

2024 年项目支出绩效评价报告

(典型与宣传专题)

一、基本情况

(一) 项目概况。

项目名称典型与专题宣传，实施单位盐田区委宣传部（部门本级），计划开始时间 2024 年 01 月 01 日，计划完成时间 2024 年 12 月 31 日。

项目背景及目的：围绕区委、区政府中心工作，每年在重要报刊、广电、网络等媒体平台上推出专题、专版等宣传报道，宣传和推广盐田区形象，为加快高质量全面建成宜居宜业宜游的现代化国际化创新型滨海城区营造良好氛围。

项目开展的主要内容：1. “核心区+合作区”建设专题宣传；2. 新闻发布会；3. 与深圳广电集团合作，推出系列广电新闻；4. 盐田区 2024 年招商大会宣传；5. 二十大主题宣传；6. 党代会、两会专题宣传；7. “产业兴盐”“创新驱动”专题宣传；8. 打造国际一流营商环境专题宣传；9. 魅力城区建设专题宣传；10. 民生幸福标杆引领区专题宣传；11. 绿色低碳城区专题宣传；12. 大型活动及其他区委区政府中心工作专题宣传；13. 《一周新闻汇编》设计制作费；14. 重点报道宣传册设计印刷费；15. 基层采访、活动策划、拍摄服务等相关费用；16. 为顺利开展日常业务的其他费用。

资金投入和使用情况：该项目经费共计 1048 万元，用于开展区委、区政府中心工作，围绕区委、区政府中心工作，每年在重要报刊、广电、网络等媒体平台上推出专题、专版等宣传报道，宣传和推广盐田区形象，为加快高质量全面建成宜居宜业宜游的现代化国际化创新型滨海城区营造良好氛围。实际使用 995.54 万元，执行率 94.99%，较好完成目标任务。

表 1：项目预算整体情况

项目资金 情况		年初预算 数	全年预算数 (A)	全年执行数 (B)	执行率 (B/A)
	年度资金总额（万元）	1100	1048	995.54	94.99%
	其中：财政拨款（万元）	1100	1048	995.54	94.99%
	其他资金（万元）	0.00	0.00	0.00	0%

（二）项目绩效目标及完成情况。

1. 项目绩效目标。

根据区委宣传部填报的《典型与专题宣传经费项目支出绩效自评表》（以下简称《自评表》），2024 年本项目设置了年度绩效目标及具体的绩效指标，其中年度总体目标为：围绕区委、区政府中心工作，每年在重要报刊、广电、网络等媒体平台上推出专题、专版等宣传报道，宣传和推广盐田区形象，为加快高质量全面建成宜居宜业宜游的现代化国际化创新型滨海城区营造良好氛围。对应设置了 11 个三级绩效指标及指标值，详见表 2。

2. 绩效目标完成情况。

评价小组根据区委宣传部提供的佐证材料，核对项目绩效目标的完成情况结果为：产出指标中质量、时效指标已完成，数量指标已完成；效益指标中可持续性影响、满意度指标已完成，但无充分资料佐证社会效益指标全年完成情况，详见表 2。

表 2 典型与专题宣传经费项目绩效目标完成情况表

年度总体目标	围绕区委、区政府中心工作，每年在重要报刊、广电、网络等媒体平台上推出专题、专版等宣传报道，宣传和推广盐田区形象，为加快高质量全面建成宜居宜业宜游的现代化国际化创新型滨海城区营造良好氛围。			
一级指标	二级指标	三级指标	指标目标值	完成情况
产出目标	数量	中央、省级媒体	≥ 5 个专版（专题）	5 个专版（专题）
		市、区级媒体	≥ 20 个专版（专题）	20 个专版（专题）
		电视媒体	≥ 500 条视频新闻	500 条视频新闻
		《一周新闻汇编》	50 期	50 期
		宣传册及专题片	≥ 2 期	2 期
		专题片	≥ 2 个	2 个
	质量	中央省市级媒体宣传覆盖率	100%	100%
	时效	各项目完成及时率	100%	100%
效益目标	社会效益	营造良好的氛围	显著提升	100%
	成本	成本控制金额	≤ 1048 万元	995.54 万元
	满意度	宣传对象满意度	100%	100%

