

项目支出绩效自评表

(2024 年度)

项目名称		中国园林博物馆文化活动项目						
主管部门		北京市公园管理中心			实施单位	中国园林博物馆北京筹备办公室		
项目资金 (万元)			年初预 算数	全年预 算数	全年 执行数	分 值	执行率	得分
		年度资金总额	90	90	89.46	10	99.4%	9.94
		其中:当年财政 拨款	90	90	89.46	—	99.4%	—
		上年结转资金				—		—
		其他资金				—		—
年度 总体 目标	预期目标				实际完成情况			
	项目结合春节、元宵、清明、端午、中秋、七夕、重阳等重要传统节日，面向公众开展结合诗歌、戏曲、民族乐、非遗文化等形式内容与园林主题相结合的文化活动，带领观众体验节日习俗、传承优秀品德、提升科学素养、增进文化自信。如期举办春节、元宵节、清明节、端午节、七夕节、中秋节、重阳节各场次文化活动，力争对中国园林博物馆社会认知得到提升。				完成春节、元宵、清明、端午、中秋、七夕、重阳七个重要传统节日。深度挖掘馆内园林文化、自然生态等资源，展教结合，推陈出新，通过主题导赏、科普演剧、文化体验活动等多元形式开展，全力推进市民科学素质和整体文明程度的提高。			
绩效 指标	一级 指标	二级 指标	三级指标	年度 指标值	实际 完成值	分 值	得分	偏差原因分 析及改进措 施
	产出 指标	数量 指标	现场参与及网络观看参与数	≥300 万次	327.3 万次	10	10	
			文化活动完成情况	≥6 项	6 项	10	10	
			现场活动及线上播送天数	≥260 天	264 天	5	5	
		质量 指标	活动参与率	≥95%	95%	5	5	
			媒体报道数	≥100 次	102 次	5	5	
		时效 指标	活动准时率	准时完成	准时完成	10	10	
	成本 指标	经济成本指标	预算控制数	≤90 万元	89.46 万元	5	5	
	效益 指标	社会效益指标	活动认知度	高	较高	15	13	目标受众对活动的知晓率需提高。
			活动影响力	高	较高	15	14	宣传模式有待创新。
	满意度 指标	服务对象满意度指标	参与者满意度	≥95%	≥95%	10	9	个别游客的个性化需求未满足。
总分						100	95.94	