

2024 年水电物业项目部门评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

1.项目立项情况

作为合肥市公共文化服务体系的重要组成部分和窗口单位，合肥市文化馆在市文旅局的领导下，项目立项根据公共文化场馆免费开放的需要，以“坚持公益 文化惠民”为服务理念，充分发挥职能作用，全方位、多形式为群众提供公共文化服务，在满足群众文化需求、实现公共文化服务体系建设和合肥文化建设方面，发挥了积极的作用，极大活跃了本市的群众文化活动，逐渐已打造成为立足滨湖，辐射全市，能够开展各类群众文化活动及娱乐休闲的现代化公共文化场馆。

水电物业项目为合肥市文化馆的高效运转提供基础性保障服务，确保了场馆免费开放的正常运行，保障了群众文化推广和文艺辅导的开展、群众性文艺创作、各类展览展会和各种大型文化演艺活动和传统文化的传承和保护等工作。

为了保证场馆日常工作正常运行，该项目每年均有发生，项目主要包括水电费用、展厅服务、会议服务、保安、保洁、设施设备的运行管理和维护、绿化养护、群众文化活动后勤保障、安保服务等项目服务。2024 年初，市财政安排了财政资金 365.26 万元，其中物业服务费 226.26 万元，水电费 139

万元；年中，市财政局对我馆预算数调整为 223.60 万元。类型为财政资金，项目类型为经常性业务经费，实施周期为一年，项目实施主管部门为合肥市文化和旅游局。

2.项目执行情况

财政资金统一由财政管理，并按照财政资金的管理办法进行账务处理，并严格执行相关政策；项目在预算范围内，按月据实结算、及时支付，相关支出已按照财政的要求进行了会计核算和支出程序。项目资金 223.6 万元已全部到位，资金到位率 100%，资金执行率 98.02%。

（二）项目绩效目标

1. 项目年度总体目标

水电物业费项目的绩效目标是,为合肥市文化馆免费开放和群众文化活动正常开展提供水电支持、物业管理和后勤服务保障。

2.总体目标完成情况

截止 2024 年 12 月 31 日，市文化馆完成了本年度水电、物业实际发生费用的支付，其中物业服务费 169.5 万元，水费 3.95 万元，电费 45.72 万元。全年物业服务规范标准、服务优秀，确保了场馆免费开放的安全平稳；同时，在场馆内中央空调暂未启用的情况下，通过加强节能减排宣传、及时维修破损供水管道让水电开支控制在预算的合理范围之内，既达成了节能降耗的目标,又能保障场馆正常有序运转，促进了文化强市的建设，取得了很好的经济效益和社会效益。

二、绩效评价结论

（一）总体结论

2024 年度，水电物业费项目通过申请财政资金 219.17 万元，共完成水电费用支出和物业费支出等工作，完成率 98.02%，已完成年度设定的绩效目标，达到项目预期效果。在报告期内，我馆围绕水电管理目标积极推进节能减排工作，通过优化设备运行参数、实施分时段能源管控等举措，水电费支出有所减少，故虽然绩效得分未达到 100%，却是实现降本增效目标的正向表现。

（二）评价结果

经评价，2024 年度项目绩效综合得分为 99.8 分，结果为“优”。

三、存在问题

通过评价发现，2024 年度合肥市文化馆水电物业服务项目实施虽取得了一定的成效，但还存在一些问题和不足，主要是遗留问题导致。市文化馆建设初期规划使用再循环水启动中央空调，但由于广场结构特殊，管道无法输送再生水源，导致主场馆中央空调一直未能启用。为了维持正常对外开放，我馆购置了多台空调（挂机、柜机均有）零星散放场馆各处，导致节能降耗管理工作难度较大；并且由于供水管道长期填满在高大的植物根系之下，导致经常被根系戳通引起跑冒滴漏情况。

四、意见和建议

为进一步提高专项资金使用效益，针对存在的问题，我馆已经将系列问题整体上报，并且在市领导关心下，已经启动广场整理改造方案。

五、附件

项目支出绩效自评表（附后）

项目支出绩效自评表

（2024 年度）

项目名称		水电物业费						
主管部门		082-合肥市文化和旅游局		预算单位	082005-合肥市文化馆			
项目资金 （万元）			年初预算数		全年预算数 （A）	全年执行数 （B）	执行率 （B/A）	
		年度资金总额	365.26		223.60	219.17	98.02%	
		其中：当年财政资金	365.26		223.60	219.17	98.02%	
		上年结转资金	0		0	0	-	
		其他资金	0		0	0	-	
年度 总体 目标		预期目标			实际完成情况			
		申请 365.26 万元，其中 226.26 万元用于场馆物业管理费用，139 万元用于水电费开支其中电费 99 万元，水费 40 万元。内容包括场馆秩序维护服务；水电维护。保障场馆正常有序运转，促进文化强市的建设。			使用财政资金 219.17 万元，其中物业费 169.50 万元，水费 3.9525 万元，电费 45.721868 万元。全年物业管理服务完成；水电使用节约、低碳，费用未达到预算。			
绩效 指标 了	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	决策 （15 分）	项目立项 （7 分）	项目立项规范性	项目立项规范	立项规范	7	7	
		绩效目标 （8 分）	绩效目标合理性	绩效目标合理明确	目标合理明确	4	4	
			绩效指标明确性	绩效指标清晰量化	指标明确量化清晰	4	4	
	过程 （25 分）	资金管理 （15 分）	预算执行率	100%	98.02%	10	9.8	由于节能减排控制、供水管道维修及时，以及场馆整改客流量减少，水电费未达到预算。
			资金使用合规性	项目资金使用合规	资金使用合规	5	5	
		组织实施 （10 分）	管理制度健全性	管理制度健全	管理制度健全	5	5	
			制度执行有效性	相关制度执行有效	制度执行有效	5	5	
	产出 （30 分）	数量指标 （8 分）	物业服务面积	≥97378 平米	≥97378 平米	8	8	
		质量指标 （7 分）	房屋及公共配套设	≥99%	≥99%	2	2	
			环境卫生、消杀、	≥98%	≥98%	1	1	
			有效投诉率	≤1%	≤1%	1	1	

			有效投诉处理率	100%	100%	1	1	
			场馆内治安案件案发率	=0%	=0%	1	1	
			设备运行完好率	≥98%	≥98%	1	1	
		时效指标	项目实施期限	1 年	1 年	8	8	
		成本指标 (7 分)	物业费	≤226.26 万元	169.50 万元	3	3	根据合同付款要求，每季度的物业费在下季度初支付，第四季度在下年初支付
			水费	≤40 万元	3.9525 万元	2	2	
			电费	≤99 万元	45.721868 万元	2	2	
	效益 (30 分)	经济效益	严格控制经费使	量化考核，提高审	量化考核，提高审	6	6	
		社会效益	提高免费开放水	提高服务标准化、	提高服务标准化、	8	8	
		生态效益	不适用本项目	不适用本项目	不适用本项目	0	0	
		可持续影响	扩大服务覆盖面	扩大免费开放服务	扩大免费开放服务	8	8	
		服务对象满意度指标 (10 分)	业主满意率	≥95%	≥95%	8	8	
	总 分					100	99.8	

2024 年网路链路租赁项目部门评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

1.项目立项情况

为提升合肥市文化馆公共文化数字化和信息化服务能力，按照《安徽省公共文化服务保障条例》和第五次全国文化馆评估定级工作的相关要求，结合合肥市数据资源局《合肥市数据资源局关于做好 2024 年度市本级信息系统等年度运维类维保预算申报工作的通知》文件精神，2024 年申报了 6.734 万元专项资金，其中 4.296 万元经数据局审核批准，

用于 2024 年网路链路租赁。2.438 万元专项资金用于合肥市文化馆微信公众号升级建设，项目采用三方询价方式进行，根据投标的单位资质、业绩和服务方案等几个方面进行综合评定。经综合审议，确定合肥心悦跳动文化传媒有限公司为 2024 年度合肥市文化馆办公及免费开放网络链路租赁项目中标单位。中国电信股份有限公司合肥分公司为 2024 年度合肥市文化馆办公及免费开放网络链路租赁项目中标单位。资金总量：6.734 万元；资金类型：财政资金。项目类型属于专项业务经费，资金来源：全部为财政资金，实施周期为一年，项目实施主管部门：合肥市文化和旅游局。

2.项目执行情况

按 2024 年申请 6.734 万元专项资金，本项目根据全年工作安排，从市数据资源局申报的财政资金，用于合肥市文化馆微信公众号升级改造及办公及免费开放网络链路租赁。主要用于文化馆办公及免费开放网络链路租赁和合肥市文化馆微信公众号升级改造，通过三方询价确定供应商，保障全年的网络畅通和微信平台的维护。截止 12 月底项目达到预期绩效，项目资金投入 6.734 万元，执行率 100%，完成年初绩效目标。

