

## 2020年省级部门整体支出绩效自我评价表格

填报单位：江苏省数字文化和智慧旅游发展中心

<p><b>一、部门概况（部门基本情况、收支情况等）</b></p> <p>本单位编制人数25人，主要职能：为推进全省文化和旅游信息化建设提供服务；厅机关门户网站和电子政务内网建设维护；全省文化和旅游数据收集分析和综合利用；全省文化和旅游信息服务；数字文化和智慧旅游发展服务。为推进全省文化和旅游信息化建设提供服务；厅机关门户网站和电子政务内网建设维护；全省文化和旅游数据收集分析和综合利用；全省文化和旅游信息服务；数字文化和智慧旅游发展服务。内设6个职能科室，行政综合科、信息宣传科、技术保障科、平台管理科、数据业务科、媒体推广科。中心本年收入2475.16万元。其中财政补助拨款收入2470.80万元，本年总支出3013.87万元，其中基本支出697.47万元，占总支出的23.14%；项目支出2316.39万元，占总支出的76.86%。</p>																																																					
<p><b>二、评价情况（评价思路、方式、做法，以及评价指标体系设置和评价结论等）</b></p> <p>本次绩效自评对象是本单位2020年度部门整体绩效；目的是通过开展部门整体履职绩效自评，促进部门从整体上提升预算绩效管理工作水平，保障部门更好地履行职责；评价遵循科学规范、客观公正和实事求是三项原则，主要对照订立的绩效目标进行评价。绩效评价指标体系由部门管理和部门履职两部分组成，履职绩效类指标权重合计达到70%。</p> <p>通过对照指标体系组织考评，逐条打分并形成评价结果：本单位2020年度部门职能明确，绩效目标和年度工作计划合理；部门整体履职效果优秀，完成了既定的绩效目标和工作任务。</p>																																																					
<p><b>三、主要绩效（通过绩效评价发现并总结的部门整体支出绩效）</b></p> <p><b>一、攻坚闯关平台建设初见成效</b></p> <p>智慧文旅平台是厅重点工作，也是数智中心各项业务的重中之重。一年来，数智中心奋力攻坚，推动平台建设初见成效。克服疫情，招标工作规范有序。数智中心是春节后唯一全员上班的厅直单位。2月完成智慧文旅平台初设和招标方案，3月提交厅党组审议，4月完成招标，是省政采中心恢复开放后的第一批项目。整个过程快速推进、规范有序、符合预期，为平台建设奠定了基础。数据贯通，平台监管全覆盖。智慧文旅平台初步实现了上下贯通左右协同。实现了纵向的与国家文旅部、苏州市、徐州市、南通市、镇江市数据交互共享，横向与交通厅、应急厅、农业农村厅、政务办，以及图书馆大数据系统、文化馆公共文化云、文物综合管理系统、饭店管理系统等系统的数据交互共享。贯通了部、省、市三级视频会议系统。数据资源中心建设初具规模，接入视频2000多路涵盖景区、文化场馆、网吧和文保单位，整合12类业务系统、25类行业数据，形成15个基础数据库，668万多条数据。7月上线以来，已与212家单位进行了数据交换，累计交换59万条。</p> <p>紧扣节点，抢抓进度优化功能。智慧文旅平台五一紧急上线试用、端午启用第一版视频和客流监测、七月上线试运行、九月运博会全面优化、十月黄金周各模块基础功能上线、十一月手机OA启用，元旦完成17处优化、增加5个主题页面。在工作推进中，坚持以需求为导向的，不求大而全，而是针对需求，小步快跑，在使用中逐渐完善。实现了233家4A以上景区、75家乡村旅游重点村及重点文博场馆监管全覆盖。完成了16项业务系统开发和10个专题分析。搭建了以70台虚拟主机、整套网络安全防护体系为基础的软硬件支撑体系。</p> <p>贴近需求，数据分析能力提升。通过数据月报、半年报、年报以及长假专报、疫情恢复专报等形式，建立了较为规范的数据分析报告机制。并结合平台建设成果和已购数据资源，自主创新，建立了乡村旅游、总消费总客流等数据模型，提高了分析质量，初具趋势预判能力。</p> <p><b>二、聚力发声宣传推广效能提升</b></p> <p>数智中心负责我厅的自媒体建设，承担宣传和推广的部分任务。以“水韵江苏”全媒体平台建设为主线，一手抓政务宣传发布，一手抓文旅品牌推广，牢牢把握意识形态主动权，实现了宣传推广效能的明显提升。</p> <p>目前数智中心负责的自媒体包括：两刊、四微、五网和抖音。