

苏州市级财政支出项目绩效自我评价报告

苏州市级财政支出项目绩效自评表						
项目名称		“两个博览会”苏州展区项目		项目年份	2024	
项目主管部门(单位)		苏州市体育局				
市级预算执行情况(万元)	年初预算数	当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数		财政拨款数	指标结余数	指标结余收回数
	57.6	0		57.6	0	0
市级财政资金使用情况(万元)	财政拨款数	实际支付数	资金结余、结转数	其中：		
				结转数		财政收回数
	57.6	57.6	0	0		0
项目资金构成（详细列出各子项目名称和金额）						
子项名称		调整预算数（万元）		实际支出数（万元）		
合计		57.6		57.6		
2024“两个博览会”苏州展区项目		57.6		57.6		
项目	类别	指标名称	目标值	权重	实际完成值	自评分
项目绩效实现情况（82分）	决策目标	立项依据充分性	充分	0.5	100%	0.5
		立项程序规范性	规范	0.5	100%	0.5
		绩效目标合理性	合理	0.5	100%	0.5
		绩效指标明确性	明确	0.5	100%	0.5
		资金分配合理性	合理	1	100%	1
		预算编制科学性	科学	0.5	100%	0.5
	过程目标	预算执行率	=100%	8	100%	8
		资金使用合规性	合规	2	100%	2

		资金到位率	100%	0.5	100%	0.5
		制度执行有效性	有效	2	100%	2
		管理制度健全性	健全	1	100%	1
	产出目标	展位参展区域或功能板块	=2 个	7.5	2 个	7.5
		展位面积	=360 平方米	7.5	525 平方米	6.31
		布展验收合格率	=100%	7.5	100%	7.5
		展会完成及时率	=100%	7.5	100%	7.5
	效益目标	参加展会人次	>=2000	17.5	2500 人	17.5
		市级媒体报道数量	>=2	17.5	2 篇	17.5
	合计					80.81

填表说明：1. “年初预算数”填预算批复数；“当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数”填当年使用上年结余、结转数以及追加或追减预算数；“财政拨款数”填财政部门实际拨付的款项数；“实际支付数”填资金实际支付到最终使用者的数额；“结转数”填结转以后年度使用的资金数；“财政收回数”填财政部门收回的资金数。指标结余数=年初预算数+当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数-财政拨款数；计划结余数=财政拨款数-实际支付数=计划结转数+财政收回数。**2.** “决策”、“过程”类指标每个指标的权重值固定，“产出”、“效益”、“满意度”指标权重值是根据指标数量将每类指标总分值分摊到各项指标，即各项指标分值=每类指标总分值/该类指标个数。**3.** 各项数据采集的时间节点均为 2024 年 12 月 31 日。**4.** 定性指标根据实际完成情况按照 100%、80%、60%、40%、20%、0 六级权重予以评分。定量指标评分规则：“产出”类每项指标的实际完成值对应预期设定的目标值，完成 100%~130%得权重值满分，超过 130%的每超过 1%扣权重值 1%；“决策”、“过程”、“满意度”类指标以 100%为满分；“效益”类每项指标的实际完成值对应预期设定的目标值，完成 100%~200%得权重值满分，超过 200%的每超过 1%扣权重值 1%；五类指标的所有指标实际完成值每低于目标值 1 个百分点相应扣减权重值的 5%；某项指标无法提供具体数值，且无说明，得 0 分。

项目基本情况

项目概况	2023 至 2027 年连续五年在苏州举办中国体育文化博览会和中国体育旅游博览会（两博会），办展经费由执行公司市场化运作为主。苏州市作为承办城市将每年参展，展示苏州体育特色和亮点。展区项目总预算 57.6 万元，将以苏州体育文化和体旅融合发展两大核心主题，并借此展示展演苏州体育产业发展和体育消费扩大的项目和成果，促进体育服务业企业的市场拓展和洽谈成交。
------	--

项目总目标	通过布局和发挥苏州体育文化和旅游的大型展会的板块作用，扩大苏州的知名度和影响力，提升苏州体育产业 GDP 占比，扩大市域经济的发展，带动体育、会展、旅游等相关产业同步发展。
年度绩效目标	完成 2024 年中国体育文化博览会和中国体育旅游博览会（两个博览会）苏州体育展区布展，扩大苏州体育文化及体育旅游的影响，塑造苏州文化旅游和运动健身相结合的城市品牌形象。
项目实施情况	1、2024 年 3 月，为深入贯彻《国务院办公厅关于印发体育强国建设纲要的通知》要求，推进落实《市政府关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》、《关于进一步促进苏州旅游与体育产业融合发展的指导意见》，前期对 2024 中国体育文化博览会和中国体育旅游博览会（两个博览会）拟订了展会整体方案，与负责该项目的国家体育总局体育文化中心、江苏省体育局进行了多轮展会方案论证，并报国家体育总局和国家商务部，获得 2024 年“两个博览会”的举办批复。2、筹办期间，展区将围绕我市体育文化和体育旅游两个核心板块内容展开，设计概念突出以苏州水乡、河流湖泊纵横为形象特征：其中体育文化主题区域以“全民健身与奥运同行”为主题，将通过回顾苏州体育“十四五”期间的发展成果；体育旅游和体育产业主题区域以“穿越山水 自在苏州”为主旨，展现全市体旅融合和户外运动的蓬勃发展成果，展陈 8 家体育产业企业品牌的产品和服务项目。3、展区项目策划施工。8 月确定了本次展区面积约 520 m ² ，展位租金单价 800 元/m ² ，展位设计费为 17.6 万。参展合计经费 57.6 万元。4、展会期间现场布置和推广，2024 年“两个博览会”期间，苏州展区进行了多项，现场还举办了“穿越山水”，东吴足球俱乐部和乐家迪水上运动中心推广体验活动，吸引了现场超过 2 万名观众驻足参观和体验。
项目管理成效	2024 “两个博览会”苏州展区项目在 10 月 10 日—13 日三天展会中，以苏州近年来的体育文化和体育旅游两大发展成果和具体产业项目为主要载体呈现。展会期间我市体育展区作为东道主展区，省、市政府相关领导，国家体育总局、中国旅游协会、国际国内多家单项体育协会、31 个省市自治区体育局领导悉数观展，并吸引现场观众超过 20000 人次，曝光媒体包括吸引人民日报、新华社、中央电视台、中国新闻社、央视网、人民网、新华网、中国教育电视台、中国体育报等 20 多家主流媒体、70 多家地方媒体以及 30 多家苏州市媒的广泛关注与报道，186 位记者亲临现场，在展会期间持续带来详实的宣传报道。累计刊发新闻报道近 6890 条。
项目管理存在的问题及原因	苏州展区出展的体育项目和展示企业数量有待扩大，主要受制于展区预算经费导致面积空间限制。
进一步加强项目管理的建议	为提高项目展示效果，建议增加预算投入。