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围。

本次评价旨在全面推进盐田区预算绩效管理工作，落实预

算执行及绩效管理主体责任，通过评价 2024 年度典型与专题宣传实施效果，促进盐田区发展变化，凝聚共识，提高财政资金使用效益。评价小组通过设计本项目绩效评价指标体系，评价典型与专题宣传项目实施情况，展现专项资金使用效益，发现其中的不足，提出改善建议，优化资金分配结构，同时以点推面，促进盐田区的发展项目绩效管理水平进一步提升。

（二）评价原则和方法

本次评价基准日为 2024 年 12 月 31 日。评价小组遵循科学公正、统筹兼顾、激励约束、公开透明的原则，结合盐田区实际，采用比较、因素分析、公众评判等方法，科学全面地评价本项目 2024 年度的整体绩效情况。

1. 绩效评价原则。

（1）科学公正原则。本次绩效评价运用科学合理的方法，按照规范的程序，对项目绩效进行客观、公正的反映。

（2）统筹兼顾原则。本次绩效评价立足全局、科学筹划、协调发展、兼顾各方，旨在推动各项工作的全面进展。

（3）激励约束原则。本次绩效评价结果将与项目预算安排和改进管理进行实质性挂钩，体现奖优罚劣和激励相容导向，有效要安排、低效要压减、无效要问责。

（4）公开透明原则。本次绩效评价结果将依法依规公开，并自觉接受社会监督。

2. 评价方法。

本次评价运用的评价方法主要如下：

（1）比较法：是指将实施情况与绩效目标、历史情况、不同部门和地区同类支出情况进行比较的方法。

（2）因素分析法：是指综合分析影响绩效目标实现、实施效果的内外部因素的方法。

（3）公众评判法：是指通过专家评估、公众问卷及抽样调查等方式进行评判的方法。

（4）其他评价方法。

根据评价对象的具体情况，可采用一种或多种方法。

（三）评价对象

2024 年度项目资金使用单位包括区委宣传部。本次评价工作以区委宣传部为被评价主体，根据评价需要，适当的延伸至其他资金使用单位。

（四）评价依据

1. 《中共中央国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34号）；

2. 《财政部关于印发<项目支出绩效评价管理办法>的通知》（财预〔2020〕10号）；

3. 项目有关财务、业务等佐证材料。

（五）评价指标体系

评价小组根据项目绩效目标，收集、查阅有关佐证材料，结合现场抽样调查及延伸评价等方式开展本次评价，重点关注和评价项目预算与绩效目标的匹配情况、项目资金的管理和使用情况、项目实施和监管情况（包括但不限于项目立项、制度执行、质量达标、

完成时效等）以及对项目产生的实际效益等。

（六）绩效评价工作过程

通过前期准备、材料审核分析、现场核查评价、综合分析评价及报告撰写，评价项目实施情况，展现资金使用效益。

（七）综合评价情况及评价结论（附相关评分表）

项目年度目标完成情况为：2024 年，我部齐心协力、共同努力、密切配合，较好地完成了各项工作任务。一是“占高地”，让重大主题宣传更有显示度。围绕学习贯彻落实党的二十届三中全会精神、党纪学习教育及全国两会、市、区党代会、两会等重大主题，聚焦盐田区加快建设“合作区”“核心区”，全力打造“深港合作范例、产业创新热土、民生幸福样板”等中心工作、重点工作，精心策划、主动对接，在各级各类主流媒体平台、境外媒体平台上累计推出宣传报道 2 万余条（含转载）、专版宣传百余个；海洋经济、低空经济、特色文旅等盐田元素、发展成果接连亮相央视新闻联播、焦点访谈、朝闻天下、晚间新闻等重磅栏目累计达 32 次，创盐田年度上央视数量年来之最，其中盐田低空“领飞”率先亮相央视“七一”特别节目，新春海边花市获央视直播半小时，

“放歌新时代”初评上榜或扶持创作歌曲《不如见一面登》《我的纸飞机》登上央视春晚；积极推动新华社以内刊形式向上级报告盐田“合作区”建设的举措成效，与羊城晚报合作开展“向山海走去”青年导演创作扶持计划盐田定制短片，推动影片赴巴黎展演，通过“文化出海”进一步展形象、促交流、强信心；策划制作盐田文旅推广宣传专刊，面向香港、澳门全面推广，有力提升了盐田故

