

2023 年度广州市番禺区融媒体中心

部门重点项目绩效评价报告

一、评价项目概述

(一) 项目背景资料

早在 1956 年，广州餐饮界就自发组织美食节，配套广交会活动。此后政府部门介入，不断提升美食节的档次和影响。1997 年开始，正式以广州市人民政府名义筹办，名称迄今已有 25 年举办历史，自 2012 年，广州国际美食节主会场永久落户番禺，至 2022 年，已经在番禺连续成功举办了十届。

根据《广州市商务局关于印发 2022 年广州国际美食节总体方案的通知》要求，经区政府研究，成立 2022 年广州国际美食节筹办工作领导小组和专责办公室，区美食办设在区科工商信局，负责联系、协调、督办各成员单位开展筹办美食节工作，包括方案拟定和组织实施、启动仪式筹办、信息发布、经费预算、疫情防控等。区美食办制定《番禺区承办 2022 年广州国际美食节工作方案（修订版）》和《2022 年广州国际美食节启动仪式疫情防控工作方案》，各成员单位按照上述 2 个方案中明确的职责分工抓好工作落实。

各成员单位所需经费，按照《番禺区承办 2022 年广州国际美食节工作方案（修订版）》中明确的预算额度，由区

财局区将资金直接划拨至区科工商信局、区融媒体中心、区团委、区南村镇，上述单位按照各自单位财政资金管理制度和审批程序做好资金合理合规使用，涉及到的招投标、政府采购等均按规定执行，与承办方签订合同，确保工作任务落实。在给承办单位结款前，对其完成情况进行验收（均有验收报告），验收无误后再进行资金拨付。

区美食办（区科工商信局）全程对成员单位工作落实情况进行协调督导。其他成员单位认真履行部门职能，统筹各项工作推进落实。活动结束后，各成员单位和镇街报告工作成效至区美食办，由区美食办拟写 2022 年广州国际美食节情况总结报上级部门。

2022 年广州国际美食节在番禺万博四海城设立主会场，持续三天在四海城“表心道”设置了 30 个美食摊位，本届美食街主会场活动是从 2022 年 12 月 30 日到 2023 年 1 月 1 日共 3 天，现场 30 多个展位从早上 10 点到晚上 9 点进行展销。举行了广东省级示范特色步行街（商圈）暨广州市限时步行街揭牌仪式，吸引广大市民到现场休闲、觅食，番禺万博四海城“表心道”热度爆棚，今后更将成市民休闲娱乐好去处。

2022 年广州国际美食节除主会场 3 天的活动外，还将餐饮促销费延伸到线上平台，覆盖全市重点餐饮门店，优惠时段持续到整个春节。美团、饿了么两家餐饮类平台以及银联广东、建行等 10 家银行和金融机构累计将投入超 1 亿元美食节促销资源，在各自 APP 上推出美食节专属套餐，通

过立减券、折扣券，掀起券券狂潮。

（二）项目资金分配情况

2022年广州国际美食节项目经费按《关于划转2022年广州国际美食节经费部分预算指标的函》我单位该项目的经费是181.84万元，实际番禺区财政局划拨到我单位的指标经费是100万元，已支出100万元，预算执行率100%。

（三）项目政策依据

项目政策依据《广州市商务局关于印发2022年广州国际美食节总体方案的通知》、《关于划转2022年广州国际美食节经费部分预算指标的函》。

二、项目绩效目标和绩效指标设定情况

项目绩效目标为以本届美食节为载体，办好2022年广州国际美食节，调动广大商家参与积极性，提升“食在广州”美食品牌形象，带动餐饮、旅游、购物、住宿、交通等文旅产业链联动发展。

今年美食节以“缤纷湾区 食在广州”为主题，旨在弘扬广州饮食文化，擦亮“食在广州 味在番禺”金字招牌，在常态化疫情防控前提下，进一步助力城市“烟火气”回归，展现广州餐饮文化，点燃消费热情，并以此为起点，突出粤港澳大湾区特色，促进餐饮及关联行业消费。

