

# 中共巢湖市委宣传部 2020 年度部门整体支出绩效评价报告

为确实做好 2020 年度部门整体支出绩效自评工作，强化部门支出责任，提高财政资金使效益，根据市委、市政府《全面实施预算绩效管理工作方案》（巢发〔2019〕25 号）、《巢湖市财政支出绩效自评工作规范》（巢财预〔2017〕14 号）等有关文件要求，对单位各部门报送的绩效自评材料进行分析、总结，现将我单位整体支出绩效自评结果报告如下：

## 一、单位概况

### （一）单位基本情况

中共巢湖市委宣传部是市委主管意识形态方面工作的职能部门，为正科级。下设巢湖市新闻中心和巢湖市新时代文明实践志愿服务中心 2 个公益一类事业单位。

#### 1. 单位主要职责职能

（1）贯彻落实执行中央关于宣传思想文化工作重大方针政策和事业发展总体规划，督促检查落实情况。按照合肥市委及巢湖市委的要求，部署全市宣传思想文化工作。统筹协调推进全市宣传思想文化领域法治建设，协调市宣传思想文化系统各部门之间的工作。

（2）统筹协调全市党的意识形态工作，贯彻落实党中央、省委、合肥市委及巢湖市委关于意识形态工作决策部署，组织协调意识形态工作责任制落实和日常监督检查，结合巡视巡察工作开展专项检查。

(3) 负责制订和实施全市宣传思想工作的规划和计划，宣传党的路线、方针、政策和市委、市政府的中心工作及重大活动。

(4) 负责指导全市理论学习、理论宣传、理论研究工作。

(5) 负责新闻舆论工作的宏观管理，把握正确的舆论导向；协调、指导新闻单位做好全市的宣传报道工作；做好重点党报党刊发行工作。

(6) 负责网络宣传管理。协调指导全市互联网宣传和信息内容管理工作。协调指导全市数字新媒体的建设与管理。指导、协调涉市网上意识形态问题的统一处置，引导网上舆论、处理网上热点敏感问题。

(7) 负责规划、指导和协调全市对外宣传工作，组织开展对外交流工作。

(8) 协调、协同有关部门做好社会大宣传工作，指导文化旅游、教育等部门贯彻落实党的方针政策。

(9) 负责对全市精神产品的生产进行宏观管理，把握文艺导向；组织协调全市性重大文化艺术活动；负责提出宣传思想文化工作的指导方针；负责文化市场管理的指导、协调工作。

(10) 负责指导、协调全市宣传思想文化事业的改革和发展。协调推进文化强市和文化产业工作。按有关规定负责市级宣传发展专项资金和事业建设费的管理工作。

(11) 受市委委托，会同市委组织部管理市直宣传口各单位领导干部，指导领导班子建设；制定宣传文化系统有关干部的培训规划并组织实施；负责全市政工、新闻等系列专业技术职务任

职资格的评审工作；配合有关部门做好宣传文化系统的知识分子工作。

（12）贯彻中央精神文明建设指导委员会及其办公室工作部署，按照省精神文明建设指导委员会工作安排，做好组织、督促落实工作。

（13）拟订全市精神文明创建活动总体规划，组织、指导、协调文明创建活动，推动社会主义核心价值观融入文明创建全过程。组织评选精神文明建设先进典型。

（14）组织、指导、协调全市公民道德建设，指导、督促未成年人思想道德建设工作。

（15）负责全市志愿服务工作的统筹规划、协调指导、督促检查和经验推广。

（16）承办市委、市政府和上级宣传部门交办的其他事项。

## 2. 组织架构、人员情况

市委宣传部下设办公室、意识形态工作科、理论教育科（党员教育科）、对外宣传办公室（新闻科）、互联网宣传管理办公室（网络安全和信息化科）、宣传文艺科、干部科、精神文明建设指导科（志愿服务科）等八个科室。单位行政编制人数 14 名，巢湖市新闻中心事业编制 15 名，巢湖市新时代文明实践志愿服务中心事业编制 3 名。现在职人员 33 名，其中行政在职 13 名，事业在职 15 名，聘用人员 5 名。

## 3. 单位资产情况

截至 2020 年 12 月 31 日，我单位资产总额 217.45 万元，

较上年增长-44.03%。负债总额 79.5 万元，较上年增长-68.42%。净资产 137.94 万元，较上年增长 0.87%。我单位行政单位国有资产 217.45 万元，占 100.00%。流动资产 79.5 万元，占资产总额 36.56%；固定资产 137.94 万元，占资产总额 63.44%。固定资产主要是通用设备和家具、用具、装具及动植物。其中：通用设备 132.23 万元，占 95.86%（其中，车辆 0 万元，占 0.00%，单价 50 万（含）以上（不含车辆）设备 0 万元，占 0.00%）；家具、用具、装具及动植物 5.71 万元，占 4.14%。

## （二）当年单位履职总体目标、工作任务

市委宣传部在市委的坚强领导和合肥市委宣传部的正确指导下，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大，以及十九届二中、三中、四中、五中全会精神，认真贯彻落实习近平总书记考察安徽重要讲话指示精神以及全国、全省、合肥市、巢湖市宣传工作会议精神，以决胜全面建成小康社会为主基调，紧紧围绕市委各项决策部署，统筹做好各方面宣传工作，更好地坚定主心骨、汇聚正能量、振奋精气神，奋力开创我市宣传思想文化工作新局面。

1. 意识形态工作不断向上向好。工作责任压紧压实，风险防范措施有力，24 小时常态化开展网络舆情监测工作，编印《巢湖舆情》52 期。督查指导常态长效，对全市其他 51 家单位党组织开展意识形态工作责任制落实情况专项督查。

2. 文化文艺工作不断出新出彩。公共文化服务水平不断提升，举办多场文艺文化文教活动。通过“线上+线下”的方式，举办“文化送温暖”系列活动 5 场，民俗文化活动 20 多场。面

向全市征集重点文艺作品和重大文艺创作选题累计 100 多件。组织“云上爱国”，5 万多名中小学生学习观看爱国主义主题电影，各学校踊跃参加爱国主义读书教育系列活动。文化旅游产业发展加快，参加合肥文化旅游推介会，组织巢湖市文化旅游推介会两场，组织企业参加合肥市文博会。

3. 理论武装工作不断走深走实。持续推进理论学习，市委理论中心组开展理论学习 24 次、集体研讨 4 次，组织专题辅导 1 次。全面加强理论宣讲，邀请各领域教授、专家来巢宣讲党的十九届四中、五中全会精神和习近平总书记考察安徽重要讲话指示精神。扎实开展理论研究，围绕习近平总书记考察安徽重要讲话指示精神和党的十九届五中全会精神以及打好三大攻坚战、生态文明建设、保障改善民生、维护社会稳定等重点工作扎实开展理论研究和调查研究，向“学习强国”投稿 200 多篇。

4. 宣传舆论工作不断有力有为。聚焦中心做强正面宣传，精心策划重大主题宣传，开设专栏。拓展渠道提升对外宣传，加强与人民网、新华网、央广网和省市主流媒体的深度合作。创新理念推动融媒发展，以“巢湖发布”微信、微博、抖音、APP、今日头条、宣传网等平台为载体，不断提升融媒体中心内容生产能力。

5. 文明建设工作不断提质提效。巩固提升文明创建成果，常态化开展“联点共建”、文明创建重点工作及乡镇文明创建三级考评。深化拓展文明实践路径，严格落实联席会议、结对共建、

考评奖惩、激励回馈四项工作机制，加强对文明实践活动的督查、指导和帮助。深入推进公民道德建设，全市新增中国好人 2 人、合肥好人 3 人，巢湖好人 33 人，积极开展道德模范与身边好人进校园活动。

### **（三）当年单位年度整体支出绩效目标**

申请预算资金 2279.24 万元，主要是为达到以下目标：

1. 通过项目的实施，保障单位日常办公正常高效运转。
2. 及时发现涉巢舆情信息，及时研判、及时处置；提升全市网络评论员的舆情发现力、研判力和处置力。
3. 引导扶持农村文化科技卫生事业的发展，激发广大干事创业活力；提升爱国主义教育基地管理、服务水平，组织对青少年的爱国主义教育工作。
4. 组织文化文艺小分队下基层，开展各类惠民性、群众性文化活动调动广大文艺工作者积极性，创作和演出更多更好的文艺作品。通过文博会平台展示文化改革发展最新成果、整合优质文化资源、促进文化产品交易。
5. 保障市委理论学习中心组学习会议召开；开展各类理论宣传宣讲活动，推动党的创新理论进基层、进群众、进人心。
6. 加强与各级各类媒体联系合作，组织媒体围绕全市重大主题、重大活动开展集中宣传报道，确保稿件数量稳中有升，对外宣传声势强劲。
7. 做好巢湖市决策部署、重点工作等方面的宣传报道，多视

角全方位传播巢湖声音、讲好巢湖故事。

8. 围绕市委市政府中心工作，宣传市内政治、经济、文化、社会、生态建设中的大事。

9. 巩固全国文明城市创建成果，保障各项创建工作持续稳步推进。

10. 扎实推进新时代文明实践工作，打通城乡公共文化服务体系引导机制，推动基层宣传思想文化工作和精神文明建设工作改革创新。

#### **（四）单位预算绩效管理开展情况**

我单位组织对2020年度21个一般公共预算项目支出开展绩效自评，共涉及资金2172.4755万元，部门整体支出绩效自评得分98.65分，实现项目支出绩效自评全覆盖。

#### **（五）当年单位预算及执行情况**

市委宣传部2020年度预算全部属于财政拨款预算，全年预算2279.24万元。按资金来源分为：一般公共预算拨款1131.76万元、政府性基金预算拨款1147.48万元。按资金结构分为：基本支出577.30万元，项目支出1701.94万元。

市委宣传部2020年全年总支出数2165.84万元，预算执行率达到95.02%。其中：基本支出568.08万元，项目支出1597.76万元。

## **二、单位整体支出绩效实现情况**

2020年，我单位积极履职，不断建立健全内部管理制度，

各项项目得到有序开展，较好地完成了年度工作目标。2020年部门整体支出评价得分为98.65分。部门整体支出绩效情况如下：

### （一）履职完成情况

开展宣传干部“四力”教育培训活动，提升宣传思想战线干部能力和本领。服务市委理论学习中心组理论学习24次，邀请各领域教授、专家来巢举办专题报告会30余场，受众1万余人次。意识形态工作措施有力。对全市20家自媒体和67个政务新媒体账号建立台账，登记备案。24小时常态化开展网络舆情监测工作，召开意识形态工作业务培训会，提升党员干部意识形态责任意识和工作水平。

组织第二届爱国主义教育基地评选活动，吸引17家单位参评；组织10家单位申报合肥市爱国主义教育基地。“线下”启动2020年安徽省首场乡村春晚演出活动，举办“文化送温暖”系列活动5场。“线上”组织“云赏民俗”文化活动20多场；组织“云集文艺”征集重点文艺作品和重大文艺创作选题累计100多件；组织“云上爱国”，5万多名中小學生观看《港珠澳大桥》等爱国主义主题电影，踊跃参加爱国主义读书教育系列活动；组织“云推比赛”，征集和选拔合肥市基层文艺调演季参赛节目。

整合志愿服务队开展思想政策、脱贫攻坚、防疫等宣讲活动1200多场。“编外子女”“流动的剃头匠”“医路相伴志愿同行”等志愿服务品牌项目常态长效开展。成功举办2020年新时代文明实践志愿服务项目大赛。常态化开展“联点共建”、文明



创建重点工作及乡镇文明创建三级考评，扎实推进 11 项专项整治行动。10 家单位获评安徽省第十二届安徽省文明单位称号。新增全国“文明村镇”1 个、省“文明村镇”6 个。深入推进身边好人活动，新增中国好人 2 人、合肥好人 3 人，巢湖好人 33 人。开展文明校园评选，新增合肥市文明校园 3 所。开展道德模范与身边好人进校园活动，激励广大青少年把道德典型的榜样力量转化为与时代共奋进的自觉行动。

策划“决胜全面小康、决战脱贫攻坚”重大主题宣传，开设脱贫攻坚、抗疫抗洪等专栏以及策划拍摄视频。加强与人民网、新华网、央广网和省市主流媒体的深度合作，组织开展新华网全媒体巢湖行采访活动等，全年在中央媒体发稿 2060 篇，在省级媒体发稿 4370 篇。以“巢湖发布”微信、微博、抖音、宣传网等平台为载体，不断提升融媒体中心内容生产能力，全年累计发布有关信息 12000 多条。持续强化与合肥报业传媒集团、合肥市广播电视台等合作，推进与巢湖学院合作产学研基地建立。市融媒体中心获批互联网新闻信息服务许可证，并成功入驻省级技术平台“皖云”。

## **（二）履职效果情况**

通过组织培训，进一步提升培训人员的综合素质，提升工作岗位的履职能力。助力理论学习，进一步提高全市党委（党组）中心组学习质量。通过文明城市创建，促进未成年人教育工作的关注度，提高城市文明程度，提升群众对创城的认可度和幸福感，促进志愿服务理念和精神洒遍全城，入脑入心。发挥新时代文明

实践中心作用，打通城乡公共文化服务体系的引导机制，推动基层宣传思想文化工作和精神文明建设改革创新。通过内外宣传工作的开展，展示巢湖特色工作，提升巢湖对外的影响力和美誉度，进一步传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民。

### **（三）社会满意度及可持续性影响**

全年宣传思想文化工作的开展，目标完成较好，社会满意度较高。对培育践行社会主义核心价值观、引导和激发广大群众的爱国热情，对巢湖市地方民俗特色文化传播、引导和激发文艺工作者服务基层、服务群众，对全市居民参与文明城市创建工作热情以及市民创建文明城市的认同度、进一步推动农村精神文明和基层宣传思想工作，对外宣传以及与主流媒体的合作、弘扬主旋律、传播正能量等方面发挥着持续的、较好、较深的影响。

