

# 2024 节庆营销宣传等项目支出绩效评价报告

## 一、项目基本情况

(一)项目概况。2024 节庆营销宣传等项目资金投入 212.56 万元,主要用于开展黄山市文旅新品发布会暨大灵山新品推介会、不夜灵山,浪漫爱情计划、就在徽州小团圆 2024 岩寺老街中秋活动、爱在徽州 浪漫升级目的地婚礼推介会等营销宣传活动,古徽州 72 小时奇遇记、徽州创意会客厅、徽行十二时辰进校园等赴外地营销推介活动、嗨徽州抖音、视频号、小红书等新媒体营销宣传等。

(二)项目绩效目标。总体目标是加快建设创新集聚、产业多元的高能级新城区和宜居宜业和美乡村,深入实施“文旅名区”战略。阶段性目标是打响我区“烟雨徽州 诗意田园”宣传品牌,做靓“嗨”徽州 一起去“村”游吧乡村旅游品牌,以“旅游+”推动农文旅体业态互融,加速全区文旅产业转型升级。同时,根据全市“相约四季”主题,精心策划我区文旅体四季营销节庆活动,做热节庆活动和对外营销,进一步提升徽州区的知名度和美誉度,做热全年旅游市场。

## 二、绩效评价工作开展情况

(一)绩效评价目的:促进项目绩效目标按时完成,不断发现问题、改进问题,实现项目效益最大化;绩效评价对象:2024 节庆营销宣传等项目 212.56 万元;绩效评价范围:2024 节庆营销宣传等项目所涉及全部支出内容。

(二)绩效评价原则、评价指标体系(附表说明)、评价方

法、评价标准、实地考察等方法进行绩效评价分析。以《项目支出绩效自评表》为基础，具体可见《项目支出绩效自评表》附件。

(三)绩效评价工作过程。成立项目绩效自评工作小组，制定评价工作方案，现场开展评价，形成评价报告。

### 三、综合评价情况及评价结论（附相关评分表）

项目资金执行率指标分值10分，自评得分10分；项目产出指标分值50分，自评得分50分；项目效益指标分值30分，自评得分30分；项目满意度指标分值10分，自评得分10分；总分值100分，自评得分100分。

2024节庆营销宣传等项目绩效达到既定目标，政策实施效果、资金使用绩效较好，最后综合自评得分为100分，最终评价等级为优。

### 四、绩效评价指标分析（可附表进行分析）

	预期目标	实际完成情况
年度总体目标	一是为加快建设创新集聚、产业多元的高能级新城区和宜居宜业和美乡村，深入实施“文旅名区”战略；二是打响我区“烟雨徽州诗意田园”宣传口号，做靓“嗨”徽州一起去“村”游吧乡村旅游品牌，以“旅游”推动农文旅业态互融，加速全区文旅产业转型升级；三根据全市“相约四季”主题，精心策划我区文旅体四季营销节庆活动，做热节庆活动和对外营销，进一步提升徽州区的知名度和美誉度，做热全年旅游市场。	围绕“烟雨徽州 诗意田园”、“嗨徽州一起去村游吧”两大品牌活动IP，强化部门乡镇“1+7+N”耦合，先后举办“就在徽州过大年”、“花满城·嗨徽州”春季主题营销、五一“嗨徽州一起去村游吧”、520“徽州婚礼目的地”、“不夜灵山浪漫爱情计划”、“徽行十二时辰巡游记”、“岩寺老街·端午徽游记”等活动，周周有活动、月月有新品、季季都精彩。持续做热节庆活动和对外营销，进一步提升徽州区的知名度和美誉度，做热全年旅游市场。

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 (50 分)	数量指标	营销活动场次	≥5 次	20	7	7	
			市场推广推介活动场次	≥1 次	5	7	7	
			体育赛事活动	≥3 次	5	6	6	
			红色活动次数	≥1 次	3	6	6	
		质量指标	经费支出合规性	严格执行相关财经法规、制度	严格执行相关财经法规、制度	6	6	
			验收合格率	≥95%	≥95%	6	6	
		时效指标	经费支出时效性	≤2024. 12 月	≤2024. 12 月	6	6	
		成本指标	项目总成本	≤2125600 元	2125600 元	6	6	
	效益指标 (30 分)	经济效益指标	推动当地旅游业良性发展	影响程度明显	影响程度明显	5	5	
加速全区文旅产业转型升级			影响程度明显	影响程度明显	5	5		

		社会效益指标	加快建设创新集聚、产业多元的高能级新城区和宜居宜业和美乡村,深入实施“文旅名区”战略	影响程度明显	影响程度明显	4	4	
		社会效益指标	做热节庆活动和对外营销,带动当地旅游收入提升,有助于社会稳定	影响程度明显	影响程度明显	4	4	
		社会效益指标	提升徽州区的知名度和美誉度,做热全年旅游市场	影响程度明显	影响程度明显	4	4	
		生态效益指标	对促进文明旅游的影响程度	影响程度明显	影响程度明显	4	4	
		可持续影响指标	提升“烟雨徽州诗意田园”品牌影响力	影响程度明显	影响程度明显	4	4	
	满意度指标(10分)	满意度指标	服务对象满意度	≥95%	≥95%	10	10	
项目执行率指标(10分)				100%	100%	10	10	
总分						100	100	

## 五、主要经验及做法

(一) 多领域统筹做热“旅游+”。围绕“烟雨徽州 诗意田园”、“嗨徽州一起去村游吧”两大品牌活动 IP,强化部门乡镇“1+7+N”耦合,先后举办“就在徽州过大年”、“花满城·嗨徽州”春季主题营销、520“徽州婚礼目的地”、“不夜灵山浪漫爱情计划”、“徽行十二时辰巡游记”、“岩寺老街·端午徽游记”等活动,推动周周有活动、月月有新品、季季都精彩。

(二) 新媒体宣传持续发力。现拥有“嗨徽州”新媒体平台7个。截至2024年底,“嗨徽州”微博粉丝超7.7万,微信粉丝超6.6万;视频号累计发布视频338条,播放量超193万;抖音

号发布视频 256 条，浏览量超 1532 万，点赞超 21.7 万，粉丝量超 5.6 万。联动乡镇、景区、民宿开展“春游江淮请您来”、“皖美夏日”、“来徽州 赏秋吧”等主题宣传活动，持续提升徽州文旅热度。

## 六、存在问题及原因分析

一是线下活动较多，“一盘棋”联动不足，存在“外热内冷”现象，即与外部乡镇及企业联动较多，与山里乡镇及企业联动不足；二是线上宣传缺少宣传爆点，与预期宣传效果存在一定差距，引流效果不明显。

## 七、有关建议

一是提质文旅品牌活动。围绕“四季”营销活动，进一步挖掘各具特色的主题营销活动，同时开展主题营销宣传，打响“烟雨徽州 诗意田园”、“嗨徽州 一起去村游吧”品牌，做热文旅市场。二是创新营销宣传推广。提质并优化新媒体平台，形成“嗨徽州”平台媒体矩阵宣传，充分利用现有平台与省、市各级平台互动，与本地新媒体达人共创，联动开展线上宣传，提升徽州文旅热度。

## 八、其他需要说明的问题

无