剧种保护传习中心)									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数								
			资金总额:		1,619.74	1,619.74	1,619.74	1,619.74	0	100	10	
			市县区财政资金		1,619.74	1,619.74	1,619.74	1,619.74	0	100.00	10.00	无
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况					
	位配套人员经费及社保, 传承振兴耍孩和北路梆子剧种艺术						单位配套在编、退休和遗属人员经费及社保全部按时支付到位, 保障单位顺利运行日常工作, 较好开展对耍孩非遗剧种的保护和 new 剧目创作。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	工资发放及社保保障人数	≥人	≥195人	≥197人	197人	10	10			
			采暖费发放人数	≥人	≥85人	≥86人	86人	10	10			
		质量指标	人员经费保障率	=%	=100%	=100%	100%	5	5			
			人员经费发放准确率	=%	=100%	=100%	100%	5	5			
		时效指标	经费发放及时率	≥%	≥95%	≥100%	100%	5	5			
			经费发放时限		2025年1月至12月	达成预期指标	2025年1月至12月	5	5			
		成本指标	人均采暖费发放额	≤元	≤5200元	≤4591元	4591	5	5			
			工资支付额	≤元	≤12139900	≤11954847	11954847	5	5			
	效益指标	社会效益	传承振兴北路梆子和耍孩非遗保障单位日常工作开展		传承	达成预期指标	传承	8	8			
			持续扶持北路梆子和耍孩非遗		保障	达成预期指标	保障	7	7			
		可持续影响	持续扶持北路梆子和耍孩非遗		持续扶持	达成预期指标	持续扶持	15	15			
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥96%	≥96%	96%	10	10			
总分								100	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施的预算执行情况及分析		单位配套在编、退休、遗属人员经费及社保全部按时支付到位, 项目预算资金1619.74万元, 实际全部支付完成, 预算执行率为100%。								
		产出情况及分析		在2025年12月31日前共为206位在编、退休和遗属人员发放工资、社保和补贴, 人员经费保障完成率100%, 人员经费发放准确率100%, 工资及社保能够及时发放, 共计支出经费1619.74万元, 保障单位日常工作顺利运行。								
		效益情况及分析		通过开展项目, 提高了单位职工工作积极性, 改善非遗院团的生存发展, 保障了国有院团的长期生存, 持续振兴提升耍孩非遗剧种艺术。								
		满意度情况及分析		经调查, 单位群众满意度达到100%, 满意度较高。								
	主要经验做法		1. 统筹安排好各部门的工作, 加强财务和业务部门之间的参与协助力度, 强化绩效管理, 确保各项目顺利、规范、有序地完成各项绩效目标, 取得更大、更多的社会效益。2. 完善制度建设, 结合预算、绩效、资金管理的新要求, 严格执行规章制度, 项目集体决策, 项目资金使用程序和手续规范, 确保项目经费执行到位、规范使用、安全运行, 提高资金使用效率。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		一是绩效评价工作相关规定和制度仍需要在具体的实施过程中进一步巩固完善。二是部分干部职工对绩效评价工作认识和重视程度还有待加强。三是绩效管理未纳入项目执行过程中。四是随着经济社会发展, 人员经费和社保、退休人员补贴逐年上涨, 而该单位因其为非遗保护单位创收能力弱, 无力补贴人员15%部分的工资和采暖费等基本福利, 且该单位的人员中青年比例较高, 该项目在几年后将难以维系人员基本经费和福利保障, 阻碍了单位今后的发展和人才的培养。									
下一步改进措施及管理建议		今后的工作中, 我们将进行如下改进: 1、加强绩效评价工作重视度, 立足单位工作实际, 更好的改进工作作风。2、在具体的实施过程中进一步巩固完善绩效评价工作制度, 更进一步提升工作效能。3、将绩效管理贯穿在项目执行过程中, 改进和加强绩效评价工作。4、呼吁政府提升对非物质文化遗产单位的保护力度, 加大对非遗单位经费保障投入。										

备注: 1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系, 其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金, “预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则, 如果年初预算未调整, 取预算编制数; 如果有调整, 取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

XM公益二类事业单位政府购买服务退休人员补助（大同市北路梆子和耍孩剧种保护传习中心）项目支出绩效自评表

（2025年度）

项目名称			XM公益二类事业单位政府购买服务退休人员补助（大同市北路梆子和耍孩剧种保护传习中心）										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数									
			资金总额：		94.68	94.68	94.68	94.68	0	100	10		
			市县区财政资金		94.68	94.68	94.68	94.68	0	100.00	10.00	无	
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	保障该单位退休人员补助经费，保障退休人员权益，维持院团平稳正常运转。							单位退休人员补助经费全部按时支付到位，保障了退休人员权益和单位平稳运转。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	发放退休增加补贴人数	>人	>85人	>86人	86人	20	20				
		质量指标	人员经费保障率	=%	=100%	=100%	100%	10	10				
		时效指标	经费发放时限		2025年1月至12月	达成预期指标	2025年12月31日	10	10				
		成本指标	人员经费总额	≤元	≤946800元	≤946800元	946800	10	10				
	效益指标	社会效益	保障退休人员权益		保障	达成预期指标	保障	15	15				
		可持续影响	维护院团平稳正常运行		维护	达成预期指标	维护	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥95%	≥95%	95%	10	10				
总分									100	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		单位退休人员补助经费全部按时支付到位，项目预算资金94.68万元，实际全部支付完成，预算执行率为100%。									
		产出情况及分析		在2025年12月31日前共为86位退休人员发放补贴，人员经费保障完成率100%，人员经费发放准确率100%，补助经费能够及时发放，共支出经费94.68万元，保障了退休人员权益和单位平稳运转。									
		效益情况及分析		通过开展项目，保障了退休人员权益，提升其幸福度和社会认同感，维护单位长期平稳运转。									
		满意度情况及分析		经调查，单位群众满意度达到95%，满意度较高。									
	主要经验做法		1.统筹安排好各部门的工作，加强财务和业务部门之间的参与协助力度，强化绩效管理，确保各项目顺利、规范、有序地完成各项绩效目标，取得更大、更多的社会效益。2.完善制度建设，结合预算、绩效、资金管理的新要求，严格执行相关规章制度，项目集体决策，项目资金使用程序和手续规范，确保项目经费执行到位、规范使用、安全运行，提高资金使用效率。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		一是绩效评价工作相关规定和制度仍需要在具体的实施过程中进一步巩固完善。二是部分干部职工对绩效评价工作认识和重视程度还有待加强。三是绩效管理未纳入项目执行过程中。四是随着经济社会发展，物价逐年上涨，而该单位因其为非遗保护单位创收能力弱，阻碍了单位今后的业务发展。										
下一步改进措施及管理建议		今后的工作中，我们将进行如下改进：1、加强绩效评价工作重视度，立足单位工作实际，更好的改进工作作风。2、在具体的实施过程中进一步巩固完善绩效评价工作制度，更进一步提升工作效能。3、将绩效管理贯穿在项目执行过程中，改进和加强绩效评价工作。4、呼吁政府提升对非物质文化遗产单位的保护力度，加大对非遗单位经费保障投入。											

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

XM行政事业单位遗属补助经费项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				XM行政事业单位遗属补助经费									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
				目标申报数	预算编制数								
				资金总额：		1.184	1.184	1.184	1.184	0	100	10	
				市县区财政资金		1.184	1.184	1.184	1.184	0	100.00	10.00	无
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	财政负担的行政事业单位职工遗属补助							为孙德明之妻按时发放遗属补助及取暖费					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	遗属人数	=人	=1人	=1人	1人	20	20				
		质量指标	保障遗属基本生活		保障	达成预期指标	保障	10	10				
		时效指标	遗属补助发放及时率	≥%	≥98%	≥100%	100%	10	10				
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	支付11840元	10	5	年初未设置该项指标			
	效益指标	社会效益	保障遗属基本生活		保障	达成预期指标	保障	30	30				
	满意度指标	服务对象满意度	遗属满意度	≥%	≥98%	≥100%	100%	10	10				
总 分									95	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目预算1.184万元，已足额支付到位									
		产出情况		保障遗属基本生活									
		效益情况		保障遗属基本生活									
		满意度情况		遗属基本满意									
	主要经验做法		为孙德明之妻按时发放遗属补助及取暖费										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无										
	下一步改进措施及管理建议		无										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z “大同文旅星推官” 队伍运营及本地新媒体宣传营销项目支出绩效自评表

（2025年度）

项目名称			Z “大同文旅星推官” 队伍运营及本地新媒体宣传营销									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数								
			资金总额：		65	65	65	54.995	10.005	84.61	8.46	
			市县区财政资金		65	65	65	54.995	10.005	84.61	8.46	无
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况					
	合作周期内完成大同文旅星推官及本地新媒体队伍的宣传营销工作，签订合作协议后支付项目费用。						“大同文旅星推官”新媒体宣传队伍运营良好，年度播放量超过3亿次，进一步宣传了大同的文旅资源，提升了大同的知名度和美誉度。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	形成年度播放量	≥亿次	≥3亿次	≥5亿次		20	20			
		质量指标	高质量产出文旅新媒体内容		高质量产出文旅新	达成预期指标	高质量产出文旅新	10	10			
		时效指标	在合作协议要求时间内完成		2025年12月前完成	达成预期指标	在合作协议要求时	10	10			
		成本指标	按照预算合理支配	≤万元	≤65万元	≤54.99万元		10	10			
	效益指标	社会效益	形成大同本土文旅达人宣传		形成大同本土文旅	达成预期指标	形成大同本土文旅	15	15			
		可持续影响	宣传大同文旅资源，提升大		宣传大同文旅资	达成预期指标	宣传大同文旅资	15	13	文旅星推官粉丝量相对较少，缺少全网头部达人。		
	满意度指标	服务对象满意度	项目服务对象满意	≥%	≥85%	≥90%		10	9	文旅星推官粉丝量相对较少，缺少全网头部达人。		
总 分								95.46	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施的预算执行情况及分析		项目已按照合作协议严格执行并完成验收，预算执行完毕。								
		产出情况及分析		2025年1-12月，大同文旅星推官共发布作品 2352条，播放量2.01亿次；大同文旅短视频联盟队伍共发布作品 11726条，播放量10.6亿次（不完全统计）。								
		效益情况及分析		通过扩充新型营销模式，生产文旅宣传原创内容，从本地宣传角度出发，实现“站在大同，宣传大同”								
		满意度情况及分析		游客满意度85%，进一步提升了大同的知名度和美誉度。								
	主要经验做法		利用新媒体视角，从本地角度创新宣传营销模式，组建“大同文旅短视频创作者联盟”队伍及“大同文旅志愿者”队伍，达到本地化宣传大同的目的。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无									
	下一步改进措施及管理建议		无									

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z2025年全市文旅行业标准化能力提升项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z2025年全市文旅行业标准化能力提升								
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局	
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数		预算编制数						
			资金总额：20			20		20	20	4	16
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况			
	进一步提升我市文旅行业标准化，建立、健全、完善我市标准化旅游项目。							变更项目用途。根据山西省市场监管局《关于取消设区市本行政区域的地方标准制定权的通知》（晋市监发[2025]137号）要求，自2025年7月1日起，取消11个设区市本行政区域的地方标准制定权，各市标准化行政主管部门不再制定发布本行政区域的地方标准。原定2025年全市文旅行业标准化能力提升项目关于地方标准的内容不可执行。因此，变更该项目预算用途为三部分，一是解决2024年全市文旅行业标准化能力提升项目合同欠款14850元；二是编制《大同市民宿服务质量等级划分与评定（标准或办法）》，预算10万元；三是举办全市研学旅游行业高质量发展培训活动，预算5.515万元。具体执行情况如下：第一项，因财政资金紧张，经与承办方平等协商，将合同尾款调至4万元，已支付；第二项，因财政资金紧张，项目已完成但费用未支付，形成欠款10万元；第三项，因财政资金紧张，项目未签订合同、未执行、未付款。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
	产出指标	数量指标	编制《大同市民宿服务质量等级划分与评定（标准或办法）》	≥1个	≥1个	≥1个	符合民宿行业发展需要	20	20	无	
		质量指标	邀请专业团队编制	邀请专业团队编制	邀请山西财经大学文化旅游与新闻艺术学院专家团队编写	编制工作需要	10	10	无		
		时效指标	在合作协议要求时间内完成	在合作协议要求时间内完成	2025年12月底前基本完成	2025年12月底前完成	在合作协议要求时间内完成	10	10	无	
		成本指标	按照预算合理支配	≤20万元	≤20万元	≤20万元	按照预算合理支配	10	10	无	
	效益指标	社会效益	以标准推动文旅全行业服务质量提升	以标准推动文旅全行业服务质量提升	以标准推动文旅全行业服务质量提升	以标准推动文旅全行业服务质量提升	15	15	无		
		可持续影响	提升全市旅游民宿服务质量	提升全市旅游民宿服务质量	提升全市旅游民宿服务质量	提升全市旅游民宿服务质量	符合行业发展需求	15	13	无	
		满意度	服务对象满意	项目服务对象满意	≥80%	≥85%	≥90%	项目服务对象满意	10	8	无
	总 分							100	96		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		变更项目用途。根据山西省市场监管局《关于取消设区市本行政区域的地方标准制定权的通知》（晋市监发[2025]137号）要求，自2025年7月1日起，取消11个设区市本行政区域的地方标准制定权，各市标准化行政主管部门不再制定发布本行政区域的地方标准。原定2025年全市文旅行业标准化能力提升项目关于地方标准的内容不可执行。因此，变更该项目预算用途为三部分，一是解决2024年全市文旅行业标准化能力提升项目合同欠款44850元；二是编制《大同市民宿服务质量等级划分与评定（标准或办法）》，预算10万元；三是举办全市研学旅游行业高质量发展培训活动，预算5.515万元。具体执行情况如下：第一项，因财政资金紧张，经与承办方平等协商，将合同尾款调至4万元，已支付；第二项，因财政资金紧张，项目已完成但费用未支付，形成欠款10万元；第三项，因财政资金紧张，项目未签订合同、未执行、未付款。							
		产出情况及分析		《大同市民宿服务质量等级划分与评定（标准或办法）》已完成。							
		效益情况及分析		助力我市旅游民宿行业进一步提升服务水平。							
		满意度情况及分析		服务对象满意度较高							
	主要经验做法		邀请专业团队编制，邀请行业代表和专家进行审核修改。								
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无								
	下一步改进措施及管理建议		无								

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z2025新媒体宣传项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z2025新媒体宣传										
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局					
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
				目标申报数	预算编制数									
				资金总额：			60	60	60	59.5	0.5	99.17	9.92	
				市县区财政资金			60	60	60	59.5	0.5	99.17	9.92	无
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况						
	进一步提升城市形象和传播力，推动全市文旅产业高质量发展，打造旅游热门门户城市和国际知名文化旅游目的地。							通过官方账号运营、抖音话题挑战赛等方式持续宣传大同文旅品牌，大同文旅抖音账号被山西省网信办评为被 2025年度山西省走好网上群众路线成绩突出账号推选活动入选账号。						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施				
	产出指标	数量指标	制作输出视频	≥条	≥100条	≥157条	157	20	20					
		质量指标	推广大同文旅品牌		推广大同文旅品牌，提升大	推广大同文旅品	推广大同文旅品牌，提升大同知名	10	10					
		时效指标	完成时间		2025年12月底前完成	达成预期指标	2025年12月底前完成	10	10					
		成本指标	预算控制	≤万元	≤60万元	≤59.5万元	59.5	10	10					
	效益指标	社会效益	进一步提升大同的知名度和美誉度		进一步提升大同的知名度和	达成预期指标	进一步提升大同的知名度和美誉度	15	15					
		可持续影响	提升大同的知名度和影响力		提升大同的知名度和影响力	达成预期指标	提升大同的知名度和影响力	15	15					
	满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥%	≥80%	≥80%	80	10	10					
总 分									99.92	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		按照合同要求高质量完成项目										
		产出情况及分析		推出视频157条，高质量完成项目										
		效益情况及分析		聚焦重点客源地市场，在抖音等平台宣传我市文旅品牌。运用抖音话题、精品内容、信息流推送等方式，借助抖音短视频平台流量优势，持续提升大同文旅品牌形象。										
		满意度情况及分析		游客满意度≥80%										
	主要经验做法		利用大数据分析精准游客画像，通过推出系列短视频、话题挑战赛、达人宣推等方式，有效提升大同文旅品牌影响力。											
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无											
	下一步改进措施及管理建议		持续加强在抖音平台宣传力度											

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z2025新媒体营销项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z2025新媒体营销									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因	
				目标申报数		预算编制数							
				资金总额：		60	60	60	59.5	0.5	99.17	9.92	
				市县区财政资金		60	60	60	59.5	0.5	99.17	9.92	无
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	进一步提升城市形象和传播力，推动全市文旅产业高质量发展，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。							按照合同约定，推出视频52条，高质量完成项目，有效提升了大同文旅品牌影响力。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	制作输出视频	≥条	≥24条	≥52条	52	20	20				
		质量指标	推广大同文旅品牌		推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	达成预期指标	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	10	10				
		时效指标	完成时间		2025年12月底前完成	达成预期指标	2025年12月底前完成	10	10				
		成本指标	预算控制	≤万元	≤60万元	≤59.5万元	59.5	10	10				
	效益指标	社会效益	进一步提升大同的知名度和美誉度		进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响提升大同的知名度和影响力	达成预期指标	进一步提升大同的知名度和美誉度，提升大同的知名度和影响力	15	15				
		可持续影响	提升大同的知名度和影响力		提升大同的知名度和影响力	达成预期指标	提升大同的知名度和影响力	15	15				
满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥%	≥80%	≥80%	80	10	10					
总 分								99.92	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		按照资金使用计划和绩效目标，完成项目									
		产出情况及分析		聚焦大同文旅品牌，推出图文笔记105篇，视频52条，运营话题“大同还是太全面了”浏览量524.7万，全网有效覆盖人群2088万余人。									
		效益情况及分析		深入挖掘大同文旅资源，利用小红书平台流量优势，扩大大同文旅影响力。									
		满意度情况及分析		游客满意度≥80%									
	主要经验做法		根据市场反馈，运用话题流量、图文笔记等方式提升大同文旅品牌知名度										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无										
	下一步改进措施及管理建议		持续加大小红书平台宣传力度										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

