

# 山西省文化和旅游厅本级 2020 年度决算 目 录

## 第一部分 概况

一、本部门职责·····1

二、机构设置情况·····4

## 第二部分 2020 年度部门决算报表 ·····9

一、收入支出决算总表

二、收入决算表

三、支出决算表

四、财政拨款收入支出决算总表

五、一般公共预算财政拨款支出决算表（一）

六、一般公共预算财政拨款支出决算表（二）

七、一般公共预算财政拨款“三公”经费支出决算表

八、政府性基金预算财政拨款收入支出决算表

九、国有资本经营预算财政拨款支出决算表

十、部门决算公开相关信息统计表

## 第三部分 2020 年度部门决算情况说明

一、收入支出决算总体情况说明·····10

二、收入决算情况说明·····	10
三、支出决算情况说明·····	10
四、财政拨款收入支出决算总体情况说明·····	10
五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明·····	11
六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明·····	12
七、一般公共预算财政拨款“三公”经费支出决算情况说明·····	12
八、其他重要事项情况说明·····	13
<b>第四部分 名词解释</b> ·····	<b>41</b>
<b>第五部分 附件</b> ·····	<b>42</b>

# 山西省文化和旅游厅本级 2020年度决算

## 第一部分 概况

### 一、本部门职责

第一条贯彻落实党的文化工作方针政策，组织实施关于文化和旅游的法律法规，贯彻落实省委、省人民政府关于文化和旅游工作的决策部署，研究拟订文化和旅游政策措施，起草文化和旅游地方性法规、规章草案。

第二条统筹规划全省文化事业、文化产业和旅游业发展，制定发展规划和年度计划并组织实施。推进文化和旅游与相关领域的融合发展，推进文化和旅游体制机制改革。指导协调全省基层文化和旅游工作。

第三条管理全省性重大文化和旅游活动。指导省级重点文化设施建设和基层文化设施建设。组织全省旅游整体形象推广，促进文化产业和旅游产业对外合作和国际、国内市场推广。制定旅游市场开发战略并组织实施。提高旅游资源开发利用效能，指导、推进全域旅游，助推城镇化建设和新农村建设。

第四条指导、管理全省文艺事业，指导协调艺术创作生产，扶持体现社会主义核心价值观、具有导向性代表性示范性的文艺作品，推动各门类艺术、各艺术品种发展。

第五条负责公共文化事业发展，推进公共文化服务体系和旅游公共服务体系建设，深入实施文化惠民工程，统筹推进基本公共文化服务标准化、均等化。指导建立健全全省智慧旅游、旅游集散、旅游公共信息和咨询服务平台体系，推动旅游服务便利化。

第六条指导、推进文化和旅游科技创新发展，推动文化和旅游科技研究成果的推广应用。推进文化和旅游行业信息化、标准化建设。管理全省艺术教育、文化科技研究工作，指导艺术教育体制改革。拟订全省艺术教育、文化科技发展规划并组织实施。组织实施旅游区、旅游设施、旅游服务、旅游产品等方面的国家标准和行业标准，会同有关部门拟订全省旅游业的地方性标准并组织实施。

第七条贯彻落实国家有关非物质文化遗产保护政策，负责全省非物质文化遗产保护，拟订非物质文化遗产保护规划，组织实施非物质文化遗产的保护、传承、普及、弘扬和振兴。

第八条统筹规划文化产业和旅游产业，组织实施文化和旅游资源普查、挖掘、保护和利用工作，促进文化产业和旅游产业发展。指导重点旅游区域、旅游目的地和旅游线路的规划开发，引导休闲度假。负责对旅游景区、景点质量等级评定和公告。负责假日旅游、特种旅游和红色旅游工作。对从事编制旅游规划的单位进行资质认证管理。承担省人民政府旅游改革发展领导小组办公室的日常工作。指导培育文化和旅游新产品、新业态，组织构建旅游产业体系。对工艺美术进行行业管理。

第九条拟订全省文化和旅游市场发展规划，指导文化和旅游市场发展，对文化和旅游市场经营进行行业监管，推进文化和旅游行

业信用体系建设，依法规范文化和旅游市场。强化对全省旅游市场秩序和服务质量的综合监管，建立健全旅游综合协调、旅游案件联合查办、旅游投诉统一受理等综合监管机制，引导全社会文明旅游。监测旅游经济运行，负责旅游统计及行业信息发布。综合协调、监督管理旅游业安全，指导应急救援工作。管理公民出国（境）旅游、边境旅游，负责出境组团社的审核。

第十条负责文化和旅游行政审批工作。负责对文化类社会组织进行登记前审查、核准和日常管理、监督。指导文化和旅游行业组织的业务工作。

第十一条指导全省文化和旅游市场综合执法，组织查处全省性、跨区域文化、旅游等市场的违法行为，督查督办大案要案，维护市场秩序。

第十二条贯彻落实国家文化和旅游对外及对港澳台交流政策，指导、管理文化和旅游对外及对港澳台交流、合作和宣传、推广工作，组织实施重大文化和旅游对外及对港澳台交流活动，推动山西文化走出去。

第十三条制定并组织实施全省文化和旅游行业人才教育培训规划，组织实施从业人员职业资格制度和等级制度。

第十四条牵头办理与文物领域紧密相关的重要事项，与省文物局以联席会议制度进行协调协商。

第十五条承担省委、省人民政府交办的其他任务。

第十六条职能转变。省文化和旅游厅要加强公共服务和产业发展，推进文化和旅游体制机制改革。加强相关机构配合联动，优化

协同高效。转变管理理念，创新管理方式，发挥市场监管和行业自律作用。

## 二、机构设置情况

按照 2020 年决算报送口径，我部门共有 21 个二级预算单位单位纳入决算编制范围。其中有 17 个全额拨款单位，分别为：山西省文化和旅游厅本级、山西省文化和旅游厅政策研究中心、山西省文化和旅游厅创作室、山西省艺术档案馆、山西省文化和旅游厅财务核算管理中心、山西艺术职业学院、山西艺术职业学院附属中等艺术学校、山西戏剧职业学院、山西戏剧职业学院附属中等艺术学校、山西音乐舞蹈曲艺研究所、山西省戏剧研究所、山西书法院、山西省图书馆、山西省文化馆、山西画院、山西省非物质文化遗产保护中心、山西大剧院管理中心；3 个差额单位：山西省文化和旅游产业发展中心、山西省文化和旅游宣传教育中心、山西网络文化艺术中心；1 个自收自支单位，山西省旅游培训中心。以及 17 个内设机构，分别为：

### 1. 办公室

综合协调机关和直属单位行政业务工作，督促重大事项落实。拟订机关内部规章和年度工作计划。负责目标责任制考核工作。负责文电、会务、档案等机关日常运转工作。承担新闻宣传、政务公开、机要保密、信访、安全、综治等工作。编写山西文化和旅游信息，管理机关门户网站。

### 2. 机关党委

负责机关和直属单位党的建设工作。负责干部管理、监督、考

核工作。负责机关、直属单位和文化类社会组织的党群工作。负责机关和直属单位精神文明建设工作。

### 3.政策法规处

编制并组织实施文化和旅游立法规划，起草文化和旅游地方性法规、规章草案和规范性文件，统筹协调重要政策调研工作。开展法律法规宣传教育工作。负责依法行政、执法监督。承办机关行政处罚听证、行政复议、行政应诉、行政赔偿案件及其他法律事务

### 4.人事处（离退休人员工作处）

负责干部管理、监督、考核工作。负责机关和直属单位的人事劳资、机构编制等工作。拟订并组织实施人才队伍建设规划。承办艺术、图书资料、群众文化系列专业技术职称评审工作。负责定点扶贫工作。负责机关离退休人员工作，指导直属单位离退休人员工作。

