

# 2024 年度春节期间促旅游消费 项目绩效评价报告

单位: 深圳市文化广电旅游体育局

# 目 录

|                            |               |
|----------------------------|---------------|
| <b>一、基本情况 .....</b>        | <b>- 2 -</b>  |
| (一) 项目概况 .....             | - 2 -         |
| (二) 项目绩效目标 .....           | - 8 -         |
| <b>二、绩效评价工作开展情况 .....</b>  | <b>- 8 -</b>  |
| (一) 绩效评价目的、对象和范围 .....     | - 9 -         |
| (二) 绩效评价原则 .....           | - 9 -         |
| (三) 绩效评价依据 .....           | - 10 -        |
| <b>三、综合评价情况及评价结论 .....</b> | <b>- 12 -</b> |
| <b>四、绩效评价指标分析 .....</b>    | <b>- 12 -</b> |
| (一) 项目决策情况 .....           | - 12 -        |
| (二) 项目过程情况 .....           | - 15 -        |
| (三) 项目产出情况 .....           | - 16 -        |
| (四) 项目效益情况 .....           | - 17 -        |
| <b>五、主要经验及做法 .....</b>     | <b>- 19 -</b> |
| (一) 有的放矢，精心策划项目实施方案 .....  | - 19 -        |
| (二) 整合资源，确保项目高效实施 .....    | - 20 -        |
| <b>六、存在的问题及原因分析 .....</b>  | <b>- 20 -</b> |
| (一) 项目绩效指标设置精细化程度不足 .....  | - 20 -        |
| (二) 满意度调查不够完善 .....        | - 20 -        |
| <b>七、相关建议 .....</b>        | <b>- 21 -</b> |
| (一) 进一步完善绩效目标自评管理体系 .....  | - 21 -        |
| (二) 持续提升预算资金使用效益 .....     | - 21 -        |
| (三) 深化评价结果应用并持续改进 .....    | - 21 -        |

为深入贯彻落实中央经济工作会议精神和市委、市政府关于促旅游消费的工作部署，评估 2024 年度“春节期间促旅游消费”项目的实施效果，进一步提升财政资金使用效益，加强财政资金的实施效果，按照《深圳市财政局关于贯彻落实全面实施预算绩效管理有关事项的通知》和《项目支出绩效评价管理办法》等相关文件精神，我局组建绩效评价工作小组（以下简称“评价小组”），开展“春节期间促旅游消费”项目的绩效评价工作，现将具体情况报告如下：

## **一、基本情况**

### **（一）项目概况**

#### **1. 项目背景**

文化和旅游消费与百姓生活紧密相连，随着人们追求美好生活的需求不断提升，文化和旅游消费也在持续增长。2019 年 8 月，国务院办公厅发布了《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》，各地以此为契机，通过建设示范城市和试点城市，纷纷加大促进文化和旅游消费工作力度，促进文化和旅游消费已经成为经济高质量发展的新动能。

我市积极响应国家政策，致力于提升文化和旅游消费的质量和水平，通过一系列创新举措和文化活动的举办，丰富市民的精神生活，也吸引了国内外游客的目光。城市的文化地标和旅游景点得到了进一步的开发和优化，为市民和游客提供了多元化的体验。春节作为我国传统文化的重要节日，具有浓厚的文化氛围和广泛的群众基础，是文化和旅游消费的高峰期。通过精心策划并举办形式多样、内容丰富的春节

文化和旅游活动，不仅能够充分满足广大市民及游客的精神文化需求，进一步增强民族文化自信，还能够有效促进文化和旅游市场的繁荣发展，为推动经济的持续健康发展注入强劲动力。

2023 年中央经济工作会议中对 2024 年着力扩大国内需求的要求是：要激发有潜能的消费，扩大有效益的投资，形成消费和投资相互促进的良性循环。推动消费从疫后恢复转向持续扩大，培育壮大新型消费，大力发展数字消费、绿色消费、健康消费，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。

