附件11

三亚市旅游文化体育大型活动绩效评价表

类别1.政府及所属机构举办的大型群众性文化体育活动绩效评价表

活动名称： 申请单位： 日期： 项目编码：

| 指标类别 | 指标项 | 完成指标情况(申请单位自填) | 核查方式（以协议约定为准） | 初步验收意见 | 大型活动办复核意见 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **活动效益** | 惠及人群 | 根据协议约定，惠及人群为\_\_\_\_\_，参与活动的门槛设定为\_\_\_\_\_，给三亚本地群众带来是实际民生效益，增强了\_\_\_\_\_方面的文化/体育素养、促进了全市\_\_\_\_\_文体设施水平提升、丰富了居民精神文化生活等实惠。 | 1.提供活动参与对象的报名条件、活动宣传方案中关于宣传对象内容、活动参与者的身份统计清单等情况，核定惠及人群。2.提供活动绩效报告、活动参与者反馈及活动宣传反馈情况，如网络交流互动、媒体专题报道等。3.提供活动举办地点和采用的文体设施清单，提供投资在提升文体设施水平的经费使用清单，说明提升效果。 |  |  |
| 活动参与者经济成本 | 活动参与者的经济成本平均为\_\_\_\_\_元 | 提供除工作人员以外直接参与活动的人群出资购买的入场券（报名费缴纳收据）等证明材料，计算平均值。 |  |  |
| **活动规模** | 直接参与人数（包括参邀嘉宾、选手、工作人员等，不含现场观众。） | 直接参与人数为：\_\_\_\_\_人  | 提供本次活动报名签到表复印件、工作人员名单、酒店入住清单等相关证明材料。 |  |  |
| 活动关注人数 | 现场观众人数：\_\_\_\_\_人,在线关注人数：\_\_\_\_\_人 | 1.现场观众计数：根据现场安保设备统计入场人数或其他合理佐证数据。2.在线关注计数：电视广播收视率+微信、微博、抖音、直播等媒体转发阅读量、点赞量、粉丝量等。 |  |  |
| **活动品牌** | 打造本土活动品牌 | 从\_\_\_\_\_\_\_\_\_方面挖掘了本土人文历史、传统风俗或风土人情，塑造和培育了三亚本土群众性大型活动品牌。 | 提供媒体报道情况 |  |  |
| **活动宣传** | 新媒体 | 采用\_\_\_\_\_\_\_\_新媒体进宣传 | 提供新媒体宣传链接、视频、图片等 |  |  |
| 传统媒体 | 邀请到\_\_\_\_\_\_\_\_电视广播媒体进行报道 | 提供该电视广播媒体报道链接、视频、图片等相关材料。 |  |  |
| 通过\_\_\_\_\_\_\_\_纸质媒体进行宣传 | 提供刊载本次活动的纸质媒体副本或原件等相关材料。 |  |  |
| 通过\_\_\_\_\_\_\_\_户外广告进行氛围营造和宣传 | 提供户外媒体广告投放现场照片等相关材料。 |  |  |
| **初评单位初步验收意见** | 活动效益是否符合预期？简述。单位代表签字（盖章）： 日期：  |
| **市大型活动办验收复核意见** | 是否同意初评意见？简述。单位代表签字（盖章）： 日期：  |