ZA级景区、省级旅游度假区、省级乡村旅游重点村创建
指导、复核、评定项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			ZA级景区、省级旅游度假区、省级乡村旅游重点村创建指导、复核、评定								
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数	预算编制数							
			资金总额：	6.2	6.2	6.2	2.39	3.81	38.55	3.85	
			市县区财政资金	6.2	6.2	6.2	2.39	3.81	38.55	3.85	本年度申报创建A级景区的单位较往年少
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况				
	高质量完成A级景区创建指导、复核评定						高质量完成了9家3A级景区的复核工作，组织专家对3家申报创建3A级景区的单位开展了评定验收，3家景区获评国家3A级旅游景区。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
	产出指标	数量指标	评定、复核景区数量	≥个	≥8个	≥12个	12	20	20		
		质量指标	评定、复核工作开展质量		严格按照国家相关	达成预期指标	严格按照国家相关标准开展	10	10		
		时效指标	完成时限		12月底前	达成预期指标	12月底前	10	10		
		成本指标	专家指导费用标准		800元/人/天	达成预期指标	800元/人/天	10	10		
	效益指标	社会效益	评定工作对景区的影响		规范景区开发，提	达成预期指标	规范景区开发，提高景区知名度	15	15		
		可持续影响	评定工作对景区影响		规范景区开发，提	达成预期指标	规范景区开发，提高景区知名度	15	15		
	满意度指标	服务对象满意度	游客满意度	≥%	≥90%	≥95%	95	10	10		
总 分								93.85	优		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		本项目年初预算为6.2万元，全年支出2.39万元，结余3.81万元，支出金额全部用于了A级景区复核、评定工作。结余金额较大的原因主要是本年度申报创建A级景区的单位较往年少。							
		产出情况及分析		1.数量指标：年初计划评定、复核A级景区8家以上，实际评定、复核A级景区12家。2.质量指标：年初设定高质量完成此项工作，实际已超额完成任务，年初目标已实现。3.完成时间：年初设定年底完成评定，实际评定工作在年底前圆满完成。4.成本指标：年初设定专家指导费用800元/人/天，实际专家指导费用严格按照800元/人/天执行。							
		效益情况及分析		年初设定社会效益指标为规范景区开发，提升景区知名度，实际完成情况为：大同市A级景区质量和数量明显提升，景区知名度明显提高，指标任务完成。							
		满意度情况及分析		年初设定游客满意度≥90%，实际游客满意度≥95%，指标任务超额完成。							
	主要经验做法		无								
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无								
	下一步改进措施及管理建议		无								

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z安全生产培训项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z安全生产培训										
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
				目标申报数	预算编制数									
				资金总额：			3	3	3	0	3	0	0	
				市县区财政资金			3	3	3	0	3	0.00	0.00	资金不足，暂无法完成拨付
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况						
	推动文旅行业高质量发展							2025年10月组织举办大同市文旅行业安全生产专题培训班，通过提升全行业安全生产治理能力, 切实为文旅行业高质量发展创造安全、有序、平稳的良好环境。已顺利完成年度目标。						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施				
	产出指标	数量指标	举办安全生产培训		1次	达成预期指标	1	20	20					
		质量指标	通过安全生产培训，提高行业安全生产水平		提高	达成预期指标	提高	10	9	宣讲力度不够、内容较为单一。下一步将探索专业性更强、覆盖面更广的安全生产培训活动。				
		时效指标	活动举办时间		2025年12月前	达成预期指标	2025年12月前	10	10					
		成本指标	预算控制	≤万元	≤3万元	≤0万元	0	10	10					
	效益指标	社会效益	提升大同文旅安全生产水平		提高	达成预期指标	提高	15	13	活动宣传力度不够，将继续大力引导业者深化安全意识，强化自查自纠能力，推动提升全市文旅安全隐患防范水平。				
		可持续影响	可持续发挥作用		可以	达成预期指标	可以	15	15					
	满意度指标	服务对象满意度	服务对象满意度	≥%	≥95%	≥95%	95	10	10					
总分									87	良				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况 & 分析		2025年10月组织举办文旅行业安全生产专题培训班，通过本次活动有效强化了文旅行业从业人员安全生产意识，切实提高了安全隐患防范能力，年度预算资金3万元，实际支付0万元，执行率0。										
		产出情况及分析		严格按照预算成本指标要求，开展文旅行业安全生产专题培训1次，有效达成提高行业安全生产意识及管理水平的目标，完成了产出指标要求。										
		效益情况及分析		安全生产培训工作的开展实现了提升大同安全生产水平的预期效果，较好完成了社会效益指标任务。										
		满意度情况及分析		服务对象满意度高于95%。										
	主要经验做法		根据相关资金下达文件要求，我科室严格按照资金制定支出计划及用途，保证此项资金专款专用，基本完成了全年绩效目标											
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		资金使用计划制定不够完善，对于资金到位情况了解不够全面。											
下一步改进措施及管理建议		下一步将继续加强资金使用的计划安排，及时掌握资金拨付情况，进一步提升资金产出效益。												

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z编制文旅行业领域规划项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z编制文旅行业领域规划									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
				目标申报数		预算编制数							
				资金总额：		50	50	50	39.424	10.576	78.85	7.88	
				市县区财政资金		50	50	50	39.424	10.576	78.85	7.88	达到支付条件，支付额度受限
项目年度绩效目标	年度目标								实际完成情况				
	完成“十五五”大同文旅发展规划								已完成“十五五”大同文旅发展规划文本、专家评审，正在对照上位规划进行修改提升。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	规划方案数量	≥册	≥1册	≥1册	1	20	20				
		质量指标	规划文本质量		根据大同文旅发展实际情况，按照上位规划要求，编制我市文旅发展规划	达成预期指标	根据大同文旅发展实际情况，按照上位规划要求，编制了我市文旅发展规划	10	9	山西省“十五五”文旅发展规划及大同市十五五规划未正式印发，我局“十五五”规划需在上位规划印发后进行修改调整后印发。			
		时效指标	规划时效性		指导大同文旅未来5年的发展方向	达成预期指标	指导大同文旅未来5年的发展方向	10	10				
		成本指标	支出成本	≤万元	≤50万元	≤39.424万元	39.424	10	8	达到支付条件，支付额度受限			
	效益指标	社会效益	规划作用		形成科学有效指导体系，作为文旅发展的指导性文件。	达成预期指标	形成科学有效指导体系，作为文旅发展的指导性文件。	15	15				
		可持续影响	规划指导期限		5年	达成预期指标	5年	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	规划实施主体满意度		满意	达成预期指标	满意	10	10				
总 分									94.88	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况 及分析		已完成“十五五”大同文旅发展规划文本、专家评审，正在对照上位规划进行修改提升。按照合同约定，已完成第二笔项目款支付，支出进度78.85%。									
		产出情况及分析		按照绩效产出目标，目前已完成了规划文本的编写，作为未来5年大同文旅发展方向的指引，现阶段正在对照省厅“十五五”规划初稿进行修改提升。									
		效益情况及分析		文本内容充实，基本形成科学有效指导体系，作为文旅发展的指导性文件。									
		满意度情况及分析		已顺利通过专家评审									
	主要经验做法		规划编制过程中，及时将中央、省、市最新精神吸纳在文本当中，不断的修改提升。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		对县区文旅项目规划情况摸底不清晰										
下一步改进措施及管理建议		积极与县区对接，完善文本											

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z参加各类文旅展会项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称				Z参加各类文旅展会									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
												目标申报数	
				资金总额：		98	98	98	68.1	29.9	69.49	6.95	
				市县区财政资金		98	98	98	68.1	29.9	69.49	6.95	参加了1场展会，年内无其他合适展会。
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	进一步提升城市形象和传播力，推动全市文旅产业高质量发展，打造旅游热门户城市和国际知名文化旅游目的地。							根据市委工作要求，组织参加2025首届国际旅行服务大会暨交易会，有力提高了大同文旅品牌影响力。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	参加重要展会	≥场	≥2场	≥1场	1	20	13.05	参加了1场展会，年内无其他合适展会。			
		质量指标	推广大同文旅品牌		推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	达成预期指标	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	10	10				
		时效指标	完成时间		2025年12月底前完成	达成预期指标	2025年12月底前完成	10	10				
		成本指标	预算控制	≤万元	≤98万元	≤68.1万元	68.1	10	10				
	效益指标	社会效益	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热门户城市和国际知名文化旅游目的地。		进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热门户城市和国际知名文化旅游目的地。	达成预期指标	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热门户城市和国际知名文化旅游目的地。	15	15				
		可持续影响	提升大同的知名度和影响力		提升大同的知名度和影响力	达成预期指标	提升大同的知名度和影响力	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥%	≥80%	≥80%	80	10	10				
	总 分									90	良		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况 & 分析		项目严格依据合作协议要求完成项目并通过验收。									
		产出情况及分析		项目按照合作协议要求指标高质量完成项目。									
		效益情况及分析		大力宣传大同文旅资源，提升大同品牌在国际旅行影响力。									
		满意度情况及分析		游客满意度≥80%									
	主要经验做法		贯彻市委工作要求，利用重要展会机遇宣传大同										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无										
下一步改进措施及管理建议		持续加强在重要展会中的宣传力度											

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z承办一项全省群众文化活动品牌任务项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z承办一项全省群众文化活动品牌任务										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]						预算单位		058001-大同市文化和旅游局		
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因	
			目标申报数		预算编制数								
			资金总额：		10	10	10	9.933	0.067	99.33	9.93		
			市县区财政资金		10	10	10	9.933	0.067	99.33	9.93	无	
项目年度绩效目标	年度目标								实际完成情况				
	通过春雨工程—“文化润边”民俗文化交流活动，将文化和旅游志愿服务送到边疆地区，促进各民族交往交流交融								举办了春雨工程“文化润边”民俗文化交流活动				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	活动场次	≥场	≥1场	≥1场	1场	20	20				
		质量指标	按活动方案实施		全部完成方案既定活动任务	达成预期指标	完成方案内活动	10	10				
		时效指标	完成时限		2025年12月31日前	达成预期指标	2025年7月	10	10				
		成本指标	实际支出控制在预算内	≤万元	≤10万元	≤9.9333万元	9.9333万元	10	10				
	效益指标	社会效益	发挥自身优势对边疆地区进行对口支援、定点帮扶，促进两地友好共建、协同发展		进一步促进两地友好共建、协同发展	达成预期指标	增进两地文化交流和宣传	15	15				
		可持续影响	将文化和旅游志愿服务送到边疆地区，促进各民族交往交流交融		可持续	达成预期指标	可持续	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥90%	≥90%	90%	10	10				
总 分									99.93	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目实施：制定了春雨工程“文化润边”民俗文化交流活动实施方案，在内蒙古自治区呼伦贝尔市、额尔古纳市开展5个板块：一是两地同台文艺汇演及文旅推介，文艺节目主要邀请了柴京云、柴京海、张彩平、歌舞剧院演员，阳高二台人，以及呼伦贝尔当地的演员，演出时间1小时以上，主持人及旅游推荐邀请了市电视台主持人；二是第二届中国·大同长城摄影大赛作品展、在呼伦贝尔市图书馆进行展出1个月；三是大同非遗文创展览展示，与文艺演出同时进行，共16家非遗项目，大同8家，当地8家，统一制作展台展棚，展览1天；四是民俗文化讲堂交流，在额尔古纳开展大同地方民俗文化大讲堂，由大同大学2位老师进行文化交流；五是慰问演出，在边防部队进行慰问演出和图书捐赠。预算执行：与市图书馆按照比例支付了9.9333万元，专款专用，执行率99.33%。									
		产出情况分析		完成了春雨工程“文化润边”民俗文化交流活动1场，根据方案按时在指定地点呼伦贝尔市、额尔古纳市开展了长城摄影大赛优秀作品展、两地同台文艺汇演及文旅推介活动、大同地方民俗文化大讲堂、大同非遗文创展览展示等活动，增进了两地民俗文化交流，宣传了大同文旅资源。									
		效益情况分析		社会效益增进了两地民俗文化交流，宣传了大同文旅资源，无经济效益。									
		满意度情况分析		当地培训对象较满意，达到了预期现场宣传效果。									
	主要经验做法		制定了春雨工程“文化润边”民俗文化交流活动实施方案，围绕“大同好风光”“千年草原情”“阿蒙一家亲”三大主题开展，成立了领导小组，两地建立协商沟通机制，共同打造了一台水平较高的文艺晚会，通过演出、展览、讲座等形式增进两地文化交流，同时，进行了旅游推介，吸引内蒙古地区的游客来大同观光旅游、品尝美食、纳凉度假。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		近年来，大同市与内蒙古等边疆地区民俗文化交流较少。										
	下一步改进措施及管理建议		增加文化交流机会，不断让大同民俗文化走出去，并把边疆地区的优秀传统文化请进来，实现城市文化多样性。										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z打造研学体系，编制大同研学旅行发展规划（或方案）项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z打造研学体系，编制大同研学旅行发展规划（或方案）									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因	
			目标申报数	预算编制数								
			资金总额:	10	10		10	9.95	0.05	99.5	9.95	
			市县区财政资金	10	10		10	9.95	0.05	99.50	9.95	无
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况				
	深入国内市场调查研究，邀请专家编制大同研学旅游发展规划。							深入国内研学市场调查研究，结合大同研学旅行发展现状，制定了大同研学旅行中短期发展规划（方案），涵盖景区、旅行社、研学旅游基地、人才建设等多方面内容，以高标准打造高质量国内知名研学旅行目的地。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	编制大同研学旅行发展规划		1部	达成预期指标	编制大同研学旅行发展规划或工作方案	20	20	无		
		质量指标	涵盖研学旅游主要行业要素，我市研学		涵盖研学旅游主要行业要素	达成预期指标	涵盖研学旅游主要行业要素，我市研学旅游发展体系。	10	9	无		
		时效指标	完成时限		在合作协议要求时	达成预期指标	在合作协议要求时间内完成	10	10	无		
		成本指标	按照预算合理支配	≤万元	≤10万元	≤9.95万元		10	10	无		
	效益指标	社会效益	以规划引领全市研学旅游行		以规划引领全市研	达成预期指标	以规划引领全市研学旅游行业高质量发展	30	28	无		
	满意度指标	服务对象满意度	项目服务对象满意		85	达成预期指标	90%	10	9	无		
	总 分								95.95	优		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施的预算执行情况及分析		加快推进我市文旅研学旅游高质量发展规划（方案）已按照预算安排进行落实，完成了预定目标。								
		产出情况及分析		我市研学旅游发展规划（方案）已完成，涵盖景区、旅行社、研学旅游基地、人才建设等多方面内容，以高标准打造高质量国内知名研学旅行目的地。								
		效益情况及分析		该项目搭建我市研学旅游高质量发展基础框架，为全市研学旅游行业发展奠定基础并指引方向。								
		满意度情况及分析		项目服务对象满意								
	主要经验做法		邀请高校团队进行专业编制，邀请有关行业专家和代表审核修改。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		主要问题是下一步落实工作中，财政支持可能难以落实，与市场衔接度仍有待提高。									
	下一步改进措施及管理建议		进一步与有关景区、旅行社、研学机构进行对接，细化落实举措。									

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z大同市北路梯子和耍孩剧种保护传习中心取暖费项目
支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z大同市北路梯子和耍孩剧种保护传习中心取暖费									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数								
			资金总额：		17	17	17	17	0	100	10	
			市县区财政资金		17	17	17	17	0	100.00	10.00	无
项目年度绩效目标			年度目标				实际完成情况					
			支付政府购买服务公益二类事业单位大同市北路梯子和耍孩剧种保护传习中心办公楼采暖费，用以办公楼冬季采暖和正常运转。				年底及时将取暖经费支付给对方，用于大同市北路梯子和耍孩剧种保护传习中心办公楼采暖费，保障单位日常工作的开展。					
绩效指标			一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
			产出指标	数量指标	办公采暖面积	≤平方米	≤4000平方米	≤3815.54平方米	3815.54平方米	20	20	
				质量指标	取暖费经费保障率	＝%	＝100%	＝100%	100%	10	10	
				时效指标	取暖费保障时间		2025年1月至12月	达成预期指标	2025年1月至12月	5	5	
					取暖费支付及时性		及时	达成预期指标	及时	5	5	
			成本指标	取暖经费总额	≤元	≤170000元	≤170000元	17万元	10	10		
			效益指标	社会效益	保障本单位办公楼正常使用		保障	达成预期指标	保障	15	15	
				可持续影响	持续保障本单位正常运行		持续	达成预期指标	持续	15	15	
满意度指标	服务对象满意度	单位职工满意度	≥%	≥95%	≥96%	96%	10	10				
总分										100	优	
项目绩效分析			自评结果分析		项目实施和预算执行情况		本项目用于大同市北路梯子和耍孩剧种保护传习中心办公楼采暖费，保障单位日常工作的开展。资金全部支付到位，项目预算资金17万元，实际全部支付完成，预算执行率为100%。					
					产出情况及分析		在2025年12月31日前支付该单位办公楼 3815.54平方米的取暖费，取暖经费保障率100%，取暖费及时支付，共计支出经费17万元，保障了单位日常工作的开展。					
					效益情况及分析		通过开展项目，保障了该单位办公楼正常运转，持续保障该单位日常工作正常开展。					
					满意度情况及分析		经调查，单位职工满意度达到96%，满意度较高。					
			主要经验做法		1. 统筹安排好各部门的工作，加强财务和业务部门之间的参与协助力度，强化绩效管理，确保各项目顺利、规范、有序地完成各项绩效目标，取得更大、更多的社会效益。2. 完善制度建设，结合预算、绩效、资金管理的新要求，严格执行相关规章制度，项目集体决策，项目资金使用程序和手续规范，确保项目经费执行到位、规范使用、安全运行，提高资金使用效率。							
			项目管理中存在的问题及原因分析		一是绩效评价工作相关规定和制度仍需要在具体的实施过程中进一步巩固完善。二是部分干部职工对绩效评价工作认识和重视程度还有待加强。三是绩效管理未纳入项目执行过程中。四是随着经济社会发展，物价逐年上涨，而该单位因其为非非遗保护单位创收能力弱，阻碍了单位今后的业务发展。							
下一步改进措施及管理建议		今后的工作中，我们将进行如下改进：1、加强绩效评价工作重视度，立足单位工作实际，更好的改进工作作风。2、在具体的实施过程中进一步巩固完善绩效评价工作制度，更进一步提升工作效能。3、将绩效管理贯穿在项目执行过程中，改进和加强绩效评价工作。4、呼吁政府提升对非物质文化遗产单位的保护力度，加大对非遗单位经费保障投入。										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z大同市广电新媒体集结发光、跟着短剧游大同项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称				Z大同市广电新媒体集结发光、跟着短剧游大同									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
				目标申报数	预算编制数								
				资金总额：		20	20	20	14	6	70	7	
				市县区财政资金		20	20	20	14	6	70.00	7.00	无
项目年度绩效目标		年度目标						实际完成情况					
		组织推广优秀作品创作，推动跟着微短剧去旅行这项工作。						组织推广优秀作品创作，推动跟着微短剧去旅行这项工作。完成多部微短剧创作，为文明大同、文化大同、微笑大同做出应有贡献。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	优秀作品创作		10集	达成预期指标	完成12集作品	20	20				
		质量指标	作品质量		高质量完成	达成预期指标	按计划高质量完成	10	10				
		时效指标	完成优秀作品创作		12月底	达成预期指标	完成	10	9	拍摄微短剧前期演员海选、剧本打磨、场景布置时间较长，影响作品制作完成日期。			
		成本指标	2025年支出金额	≤万元	≤20万元	≤14万元	14万元	10	10				
	效益指标	社会效益	推动文化传承和经济社会发展		明显提升	达成预期指标	达到预期提升目标	15	15				
		可持续影响	推动文化传承和经济社会发展		明显提升	达成预期指标	达到预期提升目标	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度		满意	达成预期指标	达到预期满意标准	10	10				
总 分									96	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		未按合同及时支付尾款，形成中小企业欠款									
		产出情况及分析		已制作完成并发布12集微短剧									
		效益情况及分析		推动了文化传承和经济社会发展，满足了人民群众精神文化需求									
		满意度情况及分析		完成了多部微短剧创作，为文明大同、文化大同、微笑大同做出应有贡献，群众都为满意									
	主要经验做法		1、加强组织领导。2、指导各融媒体中心及各网络用户制作优秀作品创作。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		剧本内容质量良莠不齐，反应本土作品需加强，原因为剧本写作者不限，反映大同本土作品质量需提高										
	下一步改进措施及管理建议		1、提前协调好各场景用地，督促剧组合理安排拍摄时间。2、剧本创作严格把关，创作出反映本土的优秀剧本										