### 5.财务处（内审处）

负责部门预决算和相关财政资金管理工作。负责机关财务、资产账务管理。负责机关和直属单位内部审计工作。负责、指导机关和直属单位政府采购、政府购买服务、绩效管理、内控建设工作。指导、监督文化旅游建设项目资金管理。负责、指导机关和直属单位基本建设、国有资产监管。指导全省文化和旅游建设项目申报。组织协调对口支援工作。

### 6.改革发展处

拟订全省文化和旅游发展战略及中长期发展规划，统筹全省文化和旅游业改革发展工作，承担文化和旅游领域体制机制改革工

作。承担省人民政府旅游改革发展领导小组的日常工作。负责全省旅游工作的综合协调和联络。指导、推进全域旅游。负责全省文化和旅游统计工作、数据分析及行业信息发布。承担旅游经济运行监测、假日旅游工作。承担山西省清理和规范庆典研讨会论坛活动暨评比达标表彰工作领导小组节庆活动的日常工作。

## 7.艺术处

拟订全省音乐、舞蹈、戏曲、戏剧、美术等文艺事业发展规划和扶持政策并组织实施。扶持体现社会主义核心价值观、具有导向性代表性示范性的文艺作品和代表省级水准及地方特色的文艺院团。指导艺术创作与生产，推动各门类艺术、各艺术品种发展。指导全省文化惠民演出工作。参与国有文艺院团改革工作。协调全省性艺术展演、展览以及重大文艺活动。指导直属艺术单位业务建设。

## 8.公共服务处

拟订全省文化和旅游公共服务政策及公共文化事业发展规划并组织实施。承担公共文化服务和旅游公共服务、乡村振兴的指导、协调和推动工作。拟订文化和旅游公共服务标准并组织实施。指导群众文化、未成年人文化和老年文化等工作。指导图书馆、文化馆（站）事业和基层综合性文化服务中心建设。指导公共数字文化建设和古籍保护工作。指导、协调全省性重大社会文化活动和基层群众文化活动。

## 9.科技教育处

拟订全省文化和旅游科技创新发展规划和年度计划并组织实施。组织开展文化和旅游科研工作及成果推广。组织协调文化和旅



游行业信息化、标准化工作。指导文化和旅游装备技术提升。指导文化艺术和旅游院校共建和行业职业教育工作

#### 10.非物质文化遗产处

拟订全省非物质文化遗产保护政策和规划并组织实施。组织开展全省非物质文化遗产保护工作。承办国家级非物质文化遗产代表性项目及传承人的审核推荐和省级非物质文化遗产代表性项目及传承人的评审工作。指导、组织非物质文化遗产展览、展示、演出等重大活动。指导非物质文化遗产专题博物馆、数字博物馆、民俗博物馆、工艺美术馆、各类非物质文化遗产传习所与展示中心等业务和建设工作。指导非物质文化遗产调查、记录、确认和建立名录。组织非物质文化遗产研究、宣传和传播工作。推进文化生态保护区建设。促进传统工艺振兴。

#### 11.产业发展处

拟订全省文化产业、旅游产业政策和发展规划并组织实施。指导、促进全省文化产业相关门类和旅游产业及新型业态发展。推动产业投融资体系建设。促进文化、旅游与相关产业融合发展。组织编制全省文化和旅游重点设施及建设项目规划。指导省级重点及基层文化和旅游设施建设。指导文化产业园区、基地建设。督促重大文化和旅游产业项目实施。负责行业扶贫工作。指导旅游商品研发和管理工作,指导旅游演艺开发等工作。对工艺美术进行行业管理。

#### 12.资源开发处

承担文化和旅游资源普查、规划、开发和保护。指导重点旅游区域、目的地、线路的规划和乡村旅游、休闲度假旅游发展。指导

文化和旅游产品创新及开发体系建设。指导省级文化公园建设。承担红色旅游相关工作。负责对旅游景区、景点质量等级评定和公告。

### 13.宣传推广处

拟订全省文化和旅游宣传推广战略并组织实施。统筹指导国内文化和旅游市场开发，制定全省文化和旅游市场开发计划并组织实施。推进全省文化和旅游营销体系建设。承担组织协调全省文化和旅游整体形象的策划宣传和品牌建设、文化和旅游产品、优秀作品、优质资源和旅游线路的宣传推广工作。组织开展文化和旅游市场跨区域合作，组织参加重大文化交流和旅游推介。承担策划并组织实施全省性大型文化旅游节庆活动。

### 14.市场管理处

拟订文化和旅游市场政策发展规划并组织实施。拟订文化和旅游市场监管制度，对市场经营活动进行行业监管，规范旅游企业和从业人员的经营和服务行为。承担文化和旅游行业信用体系建设工作。组织实施文化和旅游市场经营场所、设施、服务、产品等标准。综合协调全省文化和旅游市场秩序和服务质量的监督管理。负责公民出国（境）旅游、边境旅游有关工作。监督、指导主管社会组织业务工作。综合协调、监督管理旅游安全，指导应急救援工作。指导从业人员职业资格管理工作。

### 15.行政审批管理处

负责本部门行政审批制度改革相关工作，负责本部门政务服务管理工作，负责本部门具有审批性质行政职权事项的受理、办理或牵头组织联审联办工作，指导本系统行政审批制度改革工作。

## 16.文化和旅游市场综合执法监督局

拟订文化和旅游市场综合执法工作标准和规范并监督实施。指导、监督全省文化和旅游市场综合执法工作。组织跨区域执法协作、重大案件查处。统筹文化和旅游市场综合执法队伍建设，组织执法工作绩效考评。负责执法人员资格及执法证件管理工作。组织开展文化和旅游市场专项整治行动，监督落实文化和旅游市场监管制度。组织协调文化和旅游市场举报案件办理工作。协调联系出版、广播电视、电影、文物等相关部门市场执法工作。承担省文化市场管理工作领导小组办公室日常工作。

## 17.交流与合作处（港澳台办公室）

指导、管理文化和旅游对外及对港澳台交流和宣传推广工作。审核、报批对外及对港澳台交流项目。组织开展对外及对港澳台的文化 and 旅游交流活动，推动山西文化走出去。

## 第二部分 2020 年度部门决算报表（附后）

一、收入支出决算总表

二、收入决算表

三、支出决算表

四、财政拨款收入支出决算总表

五、一般公共预算财政拨款支出决算表（一）

六、一般公共预算财政拨款支出决算表（二）

- 七、一般公共预算财政拨款“三公”经费支出决算表
- 八、政府性基金预算财政拨款收入支出决算表
- 九、国有资本经营预算财政拨款支出决算表
- 十、部门决算公开相关信息统计表

### 第三部分 2020 年度部门决算情况说明

#### 一、收入支出决算总体情况说明

2020 年度收入总计 27821.83 万元、支出总计 28417.12 万元。与 2019 年相比，收入总计减少 4791.15 万元，下降 14.69%，支出总计减少 4455.07 万元，下降 13.55%。主要原因是财政收入减少，年中压减资金，且受疫情影响，部分境外宣传推广项目无法实施，财政年末收回未执行完成资金。

#### 二、收入决算情况说明

2020 年度收入合计 27821.83 万元，其中：财政拨款收入 27767.36 万元，占比 99.80%；其他收入 54.47 万元，占比 0.20%。

#### 三、支出决算情况说明

2020 年度支出合计 28417.12 万元，其中：基本支出 2883.13 万元，占比 10.15%；项目支出 25533.99 万元，占比 89.85%。

#### 四、财政拨款收入支出决算总体情况说明

2020 年度财政拨款收入总计 27767.36 万元、支出总计 28333.83 万元。与 2019 年相比，财政拨款收入总计减少 4836.64 万元，下

降 14.83%，财政拨款支出总计减少 4537.96 万元，下降 13.81%。主要原因是财政收入减少，年中压减资金，且受疫情影响，部分境外宣传推广项目无法实施。