## **三、单位整体支出绩效中存在问题及改进措施**

### **（一）主要问题及原因分析**

主要问题：预算编制和实际执行存在偏差，部分项目预算执行力度不达标。主要原因分析：单位内部各科室年初预算编制不够精细，项目资金用途、测算存在不合理现象，且部分项目易受外部环境等不可控因素影响。

### **（二）改进的方向和具体措施**

1. 细化预算编制工作。进一步加强单位内部科室的预算管理意识，组织预算编制事前学习培训；合理编制预算项目，优先保障固定的项目，尽量压缩有变动性、有控制空间的项目，进一步

提高预算编制的科学性、合理性和可控性。

2. 加强单位财务及内控管理，规范单位财务行为。年初无预算项目原则上不得擅自开展。有预算项目开展前需做好费用预测，在厉行节俭的原则下实施。在费用报账支付时，严格按照预算规定的费用项目和用途进行资金使用审核、列报支付、财务核算，杜绝超支、挪用现象发生。

#### **四、绩效自评结果拟应用和公开情况**

我单位根据绩效评定指标对各项目量化评价，自评指标得分98.65分。全部项目绩效目标申报表已与年初预算同步公开。除“省级技术平台维护费”项目因合同服务期变更，预算资金未使用收回外，其余所有项目的实际状况与项目申报的绩效目标进行对比分析均完成。

# 部门（单位）整体支出绩效自评表

（2020年度）

填报单位(盖章)	中共巢湖市委宣传部		下属单位个数	2个（非独立核算）		
整体支出规模		全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	资金来源： (1) 财政拨款	2279.24 万元	2165.84 万元	10	95.02%	10
	(2) 其他资金					
	资金结构： (1) 基本支出	577.30 万元	568.08 万元			
	(2) 项目支出	1701.94 万元	1597.76 万元			
年度总体目标	年初设定目标		全年完成情况			
	<p>申请预算资金 2279.24 万元，主要是为达到以下目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>通过项目的实施，保障单位日常办公正常高效运转。</li> <li>及时发现涉巢舆情信息，及时研判、及时处置；提升全市网络评论员的舆情发现力、研判力和处置力。</li> <li>引导扶持农村文化科技卫生事业的发展，激发广大干部群众创业活力；提升爱国主义教育基地管理、服务水平，组织对青少年的爱国主义教育。</li> <li>组织文化文艺小分队下基层，开展各类惠民性、群众性文化活动调动广大文艺工作者积极性，创作和演出更多更好的文艺作品。通过文博会平台展示文化改革发展最新成果、整合优质文化资源、促进文化产品交易。</li> <li>保障市委理论学习中心组学习会议召开；开展各类理论宣传宣讲活动，推动党的创新理论进基层、进群众、进人心。</li> <li>加强与各级各类媒体联系合作，组织媒体围绕全市重大主题、重大活动开展集中宣传报道，确保稿件数量稳中有升，对外宣传声势强劲。</li> <li>做好巢湖市决策部署、重点工作等方面的宣传报道，多视角全方位传播巢湖声音、讲好巢湖故事。</li> <li>围绕市委市政府中心工作，宣传市内政治、经济、文化、社会、生态建设中的大事。</li> <li>巩固全国文明城市创建成果，保障各项创建工作持续稳步推进。</li> <li>扎实推进新时代文明实践工作，打通城乡公共文化服务体系引导机制，推动基层宣传思想工作文化工作和精神文明建设改革创新。</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>意识形态工作不断向上向好。工作责任压紧压实，风险防范措施有力，24 小时常态化开展网络舆情监测工作，编印《巢湖舆情》52 期。督查指导常态长效，对全市其他 51 家单位党组织开展意识形态工作责任制落实情况专项督查。</li> <li>文化文艺工作不断出新出彩。公共文化服务水平不断提升，举办多场文艺文化文教活动。通过“线上+线下”的方式，举办“文化送温暖”系列活动 5 场，民俗文化活动 20 多场。面向全市征集重点文艺作品和重大文艺创作选题累计 100 多件。组织“云上爱国”，5 万多名中小学生学习观看爱国主义主题电影，各学校踊跃参加爱国主义读书教育系列活动。文化旅游产业发展加快，参加合肥文化旅游推介会，组织巢湖市文化旅游推介会两场，组织企业参加合肥市文博会。</li> <li>理论武装工作不断走深走实。持续推进理论学习，市委理论学习中心组开展理论学习 24 次、集体研讨 4 次，组织专题辅导 1 次。全面加强理论宣讲，邀请各领域教授、专家来巢宣讲党的十九届四中、五中全会精神和习近平总书记考察安徽重要讲话指示精神。扎实开展理论研究，围绕习近平总书记考察安徽重要讲话指示精神和党的十九届五中全会精神以及打好三大攻坚战、生态文明建设、保障改善民生、维护社会稳定等重点工作扎实开展理论研究和调查研究，向“学习强国”投稿 200 多篇。</li> <li>宣传舆论工作不断有力有为。聚焦中心做强正面宣传，精心策划重大主题宣传，开设专栏。拓展渠道提升对外宣传，加强与人民网、新华网、央广网和省市主流媒体的深度合作。创新理念推动融媒发展，以“巢湖发布”微信、微博、抖音、APP、今日头条、宣传网等平台为载体，不断提升融媒体中心内容生产能力。</li> <li>文明建设工作不断提质增效。巩固提升文明创建成果，常态化开展“联点共建”、文明创建重点工作及乡镇文明创建三级考评。深化拓展文明实践路径，严格落实联席会议、结对共建、考评奖惩、激励回馈四项工作机制，加强对文明实践活动的督查、指导和帮助。深入推进公民道德建设，全市新增中国好人 2 人、合肥好人 3 人，巢湖好人 33 人，积极开展道德模范与身边好人进校园活动。</li> </ol>			

分解目标自评								
一级指标	权重	二级指标	三级指标	年度指标值	全年完成值	分值	得分	偏差及原因分析
投入、过程管理指标	40	预算编制管理	基础信息完整性	基础数据信息是否真实、完整、准确	基础数据信息真实、完整、准确	3	3	
			绩效目标符合性	是否符合国家法律法规以及单位中长期实施规划；是否符合单位“三定”方案确定的职责以及相关预算管理的要求	符合国家法律法规以及单位中长期实施规划；符合单位“三定”方案确定的职责以及相关预算管理的要求	3	3	
			绩效指标明确性	是否将部门整体的绩效目标细化分解为具体的工作任务；是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现	部门整体的绩效目标细化分解为具体的工作任务；通过清晰、可衡量的指标值予以体现	4	4	
		预算执行管理	预算完成率	95%-100%	95.02%	2	2	
			支付进度率	95%-100%	95.02%	2	2	
			结转结余率	0%-5%	3.36%	2	2	
			公用经费控制率	95%-100%	99.88%	2	2	
			“三公经费”控制率	85%-100%	87.66%	2	2	
		预算管理	资金使用合规性	资金的拨付是否有完整的审批程序和手续；项目的重大开支是否经过评估论证或履行政府采购程序或履行政府购买服务程序；是否符合部门预算批复的用途；是否严格实行执行国库集中支付；是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况	资金的拨付有完整的审批程序和手续；项目的重大开支经过评估论证或履行政府采购程序或履行政府购买服务程序；符合部门预算批复的用途；严格实行执行国库集中支付；不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况	3	3	
			预决算信息公开性	是否按规定内容公开预决算信息；是否按规定时限公开预决算信息	按规定内容公开预决算信息；按规定时限公开预决算信息	4	4	
			政府购买服务执行情况	是否严格执行了政府购买服务管理	严格执行了政府购买服务管理	3	3	
		资产管理	管理制度健全性	是否已制定资产管理制度；相关资产管理制度是否合法、合规、完整；相关资产管理制度是否得到有效执行	已制定资产管理制度；相关资产管理制度合法合规完整；相关资产管理制度得到有效执行	3	3	
			资产管理安全性	资产保存是否完整；资产配置是否	资产保存完整；资产配置合理；资产	3	3	

				合理；资产处置是否规范；资产账务管理是否合规，是否帐实相符；资产是否有偿使用及处置收入及时足额上缴	处置规范；资产账务管理合规，帐实相符；资产有偿使用及处置收入及时足额上缴			
			固定资产利用率	95%-100%	96%	4	4	
产出指标	30	数量指标	全年组织的培训学时	≥56 学时	60 学时	0.5	0.5	
			服务中心组学习会议次数	约 20 次	24 次	0.5	0.5	
			举办重大主题活动次数	≥2 场	5 场	0.5	0.5	
			举办全市性志愿服务活动次数	2 次	1 次	0.5	0.25	
			建成镇街志愿服务中心数量	17 个	17 个	0.5	0.5	
			开展未成年人专项活动次数	3 场	3 场	0.5	0.5	
			开校园周边环境专项督查次数	≥2 次	2 次	0.5	0.5	
			开展文明创建督查次数	≥30 次	20 次	0.5	0.35	
			开展联点共建测评、乡镇测评及重点工作测评次数	≥10 次	15 次	0.5	0.5	
			开展新时代文明实践中心宣讲活动次数	≥15 场	15 场	0.5	0.5	
			开展新时代文明实践中心文体活动次数	≥40 场	50 场	0.5	0.5	
			孵化志愿服务项目个数	≥10 个	10 个	0.5	0.5	
			打造特色新时代文明实践点个数	5 个	5 个	0.5	0.5	
			全年在人民网、新华网等发稿数	≥80 篇	95 篇	0.5	0.5	
			全年在三级媒体发稿量	≥36 篇	48 篇	0.5	0.5	
			全年与主流媒体合作专版数	≥10 个	12 个	0.5	0.5	
			全年接待媒体集中采访次数	≥30 次	36 次	0.5	0.5	
			全年微信发布信息数量	≥1500 条	2400 条	0.5	0.5	
			全年巢湖宣传网更新信息数量	≥4000 条	5800 条	0.5	0.5	
		全年制作系列融媒体产品数量	≥10 个	5 个	0.5	0.25		
		质量指标	严格按照培训标准，保证学员参训率	≥95%	≥95%	1	1	
严格执行中心组学习制度，保证中心组成员参学率	≥90%		≥90%	1	1			

		<p>文明创建及志愿服务等活动顺利开展，能取得良好效果</p> <p>未成年人思想道德建设活动及督查等工作顺利开展，效果显著</p> <p>完善创城验收各项软硬件指标，顺利通过中央文明办复查</p> <p>新时代文明实践中心工作有序有效开展，取得良好社会效果</p> <p>在人民网、新华网、三级媒体等对外宣传媒介上完成全年外宣发稿工作任务，积极策划巢湖专题宣传</p> <p>“巢湖发布”微信、微博、抖音、手机客户端产品形式内容多样，重大新闻、重大活动宣传报道及时</p> <p>融媒体产品制作达到相关要求</p>	<p>顺利开展</p> <p>顺利开展</p> <p>顺利通过</p> <p>有序有效开展</p> <p>完成任务数</p> <p>完成任务</p> <p>达标</p>	<p>顺利开展</p> <p>顺利开展</p> <p>延期复查</p> <p>顺利开展</p> <p>完成任务数</p> <p>完成任务</p> <p>完成任务</p>	<p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p>	<p>1</p> <p>1</p> <p>0.8</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p>	
	时效指标	<p>各培训按计划按时按质按量完成</p> <p>中心组学习按计划召开，及时传达学习文件会议精神</p> <p>重主活动志愿服务按照时间节点有序开展</p> <p>未成年人思想道德建设活动及校园周边安全专项督查按照要求及时开展，尤其在中小学开学之际，确保活动及督查开展到位</p> <p>在中央文明办要求的时间节点前，完成各项创城工作的软硬件材料收集上报</p> <p>新时代文明实践中心工作稳步推进，按照时间节点要求及时完成各项工作任务</p> <p>在全市外宣考核前，完成全年外宣工作任务</p> <p>新媒体平台重点时间段集中推介巢湖，</p>	<p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p>	<p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p> <p>按质按量完成</p>	<p>0.5</p> <p>0.5</p> <p>0.5</p> <p>0.5</p> <p>0.5</p> <p>0.5</p> <p>0.5</p>	<p>0.5</p> <p>0.5</p> <p>0.5</p> <p>0.5</p> <p>0.5</p> <p>0.5</p>	

			微信每日更新						
			融媒体产品制作至少保证每月拍摄一个短视频和一个H5	按质按量完成	完成一半	1	0.5		因疫情影响，上半年未开展此项工作
		成本指标	项目总成本≤年初预算数	2223.65万元	1597.76万元	0.5	0.5		
			互联网宣传管理工作项目成本≤预算数	8万	6.7万	0.5	0.5		
			宣传教育工作项目成本≤预算数	53万	53万	0.5	0.5		
			文化艺术工作项目成本≤预算数	53万	43万	0.5	0.5		
			对外宣传工作项目成本≤预算数	318.5万	315.3万	0.5	0.5		
			“两台一报”宣传合作项目成本≤预算数	411.2万	411.2万	0.5	0.5		
			县级融媒体中心建设项目成本≤预算数	63万	62.7万	0.5	0.5		
			创建全国文明城市工作项目成本≤预算数	312.5万	312.3万	0.5	0.5		
			新时代文明实践中心建设工作项目成本≤预算数	225万	185万	0.5	0.5		
			宣传思想战线培训项目成本≤预算数	2万	1.97万	0.5	0.5		
效果指标	15	经济效益指标	本指标不适用单位所有项目	本指标不适用单位所有项目					
		社会效益指标	进一步提升培训人员的综合素质，提升工作岗位的履职能力的程度	程度较高	程度较高	1	1		
			进一步提高全市党委（党组）中心组学习质量的程度	程度较高	程度较高	1	1		
			提高城市文明程度，提升群众对创城的认可度和幸福感，促进志愿服务理念和精神洒遍全城，入脑入心的程度	程度较高	程度较高	1	1		
			促进全市范围内广泛关注未成年人教育工作、关爱未成年人的程度	程度较高	程度较高	1	1		
			对社会文明程度，居民幸福感进一步提升的程度	程度较高	程度较高	1	1		
			发挥新时代文明实践中心作用，打通城	程度较高	程度较高	1	1		



