

湖南省文化和旅游厅文件

湘文旅公共〔2022〕89号

湖南省文化和旅游厅 关于印发《湖南省公共文化机构服务效能 评价指标体系》的通知

各市州文化旅游广电（体育）局，湖南图书馆、省少年儿童图书馆、省文化馆：

现将《湖南省公共文化机构服务效能评价指标体系》印发给你们，请结合实际，认真组织开展好公共文化机构服务效能评价工作，促进公共文化机构服务能力的整体提升。各地贯彻实施情况请及时报省文化和旅游厅。

着力提升公共文化服务水平，是全省公共文化服务体系高质量发展的关键环节和重要支撑。全省公共文化机构要坚持以人民为中心的发展思想，注重内涵建设和服务效能的提升，努力为群众提供更加充实、更为丰富、更高质量的精神文化生活。

特此通知。

湖南省文化和旅游厅
2022年7月29日

湖南省公共文化机构服务效能 评价指标体系

为在新的形势下更好推动全省公共文化服务体系实现高质量发展，根据《中华人民共和国公共文化服务保障法》和我省实施办法规定，落实《文化和旅游部国家发展和改革委员会财政部关于推动公共文化服务高质量发展的意见》《湖南省公共文化服务体系高质量发展五年行动计划（2021年-2025年）》等文件要求，结合我省实际，制定《湖南省公共文化机构服务效能评价指标体系》。

目 录

省级公共图书馆服务效能评价标准	4
地市级公共图书馆效能评价标准	7
县级公共图书馆效能评价标准	11
少年儿童图书馆服务效能评价标准	15
省级文化馆服务效能评价标准	19
地市级文化馆（群艺馆）服务效能评价标准	21
县级文化馆服务效能评价标准	24
乡镇（街道）综合文化站服务效能评价标准	27
村（社区）基层综合性文化服务中心服务效能评价标准	29

省级公共图书馆服务效能评价标准

(本标准合计分数: 100 分)

序号	指标	指标性质	基本分值	指标解释	佐证材料及要求
1	周开馆时间	定性/定量	5	1. 本馆每周为读者提供主要服务的时长(小时)。(2分, 指最高评分值, 下同) 2. 周六、周日均开放。(1分) 3. 国家法定节假日有开放时间。(1分) 4. 每周错时或延时开放总时长不少于10小时。(1分) 注: 以上均不包括自助图书馆。	对外公示的开放场所的名称、开放时间一览表等。
2	年总流通人次	定量	6	每年到本馆、直属分馆(人财物均隶属本馆或与社会力量合作建设, 下同)、馆外服务点接受服务的读者数量(万人次)。	流通人次截图等。
3	年文献外借量	定量	6	每年读者通过本馆、直属分馆、馆外服务点借出的文献(不含电子书)数量(万册次)。	借阅系统截图等。
4	年讲座、展览、培训活动	定量	6	1. 每年面向读者开展的讲座、展览、培训数量(场)。不包括阅读推广活动; 线上线下同办活动的只计1次; 常设的展览、讲座等, 如内容每年更新或调整的可每年计1次, 否则评价周期内只计1次。(3分) 2. 年讲座、展览、培训参与人次(万人次)。(3分)	1. 按类提供活动一览表, 包括序号、活动主题、时间、地点、参与人次。 2. 分别提供线上、线下、线上线下联动的活动次数。
5	政府公开信息服务	定性	3	1. 设服务专区, 有政府信息查阅标识和相关设施设备, 提供可公开的政府纸质文件及相关信息查询。(1.5分) 2. 有数字阅读设施设备, 提供可公开的数字化政府文件及相关信息查询。(1.5分)	相关证明材料。
6	未成年人服务	定性	5	为未满十八周岁公民提供有针对性的服务。 1. 未成年人服务总体情况。(3分) 2. 相关服务制度与服务保障情况。(2分)	1. 未成年人服务总体情况说明。 2. 服务制度文本与保障情况说明。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标解释	佐证材料及要求
7	其他特殊群体服务	定性	5	其他特殊群体包括但不限于老年人、残疾人等。 1. 其他特殊群体服务总体情况。(3分) 2. 相关服务制度与服务保障情况。(2分)	1. 其他特殊群体服务总体情况说明。 2. 服务制度文本与保障情况说明。
