

深圳博物馆 2024 年度 单位整体支出绩效评价报告

单位名称：深圳博物馆

目录

一、单位基本情况	2
(一) 单位主要职能	2
(二) 年度总体工作和重点工作任务	2
(三) 2024 年部门预算编制情况	2
(四) 2024 年部门预算执行情况	3
二、单位主要履职绩效分析	5
(一) 主要履职目标	5
(二) 主要履职情况	5
(三) 单位履职绩效情况	6
三、总体评价	9
(一) 总体评价得分	10
(二) 预算绩效管理工作主要经验、做法	10

依据深圳市财政局《关于2024年全面实施预算绩效管理工作方案》的工作部署，为落实落细“过紧日子”要求，坚持目标、问题和结果导向，提升单位预算绩效整体管理水平，深圳博物馆（以下简称“我馆”）结合预算绩效管理工作实际，组织开展2024年度单位整体预算支出绩效评价工作，现将绩效评价有关内容报告如下：

一、单位基本情况

（一）单位主要职能

负责文物、实物、史料、标本等的征集、收藏、保管、保护、研究和陈列展览，并开展讲解接待、宣传教育等活动；开展博物馆学、地方历史、民俗文化、改革开放史等研究；组织建设数字化博物馆；开展国内外文物博物方面的合作；完成市文化广电旅游体育局交办的其他任务。

（二）年度总体工作和重点工作任务

一是高质量开展文化遗产保护传承工作，为广大观众提供丰富的文化供给，主要包括做好藏品征集与保管，围绕文物开展相应的学术研究，不断推出高水平高质量的展览，加强宣传推广教育，完成重要接待任务，满足社会公众的参观需求。

二是继续推进国有博物馆资产所有权、藏品归属权及开放运营权分置改革试点工作深入开展。

三是积极推进场馆建设，完善文化设施体系。

（三）2024年部门预算编制情况

1. 预算编制

根据《中华人民共和国预算法》《深圳市财政局关于〈2024年市本级部门预算和2024—2026年中期财政规划编制工作安排〉的通知》等文件要求，我馆结合自身主要职责，根据年度工作计划、实际业务需要，合理编制预算，重点保障基本支出，优先安排保障场馆安全性和稳定性的项目，严控“三公”经费及会议、差旅、培训等支出，切实优化资源配置，提高财政资金使用效益。

我馆各业务部门根据履行职能和发展规划，编制预算和绩效目标，经分管领导审核，资产财务部汇总由党政联席会议研究决定后上报。

2. 目标设置

我馆根据预算绩效管理要求，按照“谁申请资金，谁设定目标”的原则，各业务部门在编制预算时，同步编制项目支出绩效目标，单位整体支出绩效目标根据年度重点项目计划汇总编制。所有预算项目纳入绩效目标管理，绩效目标完整，绩效指标明确、清晰、可衡量。

（四）2024年部门预算执行情况

1. 资金管理

（1）资金来源、资金支出

我馆2024年预算总指标14,755万元，全年支出14,074万元，预算执行率95.38%。

（2）政府采购执行情况

2024年度我馆政府采购执行率97.48%。在执行政府采购过程中，我馆严格按照《深圳经济特区政府采购条例》《深

圳经济特区政府采购条例实施细则》《深圳市落实采购人主体责任实施办法》等相关文件要求，规范采购行为，根据预算编制的政府采购计划组织实施，建立我馆政府采购和自行采购管理办法，执行大额开支事前采购事项集体研究，事后采购结果听取汇报的议事决策机制，确保采购流程规范有序。

（3）预决算信息公开

按照政府信息公开的有关规定和时间要求，在上级主管部门官网、政府在线和本单位官网公开预决算情况。

（4）财务合规性

我馆严格执行预算管理，经费开支实行分级授权和集体决策的事前审批制度，保证各项经费支出的合法性、科学性，不存在截留、挤占、挪用项目资金情况。依照规定规范执行会计核算制度，不存在支出依据不合规、虚列项目支出的情况。

2. 项目管理

我馆对项目实施严格管理。项目申报、招投标、调整、履约验收等方面严格履行审批手续。2024年我馆有15个项目纳入绩效管理，实现绩效目标全覆盖。

3. 资产管理

我馆资产保存完整，资产使用配置合规、合理。各场馆配置专职人员管理固定资产，通过专业资产软件严格管理资产卡片，正确、全面、及时地记录资产的增加和使用情况。及时开展固定资产年度盘点工作，资产调拨、报废等处置事项严格履行报批程序。

