2019 年泉州市旅游专项资金

绩效评价报告

项 目 名 称：旅游专项资金

项目实施单位：泉州市文化广电和旅游局

评 价 机 构：泉州市财政局

参 与 评 价
第三方机构： 泉州市计算机学会

二〇二〇年九月

目　　录

一、项目概况.....3
（一）项目总体情况.....3
（二）项目成效.....4
二、绩效指标分析.....5
三、存在问题及原因分析.....6
（一）绩效目标设定缺乏较为全面量化指标.....6
（二）资金结余较多.....7
（三）资金使用效果有待进一步提高.....7
（四）资金预算编制有待进一步精细.....7
四、有关建议.....7
（一）进一步细化和明确绩效指标及评分标准.....7
（二）提高专项资金的利用效率.....8
（三）充分发挥财政资金引导作用.....8
五、 其他需要说明的问题.....9
附件 1：2019 年度泉州市旅游发展专项资金支出绩效评价评分表.....10
附件 2：实地调研情况.....13

2019年旅游专项资金绩效评价报告

为打响“清新福建·海丝泉州”品牌，按照“亮点在古城、厚度在山海、空间在生态连绵带”的全域旅游思路，2019年度泉州市市级财政继续设立市级旅游专项，用于推动全市旅游产业转型升级、跨越发展，提高泉州旅游知名度。为提高市级旅游专项资金使用效益，泉州市财政局通过招标方式（采购编号：GWCG2020-565）委托泉州计算机学会对2019年度市级旅游专项资金开展绩效评价。项目绩效情况如下：

一、项目概况

2019年泉州市市本级财政部门预算安排旅游发展专项资金为2200万。资金主要用于：（1）旅游市场拓展；（2）地接业务奖励；（3）行业管理经费；（4）公共配套服务；（5）乡村旅游建设；（6）景区提升经费；（7）课题调研；（8）“六大旅游产品”创建；（9）统计调查、项目招商等。

（一）项目总体情况

2019年泉州市市本级财政部门预算安排旅游发展专项资金为2200万。后因年中预算调整，收回资金200万元，实际到位资金为2000万元。2019年旅游发展专项项目资金实际支出金额为1143.33万元，结余856.67万元，预算执行率为57.17%。具体支出明细如下表：

2019年泉州市旅游发展专项资金支出明细

序号	项目	金额（万元）	指标文号
1	旅游市场拓展经费	316.44	泉财指标[2019]416号、泉财指标[2019]614号、泉财指标[2019]902号
2	地接业务奖励	221.83	泉财指标[2019]614号
3	公共配套服务	162	泉财指标[2019]416号
4	乡村旅游建设	60	泉财指标[2019]902号
5	“六大旅游产品”	365	泉财指标[2019]614号、泉财指标[2019]1144号
6	统计调查	7.53	泉财指标[2019]416号、泉财指标[2019]1144号
7	文化广电和旅游行业管理	10.53	泉财指标[2019]416号、泉财指标[2019]1144号

（二）项目成效

1.旅游经济持续增长。2019年，全年接待国内外游客7801.16万人次，比增17.1%；实现旅游总收入1312.68亿元，比增20.5%。

2.加快“文旅+”产业融合。一是永春北溪文苑生态旅游区获评国家4A级旅游景区，晋江紫帽山获评省级旅游度假区。新增7家2A级旅游景区。二是共有15家通过特色文化旅游示范基地等首批认定。三是共有9个镇、村分别获评2019年省星级乡村旅游休闲集镇、旅游村，18个村获评省乡村旅游村。四是新增省级观光工厂4家、省级养生旅游休闲示范基地1家、省级体育旅游休闲基地1家。

3.拉动文旅消费。一是泉州旅游商品在2019中国特色旅游商品大赛上获“1金4铜”，包揽全省所有奖项。二是德化如瓷“国庆杯”荣获全国优秀红色旅游文创产品，惠安鼎立雕刻、德化顺美集团等4家单位入选首批福建省文创旅

游商品研发示范基地创建单位。成功举办2019年“润物无声”泉州文创旅游商品设计创作大赛。

4.加强区域合作。一是联合闽西南五市赴武汉、岳阳、长沙等华东、华中重点客源地开展落地推介，自行组团赴苏州、嘉兴推广“海丝泉州”文旅品牌；二是邀请马来西亚旅行社和媒体代表来泉考察采风，开展双向交流和文旅互动，推动线路串联、客源互送。

