

附表 1

新时代宣传文化专项资金项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		新时代宣传文化专项资金							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部			预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关			
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		9,350	9,350	8,420.9	6,833.61	1,587.29	81.15	8.12
省级财政资金		9,350	9,350	8,420.9	6,833.61	1,587.29	81.15	8.12	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	围绕党中央、省委省政府宣传工作中心统筹协调精神文明产品的创作和生产,弘扬社会主义核心价值观。					较好地完成了年度绩效目标			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	影视剧	≥1部	≥1部	≥1部	5	5	
			舞台剧	≥2部	≥2部	≥1部	5	2.5	2022年因疫情影响了剧目创作
			媒体报道次数	≥3次	≥3次	≥3次	10	10	
		质量指标	项目完成率	≥80%	≥80%	≥80%	10	10	
		时效指标	专项资金到位率	≥90%	≥90%	≥90%	5	5	
			完成进度	≥90%	≥90%	≥90%	5	5	
	成本指标	财政补助经费	=9350万元	=9350万元	=9350万元	10	10		
	效益指标	社会效益指标	群众精神文化丰富程度	提高	提高	达成预期指标	10	10	
			传承中华文化	提高	提高	达成预期指标	10	10	
可持续影响指标		山西文化事业繁荣发展	显著提升	显著提升	达成预期指标	10	10		
满意度指标	服务对象满意度指标	人民群众满意度	≥90%	≥90%	≥90%	10	10		
总分						95.62	优		
自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目实施严格按照预算执行,按时足额执行预算计划,较好完成绩效目标						
	产出情况及分析		专项用于全省重大文化活动、宣传文化人才培养、优秀文艺作品扶持奖励、重大新闻宣传舆情引导活动等重点项目扶持,对进一步提升全省社会主义精神文明建设和社会主义文化建设起到了决定性作用						
	效益情况及分析		极大丰富了群众精神文化生活,持续弘扬了中华文化,加强了全省精神文明建设						

项目 绩效 分析	满意度情况及分析	较好
	主要经验做法	认真执行预算计划，持续加强绩效管理
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	无
	下一步改进措施及管理建议	进一步加强学习，持续强化绩效管理。

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

山西日报改版费用项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		山西日报改版费用							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		1,500	1,500	1,500	1,500	0	100	10
省级财政资金		1,500	1,500	1,500	1,500	0	100.00	10.00	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	1111					2020年2月停办山西日报“区域新闻版”之前,2019年新闻版面2965.8块,广告占版185.7块,区域新闻版396.5块;2022年,新闻版面同比增长457块,广告占版145块。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	新增新闻版数	≥396块	≥396块	≥457块	20	20	
		质量指标	印刷质量	优质级报纸	优质级报纸	达成预期指标	10	10	
		时效指标	误报率	无	无	达成预期指标	10	10	
		成本指标	新增版数单位印刷成本	≥3.7万元	≥3.7万元	≥3.9万元	10	10	
	效益指标	经济效益指标	广告收入	≥1400万元	≥1400万元	≥1059.48万元	5	4	司超过2个月,封控期间每日出版数
		社会效益指标	提升山西日报认知度	显著	显著	达成预期指标	13	13	
		可持续影响指标	扩大党报覆盖面和影响力	显著	显著	达成预期指标	12	12	
	满意度指标	服务对象满意度指标	社会公众满意度	比较满意	比较满意	达成预期指标	10	10	
	总分							99	优
项目绩效	项目实施和预算执行情况			本项目2022年度预算1500万元,2022年2月17日,财政拨款到账1500万元。截至2022年12月31日,预算共支出1500万元,执行率100%。其中,山西日报改版费用900万元,改版印刷费600万元。					
	产出情况			1.数量指标:山西日报发行量36.23万份,完成年度目标值35万份;新增新闻板块457块,完成年度目标值396块。2.质量指标:印刷质量被中国报协评为精品级报纸,完成年度目标值。3.时效指标:全年未发生误报情况,误报率为0,完成年度目标值。3.成本指标:新增版数单位印刷成本3.9万元,完成年度目标值。”					
	效益情况			1.经济效益指标:山西日报广告年收入1059.48万元,未完成年度目标值1400万元。2.社会效益指标:山西日报知名度显著提升,山西日报发行量达36.23万份,完成年度目标值。3.生态效益指标:扩大党报覆盖面和影响力显著,完成年度目标值。”					
	满意度情况			社会公众比较满意,全年未发生投诉事件,完成年度目标值。					

分析	主要经验做法	本项目资金的使用严格按照山西日报社《专项资金管理制度》《财务审批制度》及相关财政财务审计管理规章制度执行，支出符合项目申报内容及制度规定的标准和程序。具体支付时，需分管财务的社领导和分管项目的社领导批示，并按部门负责人、分管领导、财务负责人、财务审核人员、办理人员的顺序层层签字确认，做到专项资金的专款专用，单独核算，不存在挪用挤占、虚列支出等情况。
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	存在的问题主要是绩效观念有待进一步增强，且在绩效指标评价体系建设方面缺乏专业指导，导致评价工作存在一定困难。
	下一步改进措施及管理建议	将进一步加强预算管理，做预算前，熟悉掌握预算文件精神 and 年度工作计划；预算执行时严格按照工作计划和相关财务制度，有序做好预算支出；加强有关绩效评价的学习，加强预算绩效分析，进一步加大预算绩效评价结果的应用，更高效地使用各项资金。

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

山西日报报业集团深化改革经费项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		山西日报报业集团深化改革经费							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部			预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关			
项目资金预算安排及执行进度(万元)	年初预算数		全年预算数		全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	
	目标申报数	预算编制数							
	资金总额:	1,386.74	1,386.74	1,386.74		1,386.74	0	100	10
省级财政资金	1,386.74	1,386.74	1,386.74		1,386.74	0	100.00	10.00	
项目年度绩效目标	年度目标				实际完成情况				
	1. 全媒体人才引进、优质新闻产品采集制作,推动山西日报客户端做强做大项目中融媒体工作室、栏目制、拍客团队建设运行平稳。 3. 《山西日报》窄报改宽报、单彩印刷改全彩印刷项目全年实施情况良好,并被中国报协评为优质级报纸。				1、2022年,山西日报通过省直事业单位招聘,引进5名研究生学历新媒体工作人员、补强了山西日报客户端的内容生产和制作水平;2、为推动山西日报客户端做强做大项目,融媒体工作室、各栏目及拍客团队招募于2020年6月启动,截至2022年12月31日,共招募32名特约撰稿人、视频拍客52人、45名图片拍客。 3、《山西日报》窄报改宽报、单彩印刷改全彩印刷项目分别于2019年4月26日、2020年1月1日启动实施,2022年全年实施情况良好,并被中国报协评为精品级报纸。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	山西日报年印刷量	≥317000千对开张	≥317000千对开张	≥396721千对开张	10	10	
			原创新闻年产出数量	≥13000条	≥13000条	≥21210条	10	10	
		质量指标	山西日报印刷质量	被中国报协评委优质级报纸	被中国报协评委优质级报纸	达成预期指标	5	5	
			新媒体新闻质量	达标	达标	达成预期指标	5	5	
		时效指标	山西日报误报率	无	无	达成预期指标	5	5	
			新媒体新闻播发及时率	及时	及时	达成预期指标	5	5	
	成本指标	新媒体新闻单位采编成本	≥431元	≥431元	≥431元	5	5		
		山西日报单位印刷成本	≥26元	≥26元	≥26元	5	5		
	效益指标	经济效益指标	山西日报客户端年广告收入	≥500万元	≥500万元	≥769.54万元	5	5	
山西日报年广告收入			≥1400万元	≥1400万元	≥1059.48万元	5	4	2022年因疫情影响,太原市数次封控,影响时间超过2个月,封控期间每日出版数减少,经济活动停滞,市场广告投放大幅下降	
社会效益指标		提升山西日报认知度	显著	显著	达成预期指标	10	10		
可持续影响指标		扩大党报覆盖面和影响力	显著	显著	达成预期指标	10	10		