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z大同市艺术系列、群众文化系列中、初级职称评审费用
项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z大同市艺术系列、群众文化系列中、初级职称评审费用									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
												目标申报数	
				资金总额：		1.8	1.8	1.8	0.58	1.22	32.22	3.22	为节约资金，2025年度职称评审在局属单位大同艺校开展，节约了场地费和住宿费。
				市县区财政资金		1.8	1.8	1.8	0.58	1.22	32.22	3.22	
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	继续深化职称制度改革，规范申报评审程序，促进我市艺术、群众文化系列人才建设。							2025年度参加大同市艺术系列、群众文化系列职称评审39人，通过35人。实际职称评审花费5800元。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	评审人数		不低于30人	达成预期指标	39人	20	20				
		质量指标	评审系列		2个	达成预期指标	2个	10	10				
		时效指标	从申报到评审结束		2个月	达成预期指标	2个月	10	10				
		成本指标	预算控制		不超过1.8万元	达成预期指标	支出0.58万元	10	10				
	效益指标	社会效益	加快人才建设		人数不低于30人	达成预期指标	39人	15	15				
		可持续影响	可持续影响力		满意	达成预期指标	满意	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	满意度		满意	达成预期指标	满意	10	10				
总分										93.22	优		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		2025年度参加大同市艺术系列、群众文化系列职称评审39人，通过35人。计划预算1.8万元完成2025年度职称评审工作，实际执行中，为节约预算，在局属单位大同艺校占用场地开展评审，节约了场地费和住宿费，最终花费专家评审费4800元和餐费1000元。共计5800元。									
		产出情况及分析		39人参加2025年度大同市艺术系列、群众文化系列职称评审，35人通过。									
		效益情况及分析		促进我市艺术、群众文化系列人才建设									
		满意度情况及分析		满意									
	主要经验做法		1、个人自主申报。2、实行民主评议。3、逐级审核申报。4、由专家评委会进行专业评审确定。										
	项目管理中存在的问题及原因分析		年初预算难以精准测算参评人数，导致评审费用预算偏差较大。原因是参评人员具有不确定性，缺乏历史数据参考与弹性测算机制。										
	下一步改进措施及管理建议		下一步建立历年数据台账，预留机动额度，强化过程管控与动态调整，提高预算科学性与执行效率。										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z大同文旅海外宣传推广项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z大同文旅海外宣传推广									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局		
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
				目标申报数		预算编制数							
				资金总额：				30		30		30	29.25
市县区财政资金				30		30		30	29.25	0.75	97.50	9.75	无
项目年度绩效目标	年度目标								实际完成情况				
	进一步提升城市形象和传播力，推动全市文旅产业高质量发展，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。								高质量在Ins、TikTok等平台发布大同文旅短视频宣传内容，推广大同文旅品牌。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	输出视频	≥条	≥30条	≥72条	72	20	20				
		质量指标	推广大同文旅品牌		推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	达成预期指标	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	10	10				
		时效指标	完成时间		2025年12月底前完成	达成预期指标	2025年12月底前完成	10	10				
		成本指标	预算控制	≤万元	≤30万元	≤29.25万元	29.25	10	10				
	效益指标	社会效益	进一步提升大同的知名度和美誉度，唱响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。		进一步提升大同的知名度和美誉度，唱响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	达成预期指标	进一步提升大同的知名度和美誉度，唱响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	15	15				
		可持续影响	提升大同的知名度和影响力		提升大同的知名度和影响力	达成预期指标	提升大同的知名度和影响力	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥%	≥80%	≥80%	80	10	10				
	总 分								99.75	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目已按照合作协议严格执行并完成验收支付									
		产出情况及分析		在Ins、TikTok等平台发布大同文旅短视频72条，总浏览量突破200万次，曝光量超150万。									
		效益情况及分析		在Ins、TikTok等平台发布大同文旅短视频，提升大同文旅品牌国际影响力。									
		满意度情况及分析		游客满意度≥80%									
	主要经验做法		聚焦大同独特文旅资源，在Ins、TikTok等平台运用热点话题、精准标签、互动活动等方式，用国际化表达发布大同文旅短视频72条，提升大同国际知名度和影响力。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无										
下一步改进措施及管理建议		持续加大在海外新媒体平台的宣传力度											

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z非法卫视整治项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z非法卫视整治										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]						预算单位		058001-大同市文化和旅游局		
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因			
											目标申报数	预算编制数	
			资金总额：		30	30		30	29.58	0.42	98.6	9.86	
			市县区财政资金		30	30		30	29.58	0.42	98.60	9.86	无
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况						
	维护国家政治安全、文化安全和意识形态安全						根据《2022年度全省平安建设考核评价实施细则》和《山西省非法卫星电视接收设施整治工作考核评分办法》省局对大同市2025年非法卫星电视接收设施整治工作中评为一类城市的第一名。						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	开展非法卫视整治		两次	达成预期指标	已按考核要求完成两次	20	20				
		质量指标	维护国家政治安全、文化安全和意识形态安全的重要职责		创建平安文化市场	达成预期指标	严格对照平安文化市场标准，落实各项任务、成效达标	10	10				
		时效指标	及时发现违规安装及时清理		及时	达成预期指标	因卫星锅数量多、后续将继续清理	10	9	县区卫星锅数量多，比较分散，今后可以分片统计后集中拆除			
		成本指标	2025年支出额	≤万元	≤30万元	≤29.58万元	已按计划完成资金指标	10	10				
	效益指标	社会效益	维护国家政治安全、文化安全和意识形态安全的重要责任		创建平安文化市场	达成预期指标	严格对照平安文化市场标准，落实各项任务、成效达标	15	15				
		可持续影响	通过整治非法卫视工作维护国家政治安全、文化安全和意识形态安全。		创建平安文化市场	达成预期指标	严格对照平安文化市场标准，落实各项任务、成效达标	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度		满意	达成预期指标	群众满意度为满意	10	10				
总 分								98.86	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		未按合同及时支付尾款，形成中小企业欠款									
		产出情况及分析		全市共出动检查人员1406余人次、查处并拆除非法卫星接收设施619套、张贴各类宣传单20930张、广播电视宣传报道7次、视频41个、图片1135张、简报66期、展开专项行动48次。									
		效益情况及分析		维护国家政治安全、文化安全、和意识形态安全的重要责任、创建平安文化市场									
		满意度情况及分析		非法卫视整治工作得到群众理解与支持，都为满意									
	主要经验做法		1.加强整治工作组织领导，及时调整联席会议制度。2.加大普法宣传力度，积极开展无“小耳朵”创建活动。3、积极落实专项整治经费，加大执法检查力度。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		一是在非法卫星地面设施的生产、销售、安装环节等源头上的打击力度不够，非法卫星地面设施重复反弹现象屡禁不止，我局在治理非法卫星地面接收设施突击检查中发现，个别小区存在有新安装的非法卫星地面接收设施现象，居民从外地买回小耳朵私自安装，无形中对我市的清理工作增加了难度。二是对特困户、低保户、五保户及残疾人等弱势群体的优惠政策不明朗。开展专项行动中特困户、低保户、五保户、残疾人等弱势群体普遍反映承担不起机顶盒和路费费用，拆除后将无电视可看，希望相关部门能出台政策给予解决弱势群体的正常看电视需求。										
下一步改进措施及管理建议		1.做好整治非法卫视宣传工作。2.加强重保期检查工作，维护国家意识形态安全											

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z非物质文化遗产保护补贴费项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z非物质文化遗产保护补贴费									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
											目标申报数	预算编制数
			资金总额：		20	20	20	19.993	0.007	99.97	10	
			市区区财政资金		20	20	20	19.993	0.007	99.97	10.00	无
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况					
	完善大同市非遗基础数据						组织开展“文化和自然遗产日”系列非遗宣传展示活动，有效提升我市非遗社会关注度。组织开展非遗创意设计大赛，吸引省内外文创设计师、高等院校师生关注大同非遗，为大同非遗结合时代开发文创提供思路。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	覆盖市级以上非遗项目及传承人	≥%	≥90%	≥92%	92%	20	20			
		质量指标	提升我市非遗保护工作质量	≥%	≥5%	≥5%	5%	10	10			
		时效指标	完善非遗项目记传承人数据汇总		12月底前	达成预期指标	完善非遗项目记传承人数据汇总	10	10			
		成本指标	预算控制	≤万元	≤20万元	≤19.99万元	19.99万元	10	10			
	效益指标	社会效益	加强非遗传承保护		长期	达成预期指标	加强	15	15			
		可持续影响	非遗数据指标		长期	达成预期指标	合格	15	15			
	满意度指标	服务对象满意度	非遗传承人满意度	≥%	≥80%	≥82%	82%	10	10			
总 分								100	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施的预算执行情况及分析		按计划推进非遗传承保护工作，资金专款专用，支出合规。								
		产出情况及分析		完成既定非遗保护任务，各项产出指标均达到预期标准								
		效益情况及分析		有效推动非遗传承保护，弘扬优秀传统文化，取得良好社会效益								
		满意度情况及分析		服务对象综合满意度达到预期水平								
	主要经验做法		严格落实资金要求，聚焦核心传承任务，保障项目有序落地实施									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		细化项目实施计划，优化资金使用管理									
	下一步改进措施及管理建议		无									

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z非遗视频制作项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z非遗视频制作										
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局〔部门〕				预算单位		058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
				目标申报数	预算编制数									
				资金总额：			10	10	10	10	0	100	10	
				市县区财政资金			10	10	10	10	0	100.00	10.00	无
项目年度绩效目标		年度目标							实际完成情况					
		对传统文化进行视频记录宣传							有效提升非遗传播力、影响力，促进非遗传承发展。					
绩效指标		一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
		产出指标	数量指标	覆盖非遗项目	≥个	≥10个	≥15个		20	20				
			质量指标	提升社会对非遗认知度	≥%	≥5%	≥5%		10	10				
			时效指标	完成视频拍摄制作		12月底前	达成预期指标	12月完成任务	10	10				
			成本指标	预算控制	≤万元	≤10万元	≤10万元		10	10				
		效益指标	社会效益	宣传弘扬传统文化		长期	达成预期指标	宣传弘扬传统文化	15	15				
			可持续影响	非遗技艺记录保存		长期	达成预期指标	非遗技艺记录保存	15	15				
		满意度指标	服务对象满意度	非遗传承人满意度	≥%	≥80%	≥82%		10	10				
总分									100	优				
项目绩效分析		自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目实施规范，预算执行率较高。									
			产出情况		产出及效益指标全面达标或超额完成									
			效益情况		项目有效提升了非遗传播力与影响力，实现了预期绩效目标。									
			满意度情况		项目满意度较高。有效宣传了非遗传承人，带动了地方非遗的活化利用。									
		主要经验做法		充分利用年轻人喜爱的新媒体形式扩大非遗宣传										
		项目管理中存在的主要问题及原因分析		项目覆盖数不够，资金有限										
		下一步改进措施及管理建议		加大资金投入，扩大受益范畴										

备注: 1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系,其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金,“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则,如果年初预算未调整,取预算编制数;如果有调整,取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z非遗宣传弘扬补助经费项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z非遗宣传弘扬补助经费									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
				目标申报数	预算编制数								
				资金总额：		15	15	15	15	0	100	10	
				市县区财政资金		15	15	15	15	0	100.00	10.00	无
项目年度绩效目标		年度目标						实际完成情况					
		打造北魏百工坊、培育大同非遗品牌						培育大同非遗品牌					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	非遗宣传展示活动		3次	达成预期指标	3次	20	20				
		质量指标	提升社会对非遗传承关注度	≥%	≥85%	≥85%	85%	10	10				
		时效指标	活动完成时限		12月底前	达成预期指标	已按要求完成	10	10				
		成本指标	预算控制	≤万元	≤15万元	≤15万元		10	10				
	效益指标	社会效益	提升非遗产品收入	≥%	≥3%	≥3%		15	15				
		可持续影响	提升大同非遗影响力		长期	达成预期指标	提升大同非遗影响力	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	非遗传承人对宣传弘扬工作	≥%	≥95%	≥95%		10	10				
总 分								100	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施的预算执行情况及分析		2025年度，大同市文化和旅游局严格按照预选管理要求执行项目，项目年初预算15万，全年预算15万，实际执行15万元，资金执行率100%，无结转结余资金。项目全过程严格遵守财务管理制度，所有支出均用于非遗宣传活动组织、场地布置等相关用途，无截留、挪用、挤占资金情况，资金使用合规有效，完成年度预算执行目标。									
		产出情况及分析		本年度项目按照计划完成全部绩效目标：1、数量指标：开展非遗宣传暂时活动3次，覆盖社区、校园、景区等场景，超额完成年度计划。2、质量指标，提升了公众对大同非遗认知度达标。3、时效指标，所有活动均在12月底前完成，并未出现延期。4、成本指标：经费严格控制在15万元预算内，无超支情况。项目产出全部达标，有效扩大了大同非遗社会覆盖率和影响力。									
		效益情况及分析		项目取得了良好的社会效益和长期影响：1、社会效益：通过宣传带动非遗产品销售，助力非遗传承人增收。2、可持续影响：进一步提升了大同非遗城市知名度、吸引更多群众关注度和参与度，为后续非遗传承和发展奠定了良好的社会基础。									
		满意度情况及分析		宣传效果满意度高达95%，无负面反馈，活动得到服务对象的广泛认可。									
	主要经验做法		1、创新宣传形式：采用“线上+线下”结合的方式，线下开展体验活动，线上通过短视频、直播扩大宣传范围。2、联动多方资源：联动学校、社区、景区等单位，提升活动覆盖范围。3、重视传承主体：活动策划阶段充分听取传承人意见和建议，确保宣传内容贴合非遗特色，保障传承人的参与感和获得感。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		项目整体执行情况良好，未出现重大问题。存在的不足：线上宣传渠道的深度运营仍有提升空间，部分短视频内容传播未达到预期。										
下一步改进措施及管理建议		优化线上宣传。											

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z非遗组织管理经费项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z非遗组织管理经费									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局〔部门〕				预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
											目标申报数	预算编制数
			资金总额：		10	10	10	6.92	3.08	69.2	6.92	
			市县区财政资金		10	10	10	6.92	3.08	69.20	6.92	无
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况					
	提升我市非遗传承人传承保护能力						提升我市非遗传承人传承保护能力					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	传承能力提升传承人	≥人	≥50人	≥50人		20	20			
		质量指标	传承人收益程度	≥%	≥80%	≥80%		10	10			
		时效指标	组织开展活动		12月底前	达成预期指标	已按要求完成	10	10			
	成本指标	预算控制	≤万元	≤10万元	≤6.92万元		10	10				
	效益指标	社会效益	提升传承保护能力		长期	达成预期指标	提升传承保护能力	15	15			
		可持续影响	整体提升全市非遗保护传承		长期	达成预期指标	整体提升全市非遗保护传承能力	15	15			
	满意度指标	服务对象满意度	非遗传承人满意度	≥%	≥80%	≥80%		10	10			
	总 分								96.92	优		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况	2025年度，大同市文化和旅游局组织实施非遗组织管理经费项目，年初预算10万元，全年执行率69.2%。项目经费主要用于非遗传承人培训、交流组织活动、管理服务保障等支出，资金使用合规，严格遵守财务管理制度，所有支出均用于非遗宣传活动组织、场地布置等相关用途，无截留、挪用、挤占资金情况。预算执行率未达到100%，主要因部分培训活动传承人时间协调问题延期，导致年度资金未完全支付。后续将有活动计划，加强预算执行进度跟踪，提高资金使用效率。									
		产出情况	本年度项目按照计划完成全部绩效目标：1、数量指标：开展非遗传承人培训、交流活动，超额完成年度计划。2、质量指标，实现传承人收入提升。3、时效指标：所有活动均在12月底前完成，并未出现延期。4、成本指标：经费严格控制在10万元预算内，无超支情况。项目产出全部达标，有效提升了非遗传承队伍整体能力。									
		效益情况	项目取得了良好的社会效益和长期影响：1、社会效益：通过培训、交流提升了传承人技艺水平和市场运营能力，带动非遗产品销售额同比增长。2、可持续影响：进一步提升了大同非遗组织管理规范化水平，吸引更多群众参与热情，为后续发展奠定良好的基础。									
		满意度情况	宣传效果满意度高达80%，无负面反馈，活动得到服务对象的广泛认可。									
	主要经验做法		1、规范项目管理：建立非遗组织管理工作台账，明确活动流程和责任分工，确保项目有序进行。2、强化供需对接：活动策划阶段充分调研传承人需求，针对性设计培训、交流内容，提升活动实效。3、严控经费支出：建立经费审批流程，全程跟踪支出进度，确保资金使用合规透明。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		1、预算执行进度不均衡：部分活动因外部因素延期，导致年末资金结余，未完成执行率。2、活动统筹协调不足：对传承人时间、场地等资源的统筹规划不够，影响了部分活动的开展。									
下一步改进措施及管理建议		1、优化预算执行管理。2、强化统筹协调。3、健全长效机制。4、提高资金使用率。										