			乡公共文化服务体系的引导机制,推动基层宣传思想文化工作和精神文明建设改革创新的程度						
			通过外宣工作的开展,展示巢湖特色工作,对巢湖对外的影响力和美誉度的提升度	提升较高	提升较高	2	2		
			通过项目实施,进一步传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民的程度	程度较高	程度较高	1	1		
			通过项目实施,利用短视频、H5等形式,提升巢湖宣传的影响力的提升度	提升较高	提升较高	1	1		
		生态效益指标	本指标不适用单位所有项目	本指标不适用单位所有项目					
		可持续影响指标	对培育践行社会主义核心价值观,引导和激发广大群众的爱国热情的影响程度	提升较高	提升较高	1	1		
			对巢湖市地方民俗特色文化传播力、影响力,引导和激发文艺工作者服务基层、服务群众的提升程度	提升较高	提升较高	1	1		
			对舆情监测信息化水平、舆情监测工作效率的提升程度	程度较高	程度较高	1	1		
			对全市居民参与文明城市创建工作热情以及市民创建文明城市的认同度,进一步推动农村精神文明和基层宣传思想工作的影响程度	程度较高	程度较高	1	1		
			通过对外宣传以及与主流媒体的合作,弘扬主旋律、传播正能量的影响程度	程度较高	程度较高	1	1		
满意度指标	5	满意度指标	服务对象满意度	≥90%	≥90%	5	5		
总分								98.65	

# 宣传思想战线“四力”培训实践项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

### （一）项目立项情况

根据市委宣传部“三定”方案中的职责，我单位承担宣传系统后备干部队伍建设，配合有关部门做好宣传委员、知识分子及宣传干部的培训工作。为不断增强基层宣传思想干部脚力、眼力、脑力、笔力，承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，计划对基层宣传思想干部开展宣传思想战线“四力”培训。

### （二）项目资金情况

年初申请项目预算资金14万元。因受新冠疫情影响，根据市财政压减一般性支出要求，后期预算资金压减至2万元。项目按计划组织实施，资金及时到位。认真落实中央八项规定及培训具体规定，厉行勤俭节约，经费控制在预算范围内。支出依据合规，无虚列项目支出、超标准开支和超预算开支等违规情况。

### （三）项目实施情况

因受新冠疫情影响，根据实际工作要求，培训在巢湖市内开展，培训人数约50人，培训时间由原计划5天缩短至3天。项目绩效适时根据实际情况对相应的数量指标、质量指标、时效指标、成本指标等进行调整，最终顺利完成该项目，并达到预期效果。

### （四）项目组织情况

年初根据宣传思想文化工作要点制定培训计划。在培训开展

前，从实际工作需求出发，围绕网络舆情引导、意识形态、新时代文明实践、媒体融合、新闻宣传与发布等内容开设了相关课程，用理论教学与现场模拟教学相结合的方式授课。因受新冠疫情影响，培训时间延期至7月开展。

#### （五）项目管理情况

按照《巢湖市市直机关培训费管理办法》进行经费管理，资金全部通过国库集中支付，保障经费支出合法合规。每季度对项目实施和资金使用情况跟踪监控。

## 二、评价结论

2020年度，宣传思想战线“四力”培训实践项目顺利实施，既完成了年度工作要点和年度工作计划安排的任务，又将经费控制在预算范围内，达到项目预期效果。具体包括：一是在防疫和培训工作均不放松的情况下，及时调整项目计划，重新制定培训方案，调整培训时间、地点、课时及课程内容，确保项目顺利实施。二是根据市财政压减一般性支出要求，坚持厉行节俭，合理调整项目预算资金额度。三是在项目投入、产出指标均调整的情况下，项目顺利实施，按时按质完成任务，达到预期的效益和满意度。

经统计分析，市委宣传部2020年度宣传思想战线“四力”培训实践项目绩效评价综合得分为98分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	48	30	10	98

### **三、存在问题**

通过评价发现的问题是预算编制和实际执行有偏差。原因主要是培训计划受相关管理办法、制度和规定等约束影响较大，且易受外部环境等不确定因素影响。因此在上年度预算的编制时无法准确预计培训是否能按原定计划开展，从而造成预算编制和实际执行间存在差异。

### **四、问题整改及结果应用**

针对存在的问题，我单位进一步强化预算管理意识，预算编制前与有关单位做好沟通衔接，提高预算编制的科学性、合理性、准确性和可控性。

# 项目支出绩效自评表

(2020 年度)

填报单位（盖章）		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		宣传思想战线“四力”培训实践						
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位	中共巢湖市委宣传部			
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：	14 万	2 万	1.97 万	10	98.65%	10
		其中：当年财政拨款	14 万	2 万	1.97 万	10	98.65%	10
		上年结转资金						
		其他资金						
年度总体目标	预期目标			实际完成情况				
	全年申请预算 14 万元，用于组织全市各镇街宣传委员、市直相关单位分管负责同志开展宣传思想战线“四力”培训。通过项目实施，旨在提升宣传思想战线工作人员眼力、脚力、脑力、笔力。			项目实际实施过程中，根据市财政压减一般性支出要求，全年预算资金压减至 2 万元。因受疫情影响，该培训延期至 7 月份开展，为期三天，该项目已顺利实施，并达到预期效果。				
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	培训学时	≥40 学时	24 学时	5	3	因受疫情影响，培训时间缩短。
			培训课程设置	≥6 个	6 个	5	5	
			培训场次	1 场	1 场	5	5	
		质量指标	培训标准是否符合相关规定	是	是	5	5	
			学员参训率	≥95%	100%	5	5	
			经费支出合规性	是	是	5	5	
		时效指标	培训完成时间	年度内	7 月完成	5	5	
			经费支出时效性	计划培训结束后一周内	完成	5	5	
	成本指标	项目总成本≤预算数	≤2 万	1.97 万	5	5		
		培训人均费用标准是否符合培训费相关规定	是	是	5	5		
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		社会效益指标	对培训人员综合素质提升程度	程度较高	程度较高	10	10	
对培训人员岗位履职能力的提升程度			程度较高	程度较高	10	10		
生态效益指标		本指标不适用此项目		本指标不适用此项目				
可持续影响指标	对单位履职、促进宣传思想文化事业发展的持续影响程度	程度明显	程度明显	10	10			
满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥90%	≥90%	10	10		
总分						98		

# 《舆情秘书》平台检测费项目支出 绩效评价报告

## 一、项目概况

### （一）项目立项情况

根据市委宣传部“三定”方案中网宣办工作职能：加强涉及我市网上舆情监测、收集和研判工作。市委宣传部和北京智慧星光信息技术有限公司签订《舆情服务及人工研判预警服务一体化合同》，提供“舆情秘书”服务，全年对涉巢舆情进行监测预警。

### （二）项目资金情况

年初申请项目预算资金8万元。项目按计划组织实施，资金及时到位。全年经费控制在预算范围内。支出依据合规，无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。

### （三）项目实施情况

因预算编制和实际执行有偏差，项目绩效适时根据实际情况对项目服务期间和服务费用等进行调整，最终顺利完成该项目，并达到预期效果。

### （四）项目组织和管理情况

该项目按规定履行政府采购程序，合同双方按照约定内容进行项目履约服务。项目资金全部通过国库集中支付，专款专用，保障经费支出合法合规。

## 二、评价结论

2020年度，《舆情秘书》平台检测费项目申请8万元财政资金，用于舆情信息监测，全面掌控涉巢舆情信息，维护社会稳定的影响程度较高。《舆情秘书》平台基本能发生舆情及时推送，

涉巢舆情信息监测任务完成率达 100%，并且随时发现随时推送。2020 年巢湖市网信办全面掌控涉巢舆情信息，维护社会稳定的影响程度较高。对《舆情秘书》平台服务基本满意。具体包括：一是专人常态化开展舆情 24 小时监测、收集、研判和推送；二是疫情防控期间严格落实舆情日报制度，处理负面舆情信息 200 余条，营造了众志成城抗击疫情的良好氛围；三是汛期累计处理负面舆情信息 700 余条，在全市上下的共同努力下，未出现有较大影响力的负面舆情。

经统计分析，市委宣传部 2020 年度《舆情秘书》平台检测费项目绩效评价综合得分为 96 分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	6	50	30	10	96

### 三、存在问题

通过评价发现存在的问题是预算编制和实际执行有偏差。项目执行率未达到 100%。

### 四、问题整改及结果应用

针对存在的问题，我单位进一步强化预算管理意识，主动与服务方沟通合作事项，合理修改合同条款，调整项目服务期间以及资金支付时间，进一步优化项目绩效目标，以达到项目预期效果和满意度。

# 项目支出绩效自评表

(2020年度)

填报单位(盖章)		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		《舆情秘书》平台检测费						
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位	中共巢湖市委宣传部			
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:	8万	8万	6.7万	10	84%	6
		其中:当年财政拨款	8万	8万	6.7万	10	84%	6
		上年结转资金						
		其他资金						
年度总体目标	预期目标				实际完成情况			
	申请8万元财政资金,用于舆情信息监测,全面掌控涉巢舆情信息,维护社会稳定的影响程度较高。				基本能及时发现涉巢舆情信息,及时研判、及时处置。			
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	发生舆情及时推送	100%	100%	15	15	
		质量指标	涉巢舆情信息监测任务完成率	100%	100%	15	15	
		时效指标	随时发现随时推送	随时发现随时推送	完成	10	10	
		成本指标	项目总成本≤预算数	≤8万	6.7万	10	10	
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		社会效益指标	全面掌控涉巢舆情信息,维护社会稳定的影响程度	影响程度较高	影响程度较高	30	30	
		生态效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		可持续影响指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
	满意度指标	服务对象满意度指标	使用者满意度	≥90%	≥90%	10	10	
总分							96	



# 2020年巢湖市新时代文明实践中心建设工作经费项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

该项目经费用于扎实推进新时代文明实践工作，打通城乡公共文化服务体系的引导机制，推动基层宣传思想文化工作和精神文明建设改革创新。项目预算225万元，截至2020年12月底，支出212万元。

项目资金支出依据合规，无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。全部通过国库集中支付，专款专用。

## 二、评价结论

2020年巢湖市新时代文明实践中心建设工作经费用于扎实推进新时代文明实践工作，打通城乡公共文化服务体系的引导机制，推动基层宣传思想文化工作和精神文明建设改革创新。聚焦组织体系、运行机制、考评标准建设，紧抓体制机制，制定匹配措施，坚持优化资源整合、擦亮志愿服务品牌、加强队伍建设、拓展志愿服务领域，多措并举推动文明实践活动有力有序、常态长效开展。每月制定《巢湖市新时代文明实践计划安排》等折页手册，推动新时代文明实践工作常态化。依托年度评比、季度检查、日常抽查与征求群众意见相结合的方法，加强对文明实践活动的督查、指导和帮助，表彰先进，推动活动做实。10月

份对各乡镇、街道申报的 35 家特色实践站点开展了实地调研评估工作，并对 15 个特色实践站点进行了表彰。开展了 2020 年新时代文明实践志愿服务项目大赛，评出了金、银、铜奖共 9 个优秀项目。购买支持志愿服务项目 10 个，“编外子女”、“流动的剃头匠”、“医路相伴志愿同行”等志愿服务品牌项目常态长效开展。

经统计分析，市委宣传部 2020 年巢湖市新时代文明实践中心建设工作经费项目绩效评价综合得分为 98 分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	8	50	30	10	98

### 三、存在问题

通过评价发现存在的问题是预算编制和实际执行有偏差，项目执行率未达到 100%。

### 五、问题整改及结果应用

针对存在的问题，我单位将进一步强化预算管理意识，优化项目绩效目标，以达到项目预期效果和满意度。

# 项目支出绩效自评表

(2020年度)

填报单位(盖章)		中共巢湖市委宣传部							
项目名称		2020年巢湖市新时代文明实践中心建设工作经费							
主管部门		巢湖市委宣传部			实施单位		巢湖市文明办		
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:	225万	225万	185.96万	10	82.65%	4	
		其中:当年财政拨款	225万	225万	185.96万	10	82.65%	4	
		上年结转资金							
		其他资金							
年度总体目标	预期目标				实际完成情况				
	扎实推进新时代文明实践工作,打通城乡公共文化服务体系的引导机制,推动基层宣传思想文化工作和精神文明建设改革创新。				聚焦组织体系、运行机制、考评标准建设,紧抓体制机制,制定匹配措施,坚持优化资源整合、擦亮志愿服务品牌、加强队伍建设、拓展志愿服务领域,多措并举推动文明实践有力有序、常态长效开展。				
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	开展新时代文明实践中心宣讲活动次数	≥15场	15场	5	5		
			开展新时代文明实践中心文体活动次数	≥40场	50场	5	5		
			孵化志愿服务项目个数	≥10个	10个	5	5		
			打造特色新时代文明实践点个数	5个	5个	5	5		
		质量指标	新时代文明实践中心工作有序有效开展,取得良好社会效果	有序有效开展	顺利开展	10	10		
		时效指标	新时代文明实践中心工作稳步推进,按照时间节点要求及时完成各项工作任务	按质按量完成	按质按量完成	5	5		
			经费支出时效性	项目完成后及时支付	项目完成后及时支付	5	5		
	成本指标	项目总成本≤预算数	≤225万	185.96万	10	10			
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目					
		社会效益指标	发挥新时代文明实践中心作用,打通城乡公共文化服务体系的引导机制,推动基层宣传思想文化工作和精神文明建设改革创新的程度	程度较高	程度较高	20	20		
		生态效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目					
		可持续影响指标	推动基层宣传思想文化工作和精神文明建设改革创新的影响程度	程度较高	程度较高	10	10		
满意度指标	服务对象满意度	群众满意度	≥90%	≥90%	10	10			
总分							94		

# 2020年创建全国文明城市工作专项经费 项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

该项目经费用于全方位加大创建力度，提升居民的幸福感和获得感以及对我市文明创建工作的满意度和参与感。

项目资金支出依据合规，无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。全部通过国库集中支付，专款专用。