满意度指标	服务对象满意度指标	社会公众满意度	比较满意	比较满意	达成预期指标	10	10		
总分						99	优		
项目绩效分析	项目实施和预算执行情况		本项目2022年度预算1386.74万元，上年结转资金460.76万元，2022年2月17日，财政拨款到账1386.74万元，全年预算数1847.50万元。截至2022年12月31日，项目共支出1411.29万元，结余436.21万元。包括：山西日报内网数字化升级改造、客户端升级改版及新媒体采访设备购置项目经费预算313.26万元，其中2021年支付163.88万元，2022年支付149.38万元；栏目组费用预算439.88万元，支出3.67万元，结余436.21万元；融媒体工作室费用与拍客团队建设费用413.33万元，支出413.33万元；《山西日报》窄报改宽报、单彩印刷改全彩印刷项目经费825.91万元，支出825.91万元。						
	自评结果分析		产出情况 1. 数量指标：原创新闻年产出数量21210条，完成年度目标值13000条；山西日报年印刷量396721千对开张，完成年度目标值317000千对开张；新媒体影响力覆盖人数2796.57万人次，完成年度目标值2500万人次。 2. 质量指标：新媒体新闻质量达标，完成年度目标值；山西日报印刷质量被中国报协评为精品级，完成年度目标值。 3. 时效指标：新媒体新闻播发及时，未出现滞后的情况，完成年度目标值；山西日报误报率为无。 4. 成本指标：新媒体新闻采编成本431万元，完成年度目标值431元；山西日报单位印刷成本26元，完成年度目标值26元。						
	效益情况		1. 经济效益：山西日报客户端年广告收入769.54万元，完成年度目标值500万元；山西日报年广告收入1059.48万元，未完成年度目标值1400万元。 2. 社会效益：显著提升山西日报认知度，完成年度目标值。 3. 生态效益：显著扩大山西日报舆论引导的核心竞争力和党报覆盖面，完成年度目标值。						
	满意度		用户信赖比较满意，完成年度目标值。						
	主要经验做法		为深入贯彻落实中央及我省专项资金管理的有关规定，确保资金使用安全，山西日报社不断完善和建立项目管理机制和廉洁防范机制。如实行“三卡”管理，严把设备采购关、资金使用关、工程验收关；推行“三制”，采取招投标制、财务审批制、项目法人责任制。不断加强廉政教育，定期对项目负责人及参与人员进行廉政教育，不断提高廉洁意识，增强做好风险防范工作的自觉性和主动性。同时，不断强化监督检查，做好防控预警监督。加强项目事前、事中、事后监督和检查，确保项目资金安全和项目建设成效。						
	项目管理中存在的问题及原因分析		存在的问题主要是绩效观念有待进一步增强，且在绩效指标评价体系建设方面缺乏专业指导，导致评价工作存在一定困难。						
	下一步改进措施及管理建议		将进一步加强预算管理，做预算前，熟练掌握预算文件精神 and 年度工作计划；预算执行时严格按照工作计划和相关财务制度，有序做好预算支出；加强有关绩效评价的学习，加强预算绩效分析，进一步加大预算绩效评价结果的应用，更高效地使用各项资金。						

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

中国日报山西专版宣传费项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		中国日报山西专版宣传费							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		780	780	780	780	0	100	10
省级财政资金		780	780	780	780	0	100.00	10.00	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	自2022年1月起,每周五刊发一次,每次一个整版,每年共计52期,特殊情况下可扩充版面和期数。					"1.自2020年1月起,每周五刊发一次,每次一个整版,全年共计52期,在《中国日报》上以英文呈现,版名为《发现山西》。2.设立5个栏目,分别为“今日山西”“文化山西”“开放山西”“大美山西”“留学生眼中的山西”。3.坚持省内大事有体现,重要政策有回声,重要会议有落地。以党的二十大精神为指引,面向世界讲好山西故事;以“游山西·读历史”、“红火贺新春、山西年俗文化”等中华文化类专题,展示山西独特优美的自然风光和厚重悠久的历史;策划推出“山西人物”“山西品牌”等深度策划报道,为山西高质量转型发展提供了强大的舆论支撑、营造良好的舆论氛围。”			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	全年出版期数	≥52期	≥52期	≥52期	20	20	
		质量指标	印刷质量	优质级报纸	优质级报纸	达成预期指标	10	10	
		时效指标	误报率	无	无	达成预期指标	10	10	
		成本指标	单位期数出版成本	≥15万元	≥15万元	≥15万元	10	10	
	效益指标	社会效益指标	正确引导舆论方向	正确	正确	达成预期指标	15	15	
			提高山西知名度	显著	显著	达成预期指标	15	15	
满意度指标	服务对象满意度指标	社会公众满意度	满意	满意	达成预期指标	10	10		
总分							100	优	
自评结果分析	项目实施和预算执行情况			本项目2022年度预算780万元,2022年2月17日,财政拨款到账780万元。截至2022年12月31日,预算共支出780万元,执行率100%,项目经费全部支出完毕。其中,中国日报采编印刷费用660.40万元,实际支出660.40万元;山西日报采编等费用119.6万元,实际支出119.6万元。					
	产出情况			1.数量指标:全年出版期数52期,完成年度目标值52期。2.质量指标:被评为精品级报纸,完成目标值。3.时效指标:误报率为零,完成年度目标值。4.成本指标:单位期数出版成本15万元,完成年度目标值15万元。”					
	效益情况			社会效益指标:显著提高山西知名度,正确引导舆论方向,完成年度目标值。					

项目 绩效 分析	满意度情况及分析	社会公众满意度为比较满意，全年未发生投诉事件。
	主要经验做法	本项目资金的使用严格按照山西日报社《专项资金管理制度》《财务审批制度》及相关财政财务审计管理规章制度执行，支出符合项目申报内容及制度规定的标准和程序。具体支付时，需分管财务的社领导和分管项目的社领导批示，并按部门负责人、分管领导、财务负责人、财务审核人员、办理人员的顺序层层签字确认，做到专项资金的专款专用，单独核算，不存在挪用挤占、虚列支出等情况。
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	绩效观念有待进一步增强，且在绩效指标评价体系建设方面缺乏专业指导，导致评价工作存在一定困难。
	下一步改进措施及管理建议	进一步加强预算管理，做预算前，熟练掌握预算文件精神 and 年度工作计划；预算执行时严格按照工作计划和相关财务制度，有序做好预算支出；加强有关绩效评价的学习，加强预算绩效分析，进一步加大预算绩效评价结果的应用，更高效地使用各项资金。

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

山西日报办报补贴项目支出绩效自评表
(2022年度)

项目名称		山西日报办报补贴							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:			3,583.34	3,583.34	3,583.34	3,583.34	0	100
省级财政资金			3,583.34	3,583.34	3,583.34	3,583.34	0	100.00	10.00
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	<p>一是全年围绕中央及省委各项重大决策部署，不间断策划推出重大主题宣传。高标准完成了习近平总书记全国两会、省两会等重大战役性报道，山西日报发行量稳步增长，舆论引导核心竞争力不断增强。二是认真组织开展“四力”教育实践工作，新媒体新闻数量也持续保持增长态势，全年共完成原创新闻18744条。</p>					<p>1、山西日报充分发挥党独特的政治宣传优势和舆论引导、思想引领作用，着力提高议题设置能力和舆论引导水平，按照中央及省委重大决策部署，高质量完成了习近平总书记视察山西重大活动、全省全国两会、“奋进新征程 建功新时代”系列大型主题采访、党的二十大、省委十二届三次四次五次全会、科学精准疫情防控、全面建设清廉山西等各项宣传报道任务，为加快推动高质量发展营造良好的舆论氛围。2、围绕中央及省委各项决策部署，有力配合重大主题宣传，充分发挥宣传引导作用，做好以摄影为主的社会宣传服务。3、全年围绕中央及省委各项决策部署，有力配合全省政法系统各项工作的开展，充分发挥宣传引导作用。增强报纸的可读性，更好的服务于社会化大众化的普法。</p>			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	人民摄影报租赁面积	≥263.6平米	≥263.6平米	≥263.6平米	5	5	
			人民摄影报发放工资人数	≥5人	≥5人	≥5人	5	5	
			山西法制报发放工资人数	≥25人	≥25人	≥25人	5	5	
			山西日报期发行量	≥34万份	≥34万份	≥36.23万份	5	5	
	质量指标	质量指标	山西日报印刷质量	优质级报纸	优质级报纸	达成预期指标	4	4	
			人民摄影报工资及时发放	及时	及时	达成预期指标	3	3	
			山西法制报工资及时发放	及时	及时	达成预期指标	3	3	
	时效指标	时效指标	山西日报误报率	无	无	达成预期指标	4	4	
			人民摄影报工资发放时间	每月25日前	每月25日前	达成预期指标	2	2	
			山西法制报工资发放	每月20日前	每月20日前	达成预期指标	2	2	
			人民摄影报房租拨付时间	12月月底前	12月月底前	达成预期指标	2	2	
	成本指标	成本指标	山西日报其他费用	≥900万元	≥900万元	≥900万元	3	3	
			山西日报人员经费	≥2500万元	≥2500万元	≥2500万元	3	3	

