

<b>财政项目支出绩效目标表</b>			
(2020年度)			
申报单位名称：上海市文化和旅游局			
项目名称：	本市市级非物质文化遗产保护专项资金	项目类别：	专项资金
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	否	绩效类型：	政策补贴类
项目概况：	为贯彻落实《中华人民共和国非物质文化遗产法》《上海市非物质文化遗产保护条例》，本市设立上海市市级非物质文化遗产保护专项资金，市财政局、市文化和旅游局制定《上海市市级非物质文化遗产保护专项资金管理办法》，受理资金项目申报、组织项目评审、扶持项目经市财政局、市文化和旅游局审定后报送市财政局，获批后给予资金扶持。		
立项依据：	《中华人民共和国非物质文化遗产法》（主席令第42号）、《上海市非物质文化遗产保护条例》		
项目设立的必要性：	加强本市非物质文化遗产保护资金保障，扶持本市非物质文化遗产代表性项目、代表性传承人的调查、记录、保存、研究、传承、传播等保护性活动，大力弘扬和传承中华优秀传统文化。		
保证项目实施的制度、措施：	1、《上海市市级非物质文化遗产保护专项资金管理办法》；2、上海市市级非物质文化遗产保护专项资金申报指南		
项目实施计划：	1、2019年内启动申报工作，包括年度申报指南编写、项目申报受理、项目专家评审等；2、2019年内产生评审结果报市文化和旅游局党组会审议后报市财政局；3、2020年第一季度，拨付资金。4、2020年启动新一轮申报工作。		
总目标及阶段性目标：	加强本市非物质文化遗产保护资金保障，大力弘扬和传承中华优秀传统文化。100%完成项目申报受理及评审工作；代表性项目覆盖率超过25%；代表性传承人覆盖率达100%；在6月前完成扶持资金的拨付；非遗活动市民参与度较高；政策扶持对象的满意度不低于80%		

<b>本项目上年度市级财政资金使用情况</b>			
项目总预算（元）：	11,416,000	项目当年预算（元）：	11,416,000
同名项目上年预算额（元）：	12,616,000	同名项目上年预算执行数（元）：	12,614,000

## 2020年绩效目标

一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入与管理	投入管理	预算编制合理性	合理
		预算执行率	= 100%
		预算资金到位率	= 100%
	财务管理	财务管理制度健全性	健全
		财务监控有效性	有效
		资金使用规范性	规范
	实施管理	项目管理制度健全性	健全
		资格审核（含复审）规范性	规范
		信息公开实现率	规范
产出目标	数量	代表性项目覆盖率	> = 25%
		代表性传承人覆盖率	= 100%
	质量	扶持项目保护实绩	总体良好
		扶持对象的扶持条件达标率	= 100%
	时效	扶持资金拨付时间	6月前
效果目标	社会效益	代表性非遗项目知晓率	> = 50%
		非遗活动市民参与规模	= 不低于计划规模的80%
		非遗产业化成效	产业化数量稳步增加
	满意度	政策扶持对象满意度	> = 80%
影响力目标	长效管理	长效机制建设	逐步完善项目验收或跟踪管理
	信息共享	政务信息公开	局政务网公布

<b>财政项目支出绩效目标表</b>			
(2020年度)			
申报单位名称：上海市文化和旅游局			
项目名称：	国际交流活动专项经费（含港澳台）	项目类别：	其他一次性项目
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	否	绩效类型：	事业/专业类
项目概况：	项目主要内容有布鲁塞尔中国文化中心活动费、布鲁塞尔中国文化中心运行费、亚非地区交流、港澳地区交流、美大地区交流、美术文化博协等交流、欧洲地区交流、境外团组接待、一带一路交流、友城合作交流以及台湾地区交流等11个项目构成。		
立项依据：	国家文旅部相关工作部署计划、市年度重点涉外（港澳台）工作计划、局年度对外（对港澳台）文化旅游重点工作。1、《文化部关于全国对外文化交流工作归口管理办法》2、《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》3、《上海市文化和旅游局外事工作管理规定》4、上海市文化和旅游局职责		
项目设立的必要性：	根据年度工作重点，配合打造全球文化城市以及世界知名旅游城市、以及推进“文创50条”、“旅游30条”等重点工作，组织对外及对港澳台地区交流合作项目，组织大型对外交流活动，延续打造“欢乐春节”、“海派艺术节”、“情系青春-两岸青年申城行”、“港澳青年实习计划”、“台湾青少年文化夏令营”等品牌。同时，深入推进对外宣传平台建设，利用我市与文旅部合作共建的中国文化中心的平台，加强对外宣传、推动“海派文化、江南文化”走出去的建设工作。		
保证项目实施的制度、措施：	1、根据《上海市文化和旅游局外事工作管理规定》开展各项外事工作；2、根据《文化部关于全国对外文化交流工作归口管理办法》涉及和开展各项各项对外文化、旅游国际合作交流活动（含港澳台）；3、上海市文化和旅游局职责；		
项目实施计划：	至少提前2个月启动节庆活动、文化周活动的筹备工作，按计划开展外国访团的接待工作；按计划组织港澳台、重点合作国家的文化旅游交流活动。		
总目标及阶段性目标：	增进国际文化领域的合作关系，配合相关部门将上海打造成全球文化城市以及世界知名旅游城市，同时扩大“海派文化、江南文化”的知名度和影响范围。组织3次欢乐春节活动、1次海派艺术节活动、完成1次上海文化周系列活动、完成2次对港澳台的文化交流活动、接待15批来沪参访的外国重点文化旅游团组、外宾好评率不低于90%、提高中国文化中心在境外的影响力。		

<b>本项目上年度市级财政资金使用情况</b>			
项目总预算（元）：	11,101,336	项目当年预算（元）：	11,101,336
同名项目上年预算额（元）：	12,155,214	同名项目上年预算执行数（元）：	

