

2018 年度文化繁荣发展专项资金(旅游 发展) 绩效自评报告

部门名称：广东省文化和旅游厅

目 录

一、基本情况.....	1
(一) 资金背景。.....	1
(二) 资金概况。.....	2
(三) 绩效目标。.....	2
(四) 项目实施情况。.....	3
二、主要绩效表现.....	7
(一) 旅游基础设施继续改善，旅游质量全面提升。.....	7
(二) 全域旅游产业格局进一步形成，旅游产业融合深入推进。	8
(三) 旅游宣传营销工作持续发力，广东旅游形象更具活力。	11
三、绩效指标分析.....	13
(一) 投入类指标。.....	14
(二) 过程类指标。.....	17
(三) 产出类指标。.....	18
(四) 效果类指标。.....	21
四、存在问题.....	23
五、改进措施.....	25
附件 1.....	27
附件 2.....	31

2018 年度文化繁荣发展专项资金（旅游发展）

绩效自评报告

根据《广东省省级财政专项资金管理办法（试行）》（粤府〔2018〕120号）和《关于开展2019省级财政资金绩效自评价工作的通知》（粤财绩函〔2019〕24号），广东省文化和旅游厅积极组织安排绩效自评工作，委托广东粤诚会计事务所对其省级专项资金进行绩效自评，并安排两组人员分别赴珠海、韶关、河源等地进行现场评价，掌握第一手资料。评价人员对所属项目单位的送审材料进行汇总和整理，通过现场勘查，核实项目建设情况，项目产出和社会环境效益等，综合汇总形成本自评报告。

一、基本情况

（一）资金背景。

促进文化繁荣，增强文化自信是新时期我国战略发展的新方向，也是为了满足人民日益增长的追求美好生活的需要。旅游的发展也是文化建设的重要部分。2017年，《广东省人民政府关于印发贯彻落实国家〈“十三五”旅游业发展规划〉实施方案的通知》（粤府函〔2017〕39号）发布，根据规划，广东省将全面推进旅游强省建设，基本建成世界级旅游休闲目的地，并在全域旅游建设上取得突破性进展。为了保证这一规划的落实，2018年度广东

省财政继续对旅游加大专项投入，设立文化繁荣发展专项资金（旅游发展）共计 19,669 万元。

（二）资金概况。

2018 年广东省文化繁荣发展专项资金（旅游发展）主要分为三类项目，包括：旅游产业发展与宣传营销项目^①（10,304 万元）、高端旅游项目（6,000 万元）、旅游扶贫项目（3,365 万元）。资金使用的项目有：旅游产业发展与宣传项目 50 个，高端旅游项目扶持 12 个，旅游扶贫项目包括粤西东北的 15 个地区 150 座厕所，5 个地区的旅游集散中心和 5 个地区的生态房车营地，精准扶贫点 1 个，相关的旅游扶贫培训等（详细的项目使用金额详见附件 2）。

（三）绩效目标。

文化繁荣发展专项资金（旅游发展）总绩效目标为：1. 着力提升旅游经济实力，发挥旅游业对稳增长的拉动作用；2. 着力培育旅游新业态，发挥旅游业对调结构的支持作用；3. 着力推进全域旅游，发挥旅游业对区域协调发展的促进作用；4. 着力扩大旅游开放合作，发挥旅游业对“一带一路”建设的重要桥梁作用；5. 着力深化旅游综合改革，激发旅游发展的新动能；6. 着力加强全省旅游质监执法，进一步规范市场秩序，优化旅游消费环境。

具体事项和绩效指标见表 1-1：

表 1-1 绩效目标表

^① 其中 2,304 万元为旅游文化节经费，由于 2018 年无文化节，统筹用作宣传营销经费

单位：万元

项目	绩效目标	绩效指标	资金使用
1. 旅游产业发展及宣传营销经费	推动广东旅游产业发展，以及推动旅游与相关产业融合发展，包括：乡村旅游、全域旅游、互联网+旅游、智慧旅游的建设与推广；旅游公共服务体系建设与管理；旅游法制和规划建设与管理；维护旅游市场秩序；旅游人才培养交流及配套服务；落实开展援藏援疆，以及相关对口支援地区的旅游宣传推广工作。全省旅游业总收入及外汇收入实现较大增长。	全省旅游业总收入比预期增长11.3%，旅游外汇收入预期增长3%，接待过夜游客人数预期增长9%。	10,304
2. 高端旅游项目	推进旅游产业高端化发展，推动滨海旅游、乡村旅游以及旅游产业融合发展。	滨海旅游示范区4个，乡村旅游4个，旅游产业融合示范项目4个。	6,000
3. 旅游扶贫项目	扶持粤东西北旅游公共服务设施项目建设。包括旅游厕所，旅游集散中心，生态房车营地。	旅游厕所新改建150座，旅游集散中心5个，房车营地5个。	3,365
总计			19,669

（四）项目实施情况。

1. 旅游产业发展及宣传推广项目。

旅游宣传营销经费主要用于境内外旅游市场宣传营销推广活动，参与采用招投标方式，根据不同市场特点与需求，选取性价比最高、宣传效果最好的项目执行方案。具体资金分配及使用情况见表 1-2。

表 1-2 旅游产业发展及宣传营销项目资金使用方向及分配表

单位：万元

资金使用方向	资金下达金额	实际支出金额
--------	--------	--------

境内投放形象宣传广告	3,000	3,000
境内（含自媒体运维）、境内旅游宣传营销推广	2,960	2,960
境外媒体宣传、境外旅游宣传营销推广	2,000	2,000
区域旅游合作交流	1,234	1,234
旅游执法建设	210	210
推动广东旅游产业发展,以及推动旅游与相关产业融合发展推广	900	900
合计	10,304	10,304

2. 高端旅游项目。

该项目主要用于推动旅游重大项目开发建设，提升旅游产业核心竞争力，促进旅游产业融合，拉动社会资本投资。2018年省厅通过地方申报、组织专家评审打分，根据得分排名评选出12个项目进行资金扶持，分为贷款贴息和直接补助两种。每个项目扶持资金为500万元。具体资金分配及使用情况见表1-3。

表1-3 高端旅游项目资金分配及使用情况

单位：万元

项目	资金类别	实际下达金额	实际支出金额
广东天露山旅游度假区项目	贷款贴息	500	500
揭阳黄满寨瀑布旅游区农家乐综合配套项目	贷款贴息	500	500
广东瑞山生态旅游度假区项目	贷款贴息	500	500
河源巴伐利亚庄园项目	贷款贴息	500	500
韶关南雄市珠玑古巷-梅关古道景区文化旅游驿道项目	直接补助	500	132
东澳岛玲珑海岸项目	贷款贴息	500	500
台山海丝史迹考古遗址公园上川岛片区一期工程	贷款贴息	500	500
冼太夫人故里文化旅游景区（粤西百越特色文化创意园）项目	直接补助	500	500