4. 制度管理

我馆制定了《深圳博物馆内部控制管理手册》，从决策机制、人员管理、预算管理、收支管理、资产管理、采购管理和合同管理，以及其他业务管理等各方面，明确了工作规范，保障各项目正常运行和规范管理，确保资金支付合法合规，资金风险安全可控，并按照预算和绩效管理的要求，组织开展绩效目标编报、绩效监控、绩效评价和评价结果应用等工作。

二、单位履职绩效分析

（一）主要履职目标

提高馆藏数量及质量，高质量举办精品展览，强化宣传教育力度，持续提高开放服务水平，落实文物修复、保护等国家各项文物保护政策。

（二）主要履职情况

深圳博物馆在上级主管单位的悉心指导下，实施免预约开放政策，全力推进国有博物馆资产所有权、藏品归属权及开放运营权分置改革试点工作任务和场馆建设项目，开展新时代物证和精品文物征藏，圆满完成重要接待任务，线上线下活动丰富多彩，向社会公众提供了高质量的文化服务，为“文化湾区”和“博物馆之城”建设持续贡献深博力量。

一是全力推进场馆建设，大力推进国有博物馆资产所有权、藏品归属权及开放运营权分置改革试点工作任务。调研北京、上海、陕西、河南、甘肃、江苏、浙江及港澳等地博物馆，积极探索博物馆多元运营主体架构模式。推动深圳市

政府与国家博物馆签署合作协议，明确了合作运营前海博物馆的具体事项。

二是展览供给量多质精，教育活动开拓创新。修改维护常设展览 300 余处。进一步挖掘馆藏文物资源，加强研究力度，新推出 2 个常设展览“深圳历史中的墟”和“契斋藏印”，丰富展览供给。临时展览数量连续多年保持稳定，达 14 个。全年举办线上线下各类教育活动 200 多场次，推出 5 场“深博之夜”活动吸引大量观众到场参与，推动公共文化服务向夜间延伸。将“近代深圳”“深圳民俗文化”“商声振金石”等展览送进校园，惠及南方科技大学附属中学、明德实验学校、深圳坪山外国语学校。

三是持续推进文物征藏，高质量保护文物安全。积极开展新时代物证征集工作。依托历年积累的藏品数字资源，在官网和微信小程序上线“藏品数字库”，推动藏品的科学管理、保护、研究及开放共享。

四是积极应对参观热潮，圆满完成重要接待。年观众量 369 万人次，同比增长约 110 万人次，创建馆以来年度观众量新高。专职讲解员全年完成讲解服务 5000 多场，其中定点公益讲解 2440 场，接待海内外政务团组 2347 批次。

（三）单位履职绩效情况

1. 经济性

（1）“三公”经费情况

2024 年度，我馆“三公”经费预算安排 48.75 万元，其中因公出国（境）费 22.4 万元，公务用车购置及运行维

护费 21.6 万元，公务接待费 4.75 万元。本年度实际支出数为 21.6 万元，“三公”经费执行率 44.31%，贯彻落实了厉行节约的要求。

（2）日常公用经费情况

2024 年度，我馆日常公用经费预算安排 2,724.81 万元，本年度实际支出数为 2,641.98 万元，执行率为 96.96%。

2. 效率性

2024 年度，我馆进一步强化内部管理，全年预算执行率 95.38%，单位整体预算执行情况良好。本年度我馆重点工作皆得到了较好地执行，取得了显著的成效与工作亮点。

3. 效果性

2024 年度，我馆在上级主管单位的悉心指导下，圆满完成各项工作任务：

（1）**展览水平获得广泛肯定。**“香林宝像”获“第二十一届（2023 年度）全国博物馆十大陈列展览精品推介国际及港澳台合作奖”，“问陶之旅”获首届“广东省博物馆线上数字展览精品推介”优胜奖，“契斋藏印”入选 2024 年度广东省“博物馆里读中国——弘扬中华优秀传统文化、培育社会主义核心价值观”主题展览推介项目案例。

（2）**持续推进文物征藏。**开展新时代物证征集工作，前往比亚迪公司、华大集团、鹏城实验室、大族激光等调研，征集人工智能、大数据、云计算、物联网、生物技术、新材料等领域的创新产品。完成近 1.2 万件/套改革开放物证藏品信息采集，420 件/套古代艺术类藏品的平面拍摄和数据