2020年绩效目标			
一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入与管理	投入管理	预算编制合理性	合理
		预算执行率	>=95%
		预算资金到位率	=100%
	财务管理	财务管理制度健全性	健全
		财务监控有效性	有效
		资金使用规范性	规范
	实施管理	项目管理制度健全性	健全
		政府采购规范性	合规
		合同管理完备性	完备
		项目质量可控性	可控
产出目标	数量	完成欢乐春节活动	>=2次
		完成海派艺术节活动	>=1次
		完成上海文化周活动	>=1次
		根据中央外交部署，配合外交部和上海市外办工作重点，开展赴海外重点地区演出交流	>=1次
		完成“情系青春-两岸青年申城行”活动等针对港澳台的文化交流活动	>=2次
		接待来沪参访的境外国家重点文化旅游团组	不少于5批次，15人次
		指导和协调布鲁塞尔中国文化中心举办活动	>=10
	质量	对外交流活动质量	优/良
		接待外事团组好评率	>=90%
	时效	活动完成及时率	>=90
效果目标	社会效益	配合外交大局的促进作用	配合国家外交战略，完成针对重点国家和地区开展文化和旅游交流合作工作。
		文化传播支持保障工作	通过有重点、有布局的“请进来”、“走出去”工作，进一步提升上海城市形象和影响力。
		提高海外中国文化中心影响力	指导布鲁塞尔中国文化中心的运营工作，保障和完善中心开展工作。
		两岸四地民众凝聚力提升效果	提升海峡两岸青少年间的情感链接；提升港澳台地区民众尤其是青少年对上海的了解度和好感度
	满意度	驻外机构对文化活动和宣传用品保障情况的满意度	>=90%
		驻外机构对国内派出交流项目的满意度	>=90%
		接待海外重点来访团组满意度	>=90%
影响力目标	长效管理	中长期发展规划完整性	完整
	信息共享	政府信息公开规范性	按规定公开

<b>财政项目支出绩效目标表</b>			
(2020年度)			
申报单位名称：上海市文化和旅游局			
项目名称：	境内外文化旅游宣传推广	项目类别：	其他一次性项目
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	是	绩效类型：	事业/专业类
项目概况：	<p>市文旅局部门职能包括：“组织上海旅游整体形象推广，制定市场推广和开发战略，指导重要旅游产品开发和推广工作”，因此市文旅局申请经常性项目经费，用于开展上述工作，经费具体用途包括：1、宣传品制作与发送：文化旅游公共宣传品、多语种精品外宣品、特色文旅纪念品制作与仓储发送是我局代表官方，向市民、海内外游客积极宣传上海、塑造上海良好的城市形象，扩大旅游消费的重要举措。2、海内外媒体、旅行商、旅游局等业内、获奖公众等来沪合作交流接待：通过持续的“请进来”工作，推广上海文旅形象。3、组织参加境内外文化旅游展会、推广活动和其他交流活动等：通过参加文旅部和自行组织的海内外文旅展会和推广促销，提升上海作为文化之都和旅游目的地的知名度与影响力。4、国内旅游专题推广：每年1-2次的国内重点客源市场促销推介，和各种文化旅游主题推广活动。5、会奖旅游和上海会议大使相关工作：持续发展上海世界旅游博览会、中国会议与商务旅行论坛暨交易会等自有展会平台，做好上海会议大使的聘任、维护和协助工作。6、境内外媒体广告宣传和多语种门户网站建设：在境内外各种媒体渠道投放宣传广告，整合资源，形成立体化、全方位的媒体广告宣传模式；对标其他国际化旅游目的地，继续加强多语种文旅外宣门户网站和新媒体建设。</p>		
立项依据：	<p>1、《中华人民共和国旅游法》；2、《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国办函〔2014〕121号）；3、《关于促进上海旅游高品质发展加快建成世界著名旅游城市的若干意见》（沪府发〔2018〕33号）；4、《上海市旅游条例》；5、《上海市旅游业发展“十三五”规划》；6、《上海市人民政府办公厅转发市旅游局关于促进上海入境旅游发展若干意见的通知》（沪府办发〔2018〕34号）；7、上海市文化和旅游局相关职责。</p>		
项目设立的必要性：	<p>通过各种形式推广上海都市文化旅游形象，是推动上海文化和旅游业发展的一项重要工作，是上海建设世界著名旅游城市必不可少的重要内容。根据市文旅局内部机构设置和职责分工，宣传推广处负责指导、管理文化和旅游国内、国际宣传推广工作，根据文化和旅游促进推广计划，综合协调文化和旅游相关资源，整合、构建文化和旅游宣传推广网络，组织开展文化和旅游宣传推广活动。</p>		
保证项目实施的制度、措施：	<p>1、完善审核制度：根据市财政有关规定要求，以及我局预算、采购管理办法等制度执行项目预算。对需要进行政府采购分散采购的项目进行专题会议研究、内部评审、严格审议，并形成决策意见。2、规范操作流程：执行境内外文化旅游宣传推广项目时，严格按照规范程序进行。对于实施政府采购的项目，由局党组会、局政府采购领导小组研究同意，并报市财政局审定。对于政府采购的项目相关部门按规定实施，发布采购公告，组织开展评标，确认中标单位及公示等。签订具有法律效力的合同，根据合同约定支付款项。所有的内容根据2020年局重点宣传计划，由专人负责。同时，在执行过程中加强跟踪，实施检查验收制度。3、完善监督机制：项目的执行，受市文旅局监察室监督，并接受内部和外部审计部门监督。</p>		
项目实施计划：	<p>严格按照局采购管理办法和政府采购有关法律法规制度要求，合理选择采购形式与采购方式，并报局党组会、局政府采购领导小组和财政局审批。1、针对全年性工作，在年后预算批复后尽早开展采购工作。需要政府采购的项目2-3月报局党组会、局政府采购领导小组等审议通过后，3-4月启动招标工作，招标完毕后全年执行。2、针对有时效性的工作或者临时重大活动，根据实际工作安排按照规定开展采购工作。项目执行过程中和执行完成后做好项目总结、绩效评估等相关工作，按照当年项目执行和预算使用情况，作为下一年度预算调整的参考和依据。</p>		
总目标及阶段性目标：	<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。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、全年开展境外参展或促销活动15次、接待旅行商和记者业内人士团体15批次、举办国内专题文旅推广活动2次、宣传品设计水平得到领导和行业专家的认可、媒体广告对不同国家和地区的覆盖率不低于20个，宣传推广内容对上海前20位入境客源地的覆盖率不低于80%。提升上海作为旅游城市在国际范围内的知名度和认可度，促进入境游客规模提升。</p>		