二、绩效指标分析

2019年泉州市旅游专项绩效评价指标体系设定满分值为100分，从决策、过程、产出和效益四个方面入手，通过现场访谈并收集相关指标评价资料，对四大类10个二级指标和39个三级指标进行逐项分析打分，绩效评价最终得分为92分。具体得分情况如下：项目决策满分值18分，得13分；项目过程满分值20分，得17分；项目产出满分值36分，得36分；项目效益满分值26分，得26 分。评价结果为优(具体评价结果详见附件1)。

（一）在决策指标中，项目立项情况相对较好，但在绩效目标的设定中，个别指标设置未能以清晰、可衡量的指标值予以体现，指标值难于量化；个别指标设置与项目目标任务数或计划数不相对应。按照评分标准，扣5分，得13分。

（二）在过程指标中，资金到位率和使用的合规性及组织实施落实等情况较好，但预算执行率偏低，仅为57.17%。

按照评分标准，扣 3 分，得 17 分。

（三）在产出指标中，旅游公共设施建设、旅游产业开发、管理部门基础工作和“文旅+”产业融合等产出情况较好，按照评分标准，得 36 分。

（四）在效益指标中，经济效益、社会效益、环境效益、宣传效益、可持续影响目标和满意度等情况较好，按照评分标准，得 26 分。

三、存在问题及原因分析

总体而言，2019 年旅游发展专项资金的使用达到预期的目标，对促进泉州市旅游产业转型升级、跨越发展，提高泉州旅游知名度等起到效果较为显著。但是，该项目运行中仍存在一些需要完善的地方。

（一）绩效目标设定缺乏较为全面量化指标

根据泉州市文化广电和旅游局提供的“泉州市专项资金绩效自评表”、“财政支出项目绩效监控表”等表格，在制定绩效目标时，对 2019 年度项目绩效目标“产出”、“经济效益”和“社会效益”等具体指标的设计过于简单，不够细化，如“课题调研”绩效目标值设置为“旅游规划、策划、课题研究经费”，指标值难于量化，不能从多角度反映专项资金运用的绩效，无法充分反映项目产出、经济效益和社会效益的完成情况。

（二）资金结余较多

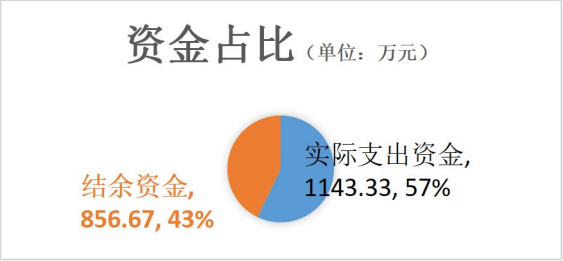
2019 年旅游发展专项项目资金实际支出金额为 1143.33 万元，结余 856.67 万元，预算执行率仅为 57.17%，存在专项资金沉淀现象。

（三）资金使用效果有待进一步提高

由于 2019 年年中文旅融合分管领导和科室职责调整，文化产业示范基地活动、文旅创意市集和投融资手册工作未能按时完成，影响资金使用效果。

（四）资金预算编制有待进一步精细

2019 年泉州市市本级财政部门预算安排旅游发展专项实际到位资金为 2000 万元，实际支出金额为 1143.33 万元，结余资金 856.67 万元，占 42.83%。可见，该专项资金的预算准确性有待于进一步提高。



四、有关建议

为进一步提高泉州市旅游发展专项资金的使用效益，推动全市旅游产业转型升级、跨越发展，提高泉州旅游知名度，绩效评价工作组提出以下建议：

（一）进一步细化和明确绩效指标及评分标准

绩效目标体系的设立应符合旅游行业的特点，应能够细

化量化、可比可测。一要明确设立年度绩效目标，二要细化评价指标，对产出（数量、质量）和效益等绩效进行细化，尽可能采用定量表述，确实不能以量化形式表述的，再采用定性的分级分档形式表述。如“泉州市专项资金绩效自评表”中“数量指标”，不能把三级指标简单地设立为“旅游营销推广、媒体平台宣传营销、古城旅游营销专项、本地主题活动、宣传材料编制”、“对旅行社2018年地接业务进行奖励”和“古城“十佳”特色美食店、购物店评选、厦漳泉青年骨干导游专项培训、导游技能提升培训、全年旅游安全生产专项经费、全市文明旅游专项经费、扫黑除恶专项经费”，而应符合旅游行业的特点，有针对性地从具体的完成“新（改）建旅游厕所”等旅游公共设施建设或“青年骨干导游专题培训”等设立细化评价指标。

