附1

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **与北京联合开展周末游河北项目支出绩效自评表** | | | | | | | | | | | | | |
| （2020年度） | | | | | | | | | | | | | |
| 项目名称 | | 与北京联合开展周末游河北 | | | | | | | | | | | |
| 主管部门 | | 市旅游和文化广电局 | | | | | 实施单位 | | 宣传科 | | | | |
| 项目资金 （万元） | |  | | 年初预算数 | 全年预算数 | | 全年执行数 | | 分值 | | 执行率 | | 得分 |
| 年度资金总额 | | 40 | 40 | | 40 | | 10 | | 100% | | 10 |
| 其中：当年财政拨款 | | 40 | 40 | | 40 | | — | |  | | — |
| 上年结转资金 | | 0 | 0 | | 0 | | — | |  | | — |
| 其他资金 | | 0 | 0 | | 0 | | — | |  | | — |
| 年度总体目标 | 预期目标 | | | | | | 实际完成情况 | | | | | | |
| 按照省厅要求，继续联合省内各兄弟城市在北京开展“周末游河北”宣传活动，推介我市旅游资源，拓展京津周边短途旅游市场。宣传渠道类别不少于8类，宣传覆盖数量不低于2000万人次。 | | | | | | 利用天津公交车车身广告、北京周边高速路牌、北京公交车身广告、中国之声广播、北京地铁灯箱、站台灯箱、北京电台、地铁电视、马蜂窝网等线上线下宣传介质和平台，全方位、多层次的宣传活动，预计宣传覆盖人次超2000万。 | | | | | | |
| 绩 效 指 标 | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年度  指标值 | 实际  完成值 | 分值 | | 得分 | | 偏差原因分析及改进措施 | |
| 产出指标  50分 | 数量指标 | 宣传渠道类别数量 | | | 拟为8类 | 大于8类 | 20 | | 18.2 | | 宣传方式和渠道有进一步拓展的范围和空间 | |
| 质量指标 | 取得良好宣传效果，我市品牌知名度有效提升 | | | 是/否 | 是 | 10 | | 10 | |  | |
| 时效指标 | 及时开展宣传活动 | | | 2020年底 | 按时完成 | 10 | | 10 | |  | |
| 成本指标 | 项目总成本不超过财政预算金额 | | | 预计小于总成本预算 | 全部支出 | 10 | | 10 | |  | |
| 社会效益  指标 | 取得良好社会反响，承德文旅品牌影响力进一步提升。 | | | 全年旅游接待数据 | 受疫情影响，跨省旅游恢复后，我市文旅市场接待人数和收入增加较好 | 20 | | 18.8 | | 疫情影响，游客出行需求有所下降 | |
| 可持续影响指标 | 广泛提升承德文旅品牌，增加游客来承旅游意愿 | | | 全年旅游接待数据 | 2020年接待游客2800.99万人次，在疫情影响下，市场回温较快，生态休闲、户外游广受游客欢迎 | 20 | | 18.8 | | 受疫情因素影响，游客出游活动受到制约 | |
| 满意度  指标20分 | 服务对象满意度指标 | 游客满意度 | | | 满意度较高 | 获得游客较高评价，我市旅游接待人数自跨省旅游恢复后，回升较快。 | 100 | | 95 | | 疫情影响，游客出行需求有所下降 | |
| 总分 | | | | | | | | 100 | | 95.8 | |  | |