

项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称		设备维护费						
主管部门		082-合肥市文化和旅游局			实施单位	082010-渡江战役纪念馆（安徽名人馆）管理处		
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：	340.23	285.53	285.53	10	100.00%	10.00
		其中：本年财政拨款	340.23	285.53	285.53	—		
		专项债券资金	0.00	0.00	0.00	—		
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	—		
		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			
	申请340.23万元财政资金用于渡江战役纪念馆和安徽名人馆所有设施设备维修和保养，确保两馆内正常供水、供电、暖通、灯具、垂直运输等基础设施运转正常，确保馆内消防设施、安防设备等安全设施正常运转，保障影院、展厅多媒体设备及其他展出设施设备正常运转开放，从而达到“场馆安全、开放高效、运行经济”的要求。				项目实际完成285.53万元，完成了两馆设备设施的维保工作，确保了场馆设备正常运行，保障游客的正常需求，提升参观舒适度。达到“场馆安全、开放高效、运行经济”的要求。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	完成两馆电梯、中央空调、给排水等基础设施维保	全套	部分达成预期指标并具有一定效果	4	3	空调、电梯维保有扣款
			完成两馆高低压配电及应急供电系统维保	全套	达成预期指标	4	4	
			完成两馆消防、安防等公共安全维保	全套	达成预期指标	4	4	
			完成两馆影院、展厅多媒体场景等展出设备维保	全套	部分达成预期指标并具有一定效果	4	3	2025年实施两馆设备更新项目，多媒体和影院项目维保部分实施。
			完成两馆展厅、公共区域及室外在管亮化等灯具维护	全套	达成预期指标	4	4	
		质量指标	设施设备完好率	= 100%	100%	3	3	
			维修质量合格率	= 100%	100%	3	3	
			年度检测通过率	= 100%	100%	3	3	
		时效指标	涉及非主要部件更换维修时间	一天内	部分达成预期指标并具有一定效果	3	2	部分设备维修因采购周期有延时。
			涉及主要部件更换维修时间	一周内	达成预期指标	3	3	
			项目总成本	≤340.23万元	285.53万元	3	3	
			两馆多媒体、展览展陈、展陈灯具、文保设施维保维修成本	≤90.85万元	73.83万元	3	3	

	成本指标		两馆公共开放设施设备维护成本	≤94.38万元	83万元	3	3	
			两馆电梯、空调、给排水、柴油发电机维保维修成本	≤73万元	69.49万元	3	3	
			两馆消防设备、公共安全设备、3D及4D影院设备、信息网络系统维维护成本	≤82万元	59.21万元	3	3	
	效益指标	经济效益	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标	0	0	
		社会效益	对提升两馆开放水平的影响程度	程度较高	达成预期指标	7	7	
			对提升游客参观体验的影响程度	程度较高	达成预期指标	7	7	
			系统正常运转率	= 100%	100%	7	7	
		生态效益	本指标不适用于此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标		0	
		可持续影响	对建立长效馆内设备运行维保机制的影响程度	程度较高	达成预期指标	9	9	
	满意度指标	服务对象满意度	社会公众和服务对象对项目实施效果的满意度	≥90%	90%	10	10	
总分						100	97.00	

项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称		网络链路租赁费						
主管部门		082-合肥市文化和旅游局			实施单位	082010-渡江战役纪念馆（安徽名人馆）管理处		
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：	12.84	12.55	12.55	10	100.00%	10.00
		其中：本年财政拨款	12.84	12.55	12.55	—		
		专项债券资金	0.00	0.00	0.00	—		
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	—		
		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			
	申请12.84万元财政资金，用于渡江战役纪念馆和安徽名人馆网络专线和设备维护，确保场馆网络设备正常运行，保障游客的正常信息需求，提升参观舒适度。				申请12.84万元财政资金，完成了渡江战役纪念馆和安徽名人馆网络专线和设备维护，确保了场馆网络设备正常运行，保障游客的正常信息需求，提升参观舒适度。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	两馆网络链路正常运行网络专线条数	= 5条	5条	5	5	
			WLAN无线覆盖项目维保	= 1套	1套	5	5	
		质量指标	两馆网络链路运行完好率	= 95%	95%	5	5	
			WLAN无线覆盖项目运维工作质量合格率	= 100%	100%	5	5	
			WLAN无线覆盖项目运维设备完好率	≥95%	95%	5	5	
		时效指标	经费支出时效性	2025年12月底前完成	达成预期指标	10	10	
		成本指标	项目总成本	≤12.84万元	12.55万元	5	5	
			每年网络专线租赁成本	≤10.31万元	10.22万元	5	5	
			每年项目运维成本	≤2.53万元	2.33万元	5	5	
	效益指标	经济	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标		0	
		社会效益	对提升两馆开放服务水平的影响程度	程度较高	达成预期指标	10	10	
			对提升游客参观体验的影响程度	程度较高	达成预期指标	10	8	公共区域网络带宽不高、网络设备陈旧，影响观众流畅使用无线网。继续做好预算申报，争取资金，实现网速提升和设备升级。