	成本指标	山西法制报人员经费	≥141万元	≥141万元	≥141万元	2	2	
		人民摄影报租赁面积	≥108元每平方米	≥108元每平方米	≥109元每平方米	2	2	
效益指标	经济效益指标	山西日报广告收入	≥1400万元	≥1400万元	≥1059.48万元	5	4	2022年因疫情影响，太原市数次封控，影响时间超过2个月，封控期间每日出版数减少，经济活动停滞，市场广告投放大幅下降
		山西日报发行收入	≥11000万元	≥11000万元	≥13019万元	5	5	
	社会效益指标	提升山西日报认知度	显著	显著	达成预期指标	3	3	
		山西日报舆论导向	正确	正确	达成预期指标	3	3	
		山西日报创作导向	正确	正确	达成预期指标	3	3	
		人民摄影报工作人员办公条件	得到保障	得到保障	达成预期指标	3	3	
		山西法制报办公人员满意度	比较满意	比较满意	达成预期指标	3	3	
		可持续影响指标	扩大党报覆盖面	显著	显著	达成预期指标	5	5
满意度指标	服务对象满意度	社会公众满意度	比较满意	比较满意	达成预期指标	10	10	
总分						99	优	
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况	本项目2022年度预算3583.34万元，2022年2月17日，财政拨款到账3583.34万元。截至2022年12月31日，预算共支出3583.34万元，执行率100%。其中，山西日报人员费用预算2500万元，支出2500万元；其他费用预算900万元，支出900万元。人民摄影报事业费预算54.61万元，支出54.61万元；山西法制报事业费预算128.73万元，支出128.73万元。					
		产出情况	1.数量指标：山西日报发行量36.23万份，完成年度目标值35万份；山西法制报发放工资人数25人，完成年度目标值；人民摄影报发放工资人数5人，租赁面积263.6平方米，完成年度目标值。。2.质量指标：山西日报印刷质量被中国报协评为精品级报纸，完成年度目标值；山西法制报、人民摄影报工资发放及时，完成年度目标值。3.时效指标：山西日报全年未发生误报情况，完成年度目标值；山西法制报工资及时发放，完成年度目标值；人民摄影报工资及时发放，按时拨付房租，完成年度目标值。4.成本指标：山西日报人员经费2500万元，其他费用900万元，完成年度目标值；人民摄影报租赁面积109元每平方米，完成年度目标值；山西法制报人员经费141万元，完成年度目标值。					
		效益情况	1.经济效益指标：山西日报发行年收入13019万元，完成年度目标值11000万元；山西日报广告年收入1059.48万元，未完成年度目标值1400万元。2.社会效益指标：山西日报创作导向、舆论导向正确，知名度显著提升，山西日报发行量达36.23万份，完成年度目标值；山西法制报办公人员满意度，完成年度目标；人民摄影报工作人员办公条件得到保障。3.生态效益指标：持续扩大党报覆盖面，完成年度目标值。					
		满意度情况	社会公众比较满意，全年未发生投诉事件，完成年度目标值。					
	主要经验做法	本项目资金的使用严格按照山西日报社《专项资金管理制度》《财务审批制度》及相关财政财务审计管理制度执行，支出符合项目申报内容及制度规定的标准和程序。具体支付时，需分管财务的社领导和分管项目的社领导批示，并按部门负责人、分管领导、财务负责人、财务审核人员、办理人员的顺序层层签字确认，做到专项资金的专款专用，单独核算，不存在挪用挤占、虚列支出等情况。						
项目管理中存在的主要问题及原因分析	存在的问题主要是绩效观念有待进一步增强，且在绩效指标评价体系建设方面缺乏专业指导，导致评价工作存在一定困难。							

附件 6

向全省行政村党支部免费赠阅山西日报等党报党刊经费项目支出绩效自评表 (2022年度)

项目名称		向全省行政村党支部免费赠阅山西日报等党报党刊经费							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		1,420.72	1,420.72	1,420.72	1,420.72	0	100	10
省级财政资金		1,420.72	1,420.72	1,420.72	1,420.72	0	100.00	10.00	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	1.省委宣传部提出赠阅报刊种类和份数。2.省邮政公司按照要求在全省范围内提出赠阅客户明址。3.省委宣传部审核通过赠阅明址。4.项目资金汇入省邮政公司。5.2022年1月1日至2022年12月31日按照审核通过的赠阅明址和赠阅报纸明细由省邮政公司投递党报党刊。					按照目标要求,全面完成党报党刊向全省基层党组织赠阅工作。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	全年赠阅份数	≥40000份	≥40000份	≥40000份	10	10	
			赠阅行政村	≥15000个	≥15000个	≥15000个	10	10	
		质量指标	投递时效	≥90%	≥90%	≥90%	10	10	
		时效指标	次日送达率	≥80%	≥80%	≥80%	10	10	
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	10	5	设置成本指标不合理
	效益指标	社会效益指标	扩大党报党刊覆盖率	≥90%	≥90%	≥90%	30	30	
满意度指标	服务对象满意度指标	读者满意度	≥90%	≥90%	≥90%	10	10		
总分							95	优	
项目绩效分析	项目实施和预算执行情况			党报党刊是宣传党的思想、传递党的声音、引领事业发展的重要平台,是党中央指导全党全国工作的重要思想舆论阵地。根据《中共中央办公厅关于做好2023年度〈人民日报〉、〈求是〉杂志发行工作严格规范报刊发行秩序的通知》和《中共山西省委办公厅关于做好2023年度党报党刊发行工作严格规范报刊发行秩序的通知》精神要求,为进一步推动党的新闻事业的健康发展,巩固党报党刊在意识形态领域的主导地位,不断扩大党报党刊的地域覆盖面、人群覆盖面、内容覆盖面,继续做好省级财政向基层党组织赠阅党报党刊工作。2023年度向基层党组织赠阅党报党刊具体分配如下 《山西日报》:11272份*528元/份=595.1616万元;2500份*480元/份=120万元;《求是》11600份*264元/份=306.24万元;《光明日报》2950份*360元/份=106.2万元;《经济日报》2703份*365元/份=98.6595万元;《新华每日电讯》4000份*324元/份=129.6万元;《学习时报》200份*360元/份=7.2万元;《人民日报海外版》180份*420元/份=7.56万元;《前进》1921份*120元/份=23.052万元;《中国日报》450份*600元/份=27万元;合计:1420.6731万元。我部通过中国邮政集团公司山西省分公司组织实施此项工作,2022年10月,邮政公司按照各报刊的不同受众群体,分别选定了全省基层党组织、部分高校、中小学、贫困地区、全省的邮政网点等作为赠阅对象,经我部审核后,于2023年1月1日投递,12月31日结束。2023年1月至3月,我部组织各报刊社对赠阅的情况进行抽查,读者均能按期收到赠阅的党报党刊,并且对赠阅工作表示满意。					
	产出情况			向全省基层党组织赠阅党报党刊是一项重要的政治任务,从2023年1月1日起,省邮政公司开始向目标用户投递赠阅的党报党刊,至2023年12月31日结束。我部严格审核省邮政公司提供的赠阅投递信息,并且在第一季度组织各报刊社对赠阅情况进行抽查。读者均能按期收到赠阅的党报党刊,并且对赠阅工作表示满意。					
	效益情况			向全省基层党组织赠阅党报党刊,作用在于进一步推动党的新闻事业的健康发展,巩固党报党刊在意识形态领域的主导地位,不断扩大党报党刊的地域覆盖面、人群覆盖面、内容覆盖面,同时也减轻了基层的经济负担,产生了社会效益。					

析	满意度情况及分析	我部于2023年第一季度通过各报刊社对赠阅的情况进行抽查，读者对向基层党组织免费赠阅党报党刊工作表示满意，均能按期收到报纸。
	主要经验做法	按照中央和省委关于做好党报党刊征订工作的通知要求，每年11月，省委宣传部新闻处按照赠阅党报党刊总额提出分配使用办法，上报审批；11月—12月，省邮政公司根据各党报党刊分配的资金提供赠阅党报党刊明址，确保党报党刊的覆盖面，报相关部门审核；次年1月1日，省邮政公司按照审核过的投递明址开始投递，确保投递到位；次年第一季度，省委宣传部新闻处组织各报刊社对赠阅情况进行抽查，回访用户。这项工作对推动党的新闻事业的健康发展，建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态具有重要意义。
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	问题一：省邮政公司提供的赠阅对象有个人，有单位，在抽查的过程中有些会存在自然订阅和赠阅重叠收报，区分不开，导致回访时答复不一致。
	下一步改进措施及管理建议	1. 与省邮政公司沟通，进一步提高服务质量，及时跟进掌握赠阅对象的地址变化情况，避免空投情况的发生。 2. 与各报刊沟通，增加电话抽查赠阅读者收到报纸情况的频率，及时发现问题尽早做出调整。

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

新时代文明实践中心建设资金项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		新时代文明实践中心建设资金								
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部			预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关				
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	
			目标申报数	预算编制数						
		资金总额:		600	600	700	700	0	100	10
	省级财政资金		600	600	700	700	0	100.00	10.00	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况				
	1. 试点县围绕加强组织领导、组建志愿队伍、整合资源平台、开展文明实践活动、建立运行机制、政策支持保障6个方面研究制定创新举措；2. 各试点县(市、区)志愿队伍数量不少于10支，志愿服务示范数量不少于15场(次)，活动品牌不少于3个。 3. 志愿者骨干培训覆盖率不低于90%，群众参与率不少于50%，满意度不少于85%。					试点县在加强组织领导、组建志愿队伍、整合资源平台、开展文明实践活动、建立运行机制、政策支持6个方面均有创新举措，各试点县(市、区)志愿服务队伍数量大于10支，志愿服务示范数量大于15场(次)，活动品牌大于3个，志愿者骨干培训覆盖率高高于90%，群众参与率高高于50%，满意度高高于85%。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	每个试点县(市、区)开展集中性示范活动	≥15场	≥15场	≥15场				
			志愿服务队伍数量	≥10支	≥10支	≥10支	20	20		
			有影响力的志愿服务活动品牌	≥3个	≥3个	≥3个				
		质量指标	现有阵地平台整合效果	提高0000	提高0000	提高0000	10	10		
		时效指标	项目完成及时	0	0	达成预期指标	10	10		
		成本指标	每个文明实践所(站)设备配置经费	≤1万元	≤1万元	≤0.9万元	10	10		
	效益指标	社会效益指标	志愿者骨干培训覆盖率	≥90%	≥90%	≥95%	30	30		
			每个文明实践站开展文明实践活动群众参与率	≥50%	≥50%	≥60%				
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众对文明实践工作的满意率	≥85%	≥85%	≥85%	10	10		
总 分						100	优			
自评结	项目实施和预算执行情况			严格执行预算，全部完成绩效目标任务。						
	产出情况及分析			实现全省新时代文明实践中心、所、站全覆盖。						