事、盐田经验、盐田案例的显示度、知名度、美誉度。二是“抢阵地”，让城区形象塑造更有传播度。切实承担起“城区形象推广总监和区域营销总监”的新角色，在宣文旅商联动中推动处处美好、人人向往的盐田形象实现全面刷屏、全网互动、全民共创。“造话题”，抢抓新春、五一、520、国庆等节点、热点、契机，打好策划提前量、做好宣传主动仗、激活网络传播新引擎，从年初到年尾相继打造了“总要坐一趟开往沙滩的地铁”“南北互换候鸟式过年”“山海间逛逛逛”“盐田是我的理想型”“国庆假期来盐田乘风破浪逐浪”等传播量超千万的网络热门话题，其中在地铁8号线二期开通期间打造的“总要坐一趟开往沙滩的地铁”抖音话题两日内持续霸榜深圳同城热榜第一名，连续上榜一周，相关播放量破2.9亿，推出的“盐田是我的理想型”抖音视频征集活动，话题总播放量超过1.2亿。“抓热点”，捕捉社会关注与盐田新闻之间的契合点、着力点集中发力，推动在抖音、头条、微博等平台形成“盐田大梅沙现UF0”“辛苦一年，海边过年”“来盐田胸口碎大石”

“小梅沙海洋世界开业”等数十个关注度在百万级以上的热点“营销”事件，实现以点带面、破圈传播。“展形象”，全网发布首部文艺风、清新范城区形象宣传片，策划推出“盐田OVERLOOK”、

“城市一角”等原创短视频专栏，以视觉化的传播形式推动“下班了来盐田”“放假了来盐田”“看日出来盐田”等理念逐渐成为新时尚。三是“进一线”，让经济发展宣传更有贡献度。深入挺近“拼经济”任务一线，将城区形象营销、企业品牌推广与促进经济发展相结合，通过宣文旅商融合发展为企业拓销量、为城区引流

量、为经济促增量。“搭台铺路”，建立多部门、多主体选题策划、宣传推广两个机制，组织开展主流媒体、新媒体、网络达人进企业、进园区、进商圈“三进”采风调研活动 30 余场，把重点宣传资源推向企业、推向市场，为在地企业搭建沟通便捷化、营销专门化、传播立体化的品宣“服务站”，推动辖区一批优质中小企业、升规纳统企业宣传出圈又“出海”。“重点攻坚”，率先在全市推出楼市宣传产品，“不是别处买不起，而是盐田房子更有性价比”等话题掀起多轮关注热潮，全网传播量累计破亿，助力盐田楼市实现销售量和面积的双倍增长；宣传推广在盐田港上岸的榴莲、金枪鱼、红酒等冷链鲜品，让“好榴莲，出盐田”、在盐田“吃第一口鲜”逐渐成为盐田冷链产业的新名片；围绕“浪漫经济”深入挖掘，会同团市委、区民政局等多个单位共同举办“携手挚爱 共赴山海”龙凤大典集体婚礼，创新发布全市首个婚庆地图“盐囍攻略”，提供“一站式”婚庆服务指引，相关宣传产品全网阅读量超百万次，让“来盐田结婚吧”成为越来越多新人首选。四是“走基层”，让民生实事宣传更有好感度。坚持在基层找素材、在现场抓“活鱼”、让表达有网感、让叙事能共情。做更有影响力的民生宣传。持续加强对群众关心关切的各领域便民服务信息的发布力度，挖掘报道好周四大接访、人大代表进社区、市区妇幼签约、科技助力养老服务等办实事、解民忧的硬核举措、典型案例、扎实成效，推出相关报道 3000 余条。其中推动邻立中心智慧农贸菜市场免费炒菜服务迅速全面走红网络，引起全国等上千家媒体、评论杂志关注报道，在微博、抖音、今日头条形成了“南方的菜市场卷到免费

代炒了” “深圳一菜市场买菜可免费炒菜” “广东一菜市场买菜可免费炒菜” “深圳的菜市场还能免费帮你炒” 等数十个百万级阅读量的话题，引发了网络上关于“体现了那深圳服务遥遥领先” “建议全市推广” “有效应对预制菜” “南方卷出了新高度” 的持续热议。做更有辨识度的传播矩阵。坚持“用年轻人思维抢滩年轻化的市场” 的思路，结合不同平台的调性风格，推动“美好盐田” 全媒体矩阵的差异化运营，共推出相关作品 2000 余条，注重发挥优质品牌专栏的流量凝聚作用，精心打造“星期五盐田上新啦” “盐田二十四种味” 等精品专栏，推动形成本土味浓郁、记忆点鲜明的宣传品牌。综合考虑投入、产出、效果、影响力等各方面因素，通过数据采集及分析，最终评分结果：典型与专题宣传项目绩效自我评价结果为：总得分 99 分，评价等级为优。