## 五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明

### （一）财政拨款支出决算总体情况

2020 年度财政拨款支出 27861.63 万元，占本年支出合计的 98.05%。与 2019 年相比，财政拨款支出减少 3562.96 万元，下降 13.81%。主要原因是受财政收入减少及疫情影响，按照财政统一要求，压减收回未执行完毕资金。其中，人员经费 2376.88 万元，占比 8.53%，日常公用经费 493.77 万元，占比 1.77%。

### （二）财政拨款支出决算结构情况

2020 年度财政拨款支出 27861.63 万元，主要用于以下方面：文化旅游体育与传媒（类）支出 27382.87 万元，占 98.28%；社会保障和就业（类）支出 370.48 万元，占 1.33%；卫生健康（类）支出 106.27 万元，占 0.38%；其他（类）支出 2.02 万元。

### （三）财政拨款支出决算具体情况

文化旅游体育与传媒支出年初预算 29569.94 万元，支出 27382.87 万元，完成年初预算 92.60%，用于行政运行、文化活动、群众文化、文化创作与保护、旅游宣传、文化和旅游行业管理、其他文化与体育传媒等，较 2019 年减少 1215.10 万元，下降 3.95%，主要原因是财政收入减少，年中压减资金，且受疫情影响，部分境外宣传推广项目无法实施。社会保障和就业支出年初预算 283.00

万元，支出 370.48 万元，完成年初预算 130.91%，较 2019 年增加 46.06 万元，上升 14.20%，主要原因是人员变动，引起该项资金与以前年度相比有变化。卫生健康支出年初预算 114.41 万元，支出决算 106.27 万元，完成年初数的 92.89%，用于人员经费，较 2019 年减少 5.2 万元，下降 4.35%，主要原因是人员变动，引起该项资金与以前年度相比有变化。

## 六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明

2020 年度财政拨款基本支出 2870.64 万元，其中：人员经费 2376.88 万元，主要包括工资福利支出 2254.26 万元、对个人和家庭的补助 122.62 万元；公用经费 493.77 万元。

## 七、一般公共预算财政拨款“三公”经费支出决算情况说明

### （一）“三公”经费财政拨款支出决算总体情况说明。

2020 年度“三公”经费财政拨款支出预算 225.96 万元，支出决算 16.91 万元，完成预算的 7.48%，比 2019 年减少 125.15 万元，下降 97.13%。

### （二）“三公”经费财政拨款支出决算具体情况说明。

1、本年度因公出国（境）费预算数 120.57 万元，受疫情影响，未支出该项经费。

2、本年度公务用车运行费预算数 32 万元，实际支出 15.39 万元，比 2019 年减少 0.96 万元，下降 5.87%。

3、本年度公务接待费预算数 73.39 万元，实际支出 1.52 万元，共接待国内公务 13 批 72 人次。比 2019 年减少 2.59 万元，下降

63.02%。

## 八、其他重要事项情况说明

### （一）机关运行经费支出情况说明

2020年机关运行经费支出493.77万元，比2019年减少151.97万元，降低23.53%。主要原因是主要原因是年中压减一般公共预算资金，严格控制机关运行经费支出。

### （二）政府采购情况说明

2020年度政府采购支出总额15005.96万元，其中：政府采购货物支出998.65万元、政府采购工程支出140.87万元、政府采购服务支出13866.44万元。政府采购授予中小企业合同金额14313.86万元，占政府采购支出总额的95.39%。其中：授予小微企业合同金额8540.15万元，占政府采购支出总额的56.91%。

### （三）国有资产占用情况说明

截至2020年12月31日，本部门共有车辆7辆。其中，主要领导干部用车2辆、机要通信用车1辆、应急保障用车2辆、离退休干部用车2辆；单价50万元（含）以上的通用设备1台（套）。

### （四）预算绩效情况说明

**预算绩效管理工作的开展情况。**根据预算绩效管理要求，我单位组织对2020年度省级财政预算安排的专项资金类和300万元以上的经费补助类27个项目支出全面开展绩效自评，涉及预算资金34452.70万元，占一般公共预算项目支出总额的85.7%。组织对2020年度县级文化设施标准化建设项目政府性基金预算项目支出开展

绩效自评，共涉及预算资金 2635 万元，占政府性基金预算项目支出总额的 100%。

(1) 部门决算中项目绩效自评结果：我部门今年在部门决算中反映全省艺术创作资金（省级）、山西省传统工艺美术保护发展资金（省级）及旅游厕所建设三个项目绩效自评结果。

#### 项目一：

全省艺术创作资金（省级）项目绩效自评综述：根据年初设定的绩效目标，项目自评得分为 98.40 分。全年预算数为 650.00 万元，执行数为 649.98 万元，完成预算的 100%。项目绩效目标完成情况：2020 年全省文化艺术创作费（省级）主要分为 4 个方面，一是舞剧《太行山上》、晋剧《我们村里的年轻人》、话剧《东征！东征！》《路》、晋剧现代戏《向阳花开》、话剧《路》5 个剧目的创作、加工修改和排练；二是全省群众文艺作品《保姆县长》《山西好风光》2 部作品的进一步打磨提升和排演、2020 年全省群众文艺作品创作；三是山西书法院“溯源问道”第十八届山西省书法临摹展暨“晋书风流”第二届书法院双年展、山西画院 2020 年创作系列活动；四是 2020 年《中国戏曲剧种全集·山西剧种》编撰、督导等工作经费。全年预算 650 万元，实际支出 649.98 万元，预算执行率近 100%。发现的主要问题及原因：2020 年突如其来的新冠疫情，影响了山西省话剧院整体创排计划，为了严格落实党中央、省委省政府及上级部门有关疫情防控的要求，减少聚集，话剧《东征》的创排时间被迫延后。

#### 项目二：



山西省传统工艺美术保护发展资金(省级)项目绩效自评综述:根据年初设定的绩效目标,项目自评得分为96.55分。全年预算数为121.60万元,执行数为118.60万元,完成预算的97.53%。项目绩效目标完成情况:2020年山西省传统工艺美术保护发展资金(省级)主要用于山西艺术职业学院申报的山西省工艺美术大师展示(博物)馆建设、“山西三宝”品牌建设。其中,山西省工艺美术大师展示(博物)馆是由山西艺术职业学院于2019年底申报成功、负责具体建设工作,我厅对项目预算经费的推进、使用以及项目建设的进度进行及时跟踪和监督;“山西三宝”是2019年12月5日省委书记楼阳生在巡视山西省第四届文博会会场时指出,珐华器、推光漆器、澄泥砚是当之无愧的“山西三宝”,并强调,要把“山西三宝”推向国际,进一步弘扬传承传统文化,壮大文化产业。随后,山西省2020年的政府工作报告明确指出:重点提升“山西三宝”等工美产品影响力,加快发展千亿元特色优势文化产业。9月4日至9月9日,“山西三宝”首次走出省域,亮相2020年中国国际服务贸易交易会文化贸易专题的第十五届北京文博会,在国家级展会的平台上向中外来客绽放光华,展示山西非遗技艺的恒久魅力,呈现山西塑造品牌引领文化产业发展的新风貌,传递山西文旅融合发展的新气象。预算执行方面,2020年本项目全年预算121.60万元,实际支出118.60万元,预算执行率97.53%。发现的主要问题及原因:2020年我厅严格按照山西省人民政府办公厅《关于印发山西省振兴工艺美术行业工作方案的通知》(晋政办发〔2020〕21号)和山西省财政厅、山西省文化和旅游厅《关于印发山西省传统