项目	资金类别	实际下达金额	实际支出金额
英德仙湖温泉旅游度假区项目	贷款贴息	500	500
广东望天湖生态旅游度假区旅游配套设施建设项目	直接补助	500	500
江门市开平赤坎古镇华侨文化展示旅游项目	贷款贴息	500	500
广州长隆熊猫酒店项目	直接补助	500	500
合计		6,000	5,632

3. 旅游扶贫项目。

该项目扶持粤东西北地区的旅游公共服务设施的建设，提升贫困地区的旅游质量。该项目的旅游厕所通过申报、审批，采取先建后补的方式提供资金扶持。旅游厕所新建 15 万元/个，改建 10 万元/个。扶持 5 个地区的旅游集散中心资金共 500 万元，5 个生态房车营地项目 500 万元，资金的使用分配见下表。

表 1-4 旅游扶贫项目资金使用及分配

单位：万元

		项目	实际下达资金	实际支出金额
旅游公共服务设施建设	旅游集散中心	河源城南旅游集散中心	100	0
		清远市连南旅游咨询服务中心	100	0
		茂名旅游集散中心(茂名交投茂名客运中心站)	100	100
		肇庆旅游集散中心(肇庆粤运汽车客运总站)	100	100
		阳江闸坡旅游集散中心	100	100
	房车营地	韶关南雄云峰山生态景区房车营地	100	100
		河源丰华生态源房车营地	100	100
梅州丰顺八乡山房车营地		100	100	

	项目			实际下达资金	实际支出金额	
	揭阳盘龙湾房车营地			100	100	
	汕头莲花山温泉房车营地			100	100	
旅游厕所	汕头	新建6个	改建5个	140	140	
	韶关	新建19个	改建7个	355	355	
	河源	新建11个	改建4个	205	60	
	梅州	新建8个	改建1个	130	130	
	惠州	新建5个	改建3个	105	105	
	汕尾	新建6个	改建2个	110	95	
	江门	新建2个	改建2个	50	50	
	阳江	新建3个	改建2个	65	30	
	湛江	新建5个	改建2个	95	95	
	茂名	新建8个	改建4个	160	160	
	肇庆	新建4个	改建3个	90	90	
	清远	新建5个	改建5个	125	35	
	潮州	新建6个	改建5个	140	140	
	揭阳	新建5个	改建3个	105	55	
	云浮	新建7个	改建2个	125	40	
		清远市清新区三坑镇安庆村 (省旅游局精准扶贫点)			200	22
		旅游扶贫管理等工作			165	165
	合计				3,365	2,567

二、主要绩效表现

2018年，在专项资金的助力下，我省旅游业发展稳步，取得了令人欣喜的成绩，具体表现如下：

(一) 旅游基础设施继续改善，旅游质量全面提升。

一是高端旅游项目资金夯实了旅游基础设施。高端旅游项目

建设包括景区道路、人行天桥廊、公共停车场、游客中心等，拉动社会投资额，且带动了就业岗位。据广东省统计局统计，相关行业的住宿和餐饮业的外商合同直接投资金额 19.43 亿元，比上年增长 261%。

二是旅游厕所对精准扶贫有积极的促进作用。2018 年计划新建和改建厕所 150 座，资金分配过程中尽量向贫困村及贫困人口倾斜，着重以扶持扶贫村或乡村旅游景点的建设，更好地发挥了旅游扶贫资金对乡村发展及群众收入的撬动作用。如河源的贫困县紫金县的南岭镇高新村、彩头村新建完成 2 座厕所；龙川县的大长沙村建成全村的唯一公厕，惠及全村人口两千人左右，既方便了群众又改变了村里的卫生环境。以河源为例，86%以乡村旅游为重点的厕所修建，全省乡村旅游厕所的比例高于 60%。旅游厕所的标准化程度高，符合或超过建设国家标准，地方还补贴资金提升厕所的修建标准。旅游厕所的建设改善当地的民生环境，发挥项目的社会公共效益，提高人民的满意度。

三是旅游集散中心作为地市旅游交通节点能促进客源的流动，提高当地旅游的可进入性。扶持旅游集散中心的建设提高了旅游公共交通的通达性，改变了贫困地区落后的旅游形象。肇庆的旅游集散中心建成后整合资源，把当地的运输和旅游相结合，并运用其全域旅游示范性单位的特点，开发多种方式和多条线路的旅游活动，有利于其旅游产业的规模升级。

四是旅游生态房车营地的建设具有促进经济与环保的双重作用。旅游生态房车营地在不破坏生态环境的前提下，利用其独特的自然资源，吸引经济发达地市的客源进入，实现当地旅游收入的增加。如汕头的生态房车营地为莲花山温泉度假村及莲华镇4A乡村旅游区新增加的旅游配套项目，建有拖挂式园林型温泉房车营地6个及自驾式房车露营地泊位12个，为外地来汕客人提供更多的度假项目，丰富当地的旅游产品，同时园林式露营地尽量保持自然状态，种植的植被、草地具有一定的生态环境效益。

（二）全域旅游产业格局进一步形成，旅游产业融合深入推进。

在2017年基础上，2018年高端旅游项目投入资金6,000万元扶持12个项目，主要支持在建项目投资5千万元以上的，具有地域特色的，并能引领和带动当地发展的旅游企业，创造旅游产业与其他行业多向融合的旅游产品，打造具有广东特色的旅游品牌。同时也形成区域旅游发展的各自特色，丰富旅游业的产业结构，助力于旅游产业的结构调整和升级。

1. 支持引导优质旅游项目建设，带动区域旅游综合发展。

一是滨海旅游带的建设，引领海岛旅游的开发。珠海的东澳岛伶仃海岸项目，投资40个亿，位于粤港澳大湾区的核心地带，进行“海洋-海岛-海岸”旅游立体开发，打造广东特色的滨海旅游产业带，形成粤港澳大湾区旅游品牌，共建粤港澳宜居宜业宜

游的休闲湾区，力争实现“粤港澳大湾区世界级旅游区”的目标。

二是结合当地文化，打造文旅产业融合示范区。南雄市的珠玑古巷-梅关古道项目。对于粤北和粤西和粤东地区，发展乡村旅游和生态旅游产品，融入南粤文化，形成文化与旅游产业融合发展。以“珠玑古巷姓氏文化”和“梅关古道梅文化”为主题，抓住当地的文化特色，通过姓氏文化节、梅花节、服装节、丰收节等活动带动文化和旅游产业的融合，打造综合型旅游休闲度假型国家4A级旅游景区。

