

承德避暑山庄及周围寺庙景
区服务中心
2024 年预算绩效文本

目录

第一部分	3
2024 年单位整体绩效目标	3
一、总体绩效目标	3
二、分项绩效目标	3
三、工作保障措施	5
第二部分	7
专项资金绩效目标	8

第一部分

2024 年单位整体绩效目标

一、总体绩效目标

2024 年，景区服务中心将严格按照局党组统一部署，切实履行工作职责，持续推进旅游管理、市场营销等各项工作。全面推进旅游管理工作，按照国家 5A 景区相关标准及景区要求，确保景区环境卫生工作得到进一步提升，为游客营造整洁、文明、安全、有序的旅游环境；深入推进景区营销宣传，提振避暑山庄品牌，扩大景区影响力、吸引力、竞争力。增加中远程市场旅游份额 20%，恢复东南亚旅游市场流失客源，增加境外旅游人数 20%以上。提高景区收入，在 2023 年收入额基础上实现增收 5%以上；扎实稳妥做好票务管理，保证景区门票、年票供应充足，保障景区售票工作平稳运行。

二、分项绩效目标

- 1、确保景区环境卫生工作得到进一步提升

绩效目标：按照国家 5A 景区相关标准及景区要求，确保景区环境卫生工作得到进一步提升，为游客营造整洁、文明、安全、有序的旅游环境。

绩效指标：景区每日整体保洁次数 ≥ 1 次，其他时间段实行跟进循环保洁；按照 5A 景区卫生标准完成保洁工作并验收合格；为保洁人员提供了就业工作岗位，具有明显的社会效益；为游客提高良好的游览环境，提升景区形象，吸收更多的游客。

2、保证景区门票、年票供应充足。

绩效目标：保证景区门票、年票供应充足。保障景区售票工作平稳运行。

绩效指标：按照行业标准印制门票、年票，质量符合合同约定标准；满足景区门票、年票销售要求，保障门票、年票正常销售；使用环保材料，节约资源，降低污染物的排放。

3、保障景区售票工作平稳运行

绩效目标：保障景区售票工作平稳运行，保证景区售票渠道畅通。

绩效指标：门票售验票系统维护次数 ≥ 500 万/人次，及时完成景区售验票系统维护；保质保量完成景区售验票系统维护工作，保证网络售票系统快速、通畅；为游客线下、线上购票提供便捷优质的服务，满意度水平达到 95%。

4、深入推进景区营销宣传

绩效目标：提振避暑山庄品牌，扩大景区影响力、吸引力、竞争力。增加中远程市场旅游份额 20%，恢复东南亚旅游市场流失客源，增加境外旅游人数 50%以上。提高景区收入，在 2022 年收入额基础上实现增收 50%以上。

绩效指标：提振避暑山庄品牌，扩大景区影响力、吸引力、竞争力。增加中远程市场旅游份额 20%，恢复东南亚旅游市场流失客源，增加境外旅游人数 20%以上。提高景区收入，在 2023 年收入额基础上实现增收 5%以上

5、保障景区平稳持续运转

绩效目标：保障景区平稳持续运转。

绩效指标：景区内游客可达区域 WIFI 覆盖率达到 95%以上，使网络运行速度和范围可满足游客基本需求；坚持可持续发展，项目维护时限为一年；响应“压缩开支,厉行节约”要求，在保障正常办公条件情况下，使用节能减排产品。

三、工作保障措施

1、持续加强旅游管理。

一是加大景区检查督导力度，严格执行常态化督查机制，全面提升避暑山庄及周围寺庙景区标准化管理水平。二是结合文旅行业新形势，深入挖掘避暑山庄及周围寺庙景区文化价值，促进文旅产业融合，提升景区品位。三是立足避暑山庄及周围寺庙景区实际，在现有智慧化建设基础上，建设景区智慧管理系统、智慧服务系统和智慧营销系统。四是积极开展国家级研学教育基地申报工作，开创避暑山庄及周围寺庙景区“研学旅游”新模式，传播景区文化，提升景区影响力。