绩效指标设定情况：

产出指标：

数量指标：现场活动展位42个、举办专题美食节系列活动3场，并联合省市媒体、区融媒体宣传矩阵、抖音、网

红大 V 等为商家直播带货和商家引流。

效益指标:

社会效益指标 1: 突出粤港澳大湾区特色, 促进餐饮及关联行业消费, 今年美食节体现“大湾区国际范 广州味新格局”, 参展餐企各具特色, 总体呈现三个结合: 广府美味与国际美食相结合、经典菜式与网红美食相结合、传承与创新相结合。主会场美食展销连续 3 天进行中高端国际化、品牌化、时尚化美食精品展示。

社会效益指标 2: 发挥融媒体平台优势, 整合资源, 多渠道、全方位、多角度、多形式进行宣传报道。提升美食节影响力, 弘扬广州饮食文化, 让世界知广州, 懂广州, 爱广州。

社会效益指标 3:

活动期间人民日报、新华社、南方+、广州日报、新花城、大洋网、今日头条、腾讯新闻、网易等头部媒体平台推送美食节推文, 主会场番禺区融媒矩阵开辟宣传专题、专栏、电视、电台等平台汇总超 1000 多次; 如: 单单 12 月 30 日美食节开幕当天, 人民日报、新华社客户端、南方 Plus、广州日报、新快 Plus、羊城派、花城动态、掌上番禺、抖音、美食导报、番禺台公众号等中央和地方主流媒体、重要平台都发布了累计 100 多条美食节推文。番禺全方位解读报道美食节。N 视频、番禺台、新快网、番禺融媒等直播平台同步作了全程直播。其中观看人数番禺融媒 54.82 万、新快网 8.8 万、N 视频 10.5 万、番禺台视频号 7.1 万、虎牙 20.2 万,

所有平台观看总数达 101.42 万。广州国际美食节新媒体平台（官方微信公众号）运营，自合同签订之日起到 2023 年 12 月。平台内容采编美食节活动期间每天一发，发布和推送以及活动策划与运营，活动结束后每周一发，每一次发 2-3 条。

三、绩效评价组织情况

（一）绩效评价目的

本项目绩效评价目的是促使资金使用更加科学、合理，使有限的资金达到预期的效果。

（二）绩效评价标准和评价方法

绩效评价的标准和方法基本是根据实际完成情况，对预期制定的目标进行评分。

（三）绩效评价实施过程（前期准备、组织实施、分析评价）

绩效评价的过程主要是部门内部根据项目制定的目标，并集合相关有关方面专业人员，制定评价实施方案，对目标指标进行逐一评价。

四、绩效评价指标分析情况

（一）项目管理绩效指标分析

项目从产出指标、效益指标反映项目的整体绩效目标，其中产出指标选取数量指标、效益指标选取社会效益指标。区融媒体中心成立 2022 年广州国际美食节活动项目筹备工作组，对标“2022 年广州国际美食节总方案”服务要求，制定《广州市番禺区融媒体中心工作方案》、《广州市番禺区

融媒体中心宣传服务方案》、《番禺区融媒体中心人员配置响应》、《2022年广州市国际美食节启动仪式疫情防控工作方案》、《应急预案》、《番禺区融媒体中心硬件设备配置服务方案》、《2022年广州国际美食节活动开幕式方案》、《2022年广州市国际美食系列活动方案》等方案确保项目顺利高质量完成。并由中心相关部门抽调人员专职负责美食节活动的总体协调和督办工作。严格按照2022年广州国际美食节总方案服务项目的要求进行操作，确保各项工作保质保量、按时推进。

（二）项目结果绩效情况分析

过程：评价年度预期值20分，指标完成100%，完成比列100%，评价年度完成值20分。

产出指标：评价年度预期值20分，数量指标：现场活动展位42个、举办专题美食节系列活动3场，并联合省市媒体、区融媒体宣传矩阵、抖音、网红大V等为商家直播带货和商家引流，指标完成100%，完成比列100%，评价得分20分。

