

附件 10

项目支出类绩效自评报告

项目名称：旅游产业发展及宣传营销（国内）
2018 年旅游文化节专项经费

一、项目基本情况

(一) 项目资金安排情况

根据省级财政专项资金安排,2018 年旅游产业发展及宣传营销经费 8000 万元,2018 旅游文化节专项经费 2304 万元。旅游文化节为两年一届,因 2018 年未举办该活动,此专项经费与旅游产业发展及宣传营销经费统筹安排,总计 10304 万元,用于旅游产业发展与宣传营销。

(二) 项目实施主要内容及实施程序。

旅游产业发展与宣传营销经费主要用于面对境内外旅游市场开展媒体宣传、市场营销活动,旨在提升广东旅游的影响力,吸引境内外游客赴粤旅游。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。

(三) 简述项目自评等级和分数,并对照佐证材料逐一分析。

1. 项目自评等级和分数。等级:优;分数:98 分。扣分主要体现在“产出”项中“完成进度”项。部分项目执行过程中,出现乙方不能及时按时间要求完成,故此扣掉 2 分。

2. 项目执行情况。

旅游文化节专项经费与旅游产业发展及宣传营销经费统筹安排,总计 10,304 万元,分六个项目实施,明细及补

助金额如下：

旅游产业发展与宣传营销经费		
序号	支出项目	补助金额（万元）
1	境内投放形象宣传广告	3,000.00
2	境内媒体宣传（含自媒体运维）、境内旅游营销推广	2,960.00
3	境外旅游宣传营销推广、境外媒体宣传	2,000.00
4	区域旅游合作交流	1,234.00
5	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	900.00
6	旅游执法建设	210.00
合计		10,304.00

（1）境内投放形象宣传广告 3000 万元。

加强推广“活力广东 心悦之旅”“Truly Enjoy Guangdong”的品牌形象，全省各级旅游部门共同开展线上线下品牌塑造宣传。除在中央电视台、广东电视台投放形象广告外，与专业团队合作制作广东文化旅游形象纪录片，与广东电视台合作制作《老广的味道》纪录片，通过全国融媒体渠道传播发布。

（2）境内媒体宣传（含自媒体运维）、境内旅游营销推广 2960 万元。

一是继续借助央视及国内省内主流媒体平台开展旅游形象广告宣传。通过多形式、全媒体宣传持续发力，进一步

塑造“活力广东 心悦之旅”整体品牌。二是开展了广东旅游宣传口号征集及组合营销，得到了社会的良好反响，形成了一波宣传攻势。目前已经建立起了广东旅游宣传片库、广东旅游纪录片库、广东旅游图片库、广东旅游书籍库，地图库、宣传海报库等，活力广东旅游宣传资料库得以不断完善和提升。

(3) 境外旅游宣传营销推广、境外媒体宣传 2000 万元。

一是加强对外旅游交流合作。全年组织 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。

二是加强对港澳台旅游合作事务。组织全省旅游管理部门及相关企业参加了第六届澳门国际旅游产业博览会、第 32 届香港国际旅游展、香港全域旅游推广活动、2018 台北两岸观光博览会、台北夏季旅展等对港澳台参展及合作交流项目。

另外还筹备完成我省以主宾省身份参加【世界旅游经济论坛·澳门 2018】各项活动；其次联合开展境外业界采风踩线活动；最后粤港澳大湾区联合赴日本开展旅游推广活动和赴国内高铁沿线城市开展专题宣传推广活动。

(4) 区域旅游合作交流 1234 万元。

一是延续了以往从客源到媒体营销、从活动支持到人才

培训等对对口支援地区开展的全方位旅游援助。运用 300 万元全力支持西藏林芝、新疆喀什和四川甘孜地区开展旅游营销；配合人事处制定了支持林芝-鲁朗宣传推广工作方案，明确了约 200 万元的营销经费支持。

二是粤黑旅游合作方面，按照 2017 年 11 月两省签署的《黑龙江省和广东省关于建立旅游战略合作关系的协议》，上半年从交流活动和投融资引导两方面开展了富有成效的工作。在 6 月 13 日在广州举办的 2018 广东旅游产业投融资对接会上，共展示黑龙江旅游投资项目 35 个，涉及投资金额约 158 亿元。

三是推动区域旅游合作为导向，着力促进国内旅游市场健康发展。旅游交流方面，我们组织参加了 11 个活动，包括交易会、博览会、营销大会、文化节、旅游展等；并且我们继续支持省内各市赴国内主要客源市场开展区域联合促销，全年共开展 14 批次。