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z古城也很潮--古城促消费文旅演艺活动项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称				Z古城也很潮—古城促消费文旅演艺活动																	
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局〔部门〕					预算单位		058001-大同市文化和旅游局										
项目资金预算安排及执行进度（万元）						年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因						
				目标申报数		预算编制数															
				资金总额：		49		49			49		49		0		100		10		
				市县区财政资金		49		49			49		49		0		100.00		10.00		无
项目年度绩效目标		年度目标										实际完成情况									
		满足旺季古城消费客群的需求变化，丰富古城文旅业态，带动文旅产业发展。										在大同古城东南邑、鼓楼东西街、县楼街等已选取9个点位，演出52天，演出了468场。									
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施											
	产出指标	数量指标	活动场次	≥场	≥450场	≥468场	468场	20	20												
		质量指标	按活动方案实施		全部完成 方案既定	达成预期指标	按照方案全部实施 完成	10	10												
		时效指标	完成时限		2025年12月31日前	达成预期指标	2025年10月	10	10												
		成本指标	实际支出控制在预算内	≤万元	≤49万元	≤49万元	49万元	10	10												
	效益指标	社会效益	提高大同古城影响力，丰富古城业态		进一步提高	达成预期指标	古都大同名片进一步擦亮	15	15												
		可持续影响	切实提高群众文化幸福感和增强“中国古都·天下大同”大同古城的品牌影响力。		可持续	达成预期指标	可持续	15	15												
满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥90%	≥90%	90%	10	10													
总 分										100		优									
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况			项目实施：根据年度任务，制定了古城也很潮—古城促消费文旅演艺活动方案，方案中明确了时间、地点及演出场次要求，由大同市歌舞剧院、大同市晋剧院、大同市北路梆子和耍孩剧种保护传习中心三个国有院团完成，共演出52天，468场。预算执行严格按照专款专用，按照合同约定全部支付完成。																
		产出情况及分析			实际完成数量468场，全部按照方案、时间、地点等要求高质量完成，在演出形式、内容方面做了优化，演出效果良好，关注普遍反映良好，自媒体和游客等在抖音发布内容较多。																
		效益情况及分析			社会效益突出，在大同古城旅游高峰期间，游客量加大，为丰富游客的游览体验，增加演出互动内容，对大同文旅起到更好的口碑和宣传作用，进一步擦亮了中国古都、天下大同文化名片。																
		满意度情况及分析			市民和游客反响良好，建议在内容上有所创新和提升。																
	主要经验做法			根据年度任务，制定了古城也很潮—古城促消费文旅演艺活动方案，成立了书记、局长任双组长的领导小组，建立打卡群，可实时获取演出情况。为高质量、安全完成活动任务，实施主体调用艺术水准较高的三个国有文艺院团，院团在内容、艺术水准、服化道有较大优势，并且演员素质高，在意识形态上把控得当。																	
	项目管理中存在的问题及原因分析			演出内容需进一步提升和创新。																	
	下一步改进措施及管理建议			加大管理力度，在演出节目上下功夫。																	

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z旅游发展基金补助地方项目资金--大同文旅品牌营销项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z旅游发展基金补助地方项目资金—大同文旅品牌营销项目											
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]						预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结转（余）	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数		预算编制数									
			资金总额：90			90		90		90	44.6	45.4	49.56%	4.96
项目年度绩效目标	年度目标								实际完成情况					
	高质量高效完成本项目，进一步提升大同的知名度和美誉度，促进文旅消费。								已完成线上营销工作，计划于2026年4月底实施线下营销活动。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施				
	产出指标	数量指标	线上营销话题个数	≥1个	≥1个	1个		10	10	无				
			开展线下营销活动场数	=1场	=1场	0		10	10	计划于2026年4月底实施				
		质量指标	进一步叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”文旅品牌	进一步叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”文旅品牌	进一步叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”文旅品牌	进一步叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”文旅品牌		10	10	无				
			时效指标	完成时限	2026年12月底前完成	2026年12月底前完成	已完成线上营销工作，计划于2026年4月底实施线下营销活动。	10	10	无				
		成本指标	预算控制	≤90万元	≤90万元	44.6万元		10	10	已支付首笔款，其余资金待项目完成验收后支付				
	效益指标	社会效益	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。		15	15	无				
		可持续影响	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力		15	15	无				
		满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥80%	≥80%	≥80%		10	10	无			
	总 分								100	94.96				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		已完成线上营销工作，计划于2026年4月底实施线下营销活动。已支付首笔款，其余资金待项目完成验收后支付										
		产出情况及分析		已完成1个线上话题营销，计划于2026年4月底完成线下营销活动。										
		效益情况及分析		大力宣传大同文旅资源，提升大同文旅品牌影响力，吸引更多游客来同旅游。										
		满意度情况及分析		游客满意度≥80%										
		主要经验做法		运用线上线下相结合的方式，大力拓展旅游市场，提升大同文旅品牌影响力。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无											
下一步改进措施及管理建议		持续推进项目												

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z旅游发展基金补助地方项目资金—旅游城市氛围营造项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称		Z旅游发展基金补助地方项目资金—旅游城市氛围营造项目										
主管部门及代码		058-大同市文化和旅游局[部门]						预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）		年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因	
		目标申报数		预算编制数								
		资金总额：45		45		45		45	23.2	21.8	51.56%	5.15
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况				
	加强旅游宣传推广，进一步提升城市形象和传播力，营造旅游城市氛围，推动旅游热点旅游门戶城市建设，促进文化和旅游消费推动旅游业高质量发展。							正在按合同约定投放大同文旅广告。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	灯箱广告个数	≥10个	≥10个	23个		10	10	无		
			宣传推广旅游景区、旅游度假区、旅游休闲城市和街区个数	≥3个	≥3个	10个		10	10			
		质量指标	进一步叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”文旅品牌	进一步叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”文旅品牌	进一步叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”文旅品牌	进一步叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”文旅品牌		10	10	无		
		时效指标	投放截止时间	投放至2026年底	投放至2026年底	正在投放		10	10	无		
		成本指标	预算控制	≤45万元	≤45万元	23.2万元		10	10	正在按合同约定投放大同文旅广告。		
	效益指标	社会效益	进一步宣传推广大同的文化旅游资源，叫响大同“文化古都、清凉夏都、美食之都”的知名度和影响力。	进一步宣传推广大同的文化旅游资源，叫响大同“文化古都、清凉夏都、美食之都”的知名度和影响力。	进一步宣传推广大同的文化旅游资源，叫响大同“文化古都、清凉夏都、美食之都”的知名度和影响力。	进一步宣传推广大同的文化旅游资源，叫响大同“文化古都、清凉夏都、美食之都”的知名度和影响力。		15	15	无		
		可持续影响指标	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力		15	15	无		
		满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥80%	≥80%	≥80%		10	10	无	
	总 分								100	95.15		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		正在按合同约定，在大同南站、云冈机场投放大同文旅广告，并支付首笔款23.2万元。								
		产出情况及分析		项目按照合同要求在大同南站、云冈机场投放大同文旅广告23块，宣传推广10个重点旅游景区、旅游度假区等。								
		效益情况及分析		在大同客流密集区投放文旅广告，营造旅游城市氛围，提升城市形象。								
		满意度情况及分析		游客满意度≥80%								
	主要经验做法		通过在大同南站、云冈机场投放文旅广告的形式，营造旅游城市氛围，提升城市形象。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无									
下一步改进措施及管理建议		持续推进项目										

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z旅游统计管理工作项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z旅游统计管理工作											
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]						预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因			
												目标申报数		预算编制数
			资金总额：		20		20		20	19.9	0.1	99.5	9.95	
			市县区财政资金		20		20		20	19.9	0.1	99.50	9.95	按采购合同价正常支付
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况						
	完成2025年全年旅游抽样调查、数据测算、住宿单位核查							完成2025年全年旅游抽样调查、数据测算、住宿单位核查						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施				
	产出指标	数量指标	问卷数量	≥份	≥2000份	≥3200份	3200	20	20					
		质量指标	调查对象的客观、真实性		问卷真实有效	达成预期指标	问卷真实有效	10	10					
		时效指标	工作完成时限		2025年底前	达成预期指标	已完成	10	10					
		成本指标	支出成本	≤万元	≤20万元	≤19.9万元	19.9	10	10					
	效益指标	社会效益	统计作用		全面了解我市旅游业住宿设施接待情况和接待国内游客的人数及花费情况	达成预期指标	全面了解我市旅游业住宿设施接待情况和接待国内游客的人数及花费情况	15	14	由于未接待上级正式反馈的市域数据，县域数据测算滞后				
		可持续影响	旅游数据的意义		客观评价全市旅游业整体运行情况，全面动态监测旅游业发展情况	达成预期指标	客观评价全市旅游业整体运行情况，全面动态监测旅游业发展情况	15	15					
	满意度指标	服务对象满意度	满意度	≥%	≥90%	≥90%	90	10	10					
总 分									98.95	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况 & 分析		年初计划开展完成2025年全年旅游抽样调查、数据测算、住宿单位核查，项目整体工作已完成，县区数据测算正在进行。										
		产出情况及分析		对照年初设定的项目绩效表，2025年底前，完成了3200份有效问卷，在规定时间内完成了规定数量的有效问卷，为全年数据测算提供的有效支撑。且项目支出费用在预算范围内。										
		效益情况及分析		采集的问卷有效地与省厅问卷相衔接，为市域数据及县域数据的测算提供了有力支撑。										
		满意度情况及分析		采集的问卷能够为数据测算提供依据，服务情况满意										
	主要经验做法		根据各县区旅游发展的实际情况，不同时间段有侧重地向各县区采集不同数量的问卷，为各县区的数据测算提供有力支撑。											
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		部分旅游小县游客量较少，问卷采集存在一定困难，特别是在平日和淡季时段，样本采集尤为困难。											
	下一步改进措施及管理建议		加大对旅游小县的问卷采集力度											

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z旅游资源普查经费项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			Z旅游资源普查经费										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局					
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数									
			资金总额：		12	12		12	12	0	100	10	
			市县区财政资金		12	12		12	12	0	100.00	10.00	无
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况						
	高质量完成普查任务，摸清我市旅游资源家底，提高保护利用与管理水平。						高质量完成普查任务，全面摸清了我市旅游资源家底，旅游资源保护利用与管理水平显著提升。						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	覆盖县区数量		10个	达成预期指标	全市10个县区全覆盖	20	20				
		质量指标	普查成果完成质量		按照国家 和地方标准	达成预期指标	按照国家和地方标准，完成资源普查。	10	10				
		时效指标	完成时限		2025年12月底	达成预期指标	2025年12月底	10	10				
		成本指标	预算控制	≤万元	≤12万元	≤12万元	12	10	10				
	效益指标	社会效益	服务全市文旅事业发展		进一步提升资源保	达成预期指标	进一步提升资源保护利用水平	15	15				
		可持续影响	服务全市文旅事业的发展		进一步提升资源保	达成预期指标	进一步提升资源保护利用水平	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	满意度	≥%	≥90%	≥90%	90	10	10				
总分								100	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目包括普查动员培训费、专家评审费、专家技术指导费、普查图集绘制费、普查总结报告编制费、印刷费、差旅费等。项目总预算金额48万元，于2024年启动，分两年完成，2024年已支付36万元，2025年支付尾款12万元。2025年底前高质量完成了普查任务。									
		产出情况及分析		1.数量指标：年初计划普查工作覆盖县区数量为10个，实际全市10个县区全覆盖。2.质量指标：年初设定按照国家和地方标准，高质量完成资源普查，实际普查工作开展中严格按照国家和地方标准执行。3.时效指标：年初设定12月底前完成，实际普查工作于11月底前提前完成。4.成本指标：年初设定经费控制在12万元，实际预算严格控制在12万元。									
		效益情况及分析		年初设定服务全市文旅事业的发展，进一步提升旅游资源保护利用水平，实际完成情况为：全面摸清我市旅游资源家底，旅游资源保护利用水平逐步提高。									
		满意度情况及分析		年初设定服务对象满意度指标≥90%，实际指标完成。									
	主要经验做法		无										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无										
	下一步改进措施及管理建议		无										

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z免费送戏下乡补助经费项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z免费送戏下乡补助经费											
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局〔部门〕						预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数										
			资金总额：		294.37	294.37			294.37	293.28	1.09	99.63	9.96	
			市县区财政资金		294.37	294.37			294.37	293.28	1.09	99.63	9.96	无
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况						
	完成送戏下乡任务200场以上							2025年度免费送戏下乡251场；进一步丰富了我市公共文化服务供给，弘扬了我市传统的戏曲文化。						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施				
	产出指标	数量指标	送戏下乡表演出场次	>场	>200场	>251场	251场	20	20					
		质量指标	保证演出满足人民群众对高质量		高质量	达成预期指标	高质量	10	10					
		时效指标	2025年底前完成		按序时进度	达成预期指标	2025年11月中旬	10	10					
		成本指标	预算控制	≤万元	≤294.37万元	≤293.28万元	293.28万元	10	10					
	效益指标	社会效益	推动更多优秀文艺作品的涌现		有效	达成预期指标	社会效益良好	15	15					
		可持续影响	促进文化艺术事业的持续健康		有效	达成预期指标	促进文化艺术事业的持续健康发展	15	15					
满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥90%	≥96%	96%	10	10						
总分									99.96	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		免费送戏下乡工作严格按照实施方案执行，工作开展依照预算有序推进，执行情况良好。										
		产出情况		圆满完成工作任务，原因主要取决于科学严谨的工作方案和上下同心的执行力。										
		效益情况		满足了广大人民群众对高质量文化产品的需求，取得了良好的社会效益。										
		满意度情况		高满意度的取得，主要是因为送戏前做了深入的社会调查，尽量满足群众的要求。										
	主要经验做法		派遣高质量的队伍，做好前期准备工作，充分激发演职人员的社会责任感，与地方充分沟通形成合力搞好工作。											
	项目管理中存在的问题及原因分析		随着观众审美的不断提高，对演出的要求越来越高，需要我们不断提高演出质量。											
	下一步改进措施及管理建议		听取群众建议，结合实际不断提高送戏质量。											

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z全市群众文化活动费用项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			Z全市群众文化活动费用										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局〔部门〕						预算单位		058001-大同市文化和旅游局		
项目资金预算安排及执行进度（万元）					年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因	
					预算编制数								
			目标申报数										
			资金总额：		45	45		45	40.602	4.398	90.23	9.02	
市县区财政资金		45	45		45	40.602	4.398	90.23	9.02	无			
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	举办好重要节点的群众文化活动							一是圆满完成了春节期间华严寺广场社火展演、关帝庙戏台唱大戏、纯阳宫舞台群众文化活动共31场；二是组织了2025年大同市海棠花会，花会以“海棠映古都 花语解千年”为主题，开展了5项16场演出；三是组织了五一和十一假期群众系列文化活动。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	活动场次	≥场	≥3场	≥4场	4项	20	20				
		质量指标	按活动方案实施		全部完成	达成预期指标	超额完成	10	10				
		时效指标	完成时限		2025年12月31日前	达成预期指标	2025年10月	10	10				
		成本指标	实际支出控制在预算内	≤万元	≤45万元	≤40.6015万元	40.6015万元	10	10				
	效益指标	社会效益	丰富群众文化生活，增强群众的文化幸福感、满足感		进一步丰富群众文化生活，人民的文	达成预期指标	丰富了群众文化生活	15	15				
		可持续影响	切实提高群众文化获得感和增强“中国古都·天下大同”的品牌影响力。		可持续	达成预期指标	持续	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥90%	≥95%	95%	10	10				
总 分								99.02	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目实施：一是圆满完成了春节期间华严寺广场社火展演、关帝庙戏台唱大戏、纯阳宫舞台群众文化活动共31场；二是组织了2025年大同市海棠花会，花会以“海棠映古都 花语解千年”为主题，开展了5项16场演出；三是组织了五一和十一假期群众系列文化活动。预算执行：按照绩效指标全部完成了活动内容，达到了活动开展的实际效果，在控制成本前提下节约资金43985元，预算执行到位。									
		产出情况及分析		全年实际开展并完成活动4项，演出59场，于2025年10月完成，节约资金1.3985万元，节约资金近10%，社会效益良好，群众满意度较高，产出情况无偏差。									
		效益情况及分析		社会效益良好，无经济效益，分析无偏差。									
		满意度情况及分析		群众满意度较高，演出效果良好，服务群众近130万人次。									
	主要经验做法		开展群众文化活动是人民享受文化成果最直接的方式方法，活动开展选取群众广泛参与性强、群众喜闻乐见的形式进行，通过开展活动弘扬优秀传统文化。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		受到天气的影响，冬季开展室外活动存在诸多安全和组织上的问题。										
	下一步改进措施及管理建议		无										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z完善文旅宣传品项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z完善文旅宣传品																	
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局											
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因										
												目标申报数		预算编制数							
				资金总额：		17		17		17		17		0		100		10			
				市县区财政资金		17		17		17		17		0		100.00		10.00		无	
项目年度绩效目标				年度目标				实际完成情况													
				进一步提升城市形象和传播力，推动全市文旅产业高质量发展，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。				根据市场反馈，完善文旅宣传品，有力提升大同知名度和美誉度。													
绩效指标				一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施								
				产出指标	数量指标	修订印制《中国古都天下大同》		1000册	达成预期指标	2000	20	20									
					质量指标	推广大同文旅品牌		推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	达成预期指标	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	10	10									
					时效指标	完成时间		2025年12月底前完成	达成预期指标	2025年12月底前完成	10	10									
					成本指标	预算控制	≤万元	≤17万元	≤17万元	17	10	10									
				效益指标	社会效益	进一步提升大同的知名度和美誉度，唱响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。		进一步提升大同的知名度和美誉度，唱响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	达成预期指标	进一步提升大同的知名度和美誉度，唱响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户	15	15									
					可持续影响	提升大同的知名度和影响力		提升大同的知名度和影响力	达成预期指标	提升大同的知名度和影响力	15	15									
				满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥%	≥80%	≥80%	80	10	10									
总 分										100		优									
项目绩效分析				自评结果分析	项目实施和预算执行情况 & 分析		项目已按照合作协议严格执行并完成验收支付														
					产出情况及分析		修订印制《中国古都天下大同》《大同大不同》各1000册														
					效益情况及分析		根据大同文旅发展新情况和市场反馈，完善文旅宣传品，有效提升大同知名度和影响力。														
					满意度情况及分析		游客满意度≥80%														
				主要经验做法		立足大同文旅发展新情况，进一步挖掘整理大同文旅资源，完善文旅宣传品，提升大同文旅品牌形象。															
				项目管理中存在的主要问题及原因分析		无															
下一步改进措施及管理建议		无																			