项目 绩效 分析	果 分 析	效益情况及分析	建成新时代文明实践中心117个，实践所1278个，时间站21757个。
		满意度情况及分析	群众满意度高于85%。
		主要经验做法	制定《新时代文明实践中心建设专项资金管理办法（试行）》，并严格执行。
		项目管理中存在的主要问题及原因分析	无
		下一步改进措施及管理建议	无

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

全省乡镇(公社)老放映员补助资金项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		全省乡镇(公社)老放映员补助资金								
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	03001-中共山西省委宣传部机关			
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	
			目标申报数	预算编制数						
	资金总额:		633.97	633.97	633.97	633.97	633.97	0	100	10
省级财政资金		633.97	633.97	633.97	633.97	633.97	0	100.00	10.00	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况				
	解决老放映员生活困难问题,提高老放映员收入,保障老放映员群体稳定。					为3013名符合领取生活补贴条件的老放映员发放生活补贴633.97万元。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	享受补贴的老放映员数量	>2000人	>2000人	>3013人	20	20		
		质量指标	资金到位率	=100%	=100%	=100%	10	10		
		时效指标	资金下达时间	每年末提前下达下一年度资金	每年末提前下达下一年度资金	达成预期指标	10	10		
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	10	5	老放映员生活补贴不产生成本	
	效益指标	社会效益指标	改善老放映员生活水平	效果明显	效果明显	达成预期指标	30	30		
	满意度指标	服务对象满意度指标	老放映员满意度	≥90%	≥90%	≥90%	10	10		
总分						95	优			
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		每年末提前下达下一年度补贴资金,资金到位率100%。为3013名符合领取生活补贴条件的老放映员发放生活补贴633.97万元。						
		产出情况		为3013名符合领取生活补贴条件的老放映员发放生活补贴633.97万元。						
		效益情况		一定程度上改善了我省乡镇(公社)老放映员生活水平,维护了老放映员群体稳定。						
		满意度情况		老放映员满意度达到95%以上。						
	主要经验做法		乡镇(公社)老放映员省级补贴资金申报、核算、管理严格按照《关于妥善解决乡镇(公社)老放映员历史遗留问题的实施意见》文件规定执行。							
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		无							

下一步改进措施及管理建议	无
--------------	---

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

农村寄宿制学校电影放映专项补贴资金项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		农村寄宿制学校电影放映专项补贴资金							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		440.1	440.1	440.1	369.28	70.82	83.91	8.39
省级财政资金		440.1	440.1	440.1	369.28	70.82	83.91	8.39	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	保障农村寄宿制学校中小学生每月观看一场优秀爱国主义影片。					在全省2445所农村寄宿制中小学校放映爱国主义教育优秀影片14604场。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	平均每年放映场次	=22005场	=22005场	=14604场	20	13.27	由于受疫情影响,部分学校封闭或停课,所以未按计划完成放映。未放映场次下一年度补放。
		质量指标	资金到位率	=100%	=100%	=83.91%	10	8.39	由于受疫情影响,部分学校封闭或停课,所以未按计划完成放映。未放映场次下一年度补放。
		时效指标	资金下达时间	每年末提前下达下一年度资金	每年末提前下达下一年度资金	达成预期指标	10	10	
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	10	5	寄宿制学校电影放映属于农村公益电影放映的一部分,无成本指标
	效益指标	社会效益指标	丰富我省农村有寄宿制学生的中小学校学生的精神文化生活	效果明显	效果明显	达成预期指标	30	30	
满意度指标	服务对象满意度指标	观看学生满意度	≥95%	≥95%	≥95%	10	10		
总分							85.05	良	
项目绩效分	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		在全省2445所农村寄宿制中小学校放映爱国主义教育优秀影片14604场。由于受疫情影响,部分学校封闭或停课,故未按原定计划完成放映。未完成放映场次下一年度补映。					
		产出情况		在全省2445所农村寄宿制中小学校放映爱国主义教育优秀影片14604场。					
		效益情况		贯彻落实国家关于义务教育阶段中小学生观看爱国主义教育影片的有关规定,丰富我省农村寄宿制中小学校学生的精神文化生活。					
		满意度情况		观看影片学生比较满意。					

析	主要经验做法	贯彻落实国家关于义务教育阶段中小学生观看爱国主义教育影片的有关规定，每月（不含假期3个月）为农村寄宿制中小学校学生放映一场以爱国主义教育为主要内容的优秀影片。
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	由于受疫情影响，部分学校封闭或停课，故未按原定计划完成放映。未完成放映场次下一年度补映。
	下一步改进措施及管理建议	未完成放映场次下一年度补映。

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

第十八届深圳文化产业博览交易会项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		第十八届深圳文化产业博览交易会							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		80	80	80	0	80	0	0
省级财政资金		80	80	80	0	80	0.00	0.00	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	推动了我省文化产品的“走出去”和省外资金的“引进来”，学习经验，开拓眼界，扩大市场，树立我省文化形象，带动我省文化产业的快速发展。					第十八届深圳文博会于2022年12月28日-2023年1月2日在深圳国际会展中心举办，我省以“文化三晋 转型山西”为主题组团参展，山西展区364平方米，分为主题形象展示区、文化遗产展示区、文旅融合展示区、重点企业展示区四个板块，通过文字、视频、图片、模型等结合，充分展示了我省近年来文化改革发展新成就。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	参展企业数量	≥10家	≥10家	≥16家	10	10	
			参展展品数量	≥30个	≥30个	≥100个	10	10	
		质量指标	山西代表团获组委会奖项	≥1个	≥1个	≥0个	5		根据国家有关规定，深圳文博会组委会取消所有评奖活动
			参展作品获组委会奖项	≥5个	≥5个	≥0个	5		根据国家有关规定，深圳文博会组委会取消所有评奖活动
		时效指标	起草我省参展工作方案	按计划完成	按计划完成	达成预期指标	2.5	2.5	
			开展山西展馆设计搭建布展等工作	按计划完成	按计划完成	达成预期指标	2.5	2.5	
	成本指标	开展展览展示、宣传交易等活动	按计划完成	按计划完成	达成预期指标	5	5		
			成本指标	财政补助活动经费	=80万元	=80万元	=80万元	10	10
	效益指标	经济效益指标	推进招商项目	≥20个	≥20个	≥222个	10	10	
达成合作意向额			≥500万元	≥500万元	≥850万元	10	10		
社会效益指标	山西美好形象	不断提升	不断提升	达成预期指标	10	10			
		不断提升	不断提升	达成预期指标	10	10			
满意度指标	服务对象满意度指标	参展企业满意度	≥90%	≥90%	≥100%	10	10		
总分							80	良	
项目实施和预算执行情况		2022年12月10日我部收到中宣部通知，迅速启动深圳文博会相关筹备工作，涉及采购招标、展厅设计、施工搭建、活动策划、人员组织等，时间紧、任务重，资金未能在财政12月25日封帐前完成拨付。							

项目 绩效 分析	自评 结果 分析	产出情况 及分析	展会期间，我省共组织16家文化企业、20多类1000余件文化产品，赴深圳开展企业宣传、产品展示、现场交易、招商洽谈等工作。因按照国家关于严格规范评奖活动的有关精神要求，深圳组委会取消了所有评奖活动，未按计划完成相关指标任务。
		效益情况 及分析	展会期间，我省共推出文化产业招商项目222个，现场交易额182万元，合作意向金额850万元。山西展区吸引了各界观众广泛关注，文化山西故事盒子生动还原了春秋期间山西侯马铸铜场景、晋绥边区革命纪念馆活动场景、国家级非遗平遥推光漆制作场景、平遥古城文化活动现场等，2D打印云岗石窟造像、五台山微缩景观骨雕等向观众介绍了山西浓厚的历史文化底蕴。
		满意度情 况及分析	通过展会，参展文化企业达成了多项合作意向，涉及产品定制、代理加工、项目投资、文化展示等，取得了丰硕成果，相关参展企业满意度高。
		主要经验 做法	一是认真组织，精心策划，及时高效完成各项策展工作。二是特色鲜明、亮点呈现，山西展区广受社会各界瞩目。三是交易活跃，订单旺盛，取得了社会效益和经济效益双丰收。
		项目管理 中存在 的主要 问题及 原因分 析	因深圳文博会是中宣部等部委举办的国家级展会，举办时间、参展要求等不受各省控制，所以预算执行、个别指标等会出现偏差。
		下一步改 进措施 及管理 建议	与中宣部沟通对接，及早开展前期准备工作，科学合理设定绩效指标，更好地发挥财政资金的效益。

