

# 北京市对朝阳区文旅局转移支付项目绩效自评报告

## 一、转移支付基本情况

### （一）区文化和旅游局转移支付概况。

2024 年我单位各项工作稳步推进，成效显著，全年预算数 11075.70 万元，按规定及相关要求均达成绩效目标，预算执行率为 100%。

### （二）资金投入情况分析。

2024 年区文化和旅游局坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，深入贯彻落实习近平文化思想、习近平总书记关于文化和旅游工作的论述精神，认真贯彻落实区委、区政府决策部署，聚焦区委确立的“1234”发展战略和“五宜”朝阳建设目标，实施“十百千万”文旅高质量发展提升工程，以文铸魂、以文化人、以文兴业、以文育城，大力提升文旅对经济发展的贡献度、在区域内的影响力、在群众中的满意度，奋力推动文化和旅游融合发展、创新发展、高质量发展迈上新台阶，取得新成效。2024 年朝阳区文化和旅游工作成果显著，全年旅游收入突破 1500 亿元。根据北京市文化和旅游局反馈分区旅游统计数据，同比增长 16%，全市排名第一，高出全市平均增速 1.1 个百分点，占全市旅游总收入的 23%。接待游客量 9048.4 万人次，同比增长 20.1%，排名第二，高出全市平均水平的 7 个百分点。2024 年朝阳区演出市场发展

强劲，实现票房收入约 19 亿元。

一是创作文艺精品，以高品质文化供给丰富人民精神文化生活。强化人民至上，坚持把最好的资源留给人民，持续完善公共文化服务体系，丰富优质演艺产品供给，不断增强人民的文化获得感、幸福感。全区建成四级公共文化设施 683 处，城市书屋 45 家，社区流动美术馆 60 家，人均公共文化服务设施面积达 2.43 平方米，将高品质文化资源送到百姓“家门口”。开展各类首都市民系列文化活动约 9054 场，参与市民约 733.32 万人次。推出线上线下阅读推广活动 316 场，参与人次 5.3 万。

二是赓续中华文脉，以高水平文博展现传统文化新魅力。坚持守正创新，坚定文化自信，推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，让传统文化活起来、火起来。创新推出“朝阳区博物馆通票”，组织开展“开学第一课”“文物快闪”“博物馆看朝阳主题讲座”等博物馆五进工程近 50 场，吸引百姓走进博物馆共享博物馆之城建设成果。举办“焕新永通桥，活力兴朝阳”永通桥活化利用启动仪式暨大运河申遗十周年活动，打造文物利用新场景，全面提升古桥综合利用价值。深化打造“我们的节日”“二十四节气”“东岳雅集”等传统文化活动品牌，打造“万象朝阳”传统文化活动新品牌，开展京剧培训 42 场，高水平举办第二十三届民俗文化节、东岳庙奇庙夜灯光秀、北顶娘娘庙奇庙夜灯光秀和“魅力朝阳 幻彩北顶”非遗魔术展演等活动，为市民游客提供全方位、沉浸式的文化体验。

三是聚焦时尚消费，以高层次文旅业发展推动城市经济繁荣。坚持以文塑旅、以旅彰文，探索文商旅融合发展新路径，塑造消费新场景，以时尚创意促消费，以多元场景促消费，以新质生产力促消费，赋能经济高质量发展。完善文旅企业服务体系建设，加大规下企业挖潜和培育力度，摸排潜在升规企业 73 家，强化招商引资，推动北京浦江泛文化产业有限责任公司等 3 家企业落户朝阳。优化完善大型营业性演出活动“一件事”集成办理，助推五月天、凤凰传奇等大型演唱会在朝阳落地，上半年朝阳区开展的售票营业性演出场次共 1.1 万场，服务观众约 238.0 万人次，票房收入约 9.0 亿元，为全市第一，成为拉动文旅消费“新引擎”。创新网上宣传推广方式，加强与市级媒体、抖音达人合作共创，著名相声演员曹云金打卡朝阳亮马河，直播观看人次达 200 万人，让朝阳文旅热点不断。