		生态效	本指标不适用于此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标	0	0	
		可持续	建立长效游客安全保障、网络服务机制，保障场馆正常开放，更好服务游客	程度较高	达成预期指标	10	10	
	满意度指标	服务对象满	参观人员满意度	≥90%	90%	5	5	
			工作人员满意度	≥90%	90%	5	5	
	总分					100	98.00	

项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称		水电物业费						
主管部门		082—合肥市文化和旅游局			实施单位	082010—渡江战役纪念馆（安徽名人馆）管理处		
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：	1483.05	1433.05	1369.94	10	95.60%	9.56
		其中：本年财政拨款	1483.05	1433.05	1369.94	—		
		专项债券资金	0.00	0.00	0.00	—		
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	—		
		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			
	申请1483.05万元财政资金，用于渡江战役纪念馆和安徽名人馆物业服务及水电费，从而保证正常对外免费开放，确保两馆内设施设备正常运转，接待正常有序。通过全方位的人员配置和服务保障，达到“AAAA级景区”和文明创建的要求。				申请1483.05万元财政资金，主要用于渡江战役纪念馆和安徽名人馆物业服务及水电费，通过项目实施，保证正常对外免费开放，确保两馆内设施设备正常运转，接待正常有序。通过全方位的人员配置和服务保障，达到“AAAA级景区”和文明创建的要求。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	物业服务面积	= 54552平方米	54552平方米	6	6	
			两馆物业服务人员	≥162人	151人	6	4	部分岗位物业人员离职，暂无补充
		质量指标	游客人身财产安全事故及恶性治安事件	= 0起	0起	5	5	
			物业服务达标率	= 95%	95%	5	5	
			两馆物业服务验收通过率	= 100%	100%	5	5	
		时效指标	两馆物业服务验收及支付时效	按季度验收支付	达成预期指标	4	4	
			水电费支付时效	按月支付	达成预期指标	4	4	
		成本指标	项目总成本	≤1483.05万元	1369.95万元	3	3	
			每年渡江馆物业成本	≤279.55万元	279.55万元	3	3	
			每年名人馆物业成本	≤558.5万元	558.5万元	3	3	
			每年两馆水费	≤91万元	25.64万元	3	3	
			每年两馆电费	≤554万元	506.26万元	3	3	
		经济效益	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标	0	0	
			对提升两馆开放水平的影响程度	程度较高	达成预期指标	6	6	

	效益指标	社会效益	对提升游客参观体验的影响程度	程度较高	达成预期指标	6	6	
			对提升设备自身运转情况的影响	程度较高	达成预期指标	6	6	
		生态效益	本指标不适用于此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标		0	
		可持续影响	对文化场馆正常开放，场馆管理水平持续提升的影响程度	程度较高	达成预期指标	6	6	
			加强物业管理人员培训、建立物业管理可持续机制	程度较高	达成预期指标	6	6	
	满意度指标	服务对象满意度	游客满意度	≥90%	95%	10	10	
	总分					100	97.56	