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

新型智库专项资金项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		新型智库专项资金							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		300	300	300	156.051	143.949	52.02	5.2
省级财政资金		300	300	300	156.051	143.949	52.02	5.20	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	立项10项以上智库研究课题,完成10项以上研究报告。					全年目标全部完成			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	立项课题数量	≥10项	≥10项	≥71项	20	20	
		质量指标	完成研究报告	≥10项	≥10项	≥71项	10	10	
		时效指标	立项课题	6月前立项	6月前立项	达成预期指标	10	10	
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	10	5	每项课题资助1-2万元
	效益指标	社会效益指标	服务决策	不断提高服务决策能力水平	不断提高服务决策能力水平	达成预期指标	30	30	
	满意度指标	服务对象满意度指标	承担智库研究项目单位	≥80百分比	≥80百分比	≥90百分比	10	10	
总分							90.2	优	
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目全部按照计划开始实施,预算执行全部到位。					
		产出情况		课题研究按时申报,高质量完成					
		效益情况		为经济社会发展提供理论支持和智力支撑,达成预期指标					
		满意度情况		课题负责人对课题满意度较高					
	主要经验做法		坚持党的领导,坚持正确的研究方向						
项目管理中存在的主要问题及原因分析		项目资金可支出时间略短,导致部分资金没有按时用完							

下一步改进措施及管理建议	建议延长资金使用周期
--------------	------------

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

省级国家电影事业发展专项资金项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		省级国家电影事业发展专项资金								
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关			
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	
			目标申报数	预算编制数						
	资金总额:		3,000	3,000	3,000	1,974.993	1,025.007	65.83	6.58	
省级财政资金		3,000	3,000	3,000	1,974.993	1,025.007	65.83	6.58		
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况				
		资助县城及乡镇影院建设改造,奖励放映国产影片成绩突出的影院,创作完成1部以上的优秀电影片;完成20部电影完成片的审查;保持农村公益电影放映监控平台的正常运行;保持电影审片室的正常运行;不断提升我省摄制影片的质量和市场竞争能力。					较好完成年度目标,受疫情影响,个别指标未达成。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	享受补贴、奖励资金影院数	≥200家	≥200家	≥210家	20	20		
		质量指标	国产片票房占总票房比例	≥55%	≥55%	≥60%	10	10		
		时效指标	实施期内完成资金支付率	=100%	=100%	=100%	10	10		
		成本指标	符合奖励条件影院享受标准	县级影院每家资助30万;上交中央级国产影片专资的50%-100%	县级影院每家资助30万;上交中央级国产影片专资的50%-100%	达成预期指标	10	10		
	效益指标	经济效益指标	实现票房收入	≥8亿元	≥8亿元	≥5.3亿元	9	6	受疫情影响,未达目标	
		社会效益指标	通过电影传播正能量	营造良好社会氛围	营造良好社会氛围	达成预期指标	7	7		
		生态效益指标	群众基本文化需求	满足当地群众文化需求	满足当地群众文化需求	达成预期指标	7	7		
		可持续影响指标	放映效果	放映场次逐年上升	放映场次逐年上升	达成预期指标	7	7		
	满意度指标	服务对象满意度指标	观众对影院满意度	≥75%	≥75%	≥75%	10	10		
总分						93.58	优			
自评结果分析	项目实施和预算执行情况		较好完成年度目标,受疫情影响,个别指标未达成。							
	产出情况及分析		较好推动全省电影市场稳定发展,年度票房收入达到5.3亿元,国产片票房占总票房比例超过55%。							
	效益情况及分析		产生较好的社会效益,经济效益受疫情影响							

项目 绩效 分析	满意度情况及分析	较好满足全省人民文化需求。
	主要经验做法	认真执行预算计划，加强预算管理。
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	受疫情影响，个别指标未达成。
	下一步改进措施及管理建议	持续加强预算管理。

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

平遥国际电影展专项经费项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		平遥国际电影展专项经费							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	03001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		1,000	1,000	1,000	483.671	516.329	48.37	4.84
省级财政资金		1,000	1,000	1,000	483.671	516.329	48.37	4.84	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	1. 资助平遥国际电影展顺利开展。 2. 资助影展策划和管理、会务后勤保障、媒体宣传公关等费用。 3. 平遥国际电影展展映影片不少于30部。 4. 提升山西电影影响力, 推动我省电影高质量发展。					在中共山西省委宣传部、山西省电影局、中共晋中市委、市政府、山西传媒学院、中共平遥县委、县政府的指导下, 由平遥电影展有限公司、山西传媒学院山西电影学院主办, 平遥电影展有限公司承办的第六届平遥国际电影展已于2023年1月14日至1月16日成功举办。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	展映影片数量	≥30部	≥30部	≥46部	20	20	
		质量指标	展映影片质量	确保正确价格导向	确保正确价格导向	达成预期指标	10	10	
		时效指标	展映时间	≥5天	≥5天	≥5天	10	10	
		成本指标	财政补助活动经费	=1000万元	=1000万元	=1000万元	0	0	
			活动所需费用	>1000万元	>1000万元	>1000万元	10	10	
	效益指标	经济效益指标	通过平遥国际电影展推动我省文旅融合发展	不断提升	不断提升	达成预期指标	10	10	
		社会效益指标	推动我省电影高质量发展	不断提升	不断提升	达成预期指标	10	10	
		生态效益指标	向群众提供优质的精神文化服务	持续提升	持续提升	达成预期指标	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众对平遥国际电影展的满意度	不断提升	不断提升	达成预期指标	10	10	
总分							94.84	优	
项目实施和预算执行情况			项目实施整体可控, 进展良好。政府采购招投标阶段因疫情封控因素导致进度缓慢, 预算执行阶段因疫情原因导致项目实施时间超出预计。目前已恢复正常进度, 正在按计划推进。						

