

中共巢湖市委宣传部部门整体支出绩效评价报告

2023年3月

中共巢湖市委宣传部 2022 年度部门整体支出绩效评价报告

为切实做好 2022 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,根据巢湖市委、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 2023 年预算绩效管理工作方案》(巢财绩(2023)2 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工作中心 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 10 名，巢湖市新时代文明实践工作中心事业编制 12 名。现在职人员 37 名，其中行政在职 14 名，事业在职 20 名，聘用人员 3 名。

3. 单位资产情况

截至 2022 年 12 月 31 日，我单位资产总额 186.12 万元，较上年减少 72.19%。负债总额 62.12 万元，较上年减少 87.84%。净资产 124.00 万元，较上年减少 21.32%。流动资产 62.12 万元，占资产总额 33.38%；固定资产 123.8 万元，占资产总额 66.52%。无形资产 0.2 万元，占资产总额 0.1%。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 117.56 万元，占 94.96%（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 6.24 万元，占 5.04%。

（二）当年单位履职总体目标、工作任务

2022 年，市委宣传部将在巢湖市委的坚强领导和合肥市委宣

传部的正确指导下，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，树牢“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，继续践行举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，不断推动全市宣传思想文化工作进一步强起来、实起来。

1. 聚焦强化引领力，推动思想理论学习入脑入心。深入学习宣传贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中、六中全会精神以及习近平总书记在庆祝中国共产党成立100周年大会上的重要讲话精神，结合习近平总书记考察安徽重要讲话指示精神和省第十一次党代会精神学习宣传。优化中心组理论学习，持续推行理论学习中心组学习旁听督导制度和市委常委联系党校上党课制度，推动理论学习中心组学习不断深入。深化基层理论宣传，持续开展“书记讲党课”“理论微宣讲”等形式多样的活动。

2. 聚焦目标求实效，推动党史学习教育走深走实。延伸拓展“大课堂”，开展分众化互动化宣讲，持续打造“举旗帜·送理论”和其他具有地方特色的宣讲品牌，开展面对面宣传宣讲。建立供需对接机制，强化资源整合和功能融合，鼓励探索创新，放大红色资源和新时代文明实践所（站）效应，建立群众需求调查机制、志愿服务长效机制、为民服务清单管理机制、办实事项目管理机制、领导干部工作汇报机制、办实事跟踪问效机制等，聚力解决群众急难愁盼问题。

3. 聚焦唱响主旋律，推动主流思想舆论做大做强。做好主题宣传，开展“学习贯彻党的十九届六中全会和省、市党代会精神”等主题宣传，深入挖掘巢湖聚焦“工业立市”“文明创建”等重点工作。深化与人民网、新华网等各级主流媒体的合作，精准策划宣传主题，充分借力优质宣传平台传播巢湖声音。推深融媒发展，建强用好巢湖市融媒体中心。以内容建设为根本，以先进技术为支撑，推出生动鲜活、群众喜爱的优质新闻产品，打造以“巢

湖发布”为品牌，报（台）、网、微协同联动的全媒体平台，加快推进媒体深度融合发展。

4. 聚焦提升软实力，推动文化事业产业提质提效。组织好群众文化活动。以文化进万家为主线，开展群众大舞台、乡村春晚等群众性文化活动。举办巢湖民歌广场舞大赛等特色文化活动。推进公共文化服务。推动市博物馆、图书馆新馆等场馆投入运用。推进冯玉祥旧居陈列布展等项目。加强三将军故居、银山智人遗址等国家、省级文物保护与利用，加强巢湖民歌、有巢氏传说等国家、省级非遗传承与保护。加快文化产业发展。以合肥市“一圈两廊百点”重点项目为突破口，借助国家、省、合肥市举办的文博会等对外交流平台，推进文化与科技、旅游、金融等融合发展，培育新型文化业态。

5. 聚焦弘扬新风尚，推动精神文明建设有力有为。常态化开展全国文明城市创建，全面梳理测评新标准、新要求，强化任务分工、统筹协调，健全督查考核和责任追究机制，针对薄弱环节和突出问题，对账销号、各个击破。深化拓展新时代文明实践中心建设，推广完善新时代文明实践平台，激励志愿者积极参加志愿服务，推动志愿服务工作常态长效。健全三级志愿服务队伍，制定特色志愿服务项目。抓好公民思想道德建设，深入推进身边好人评选活动，加大各级好人申报工作力度，继续开展道德模范与身边好人进校园活动，常态化开展“新时代好少年”学习宣传活动。

（三）当年单位年度整体支出绩效目标

申请预算资金 2065.92 万元，主要是为达到以下目标：

1. 保障单位日常工作正常运行。
2. 与中央、省、合肥市各级媒体开展战略合作，围绕重大主题、重点工作适时开展专版宣传，宣传推介巢湖经济社会发展成

果，提升巢湖对外影响力和城市形象。

3. 服务好市委理论学习中心组学习，宣讲好党的最新政策理论，进一步加强理论政策的宏观指导和学习。

4. 增强舆情研判及处置能力，提高网评员综合业务水平，加强全市意识形态工作责任制落实。

5. 培育和践行社会主义核心价值观，引导和激发广大干群、青少年的爱国热情。

6. 组织开展文化艺术活动，展示巢湖地方特色文化，丰富人民群众精神文化生活，进一步增强人民群众的幸福感。

7. 推进新媒体平台之间的融合，提高平台工作效率，提升巢湖宣传影响力，更好地宣传推介巢湖。

8. 传播巢湖声音，展示巢湖形象，巩固主流舆论阵地，促进巢湖市经济社会全面进步。

9. 进一步巩固文明城市创建成果，不断提升巢湖的知名度、美誉度。

10. 凝聚群众、引导群众，以文化人、成风化俗，深入宣传习近平新时代中国特色社会主义思想，动员和激励广大农村群众积极投身社会主义现代化建设。

（四）单位预算绩效管理开展情况

我单位组织对 2022 年度 14 个一般公共预算项目支出开展绩效自评，共涉及资金 957.00 万元，部门整体支出绩效自评得分 93.82 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 2022 年度预算全部属于财政拨款预算，全年预算 2065.92 万元。按资金来源分为：一般公共预算拨款 1261.72 万元、政府性基金预算拨款 804.2 万元。按资金结构分为：基本支出 774.45 万元，项目支出 1291.47 万元。

市委宣传部 2022 年全年总支出数 1725.70 万元，预算执行率达到 83.53%。其中：基本支出 768.70 万元，项目支出 957.00 万元。

二、单位整体支出绩效实现情况

2022 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。2022 年部门整体支出评价得分为 93.82 分。部门整体支出绩效情况如下：

（一）履职完成情况

1. 迎接宣传贯彻党的二十大工作走深走实。（1）理论武装工作入脑入心。坚持把学习宣传贯彻党的二十大精神作为首要政治任务，市委理论学习中心组开展集中理论学习 23 次、专题研讨 9 次。市领导带头开展宣传宣讲和调查研究，“线上+线下”广泛开展“举旗帜·送理论”“书记讲党课”等基层理论宣讲 3200 余场，受众超 36 万人次，银屏镇获评安徽省理论宣讲示范基地，我市选手荣获全省理论微宣讲竞赛一等奖、合肥市“书记讲党课”一等奖。依托李克农故居、新时代文明实践中心（所、站），开展主题党日、“四史”学习教育等活动 400 余场，充分激发人民群众爱党爱国热情。（2）主题宣传教育出新出彩。用好“巢湖发布”系列平台，推出“早安”融媒体理论宣传栏目，精心选登习近平总书记重要讲话金句；依托全媒体矩阵优势，在“报台网微”联动开设“奋进新征程 建功新时代”等专题专栏，策划推出《巢湖这十年》《二十大精神在巢湖》等系列报道 1300 余篇，累计阅读量超 2200 万。广泛开展“强国复兴有我”群众性主题宣传教育，举办“喜迎二十大·奋进新巢湖”主题摄影展和红色收藏展、“永远跟党走 奋斗新征程”主题读书教育活动 100 余场，大力营造迎接宣传贯彻党的二十大浓厚氛围。

2. 壮大主流舆论有力有效。自觉围绕中心、服务大局，持续

巩固壮大主流思想舆论。中央和省、合肥市级媒体刊播宣传巢湖稿件 3200 余篇，央视新闻聚焦巢湖农业生产，人民日报关注我市智能垃圾分类工作，新华社深度报道《巢湖市人与自然和谐共生新图景》，经济日报整版报道《跑出发展“加速度”，打造宜居宜业宜游新巢湖》，新华网刊发《巢湖：做大做强优势产业，助推经济高质量发展》，一批重磅稿件阅读量超百万，巢湖美誉度持续走高。巢湖发布系列平台开设“改作风 办实事 优环境”“巢·暖民心”等专栏，发布各类信息 6200 余条；拍摄制作《美丽中国·巢湖篇》、MG 动画《巢湖这十年》等融媒体产品 427 余个，累计阅读量超 4000 万。“巢湖发布”微信、微博连续 7 年荣获安徽政务新媒体影响力“县级十佳”、合肥市最具影响力政务微信、微博；《最好名片·巢湖答卷》《寻味巢湖年》等融媒体作品获全国县级融媒体中心优秀作品奖、新华社“美好生活记录者”特别奖项。

3. 社会文明风尚向善向上。常态长效深化巩固文明城市创建，市领导带头开展常态化督查督导，全年共开展综合性测评 12 次、专项督查 48 次、问题整改“回头看”9 次。深入开展交通秩序、住宅小区、农贸市场等 14 个专项整治行动，持续补充公共停车位、充电桩、摊点群等服务设施，完成城区 77 条背街小巷路面修复、13 个城乡文明菜市的改造提升工作。推深做实新时代文明实践工作，建设“1+8+N”志愿服务队伍 328 支，实名注册志愿者超 12 万余名，开展孝老爱幼、扶贫帮困等线上线下志愿活动 1.8 万余场次，服务 20 万余人次，涌现出一批优秀志愿服务典型，新增合肥市“四个 10”志愿服务典型 10 个、合肥市级优秀志愿服务项目 3 个。深化思想道德建设，举办道德实践系列活动 800 余场，新增“安徽好人”2 人、“合肥好人”4 人、“安徽省文明家庭”1 户，人民路小学获评第二届安徽省文明校园。扎实推进移风易

俗，全市 142 个村居“一约四会”制度建设实现全覆盖。

4. 文化服务水平提质提效。聚焦群众精神文化生活新期待，加大文化服务供给，市图书馆、博物馆新馆正式开放，全市各类场馆共接待群众 72 万人次，线上线下开展文化活动 1900 余场，博物馆获评“安徽省社科普及基地”。加强冯玉祥旧居、昭忠祠和放王岗古墓群等历史文化遗产的保护利用。巢湖民歌国家级传承人李家莲获安徽省十佳非遗传承人，黄麓掇英轩书画用品公司获评安徽省非遗工坊。原创庐剧现代小戏《苍天不语》，入选安徽省戏剧创作孵化计划项目。尖山湖逸趣园景区成功创建国家级 3A 景区，大岭民宿村建成对外开放。开展“醉美巢湖 | 春季赏花正当时”系列宣传活动和“发现巢湖之美 共享旅行乐趣”主题直播，举办“有巢故里湖天胜境”抖音短视频征集大赛，推广巢湖旅游资源，话题累计播放量超 525 万人次。

5. 意识形态管控从严从实。

（二）履职效果情况

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：部分项目预算执行效率较低。部分项目受周期、新冠疫情等因素影响，实际实施进度未能按照原计划序时推进，无法按时结算；加之有时市财政资金紧张，无法按时支付资金，导致部分项目预算执行进度较为缓慢。主要原因分析：对预算执行工作研究不够，部分科室在编制预算时未充分考虑项目推进情况和项目程序履行情况，如需要评审后支付、分季度支付等，导致项目资金未及时拨付使用，执行效率不高。