## 二、评价结论

2020年创建全国文明城市工作专项经费用于全方位加大创建力度，提升居民的幸福感和获得感以及对我市文明创建工作的满意度和参与感。

一是开展城区街道社区和联点共建单位、市直主创单位、乡镇三级创城月度12次，模拟测评2次，专项督查16次，组织社会志愿者对问题整改情况开展“回头看”督查6次，拍摄问题曝光片3期，分类排名、严格奖惩。

二是通过“文明随手拍”曝光问题，发动市民用镜头记录身边文明行为，积极为创建文明城市建言献策。

三是大力选树道德典型。新增“巢湖好人”29人、“合肥好人”6人，“中国好人”2人。

四是以抗击疫情为契机，发挥新时代文明实践中心平台作用，倡导清明云祭扫、“公勺公筷文明用餐”健康生活文明理念，有效劝阻宴请164起、聚集活动126起，取消喜事825场、简办

丧事 197 场、网络云祭扫 33000 人次。

五是广泛开展文明单位、文明村镇、文明校园、文明家庭创建评选活动。

经统计分析，市委宣传部 2020 年巢湖市新时代文明实践中心建设工作经费项目绩效评价综合得分为 98 分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	47.5	30	10	97.5

### 三、存在问题

通过评价发现存在的问题是预算编制和实际执行有偏差，因为 2020 年初疫情以及文明创建工作过程中应急项目较多，导致项目执行与预算编制有偏差。

### 六、问题整改及结果应用

针对存在的问题，我单位将进一步强化预算管理意识，优化项目绩效目标，以达到项目预期效果和满意度。

# 项目支出绩效自评表

(2020年度)

填报单位(盖章)		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		2020年创建全国文明城市工作专项经费						
主管部门		巢湖市委宣传部		实施单位		巢湖市文明办		
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:	812.06万	812.06万	811.95万	10	99.99%	10
		其中:当年财政拨款	812.06万	812.06万	811.95万	10	99.99%	10
		上年结转资金						
		其他资金						
年度总体目标	预期目标				实际完成情况			
	通过项目实施,巩固全国文明城市创建成果,保障各项创建工作持续稳步推进。				全年文明建设工作不断提质增效。巩固提升文明创建成果,常态化开展“联点共建”、文明创建重点工作及乡镇文明创建三级考评。深入推进公民道德建设,积极开展道德模范与身边好人进校园活动。			
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	举办全市性志愿服务活动次数	2次	1次	2	1	因为疫情影响,上半年主题活动未能正常开展
			建成镇街志愿服务中心数量	17个	17个	2	2	
			开展未成年人专项活动次数	3场	3场	1	1	
			开校园周边环境专项督查次数	≥2次	2次	1	1	
			开展文明创建督查次数	≥30次	20次	2	1.5	因为疫情影响,上半年测评活动未能正常开展
		质量指标	开展联点共建测评、乡镇测评及重点工作测评次数	≥10次	15次	2	2	
			做好全市公益广告宣传氛围营造	完成	完成	5	5	
			完善各项硬件指标,包括基础设施的建设和维护	完成	完成	5	5	
		时效指标	完善创城验收各项软硬件指标,顺利通过中央文明办复查	顺利通过	延期复查	10	9	
			重点活动志愿服务活动按照时间节点有序开展	按质按量完成	按质按量完成	2	2	
	未成年人思想道德建设活动及校园周边安全专项督查按照要求及时开展		按质按量完成	按质按量完成	3	3		
	成本指标	项目成本≤预算数	812.06万	811.95万	10	10		
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目				
社会效益指标		营造浓厚氛围,引导全民参与文明创建的程度	程度较高	程度较高	10	10		
		提高城市文明程度,提升群众对创城的认可度和幸福感	程度较高	程度较高	10	10		
生态效益指标		本指标不适用此项目	本指标不适用此项目					
可持续影响指标	对创建文明城市的认同度,进一步推动农村精神文明和基层宣传思想工作的影响程度	程度较高	程度较高	10	10			
满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度≥90%			10	10		
总分						97.5		

# 新时代文明实践志愿服务中心建设经费 项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

该项目经费用于巢湖市新时代文明实践志愿服务中心场地建设，包括基础设施设置以及氛围营造，工作人员安排。积极探索服务模式，让志愿服务真正扎根基层，精准对接需求，打通服务群众最后一百米。

项目资金支出依据合规，无超标准开支和超预算开支等违规情况。全部通过国库集中支付，专款专用。

## 二、评价结论

2020年，巢湖市新时代文明实践志愿服务中心建设经费用于中心场地建设，包括基础设施设置以及氛围营造，工作人员安排。

中心地址位于安徽省合肥市巢湖市官圩路88号，可利用总面积约500平方米，设施较新且基础建设发展扎实。中心具备独立的办公场所并配备相应的办公设备，设有独立多功能室（多功能室影音设备、电脑等配备齐全），拥有专职工作人员2名，后勤保障功能整体化（中心应满足餐饮、公共卫生间、会议休息区等功能）。

通过“志汇巢湖”、“实践巢湖”、“创益巢湖”三个部分来集中打造集学习宣传、教育培训、成果展示为一体的综合性文明实践基地。同时，积极探索文明实践工作思路，让志愿服务真正扎根基层，精准对接需求，打通服务群众最后一百米，为创建“文明巢湖、志愿之城”贡献精神文明建设磅礴力量。

经统计分析，市委宣传部2020年巢湖市新时代文明实践中心建设工作经费项目绩效评价综合得分为100分，评价等级为“优

秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

基础设施建设及氛围营造基本到位，项目费用已按照合同全部支付到位，无问题。

### 七、问题整改及结果应用

无。



# 项目支出绩效自评表

(2020年度)

填报单位(盖章)		中共巢湖市委宣传部							
项目名称		新时代文明实践志愿服务中心建设经费							
主管部门		巢湖市委宣传部		实施单位		巢湖市文明办			
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:	29.77万	29.77万	29.62万	10	99.48%	10	
		其中:当年财政拨款							
		上年结转资金	29.77万	29.77万	29.62万	10	99.48%	10	
		其他资金							
年度总体目标	预期目标				实际完成情况				
	建设巢湖市新时代文明实践志愿服务中心, 积极创新探索服务模式, 让志愿服务真正扎根基层, 精准对接需求, 打通服务群众最后一百米。				中心地址位于安徽省合肥市巢湖市官圩路88号, 可利用总面积约500平方米, 设施较新且基础设施建设发展扎实。中心具备独立的办公场所并配备相应的办公设备, 设有独立多功能室(多功能室影音设备、电脑等配备齐全), 拥有专职工作人员2名, 后勤保障功能整体化(中心应满足餐饮、公共卫生间、会议休息区等功能)。				
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	打造一个新时代文明实践志愿服务中心场地, 包括基础设施、氛围营造	1个	1个	10	10		
		质量指标	认真规划基础设施设置、空间布局, 氛围营造精心设计	按时按质完成	完成	20	20		
		时效指标	按合同要求逐步推进	按合同推进	完成	10	10		
		成本指标	项目总成本≤预算数	≤29.7739万	29.62万	10	10		
	效益指标	经济效益指标	该项目不适用此指标	该项目不适用此指标					
		社会效益指标	对积极创新探索服务模式, 让志愿服务真正扎根基层, 提升精准对接需求的影响程度	程度较高	程度较高	15	15		
		生态效益指标	该项目不适用此指标	该项目不适用此指标					
		可持续影响指标	宣传展示我市新时代文明实践工作的程度	程度较高	程度较高	15	15		
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥90%	≥90%	10	10		
总分							100		

# 市场化购买孵化志愿服务项目(安徽省财政厅关于下达 2019 年省级文化强省建设专项资金(第一批)的通知)(2019 年结转)项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

该项目经费用于购买孵化志愿服务项目,以志愿项目为载体,全力推动农村精神文明和基层宣传思想工作往深里走、实里走。

项目资金支出依据合规,无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。全部通过国库集中支付,专款专用。

## 二、评价结论

2020 年,市场化购买孵化志愿服务项目经费用于购买孵化志愿服务项目,以志愿项目为载体,全力推动农村精神文明和基层宣传思想工作往深里走、实里走。

一是支付 3 个志愿服务项目“编外子女”、“心灵港湾”、“彩虹桥”第三第四季度服务费用;

二是重新经过招投标购买“编外子女”志愿服务项目,扩大该项目服务范围,提高为民服务标准,项目最终招投标经费为 37.2 万元每年。

经统计分析,市委宣传部 2020 年巢湖市新时代文明实践中心建设工作经费项目绩效评价综合得分为 98 分,评价等级为“优秀”。具体评分见下表:

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
-----	-------------	------	------	-------	------

标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	0	50	30	10	90

### 三、存在问题

通过评价发现存在的问题是预算编制和实际执行有偏差，因为 2020 年招标采购的志愿服务项目“编外子女”，按照合同，费用于 2021 年支付到位，导致项目执行与预算编制有偏差。

### 八、问题整改及结果应用

针对存在的问题，我单位将进一步强化预算管理意识，优化项目绩效目标，以达到项目预期效果和满意度。

# 项目支出绩效自评表

(2020 年度)

填报单位（盖章）		中共巢湖市委宣传部							
项目名称		市场化购买孵化志愿服务项目（安徽省财政厅关于下达 2019 年省级文化强省建设专项资金（第一批）的通知）（2019 年结转）							
主管部门		巢湖市委宣传部		实施单位		巢湖市文明办			
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：	53 万	53 万	14.34 万	10	27.06%	0	
		其中：当年财政拨款							
		上年结转资金	53 万	53 万	14.34 万	10	27.06%	0	
		其他资金							
年度总体目标	预期目标				实际完成情况				
	以志愿项目为载体，全力推动农村精神文明和基层宣传思想工作往深里走、实里走，计划购买孵化三个志愿服务项目				支付三个项目两个季度的费用，新招标采购一个志愿服务项目，费用按合同于 2021 年支付				
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	购买孵化志愿服务项目个数	≥3 个	4 个	10	10		
		质量指标	项目按照合同约定执行	按合同约定执行	完成	10	10		
			时效指标	项目资金按时支付	按合同约定时间支付	完成	10	10	
				按合同要求逐步推进	按合同约定时间推进	完成	10	10	
		成本指标	项目总成本≤年初预算数	≤53 万	14.34 万	10	10		
	效益指标	经济效益指标	该项目不适用此指标	该项目不适用此指标					
		社会效益指标	常态化开展活动，为孤寡老人和留守儿童提供良好的生活服务和心理辅导，提升群体里一部分人的幸福感的影响程度	程度较高	程度较高	15	15		
		生态效益指标	该项目不适用此指标	该项目不适用此指标					
		可持续影响指标	通过对项目的宣传，引导更多社会人士关注到这些群体，从而吸引更多人参与到关心关爱留守人员的影响程度	程度较高	程度较高	15	15		
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥90%	≥90%	10	10		
总分						90			

# 巢湖晨刊赠阅费项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

### （一）项目基本情况

巢湖晨刊赠阅费的经费实施主体是市委宣传部，主要用于向全国巢湖商会、合肥市、肥东县、长丰县、肥西县、庐江县、巢湖市部分民营企业和巢湖市老干部发行《巢湖晨刊》，扩大巢湖的影响力，让巢湖市的发展上新台阶。

### （二）项目主要规模和内容、绩效目标情况

巢湖晨刊赠阅费主要采用“集订分送”的方式向特定的一些群体赠送《巢湖晨刊》。通过合作办报的形式并采用“集订分送”的形式，立体展示巢湖经济社会发展成就，不断扩大巢湖市的影响力。

2020年巢湖市投入31.2万元作为巢湖晨刊赠阅费。

## 二、评价结论

2020年度，巢湖晨刊赠阅费项目绩效目标明确，更好地宣传巢湖市政治、经济、文化、生态等情况，为巢湖市高质量发展营造良好舆论环境。目标合理，能够针对巢湖市实际情况，合理安排专项资金。目标细化，各种项目的实施细则比较到位，具有可操作性。2020年，巢湖晨刊赠阅费全部到位，共计31.2万，实际执行数31.2万，执行率100%，其中全年赠阅《巢湖晨刊》2000份，圆满完成预期目标，更好地发挥了传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民的作用。

（3）具体包括：一是每年赠阅《巢湖晨刊》2000份，扩大巢湖的影响力，高质量新闻稿件宣传推介巢湖，正面宣传带动巢湖经济社会发展，二是用群众喜闻乐见的方式进行宣传，受众的关

注度更高，更好地实现服务群众的目标；三是对巢湖市的政治、经济、文化、生态等领域的工作做了较为全面的展示。群众满意度大于90%。

经统计分析，巢湖市委宣传部2020年度巢湖晨刊赠阅费项目绩效评价综合得分为100分，评价等级为“优秀”。

具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

通过评价发现存在的问题和不足主要包括：传统媒体转型发展较慢。面对新媒体冲击，“两台一报”转型升级意识不强，未能大胆改革、创新经营理念和传播手段，一线采编人员年龄老化、新媒体技术掌握不足，从而在内容策划、技术革新、平台拓展等方面发展缓慢。

### 四、问题整改及结果应用

针对存在的问题，巢湖市委宣传部采取如下整改措施：加强对“两台一报”合作内容的日常管理和绩效考核，健全约束和激励机制，推动传统媒体转型升级，提高新闻采编水平。更好地服务市委、市政府中心工作，壮大主流新闻舆论阵地。

# 项目支出绩效自评表

( 2020 年度 )

