**附件1-1**

**财政支出项目绩效评价报告**

 评价类型： □实施过程评价√完成结果评价

 项目名称： 文化宣传活动项目

 项目单位： 中共海口市委宣传部

 主管部门： 中共海口市委宣传部

 评价时间： 2020年 4月 10日至 2020年 4月20 日

 组织方式：□财政部门 □主管部门 √项目单位

 评价机构：√中介机构 □专家组 □项目单位评价组

 评价单位（盖章）：中共海口市委宣传部

 上报时间：2020年4月20日

**附件1-2**

**项目绩效目标表**

项目名称：文化宣传活动项目

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 指标类型 | 指标名称 | 绩效目标 | 绩效标准 |
| 优 | 良 | 中 | 差 |
| 产出指标 | 户外广告投放量 | 制作发布中央、省委、市委重大主题活动户外公益广告，面积达到1000㎡ | 面积≧1000㎡ |  面积≧800㎡ |  面积≧600㎡ | 面积<600㎡ |
| 开展重大主题宣传 | 与网络媒体合作开展重大主题宣传活动次数较上年持平 | 较上年增加5%（含）以上 | 较上年增加1%-4% | 较上年持平 | 低于上一年度 |
|  围绕市委、市政府的中心工作，组织省、市媒体开展重大主题宣传驻琼媒体报道量 |  围绕市委、市政府的中心工作，协调驻琼主流媒体开展重要主题宣传；围绕市委、市政府中心工作及紧急、重要事项举办新闻发布会；围绕市委、市政府中心工作，组织城市形象宣传活动。  | 主流媒体有关海口的报道的数量超出上年度10%以上；举办新闻发布会超过30场；组织开展的城市形象宣传活动效果明显，在全国有影响力。 | 主流媒体有关海口的报道的数量比上年度增加5%；举办新闻发布会30场；组织开展的城市形象宣传活动效果较明显，在全国一定范围产生影响力。 | 主流媒体有关海口的报道的数量与上年持平；举办新闻发布会少于30场；组织开展的城市形象宣传活动效果一般，在省内产生影响力。 |  主流媒体有关海口的报道的数量低于上一年度；举办新闻发布会少于25场；组织开展的城市形象宣传活动效果不明显，影响力范围仅在市内。 |
|  围绕市委、市政府的中心工作，组织省、市媒体开展重大主题宣传省市媒体报道量 |  组织省、市各媒体围绕市委、市政府的要求进行报道，针对性强、主题突出。海南日报、海南广播电视总台《海南新闻联播》报道海口的数量超出上年度4%以上。 |  组织省、市各媒体围绕市委、市政府的要求进行报道，针对性强、主题突出。报道海口的数量超出上年度4%以上。 |  组织省、市主流媒体围绕市委、市政府的要求进行报道，主题突出。海南日报、海南广播电视总台《海南新闻联播》报道海口的数量比组织省、市主流媒体围绕市委、市政府的要求进行报道，主题突出。报道海口的数量比上年度增加1%-2%。 |  安排市属媒体进行常规报道。海南日报、海南广播电视总台《海南新闻联播》报道海口的数量与上年持平。 |  各级媒体均没有报道。海南日报、海南广播电视总台《海南新闻联播》报道海口的数量低于上一年度。 |
|  舆情信息发现时效性  |  重大、热点舆情6小时内发现  |  重大、热点舆情6小时内发现 |  重大、热点舆情8小时内发现 |  重大、热点舆情12小时内发现 |  重大、热点舆情超出12小时 |
| 效益指标 |  社会氛围程度 |  为中央、省委、市委重大活动营造浓厚的社会氛围。  |  重大活动户外广告宣传期间，在要求开展氛围营造的路段上每1000米有一块公益广告，社会氛围浓厚。 |  重大活动户外广告宣传期间，在要求开展氛围营造的路段上每1500米有一块公益广告，有良好的社会氛围。 |  重大活动户外广告宣传期间，在要求开展氛围营造的路段上每2000米有一块公益广告，社会氛围一般。 |  重大活动社会氛围不够，被上级部门通报批评。 |
|  省、市媒体报道量 |  省级媒体和市级媒体在重要版面、重要时段进行充分报道，氛围十分浓厚。海南日报、海南广播电视总台《海南新闻联播》报道海口的数量超出上年度4%以上。 |  省级媒体和市级媒体在重要版面、重要时段进行充分报道，氛围十分浓厚。报道海口的数量超出上年度4%以上。 |  按照市委、市政府的要求，省级、市级主流媒体进行大量报道，氛围浓厚。报道海口的数量比上年度增加1%-2%。 |  只有市属媒体进行简单报道，有一定氛围。报道海口的数量与上年持平。 |  各级媒体均没有报道，没有氛围。海南日报、报道海口的数量低于上一年度。 |
|  网络媒体报道情况 |  网络报道海口的数量与上年持平。  |  网络报道海口的数量超出上年度3%（含）以上。 |  网络报道海口的数量比上年度增加1%-2%。 |  网络报道海口的数量与上年持平。 |  网络报道海口的数量低于上一年度。 |
|  舆情信息发现率  |  自动舆情采集，舆情分析，舆情汇总，舆情监视，并识别其中的重要舆情信息，发现率95%  |  重要舆情信息发现率95%（含）以上 |  重要舆情信息发现率85-94% |  重要舆情信息发现率75-84% |  重要舆情信息发现率75%以下 |
|  驻琼媒体报道量 |  驻琼主流媒体报道情况；举办新闻发布会情况；组织开展城市形象宣传活动效果情况。  |  驻琼主流媒体在重要版面、时段均进行报道，氛围浓厚。主流媒体报道海口的数量超出上年度10%以上；我市举办新闻发布会超过30场；组织开展的城市形象宣传活动效果明显，在全国有影响力。 |  驻琼主流媒体有关海口的报道氛围较浓厚。主流媒体报道海口的数量比上年度增加5%；我市举办新闻发布会30场；组织开展的城市形象宣传活动效果较明显，在全国一定范围产生影响力。 |  主流驻琼媒体报道海口的数量与上年持平；我市举办新闻发布会少于30场；组织开展的城市形象宣传活动效果一般，在省内产生影响力。 |  驻琼媒体均没有报道。主流驻琼媒体报道海口的的数量低于上一年度；我市举办新闻发布会少于25场；组织开展的城市形象宣传活动效果不明显，影响力范围仅在市内。 |