三是非遗的活化利用，创新旅游项目的开发。江门的台山海丝史迹考古遗址公园的项目，利用遗址文化特色，通过保护和展示海上丝绸之路重要史迹，融合旅游发展，形成兼具保护与展示、生态、历史教育，休闲游憩等多功能的国家考古遗址公园。

四是创新主题旅游小镇，带动旅游新产业的发展。河源的巴伐利亚庄园项目，通过旅居小镇的主题模式，创建全国旅游度假休闲区，实现娱乐+康养+旅游的新业态，实现区域性的旅游带动作用。

2. 创建全域旅游大品牌思路，增加高端化旅游产品^②供给。

《广东省促进全域旅游发展实施方案》文件里明确提出打造全域旅游大品牌的举措，列出了6类具有广东特色的旅游产品。因此高端旅游项目紧紧围绕这6类，挖掘具有发展潜力的旅游企

^② 高端化旅游产品并非是高价、奢侈旅游产品，而有着特色、个性化的特点，是有丰富内涵和文化性的旅游产品。高端化旅游产品面对的是理性的消费群体，他们一般都有比较高的文化品味，有深度化的体验需求。因此专业化的旅游发展，旅游产品的品牌化是消费者的理性选择。

业进行扶持和引导，打造一批具有品牌化的旅游产品，丰富广东的旅游产品供给。

一是抓住地方的优秀旅游资源，打造“毓秀山水”旅游品牌。广东天露山旅游度假区占地 15000 亩，有着独特的旅游资源，是个天然大氧吧，已获国家 AAAA 级景区、全国休闲农业与乡村旅游示范点、全国优选旅游项目等荣誉。项目总投资 5 亿元，提供综合生态旅游服务，重点打造南药养生体验基地、山水温泉乐园、古村落影视城、梯田花谷、原始森林探险栈道、原生态梅花树林以及梅溪小镇等。

二是促进健康养生新理念，打造“康养胜地”旅游品牌。巴伐利亚庄园项目以“健康养生、禅修养心、旅居养老”三养为理念，打造“互联网+欢乐旅居+花海农场+体育教育+健康三养”的度假乐园，以旅居小镇的模式，对接当地的南药、中医药、温泉和气候旅游资源，打造中医药健康旅游、膳食养生、温泉疗养、保健康复、夏冬候鸟式旅游等大健康旅游品牌。目前该项目的建设稳步推进中。

三是加大创意策划投入，打造“魅力都市”旅游品牌。广州长隆熊猫酒店设计成独具魅力的家庭亲子风格，亲子创意的融入，打造家庭式的欢乐体验，突显长隆的主题特点。高端旅游项目的扶持也为广州长隆旅游度假区的转型升级和持续发展起到极大的鼓励和支持作用。总之，高端旅游项目扶持和引领了地方

的旅游向高端化发展。

(三) 旅游宣传营销工作持续发力，广东旅游形象更具活力。

旅游产业发展及宣传营销推广项目配合绩效发展目标，通过境内外旅游形象宣传广告及营销推广，境内外媒体宣传（含自媒体运维）等活动，不断提升广东旅游的影响力，吸引境内外游客赴粤旅游，取得了良好的成效。

1. 树立活力广东的新旅游形象。

旅游产业发展及宣传营销项目通过征集旅游宣传口号的活动突显了广东具有活力的新形象：“潮起广东，湾美天下”、“自在广东，自然心动”、“驿道通天下，粤韵传古今”“寻访红色南粤，相约绿色广东”。制作并以竞赛的方式推广广东的旅游形象。广东旅游滨海宣传片、广东旅游微型纪录片获得博鳌旅游论坛 TC 大奖，“广东爱你”新媒体营销获得 2018 年度文旅整合营销案例榜大奖，“一句话说出广东美”、“我在珠海遇见蓝”获得 2018 年度新浪 IAI 旅游营销大奖。

2. 为一系列广东文化特色旅游产品进行宣传造势。

一是南粤驿道活化利用与推广。围绕南粤古驿道的 11 条重点线路举办一系列活动，实现文旅深度融合。如《粤古驿道文化遗产揽胜》、《驿道通天下粤韵传古今》书籍出版，举办广东青年南粤古驿旅游线路设计大赛，与省住建厅联合在广东旅博会搭建南粤古驿道展馆，结合广东乡村旅游季推动旅行社推出古驿道

游产品，推动粤古驿道旅游与青少年研学相结合。二是推进红色旅游纵深发展。对全省重要红色旅游资源进行普查，形成《广东省重要红色旅游资源汇编》，共计 407 处；推进《南粤初心——红色旅游在广东》书籍编写工作，联合举办“重走长征路，再创新辉煌—2018 广东（韶关）红色旅游启动仪式”，共 2500 多人参加徒步重走长征路。三是凸显“粤美乡村”旅游品牌。推出广东人游乡村旅游季活动，助推粤东西北地区发展，营造实施乡村振兴战略的良好氛围。该项目以我国首个“中国农民丰收节”设立为契机，以“上山下海广东人游乡村”为主题，于中国农民丰收节前后在全省范围内举办 2018 广东乡村旅游季系列活动。

以上活动为文旅创新融合的典范，为广东省的全域旅游打造具有深度内涵的旅游产品和品牌，有力地推动广东旅游业的发展。

3. 加强对外旅游交流与合作，推进旅游发展的深度合作。

组织 20 批次、赴 23 个国家和地区开展旅游推广活动，为 28 个国家在粤举办的 35 场旅游合作推广活动提供支持和协助，邀请组织希腊、美国、马来西亚、印尼等欧美及东南亚重要客源国家业界及媒体共 6 批次、341 人次来粤采风踩线活动。

促进粤港澳大湾区区域旅游合作交流。利用举办“粤港澳大湾区旅游发展论坛”、“世界旅游局经济论坛”，“国际旅游论坛”机会，许瑞生副省长带队赴澳门出席世界旅游经济论坛，并

举办广东旅游专场推介会，粤港澳三地政府官员及文化和旅游部门开展卓有成效的高层交流，进一步明确发展合作方向。

三、绩效指标分析

自评小组的绩效评价指标分析主要基于两方面，一是项目单位提供的材料；二是对其现场核查的结果。评价小组对专项资金不同用途的绩效进行全面分析，并在此基础上依照指标体系对现场核查单位进行自评（具体得分情况如下表 3-1）。绩效自评得分 91 分，绩效等级为优。（各指标得分情况详见附件 1）。

表 3-1 专项资金具体得分情况

专项资金名称	一级指标	分值	得分	得分率
文化繁荣发展专项资金（旅游发展）	投入	20	19	95%
	过程	20	18.5	92.5%
	产出	30	28	93.3%
	效果	30	28.5	95%
合计		100	94	94%