为认真贯彻落实中央经济工作会议精神 and 市委、市政府关于促旅游消费的工作部署，深圳市文化广电旅游体育局、深圳市商务局特印发《深圳市春节期间促旅游消费策划方案》（下称“《方案》”）。《方案》提出我市春节期间以“来深过大年 圳的很好玩”为主题，联动各区、各单位统一行动，推出一批文化旅游产品、服务及惠民措施，整体进行城市旅游营销，制造话题热点，充分展示深圳科技、活力、山海、国潮的形象，营造春节期间良好的旅游环境和氛围。

## **2. 主要内容及实施情况**

2024 年度“春节期间促旅游消费”项目具体实施内容包括以下几个方面：

### **（1）整体城市宣传营销实施情况**

①举办 1 场嘉年华开幕式。高效高标准完成深圳新春文旅嘉年华启动仪式的策划、组织、执行等工作。

②制作城市系列宣传片，展现深圳硬核工业之城的魅力。一是与超头部达人导演王左匠心共创《来了趟深圳》，精准展示深圳国际化的都市形象与山海旅游资源，全网曝光量达698.2万次、全网互动量达97.7万次。二是倾力打造《大鹏有戏》系列微短剧，将大鹏半岛的迷人风光、诱人美食及丰富的旅游资源展现在观众面前，相关作品在全平台播放量达275.4万次，互动量达67.7万次。三是制作青狮拜年3D动画惊艳预热“非凡大鹏 遗游未尽”非遗巡游大赏活动。

③制造顶流来深话题。利用明星、IP等顶流效应，重磅推出两场配套宣传推广活动，丰富深圳新春文旅供给。一是以来深游客群体作为用户核心，联合TVB举办《爱·回家》新春喜乐会，通过重点事件营销，吸引港人来深过年，重点介绍深圳文旅资源。二是面向亲子客群，联动游戏IP“蛋仔派对”推出美陈打卡和巡游活动，延续春节热潮至元宵节。该活动在短短6天内共吸引超10万人次，元宵节周末引爆人流量，商场人流量两日均突破10万人次，环比增加20%。

④全媒体全渠道联动宣传。一是在新媒体平台打造爆款话题，甄选出与深圳气质相吻合的106名抖音及小红书达人，参与线路策划、内容输出，与博主进行投放合作，预埋网友共创话题，共发布123条内容，同时在抖音平台进行活动IP合作及流量投放，收获全网13.8亿次流量。二是在微博平台进行热榜话题运营，我在深圳等顶流系列邀请娱乐、体育明星为深圳文旅打call，将微博流量池变成“发声场”，放大新春期间亮点活动特色，项目期间相关话题频频登上微博

同城热榜。三是官方媒体助阵扩大影响力，策划推出系列精品视频内容。新春期间产出精品营销短视频产品超 500 篇。四是在新春期间完成视频产品超 2,100 篇。推出“龙腾盛世湾区 live 过大年”融媒体直播，并在人民日报客户端、人民日报视界客户端、央视频客户端等国字号媒体及 20 个国内头部平台同步进行。五是行业媒体、自媒体同步发声。邀请世界旅游城市联合会（WTCF）专家委员会特聘专家——王笑宇撰写深度报道《深圳，在塑造友好型城市的路上一路狂奔》，该报道已分发至 30 个自媒体平台，并在 33 个垂类社群进行私域传播；进行新媒体策划推广，在“Shenzhen LOOK”全矩阵进行春节期间深圳文旅项目的推送宣发。六是举办深圳文旅短视频大赛，邀请用户围绕大赛主题内容进行共创，共计收到 13,774 条投稿作品，所有参赛作品播放量达 1.45 亿次。七是与国内最大的 OTA 预订平台携程合作，通过设置关键词获取精准流量，助力深圳抓住春节目标客源；建立深圳文旅新春专题页，快速内增加深圳作为过年目的地关注度和传播声量。八是发布原创设计“i 游深圳”新春文旅手册手绘地图、游玩攻略折页等产品，在深圳口岸、深圳机场等核心枢纽进行分发，为来深游客提供详细的文旅指南。九是在深圳多处交通枢纽进行公益广告投放。

