

项目支出绩效自评表

(2025年度)													
项目名称		博物馆课题科研项目											
主管部门		新疆维吾尔自治区文旅厅					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	11.85	11.85		11.05		10		93.25%		10.00	
		其中：当年财政拨款	0.00	0.00		0.00		—		—		—	
		其他资金	11.85	11.85		11.05		—		—		—	
年度总体目标	预期目标						实际完成情况						
	该项目计划2025年开展回鹘佛教石窟艺术研究，形成研究文献不低于2篇，调研次数不少于2次，通过政府采购来购买研究设备并保证设备验收合格。将宣讲不低于2次新疆历史文化，达到有效传播新疆历史文化的效益。						该项目在2025年开展了回鹘佛教石窟艺术研究，形成两篇研究文献，调研次数了2次，所有研究设备都是通过政府采购来购买的，并保证设备验收合格。完成了两次关于新疆历史文化的宣讲，达到了有效传播新疆历史文化的效益						
	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	形成研究文献	8	≥2篇	=2篇	100	8	计划标准	——	按照完成比例赋分	工作资料	
		数量指标	调研次数	8	≥2次	=2次	100	8	计划标准	——	按照完成比例赋分	工作资料	
		数量指标	设备购置数量	8	=2个	=2个	100	8	计划标准	——	按照完成比例赋分	工作资料	
		质量指标	政府采购率	8	=100%	=100%	100	8	计划标准	——	按照完成比例赋分	工作资料	
		质量指标	设备验收合格率	8	=100%	=100%	100	8	历史标准	100%	按照完成比例赋分	工作资料	
	成本指标	经济成本指标	研究调研经费	10	≤9.05万元	=9.05万元	100	10	计划标准	——	按照完成比例赋分	原始凭证	
		经济成本指标	设备采购经费	10	≤1.40万元	=1.4万元	100	10	计划标准	——	按照完成比例赋分	原始凭证	
	效益指标	社会效益指标	宣讲新疆历史文化次数	30	≥2次	=2次	100	30	历史标准	2次	按照完成比例赋分	工作资料	
总分				100				100.00分					

项目支出绩效自评表

(2025年度)													
项目名称		博物馆免费开放本级补助经费											
主管部门		新疆维吾尔自治区文旅厅					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	510.00	510.00		510.00		10		100.00%		10.00	
		其中：当年财政拨款	510.00	510.00		510.00		—		—		—	
		其他资金	0.00	0.00		0.00		—		—		—	
年度总体目标	预期目标					实际完成情况							
	本项目旨在维持博物馆免费开放运行并提升公共服务能力 传播新疆历史文化。预计2025年全年接待游客不低于170万人次。保障博物馆网络运维软件数量不少 于1套，保障网络运维有效保障博物馆正常运转。通过该项目的实施，将达到有效传播新疆历史文化的效益。					本项目维持了博物馆的免费开放运行并提升了自身公共服务能力 传播了新疆历史文化。在2025年全年接待游客已经达到了233.27万人次，远超预期。同时通过经费的使用，保障了博物馆的网络运维和正常运转。通过该项目的实施，达到了有效传播新疆历史文化的效益，使得广大游客更加了解中华优秀传统文化，进一步坚定了文化自信，汇聚起实现中华民族伟大复兴的磅礴力量。							
	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	网络运维软件数量	15	>=1套	=1套	100	15	历史标准	1套	按照完成比例赋分	工作资料	
		数量指标	社会教育活动场次	15	>=40场	=40场	100	15	计划标准	—	按照完成比例赋分	工作资料	
		数量指标	物业服务面积	15	>=50000平方米	=49825平方米	99.65	14.87	计划标准	—	按照完成比例赋分	工作资料	按照与物业公司签订的物业合同，我馆物业实际服务面积为49825平方米
		质量指标	维修维护验收合格率	15	=100%	=100%	100	15	计划标准	—	按照完成比例赋分	工作资料	
	效益指标	社会效益指标	参加社教活动受益人数	10	>=330人次	=330人次	100	10	历史标准	330人次	按照完成比例赋分	工作资料	
		社会效益指标	博物馆参观人次	10	>=170万人次	=233.27万人次	137.22	6.28	计划标准	—	按照完成比例赋分	正式材料	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；同年我馆成功打造了一批主题鲜明、内涵深厚的精品展览。全年重点策划《国家治理新疆地区历史文物展》《中华锦绣——“五星出东方利中国”锦护臂国宝展》《丝绸之路乐器展》《龟兹石窟壁画临摹画展》《俞秀松生平事迹展》《乌鲁木齐记忆展》等6项原创主题展览；对《永远跟党走——新疆革命历史主题展》《新疆出土古尸陈列展》进行提质升级。这些展览系统梳理历代中央政权治理新疆的辉煌史实，展现了多元一体中华文化在新疆的传承发展，深入挖掘文物承载的政治、历史、艺术与精神价值，生动诠释中华优秀传统文化的精神标识，使社会关注度与媒体曝光度持续提高，吸引了大量专程观展游客及研学团队，使得博物馆参观人次远超预期
		满意度指标	满意度指标	参加社教活动人员满意度	10	>=90%	=100%	111.11	10	计划标准	—	满意度赋分	工作资料
总分				100				96.15分					

