

# 石家庄市旅游发展委员会 2018 年旅游宣传营销专项资金 绩效自评报告

根据预算绩效管理的要求，遵循“科学性、规范性、客观性和公正性”的原则，我局对石家庄市 2018 年旅游宣传营销专项资金项目实施了绩效评价并形成绩效评价自评报告如下。

## 一、项目基本情况

### （一）项目概况

为构筑我市“4+4”发展产业格局，将旅游业培育成支柱产业，进一步提升我市旅游品牌的知名度和竞争力，努力打造成为国内外热点旅游目的地城市，近年来，我市不断加大旅游发展资金投入，2018 年市财政安排旅游宣传营销专项资金 1700 万元，遵循“高端媒体打知名度，一般媒体做活动和产品营销，通过推介会和交易会做客源营销”的原则，主要用于以下几个方面：

1. 在 CCTV-1 \CCTV -新闻《朝闻天下》、中央人民广播电台《中国之声》、凤凰卫视、香港大公报、新华网、凤凰网、《中国旅游报》等中央和知名媒体，《河北日报》、《河北经济日报》、河北广播电视台等省内外媒体，新浪、网易等新媒体进行广告投放，制作《行走石家庄》《144 小时过境免签自助旅游手册》及石家庄旅游宣传片等旅游宣传品，以上共计 1146.8 万元。

2. 主要用于在机场、火车站、地铁等重要节点的户外媒体宣传，境内旅游推介，节庆和惠民活动宣传，以上共计 553.2 万元。

## （二）项目预期绩效目标

根据市旅游局 2018 年工作任务计划，全市旅游发展项目总体目标如下：

1.全年接待国内外游客 1 亿人次，同比增长 18%以上；

2.全年实现旅游业总收入 1409 亿元，同比增长 21%以上；

3.通过开展旅游政务宣传、形象宣传、网络宣传，投放旅游广告、组织重点旅游线路和旅游目的地的宣传推广，旅游宣传品的设计、制作；开展新闻媒体记者采访考察、实施旅行社招徕游客奖励等工作，进一步扩大我市旅游品牌形象；

4.巩固首届和第二届、三届市旅发大会打造的“古城古韵 自在正定”、“一鹿走来 泉是风景”和“平山别样红”旅游品牌，提升石家庄旅游品牌形象。

### （三）项目绩效评价指标体系设定情况

根据绩效评价内容，经专家论证确定指标体系共有 3 项一级指标，下设 15 项二级指标，在二级指标下设定具体评价内容，并制定相应评分标准。指标体系设定满分 100 分，绩效评价得分 $\geq 90$  为优秀； $80 \leq$ 分值 $< 90$  为良好； $60 \leq$ 分值 $< 80$  为合格；60 分以下为不合格。

### （四）绩效评价方法和评价过程概述

为做好绩效评价工作，我们按照客观公正、分类评价、提高效益的原则，组成项目绩效评价工作组，对该项目组织实施绩效评价。

根据市旅游宣传营销专项资金使用的特点采取了以下评价方法：**一是**收集资料法。对项目立项、审批、财务账簿等资料进行查看，收集相关资料。**二是**抽样调查法。针对旅游宣传营销 1700 万元资金，我们随机抽取了在央视《朝闻天下》5 秒广告宣传、《中国旅游报》宣传及将石家庄旅游寄出去三项进行检查。**三是**对比分析法。通过对以上重点项目的抽查，结合实地查看对比该财政支出项目所