## （2）举办大型文体商旅活动实施情况

①突出科技创新，打好工业科技旅游特色牌。一是组织华为、比亚迪、腾讯、大疆等知名企业开放展示场所策划举

办相关文化活动，加强与游客的互动。推出亲子科技探寻之旅产品，打卡深圳工业站，走进“三趟快车”专题博物馆，体验轨道影院，参观华强北博物馆和街区等感受深圳科技魅力。二是协调新增国家基因库、深圳天文台、比亚迪云巴运营中心等更多优质工业旅游资源在春节期间开放，多渠道向社会公布预约方式，沉浸式体验深圳智造、未来之城的形象。春节期间正常开放工业展览馆、珠宝博物馆、华大科普教育基地等第一批工业旅游资源点。支持旅行社开发工业旅游产品。

②突出青春活力，展示朝气蓬勃的城市形象。一是围绕国潮、宠物经济、二次元等元素，打造深业上城“蛋仔探城迎FUN逐龙”亲子欢乐游园会、欢乐港湾“超级年味”夜光巡游演艺、欢乐海岸“B. Duck”造梦游乐场、东部华侨城山海新春庙会、飞龙醒狮耀盐田和深圳国际会展中心“新春旺旺”萌宠乐园等活动。二是发布《徒步深圳——走读深圳100条特色步道①》，组织开展梅林山公园、银湖山公园、笔架山公园、中心公园、莲花山公园五园连通欢乐徒步活动，推广可持续的城市旅游休闲方式。三是举办00飞车电竞手游S联赛年度总决赛。在社区举办青年人喜爱的腰旗橄榄球(以拉掉对方腰间旗子为目标的新兴潮流体育项目)、飞盘、Kinball(全新球类运动，注重团队协调性)等赛事，凸显潮流运动社区文化。

③突出山海连城，让游客体验美丽深圳的春暖花开。一是丰富“海上看湾区”游船主题航次，让游客在蛇口邮轮母

港登上大湾区游轮，品创意美食、赏国潮精品、穿港珠澳大桥、观湾区美景，与海豚精灵在海上来一场不期而遇的邂逅。二是春节期间在2号线、8号线开设“驶往春天的地铁”，营造沉浸式海洋车厢，组织交响乐团“轻骑兵”在岗厦北站和大梅沙站举办快闪演出，吸引游客去东部观山看海。三是举办山海连城深港户外徒步联谊系列活动，让游客在登高望远和祈福中一览深圳多彩山海。

④突出国潮民俗，推动中华优秀传统文化创新发展。一是强化深圳作为非遗资源飞地和非遗产业化聚集地的优势，邀请20名非遗传承人来全国重点文物保护单位大鹏所城过年，在福田区节日大道举办龙宝福狮庆新春大巡游，开展汉服巡游、传统舞龙舞狮表演。二是围绕美食、音乐、夜市、文博等内容，推出“圳新潮·十大新型消费场景攻略”，聚焦数字消费、绿色消费、健康消费、智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”、冰雪消费等消费新场景，推出消费场景攻略；推出“听圳地图”，推荐深圳Livehouse（音乐演出空间）打卡地；推出“圳商圈·十大商圈美陈打卡攻略”，发布各大商圈新春国潮美陈榜单，吸引消费者前往打卡。举办“百龙迎新春”展览和“深博之夜”专场活动，推动10家博物馆开放夜游服务。在深圳各大书城举办新春期间系列活动。三是在机场、口岸、码头等交通枢纽发放博物馆、美术馆、公共图书馆地图手册，在口岸开展春节快闪文化活动，方便来深游客感受深圳文化魅力。