工艺美术保护发展资金管理办法》(晋财建〔2020〕31号)文件要求开展工作，本次绩效自评中未发现项目管理中存在的问题。

### 项目三：

旅游厕所建设项目绩效自评综述：根据年初设定的绩效目标，项目自评得分为96分。全年预算数为1000万元，执行数为1000万元，完成预算的100%。项目绩效目标完成情况：2020年中央下达任务500座，我省超额完任务，共完成649座的新建和改建工作，完工率达129.8%，目前已完成旅游厕所百度地图上线率为92.56%，进一步满足了游客需要；截至2020年12月31日，全年共到位预算资金1200万元，实际支出1200万元，预算执行率100%。发现的主要问题及原因：1.名称标识设计不规范，个别厕所建设未达到拟建等级标准。厕所标识系统不规范，名称叫法众多，较为混乱；家庭卫生间设计建造较少，个别厕所内部设施不健全，缺少残疾人配套设施，空间面积不达标，AA级以下厕所水电管线暗装程度低。2.后期管理维修不到位，影响旅游厕所服务质量。卫生值班制度执行不严格，巡查巡检缺失，对于设施设备损坏、卫生纸洗手液更换、墙面广告清理、下水道疏通等问题处理不及时，影响旅游厕所整体服务功能和服务效果。

(2) 部门评价项目绩效评价结果。

### 项目一：

2020年“五个一批”群众文化惠民工程及  
省级购买公共演出服务项目绩效评价报告

根据《中华人民共和国预算法》规定，按照《中共山西省委 山西省人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》(晋发〔2018〕39号)、山西省财政厅《省级项目支出绩效评价管理办法》(晋财绩〔2020〕17号)等有关要求，受山西省财政厅委托，山西守道文旅科技有限公司对2020年“五个一批”群众文化惠民工程及省级购买公共演出服务项目开展了绩效评价，现将有关情况报告如下。

## 一、基本概况

### (一) 项目背景

为满足人民群众日益增长的精神文化需求，山西省文化和旅游厅(以下简称“文旅厅”)从2015年开始实施“省级购买公共演出服务”项目。为进一步完善城乡公共文化服务体系，山西省人民政府在2017年《政府工作报告》中将“免费送戏下乡一万场”列入全省民生实事之一，在2020年《政府工作报告》中进一步将“免费送戏下乡一万场”活动扩展提升为“五个一批”群众文化惠民工程。为落实省政府2020年民生实事，省文旅厅于2020年2月实施“五个一批”群众文化惠民工程及省级购买公共演出服务项目。

### (二) 项目内容

“五个一批”群众文化惠民工程，指塑造一批群众文化惠民服务品牌，培育一批乡村群众文艺队伍，挖掘一批乡土文化能人艺人，培养一批乡村文化带头人，配送一批专业文艺演出。省级购买公共

演出服务，指由省财政出资购买优秀演艺剧节目，向全省广大人民群众提供免费或低票价的公益性演出活动。

### （三）项目目标

通过实施“五个一批”群众文化惠民工程及省级购买公共演出服务项目，积极打造 20 项省级群众文化服务品牌，培育 4000 支乡村群众文艺队伍，挖掘 2000 名乡土文化能人艺人，培养 4000 名乡村文化带头人，省级购买送戏下乡演出 400 场，省级购买惠民演出 476 场，变“送”文化为“种”文化“兴”文化，充分发挥公共财政在公共文化服务体系建设中的支撑作用，更好地保障人民群众基本文化权益。

### （四）项目执行情况

#### 1.资金投入及使用情况

2020 年“五个一批”群众文化惠民工程及省级购买公共演出服务项目总预算 3917 万元，其中：群众文化服务品牌 600 万元，乡村文艺队伍 480 万元，乡土文化能人艺人 117 万元，乡村文化带头人 320 万元，省级购买送戏下乡 1100 万元，省级购买惠民演出 1300 万元。

截至 2020 年 12 月 31 日，项目经费年度执行总数 3441.42 万元，省财政收回 200 万元，执行率为 92.59%。其中，群众文化服务品牌预算执行率为 91.73%；乡村群众文艺队伍预算执行率为 82.21%，乡土文化能人艺人预算执行率为 63.59%，乡村文化带头人预算执行率为 84.44%，省级购买送戏下乡预算执行率为 100.00%，省级购买惠民演出预算执行率为 95.62%。资金剩余主要原因是部分

乡村群众文艺队伍、乡土文化能人艺人和乡村文化带头人没有完成群众文化活动现场任务。

## 2.效益实现情况

通过实施 2020 年“五个一批”群众文化惠民工程及省级购买公共演出服务项目，切实提升基层文化人才队伍整体文化素养，丰富广大群众精神文化生活，促进优秀传统文化传播和创新。一是群众文化服务品牌全年开展群众文化活动 2468 场，带动市县两级开展群众文化活动进基层巡演，受益群众 716.31 万人次。

二是乡村群众文艺队伍全年开展群众文化活动 121560 场，激发当地群众参与文化活动的热情，受益群众 1170.89 万人次。三是乡土文化能人艺人全年开展培训、技艺传承活动 26350 场，促进当地优秀传统文化的传承和发展，受益群众 156.47 万人次。四是乡村文化带头人全年组织群众文化活动 51555 场，引导群众积极投身乡村文化建设和文明实践，受益群众 48.01 万人次。五是省级购买送戏下乡演出 623 场，其中 36 个国定贫困县演出 359 场，保障农村群众基本文化权益，受益群众 31.37 万人次。

六是省级购买惠民演出 357 场，拓宽文艺院团的演出市场和收入来源，丰富基层群众的精神文化生活，受益群众 18.58 万人次。

## 二、绩效评价工作情况及评价结论

### （一）评价范围和目的。

此次评价对 2020 年“五个一批”群众文化惠民工程及省级购买公共演出服务项目的执行情况和资金使用情况进行全面绩效评价。通过对项目全面系统梳理和分析，总结经验、发现问题，形

成项目总体认识和评价结论，为部门科学决策、规范管理提供参考，为下一步预算资金安排提供依据。

## （二）评价指标体系。

依据《财政部关于印发<项目支出绩效评价管理办法>的通知》（财预〔2020〕10号）文件规定，本次评价从决策、过程、产出和效益4个方面对6个项目进行指标细化和分值设定。其中，决策（20分）包含项目立项、绩效目标和资金投入3个二级指标，重点关注项目绩效目标设定、预算编制和资金分配情况。过程（20分）包含资金管理和组织实施2个二级指标，重点关注预算执行、资金使用和制度执行情况。产出（30分）包含产出数量、产出质量、产出时效和产出成本4个二级指标，重点核实产出数量是否达到设定目标、产出质量是否符合设定标准。效益（30分）包含经济效益、社会效益和满意度3个二级指标，重点关注项目在推动群众文化活动开展、激发群众参与热情、倒逼院团市场化改革、提高院团演出收入等方面发挥的实际作用，及项目负责人和受益群众的满意度情况。三级指标根据6个项目特点具体设定。

## （三）评价方法及实施。

本次评价采用实地调研、电话调查相结合的形式开展，评价工作组先后走访太原、晋中、忻州、朔州、大同、阳泉、吕梁、长治、晋城9个地市37个市县两级文旅局，通过电话调查839名项目负责人和368名基层单位负责人。本次绩效评价遵循“科学公正、统筹兼顾、激励约束、公开透明”的原则，采用比较法、成本效益分

析法、公众评判法、文献研究法等分析方法，对 6 个项目从决策、过程、产出和效益 4 个方面进行综合评价，并以各个项目经费占比作为权重系数，对 2020 年“五个一批”群众文化惠民工程及省级购买公共演出服务项目进行综合评价。

#### （四）评价结论。

2020 年“五个一批”群众文化惠民工程及省级购买公共演出服务项目绩效评价得分为 92.15 分，绩效级别评定为“优”。其中，群众文化服务品牌 95.99 分，乡村群众文艺队伍 91.77 分，乡土文化能人艺人 92.51 分，乡村文化带头人 94.75 分，省级购买送戏下乡 95.05 分，绩效级别都评定为“优”；省级购买惠民演出 86.53 分，绩效级别评定为“良”。评价认为，“五个一批”群众文化惠民工程超额完成年度任务，不仅盘活了基层文化人才，也盘活了基层文化阵地，实现了由“送文化”到“种文化”的转变；省级购买惠民演出，增加了演出品牌，拓宽了演出舞台，扩大了院团演出市场和公益性演出受益面。同时评价也发现，项目存在实施方案不够细化、预算编制不够科学、效益指标设置不够明确、绩效监督机制不够健全等问题。

