

# 广东省文化和旅游厅 2019 年 文化繁荣发展专项资金 绩效自评报告

专项资金“财政事权”名称：全域旅游发展

对应“政策任务”数量：2

省级预算部门：广东省文化和旅游厅

填报人姓名：程薇、刘昭黎

联系电话：37803354、37803658

填报日期：2020 年 6 月 18 日

## 一、基本情况

### （一）项目基本情况

按照《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》（国办发〔2018〕15号）、《广东省人民政府办公厅关于印发广东省促进全域旅游发展实施方案的通知》（粤府办〔2018〕27号）的有关规定，2019年广东省财政预算安排文化繁荣发展专项资金额度为12,932万元，其中旅游产业发展及品牌宣传营销6,932万元，涉及地级市21个和省机关单位，资金分配方法采用因素法和项目法；旅游投资大项目贴息项目资金6,000万元，涉及地级市10个，资金分配方法采用项目法。主要目的是到2020年，优质旅游产品更加丰富，新增省级以上旅游度假区10家，形成若干个旅游产业集聚发展功能区，新增旅游星级饭店5家，其中五星级饭店2家，乡村旅游休闲度假功能更加完善，乡村旅游接待人数达5.2亿人次，乡村旅游总收入达2200亿元。旅游产业综合竞争力明显增强，省级以上全域旅游示范市、县（市、区）达到20个，全省接待过夜游客5亿人次以上，旅游总收入达1.6万亿元，旅游业增加值占GDP的比重达7%，涉旅行业完成固定资产投资占全省15%以上。到2025年，广东旅游品牌的国际影响力进一步提升，珠三角都市旅游发展核、滨海旅游产业带、北部生态旅游区 and 粤港澳世界级旅游休闲湾区功能更加完善，全面实现旅游发展全域化、旅游供给品

质化、旅游治理规范化、旅游效益最大化，建成全域旅游示范省，初步建成世界旅游休闲目的地。打造全域旅游大品牌，做大做强旅游龙头企业，推动传统旅游企业转型，引导旅游与文创融合发展。

## （二）项目资金情况

### 1. 资金的额度情况。

截至 2020 年 3 月 31 日，省级安排旅游宣传支付资金——旅游产业发展及品牌宣传营销预算安排 6,932 万元，实际安排到位 6,932 万元；省级安排其他文化和旅游支出资金——旅游投资大项目贴息项目资金——预算安排 6,000 万元，实际安排到位 6,000 万元。

### 2. 绩效目标。

项目	绩效目标	绩效指标
旅游产业发展及品牌宣传营销	<p>1. 培育发展优质旅游项目，优化我省旅游业发展环境，健全优质旅游产品体系，完善旅游基础设施建设，提升旅游公共服务水平，其中：推动 2-3 个县（市、区）成功创建国家全域旅游示范区。</p> <p>2. 全面提升广东旅游形象，增强广东旅游整体竞争力，吸引更多的国内外游客来广东旅游，推动我省旅游产业的持续健康快速发展，推动旅游与相关产业融合发展；</p>	<p>(1) 推县（市、区）成功创建国家全域旅游示范区 3 个左右（个）；</p> <p>(2) 扶持高端旅游项目数量 5 个左右（个）；</p> <p>(3) 基础配套设施验收合格率 90%；</p> <p>(4) 国内过夜游客人数增长大于 8%；</p> <p>(5) 旅游业总收入年均增速 9%；</p> <p>(6) 旅游外汇收入增长率 2%；</p> <p>(7) 落实环境保护政策要求较好；</p> <p>(8) 推动全域旅游长期发展；</p>

项目	绩效目标	绩效指标
	展，保证全省旅游业指标实现平稳较快增长，其中：旅游总收入预期增长 9%、旅游外汇收入预期增长 2%，接待过夜国内外游客预期增长 8%，其中入境过夜游客预期增长 1.5%。	(9) 游客满意度 80%；
旅游投资大项目贴息	<p>1. 培育发展优质旅游项目，推动旅游产业供给侧结构性改革，健全优质旅游产品体系。</p> <p>2. 培育发展龙头旅游大项目，打造旅游大企业品牌，提升旅游产业发展质量和效益，提高我省旅游产业的竞争力。</p>	<p>1. 培育发展旅游重点项目数量 2 个；</p> <p>2. 贷款贴息资金占项目投资额比重<math>\leq</math>1%；</p> <p>3. 旅游发展模式转变意识改善；</p> <p>4. 旅游项目服务面辐射面较广</p> <p>5. 财政资金带动社会资本投入旅游业总资金量<math>\geq</math> 40 亿元；</p> <p>6. 贴息撬动贷款资金量<math>\geq</math>12 亿元；</p> <p>7. 落实环境保护政策要求较好；</p> <p>8. 推动全域旅游长期发展；</p> <p>9. 游客满意度 85%；</p>