即《畅游江苏》《江苏文旅》两刊，“水韵江苏”微信微博抖音，“江苏微旅游”微信微博，省文旅厅政府网，江苏旅游资讯网、英文网、韩文网、日文网。从文旅行业和省级机关两个维度看，自媒体的总体影响力排名靠前。在全国文化指数实验室发布的省级文旅部门新媒体传播力综合指数中，江苏排名全国第三。为适应短视频传播趋势，2020年1月开通了“水韵江苏”抖音号。全年已策划制作139条视频，粉丝增长21.1万，总播放量3298.2万，总点赞数108.2万，在全国文化行业传播力指数排名第八。</p> <p>在报道上，从1月27日江苏文旅头条“八个暂停”稿件起，厅每次重要信息、重点活动，数智中心都首发原创稿。在传播上，特别重视原创稿件的二次传播。与学习强国、交汇点、荔枝新闻、紫牛新闻合作，第一时间转发江苏文旅头条。以“学习强国”平台为例，2020年“学习强国”共采用数智中心的原创稿件136条，文旅厅在省级机关中报送数、采用数、采用率、阅读总数等均名列前茅。</p> <p>与业务处室紧密合作，先后以乡村旅游节、文旅消费季、文旅助力扶贫为主题，邀请中央驻苏媒体和省内重点媒体，开展融媒体采风系列活动。发表宣传报道330余篇，全网总点击量破千万。国际博物馆日期间，策划微博话题阅读量13.8亿，新媒体平台播放量7.5亿。运博会期间，策划“运河城市征文”“线上运博会”“抖说运河家乡美”线上短视频挑战赛等活动，其中“抖说运河家乡美”累计播放量1.2亿。</p> <p>从“苏心游”上线伊始，数智中心始终将“苏心游”作为宣传推广工作的重要目标。自媒体设置了“苏心游”菜单跳转，每期文末“苏心游”二维码引流；合作媒体，学习强国、交汇点、荔枝新闻等连续发稿推介“苏心游”；直播带货、线下引流，在各项宣传推广活动中融入“苏心游”。11月起，每月与“苏心游”共推1-2个爆款产品。此外，通过自媒体联盟的平台，组织媒体和网络达人踩线、探班，制作成抖音视频、微信文章和微博话题多平台传播，形成了一定的传播声量。</p>																																																					
<p><b>四、存在问题（通过绩效评价所发现的问题）</b></p> <p>1、预算控制有待加强。2020年度实际支出超出当年预算收入，因为上年度资金存在结余，未能全面纳入预算，影响整体预算规划。</p> <p>2、项目资料管理有待加强。尚未建立合同登记管理制度及具体的项目资料管理条例。</p>																																																					
<p><b>五、有关建议（针对存在的问题，分别提出相关完善或整改建议）</b></p> <p>1、在预算编制时应总结以往预算执行差异的原因，对来年工作计划进行详细的剖析和分析，保证预算编制的合理性与全面性。</p> <p>2、结合实际工作需要，制订具体的资料管理条例并落实，确保项目资料完整可查。</p>																																																					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">一级指标</th> <th style="width: 15%;">评价指标</th> <th style="width: 35%;">指标说明</th> <th style="width: 10%;">权重</th> <th style="width: 10%;">得分</th> <th style="width: 15%;">说明</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>决策管理</td> <td>中长期规划制定情况健全</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>决策管理</td> <td>年度工作计划制定情况健全</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>人员管理</td> <td>财政供养人员控制率100%</td> <td>2</td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>人员管理</td> <td>人事管理制度健全性健全</td> <td>2</td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>资金与资产管理</td> <td>财务管理规范性规范</td> <td>3</td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>资金与资产管理</td> <td>支出预算执行率85%</td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>资金与资产管理</td> <td>专款专用率100%</td> <td>2</td> <td>2</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						