### 三、绩效评价指标完成情况

（一）决策指标分析。该指标 20 分，其中群众文化服务品牌评价得分 18 分，乡村群众文艺队伍评价得分 17 分，乡土文化能人艺人评价得分 17 分，乡村文化带头人评价得分 18 分，省级购买送戏下乡评价得分 17 分，省级购买惠民演出评价得分 17 分。该项目

是落实省政府民生工程的重要举措，立项依据充分、程序规范、绩效目标合理，但效益指标设置不合理，预算编制不够科学。

（二）过程指标分析。该指标 20 分，其中群众文化服务品牌评价得分 18.09 分，乡村群众文艺队伍评价得分 17.61 分，乡土文化能人艺人评价得分 16.68 分，乡村文化带头人评价得分 17.72 分，省级购买送戏下乡评价得分 20 分，省级购买惠民演出评价得分 16.78 分。“五个一批”群众文化惠民工程项目实施方案可操作性较强，数字化管理促进项目实施规范化，项目资金拨付具有完整的审批程序和手续，但省级购买惠民演出项目存在资金支付流程不规范问题。

（三）产出指标分析。该指标 30 分，其中群众文化服务品牌评价得分 29.9 分，乡村群众文艺队伍评价得分 28.76 分，乡土文化能人艺人评价得分 29.72 分，乡村文化带头人评价得分 29.74 分，省级购买送戏下乡评价得分 30 分，省级购买惠民演出评价得分 25.11 分。“五个一批”群众文化惠民工程项目整体产出较好，超额完成群众文化活动场次任务。受疫情影响，省级购买惠民演出任务没有全面完成。

（四）效益指标分析。该指标 30 分，其中群众文化服务品牌评价得分 30 分，乡村群众文艺队伍评价得分 28.4 分，乡土文化能人艺人评价得分 29.11 分，乡村文化带头人评价得分 29.30 分，省级购买送戏下乡评价得分 28.05 分，省级购买惠民演出评价得分 27.63 分。项目实施丰富了群众精神文化生活，群众满意度较高；



推动了群众文化活动的开展，拓宽了文艺院团的演出范围，产生良好的社会效益和经济效益。

#### 四、存在的问题

##### （一）群众文化惠民工程实施方案不够细化

一是没有明确文艺小分队补充退出机制，市县文旅局面对中途解散的小分队往往无章可循。二是没有明确由谁承担“三统一”相关费用，导致各地区实际补贴水平差距明显。三是没有明确各级财政配套比例，很难争取到市县两级财政资金。四是没有明确绩效监督措施，导致市县两级督查工作落实不到位。五是明确经费发放流程，导致各地区经费发放方式差异明显。

##### （二）部分项目预算编制不科学、分配不公平

每个乡村群众文艺队伍补贴资金 1200 元，要求开展 30 场群众文化活动，补贴资金水平与任务量匹配度不高。乡土文化能人艺人按每个县 1 万元标准进行补贴，每个县乡土文化能人艺人数量不同，出现乡土文化能人艺人任务相同但补贴资金不同问题。

##### （三）绩效目标中效益指标设置不够明确

群众文化惠民工程绩效目标表中设置的满足基层群众精神文化生活、丰富基层公共文化人才队伍、扩大群众文化惠民工程覆盖面等效益指标，无法量化分析。省级购买公共演出服务项目绩效目标表中设置的演出收入增长率、演出场次增长率、观众人次增长率等效益指标，存在基期、报告期口径不一致问题。

##### （四）部分项目活动场次任务完成不够及时

影响群众文化惠民工程产出时效因素较多，如部分乡村群众文艺队伍稳定性差、部分项目负责人忙于农活或外出务工、部分项目负责人无法将活动资料上传至云平台、部分乡村没有文体广场等。受新冠疫情影响，文艺轻骑兵文化援疆惠民演出、2021“两节”优秀剧目展演和省级常态化惠民演出都没有按时完成演出场次任务。

#### （五）省级购买惠民演出资金支付流程不规范

省级购买惠民演出，是采购后，签订合同，然后全额直接支付，资金支付流程与《山西省省级购买公共演出服务方案（试行）》要求不符。

### 五、相关建议

#### （一）“五个一批”群众文化惠民工程相关建议

一是建议项目单位健全项目绩效监督机制，加大项目资金和项目实施监管力度，做到每季度末组织随机抽查，年中集中督查，年底统一考核，确保任务圆满完成；制定《山西省群众文化惠民工程实施细则》，进一步细化项目评选条件、资金使用程序、群众文化活动管理等内容；明确省市县三级财政补贴比例，明确“三统一”经费来源，加大补贴力度，特别是提高乡村群众文艺队伍补贴水平；合理测算基层文化人才规模，确保群众文化惠民工程任务分配均衡合理，减轻常住人口较少地区的申报任务；建立实效性数据分析机制，以数字化促进文化惠民工程规范化。二是项目单位应组织专业技术人员为乡土文化能人艺人、乡村文化带头人等开展专业技术培训，组织专业院团与乡村群众文艺队伍结对帮扶，切实提高基层文化人才队伍的专业水平；加大对表现突出单位和个人的表彰力度，

并颁发荣誉证书，进一步激励基层文化人才深入群众、扎根基层，开展群众文化活动。三是市县文旅局加强与本级财政部门沟通交流，明确专项资金的用途、使用范围、分配办法、报账手续等内容；组织文艺小分队参与政府组织开展的各类大型群众文化活动，为他们提供更为广阔的舞台。

## （二）省级购买公共演出服务相关建议

一是建议项目单位制定《山西省省级购买公共演出服务方案》和《山西省省级购买公共演出服务实施细则》，规范省级购买公共演出服务。二是加强对项目实施的管理，持续开展省级购买公共演出服务成本监测核算，掌握各类演出实际开支情况，并适时合理调整购买价格和补助标准；对省级购买公共演出服务实施数字化管理，通过文化云平台实现对演出单位的动态监管。三是项目单位应定期开展公共演出服务群众需求调查，明确各县（市、区）庙会时间及群众文化需求差异，确保演出时间和内容都满足群众需求。

## 项目二：

### 2020年三大板块宣传推介经费 绩效评价报告

## 一、基本情况

### (一) 项目概况

#### 1. 项目背景

2017年9月，国务院印发《关于支持山西省进一步深化改革促进资源型经济转型发展的意见》，提出实施产业转型升级行动，明确了文化旅游业在山西省转型发展中的“排头兵”地位，积极推进全域旅游示范区建设，推动文化旅游融合发展，打造文化旅游支柱产业，支持有条件的市县创建国家级旅游业改革创新先行区。

2017年9月21日，时任山西省委副书记、省长楼阳生在省旅游发展大会上提出：大力推动文化旅游融合发展，把文化旅游业培育成全省战略性支柱产业，在继续做优五台山、云冈石窟、平遥古城三大旅游品牌的同时，全力打造黄河、长城、太行三大旅游板块。

2020年山西省政府工作报告中提出：深化文旅融合发展，加快建设文化旅游强省。统筹文化事业和文化旅游产业发展，提升山西文化旅游美誉度和影响力，增强文化软实力。做强黄河长城太行三大品牌。

2020年5月11日，习近平总书记在云冈石窟考察时深刻指出：要让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程。

为全面贯彻党的十九大精神，认真落实国务院支持山西转型综改的决策部署，推动山西省旅游产业发展，贯彻省委省政府关于打造黄河、长城、太行“三大板块”旅游新品牌，切实将文化旅游业培育成山西省转型发展战略支柱产业的决策精神，省文旅厅推进文化和旅游与相关领域的融合发展，开展山西省“三大板块”旅游品