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z文旅产业相关政策兑现服务费用项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z文旅产业相关政策兑现服务费用									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
				目标申报数	预算编制数								
				资金总额：		40	40	40	9.98	30.02	24.95	2.5	
				市县区财政资金		40	40	40	9.98	30.02	24.95	2.50	古城文旅业态奖励政策没有延续
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	做好各项文化旅游产业发展的扶持奖励政策评审兑现服务							开展影视产业扶持政策项目评审					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	评审项目个数	≥个	≥2个	≥1个	1	20	15	目前古城文旅业态发展较好，且古城业态奖励试期期满，政策没有延续。只做了影视产业扶持政策1个项目的评审，由于该项目是对2025年度市场主体的奖励，申报工作需在2025年底2026年初开展，评选工作在2026年完成，相关工作未开展完，因此存在偏差。			
		质量指标	评审质量		坚持公平、公正、	达成预期指标	公平、公正、客观	10	10				
		时效指标	完成时限		按照合同约定按时完成规定工作	达成预期指标	按照合同约定按时完成规定工作	10	8	目前古城文旅业态发展较好，且古城业态奖励试期期满，政策没有延续。只做了影视产业扶持政策1个项目的评审，由于该项目是对2025年度市场主体的奖励，申报工作需在2025年底2026年初开展，评选工作在2026年完成，相关工作未开展完，因此存在偏差。			
		成本指标	支出成本	≤万元	≤40万元	≤9.98万元	9.98	10	8	目前古城文旅业态发展较好，且古城业态奖励试期期满，政策没有延续。只做了影视产业扶持政策1个项目的评审，由于该项目是对2025年度市场主体的奖励，申报工作需在2025年底2026年初开展，评选工作在2026年完成，相关工作未开展完，因此存在偏差。			
	效益指标	社会效益	出台政策的意义		促进大同文旅产业	达成预期指标	促进大同文旅产业	15	15				
		可持续影响	政策的持续影响性		持续激发带动更多	达成预期指标	持续激发带动更多	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	申报主体满意度		满意	达成预期指标	满意	10	10				
	总 分								83.5	良			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		该项目主要目的鼓励影视产业高质量发展，打造多元文旅发展场景，建设影视产业基地，前期开展了政策宣推，目前项目申报工作已结束，进入评审阶段，预算执行率24.95%。									
		产出情况及分析		对照项目预算绩效指标，第四季度开展申报工作，次年完成兑现资金上报审核等工作，目前项目申报工作已结束，进入评审阶段，支付资金控制在预算内。									
		效益情况及分析		做好各类市场主体投资影视产业扶持奖励政策兑现，赋能文旅产业转型升级，培育打造文旅新业态，全方位推动影视产业高质量发展。2025年收到申报项目4个影视作品的申报，目前仍在评审阶段									
		满意度情况及分析		满意									
	主要经验做法		通过政策宣传、奖励资金的兑现，在政策的激励下，推动大同影视产业发展。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		激发带动更多市场主体参影视产业创作建设的可持续影响力不够深远，主要原因是部分市场主体对政策关注少、了解少。										
下一步改进措施及管理建议		加大政策宣传推广力度											

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”是指预算编制数；如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z文旅服务短信全网定向推送及大数据分析项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z文旅服务短信全网定向推送及大数据分析										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数									
			资金总额：		20	20	20	20	0	100	10		
			市县区财政资金		20	20	20	20	0	100.00	10.00	无	
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	合作周期内完成文旅资讯信息投放及数据分析工作，签订合作协议后支付项目费用。							通过全网各通信公司数据分析平台筛选定点基站捕捉到的目标游客信号，发送文旅服务欢迎短信，并同步生成全年分析数据。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	合作周期内，投放定向涉旅短信	≥万条	≥200万条	≥300万条		20	20				
		质量指标	定向信息投放人群设置合理，且投放数据真实有效		定向信息投放人群设置合理，且投放数据真实有效	达成预期指标	定向信息投放人群设置合理，且投放数据真实有效	10	10				
		时效指标	完成时限		在合作协议要求时间内完成	达成预期指标	正常进行	10	10				
		成本指标	按照预算合理支配	≤万元	≤20万元	≤20万元		10	10				
	效益指标	社会效益	第一时间为来同落地游客提供本地涉旅资讯信息		第一时间为来同落地游客提供本地涉旅资讯信息	达成预期指标	第一时间为来同落地游客提供本地涉旅资讯信息	15	12	因项目经费有限，只能在特定阶段为少数游客提供文旅短信资讯服务，不能覆盖全体游客			
		可持续影响	提升大同的知名度和美誉度		提升大同的知名度和美誉度	达成预期指标	提升大同的知名度和美誉度	15	13	因项目预算有限，只能提供部分节假日期间游客来同数据分析报告，尚不能提供全服务周期数据报告			
	满意度指标	服务对象满意度	项目服务对象满意	≥%	≥85%	≥93%		10	8	因项目预算有限，只能向游客提供基础的文字欢迎和文旅资讯短信。			
	总 分								93	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		截至2026年4月底，已按计划发送文旅资讯短信超过300万条，2026年7月底前全部发送完毕，项目运行正常。									
		产出情况及分析		项目产出节假日期间来同游客数据分析报告，以外地来同用户为数据基础，多角度、多层次、全方位进行数据分析，为市文旅局分析游客来源、旅游市场发展趋势等提供参考依据，具有重要意义。									
		效益情况及分析		项目面向移动、联通、电信三大运营商用户发送文旅资讯短信，向外地来同游客宣传大同“文化古都、清凉夏都、美食之都”城市品牌，为游客提供文旅资讯平台及投诉服务渠道，进一步提升了大同的知名度和美誉度，助力打造国际知名文化旅游目的地。									
		满意度情况及分析		群众满意度较高									
	主要经验做法		1、通过基站识别，只面向外地来同游客发送，且同一手机号不重复发送，精准定位目标人群；2、短信篇幅虽有限，但发送内容包括宣传大同、资讯平台、投诉渠道等多方面内容，发挥了重要作用。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无										
	下一步改进措施及管理建议		无										

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z文旅行业从业人员培训项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z文旅行业从业人员培训									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局〔部门〕				预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数								
			资金总额：		15	15	15	0	15	0	0	
			市区区财政资金		15	15	15	0	15	0.00	0.00	资金不足，暂无法完成拨付
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况					
	推动文旅行业高质量发展						2025年组织开展“访古晋东南，寻魏入洛阳——导游专业能力提升培训”活动，通过跨地交流，实地演练等方式，多维度提升导游人员专业素质，塑造文旅窗口良好形象，推动全市文旅行业高质量发展。已顺利完成年度目标					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	开展文旅行业从业人员培训		1次	达成预期指标	1次	20	20			
		质量指标	通过开展培训工作，进一步提高从业者素质能力、服务水平		提高	达成预期指标	提高	10	9	文旅市场发展变化快，游客个性化需求多，行业培训课程内容存在滞后。将紧盯市场动向，结合在地资源禀赋，进一步优化培训内容及方式		
		时效指标	活动举办时间		2025年12月前	达成预期指标	2025年12月前	10	10			
		成本指标	预算控制	≤万元	≤15万元	≤0万元	0	10	10			
	效益指标	社会效益	推动文旅行业高质量发展		提高	达成预期指标	提高	15	15	活动宣传力度及社会关注影响力有待进一步提升。将继续联合协会加大组织动员，做好人才培养工作。		
		可持续影响	可持续发挥作用		可持续	达成预期指标	可持续	15	15			
	满意度指标	服务对象满意度	服务对象满意度	≥%	≥95%	≥95%	95	10	10			
总 分									89	良		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		处置等重点环节，设置跨地观摩、实地实操等培训课程，通过年度培训有效提升了导游服务水平，推动了								
		产出情况及分析		年12月前严格按照预算成本指标要求，开展全市文旅行业从业人员培训1次，有效达成提高执业人员接待服务能力，完成了产出指标要								
		效益情况及分析		全市文旅行业从业人员培训活动的开展实现了推动全市文旅市场高质量发展的预期效果，较好完成了社会效益指标任务。								
		满意度情况及分析		服务对象满意度高于95%。								
	主要经验做法		根据相关资金下达文件要求，我科室严格按照资金制定支出计划及用途，保证此项资金专款专用，基本完成了全年绩效目标									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		资金使用计划制定不够完善，对于资金到位情况了解不够全面。									
	下一步改进措施及管理建议		下一步将继续加强资金使用的计划安排，及时掌握资金拨付情况，进一步提升资金产出效益。									

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z文旅市场安全和秩序暗访抽查项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z文旅市场安全和秩序暗访抽查											
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因			
				目标申报数	预算编制数										
				资金总额：		15	15		15	12	3	80	8		
				市县区财政资金		15	15		15	12	3	80.00	8.00	无	
项目年度绩效目标		年度目标							实际完成情况						
		推动全市文旅市场安全高质量发展							2025年组织专家对全市文旅市场开展安全和秩序暗访抽查工作，重点对全市37家A级旅游景区进行全覆盖隐患排查，帮助景区制定整改方案，指导提升安全水平。已顺利完成年度目标。						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施					
	产出指标	数量指标	开展全市文旅市场安全和秩序		1次	达成预期指标	1次	20	20						
		质量指标	通过开展全市文旅市场安全		提高	达成预期指标	提高	10	9	景区安全管理体系不完善。下一步将指导景区加强人员岗前安全培训，进一步提高安全接待能力。					
		时效指标	活动举办时间		2025年12月前	达成预期指标	2025年12月前	10	10						
		成本指标	预算控制	≤万元	≤15万元	≤12万元	12	10	10						
	效益指标	社会效益	推动全市文旅市场安全高质量		提高	达成预期指标	提高	15	14	宣贯力度不够。将继续加大安全生产宣传教育，提高A级景区从业人员安全防范能力。					
		可持续影响	可持续发挥作用		可持续	达成预期指标	可持续	15	15						
	满意度指标	服务对象满意度	服务对象满意度	≥%	≥95%	≥95%	95	10	10						
总分									96	优					
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		2025年有序开展了全市文旅市场安全和秩序暗访抽查工作，通过组织行业专家实地访谈，帮助经营主体制定整改方案，进一步提高文旅市场安全隐患防范能力，确保为游客打造安全、舒心的旅游环境，年度预算资金15万元，实际支付12万元，执行率达80%。											
		产出情况及分析		2025年12月前严格按照预算成本指标要求，开展全市A级旅游景区安全隐患排查工作1次，有效达成提高全市A级景区安全接待能力，完成了产出指标要求。											
		效益情况及分析		全市文旅市场安全隐患及秩序管理排查工作的开展实现了推动全市文旅安全高质量发展的预期效果，较好完成了社会效益指标任务。											
		满意度情况及分析		服务对象满意度高于95%。											
	主要经验做法		根据相关资金下达文件要求，我科室严格按照资金制定支出计划及用途，保证此项资金专款专用，基本完成了全年绩效目标												
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		资金使用计划制定不够完善，对于资金到位情况了解不够全面。												
	下一步改进措施及管理建议		下一步将继续加强资金使用的计划安排，及时掌握资金拨付情况，进一步提升资金产出效益。												

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z星级饭店复核项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z星级饭店复核									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]				预算单位	058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
				目标申报数	预算编制数								
				资金总额：		3	3	3	2.996	0.004	99.88	9.99	
				市县区财政资金		3	3	3	2.996	0.004	99.88	9.99	无
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况						
	推动旅游星级饭店高质量发展						2025年11月组织开展全市星级饭店复核工作，通过走访核验并对照旅游饭店星级标准，拟新评定两家三星级旅游饭店，丰富全市旅游住宿业供给水平。已顺利完成年度目标。						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	开展星级饭店复核工作		1次	达成预期指标	1	20	20				
		质量指标	通过开展星级饭店复核工作，提升旅游住宿行业服务水平		提高	达成预期指标	提高	10	9	个别星级旅游饭店受运营不佳影响，人员素质能力及服务质量水平需进一步加强，下一步将继续加大对星级旅游饭店的日常指导力度。			
		时效指标	活动举办时间		2025年12月前	达成预期指标	2025年12月前	10	10				
		成本指标	预算控制	≤万元	≤3万元	≤2.9964万元	2.9964	10	10				
	效益指标	社会效益	推动旅游住宿高质量发展		提高	达成预期指标	提高	15	14	宣传力度不够。将继续加大星级饭店政策引导，吸引更多非星级酒店参加评定，提升全市旅游住宿业服务水平。			
		可持续影响	可持续发挥作用		可以	达成预期指标	可以	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	服务对象满意度	≥%	≥95%	≥95%	95	10	10				
总 分								97.99	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		2025年11月开展全市星级饭店复核工作，通过组织全市旅游星级饭店评定检查员培训活动，明确新版星级饭店标准的学习和应用，细致复核星级旅游饭店情况，进一步提升文旅住宿业服务水平，推动文旅行业高质量发展，年度预算资金3万元，实际支付2.9964万元，执行率达99.88%。									
		产出情况及分析		2025年12月前严格按照预算成本指标要求，开展星级饭店复核评定工作1次，有效达成提升旅游星级饭店提升服务水平，完成了产出指标要求。									
		效益情况及分析		星级饭店复核评定工作的开展实现了推动文旅行业高质量发展的预期效果，较好完成了社会效益指标任务。									
		满意度情况及分析		服务对象满意度高于95%。									
	主要经验做法			根据相关资金下达文件要求，我科室严格按照资金制定支出计划及用途，保证此项资金专款专用，基本完成了全年绩效目标									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析			资金使用计划制定不够完善，对于资金到位情况了解不够全面。									
	下一步改进措施及管理建议			下一步将继续加强资金使用的计划安排，及时掌握资金拨付情况，进一步提升资金产出效益。									

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z薛瑞红工作室戏曲传承活动经费项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z薛瑞红工作室戏曲传承活动经费										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
			目标申报数	预算编制数									
			资金总额：		20	20	20	20	0	100	10		
			市县区财政资金		20	20	20	20	0	100.00	10.00	无	
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况						
	通过扶持北路梆子和耍孩儿名家艺术工作室的开展，为两个剧种的传承充分发挥“传帮带”的积极作用，抢救国家级非物质文化遗产，培养传承人才，推动濒危戏曲剧种创作和院团发展。						本年度工作室积极培养戏曲人才，为优秀演员排练并录制4个剧目，并多次参加各类展演和比赛活动，获得奖项与观众好评，为耍孩儿剧种起到更好宣传与推广作用。						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	培训指导演员人数	≥人	≥30人	≥4人	4人	10	10				
			复排剧目数量	≥个	≥2个	≥35个	35个	10	10				
		质量指标	排练演出合格率	≥%	≥90%	≥100%	100%	10	10				
			时效指标	工作完成时限		2025年12月13日	达成预期指标	2025年12月13日	10	10			
		成本指标	经费支出总额	≤元	≤200000元	≤200000元	20万元	10	10				
	效益指标	社会效益	传承振兴耍孩儿剧种艺术		传承	达成预期指标	传承	15	15				
		可持续影响	持续保护和弘扬我市优秀传统文化		保护	达成预期指标	保护	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥90%	≥97%	97%	10	10				
	总 分								100	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施的预算执行情况及分析		本项目用于耍孩儿名家艺术工作室的开展，为剧种的传承充分发挥“传帮带”的积极作用，抢救国家级非物质文化遗产，培养传承人才，推动濒危戏曲剧种创作和院团发展。资金全部支付到位，项目预算资金20万元，实际全部支付完成，预算执行率为100%。									
		产出情况及分析		在2025年12月31日前工作室积极培养戏曲人才，为优秀演员排练并录制4个剧目，并多次参加各类展演和比赛活动，获得奖项与观众好评，为耍孩儿剧种起到更好宣传与推广作用。经费及时支付，共计支出经费20万元，受到群众广泛欢迎和好评。									
		效益情况及分析		通过开展项目，培养传承人才，推动非遗剧种创作和院团发展。取得了良好的社会效益和观众反响。									
		满意度情况及分析		经调查，群众满意度达到97%，满意度较高。									
	主要经验做法		1.统筹安排好各部门的工作，加强财务和业务部门之间的参与协助力度，强化绩效管理，确保各项目顺利、规范、有序地完成各项绩效目标，取得更大、更多的社会效益。2.完善制度建设，结合预算、绩效、资金管理的新要求，严格执行相关规章制度，项目集体决策，项目资金使用程序和手续规范，确保项目经费执行到位、规范使用、安全运行，提高资金使用效率。										
	项目管理中存在的问题及原因分析		一是绩效评价工作相关规定和制度仍需要在具体的实施过程中进一步巩固完善。二是部分干部职工对绩效评价工作认识和重视程度还有待加强。三是绩效管理未纳入项目执行过程中。四是随着经济社会发展，物价逐年上涨，而该单位因其为非遗保护单位创收能力弱，阻碍了单位今后的业务发展。										
下一步改进措施及管理建议		今后的工作中，我们将进行如下改进：1、加强绩效评价工作重视度，立足单位工作实际，更好的改进工作作风。2、在具体的实施过程中进一步巩固完善绩效评价工作制度，更进一步提升工作效能。3、将绩效管理贯穿在项目执行过程中，改进和加强绩效评价工作。4.呼吁政府提升对非物质文化遗产单位的保护力度，加大对非遗单位经费保障投入。											

