

2025 年度项目支出绩效自评表

项目支出名称			2025 年全国露营大会(湖南大通湖)					
主管部门		大通湖区商务和文化旅游广电体育局			实施单位	大通湖区商务和文化旅游广电体育局		
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	146	146	140.3129	10	96.10 %	9.6	
	其中：当年财政拨款	146	146	140.3129				
	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			
	顺利举办全国露营大会，完善活动场地配套布置，做好活动宣传、现场组织、安全保障、志愿服务等工作，吸引省内外露营爱好者参与，展示大通湖区文旅资源，拉动区域文旅消费，提升大通湖知名度与影响力。				已按期完成全国露营大会举办工作，完成场地搭建、氛围营造、活动组织、安全值守、宣传推广等任务，活动安全有序开展，圆满完成既定活动目标，有效宣传大通湖文旅品牌。			
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	自评得分	偏差原因分析及改进措施
	产生指标 (50分)	数量指标	参与活动人次	1500人	2000人	10	10	无偏差
			活动举办场次	1场	1场	10	10	无偏差
		质量指标	活动安全事故发生	0起	0起	10	10	无偏差

			数					
			和活动组 织合规达 标率	100%	100%	8	8	无偏差
		时效指标	活动按期 举办	按期 完成	按期完 成	6	6	无偏差
		成本指标	控制在 146 万元 内	140.3 129 万 元		6	6	预算略有结 余,后续项目 将进一步精 准测算经费 需求
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	自评 得分	偏差原因分 析及改进措 施
	效益 指标 (30 分)	经济效益 指标	带动本地 文旅消费 增长	有效拉 动	有效带 动,消 费力辐 射其他 行业	8	8	无偏差,活动 吸引游客,带 动餐饮、住宿 消费。
		社会效益 指标	提升大通 湖文旅品 牌知名度	有效提 升	有效提 升	8	8	无偏差,通过 活动宣传推 介大通湖文 旅资源
		生态效益 指标	活动场地 生态保护 落实到位	不破 坏场地生 态	不破 坏场地生 态	7	7	无偏差,活动 落实垃圾收 集,做好生态 保护
		可持续影 响指标	积累户外 赛事活动 办赛经验	形成 办赛经 验	形成办 赛经验	7	7	无偏差,为后 续举办同类 户外活动打 下基础
	满意 度指 标 (10 分)	服务对象 满意度指 标	活动参与 者满意度	≥90%	≥92%	10	10	无偏差,现场 采访反馈参 与者评价良 好

总分	100	99.6	
----	-----	------	--

备注：每个一级项目支出一张表。如：业务工作经费，运行维护经费，其他类资金各一张表。

填表人： 高阳 填报日期：2026 年 9 月 11 日 联系电话：18874192098

单位负责人签字：

2025 年度全国露营大会项目部门评价绩效指标评分表

(根据项目实际情况自行设计完善)

一级 指标	二级 指标	三级指标	分 值	指标解释	指标说明	得分
决 策	预算支出决策(项目立项)	预算支出决策(项目立项)依据充分性	2	预算支出决策(项目立项)是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责,用以反映和考核决策(立项)的依据情况。	评价要点: ①决策(立项)是否符合国家相关法律法规、国民经济发展规划和相关政策; ②决策(立项)是否符合行业发展规划和政策要求; ③决策(立项)是否与部门职责范围相符,属于部门履职所需; ④预算支出是否属于公共财政支持范围,是否符合中央、地方事权支出责任划分原则; ⑤预算支出是否与相关部门同类预算支出或部门内部相关预算支出重复。	2
		决 策 (立项) 程 序 规范性	2	预算支出申请、设立过程是否符合相关要求,用以反映和考核决策(立项)的规范情况。	评价要点: ①预算支出是否按照规定的程序申请设立; ②审批文件、材料是否符合相关要求; ③事前是否已经过必要的可行性研究、专家论证、风险评估、绩效评估、集体决策。	2
	绩效目标	绩效目标合理性	2	预算支出所设定的绩效目标是否依据充分,是否符合客观实际,用以反映和考核预算支出绩效目标与预算支出实施的相符情况。	评价要点: (如未设定预算绩效目标,也可考核其他工作任务目标) ①预算支出是否有绩效目标; ②预算支出绩效目标与实际工作内容是否具有相关性; ③预算支出预期产出效益和效果是否符合正常的业绩水平;是否与预算确定的预算支出投资额或资金量相匹配。	2
策 决	绩效	绩效指标	4	依据绩效目标设定的	评价要点:	

