

项目支出绩效自评表														
(2025年度)														
项目名称		博物馆文创												
主管部门		新疆维吾尔自治区文化和旅游厅				实施单位		新疆维吾尔自治区博物馆						
项目资金 (万元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分						
		年度资金总额	1700.00	1700.00	1700.00	10	100.00%	10.00						
		其中：当年财政拨款	0.00	0.00	0.00	—	—	—						
		其他资金	1700.00	1700.00	1700.00	—	—	—						
年度总体目标	预期目标					实际完成情况								
	博物馆作为公益性文化事业单位，应充分发挥其社会职能和自身优势，积极服务文化强国建设，更好满足人民美好生活需求，创新博物馆体制机制，不断推进治理体系和治理能力现代化。本项目旨在让各族游客走进博物馆了解历史和文化，充分发挥博物馆的社会职能和自身优势，并传播新疆历史文化。文创产品是以文化为核心进行创新设计的产品，具有产品的自然特性和民族文化载体的双重属性。文创能让文化与现代社会生活的需求相适应、相协调，在以文化人中真正实现文化的传承和弘扬。预计2025年当年收入1600万元，文创产品研发不低于60件套；文创产品宣传推介交流会不低于5场；文创产品验收合格率不低于90%，践行“每一件文创产品的售出都是一次新疆历史文化的传播”。通过文创宣传报道新疆历史不少于35次，将有效传播新疆历史文化。					新疆博物馆文创秉持着“每一件文创产品的销售，都是一次新疆历史和文化的传播和推广”的理念，不断深入消费者，了解市场，优化产品，让文物走进人们的生活中、人们的家中。近年来，新疆博物馆文创销售额逐年增加，实现营业额破千万。在拉动消费、带来良好的经济效益的同时，新疆博物馆文创推动社会效益的增长，实现社会教育功能与文化传播功能的统一。2025年文创收入2004.57万元，文创产品研发71件套；文创产品宣传推介交流会5场；文创产品验收合格率100%，践行“每一件文创产品的售出都是一次新疆历史文化的传播”。通过文创宣传报道新疆历史35次，将有效传播新疆历史文化。通过文创创意产品的开发和市场化运作，讲述新疆文物故事，以展现中国新疆作为丝绸之路重镇多元包容的文化特性及新疆各民族文化在中华文化怀抱中的孕育发展过程为目标，为文物遗产的保护、传承和利用提供着新的动力和途径。								
	一级指标	二级指标	三级指标	权重	目标值	业绩值	完成率	指标得分	指标值设定依据	上年完成情况	赋分规则	佐证资料	偏差原因分析及改进措施	
年度绩效指标完成情况	产出指标	数量指标	文创产品研发数量	8	>=60件套	=71件套	118.33	6.53	计划标准	80件套	按照完成比例赋分	工作资料	我馆作为新疆重要文化地标，依托全域旅游市场持续回暖，参观客流与文创消费需求大幅攀升，有力倒逼文创研发提质提速。我馆紧密围绕馆藏文物内涵与游客消费需求，坚持按需研发、精准供给，持续拓展多场景文创品类，丰富产品种类，年内推出71件套文创产品，因设计贴合现代审美、兼顾实用功能，广受游客认可与好评，文创研发数量与质量同步提升。后续研发工作中，我馆将结合市场调研、销售数据分析及场地承载能力，科学测算研发体量，统筹兼顾产品数量与品质，确保研发方向精准对接市场需求，避免目标偏差，推动文创事业高质量发展可持续发展。	
			保障聘用人员人数	8	>=17人次	=17人次	100	8	计划标准	—	按照完成比例赋分	工作资料		
			文创产品宣传推介交流会	8	>=5场	=5场	100	8	历史标准	6场	按照完成比例赋分	工作资料		
			文创产品验收合格率	8	=100%	=100%	100	8	历史标准	100%	按照完成比例赋分	工作资料		
		时效指标	设备采购完成时间	8	2025年11月	2025年12月	91.67	6.33	计划标准	—	按照完成比例赋分	工作资料	该项采购原计划于2025年11月完成，受外部市场环境的影响，实际完成时间为2025年12月。主要原因是部分设备型号较为特殊，市场供应相对紧张，厂家生产排期较紧，供货周期较前期预估有所延长。后续将加强市场调研与供应链预判，合理预留周期，确保预算执行更加精准可控。	
	成本指标	经济成本指标	文创产品研发制作经费	8	<=1200万元	=1200万元	100	8	计划标准	—	按照完成比例赋分	原始凭证		
		经济成本指标	文创产品宣传推介经费	3	<=45.80万元	=45.28万元	98.86	2.91	计划标准	—	按照完成比例赋分	原始凭证	按照实际情况进行相关款项的支付工作	
		经济成本指标	劳务费发放金额	4	<=150万元	=146.56万元	97.71	3.77	计划标准	—	按照完成比例赋分	原始凭证	按照实际情况进行相关款项的支付工作	
		经济成本指标	设备采购成本	2	<=4.20万元	=4.2万元	100	2	计划标准	—	按照完成比例赋分	原始凭证		
		经济成本指标	沉浸式体验经费	3	<=48万元	=48.12万元	100.25	2.99	计划标准	—	按照完成比例赋分	原始凭证		
	效益指标	经济效益指标	文创当年收入	15	>=1600万元	=2004.57万元	125.29	11.21	历史标准	1211.87万元	按照完成比例赋分	工作资料	本年度本地及周边城市文旅宣传力度加大，城市整体吸引力增强，跨省、跨市游客数量大幅增长，带动文旅整体客流上升，我馆作为新疆重要文化地标，受益于整体文旅市场回暖，导致参观人次激增的同时购买文创产品人数剧增；同时我馆成功研发了71件套文创产品，深受广大游客一致好评，产品设计更加贴近现代审美与实用需求，从单纯纪念转向年轻化、轻量化、生活化，提升了产品的实用性与传播力，我馆还通过不断完善线上线下渠道，展览活动、社交媒体传播、跨界合作等方式有效扩大覆盖面，增强了品牌影响力与市场吸引力，导致文创当年收入激增。我馆在后续年度进行项目绩效目标值设定时，将结合文旅市场回暖趋势、文创产品设计等因素，并逐年梳理文创收入指标值的偏差原因，总结经验，逐步降低偏差幅度，使得指标数据与实际客流逐步趋于一致，偏差减少。	
		社会效益指标	通过文创宣传推广新疆历史	15	>=35次	=35次	100	15	历史标准	34次	按照完成比例赋分	工作资料		
总分				100				92.74分						