（二）提高专项资金的利用效率

一是进一步强化与部门之间的沟通衔接，制定科学合理的工作目标；二是加强跨年度兑现资金的预算管理。确须跨年度兑现的资金可调整至下一年度资金预算，以避免出现当年度资金的沉淀情况。

（三）充分发挥财政资金引导作用

根据泉州实际，统筹用好泉州市旅游发展专项资金，避免采用撒胡椒面式地分配旅游发展专项资金，有针对性地集中有限的财力，加强泉州旅游基础设施建设、重点项目、旅

游商品开发与培育和旅游宣传与推介等；同时，积极通过财政资金引导效应和规模效应，充分发挥财政资金杠杆作用，拓宽泉州旅游投资和融资渠道，多渠道多形式地吸纳社会资金发展泉州旅游业，有效地推动全市旅游产业转型升级、跨越发展，提高泉州旅游知名度。

五、其他需要说明的问题

本报告仅供开展“2019 年度泉州市旅游发展专项资金支出绩效评价”相关工作使用，不作它用。

附件 1：2019 年度泉州市旅游发展专项资金支出绩效评价评分表

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准	分值	得分	说明
决策(18分)	项目立项(6分)	立项依充分性(3分)	项目立项依据充分，符合现行政策导向，与部门职责范围相符，属于部门履职所需，属于公共财政支持范围，属于地方事权支出责任，得3分；否则不得分。	3	3	项目立项依据充分，文件齐备。未发现问题。得3分。
		立项程规范性(3分)	项目立项及申报程序规范，材料完整、逻辑合理，得3分；否则不得分。	3	3	立项程序操作规范，流程符合相关规定。未发现问题。得3分
	绩效目标(6分)	绩效目合理性(3分)	①项目是否有绩效目标；②项目绩效目标与实际工作内容是否具有相关性；③项目预期产出效益和效果是否符合正常的业绩水平；④是否与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。发现一项问题扣1分，扣完为止。	3	2	预算金额与资金量不相匹配，如“旅游市场拓展经费”，当年度结转结余资金达437.56万元。按照评分标准，扣1分，得2分
		绩效指明确性(3分)	①是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标；②是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现；③是否与项目目标任务数或计划数相对应。发现一项问题扣1分，扣完为止。	3	1	一是个别指标设置未能清晰、可衡量的指标值予以体现。如“课题调研”绩效目标值设置为“旅游规划、策划、课题研究经费”，指标值难于量化。二是个别指标设置与项目目标任务数或计划数不相对应，如“六大旅游产品”的绩效目标值设置。按照评分标准，扣2分，得1分
	资金投入(6分)	预算编科学性(3分)	预算安排和资金测算依据充分，按照标准编制，得3分；基本达到，计1分；未达到不得分。	3	1	预算安排和资金基本按照标准编制。按照评分标准，得1分
		资金分合理性(3分)	预算资金分配依据充分；资金分配额度合理，得3分；基本达到，计2分；未达到不得分。	3	3	预算资金分配依据充分，资金分配额度合理，未发现问题。得3分
过程(20分)	资金管理(12分)	资金到位率(4分)	资金到位率≥100%，计2分；90%≤到位率<100%，计1分；到位率<90%，计0分。	2	2	资金到位率100%。得2分。
			资金按《预算法》及资金下达文件要求按时到位，计2分；每迟1个月扣1分，扣完为止。	2	2	资金按《预算法》及资金下达文件要求按时到位，未发现问题。得2分
		预算执行率(4分)	资金执行率≥100%，计4分；100%＞资金执行率≥80%，计3分；80%＞资金执行率≥50%，计2分；未达到不得分。	4	2	2019年旅游发展专项项目资金实际支出金额为1143.33万元，结余856.67万元，预算执行率为57.17%。得2分
		资金使用合规性(4分)	①是否符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定；②资金的拨付是否有完整的审批程序和手续；③是否符合项目预算批复或合同规定的用途；④是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。发现一项问题扣1分，扣完为止。	4	4	专项资金支出符合国家财经法规和财务管理制度规定以及有关专项资金管理法的规定,资金下达审批程序完整,资金使用无截留、挤占、挪用、虚列支出等情况,资金使用合规。未发现问题。得4分。

