|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目支出绩效自评表** | | | | | | | | | | | | |
| （2024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 | | 79.97 | 79.97 | 79.89 | | 10 | | 99.90% | | 9.9 |
| 其中：当年财政拨款 | | 79.97 | 79.97 | 79.89 | | — | | 99.90% | | — |
| 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2024年度宣传工作要点，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。 | | | | | 2024年运维期间，按照既定选题采编发布文章，打造了覆盖电台、新闻门户网站、新媒体矩阵的全媒体宣传；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6-8条，全年不低于1000条。 | | ≥1000条/年 | 1193条 | 5 | | 5 | |  | |
| 结合当年工作重点，新增专题 | | ≥3个/年 | 8个 | 5 | | 5 | |  | |
| 微信逢工作日更新，每日发2-3条。 | | ≥480条/年 | 506条 | 5 | | 5 | |  | |
| “人文之光网”头条号工作日更新，每日发1-3条，全年不少于800条 | | ≥800条/年 | 968条 | 5 | | 5 | |  | |
| 抖音、快手、微博等平台发布数量 | | ≥800条/年 | 1298条 | 5 | | 5 | |  | |
| 质量指标 | 文章原创率 | | ≥30%/年 | 34.5% | 2 | | 2 | |  | |
| 人文之光网年度总浏览量不低于30万次 | | ≥30万次/年 | 92.3万次 | 2 | | 2 | |  | |
| 微信公众号总阅读量不少于12万次 | | ≥12万次/年 | 15.03万次 | 2 | | 2 | |  | |
| 头条号总阅读量不低于20万次 | | ≥20万次/年 | 9.7万次 | 2 | | 1 | | 计划与实际执行存在偏差 | |
| 抖音、快手、微博号点击量不低于100万次 | | ≥100万次/年 | 178.4万次 | 2 | | 2 | |  | |
| 网站、微信栏目设置科学合理，界面友好美观、突出人文特色；主题鲜明、图文、短视频生动活泼，群众喜爱 | | 符合 | 符合 | 4 | | 4 | |  | |
| 时效指标 | 项目完成实现 | | ≤2024年 | 2024年 | 9 | | 9 | |  | |
| 成本指标 | 经济成本指标 | ≤79.97万元 | | ≤79.97万元 | 79.89万元 | 10 | | 10 | |  | |
| 效益指标 | 社会效益指标 | “京社科”微信公众号订阅人数增长率 | | ≥20% | 32% | 6 | | 5 | |  | |
| 各平台发布内容总转发量 | | ≥1.5万次 | 1.35万次 | 6 | | 4.5 | | 通过该项目实施取得了一定成效，但仍有提升空间 | |
| 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。 | | 优 | 良好 | 10 | | 6 | | 通过该项目实施取得了一定成效，但仍有提升空间 | |
| 满意度指标 | 服务对象满意度指标 | 参与公众满意度 | | ≥90% | 87% | 10 | | 6 | | 满意度调查资料需进一步完善 | |
| 总分 | | | | | | | 100 | | 88.4 | |  | |