### 3. 资金安排和使用情况

2024 年我局“春节期间促旅游消费”项目年初预算安排数为 0.00 万元,调整后预算数为 2,932.53 万元,预算执行数为 2,924.01 万元,预算执行率为 99.71%,预算执行情况良好。

预算资金主要用于“来深过大年 圳的很好玩”整体城市宣传营销、2024 年春节 0 元门票及营业收入增量奖补、全市星级酒店奖补、2024 年度组织接待来深过夜旅游团队阶段性奖励补贴、深圳工业旅游团队阶段性奖励补贴以及对组织文体活动进商圈进景区给予补贴等。

## **(二) 项目绩效目标**

### **1. 总体目标**

为充分展现深圳市丰富的文旅资源和文化魅力,进一步提升城市形象和知名度,挖掘和释放消费潜力,促进相关产业的繁荣发展,我市通过举办一系列形式多样、内容丰富的文旅活动,以推动文旅市场的复苏与回暖,激发消费的新动能。同时,此举将大力加强深圳市文化旅游品牌的宣传力度和市场推广,显著提升深圳市在国内外的知名度与美誉度,为深圳市文化旅游事业的长远发展、助力经济高质量发展奠定坚实的基础。

### **2. 阶段性目标**

贯彻落实《深圳市春节期间促旅游消费策划方案》相关任务,提高深圳市春节期间旅游市场的活力和吸引力,切实做好春节期间促文旅消费和宣传等工作。

## **二、绩效评价工作开展情况**

## **（一）绩效评价目的、对象和范围**

### **1. 评价目的**

通过开展“春节期间促旅游消费”项目绩效的评价工作，深入跟踪并全面了解项目资金的使用状况及其实施成效，通过及时总结宝贵经验，深入分析存在的问题及其成因，并提出切实可行的意见和建议。此举旨在规范项目运营管理，更加科学合理地执行项目预算，优化支出结构，进一步完善财政资金使用管理，有效发挥资金的作用，确保资金作用得到充分发挥，持续提升资金管理水平 and 资金使用效益，为强化支出预算绩效管理提供依据。

### **2. 评价对象和范围**

本次评价的对象为 2024 年度“春节期间促旅游消费”项目的使用绩效，涉及预算资金共计 2,932.53 万元，主要用于整体城市宣传营销和发放春节文旅促消费补贴。绩效评价的主要内容包括：项目立项情况、绩效目标设置情况、资金投入、资金管理、资金使用情况、相关管理制度办法的健全性及执行情况、实现的产出情况、效益情况等方面。

## **（二）绩效评价原则**

主要包括以下五个方面：

1. 科学公正原则。绩效评价应当使用科学合理的方法，遵循规范的程序，确保对项目绩效作出客观公正的评价。

2. 绩效相关原则。应当针对具体支出及其产出绩效实施财政支出绩效评价，评价结果应能准确反映支出与产出绩效之间的紧密对应关系。

3. 激励约束原则。绩效评价结果应当与预算安排、政策调整、管理改进实质相结合，体现奖优罚劣及激励相容的导向作用，确保高效项目安排要保障、低效项目要控制、无效项目要问责。

4. 公开透明原则。绩效评价结果应依法依规公开，并自觉接受社会监督。

5. 定量分析和定性分析相结合的原则。定量分析建立在支出项目的资金投入和资金执行后的产出上，主要通过对项目产出量化指标的统计分析进行评价。定性分析主要是根据绩效评价材料及有关信息数据，结合主管单位意见，以更全面、合理、准确地反映支出的实际效益。

### **（三）绩效评价依据**

1. 《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）；

2. 《深圳市财政局关于贯彻落实全面实施预算绩效管理有关事项的通知》（深财绩〔2019〕5号）；

3. 《关于印发〈项目支出绩效评价管理办法〉的通知》（财预〔2020〕10号）；

4. 《国务院关于进一步深化预算管理制度改革的意见》（国发〔2021〕5号）；

5. 《深圳市财政局关于印发〈2022年市本级预算绩效管理工作方案〉的通知》（深财绩〔2022〕3号）；

6. 其他绩效评价政策文件。

### **（四）绩效评价工作过程**

## **1. 成立评价小组**

根据《中华人民共和国预算法》《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）等文件要求，我局组建了绩效评价工作小组，全面启动项目评价工作。绩效评价小组在深入前期调研、细致查阅和梳理项目资料的基础上，围绕项目背景、立项目的、绩效目标、评价目的和原则、调查方案等方面，科学制定项目评价方案和评价指标体系。