(二) 改进的方向和具体措施

财务人员积极主动加强与业务科室的沟通、协调，对预算执行率底的项目，帮助科室清理账目、规范程序，指导科室加快执行进度。单位完善绩效考核评价机制，强化预算执行力度提高预算执行率。

四、其他需要说明的情况

无

项目支出绩效评价报告

爱国主义教育活动经费项目支出绩效评价 报告

2023 年 3 月

摘要

为深入贯彻《中共中央、国务院印发〈新时代爱国主义教育实施纲要〉》文件精神,按照市委宣传部“三定”方案(巢办字[2020]11号)职能:组织开展爱国主义教育。通过爱国主义电影展映和爱国主义读书教育活动,组织开展对青少年的爱国主义教育。年初申请预算 47.5 万元,全年预算 30.25 万元,因疫情影响实际使用 22.89 万元。项目按计划组织实施,资金及时到位。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。2022 年度,爱国主义教育活动项目顺利实施,基本完成了合肥市布置的任务,经费控制在预算范围内,达到项目预期效果。项目按计划组织实施,资金及时支付到位。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。

爱国主义教育活动经费项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

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活动。市委宣传部根据合肥市相关文件部署，组织第十届爱国主义主题电影展映活动和“百年光辉历程全面建成小康”爱国主义读书教育活动。因疫情影响，2022年5月份，通过线上形式组织巢湖市级青少年爱国主义读书教育活动四项活动（中小學生征文、小学生讲故事、中学生演讲和网上知识答题）评审，表彰200多名优秀选手。推荐优秀选手参加合肥市比赛，我市选手荣获合肥市一等奖。按照合肥市统一部署，2022年上半年未组织爱国主义主题电影展映活动，下半年组织2万余名观看主题电影。按照文件指定放映费用标准5元/人支付电影公司经费。项目全年预算30.25万元，实际使用22.89万元，经费执行率75%。

（二）项目绩效目标

总体目标：通过爱国主义教育活动，进一步坚定全市广大干部群众特别是青少年的理想信念，激发爱党爱国爱社会主义的巨大热情。

阶段性目标：每名中小學生每学期观看主题电影不少于一次，全年计划组织11万人次观看主题电影。开展“百年光辉历程全面建成小康”爱国主义读书教育活动四项比赛，广泛动员中小學生参与。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通

过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市 2023 年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2 号）文件要求对 2022 年度巢湖市委宣传部实施的爱国主义教育活动经费项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
绩效 指标 (90 分)	产出 指标 (50 分)	数量指标	纳入爱国主义教育的青少年为全市各中小学校在校学生
		质量指标	保证爱国主义教育活动正常开展
			7、11 月份分别拨付电影放映费用
		时效指标	爱国主义读书教育活动资金支付及时性
	成本指标	项目总成本 ≤ 年初预算数	
		每个学生观看一场爱国主义教育影片费用 ≤ 预算成本	
	效益 指标 (30 分)	经济效益指标	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
		生态效益指标	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
满意度指标 (10 分)	服务对象 满意度指标	服务对象满意度	

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

（三）绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022 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 2 万多名中小学生学习观看爱国主义主题电影；二是组织全市 7 万多名中小学生学习踊跃参加爱国主义读书教育系列活动，我市选手荣获合肥市一等奖。

全年预算资金 30.25 万元。项目按计划组织实施，资金为财政预算。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。

经统计分析，市委宣传部 2022 年度爱国主义教育活动项目绩效评价综合得分为 91 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	2	49	30	10	91

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。爱国主义教育活动经费项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核

项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

(二) 项目过程情况。爱国主义影片放映资金已拨付给放映公司，按程序规范实施。项目实施过程中，市委宣传部严格履行建设单位监管职责，对项目实施全过程进行监督，项目建设整个过程无工程质量及资金支付问题，达到序时进度要求。

(三) 项目产出情况。爱国主义教育活动覆盖学生数超过 5 万人。2022 年上半年，全市中小學生广泛参加征文、讲故事、演讲和网上知识竞赛活动。巢湖市本级给予 218 名优秀选手表彰奖励。2022 年下半年，全市 2.08 万人观看主题电影，按照 5 元/人次标准据实支付主题电影展映放映经费。

(四) 项目效益情况。经济效益指标：此指标不适用此项目。社会效益指标：对广大群众特别是青少年爱国热情的影响程度较高；生态效益指标：此指标不适用此项目。可持续影响指标：对满足群众爱国教育需要，提升爱国主义教育事业发展的影响程度较高。

五、主要经验及做法

年初制定《关于开展第十届爱国主义主题电影展映及影评征文活动的通知》和《关于在全市青少年中开展“百年光辉历程全面建成小康”爱国主义读书教育活动的通知》文件部署。

第 29 届青少年爱国主义读书教育活动以“永远跟党走 奋斗新征程”为主题，本次活动在全市中小學生中普遍开展，经班级、学校、学区（教办）多轮选拔，推选出优秀学生参加巢湖市级比赛，每个中小学校征文推荐 2-4 篇，讲故事演讲比赛推荐 1-2 人。5 月中旬，市委宣传部、教体局分别组织视频和征文评审，并择优上报合肥市。

因疫情影响，上半年未组织影片放映。2022 年 9 月份，合肥市指定的电影放映公司在城区学校放映 52 场次，观影 14213 人次，乡镇 52 场次，观影 6607 人次，合计共 20820 人次。按照文件标

注的四县一市费用标准每生每部 5 元据实支付放映经费。

六、存在问题及原因分析

未完成 2022 年度爱国主义主题电影展映计划。受疫情影响，电影放映窗口时间仅安排 9 月一个月，时间太短，无法完成。

七、有关建议

无

八、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022 年度)

项目名称		爱国主义教育经费						
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:	47.50	30.25	22.89	10 分	75.00%	2 分
		其中:当年 财政拨款	47.50	30.25	22.89			
		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				
	通过爱国主义电影放映和爱国主义读书教育活动,组织开展对青少年的爱国主义教育。			因疫情影响,组织“云上爱国”,2万多名中小學生观看爱国主义主题电影,5万名中小學生踊跃参加爱国主义读书教育系列活动。				
绩效 指标 (90 分)	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 (50 分)	数量 指标	纳入爱国主义教育的青少年为全市各中小學校在校学生	≥5 万人	>5 万人	10	10	无
		质量 指标	保证爱国主义教育 活动开展	正常 开展	正常开展	10	10	无
			7、11 月份分别拨付 电影放映费用	2 次	1 次	5	4	接上级通 知,因疫情 防控,仅 9 月组织电影 放映
		时效 指标	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	无
	成本 指标	项目总成本 ≤ 年初 预算数	≤ 47.5 万元	30.25	10	10	无	
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	10	10	无		

效益 指标 (30 分)	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	无
	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	无
	满意度指 标 (10 分)	服务对象满意度 指标	服务对象满意度	≥90%	>90%	10	10
总分					100	91	
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))							

注:单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为:预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况,一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定,准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分;以此类推每低于序时进度 5%,扣 2 分,直至扣完。

填报单位负责人:陈鹏

填报人:宋邦文 填报日期:2023年3月1日

项目支出绩效评价报告

全市群众性文化活动和专业文艺创作 项目支出绩效评价报告

2023 年 3 月

摘要

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。指导各地开展民俗文化活动；春节期间开展文化送温暖活动。为调动广大文艺工作者积极性，开展各类惠民性、群众性文化活动，创作和演出更多更好的文艺作品。年初申请预算20.4万元，实际到位预算10.728万元，实际使用10.728万元，预算执行100%。项目按计划组织实施，资金及时到位。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。2022年度，发挥社会团体作用，组织奋进新巢湖主题摄影展、红色收藏展等展览，举办第五届中秋诗会、第十三届全国社区网络春晚等文艺演出。经费控制在预算范围内，基本达到项目预期效果。

全市群众性文化活动和专业文艺创作 项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

依据市委宣传部“三定”方案（巢办字〔2019〕11号）中宣传文艺科工作职责，组织开展全市群众性文化活动和专业文艺创作。按照合肥市《关于开展2022年“我们的中国梦”——文化进万家活动的通知》部署，支持社会协会团体通过“线上+线下”的方式，组织二十大主题摄影大赛、红色收藏展览，举办第五届中秋诗会、第十三届全国社区网络春晚。全年实际到位预算10.728万元，实际使用10.728万元，预算执行100%。

（二）项目绩效目标

总体目标：通过项目实施，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。

阶段性目标：全年计划不少于3次群众性文化活动，实际举办4场。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市2023年预算绩效管理工作方案》（巢财绩〔2023〕2号）文件要求对2022年度巢湖市委宣传部实施的全市群众性文化活动和专业文艺创作项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是

否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

(二) 绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
绩效 指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	群众性文化活动举办场次
			组织文艺作品征集活动
			征集重点文艺作品和重大文艺创作选题
		质量指标	保证全市文化活动正常开展
		时效指标	资金支付及时性
		成本指标	项目成本 ≤ 年初预算数
	效益 指标 (30分)	经济效益指标	本指标不适用此项目
		社会效益指标	满足群众精神文化需要
		生态效益指标	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
	满意度指标 (10分)	服务对象 满意度指标	群众满意度

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

（三）绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022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”，组织策划第五届中秋诗会、南巢街社区网络春晚等文化活动，并同步开展线上直播活动。二是做好“云集文艺”，开展喜迎二十大奋进新征程红色收藏展和喜迎二十大奋进新巢湖主题摄影大赛活动。

经统计分析，市委宣传部2022年度全市群众性文化活动和专业文艺创作项目绩效评价综合得分为100分，评价等级为“优秀”。

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

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。全市群众性文化活动和专业文艺创作项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

（二）项目过程情况。根据年初工作计划，由各承办单位提交活动方案附预算。项目资金采取市委宣传部拨付部分，承办单位自筹部分的方式。项目实施过程中，市委宣传部严格履行监管职责，对项目实施全过程进行监督，活动整个过程均按照活动方案执行，达到活动举办目的。

（三）项目产出情况。数量指标：不少于3场活动，实际举

办4场；征集摄影作品100幅。成本指标：经费支出合规，费用控制在预算金额以内。

（四）项目效益情况。经济效益指标：本指标不适用此项目。社会效益指标：满足群众精神文化需要。生态效益指标：本指标不适用此项目。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较高。

五、主要经验及做法

按照我们的中国梦——文化进万家工作部署，统筹谋划全年文化艺术活动。围绕“喜迎二十大”重大主题事件组织主题摄影展和红色收藏展。围绕中秋、元旦重要时间节点举办第五届中秋诗会和社区网络春晚等群众性文化活动。

六、存在问题及原因分析

高质量文化艺术活动较少，难以满足群众观赏精品文艺活动的精神需求。

七、有关建议

进一步提高文艺创作经费，组织精品文艺扶持奖励，提高文艺工作者积极性。

八、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022 年度)

项目名称		全市群众性文化活动和专业文艺创作经费						
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:	20.40	10.73	10.73	10分	100.00%	10分
		其中:当年财政拨款	20.40	10.73	10.73			
		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。策划参加合肥市文博会活动,扩大巢湖文化影响力。			全年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,举办民俗文化活动。面向全市征集摄影作品累计100多件。				
绩效指标 (90 分)	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 (50 分)	数量指标	群众性文化活动举办场次	≥ 3 场	3 场	10	10	无
			组织文艺作品征集活动	≥ 1 次	1 次	5	5	无
			征集重点文艺作品和重大文艺创作选题	≥ 100 件	>100 件	5	5	无
		质量指标	保证全市文化活动正常开展	正常开展	正常开展	10	10	无
		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	无
成本指标	项目成本 ≤ 年初预算数	≤ 20.4	10.738	10	10	无		

效益 指标 (30 分)	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	满足群众精神文化需 要	程度较 高	程度较 高	15	15	无
	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	无
	满意 度 指 标 (10 分)	服务对 象 满 意 度 指 标	群众满意度	≥90%	>90%	10	10
总分					100	100	
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))							