项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称		临展经费						
主管部门		082-合肥市文化和旅游局			实施单位	082010-渡江战役纪念馆（安徽名人馆）管理处		
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：	58.56	58.30	58.29	10	99.99%	10.00
		其中：本年财政拨款	58.56	58.30	58.29	—		
		专项债券资金	0.00	0.00	0.00	—		
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	—		
		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			
	申请58.56万元财政资金，计划于2025年举办以图构新安、诗话安徽、四渡赤水出奇兵和渡江支前等内容为主题的四次展览，展览名称待定。力求以详实的历史资料，生动再现人物及历史场景，进一步弘扬中华优秀传统文化和爱国主义精神，丰富展馆主题，打造新的展陈亮点，提升游客的游览体验；进一步扩大两馆的文化影响力，满足广大人民群众日益增长的文化精神需求。				2025年4月，管理处通过合肥市政府采购中心招标，合肥思科智展文化科技有限公司成为该项目的成交供应商。该项目主要内容为渡江战役纪念馆（安徽名人馆）管理处四个临时展览的设计和施工一体化，合同金额为584000元，合同期限为2025年4月16日至2025年12月31日。2025年5月18日在渡江战役纪念馆举办《唱响信仰之歌 强国复兴有我——国歌诞生历史中的青年力量主题展》，8月16日在安徽名人馆举办《图构新安——传统影像中的徽州建筑》展，9月5日在安徽名人馆组织专家完成了第一阶段两个展览的验收工作。9月18日在渡江战役纪念馆举办《四渡赤水出奇兵》，9月30日在安徽名人馆举办《诗画安徽》，10月30日在安徽名人馆组织专家完成了第二阶段两个展览的验收工作。这四个展览进一步发挥了博物馆在传承中华优秀传统文化中的作用，大力弘扬了爱国主义精神。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	举办精品展览的次数	= 4次	4次	10	10	
		质量指标	全年专题展览布展工程满足合同要求	符合	达成预期指标	5	5	
			展陈大纲专家评审合格率	= 100%	100%	5	5	
			经费支出合规性	合规	达成预期指标	5	5	
		时效指标	项目完成时间	2025年12月底前	达成预期指标	9	9	
		成本指标	项目总成本	≤58.56万元	58.29万元	4	4	
			设计成本	≤15万元	15万元	4	4	
			展览物料及制作费、布展撤展人工费	≤37.56万元	37.29万元	4	4	
			展览开幕式、展览巡展、线上VR等相关费用	≤6万元	6万元	4	4	
		经济效益	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标	0	0	
			对弘扬爱国主义精神和中华优秀传统文化的影响程度	较高	达成预期指标	5	5	

	效益指标	社会效益	提升纪念馆的品牌形象，扩大纪念馆的吸引力和影响力，实现文化惠民	较高	达成预期指标	5	5	
			参观人次	≥40万人	47.8万人	5	5	
			馆际交流活动人数	≥20万人	34.4万人	5	5	
		生态效益	本指标不适用于此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标		0	
		可持续影响	加强博物馆馆际交流，提升渡江馆和名人馆学术研究以及展陈水平	较高	达成预期指标	5	5	
			对当地文化建设水平改善和提升	显著	达成预期指标	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度	社会公众满意度	≥90%	93%	10	10	
总分						100	100.00	

项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称		文物征集及保管、修复经费						
主管部门		082—合肥市文化和旅游局			实施单位	082010—渡江战役纪念馆（安徽名人馆）管理处		
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：	5.00	4.25	4.24	10	99.72%	9.97
		其中：本年财政拨款	5.00	4.25	4.24	—		
		专项债券资金	0.00	0.00	0.00	—		
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	—		
		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			
	申请5万元财政资金，用于开展文物征集工作，保证征集质量，严控征集费用，强化文物保护，提高利用效率，扩大文化的传播广度，提升研究水平，增强文化的生命活力。				2025年文物征集数量远超预期，有利于更好的展现渡江红色历史、中国传统文化，主要显示出人民在渡江战役中的历史贡献，同时，未来将加强在珍贵文物的征集比例，更好的突出中国共产党在渡江战役中的历史贡献。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	文物征集数量	≥10件（套）	123件（套）	10	10	
			文物征集验收合格率	≥95%	100%	10	10	
		时效指标	文物征集完成时间	2025年11月	达成预期指标	5	5	
			经费支出完成时间	2025年12月	达成预期指标	5	5	
		成本指标	项目总成本	≤5万元	4.238万元	5	5	
			文物征集成本	≤3万元	3万元	5	5	
			文物保管成本	≤1.4万元	0.75万元	5	5	
			专家鉴定劳务成本	≤0.6万元	0.488万元	5	5	
	效益指标	经济效益	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标		0	
		社会效益	对加强文物保护、合理利用的影响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
			对展现安徽地区历史与文化底蕴的影响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
			对弘扬中华传统文化，提高文化自信的影响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
		生态效益	本指标不适用于此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标		0	
		可持续影响	对红色文化、安徽人文产业可持续发展的影响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	