## 二、自评情况

### (一) 自评分数

项目本次绩效评价共计得分如下：旅游产业发展及品牌宣传营销项目为 96 分，得分率为 96%；旅游投资大项目贴息

项目为 97.8，得分率 97.8%。此财政事权专项资金自评分数为 96.9，自评等级为“优”。

## （二）专项资金使用绩效

### 1. 专项资金支出情况。

（1）截至 2020 年 3 月 31 日，旅游产业发展及品牌宣传营销资金预算安排 6,932 万元，实际安排到位 6,932 万元，实际已支付资金 4,835.68 万元，资金结转 2,096.32 万元。说明如下：结转资金绝大部是因受新冠肺炎疫情影响而停止建设造成的；另外，肇庆市的《华辰玫瑰农业生态旅游度假区游客服务中心、科技展示中心及生态停车场建设项目》只完成前期工作，因受疫情和项目优化调整，影响了报批进度，所以造成款项没有发生支付 800 万元（其中包括了旅游投资大项目贴息项目的 300 万元）；部分结转资金是奖励资金，安排及支出的全过程需较多时间。具体支出情况如下表 2-1：

表 2-1 专项资金支出情况表

单位：万元

序号	项目名称	实际下达额度	实际支出金额	资金结转
1	创建全域旅游示范区奖励	1500	702.55	797.45
2	高端旅游项目	2200	1700	500
3	国内交流合作推广	227	227	0
4	精品游径路线扶持	1000	392.13	607.87

序号	项目名称	实际下达额度	实际支出金额	资金结转
5	媒体宣传营销	1345	1154	191
6	推动文化旅游产业发展	660	660	0
合 计		6932	4835.68	2096.32

(2) 截至 2020 年 3 月 31 日，旅游投资大项目贴息项目资金预算安排 6,000 万元，实际安排到位 6,000 万元，实际已支付资金 5310.88 万元，结转 689.12 万元。结转的主要原因是受新冠肺炎疫情影响，云浮市“文化和旅游消费项目”225 万元资金受到严重的影响，使原《云浮市促进文化和旅游消费实施方案》无法实施。具体支出情况如下表 2-2：

表 2-2 专项资金支出情况表

单位：万元

序号	项目名称	实际下达额度	实际支出金额	资金结转
1	高端旅游项目	2000	1691	309
2	旅游投资大项目贴息	3000	3000	0
3	文化和旅游消费项目	1000	619.88	380.12
合 计		6000	5310.88	689.12

## 2. 专项资金完成绩效目标情况。

(1) 旅游产业发展及品牌宣传营销项目。

广州番禺、江门台山成功创建首批国家全域旅游示范区，认定 7 个县（区、镇）为首批省级全域旅游示范区。完

善配套政策，在全国率先出台由省级层面制定的政府规章文件《广东省民宿管理暂行办法》，联合 15 个部门出台《乡村旅游提质升级行动实施方案》，推出 64 条历史文化游径和 100 条乡村旅游精品线路、99 个文化和旅游特色村、20 个省旅游风情小镇，开展“广东文旅护照”等项目，红色旅游、博物馆和美术馆旅游、文化遗产旅游、工业商贸旅游等成为新热点。开展全省文旅消费重点项目推荐活动，分类指导韶关、云浮、惠州、清远、梅州、湛江、茂名等地开展文化和旅游消费工作。推动地方旅游年卡、乡村旅游节、文化旅游节等项目有效开展，并予以经费支持，激发各地文化和旅游消费潜力。积极借力展会平台，促进文化和旅游消费。

## （2）旅游投资大项目贴息项目。

项目实施后在经济、社会、生态等多个方面取得效益，其中：经济效益：旅游业优化产业结构，带动区域范围内建筑业、制造业、食品业、商业、服务业、金融业和信息业等其他相关产业的发展，从而促进区域经济持续、快速、稳步发展。随着基础设施的逐步完善，当地的投资环境大为改善，从而进一步推动地区对外开放。社会效益：各地区的项目的建设 and 运营，极大丰富区域旅游产品和元素，与周边旅游资源形成良性互动，对当地的酒店旅馆业、餐饮服务业等产生切实带动，推动区域旅游产业发展上新台阶。生态效益：经大项目投入，项目所在的区域，旅游资源丰富，交通区位环