类别2.政府及所属机构联合市场主体举办的大型活动扶持绩效评价表

活动名称： 申请单位： 日期： 项目编码：

| 指标类别 | 指标项 | 完成指标情况(申请单位自填) | 核查方式（以协议约定为准） | 初步验收意见 | 大型活动办复核意见 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **活动影响力** | IP知名度、活动品牌知名度 | 是否根据扶持协议约定，成功引入某IP，并根据甲方要求在搭建布置体现IP元素、制作IP相关宣传片、在IP自媒体渠道进行活动宣传、邀请\_\_\_位国内外知名嘉宾等。 | 提供相关官方或权威机构文件、参加活动嘉宾名单、图片、IP宣传截图、活动现场图片证明。 |  |  |
| 体现三亚旅游资源、人文历史、风土人情等本地元素 | 是否根据扶持协议约定，在活动开展过程中宣传三亚旅游资源、人文历史、风土人情等元素。 | 提供活动期间三亚旅游资源、人文历史、风土人情等元素相关宣传链接、图片；活动现场图文证明。 |  |  |
| **活动规模** | 直接参与人数，包括参邀嘉宾、选手、工作人员等。 | 直接参与人数为：\_\_\_\_\_人,其中，境外参与人数为\_\_\_\_\_人,占比直接参与总人数\_\_\_\_%  | 提供本次活动报名签到表复印件、工作人员名单、酒店入住清单等相关证明材料。 |  |  |
| 吸引客流量 | 吸引客流量（观众人数）：\_\_\_\_\_人,其中,境外客流占比\_\_\_% | 提供售票预约平台的数据后台截图、回收票根、场地红外线扫描设备后台数据、多点位抽样调查数据等相关证明；境外国家和地区人员相关证明材料（提供入境签证材料或住宿登记资料等）。 |  |  |
| **活动宣传** | 媒体邀请 | 邀请到央媒\_\_\_\_家，中央重点新闻网站\_\_\_\_家，地方媒体\_\_\_\_家 | 需根据中央、地方媒体进行分类统计。提供活动现场媒体签到表复印件、媒体宣传链接、视频、图片等媒体宣传统计资料。 |  |  |
| 媒体发稿量 | 共发稿\_\_\_\_条.其中,央媒（含中央重点新闻网站）\_\_\_\_条,地方媒体发稿\_\_\_\_条,境外媒体发稿\_\_\_\_条 |  |  |
| 国内及境外新媒体传播价值 | 单条原创内容（文字、图片、视频）：微信阅读达\_\_\_\_万+，微博阅读达\_\_\_\_万+或微博话题阅读\_\_\_\_万+（不含历史话题），抖音点赞达\_\_\_\_万+，今日头条阅读达\_\_\_\_万＋，其他主流新媒体单条内容阅读/播放量达\_\_\_\_万+。 | 提供相关链接及相关截屏证明。新媒体传播推广平台包含微信、微博、短视频平台、Instagram、Facebook、Twitter等主流新媒体。需满足至少一个新媒体平台的传播指标量，同平台不累计。 |  |  |
| **初评单位初步验收意见** | 活动效益是否符合预期？简述。单位代表签字（盖章）： 日期：  |  |
| **市大型活动办验收复核意见** | 是否同意初评意见？简述。单位代表签字（盖章）： 日期：  |  |