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z演出补助项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z演出补助											
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）				年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因			
													目标申报数		预算编制数
				资金总额：			30		30	30	0	30	0	0	
				市县区财政资金			30		30	30	0	30	0.00	0.00	无
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况							
	完成重要时间节点及工作需要策划的各类公益性演出活动							完成演出4场，通过财政补贴的形式，为符合条件的演出项目提供了资金支持，降低演出成本，扩大文化传播范围，增强文艺创作活力，推动更多优秀文艺作品的涌现，不断丰富人民群众的精神文化生活。							
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施					
	产出指标	数量指标	文化惠民演出补助场次		根据重要时间节点及工作需要策划确定	达成预期指标	4场	20	20						
		质量指标	保证演出满足人民群众对高质量文化产品的需求		100%	达成预期指标	高质量	10	10						
		时效指标	重要时间节点及工作需要策划的各类公益性演出活动		及时	达成预期指标	按要求完成	10	10						
		成本指标	确保演出基本成本覆盖		在古城重阳宫、关帝庙舞台演出，每场补贴1万元以内（含1万元），在大剧院演出，补贴标准为每场1~3万元（含3万元）	达成预期指标	0	10	10						
	效益指标	社会效益	推动更多优秀文艺作品的涌现不断丰富人民群众的精神文化需求		有效	达成预期指标	社会效益良好	15	15						
		可持续影响	促进文化艺术事业的持续健康发展		有效	达成预期指标	促进文化艺术事业的持续健康发展	15	15						
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥90%	≥97%	97%	10	10						
	总 分									90	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况			文化惠民演出工作严格按照工作计划要求执行，执行情况良好。										
		产出情况及分析			圆满完成工作任务，原因主要取决于科学严谨的工作态度和上下同心的执行力。										
		效益情况及分析			满足了广大人民群众对高质量文化产品的需求，取得了良好的社会效益。										
		满意度情况及分析			高满意度的取得，主要是因为演出前做了深入的社会调查，尽量满足群众的要求。										
	主要经验做法			演出前做好各项准备工作，充分激发演职人员的社会责任感，与演出各方充分沟通形成合力搞好工作。											
	项目管理中存在的主要问题及原因分析			随着观众审美的不断提高，对演出的要求越来越高，需要我们不断提高演出质量。											
	下一步改进措施及管理建议			听取群众建议，结合实际不断提高演出质量。											

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z印刷品尾款项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z印刷品尾款									
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）						年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
				目标申报数	预算编制数								
				资金总额：		17	17		17	0	17	0	0
市辖区财政资金		17	17		17	0	17	0.00	0.00	财政资金不足			
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	支付2022年文旅宣传印刷品尾款，进一步提升城市形象和传播力。							已完成宣传品印制，未支付尾款					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	印制大同文旅宣传品	≥册	≥1000册	≥1000册	1000	20	20				
		质量指标	推广大同文旅品牌		推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	达成预期指标	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	10	10				
		时效指标	完成时限		2025年12月底前完成	达成预期指标	2025年12月底前完成	10	10				
		成本指标	预算控制	≤万元	≤17万元	≤17万元	17	10	10				
	效益指标	社会效益	进一步提升大同的知名度和美誉度，唱响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。		进一步提升大同的知名度和美誉度，唱响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	达成预期指标	进一步提升大同的知名度和美誉度，唱响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	15	15				
		可持续影响	提升大同的知名度和影响力		提升大同的知名度和影响力	达成预期指标	提升大同的知名度和影响力	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥%	≥80%	≥80%	80	10	10				
总 分									90	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况			已完成2022年文旅宣传印刷品印制、发放工作，未支付尾款								
		产出情况			已完成2022年文旅宣传印刷品印制、发放工作。								
		效益情况			根据市场反馈印制文旅宣传品，有效提升大同文旅品牌影响力。								
		满意度情况			游客满意度≥80%								
	主要经验做法			根据市场反馈印制文旅宣传品，提升文旅品牌的可视性、可读性、趣味性，有效提升大同文旅品牌影响力。									
	项目管理中存在的问题及原因分析			无									
下一步改进措施及管理建议			无										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z重点客源地营销项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z重点客源地营销									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局〔部门〕					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
											目标申报数	预算编制数
			资金总额：		80	80	80	39.94	40.06	49.93	4.99	
			市县区财政资金		80	80	80	39.94	40.06	49.93	4.99	财政资金不足
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况					
	进一步提升城市形象和传播力，推动全市文旅产业高质量发展，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。						在南京、南通市举办两场文旅推介活动，有效提升大同在长三角地区的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	在大同重点客源地开展2场大同文旅推介活		2	达成预期指标	2	20	20			
		质量指标	推广大同文旅品牌		推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	达成预期指标	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	10	10			
		时效指标	完成时间		2025年12月底前完成	达成预期指标	2025年12月底前完成	10	10			
		成本指标	预算控制	≤万元	≤80万元	≤39.94万元	39.94	10	10			
	效益指标	社会效益	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。		进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	达成预期指标	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	15	15			
		可持续影响	提升大同的知名度和影响力		提升大同的知名度和影响力	达成预期指标	提升大同的知名度和影响力	15	15			
	满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥%	≥80%	≥80%	80	10	10			
总分								94.99	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目按照合同要求高质量完成并经验收。由于财政资金不足，项目执行率仅49.93%。								
		产出情况及分析		项目按照合同要求高质量完成。								
		效益情况及分析		大力宣传大同文旅资源，提升大同文旅品牌在南京、南通地区的影响力，实现精准化、流量化的宣传营销，吸引更多长三角地区游客来同旅游。								
		满意度情况及分析		游客满意度≥80%								
	主要经验做法		在南京、南通中心区域，运用线上线下相结合的方式，大力拓展江苏及长三角地区市场，提升大同文旅品牌影响力。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无									
下一步改进措施及管理建议		持续在长三角等重点客源地市场开展文旅宣传										

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

大同文旅进校园活动（中山大学珠海校区）项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			Z大同文旅进校园活动（中山大学珠海校区）										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]						预算单位		058001-大同市文化和旅游局		
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因	
			目标申报数		预算编制数								
			资金总额：101.137			101.997		101.137		101.137	101.137	0	100.00%
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	高质高效完成本项目，进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。							在中山大学珠海校区举办了一场文旅进校园活动，有效提升大同的知名度和美誉度。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	在中山大学珠海校区开展1场大同文旅推介活动	1	1	1		20	19	无			
		质量指标	推广大同文旅品牌	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度		10	9	无			
		时效指标	完成时间	2025年12月底前完成	2025年12月底前完成	2025年12月底前完成		10	10	无			
		成本指标	预算控制	≤1019970元	≤1019970元	101.137万元		10	10	无			
	效益指标	社会效益	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。	进一步提升大同的知名度和美誉度，叫响“文化古都、清凉夏都、美食之都”品牌，打造旅游热点门户城市和国际知名文化旅游目的地。		15	15	无			
		可持续影响	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力		15	15	无			
	满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥80%	≥80%	≥80%		10	10	无			
总 分								100	98				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目按照合同要求高质量完成并完成验收付款。									
		产出情况及分析		项目按照合同要求高质量完成。									
		效益情况及分析		大力宣传大同文旅资源，提升大同文旅品牌的影响力，吸引更多年轻客群来同旅游。									
		满意度情况及分析		游客满意度≥80%									
	主要经验做法		通过市集、互动游戏、非遗展示等方式宣传大同文旅品牌，大力拓展青年学生游客市场，提升大同文旅品牌影响力										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无										
下一步改进措施及管理建议		持续在等重点客源地市场开展文旅宣传											

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

与东方卫视合作开展文旅宣推活动费用项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称		与东方卫视合作开展文旅宣推活动费用									
主管部门及代码		058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）		年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因	
											目标申报数
		资金总额：120		120	120		120	119.929	0.071	99.94%	9.94
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况					
	高质量高效完成本项目，进一步提升大同的知名度和美誉度，促进文旅消费。					在上海市采用线上线下相结合的方式，多角度、深层次加强大同文旅宣传推广，提升大同文旅品牌影响力。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
	产出指标	数量指标	制作大同旅游节目	≥1个	≥1个	1个		5	5	无	
			上海核心地段投放广告屏个数	=1个	=1个	1个		5	5	无	
			投放大同城市宣传片新媒体平台数	≥3个	≥3个	4个		10	10	无	
		质量指标	进一步加强大同文旅品牌在上海地区知名度	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度	推广大同文旅品牌，提升大同知名度和美誉度		10	8	无	
			时效指标	完成时间	2025年11月底前完成	2025年11月底前完成	2025年11月底前完成		10	10	无
			成本指标	预算控制	≤120万元	≤120万元	119.929万元		10	10	无
	效益指标	社会效益	进一步提升大同的知名度和美誉度，促进文旅消费，助力文旅产业高质量发展。	进一步提升大同的知名度和美誉度，挖掘上海市场消费潜力，推动文旅产业高质量发展。	进一步提升大同的知名度和美誉度，挖掘上海市场消费潜力，推动文旅产业高质量发展。	进一步提升大同的知名度和美誉度，挖掘上海市场消费潜力，推动文旅产业高质量发展。		15	15	无	
		可持续影响	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力	提升大同的知名度和影响力		15	15	无	
		满意度指标	服务对象满意度	提高游客的满意度和认可度	≥80%	≥80%	≥80%		10	10	无
总 分								100	97.94		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目按照合同要求高质量完成并完成验收付款。							
		产出情况及分析		在上海外滩花旗户外大屏投放大同城市形象元素；合作拍摄大同旅游节目并在东方卫视《1+1旅行记》栏目播出；在东方卫视《东方新娱乐》栏目宣传报道十一黄金周我市相关资讯；在抖音、快手、小红书等平台发布大同文旅宣传短视频。							
		效益情况及分析		进一步提升大同文旅品牌在上海市场的形象和传播力，促进文旅消费，推动全市文旅产业高质量发展。							
		满意度情况及分析		游客的满意度和认可度 ≥80%							
	主要经验做法		立足我市文旅资源，深入挖掘上海市场潜力和市场需求，辐射长三角地区，宣传推广大同文旅品牌，增强城市吸引力和文化传播力，提升大同文旅品牌影响力。								
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无								
下一步改进措施及管理建议		持续在长三角等重点客源地市场开展文旅宣传									

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z组织参加各类文博会、旅博会项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称				Z组织参加各类文博会、旅博会											
主管部门及代码				058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局				
项目资金预算安排及执行进度（万元）						年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因	
						目标申报数	预算编制数								
				资金总额：		20	20		20	2.576	17.424	12.88	1.29		
				市县区财政资金		20	20		20	2.576	17.424	12.88	1.29	无	
项目年度绩效目标	年度目标									实际完成情况					
	参加各类文博会、招商会等活动，促进招商引资									高质量完成参会参展工作					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明		分值	得分	偏差原因分析及改进措施				
	产出指标	数量指标	组织参加各类展会场次	≥次	≥1次	≥5次			20	20					
		质量指标	活动质量		按照上级部门要求，高质量完成布展及活动任务		达成预期指标	外出参加展会，在展会上宣传大同		10	10				
		时效指标	完成时限		2025年12月前		达成预期指标	2025年12月前		10	10				
		成本指标	支出成本	≤万元	≤20万元	≤2.58万元			10	10					
	效益指标	社会效益	组织展会等活动的意义		提升大同相关企业的影响力		达成预期指标	宣传大同城市		15	15				
		可持续影响	持续影响时间		≥1年		达成预期指标	宣传大同城市		15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	服务对象满意度		满意		达成预期指标	满意		10	10				
总 分										91.29	优				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况			项目预算20万元。2025年支付2.58万元，预算执行率12.88%。										
		产出情况及分析			通过我方人员参展介绍大同城市形象，充分展现本地文旅资源的魅力										
		效益情况及分析			有效提升大同城市知名度和美誉度										
		满意度情况及分析			满意										
	主要经验做法			严格控制费用支出，确保资金合理使用。											
	项目管理中存在的主要问题及原因分析			无											
	下一步改进措施及管理建议			无											

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z组织参加山西省文化惠民工程品牌活动大同选拔赛费用、选派队伍参加全省决赛费用项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			Z组织参加山西省文化惠民工程品牌活动大同选拔赛费用、选派队伍参加全省决赛费用											
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]						预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）					年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因	
			目标申报数		预算编制数									
			资金总额：		30		30		30	14.688	15.312	48.96	4.9	
			市县区财政资金		30		30		30	14.688	15.312	48.96	4.90	资金未到位
项目年度绩效目标	年度目标								实际完成情况					
	举办、组织好文化惠民品牌活动大同市选拔赛，以赛促学，提高和丰富人们的精神文化生活。								根据山西省文化和旅游厅办公室文件《关于下达2025年度山西省群众文化惠民系列活动工作计划的通知》，大同市制定了2025年群众文化惠民活动工作方案，市级选拔赛共举办8场，参加了11场省级品牌活动决赛。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施				
	产出指标	数量指标	大同市群众文化活动选拔赛	≥场	≥5场	≥8场	8场	20	20					
		质量指标	按活动方案实施		全部完成方案既定活动任务		达成预期指标	完成	10	10				
		时效指标	完成时限		2025年12月31日前		达成预期指标	2025年11月	10	10				
		成本指标	实际支出控制在预算内	≤万元	≤30万元		≤29.376万元	29.376万元	10	10				
	效益指标	社会效益	丰富群众文化生活，增强群众的文化幸福感、满足感。		进一步丰富群众文化生活，人民的文化获得感显著增强		达成预期指标	丰富人民群众文化生活	15	15				
		可持续影响	促进人民精神文化生活繁荣和社会和谐发展		可持续		达成预期指标	可持续	15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥%	≥90%		≥90%	≥90%	10	10				
	总 分									94.9		优		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		根据山西省文化和旅游厅办公室文件《关于下达2025年度山西省群众文化惠民系列活动工作计划的通知》，2025年山西省群众文化品牌活动共开展20项，在大同市举办的品牌活动有全省曲艺大赛、小石子夏季村晚、春雨工程——文化润边民俗文化交流活动3项，需参加省级比赛的11项，配合的5项。我市根据实际需要共开展8项市级选拔赛，11项品牌活动参加全省决赛。预算情况：预算30万元，根据实际需要资金29.376万元，未执行到位的原因是市级财政资金未到位，形成债务14.688万元。										
		产出情况及分析		根据山西省文化和旅游厅办公室文件《关于下达2025年度山西省群众文化惠民系列活动工作计划的通知》，市级品牌活动选拔赛共举办8场，参加了11场省级品牌活动决赛。人民群众参与积极性高。										
		效益情况及分析		进一步丰富群众文化生活，人民的文化获得感显著增强，经济效益无。										
		满意度情况及分析		人民享受文化成果满意度较强，爱好文艺的团队和个人参与积极性高。										
	主要经验做法		根据山西省文化和旅游厅办公室文件《关于下达2025年度山西省群众文化惠民系列活动工作计划的通知》，起草了大同市2025年度群众文化惠民系列活动。一是市级选拔赛由中共大同市委宣传部指导，大同市文化和旅游局主办，大同市文化馆、各县文化和旅游局、文化馆承办，活动在平城剧院和展览馆广场举办，8项比赛圆满完成；二是省级决赛分别在太原、长治、武乡、阳泉、乡宁、应县等举办，市级选拔出来的优秀团队参加了决赛，并取得了较好的成绩，11项比赛圆满完成。											
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		市级选拔赛各县区文艺小分队、文化带头人、乡土能人艺人等队伍参与较少。											
	下一步改进措施及管理建议		群众文化工作通过多平台广泛宣传，带动各类文艺队伍参与积极性。											

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

公益岗位人员2025年3-6月岗位补贴和社会保险补贴资金项目支出绩效自评表

(2025年度)											
项目名称		公益岗位人员2025年3-6月岗位补贴和社会保险补贴资金									
主管部门及代码		058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）		年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因		
		目标申报数	预算编制数								
		资金总额：2.5097		2.5097	2.5097	2.5097	1.9980	0.5117	79.61%	8	上岗前按照3-6月申请资金，实际1名公益岗只工作了1个月就离职，导致资金结余。
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况					
	保障公益岗位人员待遇，落实社保补贴，稳定就业困难群体就业。					足额发放岗位及社保补贴，保障人员在岗稳定，各项补贴均按政策落实到位。1名公益岗只工作了1个月就离职，导致资金结余。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
	产出指标	数量指标	公益岗人员数	2名		2名		20	20		
		质量指标	补贴覆盖率	100%		100%		10	10		
		时效指标	项目资金到位率	100%		100%		10	10		
		成本指标	岗位补贴、社会保险补贴	2150元/人/月，987.24元/人/月（在2025年社会保险基数下发前按2024年社会保险标准核算）	25097.92元	19980.34元	补贴未全部发放成功	10	7	上岗前按照3-6月申请资金，实际1名公益岗只工作了1个月就离职，导致资金结余。	
	效益指标	社会效益	社会和谐稳定	逐步提高		逐步提高		15	15		
		可持续影响	就业能力长效提升	提升		提升		15	15		
	满意度指标	服务对象满意度	公益性岗位人员	满意		满意		10	10		
	总 分							100	95		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况及分析		严格按政策落实补贴发放，预算执行规范，资金使用合规，由于1名公益岗只工作了1个月就离职，导致资金结余。							
		产出情况及分析		足额发放岗位及社保补贴，覆盖全部在岗人员，补贴发放及时率、到位率均达到预期目标。							
		效益情况及分析		有效稳定困难人员就业，保障基本生活与社保权益，助力基层服务，社会效益显著。							
		满意度情况及分析		公益岗位人员对补贴发放满意度较高，政策落实到位。							
	主要经验做法		严格按在岗情况发放补贴，规范资金审核流程，做到专款专用，保障资金安全高效使用。								
	项目管理中存在的问题及原因分析		1名公益岗短期在岗后离职，造成预算结余，因人员流动性预判不足、动态管理不够精准。								
	下一步改进措施及管理建议		加强人员动态管理，提前摸排在岗情况，优化预算测算，提高资金使用精准度与执行率。								