产生的实际效果与项目申报材料提出的目标，分析目标的完成情况；四是公众评判法。采用调查问卷的方法，分别向四个抽审景区的游客发放 200 份问卷进行问卷调查。

通过以上方法收集有关资料，进行研究分析，确定各项指标完成程度及得分，找出项目实施中存在的问题，分析原因，提出建议，形成绩效评价报告。

## 二、各项绩效评价指标评价情况

### （一）项目资金管理（满分 20 分）

1.专项资金管理办法。资金管理制度较为规范，但存在根据新的规定和要求没有及时更新的问题。该指标分值 2 分，扣 1 分，得 1 分。

2.预算执行情况。年初预算安排用于旅游宣传促销的资金坚持专款专用，没有克扣和挪用现象。该指标分值为 3 分，得 3 分。

3.专项资金拨付及时性。截止 2019 年 8 月绩效评价时，实际拨付金额 1700 万元，该指标 3 分，得 3 分。

4.专项资金使用合规性。通过抽查相关凭证，审批、拨付、使用范围，符合专项资金管理规定；

专项资金使用未发现截留、挪用、侵占等问题。该指标分值为 10 分，得 10 分。

5.专项资金投向科学性。资金使用坚持重点投放和全面宣传相结合，宣传重点比较突出，特别是对三届市旅发大会打造的新旅游品牌的宣传，效果突出。该指标分值为 2 分，得 2 分。

项目资金管理指标权重为 20 分，实际得分 19 分。

## （二）广告宣传情况（满分 50 分）

1.广告宣传计划制定。旅游委市场处 2018 年工作要点中制定了 2018 年宣传计划，该指标分值 5 分，得 5 分。

2.计划制定的科学性。广宣计划结合省厅 2018 年工作要点和我市年度工作要点制定，需进一步经专家论证或市场调研分析。该指标分值 5 分，得 2 分。

3.招投标管理。2018 年广告宣传项目严格按《招标投标法》、《政府采购法》等规定进行招投标，对涉及 9 个需招标项目（金额 1436 万元）均严格按照招投标有关规定进行招标，该指标分值 10 分，得 10 分。

4.合同管理。2018 年广告宣传项目均签订合同，合同内容完整、规范。该指标分值 5 分，得 5

分。

5.广告投放监督管理。对宣传营销项目，施行严格广告投放监督措施，采购广告投放商寄回投放照片、报纸版面、相关人员反馈的方法进行监督，但对投放效果的评估还不够科学和充分。该指标分值 5 分，扣 3 分，得 2 分。

6.媒体宣传广告投放完成率。根据投放反馈资料和抽查，媒体宣传广告投放完成率为 100%，截止 2018 年底，全部宣传广告费均已付完。该指标分值 10 分，得 10 分。

7.赴外地旅游宣传推介会完成率。根据 2018 年市场处工作要点，结合我局财务账项显示，2018 年工作要点中推介活动全部执行，由此确定，赴外地旅游宣传推介会完成率 100%，得 10 分。该指标分值 10 分，得 10 分。

广告宣传情况占指标权重 50 分，得 44 分。

### （三）总体效益情况（满分 30 分）

1.游客增长率。2018 年全市接待游客增长率为 19.79%，达到绩效目标 18%要求。该指标分值 8 分，得 8 分。

2.旅游收入增长率。2018 年全市旅游收入增长率 25.81%，达到绩效目标 21%要求，得 8 分。该指标分值 8 分，得 8 分。

3.社会公众或服务对象满意度。抽取四个景区的 200 名游客，针对石家庄市整体旅游宣传满意度的调查问卷如下：

表 1

景区	非常满意	满意	一般	不满意	调查人数
五岳寨	30	17	2	1	50
驼梁	31	13	6	0	50
抱犊寨	29	16	4	1	50
隆兴寺	36	10	4	0	50
合计	126	56	16	2	200
所占比例	63.00%	28.00%	7.00%	2.00%	100%

通过以上调查问卷显示，非常满意、满意合计占 91%。该指标分值 14 分，扣 4 分，得 10 分。

总体效益得分为 26 分。

石家庄市旅游宣传促销专项资金项目绩效评价总得分 89 分，绩效评价等级为良好(具体见附表)。

总的来看，全市旅游系统在市委市政府的安排部署下，围绕市委十届四次全会确定的建设新时代现代省会、经济强市和构建全市“4+4”现代产业发展格局的目标任务，以创建省级全域旅游示范区为契机，以旅游供给侧结构性改革为主线，以旅游发展大会平台为抓手，以产业融合发展为路径，以基础设施和公共服务全面提升为重点，大力实施省会旅游产业化，进一步提高我市旅游产业发展质量效益，不断满足新时代人民群众对旅游美好生活的需要。全年全市共接待海内外游客 1.07 亿人次，实现旅游总收入 1211.01 亿元，同比分别增长 19.79%和 25.81 %。

