|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目支出绩效自评表** | | | | | | | | | | | | |
| （ 2024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 | 北京市文化市场综合执法总队宣传和执法保障中心 | | | | |
| 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 | | 62.54 | 62.54 | | 62.08 | 10 | | 99.27% | | 9.93 |
| 其中：当年财政拨款 | | 62.54 | 62.54 | | 62.08 | — | | 99.27% | | — |
| 上年结转资金 | | 0.00 | 0.00 | | 0.00 | — | | — | | — |
| 其他资金 | | 0.00 | 0.00 | | 0.00 | — | | — | | — |
| 年度总体目标 | 预期目标 | | | | | | 实际完成情况 | | | | | |
| 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；结合多媒体扩大宣传效应，树立文化执法形象。 | | | | | | 完成全年宣传任务，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，扩大了宣传效应，推动树立文化执法形象，规范文化执法行为。 | | | | | |
| 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 | 多媒体宣传 | | | =3月 | =3个月 | 2 | 2 | |  | |
| 公众号、头条号、百家号发布信息数量 | | | =120条 | 微信公众号230条；头条号238条；百家号242条。 | 5 | 4 | | 偏差原因：信息发布数量年度指标值为预估数据，根据实际业务开展情况超额完成。改进措施：加强指标设置的科学性，结合年度项目工作计划，合理设置绩效指标，进一步精确指标值，避免指标值设置偏高或偏低情况。 | |
| 刊印《首都文化执法》内刊期数 | | | =6期 | =6期 | 5 | 5 | |  | |
| 北京文化综合执法官方网站更新稿件信息数量 | | | =300篇 | =310篇 | 5 | 4 | | 偏差原因：年初指标值信息发布数量根据实际业务开展超额完成。改进措施：加强指标设置的科学性，结合年度项目工作计划，合理设置绩效指标，进一步精确指标值，避免指标值设置偏高或偏低情况。 | |
| 重大案件以及专项行动宣传活动次数 | | | ＞1次 | =5次 | 5 | 3.5 | | 偏差原因：重大案件数量每年具有不确定性。改进措施：加强指标设置的科学性，结合年度项目工作计划，合理设置绩效指标，进一步精确指标值，避免指标值设置偏高或偏低情况。 | |
| 对总队及各区的文化市场管理工作进行集中报道的次数 | | | ＞6次/年 | =7次/年 | 5 | 5 | |  | |
| 质量指标 | 宣传考核达标率 | | | ≥90% | =100% | 10 | 10 | |  | |
| 时效指标 | 北京文化综合执法官方网站稿件信息每月更新次数 | | | =2次 | =2次 | 1 | 1 | |  | |
| 集中报导、主题宣传活动按期完成率 | | | =100% | =100 | 10 | 10 | |  | |
| 文化执法内刊发表频次 | | | =6次/年 | =6次/年 | 1 | 1 | |  | |
| 公众号、头条号、百家号每月发布信息条数 | | | =10条 | 平均每月约20条。 | 1 | 0.5 | | 偏差原因：3个平台每月信息发布数量根据实际业务开展有所增加，超额完成。  改进措施：加强指标设置的科学性，结合年度项目工作计划，合理设置绩效指标，进一步精确指标值，避免指标值设置偏高或偏低情况。 | |
| 成本指标 | 经济成本指标 | 项目预算控制总数 | | | ≤62.54万元 | =62.08万元 | 10 | 10 | |  | |
| 效益指标 | 社会效益  指标 | 宣贯政策知晓率 | | | ≥95% | ≥95% | 10 | 10 | |  | |
| 提高全社会对文化执法工作的认知度 | | | 良 | 通过宣传工作，推动了社会对文化执法工作的认知度提高。 | 10 | 8 | | 偏差原因：提高全社会对文化执法工作的认知度是一项长期的工作。  改进措施：拓宽宣传渠道，丰富宣传形式，完善公众参与机制，提高公众认知度。在项目实施过程中强化数据信息资料收集整理，全面呈现效益指标的实现程度。 | |
| 满意度  指标 | 服务对象满意度指标 | 社会满意度调查 | | | ≥90% | =96.93% | 10 | 10 | |  | |
| 总分 | | | | | | | | 100 | 93.93 | |  | |