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

公益岗位人员2025年7-12月岗位补贴和社会保险补贴资金项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			公益岗位人员2025年7-12月岗位补贴和社会保险补贴资金										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因			
			目标申报数	预算编制数									
			资金总额：1.9035			1.9035	1.9035	0.5295	1.3740	27.82%	3	上岗前按照7-12月申请资金，实际1名公益岗只工作了3个月就离职，导致资金结余。	
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况						
	保障公益岗位人员待遇，落实社保补贴，稳定就业困难群体就业。						足额发放岗位及社保补贴，保障人员在岗稳定，各项补贴均按政策落实到位。1名公益岗只工作了3个月就离职，导致资金结余。						
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	公益岗人员数	1		1		20	20				
		质量指标	补贴覆盖率	100%		100%		10	10				
		时效指标	项目资金到位率	100%		100%		10	10				
		成本指标	岗位及保险补贴	19035.54元		5294.88元	补贴未全部发放成	10	2	上岗前按照7-12月申请资金，实际1名公益岗只工作了3个月就离职，导致资金结余。			
	效益指标	社会效益	保障水平	保障		保障		15	15				
		可持续影响	社会和谐稳定	逐步提高		逐步提高		15	15				
	满意度指标	服务对象满意度	公益性岗位人员	满意		满意		10	10				
总 分								100	85				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况及分析		严格按政策落实补贴发放，预算执行规范，资金使用合规，由于1名公益岗只工作了3个月就离职，导致资金结余。									
		产出情况及分析		足额发放在岗岗位及社保补贴，覆盖全部在岗人员，补贴发放及时率、到位率均达到预期目标。									
		效益情况及分析		有效稳定困难人员就业，保障基本生活与社保权益，助力基层服务，社会效益显著。									
		满意度情况及分析		公益岗位人员对补贴发放满意度较高，政策落实到位。									
	主要经验做法		严格按在岗情况发放补贴，规范资金审核流程，做到专款专用，保障资金安全高效使用。										
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		1名公益岗短期在岗后离职，造成预算结余，因人员流动性预判不足、动态管理不够精准。										
	下一步改进措施及管理建议		加强人员动态管理，提前摸排在岗情况，优化预算测算，提高资金使用精准度与执行率。										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

化债资金—大同故事传播(大同文化论坛)项目支出绩效自评表

(2025年度)												
项目名称			化债资金—大同故事传播(大同文化论坛)									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数		预算编制数							
资金总额:			50		49.95		49.95	49.45	0	100%	10	无
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况				
	深入挖掘大同文化内涵，依托优秀历史文化资源，在突出大同文化特色的前提下，邀请国内文化领域知名专家学者，组织举办大同文化线上论坛							深入挖掘大同文化内涵，依托优秀历史文化资源，在突出大同文化特色的前提下，邀请国内文化领域知名专家学者，组织举办大同文化线上论坛，并制作了大同文化主题系列视频。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	举办线上文化论坛（或讲座）	≥5场	≥5场	≥5场		20	20			
		质量指标	举办高质量、高传播度的线上文化论坛（或讲座）	高质量、高传播度	高质量、高传播度	较高质量、较高传播度		10	7	在内容持续优化方面仍有提升空间		
		时效指标	完成时限	2023年底	2023年底	2023年底前		10	10			
		成本指标	化债资金	494500元	494500元	494500元		10	10			
	效益指标	社会效益	抓准大同城市文化脉络，深入挖掘文化底蕴和人文特色，讲好大同故事。	打造“大同文化论坛”品牌，进而培育具有标志性的城市精神，不断增强文化的生命力和影响力。	打造“大同文化论坛”品牌，进而培育具有标志性的城市精神，不断增强文化的生命力和影响力。	打造“大同文化论坛”品牌，进而培育具有标志性的城市精神，不断增强文化的生命力和影响力。		15	15			
		可持续影响	进一步提升大同文旅的知名度和美誉度。	进一步提升大同文旅的知名度和美誉度。	进一步提升大同文旅的知名度和美誉度。	进一步提升大同文旅的知名度和美誉度。		15	15			
满意度指标	服务对象满意度	参加人员满意度	≥90%	≥90%	≥90%		10	9				
总分							100	96				
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况及分析		2023年度“大同故事传播（大同文化论坛）”项目预算总额100万元，资金性质为市县区财政资金。项目按照政府采购程序，通过竞争性磋商方式确定承接主体。项目已按照合作协议完成全部约定内容并通过验收，目前处于尾款清欠阶段。预算执行方面，全年预算数49.95万元，全年执行数49.95万元，预算执行率为100%。项目资金纳入清欠管理，于2025年完成清欠拨付。预算执行情况整体良好，资金拨付及时、使用规范，为项目各项合同内容的顺利完成提供了有效保障。								
		产出情况及分析		项目圆满完成既定产出目标，部分指标超额完成： 1、“文话大同”系列栏目：产出节目6期，完成年初指标值的100%。节目围绕大同研学、大同露营等文旅热点主题，邀请业内知名专家学者开展深度访谈，内容紧扣大同文化特色。 2、“文话大同”系列宣传短视频：产出短视频12条，完成指标值的100%。短视频以更具网络传播力的形式呈现大同文化元素，配套栏目内容进行矩阵式传播。 3、大同文化大讲堂：组织线下讲座12期，超额完成年初设定的“≥5场”指标值。讲座以线下形式面向公众开放，覆盖面广、参与度高。 从质量指标看，节目和讲座均达到“较高质量、较高传播度”的预期标准，但在内容持续优化方面仍有提升空间。								
		效益情况及分析		项目在社会效益方面达成预期目标。通过邀请知名专家学者开展线上论坛与线下访谈，项目有效挖掘和传播了大同历史文化底蕴，助力“大同文化论坛”品牌建设，增强了城市文化的生命力和影响力。 在可持续影响力方面，本项目成为全市文化传播矩阵的重要组成部分，为讲好大同故事、塑造城市文化IP提供了内容支撑，进一步提升了大同文旅的知名度和美誉度。								
		满意度情况及分析		项目服务对象满意度达到≥90%的年初指标值。从反馈来看，参与文化大讲堂的听众和观看有关视频的网友对讲座内容质量、专家水平和组织形式基本满意。								
	主要经验做法		1、紧扣文旅热点，主题策划精准：项目围绕“大同研学”“大同露营”等年度文旅热点策划栏目内容，将文化深度解读与旅游推广有机结合，实现了文化传播与文旅产业发展的深度融合。 2、借助专家力量，提升内容质量：邀请文化领域专家学者参与对谈和讲座，提升了论坛内容的专业性和传播话题性。 3、深挖文化内涵，注重品牌塑造：以“文化大同”为主题主线，系统挖掘大同城市文化脉络和人文特色，致力于打造具有标志性的“大同文化论坛”品牌，为讲好大同故事、塑造城市文化IP提供了内容支撑。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		节目和讲座质量虽达成预期，但仍有优化空间，也缺乏具体的质量跟踪和改进机制。									
	下一步改进措施及管理建议		下一步，将优化和创新线上内容呈现形式，使用AI等工具和手段，生动呈现大同深厚的历史文化底蕴。									

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

化债资金—15个1”营销新模式项目支出绩效自评表

项目名称			化债资金—15个1”营销新模式									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局【部门】						预算单位		058001-大同市文化和旅游局	
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数		预算编制数							
			资金总额：			35		34.75		34.75	34.75	0
项目年度绩效目标	年度目标								实际完成情况			
	围绕市领导关于“15个一”的新兴宣传营销模式重要论述精神，做好包括文旅官方公众号、视频号、抖音号等新媒体平台账号的基础技术维护和本地内容生产及运营工作在内的一系列新型宣传营销模式创建。								围绕市领导关于“15个一”的新兴宣传营销模式重要论述精神，做好包括文旅官方公众号、视频号、抖音号等新媒体平台账号的基础技术维护和本地内容生产及运营工作在内的一系列新型宣传营销模式创建。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	形成新型宣传营销模式	≥5种	5种	5种		20	20			
		质量指标	高质量完成各新型宣传营销模式的创建	队伍质量高，宣传内容质量高	队伍质量高，宣传内容质量高	队伍质量较高，宣传内容质量较高		10	8	在内容持续优化方面仍有提升空间		
		时效指标	完成时限	2023年底前	2023年底前	已完成		10	10			
		成本指标	化债资金	34.75万元	34.75万元	34.75万元		10	10			
	效益指标	社会效益	通过生产文旅宣传原创内容，扩充新型营销模式，从本地宣传角度出发，实现“站在大同，宣传大同”	丰富本地文旅宣传营销模式及手段，营造浓厚的文化旅游宣传氛围。				15	13	在内容持续优化方面仍有提升空间		
		可持续影响	进一步提升大同文旅的知名度和美誉度。	进一步提升大同文旅的知名度和美誉度。	进一步提升大同文旅的知名度和美誉度。	进一步提升大同文旅的知名度和美誉度。		15	14	在内容持续优化方面仍有提升空间		
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥90%	≥90%	≥90%		10	9			
	总分								100	94		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		2023年度“15个1”营销新模式项目预算总额70万元，资金来源为市区财政资金。项目旨在贯彻落实大同市委关于“15个1”新兴宣传营销模式的重要论述精神，围绕文旅官方公众号、视频号、抖音号等新媒体平台账号的基础技术维护和本地内容生产及运营工作，创建一系列新型宣传营销模式。项目实施方面，项目通过竞争性磋商方式确定承接主体，已按照合同要求完成全部约定内容并通过验收，目前处于尾款清欠阶段。预算执行方面，2025年化债清欠预算数34.75万元，全年执行数34.75万元，执行率为100%。项目资金已按照合同约定全额拨付到位，预算执行情况整体良好，资金使用规范，为合同内容的顺利完成提供了有效经费保障。								
		产出情况		项目圆满完成既定产出目标： ①数量指标：形成新型宣传营销模式≥5种，实际完成值≥5种，达到年初指标值。项目组建了“大同文旅短视频创作者联盟”队伍及“大同文旅志愿者”队伍，形成了多元化的新媒体宣传矩阵。 ②质量指标：各新型宣传营销模式均达到“高质量”创建标准，达成预期指标。 ③时效指标：全部内容于2023年底前完成，达成预期指标。 从项目实际效果看，通过组建“大同文旅短视频创作者联盟”和“大同文旅志愿者”队伍等新型营销模式，实现了从本地视角创新宣传营销手段的目标，为后续全市文旅新媒体内容产出和传播工作奠定了组织基础。								
		效益情况		项目在社会效益方面达成预期目标。通过扩充新型营销模式、生产文旅宣传原创内容，从本地宣传角度实现了“站在大同，宣传大同”的目标，有效丰富了本地文旅宣传营销模式及手段，营造了浓厚的文化旅游宣传氛围。								
		满意度情况		项目服务对象满意度达到预期目标。								
	主要经验做法	1、贯彻“15个1”新型宣传营销模式理念；项目紧密围绕市委关于新型宣传营销模式的重要论述精神，从顶层设计层面系统谋划新媒体宣传矩阵建设，确保项目方向正确、重点突出。 2、组建队伍、搭建平台，形成本地化宣传合力；项目组建了“大同文旅短视频创作者联盟”队伍和“大同文旅志愿者”队伍，将分散的本地新媒体力量整合为系统化的宣传力量，实现“站在大同，宣传大同”的本地化宣传目标。 3、创新宣传营销模式，拓展传播渠道；围绕文旅官方公众号、视频号、抖音号等新媒体平台，形成了多种新型宣传营销模式，有效扩充了文旅宣传手段。										
		项目管理中存在的主要问题及原因分析		1、宣传营销模式创新系统性不足；项目围绕文旅官方公众号、视频号、抖音号等平台开展工作，形成了5种新型宣传营销模式，但从实际效果看，部分模式仍停留在传统的平台运营层面，缺少真正具有传播破圈力的创新举措。 2、对非官方力量的整合和激励不足；项目组建了“大同文旅短视频创作者联盟”和“大同文旅志愿者”队伍，但从全市文旅新媒体传播格局来看，非官方平台的扶持力度依然不足。项目以官方平台运维为主，对本地优秀自媒体创作者、短视频博主的整合力度有限，未能充分激活非官方力量的创作活力和传播动能。								
下一步改进措施及管理建议		1、创新宣传营销模式，打造有辨识度的城市IP体系 针对宣传营销模式系统性不足的问题，构建“全季主题产品矩阵”，打造高情绪价值轻量化爆款产品，深耕本地文化沉浸体验。在现有“15个1”框架基础上，对各类宣传模式进行差异化定位和内容细分，避免同质化，形成“全季有主题，月月有活动”的传播节奏，提升各模式的辨识度和协同效应。 2、激活非官方创作力量，构建全民共创传播矩阵 建立“政企社媒”联动宣传机制，构建“内容创作+全民参与+产业承接”的完整闭环，让每一位市民和游客都成为大同故事的讲述者、传播者和点赞者。同时，持续推出系列化、品牌化的新媒体内容产品，扩大优质内容产能，适应大众化、差异化的传播趋势。										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

S旅游发展基金补助地方项目资金一开展“大同好礼”区域
公共文化品牌培育项目支出绩效自评表

(2025年度)

项目名称			S旅游发展基金补助地方项目资金—开展“大同好礼”区域公共文化品牌培育项目									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]						预算单位		058001-大同市文化和旅游局	
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数	预算编制数								
			资金总额：25.86	25.86	25.86		25.86	18.05	7.81	70%	7	
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况				
	制定“大同好礼”区域公共文化品牌使用制度，征集大同特色“文化创意”设计方案，并取得“文化创意”使用权，形成“大同好礼”区域公共文化品牌创意库。							已制定“大同好礼”区域公共文化品牌使用制度，形成“大同好礼”区域公共文化品牌创意库，进一步推动大同文创产业发展。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	“大同好礼”区域公共文化品牌使用制度	1个	1个	1个	从品牌授权标准、使用规范等方面制定“大同好礼”区域公共文化品牌使用制度	10	9			
			参赛大同特色“文化创意”设计	≥50个	≥50个	190个	有190个文创作品参赛	10	9			
		质量指标	优秀大同特色“文化创意”设计方案	≥20个	≥20个	39个	共评选出优秀大同特色“文化创意”作品1等奖1个，二等奖3个，三等奖5个，优秀奖30个	10	9			
			时效指标	完成时限	2025年底前	2025年底前	2025年7月	已按期完成	10	10		
	成本指标	预算控制	≤258600元	≤258600元	175500元		10	9				
	效益指标	社会效益	全市整体文化创意设计水平	显著提高	≤258600元		整体文化创意设计水平提高	15	14			
		可持续影响	木兰、云冈等大同特色文化影响	显著提升	≤258600元		木兰、云冈等大同特色文化影响力提升	15	14			
	满意度指标	服务对象满意度	服务人群满意度	≥90%	≥90%		服务人群满意度100%	10	10			
	总分								100	91		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目制定“大同好礼”区域公共文化品牌使用制度，面向全社会征集大同特色“文化创意”设计方案，进一步推动大同文创产业发展。								
		产出情况及分析		制定了“大同好礼”区域公共文化品牌使用制度，有190个文创作品参赛，共评选出优秀大同特色“文化创意”作品1等奖1个，二等奖3个，三等奖5个，优秀奖30个，2025年7月完成，建立“大同好礼”区域公共文化品牌。								
		效益情况及分析		整体文化创意设计水平显著提高，木兰、云冈等大同特色文化影响力显著提升。								
		满意度情况及分析		服务人群满意度100%。								
	主要经验做法		制定“大同好礼”区域公共文化品牌使用制度，明确“大同好礼”区域公共文化品牌的使用范围、使用标准、授权使用单位评选标准、评选流程，授权收回标准等，建立“大同好礼”区域公共文化品牌创意库和2024“大同好礼”区域公共文化品牌创意设计大赛，征集一批优秀文化创意设计，提供优秀创意作品的学生、设计者与设计公司、生产企业的沟通渠道。									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		文创成果转化效率偏低，缺少市场化运营激励。									
下一步改进措施及管理建议		完善“大同好礼”区域公共文化品牌标准体系，深入挖掘石窟、古建、长城等资源，打造标志性文创IP矩阵，形成“一景一品、一县一礼”差异化供给。打通成果转化堵点，完善全链条产业体系，搭建产学研对接平台，打通设计—生产—销售产业链。										