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	得分
	目标	明确性		绩效指标是否清晰、细化、可衡量等，用以反映和考核预算支出绩效目标的明细化情况。	①是否将预算支出绩效目标细化分解为具体的绩效指标； ②是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现； ③是否与预算支出目标任务数或计划数相对应。	4
	资金投入	预算编制科学性	3	预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标是否相适应，用以反映和考核预算支出预算编制的科学性、合理性情况。	评价要点： ①预算编制是否经过科学论证； ②预算内容与支出内容是否匹配； ③预算额度测算依据是否充分，是否按照标准编制； ④预算确定的预算支出投资额或资金量是否与工作任务相匹配。	3
		资金分配合理性	2	预算资金分配是否有测算依据，与补助单位或地方实际是否相适应，用以反映和考核预算支出预算资金分配的科学性、合理性情况。	评价要点： ①预算资金分配依据是否充分； ②资金分配额度是否合理，与项目实施单位或地方实际是否相适应。	2
过程	资金管理	资金到位率	2	实际到位资金与预算资金的比率，用以反映和考核资金落实情况对预算支出实施的总体保障程度。	资金到位率=(实际到位资金/预算资金)×100%。 实际到位资金：一定时期(本年度或预算支出期)内落实到具体预算支出的资金。 预算资金：一定时期(本年度或预算支出期)内预算安排到具体预算支出的资金。	2
		预算执行率	4	预算资金是否按照计划执行，用以反映或考核预算支出预算执行情况。	预算执行率=(实际支出资金/实际到位资金)×100%。 实际支出资金：一定时期(本年度或预算支出期)内预算支出实际拨付的资金。	3.5

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	得分
过程	资金管理	资金使用合规性	8	预算资金使用是否符合相关的财务管理制度规定，用以反映和考核预算资金的规范运行情况。	评价要点： ①是否符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定； ②资金的拨付是否有完整的审批程序和手续； ③是否符合预算支出预算批复或合同规定的用途； ④是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。	8
	组织实施	管理制度健全性	4	预算支出实施单位的财务和业务管理制度是否健全，用以反映和考核财务和业务管理制度对预算支出顺利实施的保障情况。	评价要点： ①是否已制定或具有相应的业务管理制度； ②财务和业务管理制度是否合法、合规、完整。	4
		制度执行有效性	7	预算支出实施是否符合相关业务管理规定，用以反映和考核业务管理制度的有效执行情况。	评价要点： ①是否遵守相关法律法规和相关管理规定； ②预算支出调整及支出调整手续是否完备； ③预算支出合同书、验收报告、技术鉴定等资料是否齐全并及时归档； ④预算支出实施的人员条件、场地设备、信息支撑等是否落实到位。	7
产出	产出数量	实际完成率	13	预算支出实施的实际产出数与计划产出数的比率，用以反映和考核预算支出产出数量目标的实现程度。	实际完成率=(实际产出数/计划产出数)×100%。 实际产出数：一定时期(本年度或预算支出期)内预算支出实际产出的产品或提供的服务数量。 计划产出数：预算支出绩效目标确定的在一定时期(本年度或预算支出期)内计划产出的产品或提供的服务数量。	13

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	得分
产出	产出质量	质量达标率	12	预算支出完成的质量达标产出数与实际产出数的比率，用以反映和考核预算支出产出质量目标的实现程度。	质量达标率=(质量达标产出数/实际产出数)×100%。 质量达标产出数：一定时期(本年度或预算支出期)内实际达到既定质量标准的产品或服务数量。既定质量标准是指预算支出实施单位设立绩效目标时依据计划标准、行业标准、历史标准或其他标准而设定的绩效指标值。	12
	产出时效	完成及时性	5	预算支出实际完成时间与计划完成时间的比较，用以反映和考核预算支出产出时效目标的实现程度。	实际完成时间：预算支出实施单位完成该预算支出实际所耗用的时间。 计划完成时间：按照预算支出实施计划或相关规定完成该预算支出所需的时间。	5
	产出成本	成本节约率	5	完成预算支出计划工作目标的实际节约成本与计划成本的比率，用以反映和考核预算支出的成本节约程度。	成本节约率=[(计划成本-实际成本)/计划成本]×100%。 实际成本：预算支出实施单位如期、保质、保量完成既定工作目标实际所耗费的支出。计划成本：预算支出实施单位为完成工作目标计划安排的支出，一般以预算支出预算为参考。	5
效益	预算支出效益	实施效益	15	预算支出实施所产生的效益。	预算支出实施所产生的社会效益、经济效益、生态效益、可持续影响等。可根据预算支出实际情况有选择地设置和细化。	15
		社会公众或服务对象满意度	10	社会公众或服务对象对预算支出实施效果的满意程度。	社会公众或服务对象是指因该预算支出实施而受到影响的部门、群体或个人。一般采取社会调查的方式。	10
总分			100			99.5