项目 绩效 分析	自评 结果 分析	产出情况及分析	第六届平遥国际电影展在策展方面保持了一贯高水准，共展映了来自中国、法国、意大利、葡萄牙、斯洛文尼亚、智利、突尼斯、尼泊尔等多个国家和地区的37部影片，其中官方单元入围影片全球首映率35%，亚洲首映率48%，中国首映率达100%；共计放映96场电影（包含7场惠民场），场均上座率达94.56%。此外，电影展围绕展映、产业、教育、学术四个板块举办了丰富多彩的放映及活动，28个剧本及尚处于制作中的电影项目逐一亮相；40部8短片交流放映，6所高校师生展开6场对话。本届电影展以“中国电影，平遥迎春”为宣传主题，在农历小年夜开幕，成为一届年味最浓的电影展，共计接待产业嘉宾2191人，其中定向邀请嘉宾1174人、自行注册嘉宾达1017人，成为中国电影人在壬寅年末的一次“超级年会”；电影展接待媒体记者205人，其中自行注册媒体记者达157人；累计接待观众19万人次。值得注意的是，本届电影展涌现出的两个出圈热门词汇——“山西电影爆发年”、“文学影视改编”，再次印证了平遥国际电影展在挖掘优秀电影创作、关注行业变化、顺应产业需要的标杆性地位。第六届平遥国际电影展共展映了来自中国、法国、意大利、葡萄牙、斯洛文尼亚、智利、突尼斯、尼泊尔等多个国家和地区的影片，其中官方单元入围影片全球首映率35%，亚洲首映率48%，中国首映率达100%。第六届平遥国际电影展学术活动立足行业发展，洞察行业发展趋势，举办2场学术活动。第六届平遥国际电影展共计入围46个产业项目，其中12个仍处于发展制作中的优秀电影项目入围“发展中电影计划（WIP）”，16个剧本项目入围“陌陌·平遥创投（PPP）”单元，18部文学作品入围本届电影展新增设的“迁徙计划·从文学到影视（LPP）”单元。本届电影展平遥一角邀请北京电影学院、上海大学上海电影学院、上海温哥华电影学院、山西传媒学院山西电影学院、中国传媒大学、中央戏剧学院6所国内影视专业院校的35名师生、39部短片前来交流。自2017年创办以来，平遥国际电影展一直以助推山西电影产业发展、挖掘并培养优秀的山西籍电影创作者为己任。在第六届平遥国际电影展中，山西电影异军突起，形成了山西电影现象，于平遥国际电影展亮相的优秀电影作品及电影人被评论界称为“山西新浪潮”。“山西电影爆发年”更是成为本届电影展高频词汇。
		效益情况及分析	第六届平遥国际电影展系列活动可以促进电影教育与电影展映、学术交流、产业项目纵向贯通、横向融通，真正实现“产学研创展”融合、“创展”联动，打通教育、产业等环节，为青年电影人提供更多的发展机会和平台，构筑新的山西电影生态；同时对于推进文化强省战略的实施、促进全省文旅产业集群繁荣兴盛、高质量转型发展和质量发展做出积极贡献。“迁徙计划·从文学到影视”是平遥国际电影展联合中国作家协会推出的新的产业单元，旨在为电影产业推荐最新的、具有电影改编潜力的文学作品，为文学作品提供影视化合作与孵化平台，打通文学与影视圈，促进文学与影视领域的融合接轨与产业合作。本单元的设立，是平遥国际电影展在打通文学与影视圈，促进文学与影视领域的融合接轨、产业合作方面的一次新尝试。除策划“迁徙·从文学到影视”主题论坛外，作为迁徙计划·从文学到影视的延伸活动，本届电影展举办了多场签售会，杜阳林、罗日新、刘亮程、冯良、马鸣谦、朱山坡等作者先后在平遥电影宫新浪潮书店与读者见面，面对面交流，签售会现场反响强烈，诸多文学作品皆在电影展期间售罄，一书难求。推介、洽谈、对话、签售，迁徙计划·从文学到影视关注到的不止于“文学影视改编”本身，是对行业变化与产业需要的一种回应，更是打开了文学的出口、丰富了影视的出口。与此同时，第六届平遥国际电影展系列活动以视频为媒介，激发观众对于平遥国际电影展的好奇心，让更多受众了解平遥国际电影展。同时，建构起观众与电影展之间的情感链接，进而使其从艺术性、学术性、时代性等方面了解电影展的全貌。为了进一步优化平遥国际电影展的服务，提升参展嘉宾的体验感，对平遥国际电影展的官方网站及票务平台进行再升级、再开发，对第六届平遥国际电影展进行大数据整理、分析及画像，在数据分析中把握平遥国际电影展需改进的方向。
		满意度情况及分析	中国电影，平遥迎春，第六届平遥国际电影展在中国传统的小年夜开幕。值此新春佳节，平遥电影展组建了一支特别的拜年队伍，涵盖电影产业链各岗位代表——出品人于冬、制片人陈洁、导演孔大山、演员咏梅、发行人刘歌、院线经理闫峰、媒体人荣旭翔——在开幕特别活动上登台，逐一向观众拜年，送去电影人的新春问候。天南海北的电影人、电影观众相聚平遥，成为中国电影人在壬寅年末的一次超级尾牙，各界反响强烈，好评如潮。本届电影展吸引了中宣部主管学习平台“学习强国”、人民日报、人民网、新华社、新华网、中新社、中新网、光明日报、中国电影报、中国日报、中央广播电视总台CCTV-6电影频道《中国电影报道》、央视频、央视影音、中央人民广播电台中国之声、中央人民广播电台文艺之声、山西日报、山西晚报、澎湃新闻、界面新闻、新网、网易、腾讯、搜狐、看电影、时光网、电影网等重点媒体对第六届平遥国际电影展进行了丰富翔实的报道。本届电影展的观众来源以山西为核心，向北京、天津、上海、山西、内蒙、宁夏、贵州、浙江等地辐射。
	主要经验做法	严格按照相关规定，依法依规合理地规划项目内容及组织实施，在执行过程中，时刻遵循法律法规及学校规范以及流程，保证项目与计划进度相符，确保项目与目标一致并对我单位及我省的文旅产业有一定的促进作用。	
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	政府采购招投标阶段因疫情封控因素导致进度缓慢，预算执行阶段因疫情原因导致项目实施时间超出预计。目前已恢复正常进度，正在按计划推进。	
	下一步改进措施及管理建议	进一步加强对各部门的沟通和了解，更规范的规划项目内容，更合理的设置项目绩效目标，更有效的推进项目实施进度，不断提高经费使用效益。	

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

公共文化服务专项资金(农家书屋和农村公益电影放映)项目支出绩效自评表 (2022年度)

项目名称		公共文化服务专项资金(农家书屋和农村公益电影放映)							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		2,525.78	2,525.78	2,525.78	2,525.78	0	100	10
省级财政资金		2,525.78	2,525.78	2,525.78	2,525.78	0	100.00	10.00	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	每月每村放映1场电影, 每年平均每村补充更新出版物不少于60种。					2023年每月每村放映1场电影, 2023年每村补充更新出版物63.7册			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	每年平均每村补充出版物数量	≥60册	≥60册	≥63.7册	10	10	
			每月每村公益电影放映场次	=1场	=1场	=1场	10	10	
		质量指标	资金是否及时拨付	是	是	达成预期指标	10	10	
		时效指标	资金拨付时间	资金提前一个年度拨付	资金提前一个年度拨付	达成预期指标	10	10	
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	10	5	此资金还涉及市、县配套资金
	效益指标	社会效益指标	基本公共文化服务水平	稳步提升	稳步提升	达成预期指标	30	30	
满意度指标	服务对象满意度指标	群众对公共文化服务满意度	≥90%	≥90%	≥95%	10	10		
总分							95	优	
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目实施良好、预算执行良好					
		产出情况		2023年每月每村放映1场电影, 2023年每村补充更新出版物63.7册					
		效益情况		基本公共文化服务水平稳步提升					
		满意度情况		群众对农村公益电影放映和农家书屋满意度进一步提升					
	主要经验做法		无						
项目管理中存在的主要问题及原因分析		个别市、县配套资金不到位							

下一步改进措施及管理建议	无
--------------	---

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

“学习强国”山西平台业务费项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		“学习强国”山西平台业务费							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)	年初预算数			全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分	
	目标申报数	预算编制数							
	资金总额:	250	250	250	249.884	0.116	99.95	10	
省级财政资金	250	250	250	249.884	0.116	99.95	10.00		
项目年度绩效目标	年度目标				实际完成情况				
	“学习强国”山西学习平台工作为我们改进创新宣传思想工作的重要内容,打造学习型机关建设的重要阵地,组织全体党员干部上线学习,抓紧抓实,抓出实效				全部完成2022年度“学习强国”山西学习平台建设运营各项指标				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	发稿量	≥10000条	≥10000条	≥90000条	5	5	
			分类数	≥10个	≥10个	≥16个	5	5	
			稿件数	≥200条	≥200条	≥220条	5	5	
			推广活动	≥10次	≥10次	≥12次	5	5	
		质量指标	用户学习效果	效果显著	效果显著	达成预期指标	10	10	
		时效指标	时效性	及时准确	及时准确	达成预期指标	10	10	
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	10	5	未设置成本指标
	效益指标	社会效益指标	用户量	≥500万人	≥500万人	≥550万人	10	10	
		生态效益指标	用户比重	≥15%	≥15%	≥16%	10	10	
		可持续影响指标	用户活跃度	≥15%	≥15%	≥16%	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	满意度	≥85%	≥85%	≥85%	10	10	
	总分							95	优
自评结果分析	项目实施和预算执行情况		“学习强国”山西学习平台项目能按计划实施、按预算执行。						
	产出情况		“学习强国”山西学习平台内容供给能力进一步提升,线上活动及文创产品进一步丰富,用户数量进一步增加,办公环境进一步优化。						
	效益情况		“学习强国”山西学习平台用户增长到550万,年稿件处理量超过9万篇,拥有7个市级学习平台和8个县级融媒号,进一步增强了我省宣传工作的传播力、影响力、公信力和引导力。						

项目 绩效 分析	满意度情况及分析	广大党员干部、群众特别是青少年，通过学用“学习强国”学习平台，更好的强化了理论武装，获得了免费的知识资源，看到了大量正能量积极向上的社会案例，收获颇多。
	主要经验做法	一是投入经费，加大人员审核能力、提供更多内容，二是用好经费，支撑内容原创和文创开发，三是资金下达及时，各类推广活动及时跟进。
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	人员投入不足导致内容能力不足、线下空间建设水平低下、市县平台延伸能力受限，影响山西用户学习和党的创新力理论在我省的宣传水平，需要进一步加大投入经费，支撑日益壮大的工作体系。
	下一步改进措施及管理建议	中宣部要求建设省级分平台终审签发室，年固定支出超200万，原有经费无法满足基本需求，影响山西落实中央要求的能力

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

山西省哲学社会科学课题经费项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		山西省哲学社会科学课题经费							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		980	980	694	339.05	354.95	48.85	4.89
省级财政资金		980	980	694	339.05	354.95	48.85	4.89	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	依据课题评审结果对入选项目进行资助。					全年目标全部完成			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	立项专项课题	≥20项	≥20项	≥20项	5	5	
			立项重点课题数量	≥20项	≥20项	≥20项	5	5	
			立项一般课题数量	≥400项	≥400项	≥400项	10	10	
		质量指标	课题通过率	≥90%	≥90%	≥90%	10	10	
		时效指标	课题申报时间	≥7月	≥7月	≥7月	10	10	
	成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	10	5	课题每项资助1-2万元	
	效益指标	社会效益指标	繁荣发展中国特色哲学社会科学	为经济社会发展提供理论支持和智力支撑	为经济社会发展提供理论支持和智力支撑	达成预期指标	30	30	
满意度指标	服务对象满意度指标	课题负责人满意度	≥90%	≥90%	≥90%	10	10		
总分							89.89	良	
项目绩效	自评结果分析	项目实施和预算执行情况		项目全部按照计划开始实施, 预算执行全部到位。					
		产出情况及分析		课题研究按时申报, 高质量完成, 类别完善					
		效益情况及分析		为经济社会发展提供理论支持和智力支撑, 达成预期指标					
		满意度情况及分析		课题负责人对课题满意度较高					