一级指标	评价指标	指标说明	权重	得分	说明		决策管理	中长期规划制定情况健全	1	1			决策管理	年度工作计划制定情况健全	1	1			人员管理	财政供养人员控制率100%	2	2			人员管理	人事管理制度健全性健全	2	2			资金与资产管理	财务管理规范性规范	3	2			资金与资产管理	支出预算执行率85%	2	1			资金与资产管理	专款专用率100%	2	2	
一级指标	评价指标	指标说明	权重	得分	说明																																																
	决策管理	中长期规划制定情况健全	1	1																																																	
	决策管理	年度工作计划制定情况健全	1	1																																																	
	人员管理	财政供养人员控制率100%	2	2																																																	
	人员管理	人事管理制度健全性健全	2	2																																																	
	资金与资产管理	财务管理规范性规范	3	2																																																	
	资金与资产管理	支出预算执行率85%	2	1																																																	
	资金与资产管理	专款专用率100%	2	2																																																	

部门管理	资金与资产管理	政府采购规范性规范	2	2	
	资金与资产管理	资产管理规范性规范	2	2	
	资金与资产管理	固定资产利用率90%	2	2	
	机构建设与内控管理	信息公开情况公开	2	2	
	机构建设与内控管理	重点工作管理制度健全	3	2	
	机构建设与内控管理	违纪违法发生数0	2	2	
	机构建设与内控管理	党建工作完成率100%	2	2	
	机构建设与内控管理	业务学习与培训完成率100%	1	1	
	机构建设与内控管理	信息化建设情况推进建设	1	1	
	部门履职	江苏智慧文旅平台建设	平台年度信息更新条数≥10000	3	3
江苏智慧文旅平台建设		平台各端口累计下载及关注总数≥80万	3	3	
江苏智慧文旅平台建设		平台注册总用户数≥30万	3	3	
江苏智慧文旅平台建设		平台留存用户数≥15万	4	4	
江苏智慧文旅平台建设		平台年度对接产品数≥300	4	4	
江苏智慧文旅平台建设		平台研发组合产品数≥8	4	4	
江苏智慧文旅平台建设		平台活动推广场次≥20	4	4	
“水韵江苏”宣传推广		微信合计新发图文数≥2000条	5	5	
“水韵江苏”宣传推广		微信原创文章数≥400篇	4	4	
“水韵江苏”宣传推广		微信阅读总量≥1300万	5	5	
“水韵江苏”宣传推广		微博合计粉丝总数≥42万	3	3	
“水韵江苏”宣传推广		全年发博总数≥6500条	5	5	
“水韵江苏”宣传推广		微博阅读量总数≥2亿	5	5	
“水韵江苏”宣传推广		微博原创视频制作数≥15个	3	3	
“水韵江苏”宣传推广		中英日韩网站合计更新≥1800篇	3	3	
“水韵江苏”宣传推广		中英日韩网站合计浏览量≥200万次	3	3	
“水韵江苏”宣传推广		《文旅江苏》、《畅游杂志》发行量合计≥14000册	3	3	
“水韵江苏”宣传推广		重点媒体“水韵江苏”采访活动≥2次	3	3	
“水韵江苏”宣传推广		“江苏超好玩”线下推广活动≥4期	3	3	
合计				97	