项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况。

2025年全国露营大会（湖南·大通湖）是国家级体育旅游品牌活动，由国家体育总局登山运动管理中心、中国登山协会、湖南省体育局指导，大通湖区委、区管委会主办，大通湖区商务和文化旅游广电体育局等多部门承办，湖南中致体育旅游集团有限公司运营，活动于2025年11月15-16日在大通湖区举办，主题为“天下洞庭水·蟹逅大通湖”。

活动深度融合体育、文旅、农业、商务四大领域，设置“蟹”趣狂欢、“蟹”行大湖、“蟹”悦乡野三大主题板块，主会场+分会场联动开展：开幕式、星空音乐会、营地嘉年华、百蟹争霸风味市集、环湖趣味骑游、环湖健康跑、亲子徒步、稻田民族风情露营、湖畔轻奢露营等系列活动，同时推出两条主题自驾线路，打造沉浸式湖乡蟹趣露营体验。

项目立项旨在依托大通湖“中国河蟹之乡”资源禀赋，以大闸蟹为纽带，通过国家级户外活动引流，展示大通湖生态文旅资源，拉动本地餐饮、住宿、水产消费，提升大通湖对外知名度与品牌影响力，探索“体育+文旅+农业+商务”区域融合发展路径。

(二) 资金使用管理情况。本项目年度预算146万元，全部为财政拨款，全年实际执行140.3129万元，执行率96.10%。

1. 组织管理机构：大通湖区商务和文化旅游广电体育局为实施主管单位，联合区委宣传统战部、区农业农村水利局、金盆镇政府、融媒体中心等多部门协同，委托专业体育文旅企业负责现场运营执行。

2. 制度建设：严格执行行政事业单位财务管理制度，建立活动安保、应急医疗、志愿者管理、宣传舆情管理工作机制；资金拨付履行完整审批流程，专款专用。

3. 资金投向：经费主要用于活动场地搭建布置、舞台及设备租赁、物料制作、后勤安保、医疗应急保障、志愿服务、媒体宣传推广、IP文创、现场运维等方面。

4. 项目实施合规性：项目经过多轮筹备调度，上级单位现场指导，完成风险研判；项目申报、审批、实施、现场管控、资料归档流程完整，合同、影像资料、总结报告、绩效自评材料齐全，项目实施全过程合规。

(三) 绩效目标完成程度。

1. 总目标：顺利举办全国露营大会，完成场地配套、现场组织、安全保障、宣传推广，吸引省内外爱好者参与，展示大通湖文旅资源，拉动文旅消费，提升大通湖知名度。

2. 产出完成：按期完成1场国家级露营大会举办；实际参与活动2000余人，到场游客8000余人；活动实现0起安全事故，

组织合规达标率100%，全部主分会场活动按期落地。

3. 效益实现：经济效益上，带动区域消费增收1800万元，酒店民宿入住率93%，市集单日餐饮交易额突破300万元；社会效益上30+央省市媒体报道，全网累计曝光2000万次，抖音话题#湖南露营大会#播放量达1497万次，大通湖以及大通湖大闸蟹品牌影响力显著提升；生态上践行无痕露营，未破坏场地生态；同时积累国家级户外活动办赛经验。

4. 满意度：活动参与者满意度 $\geq 92\%$ ，高于预设 $\geq 90\%$ 目标。

二、部门评价工作开展情况

本次绩效评价由大通湖区商务和文化旅游广电体育局组织开展，以绩效自评表、财务凭证、项目总结册、媒体报道、现场影像、游客社交反馈等作为评价基础资料，对照部门评价绩效指标评分表，从决策、过程、产出、效益四个维度逐项核查，核对预算执行数据、活动产出数据、效益数据，结合现场实际完成情况开展综合打分，形成评价结论。