## **2. 资料收集并分类整理**

对收集的资金收支资料进行系统整理，确保资金的及时到位，支出是否规范，以及财务和业务管理制度的完善性，检验其执行的有效性，确保质量的可控性。

## **3. 分析评价**

积极收集绩效评价所需的基础资料，细致地进行分类整理，并开展书面审查核实工作。通过综合定性判断与计算分析，重点对项目的立项依据、绩效目标设定、资金投入配置，以及项目资金管理、组织实施情况及项目产出的数量、质量、时效、成本等方面进行严格核实。在此基础上，运用相关的指标和标准，对资金使用效益进行深入对比分析，并对项目的社会效益和资金使用效果进行全面评价，确保评价工作的客观性、公正性和准确性。

## **4. 形成报告**

评价小组通过对收集的证据进行了认真地整理和分析，谨慎地对项目各项指标进行了评分，形成本评价报告。绩效

评价报告包括：基本情况、绩效评价工作开展情况、综合评价情况及评价结论、绩效评价指标分析、主要经验及做法、存在的问题及原因分析等；同时根据项目特点，编制专门的绩效指标评价体系及评分表；绩效评价报告应当依据充分、真实完整、数据准确、分析透彻、逻辑清晰、客观公正、简明扼要，评价结果按优劣评定等级。

### **三、综合评价情况及评价结论**

评价小组以采集的项目终期数据、收集的评价相关资料为基础，综合应用各评价方法，对照评价指标评分，2024年度“春节期间促旅游消费”项目最终得分94.96分，评分等级为“优”。反映出“春节期间促旅游消费”项目资金运用绩效显著，其公平性、成效性、效率性等方面获得了较高认可，社会效益、可持续发展性显著，然而在绩效指标设定、资金分配、满意度等方面仍需进一步优化和完善。

### **四、绩效评价指标分析**

本次绩效评价主要从“项目决策情况”“项目过程情况”“项目产出情况”和“项目效益情况”四个方面进行评分，具体指标得分情况分析如下：

#### **（一）项目决策情况**

##### **（1）立项依据充分性**

为认真贯彻落实中央经济工作会议精神和市委、市政府关于促旅游消费的工作部署，丰富优质旅游供给，释放旅游消费潜力，推动旅游业高质量发展，春节期间我市围绕文旅旅游、体育赛事、文创非遗等新的消费增长点，加强市区联

动，加大产品供给，举办大型文体旅商活动，激发游客消费需求；营造欢乐喜庆的节日氛围，满足人民群众的精神文化需求。

2024 年度“春节期间促旅游消费”项目立项属于公共财政支持范围，符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策；符合行业发展规划和政策要求；与部门职责范围相符，属于部门履职所需；符合我局内部项目独立性原则，不存在与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复的情形。

## **（2）立项程序规范性**

我局根据部门职能及年度工作计划，结合市政府办公厅、市财政部门相关要求，精心编制预算并进行预算项目资金测算；项目立项严格遵循《深圳市文化广电旅游体育局机关财务管理办法》《深圳市文体旅游局自行采购管理办法》等制度规定的审批流程，经报批后使用资金。

## **2. 绩效目标指标。**

### **（1）绩效目标合理性**

我局在编制 2024 年“春节期间促旅游消费”项目绩效目标表时，根据项目全年工作安排设置年度总体目标、并针对性地设置“产出”“效益”“满意度”等绩效指标，内容涵盖“数量”“质量”“时效”“成本”“社会效益”等多个方面，目标设置较为全面、合理。