		响	持续促进建立健全渡江战役纪念馆、安徽名人馆的文物保护机制	程度明显	达成预期指标	6	6	
	满意度指标	服务对象满意度	社会公众满意度	≥90%	95%	10	10	
总分						100	99.97	

项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称		旅游管理运行经费						
主管部门		082-合肥市文化和旅游局			实施单位	082010-渡江战役纪念馆（安徽名人馆）管理处		
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：	52.88	45.31	45.28	10	99.93%	9.99
		其中：本年财政拨款	52.88	45.31	45.28	—		
		专项债券资金	0.00	0.00	0.00	—		
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	—		
		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			
	申请52.88万元财政资金，用于两馆绿植花卉租赁、安徽地方戏曲演出、印刷费、大型社教活动的开展及出租场地税金的缴纳。通过项目实施，有利于进一步优化场馆环境，为游客营造更好的参观体验，传播本土优秀文化，丰富市民的业余文化生活，积极推动文化事业的繁荣发展。				使用45.2833万元财政资金。通过项目实施，有利于进一步优化场馆环境，为游客营造更好的参观体验，传播本土优秀文化，丰富市民的业余文化生活，积极推动文化事业的繁荣发展。			
绩效	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	花卉租赁数量	≥968盆	968盆	2	2	
			完成演出活动场次	≥37场	37场	2	2	
			承办社教活动数量	≥2项	2项	2	2	
			观看演出总人次	≥10000人	11200人	2	2	
			导览图印刷数量	= 8.75万份	8.75万份	2	2	
			入场券印刷数量	= 2万份	2万份	2	2	
		质量指标	花卉存活率	≥95%	95%	2	2	
			服务投诉率	0%	达成预期指标	2	2	
			文化活动和演出事故发生率	0%	达成预期指标	2	2	
			印刷物合格率	= 100%	100%	2	2	
		时效指标	戏曲项目完成时效性	2025年12月前	达成预期指标	2	2	
			经费支出时效性	2025年12月前完成支付	达成预期指标	2	2	
			花卉合同续签时间	2025年3月前完成	部分达成预期指标并具有一定效果	3	2	原合同5月份到期续签

二级指标	成本指标		印刷项目完成时间	2025年11月底前	达成预期指标	2	2	
			社教活动开展时间	2025年11月底前	达成预期指标	2	2	
		成本指标	项目总成本	≤52.8778万元	45.2833万元	4	4	
			每年戏曲演出总成本	≤16.9201万元	16.9201万元	3	3	
			每年印刷项目成本	≤16.3万元	9.2775万元	3	3	
			每年花卉租赁总成本	≤11.3077万元	11.3077万元	3	3	
			每年社教项目成本	≤7.35万元	6.8079万元	3	3	
			旧书采购支出	≤1万元	0.9701万元	3	3	
	效益指标	经济效益	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标	0	0	
		社会效益	对丰富市民游客精神文化生活的影 响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
			对弘扬和传播安徽优秀戏曲文化的影 响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
		生态效益	提升场馆外部环境，优化馆内参观环境	程度明显	达成预期指标	6	6	
		可持续影响	持续提升市民文化素养的影响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
			持续推动合肥文化事业繁荣，提升合肥城市形象的影响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
	满意度指标	服务对象满意度	游客满意度	≥90%	90%	10	10	
总分						100	98.99	

(2025年度)