（一）投入类指标。

该类指标满分 20 分，包括项目立项、资金落实等 2 个二级指标（具体分值及得分情况如下表 3-2 所示）。主要考察项目立项的论证决策是否充分，绩效目标制定的完整性、合理性与可衡量性，以及组织、制度的保障措施；资金落实是否到位与及时，资金分配是否合理等。

表 3-2 投入类指标具体分值及得分率

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分	得分率
------	------	------	----	----	-----

投入	项目立项	论证决策	4	4	100%
		目标设置	6	5	83.3%
		保障措施	2	2	100%
	资金落实	资金到位	5	5	100%
		资金分配	3	3	100%
合计			20	19	95%

1. 项目立项。

(1) 论证决策（满分4分，得分4分）。项目申请、设立过程有据可依，符合《关于印发广东省旅游宣传促销专项经费管理办法》的通知（粤财外〔2014〕30号），《关于印发广东省旅游扶贫专项资金管理办法的通知》〔2014〕31号，《关于印发广东省高端旅游项目发展专项资金管理办法的通知》〔2014〕32号，《关于促进旅游业改革发展的实施意见》（粤府函〔2015〕351号），《广东省进一步促进旅游投资和消费的实施方案》（粤府办〔2016〕40号），《中共广东省委、广东省人民政府关于新时期精准扶贫精准脱贫三年攻坚的实施意见》（粤发〔2016〕16号）等相关文件要求的精神。旅游产业发展及宣传营销经费主要采用招投标方式，选取性价比最高、宣传效果最好的项目执行方案。高端旅游项目通过项目单位申报，专家评审打分，根据分数高低来决定项目立项。旅游扶贫项目主要针对粤西东北地区的申报和评审。因此论证决策具有充分性。

(2) 目标设置（满分6分，得分5分）。主要考查目标设置的完整性、合理性和可衡量性。根据项目单位提交的评价基础

信息表，各子项目的目标设置涵盖了项目总目标和分目标、项目产出数量、质量、项目预算成本控制以及项目效益等内容，项目绩效目标设置完整和合理。但部分项目目标设置的数量指标，如旅游厕所项目的绩效目标 150 座，缺乏数据分析的支撑，未提供指标解释及指标数据计算方法。部分项目绩效目标的经济效益、社会效益和可持续发展指标的测算依据较为笼统。

(3) 保障措施（满分 2 分，得分 2 分）。包括制度完整性和计划安排合理性。制度保障上，各项目实施单位组织机构较为健全，专款专用意识强，能制定良好的财务制度以确保资金使用合规合理，如肇庆市粤运汽车运输有限公司专门为专项资金使用制定了《肇庆市粤运汽车运输有限公司专项资金使用和管理办法》。计划安排方面，各项工作有序开展，基本能完成预计的实施进度。

2. 资金落实。

(1) 资金到位（满分 5 分，得分 5 分）。

包括资金到位率和资金到位及时率。根据省财政厅资金下达文件，评价时间段内，旅游专项资金已全部下拨至省文旅厅、各地市财政局及相关主管单位，到位率 100%。但存在部分项目资金到位迟缓，如河源市的旅游厕所项目资金 205 万元于 2019 年 1 月 9 日由市财政下达至各县、区财政。

(2) 资金分配（满分 3 分，得分 3 分）。

包括资金分配合理性。旅游宣传营销资金分配占比 52.39%，高端旅游项目资金分配占比 30.50%，旅游扶贫项目资金分配 17.11%。其中旅游宣传营销是树立广东旅游形象的基础，对推动广东旅游产业的发展，形成全域旅游产业大格局，具有前瞻性的作用。高端旅游项目对扩大资金扶持的地域范围，深度挖掘各地特色旅游资源，发展多样化的旅游产品和品牌有着不可或缺的作用。且高端旅游资金本年采取了扶持金额减少，总量略有增加的方案，改变了上一年度高端旅游项目扶持企业数量小，资金数量大的补助方式，减少可能面临的资金风险，扩大资金扶持的地域范围，深度挖掘各地特色旅游资源，发展多样化的旅游产品和品牌，形成全域旅游发展的大格局，同时也可以形成良好的竞争机制，鼓励旅游企业做大做强。旅游产业发展及宣传营销经费主要采用招投标方式，选取性价比最高、宣传效果最好的项目执行方案。高端旅游项目通过项目单位申报，支持在建项目投资 5 千万元以上具有地域特色的，并能引领和带动当地发展的旅游企业且与其他行业多向融合的旅游产品，专家评审打分，根据分数高低来决定的项目立项。旅游扶贫项目主要针对粤西东北地区的申报和评审。

（二）过程类指标。

该类指标满分 20 分，包括资金管理、项目管理等 2 个二级指标（具体分值及得分情况如下表 3-3 所示）。主要评价项目的资金支付情况和支出是否规范，项目的实施程序是否规范和监管

是否有效。

表 3-3 过程类指标具体分值及得分率

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分	得分率
过程	资金管理	资金支付	6	5	83.3%
		支出规范性	6	5.5	91.67%
	事项管理	实施程序	4	4	100%
		管理情况	4	4	100%
合计			20	18.5	92.5%

1. 资金管理。

(1) 资金支付。(分值 6 分, 得分 5 分)。截至评价基准日, 根据现有材料计算, 实际支出金额为 18,503 万元, 资金支出率为 94.07%。其中旅游产业及宣传营销经费的支出金额 10,304 万, 支出率为 100%。高端旅游项目的支出金额 5,632 万元, 支出率为 93.87%。旅游扶贫项目的支出金额 2,567 万元, 支出率为 76.29%。部分项目已完工, 正在进行财审程序, 尚未支出。

(2) 支出规范性。(分值 6 分, 得分 5.5 分)。主要包括预算执行规范性, 事项支出的合理性, 会计核算规范性。从项目材料看, 资金管理、费用标准、支付基本符合有关制度规定, 按规定设专账核算, 支出凭证符合规定, 如高端旅游贷款贴息项目的银行利息支出发票完整, 直接补助项目施工合同、验收报告、财政局审核文件等资料齐全。但存在部分项目资金支出与项目内容相关性不强, 如珠玑古巷-梅关古道景区文化旅游驿道项目, 专项资金使用计划为建设 25 公里驿道沿途观景台、厕所、休憩