注:单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为:预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况,一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定,准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分;以此类推每低于序时进度 5%,扣 2 分,直至扣完。

填报单位负责人:陈鹏

填报人:宋邦文

填报日期:2023 年 3 月 1 日

项目支出绩效评价报告

单位日常服务保障经费项目支出绩效评价 报告

2023 年 3 月

摘要

单位日常服务保障经费主要是用来租赁巢湖传媒中心3间办公室，保障巢湖市新闻中心（融媒体中心）日常办公需要，维持机构日常运行。2022年，单位日常服务保障经费预算7.3万元，实际支出7.3万元，执行率100%，圆满完成预期目标，更好地提升了巢湖市融媒体中心工作环境。

单位日常服务保障经费项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

2022年单位日常服务保障经费主管部门为中共巢湖市委宣传部，经费实施主体为巢湖市融媒体中心，项目经费主要是用来租赁巢湖传媒中心3间办公室，支付房租、物业费及水电费，保障巢湖市融媒体中心日常办公需要，维持机构日常运行。2022年，单位日常服务保障经费预算7.3万元，实际支出7.3万元，执行率100%。

（二）项目绩效目标

2022年度，单位日常服务保障经费绩效目标明确，持续保障单位日常办公，更好地提升了巢湖市融媒体中心工作环境。目标合理，能够针对融媒体中心实际情况，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。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市2023年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2号）文件要求对2022年度巢湖市委宣传部实施的单位日常服务保障经费项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准

等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
绩效 指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	租赁办公室 3 间
		质量指标	保障单位日常办公
		时效指标	按时提供办公场地
		成本指标	项目总成本
	效益 指标 (30分)	经济效益 指标	本指标不适用此项目
		社会效益 指标	提升巢湖市融媒体中心工作环境
		生态效益 指标	本指标不适用此项目
		可持续影响指标	持续保障单位日常办公
	满意度 指标 (10分)	服务对象 满意度指标	群众满意

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

(三) 绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价

三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022年单位日常服务保障经费7.3万,实际执行数7.3万元,执行率100%,圆满完成预期目标。

具体包括:租赁巢湖传媒中心3间办公室,按时提供办公场地,保障单位日常办公。

经统计分析,巢湖市委宣传部2022年度单位日常服务保障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

四、绩效评价指标分析

(一)项目决策情况。单位日常服务保障经费项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责,用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求,用以反映和考核项目立项的规范情况。

(二)项目过程情况。项目实施过程中,中共巢湖市委宣传部严格履行监管职责,对项目实施全过程进行监督,项目资金使用符合相关的财务管理制度规定,资金拨付审批程序和手续完整,不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。整个过程无质量及资金支付问题,达到序时进度要求。

(三)项目产出情况。数量指标:租赁办公室3间,租赁办公面积160平方米;质量指标:保证日常办公正常开展;时效指标:按照合同约定时间支付;成本指标:费用控制在预算金额以内。

(四)项目效益情况。经济效益指标:本指标不适用此项目;社会效益指标:提升巢湖市融媒体中心工作环境;生态效益指标:本指标不适用此项目;可持续影响指标:持续保障单位日常办公。

五、主要经验及做法

无

六、存在问题及原因分析

无

七、有关建议

无

八、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022 年度)

项目名称		单位日常服务保障经费						
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:	7.30	7.30	7.30	10 分	100%	10 分
		其中: 当年 财政拨款	7.30	7.30	7.30			
		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				
	保障融媒体中心日常办公需要, 提供 办公场所, 维持机构日常运行。			完成预期目标				
绩效 指标 (90 分)	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 (50 分)	数量指 标	租赁办公室 3 间	租赁 办公 室 3 间	租赁办公室 3 间	12.5	12.5	无
		质量指 标	保障单位日常办公	程度 较高	程度较高	12.5	12.5	无
		时效指 标	按时提供办公场地	按时 提供	2022 年全年	12.5	12.5	无
		成本指 标	项目总成本	≤ 预 算数	7.3 万元	12.5	12.5	无

效益指标 (30分)	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	无	无	无
	社会效益指标	提升巢湖市融媒体中心工作环境	程度较高	程度较高	15	15	无
	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	无	无	无
	可持续影响指标	持续保障单位日常办公	程度较高	程度较高	15	15	无
	满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	群众满意	≥90%	>90%	10	10
总分					100	100	
自评等次 (优(S≥90) 良(90>S≥80) 中(80>S≥60) 差(S<60))							

注：单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为：预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况，一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定，准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分；以此类推每低于序时进度 5%，扣 2 分，直至扣完。

填报单位负责人：李珊珊

填报人：蹇倩雯 填报日期：2023 年 3 月 1 日

项目支出绩效评价报告

合肥报业集团合作经费项目支出绩效评价 报告

2023 年 3 月

摘要

合肥报业集团合作经费主要是用来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。2022年合肥报业集团合作经费预算231.2万元，实际执行数为166.2万元，执行率71.89%。基本完成预期目标，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。

合肥报业集团合作经费项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

2022年合肥报业集团合作经费主管部门为中共巢湖市委宣传部，经费实施主体为巢湖市融媒体中心，项目经费主要是用来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。《巢湖晨刊》每周五期，每期4开8版，根据需要可适当增加，年赠阅《巢湖晨刊》2000份。2022年合肥报业集团合作经费预算231.2万元，实际执行数为166.2万元，执行率71.89%。

（二）项目绩效目标

合肥报业集团合作项目目标明确，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，多方位、多主题宣传推介巢湖，提升巢湖形象，巩固主流舆论声音，传播讲好巢湖故事，传播巢湖声音，展示巢湖形象，从而促进巢湖市经济社会全面进步；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。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市2023年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2号）文件要求对2022年度巢湖市委宣传部实施的合肥报业集团合作经费项目开展项目支出绩效评价，本次

绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
绩效 指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	全年发行报纸数
			每周发行期数
			每期报刊版数
			年赠阅《巢湖晨刊》份数
		质量指标	报刊质量符合合同约定要求
			报道新闻内容符合合同约定要求
			经费支出合规性
		时效指标	项目持续时间
			经费支出时效性
		成本指标	项目总成本
	报刊发行成本		
	效益 指标 (30分)	经济效益 指标	本指标不适用此项目
		社会效益 指标	传播巢湖声音，服务巢湖人民
			正面宣传带动巢湖社会发展
		生态效益 指标	本指标不适用此项目
	可持续影响指标	壮大主流思想舆论的影响程度	
满意度指标 (10分)	服务对象 满意度指标	社会公众、被赠阅对象满意度	

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

（三）绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022年合肥报业集团合作经费231.2万，实际执行数166.2万，执行率71.89%，基本完成预期目标，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240期报纸，每周五期，报刊版数4开8版，年赠阅《巢湖晨刊》2000份，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2022年度合肥报业集团合作经费项目绩效评价综合得分为90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

四、绩效评价指标分析

(一) 项目决策情况。合肥报业集团合作经费项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

(二) 项目过程情况。项目实施过程中，中共巢湖市委宣传部严格履行监管职责，对项目实施全过程进行监督，项目资金使用符合相关的财务管理制度规定，资金拨付审批程序和手续完整，不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。整个过程无质量及资金支付问题，达到序时进度要求。

(三) 项目产出情况。数量指标：每年发行不少于240期报纸，每周五期，报刊版数4开8版，年赠阅《巢湖晨刊》2000份；质量指标：报刊质量、报道新闻内容符合合同约定要求；时效指标：序时完成进度并拨付资金；成本指标：费用控制在预算金额以内。

(四) 项目效益情况。经济效益指标：本指标不适用此项目；社会效益指标：传播巢湖声音，服务巢湖人民，正面宣传带动巢湖社会发展；生态效益指标：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的目标，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%。

五、主要经验及做法

2022年，巢湖市融媒体中心通过积极开展绩效自评、评价结果整改等工作，切实做到了部门整体绩效与单一项目绩效的有机结合，支出均严格按预算执行，未超标准、扩大范围支出，未新增债务。在2022年全年与合肥报业集团合作方面，通过全年报纸发行、主动与《巢湖晨刊》谋划全年报道工作，聚焦市中心工作

和重点工作，广泛深度做好宣传报道工作，在全年合作过程中，主流思想舆论巩固壮大、精神文明建设全面加强、文化建设稳步发展、工作质效全面提升等方面都取得了显著成效，增强了人民群众对党和政府的信任度和满意度。

六、存在问题及原因分析

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。

七、有关建议

针对存在的问题，应加强预算编制管理，夯实预算执行基础。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。

九、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022 年度)

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:	231.20	231.20	166.20	10分	71.89%	0
		其中:当年财政拨款	231.20	231.20	166.20			
		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 231.2 万元财政资金, 主要用于与合肥报业集团共同办报和报刊赠阅。通过项目实施, 多方位、多主题宣传推介巢湖, 提升巢湖形象, 巩固主流舆论声音, 传播讲好巢湖故事, 传播巢湖声音, 展示巢湖形象, 从而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 (90 分)	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 (50 分)	数量指标	全年发行报纸数	≥ 240 期	>240 期	3	3	无
			每周发行期数	5 期	5 期	3	3	无
			每期报刊版数	4 开 8 版	4 开 8 版	3	3	无
			年赠阅《巢湖晨刊》份数	2000 份	2000 份	4	4	无
	质量指标	质量指标	报刊质量符合合同约定要求	符合	完成	4	4	无
			报道新闻内容符合合同约定要求	符合	完成	4	4	无
			经费支出合规性	合规	完成	5	5	无
时效指标	时效指标	项目持续时间	贯穿全年	2022 年全年	6	6	无	

			经费支出时效性	根据合同约定时间支付	第四季度经费未及时支付	6	6	因市财政紧张,第四季度经费未及时支付
	成本指标	项目总成本	≤预算数	166.2万元	6	6	无	
		报刊发行成本	156元/份	156元/份	6	6	无	
效益指标 (30分)	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	无	无	无	
	社会效益指标	传播巢湖声音,服务巢湖人民	程度较高	程度较高	10	10	无	
		正面宣传带动巢湖社会发展	程度较高	程度较高	10	10	无	
	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	无	无	无	
	可持续影响指标	壮大主流思想舆论的影响程度	程度较高	程度较高	10	10	无	
满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	社会公众、被赠阅对象满意度	≥90%	>90%	10	10	无	
总分						100	90	
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))								

注:单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为:预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况,一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定,准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10分;以此类推每低于序时进度 5%,扣 2分,直至扣完。

填报单位负责人:李珊珊 填报人:蹇倩雯 填报日期:2023年3月1日

项目支出绩效评价报告

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

2023 年 3 月

摘要

合肥市广播电视台公共频道购买服务费经费主要是用来在公共频道开办《巢湖新视点》《三农巢湖》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。2022年，合肥市广播电视台公共频道购买服务费预算180万元，实际执行数为120万元，执行率66.67%。基本完成预期目标，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。

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、项目基本情况

（一）项目概况

2022年合肥市广播电视台公共频道购买服务费主管部门为中共巢湖市委宣传部，经费实施主体为巢湖市融媒体中心，项目经费主要是用来在公共频道开办《巢湖新视点》《三农巢湖》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。2022年，合肥市广播电视台公共频道购买服务费预算180万元，实际执行数为120万元，执行率66.67%。

（二）项目绩效目标

合肥市广播电视台公共频道购买服务费项目目标明确，通过开办《巢湖新视点》《三农巢湖》两档新闻栏目，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。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市2023年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2号）文件要求对2022年度巢湖市委宣传部实施的合肥市广播电视台公共频道购买服务费项目开展项目支出

绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
绩效 指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	开办栏目数
			全年累计播放栏日期数
			栏目播放频次
			栏目播放时长
		质量指标	栏目质量符合合同约定要求
			栏目内容符合合同约定要求
			经费支出合规性
		时效指标	栏目制作播放完成时间
			经费支出时效性
		成本指标	项目总成本
	效益 指标 (30分)	经济效益 指标	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
			对正面宣传带动巢湖社会发展的影响程度
		生态效益 指标	本指标不适用此项目
可持续影响指标	对巩固壮大主流思想舆论的影响程度		
满意度指标 (10分)	服务对象 满意度指标	群众满意	