境优越，旅游资源特色突出。通过建设，可以使地区上下普遍重视旅游资源保护和生态环境建设，让本地居民自觉维护生态平衡，让游客深入认识生态环境演变的规律，从而最大限度的协调好人与自然的关系，其所取得的生态环境效益是不可估量的。项目投入使用后，优化了生态和经营环境，建设为各地游客提供绝佳的活动场所，获得众多游客的好评。充分发挥财政资金的引导作用，带动金融资本，引导民间资本，全力支持我省具有良好发展前景的优质旅游项目。

### 3. 专项资金绩效指标分析。

#### (1) 旅游产业发展及品牌宣传营销项目。

评价因素	分值	评价得分	得分率
一、投入	20	19.5	97.5%
二、过程	20	17.2	86%
三、产出	30	29.8	99.33%
四、效益	30	29.5	98.33%
评价总得分	100	96	96%

#### 一是投入分析。

指标分值 20 分，评价得分 19.5 分，得分率为 97.5%。旅游产业发展及品牌宣传营销项目在资金目标设置、保障措施和落实方面，总体情况良好，资金额度已下达到实施单位。但在论证和计划性方面得分率一般，主要原因为：小项目-精品游径路线扶持补助资金额度较少而造成有些项目没有做项目可行性分析；另外，有些地市的项目因疫情影响了项



目进度，但没有对疫情结束后如何启动，做相对应的重启计划。

## **二是过程分析。**

指标分值 20 分，评价得分 17.2 分，得分率为 86%。在支出规范性、实施程序方面情况良好，每个项目都有相应配套管理制度，对项目进行了验收。但资金支出率得分率较低。只有 70%，主要原因是：一是受社会新冠肺炎疫情影响较大，造成整个工作不能开展；二是部分项目因项目优化调整，如肇庆市的《华辰玫瑰农业生态旅游度假区游客服务中心、科技展示中心及生态停车场建设项目补贴》资金 500 万元未使用；另外，部分项目未能提供项目建设的监管工作的佐证材料。

## **三是产出分析。**

指标分值 30 分，评价得分 29.8 分，得分率为 99.33%。在成本控制、完成数量、完成进度、完成质量方面情况良好，各个指标都能按照规定的任务完成。

## **四是效益分析。**

指标分值 30 分，评价得分 29.5 分，得分率为 98.33%。在经济效益、社会效益、生态效益、可持续发展、满意度方面情况良好。一是创建首批国家全域旅游示范区，拉动了当地乡村的经济发展；二是完善旅游设施建设，全面提升广东旅游形象，增强广东旅游整体竞争力，吸引更多的国内外游

客来广东旅游；三是提升了游客满意度，得到当地群众的一致好评。但是受香港“修例风波”严重影响，国际旅游收入年度增速指标没有完成，指标定增速 2%，2019 年国际旅游收入增加了 0.05%(按美元算,如折算成人民币则增加 4.5%)。

## (2) 旅游投资大项目贴息项目。

评价因素	分值	评价得分	得分率
一、投入	20	20	100%
二、过程	20	18.3	91.5%
三、产出	30	29.5	98.33%
四、效益	30	30	100%
评价总得分	100	97.8	97.8%

### 一是投入分析。

指标分值 20 分，评价得分 20 分，得分率为 100%。旅游投资大项目贴息项目在资金目标设置、保障措施和落实方面，总体情况良好，资金额度已下达到实施单位。

### 二是过程分析。

指标分值 20 分，评价得分 18.3 分，得分率为 91.5%。在支出规范性、实施程序方面情况良好，每个项目都有相应配套管理制度，对项目进行了验收。但资金支出率得分率为 88.33%，主要原因是：受新冠肺炎疫情影响，“云浮市文化和旅游消费项目第十届云浮石文化节、云浮市首届乡村旅游节”项目，资金结转 225.53 万元，肇庆市的《华辰玫瑰农