设备、生活服务设施、标识牌、灯光等，但实际用于珠玑胡妃纪念馆办公室改造 558,614.59 元。

2. 事项管理。

主要包括项目实施程序是否规范和监管是否有效，是保证项目质量的重要环节。

(1) 实施程序。(分值 4 分，得分 4 分)。项目或方案调整基本按规定履行报批手续，项目实施计划齐全，建设、验收等方案实施基本执行相关制度规定，如旅游产业发展与宣传营销经费，能根据省财政相关规定，采用公开招标、邀请招标、单一来源采购等方式，选取性价比最高、宣传效果最好的项目执行方案；又如燕翼围旅游公厕建设项目，通过邀请招标程序确定施工单位；再如韶关南雄珠玑古巷-梅关古道景区文化旅游驿道项目，施工项目结算前均经南雄市财政局投资评审中心审核。

(2) 管理情况。(分值 4 分，得分 4 分)。资金使用单位或基层资金管理单位建立有效管理机制，执行情况良好，各级业务主管部门按规定对项目建设或方案实施开展检查、监控，达到监管有效性。

(三) 产出类指标。

该类指标满分 25 分，包括经济性、效率性等 2 个二级指标(具体分值及得分情况如下表 3-4 所示)。主要考察建设项目的预算成本控制，产出时效、产出质量、产出数量等产出情况。

表 3-4 产出类指标具体分值及得分率

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分	得分率
产出	经济性	预算控制	5	5	100%
		成本控制	5	5	100%
		时效指标	10	9	90%
		数量和质量指标	10	9	90%
合计			30	28	93.33%

1. 经济性。

预算（成本）控制（满分 10 分，得分 10 分）。目前项目的预算执行未出现超支现象。根据财务制度，基本招投标的公示，合同书文本，工程验收合格证明，财务评审证明等。旅游厕所由于项目金额少，因此项目单位需要从其他地方资金来补建设金额差额。

2. 效率性。

（1）产出时效（满分 10 分，得分 9 分）。

项目的实施过程存在滞后性。高端旅游个别项目因客观因素存在建设拖延，其他都已完成年度计划。旅游扶贫项目完工率相对较低，如韶关的房车营地项目 2019 年 5 月才开工建设，存在明显滞后。旅游集散中心项目 5 个，其中完成建设 2 个，正在建设 1 个，未开始建设 1 个，未提交资料 1 个。

（2）产出数量与质量（满分 10 分，得分 9 分）。

2018 年全省旅游总收入 1.36 万亿元，同比增长 13.5%；旅

游外汇收入 205.12 亿美元，同比增长 4.4%；接待过夜游客 4.9 亿人次，同比增长 10.4%。均超过或等于预期目标。

高端旅游项目完成绩效目标中的滨海旅游示范区 4 个，乡村旅游 4 个，旅游产业融合示范项目 4 个的指标。以现场调查的三个城市珠海、河源、南雄的高端旅游项目来看，吸引大量社会资金的投入。珠海的项目投资 40 个亿，分三期建设，打造海岛为主题的旅游模式；河源的项目投资 100 个亿，带动地产+旅游，康养+旅游的融合，南雄的项目依托本地文化，旅游+文化、旅游+生态的模式，投资到位资金 1.28 亿元。共吸引社会投资 141.28 亿元，带动当地的旅游人数总规模 330.06 万人次，旅游收入 6.09 亿元，提供就业岗位超过 13200 个，南雄项目还带动珠玑镇 13 个贫困村脱贫 1000 人次。

旅游厕所项目的绩效目标数量是 150 座，但是截至 2019 年 3 月建成 126 座，24 座未能建设完成。完成的旅游厕所质量标准高，全部符合国家的 A 级标准，部分能达到 AA 级和 AAA 级。如廉江建设的旅游厕所分布在 11 个景区，共涉及行政村 30 条，受惠人数 21.5 万人，完善了各景区的基础服务设施建设。肇庆的旅游集散中心建成后，通过旅游+运输模式，带动了多条旅游线路的开发。

（四）效果类指标。

该类指标满分 30 分，包括经济效益、社会效益、可持续发

展、公平性等 4 个二级指标（具体分值及得分情况如下表 3-5 所示）。主要考察建设项目的资金拉动效应、全省旅游收入、社会就业贡献、满意度等情况。

表 3-5 效益类指标具体分值及得分率

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分	得分率
效果	效果性	经济效益	25	24	96%
		社会效益			
		生态效益			
		可持续发展效益			
	公平性	满意度	5	4.5	90%
合计			30	28.5	95%

1. 经济效益和社会效益。

（1）旅游收入和旅游人数增加值（满分 7 分，得分 7 分）。

2018 年我国的内外经济环境受到较大压力，但全省的 GDP 增速表现依然亮眼，达到 9.73 万亿元，增速 6.8%，高于全国的 6.6% 增速，稳居全国第一位。而全省的旅游总收入 1.36 万亿元，同比增长 13.5%，高于全省的 GDP 增速，发挥了对经济稳增长的拉动作用。同时全省接待过夜游客 4.9 亿人次，同比增长 10.4%，旅游接待人数的增长也发挥了拉动国内需求的作用。但是规模以上的旅游企业数量还不够，旅游企业还需做强做大。

（2）拉动社会投资金额和带动就业机会增加值（满分 7 分，得分 7 分）。

以现场调查的三个高端旅游项目为例，旅游人数总规模 330.06 万人次，旅游收入 6.09 亿元，提供就业岗位超过 13200 个，共吸引社会投资 141.28 亿元，南雄项目同时还带动珠玑镇 13 个贫困村脱贫 1000 人次。

(3) 广东旅游形象树立（满分 6 分，得分 6 分）。

通过一系列的宣传与营销推广，广东省充分发挥“毗邻港澳，华侨众多”的地缘优势，以商贸会展、岭南文化、滨海风光和休闲度假为特色，建成具有世界影响力的旅游目的地和海上丝绸之路旅游核心门户，逐步树立并巩固了“活力广东”旅游形象和地位，国内、入境、出境旅游市场逐步走向协调发展，在世界旅游业的影响力越来越大。

2. 可持续发展和满意度。

(1) 管理可持续（满分 3 分，得 2 分）。根据现场核查情况大部分项目单位制定了项目管理办法以及实施规范，监管到位。大型项目单位针对项目后期管理制定了项目运营管理方案，保证管理的可持续性。但部分基层单位由于人手不足，未能真正实现管理机制可持续性。

(2) 生态环境优化（满分 2 分，得分 2 分）。据现场核查情况，工程类项目在建设过程中未对项目周围环境产生破坏性影响，相关的项目单位在建设过程中也未收到环保部门的整改意见。