8	网站服务	定性/定量	5	1. 有网站且为独立域名;功能的完备性。(2分) 2. 网站年访问量(万页次)。(3分)	1. 网站网址。 2. 网站访问量截图等。
9	新媒体服务	定性/定量	7	1. 在微博、微信等新媒体平台上有官方账号,并为用户提供信息推送服务。(1分) 2. 年信息推送数量(条)。(1分) 3. 年推送信息浏览量(万次)。(2分) 4. 通过APP、小程序、微信公众号等新媒体平台提供预约、检索、借阅等移动图书馆服务。(1分) 5. 具备多种新媒体服务渠道,并取得良好服务效果。(2分)	1. 新媒体服务相关截图等。 2. 符合要求的证明材料。
10	年数字资源服务量	定量	6	1. 年馆藏数字资源浏览量(万次)。(3分) 2. 年馆藏数字资源下载量(篇次/册次)。(3分)	年数字资源服务量相关截图等。
11	普通参考咨询	定性/定量	7	1. 年普通参考咨询数量(次)。(2分) 2. 服务制度与服务规范。(2分) 3. 利用人工智能技术提供参考咨询服务。(3分)	1. 服务制度、服务规范文本等。 2. 符合要求的证明材料。
12	专题咨询	定性/定量	5	指围绕特定主题进行的专业性咨询服务,包括事实性查询、信息查证、定题服务、文献信息开发等。 1. 年专题咨询数量(次)。(4分) 2. 服务制度与服务规范。(1分)	1. 项目完成情况一览表,包括序号、名称、完成时间等。 2. 服务制度、服务规范文本等。
13	立法与决策咨询	定性/定量	5	1. 立法服务:为立法机构提供信息服务,为人大代表、政协委员履行职责提供服务。统计年服务数量(次)。(2分) 2. 决策服务:为党政机关决策提供信息服务。统计年服务数量(次)。(2分) 3. 服务制度与服务规范。(1分)	1. 项目完成情况一览表,包括序号、名称、完成时间等。 2. 服务制度、服务规范文本等。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标解释	佐证材料及要求
14	服务宣传	定性/定量	5	1. 宣传材料, 如图书馆介绍、读者手册、图书馆宣传片等。(1分) 2. 重要时间节点的宣传活动, 如世界读书日、图书馆服务宣传周、全民阅读月等。(2分) 3. 年媒体宣传报道总数(次), 包括报纸、电台、电视台、网络等(同一宣传内容不同媒体报道可累计计算)。(2分)	1. 宣传材料清单。 2. 宣传活动一览表, 包括序号、时间、主题、规模等。 3. 媒体宣传报道一览表, 包括序号、媒体名称、标题、时间等。
15	阅读推广活动	定量	7	指为促进全民阅读、提高读者阅读素养开展的读者活动(含主办、承办或协办), 不包括讲座、展览、培训等活动。 1. 年阅读推广活动数量(场), 线上线下同时举办的只计1次。(3分) 2. 年活动参与人次(万人次)。(4分)	阅读推广活动一览表, 包括序号、活动名称、活动时间、参与人次等。
16	阅读推广品牌	定量	5	指知名度高、影响力大、持续时间长、读者广泛参与的高品质阅读推广品牌数量(个)。	阅读推广品牌一览表, 包含序号、品牌名称、持续时间、内容简介等。
17	日常评价	定性	4	1. 读者日常评价渠道, 如读者意见箱、意见簿、电子邮箱、电话等。(2分) 2. 读者意见处理制度及执行情况(如处理的及时性、处理结果反馈情况等)。(2分)	相关证明材料。
18	读者满意率	定量	8	编制《读者满意率调查表》, 组织进行线上测评, 有效样本不少于800份。 1. 读者满意率指满意、基本满意占比(%)。(6分) 2. 满意率超过95%。(2分)	读者满意率测评统计数据。
备注	本标准中“定量”指标参照文化和旅游部制定的省级图书馆评估标准和《湖南省基本公共文化服务行业指导标准(2021年版)》等要求进行评价。				