**附件1-3**

**项目基本信息表**

|  |
| --- |
| **一、项目基本情况** |
| 项目实施单位 | 中共海口市委宣传部 | 主管部门 | 中共海口市委宣传部 |
| 项目负责人 | 林榕明 | 联系电话 | 68723130 |
| 地址 | 长滨一路第二行政办公室 | 邮编 | 570135 |
| 项目类型 | 经常性项目（ √ ） 一次性项目（ ） |
| 计划投资额（万元） | 1488.58 | 实际到位资金（万元） | 2146.48 | 实际使用情况（万元） | 2146.28 |
| 其中：中央财政 |  | 其中：中央财政 |  |  |  |
| 省财政 |  | 省财政 |  |  |  |
| 市县财政 | 1488.58 | 市县财政 | 2146.48 |  |  |
| 其他 |  | 其他 |  |  |  |
| **二、绩效评价指标评分** |
| 一级指标 | 分值 | 二级指标 | 分值 | 三级指标 | 分值 | 得分 |
| 项目决策 | 20 | 项目目标 | 4 | 目标内容 | 4 | 4 |
| 决策过程 | 8 | 决策依据 | 3 | 3 |
| 决策程序 | 5 | 5 |
| 资金分配 | 8 | 分配办法 | 2 | 1 |
| 分配结果 | 6 | 5 |
| 项目管理 | 25 | 资金到位 | 5 | 到位率 | 3 | 3 |
| 到位时效 | 2 | 2 |
| 资金管理 | 10 | 资金使用 | 7 | 7 |
| 财务管理 | 3 | 3 |
| 组织实施 | 10 | 组织机构 | 1 | 1 |
| 管理制度 | 9 | 7 |
| 项目绩效 | 55 | 项目产出 | 15 | 产出数量 | 5 | 5 |
| 产出质量 | 4 | 4 |
| 产出时效 | 3 | 3 |
| 产出成本 | 3 | 3 |
| 项目效益 | 40 | 经济效益 | 8 | 8 |
| 社会效益 | 8 | 8 |
| 环境效益 | 8 | 8 |
| 可持续影响 | 8 | 8 |
| 服务对象满意度 | 8 | 8 |
| 总分 | 100 |  | 100 |  | 100 | 96 |
| 评价等次 | 优 |
| **三、评价人员** |
| 姓 名 | 职务/职称 | 单 位 | 签 字 |
| 张乙玲 | 注册会计师 | 海南亿信会计师事务所（普通合伙） |  |
| 张国君 | 审计经理 | 海南亿信会计师事务所（普通合伙） |  |
| 周敏 | 审计助理 | 海南亿信会计师事务所（普通合伙） |  |
| 评价工作组组长（签字）：项目单位负责人（签字并盖章）： 年 月 日 |

**附件1-4**

中共海口市委宣传部

文化宣传活动项目绩效评价报告

一、项目概况

**（一）项目基本性质、用途和主要内容**

文化宣传活动项目为经常性项目。经费用途主要为推动海口城市形象宣传，将海口城市形象推向世界，让全世界了解海口、赞美海口，助力国际旅游岛建设。主要工作内容有：开展宣传活动、组织媒体采访、开展重大事项宣传前培训工作、委托电视台、报社等媒体进行相关报道、进行社会宣传广告制作、聘请专家进行座谈等。