填报单位 ( 盖章 )		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		巢湖晨刊赠阅费						
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位		巢湖市融媒体中心		
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:	31.2 万	31.2 万	31.2 万	10	100%	10
		其中: 当年财政拨款	31.2 万	31.2 万	31.2 万	10	100%	10
		上年结转资金						
		其他资金						
年度总体目标	预期目标				实际完成情况			
	面向全国巢湖商会、合肥市区、肥东县、长丰县、肥西县、庐江县、巢湖市部分民营企业 and 老干部发行《巢湖晨刊》。				完成预期目标, 有效展示了巢湖良好形象			
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	每年赠阅《巢湖晨刊》份数	2000 份	赠阅 2000 份	12.5	12.5	
		质量指标	发行量达标, 并及时发放	高质量新闻稿件宣传推介巢湖	高质量新闻稿件宣传推介巢湖	12.5	12.5	
		时效指标	按时分发到位	2020 年全年	2020 全年分发到位	12.5	12.5	
		成本指标	严格按照合同约定拨付资金, 不超过年初预算金额	≤31.2 万元	31.2 万元	12.5	12.5	
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		社会效益指标	对传播巢湖声音, 展示巢湖形象, 服务巢湖人民的影响程度	程度较高	程度较高	15	15	
		生态效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		可持续影响指标	对持续巩固壮大主流思想舆论的影响程度	程度较高	程度较高	15	15	
满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥90%	≥90%	10	10		
总分							100	

# 2020 年度合肥报业集团合作经费绩效评价报告

## 一、项目概况

### （一）项目基本情况

合肥报业集团合作经费的经费实施主体是市委宣传部，主要是与合肥报业传媒集团合作办报《合肥晚报·巢湖晨刊》，更好地促进巢湖宣传工作发展。

### （二）项目主要规模和内容、绩效目标情况

合肥报业集团合作经费主要用来购买《合肥晚报·巢湖晨刊》的服务，将《合肥晚报·巢湖晨刊》打造成为中共巢湖市委的机关报，重点突出市委市政府中心工作的报道和权威发布，确保正确的舆论导向，更好地展示巢湖形象、传播巢湖声音、服务巢湖人民。《巢湖晨刊》每周五期，每期 4 开 8 版，根据需要可适当增加。

## 二、评价结论

2020 年度，合肥报业集团合作经费项目绩效目标明确，更好讲好巢湖故事、传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民，为巢湖经济社会发展营造良好舆论环境。目标合理，能够针对巢湖市实际情况，合理安排使用专项资金。目标细化，各种项目的实施细则比较到位，具有可操作性。2020 年合肥报业集团合作经费 200 万，实际执行数 200 万，执行率 100%，圆满完成预期目标，更好地实现了传播巢湖声音，展示巢湖形象，服务巢湖人民的作用。

具体包括：一是每年发行不少于 250 期报纸，每周五期，报刊版数 4 开 8 版，高质量新闻稿件宣传推介巢湖，正面宣传带动巢湖社会发展；二是用群众喜闻乐见的方式进行宣传，受众的关



注度更高，更好地实现服务群众的目标；三是更好讲好巢湖故事，传播巢湖声音，展示巢湖形象、服务巢湖人民，为巢湖经济社会发展营造了良好舆论环境。群众满意度大于90%。

经统计分析，巢湖市委宣传部2020年度合肥报业集团合作经费项目绩效评价综合得分为100分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

通过评价发现存在的问题和不足主要包括：传统媒体转型发展较慢。面对新媒体冲击，“两台一报”转型升级意识不强，未能大胆改革、创新经营理念和传播手段，一线采编人员年龄老化、新媒体技术掌握不足，从而在内容策划、技术革新、平台拓展等方面发展缓慢。

### 四、问题整改及结果应用

针对存在的问题，巢湖市委宣传部采取如下整改措施：加强对“两台一报”合作内容的日常管理和绩效考核，健全约束和激励机制，推动传统媒体转型升级，提高新闻采编水平。更好地服务市委、市政府中心工作，壮大主流新闻舆论阵地。

# 项目支出绩效自评表

( 2020 年度 )

填报单位 ( 盖章 )		中共巢湖市委宣传部							
项目名称		合肥报业集团合作经费							
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位		巢湖市融媒体中心			
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:	200 万元	200 万元	200 万元	10	100%	10	
		其中: 当年财政拨款	200 万元	200 万元	200 万元	10	100%	10	
		上年结转资金							
		其他资金							
年度总体目标	预期目标				实际完成情况				
	通过实施项目, 巩固主流舆论声音, 促进巢湖市经济社会全面进步。				完成预期目标, 有效展示了巢湖良好形象。				
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	刊发 250 期报纸	≥250 期	≥250 期	12.5	12.5		
		质量指标	报道巢湖重大新闻并积极策划专题宣传	高质量新闻稿件宣传推介巢湖	完成	12.5	12.5		
		时效指标	按时出版报纸	2020 年全年	2020 年全年	12.5	12.5		
		成本指标	项目总成本 ≤ 预算数	≤ 200 万元	200 万元	12.5	12.5		
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目					
		社会效益指标	通过项目实施, 进一步传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民的程度	程度较高	程度较高	15	15		
		生态效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目					
		可持续影响指标	对持续巩固壮大主流思想舆论的影响程度	程度较高	程度较高	15	15		
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥ 90%	≥ 90%	10	10		
总分							100		

# 2020年度合肥市广播电视台公共频道购买服务费项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

### （一）项目基本情况

合肥市广播电视台公共频道购买服务费的经费实施主体是市委宣传部，巢湖市委宣传部与合肥市广播电视台合作，在公共频道开办《巢湖新视点》《农行巢湖》两档新闻栏目。

### （二）项目主要规模和内容

合肥市广播电视台公共频道购买服务费主要用来在公共频道开办《巢湖新视点》《农行巢湖》两档新闻栏目。合办栏目《三农巢湖》每周一档，时长10分钟，全年52期；合办栏目《巢湖新视点》每周一档，时长12-15分钟，全年52期。

## 二、评价结论

2020年度，合肥市广播电视台公共频道购买服务费项目绩效目标明确，更好讲好巢湖故事，传播巢湖声音，展示巢湖形象、服务巢湖人民，为巢湖经济社会发展营造良好舆论环境。目标合理，能够针对巢湖市实际情况，合理安排使用专项资金。目标细化，各种项目的实施细则比较到位，具有可操作性。2020年合肥市广播电视台公共频道购买服务费180万，实际执行数180万，执行率100%，圆满完成预期目标，更好地实现了传播巢湖声音，展示巢湖形象，服务巢湖人民的作用。

具体包括：一是每年合办52期《三农巢湖》、52期《巢湖新视点》栏目，按合同约定组织实施，2020年按目标时间有序完成，正面宣传带动巢湖社会发展；二是用群众喜闻乐见的方式进行宣传，受众的关注度更高，更好地实现服务群众的目標；三是更好讲好巢湖故事，传播巢湖声音，展示巢湖形象、服务巢湖人民，

为巢湖经济社会发展营造了良好舆论环境。群众满意度大于 90%。

经统计分析，巢湖市委宣传部 2020 年度合肥市广播电视台公共频道购买服务费项目绩效评价综合得分为 100 分，评价等级为“优秀”。

具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

通过评价发现存在的问题和不足主要包括：传统媒体转型发展较慢。面对新媒体冲击，“两台一报”转型升级意识不强，未能大胆改革、创新经营理念和传播手段，一线采编人员年龄老化、新媒体技术掌握不足，从而在内容策划、技术革新、平台拓展等方面发展缓慢。

### 四、问题整改及结果应用

针对存在的问题，巢湖市委宣传部采取如下整改措施：加强对“两台一报”合作内容的日常管理和绩效考核，健全约束和激励机制，推动传统媒体转型升级，提高新闻采编水平，更好地服务市委、市政府中心工作，壮大主流新闻舆论阵地。

# 项目支出绩效自评表

( 2020 年度 )

填报单位 ( 盖章 )		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		合肥市广播电视台公共频道购买服务费						
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位	巢湖市融媒体中心			
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:	180 万元	180 万元	180 万元	10	100%	10
		其中: 当年财政拨款	180 万元	180 万元	180 万元	10	100%	10
		上年结转资金						
		其他资金						
年度总体目标	预期目标				实际完成情况			
	通过实施项目, 巩固主流舆论声音, 促进巢湖市经济社会全面进步。				完成预期目标, 有效展示了巢湖良好形象			
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	刊播《三农巢湖》、52 期《巢湖新视点》栏目	每年 52 期《三农巢湖》、52 期《巢湖新视点》	刊播 52 期《三农巢湖》、52 期《巢湖新视点》	12.5	12.5	
		质量指标	报道巢湖农村经济发展、民生工程建设和脱贫攻坚、乡村振兴等内容并积极策划专题宣传	高质量新闻稿件宣传推介巢湖	完成	12.5	12.5	
		时效指标	按时刊播新闻节目按时分发到位	2020 年全年	2020 年全年	12.5	12.5	
		成本指标	项目总成本 ≤ 预算数	≤ 180 万元	180 万元	12.5	12.5	
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		社会效益指标	通过项目实施, 进一步传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民的程度	程度较高	程度较高	15	15	
		生态效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		可持续影响指标	对持续巩固壮大主流思想舆论的影响程度	程度较高	程度较高	15	15	
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥ 90%	≥ 90%	10	10	
总分						100		

# 2020 年度新媒体平台运行维护费项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

### （一）项目基本情况

新媒体平台运行维护费的经费实施主体是市委宣传部，具体负责项目组织实施的单位为巢湖市融媒体中心。项目主要作为“巢湖发布”微博、抖音、手机客户端的运行维护；“巢湖发布”微信劳务费、巢湖宣传网等平台运营维护及域名空间管理。“巢湖发布”周边产品设计制作；短视频、动漫、H5 等融媒体产品制作。

### （二）项目主要规模和内容

新媒体平台运行维护费主要做好政务微信、微博“巢湖发布”及党政客户端等新媒体平台的维护工作；加强与驻巢媒体的通联工作，积极开展巢湖专题宣传。做好微博平台线上线下活动及新闻线索推送；手机客户端服务功能提升；微信平台稿费及大型会议、活动直播；巢湖宣传网、“巢湖发布”粉丝俱乐部维护及域名空间管理等。

## 二、评价结论

2020 年度，新媒体平台运行维护费项目绩效目标明确，更好地丰富了融媒体产品形式，推动了媒体融合向纵深发展，目标合理。通过实施项目，提升巢湖发布系列平台的影响力，更好地宣传推介巢湖。目标细化，各种项目的实施细则比较到位，具有可操作性。2020 年新媒体平台运行维护费 63 万，实际执行数 63 万，执行率 100%，圆满完成预期目标。

具体包括：一是巢湖发布微信每年发布信息不少于 1500 条；巢湖宣传网每年更新信息不少于 4000 条；二是“巢湖发布”微信、

微博、抖音、手机客户端新闻产品形式内容多样，巢湖宣传网及时报道我市重要新闻、重大活动；三是重点时间段集中推介巢湖，微信每日更新平台；四是宣讲巢湖故事、传播巢湖声音、提升巢湖形象，用群众喜闻乐见的方式进行宣传，受众的关注度更高，更好地实现服务群众的目标；五是巢湖融媒体各平台改版升级后新闻生产速度明显显著，各系列主题报道形成正面强势，更好地发挥舆论引导作用。群众满意度大于90%。

经统计分析，巢湖市委宣传部2020年度新媒体平台运行维护费用项目绩效评价综合得分为100分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	47	30	10	97

### 三、存在问题

通过评价发现存在的问题和不足主要包括：一是当前新媒体与传统媒体在内容生产上，仍以新闻宣传为主，与政务服务、便民服务等综合性公共服务功能结合的还不够，线上线下互动性也不强，难以满足群众的多样化需求。二是新媒体产品形式上多元化不够，产品活力不够强，新媒体产品的传播效果受限。

### 四、问题整改及结果应用

针对存在的问题，巢湖市委宣传部采取如下整改措施：一是强化内容运营，以用户需求为导向，整合各地各部门信息资源，挖掘与群众息息相关的主题，不断推出符合全媒体传播需要的新闻精品；二是拓展政务服务，整合党政部门信息资源，将政务信息发布和政务服务功能整合到“巢湖融媒”系列平台。

# 项目支出绩效自评表

( 2020 年度 )

填报单位 ( 盖章 )		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		新媒体平台运行维护费						
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位		巢湖市融媒体中心		
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:	63 万元	63 万元	62.72 万元	10	99.56%	10
		其中: 当年财政拨款	63 万元	63 万元	62.72 万元	10	99.56%	10
		上年结转资金						
		其他资金						
年度总体目标	预期目标				实际完成情况			
	通过项目实施, 做好巢湖市决策部署、重点工作等方面的宣传报道, 多视角全方位传播巢湖声音、讲好巢湖故事, 推动媒体融合向纵深发展。				完成预期目标。通过项目实施, 创新理念推动融媒发展, 以“巢湖发布”微信、微博、抖音、APP、今日头条、宣传网等平台为载体, 不断提升融媒体中心内容生产能力, 有效展示了巢湖良好形象。			
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	全年微信发布信息数量	≥1500 条	2400 条	4	4	
			全年巢湖宣传网更新信息数量	≥4000 条	5800 条	4	4	
			全年制作系列融媒体产品数量	≥10 个	5 个	2	1	因疫情影响, 上半年未开展此项工作
		质量指标	“巢湖发布”微信、微博、抖音、手机客户端产品形式内容多样, 重大新闻、重大活动宣传报道及时	完成任务	完成任务	10	10	
			融媒体产品制作达到相关要求	达标	完成任务	10	10	
		时效指标	新媒体平台重点时间段集中推介巢湖, 微信每日更新	按质按量完成	按质按量完成	6	6	
			融媒体产品制作至少保证每月拍摄一个短视频和一个 H5	按质按量完成	完成一半	4	2	
	成本指标	项目总成本 ≤ 预算数	≤63 万元	62.72 万	10	10		
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目				
		社会效益指标	通过项目实施, 进一步传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民的程度	程度较高	程度较高	10	10	
			通过项目实施, 利用短视频、H5 等形式, 提升巢湖宣传的影响力的提升度	提升较高	提升较高	10	10	
		生态效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目				
		可持续影响指标	对持续巩固主流舆论阵地, 增强主流媒体影响力的程度	程度较高	程度较高	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥90%	≥90%	10	10	
总分						97		