（二）项目绩效目标

1.项目年度总体目标

项目年度总体目标用于文化馆办公及免费开放网络链路租赁和合肥市文化馆微信公众号升级改造。其中电信网络宽带合肥市文化馆区域达到全覆盖（电信网络宽带 100M），

主要用于办公网络、数字化体验、免费上网等，提升单位办公效率和免费开放场馆体验感。合肥市文化馆微信公众号2024年通过多渠道、多主题、多形式，多角度展示合肥市文化馆数字化平台，提供群众对于数字文化的需求，利用微信公众号上线“云上学非遗”慕课教学20期，线上展厅更新20期，精品节目展播45期，微信公众号共发布近300条推文，总阅读量超11万次；视频号发布视频80余条，浏览量5万次；抖音号发布视频超100条，浏览量6万次，努力实现文化馆新媒体矩阵。

2. 总体目标完成情况

全年完成预期总目标：总体目标完成情况为电信100M网络宽带对合肥市文化馆区域全覆盖，进馆群众可实时免费无线上网。合肥市文化馆微信公众号构建数字化公共文化空间，形成以馆办网站、微信公众号、视频号、抖音号等为基础，以媒体宣推为辅助的数字文化云上空间，不断创新数字服务方式，提升服务效能。利用微信公众号上线“云上学非遗”慕课教学20期，线上展厅更新10期，合肥市爱国歌曲演唱会（比赛）线上展播10期，“大地欢歌 舞动江淮”2024年安徽省合肥市广场舞联赛决赛线上展播14期，合肥市2024年少儿书画大赛线上展17期，2024年合肥市庆“六一”少儿文艺专场演出线上展播21期，2024年合肥市（群文）美术书法摄影展摄影类作品线上欣赏3期等，馆办刊物《群文论坛》电子版2期、《合肥市文化馆公共文化服务年报》电子版1期，同时微信公众号共发布近300条推文，总阅读量

超 11 万次；视频号发布视频 80 余条，浏览量 5 万次；抖音号发布视频超 100 条，浏览量 6 万次，让群众共享文化惠民成果。

二、绩效评价结论

（一）总体结论

2024 年度，网络链路租赁费项目通过申请财政资金 6.734 万元，共完成合肥市文化馆全年的网路链路租赁和文化馆微信公众号升级改造等工作，已完成年度设定的绩效目标，达到项目预期效果。具体包括：一是网络全覆盖，电信 100M 网络宽带对合肥市文化馆区域全覆盖，进馆参观群众可实时免费无线上网。二是文化馆微信公众号升级改造，让群众免费体验数字文化服务。全年文化馆微信公众号共发布近 300 条推文，总阅读量超 11 万次；视频号发布视频 80 余条，浏览量 5 万次；抖音号发布视频超 100 条，浏览量 6 万次，让群众共享文化惠民成果，得到了良好的社会反响。

（二）评价结果

经评价，2024 年度网络链路租赁费项目综合得分为 100 分，评价结果为“优”。

三、存在问题

通过评价发现，2024 年度网络链路租赁费项目实施虽取得了一定的成效，但还存在一些问题和不足，主要表现在：通过评价发现，微信公众号里面互动部分小程序形式单一，今后将适当增加小程序互动，为群众在线参与活动提供更好的网上体验。

四、意见和建议

为进一步提高专项资金使用效益，针对存在的问题，提出如下建议：

一要优化运维方案，强化绩效考核标准；

二要加强单位对人员的管理和培训，提升专业技术人员解决问题的能力。

五、附件

项目支出绩效自评表（附后）

项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		网络链路租赁费						
主管部门		082-合肥市文化和旅游局			预算单位	082005-合肥市文化馆		
项目资金 (万元)			年初预算数		全年预算数 (A)	全年执行数 (B)	执行率 (B/A)	
		年度资金总额	6.82		6.734	6.734	100%	
		其中：当年财政资金	6.82		6.734	6.734	100%-	
		上年结转资金	0		0	0	-	
		其他资金	0		0	0	-	
年度 总体 目标		预期目标			实际完成情况			
		申请 6.734 万元财政资金，主要用于办公网络、网络安全、主题宣传、微信公众号运维；通过多渠道、多主题、多种形式，多角度展示合肥市文化馆平台，提升免费单位办公效率和免费开放场馆体验感。			按照年初制定的预算目标，顺利完成了年初设定的目标，项目资金全部执行完毕，执行率 100%。			
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	决策 (15 分)	项目立项 (7 分)	项目立项规范性	项目立项规范性	根据《安徽省公共文化服务保	7	7	
		绩效目标 (8 分)	绩效目标合理性	绩效目标合理明确	绩效目标合理	4	4	
			绩效指标明确性	绩效指标清晰量化	绩效指标清晰	4	4	
	过程 (25 分)	资金管理 (15 分)	预算执行率	100%	100%	10	10	
			资金使用合规性	资金使用合规性	严格按照法律	5	5	
		组织实施 (10 分)	管理制度健全性	管理制度健全	管理制度健全	5	5	
			制度执行有效性	相关制度执行有效	按制度执行	5	5	
	产出 (30 分)	数量指标 (8 分)	电信网络宽带覆盖面积	文化馆全覆盖	完成	4	4	
			电信网络宽带	=100M	100M	4	4	
		质量指标	公共文化场馆的	公共免费开放场	完成	7	7	
		时效指标 (8 分)	公益广告宣传时	公益广告宣传时	完成	4	4	
			项目完成及时性	2024 年 10 月底	完成	4	4	
		成本指标 (7 分)	网络链接费	≤4.32 万元	4.296 万元	4	4	
			微信运维成本	≤2.5 万元	2.438 万元	3	3	
	效益 (30 分)	经济效益	本指标不适用此	本指标不适用此	本指标不适用此	0	0	
		社会效益	人民群众日益增长的精	组织开展各类文	不断满足人	10	10	
		生态效益	本指标不适用此	本指标不适用此	本指标不适用此	0	0	
		可持续影响	文艺在推进	持续开展各类文	文艺在推进	10	10	
		服务对象满意度指标	社会公众满意度	≥90%	97%	10	10	
总 分						100	100	

2024 年设备维护保养费项目部门评价报告

一、项目基本情况

(一) 项目概况

1.项目立项情况

合肥市文化馆的设备维护保养项目是根据《文化馆建设标准》和《中华人民共和国公共文化服务保障法》和市文化馆对外免费开放的实际需要，经第三方审计确立的。合肥市文化馆占地面积约 9.7 万平米，建筑面积 1.6 万平米，由原国际创新馆改建而成，场馆为下沉式玻璃幕墙结构，建筑结构较复杂，特种设备比较多。

目前场馆设备主要有中央空调（主场馆和办公区两套中央空调机组等）、变配电系统（高压配电设备、强弱电设备、柴油发电机配套设备等）、电梯系统（其中 2 套无障碍观光电梯，2 套货物升降平台）、给排水系统、消防管网系统、新风系统、智能信息化系统、照明系统、会议系统（会议室和多功能厅的会议设备）、免费艺术培训教学设备、灯光音响设备、音视频设备（6 块电子大屏、投影、查询机等设备）场馆外照明、配电设备、玻璃幕墙及护栏和其他设备等。根据场馆实际情况，结合预算公开评审结果申请项目预算资金 73.9731 万元，资金类型全部为财政资金，按照项目类型分本项目属于专项业务经费，计划实施周期为一年，项目主管部门为合肥市文化和旅游局。

2.项目执行情况

2024 年预算资金 73.9731 万元，项目是 2022 年 3 月份通过政府公开招标项目，中标价为 73.9731 万元，2024 年合同续签，服务期限为 2024 年 3 月 30 日至 2025 年 3 月 29 日。本项目根据经批复的年度审计项目计划安排，结合项目实施进度，截止 12 月底项目实际安排预算 73.9731 万元，实际

执行了 73.9731 万元，完成了本年度预算安排的执行进度，执行率 100%。主要完成了中央空调、变配电系统、电梯系统、给排水系统、消防管网系统、新风系统、智能信息化系统、照明系统、会议系统、免费艺术培训教学设备、灯光音响设备、音视频设备以及场馆外照明、配电设备、玻璃幕墙及护栏维护等 28 项维保项目，达到了预期效果，完成了既定目标。

（二）项目绩效目标

1.项目年度总体目标

项目主要是用于场馆内所有设施的维护和保养，重点加强中央空调、变配电系统、电梯系统、给排水系统、消防管网系统、新风系统、智能信息化系统、照明系统、会议系统、免费艺术培训教学设备、灯光音响设备、音视频设备以及场馆外照明、配电设备、玻璃幕墙及护栏维护等 28 项的设备保养和维护工作，保障文化场馆安全有序的开放。

2.总体目标完成情况

项目实际需支出财政资金 73.9731 万元，完成了年初制定的对场馆内的所有项设施的维护保养工作并验收合格，保障了场馆的安全运转。项目制定实施方案，针对场馆内出现的设施的故障，都能在两小时以内解决，对于重大故障都能在预定的时间内解决，全年无一例安全事故发生，完成了项目年度总体目标，保障了场馆的安全平稳运行。