地市级公共图书馆服务效能评价标准

(本标准合计分数: 100 分)

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
1	免费开放	定性	3	常态化免费开放场地、设施开放时间、服务内容等信息公示; 公示牌等位置适当、更新及时、醒目美观。	1. 免费开放项目一览表, 包括序号、项目名称、所在位置、空间面积。 2. 免费开放服务公示牌照片。
2	周开馆时间	定性/定量	4	1. 本馆每周为读者提供主要服务的时长(小时)。(1分, 指最高评分值, 下同) 2. 周六、周日均开放。(1分) 3. 国家法定节假日有开放时间。(1分) 4. 每周错时或延时开放总时长不少于10小时。(1分) 注: 以上均不包括自助图书馆。	对外公示的开放场所的名称、开放时间一览表等。
3	年总流通人次	定量	7	每年到本馆、直属分馆(人财物均隶属本馆或与社会力量合作建设, 下同)、馆外服务点接受服务的读者数量(万人次)。	流通人次截图等。
4	年文献外借量	定量	7	每年读者通过本馆、直属分馆、馆外服务点外借的文献(不含电子书)数量(万册次)。	借阅系统截图等。
5	年流动服务文献外借数量	定量	3	每年以流动图书车或其他流动服务方式开展文献外借的数量(万册次)。	流动服务一览表, 包括序号、时间、地点、外借册次等。
6	年讲座、展览、培训活动	定量	7	1. 每年面向读者开展的讲座、展览、培训数量(场)。不包括阅读推广活动; 线上线下同时举办的只计1次; 常设的展览、讲座等, 如内容每年更新或调整的可每年计1次, 否则评价周期内只计1次。(3.5分) 2. 年讲座、展览、培训参与人次(万人次)。(3.5分)	1. 按类提供活动一览表, 包括序号、活动主题、时间、地点、参与人次。 2. 提供线上、线下、线上线下联动的活动次数。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
7	政府公开信息服务	定性	3	1. 设服务专区，有政府信息查阅标识和相关设施设备，提供可公开的政府纸质文件及相关信息查询。(1分) 2. 有数字阅读设施设备，提供可公开的数字化政府文件及相关信息查询。(2分)	相关证明材料。
8	未成年人服务	定性	4	为未满十八周岁公民提供有针对性的服务。 1. 未成年人服务总体情况。(3分) 2. 相关服务制度与服务保障。(1分)	1. 未成年人服务总体情况说明。 2. 服务制度文本与保障情况。
9	其他特殊群体服务	定性	4	其他特殊群体包括但不限于老年人、残疾人等。 1. 其他特殊群体服务总体情况。(3分) 2. 相关服务制度与服务保障。(1分)	1. 其他特殊群体服务总体情况说明。 2. 服务制度文本与保障情况。
10	网站服务	定性/定量	4	1. 有网站且为独立域名；功能的完备性。(1分) 2. 网站年访问量(万页次)。(3分)	1. 网站网址。 2. 网站访问量截图等。
11	新媒体服务	定性/定量	7	1. 在微博、微信等新媒体平台上有官方账号，并为用户提供信息推送服务。(1分) 2. 年信息推送数量(条)。(2分) 3. 年推送信息浏览量(万次)。(2分) 4. 通过APP、小程序、微信公众号等新媒体平台提供预约、检索、借阅等移动图书服务。(1分) 5. 具备多种新媒体服务渠道，并取得良好服务效果。(1分)	1. 新媒体服务相关截图等。 2. 符合要求的证明材料。
12	年数字资源服务量	定量	7	1. 年馆藏数字资源浏览量(万次)。(4分) 2. 年馆藏数字资源下载量(篇次/册次)。(3分)	年数字资源服务量相关截图等。
13	普通参考咨询	定性/定量	4	1. 年普通参考咨询数量(次)。(3分) 2. 服务制度与服务规范。(1分)	服务制度、服务规范文本等。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
14	专题咨询	定性/定量	4	指围绕特定主题进行的专业性咨询服务，包括事实性查询、信息查证、定题服务、文献信息开发等。 1. 年专题咨询数量（次）。（3分） 2. 服务制度与服务规范。（1分）	1. 项目完成情况一览表，包括序号、名称、完成时间等。 2. 服务制度、服务规范文本等。
15	立法与决策咨询	定性/定量	3	1. 立法服务：为立法机构提供信息服务，为人大代表、政协委员履行职责提供服务。统计年服务数量（次）。（1分） 2. 决策服务：为党政机关决策提供信息服务。统计年服务数量（次）。（1分） 3. 服务制度与服务规范。（1分）	1. 项目完成情况一览表，包括序号、名称、完成时间。 2. 服务制度、服务规范文本等。
16	服务宣传	定性/定量	7	1. 宣传材料，如图书馆介绍、读者手册、图书馆宣传片等。（2分） 2. 重要时间节点的宣传活动，如世界读书日、图书馆服务宣传周、全民阅读月等。（3分） 3. 年媒体宣传报道总数（次），包括报纸、电台、电视台、网络等（同一宣传内容不同媒体报道可累计计算）。（2分）	1. 宣传材料清单。 2. 宣传活动一览表，包括序号、时间、主题、规模等。 3. 媒体宣传报道一览表，包括序号、媒体名称、标题、时间等。
17	阅读推广活动	定量	9	指为促进全民阅读、提高读者阅读素养开展的读者活动（含主办、承办或协办），不包括讲座、展览、培训活动。 1. 年阅读推广活动数量（场），线上线下同时举办的只计1次。（4.5分） 2. 年活动参与人次（万人次）。（4.5分）	阅读推广活动一览表，包括序号、活动名称、活动时间、参与人次等。
18	阅读推广品牌	定量	4	指知名度高、影响力大、持续时间长、读者广泛参与的高质量阅读推广活动。 阅读推广品牌数量（个）。	阅读推广品牌一览表，包含序号、品牌名称、持续时间、内容简介等。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
19	日常评价	定性	2	1.读者日常评价渠道,如读者意见箱、意见簿、电子邮箱、电话等。(1分) 2.读者意见处理制度及执行情况(如处理的及时性、处理结果反馈情况等)。(1分)	相关证明材料。
20	读者满意率	定量	7	编制《读者满意率调查表》,组织进行线上测评,有效样本不少于600份。 1.读者满意率指满意、基本满意占比(%)。(5分) 2.满意率超过95%。(2分)	读者满意率测评统计数据。
备注	本标准中“定量”指标参照文化和旅游部制定的地市级馆评估标准和《湖南省基本公共文化服务行业指导标准(2021年版)》等要求进行评价。				

县级公共图书馆服务效能评价标准

(本标准合计分数: 100 分)