2、精准做好市场营销工作。一是在广东、福建、四川、湖南等中远程市场开展营销推介活动，制定中远程门票优惠

政策，拓展中远程客源市场。二是持续做好精准营销工作，在重点客源市场城市大社区投放景区宣传广告，以高铁旅游专列为渠道，对接团建、疗养、研学等新客群，进一步稳固和拓展重点客源市场。三是做好外庙景区二次营销工作，通过增加广告展板、投放宣传资料等方式，在避暑山庄景区内加强对外庙景区宣传力度，进一步提升外庙景区知名度。四是对接不同意向群体，制定多种营销政策，调动市场活力。五是举办第三届“避暑山庄皇家园林半程马拉松赛及全民健身跑”、避暑山庄主题文化周、皇家冰雪季等特色文旅活动，通过“景区+体育”、“景区+民族”、“景区+非遗”等同异业合作模式，丰富景区游览内容，提升游客游览体验。六是依托景区活动，邀请媒体记者、抖音网红达人到景区开展直播宣传，通过融媒体宣传流量加持，持续增加景区热度，借助抖音平台宣传景区的同时带货景区门票，拓宽门票销售渠道，探索增收方式。

3、扎实做好服务接待工作。

一是多渠道、多层次、多形式加强对一线工作人员服务礼仪、业务能力的培训，建设一支服务本领高、业务能力强、综合素质过硬的职工队伍。二是继续深入开展“笑脸行动”，采取典型培树、服务标兵评选等方式，持续提升门区服务质量，提升员工服务意识，每月开展服务质量监督检查，推进“笑脸行动”落地见效。三是畅通咨询投诉渠道，建立优质、高效、完善的综合管理服务体系，不断提高游客满意度。

第二部分

专项资金绩效目标

1、2024 年保洁服务项目（景区服务中心）绩效目标表

单位：万元

项目编码	13080024P00011910001A		项目名称	2024 年保洁服务项目（景区服务中心）		
预算规模及 资金用途	预算数	716.60	其中：财政 资金	716.60	其他资金	
	购买景区保洁服务。					
资金支出计 划（%）	3 月底		6 月底	10 月底	12 月底	
	50%		100%	100%	100%	
绩效目标	1.按照国家 5A 景区相关标准及景区要求，确保景区环境卫生工作得到进一步提升，为游客营造整洁、文明、安全、有序的旅游环境。					
一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述		指标值	指标值确定 依据
产出指标	数量指标	保洁总面积	保洁范围内所有面积		534.6 万平方米	合同约定
	质量指标	保洁有效投诉次数	景区保洁工作被投诉情况		0 次	投诉记录
	时效指标	每日保洁工作时长	按照合同约定，保洁员工作时间		≥10 小时	合同约定
	成本指标	完成保洁工作所需费用	2023 年 5 月 1 日至 2024 年 4 月 30 日保洁服务费用 545.1792 万元，2021 年 1-4 月份保洁服务费用 171.413674 万元		716.6 万元	项目预算
效益指标	经济效益指标	不涉及	不涉及		不涉及	不涉及
	社会效益指标	为保洁人员提高了就业工作 岗位，具有明显的社会效益	提供保洁工作岗位数		≥149 个	项目预算
	生态效益指标	不涉及	不涉及		不涉及	不涉及
	可持续影响指标	为游客提高良好的游览环	景区良好的卫生环境，吸引更多的游客		1 年	

一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述	指标值	指标值确定依据
		境，提升景区形象，吸收更多的游客			保洁标准
满意度指标	服务对象满意度指标	游客对景区环境卫生的满意度	游客对景区环境卫生的满意度	≥98%	投诉记录