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准	分值	得分	说明
	组织实施(8分)	管理制健全性(4分)	①是否已制定或具有相应的财务和业务管理制度；②财务和业务管理制度是否合法、合规、完整。发现一项问题扣1分，扣完为止。	4	4	制定《泉州市市级公共文化和旅游专项资金管理暂行规定》（泉财教[2019]193号）等专项资金管理制度，专项资金管理制度符合财政预算、财务会计制度规定。得4分。
		制度执有效性(4分)	依据法律法规、制度、程序执行，得2分；基本达到得1分；未达到不得分。	2	1	基本依据法律法规、制度、程序执行。按照评分标准，得1分
			相关人员熟悉相应的管理制度，得1分；未达到不得分。	1	1	相关人员熟悉相应的管理制度，未发现问题，得1分
			业务执行过程有关资料完整，归档及时,得1分；未达到不得分。	1	1	业务执行过程有关资料完整，归档及时,未发现问题，得1分
产出(36分)	旅游公共设施建设（10分）	设施建设完工率(5分）	2019年完成新（改）建旅游厕所超过50座，得5分；完成新（改）建旅游厕所40～50座（含），得计4分；完成新（改）建旅游厕所30～40座（含），得4分；低于30座的不得分。	5	5	共完成新（改）建旅游厕所76座。得5分。
		设施建设达标率(5分）	新（改）建旅游厕所检查验收达标率为100%（含），得5分；100%＞达标率≥90%，得4分；90%＞达标率≥80%，得3分；80%＞达标率≥60%，得3分；低于60%，不得分。	5	5	根据《泉州市文化广电和旅游局关于呈报2019年旅游厕所验收情况的报告》,共完成新(改）建旅游厕所76座均验收通过。得5分。
	管理部门基础工作（10分）	行业培训(5分）	完成青年骨干导游专题培训培训人数不少于30人（含），得5分；30人＞培训人数≥25人，得3分；其余不得分。	5	5	一是举办闽西南五地青年骨干导游专题培训，其中泉州市参训人数为30人；二是举办泉州市古城（街区）文化旅游开发策划运营模式培训班。得5分。
		安全管理和市场治理（5分）	行业安全管理和市场治理相关对象无事故，得5分；每发现一处问题，扣0.5分，扣完为止。	5	5	一是共出动执法人员7291人次，有针对性地开展集中检查、错时检查以及“双随机检查”。二是通过设置文明旅游签名墙供游客签名留念等，加强游客文明行为的宣传引导。行业安全管理和市场治理相关对象无事故，得5分。
	旅游产业开发（10分）	旅游宣传与推介(6分）	宣传手段结合线上线下，得2分；其余情况不得分。	2	2	利用传统和新兴的媒体、线上和线下等多种方式来加强泉州文旅宣传。得2分。
			推介次数≥8次，得2分；7次＞推介次数≥5次，得1分；其余不得分。	2	2	赴江苏、浙江等重点客源开展落地推介11场，邀请马来西亚旅行社和媒体代表来泉考察采风。得2分。
			宣传手册印制数量≥1万本，得2分；1万本＞宣传手册印制数量≥8000本，得1分；其余的不得分。	2	2	印制《印象古泉州》、《海丝泉州自由行旅游攻略》等宣传手册一万本，发放到全市四星级及以上酒店房间和外出推介、主题节庆等活动。得2分。
		旅游商品开发与培育（4分）	旅游商品获奖（入选）数量超过1金1铜，得2分；其余情况的不得分。	2	2	泉州旅游商品在2019中国特色旅游商品大赛上获“1金4铜”。得2分。
			旅游商品获（入选）国家级优秀红色旅游文创产品奖，得2分；其余的不得分。	2	2	德化如瓷“国庆杯”荣获全国优秀红色旅游文创产品。得2分。
	“文旅+”产业融合（6分）	六大旅游产品培育情况(2分）	首批“六大旅游产品培育”数量≥15个（条），得2分；15个（条）＞首批“六大旅游产品培育”数量≥10个（条），得1分；其余不得分。	2	2	共有15个（条）通过首批认定工作（其中：特色文化旅游示范基地3个、旅游休闲集镇2个、旅游村3个、旅游度假区2个、旅游特色街区3个、特色旅游风景道2条）。得2分。