二、绩效评价结论

（一）总体结论

2024 年度，设备维护保养设备项目通过申请财政资金 73.9731 万元，共完成对中央空调（主场馆和办公区两套中央空调机组等）、变配电系统（高压配电设备、强弱电设备、柴油发电机配套设备等）、电梯系统（其中 2 套无障碍观光电梯，2 套货物升降平台）、给排水系统、消防管网系统、新风系统、智能信息化系统、照明系统、会议系统（会议室和多功能厅的会议设备）、免费艺术培训教学设备、灯光音响设备、音视频设备（6 块电子大屏、投影、查询机等设备）和场馆外照明、配电设备、玻璃幕墙及护栏维护等其他设施设备进行常态化维护工作，已完成年度设定的绩效目标，达到项目预期效果。具体包括：一是服务质量有保障，维保单位根据市文化馆的维保需求，能够制定切实可行的综合维保方案，人员配备齐全、素质高，人力物力充足，确保了场馆的设备有效运行；二是服务效率，维保单位执行率较高，发现问题后一般的问题都能在最短 2 小时，最长 24 小时内解决，在重大群众文化活动中能够确保场馆设备正常运行；三是服务水平较高，为确保服务水平有保障，市文化馆在制定招标需求和合同约定时严把人员要求，满足要求方可进驻单位，中标单位选派技术过硬的专业工程人员入驻场馆，维保人员都具备专业技术资格，服务水平较高。

（二）评价结果

经评价，2024 年度设备维护保养费项目综合得分为 100 分，评价结果为“优”。

三、存在问题

通过评价发现，2024 年度设备维护保养费项目实施虽取得了一定的成效，但还存在一些问题和不足，主要表现在：设备老化严重，维保成本较高，预算资金不足，2024 年招标工作无法按期完成，多次流标，场馆的维护保养成本资金待提高。

四、意见和建议

2025 年该项目资金预算经过第三方审核确定提高。

五、附件

项目支出绩效自评表（附后）

项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		设备维护保养费						
主管部门					预算单位			
项目资金 (万元)			年初预算数		全年预算数 (A)	全年执行数 (B)	执行率 (B/A)	
		年度资金总额	73.9731 万元		73.9731 万元	73.9731 万元	100%	
		其中：当年财政资金	73.9731 万元		73.9731 万元	73.9731 万元	100%	
		上年结转资金					-	
		其他资金					-	
年度 总体 目标		预期目标			实际完成情况			
		申请 73.9731 万元财政资金，主要用于场馆内空调系统、变配电系统、柴油发电机系统、电梯系统、给排水系统、消防系统、新风系统、智能信息化系统、照明系统、玻璃幕墙维修、更换和防漏处理等 28 项主要维保项目；目前很多设备损耗和维护成本逐年提高，加强维保力度，确保场馆正常运行。			按照年初制定的预算目标和招标需求，完成了重点设施设备和其他常规维保项目的保养和维护工作，顺利完成了年初设定的目标，项目资金全部执行完毕，执行率 100%，保障场馆安全运行，提高了财政资金的使用效益。			
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	决策 (15 分)	项目立项 (7 分)	项目立项规范性	项目立项规范	立项规范	7	7	
		绩效目标 (8 分)	绩效目标合理	绩效目标合理	目标合理	4	4	
			绩效目标明确	绩效指标清晰	指标目标清晰	4	4	
	过程 (25 分)	资金管理 (15 分)	预算执行率	100%	100%	10	10	
			资金使用合规	项目资金使用	资金使用合规	5	5	
		组织实施 (10 分)	管理制度健全	管理制度健全	制度健全	5	5	
			制度执行有效性	有关制度执行有效	制度执行有效	5	5	
	产出 (30 分)	数量指标 (8 分)	维保人员数量	≥5 人	≥5 人	4	4	
			维修项目数	=28 项	=28 项	4	4	
		质量指标 (7 分)	设备运维验收	=100%	=100%	7	7	
			设备维护及时性	设备维护及时，能在第一时间进行设备维护	能在第一时间进行设备维护	2	2	
		时效指标 (8 分)	项目完成时间	在 2024 年底前	2024 年底	2	2	
			维保效率	=100%	=100%	2	2	
		成本指标 (7 分)	服务需求反映	2 小时内	2 小时内	2	2	
			项目总成本	≤73.98 万元	73.973 万元	7	7	
	效益 (30 分)	经济效益	对经济效益的	不适用	不适用	0	0	
		社会效益	通过项目实施	程度较高	场馆设备运行	10	10	
		生态效益指	对生态效益的	不适用	不适用	0	0	
		可持续影响	对设备及时维	正面较大影响	项目绩效目标	10	10	
		服务对象满	群众对场馆设	≥90%	99.90%	10	10	
总 分						100	100	

2024 年外立面玻璃幕墙清洗项目部门评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

1.项目立项情况

合肥市群众文化活动中心（市文化馆）占地面积约 9.7 万 m²，建筑面积约 1.6 万 m²，玻璃幕墙面积约 3 万 m²，建筑为玻璃幕墙下沉式结构，玻璃幕墙与金属结构结合呈不规则分布且墙面均不完全垂直建构，造型奇特，内部空间较复杂，场馆分为 A、B、C、D、E、F 五个功能区域及船模展厅，均为玻璃幕墙结构，需定期清洗，整体清洗难度较大。

项目结合场馆的实际情况，根据《玻璃幕墙工程技术规范》（JGJ102-2003）及住房城乡建设部、国家安全监管总局下发的《关于进一步加强玻璃幕墙安全防护工作的通知》（建标[2015]38 号）技术规范，每年 5 个功能区域、船模展厅的外立面及场馆室内外所有金属结构框、窗台等清洗作业，作业面积涵盖场馆所有区域，资金总量为 11.2 万元，资金类型为财政资金，项目类型为专项业务经费，项目实施周期为一年，项目实施主管部门为合肥市文化和旅游局，项目单位为合肥市文化馆。

2. 项目执行情况

2024 年预算资金 11.2 万元。根据经批复的年度审计项目计划安排，结合项目实施进度，截止 12 月底，按照考核，一年两次清洗，半年一支付的要求，项目资金执行 11.2 万

元，执行率为 100%，完成了全年的幕墙清洗计划，达到了预期效果，完成了既定目标。

（二）项目绩效目标

1.项目年度总体目标

全年完成两次场馆外立面玻璃幕墙清洗，不断优化场馆参观环境。玻璃幕墙处理后，玻璃清洁明亮、色泽基本一致，无灰尘、污垢、污渍、水迹、手印等其它印迹，外金属结构表面无残留污迹，现场及周围环境、部位无因施工产生的污染、垃圾、水污等，玻璃、墙面等无损坏现象；现场施工操作规范安全，文明施工，无安全事故发生。

2.总体目标完成情况

全年完成年初总体目标。具体为：A 区民间民俗文化展厅（2 层、立面）内外玻璃幕墙及金属结构清洁、遮阳卷帘除尘约 8000 m²；B 区、C 区、D 区、E 区、F 区内外玻璃幕墙及金属结构清洁，包括金属结构框、窗台等清洗约 20000 m²，外围护栏、船模馆约 2000 m²。截止到 12 月底完成一年两次完整、系统地清洗。

二、绩效评价结论

（一）总体结论

2024 年度，外立面玻璃幕墙清洗项目通过申请财政资金 11.2 万元，共完成市文化馆 5 个功能区域及船模展厅的外立面进行清洗作业，作业面积约 3 万 m²，约 1 万多块玻璃块面，已完成年度设定的绩效目标，达到预期效果。实施成效和经验做法：定期的专业清洗，有效提升了玻璃幕墙的清洗效果，

保持建筑物的美观和延长其使用寿命，提升了场馆的对外形象和与环境品质，为群众提供了更加优质高效的参观感受和服务；清洗过程中，严格落实施工现场管理，在醒目位置设置安全警示标志，监督清洗人员持证上岗，严格佩配安全帽、安全绳等安全设备，确保施工现场安全，有效保障玻璃幕墙清洗工作顺利进行。

（二）评价结果

经评价，2024 年度外立面玻璃幕墙清洗项目综合得分为 100 分，评价结果为“优”。

三、存在问题

无

四、意见和建议

无

五、附件

项目支出绩效自评表（附后）

项目支出绩效自评表

（2024 年度）

项目名称		外立面玻璃幕墙清洗						
主管部门		835-合肥市文化和旅游局			预算单位			
项目资金 （万元）			年初预算数		全年预算数 （A）	全年执行数 （B）	执行率 （B/A）	
		年度资金总额	11.2		11.2	11.2	100%	
		其中：当年财政资金	0		0	0	-	
		上年结转资金	0		0	0	-	
		其他资金	0		0	0	-	
年度 总体 目标		预期目标			实际完成情况			
		申请财政资金 11.2 万元用于场馆外立面玻璃幕墙清洗，不断完善场馆环境优化。			全年完成两次场馆外立面玻璃幕墙清洗，验收合格后分两次共支付 11.2 万元，优化了场馆参观环境。			
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	决策 （15 分）	项目立项 （7 分）	项目立项规范性	项目立项规范	项目严格按照规定的程序申请设立；项目均按照市财政预算编制的要求申报	7	7	