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
1	免费开放	定性	3	常态化免费开放场地、设施开放时间、服务内容等信息公示; 公示牌等位置适当、更新及时、醒目美观。	1. 免费开放项目一览表, 包括序号、项目名称、所在位置、空间面积。 2. 免费开放服务公示牌照片。
2	周开馆时间	定性/定量	6	1. 本馆每周为读者提供主要服务的时长(小时)。(3分, 指最高评分值, 下同) 2. 周六、周日均开放。(1分) 3. 国家法定节假日有开放时间。(1分) 4. 每周错时或延时开放总时长不少于10小时。(1分) 注: 以上均不包括自助图书馆。	对外公示的开放场所的名称、开放时间一览表等。
3	年总流通人次	定量	7	每年到本馆、直属分馆(人财物均隶属本馆或与社会力量合作建设, 下同)、馆外服务点接受服务的读者数量(万人次)。	流通人次截图等。
4	年文献外借量	定量	7	每年读者通过本馆、直属分馆、馆外服务点借出的文献(不含电子图书)数量(万册次)。	借阅系统截图等。
5	年流动服务文献外借数量	定量	5	每年以流动图书车或其他流动服务方式开展文献外借的数量(万册次)。	流动服务一览表, 包括序号、时间、地点、外借册次等。
6	年讲座、展览、培训活动	定量	7	1. 每年面向读者开展的讲座、展览、培训数量(场)。不包括阅读推广活动; 线上线下同时举办的只计1次, 常设的展览、讲座等, 如内容每年更新或调整的可每年计1次, 否则评价周期内只计1次。(3.5分) 2. 年讲座、展览、培训参与人次(万人次)。(3.5分)	1. 按类提供活动一览表, 包括序号、活动主题、时间、地点、参与人次。 2. 提供线上、线下、线上线下联动的活动次数。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
7	政府公开信息服务	定性	2	1. 设服务专区，有政府信息查阅标识和相关设施设备，提供可公开的政府纸质文件及相关信息查询。(1分) 2. 有数字阅读设施设备，提供可公开的数字化政府文件及相关信息查询。(1分)	相关证明材料。
8	未成年人服务	定性	5	为未满十八周岁公民提供有针对性的服务。 1. 未成年人服务总体情况。(2.5分) 2. 相关服务制度与服务保障。(2.5分)	1. 未成年人服务总体情况说明。 2. 服务制度文本与保障情况说明。
9	其他特殊群体服务	定性	5	其他特殊群体包括但不限于老年人、残疾人等。 1. 其他特殊群体服务总体情况。(2.5分) 2. 相关服务制度与服务保障。(2.5分)	1. 其他特殊群体服务总体情况说明。 2. 服务制度文本与保障情况说明。
10	网站服务	定性/定量	2	1. 有网站，对独立域名不作要求；功能的完备性。(1分) 2. 网站年访问量(万页次)。(1分)	1. 网站网址(图书馆网站功能已融入政府门户网站或并入相关网站，提供该网站网址)。 2. 网站访问量的截图等。
11	新媒体服务	定性/定量	6	1. 在微博、微信等新媒体平台上有官方账号，并为用户提供信息推送服务。(1分) 2. 年信息推送数量(条)。(1分) 3. 年推送信息浏览量(万次)。(2分) 4. 通过APP、小程序、微信公众号等新媒体平台提供预约、检索、借阅等移动图书馆服务。(1分) 5. 具备多种新媒体服务渠道，并取得良好服务效果。(1分)	1. 新媒体服务相关截图等。 2. 符合要求的证明材料。
12	年数字资源服务量	定量	5	1. 年馆藏数字资源浏览量(万次)。(2.5分) 2. 年馆藏数字资源下载量(篇次/册次)。(2.5分)	数字资源服务量相关截图等。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
13	普通参考咨询	定性/定量	5	1. 年普通参考咨询数量(次)。(3分) 2. 服务制度与服务规范。(2分)	服务制度、服务规范文本等。
14	专题咨询	定性/定量	3	指围绕特定主题进行的专业性咨询服务,包括事实性查询、信息查证、定题服务、文献信息开发等。 1. 年专题咨询数量(次)。(3分) 2. 服务制度、服务规范。(2分)	1. 项目完成情况一览表,包括序号、名称、完成时间等。 2. 服务制度、服务规范文本等。
15	两会服务与决策咨询	定性/定量	3	1. 两会服务:两会期间为相关部门提供咨询服务,为人大代表、政协委员履行职责提供服务。统计年服务数量(次)。(1分) 2. 决策服务:为党政机关决策提供信息服务。统计年服务数量(次)。(1分) 3. 服务制度与服务规范。(1分)	1. 项目完成情况一览表,包括序号、名称、完成时间等。 2. 服务制度、服务规范文本等。
16	服务宣传	定性/定量	5	1. 宣传材料,如图书馆介绍、读者手册、图书馆宣传片等。(1分) 2. 重要时间节点的宣传活动,如世界读书日、图书馆服务宣传周、全民阅读月等。(1分) 3. 年媒体宣传报道总数(次),包括报纸、电台、电视台、网络等(同一宣传内容不同媒体报道可累计计算)。(3分)	1. 宣传材料清单。 2. 宣传活动一览表,包括序号、时间、主题、规模等。 3. 媒体宣传报道一览表,包括序号、媒体名称、标题、时间等。
17	阅读推广活动	定量	7	指为促进全民阅读、提高读者阅读素养开展的读者活动(含主办、承办或协办),不包括讲座、展览、培训活动。 1. 年阅读推广活动数量(场),线上线下同时举办的只计1次。(3.5分) 2. 年活动参与人次(万人次)。(3.5分)	阅读推广活动一览表,包括序号、活动名称、活动时间、参与人次等。
18	阅读推广品牌	定量	5	指知名度高、影响力大、持续时间长、读者广泛参与的高品质阅读推广活动。 阅读推广品牌数量(个)。	阅读推广品牌一览表,包含序号、品牌名称、持续时间、内容简介等。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
19	日常评价	定性	5	1.读者日常评价渠道,如读者意见箱、意见簿、电子邮箱、电话等。(2.5分) 2.读者意见处理制度及执行情况(如处理的及时性、处理结果反馈情况等)。(2.5分)	相关证明材料。
20	读者满意率	定量	7	编制《读者满意率调查表》,组织进行线上测评,有效样本不少于400份。 1.读者满意率指满意、基本满意占比(%)。(5分) 2.满意率超过90%。(2分)	读者满意率测评统计数据。
备注	本标准中“定量”指标参照文化和旅游部制定的县级馆评估标准和《湖南省基本公共文化服务行业指导标准(2021年版)》等要求进行评价。				

少年儿童图书馆服务效能评价标准

(本标准合计分数: 100 分)