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

（三）绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022年合肥市广播电视台公共频道购买服务费180万元，实际执行数120万元，执行率66.67%，基本完成预期目标，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。

一是每年合办栏目《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，按合同约定组织实施，2022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2022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90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

四、绩效评价指标分析

(一) 项目决策情况。合肥市广播电视台公共频道购买服务费项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

(二) 项目过程情况。项目实施过程中，中共巢湖市委宣传部严格履行监管职责，对项目实施全过程进行监督，项目资金使用符合相关的财务管理制度规定，资金拨付审批程序和手续完整，不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。整个过程无质量及资金支付问题，达到序时进度要求。

(三) 项目产出情况。数量指标：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；质量指标：栏目质量、内容符合合同约定要求；时效指标：序时完成进度并拨付资金；成本指标：费用控制在预算金额以内。

(四) 项目效益情况。经济效益指标：本指标不适用此项目；社会效益指标：传播巢湖声音，服务巢湖人民，正面宣传带动巢湖社会发展；生态效益指标：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的目标，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%。

五、主要经验及做法

2022年，巢湖市融媒体中心通过积极开展绩效自评、评价结果整改等工作，切实做到了部门整体绩效与单一项目绩效的有机结合，支出均严格按预算执行，未超标准、扩大范围支出，未新增债务。在2022年全年与合肥市广播电视台公共频道合作方面，

主动与合肥市广播电视台公共频道策划推进全年报道工作，聚焦市中心和重点工作，广泛深度做好宣传报道工作，在全年合作过程中，主流思想舆论巩固壮大、精神文明建设全面加强、文化建设稳步发展、工作质效全面提升等方面都取得了显著成效，增强了人民群众对党和政府的信任度和满意度。

六、存在问题及原因分析

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，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。

七、有关建议

针对存在的问题，应加强预算编制管理，夯实预算执行基础。对“两合一报”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。

十、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022年度)

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:	180.00	180.00	120.00	10分	66.67%	0分
		其中:当年财政拨款	180.00	180.00	120.00			
		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180万元财政资金,用于开办《巢湖新视点》《三农巢湖》两档新闻栏目。通过项目实施,传播巢湖声音,展示巢湖形象,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(90分)	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(50分)	数量指标	开办栏目数	2个	2个	5	5	无
			全年累计播放栏目期数	104期	104期	5	5	无
			栏目播放频次	每周一期	每周一期	5	5	无
			栏目播放时长	10-15分钟	10-15分钟	5	5	无
	质量指标	质量指标	栏目质量符合合同约定要求	符合	符合	5	5	无
			栏目内容符合合同约定要求	符合	符合	5	5	无
			经费支出合规性	合规	合规	5	5	无
	时效指标	栏目制作播放完成时间	贯穿全年	2022年全年	5	5	无	

			经费支出时效性	根据合同约定时间支付	第四季度经费未及时支付	5	5	因市财政紧张,第四季度经费未及时支付
	成本指标	项目总成本	≤预算数	120万元	5	5	无	
效益指标 (30分)	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	无	无	无	
	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	10	10	无	
		对正面宣传带动巢湖社会发展的影响程度	程度较高	程度较高	10	10	无	
	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	无	无	无	
	可持续影响指标	对巩固壮大主流思想舆论的影响程度	程度较高	程度较高	10	10	无	
满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	群众满意	≥90%	>90%	10	10	无	
总分						100	90	
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))								

注:单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为:预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况,一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定,准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10分;以此类推每低于序时进度 5%,扣 2分,直至扣完。

填报单位负责人:李珊珊

填报人:蹇倩雯

填报日期:2023年3月1日

项目支出绩效评价报告

省级技术平台维护费项目支出绩效评价 报告

2023 年 3 月

摘要

省级技术平台维护费主要是用于巢湖市融媒体中心入驻省技术平台皖云每年的运行维护费用。皖云技术平台将为巢湖市融媒体中心提供融合内容平台综合管理服务，包含巢湖市融媒体平台业务管理服务、访问门户服务、内容检索服务、内容浏览服务、融合发布接口服务等；提供采集汇聚、策划指挥、融合生产等服务。2022年，省级技术平台维护费预算29万元，实际执行数为29万元，执行率100%。通过项目实施，保障了巢湖市融媒体中心各平台有序运行和数据实时交换共享，进一步推动了媒体融合向纵深发展。

省级技术平台维护费项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

2022年，省级技术平台维护费主管部门为中共巢湖市委宣传部分，经费实施主体为巢湖市融媒体中心，项目经费主要是用于巢湖市融媒体中心入驻省技术平台皖云每年的运行维护费用。皖云技术平台将为巢湖市融媒体中心提供融合内容平台综合管理服务，包含巢湖市融媒体平台业务管理服务、访问门户服务、内容检索服务、内容浏览服务、融合发布接口服务等；提供采集汇聚、策划指挥功能服务，包含搭建远程回传平台、按检索关键词自动发现信息功能、选题策划呈现系统、生产任务呈现系统、舆情分析呈现系统等；提供融合生产服务，包含提供一系列的选题策划工具、移动生产APP工具、稿件生产工具、视频简编工具等。2022年，省级技术平台维护费预算29万元，实际执行数为29万元，执行率100%。

（二）项目绩效目标

2022年度，省级技术平台维护费项目绩效目标明确，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。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通

过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市2023年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2号）文件要求对2022年度巢湖市委宣传部实施的省级技术平台维护费项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
绩效 指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	维护服务类别
			维护服务项目数
		质量指标	项目维护合格率
			项目验收合格率
			经费支出合规性
		时效指标	项目服务时间
			经费支出时效性
	成本指标	项目总成本	
	效益 指标 (30分)	经济效益 指标	本指标不适用此项目
		社会效益 指标	对保障单位微信采编发工作正常开展的影响程度
对单位履职、促进宣传工作发展的影响程度			
		对公共服务水平的提升程度	

		生态效益指标	本指标不适用此项目
		可持续影响指标	对保障单位持续稳定运转、持续发挥职能的影响程度
			对单位履职、促进宣传事业持续发展的影响程度
			对提升公共服务水平的持续影响程度
	满意度指标 (10分)	服务对象 满意度指标	群众满意

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

(三) 绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022年省级技术平台维护费29万，实际执行数29万，执行率100%，圆满完成预期目标，提升了融媒体中心硬件水平，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：为巢湖市融媒体中心提供融合内容平台综合管理服务，包含巢湖市融媒体平台业务管理服务、访问门户服务、内容检索服务、内容浏览服务、融合发布接口服务等；提供采集汇聚、策划指挥功能服务，包含搭建远程回传平台、按检索关键词自动发现信息功能、选题策划呈现系统、生产任务呈现系统、與

情分析呈现系统等；提供融合生产服务，包含提供一系列的选题策划工具、移动生产APP工具、稿件生产工具、视频简编工具等。

经统计分析，巢湖市委宣传部2022年度省级技术平台维护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

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。省级技术平台维护费项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

（二）项目过程情况。中共巢湖市委宣传部严格履行监管职责，对项目实施全过程进行监督，项目资金使用符合相关的财务管理制度规定，资金拨付审批程序和手续完整，不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。整个过程无质量及资金支付问题，达到序时进度要求。

（三）项目产出情况。数量指标：维护服务2类、维护服务项目10个；质量指标：项目维护合格率、项目验收合格率、经费支出合规性符合合同约定要求；时效指标：项目服务时间、经费支出时效性符合合同约定要求；成本指标：费用控制在预算金额以内。

（四）项目效益情况。经济效益指标：本指标不适用此项目；社会效益指标：保障单位微信采编发工作正常开展，促进宣传工作发展，提升公共服务水平；生态效益指标：本指标不适用此项目；可持续影响指标：保障单位持续稳定运转、持续发挥职能，促进宣传事业持续发展，提升公共服务水平。

五、主要经验及做法

2022年，巢湖市融媒体中心通过积极开展绩效自评、评价结果整改等工作，切实做到了部门整体绩效与单一项目绩效的有机结合，支出均严格按预算执行，未超标准、扩大范围支出，未新增债务。通过项目实施，皖云技术平台持续协助巢湖市融媒体中心各平台日常运维，实现县级融媒体中心“策采编审发评考”全流程云化部署，实现新闻“一次采集、多种生成、全媒分发”的目标，保障了巢湖市融媒体中心各平台有序运行和数据实时交换共享，进一步推动媒体融合向纵深发展。

六、存在问题及原因分析

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。

七、有关建议

无。

十一、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022 年度)

项目名称		省级技术平台维护费						
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:	29.00	29.00	29.00	10 分	100%	10 分
		其中:当年 财政拨款	29.00	29.00	29.00			
		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 29 万元财政资金,用于巢湖市融媒体中心皖云技术平台日常运维项目支出。通过项目实施,保障平台有序运行和数据实时交换共享,进一步推动媒体融合向纵深发展。			完成预期目标,有效展示了巢湖良好形象				
绩效 指标 (90 分)	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 (50 分)	数量指 标	维护服务类别	2 类	2 类	6.25	6.25	无
			维护服务项目数	10 个	10 个	6.25	6.25	无
		质量指 标	项目维护合格率	100%	完成	6.25	6.25	无
			项目验收合格率	100%	完成	6.25	6.25	无
			经费支出合规性	合规	完成	6.25	6.25	无
	时效指 标	项目服务时间	根据合同 约定服务	2022 年全 年	6.25	6.25	无	

				时间				
			经费支出时效性	根据合同约定支付时间	完成	6.25	6.25	无
		成本指标	项目总成本	≤预算数	29万元	6.25	6.25	无
效益指标 (30分)	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	无	无	无
	社会效益指标	对保障单位微信采编发工作正常开展的影响程度		影响较高	程度较高	5	5	无
		对单位履职、促进宣传工作发展的影响程度		影响较高	程度较高	5	5	无
		对公共服务水平的提升程度		提升明显	提升明显	5	5	无
	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	无	无	无
	可持续影响指标	对保障单位持续稳定运转、持续发挥职能的影响程度		影响较高	影响较高	5	5	无
		对单位履职、促进宣传事业持续发展的影响程度		影响较高	影响较高	5	5	无
		对提升公共服务水平的持续影响程度		提升明显	提升明显	5	5	无
	满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	群众满意	≥90%	>90%	10	10	无
	总分						100	100
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))								

注：单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为：预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况，一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定，准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分；以此类推每低于序时进度 5%，扣 2 分，直至扣完。

填报单位负责人：李珊珊 填报人：蹇倩雯 填报日期：2023 年 3 月 1 日

项目支出绩效评价报告

新媒体平台运行维护费项目支出绩效评价 报告

2023 年 3 月

摘要

新媒体平台运行维护费主要用于做好巢湖发布微信公众号、微博“巢湖发布”、巢湖宣传网等新媒体平台的维护工作；巢湖宣传网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；加强与驻巢媒体的通联工作，积极开展巢湖专题宣传等方面支出。2022年，新媒体平台运行维护费预算61万元，实际执行数为49.3万元，执行率80.88%。基本完成预期目标，推进了新媒体平台之间的融合，提高了平台工作效率，提升了巢湖宣传影响力。

新媒体平台运行维护费项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

2022年，新媒体平台运行维护费主管部门为中共巢湖市委宣传部，经费实施主体为巢湖市融媒体中心，项目经费主要用于做好巢湖发布微信公众号、微博“巢湖发布”、巢湖宣传网等新媒体平台的维护工作；巢湖宣传网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；加强与驻巢媒体的通联工作，积极开展巢湖专题宣传等方面支出。通过项目实施，推进新媒体平台之间的融合，提高平台工作效率，提升巢湖宣传影响力，更好地宣传推介巢湖。2022年新媒体平台运行维护费61万元，实际执行数为49.3万元，执行率80.88%。