		绩效目标 (8分)	绩效目标合理性	绩效目标合理明确	符合场馆建筑结构特点和开展群众文化活动的需要化。按半年度考评	4	4	
			绩效指标明确性	绩效指标清晰量化	一年清洗两次	4	4	
过程 (25分)	资金管理 (15分)	预算执行率	100%	100%		10	10	
		资金使用合规性	项目资金使用合规	财政预算内资金，与服务单位续签合同，按半年考核支付金额		5	5	
	组织实施 (10分)	管理制度健全性	管理制度健全	制定了一套完善的内控制度		5	5	
		制度执行有效性	相关制度执行有效	每半年完成一次清洗工作后，严格进行考核验收，验收合格及时归档保存，项目成立验收小组进行验收		5	5	
产出 (30分)	数量指标 (8分)	全年清洗次数	≥2次	实际完成率为100%		8	8	
	质量指标 (7分)	清洗质量满足合同要求	清洗后无灰尘、污垢、污渍、水迹、手印等，无损坏及污染现象	玻璃、金属结构框、窗台清洗干净明亮，符合合同要求规定，验收合格		7	7	
	时效指标 (8分)	项目完成时间	2023年12月底前	按期完成		4	4	
		清洗频次	一年两次	按要求完成		4	4	
	成本指标 (7分)	项目总成本不超过全年预算	11.2万元/年	按11.2万元/年执行完成		7	7	
效益 (30分)	经济效益	对经济效益的影响程度	本指标不适用此项目			0	0	
	社会效益 指标 (10分)	对完善免费开放场馆管理有促进作用	效果明显	确保场馆的清洁，保障了免费开放的效率和对外形象，为老百姓提供了一个舒适高效的参观环境		5	5	
		保持场馆外立面干净，提升外立面美观度和群众参观感受	效果明显	对玻璃幕墙的清洗，提升场馆周边环境有助于免费开放持续性发展。		5	5	
	生态效益	对生态环境的影响程度	本指标不适用此项目			0	0	
	可持续影响 (10分)	对改善免费开放场馆环境的可持续影响程度	程度较高	持续给群众提供了一个良好的参观环境		10	10	
	服务对象满意度指标 (10分)	参观人员满意度	≥90%	96%		5	5	
		工作人员满意度	≥90%	96%		5	5	
总 分						100	100	

2024 年群众文化活动中心文化活动新品牌 项目部门评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

1.项目立项情况

群众文化活动中心文化活动新品牌项目是根据《中华人民共和国公共文化服务保障法》和市文化馆对外免费开放的实际需要，满足不同群众对公共文化的多样需求，为群众提

供高质量的公共文化服务。2024 年，根据各节庆、重大时间节点的需要，以及群众对文化的需求程度，将优秀群众文艺作品送到百姓身边，包括 2024 年 2 月 6 日-2 月 12 日城市演艺新空间活动进景区景点拍摄春节节目、“园博闹新春 舞动中国龙”民俗游园展演活动、合肥市庆“六一”少儿文艺专场演出、“大地欢歌 舞动江淮”2024 年安徽省合肥市广场舞联赛决赛、合六淮文旅志愿行“月光音乐盒·城市演艺新空间联合路演活动”在六安皋街成功举行、“大地情深”全民文化季优秀群众文艺作品巡演——城市演艺新空间·文一津门文旅街区路演活动、“城市演艺新空间·青年文化夜市”路演活动“群星璀璨”迎新年专场文艺演出暨“合六淮”三地群星奖优秀节目展演等活动，让广大人民群众共享文化发展优秀成果，让群众享受优质、新颖的文艺作品，更好的满足群众文化需求，增强群众幸福感和满意度。合肥市文化馆全年共组织策划举办 8 场新品牌活动，项目周期为全年，申请财政资金 40 万元。资金来源全部为一般公共预算。

2.项目执行情况

群众文化新品牌活动项目主要通过组织专场群众文化活动及视频录制的方式来完成，包括 2024 年 2 月 6 日-2 月 12 日城市演艺新空间活动进景区景点拍摄春节节目、“园博闹新春 舞动中国龙”民俗游园展演活动、合肥市庆“六一”少儿文艺专场演出、“大地欢歌 舞动江淮”2024 年安徽省合肥市广场舞联赛决赛、合六淮文旅志愿行“月光音乐盒·城市演

艺新空间联合路演活动”在六安皋街成功举行、“大地情深”全民文化活动季优秀群众文艺作品巡演——城市演艺新空间·文一津门文旅街区路演活动、“城市演艺新空间·青年文化夜市”路演活动“群星璀璨”迎新年专场文艺演出暨“合六淮”三地群星奖优秀节目展演等 8 项内容，项目资金执行数为 40 万元，执行率 99.95%，因申报个税问题，略有剩余，执行过程合理合法合规。

（二）项目绩效目标

1.项目年度总体目标

申请 40 万元资金，主要用于打造优秀群众文化新品牌，宣扬城市精神新风貌，树立合肥文化发展新形象整合合肥市群众文化资源，加大文化精品创作、重大主题活动、文化队伍建设、文化展示交流等方面的力度，通过开展丰富多彩、形式多样、特色鲜明、健康向上的群众文化活动，全面展示我市广大群众的精神文化风貌，激发广大群众参与文化、享受文化、创造文化的热情，提高广大群众文化艺术修养，提升公共文化服务内涵和水平。

2.总体目标完成情况

在项目执行过程中，完成了 2024 年城市演艺新空间活动、“园博闹新春 舞动中国龙”民俗游园展演活动、合肥市庆“六一”少儿文艺专场演出、“大地欢歌 舞动江淮”2024 年安徽省合肥市广场舞联赛决赛、合六淮文旅志愿行“月光音乐盒·城市演艺新空间联合路演活动”在六安皋街成功举行、“大地情深”全民文化活动季优秀群众文艺作品巡演——城市演

艺新空间·文一津门文旅街区路演活动、“城市演艺新空间·青年文化夜市”路演活动走进合柴、“群星璀璨”迎新年专场文艺演出暨“合六淮”三地群星奖优秀节目展演8场演出活动，达到了预期效果，完成了既定目标。

二、绩效评价结论

（一）总体结论

2024年度，文化活动新品牌项目通过申请财政资金40万元，共完成举办8项演出活动，已完成年度设定的绩效目标，达到项目预期效果。具体包括：一是无论是剧场还是户外广场演出，均高质量完成；二是项目质量得到市民的高度认可，充分体现出文化惠民；三是演出形式和节目创新，在弘扬中华民族优秀传统文化的同时，创新打造文化优秀精品节目。

（二）评价结果

经自评，2024年度文化活动新品牌项目绩效自评综合得分为100分，自评结果为“优”。

三、存在问题

通过评价发现，2024年度文化活动新品牌项目实施虽取得了一定的成效，但还存在一些问题和不足，主要表现在：

一是文化活动的场次还达不到市民的需求，因人员配备有限，预算资金有限，无法完全满足市民对文化活动的热情需求。

二是再增加一些互动体验感的项目，部分活动给市民的文化体验感不足。

四、意见和建议

为进一步提高专项资金使用效益，针对存在的问题，提出如下建议：

一是提前做好各项活动的策划，要线上线下新媒体同步策划准备；

二是对于一些有影响力的品牌活动要加大创新意识，大胆创新节目形式和内容，给百姓提供更多的文艺精品。

五、附件

项目支出绩效自评表（附后）

项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		2024 年群众文化活动中心文化活动新品牌项目						
主管部门		活动策划部			预算单位			
项目资金 (万元)			年初预算数		全年预算数 (A)	全年执行数 (B)	执行率 (B/A)	
		年度资金总额	40		40	40	100%	
		其中：当年财政资金	40		40	40	100%	
		上年结转资金					-	
		其他资金					-	
年度 总体 目标		预期目标			实际完成情况			
		申请 40 万元财政资金，主要用于打造优秀群众文化新品牌，宣扬城市精神新风貌，树立合肥文化发展新形象整合合肥市群众文化资源，加大文化精品创作、重大主题活动、文化队伍建设、文化展示交流等方面的力度，通过开展丰富多彩、形式多样、特色鲜明、健康向上的群众文化活动，全面展示我市广大群众的精神文化风貌，激发广大群众参与文化享受文化、创造文化的热情，提高广大群众文化文艺修养，提升公共文化服务内涵和水平。			全年按预定目标完成 8 场文艺演出，项目资金执行数为 40 万元，执行率 100%，因申报个税问题，略有剩余，执行过程合理合法合规。			
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	决策 (15 分)	项目立项 (7 分)	项目立项规范性	项目立项规范	根据《安徽省公共文化服务保障条例》和文化馆评估定级的要求，经三方询价确立	7	7	
		绩效目标 (8 分)	绩效目标合理性	绩效目标合理明确	绩效目标合理	4	4	
			绩效指标明确性	绩效指标清晰量化	绩效目标清晰	4	4	
	过程 (25 分)	资金管理 (15 分)	预算执行率	100%	100%	10	10	
			资金使用合规性	项目资金使用合规	资金管理制度健全，项目资金使用合规	5	5	
		组织实施 (10 分)	管理制度健全性	管理制度健全	项目管理制度健全，修改完善了《合肥市	5	5	
			制度执行有效性	相关制度执行有效	项目管理制度健全，修改完善了《合肥市文化馆内部规章制度汇编》和合肥市免费开放服务标准	5	5	
	产出 (30 分)	数量指标 (8 分)	各展演活动 8 场	符合规定	8 场	8	8	
		质量指标 (7 分)	经费支出合规性，活动过程的安全管理标准，活动进度质量符合规定	符合规定	100%	7	7	及时转变思路，创作出更高质量的文艺作品，丰富百姓的精神文化需求
		时效指标 (8 分)	活动完成时效	按规定时间完成	按规定时间完成	8	8	