**（二）项目绩效目标**

文化宣传活动项目2019年的产出指标有5项：主要为户外广告投放量达到1000㎡；开展重大主体宣传；围绕市委、市政府的中心工作，组织省、市媒体开展重大主题宣传驻琼媒体报道量；围绕市委、市政府的中心工作，组织省、市媒体开展重大主题宣传省市媒体报道量；舆情信息发现时效性。成效指标有5项：主要为社会氛围程度；省、市媒体报道量；网络媒体报道情况；舆情信息发现率；驻琼媒体报道量。

二、项目资金使用及管理情况

**（一）项目资金到位情况分析**

中共海口市委宣传部2019年年初预算申请该项目预算资金1488.58万元。海财教函[2019]4964号文下达资金21万元,2018年度结转项目资金730万元，其中海财教[2018]7827号文结转资金380万元（关于下达新华社全媒体宣传推广经费的通知），海财教[2018]9483号文结转资金350万元（关于下达唱响新时代走进海口节目录制经费的通知）。根据可执行性指标执行情况明细表文件，调整减少文化宣传活动项目资金93.10万元。调整后2019年该项目实际到位资金2146.48万元。

**（二）项目资金使用情况分析**

2019年文化宣传活动项目预算资金实际支出2146.28万元，资金使用率99.99%。

资金支出明细如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 支出经济分类 | 实际支出金额（万元） |
| 1 | 办公费 | 0.20 |
| 2 | 印刷费 | 23.17 |
| 3 | 邮电费 | 0.01 |
| 4 | 差旅费 | 6.48 |
| 5 | 会议费 | 1.39 |
| 6 | 公务接待费 | 0.85 |
| 7 | 委托业务费 | 572.89 |
| 8 | 其他交通费 | 6.96 |
| 9 | 税金及附加费用 | 0.45 |
| 10 | 其他商品和服务支出 | 1512.88 |
| 11 | 奖励金 | 21.00 |
|  | 合计 | 2146.28 |

**（三）项目资金管理情况分析**

在项目资金使用管理过程中，市委宣传部严格按照预算批复的要求，在预算范围内使用，专款专用。在资金支付过程中，市委宣传部严格按照合同约定支付款项，支付的每一笔款项都按单位财务管理规定办理相关手续，并经国库支付局会计核算站审核，确保了资金支出的合理合规性，资金使用较为规范。

三、项目组织实施情况

**（一）项目组织情况分析**

市委宣传部围绕市委、市政府的中心工作，组织实施文化宣传活动，各活动的开展严格依照程序执行，各项活动均需制定活动方案及经费预算，通过市委宣传部部长办公室会议讨论通过后方可实施，涉及资金较大项目需通过政府采购方式公开招标，各项目均需与有项目举办资质的单位签订相关合同，资金拨付严格按照合同约定支付，活动完成后需通过各方组织验收。

**（二）项目管理情况分析**

市委宣传部参照往年支付情况，结合2019年度支出范围进行了整体的预测，细化了支出经济分类所需的预算资金使其达到合理的范围。未制定项目管理制度，项目实施参照海口市各项管理规定并结合市委宣传部的内部管理制度进行管理。

四、项目绩效情况

（一）项目绩效目标完成情况分析

1.项目的经济性分析

（1）项目成本（预算）控制情况

文化宣传活动项目2019年1月结转2018年度剩余项目预算资金730万元，下达2019年度年初预算金额1488.48万元，2019年8月根据海财教函[2019]4964号文调整政府预算支出经济分类增加21万元，该项目初始预算资金合计2239.58元，年中调减预算资金93.1万元，最终批复用款计划2146.48万元。

（2）项目成本（预算）节约情况

该项目批复预算金额2146.48万元，实际支出2146.28万元。本项目按照项目年初测算范围执行，确保款项能专款专用，没发生其他额外成本。

2.项目的效率性分析

（1）项目的实施进度

该项目预算资金2146.48万元，实际支出2146.28万元，结余资金0.2万元，支付进度率99.99%，资金使用按照拨付进度完成年度目标值。

（2）项目完成质量

该项目全年实际完成值与年度指标值一致，举办的各类大型活动如“2019年海口市春节团拜会演出活动”、“唱响新时代走进海口节目”活动、“抖出海口最美时光2019年海口市抖音挑战赛活动”、《歌唱祖国·一首歌一座城》音乐作品拍摄活动等都取得了不错的社会反响，项目完成质量通过了各有关部门的验收，较好的完成了预期目标。

