

附件 4

2023 年度广州市天河区文化广电旅游体育局 部门重点项目绩效评价报告

一、评价项目概述

（一）项目背景

广州市天河区文化广电旅游体育局设立了“广州乞巧文化节”项目（以下简称该项目）。广州乞巧文化节已连续举办 19 届，是广州一年一度的民俗文化盛事，逐步成为广州打造世界文化名城的一张亮丽名片。2023 年广州乞巧文化节将回归七夕文化广场，恢复乞巧拜祭仪式、及笄礼，配合文艺汇演、民俗表演等多种形式，呈现传统地道的乞巧庆典。开幕式结束后，还将在乞巧苑开展七夕游园会，通过“七巧”沉浸式观赏体验，让参观人员感受乞巧传统文化的氛围。

（二）项目立项依据

1. 《中华人民共和国公共文化服务保障法》
2. 《市委、市政府“一区一品”工作部署》
3. 《广州市非物质文化遗产保护办法》

（三）项目绩效目标

通过开展该项目，在承接“七夕节（天河乞巧习俗）”传统韵

味的基础上，融入现代文化生活的元素，打造“广州市乞巧文化节”的专属品牌，建立一个大型综合性文化交流平台。吸引新生代了解传承中华优秀传统文化，增强文化自信和文化认同感。

项目绩效指标情况：

二级指标	三级指标	指标解释	目标值
数量指标	乞巧文化节开展子活动数量	反映开展 2023 年广州乞巧文化节活动的数量情况。	≥ 5 场
质量指标	活动安全事故发生次数	反映活动开展期间安全情况。	0 次
时效指标	活动完成及时率	反映活动完成的效率情况。	100%
社会效益指标	活动吸引观众人次	反映 2023 年广州乞巧文化节活动线上线下吸引观众情况。	≥ 5 万人次
	媒体宣传报道、阅读量	反映 2023 年广州乞巧文化节活动线媒体报道情况。	≥ 10 篇
满意度指标	观众满意度	反映 2023 年广州乞巧文化节活动参与观众满意度情况。	≥ 95%

（四）项目资金来源及使用情况

该项目 2023 年年初预算 40 万元，年中调增 34.7 万元，年度预算 74.7 万元，都来源于一般公共预算财政拨款收入。截至 2023 年 12 月 31 日，项目实际支出金额为 74.7 万元，预算执行为 100%。

（五）项目实施情况

1.项目组织情况分析。

项目组织实施按照全年工作任务进行分类管理，专人负责项目执行，各科室间分工协作。通过制定工作计划方案，确定工作

目标，明确组织实施措施和策略，更有效的指导工作的正常有序开展。

2.项目管理情况分析。

项目预算编制比较规范和细化，资金及时到位。严格执行国家及省财政厅，市、区财政局有关财务开支范围及开支标准，项目经费使用支出实行领导审批制度。项目经费开支必须有经手人、证明人、会计、分管领导及主要领导审批后，才能由出纳进行支付。确保项目资金合理开支，安全高效。

3.项目实施进度。

本项目 2023 年最终执行率是 100%。严格按照预算安排执行，及时支付项目经费。

二、评价结论与绩效分析

（一）总体结论

该项目立项与部门职责相符，项目设立流程规范，资金分配依据充分，资金及时到位，项目支出方向符合项目预算批复规定用途，绩效目标完成的很好，部分指标大大超越预期值，本项目绩效评价的分数为 100 分，评价等级为“优”。

（二）项目绩效分析

1.项目产出完成情况分析。

指标名称	预期实现值	完成情况概述
乞巧文化节开展子活动数量	≥5 场	本年度共开展 7 项主题活动

活动安全事故发生次数	0 次	本年度广州乞巧文化节圆满落幕，未发生安全事故
活动完成及时率	100%	100%

2.项目效益情况分析。

指标名称	预期实现值	完成情况概述
活动吸引观众人次	≥ 5 万人次	线上线下传播声量总计超过 3000 万人次，现象级传播实力破圈。
媒体宣传报道、阅读量	≥ 10 篇	63 篇
观众满意度	≥ 95%	本年度广州乞巧文化节圆满落幕，未发生观众投诉事件。满意度 100%

3.项目可持续分析。

项目满足我局职责职能需要，紧紧围绕深入贯彻落实党的二十大精神 and 习近平总书记关于非物质文化遗产保护工作的重要指示精神以及广东省第十三次党代会和扎实推进文化强省建设大会的重要指示精神，着重突出让传统文化在传承活化中焕发新生，助推广州城市综合文化实力出新出彩中“出彩”一词，充分展现广州是岭南文化中心地，遗存璀璨生辉的深厚历史底蕴，天河区在保护国家级项目“七夕节（天河乞巧习俗）”传承活化中使之焕发新生，推动传统民俗融入现代生活，满足人民群众精神文化需求、助力人文湾区的建设。

