

# 财政项目支出绩效目标申报表

(2021年度)

项目名称	境内外文化旅游宣传推广	项目类别	一次性项目	
主管部门	上海市文化和旅游局	实施单位	上海市文化和旅游局	
计划开始日期	2021-01-01	计划完成日期	2021-12-31	
项目资金 (万元)	项目资金总额	28,187,300	年度资金申请总额	28,187,300
	其中：财政资金	28,187,300	其中：当年财政拨款	28,187,300
			上年结转资金	0
	其他资金	0	其他资金	0
项目 绩效 目标	项目总目标 (2021年-2021年)		年度总目标	
	<p>项目旨在通过各项境内外文化旅游宣传活动，吸引境内外游客来沪旅游意愿，引导游客在沪旅游消费，推广上海文化旅游资源，发展上海文旅、商旅、体旅、健康旅游、游学旅游等各个细分旅游市场。推动上海实现文化和旅游产业发展环境更加优化，产品更加丰富，营销更加精准，服务更加完善，充分发挥文旅融合的综合效应、辐射效应、带动效应，不断提升上海世界著名旅游城市的国际美誉度的要求。</p>		<p>配合国家“一带一路”等重要外交战略和“长三角一体化”国家战略，紧扣各类主题文化旅游年的宣传要求，针对上海的重点境内外旅游市场和潜在重点客源市场，进行“软硬结合”的旅游宣传，制作完成至少200万份宣传品、宣传品语种不低于5种、宣传品发放量不低于150万份、参加国内外各类文旅展会、交流合作活动、举办国内专题文旅推广活动不少于30次、宣传品设计水平得到领导和行业专家的认可、媒体广告在全国范围内覆盖长三角地区等主要客源目的地。提升上海作为旅游城市在国际范围内的知名度和认可度，促进国内游客人数和规模提升。</p>	
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值
	产出指标	数量指标	参加国内各类文旅展会、推介会等会议和交流活动次数	≥30次
			宣传品制作数量	≥200万份
			宣传品发放数量	≥150万份
			多语种文化旅游宣传网站浏览量	≥1000万
			多语种文化旅游宣传网站独立访客数	≥300万
	质量指标	质量指标	宣传品语种丰富性	≥5个
			宣传品设计水平	得到局领导和行业间专家的认可
			媒体广告对主要客源地覆盖数量	≥20个
			参加国内各类文旅展会、推介会等会议和交流活动	活动多样性
多语种文化旅游宣传网站			正常运行	

	时效指标	宣传品制作、配送发放及时性	及时
		参加国内各类文旅展会、推介会等会议和交流活动完成及时性	及时
		多语种文化旅游宣传网站故障响应情况	故障及时响应
效益指标	社会效益指标	提升相关网站搜索率	主流搜索引擎的前10位
		对在沪文化和旅游活动的参考性	具有较强参考性 (>80%)
		促进国内游人次提升	较上年度有所提升
		提升国内游客来沪旅游的意愿	有效提升
	提升游客对上海旅游信息的知晓率	提升 (上海著名景点知晓率 $\geq$ 85%)	
	可持续影响指标	文化旅游宣传长效机制	建立完善
满意度指标	服务对象满意度指标	游客对公众宣传品的满意度	$\geq$ 85%

## 财政项目支出绩效目标申报表

(2021年度)