### 三、存在的主要问题

通过绩效评价发现，在旅游宣传促销专项资金使用过程中还存在以下主要问题：

(一) 宣传投放精准度还需进一步提高。整体宣传效果比较明显，通过调查问卷发现：接受调查的游客对对景区的了解 27.5%来自朋友推荐，12%来自旅行社，60.50%来自媒体和广告宣传。但缺乏因时、因地、因人的更精确投放，对于创新性的营销手段和营销方式研究不足。

(二) 广告宣传投放预算和审计标准体系还需完善。目前广告投放市场的报价基本源于各广告公



司和企业，没有专门的预算标准体系，导致在进行预算报价时，更多的是货比三家，没有统一的标准指标，给后期的审计和评价工作造成困难。

（三）广告投放的管理和监督工作还需进一步加强。广告宣传投放管理台账还不完善，特别是在广告宣传投放结束后，对投放效果评估还不完善。

#### 四、下一步措施

（一）把握市场脉搏，施行精准营销。加强市场研判，紧密与景区、旅行社等联系，深入了解市场，创新营销方法，突出品牌营销，结合近年来旅发大会打造的“滹沱河生态走廊”、“自在正定”、“多彩鹿泉”、“平山别样红”、“生态新灵寿”、“太行天路”等石家庄新旅游品牌，不断提升石家庄知名度和影响力。同时把广告投放效果放在第一位，建立“多中先好、好中先优”的项目优先机制，促实现专项资金从平均分配向竞争性分配的转变。增强市场投放的精准度。

（二）加强广告宣传类预算和审计标准体系建设。建议财政建立专项广告宣传类预算、审计库，推动预算和审计工作有法可依。把绩效管理理念贯穿于资金分配和使用全过程，把绩效目标作为资金分配和项目遴选的重要判断标准，制定相应的绩效评价指标体系，建立起事前有绩效目标、事中有绩

效监控、事后有绩效评价的资金管理体系。

**(三) 强化管理和自查督查工作。**严格资金的使用计划，审批手续，严格执行招投标程序、规范合同签订，提高组织管理水平。完善广宣计划体系、监管机制、评估机制，提高广宣资金使用效果。

附表：石家庄旅游发展资金绩效评价得分表

石家庄市文化广电和旅游局

2019年6月12日

## 石家庄市 2018 年度旅游发展资金绩效评价自评指标体系

一级指标	二级指标	权重	指标说明	评分标准	备注
资金管理 (20分)	专项资金管理办法	2	制定并印发旅游专项资金管理办法。	制定并印发，得2分；未制定，得0分。	1
	预算执行情况	3	年初预算安排用于旅游建设项目的专项资金及时落实到具体项目。	上半年落实80%，得3分；10月底之前落实80%，得1分；11月份前未到位，0分。	3
	专项资金拨付及时性	3	项目落实后，市县是否及时将资金拨付给项目单位。 资金拨付及时率=截至规定时点实际拨付资金数(N)/应拨付资金数(S)	得分：3*N/S	3
	专项资金使用合规性	10	审批、拨付、使用范围符合专项资金管理规定；专项资金专款专用，是否存在截留、挪用、侵占等问题。	合规，得10分；有一项不合规，不得分。	10
	专项资金投向科学性	2	资金安排符合我市规划、市委市政府关于全市旅游发展的方针政策。	已落实市委市政府旅游发展方针政策资金所占比重达到90%以上，得满分。少于90%，不得分。	2
广告宣传 情况(50分)	广告宣传计划制定	5	是否制定2013年广宣计划	制定：得5分；未制定：不得分。	5
	计划制定的科学性	5	广宣计划是否经过专家论证、是否经过市场调研分析。	经过专家论证或市场调研分析：得5分；否则，不得分。	2