牌宣传推介项目，加快打造代表“三大板块”文旅形象的龙头景区和特色线路，全面提升山西文旅的知名度和美誉度，吸引更多游客入晋旅游，使人们在旅游中感悟三晋文化，增强文化自信，向外全面展现山西丰富的旅游资源。

## 2.项目主要内容

山西省“三大板块”旅游品牌宣传推介项目设立于2018年，属于延续项目。2018年-2020年山西省“三大板块”旅游品牌宣传推介项目涉及宣传推广类、规划编制类、市场管理类、招商引资类、培训提升类、产品打造类6类项目。从3年资金预算情况看，项目资金逐渐由宣传推广类转向产品打造类。

山西省“三大板块”旅游品牌宣传推介专项资金是由省级财政年度预算安排用于支持黄河、长城、太行“三大板块”旅游新品牌打造的资金，包括境内外“三大板块”旅游品牌媒体宣传，境内外“三大板块”旅游品牌推介活动，“三大板块”招商活动，“三大板块”旅游规划编制，“三大板块”宣传片（品）拍摄、制作，“三大板块”沿线大型旅游宣传主题活动，其他“三大板块”旅游品牌塑造等内容。

## 3.项目实施情况

2020年“三大板块”旅游品牌宣传推介项目涉及6类76个项目，完成项目60个，未完成项目7个，取消项目9个。其中：宣传推广类项目计划完成33个、实际完成31个、未完成1个、取消1个；规划编制类项目计划完成7个、实际完成4个、未完成3个；市场管理类项目计划完成7个、实际完成6个、未完成1个；招商

引资类项目计划完成 1 个、实际完成 1 个；培训提升类项目计划完成 14 个、实际完成 6 个、因压减资金原因取消 8 个；产品打造类项目计划完成 14 个、实际完成 12 个、未完成 2 个。

#### 4.项目资金投入和使用情况

##### (1) 项目资金投入情况

《山西省财政厅关于批复 2020 年省直部门预算及做好预算公开工作的通知》(晋财省直预〔2020〕3 号),明确“三大板块”当年预算总额为 10000 万元,全部为省级财政资金;2020 年 3 月,《山西省财政厅关于同意省文旅厅调整 2020 年部分专项资金用途的函》(晋财文〔2020〕8 号),调减年初预算 398.8 万元;调整后,“三大板块”旅游品牌宣传推介项目 2020 年度预算资金为 9601.20 万元。

##### (2) 项目资金使用情况

2020 年 6 月,省文旅厅按照《山西省财政厅关于省直部门带头过“紧日子”严格支出管理的通知》(晋财省直预〔2020〕12 号)文件要求,压减“三大板块”差旅费、会议费、培训费等共计 311.82 万元,实际到位资金 9289.38 万元,占年度预算总额 96.75%;实际支出资金 8321.67 万元,结余资金 967.71 万元,实际支出占实际到位资金 89.58%。

## (二) 项目绩效目标

### 1. 总体目标

建成全国全域旅游示范省。山西省市县三级全域旅游示范区创建体系完善,将黄河、长城、太行三大旅游品牌打造成国际知名、

国内一流的全域旅游目的地，进一步提升山西旅游在国际、国内旅游市场的知名度和综合影响力；构建起布局合理、结构合理、功能互补、设施完善、实力显著增强的全域旅游产业体系，使文化旅游产业成为山西省转型发展的新引擎新支柱。

旅游环境显著改善。山西省“城景通、景景通”旅游公路网以及方便快捷的航空网络、铁路网络支撑体系更趋完善。旅游集散、指示标识、绿道、步道等旅游公共服务体系基本完备，形成城乡协同、共建共享、宜居宜游的美好旅居环境。旅游监管服务平台更加健全，旅游综合执法得到加强。

旅游品牌形象显著提升。五台山、平遥古城、云冈石窟三大世界遗产成为世界知名旅游目的地，品牌形象明显提升；红色经典、宗教古建、晋商文化、寻根问祖、黄河风情、太行山水、吕梁风光等旅游产品特色更加明显，畅销海内外；“华夏古文明 山西好风光”品牌知名度、美誉度极大提升。

## 2. 阶段性目标

为增强山西省“三大板块”旅游资源的知名度和美誉度，2020年计划在央视投放广告覆盖30个省，外省入晋欢迎短信覆盖达到98%，开展三大板块文旅公共服务培训人次400次等活动，通过多样的国内外宣传手段和宣传活动，促进山西省旅游收入增长，提升山西省“三大旅游板块”知名度，增强宣传活动群众满意度。

6类项目的阶段性目标如下：

(1) 宣传推广类项目：旅游宣传推广活动数量 $\geq 3$ 个，活动项目完成率达到100%；旅游宣传推广活动举办场次 $\geq 3$ 场，活动举办

完成率达到 100%；旅游宣传推广活动参与场次 $\geq 3$ 场，活动参与场次完成率达到 100%；旅游宣传推广活动参与人次 $\geq 100$ 人次/场，活动参与人次达标率达到 100%；旅游宣传推广活动参与企业数量 $\geq 10$ 家/场，活动参与企业数量达标率达到 100%；旅游宣传推广活动完成时限在 2020 年 12 月 31 日前，活动完成及时率达到 100%；旅游宣传片拍摄数量 $\geq 3$ 个，宣传片拍摄完成率达到 100%；宣传推广活动涉及媒体类型 $\geq 4$ 个；宣传片拍摄验收合格率达到 100%；播放信息差错率 $\leq 1\%$ ；宣传推广活动参与企业满意度 $\geq 85\%$ 。

(2) 规划编制类项目：旅游规划编制的数量 $\geq 2$ 个，规划编制完成率达到 100%；统计数据来源渠道数 $\geq 2$ 种；规划成果评审通过率 $\geq 95\%$ 。

(3) 市场管理类项目：旅游厕所验收达标率达到 100%；旅游厕所电子地图上线率达到 100%；投诉结案率 $\geq 98\%$ ；游客满意度 $\geq 80\%$ 。

(4) 招商引资类项目：旅游交易会、国际旅游论坛、外国人居住地旅游推介等活动 $\geq 3$ 项，完成及时率达到 100%；旅游交易会、国际旅游论坛、外国人居住地旅游专项推介等项目项均成本 $\leq 88.83$ 万元；山西旅游品牌知名度得到提升。

(5) 培训提升类项目：培训完成及时率达到 100%；人均培训成本按照《山西省省直机关培训费管理办法》(晋财行〔2014〕50号)，培训费实行综合定额标准，分项核定、总额控制，人均培训成本 $\leq 400$ 元/人/天；导游奖励人数 $\geq 35$ 人，导游奖励完成率达到 100%；培训需求满意度达到 100%。



(6) 产品打造类项目：产品打造活动涉及媒体类型 $\geq 4$ 个；产品打造宣传片拍摄验收合格率达到 100%；产品打造播放信息差错率 $\leq 1\%$ ；产品打造宣传片播放及时率 $\geq 90\%$ 。

## 二、绩效评价工作开展情况

### (一) 绩效评价目的、对象和范围

#### 1. 绩效评价目的

围绕 2021 年度财政重点绩效评价工作，按照省级预算绩效管理要求，遵循规范的评价程序，运用科学合理的绩效指标体系和评价方法，对选定的“三大板块”年度预算资金 9601.20 万元使用情况进行绩效评价，全面反映预算资金产出和结果的经济性、效率性、效益性和公平性。通过预算绩效评价，及时发现问题，总结经验，提出改进意见，为政府相关决策提供参考，促进财政资金科学合理分配，强化部门的支出责任，规范资金管理，提高财政资金使用效益。