分析	主要经验做法	坚持党的领导，坚持正确的研究方向
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	项目资金可支出时间略短，导致部分资金没有按时用完
	下一步改进措施及管理建议	建议延长资金使用周期

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

省级及以上爱国主义教育(示范)基地陈列布展补助资金项目支出绩效自评表 (2022年度)

项目名称		省级及以上爱国主义教育(示范)基地陈列布展补助资金							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	03001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		300	300	300	292.418	7.582	97.47	9.75
省级财政资金		300	300	300	292.418	7.582	97.47	9.75	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	为深入贯彻落实习近平总书记把红色资源利用好、把红色传统发扬好、把红色基因传承好等系列重要指示精神，特别是省级及以上爱国主义教育(示范)基地需更好地发挥爱国主义教育基地教育功能，持续开展理想信念教育和革命传统教育，培育和践行社会主义核心价值观。按照有关规定：经审批后，省级及以上爱国主义教育(示范)基地可每5年进行一次局部改陈布展，每10年进行一次全面改陈布展。目前我省的省级及以上爱国主义教育(示范)基地共184个，还有相当一部分教育基地展陈内容比较陈旧、展示手段和形式比较单一，严重影响其教育功能的有效发挥，需不断丰富展陈内容和展示形式，以便更好地发挥教育功能。					全面完成六个爱国主义教育基地展陈提升。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	扶持爱国主义教育基地数量	≥5个	≥5个	≥6个	20	20	
		质量指标	提升基地教育功能	展陈内容或展示形式得到丰富	展陈内容或展示形式得到丰富	达成预期指标	10	10	
		时效指标	资金下达时间	12月底前	12月底前	达成预期指标	10	10	
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	10	5	不涉及成本指标内容
	效益指标	社会效益指标	激发观众爱国情、强国志、报国行	效果提升	效果提升	达成预期指标	15	15	
		可持续影响指标	教育功能持续发挥	使群众持续接受爱国主义教育、革命传统教育、理想信念教育	使群众持续接受爱国主义教育、革命传统教育、理想信念教育	达成预期指标	15	15	
满意度指标	服务对象满意度	参观人员满意度	≥92%	≥92%	≥95%	10	10		
总分							94.75	优	
自评结	项目实施和预算执行情况		爱国主义教育基地陈列布展项目能按计划实施、按预算执行。						
	产出情况		六个爱国主义教育基地展陈内容得到进一步充实，展示形式得到进一步丰富，展示环境得到进一步优化。						

项目 绩效 分析	果 分 析	效益情况及分析	爱国主义教育基地的教育功能得到新的提升，更好地开展爱国主义教育、革命传统教育和理想信念教育，传承红色基因，赓续红色血脉。
		满意度情况及分析	广大党员干部、群众特别是青少年，通过到爱国主义教育基地参观学习，更好的接受红色教育，心灵得到洗礼，感觉收获颇多。
		主要经验做法	一是提前安排部署，二是认真审核把关，三是资金下达及时，四是项目跟踪有力。
		项目管理中存在的主要问题及原因分析	无
		下一步改进措施及管理建议	无

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

国家级版权示范单位、园区(基地)奖励经费项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		国家级版权示范单位、园区(基地)奖励经费							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		30	30	30	30	0	100	10
省级财政资金		30	30	30	30	0	100.00	10.00	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	开展版权示范单位和示范园区(基地)创建工作,对国家级版权示范单位一次性给予30万元奖励。通过奖励充分发挥版权示范城市、示范单位和示范园区(基地)在依法经营、产业引领、转型发展等方面的示范带动作用,规范版权示范城市、示范单位和示范园区(基地)的创建工作,探索通过版权管理助推产业发展的有效渠道,推动版权工作更好地服务全省经济、文化和社会发展。					按照《山西省人民政府办公厅关于印发山西省全面推进知识产权强省建设行动方案的通知》晋政办发[2019]81号 第三条第十二点:“开展版权示范单位和示范园区(基地)创建工作,对国家级版权示范单位、示范园区(基地)一次性分别给予30万元、50万元奖励。”的要求,对获评国家级版权示范单位的山西出版传媒集团一次性给予30万元奖励。通过奖励充分发挥了版权示范单位在依法经营、产业引领、转型发展等方面的示范带动作用,良好完成了全年目标。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	获评国家级“版权示范单位”数量	=1个	=1个	=1个	20	20	
		质量指标	是否能给全省经济、文化和社会发展助力。	获评单位能够发挥版权示范单位在依法经营、产业引领、转型发展等方面的示范带动作用。	获评单位能够发挥版权示范单位在依法经营、产业引领、转型发展等方面的示范带动作用。	达成预期指标	10	10	
		时效指标	奖励金拨付到位时间	≤5月	≤5月	≤5月	10	10	
		成本指标	省政府出台的奖励标准	=30万元	=30万元	=30万元	10	10	
	效益指标	社会效益指标	能否在依法经营、产业引领、转型发展等方面发挥示范带动作用	发挥版权示范城市、示范单位和示范园区(基地)在依法经营、产业引领、转型发展等方面的示范带动作用,推动版权工作更好地服务全省经济、文化和社会发展。	发挥版权示范城市、示范单位和示范园区(基地)在依法经营、产业引领、转型发展等方面的示范带动作用,推动版权工作更好地服务全省经济、文化和社会发展。	达成预期指标	30	30	
满意度指标	服务对象满意度指标	获评单位服务对象满意度	≥90%	≥90%	≥100%	10	10		
总分							100	优	
项目实施和预算执行情况				严格按照计划实施项目,按照《山西省人民政府办公厅关于印发山西省全面推进知识产权强省建设行动方案的通知》晋政办发[2019]81号 第三条第十二点:“开展版权示范单位和示范园区(基地)创建工作,对国家级版权示范单位、示范园区(基地)一次性分别给予30万元、50万元奖励。”的要求,对获评国家级版权示范单位的山西出版传媒集团一次性给予30万元奖励,预算按时执行。					

项目 绩效 分析	自评 结果 分析	产出情况及分析	通过奖励充分发挥了版权示范单位在依法经营、产业引领、转型发展等方面的示范带动作用，良好完成了全年目标，有力推动了知识产权强省建设，落实了山西省人民政府办公厅全面推进知识产权强省建设行动任务。
		效益情况及分析	通过奖励充分发挥了版权示范单位在依法经营、产业引领、转型发展等方面的示范带动作用，落实了山西省人民政府办公厅全面推进知识产权强省建设行动任务，提升了相关工作机构在版权创造、运用、保护、管理、服务方面的积极性和主动性。
		满意度情况及分析	山西出版传媒集团高度评价该奖励事项，满意度达到100%。
		主要经验做法	在全国率先出台全国版权示范单位、示范园区（基地）的奖励政策，有力提升了全社会创建版权示范单位和示范园区（基地）的积极性，该做法得到了中宣部版权管理局的认可，被其他兄弟省份借鉴。
		项目管理中存在的主要问题及原因分析	无问题
		下一步改进措施及管理建议	建议加大奖励力度

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

宣传思想人才队伍建设专项资金项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		宣传思想人才队伍建设专项资金							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部					预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关	
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		550	550	550	125	425	22.73	2.27
省级财政资金		550	550	550	125	425	22.73	2.27	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	评选资助“四个一批”人才、青年英才项目启动资金;评选资助第二批“文化名家”工作室					按照年初工作部署,完成人才项目后期资助;按照上级单位“唯帽子”治理有关要求,人才工作室项目暂缓推进。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	资助人才项目数量	≥120个	≥120个	≥40个	15	15	
			资助工作室数量	≥30个	≥30个	≥0个	5	5	上级“唯帽子”治理有关要求,工作室项目暂缓
		质量指标	人才项目评审通过率	≥80%	≥80%	≥90%	10	10	
		时效指标	资金下达时间	≥5月	≥5月	≥5月	10	10	
		成本指标	成本指标		未填报	部分达成预期指标并具有一定效果	10	5	上级“唯帽子”治理有关要求,工作室项目暂缓
	效益指标	社会效益指标	不断推出思想精深、艺术精湛、制作精良的原创作品	通过对人才项目和名家工作室的资助,进一步强化对高端人才的引领服务和培养支持,在理论、文艺、新闻等领域不断推出思想精深、艺术精湛、制作精良的原创作品。	通过对人才项目和名家工作室的资助,进一步强化对高端人才的引领服务和培养支持,在理论、文艺、新闻等领域不断推出思想精深、艺术精湛、制作精良的原创作品。	部分达成预期指标并具有一定效果	30	25	上级“唯帽子”治理有关要求,工作室项目暂缓
满意度指标	服务对象满意度指标	受资助人才满意度	≥90%	≥90%	≥100%	10	10		
总分							82.27	良	
自评结	项目实施和预算执行情况			照年初工作部署,完成人才项目后期资助;按照上级单位“唯帽子”治理有关要求,人才工作室项目暂缓推进					
	产出情况及分析			项目资助40余项。					