<b>本项目上年度市级财政资金使用情况</b>
-------------------------

项目总预算（元）：	36,585,999	项目当年预算（元）：	36,585,999
同名项目上年预算额（元）：	43,055,899	同名项目上年预算执行数（元）：	

2020年绩效目标			
一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入与管理	投入管理	预算编制合理性	合理
		预算执行率	=100%
		预算资金到位率	=100%
	财务管理	财务管理制度健全性	健全
		财务监控有效性	有效
		资金使用规范性	规范
	实施管理	项目管理制度健全性	健全
		政府采购规范性	合规
		合同管理完备性	完备
		项目质量可控性	可控
产出目标	数量	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
		举办国内专题文旅推广活动次数	>=2次
		吸引招徕国际性大会在沪召开次数	>=2次
		境外参展、促销等活动次数	>=15次
		接待旅行商、记者等业内人士团体批次	>=15批次
	质量	网站新增语种	>2个
		宣传品语种丰富性	>5种
		宣传品设计水平	得到局领导和行业间专家的认可
		媒体广告对不同国家和地区的覆盖率	>=20个
		宣传推广内容对上海前20位入境客源地的覆盖率	>=80%
	时效	制作和配送的及时性	及时
效果目标	社会效益	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%)
		促进入境游人次提升	较上年度有所提升
		提升境外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≥85%)
	满意度	游客对上海旅游信息宣传推广效果的满意度	>=85%
影响力目标	长效管理	媒体广告对不同国家和地区的覆盖	完整
	人力资源	管理水平	管理人员队伍稳定、具有相关项目管理经验

<b>财政项目支出绩效目标表</b>			
(2020年度)			
申报单位名称：上海市文化和旅游局			
项目名称：	旅游公共服务经费	项目类别：	其他一次性项目
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	否	绩效类型：	事业/专业类
项目概况：	旅游业在世界范围内正呈现出大众化、网络化、散客化的大趋势。为顺应旅游发展的新趋势，建设完善的旅游公共服务体系，改善旅游环境，上海已初步建立了多渠道的旅游公共服务设施，包括旅游咨询服务中心、962020旅游热线、宾馆旅游信息触摸查询系统、全市地铁站点旅游公共服务信息导览系统。2020年将继续深化推进景区旅游厕所建设达标工作，进一步丰富和完善本市A级景区实时信息发布和道路交通指引标志数据，不断提升了城市公共服务水平，本公共服务经费是信息化通信保障、信息采集更新、热线运营和技术支持费用。		
立项依据：	《中华人民共和国旅游法》、《上海市旅游业发展“十三五”规划》。		
项目设立的必要性：	保障本市旅游公共服务设备和设施的正常运行，确保旅游管理部门、旅游企业、游客通过互联网，共享旅游相关信息。维护962020旅游热线正常运作，不断提高市民游客知晓度。提升旅游厕所建设管理水平，发布旅游景区客流信息，汇集旅游景区点道路交通指引标志数据，全方位满足游客出行的资讯需求。为旅游行政管理部门提供信息化支撑，优化行业管理、提高行业透明度，提升上海旅游公共服务体系的应用水平。		
保证项目实施的制度、措施：	1、完善审核制度：根据市财政有关规定要求，以及我局预算、采购管理办法等制度执行项目预算。对需要进行政府采购分散采购的项目进行专题会议研究、内部评审、严格审议，并形成决策意见。2、规范操作流程：对于实施政府采购的项目，由局党组会、局政府采购领导小组研究同意，并报市财政局审定。对于政府采购的项目相关部门按规定实施，发布采购公告，组织开展评标，确认中标单位及公示等。签订具有法律效力的合同，根据合同约定支付款项。各子项目实行专人负责制。同时，在执行过程中加强跟踪，实施检查验收制度。3、完善监督机制：项目的执行，受市文旅局监察室监督，并接受内部和外部审计部门监审。		
项目实施计划：	1、政府购买服务事项：根据项目情况，2月份签订旅游热线委托管理合同，并按季度支付合同费用；4月份签署其他各服务合同，根据项目情况，与2、3季度按合同约定支付费用。2、A级旅游厕所费标工作：2020年3、4月组织申报，6月和11月各评选一次。		
总目标及阶段性目标：	保障本市旅游公共服务设备和设施的正常运行，确保旅游管理部门、旅游企业、游客通过互联网，共享旅游相关信息。维护962020旅游热线正常运作，不断提高市民游客知晓度。提升旅游厕所建设管理水平，发布旅游景区客流信息，汇集旅游景区点道路交通指引标志数据，全方位满足游客出行的资讯需求。为旅游行政管理部门提供信息化支撑，优化行业管理、提高行业透明度，提升上海旅游公共服务体系的应用水平。信息化基础设施、设施托管到专业机房，确保网络畅通、各应用安全稳定运行；962020旅游热线全年（366天）24小时不间断服务；宾馆旅游触摸屏信息查询系统运行正常，信息更新及时。地铁站点街区图新建和更新有序开展，其信息化支撑系统地铁站点旅游公共服务导览系统运行正常。各社区文化活动中心旅游信息服务点运营正常。实现全年完成旅游厕所验收20座。实现本市超过70家A级景区实时信息常态化发布。汇集整理上海旅游景区点道路交通指引标志数据，采集、整理、发布相关旅游信息通过政务网等既有渠道对外发布。		