（二）项目绩效目标

2022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。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市2023年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2号）文件要求对2022年度巢湖市委宣传部

部实施的新媒体平台运行维护费项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
绩效 指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	全年微信公众号发布信息量
			全年巢湖宣传网更新信息量
			集中采访
			拍摄制作短视频数量
			H5、VR、动漫、海报等融媒体产品数量
			微博活动
		质量指标	活动、比赛符合活动方案相关要求
			在网站、微信公众号推送信息质量达标率
			制作的短视频、融媒体产品质量达标率
			经费支出合规性
		时效指标	微信公众号发布信息时间
			项目完成及时性
			宣传网信息更新时间
			经费支出时效性
		成本指标	项目总成本

	效益指标 (30分)	经济效益指标	本指标不适用此项目
		社会效益指标	对讲好巢湖故事、传播巢湖声音、提升巢湖形象的影响程度
			对巩固主流舆论阵地，增强主流媒体影响力的影响程度
		生态效益指标	本指标不适用此项目
	可持续影响指标	对弘扬主旋律、传播正能量的影响程度	
满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	群众满意	

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

(三) 绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022年新媒体平台运行维护费61万，实际执行数为49.3万元，执行率80.88%。基本完成预期目标。

具体包括：一是2022年“巢湖发布”系列平台共发布信息6000余条，内容覆盖面广、新闻时效性强；二是“巢湖发布”系列平台产品形式内容多样，巢湖宣传网及时报道我市重要新闻、重大活动；三是融媒体中心积极谋划，围绕工业立市、党建、文明创建等中心工作进行主题宣传；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標。群众满意度大于90%。

经统计分析，巢湖市委宣传部2022年度新媒体平台运行维护费项目绩效评价综合得分为94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	4	50	30	10	94

四、绩效评价指标分析

(一) 项目决策情况。新媒体平台运行维护费项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

(二) 项目过程情况。项目实施过程中，中共巢湖市委宣传部严格履行监管职责，对项目实施全过程进行监督，项目资金使用符合相关的财务管理制度规定，资金拨付审批程序和手续完整，不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。整个过程无质量及资金支付问题，达到序时进度要求。

(三) 项目产出情况。数量指标：“巢湖发布”微信公众号发布推文2500余篇，宣传网刊登信息近1000条，制作并发布海报、短视频等融媒体产品420余个，微博更新2900余条，抖音发布短视频170余条；质量指标：在网站、微信公众号推送信息质量达标，制作的短视频、融媒体产品质量达标；时效指标：序时完成进度并拨付资金；成本指标：费用控制在预算金额以内。

(四) 项目效益情况。经济效益指标：本指标不适用此项目；社会效益指标：传播巢湖声音，服务巢湖人民，正面宣传带动巢湖社会发展；生态效益指标：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

好地实现服务群众的目標，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%。

五、主要经验及做法

2022年，巢湖市融媒体中心通过开展绩效自评、评价结果整改等工作，切实做到了部门整体绩效与单一项目绩效的有机结合，支出均严格按预算执行，未超标准、扩大范围支出，未新增债务。2022年全年，巢湖市融媒体中心紧扣主题主线，做强正面宣传。重点围绕迎接学习宣传贯彻党的二十大这一重大主题，将“奋进新征程，建功新时代”主题宣传贯穿全年。紧跟时事特色，做优重点宣传。聚焦市委市政府中心工作，策划推出系列报道和相关融媒体产品。聚焦社会民生，围绕暖民心行动，策划“巢·暖民心”专栏，推出系列报道；围绕党的建设，策划推出“百名党员榜样”等专栏；抓住重要时间节点，趁势策划主题宣传，营造浓厚的宣传氛围；紧抓中心重点，提升对外宣传，加强与人民日报、新华社客户端、人民网、新华网、央广网等中央省市主流媒体合作，借力优质平台讲好巢湖故事，传播好巢湖声音。聚合资源力量，强化品牌建设。以品牌建设为抓手，聚合媒体资源，重点打造“巢湖发布”品牌，依托“巢湖发布”微信、微博、抖音、宣传网等平台，聚焦社会民生、关注新闻热点，多方位、立体化传播。

六、存在问题及原因分析

通过评价发现的问题和不足主要包括：一是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；二是由于资金有限，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。

七、有关建议

针对存在的问题，应强化内容运营，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。

十二、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022 年度)

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:	63.00	61.00	49.33	10 分	80.88%	4 分
		其中:当年 财政拨款	63.00	61.00	49.33			
		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 61 万财政资金, 用于巢湖市融媒体中心微博线上线下活动及新闻线索推送、手机客户端服务功能提升、微信稿件推送、网站平台正常运维等方面支出。通过项目实施, 推进新媒体平台之间的融合, 提高平台工作效率, 提升巢湖宣传影响力, 更好地宣传推介巢湖。			完成预期目标				
绩效 指标 (90 分)	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 (50 分)	数量 指标	全年微信公众号发布信息量	≥ 1500 条	>1500 条	2.25	2.25	无
			全年巢湖宣传网更新信息量	≥ 2000 条	>2000 条	2.25	2.25	无
			集中采访	≥5 次	>5 次	2.25	2.25	无
			拍摄制作短视频数量	≥10 个	>10 个	2.25	2.25	无
			H5、VR、动漫、海报等融媒体产品数量	≥10 个	>10 个	2.25	2.25	无

		微博活动	≥2次	>2次	2.25	2.25	无	
	质量指标	活动、比赛符合活动方案相关要求	符合	符合	3	3	无	
		在网站、微信公众号推送信息质量达标率	≥98%	>98%	3	3	无	
		制作的短视频、融媒体产品质量达标率	≥98%	>98%	3	3	无	
		经费支出合规性	合规	完成	3	3	无	
		微信公众号发布信息时间	贯穿全年	2022年全年	3	3	无	
	时效指标	项目完成及时性	12月底前	完成	3	3	无	
		宣传网信息更新时间	贯穿全年	2022年全年	3	3	无	
		经费支出时效性	根据计划支出时间安排	12月巢湖发布劳务费未 及时支付	3	3	因市财政紧张,12月巢湖发布劳务费未 及时支付	
		成本指标	项目总成本	≤预算数	49.33万元	12.5	12.5	无
	效益指标 (30分)	经济效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目	无	无	无	
		社会效益指标	对讲好巢湖故事、传播巢湖声音、提升巢湖形象的影响程度	程度较高	程度较高	10	10	无
			对巩固主流舆论阵地,增强主流媒体影响力的影响程度	程度较高	程度较高	10	10	无
		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	无	无	无
		可持续影响	对弘扬主旋律、传播正能量的影响程	程度较高	程度较高	10	10	无

		响指 标	度					
	满意 度指 标 (10 分)	服务 对象 满意 度指 标	群众满意	≥90%	>90%	10	10	无
总分						100	94	
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))								

注：单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为：预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况，一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定，准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分；以此类推每低于序时进度 5%，扣 2 分，直至扣完。

填报单位负责人：李珊珊 填报人：蹇倩雯 填报日期：2023 年 3 月 1 日

项目支出绩效评价报告

2022年巢湖市新时代文明实践中心 建设工作项目支出绩效评价报告

2023年3月

摘要

2022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，按照中央和省、市的部署要求，统筹整合各类资源，扎实推进新时代文明实践中心建设各项工作，为区域经济社会可持续发展和乡村振兴注入新活力、赋予新功能。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。项目预算126万元，实际支出102.09万元，执行率81.08%。

2022年巢湖市新时代文明实践中心建设工作 项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（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126万元，实际支出102.09万元，执行率81.08%。

（二）项目绩效目标

总体目标：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。阶段性目标：推动基层宣传思想文化工作和精神文明建设改革创新。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市2023年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2号）文件要求对2022年度巢湖市委宣传部实施的2022年巢湖市新时代文明实践中心建设工作项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
绩效 指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	补助镇街、村实践所站项目完成数量
			搭建志愿信息化平台数
			全市文明实践主题活动
		质量指标	补助资金兑现流程合规性
			信息化平台运行符合运行要求
			志愿服务项目实施符合合同要求
			主题活动符合开展要求
		时效指标	项目完成时效性
			经费支出时效性
		成本指标	项目成本 ≤ 年初预算数
	效益 指标 (30分)	经济效益 指标	该项目不适用此指标
		社会效益 指标	对推进市级新时代文明实践志愿服务中心工作的影响程度
			对丰富人民群众精神文化生活的影 响程度
		生态效益 指标	该项目不适用此指标
	可持续影响指标	对推动农村精神文明和基层宣传思想工 作的影响程度	
满意度指标 (10分)	服务对象 满意度指标	受益群众满意度	

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情

况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

（三）绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022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，按照中央和省、市的部署要求，统筹整合各类资源，扎实推进新时代文明实践中心建设各项工作，为区域经济社会可持续发展和乡村振兴注入新活力、赋予新功能。每月下发重点工作提示单，推动新时代文明实践工作常态化。依托乡镇文明创建检查、日常督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。购买支持志愿服务项目2个，“编外子女”、“流动的剃头匠”等志愿服务品牌项目常态长效开展。2022年，表彰巢湖市新时代文明实践最美志愿者20人、最佳志愿服务组织12个、最美志愿服务社区12个，新增合肥市志愿服务“4个10”优秀典型共11个，其中个人4个、组织2个、项目4个、社区1个。新增合肥市新时代文明实践示范站2个。

经统计分析，市委宣传部2022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94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	4	50	30	10	94
------	---	----	----	----	----

四、绩效评价指标分析

(一) 项目决策情况。项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

(二) 项目过程情况。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。顺利完成该项目，并达到预期效果。

(三) 项目产出情况。数量指标：补助镇街、村实践所站项目完成数量 20 个，搭建志愿信息化平台数 1 个，全市文明实践主题活动 2 场；质量指标：补助资金兑现流程合规，信息化平台运行符合运行要求，志愿服务项目实施符合合同要求，主题活动符合开展要求；时效指标：项目完成时效性完成，经费支出时效性及时；成本指标：项目成本 ≤ 年初预算数。

(四) 项目效益情况。经济效益：该项目不适用此指标；社会效益：对推进市级新时代文明实践志愿服务中心工作的影响程度较高，对丰富人民群众精神文化生活的影影响程度较高；生态效益：该项目不适用此指标。

五、主要经验及做法

志愿服务品牌项目常态长效开展。2022 年，表彰巢湖市新时代文明实践最美志愿者 20 人、最佳志愿服务组织 12 个、最美志愿服务社区 12 个，新增合肥市志愿服务“4 个 10”优秀典型共 11 个，其中个人 4 个、组织 2 个、项目 4 个、社区 1 个。新增合肥市新时代文明实践示范站 2 个。

六、存在问题及原因分析

项目受周期、新冠疫情等因素影响，实际实施进度未能按照原计划序时推进，无法按时结算；加之有时市财政资金紧张，无法按时支付资金，导致预算执行进度较为缓慢。

七、有关建议

财务人员积极主动加强与业务科室的沟通、协调，对预算执行率底的项目，帮助科室清理账目、规范程序，指导科室加快执行进度。单位完善绩效考核评价机制，强化预算执行力度提高预算执行率。

八、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		2022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	巢湖市新时代文明实践工作中心		
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:	126.00	126.00	102.09	10分	81.02%	4分
		其中:当年财政拨款	126.00	126.00	102.09			
		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活动有力有序、常态长效开展。				
绩效指标(90分)	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(50分)	数量指标	补助镇街、村实践所站项目完成数量	≥20个	20	10	10	
			搭建志愿信息化平台数	1个	1个	2.5	2.5	
			全市文明实践主题活动	≥2场	2场	2.5	2.5	
	质量指标	质量指标	补助资金兑现流程合规性	合规	完成	5	5	
			信息化平台运行符合运行要求	符合	符合	5	5	
			志愿服务项目实施符合合同要求	符合	符合	5	5	
			主题活动符合开展要求	符合	符合	5	5	
	时效指标	时效指标	项目完成时效性	是否完成	完成	5	5	
			经费支出时效性	是否及时	及时	5	5	
成本指标	成本指标	项目成本≤年初预算数	≤预算数	102.09万	5	5		