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
1	周开馆时间	定性/定量	6	1. 本馆每周为读者提供主要服务的时长(小时)。(2分, 指最高评分值, 下同) 2. 周六、周日均开放。(1分) 3. 国家法定节假日每天开放时间不低于本馆常规开放时间的二分之一。(1分) 4. 加强错时开放: (1) 每周错时或延时开放时间不少于6小时; (2) 寒暑假期间日均开放时间不少于6小时。(2分) 注: 以上均不包括自助图书馆。	对外公示的开放场所的名称、开放时间一览表等证明材料。因季节、假期或不可抗力因素调整开放时间的, 如实说明。
2	年总流通人次	定量	7	每年到本馆、直属分馆(人财物均隶属本馆或社会力量合作建设, 下同)、馆外服务点接受服务的读者数量(万人次)。	流通人次截图等。
3	年人均服务读者数	定量	6	计算方法: 年均总流通人次/工作人员数量。	
4	年读者活动	定量	8	1. 每年面向读者举办的展览、讲座、培训、阅读推广等各类活动的数量(场)。(4分) 注: 线上线下同时举办的只计1次, 常设的展览、讲座等, 如内容每年更新或调整的可每年计1次, 否则评价周期内只计算1次。 2. 年读者活动参与人次(万人次)。(4分)	1. 按类提供活动一览表, 包括序号、活动主题、时间、地点、参与人次。 2. 提供线上、线下、线上线下联动的活动场次与参与人次。
5	参考咨询服务	定性	3	1. 通过现场咨询、电话咨询、网上指南、FAQ(常见问题解答)、电子邮件咨询、新媒体咨询等方式提供咨询服务, 服务制度、服务规范是否健全。(1.5分) 2. 针对未成年人阅读、家庭教育等方面提供专题性参考咨询服务情况。(1.5分)	1. 本馆咨询类型、服务制度和规范文本等材料。 2. 专题性参考咨询服务开展情况说明。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
6	年文献外借量	定量	8	每年读者通过本馆、直属分馆、馆外服务点外借的文献（不含电子图书）数量（万册次）。 注：不包括流动服务文献外借数量。	1. 借阅系统截图等。 2. 按本馆、直属分馆以及馆外服务点分别提供。
7	年流动服务文献外借数量	定量	4	每年以流动图书车或其他流动服务方式开展文献外借的数量（万册次）。	流动服务一览表，包括序号、时间、地点、外借册次等。
8	书刊外借率	定量	4	计算方法：评价期内文献外借总量/普通文献馆藏量 $\times 100\%$ 。	
9	服务宣传	定性/定量	5	1. 宣传材料，如图书馆介绍、读者手册、图书馆宣传片等。（1分） 2. 重要时间节点的宣传周、全民阅读月等。（2分） 3. 年媒体宣传报道总数（次），包括报纸、电台、电视台、网络等（同一宣传内容不同媒体报道可累计计算）。（2分）	1. 宣传材料清单或照片。 2. 宣传活动一览表，包括序号、时间、主题、规模等。 3. 媒体宣传报道一览表，包括序号、媒体名称、标题、时间等。
10	服务对象	定性	3	1. 面向不同年龄段读者提供阅读推广服务和活动，应包含婴幼儿及学龄前儿童、小学生、中学阶段未成年人等。（1分） 2. 面向家长、教师、其他未成年人工作者提供阅读推广服务和活动。（1分） 3. 面向未成年人中的特殊群体提供阅读推广服务和活动。（1分）	按类提供综合说明材料。
11	服务内容	定性	3	1. 针对未成年人思想道德建设开展阅读推广活动。（1分） 2. 针对中华优秀传统文化传承开展阅读推广活动。（1分） 3. 其他主题的阅读推广活动（包含但不限于科普、安全、环保、心理健康等）。（1分）	按类提供综合说明材料。
12	服务形式	定性	3	开展阅读指导、读书交流、演讲诵读、讲座培训、图书互换共享等多形式的阅读推广活动。	综合说明材料。
13	阅读推广品牌	定量	5	指知名度高、影响力大、持续时间长、读者广泛参与的高品质阅读推广品牌数量（个）。	阅读推广品牌一览表，包含序号、品牌名称、持续时间、内容简介等。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
14	服务团队	定性/定量	4	1. 组织本地阅读推广人建立面向未成年人的阅读指导与阅读推广团队。(1分) 2. 服务团队人员中获得专业机构(指与阅读相关的专业学会、协会、政府组织等)培训证明及资质认证数量(人)。(1分) 3. 服务团队培育、管理机制建设及服务团队运行情况。(2分)	相关证明材料。
15	网站服务	定性/定量	4	1. 地市级及以上公共图书馆有网站且为独立域名;县级公共图书馆有网站即可,对独立域名不作要求。(1分) 2. 网站功能完备性、操作便捷性。(1分) 3. 网站年访问量(万页次)。(2分)	网址及访问量截图等。
16	新媒体服务	定性/定量	5	1. 在微博、微信等新媒体平台上有官方账号,并为用户提供信息推送服务。(1分) 2. 年信息推送数量(条)。(1分) 3. 年推送信息浏览量(万次)。(2分) 4. 通过APP、小程序、微信公众号等新媒体平台提供预约、检索、借阅等移动图书馆服务。(1分)	新媒体服务相关截图等。
17	年数字资源服务量	定量	5	1. 年馆藏数字资源浏览量(万次)。(2.5分) 2. 年馆藏数字资源下载量(篇次/册次)。(2.5分)	数字资源服务量截图等。
18	日常评价	定性	3	1. 读者日常评价渠道,如读者意见箱、意见簿、电子邮箱、电话等。(1.5分) 2. 读者意见处理制度及执行情况(如处理的及时性、处理结果反馈情况等)。(1.5分)	相关证明材料。
19	读者满意率	定量	6	编制《读者满意率调查表》,组织进行线上测评,省级测评有效样本不少于600份,地市级不少于500份,县级不少于400份。 注:读者满意率指统计满意、基本满意占比(%)。	读者满意率测评统计数据。