<b>本项目上年度市级财政资金使用情况</b>			
项目总预算（元）：	20,085,423	项目当年预算（元）：	20,085,423
同名项目上年预算额（元）：	20,006,073	同名项目上年预算执行数（元）：	



2020年绩效目标			
一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入与管理	投入管理	预算编制合理性	合理
		预算执行率	=100%
		预算资金到位率	=100%
	财务管理	财务管理制度健全性	健全
		财务监控有效性	有效
		资金使用规范性	规范
	实施管理	项目管理制度健全性	健全
		政府采购规范性	合格
		合同管理完备性	完备
		项目质量可控性	可控
产出目标	数量	旅游热线呼入量	>4万通
		正常运营的旅游咨询服务站点数量	全市63个站点+2个机场的服务中心
		92020热线电话服务时长	全年24小时不间断
		多功能屏幕运行维护数量	>=400块屏幕
		实现信息实时发布的景区数量	=70家A级景区
		旅游标识查违工作计划完成率	=100%
		旅游厕所验收数量	=20座
		A级旅游厕所贯标评选工作计划完成率	=100%
	质量	热线回答信息的准确率	>90%
		旅游服务站点服务质量考核达标率	=100%
		旅游服务站点提供咨询准确性	准确
		景区实时信息发布准确性	准确
		标识标牌巡查范围	本市100%全覆盖
		对违规标识标牌的查处率	=100%
	时效	热线回答信息的及时率	>90%
		对游客咨询需求的响应及时性	及时
		地铁站点、街区图更新及时性	及时
		旅游公共基础设施故障排除及时性	及时
效果目标	社会效益	热线游客投诉率	<1%
		对游客旅游资讯查询需求的满足率	>=95% 有效满足
		旅游公共基础设施运行稳定性	稳定（故障率低）
		旅游标识标牌的规范化效果	提升本市旅游标识标牌的规范化程度
		旅游厕所环境改善效果	稳步改善，A级旅游厕所数量占比稳步提升
		信息化支撑效果	提升管理效率、提升行业透明度
	满意度	游客对旅游咨询站点服务质量的满意度	>=80%
		游客对旅游相关公共基础设施的满意度	>=80%
		游客对热线电话服务质量的满意度	>=80%
影响力目标	长效管理	长效管理机制健全性	健全
	人力资源	旅游服务站点服务人员充足性	充足
		92020热线话务服务人员充足性	充足
	信息共享	相关单位旅游信息共享率	在约定范围内100%共享
其它	宣传推广影响力	不断扩大	

<b>财政项目支出绩效目标表</b>			
(2020年度)			
申报单位名称：上海市文化和旅游局			
项目名称：	上海旅游发展专项资金	项目类别：	专项资金
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	否	绩效类型：	政策补贴类
项目概况：	为贯彻落实市委、市政府《关于加快上海旅游业发展建设世界著名旅游城市的意见》（沪委发[2011]3号），市政府设立上海市旅游发展专项资金，市财政局、市旅游局制定《上海市旅游发展专项资金使用管理办法》，受理资金项目申报、组织项目评审、扶持项目经市财政局、市旅游局审定后报送市财政局，获批后给予资金扶持。		
立项依据：	国务院《关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发〔2014〕31号）；中共上海市委、上海市人民政府《关于加快上海旅游业发展建设世界著名旅游城市的意见》（沪委发〔2011〕3号）。		
项目设立的必要性：	加大旅游投入，做大旅游规模，充分发挥旅游业在促进上海经济发展方式转变和经济社会协调发展中重要作用的要求。		
保证项目实施的制度、措施：	1、《上海市旅游发展专项资金使用管理办法》；2、2019年度上海市旅游发展专项资金项目申报指南；3、《2019年度上海市旅游发展专项资金评审操作细则》		
项目实施计划：	1、2019年内启动申报工作，包括年度申报指南编写、项目申报受理、现场踏勘、项目专家评审等；2、2020年汇报项目评审结果报送市文化和旅游局专题会议讨论，并与市财政局审定年度支持项目；3、拨付一次性扶持资金和分批次拨付资金的第一阶段扶持资金；4、分批次拨付资金项目根据项目实施情况和进度开展项目验收，并拨付第二阶段扶持资金。		
总目标及阶段性目标：	加快上海旅游业发展、建设世界著名旅游城市。组织8次申报辅导和集中受理活动、支持项目验收通过率达到90%、支持区及重点功能区覆盖率不低于80%、当年项目申报受理率达到100%、及时完成申报项目的审批工作、争取全年旅游收入达到13000万元、增加全年旅游产业能级和影响力、提高政策知晓率、公众满意度不低于80%。		

<b>本项目上年度市级财政资金使用情况</b>			
项目总预算（元）：	42,500,000	项目当年预算（元）：	42,500,000
同名项目上年预算额（元）：	50,000,000	同名项目上年预算执行数（元）：	50,000,000

2020年绩效目标			
一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入与管理	投入管理	预算执行率	>=90%
		资金安排结构合理性	符合年度旅游产业方向
	财务管理	专款专用率	=100%
		专项资金管理办法健全性	健全
		资金使用合规性	合规
	实施管理	受理审批工作规范性	规范
		项目验收工作规范性	规范
政策配套实施细则健全性		健全	
产出目标	数量	年度指南发布数量	=1个
		申报辅导和集中受理次数	>=8次
	质量	支持项目验收通过率	>=90%
		支持区及重点功能区覆盖率	>=80%
		当年申报项目受理率	=100%
	时效	受理审批工作完成及时性	及时
扶持资金下达及时性		及时	
效果目标	经济效益	全年旅游收入规模	>=13000万元
	社会效益	旅游产业能级增长效果	增加境外宣传，扩大入境接待
		国际影响力提升效果	全年入境旅游市场规模稳步增长
		品牌效应提升效果	国产品牌的国际知晓率稳步提升
		政策知晓度	稳步提升
	旅游公共服务设施完善效果	增加旅游区公厕、停车场等	
	满意度	公众满意度	>=80%
受扶持项目承担单位满意度		>=90%	
影响力目标	长效管理	完善验收管理	开展验收管理
		后续效益跟踪回访机制健全性	健全
	人力资源	专业评审机制健全性	委托专业第三方开展评审
	信息共享	政务信息公开	按规定信息公开