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。

1. 项目立项。

（1）立项依据充分性。

该指标主要评价本项目立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及区委宣传部部门职责。经查阅相关的法律法规以及相关政策、项目的申报、立项等资料，本项目立项依据充分。该指标分值为 2.5 分，评价得分为 2.5 分，得分率 100%。

（2）立项程序规范性。

该指标主要评价本项目申请、设立过程是否符合相关要

求。根据项目申报、立项批复等资料，项目按照规定的程序申请设立；审批文件、材料均符合相关要求。该指标分值为 5 分，评价得分为 2.5 分，得分率 100%。

2. 绩效目标。

（1）绩效目标合理性。

该指标主要评价本项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际。本项目已设定绩效目标，项目绩效目标与实际工作内容具有相关性，与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。该指标分值为 2.5 分，评价得分为 2.5 分，得分率 100%。

（2）绩效指标明确性。

该指标主要评价本项目依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量等。根据区委宣传部上报的《自评表》，已经将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标，通过清晰、可衡量的指标值予以体现，与项目目标任务数或计划数相对应。该指标分值为 2.5 分，评价得分为 2.5 分，得分率 100%。

3. 资金投入。

（1）预算编制科学性。

该指标主要评价本项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标是否相适应。经查阅立项申请、计划表等资料，项目预算编制经过严密测算，预算编制具体到子项目，预算额度测算依据充分，每个子项目均有测算标准和数量，按照标准编制且资金额度与工作任务相匹配。该指标分

值为 5 分，评价得分为 5 分，得分率 100%。

（2）资金分配合理性。

该指标主要评价本项目预算资金分配是否有合理依据，与补助单位或地方实际是否相适应。经查阅立项申请、计划表及预算执行情况表等资料，项目预算资金分配依据充分，项目资金分配额度不合理，存在部分项目超额支出、部分项目未发生支出的情况。该指标分值为 5 分，评价得分为 5 分，得分率 100%。

（二）项目过程情况。

1. 资金管理。

（1）资金到位率。

该指标主要评价本项目实际到位资金与预算资金的比率。经查阅相关凭证、决算报表、预算执行情况表等资料，资金已足额到位。该指标分值为 2.5 分，评价得分为 2.5 分，得分率 100%。

（2）预算执行率。

该指标主要评价本项目预算资金是否按照计划执行。经查阅相关凭证、决算报表、预算执行情况表等资料，本项目 2024 年实际到位资金 1048 万元，实际支出资金 995.54 万元，预算执行率 94.99%，按评分标准计算得分。该指标分值为 2.5 分，评价得分为 2.5 分，得分率 100%。

（3）资金使用合规性。

该指标主要评价本项目资金使用是否符合相关的财务管理

制度规定。经查阅资金使用的明细账、银行流水账单、记账凭证、合同、发票以及会议纪要等资料，本项目资金使用报销程序严格按照财务管理办法中支出管理执行。该指标分值为 5 分，评价得分为 5 分，得分率 100%。

2. 组织实施。

（1）管理制度健全性。

该指标主要评价本项目实施单位的财务和业务管理制度是否健全。经查阅单位提供的《区委宣传部财务管理办法》，财务和业务管理制度已建立且合法、合规、完整。该指标分值为 5 分，评价得分为 5 分，得分率 100%。

（2）制度执行有效性。

该指标主要评价本项目实施是否符合相关管理规定。经查阅相关管理制度、预算执行情况表、审批资料、资金支付凭证等资料，本项目实施符合相关管理规定，项目调整及支出调整手续完备，项目实施的人员条件、信息支撑等落实到位。该指标分值为 5 分，评价得分为 5 分，得分率 100%。