		成本指标 (7分)	项目总成本	40万元	39.98万元	7	7	
		经济效益 指标	本指标不适用					
		社会效益 指标	营造幸福合肥、文化合肥的浓厚氛围	程度明显	把中国特色社会主义文化建设化为群众身边切实可感的文化服务,切实增加了群众获得感和幸福感。	10	10	
		生态效益 指标	本指标不适用					
		可持续影响 指标	提升市民的文化素养和艺术修养	程度明显	许多活动多年连续举办,可持续影响力不断增强。	10	10	
		服务对象满意度指标 (10分)	社会公众满意度≥98%	社会公众满意度≥98%	社会公众满意度达98%	10	10	文化活动的场次还达不到市民的需求,部分活动给市民的文化体验感不足。
		总 分				100	100	

2024 年合肥市文化馆展览经费项目 部门评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

1.项目立项情况

合肥市文化馆的展览经费项目是根据《中华人民共和国公共文化服务保障法》和市文化馆对外免费开放的实际需要，满足各年龄群众对公共文化展览文化的需求，推广宣传非遗传承；合肥市文化馆综合艺术展览厅承担对外展览展示开放服务，每年根据政策性要求及人民群众需求开展一系列美术类、书法类、摄影类、手工技艺类等项目的展览展示工作。

展览的布置安排根据政策性、主题性、非遗展示等不同类型进行每期不同展览的更换布展，同时对非遗展厅部分空

间进行升级改造等；根据场馆实际情况，结合预算公开评审结果申请项目预算资金 22 万元，全部为市财政资金，按照项目类型分类的相关规定，本项目属于“展览展示类经费”，计划实施周期为一年，项目主管部门为合肥市文化和旅游局。

2. 项目执行情况

本项目根据经批复的年度审计项目计划安排，结合项目实施进度，截止 12 月底项目资金执行 22 万元，执行率 100%。主要完成了“赏年画 过大年”2024 新春新年画作品展示活动（合肥展）、“年画进万家 幸福中国年”合肥市木版年画精品展、“览·美丽合肥”优秀摄影作品邀请展、合肥市 2024 年少儿书画大赛暨“我们成长的样子”青少年美育活动作品展、2024 年合肥市美术书法摄影展、“璀璨七十五载——庆祝中华人民共和国辉煌征程新篇章”南京杭州合肥三地书画摄影作品展、合肥六安淮南美术（中国画）书法作品邀请展、“迎春绘色 繁华似锦”一庆元旦迎新春美术作品展；合肥市第十一届非遗技艺大赛暨文创作品展。

（二）项目绩效目标

1.项目年度总体目标

项目主要是用于场馆内日常免费开放展览、展示、展承布置，重点涉及非物质文化遗产展出布置，民间民俗展承布置、综合艺术展厅展览布置，政策性、主题性、非遗展示及相关展览巡展布展等，根据展览计划进行不同类型进行每期不同展览的更换布展等；以保障公共文化场馆正常、安全有序的开放。

2.总体目标完成情况

项目实际支出财政资金 22 万元，完成了年初制定的对场馆内的所有展览展示项目按期按时进行更换。项目制定实施方案，针对场馆内民俗民间艺术展厅、综合艺术展览厅、场馆绿植和各类展览均根据展览规划按时布置到位，保障了场馆的免费参观区域正常开放，为广大群众提供优质的展览项目。全年共完成大型展览 8 场，巡展 7 场，完成了既定的总目标量。

二、绩效评价结论

（一）总体结论

2024 年度，合肥市文化馆展览经费项目申请财政资金 22 万元，共完成政策性、主题性、非遗展示等展览展示巡展等十余场。从春节开始各项展览已计划进行，展厅对外开放，展览不断，少儿书画大赛作品展、长三角城市间邀请展、合肥市美术书法摄影大展、合肥都市圈作品交流展等多个项目，以及整个展厅绿植的定期更换等，已完成年初制定的绩效目标，达到项目预期效果。具体包括：一是“赏年画 过大年”2024 新春新年画作品展示活动（合肥展），承接了中宣部关于“赏年画 过大年”活动的巡展项目，春节期间，在合肥市庐阳区城隍庙艺术展厅进行巡展，给广大群众提高优质的作品展示外，还结合了合肥本地的特色木版年画现场体验；二是“年画进万家 幸福中国年”合肥市木版年画精品展，年画是中国传统春节的必须物品，她是中国传统文化的瑰宝，在新春期间，整合合肥地区优秀的年华作品，给市民送上一

场浓浓的新春视觉盛宴；三是“览·美丽合肥”优秀摄影作品邀请展，此次展览以航拍为主要形式，以不同的视角来展现合肥的发展面貌；共征集作品 100 余件；四是合肥市 2024 年少儿书画大赛暨“我们成长的样子”青少年美育活动作品展，作为大型全市少儿类赛事活动之一，共收到来自全市青少年儿童书法、美术、手工技艺三类作品 1400 余件，为青少年搭建了一个优秀的展示平台，整个展览线下共展出 4 场，线上展出 15 场；五是 2024 年合肥市美术书法摄影展，此次展览作为第四届安徽省群星奖合肥地区美术书法摄影选拔的主要活动，聚集了全市美术书法摄影精品作品 300 余件，充分展现了我市近年来群众文化工作者在艺术上的追求与创作；六是“璀璨七十五载——庆祝中华人民共和国辉煌征程新篇章”南京杭州合肥三地书画摄影作品展，展出三地优秀美术书法摄影作品 90 件，以新时代、新文化、新生活为出发点，充分展现各地市鲜明的地域风格及深厚的文化底蕴，促进长三角城市间的文化交流；七是合肥六安淮南美术（中国画）书法作品邀请展，作为合肥都市圈间的首届交流展，此次展览汇集了三地优秀艺术家们 100 余件优秀作品，也为今后都市圈间文化交流开好篇章，更进一步做好准备；八是“迎春绘色 繁华似锦”一庆元旦迎新春美术作品展，进一步深化合肥文化艺术创作的发展，助力推进繁荣兴盛的文化强省建设，喜迎元旦佳节；九是 2024 艺浸江南——长三角中青年美术、书法、摄影视觉艺术展、2024 年安徽文化馆美术摄影培训创作展等，我馆积极组织作品，参与到全省及长

三角地区各项展览活动中，加大交流，促进我市群众文化的发展和建设；十是第十一届非遗技艺大赛暨文创作品展，展览汇集了近百件合肥市非遗传承人和安徽艺术职业学校高校师生们的精心之作，让参观者看到合肥民间工艺美术的深厚文化底蕴和浓郁地方特色。

年初设定的指标为：展览顺利进行、展承布置合理，零件配置更换及时，保证所有活动正常开展。馆方对展览布展合同方每个项目资金支付前，均需进行严格验收考核，按照内控制度及合同要求及时支付。实际完成情况为：所有展览展示顺利进行，项目质量采取现场验收方式，每个展览展示的验收均合格；经费使用按照财政规定的程序和合同的条款合法合理有序的进行。

（二）评价结果

经自评，2024 年度合肥市文化馆展览经费项目绩效综合得分为 99 分，评价结果为“优”。

三、存在问题

通过评价发现，2024 年度合肥市文化馆展览经费项目实施虽取得了一定的成效，但还存在一些问题和不足，主要表现在：许多县区馆站希望每年都能配送展览至基层，但由于经费不足问题，无法达到更高的覆盖率。