财政项目支出绩效目标表			
(2020年度)			
申报单位名称：上海市文化和旅游局			
项目名称：	上海旅游节经费	项目类别：	其他一次性项目
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	否	绩效类型：	事业/专业类
项目概况：	上海旅游节起源于上海黄浦旅游节，第一届上海黄浦旅游节创办于1990年。1996年，上海黄浦旅游节升级更名为上海旅游节。活动从每年九月开始，历时二十余天，涵盖观光、休闲、娱乐、文体、会展、美食、购物等几个大类近四十多个项目。上海旅游节由上海市文化和旅游局、上海市商务委员会共同主办，是目前国内规模最大，最具城市影响力的大型旅游节庆活动。本项目经费用于上海旅游节各项筹办及活动费用，具体包括：上海旅游节办公经费、表演团相关费用、开幕大巡游电视直播费用、花车巡游暨评比大奖赛相关费用、宣传促销及环境布置费用、开闭幕式相关费用及外借人员费用等。		
立项依据：	1、《中华人民共和国旅游法》第二十四条、第二十五条；2、《上海市旅游条例》第十二条；3、市政府《关于加快上海旅游业发展，建设世界著名旅游城市的意见》（沪（2011）3号文）；4、市政府《关于促进上海旅游高品质发展加快建成世界著名旅游城市的若干意见》（沪府发[2018]33号文）5、市文化旅游局职责。		
项目设立的必要性：	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县节庆活动，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。上海旅游节已成为上海建设世界著名旅游城市节庆盛典的标志，其中传统活动有上海旅游节花车巡游暨评比大奖赛、微游上海等；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，向海内外集中展现了四季上海都市风光、都市文化和都市人文的无穷魅力。通过上海旅游节的举办，能够有效提升上海城市文旅形象，吸引来沪旅游者，增加本市旅游行业收入。		
保证项目实施的制度、措施：	（1）严格执行国家标准 严格按照财政部和市政府相关费用标准，申请财政经费，需要通过政府采购方式执行的，按照局制定的《政府采购管理办法》实施，需要通过招标形式执行的，严格按照国家标准实施。（2）规范审核操作流程 首先立项申报，包括所实施项目的基本情况、经费情况等；随后符合采购标准的按照政府采购办法执行，自行执行的（即费用低于50万元人民币），也须有三次或三次以上报价谈判过程；实施阶段严格按照事先申报内容、费用操作；实施完毕后，按财务规定统一结算。（3）完善健全监督机制 项目的执行，受市旅游局监察室监督，并接受内部和外部审计部门监审。		
项目实施计划：	1-5月，进行旅游节花车、巡游方队的招展工作。1-6月，进行上海各区旅游节各项活动的调研工作，协同区相关管理部门及企业策划活动主题、制定活动方案。6月召开旅游节组委会会议全面部署旅游节工作。7-9月，由市文化旅游局、上海电视台、黄浦区文化旅游局每周召开一次工作例会，落实旅游节大巡游工作。9-10月，实施旅游节各项活动。11-12月，总结本年度工作并制定下一年度工作计划。		
总目标及阶段性目标：	以“走进美好与欢乐”主题，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以“人民为中心”的发展理念，积极落实文旅融合和长三角一体化高质量发展的国家战略，对标世界一流、追求最高品质，用好用足上海“红色文化、海派文化、江南文化”的宝贵资源，全力打响“上海服务、上海制造、上海购物、上海文化”四大品牌，使上海旅游节成为积极传播中国文化、生动讲好上海故事的平台。		

本项目上年度市级财政资金使用情况			
项目总预算（元）：	14,169,100	项目当年预算（元）：	14,169,100
同名项目上年预算额（元）：	15,870,100	同名项目上年预算执行数（元）：	

2020年绩效目标			
一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入与管理	投入管理	预算编制合理性	合理
		预算执行率	=100%
		预算资金到位率	=100%
	财务管理	财务管理制度健全性	健全
		财务监控有效性	有效
		资金使用规范性	规范
	实施管理	项目管理制度健全性	健全
		政府采购规范性	合规
		合同管理完备性	完备
		项目质量可控性	可控
产出目标	数量	巡游花车数量	>=20台
		参与长三角地区宣传推广活动的企业主体数量	>=25家
		境外推广活动完成次数	=2次
		电视台直播工作计划完成率	=100%
		考察接待工作计划完成率	=100%
		旅游节相关会议组织工作计划完成率	=100%
	质量	国际表演团数量占比	>=60%
		活动参与人次	>=2000万人次
		开幕式电视直播收视率	=1.8
		活动创新度	提升
		花车形象	美观时尚、造型丰富多样、新颖
	时效	活动举办及时性	及时
		花车制作完成及时性	及时
开、闭幕式筹备工作完成及时性		及时	
效果目标	社会效益	提升上海市旅游形象	改善游客对上海的旅游印象
		提升游客来沪旅游的意愿	较上年度有所提升
		上海旅游文化信息知晓率	提升
	满意度	游客对旅游节相关活动的满意度	>=80%
		旅游企业对旅游节相关活动的满意度	>=90%
		管理部门满意度	>=90%
影响力目标	长效管理	旅游节相关中长期规划完整性	完整
		旅游企业的持续合作意愿	高(≥90%)
	人力资源	活动筹备人员充足性	充足
	部门协助	沟通协调机制有效性	有效