（三）项目产出情况。

1. 数量指标。评价指标“《一周新闻汇编》”，年度指标值: 50 期，实际完成值: 50 期。

2. 数量指标。评价指标“市、区级媒体”，年度指标值: 不少于 20 个专版（专题），实际完成值: 20 个专版（专题）或同等版面内容。

3. 数量指标。评价指标“中央、省级媒体”，年度指标值: 不

少于 5 个专版（专题），实际完成值：5 个专版（专题）。

4. 数量指标。评价指标“电视媒体”，年度指标值：不少于 500 条视频新闻，实际完成值：500 条视频新闻。

5. 数量指标。评价指标“宣传册及专题片”，年度指标值：2 期以上，实际完成值：2 期。

6. 数量指标。评价指标“专题片”，年度指标值：2 个以上，实际完成值：3 个。

7. 质量指标。评价指标“通过在中央省市级媒体宣传覆盖率”，指标值：100%，实际完成值：100%。

8. 工作时效。评价指标“各项目完成及时率”，年度指标值：100%。实际完成值：100%。

9. 成本指标。评价指标“成本控制金额”，年度指标值：≤ 1048 万元。实际完成值：995.54 万元。

项目产出指标分值 30 分，评价结果为 28 分。

（四）项目效益情况。

1. 经济效益指标。不适用。

2. 社会效益指标。评价指标“营造良好的氛围”，指标值：显著提升。实际完成值：100%。

3. 生态效益指标。不适用。

4. 可持续影响指标。不适用。

上述项目效益指标分值 20 分，评价结果为 20 分。

项目效益体现为：本项目主要产生社会效益，围绕学习贯彻落实党的二十届三中全会精神、党纪学习教育及全国两会、市、区党

代会、两会等重大主题，聚焦盐田区加快建设“合作区”“核心区”，全力打造“深港合作范例、产业创新热土、民生幸福样板”等中心工作、重点工作，精心策划、主动对接，在各级各类主流媒体平台、境外媒体平台上累计推出宣传报道 2 万余条（含转载）、专版宣传百余个；海洋经济、低空经济、特色文旅等盐田元素、发展成果接连亮相央视新闻联播、焦点访谈、朝闻天下、晚间新闻等重磅栏目累计达 32 次，创盐田年度上央视数量年来之最，其中盐田低空“领飞”率先亮相央视“七一”特别节目，新春海边花市获央视直播半小时，“放歌新时代”初评上榜或扶持创作歌曲《不如见一面登》《我的纸飞机》登上央视春晚；积极推动新华社以内刊形式向上级报告盐田“合作区”建设的举措成效，与羊城晚报合作开展“向山海走去”青年导演创作扶持计划盐田定制短片，推动影片赴巴黎展演，通过“文化出海”进一步展形象、促交流、强信心；策划制作盐田文旅推广宣传专刊，面向香港、澳门全面推广，有力提升了盐田故事、盐田经验、盐田案例的显示度、知名度、美誉度。

切实承担起“城区形象推广总监和区域营销总监”的新角色，在宣文旅商联动中推动处处美好、人人向往的盐田形象实现全面刷屏、全网互动、全民共创。“造话题”，抢抓新春、五一、520、国庆等节点、热点、契机，打好策划提前量、做好宣传主动仗、激活网络传播新引擎，从年初到年尾相继打造了“总要坐一趟开往沙滩的地铁”“南北互换候鸟式过年”“山海间逛逛逛”“盐田是我的理想型”“国庆假期来盐田乘风逐浪”等传播量超千万的网络热

门话题，其中在地铁 8 号线二期开通期间打造的“总要坐一趟开往沙滩的地铁”抖音话题两日内持续霸榜深圳同城热榜第一名，连续上榜一周，相关播放量破 2.9 亿，推出的“盐田是我的理想型”抖音视频征集活动，话题总播放量超过 1.2 亿。“抓热点”，捕捉社会关注与盐田新闻之间的契合点、着力点集中发力，推动在抖音、头条、微博等平台形成“盐田大梅沙现 UFO”“辛苦一年，海边过年”“来盐田胸口碎大石”“小梅沙海洋世界开业”等数十个关注度在百万级以上的热点“营销”事件，实现以点带面、破圈传播。

“展形象”，全网发布首部文艺风、清新范城区形象宣传片，策划推出“盐田 OVERLOOK”、“城市一角”等原创短视频专栏，以视觉化的传播形式推动“下班了来盐田”“放假了来盐田”“看日出来盐田”等理念逐渐成为新时尚。

深入挺近“拼经济”任务一线，将城区形象营销、企业品牌推广与促进经济发展相结合，通过宣文旅商融合发展为企业拓销量、为城区引流量、为经济促增量。“搭台铺路”，建立多部门、多主体选题策划、宣传推广两个机制，组织开展主流媒体、新媒体、网络达人进企业、进园区、进商圈“三进”采风调研活动 30 余场，把重点宣传资源推向企业、推向市场，为在地企业搭建沟通便捷化、营销专门化、传播立体化的品宣“服务站”，推动辖区一批优质中小企业、升规纳统企业宣传出圈又“出海”。“重点攻坚”，率先在全市推出楼市宣传产品，“不是别处买不起，而是盐田房子更有性价比”等话题掀起多轮关注热潮，全网传播量累计破亿，助力盐田楼市实现销售量和面积的双倍增长；宣传推广在盐田港上岸