四、意见和建议

无

五、附件

项目支出绩效自评表（附后）

项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		展览经费						
主管部门		082-合肥市文化和旅游局			预算单位	082005-合肥市文化馆		
项目资金 （万元）			年初预算数		全年预算数 （A）	全年执行数 （B）	执行率 （B/A）	
		年度资金总额	22.00		22.00	22.00	100.00%	
		其中：当年财政资金	0		0	0	-	
		上年结转资金	0		0	0	-	
		其他资金	0		0	0	-	
年度 总体 目标		预期目标			实际完成情况			
		申请 22 万元财政资金,主要用于开展文化艺术类主题展览（含非遗展览）和开放性展览展示厅场馆的布置以及场馆绿植租赁和文明创建相关布置，通过各类艺术展览和非物质文化遗产展的举办，全面提升市民的文化艺术修养和品位，进一步提高公共文化服务质量和水平，促进传统文化的传承和传播。同时，通过各类展览进一步增强合肥地区与长三角城市间文化交流，带动城市文化发展。			按照年初制定的预算目标和招标需求，完成了馆内展览展示等开放工作，顺利完成了年初设定的目标，项目资金执行率 100%，保障场馆安全运行，提高了财政资金的使用效益。			
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	决策 （15 分）	项目立项 （7 分）	项目立项规范性	项目立项规范	项目立项规范	7	7	
		绩效目标 （8 分）	绩效目标合理性	绩效目标合理明确	绩效目标合理明确	4	4	
			绩效指标明确性	绩效指标清晰量化	绩效指标清晰量化	4	4	
	过程 （25 分）	资金管理 （15 分）	预算执行率	100%	100.00%	10	10	
			资金使用合规性	项目资金使用合规	项目资金使用合规	5	5	
		组织实施 （10 分）	管理制度健全性	管理制度健全	管理制度健全	5	5	
			制度执行有效性	相关制度执行有效	制度执行有效	5	5	
	产出 （30 分）	数量指标 （8 分）	开展展览项目数量	≥6 场	≥8 场	4	4	
			合肥市全民书画摄影展	≥1 场	≥4 场	2	2	
			合肥市少儿书画大赛	≥3 期	≥3 期	2	2	
		质量指标 （7 分）	目标受众参与率	≥90%	90%	3	3	
			活动过程的安全管理	符合	符合安全管理标准	2	2	
			重大活动符合活动方案	符合	符合方案要求	2	2	
		时效指标 （8 分）	展览开放时间	全年	全年	8	8	
		成本指标 （7 分）	项目总成本	≤22 万元	22	2	2	
			长三角赛事、交流展览	≤8.48 万元	8.48	2	2	
			节庆艺术展览成本	≤7.31 万元	7.31	2	2	
			合肥市市民美术、书法展	≤6.21 万元	6.21	1	1	
	效益 （30 分）	经济效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	不适用	0	0	
		社会效益指标(10 分)	对形成公益文化活动的贡献	程度较高	程度较高	5	5	
			提高社会公众的文化素质	效果明显	效果明显	5	5	
		生态效益指标	对生态环境的影响程度	本指标不适用此项目	不适用	0	0	
		可持续影响指标（10 分）	对提高公共文化服务质量和水平的贡献	程度较高	程度较高	10	9	无法达到全面覆盖
		服务对象满意度指标（10 分）	参观展览人员满意度	≥90%	99	10	10	
总 分						100	99	

2024 年非遗传承人补助资金项目部门评价 报告

一、项目基本情况

(一) 项目概况

1.项目立项情况

为进一步弘扬中华优秀传统文化，充分发挥非遗传承人在非遗保护工作中的引导带动作用，扶持省级非遗项目代表性传承人开展传习活动，帮助传承人更好地传承和保护非物质文化遗产，推动非遗保护工作科学健康发展。主要内容：2024 年 5 个国家级非遗传承人，按照 10000 元/人标准拨付；22 个省级非遗传承人，按照 3500 元/人标准拨付；127 个市级非遗传承人，按照 5000 元/人标准拨付；合计 76.2 万元。这些资金将由市级相关部门直接发放给传承人，以鼓励他们更好地开展传承工作。此项工作覆盖合肥市市级、省级及国家级传承人的经费补助，资金总量为 76.2 万元，资金来源为市财政专项资金，用于非遗传承人的展示传承活动。资金的实施周期为 2024 年全年，项目实施主管部门为合肥市文化和旅游局。项目依据：《中华人民共和国非物质文化遗产法》、《关于开展 2024 年度省级非物质文化遗产保护专项资金工作的通知》以及合肥市级以上非物质文化遗产传承人补助资金文件精神，上级下达一般性转移支付专项资金 76.2 万元，其中国家级非遗传承人 5 人，每人 1 万元；省级非遗传承人 22 人，每人 0.35 万元；市级非遗传承人 127 人，每人 0.5

万元。

2. 项目执行情况

市文化馆第一时间汇总国家级、省级及市级传承人人员信息名单，在完成人员信息整理及考核后，将补助经费及时发放到每位传承人手中。资金到位率 100%，执行率 100%。

（二）项目绩效目标

1.项目年度总体目标

申请财政资金 76.2 万元，用于补助国家级非遗传承人的 5 人，补助标准 10000 元/人/年；省级非遗传承人的 22 人，补助标准 3500 元/人/年；市级非遗传承人的 127 人，补助标准 5000 元/人/年；共计 76.2 万元。保证各级非遗保护补助资金发放及时率和到位率。

2.总体目标完成情况

2024 年底完成非遗传承人的工作考核，完成全年 76.2 万元补助发放。精准发放与动态监管结合。通过资金直达机制直接发放补助经费，减少中间环节，确保资金及时到账。

绩效考核制度。建立传承人履职评估体系，强化责任约束。

二、绩效评价结论

（一）总体结论

2024 年度，市级非遗传承人补助资金项目通过申请财政资金 76.2 万元，共完成合肥市 5 个国家级非遗代表性传承人、22 个省级非遗代表性传承人、127 个市级非遗代表性传承人

补助资金支出工作，已完成年度设定的综合业务考评及绩效目标，达到项目预期效果。

（二）评价结果

经评价，2024 年度市级及以上非遗传承人补助资金项目综合得分为 98 分，评价结果为“优”。

三、存在问题

通过评价发现，2024 年度非遗传承人补助资金项目实施虽取得了一定的成效，但还存在一些问题和不足，主要表现在：未根据年度设定的每年 10 月底前完成的时效指标按时完成支付。主要原因是传承人人数较多，项目品类繁多，考核工作量较大，考核所需时间较长，该经费的支付是在考核合格的基础上发放的。时效指标的制定需要根据实际工作需要来做。

四、意见和建议

为进一步提高专项资金使用效益，针对存在的问题，提出如下建议：根据年度考核计划，提前进行传承人考核评估，待传承人补助资金到位，第一时间完成财务手续，进行补助经费的发放。

五、附件

项目支出绩效自评表（附后）

项目支出绩效自评表

（2024 年度）

项目名称	非遗传承人补助		
主管部门	082-合肥市文化和旅游局	预算单位	082005-合肥市文化馆

项目资金 (万元)			年初预算数		全年预算数 (A)	全年执行数 (B)		执行率 (B/A)
		年度资金总额	76.20		76.20	76.20		100.00%
		其中：当年财政资金	0		0	0		-
		上年结转资金	0		0	0		-
		其他资金	0		0	0		-
年度 总体 目标		预期目标			实际完成情况			
		项目长期实施，每年申请 76.2 万元财政资金，用于补助全市国家级、省级、市级非遗传承人。通过项目实施，加强非物质文化遗产保护、保存工作，继承和弘扬中华民族优秀传统文化。			使用 76.2 万元财政资金，用于补助全市国家级、省级、市级非遗传承人。通过项目实施，加强非物质文化遗产保护、保存工作，继承和弘扬中华民族优秀传统文化。			
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析 及改进措施
	决策 (15 分)	项目立项 (7 分)	项目立项规范性	项目立项规范	项目立项规范	7	7	
		绩效目标 (8 分)	绩效目标合理性	绩效目标合理明确	绩效目标合理明确	4	4	
			绩效指标明确性	绩效指标清晰量化	绩效指标清晰量化	4	4	
	过程 (25 分)	资金管理 (15 分)	预算执行率	100%	100.00%	10	10	
			资金使用合规性	项目资金使用合规	项目资金使用合规	5	5	
		组织实施 (10 分)	管理制度健全性	管理制度健全	管理制度健全	5	5	
			制度执行有效性	相关制度执行有效	制度执行有效	5	5	
	产出 (30 分)	数量指标 (8 分)	每年国家级非遗传	＝5 人	5	4	4	
			每年省级非遗传承	＝22 人	22	2	2	
			每年市级非遗传承	＝127 人	127	2	2	
		质量指标	非遗传承人补助发	＝100%	100%	7	7	
		时效指标 (8 分)	非遗传承人补助发 放时效性	每年 10 月底前完成 支付	及时有效	8	6	
		成本指标 (7 分)	项目总成本	≤76.2 万元	76.2 万元	1	1	
			国家级非遗传承人	＝1 万元/人/年	10000	2	2	
			省级非遗传承人补	＝0.35 万元/人/年	3500	2	2	
	市级非遗传承人补		＝0.5 万元/人/年	5000	2	2		
	效益 (30 分)	经济效益 指标	本指标不适用此项 目	本指标不适用此项 目	不适用	0	0	
		社会效益 指标(10 分)	项目实施对加强非	明显	影响程度明显	5	5	
			有效解决传承人传	效果明显	效果明显	5	5	
		生态效益 指标	对生态环境的影响 程度	本指标不适用此项 目	不适用	0	0	
		可持续影响 指标（10 分）	项目实施对继承和 弘扬中华民族优秀	影响明显	影响明显	10	10	
	服务对象满意 度 指 标 （ 10	非遗传承人满意度	≥90%	100%	10	10		
总 分						100	98	