<b>财政项目支出绩效目标表</b>			
(2020年度)			
申报单位名称：上海市文化和旅游局			
项目名称：	文化和旅游市场管理经费	项目类别：	其他一次性项目
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	否	绩效类型：	事业/专业类
项目概况：	1、根据《上海市行政审批业务指南和操作手册》开展各类行政审批工作；2、根据《上海市旅游市场综合监管实施方案》开展旅游市场监管各项工作；3、根据《旅行社服务质量要求及等级划分》开展旅行社等级评定及复核工作；4、根据《旅游饭店星级的划分与评定》开展旅游饭店星级评定及复核工作；5、根据《绿色饭店等级评定规定》开展绿色饭店评定工作；6、根据《上海市节能降耗和应对气候变化基础工作及能力建设资金使用管理办法》开展旅游饭店节能降耗工作；7、各区文化和旅游市场管理工作目标管理；8、文化市场管理工作文本编制；9、诚信体系建设文化市场内容监管；10、文化产品内容审查专家咨询及评审；11、网络游戏行业规范及品牌活动建设工作；12、电竞行业发展及品牌活动建设工作；13、《上海城市文化艺术手册》相关编制设计、印刷装帧、物流配送及公众号运营维护。		
立项依据：	1、《中华人民共和国旅游法》2、《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发[2014]31号）3、《上海市旅游业发展“十三五”规划》4、上海市文化和旅游局职责		
项目设立的必要性：	1、保障有关行政审批事项正常进行； 2、保障各项监管措施的正常实施； 3、规范文化和旅游企业经营行为，提供政策咨询与业务指导。		
保证项目实施的制度、措施：	1、根据《上海市行政审批业务指南和操作手册》开展各类行政审批工作；2、根据《上海市旅游市场综合监管实施方案》开展旅游市场监管各项工作；3、根据《旅行社服务质量要求及等级划分》开展旅行社等级评定及复核工作；4、根据《旅游饭店星级的划分与评定》开展旅游饭店星级评定及复核工作；5、根据《绿色饭店等级评定规定》开展绿色饭店评定工作；6、根据《上海市节能降耗和应对气候变化基础工作及能力建设资金使用管理办法》开展旅游饭店节能降耗工作		
项目实施计划：	1、规范市场秩序，强化市场整治，建立联合执法联动机制，加大文化和旅游市场联合执法力度。会同工商、公安等相关部门对文化和旅游领域违规经营行为进行专项治理。加强文化和旅游市场综合执法，依法严厉打击“黑导”“黄牛”等严重扰乱市场秩序的行为，依法严肃查处串通涨价、哄抬价格和价格欺诈的行为，积极营造诚实守信的消费环境，引导消费者文明消费。充分发挥消费者、社会公众及新闻媒体的监督和引导作用，推进文化和旅游服务质量提升。2、推进旅行社出境游业务管理工作，根据《旅游法》及相关法律法规要求，规范与有序推进本市出境游业务旅游市场。3、稳妥推进旅游电子合同工作，发挥运用网络系统对旅游服务质量的监管和统计功能作用。4、推进文明旅游工作，做好文明旅游宣传工作。5、指导星评复核工作，加强星评员队伍建设，加强星评质量监督，努力提升旅游饭店服务水平。继续推进旅游饭店节能减排工作。6、委托第三方机构开展旅游市场秩序和旅游产品质量监测工作。加快完善旅游相关企业和从业人员诚信记录。行业协会要完善行业自律规则和机制，引导会员企业诚信经营。对失信企业加大曝光力度，完善违法信息共享机制。7、继续开展绿色旅游饭店创建和评定工作；8、继续开展各区文化和旅游市场管理工作目标管理；9、继续做好文化市场管理工作文本编制工作；10、做好诚信体系建设和内容监管工作；11、继续做好文化产品内容审查专家咨询及评审工作；12、持续开展网络游戏行业规范及品牌活动建设工作；13、继续做好电竞行业发展及品牌活动建设工作；14、持续推进《上海城市文化艺术手册》相关编制设计、印刷装帧、物流配送及公众号运营维护。		
总目标及阶段性目标：	创新驱动、市场主导、提质增效，推进依法治理文旅市场，优化市场环境，倡导文明参与文旅活动，不断提高广大市民游客的满意度，全力打响“上海文化”品牌、加快建设国际文化大都市，推进世界著名旅游城市的建设。按照《旅游法》、《旅行社条例》、《营业性演出管理条例》、《互联网上网服务营业场所管理条例》等有关文件精神要求，坚持深化改革、处理好政府与市场的关系，推动形成政府依法监管、企业守法经营、市民文明参与文旅活动的发展格局。		

<b>本项目上年度市级财政资金使用情况</b>			
项目总预算（元）：	9,853,100	项目当年预算（元）：	9,853,100
同名项目上年预算额（元）：		同名项目上年预算执行数（元）：	

2020年绩效目标			
一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入与管理	投入管理	预算编制合理性	合理
		预算执行率	=100%
		预算资金到位率	=100%
	财务管理	财务管理制度健全性	健全
		财务监控有效性	有效
		资金使用规范性	规范
	实施管理	项目管理制度健全性	健全
		政府采购规范性	合规
		合同管理规范性	规范
		项目质量可控性	可控
产出目标	数量	上海城市文化艺术手册数量	>=950000册
		开展文化和旅游行业培训次数	=12次
		完成演出行业研究或标准制定	=3项
		演艺新空间扶持数量	=40家
		文明旅游、诚信旅游、品质旅游专场宣传活动场次	=1次
		旅游监管服务平台操作培训人次	>=1300人次
		组织互联网上网服务营业场所向社区老年人提供免费课程服务人次	>=900人次
		文明旅游、理性维权宣传资料册数	=3000册
		旅行社出境名单表入境邀请函等审核办结率	=100%
		旅行社许可证及备案等制证审核办结率	=100%
	导游证制证审核办结率	=100%	
	质量	旅游行业服务监测发现问题的整改完成率	=100%
		等级旅行社复核工作覆盖率	=100%
		星级饭店复核工作覆盖率	=100%
	时效	宣传视频制作完成及时性	及时
星级评定工作完成及时性		=及时	
效果目标	社会效益	优化文旅市场环境	减少商家的违规行为
		上海文化宣传推广效果	上海文化品牌知名度（知晓率）提升
		文化旅游行业商家经营规范性提升效果	按执业规范、行业标准规范经营
		导游行业管理机制规范化建设效果	导游管理机制更加规划化
		文明旅游、理性消费、依法维权的意识塑造效果	进一步提升
		艺术品市场调研报告应用效果	掌握全年艺术品市场情况，为政府决策提供参考
	满意度	文明观演的意识	进一步提升
		游客对文旅市场的满意度	>=85%
管理部门满意度	管理部门满意度	>=85%	
	长效管理	长效管理机制健全性	健全
影响力目标	长效管理	长效管理机制健全性	健全