项目 绩效 分析	果 分 析	效益情况及分析	进一步加强人才队伍建设，带动宣传思想文化有关领域发展提升。
		满意度情况及分析	良好
		主要经验做法	严格程序，明确主题，发挥用人单位和监管单位主体作用。
		项目管理中存在的主要问题及原因分析	无
		下一步改进措施及管理建议	无

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

县级融媒体中心建设奖补资金项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		县级融媒体中心建设奖补资金							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		500	500	500	500	0	100	10
省级财政资金		500	500	500	500	0	100.00	10.00	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	深入贯彻落实党中央关于进一步加强和改进党的新闻舆论工作的决策部署，巩固拓展基层文化阵地，支持县级融媒体中心建设。					项目实施完毕。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	奖补完善县级融媒体中心	≥105个	≥105个	≥105个	20	20	
		质量指标	地方县域重大事件县级融媒体中心首报率	≥80%	≥80%	≥80%	10	10	
		时效指标	集中办公	年底前全部挂牌运行、集中办公	年底前全部挂牌运行、集中办公	达成预期指标	10	10	
		成本指标	成本指标		未填报	达成预期指标	10	5	未编制成本指标
	效益指标	社会效益指标	建成县域主流舆论阵地，有效促进基层党委政府中心工作、基层宣传文化工作。	显著	显著	达成预期指标	10	10	
			县级融媒体中心各类传播平台覆盖人数占县域常住人口比例	≥20%	≥20%	≥20%	10	10	
			县级融媒体中心各类服务活动覆盖人数占县域常住人口比例	≥15%	≥15%	≥15%	10	10	
		可持续影响指标	引导群众、服务群众	显著	显著	达成预期指标			
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥85%	≥85%	≥85%	10	10	

总 分		95	优
项目 绩效 分析	自评 结果 分析	项目实施和预算执行情况 及分析	通过项目验收，预算执行良好。
		产出情况及分析	105个县级融媒体中心全部建设完成，地方县域重大事件县级融媒体中心首报率80%，基本满足群众政务服务需要。
		效益情况及分析	县级融媒体中心各类传播平台覆盖人数占县域常住人口比例大于等于20%，各类服务活动覆盖县域常住人口大于等于15%，基本建成县域主流媒体，有效促进基层党委政府工作。
		满意度情况及分析	群众满意度大于等于85%。
	主要经验做法	1、加强顶层设计，先后制定出台指导意见和建强用好具体举措等两份指导性文件。2. 强化督导检查，省委宣传部深入105个县级融媒体中心组织开展实地检查。3. 各县（市、区）高度重视，强化管理，加强政策、资金等保障。4. 各县级融媒体中心真抓实干，积极探索推进“新闻+政务服务商务”模式，切实加强基层主流舆论阵地建设。	
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	无	
	下一步改进措施及管理建议	1. 加强马克思主义新闻观、“脑力、眼力、脑力、笔力”教育，提升县级融媒体中心采编队伍素质，不断提升内容生产质量和水平。2. 提升资金管理水平，提高预算精细化水平。	

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。
3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。
4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。

影视集团注册资本金项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		影视集团注册资本金							
主管部门及代码		003-中共山西省委宣传部				预算单位	003001-中共山西省委宣传部机关		
项目资金预算安排及执行进度(万元)			年初预算数		全年预算数	全年执行数	资金结(转)余	执行率	得分
			目标申报数	预算编制数					
	资金总额:		1,500	1,500	1,500	1,500	0	100	10
省级财政资金		1,500	1,500	1,500	1,500	0	100.00	10.00	
项目年度绩效目标	年度目标					实际完成情况			
	影片的拍摄会将山西的风土人情、文化底蕴展现在全国观众面前, 重塑山西形象, 扩大山西影响力, 促进山西文旅产业发展, 提升山西经济实力。影片同时将会参与国内国际各类电影节的评选并争取获奖。					项目已完成剧本初稿创作, 目前正在进行剧本二稿修改创作。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年初指标值	调整后指标值	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	影视剧观众数	≥711万人(次)	≥711万人(次)	≥0万人(次)	10		偏差原因: 经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响, 剧本无法如期创作完成, 整体创作生产工作随之延后。改进措施: 提高项目管理水平, 做好项目风险管控, 力争在2023年完成影片制作
			影视剧播出平台数	≥30个	≥30个	≥0个	10		偏差原因: 经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响, 剧本无法如期创作完成, 整体创作生产工作随之延后。改进措施: 提高项目管理水平, 做好项目风险管控, 力争在2023年完成影片制作
		质量指标	影视剧投入产出比	33%	33%	部分达成预期指标并具有一定效果	10		偏差原因: 经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响, 剧本无法如期创作完成, 整体创作生产工作随之延后。改进措施: 提高项目管理水平, 做好项目风险管控, 力争在2023年完成影片制作
		时效指标	影视剧拍摄/制作/播出进度	拍摄100%; 后期制作100%; 播出进度95%	拍摄100%; 后期制作100%; 播出进度95%	部分达成预期指标并具有一定效果	10	2	偏差原因: 经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响, 剧本无法如期创作完成, 整体创作生产工作随之延后。改进措施: 提高项目管理水平, 做好项目风险管控, 力争在2023年完成影片制作
		成本指标	影视剧总投入成本	7000(万元)(内含财政投入1500万元)	7000(万元)(内含财政投入1500万元)	部分达成预期指标并具有一定效果	10		偏差原因: 经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响, 剧本无法如期创作完成, 整体创作生产工作随之延后。改进措施: 提高项目管理水平, 做好项目风险管控, 力争在2023年完成影片制作
	经济效益指标	影视剧年收入总额	≥21000万元	≥21000万元	≥0万元	6		偏差原因: 经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响, 剧本无法如期创作完成, 整体创作生产工作随之延后。改进措施: 提高项目管理水平, 做好项目风险管控, 力争在2023年完成影片制作	
影视剧年利润额		≥800万元	≥800万元	≥0万元	6		偏差原因: 经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响, 剧本无法如期创作完成, 整体创作生产工作随之延后。改进措施: 提高项目管理水平, 做好项目风险管控, 力争在2023年完成影片制作		

效益指标	社会效益指标	弘扬社会主义核心价值观	好	好	部分达成预期指标并具有一定效果	6	偏差原因：经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响，剧本无法如期创作完成，整体创作生产工作随之延后。改进措施：提高项目管理水平，做好项目风险管控，力争在2023年完成影片制作
		影视剧思想性、艺术性、观赏性	好	好	部分达成预期指标并具有一定效果	6	偏差原因：经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响，剧本无法如期创作完成，整体创作生产工作随之延后。改进措施：提高项目管理水平，做好项目风险管控，力争在2023年完成影片制作
		对推动中国影视产业发展的带动作用	显著	显著	部分达成预期指标并具有一定效果	6	偏差原因：经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响，剧本无法如期创作完成，整体创作生产工作随之延后。改进措施：提高项目管理水平，做好项目风险管控，力争在2023年完成影片制作
	满意度指标	服务对象满意度指标	观众满意度	≥90%	≥90%	≥0%	10
总分						12	差
项目绩效分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况	该项目自启动以来，先后由知名编剧龚应恬、吴俊及我集团几位青年编剧多方位、多角度去策划创作该题材。剧本大纲在经过多轮推翻后，最终确定由北京电影学院青年教师、编剧王曦曦、楠迪夫进行该项目的剧本创作。编剧于2022年7月以来多次前往天龙山、晋祠及周边乡村进行走访调研并完成了万字详纲。我集团审阅通过后分别向山西省文物局及太原市文物局递交了详纲，同时请中宣部电影剧本策划中心主任秦正贵老师对该大纲进行论证。 2022年11月底完成剧本初稿，目前正在进行剧本二稿修改创作。争取于2023年下半年开机拍摄。 财政拨付的1500万元，目前已用于支付编剧部分创作稿费及创作采风差旅费用等共计22万元。				
		产出情况	经过几轮的编剧更换及受国内疫情的影响，剧本无法如期创作完成，整体创作生产工作随之延后。				
		效益情况	因影片还未完成制作并上映，现阶段未产生经济效益和社会效益。				
		满意度情况	因影片还未完成制作并播出，现阶段无法产出满意度。				
	主要经验做法	1、加强领导，落实责任；2、强化监管，确保质量；3、加强培训，提高项目管理水平；4、深入采风调研，扎实剧本创作；5、严格程序，确保项目合规。					
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	主要问题：1、项目研发时间跨度长；2、资金不足。原因：1、电影厂自身创作资金困难；2、社会融资困难；3、为追求更高质量的艺术创作；4、受疫情等不确定因素影响。					
	下一步改进措施及管理建议	抓紧落实资金，提高项目管理水平，做好风险管控，力争在2023年完成影片制作。					

备注：1. “年初预算数”项下的“目标申报数”和“预算编制数”为并列关系，其中“目标申报数”的数据来源于项目目标申报表中的项目资金总额表中的年度资金，“预算编制数”数据来源于项目预算支出明细表。

2. “全年预算数”的取数规则，如果年初预算未调整，取预算编制数；如果有调整，取调整后的预算数。

3. “全年执行数”是指预算执行指标确认数。

4. “执行率”是执行数与“全年预算数”相比较。