（三）资金管理情况分析。（分析资金分配、下达、拨付、使用、执行、预算绩效管理、支出责任履行等情况）

我单位依照《关于印发<政府采购品目分类目录>的通知》（财库〔2022〕31 号）、《北京市预算绩效管理办法》（京财绩效〔2019〕2129 号）、《北京市项目支出绩效评价管理办法》（京财绩效〔2020〕2146 号）结合本单位财务管理办法、预算管理办法及政府采购管理办法、内控相关制度开展各项财务活动。

一是严格资金使用合规性和安全性。我单位财务管理执

行行政事业单位相关财务制度，资金使用严格遵循“三重一大”制度、内控制度等拨付，项目资金依托一体化系统支付，资金拨付使用严格按照程序执行，以保证财政资金使用的安全合规。

二是确保会计基础信息完善性。我单位按照要求，在一体化系统会计核算模块维护了期初数据，并在业务发生后及时记账；同时使用用友会计账套进行账务处理。此外，账簿及原始凭证齐全，账实相符，手续基本齐备，会计账务保存完整，能够比较全面反映部门资金使用的财务信息和实际状况。切实做到账簿完整、账实相符、账表相符、表表相符、会计核算清楚规范。

## 二、绩效目标实现情况

（一）总体绩效目标完成情况分析。我单位为强化财政支出责任，加强预算绩效全过程管理，依据《北京市预算绩效管理办法》（京财绩效〔2019〕2129号）、《北京市项目支出绩效评价管理办法》（京财绩效〔2020〕2146号）开展2024年度财政支出绩效自评工作，绩效目标制定主要从项目的产出数量、质量、时效、成本，以及经济效益、社会效益、生态效益、可持续影响、服务对象满意度等维度对所开展的项目进行绩效目标的设立。目标与项目职责任务匹配较高，设置合理，全年目标任务圆满完成。

### （二）绩效指标完成情况分析

我单位项目立项有充分依据，确保必要、可行，预算编

制科学、实事求是；绩效目标的设定与年度工作任务目标高度相关，考核指标比较明确，绩效目标有明确的方向；绩效指标与项目年度任务数相对应，细化分解为产出、成本、效益、满意度指标，并设置二级、三级指标，将绩效目标通过清晰、可衡量的标准值予以体现，做到项目立项规范、绩效目标合理、绩效指标明确。

1. 经济效益方面，一是 2024 年，朝阳区举办售票营业性演出约 2.2 万场，服务观众 491.8 万人次，实现票房收入 18.98 亿元。与 2023 年相比，场次、观众、票房分别增长 17.3%、40.7%、147.2%，规模创历年新高。二是全新打造夜间品牌活动，将政府资源优势和社会运营力量相结合，丰富广大群众夜间文化体验。围绕“旧书新知”主线工作，充分挖掘文献资源，带领青少年感受探索“第二课堂”社会教育职能，创新打造“朝图阅读课”品牌，采取“请进来 走出去”相结合的方式，系统、精准地培育和提升青少年阅读素养。北京中轴线的历史文化。探索“第二课堂”社会教育职能，创新打造“朝图阅读课”品牌，采取“请进来 走出去”相结合的方式，系统、精准地培育和提升青少年阅读素养。银色英语年华英语大讲堂，为离退休老年人创造爱读书、善读书、读好书的浓厚学习氛围。

2. 社会效益方面，一是打造文博特色生态，“百馆之城”持续推进。年度新增博物馆 10 家，全区博物馆总数达到 90 家，实现 10 万人拥有博物馆 2.6 座博物馆。持续优化博物