#### 2. 绩效评价对象和范围

绩效评价对象和范围为省文旅厅分配使用 2020 年度山西省“三大板块”旅游品牌宣传推介专项资金 9601.20 万元所涉及的 6 类 76 个项目。

### (二) 绩效评价依据、评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准

#### 1. 绩效评价依据

(1) 《中华人民共和国预算法》；

(2) 《中华人民共和国预算法实施条例》(2020 年 8 月 3 日中

华人民共和国国务院令 第 729 号 修订);

(3)《中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》  
(中发〔2018〕34号);

(4)《财政部关于印发<项目支出绩效评价管理办法>的通知》  
(财预〔2020〕10号);

(5)《中共山西省委 山西省人民政府关于全面实施预算绩效  
管理的实施意见》(晋发〔2018〕39号);

(6)《山西省财政厅关于印发<省级项目支出绩效评价管理办  
法>的通知》(晋财绩〔2020〕17号);

(7)《2021年度省级财政重点绩效评价实施方案》(晋财绩  
〔2021〕6号);

(8)《山西省人民政府办公厅关于印发<山西省黄河、长城、  
太行三大板块旅游发展总体规划>的通知》(晋政办发〔2018〕58  
号);

(9)《山西省人民政府办公厅<关于印发山西省黄河、长城、  
太行三大板块旅游公路规划纲要(2018-2027年)>的通知》(晋政  
办发〔2018〕96号);

(10)山西旅游质量监督管理局关于《开展黄河、长城、太行  
三大板块旅游市场专项整治及暑期旅游市场秩序督导检查的情况  
报告》(晋旅质监字〔2018〕32号);

(11)其他与财政支出绩效评价相关的法律、法规。

## 2. 绩效评价原则

本次绩效评价将遵循科学公正原则、统筹兼顾原则、激励约束

原则、公开透明原则。

#### (1) 科学公正原则

本次绩效评价工作运用比较法、因素分析法、公众评判法等科学合理的方法，按照规范的程序，对2020年度山西省“三大板块”旅游品牌宣传推介项目进行客观、公正的反映。综合分析资金管理、使用、绩效等因素，规范评价工作流程，科学设置评价指标体系，确保绩效评价结果科学合理公正。

#### (2) 统筹兼顾原则

单位自评与财政评价相结合，各有侧重，相互衔接。单位自评秉承“谁支出、谁自评”的原则，由文旅厅自主实施；本次评价是在单位自评的基础上开展的。

#### (3) 激励约束原则

本次绩效评价结果与预算安排、改进管理实质性挂钩，体现奖优罚劣和激励相容导向，即有效要安排、低效要压减、无效要问责。

#### (4) 公开透明原则

本次绩效评价工作全过程公开透明，遵循公正原则开展绩效评价工作，并自觉接受社会的监督。

### 3. 绩效评价指标体系

#### (1) 指标体系设计的总体思路

本次绩效评价指标体系设计主要参考财预〔2020〕10号附件项目支出绩效评价指标体系框架从决策、过程、产出、效益四个维度对2020年度山西省“三大板块”旅游品牌宣传推介专项资金项目实施情况进行综合评价，决策、过程指标权重为60%，产出、效益

指标权重为 40%。采用定量与定性评价相结合的比较法，总分由各项指标得分汇总形成。

因《山西省黄河、长城、太行三大板块旅游发展总体规划》分为近期规划 2018 年-2020 年和远期规划 2021 年-2025 年两个阶段，以沿黄河、长城、太行的核心区为主体区、辐射及相关地区为关联区，覆盖全省范围。涉及其他规划为“特色旅游村镇及农村旅游规划、以生态环境为基础的旅游开发规划、旅游公共服务体系建设规划、旅游景观和文物保护规划、智慧旅游和营销规划、旅游人力资源开发和培养规划等”。因 2020 年属于“三大板块”近期规划期间，故指标体系设置时，更加注重决策、过程。决策、过程指标权重为 60%，产出、效益指标权重为 40%。

## （2）绩效评价指标体系

根据指标体系设计的总体思路，本项目绩效评价指标体系设置。

### 4. 绩效评价方法

根据项目实际情况，我们拟采取比较法、因素分析法、公众评判法相结合的方法开展评价工作。

（1）比较法。是指将项目实施情况与绩效目标、历史情况、不同地区同类支出等情况进行比较的方法。本次评价工作采取比较法实施的内容主要包括：对资金实际产生的绩效与目标绩效进行比较；对 2018 年-2020 年 6 类项目资金分配和使用方向进行比较；对 2018 年-2020 年山西省“三大板块”旅游收入贡献度进行比较。

(2) 因素分析法。是指综合分析影响绩效目标实现、实施效果的内外部因素的方法。本次评价，以提高并优化专项资金使用效率为目标，分别就决策依据、决策程序，资金管理、使用状况，项目组织、完成情况，项目效益以及其他措施等因素进行分析评价。

(3) 公众评判法。是指通过公众问卷及抽样调查等方式进行评判的方法。本次评价工作通过向项目的管理人员、实施人员、项目受益者组织座谈会或发放调查问卷，座谈会及问卷调查结束后对结果进行整理和分析评价。

绩效评价结果采取评分和评级相结合的方式，具体分值和等级根据不同的评价内容设定。总分设置为 100 分，等级划分为四档：90（含）-100 分为优、80（含）-90 分为良、60（含）-80 分为中、60 分以下为差。

## 5. 绩效评价标准

本次绩效评价标准包括计划标准、历史标准等，用于对本次绩效指标完成情况进行比较。

(1) 计划标准。是指本次评价工作，根据文旅厅预先制定的“三大板块”旅游发展总体规划、年度计划等作为评价标准。

(2) 历史标准。是指参照“三大板块”2018 年-2019 年的历史数据制定的评价标准，在可实现的条件下确定相对较高的评价标准。

## 三、综合评价情况及评价结论

虽然三大板块宣传推介项目在近几年深化文旅融合发展、加快建设文化旅游强省、提升山西文化旅游美誉度和影响力、做强黄河

长城太行三大品牌取得了一定的绩效，但综合评价结果也发现，在项目立项、绩效目标、资金管理、组织实施过程中仍存在一些突出问题。

依据填报与现场考察采集的有效数据，按照指标体系与评分标准，对各项指标数据进行分析判断，分别对宣传推广类项目、规划编制类项目、市场管理类项目、招商引资类项目、培训提升类项目、产品打造类项目从决策、过程、产出、效益四个方面进行评价并计算打分，省文旅厅 2020 年三大板块宣传推介项目绩效评价得分为 84.77 分，综合绩效评价等级为“良”。

#### 四、绩效评价指标分析

##### （一）项目决策情况

决策从项目立项、绩效目标和资金投入三方面进行考察。其中：项目立项考察立项依据充分性、立项程序规范性；绩效目标考察绩效目标合理性、绩效目标明确性；资金投入考察预算编制科学性、资金分配合理性。决策指标分值 20 分，实际得分 19.17 分，得分率 95.86%。

##### （二）项目过程情况

过程从项目资金管理、组织实施两方面进行考察。其中：资金管理考察资金到位率、预算执行率、资金使用合规性；组织实施考察管理制度健全性、制度执行有效性。过程类指标分值 40 分，实际得分 35.87 分，得分率 89.68%。

### （三）项目产出情况

产出从项目产出质量、产出时效、产出成本三方面进行考察。其中产出质量考察质量达标率；产出时效考察完成及时性；产出成本考察成本偏差率。产出类指标分值 15 分，实际得分 13.42 分，得分率 89.47%。

### （四）项目效益情况

效益从社会效益、经济效益、满意度三方面进行考察。其中：社会效益考察山西旅游品牌是否得到提升、山西省内游客接待数量；经济效益考察三大板块旅游收入在总体收入的比重；满意度考察社会公众、服务对象对项目实施效果的满意程度。效益指标分值 25 分，实际得分 16.31 分，得分率 65.24%。

