

# 江苏省财政厅文件

苏财教〔2019〕52号

---

## 江苏省财政厅关于下达2019年国家公共文化服务体系示范区（项目）专项资金的通知

有关市县财政局：

根据《财政部关于下达2019年中央补助地方公共文化服务体系建设专项资金预算的通知》（财文〔2019〕28号）精神，现将国家公共文化服务体系示范区（项目）专项资金下达给你们，相应增列市、县“其他文化和旅游支出”预算支出科目（政府收支分类科目：2070199），具体项目名称、金额和绩效目标详见附件。

请按照《财政部关于印发〈中央补助地方公共文化服务体系建设专项资金管理暂行办法〉的通知》（财教〔2015〕527号）要求，加强项目资金管理，按照各地上报的绩效目标，督促项目

单位认真组织项目实施，确保年度绩效目标如期实现。

- 附件：1. 2019年国家公共文化服务体系示范区（项目）资金分配表
2. 中央对地方专项转移支付项目绩效目标表

江苏省财政厅

2019年5月24日

### 信息公开选项：主动公开

---

抄送：财政部江苏监管局，省文化和旅游厅，有关市县文化和旅游局。

---

江苏省财政厅办公室

2019年5月27日印发

---

## 附件1

## 2019年国家公共文化服务体系示范区（项目）资金分配表

单位：万元

序号	地区	资金分配额	项目类型
	合计	250	
1	南京市	200	
	其中：江宁区	200	创建国家公共文化服务体系示范区
2	淮安市	25	淮安市公共数字文化综合服务平台示范项目
3	扬州市	25	扬州市“四位一体”公共图书馆服务体系

**中央对地方专项转移支付项目绩效目标表**  
(2019年度)

项目名称	江宁区国家公共文化服务体系示范区创建			
所属专项	公共文化服务体系建设			
中央主管部门	文化和旅游部	省级财政部门	江苏省财政厅	
省级主管部门	江苏省文化和旅游厅	具体实施单位	江宁区文化和旅游局	
资金情况 (万元)	年度资金总额:	200万元		
	财政资金	200万元		
	其他资金	-		
总体目标	<p>不断巩固并放大国家公共文化服务体系示范区创建成果,更大力度推进文化强区建设,打造更高质量公共文化服务体系。推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展;各文艺门类创作进一步活跃,精神文化产品创作生产更加丰富;各类人才作用充分发挥,努力形成一支德才兼备、锐意创新、结构合理的文化队伍;公共文化服务由“普惠均衡”向“优质精准”提升,公共文化服务标准化和均等化程度进一步提高,人民群众的参与度和满意度明显提高;公共文化服务体系建设工作走在全省前列。</p>			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	1: 基层公共文化设施建设、“江宁之春”等品牌群众文化活动的开展及特色文艺团队的扶持	对10个社区(村)综合文化活动中心进行提档升级,全年不少于1000场,每年扶持街道特色文艺团队10个。
			2: 文化精品创作	创作音乐、舞蹈、戏剧、小品等作品
			3: 文化馆总分馆建设及全民艺术普及	文化馆总分馆向社区延伸,全年开展艺术普及三期,400课时。
		质量指标	1: 基层公共文化设施建设、“江宁之春”等品牌群众文化活动的开展及特色文艺团队的扶持	建设小型化、分散式、点多面广、方便快捷的文化设施;全区文化“月月有主题、四季有更新”;加强基层文艺队伍建设,树立地方文化品牌。
			2: 文化精品创作	围绕庆祝新中国成立70周年重点打造音乐、舞蹈、戏剧等一批文艺作品。
3: 文化馆总分馆建设及全民艺术普及			推动文化馆总分馆建设,推进公共文化资源共建共享和服务效能提升,提升全民艺术水平。	
绩效指标	产出指标	时效指标	1: 基层公共文化设施建设、“江宁之春”等品牌群众文化活动的开展及特色文艺团队的扶持	全年
			2: 文化精品创作	全年
			3: 文化馆总分馆建设及全民艺术普及	全年
	成本指标	成本指标	1: 基层公共文化设施建设、“江宁之春”等品牌群众文化活动的开展及特色文艺团队的扶持	100万元
			2: 文化精品创作	50万
			3: 文化馆总分馆建设及全民艺术普及	50万
绩效指标	效益指标	社会效益指标	1: 基层公共文化设施建设、“江宁之春”等品牌群众文化活动的开展及特色文艺团队的扶持	设施完善,便民利民;开展服务精准,内容丰富,形式多样的群众文化生活;加强基层文艺队伍建设,树立地方文化品牌。
			2: 文化精品创作	讴歌党讴歌祖国讴歌人民讴歌英雄
			3: 文化馆总分馆建设及全民艺术普及	增加公共文化产品和服务供给,更好地满足广大群众基本文化需求。
	可持续影响指标	可持续影响指标	1: 基层公共文化设施建设、“江宁之春”等品牌群众文化活动的开展及特色文艺团队的扶持	长期
			2: 文化精品创作	长期
			3: 文化馆总分馆建设及全民艺术普及	长期
满意度指标	服务对象满意度指标	1: 基层公共文化设施建设、“江宁之春”等品牌群众文化活动的开展及特色文艺团队的扶持	文化设施方便利民,满足不同层次群体文化需求,加强基层文艺队伍建设,丰富群众文化生活。	
		2: 文化精品创作	以人民为中心的创作导向服务惠民	
		3: 文化馆总分馆建设及全民艺术普及	公共服务内容更加丰富,途径更加便捷,质量显著提升,均等化水平稳步提高,人民对文化在需求更加满意。	