项目名称	公共文化和旅游公共服务	项目类别	一次性项目	
主管部门	上海市文化和旅游局	实施单位	上海市文化和旅游局	
计划开始日期	2021-01-01	计划完成日期	2021-12-31	
项目资金 (万元)	项目资金总额	10,156,984	年度资金申请总额	10,156,984
	其中：财政资金	10,156,984	其中：当年财政拨款	10,156,984
			上年结转资金	0
	其他资金	0	其他资金	0
项目 绩效 目标	项目总目标 (2021年-2021年)		年度总目标	
	<p>丰富人民群众精神文化生活，传承中华优秀传统文化，弘扬社会主义核心价值观，增强文化自信，提高市民文明素质，高质量建设上海现代公共文化服务体系。进一步提升旅游公共服务效能，高质量建设上海旅游公共服务体系。</p>		<p>开展《上海市公共文化服务保障与促进条例》普法工作，全面完成公共文化机构法人治理结构改革，进一步完善公共文化服务网络，充分发挥统筹服务功能，提升公共数字文化服务。加强对市民文化节和公共文化配送工作的指导，继续做好专项资金评审。提升旅游公共服务效能，提高游客对旅游公共服务的满意度，为游客提供便捷的旅游公共服务信息获取渠道。持续推进“旅游厕所革命”，通过贯标和评定工作，切实提升本市旅游厕所建设管理水平，为游客提供符合国家相关标准的旅游厕所。</p>	
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值
	产出指标	数量指标	公共文化设施免费开放率	=100%
			嵌入式旅游咨询服务点	>=150家
		质量指标	文化馆评估一、二级馆率	=100%
			图书馆评估一、二级馆率	=100%
		时效指标	文化馆评估一、二级馆及时性	及时
			图书馆评估一、二级馆及时性	及时
	效益指标	社会效益指标	加强公共文化场馆工作人员素质	加强
			扩大宣传推广影响力	扩大
		可持续影响指标	公共文化和旅游公共服务长效机制	建立健全
满意度指标	服务对象满意度指标	公共文化服务群众满意度	>=85%	

## 财政项目支出绩效目标申报表

(2021年度)

项目名称	上海旅游节经费	项目类别	一次性项目	
主管部门	上海市文化和旅游局	实施单位	上海市文化和旅游局	
计划开始日期	2021-01-01	计划完成日期	2021-12-31	
项目资金 (万元)	项目资金总额	11,569,500	年度资金申请总额	11,569,500
	其中：财政资金	11,569,500	其中：当年财政拨款	11,569,500
			上年结转资金	0
	其他资金	0	其他资金	0
项目 绩效 目标	项目总目标 (2021年-2021年)		年度总目标	
	上海旅游节以“人民大众的节日”为定位，以“走进美好与欢乐”为主题，通过丰富多彩、各具特色的上海各区节庆活动，推进“一带一路”倡议对旅游业的发展要求，吸引社会各界的大力支持和广泛参与。上海旅游节是上海建设世界著名旅游城市节庆盛典的标志，结合观光、休闲、娱乐、文体、会展、美食、购物于一体的旅游体验以及近百项市民参与的节庆活动，向海内外集中展现四季上海都市风光、都市文化和都市人文的无穷魅力。通过举办上海旅游节，为上海城市形象进行宣传推广，吸引来沪旅游者，促进文化旅游消费。		围绕文旅中心工作，通过节庆活动的举办，展示文旅行业一年来取得的成果，增加本市文旅市场产品供给。	
产出 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值
	数量 指标	数量 指标	旅游节期间举办的活动数量	≥50个
			参与旅游节的表演团数量	≥20个
			参与旅游节巡游展示的花车数量	≥12部
			对旅游节进行宣传报道的媒体数	≥50家
			参与旅游节惠民活动的景区、博物馆数量	≥50家
	质量 指标	质量 指标	旅游节活动覆盖全市16个区	全覆盖
			参与旅游节活动的表演团有来自对口支援地区选送的	对口
			参与旅游节的花车符合各项安全标准	符合
			旅游节在9月中旬至10月初举办	=20天

绩效 指标	时效指标	旅游节惠民活动持续时间	=7天	
		花车巡游完成及时性	及时	
		表演团巡游完成及时性	及时	
	效益指标	社会效益指标	提升上海城市形象	提升
			提升文化旅游企业参与度	提升
			综合体现长三角一体化建设成果	体现
			提升市民游客参与文化旅游活动的积极性	提升
		可持续影响指标	上海旅游节长效管理机制	建立健全
	满意度指标	服务对象满意度指标	市民游客对旅游节的满意度	>=85%
			通过旅游节进行宣传推介单位对旅游节的满意度	>=85%