业生态旅游度假区游客服务中心、科技展示中心及生态停车场建设项目》，资金 300 万元未使用；另外，部分项目未能提供项目建设的监管工作的佐证材料。

### **三是产出分析。**

指标分值 30 分，评价得分 29.5 分，得分率为 98.33%。在成本控制、完成数量、完成进度、完成质量方面情况良好，各个指标都能按照规定的任务完成。

### **四是效益分析。**

指标分值 30 分，评价得分 30 分，得分率为 100%。在经济效益、社会效益、生态效益、可持续发展、满意度方面情况良好。一是通过对大项目贴息，拉动了当地乡村的经济发展，项目带动的游客增速为 15.5%，据其中 2 个项目提供数据显示：增加就业 1000 个岗位，游客人数增加了 30 万人次；二是广州长隆集团旅游接待及配套设施建设项目等 7 个项目共获得 7180 万元省旅游专项资金扶持，增强广东旅游整体竞争力，吸引更多的国内外游客来广东旅游；三是提升了游客满意度，得到当地群众的一致好评。

## **（三）专项资金使用绩效存在的问题**

### **1. 部分地方和部门的绩效管理意识不强。**

部分地方和部门对绩效自评认识不足，对专项资金绩效管理的重要性认识不足，重支出轻产出、重项目申报轻项目督导和绩效评价等问题。这首先就体现在项目绩效自评基础

工作上，收集材料大部分为财务核算和上级资金下达文件方面的材料上。一些单位在项目绩效目标的设定上较为模糊、简单。未能从前期论证、数量、质量、时效、成本、效益等多方面收集材料，特别是缺乏对专项资金使用后而达到项目效果方面的反映，绩效评价指标所对应绩效信息点的相关佐证材料，去综合衡量资金使用的效果。

## **2. 绩效监管举措落实不到位。**

绩效监管落实离不开相关主管部门的有效指导和管理。在检查各地市及部门提交的佐证材料时发现，基本没能提供当地主管项目单位的相关监管文件，未能更有效发挥督导作用。

## **3. 资金支出率偏低问题。**

因旅游产业发展及品牌宣传营销项目的部分资金下达时间在下半年，造成下达到地方单位的时间较晚，又加上遇到疫情，影响了项目开展工作，造成项目资金支出率偏低，从而影响了项目进度。

# **三、改进意见**

## **(一) 提高全面预算绩效管理意识**

2018年9月1日印发并实施的《中共中央国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》指出：“全面实施预算绩效管理是推进国家治理体系和治理能力现代化的内在要求，是深化财税体制改革、建立现代财政制度的重要内容，是优化

财政资源配置、提升公共服务质量的关键举措。”绩效目标管理已经覆盖所有省级专项资金，全方位、全过程、全覆盖的预算绩效管理体系逐步建立，绩效评价工作已成为预算管理的常态化工作。省文化和旅游厅应提高部门绩效评价水平，并与各地市主管文化和旅游部门协调，以此次评价工作为契机通过文件下达、宣贯政策等形式，持续提高部门、地市文化和旅游专项资金使用单位的绩效目标管理意识。例如，引导全体工作人员清楚认识绩效目标与日常工作计划、预算执行的同等约束力，做到客观、科学填报预算绩效指标，并在工作中努力完成绩效目标。

## **（二）完善项目管理，提升监管成效**

各级业务主管部门应加强各自负责项目的跟踪监管措施，省级部门应加强对下级部门的督导检查。项目单位要将专项管理模式化、制度化、组织化，制定专项资金跟踪监控制度，成立由省主管部门牵头、各地市直管部门参与的专项监督小组，重视对专项资金的检查工作。针对项目实施单位专项资金监管体系不完善及存在制度落实不到位的情况，建议项目单位：一是在已有专项资金管理办法基础上，制定具体的专项资金跟踪监督管理措施或办法，实行资金动态监管，进一步完善专项资金监管制度体系；二是成立由省级主管部门指导、各地市直管部门和项目实施单位共同参与的专项资金监管小组，明确监管小组的职能。自财政资金下

达后，以季度为考察时间点，定期对专项资金的使用进度进行跟踪，并形成检查记录，针对发现的问题要及时整改，以保障项目的顺利实施。

### **（三）加强专项资金工作计划**

各项目单位应制定做好疫情复工项目工作计划，争取将前段拖慢进度抢回来；另外，省文化和旅游厅处室应加强对各地市的业务指导，做好调研工作，以协助各地市文化和旅游部门的复工工作，完成各项目进度。