(3) 公平性和满意度 (满分 5 分, 得分 4.5 分)。

表现为对硬件设施和服务质量的满意度。通过实地考察, 结合网上游客的点评, 评价人员选取南雄的珠玑古巷-梅关古道和河源的巴伐利亚庄园作为样本。得出: 景区和度假区的环境宜人, 道路设施完善, 景区厕所干净卫生, 沿路的商铺井然有序, 旅游标识系统完善。南雄的景区内播音系统循环播放景点的历史和典故, 巴伐利亚庄园有各种符合不同年龄层次的休闲娱乐设施, 停车场空间能满足自驾游需要。景区服务人员态度良好。但存在部分项目旅客对收费价格不满意, 如南雄的梅关古道景区, 携程网点评中旅客反映观赏梅花的路段少, 时效短, 40 元的定价性价比低。

四、存在问题

(一) 政策支持与全域旅游的目标定位存在差距。

一是文化繁荣发展专项资金 (旅游发展) 未规划龙头企业的扶持计划, 如高端旅游项目申报成功后三年内不能再申报, 没有在企业的资源整合、技术创新、品牌输出、改革改制等为企业实行跨地区、跨行业、跨所有制兼并重组提供政策支持。二是没有对传统老牌旅游景区软硬件设施更新换代, 增强产品研发能力, 塑造独具特色的旅游文化知识产权 (IP) 等方面提供技术支持。三是没有通过多方位的合作鼓励引导旅游企业做精做细、做大做强。

（二）旅游与科技融合度不高，未能打造智慧型服务体系。

各项目的资金大多投入建设旅游硬件设施，对省、市、县三级游客服务中心和旅游数据中心建设，在各地的旅游信息资源整合方面缺乏与科技企业的合作开发，缺乏整合式的旅游大数据平台。没有运用政府和社会资本合作（PPP）模式改善旅游公共服务供给，形成智慧化的旅游服务体系，没有利用信息化和移动化为游客实现点对点的旅游信息服务，没有体现旅游与科技融合发展，综合提升旅游软件服务能力。

（三）部分项目前期科学论证不充分，导致实施缓慢或未能实施，造成财政资金结余，未能充分发挥使用效益。

如南雄珠玑古巷-梅关古道项目，计划建设游客服务中心，但进行规划设计时用地越过红线，需进行设计变更，未能及时开工建设，结余资金 368 万元；又如河源城南旅游集散中心项目，由于原拟新建的城南汽车客运站暂停搬迁工作，原河源市旅游局联合河源市财政局于 2018 年 9 月 3 日呈文请示报告了原省旅游局、省财政厅，请求同意将扶持项目“河源城南旅游集散中心”重新选址，因此未启动建设，结余资金 100 万元。

（四）部分高端旅游项目可持续性存疑。

部分高端旅游项目的承担单位财务状况不理想，且项目营收情况未达预期，可持续性存疑。如东澳岛玲珑海岸项目，该项目承担单位珠海格力海岛投资公司 2018 年财务报告显示当年亏损

15,479.79 万元，累计亏损 62,668.93 万元，部分指标也未完全实现，如目标营业收入总额 5,100 万元，实际完成 4,900 万元；目标平均开房率 30%，实际完成 29.38%。

五、改进措施

（一）加大对龙头企业扶持，同时推动企业与人才合作，提供文化旅游产业融合创意基础。

全域旅游的实现，离不开对龙头企业的扶持，也离不开传统老牌旅游景区的技术更新换代。部分基层单位在获取合适的设计或创意人才方面存在困难，难以打造更高质量的旅游产品。建议设立对龙头企业的专项扶持资金及旅游企业与相关院校合作的旅游创意产品和设计的开发资金，孵化具有文化创意与旅游创意相结合的产品，促进文化与旅游产业更好地融合发展，鼓励引导旅游企业做精做细、做大做强。

（二）充分进行前期科学论证，同时加强资金跟踪监控，确保资金发挥效益。

面对不确定的外部经济环境，应该加大项目的前期调研工作和专家审核制度，合理确立绩效目标，同时制定专项资金跟踪监控制度，形成专项资金的监督检查小组，为专项资金管理提供制度及组织保障。

（三）推广一系列旅游策划活动，支持扩大旅游消费。

旅游企业可以提供定制式产品为企业的职工提供休闲奖励

旅游和福利旅游，打造个性化产品。宣传“农民丰收节”“乡村旅游季”等活动，鼓励游客到乡村旅游消费。运用全省中小学研学旅行计划，把红色研学教育与综合实践活动课程相结合，大力开拓研学旅游市场。利用博物馆、纪念馆、全国爱国主义教育示范基地、美术馆、公共图书馆、文化馆、科技馆等免费开放的公共设施与旅游线路相结合，打造文化+旅游线路，提升旅游的文化体验。

附件：

1. 2018 年度文化繁荣发展专项资金（旅游发展）支出类绩效自评指标体系；
2. 2018 年文化繁荣专项资金（旅游发展）项目明细表。

附件 1

2018 年度文化繁荣发展专项资金（旅游发展）支出类绩效自评指标体系

评价指标								评分标准	评分		
一级指标		二级指标		三级指标		四级指标					
名称	权重 (%)	名称	权重 (%)	名称	权重 (%)	名称	权重 (%)				
投入	20	项目 立项	12	论证决策	4	论证充分性	4	具有前期可行性研究报告或摸底调查工作总结等材料的,或经过集体会议协商、并咨询相关专家意见、且有文字材料的得 4 分。如无,则根据实际情况核定分数。	4		
				目标设置	6	完整性	2	完整性	2	依据相关基础信息和证据判断目标设置的完整性,即是否包含总目标和阶段性目标,是否包括预期提供的公共产品或服务的产出数量、质量、成本指标,预期达到的效果性指标,据此核定分数。	2
						合理性	2	合理性	2	依据相关基础信息和证据判断目标设置的相关性,即绩效目标是否与资金或项目属性特点、支出内容相关,体现决策意图,同时合乎客观实际,据此核定分数。	2
						可衡量性	2	可衡量性	2	依据相关基础信息和证据判断目标设置的可衡量性,即绩效目标设置是否有数据支撑、是否有可衡量性的产出和效果指标,据此核定分数。	1
				保障措施	2	制度完整性	1	制度完整性	1	依据相关基础信息和证据判断制度完整性和是否具备条件实施,根据实际情况核定分数。	1
						计划安排合理性	1	计划安排合理性	1	依据工作进度计划等相关基础信息和证据判断,并根据实际情况核定分数。	1