# 2020 年文化强省资金项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

### （一）项目基本情况

2020 年省级文化强省建设专项资金(2019 结转)的经费实施主体是市委宣传部，为了推动媒体融合向纵深发展，更好地实现服务群众的目标，2020 年市财政安排了 56 万元作为省级文化强省建设专项资金。

### （二）项目主要规模和内容

2020 年省级文化强省建设专项资金主要是用于开展直播业务、搭建云存储平台，巢湖宣传网、微信公众平台改版升级升级，以及系列主题宣传、生产媒体融合产品、开展线上线下活动吸粉及制作融媒体衍生产品等，丰富融媒体产品形式，让传播更立体更全面，形成最大化传播效应，深推动媒体融合发展和舆论阵地建设，推动文化事业和文化产业发展。

## 二、评价结论

2020 年度，省级文化强省建设专项资金项目绩效目标明确，更好地丰富了融媒体产品形式，推动了媒体融合向纵深发展，能够针对巢湖市融媒体中心平台的实际情况，合理新建升级、安排使用专项资金。目标细化，各种项目的实施细则比较到位，具有可操作性。2020 年省级文化强省建设专项资金（2019 结转）26.944 万，实际执行数 26.244 万，执行率 97.4%，基本完成预期目标，推动媒体融合向纵深发展，更好地实现了服务群众、展示巢湖良好形象的作用。因该项目单一来源采购时，节约 7000 元，且此项经费无法再用于其他项目，故执行率未达 100%。

具体包括：一是入驻海豚云、海豚云业务培训授课，纵深推动媒体融合发展和舆论阵地建设；二是丰富融媒体产品形式，让传播更立体更全面，形成最大化传播效应，正面宣传带动巢湖社会发展；三是用群众喜闻乐见的方式进行宣传，受众的关注度更高，更好地实现服务群众的目标；四是巢湖融媒体中心各平台改版升级后新闻生产速度明显显著，各系列主题报到形成正面强势，更好地发挥舆论引导作用。群众满意度大于 90%。

经统计分析，巢湖市委宣传部 2020 年度文化强省资金项目绩效评价综合得分为 100 分，评价等级为“优秀”。

具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

通过评价发现的问题和不足主要包括：随着媒体发展不断加快，新兴媒体不断扩展，媒体内涵不断丰富，媒体承载功能不断增强，媒体发展所面对的技术也在质和量上发生深刻变化，云端存储量往往跟不上新闻产出速度，需及时改版升级软件设施。

### 四、问题整改及结果应用

针对存在的问题，巢湖市委宣传部单位采取如下整改措施充分发挥省级技术支撑平台“皖云”的作用，探索建立集大数据分析检索、统一指挥调度、全媒体采编等为一体的智慧信息平台，实现新闻资源和内容生产的高度融合。

# 项目支出绩效自评表

( 2020 年度 )

填报单位 ( 盖章 )		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		巢湖市融媒体中心建设 ( 省级文化强省建设专项资金 ( 2019 结转 ) )						
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位		巢湖市融媒体中心		
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:	26.944 万	26.944 万	26.244 万	10	97.40%	10
		其中: 当年财政拨款						
		上年结转资金	26.944 万	26.944 万	26.244 万	10	97.40%	10
		其他资金						
年度总体目标	预期目标				实际完成情况			
	通过项目实施, 做好巢湖市决策部署、重点工作等方面的宣传报道, 多视角全方位传播巢湖声音、讲好巢湖故事, 推动媒体融合向纵深发展。				完成预期目标。通过项目实施, 创新理念推动融媒发展, 以“巢湖发布”微信、微博、抖音、APP、今日头条、宣传网等平台为载体, 不断提升融媒体中心内容生产能力, 有效展示了巢湖良好形象。			
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	组织开展融媒体培训	≥3 场	3 场	10	10	
			升级、新建平台	入驻海豚云	已入驻海豚云	10	10	
		质量指标	推动媒体融合向纵深发展	高质量推介巢湖	完成	10	10	
		时效指标	按合同约定组织实施	2020 年全年	2020 年全年	10	10	
		成本指标	项目总成本≤预算数	≤26.944 万	26.244 万	10	10	
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		社会效益指标	丰富融媒体产品形式, 让传播更立体更全面, 形成最大化传播效应的程度	程度较高	程度较高	15	15	
		生态效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		可持续影响指标	用群众喜闻乐见的方式进行宣传, 受众的关注度更高, 更好地实现服务群众目标的程度	程度较高	程度较高	15	15	
	满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥90%	≥90%	10	10	
总分							100	

# 巢湖市融媒体中心入驻“海豚云”平台 (2020年中央补助地方公共文化服务体系 建设专项资金(2019结转)) 项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

### (一)项目基本情况

巢湖市融媒体中心入驻“海豚云”平台项目(中央补助地方公共文化服务体系建设专项资金(2019结转))的经费实施主体是市委宣传部,为了推动媒体融合向纵深发展,更好地实现服务群众的目標,2020年市财政安排了46万元作为中央补助地方公共文化服务体系建设专项资金(2019结转)。

### (三)项目主要规模和内容

该项目主要是用于采购摄影摄像等设备,通过实现高标准的硬件设施建构,加快县级融媒转型升级,丰富融媒产品形式,让传播更立体更全面,形成最大化传播效应,深推动媒体融合发展,推动文化事业和文化产业发展。

## 二、评价结论

2020年度,该项目绩效目标明确,更好提升了融媒体中心的硬件水平,增强了生产融媒产品的能力,推动了媒体融合向纵深发展,能够针对巢湖市融媒体中心平台的实际情况,合理新建升级、安排使用专项资金。目标细化,各种项目的实施细则比较到位,具有可操作性。该项目专项资金46万,实际执行数46万,执行率100%,圆满完成预期目标,提升了融媒体中心的硬件水平,增强了生产融媒产品的能力,推动媒体融合向纵深发展。

具体包括:一是巢湖市融媒体中心升级、新建平台,入驻海

豚云平台，推动媒体融合向纵深发展；二是丰富融媒体产品形式，让传播更立体更全面，形成最大化传播效应，正面宣传带动巢湖社会发展；三是用群众喜闻乐见的方式进行宣传，受众的关注度更高，更好地实现服务群众的目标；四是巢湖融媒体中心硬件设施采购后，新闻生产能力不断加强，各系列主题报到形成正面强势，更好地发挥舆论引导作用。群众满意度大于90%。

经统计分析，巢湖市融媒体中心入驻“海豚云”平台项目（中央补助地方公共文化服务体系建设项目（2019结转））项目绩效评价综合得分为100分，评价等级为“优秀”。

具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

通过评价发现的问题和不足主要包括：随着媒体发展不断加快，新兴媒体不断扩展，媒体内涵不断丰富，媒体承载功能不断增强，媒体发展所面对的技术也在质和量上发生深刻变化，目前融媒体中心建设都面临着资金、技术、人才不足等问题，硬件设施资源短缺导致产品输出质量参差不齐，吸引力不够，进而影响内容传播效果。

### 四、问题整改及结果应用

针对存在的问题，巢湖市委宣传部采取如下整改措施：一是整合传统媒体以及新媒体资源，构建“8+N”综合性全媒体平台，形成“一体策划、一次采集、多种生成、全媒传播”的传播格局。二是与省级技术支撑平台“皖云”联动，探索建立智慧信息平台。

# 项目支出绩效自评表

( 2020 年度 )

填报单位 ( 盖章 )		中共巢湖市委宣传部						
项目名称	巢湖市融媒体中心入驻“海豚云”平台项目 ( 中央补助地方公共文化服务体系专项资金 ( 2019 结转 ) )							
主管部门	中共巢湖市委宣传部			实施单位	巢湖市融媒体中心			
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:	46 万	46 万	46 万	10	100%	10	
	其中: 当年财政拨款							
	上年结转资金	46 万	46 万	46 万	10	100%	10	
	其他资金							
年度总体目标	预期目标			实际完成情况				
	通过项目实施, 做好巢湖市决策部署、重点工作等方面的宣传报道, 多视角全方位传播巢湖声音、讲好巢湖故事, 推动媒体融合向纵深发展。			完成预期目标。通过项目实施, 创新理念推动融媒发展, 以“巢湖发布”微信、微博、抖音、APP、今日头条、宣传网等平台为载体, 不断提升融媒体中心内容生产能力, 有效展示了巢湖良好形象。				
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	升级、新建平台	入驻海豚云平台	已入驻	10	10	
		质量指标	推动媒体融合向纵深发展	高质量推介巢湖	完成	20	20	
		时效指标	按合同约定组织实施	2020 年全年	2020 年全年	10	10	
		成本指标	项目总成本 ≤ 预算数	≤ 46 万	46 万	10	10	
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		社会效益指标	丰富融媒体产品形式, 让传播更立体更全面, 形成最大化传播效应的程度	程度较高	程度较高	15	15	
		生态效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		可持续影响指标	用群众喜闻乐见的方式进行宣传, 受众的关注度更高, 更好地实现服务群众目标的程度	程度较高	程度较高	15	15	
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥ 90%	≥ 90%	10	10	
总分						100		

# 2020 年中央补助地方公共文化服务体系 建设经费（县级融媒体中心建设） 项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

### （一）项目基本情况

中央补助地方公共文化服务体系建设经费（县级融媒体中心建设）的实施主体是市委宣传部，为了推动媒体融合向纵深发展，更好地实现服务群众的目标，2020 年市财政安排了 30 万元作为中央补助地方公共文化服务体系建设经费。

### （四）项目主要规模和内容、绩效目标情况

2020 年省级文化强省建设专项资金主要是用于采购摄影摄像等设备，通过实现高标准的硬件设施建构，加快县级融媒转型升级，丰富融媒体产品形式，让传播更立体更全面，形成最大化传播效应，深推动媒体融合发展，推动文化事业和文化产业发展。

## 二、评价结论

2020 年度，中央补助地方公共文化服务体系建设经费（县级融媒体中心建设）项目绩效目标明确，更好提升了融媒体中心的硬件水平，增强了生产融媒体产品的能力，推动了媒体融合向纵深发展，能够针对巢湖市融媒体中心平台的实际情况，合理新建升级、安排使用专项资金。目标细化，各种项目的实施细则比较到位，具有可操作性。2020 年中央补助地方公共文化服务体系建设经费 30 万，实际执行数 29.8138 万，执行率 99.38%，基本完成预期目标，提升了融媒体中心的硬件水平，增强了生产融媒体产品的能力，推动媒体融合向纵深发展。

具体包括：一是采购硬件设备，购买一台摄像机、镜头及配件；两台相机、6个镜头；拍摄制作手绘视频；二是丰富融媒体产品形式，让传播更立体更全面，形成最大化传播效应，正面宣传带动巢湖社会发展；三是用群众喜闻乐见的方式进行宣传，受众的关注度更高，更好地实现服务群众的目标；四是巢湖融媒体中心硬件设施采购后，新闻生产能力不断加强，各系列主题报道形成正面强势，更好地发挥舆论引导作用。群众满意度大于90%。

经统计分析，巢湖市委宣传部中央补助地方公共文化服务体系建设项目绩效评价综合得分为100分，评价等级为“优秀”。

具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

通过评价发现的问题和不足主要包括：随着媒体发展不断加快，新兴媒体不断扩展，媒体内涵不断丰富，媒体承载功能不断增强，媒体发展所面对的技术也在质和量上发生深刻变化，目前融媒体中心建设都面临着资金、技术、人才不足等问题，硬件设施资源短缺导致产品输出质量参差不齐，吸引力不够，进而影响内容传播效果。

### 四、问题整改及结果应用

针对存在的问题，巢湖市委宣传部采取如下整改措施：一是整合传统媒体以及新媒体资源，构建“8+N”综合性全媒体平台，形成“一体策划、一次采集、多种生成、全媒传播”的传播格局。二是与省级技术支撑平台“皖云”联动，探索建立智慧信息平台。



# 项目支出绩效自评表

( 2020 年度 )

填报单位 ( 盖章 )		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		中央补助地方公共文化服务体系建设项目 ( 县级融媒体中心建设 )						
主管部门		中共巢湖市委宣传部			实施单位		巢湖市融媒体中心	
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:	30 万元	30 万元	29.8138 万元	10	99.38%	10
		其中: 当年财政拨款	30 万元	30 万元	29.8138 万元	10	99.38%	10
		上年结转资金						
		其他资金						
年度总体目标	预期目标				实际完成情况			
	通过项目实施, 做好巢湖市决策部署、重点工作等方面的宣传报道, 多视角全方位传播巢湖声音、讲好巢湖故事, 推动媒体融合向纵深发展。				完成预期目标。通过项目实施, 创新理念推动融媒发展, 以“巢湖发布”微信、微博、抖音、APP、今日头条、宣传网等平台为载体, 不断提升融媒体中心内容生产能力, 有效展示了巢湖良好形象。			
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	采购设备	购买摄像机、镜头及配件; 相机、镜头等	购买 1 台摄像机、镜头及配件; 2 台相机、6 个镜头。	10	10	
		质量指标	推动媒体融合向纵深发展	高质量推介巢湖	程度较高	10	10	
		时效指标	按政府采购要求组织采购	按采购要求和标准	完成	10	10	
			采购款项支付时效性	采购验收合格后半月内支付	完成	10	10	
		成本指标	项目总成本 ≤ 预算数	≤ 30 万	29.8138 万元	10	10	
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		社会效益指标	丰富融媒体产品形式, 让传播更立体更全面, 形成最大化传播效应的程度	程度较高	程度较高	15	15	
		生态效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		可持续影响指标	用群众喜闻乐见的方式进行宣传, 受众的关注度更高, 更好地实现服务群众目标的程度	程度较高	程度较高	15	15	
满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥ 90%	≥ 90%	10	10		
总分							100	

# 巢湖市与新华社、人民网战略合作经费 项目支出绩效评价报告

## 一、项目概述

### （一）项目立项情况

根据市委宣传部“三定”方案（巢办字〔2019〕11号）中外宣办工作职能：负责指导协调全市外宣宣传工作。市委宣传部与人民网、新华网、新华社中经社进行战略合作，推介宣传巢湖经济社会发展成果。

