|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目支出绩效自评表** | | | | | | | | | | | | | |
| （2023年度） | | | | | | | | | | | | | |
| 项目名称 | | 文化执法宣传费 | | | | | | | | | | | |
| 主管部门 | | 北京市文化市场综合执法总队 | | | | | 实施单位 | | 宣传和执法保障中心 | | | | |
| 项目负责人 | | 汪雪风 | | | | | 联系电话 | | 89156360 | | | | |
| 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 | | 69.940000 | 69.940000 | | 69.640000 | | 10 | | 99.57% | | 9.96 |
| 其中：当年财政拨款 | | 69.940000 | 69.940000 | | 69.640000 | | 10 | | 99.57% | | 9.96 |
| 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 | | | | | | |
| 年度目标：充分发挥总队宣传阵地作用，利用一刊（《首都文化执法》内刊）、一站（总队北京文化综合执法官方网站）、三平台（北京文化综合执法公众号、头条号、百家号新媒体平台）作为宣传阵地，配合专项行动，收集整理相关资料，对重大要案、先进典型人物进行集中宣传报道；在重要时间节点组织策划文化市场管理执法宣传活动；结合北京电视台《天气预报》栏目进行广告宣传投放；结合新媒体平台开展Ｈ5创新宣传，扩大宣传效应，树立文化执法形象。 | | | | | | 基本完成全年任务，充分发挥总队宣传阵地作用，利用一刊（《首都文化执法》内刊）、一站（总队北京文化综合执法官方网站）、三平台（北京文化综合执法公众号、头条号、百家号新媒体平台）作为宣传阵地，配合专项行动，对重大要案、先进典型人物进行集中宣传报道；在重要时间节点组织策划文化市场管理执法宣传活动，扩大宣传效应，树立文化执法形象。 | | | | | | |
| 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 | 指标1：《首都文化执法》内刊：6期； | | | 6期 | 6期 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标2：北京文化综合执法官方网站更新稿件信息：300篇； | | | 300篇 | 771篇 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标3：在重要时间节点，对重大案件以及专项行动期间开展宣传活动：1次以上； | | | >1次 | 5次 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标4：有针对性的对总队及各区的文化市场管理工作进行集中报道：6次以上； | | | >6次 | 7次 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标5：公众号、头条号、百家号发布信息:各120条； | | | 120条 | 微信公众号306条;头条号333条;百家号336条 | 3 | | 3 | |  | |
| 指标6：在北京电视台《天气预报》栏目进行广告宣传投放：3个月； | | | 3个月 | 3个月 | 2 | | 2 | |  | |
| 指标7：新媒体平台H5宣传：5个。 | | | 5个 | 4个 | 2 | | 1.6 | | 偏差原因：因宣传计划调整，2024年继续产出1个H5作品。  改进措施：合理安排项目年度计划进度，并严格按照计划进度执行；如存在特殊情况无法及时按时完成计划，需做好计划调整工作，确保项目整体顺利开展。 | |
| 质量指标 | 1、通过内刊、网站、公众号、头条号、百家号、北京电视台《天气预报》广告投放六个渠道进行宣传，积极宣传文化执法工作，树立良好文化执法形象：达到预期目标；  2、宣传考核达标率：90%。 | | | 90% | 96.38% | 15 | | 15 | |  | |
| 时效指标 | 指标1：按照工作计划进度开展各项工作：2023年1月至12月，按照重大活动时间以及内刊、网站、公众号、头条号、百家号、北京电视台《天气预报》六个渠道相关进度开展各项工作，随时利用内刊、网站、公众号、头条号、百家号五个渠道对总队及各区的文化市场管理工作进行集中报道； | | | 12个月 | 12个月 | 1 | | 1 | |  | |
| 指标2：文化执法内刊：每2月一期，并于双月末日截稿，次月初印刷； | | | 12个月 | 12个月 | 1 | | 1 | |  | |
| 指标3：重要时间节点、重大活动、专项行动开展主题宣传活动：配合两节、两会，以及4.15、4.26等时间开展（按照时间进度开展活动）； | | | 12个月 | 12个月 | 1 | | 1 | |  | |
| 指标4：北京文化综合执法官方网站稿件信息：全年每月更新2次； | | | 12个月 | 12个月 | 1 | | 1 | |  | |
| 指标5：公众号、头条号、百家号发布信息：全年每月发布10条； | | | 12个月 | 12个月 | 1 | | 1 | |  | |
| 指标6：在北京电视台《天气预报》栏目进行广告宣传投放：3个月。 | | | 3个月 | 3个月 | 1 | | 1 | |  | |
| 指标7：2023年6月30日支出进度50%；2023年12月31日支出进度100%。 | | | 100% | 99.57% | 4 | | 3.98 | | 偏差原因：因宣传计划调整，所以没有组织相关活动，未使用误餐费，支出进度未达100%。改进措施：下一步增强预算编制的科学性和合理性。 | |
| 成本指标 | 1、项目预算控制总数：69.94万元；  2、专项宣传活动误餐费：0.3万元；  3、首都文化执法内刊编辑出版费：18.24万元；  4、宣传展板、宣传品设计制作费：20万元；  5、广告投放宣传经费：24万元；  6、新媒体宣传经费：5万元；  7、视频格式转录经费：2.4万元。 | | | 69.94万元 | 69.64万元 | 10 | | 10 | |  | |
| 效益指标 | 社会效益  指标 | 指标1：通过集中整治行动宣传活动、文化市场管理工作集中报道、内刊、网站、新媒体等提高全社会对文化执法工作的认知度：达到预期目标；《首都文化执法》内刊6期按时完成和正常发放：达到预期目标；完成公众号、头条号、百家号发布信息各120条：达到预期目标；完成3个月北京电视台《天气预报》栏目广告宣传投放：达到预期目标；完成新媒体平台H5宣传５个：达到预期目标； | | | 优 | 良 | 15 | | 11 | | 偏差原因：大部分文化执法宣传工作均已完成，但新媒体平台H5宣传未达到预期目标。  改进措施：严格按照目标执行文化执法宣传工作，确保各项工作全部完成。 | |
| 指标2：中央和市级媒体刊发总队开展活动、大案要案等稿件：宣贯政策知晓率≥95%，报道转发率≥95%，报道点击率≥95%。 | | | ≥95% | 95% | 15 | | 15 | |  | |
| 满意度  指标 | 服务对象满意度指标 | 北京文化综合执法官方网站：社会满意度调查≥90% | | | ≥90% | 99.32% | 10 | | 10 | |  | |
| 总分 | | | | | | | | 100 | | 95.54 | |  | |