2、2024 年景区门票系统运维经费（景区服务中心）绩效目标表

单位：万元

项目编码	13080024P000116100019		项目名称	2024 年景区门票系统运维经费（景区服务中心）		
预算规模及 资金用途	预算数	500.00	其中：财政 资金	500.00	其他资金	
	用于购买门票系统运维服务。					
资金支出计 划（%）	3 月底		6 月底	10 月底	12 月底	
	20%		40%	80%	100%	
绩效目标	1.1.保障景区售票工作平稳运行。 2. 保证景区售票渠道畅通。					
一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述		指标值	指标值确定 依据
产出指标	数量指标	门票售验票系统维护次数	门票售验票系统维护次数		≥500 万人次	历史经验
	质量指标	景区售验票系统维护质量完成合格率	景区售验票系统维护质量完成合格率		100%	同期水平
	时效指标	景区售验票系统维护及时率	景区售验票系统维护及时率		100%	历史经验
	成本指标	运维费用成本	景区门票运维经费项目成本		≤500 万元	预算项目金 额
效益指标	经济效益指标	不涉及	不涉及		不涉及	不涉及
	社会效益指标	满足人民群众文化需求	满足人民群众文化需求		巩固提升	年度工作计 划

一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述	指标值	指标值确定依据
	生态效益指标	不涉及	不涉及	不涉及	不涉及
	可持续影响指标	景区持续运转	景区持续运转	可持续	历史经验
满意度指标	服务对象满意度指标	游客和工作人员满意度	游客和工作人员满意度	≥95%	游客满意和工作人员满意度调查

3、2024 年景区门票印制及耗材经费（景区服务中心）绩效目标表

单位：万元

项目编码	13080024P00011410001X		项目名称	2024 年景区门票印制及耗材经费（景区服务中心）		
预算规模及 资金用途	预算数	20.00	其中：财政 资金	20.00	其他资金	
	用于印制门票和相关耗材采购					
资金支出计 划（%）	3 月底		6 月底	10 月底	12 月底	
				100%	100%	
绩效目标	1.1.保证景区门票、年票供应充足。 2.保障景区售票工作平稳运行。					
一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述		指标值	指标值确定 依据
产出指标	数量指标	采购景区门票、年票数量	采购景区门票、年票数量		≥10 万张	门票、年票 销售量
	质量指标	按照行业标准印制门票、年 票质量	参考印制周期、游客需要及时采购		100%	合同要求
	时效指标	参考印制周期、游客需要及 时采购	按照行业标准印制门票、年票成本		<1 月	实际发生时 间
	成本指标	按照行业标准印制门票、年 票成本	满足景区门票、年票收入要求		20 万元	预算资金
效益指标	经济效益指标	满足景区门票、年票收入要 求	保障门票、年票正常销售		大于等于 1 亿元	经济收入金 额
	社会效益指标	保障门票、年票正常销售	保障门票、年票正常销售		≥10 万张	实际情况
	生态效益指标	使用环保材料	使用环保材料		≥95%	实际情况
	可持续影响指标	项目持续影响效果	项目持续影响效果		1 年	实际情况

一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述	指标值	指标值确定依据
满意度指标	服务对象满意度指标	游客满意度	游客满意度	≥95%	问卷调查

4、2024 年旅游市场营销宣传项目（景区服务中心）绩效目标表

单位：万元

项目编码	13080024P00011510001K		项目名称	2024 年旅游市场营销宣传项目（景区服务中心）		
预算规模及 资金用途	预算数	40.00	其中：财政 资金	40.00	其他资金	
	用于景区营销宣传工作。					
资金支出计 划（%）	3 月底		6 月底	10 月底	12 月底	
			50%	75%	100%	
绩效目标	1.提振避暑山庄品牌，扩大景区影响力、吸引力、竞争力。 2、增加中远程市场旅游份额 20%。 3、恢复东南亚旅游市场流失客源，增加境外旅游人数 20%以上。 4、提高景区收入，在 2023 年收入额基础上实现增收 5%以上。					
一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述		指标值	指标值确定 依据
产出指标	数量指标	举办大型活动次数	举办演出、展览、论坛、讲座等大型活动次数		≥6 次	项目实施结果
	时效指标	大型活动开展及时性	反映大型活动是否如期开展，按期完成。		及时（2024 年 12 月 31 日前完成）	项目计划实施安排
	成本指标	场地租赁费用	场地租赁费用		≤3 元/场	项目计划实施安排
	质量指标	宣传目标完成率	宣传目标完成率		≥90%	项目计划实施安排
效益指标	社会效益指标	媒体报道次数	演出、展览、论坛、讲座等大型活动引起媒体报道的次数		≥50 次	项目营销宣传效果
	社会效益指标	提升城市影响力	演出、展览、论坛、讲座等大型活动提升了承德市影响力		提升	不涉及