2024 年非物质文化遗产保护资金项目部门 评价报告

一、项目基本情况 (一) 项目概况

1.项目立项情况

项目背景：2021 年，在成功申报民间文学《包公故事》为国家级非遗的基础上，根据《文化和旅游部非物质文化遗产司关于开展 2022 年度非物质文化遗产保护资金项目申报工作的通知》精神，我馆积极申报《包公故事》动画片国家级项目补助资金，其中 2022 年获批第一笔补助资金 44 万元，2023 年获批第二笔补助资金共计 45 万元。项目依据：《文化和旅游部非物质文化遗产司关于开展 2022 年度非物质文化遗产保护资金项目申报工作的通知》主要内容：市文化馆启动了《千年传奇包公故事》动画片设计制作项目，项目分为两期进行。两期共计 8 集，每集时长约 10 分钟，共计时长约 80 分钟，含主题原创动画视频及片头片尾制作。其中技术参数要求为动画分辨率为 1920*1080，播放帧数为 25 帧/秒。资金总量：2023 年，中央下达“包公故事”专项转移资金 45 万元，用于《千年传奇包公故事》衍生动画剧集的制作，本项目是 2022、2023 两年期工作（已全部完成）。此项工作以线上播出为主，通过国家级、省级及县市区级平台进行播放，实行宣传矩阵全覆盖，项目实施主管部门为合肥市文化和旅游局，资金来源为中央财政专项资金，用于“千年传奇包公故事”动画片的传播活动。

2.项目执行情况

2023 年，中央下达“包公故事”专项转移资金，用于《千年传奇包公故事》衍生动画剧集的制作及宣推，已完成动画片制作及媒体宣传推广，2024 年，8.96 万元用于此项宣推工

作。2024 年 12 月 18 日，合肥市民间文学《千年传奇包公故事》动画片在合肥市广播电视台举行首发式。2014 年 12 月 19 日起，“大湖观察”新媒体矩阵专栏刊播《千年传奇包公故事》，话题阅读量 73.3 万。

（二）项目绩效目标

1. 项目年度总体目标：

完成非遗动画片《千年传奇包公故事》8 集（2022 年 4 集，2023 本年 4 集）的制作，以及多矩阵的宣传推广。

2. 总体目标完成情况：

已完成非遗动画片 8 集的各级媒体的宣传推广，2024 年 12 月 18 日，合肥市民间文学《千年传奇包公故事》动画片在合肥市广播电视台举行首发式。此次直播通过合肥市广播电视台合意 APP、“大湖观察”视频号、抖音、快手、新浪微博等多平台同步播出，吸引近 61.2 万网友在线观看。扬州晚报、烟台日报、郑州日报、田野视频、驻马店广播电视台、威海新闻网、陕西都市报、云南传媒集团、河南公共频道、麦穗视频、贵州日报等全国 11 家省市媒体平台转发相关稿件。2014 年 12 月 19 日起，“大湖观察”新媒体矩阵专栏刊播《千年传奇包公故事》，话题词条 #跟着动画看千年传奇包公故事 登陆热搜榜第二位，话题阅读量 73.3 万。

二、绩效评价结论

（一）总体结论

2023 年度，非物质文化遗产保护资金项目通过申请财政资金制作非遗宣传片，前期制作已完成，剩余 8.96 万元结转

到 2024 年用于完成动画片的后期制作及宣推。饮食及工作中，通过招标方式确定供应商，最终中标价 7.36 万元，实际支付 7.36 万元，已完成年度设定的综合业务考评及绩效目标，达到项目预期效果。实施成效 1.多维传播矩阵形成广泛影响力。通过安徽电视台农业科教频道、“大湖观察”新媒体平台等渠道同步播出，实现电视端与移动端全覆盖，首播期间相关话题在社交平台阅读量超 500 万次，有效触达青少年群体。2.非遗传承与地域文化认同双提升。以动画形式活化国家级非遗项目《包公故事》，合肥市民间文学知晓率提升 23%，包公园、包公祠等文旅地标游客量同比增长 15%，带动本土文化认同感显著增强。3.文旅产业联动效应初显。动画中融入的巢湖渔猎习俗、合肥老街风貌等场景成为研学游热门打卡点，衍生开发的戏曲脸谱盲盒、包公家训书签等文创产品销售额突破 200 万元，形成“动画+旅游+消费”产业链。经验做法：1.精准传播策略构建破圈效应针对学生群体推出“包公小课堂”系列短视频，开设“包公故事”专栏，实现文化传播与价值观引导双效合一。2.运用 3D 建模还原包公细节，通过动态捕捉技术呈现戏曲化肢体动作，保留黑脸、月牙印记等经典符号的同时提升视觉表现力。

（二）评价结果

经评价，2024 年度非物质文化遗产保护资金项目项目综合得分为 100 分，评价结果为“优”。

三、存在问题

《千年传奇包公故事》动画片在制作风格上还存在生动趣味性不够强，片头片尾音乐不够吸引等问题。

四、意见和建议

在以后的宣推工作中，将优化传播渠道，如进行新媒体的精准投放，跨平台的联动传播等，实现教育与社会价值的延伸。

五、附件

项目支出绩效自评表（附后）

项目支出绩效自评表

（2024 年度）

项目名称		2023 年非物质文化遗产保护资金						
主管部门		082-合肥市文化和旅游局			预算单位	082005-合肥市文化馆		
项目资金 （万元）			年初预算数		全年预算数 （A）	全年执行数 （B）	执行率 （B/A）	
		年度资金总额	8.90		7.36	7.36	100.00%	
		其中：当年财政资金	0		0	0	-	
		上年结转资金	0		0	0	-	
		其他资金	0		0	0	-	
年度 总体 目标		预期目标			实际完成情况			
		申请 8.96 万元财政资金，用于《包公故事》动漫片设计制作第二期。通过项目实施，传承包公故事，提升非遗社会关注度。			完成预期计划，完成包公故事动画片的制作宣传等工作。			
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	决策 （15 分）	项目立项 （7 分）	项目立项规范性	项目立项规范	项目立项规范	7	7	
		绩效目标 （8 分）	绩效目标合理性	绩效目标合理明确	绩效目标合理明确	4	4	
			绩效指标明确性	绩效指标清晰量化	绩效指标清晰量化	4	4	
	过程 （25 分）	资金管理 （15 分）	预算执行率	100%	100.00%	10	10	
			资金使用合规性	项目资金使用合规	项目资金使用合规	5	5	
		组织实施 （10 分）	管理制度健全性	管理制度健全	管理制度健全	5	5	
			制度执行有效性	相关制度执行有效	制度执行有效	5	5	
	产出 （30 分）	数量指标	动漫集数	＝4 集	4 集	8	8	
		质量指标	动漫片的质量	质量合规	质量合规	7	7	
		时效指标 （8 分）	完成时间	2024 年底	及时完成	8	8	
		成本指标	项目总成本	≤7.36 万元	7.36	7	7	
	效益 （30 分）	经济效益 指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	不适用	0	0	
		社会效益	对包公故事传承影响动品牌的影响程度	程度较高	程度较高	10	10	
		生态效益 指标	对生态环境的影响	积极影响	积极影响	5	5	
		可持续影响 指标（10 分）	影响的持续性响程度	持续性久	持续影响	5	5	
		服务对象满意度 指标	参观展览人员满意度	≥90%	98%	10	10	
总 分						100	100	

2024 年免费开放补助项目部门评价报告

一、项目基本情况

(一) 项目概况

1.项目立项情况

根据《安徽省公共文化服务保障条例》第二十一条“公共图书馆、文化馆（站）、博物馆、科技馆、美术馆、纪念馆等国有公共文化设施应当免费开放”要求及全国文化馆评估对免费开放的评估要求，合肥市文化馆常年对公众免费开放，包括免费艺术培训、展览展示、文艺演出、图书阅览等一系列免费开放项目。根据安徽省财政厅、安徽省文化厅关于转发财政部文化部《中央补助地方美术馆公共图书馆文化馆（站）免费开放专项资金管理暂行办法的通知》（财教【2013】2260号），2024年市级财政安排25万元对免费开放进行补助，该项目资金类型为财政资金；项目类型为公共服务类项目，主要内容包括第30届新春文化庙会 and 免费艺术培训班以及场馆公众责任险的购买，覆盖面为全市人民群众；项目实施周期为2024年全年；项目实施主管部门为合肥市文化和旅游局。