序号	指标	指标性质	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
20	表彰奖励数	定量	8	指评价周期内图书馆集体和工作人员个人所获表彰奖励数量。 1. 国家级和国际专业组织表彰奖励数量（个）。 2. 省部级（含中国图书馆学会、协会）表彰奖励数量（个）。 3. 市级（含省级图书馆学会、协会）表彰奖励数量（个）。 4. 县级（含市级图书馆学会、协会）表彰奖励数量（个）。 注：1. 对于省级馆，国家级和国际专业组织表彰奖励每个6分，省部级表彰奖励每个3分；评价期内累计，得分最高30分。 2. 对于地市级馆，国家级和国际专业组织表彰奖励每个10分，省部级表彰奖励每个6分，市级表彰奖励每个3分；评价期内累计，得分最高30分。 3. 对于县级馆，国家级和国际专业组织表彰奖励每个15分，省部级表彰奖励每个10分，地市级表彰奖励每个6分，县级表彰奖励每个3分；评价期内累计，得分最高30分。 4. 已列入其他指标的表彰奖励不重复计算。	表彰奖励一览表，包括序号、获奖时间、名称、颁奖方、获奖者、照片等。
备注	本标准中“定量”指标参照文化和旅游部制定的少年儿童图书馆评估标准和《湖南省基本公共文化服务行业指导标准（2021年版）》等要求进行评价。				

省级文化馆服务效能评价标准

(本标准合计分数: 100 分)

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
1	每周开馆时间 (小时)	56	10	1. 公休日 (指周六和周日) 应当开放, 国家法定节假日有开放时间。公休日不开放扣 5 分, 公休日只开放其中一天扣 3 分; 国家法定节假日没有开放时间, 扣 5 分。 2. 鼓励错时段、延时开放。中午和晚间开放的, 加 2 分。	提供开馆时间安排及执行情况的说明确材料。
		49	6		
		42	3		
2	形成品牌活动或特色项目数量	4	10	品牌活动或特色项目是指连续开展三年以上, 覆盖全省、影响广泛、参与度高的活动或项目。	提供有关工作方案、文件通知、活动照片等。
		3	6		
		2	3		
3	本地开展大型文化活动方案均次数 (次/年)	15	10	指在全省内由文化馆主办或承办, 观众 (不含工作人员) 可达 500 人及以上的比赛、展演、展览、展示等活动。	提供活动一览表, 包括: 活动名称、时间、地点、照片、视频、简介等。
		10	6		
		5	3		
4	馆外活动服务人次 (万人次)	15	10	由文化馆在馆外主办、承办、协办及参与的各类活动的参加人数和服务受益对象总人次。	提供相关开展活动的方案、照片等佐证资料。
		10	6		
		5	3		
5	数字服务人次 (万人次)	200	10	通过网站、微信公众号、微博、APP 或其他第三方平台等开展文化服务的受益总人次。	提供数字服务的后台数据。
		150	6		
		100	3		

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
6	举办文化馆人员辅导培训(期/年)	8	10	指面向省级以下文化馆业务人员举办的业务培训班。	提供培训班相关材料(如培训班通知、手册、照片等)。
		6	6		
		4	3		
7	辅导培训文化馆人员人次占比	20%	10	1.对全省所有文化馆在编人员的辅导培训总人次。 2.辅导培训总人次占全省所有文化馆在编人员总数的比重。	提供全省的文化馆在编人员数和辅导培训相关台账。
		15%	6		
		10%	3		
8	开展基层文艺创作作品推广活动年均次数(次/年)	7	10	1.指本馆举办的、将基层文化馆(站)创作的各类文艺作品、特别是获奖作品面向社会进行推广的活动(包括比赛活动等)数量。 2.“次”指在不同时间和地点对不同作品所进行的推广活动。	提供推广活动一览表,包括:活动名称、时间、举办地点、简介、活动照片等。
		5	6		
		3	3		
9	下基层业务指导人均时长(天/年·人)	24	10	1.指本馆委派工作人员到基层(含文化馆、站、室、社区和农村等)开展培训、辅导、调研等工作。 2.下基层业务指导人均时长=本馆业务人员年均下基层总天数/本馆业务人员总数。	上传总结性材料、业务人员下基层指导一览表。
		18	6		
		12	3		
10	服务满意度评价	90%	10	1.该项是指全省地市级及以下所有文化馆和当地群众对该馆服务的满意度。 2.由省级文化和旅游行政部门在线上组织开展服务满意度测评。全省地市级及以下文化馆人员测评样本量不少于200份,当地群众测评样本量不少于1000份。	由系统自动生成测评数据。
		80%	6		
		70%	3		

地市级文化馆(群艺馆)服务效能评价标准

(本标准合计分数: 100 分)

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
1	每周开馆时间（小时）	56 49 42	7 5 3	1. 工作日（指周六和周日）应当开放，法定节假日有开放时间的，公共图书馆开放时间应不少于5小时；国家法定节假日开放时间，鼓励错时、延时开放。 2. 鼓励开放的，加2分。	提供开馆时间安排及执行情况说明材料。
2	形成品牌活动或特色项目数量	4 3 2	7 5 3	品牌活动或特色项目是指连续开展三年以上，活动覆盖全市、影响广泛、参与度高。	提供有关节目单、文件通知、活动照片等。
3	本地开展大型文化活动年均次数（次/年）	15 10 5	7 5 3	指在全市范围内由文化馆主办或承办，观众（不含工作人员）可达500人及以上的比赛、展览、展演、展示等活动。	提供活动一览表，包括：活动名称、时间、地点、照片、视频、简介等。
4	实体馆服务人次（万人次）	10 8 5	7 5 3	在实体馆举办各类赛事、演出、展览、培训（含讲座、辅导）等服务覆盖的总人次。	提供相关的台账和说明。