的榴莲、金枪鱼、红酒等冷链鲜品，让“好榴莲，出盐田”、在盐田“吃第一口鲜”逐渐成为盐田冷链产业的新名片；围绕“浪漫经济”深入挖掘，会同团市委、区民政局等多个单位共同举办“携手挚爱 共赴山海”龙凤大典集体婚礼，创新发布全市首个婚庆地图“盐囍攻略”，提供“一站式”婚庆服务指引，相关宣传产品全网阅读量超百万次，让“来盐田结婚吧”成为越来越多新人首选。

坚持在基层找素材、在现场抓“活鱼”、让表达有网感、让叙事能共情。做更有影响力的民生宣传。持续加强对群众关心关切的各领域便民服务信息的发布力度，挖掘报道好周四大接访、人大代表进社区、市区妇幼签约、科技助力养老服务等办实事、解民忧的硬核举措、典型案例、扎实成效，推出相关报道 3000 余条。其中推动邻立中心智慧农贸菜市场免费炒菜服务迅速全面走红网络，引起全国等上千家媒体、评论杂志关注报道，在微博、抖音、今日头条形成了“南方的菜市场卷到免费代炒了”“深圳一菜市场买菜可免费炒菜”“广东一菜市场买菜可免费炒菜”“深圳的菜市场还能免费帮你炒”等数十个百万级阅读量的话题，引发了网络上关于“体现了那深圳服务遥遥领先”“建议全市推广”“有效应对预制菜”“南方卷出了新高度”的持续热议。做更有辨识度的传播矩阵。坚持“用年轻人思维抢滩年轻化的市场”的思路，结合不同平台的调性风格，推动“美好盐田”全媒体矩阵的差异化运营，共推出相关作品 2000 余条，注重发挥优质品牌专栏的流量凝聚作用，精心打造“星期五盐田上新啦”“盐田二十四种味”等精品专栏，推动形成本土味浓郁、记忆点鲜明的宣传品牌。

5. 服务对象满意度指标。评价指标“宣传对象满意度”，指标值:100%，实际完成值: 100%。指标分值 10 分，评价结果为 10 分。

五、主要经验及做法

通过前期准备、材料审核分析、现场核查评价、综合分析评价及报告撰写，评价项目实施情况，展现资金使用效益。

六、存在的问题及原因分析

（一）主要问题及原因分析

1. 预算绩效管理理念有待提高，干部职工还没有树立预算绩效管理理念。

2. 机构设置和队伍建设需要进一步推进，人员精简，而财政业务量大，一人身兼多职，每天忙于各种工作交叉当中，不能专职于财务工作，经常会出现延迟提交工作的情况出现，这样严重影响了财务工作开展效果，更不要说开展好其他工作。

（二）改进的方向和具体措施

1. 加大宣传力度，强化绩效理念。通过组织培训等法式，提高干部的绩效管理理念。

2. 配备多名专职专业化人员，开展不定期的培训，增强工作人员业务素养。

七、有关建议

（一）健全完善体制机制。切实把握财政预算绩效管理的自身规律和本质属性，在明确预算和绩效之间相互关系的基础上，完善各项体制机制建设，突出绩效的“预算”属性。

（二）建立健全项目事前、事中、事后的一体化预算执行考评机制和项目绩效评价机制，做好项目的过程监管，充分运用评价结果，提高资金使用效能。

（三）完善绩效评价工作制度。逐步建立和完善财政支出绩效评价相关制度，包括绩效目标审查制度、项目绩效考核制度、绩效奖惩制度等。

（四）逐步建立全面预算绩效管理体系，加强绩效目标管理。在现有的预算管理制度上，完善绩效管理体系，将绩效管理理念贯彻单位履职，设置可量化的预算绩效指标。

（五）提高预算绩效管理意识，建立健全预算绩效管理制度。进一步提高单位预算绩效管理意识，结合单位部门职能及职责定位、中长期发展规划及年度工作任务，建立健全预算绩效管理制度。进而加强单位预算支出过程中的绩效控制，发挥预算绩效管理的指导和纠偏作用。