	招投标管理	10	广宣项目招投标是否符合《招投标法》、《政府采购法》等规定进行招投标。	招投标：10分；未进行招投标：0分	10
	合同管理	5	是否签订内容齐全、规范的广宣合同。	已签订：5分；未签订：0分。	5
	广告投放监督管理	5	主管部门对广告投放是否按广告合同规定执行并采取有效的监督措施和手段。	制定监督管理措施并执行：5分；未制定：不得分。	2
	媒体宣传广告投放完成率	10	媒体宣传广告投放完成率=实际投放数量/合同计划投放数量*100%。	完成率≥100%：10分；≥80%：8分；≥50%：4分；<50%：0分	10
	赴外地旅游宣传推介会完成率	10	赴外地旅游推介会完成率。完成率=实际推介会数量/计划推介会数量	完成率计算得分。	10
总体效益情况(30分)	2018年游客增长率	8	游客增长率=(2018年接待游客数量-景区2017年接待游客数量)/2017年同期数据*100%	增长率≥18%：8分；10%≤增长率<10%：4分；增长率≤10%：0分	8
	2018年旅游收入增长率	8	收入增长率=(2018年收入-2017年收入)/2017年收入*100%	收入增长率≥21%：8分；10%≤增长率<21%：4分；增长率≤10%：0分	8
	社会公众或服务对象满意度	14	来石游客对石家庄旅游形象宣传工作的满意程度。	满意度≥95%，得14分；每低于1%，扣1分，扣完为止，不倒扣分	10
合计		100			89

# 石家庄市旅游发展委员会

## 2018 年旅游规划及重点项目建设

### 专项资金绩效自评报告

为加强旅游专项资金管理，提高资金使用效益，遵循“科学性、规范性、客观性和公正性”的原则，对 2018 年市级旅游发展专项资金进行绩效评价，形成绩效报告如下：

#### 一、项目基本情况

##### （一）项目概况

2018 年市级旅游专项资金--重点项目引导资金预算共计 1600 万元，其中，对下补助 1400 万元，市本级 200 万元。

2018 年市级旅游专项资金--重点项目引导资金预算（对下补助）1400 万元，主要用于旅游厕所项目补助 750 万元、重点旅游基础设施及公共服务项目补助 600 万元、创建旅游购物基地奖励资金 50 万元。2018 年 5 月 18 日市财政局实际拨付对下补助资金（第一批）1350 万元（石财行〔2018〕6

号)，资金共涉及平山县 383 万元、行唐县 127 万元、井陘县 202 万元、灵寿县 160 万元、鹿泉区 320 万元、栾城区 90 万元、矿区 68 万元，7 个县区共计 1350 万元。年终矿区段家楼景区停车场项目未建设已退回市财政 68 万元补助资金。2018 年 12 月 21 日市财政局实际拨付对下奖励（第二批）20 万元（石财行〔2018〕21 号），用于 3 家旅游购物基地创建奖励资金，涉及行唐县 7 万元、栾城区 7 万元、鹿泉区 6 万元。因计划创建 5 家旅游购物基地评定结果为 3 家，年终退回市财政 30 万元奖励资金。

**2018 年市级旅游专项资金--重点项目引导资金预算（市本级）200 万元**，主要用于编制《全域旅游示范市创建规划》和计划任务书、及市级旅发大会规划预算 100 万元；用于旅游专题专家咨询费、旅游项目专项资金审计、印制旅发大会旅游项目招商册、旅游商品册等预算 100 万元。根据政府采购结果实际支出为编制《全域旅游示范市创建规划》和计划任务书 56 万元、编制市级旅发大会规划 37 万元，合计 93 万元，节约资金 7 万元。旅游专题专家咨询费、印制旅发大会旅游项目招商册、旅游商品册等实际支出使用 64.459 万元，剩余资金全部退回市财政。

## **（二）项目预期绩效指标**

通过旅游规划引领、旅游专题专家咨询、旅游重点项目建设引导，以及利用省市旅发大会有针对性的推介我市旅游招商项目、旅游商品，拓展融资渠道，完善旅游规划体系，推进旅游厕所革命，完善旅游公共服务功能，提升旅游景区质量，整体提升旅游吸引力，撬动更多社会资金投入旅游业。通过项目带动作用，推动旅游产业结构调整 and 转型升级，创建具有较强知名度、美誉度和影响力的旅游目的地体系。2018年市级旅游专项资金--重点项目引导资金预算中设置1个绩效指标，即A级景区游客接待量增长率。A级景区基础设施提升后接待游客的增长率较2017年增长8%为优，增长6%为良，增长4%为中，增长4%以下为差。