## 五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析

### （一）主要经验及做法

#### 1.加强制度建设

省文旅厅根据《山西省人民政府办公厅关于全面推进我省预算绩效管理的指导意见》（晋政办发〔2013〕80号）、《山西省财政厅关于印发〈山西省省级财政专项资金管理办法〉的通知》（晋财预〔2015〕70号）及中央与我省省级各类文化和旅游专项资金管理办法等规定，制定了《山西省文化和旅游厅关于进一步加强专项资金管理的暂行办法（试行）的通知》（晋文旅办发〔2020〕108号），明确了各职能处室的职责，把此项工作纳入对相关处室的年终考核项目。各单位密切协作、合力推进，确保项目依法依规实施。

#### 2.做好规划先行

项目实施前，做到规划先行。省文旅厅做好专项资金预算管理，积极落实中央及省级专项扶持政策，根据省文旅厅党组工作重点，谋划和完善年度专项资金总体预算。主办处室积极谋划项目扶持重点，并完善专项资金扶持项目库，提出各专项具体预算安排。

### 3.资金监管

省文旅厅注重调查研究，牢牢扭住项目实施和资金流向主线，建立健全专项资金管理工作台账，做好动态监管、跟踪落实。注重制度建设，政策措施、扶持重点、补助标准、工作进展、项目绩效等重要内容、重要环节全部公开，接受社会监督，确保权力在阳光下运行。专项资金预算下达、使用及绩效管理情况按照省财政厅有关规定在省文旅厅官方网站向社会公开。

### 4.加强项目过程中的质量控制

加大管理结果与资金支持力度相匹配、管理结果与年度资金绩效评价结果相挂钩、管理结果与完善专项资金项目管理制度相衔接的工作力度，细化实化工作措施，以监管促管理规范、以整改促政策完善。对绩效评价过程中发现的管理薄弱环节和突出问题，要求各处室及时制定整改措施，建立绩效评价长效机制。

坚持权责匹配，严格责任追究。按照项目、资金、责任、权力四统一原则，强化主管部门归口监管主体责任，做到谁审批、谁使用、谁监管、谁负责，强化体制机制建设，加强项目资金风险防控。强化项目实施主体责任，盯紧规划制订、资金落实、项目实施各个环节，严格防止资金挤占挪用、闲置浪费、绩效低下。



## （二）存在的问题

虽然三大板块宣传推介项目取得了一定的绩效，但综合评价结果也发现，在项目立项、绩效目标、资金管理、组织实施过程中仍存在一些突出问题，主要体现在：项目支出未按预算申报经费明细予以细化；部分项目存在决策滞后的情形；部分项目绩效目标未细化为具体的绩效指标，目标指向不明确，未通过清晰、可衡量的指标值予以体现；部分项目实际成果与项目任务数不相对应；新冠肺炎疫情的影响，游客出行受限、旅游意愿下降，各景点出于安全考虑，景点不开放、客流限制等因素对效益产生一定的影响。

## 六、有关建议

### （一）加强决策管理，规范决策程序

一是细化预算编制内容，强化预算审核力度。建议省文旅厅根据同类项目往年实际支出情况编制项目预算，财务部门应会同项目支出申请部门根据项目发展规划，在总结分析以往年度各宣传打造渠道的效益效果后，认真审核项目支出预算，合理安排项目资金，以进一步提升预算与绩效管理科学化、精细化管理水平，强化预算刚性约束力；二是建议省文旅厅应注重立项源头把控，所有拟实施项目均应按规定履行内部审批流程，杜绝未审批先实施、无预算无实施的情况；三是建议文旅厅结合工作实际，健全预算绩效管理操作规范和实施细则，各处室要切实履行预算绩效管理主体责任，建立处室联动、层层抓落实的工作责任制，将绩效管理责任分解落实到具体预算处室、明确到具体责任人，确保每一笔资金花得安全、

用得高效。建立健全定量和定性相结合的共性绩效指标框架，分领域、分层次的核心绩效指标和标准体系，细化绩效指标，对接实际工作，提高绩效评估评价结果的客观性和准确性。

## （二）加强过程管控，强化执行力度

一是建议省文旅厅加强合同管理，规范合同签订流程，建立合同履约台账，指定专人监控合同履约进度及履约质量，严格按合同约定行使权利、履行义务，防范合同履约风险；二是建议省文旅厅严格执行资金管理办法，规范资金支付流程，加强资金支付审核力度，保证每一笔资金支付均符合合同约定；三是建议省文旅厅统筹规划好项目实施时间，制定项目年度任务分解表，定期复核分解任务的完成进度，如遇特殊情况时，应采取有效的应急措施，保证年度任务按时完成；四是加强各项目档案管理，建议省文旅厅各部门严格按照《档案管理办法》及时归档、集中统一管理。

## （三）取长补短，化解风险

一是建议省文旅厅认真研究借鉴旅游排名前十大省份宣传经验，结合我省地域环境特点，梳理现有宣传渠道，进行筛选优化，对优势渠道加大投入，增加宣传效果，避免渠道过于分散无法形成集中优势；二是建议省文旅厅建立突发事件预警机制，针对突发事件，组织相关部门、人员深入研究，制定应对预案，将突发情况的不利影响降到最低。

## 七、其他需要说明的问题

2020年三大板块宣传推介项目为6大类76个项目，本次绩效

评价从决策、过程、产出、效益四个维度对项目实施情况进行综合评价，决策、过程、产出指标六大类分别进行打分，效益类指标社会效益、经济效益、满意度指标，因未能明显区分对应至六大类项目中，故六大类分值效益类采用统一指标体系，效益类分值总分 25 分，得分 16.31 分，得分率 65.24%。

#### **第四部分 名词解释**

部门应当按照部门预算管理要求，对本部门涉及的专业名词进行解释。（以下模板仅供参考，以单位实际为准）

**一、财政拨款收入：**指单位从同级财政部门取得的财政预算资金。

**二、事业收入：**指事业单位开展专业业务活动及辅助活动取得的收入。

**三、经营收入：**指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动取得的收入。

**四、其他收入：**指单位取得的除上述收入以外的各项收入。主要是事业单位固定资产出租收入、存款利息收入等。

**五、使用非财政拨款结余：**指事业单位使用以前年度积累的非财政拨款结余弥补当年收支差额的金额。

**六、年初结转和结余：**指单位以前年度尚未完成、结转到本年仍按原规定用途继续使用的资金，或项目已完成等产生的结余资金。

**七、结余分配：**指事业单位按照会计制度规定缴纳的所得税、提取的专用结余以及转入非财政拨款结余的金额等。

**八、年末结转和结余：**指单位按有关规定结转到下年或以后年度继续使用的资金，或项目已完成等产生的结余资金。

**九、基本支出：**指为保障机构正常运转、完成日常工作任务而发生的人员支出和公用支出。

**七、项目支出：**指在基本支出之外为完成特定行政任务和事业发展目标所发生的支出。

**八、“三公”经费：**指省直部门用一般公共预算安排的因公出国（境）费、公务用车购置及运行费和公务接待费。其中，因公出国（境）费反映单位公务出国（境）的国际旅费、国外城市间交通费、住宿费、伙食费、培训费、公杂费等支出；公务用车购置费反映公务用车车辆购置支出（含车辆购置税）；公务用车运行维护费反映单位按规定保留的公务用车燃料费、维修费、过路过桥费、保险费、安全奖励费用等支出；公务接待费反映单位按规定开支的各类公务接待（含外宾接待）支出。

**九、机关运行经费：**指行政单位和参照公务员法管理的事业单位使用一般公共预算安排的基本支出中的日常公用经费支出。

## 第五部分 附件

### 一、全省艺术创作资金（省级）项目绩效自我评价评分表

二、山西省传统工艺美术保护发展资金（省级）项目绩效自我评价评分表

三、旅游厕所建设资金项目绩效自我评价评分表