采集。开展胶片实体照片数字化工作，扫描 7208 张，裁切、存储、建档 4912 张。修复照片 2610 张、视频 34 个。文物预防性保护有序开展，编制场馆温湿度报告 200 余份，熏蒸消杀文物 113 件/套。完成 107 件文物及样品分析测试。

（3）积极应对参观热潮。暑期连续开放 60 天，每天开放近 12 小时。暑假 2 个月观众量高达 141 万余人，占全年观众量约四成，同比增长 70%，其中境外观众同比增长 190%；国庆节观众量近 22 万人次，为 2023 年同期的 2 倍。举办第 14 届暑期小讲解员培训班及小志愿者提升班。志愿者到馆开展服务超过 1.3 万人次，为观众提供公益讲解 8000 多场次，开展讲解接力、培训研讨、交流分享等主题活动，加强新媒体宣传。

（4）教育活动开拓创新。全年举办线上线下各类教育活动 200 多场次，包括 34 场讲座以及“国际博物馆日”深圳主会场、展览导赏、天文观测、外出研学、手工体验等品牌活动。录制 8 个展览的导赏视频。“深圳博物馆馆校合作研究性课程开发项目”入选广东省馆校合作示范项目，成功申报 3 个深圳市社会科学普及活动精品项目，配套制作研学资料。

（5）自媒体线上影响不断扩大。接待媒体和其他单位采访拍摄 50 多批次。官网发布各类信息 552 条，点击量 5106 万次。微信公众号继 2023 年跃升为百万粉丝级平台后，2024 年关注人数已突破 200 万。视频号发布视频 235 个，其中 44 个播放量过万，比 2023 年翻倍增长，单个视频最高播放

量达 6 万次。官方微博粉丝数 28.1 万，发布微博 366 条，总阅读量 699 万。与央视网合作推出博物馆新版宣传片。制作“遇见·深博”等 5 个“深博小学堂”展览科普视频。国家艺术基金支持项目《听圳说》系列短视频获评“2024 年度中华文物新媒体传播精品推介”优秀项目。

（6）学术研究成果丰硕。推进编制完成深圳市地方标准《展览展陈室内环境空气污染物控制技术规范》。《馆与城：文旅融合背景下博物馆与城市文化形象的良性互动》项目基本完成。出版《广东省博物馆陈列展览精品集（二）》《深圳博物馆 2023》及学术性图录共 10 部。举办“犍陀罗艺术展”交流座谈会暨闭幕式、“北魏平城与云冈石窟艺术”学术座谈会。

（7）交流合作亮点纷呈。与香港康文署及其下属机构合办文保工作坊、研学体验坊、“香港博物馆节”深圳分会场等教育活动、开展互访和学术交流。联合深圳桐音古琴社等举办古琴讲座、音乐会、公益培训等 43 场。参与举办第五届宝安文创设计大赛暨深圳博物馆 IP 联名设计大赛，馆藏文化元素赋能产业。组织文创产品参加文博会、全国红色文创精品展、“国际博物馆日”广东省主会场等，增强影响力和传播力。与国家博物馆联合推出“国博文创季”，百余款网红国博文创亮相深博。

三、总体评价

（一）总体评价得分

通过开展单位预算支出绩效评价工作，依据各项指标考

核评分标准,我馆本次自评得分 92.73 分,整体评价为“优”。

(二) 预算绩效管理工作主要经验、做法

1. 在上级主管部门的悉心指导下,构建规范透明的预算管理体系,将绩效导向深度嵌入预算全流程管理,形成覆盖“预算编制—预算执行—绩效监控—绩效评价—结果应用”等各环节管理机制,构建事前、事中、事后绩效管理闭环系统,切实提升财政资源配置效能。

2. 强化项目预算编制与绩效目标审核,根据年度工作计划,全面、准确测算资金需求,建立可量化、可衡量的绩效指标体系,对申报的项目进行充分的可行性论证和严格审核,合理配置内部资源,做到统筹兼顾、保证重点,注重项目履职效果所带来的社会效益和可持续影响,按照轻重缓急排序后,视年度财力状况择优安排预算项目。

3. 注重绩效导向,落实财政部门关于预算安排与项目入库、执行进度、绩效结果、审计意见、资产存量等“五挂钩”机制,始终贯彻以支出结果为导向的“预算编制有目标、预算执行有监控、项目完成有评价、评价结果有反馈、反馈的结果要运用”的预算管理新模式,并将绩效评价结果作为下一年预算安排的重要参考依据。