项目名称			安徽名人馆展区展柜新增和改造						
主管部门			082-合肥市文化和旅游局			实施单位	082010-渡江战役纪念馆（安徽名人馆）管理处		
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：	40.00	25.35	25.35	10	100.00%	10.00
			其中：本年财政拨款	40.00	25.35	25.35	—		
			专项债券资金	0.00	0.00	0.00	—		
			上年结转资金	0.00	0.00	0.00	—		
			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			
	申请资金40万元，拟增加9组展柜并对6处不可移动立柜进行微环境改造。保障文物藏品的科学管理、安全展示，同时，提升观展体验，强化文化影响力，助力文旅高质发展。					该项目在合肥市公共资源交易中心招标阶段，因中标方弃标，因此进行了二次开标，整个时效指标未能按时完成，依次向后推迟。但在后续过程中，多次交流修改相关方案，按质在12月上旬完成项目，达到了很好的社会预期，满足效益指标。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标		年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	购置平柜		= 8个	8个	3	3	
			购置龕柜		= 1个	1个	3	3	
			改造立柜		= 6个	6个	3	3	
		质量指标	对照《馆藏文物防震规范》验收合格率		= 100%	100%	3	3	
			对照《文物展柜基本技术要求及检测》验收合格率		= 100%	100%	3	3	
			对照《馆藏文物展藏多功能展柜技术要求》验收合格率		= 100%	100%	3	3	
		时效指标	公开招标阶段		2025年5月前完成	部分达成预期指标并具有一定效果	6	4.7	该项目在公共资源交易中心第一次招标因中标方弃标因此进行了第二次开标，耽误了计划进行。
			方案制定阶段		2025年8月前完成	部分达成预期指标并具有一定效果	2	1.5	该项目因方案在满足我馆需求与供应商的成本控制之间多次沟通修改，推迟相关计划实施。
			制造安装阶段		2025年11月前完成	部分达成预期指标并具有一定效果	1	0.7	因为上述原因，推迟最终安装时间。

二、 标		成本指标	项目总成本	≤40万元	25.35万元	6	6	
			平柜单价	≤3.8万元	2.95万元	6	6	
			龕柜单价	≤4.73万元	1.75万元	6	6	
			每1000×850×2200（单位：mm）的立柜改造	≤0.3万元	0万元	5	5	
	效益指标	经济效益	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	达成预期指标		0	
		社会效益	对加强文物保护、合理利用的影响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
			对展现安徽地区历史与文化底蕴的影响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
			对弘扬中华优秀传统文化，提高文化自信的影响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
		生态效益	本指标不适用于此项目	本指标不适用于此项目	达成预期指标	0	0	
		可持续影响	持续促进建立健全安徽名人馆的文物保护机制	程度明显	达成预期指标	6	6	
			对合肥文旅产业可持续发展的影响程度	程度明显	达成预期指标	6	6	
	满意度指标	服务对象满意度	社会公众满意度	≥90%	95%	10	10	
总分						100	97.90	

项目支出绩效自评表								
(2025年度)								
项目名称		渡江战役纪念馆安徽名人馆智慧文旅设备更新						
主管部门		082-合肥市文化和旅游局			实施单位	082010-渡江战役纪念馆（安徽名人馆）管理处		
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：	1591.00	1010.78	1010.78	10	100.00%	10.00
		其中：本年财政拨款	1591.00	1010.78	1010.78	—		
		专项债券资金	0.00	0.00	0.00	—		
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	—		
		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			
	申请1591万元项目资金，用于渡江战役纪念馆安徽名人馆场景多媒体展项设备和影院设备更新项目，主要包括：渡江战役纪念馆基本陈列展览多媒体设备和4D影院播放系统设备更新；安徽名人馆基本陈列展览多媒体设备和3D影院播放系统设备更新。基本陈列展览多媒体设备和影院播放系统主要淘汰一批落后老化的设备，更新一批高技术、高效率、高可靠性、低能耗的先进设备，融入全新的内容故事和画面效果，打造更具沉浸感、互动性强的体验，更好满足观众的文化娱乐需求，有效提高红色文化宣传教育效果，激发爱国主义精神。				项目实际使用资金1010.8万元。渡江战役纪念馆、安徽名人馆于2025年6月16日进行闭馆改造施工，历经两个月闭馆升级于8月16日焕新开放运行，其中渡江战役纪念馆更新了150多套设备，重点更新了巢湖练兵、突破江防等8处。安徽名人馆此次共更新设备355套，在15个展区空间做了升级，新增裸眼3D、XR沉浸式体验厅等项目。恢复开放以来，项目通过陈列展览多媒体设备和影院播放系统设备更新，融入全新的内容故事和画面效果，打造更具沉浸感、互动性强的体验，更好满足观众文化体验需求，广受游客好评。项目于2025年8月31日完工，2025年9月30日完成验收工作。			
产出指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	数量指标	数量指标	更新渡江战役纪念馆4D影院数字投影设备	= 1套	1套	5	5	
			更新安徽名人馆3D影院数字投影设备	= 1套	1套	5	5	
		质量指标	设计质量：达到国家现行相关设计规范要求	符合规范要求	达成预期指标	3	3	
			实施质量：符合国家现行相关规范要求，合格，且满足正常使用。	合格	达成预期指标	4	4	
			运行质量：质保期内确保整体运行正常，质保期内常年设备及软件正常率	≥95%	95%	3	3	
	时效指标	时效指标	项目实施总工期	≥6个月	6个月	5	5	
			项目进场时间	2025年4月1日	达成预期指标	5	5	
			完工验收交付时间	2025年12月20日	达成预期指标	5	5	
	成本指标	成本指标	项目总成本	≤1591万元	1010.8万元	5	5	
			3D、4D影院改造成本	≤887.356万元	606.6万元	5	5	