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
5	馆外活动服务人次（万人）	10	7	由文化馆在馆外主办、承办、协办和参与的各项活动参加人员和受益对象总人次。	提供相关开展活动的资料。
		8	5		
		5	3		
6	数字服务人次（万人）	150	7	通过网站、微信公众号、APP、微博或其他第三方平台等开展文化服务的受益总人次。	提供数字服务的后台数据。
		120	5		
		100	3		
7	举办各类群众性培训班年均群众参加人次（人次/年）	4000	7	指本馆面向社会各类人员举办的各类培训班的参加人次数量。	提供培训班一览表，包括：培训辅导名称、举办时间、培训对象、学员人数、现场照片等。
		3000	5		
		2000	3		
8	指导的群众文艺团队数量（个）	30	7	指由本馆业务人员指导的群众业余文艺团队的数量。	提供指导的群众文艺团队一览表，包括：团队名称、艺术门类、简介、活动照片等。
		25	5		
		20	3		
9	举办文化馆站人员辅导培训班（期/年）	6	7	指面向全市所有文化馆、文化站（室）业务人员举办的培训班。	提供培训班的通知、培训手册、照片等。
		5	5		
		4	3		
10	辅导培训文化馆站人员人次占比	15%	7	1.对全市辖区内的县级（市、区）文化馆、文化站在编人员的辅导培训总人次。 2.辅导培训总人次占全市所有文化馆、文化站在编人员总数的比重。	提供全地市辖区内所有文化馆在编人员数和辅导培训相关台账。
		10%	5		
		5%	3		

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
11	开展基层文艺创作作品推广活动年均次数（次/年）	6	7	1. 指本馆举办的、将基层文化馆（站）创作的各类文艺作品、特别是获奖作品面向社会进行推广的活动（包括比赛活动等）数量。 2. “次”指在不同时间和地点对不同作品所进行的推广活动。	提供推广活动一览表，包括：活动名称、时间、举办地点、简介、活动照片等。
		5	5		
		4	3		
12	下基层业务指导人均时长 （天/年·人）	25	7	1. 指本馆委派工作人员到基层（含文化馆、站、室、社区和农村等）开展培训（含讲座、辅导）、调研等工作。 2. 下基层业务指导人均时长=本馆业务人员年均下基层总天数/本馆业务人员总数。	上传总结性材料、业务人员下基层指导一览表。
		20	5		
		15	3		
13	特殊群体服务项目数量 （个）	10	7	指针对未成年人、老年人、残障人士、农民工、留守妇女儿童等特殊群体开展的服务项目数。	提供服务项目一览表，包括：项目名称、对象类型、时间、地点、简介、服务照片等。
		8	5		
		5	3		
14	服务满意度评价	90%	9	1. 该项是指：本地市内县级及以下所有文化馆（站）和当地群众对该馆服务的满意度。 2. 由组织测评的文化和旅游行政部门在线上组织开展服务满意度测评。全地市县文化馆（站）人员测评样本量不少于100份，当地群众测评样本量不少于1000份。	由系统自动生成测评数据。
		80%	6		
		70%	3		

县级文化馆服务效能评价标准

(本标准合计分数: 100 分)

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
1	每周开馆时间 (小时)	56	7	1. 公休日 (指周六和周日) 应当开放, 国家法定节假日有开放时间。公休日不开放扣 5 分, 公休日只开放其中一天扣 3 分; 国家法定节假日没有开放时间, 扣 5 分。 2. 鼓励错时段、延时开放。中午和晚间开放的, 加 2 分。	提供开馆时间安排及执行情况的情况说明材料。
		49	5		
		42	3		
2	实体馆服务人次 (万人次)	1	8	在实体馆举办各类赛事、演出、展览、培训 (含讲座、辅导) 等服务覆盖的总人次。	提供相关的台账和说明。
		0.8	5		
		0.5	3		
3	本地开展大型文化活动的年均次数 (次/年)	10	8	指在本地举办, 由文化馆主办或承办, 现场参加人数 (不含工作人员) 达到 300 人以上、涉及面较广的展演、展览、展示等活动。	提供活动一览表, 包括: 活动名称、时间、地点、照片、视频、简介等。
		8	5		
		5	3		

序号	指标	指标值	基本 分值	指标说明	佐证材料及要求
4	馆外活动服务人次（万人次）	8	8	由文化馆主办、承办、协办或服务覆盖的总人次。	提供相关开展活动的资料。
		6	5		
		4	3		
5	数字服务人次（万人次）	15	8	通过文化馆网站、微信公众号、APP或其他第三方平台等开展文化服务的受益总人次。	提供数字服务的后台数据。
		10	5		
		5	3		
6	举办各类群众培训年均群众参加人次（人次/年）	2000	7	指本馆面向社会各类人员举办的各类培训班的参加人次数量。	提供培训班一览表，包括：培训辅导名称、举办时间、培训对象、学员人数、现场照片等。
		1500	5		
		1000	3		
7	指导的群众文艺团队数量（个）	25	7	指由本馆业务人员指导的群众业余文艺团队的数量。	提供年度指导的群众文艺团队一览表，包括：团队名称、艺术门类、简介、活动照片等。
		20	5		
		15	3		
8	下基层业务指导人均时长（天/年·人）	30	7	1. 指本馆委派工作人员到基层（含文化馆、站、室，社区和农村等）开展培训（含讲座、辅导、调研等工作）。 2. 下基层业务指导人均时长=本馆业务人员年均均下基层总天数/本馆业务人员总数。	上传总结性材料、业务人员下基层指导一览表。
		25	5		
		20	3		