一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述	指标值	指标值确定依据
	社会效益指标	丰富市民文化活动	演出、展览、论坛、讲座等大型活动丰富了承德市市民的文化活动	丰富	不涉及
	可持续影响指标	参与活动人员反馈问题回应、解决情况	针对参与活动人员反馈的普遍性、合理的问题、诉求是否有积极回应、解答	积极回应、有效解答	不涉及
满意度指标	服务对象满意度指标	参与活动人员满意度	反应参与活动人员满意度情况	≥90%	活动实施参与人员满意度调查

5、2024 年维修维护费（景区服务中心）绩效目标表

单位：万元

项目编码	13080024P00011710001Y		项目名称	2024 年维修维护费（景区服务中心）		
预算规模及 资金用途	预算数	140.00	其中：财政 资金	140.00	其他资金	
	用于景区维修维护费用。					
资金支出计 划（%）	3 月底		6 月底	10 月底	12 月底	
			30%	60%	100%	
绩效目标	1.进行设备设施的维修维护工作，保障景区持续运转。					
一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述		指标值	指标值确定 依据
产出指标	数量指标	设备设施维护项目数量	设备设施维护项目数量		≥5 个	合同约定
	质量指标	景区内游客可达区域 wifi 覆盖率	景区内游客可达区域 wifi 覆盖率		≥95%	合同约定
	时效指标	提供服务时间	提供服务时间		≥8 小时每工作日	行政事业单位工作时长安排
	成本指标	项目成本	项目成本金额		≤140 万元	项目测算
效益指标	经济效益指标	经济效益指标	同比景区门票收入提高		100%	收入金额
	生态效益指标	出行环境舒适度	舒适度显著提升		舒适度显著提升	调查研究
	可持续影响指标	项目维护时限	项目维护时限		1 年	合同约定
	社会效益指标	社会影响力	社会产生影响		100%	合同约定

一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述	指标值	指标值确定依据
满意度指标	服务对象满意度指标	游客满意度	游客满意度	≥95%	投诉记录

6、2024 年运转经费（景区服务中心）绩效目标表

单位：万元

项目编码	13080024P00011810001L		项目名称	2024 年运转经费（景区服务中心）		
预算规模及 资金用途	预算数	70.00	其中：财政 资金	70.00	其他资金	
	用于维持景区正常运转。					
资金支出计 划（%）	3 月底		6 月底	10 月底	12 月底	
	10%		30%	50%	100%	
绩效目标	1.保障中心正常运转。					
一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述		指标值	指标值确定 依据
产出指标	数量指标	保障事项	单位运转重点保障事项		≥7 项	单位预算具 体内容
	质量指标	经费支出准确率	经费支出准确率		100%	符合财务管 理制度和内 控要求
	时效指标	按时间进度要求支付使用资 金	按时间进度要求支付使用资金		月度时序	支出进度要 求
	成本指标	各项经费成本	各项经费成本		≤70 万元	预算批复数
效益指标	经济效益指标	“三公经费” 有效控制情况	“三公经费” 有效控制情况		小于前三年平均值	响应“压缩 开支,厉行 节约”要求
	社会效益指标	正常办公条件保障情况	正常办公条件保障情况		良好	维护机关正 常办公秩

一级指标	二级指标	三级指标	绩效指标描述	指标值	指标值确定依据
					序，保障公职人员履职需要
	生态效益指标	使用节能减排产品	使用节能减排产品	持续使用	响应节能减排号召
	可持续影响指标	不涉及	不涉及	不涉及	不涉及
满意度指标	服务对象满意度指标	机关工作人员满意率	机关工作人员满意率	100%	问卷调查