四是东西部扶贫协作旅游工作为重点，推进区域旅游市场共建。粤桂旅游合作方面：一是共同构建两广合作平台，促进多方位交流合作，粤桂琼三省区的北部湾 15 个市县签署了《北部湾城市群旅游合作框架协议》，在共塑旅游品牌、协同宣传、客源互送、投资合作等方面达成了共识。二是多形式联合开展旅游合作活动，“东客西送、带动扶贫”成效凸显。三是积极推进城市交流互动，亮点纷呈。四是抓好旅

游人才培训，成效明显，两省旅游协作发展的智力基础不断夯实。

五是粤川旅游合作方面：①**建立旅游帮扶机制。**原广东省旅游局局长曾颖如带队赴凉山州调研，就深化两地对口旅游扶贫协作，推动凉山旅游业发展，落实精准脱贫攻坚工作进行研讨。②**加强旅游产业合作。**组织恒大旅游集团等重点旅游投资机构，广州携程等重点旅行社参加在广州举办的2018四川省优选旅游招商项目路演推介会，对接旅游项目合作。③**积极推动旅游市场营销。**一方面，我省为四川帮扶地区提供旅游宣传的国际化平台；另一方面，组织宣传推介及客源输送的市场活动。

六是粤港澳大湾区区域旅游合作交流方面：①**举办并相互支持参与粤港澳大湾区旅游合作论坛；**②**完成港澳台青少年游学接待工作。**全年共接待“华夏文明·薪火相传”台湾大学生研学团5批、共计201人。③**开展粤港澳大湾区“深调研”工作。**分别到香港、澳门，广州、珠海市，港珠澳大桥，中山大学，部分重点旅游企业，开展专题调研。④**完成《粤港澳大湾区发展规划纲要》实施意见有关章节起草工作。**⑤**召开粤港澳大湾区城市旅游联合会第一次成员大会。**⑥**启动设立粤港澳大湾区旅游研究院。**⑦**召开粤港澳旅游推广机构第78、79次会议。**

(5) 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 900 万元。一是积极落实南粤驿道活化利用相关工作。围绕南粤古驿道的 11 条重点线路开展以下工作：①利用我局宣传平台微信公众号、微博、杂志、媒体版面等刊发相关文章进行宣传推广；②组织编写《穿越古今——南粤古驿道文化遗产揽胜》、《驿道通天下粤韵传古今》等资料。③举办广东青年南粤古驿道旅游线路设计大赛。④与省住建厅联合在广东旅博会搭建南粤古驿道展馆。⑤结合广东乡村旅游季推动旅行社推出古驿道游产品。⑥开展南粤古驿道专题调研，组织旅游规划设计、媒体、旅行社代表赴我省南粤古驿道精华段调研踩线踏勘，并完成撰写调研报告。⑦推动南粤古驿道旅游与青少年研学相结合，编写了南粤古驿道研学旅游参考教案。⑧围绕节假日旅游市场，发动各地旅游部门和企业组织开展古驿道主题的活动，纳入节日宣传的重点。

二是推进红色旅游纵深发展。①进一步摸清“家底”，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，初步掌握了全省红色旅游资源的分布情况；精心设计 10 条红色旅游精品线路。②推进《南粤初心——红色旅游在广东》书籍编写工作，力争早日付印。③组织红色旅游推广活动。3 月 24 日，我局与韶关市人民政府在南雄市油山镇联合举办“重走长征路，再创新辉煌——2018 广东（韶关）红色旅游启动仪式”，省发改委、省委宣传部，韶关、南雄机关和企事业单位，社会各界及新闻

媒体等 2500 多人参加徒步重走长征路。

三是推出广东人游乡村旅游季活动。按照省委十二届四次全会及省委、省政府关于“以乡村旅游为重点发展全域旅游”的决策部署，为深入学习省委书记李希对发展全域旅游的重要批示，贯彻落实省长马兴瑞在全省全域旅游工作现场会上的讲话精神，有效推动我省乡村旅游发展和乡村振兴“四变”工程，充分调动广大农民、群众参与乡村旅游事业的积极性，全面带动乡村农产品销售，着力凸显“粤美乡村”旅游品牌，推动“广东人游广东乡村”，扩大乡村旅游休闲消费，提升广东乡村旅游发展水平，助推粤东西北地区振兴发展，营造实施乡村振兴战略的良好氛围。乡村旅游季全省系列活动数量累达 100 多项，全方位、多角度带动珠三角游客广东人游乡村的积极性和参与度，加强重点旅行社乡村旅游产品售卖和组织，拉动乡村旅游消费，带动农产品电商线下销售，打造“粤美乡村”旅游品牌，为广东的美丽乡村注入更多新活力。