（六）加强财政资金预算管理，强化预算支出责任，规范绩效目标与审核、绩效运行监控、绩效评价、绩效结果应用等预算绩效工作。

附件

项目支出绩效评价指标体系框架

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明	得分
决策 (20 分)	项目 立项	立项依据充分性 (2.5 分)	项目立项是否符合法律法规、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。	评价要点： ①项目立项是否符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策；（0.5） ②项目立项是否符合行业发展规划和政策要求；（0.5） ③项目立项是否与部门职责范围相符，属于部门履职所需；（0.5） ④项目是否属于公共财政支持范围，是否符合中央、地方事权支出责任划分原则；（0.5） ⑤项目是否与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复。（0.5）	2.5
		立项程序规范性 (2.5 分)	项目申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。	评价要点： ①项目是否按照规定的程序申请设立；（1） ②审批文件、材料是否符合相关要求；（1） ③事前是否已经过必要的可行性研究、专家论证、风险评估、绩效评估、集体决策。（0.5）	2.5
	绩效 目标	绩效目标合理性 (2.5 分)	项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	评价要点： （如未设定预算绩效目标，也可考核其他工作任务目标） ①项目是否有绩效目标；（1） ②项目绩效目标与实际工作内容是否具有相关性；（0.5） ③项目预期产出效益和效果是否符合正常的业绩水平；（0.5） ④是否与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。（0.5）	2.5

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明	得分
决策 (20分)	绩效目标	绩效指标明确性 (2.5分)	依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量等，用以反映和考核项目绩效目标的明细化情况。	评价要点： ① 是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标； (1) ② 是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现； (1) ③是否与项目目标任务数或计划数相对应。 (0.5)	2.5
	资金投入	预算编制科学性 (5分)	项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标是否相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	评价要点： ① 预算编制是否经过科学论证； (1) ② 预算内容与项目内容是否匹配； (1) ③ 预算额度测算依据是否充分，是否按照标准编制； (1.5) ④预算确定的项目投资额或资金量是否与工作任务相匹配。 (1.5)	5
		资金分配合理性 (5分)	项目预算资金分配是否有测算依据，与补助单位或地方实际是否相适应，用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性情况。	评价要点： ① 预算资金分配依据是否充分，体现厉行节约从严从紧安排的导向； (2.5) ②资金分配额度是否合理，与项目单位或地方实际是否相适应。 (2.5)	5

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明	得分
过程 (20 分)	资金管理	资金到位率 (2.5 分)	实际到位资金与预算资金的比率，用以反映和考核资金落实情况对项目实施的总体保障程度。	资金到位率=（实际到位资金/预算资金）×100%。（1） 实际到位资金：一定时期（本年度或项目期）内落实到具体项目的资金。（1） 预算资金：一定时期（本年度或项目期）内预算安排到具体项目的资金。（0.5）	2.5
		预算执行率 (2.5 分)	项目预算资金是否按照计划执行，用以反映或考核项目预算执行情况。	预算执行率=（实际支出资金/实际到位资金）×100%。（1.5） 实际支出资金：一定时期（本年度或项目期）内项目实际拨付的资金。（1）	2.5
	资金管理	资金使用 合规性（5 分）	项目资金使用是否符合相关的财务管理制度规定，用以反映和考核项目资金的规范运行情况。	评价要点： ① 是否符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理规程的规定；（1.5） ② 资金的拨付是否有完整的审批程序和手续；（1.5） ③ 是否符合项目预算批复或合同规定的用途；（1） ④ 是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。（1）	5
	组织实施	管理制度 健全性（5 分）	项目实施单位的财务和业务管理制度是否健全，用以反映和考核财务和业务管理制度对项目顺利实施的保障情况。	评价要点： ① 是否已制定或具有相应的财务和业务管理制度；（2.5） ② 财务和业务管理制度是否合法、合规、完整。（2.5）	5

