

2024 年部门项目评价报告

部门名称：深圳市大鹏新区旅游发展和文化体育局

为切实做好 2024 年度部门整体支出绩效自评工作，强化预算支出责任，优化支出结构，提高财政资金使用效益。根据《中共中央、国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》《深圳市财政局关于印发〈深圳市市级项目支出绩效评价工作规程〉的通知》《深圳市大鹏新区发展和财政局关于做好新区 2024 年度预算绩效自评工作的通知》等文件要求，深圳市大鹏新区旅游发展和文化体育局（以下简称“新区旅游发展局”）组建评价小组，对“大鹏新区新年马拉松旅游消费周”项目开展部门绩效评价，绩效评价具体情况如下：

一、基本情况

（一）项目概况

1. 项目背景

深圳拥有 260 公里海岸线，大鹏半岛海岸线长 133 公里，被国家地理杂志评为“十大最美海岸线之一”，一路屏山傍海，山岳纵横。“大鹏新年马拉松”项目始于 2014 年，作为一场具有浓厚节日氛围的马拉松赛事，“大鹏新年马拉松”赛事活动不仅展示了跑者们的毅力和拼搏精神，更成为一个汇聚友谊和欢乐的舞台。在比赛中，参赛者在碧海蓝天之下，享受自然之美。在奔跑中欣赏到大鹏半岛的美丽风光，感受着新年的到来带来的喜悦气氛。以打造大鹏文旅品牌、提升大鹏文旅影响力为目标，与热门旅游平台建立战略合作关系，依托“大鹏新年马拉松”赛事活动发挥大流量、大平台和资源整合优势，从营销阵地搭建和热点事件赋能两大维度，呈现大鹏文旅特色优质资源，打响大鹏特色文

旅品牌。

2. 项目内容及实施情况

(1) 项目实施内容

项目主要包括鹏马旅游融合专辑、达人采风、鹏马礼遇大数据报告、全域平台宣传、线下推广物料制作等内容，通过线上线下丰富多元的营销活动，实现品牌认知度、活动美誉度、旅客流量和旅游收入多效提升。

(2) 项目实施情况

新区旅游发展局通过打造鹏马旅游融合专辑，依托大平台及资源优势，通过线上线下丰富多元的营销活动，为“大鹏新年马拉松”赛事活动引流邀请2至3名粉丝量百万级旅行达人实地采风，以群体视觉，专业、深入地解锁大鹏旅行新体验。围绕“大鹏新年马拉松”展开预热宣传，实现品牌认知度、活动美誉度、旅客流量和旅游收入多效提升。通过发放鹏马运动员专属礼遇，带给本次马拉松活动参赛者大鹏礼遇新体验，促进多元出游。打造全域平台宣传，定向推广新年马拉松旅游消费内容，以及大鹏旅游产品、旅游攻略、旅游活动及优惠政策等信息。结合大鹏旅游需求精选数据维度输出元旦及赛事期间旅游大数据报告，通过优势呈现、竞品对比等，提升大鹏文旅品牌知名度。

3. 资金投入和使用情况

本项目预算95万元，全年执行93.62万元，预算执行率99.6%。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

本次评价从项目决策、过程、产出和绩效四个角度对项目执行情况进行评价，从绩效管理角度总结本项目取得的成绩，并发现项目在立项、执行中存在的问题，总结项目实施经验和教训，形成评价结论，并推动评价结果落地应用，以优化项目管理，提升财政资金使用效益。一是分析项目实施的内容和现状、预算安排及使用情况；二是了解该项目的完成情况以及项目实施过程中的履职情况，评估项目的整体绩效状况；三是发掘该项目所产生的现实意义和实际价值，总结此项目对本项目工作的现实指导意义，为项目下一步决策提供更好的科学依据，促进新区旅游发展局有关科室更好地开展项目工作，提高项目的效率和效果。

本次绩效评价的对象是 2024 年度“大鹏新区新年马拉松旅游消费周”，涉及预算资金总额 95 万元；评价时间范围是 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法及评价标准

1. 绩效评价原则

（1）科学规范原则

根据《中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》《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）《深圳市财政局关于印发〈深圳市市级项目支出绩效评价工作规程〉的通知》《深圳市大鹏新区发展和财政局关于做好新区 2024 年度预算绩效自评工作的通知》等政

策文件中对绩效评价的相关要求，对数据进行收集整理，并对其中的问题及时发现、处理，保证报告的科学、规范。

（2）公开公正原则

评价目标的设定、指标体系的研发及设计、数据填报、复核等所有环节，都保障了评价过程的公开性、程序的规范性和合理性，应及时发现并处理评价过程中的问题，以保证评价结果的准确、客观和科学。