(6) 旅游执法建设 210 万元。

一是用于公益宣传计划及合作媒体 200 万。宣传内容是根据旅游投诉热点，在合作媒体上发布了“抵制不合理低价游”、“港澳游消费提示”、“出境旅游安全提示”等进行宣传；并根据旅游突发事件，及时在合作媒体上发布“赴马尔代夫旅游风险提示及维权指引”、“关于遭遇不可抗力时旅行预订

可能蒙受损失的风险提示”等维权指引，及时为游客出行及维权提供帮助。

二是用于组织全省旅游质监执法培训班 10 万。为贯彻落实文化和旅游部工作部署和要求，提高广东省旅游质监执法人员工作能力和办案水平，原广东省旅游局于 7 月 25 日至 27 日在广州市举办 2018 年全省旅游质监执法培训班。培训班邀请专家和法律顾问就《全国旅游监管服务平台系统应用》、《旅游投诉处理及旅游行政执法务实》、《典型旅游执法案例分析》及相关旅游条例进行了解读和培训。全省各地市及部分（区）县旅游质监执法机构主要负责人和业务骨干共计 90 人参加培训，促进了全省旅游投诉受理、市场执法检查、案件处理等的规范化，有效提升了旅游依法行政能力。

二、 绩效表现

（一）资金使用绩效

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%。全省旅游业综合竞争力连年蝉联全国第一，全省旅游总收入稳居全国首位。

1、多种方式推广宣传，大力提升品牌知名度。

我厅通过境内投放形象宣传广告项目加强推广“活力广东 心悦之旅”“Truly Enjoy Guangdong”的品牌形象，提升了品牌的知名度；并通过多形式、全媒体宣传持续发力，

进一步塑造“活力广东 心悦之旅”整体品牌，并不断完善和提升了广东旅游宣传资料库，其中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（由中国传播学院联合全国 28 所重点高校传媒院校联合评审）；“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、区域旅游交流活动丰富，促进旅游市场健康发展。

我厅通过全力支持西藏、新疆和四川等地区开展旅游营销活动；与黑龙江省签署了旅游战略合作关系的协议；粤港澳大湾区方面，通过举办论坛、接待港澳台青少年游学、开展“深调研”工作、起草《粤港澳大湾区发展规划纲要》实施意见有关章节、召开成员大会、启动研究院等方式密切了粤港澳大湾区区域的合作交流。

3、发扬文化和旅游整合营销策略，推进广东旅游产业发展。

我厅通过微信公众号宣传、微博杂志媒体发表文章、组织编写南粤古驿道相关资料、搭建南粤古驿道展馆、推出古驿道游产品、开展调研踩线踏勘、编写南粤古驿道研学旅游参考教案等方式落实了南粤驿道活化利用相关工作；其次，对红色旅游资源进行普查、编写红色旅游书籍，组织推广红色旅游活动；最后进行了广东人游乡村旅游季活动，如在国

庆假期期间，在“上山下海·广东人游乡村”旅游季活动的带动下，全省乡村旅游共接待游客 3135.6 万人次，占广东旅游接待人数的 62.1%。此措扩大了乡村旅游休闲消费，提升了广东乡村旅游发展水平，助推了粤东西北地区振兴发展，营造实施了乡村振兴战略的良好氛围。

4、加强执法宣传建设，提高执法人员的整体水平。

我厅与媒体合作相关项目，如广东电台新闻台（FM91.4）25 秒音频消费提示；《南方都市报》以案说法栏目；促进中心游客服务中心宣传；腾讯大粤网宣传；并利用我省学校、我省及部分省外医院渠道进行文明旅游、旅游安全、旅游消费温馨提示的专项宣传。其次在学校、医院渠道，通过第三方共计在省外 144 个医院液晶屏幕播放 32 秒《畅享粤港澳 广东欢迎您》公益宣传视频，每个屏幕每天循环播放 120 次/天，持续播放 26 周，共播放 314 万次；2 版港澳游电子海报每天循环播放 120 次/天，持续播放 26 周，共播放 314 万次。在省内 1529 家医院播放 42 秒《文明礼让 畅游天下》、34 秒《文明礼让 畅游天下》公益动画视频，持续播放 26 周，共播放 3339 万次；另外，我厅组织全省旅游质监执法培训班全省各地市及部分（区）县旅游质监执法机构主要负责人和业务骨干共计 90 人参加培训，均取得了良好的效益，有效提升了旅游依法行政能力，保障旅游市场健康有序的发展。