## 二、绩效评价工作情况

根据预算绩效管理要求，本部门组织对2018年旅游重点项目市级旅游专项资金开展绩效自评工作，对相关项目基础信息进行收集、整理，对照项目实施方案、资金到位及使用、项目资金管理等情况，以及督导项目实际进展等，形成了整体、全面、客观的情况。

通过对比财政支出所产生的实际效果与预定目标，分析目标完成情况，评价财政支出绩效。依据绩效指标“A级景区游客接待量增长率”，通过国家旅游局官网A级景区管理系统，对照查验A级景区

区游客接待量，计算较去年增长率。

### **三、项目实施情况**

#### **(一) 旅游厕所项目**

2018年，全市各县（市、区）计划建设59座旅游厕所，分配资金750万元，实际补助64座旅游厕所建设项目，年内均完工投入使用。各县区均全额收到补助资金，并拨付至项目单位，无截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。

#### **(二) 旅游基础设施及公共服务项目**

2018年，全市各县（市、区）计划建设11个重点旅游基础设施及公共服务项目，分配资金600万元，实际补助11个旅游基础设施及公共服务项目。其中，10个项目年内完工投入使用，1个矿区段家楼景区停车场项目未建。各县区均全额收到补助资金，并拨付至项目单位，无截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。由于2018年8月初石家庄市确定矿区纳入第四届省旅发会项目观摩范围以及与井陘县共同承办第五届市旅发会，段家楼均被列入两次旅发大会的重点观摩项目，矿区段家楼景区停车场选址和建设方案多次变动不能确定，年内未建设停车场，已退回市财政68万元补助资金。



### **（三）创建评定旅游购物基地**

根据年内创建旅游购物基地完成情况及评定结果，于2018年12月21日下拨第二批市级旅游发展专项资金20万元，用于3家购物基地奖励。年内旅游购物基地均创建完工，各项目单位均全额收到奖励资金。

### **（四）规划编制、旅游专题专家咨询等项目**

《全域旅游示范市创建规划》和计划任务书、及市级旅发大会规划已编制完成，通过专家评审并实施，旅游专题专家咨询、推介旅游招商项目、旅游商品册等已如期完成。根据合同（协议）要求，资金均拨付至项目单位，无截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。

## **四、项目产出**

共补助75个项目，其中74个项目及时完成，实际完工率98.7%，质量达标；1个项目未建。2018年市级旅游专项资金补助的64个旅游厕所项目及10个旅游基础设施项目均已完工投入使用，1个矿区段家楼景区停车场项目因故未建。

共奖励3个旅游购物基地，3个旅游购物基地均创建成功达标，旅游接待和购物环境得到进一

步提升优化。

## 五、项目效果

2018 年度补助县（市、区）旅游厕所资金 750 万元，实际完成投资额 2014.93 万元；补助重点旅游基础设施及公共服务项目资金 600 万元，实际完成投资额 1204.91 万元，撬动社会投资 1869.84 万元。项目均按照年初既定的绩效目标有序开展，并取得了预期成效，旅游基础设施配套更加齐全，服务功能更加完善，旅游环境游客体验舒适度提高，吸引力更强，游客接待量和旅游总收入增长明显，全年全市共接待海内外游客 1.07 亿人次，实现旅游总收入 1211.01 亿元，同比分别增长 19.79% 和 25.81%，有力的促进了旅游业健康发展。根据项目执行情况和项目绩效情况，绩效指标体系达到了全年 A 级景区接待海内外游客较 2017 年增长 6% 以上，2018 年市级旅游发展专项资金项目绩效评价等级为良好。

## 六、项目存在的主要问题及改进措施

**（一）存在的主要问题。**矿区段家楼景区停车场项目因选址不能确定未建，该笔资金收回，未能发挥其效益。

**(二) 针对问题的改进措施。**市旅发委加强督导矿区旅游部门，减少其他因素影响，避免此类情况发生，提高资金使用效率。

2019年6月12日