	效益指标 (30分)	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	对推进市级新时代文明实践志愿服务中心工作的影响程度	较高/较低	较高	10	10	
			对丰富人民群众精神文化生活的影晌程度	较高/较低	较高	10	10	
		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	对推动农村精神文明和基层宣传思想工作的影响程度	较高/较低	较高	10	10		
满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	受益群众满意度	≥90%	>90%	10	10		
总分					100	94		
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))								

注：单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为：预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况，一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定，准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分；以此类推每低于序时进度 5%，扣 2 分，直至扣完。

填报单位负责人：陈鹏

填报人：刘军

填报日期：2023 年 3 月 1 日

项目支出绩效评价报告

2022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

2023年3月

摘要

2022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。文明创建突出常态化长效化，重点领域专项整治进一步强化，品牌效应进一步升级放大，涌现出一批优秀志愿服务典型，围绕全市未成年人思想道德建设中心工作，推进“复兴少年宫”建设规范化，持续开展未成年人思想道德工作测评，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。项目预算267万元，实际支出173.08万元，执行率64.82%。

2022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、项目基本情况

(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。项目预算267万元，实际支出173.08万元，执行率64.82%。

(二) 项目绩效目标

全方位加大创建力度，顺利通过国检验收。

二、绩效评价工作开展情况

(一) 绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市2023年预算绩效管理工作方案》（巢财绩〔2023〕2号）文件要求对2022年创建全国文明城市工作专项经费项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

(二) 绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

绩效	一级指标	二级指标	三级指标
----	------	------	------

指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	开展重大节日主题活动数量
			联点共建测评、乡镇测评及重点工作测评次数
		质量指标	经费支出合规性
			文明创建各项工作符合检查要求
			重大活动符合活动方案相关要求
		时效指标	各项工作在复检前完成
			经费支出时效性
	成本指标	项目成本 ≤ 年初预算数	
	效益 指标 (30分)	经济效益指标	本指标不适用此项目
		社会效益指标	对提升社会文明程度，居民幸福感的影响程度
		生态效益指标	本指标不适用此项目
		可持续影响指标	对提高城市在全国的知名度、美誉度的影响程度
	满意度指标 (10分)	服务对象 满意度指标	社会公众和服务对象满意度

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

(三) 绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

文明创建突出常态化长效化，开展城区街道社区、市直主创单位、乡镇三级创城专项督查 130 余次，开设“文明创建曝光台”“红黑榜”等专栏，曝光 33 期 746 个不文明问题，市民不文明行为得到有效遏制。重点领域专项整治进一步强化，围绕群众关注的难点问题，组织开展交通秩序、住宅小区、农贸市场等 14 项专项整治行动。品牌效应进一步升级放大，擦亮“文明实践看巢湖”名片，持续打造“编外子女”等品牌项目 65 个，挖掘培育优秀志愿团队 40 余个，开展政策宣讲、移风易俗等线上线下志愿活动 1 万余场次，服务 20 万余人次。涌现出一批优秀志愿服务典型，新增合肥市“四个 10”志愿服务典型 10 个、合肥市级优秀新时代文明实践志愿服务项目 3 个。举办志愿服务项目大赛，遴选出优秀志愿服务项目 15 个。文明培育突出见行见效，新增安徽好人 2 名、合肥好人 4 名、巢湖好人 13 名、文明家庭 19 户，农村授星挂牌“十星级”文明户 4697 户。围绕全市未成年人思想道德建设中心工作，推进“复兴少年宫”建设规范化，开展主题宣传课程 7 次，常态化开展日常活动 120 余场，服务中小學生 9 万余人次。持续开展未成人思想道德工作测评，2022 年评选巢湖市新时代好少年 10 名，新增合肥市新时代好少年 1 名。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。表彰第七届巢湖市文明单位 108 家，66 个镇村获评第六届合肥市文明村镇。新增安徽省文明家庭 1 户、合肥市文明家庭 1 户。人民路小学获评第二届安徽省文明校园。

经统计分析，市委宣传部 2022 年创建全国文明城市工作专项经费绩效评价综合得分为 90 分，评价等级为“优秀”。具体评分见下表：

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

四、绩效评价指标分析

(一) 项目决策情况。项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

(二) 项目过程情况。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。顺利完成该项目，并达到预期效果。

(三) 项目产出情况。数量指标：开展重大节日主题活动数量 5 次，联点共建测评、乡镇测评及重点工作测评次数 15 次；质量指标：经费支出合规性，文明创建各项工作符合检查要求，重大活动符合活动方案相关要求；时效指标：各项工作在复检前完成，经费支出时效性及时；成本指标：项目成本 ≤ 年初预算数。

(四) 项目效益情况。经济效益：该项目不适用此指标；社会效益：对提升社会文明程度，居民幸福感的影响程度较高；生态效益：该项目不适用此指标；可持续影响指标：对提高城市在全国的知名度、美誉度的影响程度较高。

五、主要经验及做法

无

六、存在问题及原因分析

项目受周期、新冠疫情等因素影响，实际实施进度未能按照原计划序时推进，无法按时结算；加之有时市财政资金紧张，无法按时支付资金，导致预算执行进度较为缓慢。

七、有关建议

财务人员积极主动加强与业务科室的沟通、协调，对预算执行率低的项目，帮助科室清理账目、规范程序，指导科室加快执行进度。单位完善绩效考核评价机制，强化预算执行力度提高预算执行率。

八、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022 年度)

项目名称		2022 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	巢湖市新时代文明实践工作中心		
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:	267.00	267.00	173.08	10分	64.82%	0分
		其中:当年财政拨款	267.00	267.00	173.08			
		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				
	全方位加大创建力度, 顺利通过国检验收			在国检过程中, 实地考察顺利通过				
绩效指标 (90 分)	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 (50 分)	数量指标	开展重大节日主题活动数量	≥ 5 次	5	5	5	无
			联点共建测评、乡镇测评及重点工作测评次数	≥ 15 次	15	5	5	无
		质量指标	经费支出合规性	合规	合规	10	10	无
			文明创建各项工作符合检查要求	符合	符合	10	10	无
			重大活动符合活动方案相关要求	符合	符合	5	5	无
		时效指标	各项工作在复检前完成	是否完成	完成	5	5	无
			经费支出时效性	是否及时	及时	5	5	无
	成本指标	项目成本 ≤ 年初预算数	≤ 267 万	173.08 万	5	5	无	
	效益指标 (30 分)	经济效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目				无
社会效益		对提升社会文明程度, 居民幸福感的影	较高/较低	较高	20	20	无	

	指标	响程度						
	生态效益指标	本指标不适用此项目	本指标不适用此项目				无	
	可持续影响指标	对提高城市在全国的知名度、美誉度的影响程度	较高/较低	较高	10	10	无	
	满意度指标(10分)	服务对象满意度	≥90%	>90%	10	10	无	
总分					100	90		
自评等次 (优(S≥90) 良(90>S≥80) 中(80>S≥60) 差(S<60))								

注：单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为：预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况，一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定，准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分；以此类推每低于序时进度 5%，扣 2 分，直至扣完。

填报单位负责人：陈鹏

填报人：刘军

填报日期：2023 年 3 月 1 日

项目支出绩效评价报告

全市意识形态工作服务保障费 项目支出绩效评价报告

2023 年 3 月

摘要

根据市委宣传部“三定”方案中意识形态科、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。通过实施项目，提升全市意识形态工作队伍业务素养和全市舆情监测处置效率，为全市经济社会发展维护平稳向上的意识形态领域态势。2022年度全市意识形态工作服务保障费预算8万元，实际支出8万元，执行率100%。2022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。舆情监测平台服务基本满意。具体包括：一是专人常态化开展舆情7*24小时监测、收集、研判和推送；二是敏感时期严格落实舆情日报制度，处理负面舆情信息460余条，营造了我市舆情平稳向上的良好态势，未出现有较大影响力的负面舆情。经统计分析，市委宣传部2022年度全市网络意识形态服务保障费项目绩效评价综合得分为100分，评价等级为“优秀”。

全市意识形态工作服务保障费项目 支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

根据市委宣传部“三定”方案中意识形态科、网宣办工作职责：加强涉及我市网上舆情监测、收集和研判工作。市委宣传部和安徽博约信息科技股份有限公司签订《舆情监测系统与服务合同》，提供舆情监测服务，全年对涉巢舆情进行监测预警。项目按计划组织实施，资金及时到位。2022年度全市意识形态工作服务保障费预算8万元，实际支出8万元，执行率100%。

（二）项目绩效目标

总体目标：通过实施项目，提升全市意识形态工作队伍业务素养和全市舆情监测处置效率，为全市经济社会发展维护平稳向上的意识形态领域态势。

阶段性目标：及时发现，科学研判、妥善处置，全面掌控涉巢舆情信息，维护社会稳定。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市2023年预算绩效管理工作方案》（巢财绩〔2023〕2号）文件要求对2022年度巢湖市委宣传部实施的全市意识形态工作服务保障费项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到

预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

(二) 绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
绩效 指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	发生舆情及时推送
		质量指标	涉巢舆情信息监测任务完成率
		时效指标	随时发现随时推送
		成本指标	项目总成本≤预算数
	效益 指标 (30分)	经济效益 指标	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
		生态效益 指标	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
	满意度指标 (10分)	服务对象 满意度指标	使用者满意度

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

(三) 绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022年度，全市网络意识形态服务保障费项目申请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。舆情监测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。2022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。舆情监测平台服务基本满意。具体包括：一是专人常态化开展舆情7*24小时监测、收集、研判和推送；二是敏感时期严格落实舆情日报制度，处理负面舆情信息460余条，营造了我市舆情平稳向上的良好态势，未出现有较大影响力的负面舆情。

经统计分析，市委宣传部2022年度全市网络意识形态服务保障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

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。全市意识形态工作服务保障项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

（二）项目过程情况。全市意识形态工作服务保障费已拨付给安徽博约信息科技股份有限公司，提供舆情监测服务，全年对涉巢舆情进行监测预警。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。顺利完成该项目，并达到预期效果。

（三）项目产出情况。数量指标：建立舆情信息检测系统1个；质量指标：涉巢舆情信息监测任务完成率100%；时效指标：随时发现随时推送；成本指标：费用控制在预算金额以内。

（四）项目效益情况。经济效益指标：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；生态效益指标：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。

五、主要经验及做法

做好7×24小时网络舆情监测报告工作，设置关键词，及时发现、科学研判、妥善处置，防范化解重大网络舆情风险。

六、存在问题及原因分析

无

七、有关建议

无

八、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		全市意识形态工作服务保障费							
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:	8.00	8.00	8.00	10分	100%	10分	
		其中:当年财政拨款	8.00	8.00	8.00				
		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,提升全市意识形态工作队伍业务素养和全市舆情监测处置效率,为全市经济社会发展维护平稳向上的意识形态领域态势。			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(90分)	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(50分)	数量指标	发生舆情及时推送	100%	100%	15	15	无	
		质量指标	涉巢舆情信息监测任务完成率	100%	100%	15	15	无	
		时效指标	随时发现随时推送	随时发现随时推送	完成	10	10	无	
		成本指标	项目总成本≤预算数	≤8万	8万	10	10	无	
	效益指标(30分)	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	无	
		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		本指标不适用此项目		本指标不适用此项目					

		响指标						
	满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	使用者满意度	≥90%	>90%	10	10	无
总分						100	100	无
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))								

注：单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为：预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况，一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定，准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分；以此类推每低于序时进度 5%，扣 2 分，直至扣完。