项目名称						
主管部门		新疆维吾尔自治区文化和旅游厅				
项目资金 (万元)			年初预算数	全年预算数		
		年度资金总额	1700.00	1700.00		
		其中：当年财政拨款	0.00	0.00		
		其他资金	1700.00	1700.00		
年度总体目标	预期目标					
	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有效传播”。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。					
	一级指标	二级指标	三级指标	权重	目标值	业绩值
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
		数量指标	保障聘用人员人数	8	>=17人次	=17人次
		数量指标	文创产品宣传推介交流会	8	>=5场	=5场
		质量指标	文创产品验收合格率	8	=100%	=100%
		时效指标	设备采购完成时间	8	2025年11月	2025年12月
	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
		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
		经济成本指标	劳务费发放金额	4	<=150万元	=146.56万元

		经济成本指标	设备采购成本	2	≤4.20万元	=4.2万元
		经济成本指标	沉浸式体验经费	3	≤48万元	=48.12万元
	效益指标	经济效益指标	文创当年收入	15	≥1600万元	=2004.57万元
		社会效益指标	通过文创宣传推广新疆历史	15	≥35次	=35次
	总分			100		

支出绩效自评表

(2025年度)

博物馆文创

实施单位	新疆维吾尔自治区	
全年执行数	分值	执行率
1700.00	10	100.00%
0.00	—	—
1700.00	—	—

实际完成情况

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”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，实现零突破，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，新疆博物馆文创宣传推介交流会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讲述新疆历史35次，将有效传播新疆历史文化。通过文化创意产品的开发和市场化运作，讲述新疆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，为文物进

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
118.33	6.53	计划标准	80件套	按照完成比例赋分	工作资料
100	8	计划标准	——	按照完成比例赋分	工作资料
100	8	历史标准	6场	按照完成比例赋分	工作资料
100	8	历史标准	100%	按照完成比例赋分	工作资料
91.67	6.33	计划标准	——	按照完成比例赋分	工作资料
100	8	计划标准	——	按照完成比例赋分	原始凭证
98.86	2.91	计划标准	——	按照完成比例赋分	原始凭证
97.71	3.77	计划标准	——	按照完成比例赋分	原始凭证

100	2	计划标准	——	按照完成比例赋分	原始凭证
100.25	2.99	计划标准	——	按照完成比例赋分	原始凭证
125.29	11.21	历史标准	1211.87万元	按照完成比例赋分	工作资料
100	15	历史标准	34次	按照完成比例赋分	工作资料
	92.74分				

区博物馆
得分
10.00
—
—
的理念，不断深入消费者，了解市场，优化产品，营业额破千万。在拉动消费、带来良好的经济效益的025年文创收入2004.57万元，文创产品研发71件套；是一次新疆历史文化的有效传播”。通过文创宣传报道新疆文物故事，以展现中国新疆作为丝绸之路重镇遗产的保护、传承和利用提供着新的动力和途径。
偏差原因分析及改进措施
我馆作为新疆重要文化地标，依托全域文旅市场持续回暖，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可持续发展。
该项采购原计划于2025年11月完成，受外部市场环境影 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。
按照实际情况进行相关款项的支付工作
按照实际情况进行相关款项的支付工作

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，偏差减小。

项目支出绩效自评表

(2025年度)														
项目名称		弥补博物馆人员及运转等经费不足经费												
主管部门		新疆维吾尔自治区文旅厅					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	580.00	580.00		237.04		10		40.87%		0.00		
		其中：当年财政拨款	0.00	0.00		0.00		—		—		—		
		其他资金	580.00	580.00		237.04		—		—		—		
年度总体目标	预期目标					实际完成情况								
	通过满足博物馆聘用讲解服务人员的工资福利支出，切实保障我馆为社会提供优质的讲解服务；同时通过良好的物业服务，提供干净整洁的参观环境，以更好的服务水平让游客走进博物馆并接受历史文化知识的滋养，使得博物馆宣传教育工作得到良好的推进。					通过该项目的实施切实保障了博物馆有效提升自身服务水平。无论是前期持续开展的人工讲解服务，还是后期上线的智能AI讲解，都进一步完善了博物馆的服务体系，优化了游客的参观体验，让更多游客能够走进博物馆、了解博物馆，让游客在参观过程中接受历史文化知识的滋养，感受传统文化的魅力，有效丰富了游客的精神文化生活，进一步扩大了博物馆的社会影响力，提升了公共文化服务质量，为后续博物馆文化传播、服务升级奠定了坚实基础，也实现了项目开展的核心公益价值								
	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	保障聘用人员人数	20	>=25人次	=25人次	100	20	计划标准	—	按照完成比例赋分	工作资料		
		数量指标	发放聘用人员资金次数	20	>=2次	=2次	100	20	历史标准	3次	按照完成比例赋分	工作资料		
		数量指标	文物借展个数	20	>=2个	=2个	100	20	计划标准	—	按照完成比例赋分	工作资料		
	成本指标	经济成本指标	次均发放工资金额	6	<=105万元/次	=90.84万元/次	86.51	3.98	计划标准	—	按照完成比例赋分	原始凭证	收入未达预期，导致次均发放金额未完成	
		经济成本指标	日常运转经费	7	<=140万元	=54.99万元	39.28	0	计划标准	—	按照完成比例赋分	原始凭证	收入未达预期，导致日常运转经费未完成	
		经济成本指标	弥补物业服务经费	7	<=200万元	=0万元	0	0	计划标准	—	按照完成比例赋分	原始凭证	由于项目资金缺口较大，收入已全部用于弥补博物馆日常运转经费及聘用人员劳务费，无多余资金用于弥补物业服务经费，故物业服务经费指标无支出，导致“经济成本指标”中的“弥补物业服务经费”指标未得分。	
	效益指标	社会效益指标	提升博物馆服务水平	10	有效提升	有效提升	100	10	计划标准	—	按评判等级赋分	说明材料		
总分				100				73.98分						