经济效益指标：评价年度预期值完成宣传任务、经营任务，社会效益；实施周期指标值：突出粤港澳大湾区特色，促进餐饮及关联行业消费；年度指标值：突出粤港澳大湾区特色，促进餐饮及关联行业消费。该指标完成100%，完成比列100%，评价得分15分。

社会效益指标1：突出粤港澳大湾区特色，促进餐饮及关联行业消费，今年美食节体现“大湾区国际范 广州味新

格局”，参展餐企各具特色，总体呈现三个结合：广府美味与国际美食相结合、经典菜式与网红美食相结合、传承与创新相结合。主会场美食展销连续3天进行中高端国际化、品牌化、时尚化美食精品展示。

社会效益指标 2：发挥融媒体平台优势，整合资源，多渠道、全方位、多角度、多形式进行宣传报道。提升美食节影响力，弘扬广州饮食文化，让世界知广州，懂广州，爱广州。该指标完成 100%，完成比列 100%，评价得分 20 分。

社会效益指标 3：

活动期间人民日报、新华社、南方+、广州日报、新花城、大洋网、今日头条、腾讯新闻、网易等头部媒体平台推送美食节推文，主会场番禺区融媒矩阵开辟宣传专题、专栏、电视、电台等平台汇总超 1000 多次；如：单单 12 月 30 日美食节开幕当天，人民日报、新华社客户端、南方 Plus、广州日报、新快 Plus、羊城派、花城动态、掌上番禺、抖音、美食导报、番禺台公众号等中央和地方主流媒体、重要平台都发布了累计 100 多条美食节推文。番禺全方位解读报道美食节。N 视频、番禺台、新快网、番禺融媒等直播平台同步作了全程直播。其中观看人数番禺融媒 54.82 万、新快网 8.8 万、N 视频 10.5 万、番禺台视频号 7.1 万、虎牙 20.2 万，所有平台观看总数达 101.42 万。广州国际美食节新媒体平台（官方微信公众号）运营，自合同签订之日起到 2023 年 12 月。平台内容采编美食节活动期间每天一发，发布和推送以及活动策划与运营，活动结束后每周一发，每一次发

2-3 条。该指标完成 100%，完成比列 100%，评价得分 25 分。

五、项目综合评价等级和评价结论

（一）项目综合评价得分及评价等级

项目综合评价得分 100 分，评价等级为优。

（二）项目综合评价结论

项目充分利用资金高质量达到预期目标，总体达到预期效果。

六、主要经验做法、存在的问题和建议

（一）政策方面建议。项目依据《2022 年广州国际美食节总方案》，政策较为合理，建议项目可继续延续，财政资金保持投入，支出方向和结构可根据项目实施情况逐步优化。

（二）项目管理方面建议。

建议项目实施过程中在活动筹备和举办期间与各协办单位和职能单位高效联动、确保活动安全、有序开展。

（四）绩效管理方面建议。

建议在原有的绩效目标基础上制定更加体现经济效益方面的目标、指标，更能体现美食节在经济上的效益。

（五）其他方面建议

在项目实施期间，因人流、车流密集，建议加强交通疏导，为美食节的举办保驾护航。

七、绩效评价结果应用

根据项目评价结果，下年早策划、早调研、加快推进项目立项、预算、支出等预算，健全执行制度和应急预案。建

议以“政府主办+社会筹办”相结合模式举办大型美食展销，加强品牌合作，提升美食节的品牌价格价值和吸引。结合广府文化特色，引入新的科技元素，打造独特的美食创新体验，吸引消费者，线上线下结合举办多元化活动。注重环保、提升服务质量、加强文化传承和创新，以提升美食节的整体效果和经济效益，结合承办地的实际情况，制定合理的实施方案，实现可持续发展。