<b>财政项目支出绩效目标表</b> (2020年度) 申报单位名称：上海市文化和旅游局			
项目名称：	文化艺术美术管理及重大活动工作经费	项目类别：	其他一次性项目
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	否	绩效类型：	事业/专业类
项目概况：	上海市文化和旅游局职能包括：指导、管理本市文艺事业。为切实履行部门职能，市文旅局艺术处设立本项目，主要用于开展“城市文化氛围营造”、“美术管理”和“重大活动”3类工作。其中，城市文化氛围营造工作主要包括：地铁音乐角、机场和地铁展览、机场和地铁公益宣传工作。美术管理工作包括：1.美术馆行业管理，主要用于美术馆日常管理，召开工作会议，评审推荐项目，组织专题培训班，开展专题调研等。2.1+16美术馆市民共享计划，以市民需求为导向，集合全市美术馆展览、公共教育活动、宣传推广等各项资源，依托各类线上线下平台，举办主题活动。3.美术馆展出季。围绕美术馆展览核心业务，开展全市美术馆主题展览活动。4.宣传费，主要用于美术馆名录发布、宣传推广等。重大活动包括：春节期间市领导慰问驻沪部队、武警总队慰问文艺演出、国庆文艺晚会、上海市各界人士春节团拜会、上海市重大文化活动管理工作、中秋戏曲演唱会、和重大国际艺术赛事补贴等工作。		
立项依据：	《中华人民共和国公共文化服务保障法》；市委、市政府《关于全力打响“上海文化”品牌加快建成国际文化大都市三年行动计划》；《上海市美术馆管理办法（试行）》；《文化和旅游部办公厅关于印发〈2019年全国美术馆馆藏精品展出季活动方案〉的通知》；《上海市城市总体规划(2017-2035年)》		
项目设立的必要性：	市文旅局自2013年起实施城市文化氛围营造工程，文化进地铁、进机场是其中的重点内容。为全力打响“上海文化”品牌、加快建成国际文化大都市的战略目标，根据《文化进地铁、进机场品牌建设三年行动计划（2018-2020）》以及《市文旅局、申通地铁集团战略合作协议》，项目将进一步推进城市公共空间的艺术元素提升，进一步扩大文化惠民效益。美术馆是公共文化服务体系的重要组成部分。本项目旨在落实市委、市政府关于打响“文化品牌”的工作要求，进一步推动全市美术馆的专业化、规范化、法制化建设，推进大众美育创新发展，打造一批具有学术性、示范性、创新性的美术馆展览、公共教育活动、智慧美术馆项目，提升美术馆的专业品质，扩大公共文化阵地的社会辐射力，扩大文化惠民社会效益。此外，为维持和增进军政军民关系、增进军政军民团结，市文旅局牵头，每年开展驻沪部队、武警总队的春节慰问演出工作，以慰问和肯定军人为驻地做出的贡献，表达党和群众对驻地军人的拥护和支持。而国庆文艺演出、中秋戏曲演唱会等常规文艺活动是本市开展公共文化体系建设、支持全民文艺事业的重要工作，能够有效提升本市社会公众的艺术修养和文化氛围。		
保证项目实施的制度、措施：	围绕《文化进地铁、进机场品牌建设三年行动计划（2018-2020）》，将项目融入上海城市文化客厅建设整体规划，整合全市艺术资源，调动社会力量积极参与，培育城市文化氛围营造的主体，继续加强与申通地铁集团、机场集团等部门合作，深化与各区、街道的合作，组织丰富的公共空间特色活动，扩大传统文化氛围阵地与品牌的品牌影响力。根据《上海市美术馆管理办法（试行）》，围绕《上海市美术馆品牌建设三年行动计划（2018-2020）》，以大调研为抓手，实施全市美术馆馆长季度例会制度、各区美术馆专管员制度，深化全市美术馆信息网上报送机制，深化“1+16”美术馆资源合作机制，继续推进上海市美术馆管理立法调研。		
项目实施计划：	文化氛围：每周两场音乐角演出，每季度一项长廊或机场展览美术管理：全市美术馆每季度组织150场展览、每季度组织750场公共教育活动。重大活动：2019年11月启动春节慰问活动的筹备工作，确保2020年春节顺利开展慰问演出；至少提前2个月启动重大节日的演出或演唱会的筹备工作，确保重大节日顺利举办相关活动。		
总目标及阶段性目标：	1、扩大传统文化氛围阵地与品牌的影响力，改善本市公共文化氛围。2、推动全市美术馆的专业化、规范化、法制化建设，推进大众美育创新发展，打造一批具有学术性、示范性、创新性的美术馆展览、公共教育活动、智慧美术馆项目，提升美术馆的专业品质，扩大公共文化阵地的社会辐射力，扩大文化惠民社会效益。3、增进军政军民关系、增进军政军民团结；弘扬本市和长三角地区优秀传统文化。每周完成2场音乐角演出，每季度完成1项长廊或机场展览；全市美术馆举办展览600场，公共教育活动3000场，接待观众600万人次；按时举办重大节日的演出活动，随市领导走访慰问驻沪部队并100%组织慰问演出活动；100%完成国家主管部门下达的演出活动和配合协调任务；改善本市公共文化氛围；提升社会公众对重大演出活动的满意度；加强军政、军民团结性；提升长三角优秀传统文化的普及率。		

