|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目支出绩效自评表** | | | | | | | | | | | | | |
| （2022年度） | | | | | | | | | | | | | |
| 项目名称 | | 新媒体内容建设 | | | | | | | | | | | |
| 主管部门 | | 北京市社会科学界联合会 | | | | | 实施单位 | | 北京市社会科学界联合会 | | | | |
| 项目负责人 | | 邵冬霞 | | | | | 联系电话 | | 64527177 | | | | |
| 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 | | 70 | 70 | | 70 | | 10 | | 100% | | 10 |
| 其中：当年财政拨款 | | 70 | 70 | | 70 | | — | | 100% | | — |
| 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 | | | | | | |
| 内容建设围绕2022年度宣传工作要点，围绕市委市政府中心工作，服务首都社会发展大局，坚持“弘扬科学精神、普及科学知识、传播科学思想、倡导科学方法”的宗旨，在内容策划、信息采编、版面设计制作、系统维护等方面有进一步加强，与讲堂讲座、科普动漫短片、社科知识竞赛融合度进一步深入。 | | | | | | 2022年运维期间，按照既定工作计划保质保量选题采编发布文章，打造了覆盖公交候车亭广告牌、电台、新闻门户网站、新媒体矩阵的全媒体宣传；建立了针对精品讲堂等内容，做到微信公众号、网站、新浪微博、头条号、抖音快手短视频平台等立体式宣传，提升传播力；形成了以手绘动漫动态长图、组图套图、图文、视频等形式多样的宣传内容；普及覆盖面和影响力均有所提升。 | | | | | | |
| 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 | 人文之光网站每周一、三、五编发稿件，每次10条，全年不低于1000条 | | | ≥1000条/年 | 1010条/年 | 5 | | 5 | |  | |
| 结合当年工作重点，新增专题不少于3个 | | | ≥3个/年 | 7个/年 | 5 | | 5 | |  | |
| 微信逢工作日更新，每周一、三、五各发3条，每周二、四各发2条，全年不少于650条 | | | ≥650条/年 | 506条/年 | 5 | | 3 | | 年中发布计划调整为每日发布2条，发布总量减少 | |
| 抖音、快手、微博等平台发布数量共不少于50条 | | | ≥50条/年 | 1000条/年 | 5 | | 5 | |  | |
| 质量指标 | 网站、微信栏目设置科学合理，界面友好美观、有特色 | | | 符合 | 符合 | 5 | | 3 | | 网站、微信栏目界面仅设计调整了1次 | |
| 类稿件政治方向、学术导向、价值取向正确，无意识形态问题 | | | 符合 | 符合 | 5 | | 5 | |  | |
| 图文、短视频生动活泼，群众喜爱 | | | 符合 | 符合 | 5 | | 3 | | 内容编辑风格偏严肃 | |
| 原创率不低于35% | | | 符合 | 符合 | 5 | | 5 | |  | |
| 时效指标 | 1、4月底前支出项目经费70%，其余经费12月底支出；  2、项目贯穿全年，按工作计划进行 | | | 按照项目计划时间完成 | 按照项目计划时间完成 | 10 | | 10 | |  | |
| 成本指标 | 人文之光网运维费用 | | | ≤55万元 | 55万元 | 5 | | 5 | |  | |
| “京社科”微信公众号运维费用 | | | ≤15万元 | 15万元 | 5 | | 5 | |  | |
| 效益指标 | 社会效益  指标 | 1、人文之光网年度总浏览量不低于15万次；微信公众号总阅读量不少于12万次；  2、“京社科”微信公众号订阅人数增长率不低于20%；  3、各平台发布内容总转发量不少于1.5万次；  4、通过加强网站、微信内容生产，加强科普工作线上线下融合，提升社科普及的吸引力和覆盖面，使更多市民群众方便、快捷地分享社科普及产品。  5、推动形成互联互动的新格局，加强了网站与微信公众号的运用与推广，进一步完善了网站、微信栏目建设。  6、能够进一步推动和促进社科普及工作引领文化发展、促进文化进步的作用 | | | 效益情况较好 | 效益情况较好 | 15 | | 10 | | “京社科”微信公众号订阅人数增长率为15%，未达预期 | |
| 可持续影响指标 | 能够持续促进和助力社科工作的发展 | | | 良好 | 良好 | 5 | | 4.5 | | 资料归集不足 | |
| 满意度  指标 | 服务对象满意度指标 | 参与公众满意度 | | | ≥85% | 83% | 10 | | 4 | | 服务满意调查结果为83% | |
| 总分 | | | | | | | | 100 | | 82.5 | |  | |