### **（2）绩效指标明确性**

2024 年度“春节期间促旅游消费”项目绩效目标表根据项目实际情况，将项目绩效目标细化分解为具体工作任务，

分别设定“数量”“质量”“时效”“成本”“社会效益”等各指标年度指标值，以求能全面、系统地考核项目全年实施绩效。但“产出”指标中对“成本”指标设置不规范，未明确“三级指标”为“成本控制额”还是“成本控制率”，“年度指标值”未明确“成本”指标控制范围。此外，在“效益”指标中仅设置了“社会效益”指标，未设置项目“满意度”指标，无法充分反映项目实施对服务对象的满意度情况。

### 3. 资金投入指标。

#### （1）预算编制科学性

“春节期间促旅游消费”项目年初下达金额为 0.00 万元，年中追加指标金额为 2,932.53 万元。我局根据《深圳市春节期间促旅游消费策划方案》及财政部门预算编制要求及时完成相应预算编制工作及项目实施安排，确保“春节期间促旅游消费”项目顺利实施，确保相关预算绩效工作正常开展。

#### （2）资金分配合理性

为贯彻落实中央经济工作会议精神和市委、市政府关于促旅游消费的工作部署，我局同深圳市商务部联合印发《深圳市春节期间促旅游消费策划方案》（深文旅〔2024〕2号）。

《深圳市财政局关于〈深圳市春节期间促旅游消费策划方案〉意见的函》（深财教函〔2024〕88号）要求：宣传经费控制在 800 万元以内、春节文旅促消费其他经费控制在 2,200 万元以内。

针对其他经费中的补贴项目，我局启动“2024 年 2 月份

星级酒店住宿奖补” “2024 年度组织接待深圳工业旅游团队阶段性奖励补贴” “2024 年度组织接待来深过夜旅游团队阶段性奖励补贴” “2024 年深圳市旅游景区门票优惠、营收增量奖补” 的申报工作。我局聘请第三方事务所，对申报资料进行审核，核准获得资助的企业数量和资助金额。我局从项目实际出发确定所需资金，以保证 2024 年度“春节期间促旅游消费”项目资金分配的合理性。

## **（二）项目过程情况**

### **1. 资金管理指标。**

#### **（1）资金到位率**

2024 年度“春节期间促旅游消费”项目预算资金全部及时到位，到位率为 100.00%。

#### **（2）预算执行率**

2024 年度“春节期间促旅游消费”项目预算支出均按照预算管理规定严格履行、据实支付，全年预算总指标(可使用)金额为 2,932.53 万元，实际支出金额为 2,924.01 万元，预算执行率为 99.71%。

### **2. 组织实施指标。**

#### **（1）管理制度健全性**

我局《深圳市文化广电旅游体育局机关财务管理办法》《深圳市文体旅游局自行采购管理办法》等制度文件，为本项目实施提供了制度保障。

#### **（2）制度执行有效性**

我局根据方案内容，认真落实“春节期间促旅游消费”项目各业务主管部门责任，各部门分工协作、各司其职，严格按照国家、上级制度文件及内部管理制度的相关要求，开展“春节期间促旅游消费”项目。项目支出审批手续完备，费用开支合理，结算及时准确，确保了该项目良好的执行效率。

### **（三）项目产出情况**

#### **1. 产出数量指标。**

##### **（1）实际完成率**

根据方案要求，我局统筹兼顾、群策群力，顺利完成 2024 年度“春节期间促旅游消费”项目各项工作，**一是**围绕“来深过大年 圳的很好玩”主题，完成整体城市宣传营销；**二是对**我市 A 级旅游景区给予 0 元门票及营业收入增量奖补；**三是对**我市星级酒店 2 月期间多措并举吸引过夜游客、增加游客停留天数，给予住宿补贴；**四是对**旅行社组织来深过夜游团队、工业游团队给予补贴；**五是对**组织文体活动进商圈进景区活动给予补贴。但未实施自评表中三级指标“对区政府举办具有全市影响力、游客广泛参与的春节文旅活动给予补贴”。

