

2023 年南沙区横沥镇宣传事务综合工作经费项目绩效评价报告

2024

为推进全面实施预算绩效管理，强化各部门各单位的预算绩效主体责任和绩效意识，进一步提高财政资金的使用效益，根据《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）、《广东省财政厅关于印发广东省省级财政绩效评价指南的通知》（粤财绩〔2021〕1号）等文件要求，对南沙区横沥镇宣传事务综合工作经费项目开展重点绩效评价。

一、评价项目概述

（一）项目背景

根据《关于进一步做好党的二十大文件及学习辅导读物征订工作的通知》《关于采购省级舆论阵地信息技术服务的请示与批复》等相关文件精神，为营造横沥镇良好的节日氛围，加强二十大精神等社会面宣传，提升我镇干部党员理论学习水平，同时为进一步做好横沥镇形象宣传，提升新闻信息宣传水平，发挥主流舆论场的作用，优化传播形式，传播更优质的内容，更好地记录我镇的发展状况、展现我镇的新面貌，提升横沥镇整体知名度，打造“横沥品牌”，讲好“横沥故事”，本年度通过采购服务的方式开展本项目。

（二）项目绩效目标

项目绩效目标为：通过推广公众号和网站新媒体运行、宣传工作提升项目、短信宣传、拍摄制作主题宣传片、对镇上和各村居社会氛围布置等，按上级部门要求订阅党报党刊，提升我镇居民的精神面貌。

（四）项目资金来源及使用情况

2023 年度项目预算下达金额为 131.2 万元，全年预算执行数为 131.2 万元，预算执行率为 100%。

（五）项目实施情况

截至 2023 年度，2023 年南沙区横沥镇宣传事务综合工作经费项目具体实施情况如下：一是通过采购微信公众号服务外包项目、省级舆论阵地信息技术服务项目、宣传工作提升项目服务、拍摄横沥镇主题宣传片项目为全面打造横沥镇的宣传路径建立了平台；二是通过党报党刊的采购，提升我镇公务员与居民的精神面貌。

二、绩效评价概述

（一）评价目的

通过绩效评价，分析预算资金的实际绩效是否达到项目预期绩效，并找出差距，再从过程层面分析差距原因，综合结果与过程两个方面的分析评价，总结经验，从过程层面提出有针对性地改善措施，从而达到改善结果的目的。

（二）评价设计与实施

1.评价指标设计

（1）过程：主要评价资金管理和组织管理，包括资金使用效率性、资金使用合规性、管理制度健全性、制度执行有效性等。

（2）产出：主要通过数量指标、质量指标、时效指标等具体指标评价项目的产出情况。

（3）效益：主要评价项目实施后产生的效益，包括社会效益、满意度评价等。

2. 评价原则

(1) 科学规范原则，即绩效评价严格遵循既定程序，确保科学可行。

(2) 公正公开原则，即评价结果应客观公正，并接受社会公开监督。

(3) 绩效相关原则，即要求支出与其产出之间有紧密相关关系。

3. 评价方法

本次绩效评价以书面材料核查为基础，综合运用成本效益分析法、比较法、专家评议、满意度检查等方法对资金和决策、管理、产出和效益等方面进行综合评价。

4. 评价标准

(1) 计划标准。以预先制定的目标、计划、预算、定额等数据作为评价的标准。

(2) 行业标准。参照已公布的行业指标数据制定评价标准。

(3) 历史标准。参照同类指标的历史数据制定评价标准。

(4) 经验标准。根据评价需要，确定有关经验性标准作为评价的依据。

三、评价结论与绩效分析

(一) 总体结论

经评定，项目重点绩效评价得分为 93 分，绩效等级为“优”。各部分指标得分如表 3-1 所示。

表 3-1：南沙区横沥镇宣传事务综合工作经费项目重点绩效评价表

序号	评价因素	分值	评价得分	得分率
1	过程	20	18	90.00%
2	产出	50	48	96.00%
3	效益	30	27	90.00%
评价总得分		100	93	93.00%

总体来看，项目绩效目标完成度基本良好。项目以采购服务为主要事项，基本按照既定的服务内容进行款项的支付，完成了党刊党报的订阅，宣传工作提升项目、采购短信服务、省级舆论阵地信息技术服务、“广州横沥发布”微信公众号服务外包项目、拍摄制作主题宣传片等工作的开展，但不足之处是宣传片尚未完成验收，尚未投入使用。从实际效益来看，借助宣传栏、LED屏、微信公众号等载体，以社会面宣传、理论知识短信推送、知识竞赛、原声语录和有声书推送等方式方法，让党的先进理论创新成果走进网络、走进千家万户。围绕横沥经济发展、“百千万工程”、传统文化、基础设施建设等重点选题，推出横沥镇企业展播、“百千万工程”、民间手艺人等系列报道，使得横沥镇被更广大的受众所认知。

（二）项目绩效分析

通过过程、产出和效益三个维度，对项目进行全过程的动态分析，从而反映绩效总体表现情况。现将各项绩效指标分析说明如下，具体得分情况详见附件 1。

1.过程指标分析

该指标主要从资金管理和事项管理两个方面考察过程情况，指标分值 20 分，评价得分 18 分，得分率 90.00%。

资金管理方面，预算编制准确性基本充分，项目基本符合相关财务管理制度规定，未发现不符合项目预算批复或合同规定的用途的情况。同时，在项目支出进度方面，年度支出率为 100%。

