|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目支出绩效自评表**  （2021年度） | | | | | | | | | | |
| 项目名称 | | 第二届中国广电媒体融合发展大会 | | | | | | | | |
| 主管部门 | | 北京市广播电视局 | | | | 实施单位 | | 北京市广播电视局 | | |
| 项目负责人 | | 荣学良 | | | | 联系电话 | | 64081706 | | |
| 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 | | 499.426 | 499.426 | 498.81 | | 10 | 99.88% | 9.98 |
| 其中：当年财政拨款 | | 499.426 | 499.426 | 498.81 | | — | - | — |
| 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 | | | | |
| 贯彻落实党的十九届四中全会关于完善坚持正确导向的舆论引导工作机制的相关决定，2019年1月25日习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时关于全媒体时代和媒体融合发展的重要讲话精神，2020年6月30日中央全面深化改革委员会第十四次会议审议通过《关于加快推进媒体深度融合发展的指导意见》。大会面向全国，主要包括媒体融合相关论坛、研讨会以及技术推介等活动，目的在于总结经验、交流成果、搭建平台，不断推进媒体融合向纵深发展。 | | | | | 大会依托北京作为全国文化中心和科技创新中心的优势，促进了全国媒体融合优秀经验交流，展示了媒体融合最新技术和管理创新成果，推动了媒体融合各要素之间合作，成为引领全国媒体融合发展的重要平台，行业参与度显著提升。 | | | | |
| 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 | 高端峰会 | 1场 | | 1场 | 3 | 3 |  | |
| 论坛和研讨会 | 6场 | | 15场 | 3 | 2.7 |  | |
| 展览展示 | 1场 | | 1场 | 3 | 3 |  | |
| 活动持续时间 | 2天 | | 3天 | 3 | 2.5 |  | |
| 质量指标 | 活动参与机构 | 不少于50家 | | 不少于50家 | 3 | 3 |  | |
| 知名专家参与人数 | 不少于60人 | | 180人 | 3 | 2.7 |  | |
| 活动现场吸引观众数 | 不少于500人 | | 大会总报名人数超过1600人，同一时间段活动现场观众数近500人。 | 3 | 2.7 |  | |
| 时效指标 | 形成方案时间 | 1月至4月 | | 4月 | 3 | 3 |  | |
| 招标时间 | 4月至5月 | | 5月 | 3 | 3 |  | |
| 活动筹备时间 | 5月至7月，包括：场地选择、方案完善、项目征集与评选、活动宣传与推广、参会公司及嘉宾筛选与邀请等。 | | 5月至10月集中筹备 | 3 | 2.42 | 受疫情影响，项目推迟。 | |
| 活动实施时间 | 7月 | | 10月 | 3 | 2.5 | 受疫情影响，项目推迟。 | |
| 活动验收总结时间 | 8月 | | 11月 | 3 | 2 | 受疫情影响，项目推迟。 | |
| 成本指标 | 场地租赁及搭建费用 | 不高于252.966万元 | | 不高于252.966万元 | 3 | 3 |  | |
| 大会整体服务 | 不高于88.08万元 | | 不高于88.08万元 | 3 | 3 |  | |
| 大会运营 | 不高于68.22万元 | | 不高于68.22万元 | 3 | 3 |  | |
| 线上直播 | 不高于19.48万元 | | 不高于19.48万元 | 3 | 3 |  | |
| 宣传推广 | 不高于70.68万元 | | 不高于70.68万元 | 2 | 2 |  | |
| 效益指标 | 效益指标 | 媒体融合影响力进一步提升 | 及时总结媒体融合发展经验、持续搭建交流合作平台、探索媒体融合未来发展方向，对于增强主流媒体的传播力、引导力、影响力和公信力，全面推动媒体融合向纵深发展具有重要的现实意义。同时，大会将继续增强北京市媒体融合发展在全国的影响力，形成中国广电媒体融合发展的品牌效力。 | | 大会依托北京作为全国文化中心和科技创新中心的优势，促进了全国媒体融合优秀经验交流，展示了媒体融合最新技术和管理创新成果，推动了媒体融合各要素之间合作，成为引领全国媒体融合发展的重要平台，行业参与度显著提升。 | 30 | 26 | 支撑材料不足，后续将加强效益成果资料的收集。 | |
| 满意度  指标 | 服务对象满意度指标 | 参与机构满意度 | 不低于90% | | 99.6% | 10 | 10 |  | |
| 总分 | | | | | | | 100 | 92.50 |  | |