绩效指标			名人馆多媒体更新市级资金部分成本	≤703.644万元	404.2万元	5	5	
	效益指标	经济效益	本指标不适用于此项目	本指标不适用于此项目	达成预期指标	0	0	
		社会效益	弘扬爱国精神，传播先进文化：渡江战役纪念馆安徽名人馆是合肥市面向公众进行爱国宣传教育的重要阵地。本项目在展品购置、更新后，将通过展览、培训、互动、影视播放等多种形式，开展公众尤其是青少年易于参与，普及文化知识、传播爱国思想和历史文化，对于在全社会弘扬爱国精神，建设先进文化，提高公众科学文化素质，形成科学、健康、文明的生活方式具有独特而重要的作用。	程度较高	达成预期指标	4	4	
			展现数字科技发展的新趋势：渡江战役纪念馆安徽名人馆多媒体设备和影院更新内容着重引进全国最先进的科技手段，反映新世纪科技发展的新趋势，更加重视展示具有前瞻性、导向性的新内容，以及高新技术和前沿技术。	程度较高	达成预期指标	4	4	
			丰富展教手段，提高观众参观质量：渡江战役纪念馆安徽名人馆是安徽省红色、历史文化和社会形象的体现和重要窗口展陈布展项目的建设，通过更新、更新展品，有利于丰富展教手段，提升展教水平，提高观众参观质量。	程度较高	达成预期指标	3	3	
		生态效益	节能：在设计和实施过程中严格执行“节能减排”理念，在电气设备（包括灯具、屏幕、投影、计算机主机等）上优先使用节能产品，在运营过程中，加强能耗管理，提升能耗控制水平，做到节能减排整体目标。渡江战役纪念馆用电160千瓦、安徽名人馆用电640千瓦，通过节能措施，类比同类项目可节能减排约10%。	≥10%	10%	3	3	
			绿色建筑：（1）尽量采用可再生原料生产的建筑材料或可循环再利用的建筑材料，减少不可再生材料的使用率，如采用非木质新材料或人造板材代替木质板材等；尽量使用原料消耗量少和采用废弃物生产的建材；就地取材，尽量选择本地资源进行施工，节约材料运输能耗和成本并减少运输对环境造成的影响。	程度较高	达成预期指标	3	3	
			双碳：符合“碳达峰碳中和”目标，力争减少碳排放量	≥10%	10%	3	3	
		可持续影响	推动智慧服务设备建设，提升智能化服务水平，也为观众提供更加丰富和高质量的参观体验和文化体验	程度较高	达成预期指标	5	5	
			有效提高红色文化宣传教育效果，弘扬爱国主义精神，有力推动安徽省文化和旅游高质量发展，助力安徽省“文化强省”战略的落地实施，同时为中国文化遗产的传承与保护做出更	程度较高	达成预期指标	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度	游客满意度	≥90%	90%	10	10	
总分						100	100.00	