馆空间布局，在十八里店、小红门等地区重点扶持博物馆建设，推动南北文博资源均衡发展。实施“朝阳区博物馆三·十提质工程”评选了年度十佳展览、研学、讲解员，以赛促优，激励区域博物馆提升专业水平。开展“文博馆长万里行”活动，搭建省际博物馆交流平台，深化馆际合作互鉴。创新推出“朝阳区博物馆通票”，组织开展“开学第一课”“文物快闪”“博物馆看朝阳主题讲座”等博物馆五进工程近 50 场，吸引百姓走进博物馆共享博物馆之城建设成果。二是赋予时代内涵，传统文化传承深入推进。深化打造“我们的节日”“二十四节气”“东岳雅集”等传统文化活动品牌，打造“万象朝阳”传统文化活动新品牌，开展京剧培训 42 场，高水平举办第二十三届民俗文化节、东岳庙奇庙夜灯光秀、北顶娘娘庙奇庙夜灯光秀和“魅力朝阳 幻彩北顶”非遗魔术展演等活动，为市民游客提供全方位、沉浸式文化体验。北京民俗馆联合街道、学校等单位开展廿四节气系列互动体验、中医药健康体验、“中国文学下午茶”等系列活动，加强合作交流，“日月星转——北京民俗博物馆物说廿四节气特展”连续 5 个月登榜“全国百家博物馆 100 个热门展览”，获评 2024 年朝阳区十佳展览，东岳美术馆受邀参加法国列宾设计大赛，多维度推动传统文化破圈出彩。

3. 环境效益方面，一是加大宣传引流，推动文旅“出圈”更“出彩”。策划打造“宜游朝阳”文旅消费线路、亮马河微度假线路等，推出《走进朝阳》文旅杂志、《宜游四季 一路

朝阳》朝阳区四季文旅线路地图，发布“AI 游北京朝阳”数据大模型，为游客及市民提供“吃住行游购娱”全方位攻略。举办“灿烂朝阳 非凡之旅”朝阳区文旅资源推介会，开展 5·19 中国旅游日系列宣传活动，欢迎世界各地的游客来感受“美丽朝阳”的魅力与活力。构建文旅新媒体矩阵，开通微信、抖音、小红书等三类 5 个新媒体账号，加强专题策划，形成图文与短视频同步发力、协同推进的网络宣传推广格局，各平台累计发布 1200 条内容，浏览量及阅读量超 1103 万人次。创新网上宣传推广方式，加强与市级媒体、抖音达人合作共创，著名相声演员曹云金打卡朝阳亮马河，直播观看人次达 200 万人，让朝阳文旅热点不断。二是做好图书拥军工作，为部队增加了自助阅读、数字阅读和专题阅读服务，并根据驻区部队建制分阶段重点对接，推动供给侧与需求侧精准对接，探索新时代部队“阅读+新文化”路子。

4. 可持续性影响方面，一是实现了资源的可持续利用，将专业优质活动引入公共文化空间，同时鼓励文化空间拓展使用功能，提升公共文化设施效能和活动覆盖面。二是培育了公共文化服务人才，依托“森林演出季”“艺术朝阳”等活动，为朝阳区艺术人才、文艺爱好者提供交流展示平台，在实践中积累舞台经验，形成区域文艺人才库，为服务持续优化提供人力保障。三是形成了良好的群众基础，多项基层文化活动已形成系列及品牌，通过长期的文化熏陶，在基层形成了传承与创新的良好文化氛围，带动居民参与公共文化建设的

积极性逐年提高。四是 2024 年京剧中心将京剧培训系列活动正式命名为“国粹映朝阳”，品牌形象更加直观，提升了特色活动的认知度。京剧培训活动不仅加深了民众对中国传统文化的理解，也通过艺术形式传递了社会主义核心价值观，在朝阳区形成了推动京剧传承发展、以点带面的宣传效应，成为朝阳区优秀传统文化繁荣发展的一个阵地。

5. 服务对象满意度方面，一是 2024 年我局在提升文旅对经济发展的贡献度和区域内的影响力上狠下功夫，不断推动文化和旅游融合发展、创新发展，力争在文旅高质量发展迈上新台阶，取得新成效，逐步提升群众满意度。二是在各项开展过程中，通过线上互动、现场访谈等方式，对街乡、群众等服务对象进行有效样本收集。同时，考虑群众投诉等反向指标，全年综合评定服务对象对公共文化服务的总体满意度基本可达到 90%以上，超过预期的满意度目标。

### 三、绩效自评结论

我单位 2024 年各项工作稳步推进，成效显著，按规定达成绩效目标，总分 100 分，其中预算执行 10 分、产业指标 40 分、成本指标 10 分、效益指标 30 分，满意度指标 10 分，自评总得分 100 分。

北京市朝阳区文化和旅游局

2025 年 2 月 18 日