评价指标								评分标准	评分
一级指标		二级指标		三级指标		四级指标			
名称	权重 (%)	名称	权重 (%)	名称	权重 (%)	名称	权重 (%)		
		资金落实	8	资金到位	5	资金到位率	3	1. 各类来源的资金足额到位的，得 3 分； 2. 各类来源的资金未足额到位的，按实际到位金额/应到位金额*指标分值	3
						资金到位及时性	2	1. 各类来源的资金及时到位的，得 2 分； 2. 各类来源的资金未及时到位的，按实际及时到位的金额/应及时到位的金额*指标分值	2
				资金分配	3	资金分配合理性	3	依据相关信息和证据判断资金分配是否合理，是否有助于实现资金的绩效目标。	3
0 过程	20	资金管理	12	资金支付	6	资金支出率	6	主要依据“支付额/预算额度*100*指标权重”计算核定得分，同时综合考虑工作进度，以及是否垫资或履行支付手续而影响支出率等因素适当调整最后得分。	5
				支出规范性	6	支出规范性	6	1. 预算执行规范性 2 分，按规定履行调整报批手续或未发生调整的，且按事项完成进度支付资金的得满分，否则酌情扣分。2. 事项支出的合规性 2 分，资金管理、费用标准、支付符合有关制度规定的得满分，超范围、超标准支出，虚列支出，截留、挤占、挪用资金的，以及其他不符合制度规定支出的，视情节严重情况扣分，直至扣到 0 分。3. 会计核算规范性 2 分，规范执行会计核算制度得满分，未按规定设专账核算，或支出凭证不符合规定，或其他核算不规范的，视具体情况扣分。	5.5

评价指标								评分标准	评分
一级指标		二级指标		三级指标		四级指标			
名称	权重 (%)	名称	权重 (%)	名称	权重 (%)	名称	权重 (%)		
		事项管理	8	实施程序	4	程序规范性	4	项目或方案按规定程序实施,包括项目或方案调整按规定履行报批手续,项目招投标、建设、验收等或方案实施严格执行相关制度规定的,得满分,否则酌情扣分。	4
				管理情况	4	监管有效性	4	1.资金使用单位或基层资金管理单位建立有效管理机制,且执行情况良好得2分,具体根据所提供的信息证据作出判断并核定分数。 2.具体根据所提供的信息证据作出判断,如各级业务主管部门按规定对项目建设或方案实施开展有效的检查、监控、督促整改的,得2分;否则,视情况扣分。	4
产出	30	经济性	10	预算控制	5	预算控制	5	在预算执行进度与事项完成进度基本匹配的前提下,实际支出未超过预算计划的,得满分;实际支出超过预算的,或者支出未能保障事项相应完成进度的,酌情扣分。	5
				成本控制	5	成本控制	5	在项目按照预算完成的前提下,与同类项目或市场价格比较,项目实施的成本(包括工程造价、物品采购单价、人员经费等)属于合理范围的(如与同类项目或市场价格大致相符的)得满分;成本不合理的(如明显高于或低于同类项目或市场价格的)酌情扣分。	5
		效率性	20	完成进度及质量	20	产出时效	10	如项目全部建设完成,得满分;否则,根据实际进度酌情扣分。	9
						产出数量与质量	10	如年初计划数量及质量全部完成,得满分;否则,根据实际进度酌情扣分。	9

评价指标								评分标准	评分		
一级指标		二级指标		三级指标		四级指标					
名称	权重 (%)	名称	权重 (%)	名称	权重 (%)	名称	权重 (%)				
效益	30	效果性	25	经济效益	25	旅游收入增加	7	本项达到目标值 (10%),得满分; 否则, 根据实际完成计划比计算得分。	7		
						带动社会资本投资	7	本项达目标值, 得满分; 否则根据实际完成情况酌情扣分	7		
				广东形象树立	6	本项达目标效果, 得满分; 否则根据实际完成情况酌情扣分	6				
				管理可持续性	3	在制度与人员两方面均能为管理提供长期保障的, 得满分; 否则根据实际情况酌情扣分	2				
				生态环境优化	2	未对周边环境造成破坏性影响, 得满分; 否则根据实际情况酌情扣分。	2				
		公平性	5	满意度	5	硬件设施满意度	5	服务质量满意度	5	表示满意的服务对象数/项目覆盖范围内接受调查的对象总数*指标分值	4.5

附件 2

2018 年文化繁荣专项资金（旅游发展）项目明细表

项目	小计（万元）
总 计	19,669
一、旅游产业发展及宣传营销专项经费（50 个）	10,304
2018 年旅游文化节专项经费	2,304
广东卫视黄金时段广东旅游形象宣传广告及专题报道（以前年度项目余款	96
南方航空公司航机上投放广告（以前年度项目余款）	90
广东旅游宣传广告、纪录片拍摄等制作项目	190
境外媒体宣传及旅游合作推广	60
开展境外广东旅游宣传推广及话题营销等项目	350
境内话题营销推广等项目	350
行业主流媒体版面宣传	180
主流杂志等媒体开展广东旅游宣传	160
新媒体及全媒体营销等项目	200
主要为参加国家旅游局组织的境外旅游展和旅游促销活动	350
包括配合省委省政府开展境外旅游宣传促销活动	100
2018 世界旅游经济论坛	200
海外旅游推广中心宣传年度费用	250
参加国内兄弟省市旅游展会及节庆活动，加大广东旅游品牌形象宣传	190
包含赴广西、黑龙江专题旅游推介，以及联合或支持各地市赴重点省市开展旅游宣传推广活动	350
旅游展览会和旅游节庆活动	380
包含境内外媒体、旅游业界及旅行商等的广东旅游采风踩线活动	150
推广南粤古驿道、中国旅游日、滨海旅游景观大道、红色旅游、过大年、研学、体育、乡村、民宿、美食旅游等	280
主要为参加港澳台地区的旅游展、以及粤港澳联合推广机构年度费用	250
粤港澳大湾区旅游智库及发展研究	100
粤港澳“一程多站”境外推广	100
港澳台学生内地游学项目	100

项目	小计（万元）
包括泛珠三角区域旅游合作宣传、海上丝绸之路旅游推广联盟合作推广活动等	50
对口支援西藏新疆、四川甘孜，东西部扶贫协作	150
旅游扶贫重点村调研、资源普查与宣传推广	30
厕所革命宣传推广	80
推动国家、省全域旅游示范区创建工作	70
单位网站、旅游自媒体运营维护等项目	380
广东省旅游大数据营销示范项目	262
广东“旅游+互联网”服务云的公共服务项目	178
大数据共享平台及数据采购等项目	200
旅游景观道等旅游交通配套服务专题调研	80
广东旅游品牌策划、征集及营销推广等	100
广东旅游资料库建设等	200
制作广东旅游宣传营销品等资料	200
编撰《广东旅游年鉴》、广东省民宿管理办法等	180
编制全域旅游、乡村旅游等专项旅游规划或资源调查报告	200
开展旅游扶贫资源普查与宣传推广等活动	80
开展广东重点旅游项目投资推介交流等活动	90
开展旅游融合发展示范单位创建评选等活动	88
旅游产业投融资对接会、旅游扶贫重点村开展采风踩线等活动	130
旅游安全及文明旅游会议、旅游市场调研等工作	56
省旅游饭店服务技能大赛，旅游饭店星级评定、旅游景区质量等级评定工作执行服务等	140
旅行社业务管理、名目更新发布、旅游名单表核发工作，全省导游考试组织工作服务等	150
建立导游诚信档案、广东省旅游标准化研究等	95
开展旅游安全知识宣传普及及安全文明旅游主题活动、旅游工作会议等	90
包括全省高级旅游行政管理人员研讨班、粤港旅游培训交流项目等	45
旅游消费公益宣传	135
旅游市场检查、专项整治工作	30