3.项目的效益性分析

（1）项目预期目标完成程度

该项目年初设定目标为海口城市形象宣传，将海口城市形象推向世界，让全世界了解海口、赞美海口，助力国际旅游岛建设。2019年度，市委宣传部围绕市委、市政府的中心工作，组织省、市媒体开展重大主题宣传，与新华通讯社新闻信息中心、中国传媒大学、人民日报传媒广告有限公司海南分公司都签订了合作协议，协助驻琼主流媒体开展正面宣传，举办新闻发布会，组织开展城市形象宣传活动， 利用道旗、公交车广告亭、建筑围挡等发展重大活动公益广告标语、画面，采用舆情监控智能系统，全方位、不间断搜集网络上涉及海口的各类舆情，正面、充分的对海口城市形象进行了大力宣传。

（2）项目实施对经济和社会的影响

通过举办“E起网前飞，共圆小康梦—2019年湖南网络扶贫春节联欢晚会”活动，对近一年来扶贫工作的成绩做了大力的宣传，也展现了海口经济社会发展的成就。

《歌唱祖国·一首歌一座城》是由国家广播电视总局、中央广播电视总台主办，IPTV总平台、海南IPTV等全国各省市分平台共同实施的大型音乐文化全媒体活动，海口市报送的音乐故事《久久不见久久见》向全国观众展示了海口市的民俗风情、人文情况、建设发展情况以及海南自由贸易港建设，展现了“美好新海南”的精神风貌。

通过举办“抖出海口最美时光2019年海口市抖音挑战赛活动”，拍摄海口特色短视频，在这个自媒体发达的时代，利用网络的力量对海口城市形象进行网络覆盖性的推广。

通过与新华通讯社新闻信息中心合作，利用新华社客户端、新华社社办报刊及海外主流媒体、网络媒体等资源，为海口城市形象进行积极推广。

通过与人民日报传媒广告有限公司海南分公司合作，在人民日报刊登整版全国彩色广告，在人民网首页推送文字链接，增加了海口市在全国的知名度及曝光率。

通过制作2019年博鳌亚洲论坛年会道旗广告牌，在海口市国学大道、滨海大道、以及龙昆南及延长线进行投放，提高海口知名度和影响力。

通过举办“2019海口马拉松赛事”活动，吸引了大量岛外人士和外籍人员，2019海口马拉松的经典赛道，穿越海口最美丽的自然风景线，途径凤翔湿地公园、椰海大道、滨江路、白沙门公园、世纪大桥、万绿园、国家帆船帆板基地、西秀海滩、海南国际会展中心等海口重点区域景观，将海口优美的地理条件和独特人文环境优势展现得淋漓尽致。

4.项目的可持续性分析

近年来，海口市举办的各类大型文化活动越来越丰富，这得益于市委、市政府的正确领导以及市财政局的大力支持，特别是海南省建省30周年大会上，党中央决定支持海南全岛建设自由贸易试验区，为海南的发展提供了一个很好的契机，这就需要市委宣传部利用一切可以利用的资源和力量，大力宣传海口城市形象，把这座美丽的城市推向世界舞台，充分挖掘出这座城市的无限潜力。同时，也需要市委宣传部继续完善项目实施的各项政策及管理制度的制定，确保项目资金的合理分配，合理安排好项目管理人员，明确相关机构职责，为项目持续发展提供保障。

五、综合评价情况及评价结论

市委宣传部该项目的实施严格按照预算执行，在预算年度优质完成工作任务，在整体控制上达到预期效果。

六、主要经验及做法、存在的问题与建议

**（一）主要经验及做法**

1.项目在编制预算时，严格按照《预算法》的规定程序进行编制。

2.项目的设立符合海口市委宣传部的部门职责要求，符合经济社会发展规划和部门年度工作计划。

3.项目的实施很好的向社会大众展示了海口的民俗文化以及城市形象，为海口高质量发展提供了有力思想保证，为加快推进海南自贸试验区和自贸港建设营造良好氛围、凝聚磅礴力量。

**（二）存在的问题**

1.该项目涉及内容较广泛，包含媒体宣传、举办发布会、广告宣传、网络媒体宣传，等等，但市委宣传部未单独制定项目资金管理制度，实际操作中，项目资金的使用系按照《中共海口市委宣传部财务管理制度（试行）》（海宣通[2018]66号）文件精神执行。

2.未制定项目管理制度，项目实施参照海口市各项管理规定并结合市委宣传部的内部管理制度进行管理。

3.项目大多局限于国内宣传，在国际上对海口城市形象的宣传力度不够。

**（三）建议**

1.建议市委宣传部根据项目具体情况制定项目资金管理制度，加强项目资金的规范化管理。

2.建议进一步加强海口城市形象宣传，提升国际知名度，充分发挥海南自贸试验区和自贸港的政策优势，吸引全球知名企业和精英人士入驻海口。