<b>本项目上年度市级财政资金使用情况</b>			



项目总预算（元）：	13,281,976	项目当年预算（元）：	13,281,976
同名项目上年预算额（元）：		同名项目上年预算执行数（元）：	

2020年绩效目标				
一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值	
投入与管理	投入管理	预算编制合理性	合理	
		预算执行率	=100%	
		预算资金到位率	=100%	
	财务管理	财务管理制度健全性	健全	
		财务监控有效性	有效	
		资金使用规范性	规范	
	实施管理	项目管理制度健全性	健全	
		政府采购规范性	合规	
		合同管理完备性	完备	
		项目质量可控性	可控	
产出目标	数量	地铁音乐角数量	=100场	
		地铁与机场展览数量	=4场	
		全年美术馆展览数量	=4场	
		美术馆馆长会议举办次数	=3次	
		参与文化和旅游部活动申报量	=40项	
		重大节日活动协调工作完成率	=100%	
		国际艺术赛事举办次数	2次（芭蕾舞、小提琴）	
		驻沪部队慰问演出计划完成率	=100%	
	质量	驻沪部队慰问演出节目量	每场7-8个节目	
		文化活动全年接待观众人次	=100万人次	
		活动遴选标准	活动遴选自参与文旅部活动的项目	
		慰问演出覆盖率	100%覆盖走访的部队	
	时效	美术馆观众量	>=600万人次	
		重大演出节目类型丰富性	丰富	
		各类演出舞台搭建完成及时率	=100%	
效果目标	社会效益	各项演出筹备工作完成及时性	及时	
		吸引社会力量广泛参与	进一步扩大参与面	
		线上推广渠道优化效果	优化申通地铁“metro大都会app	
		军政军民关系加强效果	维持并提升军政、军民关系融洽性	
		公共文化氛围营造效果	提升本市传统文化的普及率	
	满意度	长三角优秀传统文化知晓率	提升	
		社会公众对重大演出节目的满意度	>=85%	
		驻沪部队对慰问演出的满意度	>=85%	
	影响力目标	长效管理	社会公众对城市公共文化氛围的满意度	>=85%
			各区美术馆专管员制度健全性	进一步深化完善
部门协助		长效管理机制健全性	健全	
		跨部门战略合作	深化与申通地铁集团、机场集团的战略合作	
信息共享	政务信息公开	按规定公开		

<b>财政项目支出绩效目标表</b>			
(2020年度)			
申报单位名称：上海市文化和旅游局			
项目名称：	文物保护经费	项目类别：	其他一次性项目
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	是	绩效类型：	事业/专业类
项目概况：	主要用于全市历史文化名城名镇保护，全国重点文物保护单位修缮保护，上海市文物保护单位修缮保护，文化遗产日宣传及建筑可阅读项目，全市文化遗产卫星遥感监测及消防安全评估检查。		
立项依据：	根据《中华人民共和国文物保护法》、《上海市文物保护条例》以及市委、市政府领导对当前文物工作的要求		
项目设立的必要性：	文化遗产是不可再生的文化资源，一旦损毁将无法复制，因此，为确保文化遗产处于良好的保存状态，必须投入一定的经费用于日常养护修缮。		
保证项目实施的制度、措施：	将严格按照市财政局及我局相关财务管理规定，确保资金的执行效率。		
项目实施计划：	将根据年度工作计划安排，明确每个预算项目的时间节点，确保工作按时完成。		
总目标及阶段性目标：	确保完成一批革命类文物保护单位修缮工程，迎接建党百年；做好新场古镇申遗准备工作，争取实现上海世界文化遗产零的突破；做好建筑可阅读工作，扩大传播的深度广度；采用卫星遥感对文物保护单位周边建设情况进行检测，委托第三方对全市部分文物保护单位消防安全进行检查评估，确保文物建筑安全。按计划100%完成全市文物的消防安全评估工作和文物保护单位相关监测工作；规范开展并完成文保修缮工程的验收检查工作；100%落实文保修缮工程的补贴资金；确保文保修缮工程100%验收合格、及时竣工；保障文物安置环境的安全性；全年不发生安全责任事故。		

<b>本项目上年度市级财政资金使用情况</b>			
项目总预算（元）：	7,474,000	项目当年预算（元）：	7,474,000
同名项目上年预算额（元）：	8,771,000	同名项目上年预算执行数（元）：	

2020年绩效目标			
一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入与管理	投入管理	预算编制合理性	合理
		预算执行率	=100%
		预算资金到位率	=100%
	财务管理	财务管理制度健全性	健全
		财务监控有效性	有效
		资金使用规范性	规范
	实施管理	项目管理制度健全性	健全
		政府采购规范性	合规
		合同管理完备性	完备
		项目质量可控性	可控
产出目标	数量	修缮工程竣工数	>=5个
		消防安全评估工作计划完成率	=100%
		安全检测工作完成率	=100%
		文物保护主题宣传活动计划完成率	=100%
		行业标准制定工作计划完成率	=100%
	质量	文保修缮工程验收合格率	=100%
		文保修缮工程项目申报受理率	=100%
		文物安全监测范围	本市100%全覆盖
	时效	遗产日活动完成时间	7月前完成
		文保修缮工程补贴资金下达及时率	=100%
效果目标	社会效益	提升“建筑可阅读项目”传播范围	较上一年度扩大传播范围
		文物修缮效果	修缮对象得到完好的修复和保护
		文物保护知识知晓率提升效果	显著提升
		文物保护效果	全年不发生安全责任事故（文物得到妥善保护）
	满意度	文物保护单位满意度	>=85%
		管理部门满意度	>=85%
影响力目标	长效管理	文保修缮工程补贴资金管理办法健全性	逐步修订完善
	部门协助	文物保护单位工作配合度	积极配合主管部门开展文物保护工作
	信息共享	政务信息公开	按规定公开