填报单位负责人：李珊珊

填报人：李丽

填报日期：2023 年 3 月 1 日

项目支出绩效评价报告

媒体来巢采访接待经费项目支出绩效评价 报告

2023 年 3 月

摘要

为推动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，提升对外影响力和美誉度，年初申请项目预算资金5万元，用于中央、省、合肥市新闻单位来巢采访需承担食宿、车旅等费用，当年实际使用3.28万元，全年经费控制在预算范围之内。项目在规定时间内较好完成各项指标。全年接待媒体采访100余人次，媒体和巢湖新闻配合度有效增加。通过实施项目，媒体积极主动宣传推介巢湖，巢湖对外影响力和美誉度有效提升。

媒体来巢采访接待经费项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

为推动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，提升对外影响力和美誉度，年初申请项目预算资金5万元，用于中央、省、合肥市新闻单位来巢采访需承担食宿、车旅等费用，当年实际使用3.28万元，全年经费控制在预算范围之内。

（二）项目绩效目标

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、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市2023年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2号）文件要求对2022年度巢湖市委宣传部实施的媒体来巢采访接待经费项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

绩效	一级指标	二级指标	三级指标
----	------	------	------

指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	接待媒体人次
		质量指标	接待媒体标准
		时效指标	经费支出时效性
			经费支出时效性
		成本指标	项目总成本 ≤ 预算数
	效益 指标 (30分)	经济效益 指标	此指标是否适用
		社会效益 指标	提升巢湖对外影响力和美誉度，正面宣传带动巢湖发展的影响程度
		生态效益 指标	此指标是否适用
		可持续影响指标	巩固壮大主流思想舆论的影响程度
	满意度指 标(10分)	服务对象 满意度指标	服务对象满意度

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

(三) 绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022年度，媒体来巢采访接待经费项目申请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，实际使用3.28

万元。通过项目实施，媒体积极主动宣传推介巢湖，有效展示了巢湖对外形象，提升了对外影响力和美誉度，对媒体来巢采访接待经费项目实施情况整体满意。

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90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

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。媒体来巢采访接待经费项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

（二）项目过程情况。该项目按规定履行程序。实际使用的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。

（三）项目产出情况。数量指标：接待媒体人次 ≥ 100 人次；质量指标：按接待标准执行；时效指标：基本按时支出；成本指标：经费支出合规，费用控制在预算金额以内。

（四）项目效益情况。经济效益指标：本指标不适用此项目；社会效益指标：通过项目实施，媒体积极主动宣传推介巢湖，有效展示了巢湖对外形象，提升了对外影响力和美誉度；生态效益指标：本指标不适用此项目；可持续影响指标：巩固壮大主流思想舆论的影响程度较高。

五、主要经验及做法

一是通过项目实施，媒体对外宣传巢湖力度较大。全年媒体紧紧围绕迎接宣传贯彻党的二十大这条工作主线，聚焦工业立市、生态兴市、乡村振兴、暖民心行动等宣传主题积极开展宣传报道，营造了良好的舆论氛围。二是通过项目实施，巢湖对外形象有效展现。通过媒体来巢采访宣传，巢湖的影响力和美誉度大大提升，

对外形象全面展示。

六、存在问题及原因分析

通过评价发现的问题和不足主要是：2022年因疫情影响，媒体来巢采访少，预算执行率偏低。

七、有关建议

针对存在的问题，将进一步加大预算执行率，同时根据巢湖市实际情况，合理安排专项资金，进一步细化具体目标，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。

八、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022 年度)

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:	5.00	5.00	3.28	10分	65.67%	0分	
		其中: 当年财政拨款	5.00	5.00	3.28				
		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 (90 分)	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 (50 分)	数量指标	接待媒体人次	不少于 50 人次	>100 人次	15	15	无	
		质量指标	接待媒体标准	是否按接待标准执行	是	是	15	15	无
		时效指标	经费支出时效性	是否及时支出	是	是	10	10	无
		成本指标	项目总成本 ≤ 预算数	≤ 5 万	完成	完成	10	10	无
	效益指标 (30 分)	经济效益指标	此指标是否适用	是/否	否	否	0	0	无
		社会效益指标	提升巢湖对外影响力和美誉度, 正面宣传带动巢湖发展的影响程度	较高/较低	较高	较高	15	15	无
		生态效益指标	此指标是否适用	是/否	否	否	0	0	无
可持续影响		巩固壮大主流思想舆论的影响程度	较高/较低	较高	较高	15	15	无	

		响指 标						
	满意 度指 标 (10 分)	服 务 对 象 满 意 指 标	服务对象满意度	≥ 90%	完成	10	10	
总分							90	
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))								

注：单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为：预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况，一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定，准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分；以此类推每低于序时进度 5%，扣 2 分，直至扣完。

填报单位负责人：李珊珊

填报人：王亮礼

填报日期：2023 年 3 月 1 日

项目支出绩效评价报告

媒体战略合作及宣传推介专项经费项目 支出绩效评价报告

2023 年 3 月

摘要

为进一步宣传推介巢湖，展现巢湖良好形象，年初申请项目预算资金 250 万元，用于媒体战略合作及宣传推介，当年实际使用 217.48 万元。项目在规定时间内完成各项指标，全年与新华网、人民网等近 20 家中央、省市媒体开展战略合作，在中央媒体发稿 1000 余篇，省、市媒体发稿 2000 余篇，刊登专版宣传 12 期，有效宣传了巢湖经济社会发展成果，巢湖对外影响力和城市形象进一步提升。下一步，将细化目标、精准实施项目，有效推介宣传巢湖经济社会发展成果，提升对外形象和影响力。

媒体战略合作及宣传推介专项经费项目 支出绩效评价报告

一、项目基本情况

(一) 项目概况

为进一步宣传推介巢湖，展现巢湖良好形象，年初申请项目预算资金 250 万元，用于媒体战略合作及宣传推介，当年实际使用 217.48 万元。

(二) 项目绩效目标

通过实施项目，提升巢湖对外影响力和城市形象。

二、绩效评价工作开展情况

(一) 绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市 2023 年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2 号）文件要求对 2022 年度巢湖市委宣传部实施的媒体战略合作及宣传推介专项经费项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

(二) 绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

绩效	一级指标	二级指标	三级指标
----	------	------	------

指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	与媒体开展战略合作,全年合作发稿量 主流媒体合作专版
		质量指标	是否按照合同约定进行发稿
		时效指标	发稿或者专版刊登是否及时
			经费支出时效性
		成本指标	项目总成本 ≤ 预算数
	效益 指标 (30分)	经济效益指标	此指标是否适用
		社会效益指标	有效传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民,正面宣传带动巢湖发展的影响程度
		生态效益指标	此指标是否适用
		可持续影响指标	巩固壮大主流思想舆论的影响程度
	满意度指标 (10分)	服务对象 满意度指标	服务对象满意度

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等,结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序,重点是对预算执行情况,预算管理情况,政府采购执行情况,资金支出的真实性、合法性,项目实施完成情况,项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比,确保评价结果客观、准确。

(三) 绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022年度,媒体战略合作及宣传推介专项经费项目申请 250

万元财政资金，实际使用 217.48 万元，用于中央、省、合肥市各级媒体开展战略合作，推介宣传巢湖经济社会发展成果，提升对外形象和影响力。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。对媒体战略合作及宣传推介专项经费项目实施情况整体满意。

经统计分析，媒体战略合作及宣传推介专项经费项目支出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

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。媒体战略合作及宣传推介专项经费项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

（二）项目过程情况。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。实际使用的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。

（三）项目产出情况。全年在新华网、人民网等中央媒体发稿 1000 余篇，在安徽日报、合肥日报等省、市媒体发稿 2000 余篇，刊登专版宣传 12 期，开展中央省市全媒体巢湖行集中采访 1 次。

（四）项目效益情况。通过开展战略合作及宣传推介，对巢湖市的各项工作做了全面的展示，巢湖的对外影响力和城市形象进一步提升。

五、主要经验及做法

一是紧扣宣传主题。围绕迎接宣传贯彻党的二十大这条工作主线，牢牢把握正确舆论导向，聚焦工业立市、生态兴市、乡村

振兴、暖民心行动等宣传主题，着力讲好巢湖好故事，传播巢湖好声音，为推动巢湖建设新兴产业集聚地、生态文明先行示范地和宜居宜业宜游美丽城市营造了良好的舆论氛围。二是指标好于预期。全年在新华网、人民网等中央媒体发稿 1000 余篇，在安徽日报、合肥日报等省、市媒体发稿 2000 余篇，刊登专版宣传 12 期，均超过计划数量指标。三是成效全面展现。通过对接中央、省、合肥市各级媒体，开展战略合作及宣传推介，对巢湖市的各项工作做了全面的展示，巢湖的对外影响力和城市形象进一步提升。

六、存在问题及原因分析

因财政资金紧张，部分媒体合作未开展，预算执行率与年初计划有差距。

七、有关建议

根据巢湖市实际情况，合理安排专项资金，进一步细化目标，确保项目实施精准到位，具有可操作性，有效推介宣传巢湖经济社会发展成果，提升对外形象和影响力。

九、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		媒体战略合作及宣传推介专项经费						
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:	250.00	250.00	217.48	10分	86.99%	6分
		其中:当年财政拨款	250.00	250.00	217.48			
		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,展示巢湖对外影响力和城市形象			全面展示巢湖对外影响力和城市形象。				
绩效指标(90分)	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(50分)	数量指标	与媒体开展战略合作,全年合作发稿量	≥500篇	3000篇	10	10	无
			主流媒体合作专版	≥5个	12个	10	10	无
		质量指标	是否按照合同约定进行发稿	按合同约定	是	10	10	无
		时效指标	发稿或者专版刊登是否及时	及时刊登	是	5	5	无
			经费支出时效性	按时支出	是	5	5	无
	成本指标	项目总成本≤预算数	≤250万	完成	10	10	无	
	效益指标(30分)	经济效益指标	此指标是否适用	是/否	否	0	0	无
		社会效益指标	有效传播巢湖声音、展示巢湖形象、服务巢湖人民,正面宣传带动巢湖发展的影响程度	较高/较低	较高	15	15	无
		生态效益指标	此指标是否适用	是/否	否	0	0	无

		可持续影响指标	巩固壮大主流思想舆论的影响程度	较高/较低	较高	15	15	无
	满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥90%	完成	10	10	
总分							96	
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))								

注：单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为：预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况，一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定，准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分；以此类推每低于序时进度 5%，扣 2 分，直至扣完。

填报单位负责人：李珊珊

填报人：王亮礼

填报日期：2023 年 3 月 1 日

项目支出绩效评价报告

外宣奖励专项经费项目支出绩效评价报告

2023 年 3 月

摘要

为更好地挖掘巢湖特色工作，对外展现宣传巢湖发展成就，年初申请项目预算资金 76 万元，用于对优秀新闻稿件、先进基层通讯员和新闻工作者进行奖励，当年实际使用 39.51 万元，全年经费控制在预算范围之内。项目在规定时间内较好完成各项指标，全年在中央、省、合肥市主要媒体刊发重点稿件 600 篇以上，开展新闻奖评选活动 1 次，各地各单位发稿积极性有效调动。

外宣奖励专项经费项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

(一) 项目概况

为更好地挖掘巢湖特色工作，对外展现宣传巢湖发展成就，年初申请项目预算资金 76 万元，用于对优秀新闻稿件、先进基层通讯员和新闻工作者进行奖励，当年实际使用 39.51 万元。

(二) 项目绩效目标

通过实施项目，各地各单位积极主动宣传推介本地本单位特色工作，更好地展示巢湖对外影响力和干部形象。

二、绩效评价工作开展情况

(一) 绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市 2023 年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2 号）文件要求对 2022 年度巢湖市委宣传部实施的外宣奖励专项经费项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

(二) 绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标
------	------	------	------