项目	小计（万元）
旅游执法、投诉以及导游征信系统升级与运维	35
二、高端旅游项目（12个）	6,000
云浮-广东天露山旅游度假区项目	500
揭阳-黄满寨瀑布旅游区农家乐综合配套项目	500
梅州-广东瑞山生态旅游度假区项目	500
河源-巴伐利亚庄园项目	500
韶关-南雄市珠玑古巷-梅关古道景区文化旅游驿道项目	500
珠海-东澳岛玲玎海岸项目	500
江门-台山海丝史迹考古遗址公园上川岛片区一期工程	500
茂名-冼太夫人故里文化旅游景区（粤西百越特色文化创意园）项目	500
清远-英德仙湖温泉旅游度假区项目	500
揭阳-广东望天湖生态旅游度假区旅游配套设施建设项目	500
江门-开平赤坎古镇华侨文化展示旅游项目	500
广州-长隆熊猫酒店项目	500
三、旅游扶贫	3,365
扶持粤东西北旅游公共服务设施项目建设	1,000
扶持粤东西北地区旅游厕所项目（150座）	2,000
旅游精准扶贫点（清远市清新区三坑镇安庆村）	200
旅游扶贫管理工作经费	165

项目支出类绩效自评基础信息表

填报单位名称：广东省文化和旅游厅

金额单位：万元

基本情况	项目名称	文化繁荣发展专项资金-旅游发展用途		评价年度	2018 年	评价金额	19,669	
	联系人	王永山、汪园园		联系电话	37803966、37803852	联系邮箱		
	实施文件依据							
资金情况	资金安排情况	预算计划安排	19,669					
		实际分配下达	省本级	10,669	转移支付至市县	9,000		
		分年度明细	年度	预算计划安排	实际安排额度		资金下达文件及文号	
			2018 年	19,669	19,669		粤财预〔2018〕26 号、粤财行〔2018〕33 号	
资金分配方法或原则	因素法 <input type="checkbox"/> 项目制 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/>							

		<p>资金分配方法说明：旅游产业发展及宣传营销经费主要采用招投标方式，选取性价比最高、宣传效果最好的项目执行方案。高端旅游项目通过项目单位申报，支持在建项目投资5千万元以上具有地域特色的，并能引领和带动当地发展的旅游企业且与其他行业多向融合的旅游产品，专家评审打分，根据分数高低来决定项目立项。旅游扶贫项目主要针对粤西东北地区的申报和评审。以农村或乡村旅游为重点，惠及农村更多人口，做到精准扶贫，让老百姓得到更多实惠。</p>				
资金使用情况	实际支出金额	省本级	10,491	转移支付至市县	9000	
	实际明细支出	年度	省本级支出	省本级支出（其中：部门预算支出）	转移支付市县支出	-
		2018年	10,491	2,034	7,877	-
						-
	按方向划分	资金使用方向	安排年度	实际下达额度	实际支出金额	-
		旅游产业发展与宣传营销项目	2018年	10,304	10,304	-
		高端旅游项目	2018年	6,000	5,632	-
旅游扶贫项目		2018年	3,365	2,432	-	

绩效 目标	绩效 目标 情况	预期总体目标		1.着力提升旅游经济实力，发挥旅游业对稳增长的拉动作用；2.着力培育旅游新业态，发挥旅游业对调结构的支持作用；3.着力推进全域旅游，发挥旅游业对区域协调发展的促进作用；4.着力扩大旅游开放合作，发挥旅游业对“一带一路”建设的重要桥梁作用；5.着力深化旅游综合改革，激发旅游发展的新动能；6.着力加强全省旅游质监执法，进一步规范市场秩序，优化旅游消费环境。	是否如期实现预期总体目标	是	
		预期阶段 性目标	目标 1: 全省旅游业总收入增长幅度 10%以上	实际完成情况	目标 1: 2018 年全省的旅游总收入 1.36 万亿元，同比增长 13.5%		
			目标 2: 滨海旅游示范区 4 个，乡村旅游 4 个，旅游产业融合示范项目 4 个		目标 2: 滨海旅游示范区 4 个，乡村旅游 4 个，旅游产业融合示范项目 4 个		
目标 3: A 级以上旅游厕所 150 座	目标 3: 2018 年建成 A 级以上旅游厕所 126 座						
绩效 指标 情况	产出指标	绩效指标	指标名称	指标内容及口径	评价年度预期值	评价年度实现值	未完成原因说明
		数量指标	打造示范项目	新增文献资源数量	滨海旅游示范区 4 个，乡村旅游 4 个，旅游产业融合示范项目 4 个	滨海旅游示范区 4 个，乡村旅游 4 个，旅游产业融合示范项目 4 个	

			建成旅游厕所	建成旅游厕所	旅游厕所 150 座	建成 126 座	
		质量指标	旅游业增长	旅游总收入增长	同比增长 10%	同比增长 13.5%	
			打造示范项目	示范项目质量高	示范项目质量高	示范项目质量高	
			旅游厕所评级	旅游厕所评级 A 级以上	旅游厕所评级 A 级以上	旅游厕所评级均为 A 级以上	
		时效指标	实施进度	完工程度	全部完工	部分未完工	
		成本指标	预算执行	预算执行未出现超支现象	未出现超支现象	未出现超支现象	
	效益指标	经济效益指标	直接经济效益	旅游收入和旅游人数增加值	同比增长 10%	全省的旅游总收入 1.36 万亿元, 同比增长 13.5%; 同时全省接待过夜游客 4.9 亿人次, 同比增长 10.4%。	

							案,保证管理的可持续性。	
			环境可持续	生态环境可持续发展	生态环境可持续发展		未对项目周围环境产生破坏性影响,相关的项目单位在建设过程中也未收到环保部门的整改意见。	
		满意度	对硬件设施和服务质量的满意度	对硬件设施和服务质量的满意度	对硬件设施和服务质量十分满意		硬件设施齐备,景区服务人员态度良好,但存在部分项目旅客对收费价格不满意	
单位需要说明的其他情况								

备注：到期项目则按年度填写；其他项目则按评价年度填写。