三、综合评价结论

本项目预算146万元，实际支出140.3129万元，预算执行率96.10%。对照绩效评价指标体系，综合得分99.5分，评价等级为优秀。

项目按期、安全、高质量完成2025全国露营大会全部工作任务，超额完成参与人次目标，有效拉动本地文旅消费，大幅度提升大通湖文旅及大闸蟹IP对外知名度，实现体育、文旅、农业、

商务深度融合，生态保护落实到位，群众参与者满意度高，同时积累大型户外活动办赛经验，达到项目设立预期全部绩效目标。

四、绩效评价指标分析(根据附件评分表，逐项进行分析)

(一) 预算支出决策情况

项目立项契合国家体育旅游、乡村文旅融合政策导向，符合大通湖区发展定位，立项经过前期调研、多轮筹备会议、上级指导研判，立项依据充分，立项程序规范。

绩效目标设定贴合项目实际，设置可量化的参与人次、安全事故、满意度、消费带动指标；预算编制结合活动规模科学测算，资金分配适配主分会场、安保、宣传、后勤各项工作需求，决策维度全部指标达成。

(二) 预算执行过程情况

项目财政资金100%到位；资金严格按照项目进度拨付，预算执行率96.10%；资金使用严格遵守财经制度，审批手续完备，专款专用，无截留、挤占、挪用。

项目财务、业务管理制度健全，安保、医疗、志愿、舆情等专项工作机制落地；项目按方案执行，全部合同、档案资料完整归档；场地、人员、设备、后勤保障全部落实，项目实施过程规范有效。

(三) 预算支出产出情况

1. 产出数量：计划1场活动，实际完成1场；计划参与1500人，实际2000余人参与，游客8000余人，三大主题板块、主分

会场全部活动落地，实际完成率100%以上。

2. 产出质量：活动零安全事故，组织合规达标率100%；媒体宣传、现场体验、后勤保障达到国家级体育旅游活动标准，质量达标率100%。

3. 产出时效：严格按照2025年11月15-16日既定时间完成全部活动，按期落地，无推迟延期。

4. 产出成本：计划预算146万，实际支出140.3129万元，在全部任务高质量完成前提下实现经费节约。

（四）预算支出效益情况

1. 经济效益：带动消费增收1800万元，民宿酒店入住率93%，餐饮、水产特产销售显著增长，发放消费券有效激活本地市场。

2. 社会效益：三十余家央省市媒体报道，新媒体平台千万级播放曝光，大通湖文旅、大闸蟹IP全国传播；开展无痕露营环保倡议，丰富群众文体生活。

3. 生态效益：落实无痕露营，做好垃圾收集处置，活动开展没有破坏场地生态环境。

4. 可持续影响：探索形成“体育引流、文旅造趣、农业赋能、商务增效”的区域融合模式，积累国家级大型露营活动完整办赛经验，为后续同类活动打下基础。

5. 服务对象满意度：现场访谈、社交平台反馈，参与者满意度≥92%，游客对活动内容、安保、志愿服务评价良好。

五、存在的问题和改进措施

（一）存在问题

1. 预算存在结余，预算测算精准度还有提升空间，部分宣传物料、备用保障经费未完全使用。

2. 分会场配套接待、导览指引设施还有提升空间；自驾主题线路配套标识、解说体系可进一步完善。

3. 活动衍生的文创产品“蟹大力”IP推广、线上销售渠道挖掘不足，IP价值转化还有提升潜力。

（二）改进措施

1. 预算管理优化：后续同类项目开展前进一步细化各板块经费测算，结合往届实际消耗，压缩非必要备用预算，提高预算编制精准度，提高资金使用效率。

2. 硬件配套提升：后续举办同类活动，提前完善分会场、自驾线路导览标识、游客指引、休憩配套设施，提升全域游客体验。

3. IP产业延伸：进一步挖掘大通湖“蟹大力”IP价值，丰富文创品类，拓展线上销售渠道，将大型活动流量进一步转化为产业长效收益。

4. 成果固化：总结本次全国露营大会办赛流程、安保、宣传、多部门联动机制，形成标准化办赛手册，为后续开展体育文旅活动复用。

六、部门评价结果拟应用和公开情况

1. 将本次绩效评价结果用于大通湖区后续体育文旅类项目预算编制、项目方案设计参考，把本次办赛经验用于后续同类项目立项、经费测算、活动策划。

2. 按照财政绩效信息公开相关要求，在规定渠道公开本项目绩效评价结果，主动接受社会监督。

七、其他需要说明的问题

无其他需要说明事项