三、项目主要绩效或成功经验

（一）内容亮点

2023 广州乞巧文化节紧扣天河区珠村历史文化名村保护规划发展，以“坚持守正创新 擦亮七夕品牌”为方向，举办第十九

届广州乞巧文化节开幕式，七夕游园会，云游非遗博物馆，非遗创意市集，摆七娘、拜七娘、睇七娘仪式，我们的节日·七夕主题交流会，文化有约·美丽社区—2023 广州市群众文艺精品巡演启动仪式暨乞巧节惠民演出，七娘饭等丰富多彩的活动，力求让更多市民群众参与其中，让七夕品牌以人们可欣赏、可品尝、可体验、可聆听的方式呈现，让传统民俗文化被看到、被了解、被喜爱、被传播。

活动突出“七夕之美”，分“7”天“7”场的主题系列活动，推动国家级非物质文化遗产瑰宝——“七夕节（天河乞巧习俗）”出新出彩，以珠村传统乞巧活动为“点”，以各大商圈配套活动为“线”，在七夕文化广场连续七天举行不间断的文化活动。2023 年广州乞巧文化节期间共开展了 138 场不同形式的活动。其中包括进展馆活动 8 场，进商圈和企业 100 场，1 场讲座和 29 家进景区活动。主会场是中国乞巧第一村——天河珠村七夕文化广场，分会场分布在广州乞巧文化博物馆、乞巧苑、明德堂、与亨美术馆、琪林里文旅产业园，同时联动正佳广场、合利天德广场、广州购书中心、棠下智汇 park、翌方 181 创意园等活动会场。

值得一提的是，此次广州乞巧文化节还将结合各拓展会场七夕主题活动，融入传统乞巧节日元素，通过市集、文化展览等形式，将现代元素与中华优秀传统文化的认同与热爱相结合，打造吸睛破圈的视觉盛宴。通过全息影像和球幕，探索数字技术与传统文

化相结合的传承新方式，以更新颖的方式扩大乞巧节的受众人群。

由中国民间文艺家协会组织专家举办的“我们的节日·七夕主题交流会”，深入探讨了乞巧节中的传统文化内涵，链接新时代科技产业路径，有力推动国家非物质文化遗产“七夕节（天河乞巧习俗）”创造性转化、创新性发展。

中央广播电视总台、央视频、人民网、新华社、中新社等国家级媒体鼎力支持，南方日报、广东广播电视台、广州日报、羊城晚报、南方都市报、新快报、信息时报、广州广播电视台、天河区融媒体中心等平台通过系列新闻、专题报道方式进行全景式呈现，海外媒体中国日报亚太、China Daily Hong Kong 跟进报道，广州各政府机关、单位、机构、企业等官方公众号持续加温，推送多篇活动推文，实时记录宣传活动进程；各合作方通过企业微信公众号对各活动部分进行宣传，为乞巧文化节的宣传拓宽受众范围，并得到了市民观众的广泛关注和自发参与传播，传播声量总计超过 3000 万，现象级传播实力破圈。

（二）传播渠道

1. 线下推广和线上直播

在纸媒、电视台、公众号上发布与活动现场相关的内容，多渠道深化传播，力求实现全网覆盖，形成品牌认知。在线下活动现场开展互动打卡活动，将线下活动与线上内容生产相结合，发

动线下打卡、线上转发及互动，为活动注入流量；同时，营造浓厚氛围，以此达到传播的效果，为活动造势。

在线上通过直播扩大群众参与度，为广州乞巧文化节的发展提出更多观点，加入与村民、学者、企业等共同探讨的话题中，实现隔空对话探讨乞巧文化。

2.部分媒体名单

（1）国家级媒体

中央广播电视总台、央视频、人民网、新华社、中新社

（2）官方媒体

南方日报、广东广播电视台、广州日报、羊城晚报、南方都市报、新快报、信息时报、广州广播电视台、天河区融媒体中心等

（3）海外媒体

中国日报亚太、China Daily Hong Kong

（4）其他

广州各政府机关、单位、机构、合作方企业等官方微信公众
号

（5）直播渠道

南方+、广州日报、花城+、新花城、羊城派、广州广播电视台等

（6）地标及核心商圈

万菱汇、天德广场、中信广场、广发证券大厦、广州银行大厦、W 酒店、广汽中心、南天广场、摩登百货等

四、存在问题或不足

预算编制有待进一步完善，因年初预算不足，会导致后期预算产生调整情况。

五、相关建议

（一）项目管理方面建议

应加强和规范工作过程记录，以客观体现各项工作落实情况，应建立项目进度、目标管理台账、并与合同台账衔接，适时监督指导项目管理。

（二）绩效管理方面建议

一是通过参加绩效培训会、组建工作交流群、第三方中介一对一现场辅导等方式，加强对业务经办人员的培训，强化绩效管理意识。

二是在设置绩效目标时，遵循“指向明确、细化量化、合理可行、相应匹配、整体一致”原则，与预算投入规模，支出内容和政策依据相匹配，结合历史业绩水平数据、发展趋势等因素，从产出效益多维度考虑设置全面科学核心的个性化指标，客观体现资金整体使用绩效。