#### **2. 产出质量指标。**

##### **（1）质量达标率**

根据 2024 年度项目支出绩效自评审核情况，“来深过大年 圳的很好玩”整体城市宣传营销及电竞嘉年华等活动

验收合格，已完成预期目标，各项补贴均按照引客入深补贴政策的要求发放到位。

### **3. 产出时效指标。**

#### **（1）项目完成及时性**

根据 2024 年度项目支出绩效自评审核结果，“春节期间促旅游消费”项目各项活动宣传及补贴项目完成及时。

### **4. 产出成本指标。**

#### **（1）成本节约率**

本项目全年预算数为 2,932.53 万元，实际支出金额为 2,924.01 万元，预算执行率为 99.71%。成本节约率= $[(计划成本-实际成本)/计划成本] \times 100\% = (2,932.53-2,924.01)/2,932.53 \times 100\% = 0.29\%$ 。

### **（四）项目效益情况**

#### **1. 社会效益指标。**

通过有效开展 2024 年度“春节期间促旅游消费”项目，并全面实施预算绩效管理，提高财政资金使用效益，在整体城市宣传营销、发放春节文旅促消费补贴方面取得了突出效果。

#### **（1）整体城市宣传营销**

“来深过大年 圳的很好玩”整体城市宣传营销通过流量转化、文化赋能、服务升级三位一体策略，实现了从短期消费刺激到长期品牌价值沉淀的社会效益闭环，提升了深圳城市品牌形象，为深圳建设世界级旅游目的地城市奠定了坚实基础，社会效益明显。

①宣传片《来了趟深圳》、专题报道《深圳，在塑造友好型城市的路上一路狂奔》，向国内外游客展示深圳“山海连城”“科技与人文交融”的立体形象，提升城市辨识度。

②通过在携程平台建立专题页、分发“i游深圳”手绘地图等措施，构建“线上预订+线下指引”的全链条服务体系，塑造了深圳开放包容、服务精细的城市形象，增强游客体验感；

③在深圳多处交通枢纽投放公益广告，为市民游客提供实时文旅资讯，彰显深圳公共服务普惠性。

## **（2）发放春节文旅促消费补贴**

①直接拉动消费增长。针对景区、酒店、旅行社等主体推出春节0元门票及营业收入增量奖补、全市星级酒店奖补、组织接待来深过夜游团队及工业游团队的阶段性奖励补贴，帮助了旅游行业主体应对春节旺季的人力及资源的投入压力，稳定了市场主体信心，激励其推出优惠的旅游产品，吸引了更多游客来深消费。

②激发行业创新活力。对电竞文旅嘉年华、AI人机大战（棋类）、“文艺轻骑兵”演出等活动给予补贴，鼓励其开发特色文旅项目，推动了产品多元化升级，增强了深圳的城市文化氛围，促进了文旅消费。

## **2. 满意度指标。**

2024年度“春节期间促旅游消费”项目每场活动都经过精心策划与编排，通过“圳科技、圳活力、圳山海、圳国潮”“嘉年华开幕式”等多元场景设计，显著提升游客幸福感与

参与感，节日氛围浓厚，获广泛好评。高效、便捷、贴心的服务增强了游客的消费获得感。

## **五、主要经验及做法**

### **（一）有的放矢，精心策划项目实施方案**

我局经过充分调研市场需求和游客喜好，开展可行性研究，设定具体、差异化、可实现的目标，制定详细的项目实施计划和方案，并提请深圳市政府审定通过。

1. 国际游客：面向国际重点客源城市、深圳友好城市宣传推广，在东京、新加坡等境外城市的繁华商圈投放深圳旅游城市宣传广告。拜访在香港的外国商会(协会)、航空公司以及运营日韩、东南亚客源的主要旅行社。做大入境游市场，拓展支付手段，对旅行社组织境外游客来深给予过夜游奖励补贴。