（3）相关性原则

评价以项目真实数据为依据，坚持客观评价。在对项目立项、实施、验收等数据资料进行汇总、分析、评价相关数据的基础上，独立开展评价，得出评价结果，并形成评价报告。

2. 评价指标体系

评价小组严格依据《深圳市市级项目支出绩效评价工作规程》《深圳市大鹏新区发展和财政局关于做好新区 2024 年度预算绩效自评工作的通知》要求，从项目决策、项目过程、项目产出、项目效益四个方面设置三级指标框架。各三级指标设置坚持共性指标不遗漏和个性指标要突出的原则，按照项目背景、立项、管理实施、资金投入与支出、项目成效与社会发展效益这一评价主线进行三级指标设置，尤其在项目绩效一级指标大类部分，三级指标设置既充分考虑到工作要求、目标和标准，又结合项目工作规划、合同条款、预算目标和实施成效，确保指标体系科学、规范、标准、完善，杜绝指标设置的随意性。

3. 评价方法

（1）比较法

对于该项目绩效评价指标体系中大部分指标采用比较法，通过对绩效目标与实施效果、历史与当期情况、不同指标业绩值与评价标准的比较，综合分析绩效目标实现程度。

（2）因素分析法

因素分析法是指通过综合分析影响绩效目标实现、实施效果的内外因素，评价绩效目标实现程度。本次绩效评价中，业务和财务管理制度的健全性和执行有效性等指标采用因素分析法。

4. 评价标准

本报告的评价标准是依据绩效评价基本原理，分别按照计划标准、历史标准等制定。对于定性指标，通过问卷及访谈采集相关数据，在实施过程中运用等级描述法进行考核，通过设置等级标准来显示该指标认可程度的差异。对于定量指标，通过公式等方式予以量化，无法量化的，根据实际情况分析、合理评分。

（三）绩效评价工作过程

为做好本项目绩效评价工作，新区旅游发展局成立绩效评价工作小组，负责对本项目独立开展评价工作。绩效评价的具体实施程序如下：一是下达绩效评价通知及资料清单到预算项目实施业务科室；二是收集、分析项目相关材料，对项目具体实施内容、项目预算资金使用及项目组织管理流程等进行分析；三是根据梳理的项目基本情况，确定评价关注点，设计评价指标体系；四是进行现场访谈，深入了解项目情况，补充收集材料；五是进行数

据分析、撰写报告，完成此次评价工作。

三、综合评价情况及评价结论

综合考虑投入、产出、效果、影响力等各方面因素，通过数据采集及分析，2024 年度“大鹏新区新年马拉松旅游消费周”绩效评价结果为：总得分 97.5 分，属于“优”。

四、主要经验及做法

（一）通过线上线下相结合推广大鹏文化旅游

一是邀请多位粉丝量百万级的旅行达人，以“灵动旅行家”的身份前往大鹏新区进行实地采风活动，以代表不同目标群体的视角，专业、深入地解锁大鹏山海户外旅行新体验并围绕即将到来的“大鹏新年马拉松”展开预热宣传，通过灵动山海的视觉，提前为马拉松参与者解决不知道在大鹏“去哪玩”“怎么玩”的痛点。二是制作易拉宝、宣传海报及展板等物料用于本次马拉松活动的线下场景推广，让更多参与者了解大鹏新区新年马拉松活动，并进一步提升活动的线下传播力度。

（二）发挥大鹏新区品牌建设

自新冠疫情以来，新区新年马拉松已经间隔三年未开展。对于始于 2014 年的新年马拉松活动造成一定的影响。2024 年“大鹏新年马拉松”赛事阔别三年再度出发，对大鹏新区的旅游带来新的热点。新区旅游发展局通过此次赛事的数据分析，洞悉市场行为，具体包括在线旅游整体数据、市场状况（客源状况、游客画像）、旅游产品运营情况、竞品对比等，呈现深圳大鹏作为热门旅游目的地的文旅亮点，有效提升文旅品牌知名度。

五、存在的问题及原因分析

（一）部分绩效指标设置合理性方面仍有提升空间

一是绩效指标可衡量性需继续加强，主要是效益类定性指标占比仍旧较大，定性指标对于项目达成的效益无法有效衡量，不能通过数字化直观地体现项目达成情况。二是部分产出指标设置缺乏约束力，主要是成本类指标年度目标值设置较为宽泛和易达成，使得绩效指标对于项目管理的应用性有所削弱。

（二）项目实施效益尚存提升空间

2024年“大鹏新年马拉松”赛事活动吸引了4000名跑者，通过旅游、住宿、餐饮等拉动消费。但是在文旅经济发展中却未体现出具体的贡献数据占比，实施效益有待进一步明确。

六、改进措施

（一）提升指标设置水平，增加指标约束力

一是梳理近年来项目实施内容，根据项目实施情况总结项目实施效益，通过数据化提炼出项目实施效益，解决效益类指标可衡量性不足的问题。结合历史成本数据并结合当前市场价格，合理设置项目成本指标，实现解决成本指标约束力不足的问题。

（二）明确未来运营计划，进一步挖掘项目实施效益

围绕规划政策、重大项目、营销推广、行业管理等方面重点任务，明确工作思路，全力抓好各项工作措施落实，做到提升“大鹏新年马拉松”赛事活动对于经济效益的投入产出比。