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准	分值	得分	说明
		省级观光工厂等培育情况（2分）	新增省级观光工厂数量≥4家，得2分；4家＞新增省级观光工厂数量≥2家，得1分；其余不得分。	2	2	新增省级观光工厂4家、省级养生旅游休闲示范基地1家、省级体育旅游休闲基地1家。得2分。
		发展乡村旅游情况（2分）	入选第一批全国乡村旅游重点村名录≥1家，得2分；其余情况不得分。	2	2	惠安县崇武镇大岞村入选第一批全国乡村旅游重点村名录，得2分。
效益（26分）	项目效益（26分）	经济效益(4分)	签约的20个文旅项目，投资额≥190亿元，得2分；190亿元＞投资额≥150亿元，得2分；其余不得分。	2	2	组织75家文创企业参加第十二届海峡两岸文博会，共签约文旅项目20个，投资额达196.68亿元。得2分。
			22个市重点在建旅游项目完成年度投资额≥30亿元，得2分；30亿元＞年度投资额≥20亿元，得1分；其余不得分。	2	2	22个市重点在建旅游项目完成年度投资额30.24亿元。得2分。
		可持续影响目标(4分)	①促进旅游收入同比增长18%以上，得2分，否则不得分。②促进旅游人数同比增长16%以上，得2分，否则不得分。	4	4	全年接待国内外游客7801.16万人次，比增17.1%；实现旅游总收入1312.68亿元，比增20.5%。促进旅游收入和人数持续增长。得4分。
		社会效益(4分)	全市2019年获评4A级旅游景区有1家以上（含）得2分；否则不得分。	2	2	永春北溪文苑生态旅游区获评国家4A级旅游景区，晋江紫帽山获评省级旅游度假区。新增7家2A级旅游景区。得2分。
			成为知名IP≥2个，得2分；2个＞年度投资额≥1个，得1分；其余不得分。	2	2	“泉州古城徒步穿越”和“闽南美好生活嘉年华”成为知名IP。得2分。
		环境效益(4分)	考核游客服务中心、停车场、厕所等基础设施的改善情况，有促进景区环境提升得2分，不变得50%；否则不得分。	4	4	全市共完成新（改）建旅游厕所76座。完成6家4A级以上景区标识标牌建设，有力促进景区环境提升。得4分。
		宣传效益(4分)	有通过中国旅游报、泉州晚报、中新社、官方微信微博、福州厦门地铁、北京机场、入泉欢迎短信等平台持续发出泉州声音，官方微信、微博、拼音、今日头条等累计全年阅读量超1000万以上（含），得2分。否则不得分。	2	2	通过中国旅游报、泉州晚报、中新社、官方微信微博、福州厦门地铁、北京机场、入泉欢迎短信等平台持续发出泉州声音，官方微信、微博、拼音、今日头条等累计粉丝超70万、全年阅读量超1000万。得2分。
			在市级主流媒体上公开宣传报道的，2篇以上（含），得2分。否则不得分。	2	2	在市级主流媒体上公开宣传报道了旅游“双十佳”评选活动等报道。得2分。
		满意度（6分）	获奖励企业政策满意度高，无质量投诉得3分。有1例投诉扣1分，扣完为止。	3	3	经调研，获奖励企业政策满意度高，游客满意度高，无质量投诉。得6分。
			游客满意度高，无质量投诉得3分。有1例投诉扣1分，扣完为止。	3	3	
合　计				100	92	
评价等级			☑优（S≧90）　☐良（90＞S≧80）☐中（80＞S≧60）　☐差（60<S）			

附件 2：实地调研情况