2. 港澳游客：抓住港澳游客北上契机，综合打造“一站式”消费平台，丰富港澳游客消费场景，提供多种跨境支付方式，编制发放面向港澳游客的消费指引折页。开通口岸至龙华Costco、福田山姆会员店等商圈专线，便利港澳居民内地消费。

3. 内地游客：利用社交媒体及网络大V，铺排春节来深营销短视频，吸引国内游客来深过年、旅游。对A级旅游景区给予门票补贴、星级酒店给予住宿补贴、对旅行社组织国内游客来深给予过夜游奖励补贴，擦亮城市品牌，为过夜游市场引流。

4. 本地市民: 组织举办花市、展览、演出、艺术普及、非遗展示、科学健身指导等文化体育活动, 组织文艺院团成立文艺轻骑兵, 送优质文艺演出进景区进商圈进公园进街区, 组织 16 家市级体育协会为市民送上篮球、羽毛球、户外登山、瑜伽、太极拳等近 200 场健身指导服务, 吸引本地市民家属反向来深旅游过年。

## **(二) 整合资源, 确保项目高效实施**

2024 年度“春节期间促旅游消费”项目围绕“科技、活力、山海、国潮”四大核心亮点, 联动新媒体和传统媒体渠道, 开展整体城市宣传营销, 提升城市品牌形象; 联动 10+1 个区特色活动, 制作城市系列宣传片, 既体现区域特色, 又精准展示了深圳国际化的都市形象与山海旅游资源; 推出工业旅游线路, 如市工业展览馆、深圳珠宝博物馆、南山能源生态园、华为旗舰店、富翔航空等知名企业展示场所, 强化“深圳智造”标签; 组织游客参观国家基因库、深圳天文台、大亚湾核电站等科技景点, 打造沉浸式工业游体验。

## **六、存在的问题及原因分析**

### **(一) 项目绩效指标设置精细化程度不足**

在 2024 年度“春节期间促旅游消费”项目的工作中, 面临了诸多挑战和任务, 这些任务不仅工作内容较多, 而且业务覆盖面广泛。在项目实施过程中, 我们发现绩效指标的设定精细化不足。

### **(二) 满意度调查不够完善**

需在后续工作中加强满意度调查方式，及时通过景区、酒店、旅行社等了解海内外游客需求，通过持续改进和创新，提升社会满意度。

## **七、相关建议**

### **（一）进一步完善绩效目标自评管理体系**

构建科学合理的绩效评价指标体系，要全面考量各方意见、社会效应、组织效能、财务投入与产出以及满意度。同时，确保指标设计具有明确的针对性，精准映射项目的特色与需求；保障指标数据具备良好的可获取性与可量化性，以便于进行统计和分析；确保指标评价保持客观公正，杜绝主观臆断和偏见；并使指标体系保持一定的动态性，能够根据项目的进展和外部环境的变化进行适时调整。通过设定科学合理、细化量化、可比可测、动态调整的绩效指标体系，推动我市旅游产业高质量发展，为社会和公众创造更多福祉。

### **（二）持续提升预算资金使用效益**

着力提升预算绩效管理水平和，严格管理并高效运用财政资金，构建切实可行的资金监管机制，明确项目资金使用范围。全面推行预算绩效管理，确保经费覆盖预算编制、执行、考核的全流程，将项目绩效评价成果与项目安排紧密联系。通过科学配置经费资源，确保每一笔财政支出都能发挥出最大效能。

### **（三）深化评价结果应用并持续改进**

制定具体的整改措施和时间表，明确责任部门和人员，确保整改工作的有效实施。完善制度建设，明确工作流程和

责任分工，确保工作的规范化、制度化。持续优化激励机制，凸显责任意识和效率导向，注重产出和成效。开展满意度调查与公众评价，重视并收集服务对象和受益对象对项目实施的满意度反馈，多维度验证项目成效。