### （二）项目资金情况

年初申请项目预算资金90万元。项目按计划组织实施，资金及时到位。全年经费控制在预算范围内。支出依据合规，无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。

### （三）项目实施情况

按照项目实施计划，在规定时间内圆满完成各项指标。全年在人民网发稿50余篇，在新华网发稿40余篇；中经社认真开展调研，组织集中培训活动1次；新华网组织集中采访活动1次。通过实施项目，巢湖对外影响力和城市形象进一步提升。

### （四）项目组织和管理情况

该项目按规定履行程序，合同双方按照约定内容进行项目履约服务。项目资金全部通过国库集中支付，专款专用，经费支出合法合规。

## 二、评价结论

2020年度，巢湖市与新华社、人民网战略合作经费项目申请90万元财政资金，用于对接人民网、新华网、新华社中经社平台，

开展战略合作，推介宣传巢湖经济社会发展成果。通过战略合作，有效宣传了巢湖市重点工作和经济社会发展成果，塑造了巢湖良好形象。对巢湖市与新华社、人民网战略合作经费项目实施情况整体满意。具体包括：一是数量指标好于预期。全年在人民网、新华网发稿 95 篇，远远超过计划产出数量指标，宣传力度进一步加大。二是紧扣主题开展宣传。围绕疫情防控、防汛救灾、脱贫攻坚和经济社会发展等工作开展宣传报道，营造了良好舆论氛围。三是业务能力获得提升。组织开展的集中培训活动，进一步提升了通讯员的工作能力。四是工作成效有效展现。通过人民网、新华网、新华社中经社平台宣传，巢湖的影响力进一步扩大，对巢湖市的政治、经济、文化、生态等领域的工作做了较为全面的展示。

经统计分析，巢湖市与新华社、人民网战略合作经费项目支出绩效评价综合得分为 100 分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

无。

### 四、结果应用

根据巢湖市实际情况，合理安排专项资金，进一步细化目标，确保项目的实施细则精准到位，具有可操作性，有效推介宣传巢湖经济社会发展成果。

# 项目支出绩效自评表

(2020年度)

填报单位(盖章)		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		巢湖市与新华社、人民网战略合作经费						
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位	中共巢湖市委宣传部			
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:	90万	90万	90万	10	100%	10
		其中:当年财政 拨款	90万	90万	90万	10	100%	10
		上年结转资金						
		其他资金						
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况				
	加强与各级各类媒体联系合作,组织媒体围绕全市重大主题、重大活动开展集中宣传报道,确保稿件数量稳中有升,对外宣传声势强劲。做好巢湖市决策部署、重点工作等方面的宣传报道,多视角全方位传播巢湖声音、讲好巢湖故事。围绕市委市政府中心工作,宣传市内政治、经济、文化、社会、生态建设中的大事。			聚焦中心做强正面宣传,精心策划重大主题宣传,开设专栏。拓展渠道提升对外宣传,加强与人民网、新华网、央广网和省市主流媒体的深度合作,全面提升巢湖对外影响力和城市形象。				
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	全年在人民网、新华网等发稿数	≥80篇	95篇	5	5	
			中经社组织集中培训活动	1次	1次	5	5	
			新华网组织集中采访活动	1次	1次	5	5	
		质 量 指 标	在人民网、新华网等对外宣传媒介上完成全年外宣发稿任务,积极策划巢湖专题宣传	完成任务数	完成任务数	15	15	
		时 效 指 标	在全市外宣考核前,完成全年外宣工作任务	按质按量完成	按质按量完成	5	5	
			经费支出及时性	按合同约定时间支付	完成	5	5	
	成 本 指 标	项目总成本≤预算数	≤90万	90万	10	10		
	效 益 指 标	经 济 效 益 指 标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目
		社 会 效 益 指 标	通过外宣工作的开展,展示巢湖特色工作,对巢湖对外的影响力和美誉度的提升度	提升较高	提升较高	10	10	
			通过项目实施,进一步传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民的程度	程度较高	程度较高	10	10	
		生 态 效 益 指 标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目
	可 持 续 影 响 指 标	通过对外宣传以及与主流媒体的合作,弘扬主旋律、传播正能量的影响程度	程度较高	程度较高	10	10		
	满 意 指 标	服 务 对 象 满 意 度 指 标	服务对象满意度	≥90%	≥90%	10	10	
	总分						100	

# 中央、省、合肥市三级媒体宣传推介 专项经费项目支出绩效评价报告

## 一、项目概述

### （一）项目立项情况

根据市委宣传部“三定”方案（巢办字〔2019〕11号）中外宣办工作职能：负责与中央驻机构、省、合肥市各新闻单位的联系。市委宣传部与中央驻机构、省、合肥市各新闻单位进行合作，推介宣传巢湖经济社会发展成果。

### （二）项目资金情况

年初申请项目预算资金 140 万元。项目按计划组织实施，资金及时到位。全年经费控制在预算范围内。支出依据合规，无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。

### （三）项目实施情况

按照项目实施计划，在规定时间内圆满完成各项指标。全年在香港商报、文汇报分别发稿 12 篇；合肥日报发稿 12 篇以上，合肥晚报刊登专版 4 个；合肥广播电视台《新闻联播》每季度推出新闻 3 篇以上，在中央、省、合肥市级主流媒体刊登专版 5 个以上。通过实施项目，巢湖对外影响力和城市形象进一步提升。

### （四）项目组织和管理情况

该项目按规定履行政序，合同双方按照约定内容进行项目履约服务。项目资金全部通过国库集中支付，专款专用，经费支出合法合规。

## 二、评价结论

2020 年度，中央、省、合肥市三级媒体宣传推介专项经费项

目申请 140 万元财政资金，用于对接中央、省、合肥市级传统媒体，推介宣传巢湖经济社会发展成果。通过合作，有效推介了巢湖市经济社会发展成果，展示了巢湖对外影响力和城市形象。对中央、省、合肥市三级媒体宣传推介专项经费项目实施情况整体满意。具体包括：一是指标好于预期。全年在香港商报、文汇报分别发稿 12 篇；合肥日报发稿 12 篇以上，合肥晚报刊登专版 4 个；合肥广播电视台《新闻联播》每季度推出新闻 3 篇以上，在中央、省、合肥市级主流媒体刊登专版 5 个以上，超过计划数量指标。二是紧扣宣传主题。围绕疫情防控、防汛救灾、脱贫攻坚和经济社会发展等工作开展宣传推介，营造了良好的舆论氛围。三是工作成效有效展现。通过中央、省、合肥市三级媒体宣传推介，巢湖的影响力进一步扩大，对巢湖市的各项工作做了较为全面的展示。

经统计分析，中央、省、合肥市三级媒体宣传推介专项经费项目支出绩效评价综合得分为 100 分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

无。

### 四、结果应用

根据巢湖市实际情况，合理安排专项资金，进一步细化目标，确保项目的实施细则精准到位，具有可操作性，有效推介宣传巢湖经济社会发展成果。

# 项目支出绩效自评表

(2020年度)

填报单位(盖章)		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		中央、省、合肥市三级媒体宣传推介专项经费						
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位		中共巢湖市委宣传部		
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:	140万	140万	139.28万	10	99.49%	10
		其中:当年财政拨款	140万	140万	139.28万	10	99.49%	10
		上年结转资金						
		其他资金						
年度总体目标	预期目标			实际完成情况				
	加强与各级各类媒体联系合作,组织媒体围绕全市重大主题、重大活动开展集中宣传报道,确保稿件数量稳中有升,对外宣传声势强劲。做好巢湖市决策部署、重点工作等方面的宣传报道,多视角全方位传播巢湖声音、讲好巢湖故事。围绕市委市政府中心工作,宣传市内政治、经济、文化、社会、生态建设中的大事。			聚焦中心做强正面宣传,精心策划重大主题宣传,开设专栏。拓展渠道提升对外宣传,加强与人民网、新华网、央广网和省市主流媒体的深度合作,全面提升巢湖对外影响力和城市形象。				
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	香港商报、文汇报每年发稿数	≥12篇	12篇	2	2	
			合肥日报每年发稿数	≥12篇	12篇	2	2	
			合肥广播电视台《新闻联播》每季度推出稿件数	≥3篇	3篇	2	2	
			合肥晚报每年合作专版数	≥4版	4版	2	2	
			中央、省、合肥市级主流媒体专版	≥4个	5个	2	2	
		质量指标	按照合同约定内容执行	合作标准符合相关规定	符合	10	10	
		时效指标	在全市外宣考核前,完成全年外宣工作任务	按质按量完成	按质按量完成	10	10	
	经费支出及时性		按合同约定时间支付	完成	10	10		
	成本指标	项目总成本≤预算数	≤140万	139.28万	10	10		
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		社会效益指标	通过外宣工作的开展,展示巢湖特色工作,对巢湖对外的影响力和美誉度的提升度	提升较高	提升较高	10	10	
			通过项目实施,进一步传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民的程度	程度较高	程度较高	10	10	
生态效益指标		本指标不适用此项目		本指标不适用此项目				
可持续影响指标	通过对外宣传以及与主流媒体的合作,弘扬主旋律、传播正能量的影响程度	程度较高	程度较高	10	10			
满意度指标	服务对象满意度	服务对象满意度	≥90%	≥90%	10	10		
总分							100	

# 外宣奖励经费项目支出绩效评价报告

## 一、项目概述

### （一）项目立项情况

根据市委宣传部“三定”方案（巢办字〔2019〕11号）中外宣办工作职能：指导和管理新闻宣传工作。对优秀新闻稿件、先进基层通讯员和新闻工作者进行奖励，更好地挖掘巢湖特色工作，对外展现宣传巢湖发展成就。

### （二）项目资金情况

年初申请项目预算资金 80 万元。项目按计划组织实施，资金及时到位。全年经费控制在预算范围内。支出依据合规，无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。

### （三）项目实施情况

按照项目实施计划，在规定时间内圆满完成各项指标。全年在中央、省、合肥市主要媒体刊发重点稿件 100 篇以上，各地各单位新闻稿件同比在数量上均实现新突破。通过实施项目，各地各单位积极主动宣传推介各自特色工作，更好地展示了巢湖对外影响力和干部形象。

### （四）项目组织和管理情况

该项目按规定履行程序。项目资金全部通过国库集中支付，专款专用，经费支出合法合规。

## 二、评价结论

2020 年度，外宣奖励经费项目申请 80 万元财政资金，用于奖励优秀新闻稿件、先进基层通讯员和新闻工作者，更好地挖掘巢湖特色工作，对外展现宣传巢湖发展成就。通过项目实施，各



地各单位积极主动宣传推介本地本单位特色工作，更好地展示了巢湖对外影响力和干部形象。对外宣奖励经费项目实施情况整体满意。具体包括：一是进一步激发了工作积极性。各地各单位积极主动宣传推介各自特色工作，全年在中央、省、合肥市主要媒体刊发重点稿件 100 篇以上，各地各单位新闻稿件同比在数量上均实现新突破。二是宣传成效进一步凸显。各地各单位围绕疫情防控、防汛救灾、脱贫攻坚和经济社会发展等工作开展宣传报道，营造了良好舆论氛围，巢湖的影响力进一步扩大。

经统计分析，外宣奖励经费项目支出绩效评价综合得分为 100 分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

无。

### 四、结果应用

根据巢湖市实际情况，合理安排专项资金，进一步细化目标，确保项目的实施细则精准到位，具有可操作性，有效对外展现宣传巢湖发展成就。

# 项目支出绩效自评表

(2020年度)

填报单位(盖章)		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		外宣奖励经费						
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位	中共巢湖市委宣传部			
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:	80万	80万	79.79万	10	99.74%	10
		其中:当年财政拨款	80万	80万	79.79万	10	99.74%	10
		上年结转资金						
		其他资金						
年度总体目标	预期目标				实际完成情况			
	各地各单位积极主动宣传推介各自特色工作,更好地展示了巢湖对外影响力和干部形象。				通过主动宣传推介特色工作,有效展示了巢湖对外影响力和干部形象			
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	全年中央、省合肥市主要媒体重点稿件数	≥100篇	大于100篇	10	10	
			各地各单位新闻稿件同比在数量上有所突破	较去年增加	完成	10	10	
		质量指标	对外发稿数量、质量同比均有所突破	与去年比较	完成	10	10	
		时效指标	稿件发布及时性	按时完成	完成	5	5	
			奖励兑现及时性	每半年支付一次	完成	5	5	
	成本指标	项目总成本≤预算数	≤80万	79.79万	10	10		
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
		社会效益指标	通过外宣工作的开展,展示巢湖特色工作,对巢湖对外的影响力和美誉度的提升度	提升较高	提升较高	10	10	
			通过项目实施,进一步传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民的程度	程度较高	程度较高	10	10	
		生态效益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目			
	可持续影响指标	通过对外宣传以及与主流媒体的合作,弘扬主旋律、传播正能量的影响程度	程度较高	程度较高	10	10		
	满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥90%	≥90%	10	10	
总分							100	

# 媒体来巢采访接待经费项目 支出绩效评价报告

## 一、项目概述

### （一）项目立项情况

根据市委宣传部“三定”方案（巢办字〔2019〕11号）中外宣办工作职能：负责与中央各新闻单位驻皖机构及省、合肥市各新闻单位的联系。中央、省、合肥市新闻单位来巢采访需承担食宿、车旅等费用，通过实施项目，媒体更加积极主动宣传推介巢湖，更好地展示巢湖对外形象。

### （二）项目资金情况

年初申请项目预算资金 8.5 万元。项目按计划组织实施，资金及时到位。全年经费控制在预算范围内。支出依据合规，无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。

### （三）项目实施情况

按照项目实施计划，在规定时间内圆满完成各项指标。全年接待媒体集中采访 36 次，媒体和巢湖新闻配合度进一步增加。通过实施项目，媒体更加积极主动宣传推介巢湖，巢湖对外影响力和对外形象进一步提升。