类别3.市场主体自主举办的大型活动绩效评价表

活动名称： 申请单位： 日期： 项目编码：

| **指标体系** | **基本项** | **标准** | **说明** | **分值** | **初评单位评分** | **市大型活动办****复核评分** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **活动价值** | 社会价值 | 通过该活动的举办，全方位拓展三亚旅游客源市场，提升城市知名度、美誉度 | 可多选，最高20分 | 10 |  |  |  |
| 经济价值 | 通过该活动的举办，跨界赋能旅游产业，改善产业结构，激发产业增长潜力 | 5 |  |  | 根据活动与三亚当地企业单位的合作、对三亚的招商引资贡献等情况做评价。 |
| 通过该活动的举办，带动举办区域旅游业发展 | 5 |  |  |
| **小计** | **20** | **20** |  |  |  |
| **活动规模** | 活动直接参与人数 | 500人以上 | 单选最高10分 | 10 |  |  | 指直接报名参与本次活动人数，含活动报名选手及工作人员，不含现场观众，活动单位需提供本次活动报名签到表复印件及酒店入住清单。 |
| 400-499人 | 8 |  |  |
| 300-399人 | 6 |  |  |
| 200-299人 | 4 |  |  |
| 100-199人 | 2 |  |  |
| 境外人员所占直接参与人数比例 | 50%以上（含） | 单选最高4分 | 4 |  |  | 需提供境外国家和地区人员相关证明材料（提供入境签证材料或是住宿登记资料均可，受不可抗力因素影响，此项以活动吸引岛外人员人数比例评分） |
| 30%（含）至50%（不含） | 2 |  |  |
| 10%（含）至30%（不含） | 1 |  |  |
| 活动吸引观众人数 | 5001人以上 | 单选最高10分 | 10 |  |  | 指现场观众人数，根据现场安保设备统计入场人数或其他合理佐证数据。 |
| 3001-5000人 | 8 |  |  |
| 1001-3000人 | 6 |  |  |
| 501-1000人 | 4 |  |  |
| 300-500人 | 2 |  |  |
| 活动吸引观众人数的境外客流占比 | 20%以上（含） | 单选最高6分 | 6 |  |  | 指现场观众人数占比，占比受不可抗力因素影响此项可不评分，所占比重纳入直接参与人数所占比重。 |
| 15%以上（含） | 4 |  |  |
| 10%以上（含） | 2 |  |  |
| 5%以下（不含） | 1 |  |  |
| **小计** | **30** | **30** |  |  |  |
| **活动影响力** | 品牌流量 | 成功引入国际知名IP、国际知名嘉宾出席活动 | 可多选，最高20分 | 10 |  |  |  |
| 成功引入国内知名IP、国内知名嘉宾出席活动 | 8 |
| 区域性知名活动 | 6 |
| 省市级知名活动 | 4 |
| 本土特色 | 活动举办过程中，有充分体现三亚旅游资源、人文历史、风土人情等本地元素 | 10 |  |  |  |
| 活动举办过程中，有较好体现三亚旅游资源、人文历史、风土人情等本地元素 | 6 |
| 活动举办过程中，有一定程度上体现三亚旅游资源、人文历史、风土人情等本地元素 | 3 |
| **小计** | **20** | **20** |  |  |  |
| **活动宣传** | 中央媒体数量 | 5家以上 | 单选最高6分 | 6 |  |  | 需根据中央、地方、境外三类媒体进行分类统计，提供媒体新闻链接、截图统计表。\*媒体分类：1、央媒包括：人民日报社、新华社、中央广播电视总台、求是杂志社、解放军报社、光明日报社、经济日报社、中国日报社、科技日报社、人民政协报社、中国纪检监察报社、学习时报社、工人日报社、中国青年报社、中国妇女报社、农民日报社、法制日报社、中国新闻社，及其官方新媒体平台。人民网、新华网、中国网、国际在线、中国日报网、央视网、中国青年网、中国经济网、中国台湾网、中国西藏网、央广网、光明网、中国军网、中国新闻网、人民政协网、法制网，及其官方新媒体平台。2、地方媒体包括：全国各省（自治区、直辖市）、市级新闻媒体。3、境外媒体：中国港澳台地区媒体，外国媒体。\*以上媒体单位为2020年统计口径。可根据中央媒体单位改革进行调整。 |
| 3-4家 | 4 |  |  |
| 1-2家 | 2 |  |  |
| 地方媒体数量 | 10家以上 | 单选最高6分 | 6 |  |  |
| 5-9家 | 4 |  |  |
| 1-4家 | 2 |  |  |
| 境外媒体数量 | 6家以上 | 单选最高5分 | 5 |  |  |
| 4-5家 | 3 |  |  |
| 1-3家 | 1 |  |  |
| 媒体新闻发布总量 | 300条以上 | 单选最高5分 | 5 |  |  | 需提供媒体发布的新闻链接、视频或报纸截图证明。 |
| 201-299条 | 4 |  |  |
| 100-199条 | 3 |  |  |
| 50-99条 | 2 |  |  |
| 50条以下 | 1 |  |  |
| 新媒体传播推广（微信、微博、短视频平台） | 单条原创内容（文字、图片、视频）：：.微信阅读达80万+、微博阅读达700万+或微博话题阅读2000万+（不含历史话题）、抖音点赞达100万+、今日头条阅读达600万＋。 | 单选最高8分（4个主要平台中的一个达到标准即得分，同平台不累计） | 8 |  |  | 需提供相关链接及相关截屏证明\*数据口径来源为基于2020年各新媒体平台的流量传播规律。后续将根据各平台流量变化进行调整。 |
| 单条原创内容（文字、图片、视频）：：微信阅读达50万+、微博阅读达500万+或微博话题阅读1500万+（不含历史话题）、抖音点赞达80万+、今日头条阅读达400万＋。 | 6 |  |  |
| 单条原创内容（文字、图片、视频）：：微信阅读达30万+、微博阅读达300万+或微博话题阅读1000万+（不含历史话题）、抖音点赞达60万+、今日头条阅读达200万＋。 | 4 |  |  |
| 单条原创内容（文字、图片、视频）：：微信阅读达10万+、微博阅读达100万+或微博话题阅读500万+（不含历史话题）、抖音点赞达30万+、今日头条阅读达100万＋。 | 2 |  |  |
| **小计** | **30** | **30** |  |  |  |
| **合计** | **100** | **100** |  |  |  |
| **初评单位初步验收意见** | 一、效益简评。二、经费意见：□得分为XX分，绩效评价合格，建议奖励 万元。□得分为XX分，绩效评价不合格，建议不奖励。单位代表签字： 日期： （盖章）\*评价意见参考：评分均为整数打分，总分为100分。活动举办后绩效评价，可按照以下评估等级确定奖励比例。优 秀：90分（含）以上，可给予活动总支出的50%奖励经费，最高不超过100万元。良 好：80（含）—89分（含），可给予活动总支出的40%奖励经费，最高不超过80万元。一 般：70（含）—79分（含），可给予活动总支出的30%奖励经费，最高不超过40万元。及 格：60（含）—69分（含），可给予活动总支出的20%奖励经费，最高不超过20万元。不及格：59分以下（含），不予奖励且以后不再受理该活动申报。 |
| **市大型活动办验收复核意见** | 一、效益简评。二、经费意见：□得分为XX分，绩效评价合格，建议奖励 万元。□得分为XX分，绩效评价不合格，建议不奖励。单位代表签字： 日期： （盖章） |