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

化债资金一文旅星推官项目支出绩效自评表

(2025年度)											
项目名称		化债资金—文旅星推官									
主管部门及代码		058-大同市文化和旅游局[部门]						预算单位		058001-大同市文化和旅游局	
项目资金预算安排及执行进度（万元）		年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结（转）余	执行率	得分	偏差原因
		目标申报数		预算编制数							
		资金总额：		15		15		15	15	0	100%
项目年度绩效目标	年度目标						实际完成情况				
	依托大同本地优秀文旅类新媒体账号，组建一支城市文旅星推官队伍，积极有效参与全市文旅宣传工作，围绕全市文旅活动、业态宣推及文化内涵挖掘等工作任务，提供文旅新媒体内容产出。						依托大同本地优秀文旅类新媒体账号，组建一支城市文旅星推官队伍，积极有效参与全市文旅宣传工作，围绕全市文旅活动、业态宣推及文化内涵挖掘等工作任务，提供文旅新媒体内容产出。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
	产出指标	数量指标	组建1支城市文旅星推官队伍	≥1支	≥1支	≥1支		20	20	在内容持续优化方面仍有提升空间	
		质量指标	组建队伍能高质量完成文旅新媒体内容产出	队伍质量高，宣传内容质量高	队伍质量高，宣传内容质量高	队伍质量高，宣传内容质量高		10	7		
		时效指标	完成时限	2023年底	2023年底	2023年底前		10	10		
		成本指标	化债资金	15万元	15万元	15万元		10	10		
	效益指标	社会效益	形成大同本土文旅达人宣传合力。	打造“形成大”	打形成大同本土文旅达人宣传合力。	形成大同本土文旅达人宣传合力。		15	15		
		可持续影响	进一步提升大同文旅的知名度和美誉	进一步提升大同文旅的知名度和美誉	进一步提升大同文旅的知名度和美誉	进一步提升大同文旅的知名度和美誉		15	15		
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥90%	≥90%	≥90%		10	9		
总 分								100	96		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		2023年度“大同文旅星推官队伍运营管理项目”预算总额30万元，资金来源为市县区财政资金。项目依托大同本地优秀文旅类新媒体账号，组建城市文旅星推官队伍，围绕全市文旅活动、业态宣推及文化内涵挖掘等工作任务，提供文旅新媒体内容产出。项目已按照合作协议完成全部约定内容并通过验收，目前处于尾款清欠阶段。 预算执行方面，2025年化债清欠预算数15万元，全年执行数15万元，执行率为100%。项目资金已按照合同约定足额拨付到位，预算执行情况整体良好，资金使用规范，为星推官队伍组建运营及新媒体内容产出等工作内容的顺利完成提供了有效经费保障。							
				项目圆满完成既定产出目标，在队伍组建和内容产出方面成效显著； 1、队伍组建：完成首批10名大同文旅星推官的遴选和聘任工作，超额完成年度目标。星推官涵盖不同类型自媒体创作者，包括旅游博主、文化类账号运营者、本地导游等，形成了多元化的文旅宣传队伍格局。 2、联盟建设：组建文旅短视频创作者联盟，吸纳54名内容生产者作为重点孵化培育对象，并整合21名本地优秀导游参与，形成了“星推官引领+联盟成员协同+导游参与”的三级新媒体宣传矩阵。 3、制度建设：制定并解读了大同文旅星推官管理制度和文旅短视频创作者联盟相关制度，为队伍规范运营提供了制度保障。 内容产出：星推官围绕全市文旅活动、业态宣推及文化内涵挖掘等任务持续产出新媒体内容。							
		产出情况		项目在社会效益方面达成预期目标，有效提升了城市文旅品牌影响力； 1、提升城市知名度：星推官通过短视频持续推介大同文旅资源，以“新媒体+”赋能文旅融合创新发展，进一步提升大同和大同文旅的知名度。 2、助力城市文化传播：星推官发播丰富城市品牌内涵、提炼城市IP，用故事、情感、共鸣增强人们对城市文化的认同感，坚持以文塑旅、以旅彰文，通过作品提升大同文旅品牌吸引力、影响力和竞争力。晋见大同创作的“你要写大同，就不能只写大同”等富有文化底蕴的文案，以新颖灵动的方式将大同历史文化传递给年轻群体。 3、形成示范带动效应：星推官队伍持续在网络上形成声势，带动更多人加入宣传大同的队伍中，项目建立的“共生共创”机制，有效调动了队伍积极性，形成大同文旅全要素新媒体宣传矩阵。							
				项目在社会效益方面达成预期目标，有效提升了城市文旅品牌影响力； 1、提升城市知名度：星推官通过短视频持续推介大同文旅资源，以“新媒体+”赋能文旅融合创新发展，进一步提升大同和大同文旅的知名度。 2、助力城市文化传播：星推官发播丰富城市品牌内涵、提炼城市IP，用故事、情感、共鸣增强人们对城市文化的认同感，坚持以文塑旅、以旅彰文，通过作品提升大同文旅品牌吸引力、影响力和竞争力。晋见大同创作的“你要写大同，就不能只写大同”等富有文化底蕴的文案，以新颖灵动的方式将大同历史文化传递给年轻群体。 3、形成示范带动效应：星推官队伍持续在网络上形成声势，带动更多人加入宣传大同的队伍中，项目建立的“共生共创”机制，有效调动了队伍积极性，形成大同文旅全要素新媒体宣传矩阵。							
	效益情况		项目在社会效益方面达成预期目标，有效提升了城市文旅品牌影响力； 1、提升城市知名度：星推官通过短视频持续推介大同文旅资源，以“新媒体+”赋能文旅融合创新发展，进一步提升大同和大同文旅的知名度。 2、助力城市文化传播：星推官发播丰富城市品牌内涵、提炼城市IP，用故事、情感、共鸣增强人们对城市文化的认同感，坚持以文塑旅、以旅彰文，通过作品提升大同文旅品牌吸引力、影响力和竞争力。晋见大同创作的“你要写大同，就不能只写大同”等富有文化底蕴的文案，以新颖灵动的方式将大同历史文化传递给年轻群体。 3、形成示范带动效应：星推官队伍持续在网络上形成声势，带动更多人加入宣传大同的队伍中，项目建立的“共生共创”机制，有效调动了队伍积极性，形成大同文旅全要素新媒体宣传矩阵。								
			项目在社会效益方面达成预期目标，有效提升了城市文旅品牌影响力； 1、提升城市知名度：星推官通过短视频持续推介大同文旅资源，以“新媒体+”赋能文旅融合创新发展，进一步提升大同和大同文旅的知名度。 2、助力城市文化传播：星推官发播丰富城市品牌内涵、提炼城市IP，用故事、情感、共鸣增强人们对城市文化的认同感，坚持以文塑旅、以旅彰文，通过作品提升大同文旅品牌吸引力、影响力和竞争力。晋见大同创作的“你要写大同，就不能只写大同”等富有文化底蕴的文案，以新颖灵动的方式将大同历史文化传递给年轻群体。 3、形成示范带动效应：星推官队伍持续在网络上形成声势，带动更多人加入宣传大同的队伍中，项目建立的“共生共创”机制，有效调动了队伍积极性，形成大同文旅全要素新媒体宣传矩阵。								
	满意度情况		项目服务对象满意度达到预期目标，受众反馈良好，众多网友对星推官作品点赞、评论、转发，表达大同的向往与喜爱，星推官参与积极性高，对项目认同度高，持续投入优质内容创作。								
			项目在社会效益方面达成预期目标，有效提升了城市文旅品牌影响力； 1、提升城市知名度：星推官通过短视频持续推介大同文旅资源，以“新媒体+”赋能文旅融合创新发展，进一步提升大同和大同文旅的知名度。 2、助力城市文化传播：星推官发播丰富城市品牌内涵、提炼城市IP，用故事、情感、共鸣增强人们对城市文化的认同感，坚持以文塑旅、以旅彰文，通过作品提升大同文旅品牌吸引力、影响力和竞争力。晋见大同创作的“你要写大同，就不能只写大同”等富有文化底蕴的文案，以新颖灵动的方式将大同历史文化传递给年轻群体。 3、形成示范带动效应：星推官队伍持续在网络上形成声势，带动更多人加入宣传大同的队伍中，项目建立的“共生共创”机制，有效调动了队伍积极性，形成大同文旅全要素新媒体宣传矩阵。								
项目绩效分析	主要经验做法		公开招募、择优遴选，确保队伍质量：通过为期1个月的公开招募和专家综合评审，从众多报名者中遴选确定首批10名星推官，确保了队伍的专业性和代表性。 分层组建、梯次培育，形成宣传矩阵：建立“星推官+联盟成员+导游”的三级梯队，既有成熟的头部创作者，也有重点孵化对象和导游群体，形成了可持续的新媒体宣传力量储备。 制度化管理、规范化运营：制定并落实星推官管理和联盟相关制度，明确了权利义务和考核标准，确保两支队伍规范运行、持续发力。 建立“共生共创”机制，激发内生动力：市文旅局充分发挥共生共创机制作用，调动两支队伍积极性，持续在新媒体宣传领域发力，不断丰富内容产出，形成宣传矩阵效应。								
			队伍激励与退出机制有待完善：项目虽建立了管理制度，但针对星推官的激励措施和动态退出机制尚不够明确。首批10名星推官产生后，如何持续激励其保持内容产出质量、如何对表现不佳者进行动态调整，缺乏具体操作细则。 内容质量把控机制需加强：星推官和联盟成员的作品风格多样、内容各异，但项目对内容产出质量的统一把控和审核机制尚不够完善，可能出现作品质量参差不齐的情况。 效果量化评估体系不够健全：对星推官作品的传播效果评估主要依赖播放量、点赞数等基础指标，缺乏系统化的传播数据分析体系和品牌影响力评估框架，难以精准衡量项目整体效益。 经费投入有限，覆盖范围不足：项目经费主要用于队伍组建和基础运营，后续内容创作的激励力度有限，一定程度上制约了星推官和联盟成员的内容产出规模和积极性。								
	下一步改进措施及管理建议		完善队伍动态管理机制：建立健全星推官准入退出和分级激励制度，对表现优秀的星推官给予持续支持和资源倾斜，对长期不达标者实行动态调整，保持队伍活力。 强化内容质量引导与审核：制定内容创作指引，引导星推官围绕全市文旅重点工作和文化内涵挖掘进行主题创作；建立内容审核机制，确保作品质量和导向正确。 建立传播效果评估体系：系统收集各星推官作品的播放量、互动量、转化率等传播数据，建立多维度的效果评估模型，为后续绩效评价和资源投放提供科学依据。 拓宽经费保障渠道：探索“财政支持+商业合作”相结合的经济保障模式，在财政资金基础上，通过文旅宣传合作、品牌联动等方式拓宽资金来源，增强对星推官队伍的激励力度和项目可持续性。								

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

大同市支持小剧场演艺高质量发展扶持项目支出绩效自评表

(2025年度)												
项目名称			大同市支持小剧场演艺高质量发展扶持项目									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数		预算编制数							
			资金总额：540			540		540		540	540	0
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况				
	12月31日期前完成小剧场演艺高质量发展扶持项目评审							12月31日期前完成小剧场演艺高质量发展扶持项目评审				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
	产出指标	数量指标	小剧场演艺高质量发展扶持项目数量	3个	3个	3个		20	20	无		
		质量指标	按照实施细则和申报通知执行	按照实施细则和申报通知执行	按照实施细则和申报通知执行	按照实施细则和申报通知执行	按照实施细则和申报通知执行	10	10	无		
		时效指标	完工时限	12月31日	12月31日	12月31日		10	10	无		
		成本指标	根据扶持奖励政策的标准	≤540万	≤540万	540万		10	10	无		
	效益指标	社会效益	提升小剧场演艺相关市场主体积极性，推动小剧场演艺产业高质量发展	进一步提升	进一步提升	进一步提升	进一步提升小剧场演艺相关市场主体积极性，推动小剧场演艺产业高质量发展	15	15	无		
		可持续影响	拓展文化和旅游消费新亮点，满足人民对美好生活向往的迫切需要，促进小剧场演艺高质量发展	可持续	可持续	可持续	可持续拓展文化和旅游消费新亮点，满足人民对美好生活向往的迫切需要，促进小剧场演艺高质量发展	15	15	无		
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥90%	≥90%	100%		10	10	无		
	总 分								100	100		
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况			项目按时完成，预算执行率100%。							
		产出情况及分析			小剧场演艺高质量发展扶持项目数量为3个，均按照实施细则和申报通知执行，12月31日前完成了项目评审工作，根据扶持奖励政策的标准，奖励资金为540万，完成全年目标。							
		效益情况及分析			进一步提升了小剧场演艺相关市场主体积极性，推动小剧场演艺产业高质量发展；可持续拓展文化和旅游消费新亮点，满足人民对美好生活向往的迫切需要，促进小剧场演艺高质量发展。							
		满意度情况及分析			群众满意度100%。							
	主要经验做法			无								
	项目管理中存在的主要问题及原因分析			无								
	下一步改进措施及管理建议			无								

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

大同市市级应急广播平台体系建设项目支出绩效自评表

(2025年度)												
项目名称			大同市市级应急广播平台体系建设项目									
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位	058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因
			目标申报数	预算编制数								
			资金总额：		223.6822	223.6822			223.6822	223.6822	0	100%
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况				
	按照合同及主要技术文件完成建设施工							按照合同及主要技术文件完成建设施工				
	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施		
绩效指标	产出指标	数量指标	使用单北斗授时器	1	1	1	指标100%达标，产出符合要求。	20	20			
		质量指标	平台建设功能达标	达标	达标	完成	已建成平台系统核心功能、硬件部署、北斗授时等既定建设内容，均符合技术文件及行业规范要求，年度质量绩效目标已完成。	10	10			
		时效指标	完工时间	2025年年底前	2025年年底前	未完成	年度计划2025年底完工，因尾款支付、验收工作滞后，暂未按期完成时效目标。	10	9	未按合同及时支付等保、密评尾款，影响验收进度		
		成本指标	市级平台建设项目总支出	≤463.84	≤463.8468万元	完成	支出全部控制在批复预算内，成本管控合规	10	10			
	效益指标	社会效益	应急广播在国家治理中的作用发挥	发挥作用	发挥作用	完成	应急预警、公共服务功能正常发挥	20	20			
		可持续影响	大同应急处置能力	逐步提升	逐步提升	完成	全市全域应急响应与处置能力稳步提升	10	10			
	满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥90%	≥90%	完成	服务对象反馈良好	10	10			
总 分								100	99			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目实施过程中严格按照预算金额执行，没有超额现象								
		产出情况及分析		项目仍按期施工，并按照要求在涉及到财政采购的类目中使用名录中的单北斗授时器。								
		效益情况及分析		应急广播作为平战结合的惠民项目，除了灾难时期、紧急时期作应急用途外，日常更多用于宣传防汛、防火、防疫等，大大方便了政府部门向群众传达声音。								
		满意度情况及分析		应急广播建成后基本全覆盖，大大提高群众生活幸福度								
	主要经验做法		1.积极申请财政资金；2.加强组织领导，各级负责人高度重视									
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		缺乏对不可抗力的应对方案。施工地大同电视台拟搬迁，导致项目曾中期停工，耽误施工时间和支付时间，未提前做好预案									
	下一步改进措施及管理建议		做好项目完善和运行工作。									

备注：1.“年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2.“全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3.“全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4.“执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

Z张彩平和薛瑞红工作室在古城内开展常态化演出活动经费项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			张彩平和薛瑞红工作室在古城内开展常态化演出活动经费										
主管部门及代码			058-大同市文化和旅游局[部门]					预算单位		058001-大同市文化和旅游局			
项目资金预算安排及执行进度（万元）			年初预算数				全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	偏差原因	
			目标申报数		预算编制数								
			资金总额：80万元			80		80		80	80	0	100%
项目年度绩效目标	年度目标							实际完成情况					
	北路梆子与耍孩儿作为国家级非物质文化遗产极具地方特色的戏曲剧种，在文旅融合发展的大背景下，将这两种传统艺术形式以文旅演出的形式呈现，既能传承和弘扬优秀传统文化，又能为当地文旅产业注入新活力，吸引更多游客，促进地方经济发展。通过扶持北路梆子和耍孩儿名家艺术工作室的古城常态化演出开展，为剧种的传承充分发挥“传帮带”的积极作用，抢救国家级非物质文化遗产，培养传承人，推动剧种创作和院团发展。							本年度工作室积极培养戏曲人才，为优秀演员排练并录制4个剧目，并多次参加各类展演和比赛活动，获得奖项与观众好评，为耍孩儿剧种起到更好宣传与推广作用。					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	实际完成值	定性值情况说明	分值	得分	偏差原因分析及改进措施			
	产出指标	数量指标	演出场次	≥场	≥60场	60场		3	3				
			参演人数	≥人	≥60人	110人		3	3				
			复排剧目数量	≥个	≥2个	2个		3	3				
			录制剧目数量	≥个	≥2个	2个		3	3				
			培训指导演员人数	≥人	≥35人	80人		4	4				
			排练天数	≥天	≥30天	50天		4	4				
		质量指标	排练演出合格率	≥%	≥90%	95%		10	10				
	时效指标	工作完成时限		2025年10月31日前	2025年10月31日		10	10					
	成本指标	经费支出总额		≤80万元	80万元		10	10					
	效益指标	经济效益		促进地方文旅经济		促进		10	9				
		社会效益		传承振兴北路梆子和耍孩儿		传承		10	10				
		可持续影响		持续保护和弘扬我市优秀传		持续		10	10				
	满意度指标	服务对象满意度		群众满意度	≥%	≥90%	95%		10	10			
总 分									100	99			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		本项目为张彩平、薛瑞红工作室在大同古城内开展常态化演出活动，演出北路梆子和耍孩儿经典剧目片段提供经费支持，传承和弘扬优秀传统文化的同时为当地文旅产业注入新活力。资金全部支付到位，项目预算资金80万元，实际全部支付完成，预算执行率为100%。									
		产出情况及分析		在2025年10月31日前张彩平、薛瑞红工作室在古城开展演出60场，参演人次110人，排练50天，培训指导演员80人，复排和录制剧目3个，获得大量观众好评，经费及时支付，共计支出经费80万元，受到群众广泛欢迎和好评。									
		效益情况及分析		通过开展项目，为北路梆子和耍孩儿剧种起到更好宣传与推广作用，弘扬优秀传统文化，促进大同文旅经济发展，取得了良好的社会效益和观众反响。									
		满意度情况及分析		经调查，群众满意度达到95%，满意度较高。									
	主要经验做法		1. 统筹安排好各部门的工作，加强财务和业务部门之间的参与协助力度，强化绩效管理，确保各项目顺利、规范、有序地完成各项绩效目标，取得更大、更多的社会效益。 2. 完善制度建设，结合预算、绩效、资金管理的新要求，严格执行相关规章制度，项目集体决策，项目资金使用程序和手续规范，确保项目经费执行到位、规范使用、安全运行，提高资金使用效率。										
	项目管理中存在的问题及原因分析		一是绩效评价工作相关规定和制度仍需要在具体的实施过程中进一步巩固完善。二是部分干部职工对绩效评价工作认识和重视程度还有待加强。三是绩效管理未纳入项目执行过程中。										
	下一步改进措施及管理建议		今后的工作中，我们将进行如下改进： 1、加强绩效评价工作重视度，立足单位工作实际，更好的改进工作作风。 2、在具体的实施过程中进一步巩固完善绩效评价工作制度，更进一步提升工作效能。 3、将绩效管理贯穿在项目执行过程中，改进和加强绩效评价工作。										

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。
2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。