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明	得分
		制度执行有效性（5分）	项目实施是否符合相关管理规定，用以反映和考核相关管理制度的有效执行情况。	评价要点： ① 是否遵守相关法律法规和相关管理规定；（1.5） ② 项目调整及支出调整手续是否完备；（1.5） ③ 项目合同书、验收报告、技术鉴定等资料是否齐全并及时归档；（1） ④ 项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等是否落实到位。（1）	5
产出 （30分）	产出数量	实际完成率（10分）	项目实施的实际产出数与计划产出数的比率，用以反映和考核项目产出数量目标的实现程度。	实际完成率=（实际产出数/计划产出数）×100%。 实际产出数：一定时期（本年度或项目期）内项目实际产出的产品或提供的服务数量。 计划产出数：项目绩效目标确定的在一定时期（本年度或项目期）内计产出的产品或提供的服务数量。	10
	产出质量	质量达标率（5分）	项目完成的质量达标产出数与实际产出数的比率，用以反映和考核项目产出质量目标的实现程度。	质量达标率=（质量达标产出数/实际产出数）×100%。 质量达标产出数：一定时期（本年度或项目期）内实际达到既定质量标准的产品或服务数量。既定质量标准是指项目实施单位设立绩效目标时依据计划标准、行业标准、历史标准或其他标准而设定的绩效指标值。	5
	产出时效	完成及时性（10分）	项目实际完成时间与计划完成时间的比较，用以反映和考核项目产出时效目标的实现程度。	实际完成时间：项目实施单位完成该项目实际所耗用的时间。 计划完成时间：按照项目实施计划或相关规定完成该项目所需的时间。	10

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明	得分
	产出成本	成本节约率（5分）	完成项目计划工作目标的实际节约成本与计划成本的比率，用以反映和考核项目的成本节约程度。	成本节约率=[（计划成本-实际成本）/计划成本]×100%。 实际成本：项目实施单位如期、保质、保量完成既定工作目标实际所耗费的支出。 计划成本：项目实施单位为完成工作目标计划安排的支出，一般以项目预算为参考。	3
效益（30分）	项目效益	实施效益（20分）	项目实施所产生的效益。	项目实施所产生的社会效益、经济效益、生态效益、可持续影响等。可根据项目实际情况有选择地设置和细化。	20
		满意度（10分）	社会公众或服务对象对项目实施效果的满意程度。	社会公众或服务对象是指因该项目实施而受到影响的部门（单位）、群体或个人。一般采取社会调查的方式。	10

项目支出绩效自评表									
项目编码：	440308210801500003753	项目名称：	典型与专题宣传	绩效自评年度：	2024				
实施单位：	中共深圳市盐田区委宣传部（本级）	一级预算单位：	中共深圳市盐田区委宣传部（本级）	单位编码：	004001				
预算执行情况									
项目资金（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	11000000.00	10480000.00	9955416.50	10	94.99	9.5		
	其中：当年财政拨款	11000000.00	10480000.00	9955416.50	—	—	—		
	上年结转资金	0.00	0.00	0.00	—	—	—		
	其他资金	0.00	0.00	0.00	—	—	—		
项目目标完成情况									
年度总体目标	预期目标				实际完成情况				
	围绕“产业兴盐”、法治建设、文化强区、社会民生、生态文明等方面做好专题宣传，全方位、多角度展现盐田发展变化，凝聚共识，为盐田加快高质量全面建成宜居宜业宜游的现代化国际化创新型滨海城区营造良好氛围。				围绕文化强区、社会民生、生态文明等方面做好专题宣传，全方位、多角度展现盐田发展变化，凝聚共识，为盐田加快高质量全面建成宜居宜业宜游的现代化国际化创新型滨海城区营造良好氛围。				
年度绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	度量单位	实际完成值	权重	得分	偏差原因分析及改进措施
年度绩效指标	产出指标（50分）	数量指标	中央、省级媒体	≥5个专版（专题）		5个专版（专题）	5	5	无偏差

		数量指标	市、区级媒体	≥20个专版（专题）		20个专版（专题）	5	5	无偏差
		数量指标	电视媒体	≥500条视频新闻		500条视频新闻	5	5	无偏差
		数量指标	《一周新闻汇编》	50期		50期	5	5	无偏差
		数量指标	宣传册及专题片	≥2期		2期	5	5	无偏差
		数量指标	专题片	≥2个		2个	5	5	无偏差
		质量指标	中央省市级媒体宣传覆盖率	100%		100%	10	10	无偏差
		时效指标	各项目完成及时率	100%		100%	5	5	无偏差
		成本指标	成本控制金额	≤1048万元		995.54万元	5	4.5	因经费冻结，导致出现偏差。
	效益指标 (30分)	经济效益指标	不适用	不适用		不适用	0	0	不适用
		社会效益指标	营造良好的氛围	显著提升		100%	30	30	无偏差
		生态效益指标	不适用	不适用		不适用	0	0	不适用
		可持续性影响指标	不适用	不适用		不适用	0	0	不适用
	满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	宣传对象满意度	100%		100%	10	10	无偏差
		其他满意度指标	不适用	不适用		不适用	0	0	不适用
	总分						100	99.0	—