(90分)	产出指标 (50分)	数量指标	优质稿件数量
			开展新闻奖评选活动
		质量指标	稿件质量
			时效指标
		经费支出及时性	
		成本指标	项目总成本 ≤ 预算数
	效益指标 (30分)	经济效益指标	此指标是否适用
		社会效益指标	展示巢湖良好形象，宣传巢湖特色工作，提升巢湖对外影响力和美誉度的影响程度
		生态效益指标	此指标是否适用
		可持续影响指标	巩固壮大主流思想舆论的影响程度
	满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	服务对象满意度

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

(三) 绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022年度，外宣奖励经费项目申请76万元财政资金，实际

使用 39.51 万元，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，对外宣传展现巢湖发展成就。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，较好地展示了巢湖对外影响力和良好形象。对外宣奖励经费项目实施情况整体满意。经统计分析，外宣奖励经费项目支出绩效评价综合得分为 90 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

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。外宣奖励经费项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

（二）项目过程情况。该项目按规定履行程序。实际使用的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。

（三）项目产出情况。全年在中央、省、合肥市主要媒体刊发重点稿件 600 篇以上，各地各单位新闻稿件在数量、质量上均呈现较好的势头。

（四）项目效益情况。通过项目实施，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良好形象。

五、主要经验及做法

一是通过项目撬动，激发工作干劲。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 600 篇以上，各地各单位新闻稿件在数量、质量上均呈现较好的势头。二是围绕主线主题，增强宣传效果。各地各单位围

绕迎接宣传贯彻党的二十大这条工作主线，聚焦工业立市、生态兴市、乡村振兴、暖民心行动等宣传主题，着力讲好巢湖好故事，传播巢湖好声音，营造了良好舆论氛围，巢湖的影响力进一步扩大。

六、存在问题及原因分析

因市财政资金紧张，下半年外宣奖励未发放，预算执行率与年初计划有差距。

七、有关建议

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

十、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022 年度)

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:	76.00	76.00	39.51	10分	51.99%	0分
		其中:当年财政拨款	76.00	76.00	39.51			
		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本地本单位特色工作,更好地展示巢湖对外影响力。			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良好形象。				
绩效指标 (90 分)	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 (50 分)	数量指标	优质稿件数量	≥ 500 篇	≥ 600 篇	10	10	无
			开展新闻奖评选活动	1 次	1 次	10	10	无
		质量指标	稿件质量	是否符合优质稿件标准	符合	10	10	无
		时效指标	稿件报送及时性	按时完成	完成	5	5	无
经费支出及时性	按时支付		完成	5	5	因市财政紧张,下半年外宣奖励未发放		

	成本指标	项目总成本 ≤ 预算数	≤ 76 万	完成	10	10	无
效益指标 (30分)	经济效益指标	此指标是否适用	是/否	否	0	0	无
	社会效益指标	展示巢湖良好形象,宣传巢湖特色工作,提升巢湖对外影响力和美誉度的影响程度	较高/较低	较高	15	15	无
	生态效益指标	此指标是否适用	是/否	否	0	0	无
	可持续影响指标	巩固壮大主流思想舆论的影响程度	较高/较低	较高	15	15	无
满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥ 90%	完成	10	10	
总分						90	
自评等次 (优 (S ≥ 90) 良 (90 > S ≥ 80) 中 (80 > S ≥ 60) 差 (S < 60))							

注：单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为：预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况，一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定，准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100% 得 10 分；以此类推每低于序时进度 5%，扣 2 分，直至扣完。

填报单位负责人：李珊珊 填报人：王亮礼 填报日期：2023 年 3 月 1 日

项目支出绩效评价报告

市委理论学习中心组学习及全市理论宣讲
竞赛活动经费项目支出绩效评价报告

2023年3月

摘要

根据巢湖市委宣传部“三定”方案（巢办字[2020]11号）中理论教育科工作职能：协助市委做好理论学习中心组学习，负责部署检查各级党委（党组）中心组理论学习；加强理论宣传的宏观指导和管理。为进一步做好全市理论宣传教育工作，年初申请项目预算资金10万元，实际使用8.09万元。项目按计划组织实施，资金及时到位。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。2022年度，市委理论学习中心组学习及全市理论宣讲竞赛活动经费项目顺利实施，既完成了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。

市委理论学习中心组学习及全市理论宣讲竞赛活动经费项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

为适应新发展新要求，不断开创巢湖市理论武装新局面，进一步坚定全市广大党员领导干部的理想信念和政治信仰，筑牢广大党员干部的思想根基，推动党的创新理论深入基层、深入群众、深入人心。巢湖市政府每年拨付经费至中共巢湖市委宣传部（以下简称“巢湖市委宣传部”）开展市委理论学习中心组学习及全市理论宣讲竞赛活动项目。项目主要是服务市委理论学习中心组学习会议和市委中心组成员指定用书；开展“书记讲党课”“理论微宣讲”等理论宣传活动；开展理论宣讲下基层活动。根据实际工作需要，市委理论学习中心组2022年全年集中学习研讨23次，为中心组成员等购买书籍200余册。开展“书记讲党课”、理论微宣讲等理论宣传活动各1次。开展巢湖市“举旗帜·送理论”市级示范宣讲10场。2022年初申请项目预算资金10万元。实际使用80934.90元，经费执行率80.93%。项目按计划组织实施，资金及时到位。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。

（二）项目绩效目标

总体目标：通过理论武装学习，进一步坚定全市广大党员领导干部的理想信念和政治信仰，筑牢广大党员干部的思想根基，不断推动党的创新理论深入基层、深入群众、深入人心。

阶段性目标：全年计划召开中心组会议约30次，参会对象主要是市四大班子成员及各乡镇街道、市直单位主要负责同志等，

全年参会人次约为 1500 人次，中心组成员参学率 $\geq 90\%$ 。开展 1 次“理论微宣讲”竞赛和 1 次“书记讲党课”竞赛。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为全面了解该项目预算编制合理性、资金使用合规性、项目管理的规范性、项目目标的实现情况、服务对象的满意度等，通过本次部门绩效评价来总结经验和教训，促进项目成果转化和应用，为今后类似项目的长效管理，提供可行性参考建议。

此次巢湖市委宣传部根据《巢湖市 2023 年预算绩效管理工作方案》（巢财绩（2023）2 号）文件要求对 2022 年度巢湖市委宣传部实施的市委理论学习中心组学习及全市理论宣讲竞赛活动经费项目开展项目支出绩效评价，本次绩效评价主要围绕项目资金使用情况；项目管理相关制度及措施是否被认真执行；绩效目标的实现程度，包括是否达到预定产出和效果等方面进行部门绩效评价。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关。

2. 评价指标体系

	一级指标	二级指标	三级指标
绩效 指标 (90分)	产出 指标 (50分)	数量指标	市委理论学习中心组学习
		质量指标	中心组学习人数达标
		时效指标	中心组成员参学率 $\geq 95\%$
		成本指标	经费支出是否合规

	效益指标 (30分)	经济效益指标	本指标是否适用
		社会效益指标	对提高全市中心组学习质量和基层理论政策水平的影响程度
		生态效益指标	本指标是否适用
		可持续影响指标	对弘扬主旋律、传播正能量的影响程度
	满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	群众满意度

3. 评价方法

评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等，结合实际选择确定。本次评价实施了查阅资料、计算、分析性复核、实地察看、盘点、满意度调查等程序，重点是对预算执行情况，预算管理情况，政府采购执行情况，资金支出的真实性、合法性，项目实施完成情况，项目的效益效果进行了评价。

4. 评价标准

本项目主要运用计划标准对绩效指标完成情况进行对比，确保评价结果客观、准确。

(三) 绩效评价工作过程

本次评价分为评价准备工作、审核分析材料、综合分析评价三个阶段。

三、综合评价情况及评价结论

2022年度，市委理论学习中心组学习及全市理论宣讲竞赛活动经费项目顺利实施，既完成了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：一是在防疫和学习工作均不放松的情况下，及时调整项目计划，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，巢湖市委宣传部 2022 年度市委理论学习中心组学习及全市理论宣讲竞赛活动经费项目绩效评价综合得分为 94 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	4	50	30	10	94

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。市委理论学习中心组学习及全市理论宣讲竞赛活动经费项目立项符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。项目申请、设立过程符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。

（二）项目过程情况。市委理论学习中心组成员学习用书和“书记讲党课”竞赛、“举旗帜·送理论”市级示范宣讲活动费用已拨付给市委宣传部，由市委宣传部按程序规范实施。项目实施过程中，市委宣传部严格落实中央“八项规定”精神，厉行勤俭节约，对项目实施全过程进行监督，经费控制在预算范围内，达到序时进度要求。

（三）项目产出情况。数量指标：市委理论学习中心组全年开展学习 23 次，为中心组成员等购买书籍 200 余册。开展“书记讲党课”“理论微宣讲”等理论宣传活动各 1 次；质量指标：中心组学习人数参会人数达到 1500 人次；时效指标：中心组成员参学率 $\geq 90\%$ ；成本指标：经费支出合规，费用控制在预算金额以内。

(四)项目效益情况。经济效益指标：本指标不适用此项目；社会效益指标：提高全市中心组学习质量和基层理论政策水平；生态效益指标：本指标不适用此项目；可持续影响指标：弘扬主旋律、传播正能量。

五、主要经验及做法

年初制定《中共巢湖市委理论学习中心组 2022 年度学习计划》，每季度制定全市党委（党组）理论学习中心组季度安排。6 月份下发《关于开展巢湖市 2022 年“书记讲党课”竞赛活动的通知》，11 月份下发《关于组织开展巢湖市 2022 年理论微宣讲比赛活动的通知》。在每次学习、竞赛活动开展前，从实际工作需求出发，圆满完成各类学习、竞赛活动。

六、存在问题及原因分析

因疫情影响和合肥市微宣讲比赛时间推迟，我市 2022 年度微宣讲比赛在 11 月份才举办，活动以视频形式报送，现场感不足。

七、有关建议

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。

八、其他需要说明的问题

无

项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		市委理论中心组学习及全市理论宣讲竞赛活动经费						
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:	10.00	10.00	8.09	10分	81%	4分
		其中:当年财政拨款	10.00	10.00	8.09			
		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			
	进一步做好全市理论宣传教育工作,特别是推动党的最新理论深入人心,组织开展好全市各级理论学习中心组学习教育和基层理论宣讲工作。				市委理论学习中心组2022年共学习23次,全市开展1次“微宣讲”竞赛和1次“书记讲党课”竞赛,开展10场“举旗帜·送理论”示范宣讲报告会。			
绩效指标(90分)	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(50分)	数量指标	市委理论学习中心组学习	30次	23次	12.5	12.5	合肥要求需紧跟合肥市委理论学习中心组学习次数,2022年合肥市学了22次。
		质量指标	中心组学习人数达标	1500人次	1650	12.5	12.5	无
		时效指标	中心组成员参学率≥95%	≥90%	>90%	12.5	12.5	无
		成本指标	经费支出是否合规	合规	合规	12.5	12.5	无

效益指标 (30分)	经济效益指标	本指标是否适用	本指标不适用此项目				
	社会效益指标	对提高全市中心组学习质量和基层理论政策水平的影响程度	较高/较低	较高	15	15	无
	生态效益指标	本指标是否适用	本指标不适用此项目				
	可持续影响指标	对弘扬主旋律、传播正能量的影响程度	较高/较低	较高	15	15	无
满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	群众满意度	≥90%	>90%	10	10	无
总分					100	94	
自评等次 (优 (S≥90) 良 (90>S≥80) 中 (80>S≥60) 差 (S<60))							

注：单位自评指标的权重由各单位根据项目实际情况确定。原则上预算执行率和一级指标分数权重统一设置为：预算执行率 10%、产出指标 50%、效益指标 30%、服务对象满意度指标 10%。如有特殊情况，一级指标权重可做适当调整。二、三级指标应当根据指标重要程度、项目实施阶段等因素综合确定，准确反映项目的产出和效益。预算执行率完成序时进度 95%-100%得 10 分；以此类推每低于序时进度 5%，扣 2 分，直至扣完。

填报单位负责人：李珊珊 填报人：崔露露 填报日期：2023 年 3 月 1 日