（二）存在问题

个别项目存在无法按原计划进度完成的情况，因省文化厅和省旅游局机构合并，人员变动较大，项目衔接不畅，造成项目暂停执行；其次在项目执行过程中，我厅根据实际情况修正项目需求，合作乙方需调度资源，重新调整实施计划。

三、 改进意见

我厅将加强监管力度，了解项目进展定期跟进并及时进行指导监督，根据项目实际反馈异常或客观的因素尽早进行调整。

四、 其他需要说明的情况

无。

附件：

17-1 项目支出类绩效自评指标体系；

17-2 项目支出类绩效自评基础信息表。

附件 17-1

项目支出类绩效自评指标体系

评价指标								评分标准	自评分		
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。	6
						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。	
						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。	
				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。	2

					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。		
		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	8
						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	
					资金分配	3	资金分配合理性	3	
				资金管理	12	资金支付	6	资金支出率	
过程	20		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。	12
		事项	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	4

		管理					行相关制度规定的，得满分，否则酌情扣分。		
			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	5	预算控制	3	预算控制	3	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。	3
			成本节约 (成本指标)	2	成本节约 (成本指标)	2	2	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。	2
		效率性	25	完成进度 完成质量	25	数量指标 时效指标 质量指标	25	根据评价对象设置指标名称和分数权重，包括完成实际完成情况(数量指标)、及时性(时效指标)、质量达标(质量指标)情况等。	25
效益	30	效果性	25	经济效益 社会效益 生态	25	个性指标 个性指标 个性指标	25	根据评价对象选择效果性指标，并相应设置指标名称和分数权重。	24

			效益 可持续发展		(个性指标)		根据评价对象设置指标名称和分数权重。	
	公平性	5	满意度	5	服务对象满意度	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	5

附件 17-2

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		2018 年旅游文化节专项经费	评价年度	2018 年	评价金额	2304	
	联系人		赵雪竹	联系电话	37803677	联系邮箱	cyfz3911@163.com	
	实施文件依据		1. 省委、省政府《关于加快建设现代产业体系的决定》（粤发〔2008〕7号） 2. 省委、省政府《关于加快我省旅游业改革与发展建设旅游强省的决定》（粤发〔2008〕20号） 3. 省政府工作会议纪要（〔2011〕4号） 4. 省委办公厅省府办公厅《印发〈关于创新机制扎实推进农村扶贫开发工作的分工方案〉的通知》（粤委办发电〔2014〕123号） 5. 省政府《关于促进旅游业改革发展的实施意见》（粤府函〔2015〕351号） 6. 省委、省政府《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） 7. 省政府《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）					
资金情况	资金安排情况	预算计划安排	8000					
		实际分配下达	省本级	2304	转移支付至市县			
		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	2304	2304			

		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"/>				
			因旅游文化节为两年一届，2018 年度未举办旅游文化节，此项经费用于旅游宣传营销，针对境内外旅游市场营销项目与活动，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。				
	资金使用情况	实际支出金额	省本级	8000	转移支付至市县		
		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	2304	2304	0	-
		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	-
			境内外媒体宣传(含自媒体运维)	1000	1000	1000	-
			境内外旅游宣传营销推广	1000	1000	1000	
			区域旅游合作交流	304	304	304	
绩效目标	绩效目标情况	预期总体目标	贯彻落实省委、省政府《关于加快建设现代产业体系的决定》和省政府《关于进一步加快旅游业改革与发展建设旅游强省的决定》的要求，落实省委省政府提出要加快包括旅游业在内的现代服务业发展以及建设旅游强省的要求。			是否如期实现预期总体目标	是
		预期阶段性目标	目标 1: 旅游总收入预期增长 11.3%	实际完成情况	目标 1: 2018 年全省旅游总收入 1.36 万亿元，同比增长 13.5%		
		目标 2: 旅游外汇收入预期增长 3%			目标 2: 旅游外汇收入 205.12 亿美元，同比增长 4.4%		

		目标 3: 国内游人数期增长 9%			目标 3: 接待过夜游客 4.9 亿人次, 同比增长 10.4%		
		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
绩效指标情况	效益指标	经济效益指标	旅游总收入增长率	(2018 年全省旅游总收入-2017 年全省旅游总收入) /2017 年全省旅游总收入*100%	11.30%	13.50%	
			旅游外汇收入增长率	(2018 年全省旅游外汇收入-2017 年全省旅游外汇收入) /2017 年全省旅游外汇收入 *100%	3%	4.40%	
		社会效益指标	过夜游人数增长率	(2018 年全省过夜游人数-2017 年全省过夜游人数) /2017 年全省过夜游*100%	9%	10.40%	
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。