**中央对地方专项转移支付项目绩效目标表**  
(2019年度)

项目名称		淮安市公共数字文化综合服务平台示范项目		
所属专项		国家公共文化服务体系建设项目		
中央主管部门		文化和旅游部	省级财政部门	江苏省财政厅
省级主管部门		江苏省文化和旅游厅	具体实施单位	淮安市文化广电和旅游局
资金情况 (万元)		年度资金总额	25	
		财政资金	25	
		其他资金		
总体目标	探索公共文化服务领域内“互联网+”文化的新模式，为群众提供便捷、高效的“一站式”公共文化数字服务平台。以互联网为依托，利用网站、手机客户端、微信等形式，通过已建成的公共数字文化服务网络传播，公共文化服务达到触手可及的效果，真正解决公共文化服务最后一公里问题。			
绩效目标	一级目标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	指标1: 数字资源建设	中文数据库6个、文化地图1500余条、音视频点播6000余条
			指标2: 建成淮安公共文化大数据中心	1个
			指标3: 建立文化站基层试点	4家
			指标4: 开展各类文化活动	900场
			指标5: 收录文化场馆	29个
			指标6: 微信平均每天推送平台信息	2条以上
			指标7: 注册会员	22.2万人
		质量指标	指标1: 全市公共数字文化资源整合	初步完成
			指标2: 公共文化服务方式转变	由线下转移到了线上
			指标3: 公共数字文化服务全域覆盖	完成
			指标4: 项目建设列入县区年度考核	完成
			指标5: 基层公共数字文化服务推广项目	被列入
		时效指标	指标1: 开展各类在线预约的文化活动	全年
			指标2: 在基层逐步推广应用	全年
	指标3: 为基层使用单位提供技术支持		全年	
	成本指标	指标1: 软件开发	44.35万元	
		指标2: 运维服务	33万元/年	
		指标3: 域名、空间	1万元	
		指标4: 基层试点硬件设备	8万元	
效益指标	社会效益指标	指标1: 注册会员	22.2万人	
		指标2: 机关事业单位会员	26家	
		指标3: 商业合作单位	17家	
		指标4: 打造品牌活动数量	3个	
	生态效益指标	指标1: 公共文化服务网络化	减少线下人、才、物投入	
		指标2: 文化活动票务	实现无纸化扫码验证	
	可持续影响指标	指标1: 本地文化特色和内涵的挖掘	长期开展	
		指标2: 云平台与系统外资源的共建共享	开放接口进行数据交互	
		指标3: 以需求为导向的内容及功能建设	不断升级完善	
满意度指标	服务对象	指标1: 好评率	100%	
	满意度指标	指标2: 用户满意度	98%	

## 中央对地方专项转移支付绩效目标表 绩效申报表

(2019年度)

项目名称	扬州市“四位一体”公共图书馆服务体系			
所属专项	第三批国家公共文化服务体系建设项目			
中央主管部门	文化和旅游部	省级财政部门	江苏省财政厅	
省级主管部门	江苏省文化和旅游厅	具体实施单位	扬州市图书馆	
资金情况 (万元)	申请资金总额	25		
	其中：财政资金	25		
	其他资金	-		
总体目标	<p>近年来，扬州市委、市政府高度重视文化强市建设，围绕把扬州建设成为“古代文化与现代文明交相辉映的国际文化旅游名城”目标，彰显古城文脉，涵养新城文气，不断健全完善现代公共文化服务体系。“四位一体”公共图书馆服务体系以标准化服务、均等化惠民为目标，按照“布局合理、发展均衡、网络健全、运行有效、惠及全民”的原则，构建了“总分馆、流动图书点、自助图书馆、掌上图书馆”为一体的科学阅读服务体系。扬州市申报的“四位一体”公共图书馆服务体系项目已被认定为第三批国家公共文化服务体系建设项目，我市以此为重要契机，强化阅读设施网络建设、健全阅读服务载体、丰富阅读活动内容、推进全民阅读、提升市民素质取得了显著成效。</p>			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	分馆运行维护	30家
			城市书房运行维护	30家
			电视图书平台运行	1个
		质量指标	主城区公共图书馆网络覆盖率	90%
	效益指标	社会效益指标	全年服务读者人次	200万人次
			全年图书借还册次	220万册次
			数字资源访问下载量	70万次
			电视图书馆点击率	90万次
	满意度指标	服务对象满意度指标	读者满意度	90%
社会赞誉度			多家媒体持续关注报道	