### （四）项目组织和管理情况

该项目按规定履行程序。项目资金全部通过国库集中支付，专款专用，经费支出合法合规。

## 二、评价结论

2020年度，媒体来巢采访接待经费项目申请8.5万元财政资金，用于中央、省、合肥市媒体来巢湖采访接待费用。通过项目实施，媒体更加积极主动宣传推介巢湖，更好地展示巢湖对外形象。对媒体来巢采访接待经费项目实施情况整体满意。具体包括：一是媒体和巢湖新闻配合度增加。全年媒体围绕疫情防控、防汛救灾、脱贫攻坚和经济社会发展等工作积极开展宣传报道，营造了良好的舆论氛围。二是巢湖对外形象有效展现。通过媒体来巢采访宣传，巢湖的影响力进一步扩大，对外形象全面展示。

经统计分析，媒体来巢采访接待经费项目支出绩效评价综合得分为100分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	0	50	30	10	90

## 三、存在问题

通过评价发现存在的问题是预算编制和实际执行有偏差。原因主要是受疫情影响，上半年未开展此项活动，故预算执行与年初预算有偏差。

## 四、结果应用

根据巢湖市实际情况，合理安排专项资金，进一步细化目标，确保项目的实施细则精准到位，具有可操作性，让媒体更加积极主动宣传推介巢湖，展示巢湖对外形象。

# 项目支出绩效自评表

(2020年度)

填报单位(盖章)		中共巢湖市委宣传部							
项目名称		媒体来巢采访接待经费							
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位	中共巢湖市委宣传部				
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:	8.5万	8.5万	6.17万	10	72.61%	0	
		其中:当年财政拨款	8.5万	8.5万	6.17万	10	72.61%	0	
		上年结转资 金							
		其他资金							
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况					
	通过实施项目,媒体更加积极主动宣传推介巢湖,更好地展示巢湖对外形象			媒体积极主动宣传推介巢湖,全面展示巢湖对外形象					
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	全年接待媒体集中采访次数	≥30次	36次	15	15		
		质量 指标	媒体和巢湖新闻配合度	增加	完成	15	15		
		时效 指标	项目资金支付及时性	按时支付	完成	10	10		
		成本 指标	项目总成本≤预算数	≤8.5万	6.17万	10	10		
	效益 指标	经济效 益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目				
		社会效 益指标	通过外宣工作的开展,展示巢湖特色工作,对巢湖对外的影响力和美誉度的提升度		提升较高	提升较高	10	10	
			通过项目实施,进一步传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民的程度		程度较高	程度较高	10	10	
		生态效 益指标	本指标不适用此项目		本指标不适用此项目				
		可持续 影响指 标	通过对外宣传以及与主流媒体的合作,弘扬主旋律、传播正能量的影响程度		程度较高	程度较高	10	10	
满意 度指 标	服务对 象满意 度指标	服务对象满意度	≥90%	≥90%	10	10			
总分						90			

# 全市群众性文化活动和专业文艺创作项目

## 一、项目概况

### （一）项目立项情况

根据市委宣传部“三定”方案（巢办字〔2019〕11号）中宣传文艺科工作职能：组织开展全市群众性文化活动和专业文艺创作。组织开展文化、科技、卫生“三下乡”活动。

### （二）项目资金情况

年初申请项目预算资金36万元。项目按计划组织实施，资金及时到位。全年经费控制在预算范围内。支出依据合规，无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。

### （三）项目实施情况

因预算编制和实际执行有偏差，项目绩效适时根据实际情况对项目服务费用等进行调整，最终顺利完成该项目，并达到预期效果。

### （四）项目组织和管理情况

该项目无需履行政府采购程序，双方按照约定内容进行项目履约服务。项目资金全部通过国库集中支付，专款专用，保障经费支出合法合规。

## 二、评价结论

2020年度，全市群众性文化活动和专业文艺创作项目是用于鼓励各地各单位举办巢湖市特色文化活动，为全市文化繁荣做出贡献。一是做好“云赏民俗”，举办第八届柘皋夏至文化节、第八届槐林渔网文化节、第三届中秋诗会、亚父文化研讨会、有巢氏文化研讨会等民俗文化活动。二是做好“云集文艺”，以全面

建成小康社会、新时代文明实践、防疫抗疫为主题，面向全市征集重点文艺作品和重大文艺创作选题累计 100 多件；组织开展“决胜小康，奋斗有我”主题朗诵音视频大赛。三是做好“云推比赛”，面向全市征集和选拔“‘艺’起奋斗 全面小康”合肥市基层文艺调演季参赛节目，戏曲节目《祝英台哭坟》、器乐节目《跳坡》获得合肥市比赛一等奖。

经统计分析，市委宣传部 2020 年度爱国主义教育项目绩效评价综合得分为 100 分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	0	50	30	10	90

### 三、存在问题

因疫情影响，2020 年民俗文化活动内容有调整。

### 四、问题整改及结果应用

根据巢湖市实际情况，合理安排专项资金，进一步细化目标，确保项目的实施细则精准到位，具有可操作性，为全市人民提供丰富的精神文化生活。

# 项目支出绩效自评表

(2020 年度)

填报单位（盖章）		中共巢湖市委宣传部							
项目名称		全市群众性文化活动和专业文艺创作							
主管部门		中共巢湖市委宣传部		实施单位	中共巢湖市委宣传部				
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:	36 万	36 万	26.5 万	10	73.60%	0	
		其中: 当年财政拨款	36 万	36 万	26.5 万	10	73.60%	0	
		上年结转资金							
		其他资金							
年度总体目标	预期目标			实际完成情况					
	通过项目实施, 引导扶持农村文化科技卫生事业的发展, 激发广大干事创业创业活力; 组织文化艺术小分队下基层, 开展各类惠民性、群众性文化活动调动广大文艺工作者积极性, 创作和演出更多更好的文艺作品。			全年文化艺术工作不断出新出彩。公共文化服务水平不断提升, 举办多场文艺文化文教活动。通过“线上+线下”的方式, 举办“文化送温暖”系列活动 5 场, 民俗文化活动 20 多场。面向全市征集重点文艺作品和重大文艺创作选题累计 100 多件。					
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	民俗文化活动举办场次	≥17 场	20 场	5	5		
			“文化送温暖”系列活动场次	≥5 场	5 场	5	5		
			组织文艺作品征集活动	≥1 次	1 次	3	3		
			征集重点文艺作品和重大文艺创作选题	≥100 件	大于 100 件	2	2		
		质量指标	保证全市文化活动正常开展	正常开展	正常开展	15	15		
		时效指标	资金支付及时性	活动结束后 2 个月内拨付资金	完成	10	10		
		成本指标	项目成本≤年初预算数	≤36 万	26.5 万	10	10		
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目					
		社会效益指标	对提高巢湖文化传播力的影响程度	程度较高	程度较高	15	15		
		生态效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目					
		可持续影响指标	对巢湖市地方民俗特色文化传播力、影响力, 引导和激发文艺工作者服务基层、服务群众的提升程度	提升较高	提升较高	15	15		
满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥90%	≥90%	10	10			
总分							90		



# 爱国主义教育项目支出绩效评价报告

## 一、项目概况

### （一）项目立项情况

根据市委宣传部“三定”方案（巢办字〔2019〕11号）中宣传文艺科工作职能：组织开展爱国主义教育。市委宣传部开展爱国主义电影放映、爱国主义读书教育活动四项比赛和爱国主义教育基地建设、管理、使用三项工作。

### （二）项目资金情况

年初申请项目预算资金53万元。项目按计划组织实施，资金及时到位。全年经费控制在预算范围内。支出依据合规，无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。

### （三）项目实施情况

因预算编制和实际执行有偏差，项目绩效适时根据实际情况对项目服务费用等进行调整，最终顺利完成该项目，并达到预期效果。

### （四）项目组织和管理情况

该项目无需履行政府采购程序，双方按照约定内容进行项目履约服务。项目资金全部通过国库集中支付，专款专用，保障经费支出合法合规。

## 二、评价结论

2020年度，爱国主义教育重点是运用好各类爱国主义教育基地等红色资源，组织开展爱国主义读书比赛和爱国主义电影放映活动。一是5万多名中小學生观看《港珠澳大桥》《穿越硝烟的战歌》等爱国主义主题电影；二是全市中小學生踊跃参加爱国主

义读书教育系列活动，东风路小学刘慕予荣获全国小学生讲故事比赛二等奖。三是在疫情防控常态化下，各级爱国主义教育基地免费向社会开放。

经统计分析，市委宣传部 2020 年度爱国主义教育项目绩效评价综合得分为 97.5 分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	47.5	30	10	97.5

### 三、存在问题

因疫情影响，2020 年上半年未组织爱国主义电影放映工作。

### 四、问题整改及结果应用

根据巢湖市实际情况，合理安排专项资金，进一步细化目标，确保项目的实施细则精准到位，具有可操作性，面向全市人民特别是广大青少年开展爱国主义教育。

# 项目支出绩效自评表

(2020年度)

填报单位(盖章)		中共巢湖市委宣传部							
项目名称		爱国主义教育活动的							
主管部门		市委宣传部		实施单位		市委宣传部			
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:	53万	53万	53万	10	100%	10	
		其中:当年财政拨款	53万	53万	53万	10	100%	10	
		上年结转资金							
		其他资金							
年度总体目标	预期目标				实际完成情况				
	通过项目实施,提升爱国主义教育基地管理、服务水平,组织开展对青少年的爱国主义教育工作。				受疫情影响,组织“云上爱国”,5万多名中小学生学习观看爱国主义主题电影,各学校踊跃参加爱国主义读书教育系列活动。				
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	纳入补助的爱国主义教育基地	13个	13个	5	5		
			纳入爱国主义教育的青少年为全市各中小学校在校学生	≥5万人	≥5万人	5	5		
		质量指标	保证爱国主义教育活动正常开展	正常开展	正常开展	10	10		
		时效指标	7、11月份分别拨付电影放映费用	2次	1次	5	2.5	疫情影响,上半年未开展	
			爱教基地资金支付及时性	考核后1个月内支付	完成	5	5		
			爱国主义读书教育活动资金支付及时性	活动结束后1个月内支付	完成	5	5		
		成本指标	项目总成本≤年初预算数	≤53万元	53万元	5	5		
			每个爱教基地维护资金≤预算数	≤0.5万元	0.5万元	5	5		
			每个学生观看一场爱国主义教育影片费用≤预算成本	≤5元	5元	5	5		
	效益指标	经济效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目					
		社会效益指标	对全市范围内青少年爱国主义教育工作的影响程度	程度较高	程度较高	15	15		
		生态效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目					
		可持续影响指标	对培育践行社会主义核心价值观,引导和激发广大群众的爱国热情的影响程度	提升较高	提升较高	15	15		
	满意度指标	服务对象满意度	服务对象满意度	≥90%	≥90%	10	10		
总分							97.5		

# 合肥市文博会巢湖展区设计布展项目支出 绩效评价报告

## 一、项目概况

### （一）项目立项情况

根据合肥市有关文件，每年10月下旬，合肥市在合肥市滨湖国际会展中心举办国际文化博览会。各县区设置单独展位，需要设计、布置展区，并邀请辖区内文化企业参加。2020年面积为144 m<sup>2</sup>。

### （二）项目资金情况

年初申请项目预算资金17万元。项目按计划组织实施，资金及时到位。全年经费控制在预算范围内。支出依据合规，无虚列项目支出、截留挤占挪用、超标准开支和超预算开支等违规情况。

### （三）项目实施情况

因预算编制和实际执行有偏差，项目绩效适时根据实际情况对项目服务费用等进行调整，最终顺利完成该项目，并达到预期效果。

### （四）项目组织和管理情况

该项目履行政府采购程序，双方按照约定内容进行项目履约服务。项目资金全部通过国库集中支付，专款专用，保障经费支出合法合规。

## 二、评价结论

2020年度，合肥市文博会巢湖展区项目重点是展示巢湖市文化改革发展的综合成就。

经统计分析，市委宣传部2020年度爱国主义教育项目绩效评

价综合得分为 100 分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

项 目	预算执行率 得分	产出指标	效益指标	满意度指标	得分合计
标准分值	10	50	30	10	100
评价得分	10	50	30	10	100

### 三、存在问题

无

### 四、问题整改及结果应用

根据巢湖市实际情况，合理安排专项资金，进一步细化目标，确保项目的实施细则精准到位，具有可操作性，更好的提升巢湖文化影响力，推动巢湖文化走出去。

# 项目支出绩效自评表

(2020年度)

填报单位(盖章)		中共巢湖市委宣传部						
项目名称		合肥市文博会巢湖展区设计布展						
主管部门		市委宣传部		实施单位		市委宣传部		
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:	17万	17万	16.50万	10	97.10%	10
		其中:当年财政拨款	17万	17万	16.50万	10	97.10%	10
		上年结转资金						
		其他资金						
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况				
	根据合肥市有关文件,每年10月下旬,合肥市在合肥市滨湖国际会展中心举办国际文化博览会。各县区设置单独展位,需要设计、布置展区,并邀请辖区内文化企业参加。			10月23日-27日,合肥市文博会在滨湖国际会展中心举行,市委宣传部完成巢湖展区设计、布展和展览工作。				
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	合肥市文博会期间,参观人数	≥1万人	2万人	10	10	
		质量 指标	保证文博会正常参加,展馆布置达到合同要求	按合同约定执行	完成	10	10	
		时效 指标	项目资金支付及时性	活动结束后一月内支付	完成	10	10	
		成本 指标	展会期间劳务费≤预算数	≤2万	2万	10	10	
			文博会展馆设计布展成本≤预算数	≤15万	14.50万	10	10	
	效益 指标	经济效 益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目				
		社会效 益指标	对提高巢湖文化传播力的影响程度	程度较高	程度较高	15	15	
		生态效 益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目				
		可持 续影响 指标	对巢湖市地方民俗特色文化传播力、影响力,满足群众文化需求的提升程度	提升较高	提升较高	15	15	
满意 度指 标	服务对 象满意 度指标	服务对象满意度	≥90%	≥90%	10	10		
总分						100		