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明	佐证材料及要求
9	举办文化站(室)人员 辅导培训班(期/年)	4 3 2	7 5 3	面向文化站(文化室)在编在岗人员举办的业务辅导培训班。	提供培训班的通知、培训手册等。
10	开展基层文艺创作作品 推广活动年均次数(次/年)	4 3 2	8 5 3	1. 指本馆举办的、将基层文化馆(站)、群众创作的各类文艺作品、特别是获奖作品面向社会进行推广的活动(包括比赛活动等活动)数量。 2. “次”指在不同时间和地点对不同作品所进行的推广活动。	提供推广活动一览表, 包括: 活动名称、时间、举办地点、简介、活动照片等。
11	组织文艺团队下基层 (社区、农村)演出 次数(场次)	70 60 50	8 5 3	1. 组织文艺团队下基层(含乡镇、街道、村和社区)演出场次的总数, 包括在社区、乡镇等地的广场演出和其它形式的室内外演出、慰问演出等演出场次。 2. 如当地已委托文艺团体执行, 提供相关文件、通知。	提供演出活动一览表, 包括: 演出名称、场次数量、照片、视频、简介等。
12	特殊群体服务项目数量 (个)	4 3 2	7 5 3	针对未成年人、老年人、残疾人、农民工、留守妇女儿童等特殊群体开展的服务项目数。	提供服务项目一览表, 包括: 项目名称、对象类型、时间、地点、简介、服务照片等。
13	服务满意度评价	90% 80% 70%	10 5 3	1. 该项是指: 全县所有乡镇文化站(村文化室)和当地群众对该馆服务的满意度。 2. 由组织测评的文化和旅游局行政管理部门开展线上服务满意度测评。当地群众测评样本量不少于 500 份。	由系统自动生成测评数据。

乡镇（街道）综合文化站（服务中心）服务效能评价标准

（本标准合计分数：100分）

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明
1	站办活动		40	
1.1	每周对公众开放提供服务的时间（小时）	35	10	
1.2	常设免费活动项目（项）	5	10	
1.3	公示文化服务内容		3	公示内容：项目、时间、地点、组织者。
1.4	组织综合性大型文化化活动（次）	1	4	综合性大型文化化活动是指面向全镇群众、内容为综合性的活动。
1.5	乡镇（街道）文化品牌活动	1	5	要求：乡镇（街道）连续举办2届以上的特色活动或品牌活动，并持续做好品牌活动推广。
1.6	编办文化走廊、宣传栏窗、板报等（期）	8	8	

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明
2	指导、辅导		9	
	指导、辅导本镇辖区			
2.1	内的村文化室所占比例 (%)	60	3	
2.2	为辖区群众举办讲座和培训 (次)	2	3	
2.3	为辖区内文化骨干 (文艺团队) 举办文体培训 (次)	2	3	
3	图书借阅		9	
3.1	年藏书流通每册书 (册次)	0.2	3	
3.2	年度开展读者活动 (次)	4	3	
4	数字化服务		3	
4.1	利用数字化设备或数字资源开展文化活动的 (次)	3	3	利用数字化设备或数字资源, 指利用上级配送或自购的数字平台、设备、资源开展线上全民阅读推广或全民艺术普及。

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明
5	非物质文化遗产保护		3	
5.1	年举办非遗活动(含表演、展览、比赛、传承培训)(次)	3	3	
6	文物保护宣传和文物市场监督		6	
6.1	文物保护宣传		3	有记录档案、保护标志及说明,有相关制度,有日常检查,有宣传。
6.2	文化市场监督		3	有健全的文化市场监督制度,有日常巡查监管记录,有违规处理建议。
7	创新服务		30	
7.1	打造村(社区)品牌活动		5	加分指标,指村(社区)连续举办2年以上的特色活动或品牌活动,最多加5分。
7.2	文艺创作获奖(发表)		5	加分指标,指村(社区)及培养辅导的人员创作、演出的作品(节目)获县级以上奖励,或在县级以上主流刊物发表;按奖励(发表)级别加分,最多加5分。
7.3	开展文旅服务品牌创建活动		10	加分指标,指村(社区)充分利用特色景观、历史文化、民俗节庆、休闲养生等资源,有效推进文旅融合发展;既加大对传统民居、文化遗迹、民间艺术的保护传承,又在旅游形象、旅游产品、宣传营销等方面注入文化内涵,打造特色文化旅游品牌。
7.4	被上级党委、政府或各部门表彰、奖励		10	加分指标,指村(社区)文旅工作获表彰、奖励;按奖励的级别加分,最多加10分。

村（社区）基层综合性文化服务中心服务效能评价标准

（本标准合计分数：100分）

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明
1	基本服务		70	
1.1	每周对公众开放提供服务的 时间（小时）	35	10	
1.2	常设免费活动项目（项）	3	10	
1.3	开展读者活动	4	15	
1.4	公示文化服务内容		5	公示内容：项目、时间、地点、组织者。
1.5	组织综合性小型文化活 动（次）	1	10	综合性小型文化活动指面向全村（社区）群众、内容为综合性的活动。
1.6	为辖区内文化骨干（文 艺团队）、群众举办文化 讲座和培训（次）	1	10	
1.7	利用数字化设备或数字 资源开展文化活动（次）	3	10	利用数字化设备或数字资源，指利用上级配送或自购的数字平台、设备、资源开展线上全民阅读推广或全民艺术普及。

序号	指标	指标值	基本分值	指标说明
2	创新服务		30	
2.1	打造村（社区）品牌活动		5	加分指标，指村（社区）连续举办2年以上的特色活动或品牌活动，最多加5分。
2.2	文艺创作获奖（发表）		5	加分指标，指村（社区）及培养辅导的人员创作、演出的作品（节目）获县级以上奖励，或在县级以上主流刊物发表；按奖励（发表）级别加分，最多加5分。
2.3	开展文旅服务品牌创建活动		10	加分指标，指村（社区）充分利用特色景观、历史文化、民俗节庆、休闲养生等资源，有效推进文旅融合发展；既加大对传统民居、文化遗迹、民间艺术的保护传承，又在旅游形象、旅游产品、宣传营销等方面注入文化内涵，打造特色文化旅游品牌。
2.4	被上级党委、政府或各部门表彰、奖励		10	加分指标，指村（社区）文旅工作获表彰、奖励；按奖励的级别加分，最多加10分。