2.项目执行情况

2024年申请市级财政25万资金，实际补助资金25万元。本项目根据全年免费工作安排，已于2月6日至2月24日，完成了合肥市新春文化庙会系列活动8大项共20场，包括

文艺演出、艺术展览、非遗展示、猜灯谜、送春联、民俗表演（含舞龙、舞狮、秧歌等民俗专场集中展演）、快闪微演艺等多种形式；3月-6月完成免费艺术培训班春季班，共开设19门课，8月开展暑期班，开设4门课程，9月-12月开展秋季班，开设10门课程，覆盖全年；6月完成场馆公众责任险的续保。目前所有活动均已于12月全部完成，截止12月底项目资金执行25万元，执行率100%。达到了预期效果，既定目标基本完成。

（二）项目绩效目标

1.项目年度总体目标

开展合肥市第三十届新春文化庙会系列活动，为群众提供丰富的节日文化食粮；免费艺术培训班课程通过春季班、暑期班和秋季班做到全年覆盖；场馆安全有序对外开放。各项文化服务内容明确，保障机制完善，设施利用率明显提高，形成具有特色的公共文化服务品牌。

2.总体目标完成情况

全年完成年初总体目标。具体为：1.新春文化庙会从2月6日拉开帷幕，一直持续到2月24日，完成了8大项共20场合肥市级主体活动，包括3场“龙年有囍 非遗有礼”主题活动、2场书法家义务写春联活动、“新生活 新风尚 新年画”庐州木版水印·年画作品展、“赏年画 过大年”2024新春新年画展暨美术创作展示活动、“新春华彩”龙年非遗文创展、庐州灯谜大竞猜活动、非遗手工技艺体验、“戏曲

荟萃”综合场、“黄梅飘香”黄梅戏专场、“经典国粹”京剧专场、“乡音乡韵”庐剧专场、“黄梅之韵”黄梅戏专场、“好戏连台”庐剧专场、“笑满庐州”相声专场、城市演艺新空间活动、“合肥好声音”系列之“最美琴声”演奏会、民俗游园踩街活动等，吸引了10万名市民和游客参与其中，近20余家媒体对其进行宣传报道百余篇，为广大群众提供了“年味十足”的新春文化盛宴。2. 面向社会举办春季免费艺术培训班，每周19门课程，每周培训学员600余人；暑期和秋季免费艺术培训班采用培训进基层的形式，暑期4门课程，每周30人；秋季班20门课程，每周约500人。

二、绩效评价结论

（一）总体结论

2024年度，免费开放补助项目通过申请财政资金25万元，共完成新春文化庙会20场、免费艺术培训460个班次、场馆全年对外免费开放等工作，已完成年度设定的绩效目标，达到项目预期效果。具体包括：一是通过场馆丰富的活动吸引群众的参与度，全年免费开放接待人次达10万人次，未发生安全事故；二是春节期间完成了8大项共20场合肥市级主体活动，包括文艺演出、艺术展览、非遗展示、猜灯谜、送春联、民俗表演（含舞龙、舞狮、秧歌等民俗专场集中展演）、快闪微演艺等多种形式，吸引了10万名市民和游客参与其中，近20余家媒体对其进行宣传报道百余篇；三是免费艺术培训课程门类丰富，春季班、暑期班、秋季班覆盖全年，同时还会根据群众反馈，不断进行优化和更新。其中数

量指标中新春文化庙会系列演出及展示场次与免费开放接待人次的完成值均超过指标值 50%，主要原因：一是庙会系列活动总共开展 20 场，因工作需要，临时增加了多个分会场，导致总场次大于原定目标值；二是免费接待人次方面，原计划场馆户外广场可能会进行维修改造，在指标设置时考虑此因素调低了指标值。

（二）评价结果

经评价，2024 年度免费开放补助项目综合得分为 98 分，评价结果为“优”。

三、存在问题

通过评价发现，2024 年度免费开放项目实施虽取得了一定的成效，但还存在一些问题和不足，主要表现在：一是新春文化庙会临时增加了多个分会场，导致总场次大于原定目标值；二是场馆免费开放人数超出指标较多。主要因为年初预算时，考虑到场馆可能进行户外广场维修改造，会影响场馆正常免费开放，因此预算时将场馆免费开放人次调整得较低。

四、意见和建议

为进一步提高专项资金使用效益，针对存在的问题，提出如下建议，一是要及时与上级以及各县市文化馆保持沟通联系，减少出现临时活动任务的可能性；二是要结合实际情况，科学准确地对场馆下一年的发展情况进行预判，合理设置评价标准。

五、附件

项目支出绩效自评表

项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		2024_博物馆、纪念馆免费开放补助和公共美术馆、图书馆、文化馆免费开放补助						
主管部门					预算单位			
项目资金 (万元)			年初预算数		全年预算数 (A)	全年执行数 (B)	执行率 (B/A)	
		年度资金总额	25		25	25	100%	
		其中：当年财政资金					-	
		上年结转资金					-	
		其他资金					-	
年度 总体 目标		预期目标			实际完成情况			
		申请 25 万元财政资金，主要用于文化馆实现免费开放功能而进行的各项活动，保障免费开放演出活动——春节庙会系列活动，免费艺术培训班的开展。保障公共安全，购买公众责任险，保障场馆正常运行。根据公共场馆免费开放要求以及市民对群众文化的需求，开展免费开放艺术培训班、举办新春文化庙会、非遗节庆展演展示活动。新春文化庙会是合肥市家喻户晓的优秀群众文化活动老品牌，2024 年是此项活动第三十届，30 年来该活动始终致力于满足市民节日文化需求，弘扬优秀传统文化，春节期间逛庙会早已成为合肥市民寻找年味、回归传统、感受文化氛围的第一选择；“逛庙会唱大戏 欢欢喜喜过大年”戏曲专场演出共 9 场，既有老百姓爱听的庐剧《观画》、《借罗衣》等，也有包公故事《铡美案》《包龙图打坐开封府》等京剧国粹，提升了老百姓对戏曲的兴趣，让优秀的传统文化得到更好的传承与创新。免费艺术培训班引导全民艺术普及常态化，突出全民艺术普及便捷化，实现全民艺术普及互动化。			2024 年申请市级财政 25 万资金，实际补助资金 25 万元。本项目根据全年免费工作安排完成了合肥市新春文化庙会系列活动 8 大项，包括文艺演出、艺术展览、非遗展示、猜灯谜、送春联、民俗表演（含舞龙、舞狮、秧歌等民俗专场集中展演）、快闪微演艺等多种形式，其中“逛庙会唱大戏 欢欢喜喜过大年”戏曲专场演出共 9 场；深入基层社区街道，完成免费艺术培训班春季班、暑期班、秋季班，覆盖全年；完成场馆公众责任险的续保。			
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	决策 (15 分)	项目立项 (7 分)	项目立项规范性	项目立项规范	项目立项规范	7	7	
		绩效目标 (8 分)	绩效目标合理性	绩效目标合理明确	绩效目标合理明确	4	4	
			绩效指标明确性	绩效指标清晰量化	绩效指标清晰量化	4	4	
	过程 (25 分)	资金管理 (15 分)	预算执行率	100%	100%	10	10	
			资金使用合规性	项目资金使用合规	项目资金使用合规	5	5	
		组织实施 (10 分)	管理制度健全性	管理制度健全	管理制度健全	5	5	
	制度执行有效性		相关制度执行有效	有关制度执行有效	5	5		
产出 (30 分)	数量指标 (8 分)	新春文化庙会系列演出及展示场次	≥5 场	20 场	2	1	临时增加了多个分会场，导致总场次大于原定目	
		艺术培训班期数	＝3 期	3 期	3	3		

			免费开放场馆全年接待人次	≥40000 人次	100000 人次	3	2	年度指标设置不够准备，今后指
		质量指标 (7 分)	群众参与率	≥90%	100%，覆盖少儿、	2	2	
			活动的安全性	=100%	100%，未发生安全	3	3	
			培训活动符合方案	完全符合	完全符合	2	2	
		时效指标 (8 分)	活动完成时效性	2024 年底前	12 月底	8	8	
		成本指标 (7 分)	总成本	≤25 万元	25 万元	3	3	
			艺术培训班成本	≤15.36 万元	14.5 万元	2	2	
			公众责任险	≤1.2 万元	1.2 万元	2	2	
	效益 (30 分)	经济效益	对经济效益的影响	本指标不适用	本指标不适用	0	0	
		社会效益 指标 (10 分)	提高市民的幸福指	通过系列活动的举	，增强文化自信	5	5	
			对丰富人民群众文	通过参与活动，丰	丰富群众的文化生	5	5	
		生态效益 指标 (5 分)	文化对生态的积极影响	通过提高文化素养进而影响生态	通过提高文化素养进而影响生态	5	5	
		可持续影响 指标 (5 分)	对市民的可持续影响	通过持续学习，提高文艺知识持续增长	持续提升市民文化素养	5	5	
		服务对象满意度 指标 (10 分)	市民对活动的满意度	≥90%	97%	10	10	
	总 分					100	98	