

2019年度市文化和旅游局（部门）文化产业发展专项资金绩效目标评价表

填报部门：青岛市文化和旅游局

（2019年度）

金额单位：万元

项目名称		文化产业发展资金		业务处室	文化处		
主管部门		青岛市文化和旅游局		项目实施单位	青岛市文化和旅游局		
年度绩效目标				全年实际完成情况			
年度总体目标				<p>为进一步促进文化和旅游融合发展，助力青岛国际时尚城市建设，市文化和旅游局于2019年8月至12月组织开展以“文旅惠 汇时尚”为主题的青岛市2019年文化惠民消费季。通过山东文化惠民消费云平台分批发放文化惠民消费电子券，同时启用青岛市文化消费公共服务平台发放文化惠民消费电子卡，实现财政资金直接补贴城乡居民文化和旅游消费。28.49万人参与领取补贴、进行文化消费，直接拉动文化消费6961.24万元，间接拉动经济效益37.15亿元。</p> <p>发放优秀影视作品制作成本补贴906万元，撬动区级财政和社会资本2700余万元，为《流浪地球》《疯狂的外星人》等4部影片发放补贴3600余万元。</p>			
预算执行情况(20分)			调整后的预算数(A)	全年执行数(B)	执行率(B/A*100%)	得分	未达到进度分析
		年度资金总额:	—	—	—	—	—
		其中：市级财政资金	3800	3424.21	90.11%	18.02	
		其他资金	—	—	—	—	—
年度绩效指标完成情况(80分)							
一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	全年完成值	分值	得分	未完成指标或偏离年初设定的绩效指标值较多（30%及以上）的原因分析
产出指标	数量指标	签约企业和商户	≥50家	260家	4	4	年度指标值依据上年度任务完成情况制定。青岛市2019年文化惠民消费季是青岛市第二次组织该项活动。随文旅融合进一步发展，文化惠民消费季活动征集范围扩大和社会各界对活动的了解及认可，青岛市2019年文化惠民消费季在2018年合作企业和商户基础上，社会各界踊跃参与，故企业和商户签约数增长较大。
产出指标	数量指标	上架文化产品和服务数量	≥5000项	15248项	4	4	年度指标值依据上年度任务完成情况制定。青岛市2019年文化惠民消费季使用省、市双平台上传产品及服务，随社会各界了解和参与活动，从平台领取补贴购买产品，文惠商户不断细分市场需求丰富产品和服务数量，故上架文化产品和服务数量增长较大。
产出指标	数量指标	参与活动人次	≥10万人次	89.69万人次	4	4	青岛市2019年文化惠民消费季是第二年活动，有参与群众基础；随着各项主题活动开展，宣传力度加大和消费者口碑传播，引发市民广泛参与，故活动参与人次增长较大。
产出指标	数量指标	利用媒体进行宣传的种类	5种	11种	4	4	青岛市2019年文化惠民消费季全面启动社会力量宣传，广泛利用社区街道、中小学、文化场馆、旅游景区、文惠商户的线上线下资源，广泛采用新媒体、微信群、朋友圈、实体店场地、户外宣传栏等媒体形式开展宣传，故宣传数量增长。

产出指标	数量指标	补助影视作品数量	>3	4	4	4	
产出指标	质量指标	培训通过合格率	100%	100%	4	4	
产出指标	质量指标	与合作企业和商户协议签订率	100%	100%	4	4	
产出指标	质量指标	补贴发放对象准确性	1	1	4	4	
产出指标	时效指标	宣传活动及时性	及时	及时	4	4	
产出指标	时效指标	补贴发放及时性	及时	及时	4	4	
效益指标	经济效益指标	文化消费总额	不低于财政支持资金的2倍	高于3.2倍	10	10	年度指标值依据上年度任务完成情况制定。随着社会各界的了解认可，企业和商户、消费者参与青岛市2019年文化惠民消费季活动的积极性提高，文化消费总额高于财政支持资金的3.2倍。
效益指标	社会效益指标	拉动影视投资	1亿元	1亿元	10	10	
效益指标	社会效益指标	宣传活动知晓率	85%	>85%	10	10	
满意度指标	服务对象满意度指标	合作商户满意度	85%	100%	5	5	
满意度指标	服务对象满意度指标	补贴对象满意度	85%	100%	5	5	
得分合计		98.02					
下一步拟采取的改进措施		对各专项资金的绩效目标进行合理论证，力争使各项指标更加科学完善。对绩效目标的完成情况进行定期检查，保证绩效目标按期、按质完成。					
说明		无					

备注：1. 本年度不填“年度资金总额”和“其他资金”，“-”为不需要填写的内容。

2. 金额单位为万元，小数点后四舍五入保留两位小数。

单位负责人：李苏满

复核人：沈志

制表人：李斌