事项管理方面，项目总体管理基本符合相关规定。但不足之处是，宣传工作的计划性不够充分，缺少中长期规划内容。并且，部分采购服务类合同缺少履约验收，流程完成性待加强。

2.产出指标分析

该指标主要从数量指标、时效指标、质量指标三个方面考察产出情况，指标分值 50 分，评价得分 48 分，得分率 96.00%。

总体来看，本项目各项指标基本能够按计划完成，未完成事项主要是主题宣传片工作，该事项已完成初步的拍摄制作，但因拍摄质量未达预期，目前尚未完成验收。

3.效益指标分析

该指标主要从社会效益方面考察效益情况，指标分值 30 分，评价得分 27 分，得分率 90.00%。

结合项目单位填报的《项目支出绩效自评表》，所设置的满意度指标是受益群众满意度不低于 90%，但实际完成情况以无投诉作为完成情况证实，该指标完成情况的呈现不够全面，未能切实通过满意度调查的反映了解宣传事务工作的不

足之处，不利于下一步的宣传工作决策。

四、存在问题或不足

（一）宣传工作缺少中长期规划，合同管理工作待加强

项目支出涉及范围广，但缺少宣传重点及成效目标，虽该工作作为常规工作，每年度有相关的工作计划，但中长期的整体规划（三年/五年），现有的宣传方式未能突出宣传的长远目标和重点方向。

在合同管理方面存在两方面的不足，一是存在部分服务合同缺少履约验收的情况，合同执行流程的规范性有待加强。二是从制作宣传片进度滞后的情况发现，该项目的服务合同中未明确关于验收要求的相关事宜，也未明确成果提交及验收时间，存在一定的法律风险。

（二）未开展满意度调查工作，缺少后续宣传决策依据

本项目设置了满意度指标，但在实际执行中未开展满意度调查，仅以未收到关于宣传工作方面的投诉情况来证实指标完成情况不够全面，未能切实通过满意度调查的反映了解宣传事务工作的不足之处。而未开展该项工作，未能收集群众对于宣传活动的举办，相关平台运营的意见和建议等信息，不利于后续年度宣传工作的决策和规划制定。

五、相关建议

（一）形成宣传工作中长期规划，落实相关流程工作

要结合往年宣传工作的开展情况，以及横沥镇的实际情况，确定未来 3-5 年内一个较为宏观但有具体数值呈现的目标，根据此目标内容，再安排各年度的项目实施路径，使得

宣传工作的开展围绕一个目标有的放矢，避免“撒胡椒面”式的支出。并且，由于项目涉及的事项较多，需切实落实相关合同的履约验收工作，确保流程的完整性。

（二）针对不同的宣传事项开展满意度调查工作

建议优先针对服务平台类、宣传活动类的工作开展满意度调查。一是可通过了解群众对于“横沥发布”“横沥频道”与其他宣传平台（如新媒体）等内容的感受情况，听取群众反馈信息，并对反馈信息进行梳理后，对相关的服务商提出优化的需求。二是可以在相关的宣传活动开展后，及时对参与者开展调查与访问，强化满意度调查的时效性，并及时通过该类型的调查和访问收集的信息反馈给相关承办方，要求承办方及时做出优化调整。

附件 1 绩效评分表

指标评分表									
一级指标	二级指标	三级指标	权重	评价年度预期值	评价实际完成值	指标完成情况	完成比例 (%)	自评分数	未达标原因分析
过程	资金管理	资金支出率	12	及时支出	100%	已完成	100	12	
	事项管理	监管有效性	8	对资金的使用过程做到部门各司其职，互相监督，保障资金的有效使用	100%	已完成	100	6	宣传工作的计划性不够充分，缺少中长期规划内容。并且，部分采购服务类合同缺少履约验收，流程完成性待加强。
产出指标	数量指标	项目数量	10	按要求做好节日及社会氛围布置、订阅党报党刊、公众号网站推广、宣传工作有效提升、短信宣传、拍摄制作主题宣传片等 6 个大项目。	100%	已完成	100	8	宣传片尚未完成验收工作，实际未进行宣传投放
	质量指标	项目质量	20	安装的宣传画或举办的活动质量合格	100%	已完成	100	20	
	时效指标	及时完成相关工作和开展相关活动	20	在检查或要求的时间前完成	已完成	已完成	100	20	

指标评分表									
一级指标	二级指标	三级指标	权重	评价年度预期值	评价实际完成值	指标完成情况	完成比例 (%)	自评分数	未达标原因分析
效益指标	社会效益指标	营造浓厚社会宣传氛围	15	营造浓厚社会宣传氛围	已完成	已完成	100	15	
	满意度	受益群体满意度	15	受益群众满意度不少于 90%	98%	无投诉	无投诉	12	实际完成情况以无投诉证实不够全面，未能切实通过满意度调查的反映了解宣传事务工作的不足之处，不利于下一步的宣传工作决策
合计			100					93	