
财政项目支出绩效自评报告

项目名称： 2021 年长城文化宣传片

项目单位： 忻州市新闻中心

主管部门： 中共忻州市委宣传部-214

2022 年 1 月

目 录

一、项目的基本情况	1
(一) 项目概况	1
(二) 预算执行情况	2
(三) 项目绩效目标	2
(四) 项目实施计划	错误! 未定义书签。
二、项目绩效情况	3
(一) 预算执行情况	3
(二) 项目产出情况	4
(三) 项目效益情况	4
(四) 项目满意度情况	6
三、项目绩效分析	7
四、项目主要经验做法	7
五、项目管理中存在问题及原因分析	8
六、进一步加强项目管理措施及建议	8
附件 1. 项目支出绩效自评表	1
附件 2. 绩效自评相关资料	3

一、项目的基本情况

（一）项目概况

项目概况：为贯彻落实省委省政府关于加快把文化旅游产业培育成战略性支柱产业，全力推进黄河长城太行三大旅游板块建设，打造富有特色和魅力的文化旅游强省的决策部署，我市拟通过拍摄、制作以长城文化为主题的宣传片，并将宣传片在中央电视台黄金时段播出，以进一步扩大我市的文化旅游品牌知名度和美誉度，促进旅游发展。

立项依据：市领导批示（见附件）

设立的必要性：忻州是山西省长城资源分布最大的区域，14个县（市、区）中13个都有长城。此项目拟依托忻州古长城的资源，强化传播山西文化旅游产业核心版块“长城”部分，与太行、黄河旅游板块传播形成叠加效应，整体打造山西文化旅游品牌形象，深化山西三大核心旅游资产在消费者心中的品牌印象，形成独特的山西文化旅游名片。

保证项目实施的措施与制度：制作忻州市文化旅游宣传片，将宣传片在中央电视台黄金时段展映播出。

项目实施计划：2021年1月1日-2021年12月31日集中CCTV-1综合频道进行展映播出，播出栏目为《新闻30分》《天气预报》，同步投放户外媒体、高铁LED等。

（二）预算执行情况

项目	行次	年度总金额 (万元)	财政资金					上年结转资金(万元)	其他资金(万元)
			小计	中央级	省级	市级	县区级		
年初预算资金	(1)	2340	2340			2340		0	0
全年预算资金	(2)	2340	2340			2340		0	0
实际到位资金	(3)	2340	2340			2340		0	0
全年执行资金	(4)	2340	2340			2340		0	0
资金结余	(5)=(3)-(4)	0	0	0	0	0	0	0	0
预算到位率	(6)=(3)/(2)	100	0	0	0	100	0	0	0
预算执行率(%)	(7)=(4)/(2)	100	100	0	0	100	0	0	0

（三）项目绩效目标

（1）. 项目实施期绩效目标

为贯彻落实省委省政府关于加快把文化旅游产业培育成战略性支柱产业，全力推进黄河长城太行三大旅游板块建设，打造富有特色和魅力的文化旅游强省的决策部署

(2) . 项目年度目标

我市拟通过拍摄、制作以长城文化为主题的宣传片，并将宣传片在中央电视台黄金时段播出，以进一步扩大我市的文化旅游品牌知名度和美誉度，促进旅游发展

二、项目绩效情况

综合考虑预算执行情况、产出、效益、服务对象满意度各方面因素，通过数据采集及分析，最终评分结果：
2021年长城文化宣传片项目绩效自评价结果为:总得分 100 分，属于"优秀"。

(一) 预算执行情况

二级指标	三级指标	权重	目标值	业绩值	得分
预算执行指标	预算执行率	10	100%	100.00%	10

(二) 项目产出情况

二级指标	三级指标	权重	目标值	业绩值	得分
数量指标	长城文化宣传片播放频道个数	10	4	4个	10
质量指标	长城文化宣传片在央视指定栏目黄金时段播出率	10	100%	100%	10
时效指标	长城文化宣传片播出及时率	10	100%	100%	10
成本指标	宣传片拍摄、播出成本	10	≤2340万元	100%	10

(三) 项目效益情况

二级指标	三级指标	权重	目标值	业绩值	得分
------	------	----	-----	-----	----

经济效益	促进旅游业发展	10	显著	100%	10
社会效益	扩大我市的知名度和美誉度	10	显著	100%	10
生态效益	促进经济社会可持续发展	10	显著	100%	10
可持续影响指标	增加全域旅游可持续发展	10	显著	100%	10

(四) 项目满意度情况

二级指标	三级指标	权重	目标值	业绩值	得分
服务对象 满意度指 标	人民群众满 意度、游客满 意度	10	100%	100%	10

三、项目绩效分析

1. 项目实施和预算执行情况及分析

2020年我市在央视投放了长城文化宣传片获得了良好的社会反响，为进一步提升城市美誉度、知名度，2021年继续在央视多频道多平台投放

2. 产出情况及分析

在央视指定栏目黄金时段播放

3. 效益情况及分析

进一步加强了对外宣传的力度

4. 满意度情况及分析

群众满意度达到 100%

四、项目主要经验做法

黄金时段投放主题广告效果良好

五、项目管理中存在问题及原因分析

无

六、进一步加强项目管理措施及建议

无

附件 1. 项目支出绩效自评表

附件 1. 项目支出绩效自评表								
一级指标	二级指标	目标指标	权重	目标值	业绩值	完成率	指标得分	偏差原因分析及改进措施
预算执行指标	预算执行指标	预算执行率	10	100%	100.00%	100.00%	10	
产出指标	数量指标	长城文化宣传片 播放频道个数	10	4	4 个	100.00%	10	
	质量指标	长城文化宣传片 在央视指定栏目 黄金时段播出率	10	100%	100%	100.00%	10	
	时效指标	长城文化宣传片 播出及时率	10	100%	100%	100.00%	10	
	成本指标	宣传片拍摄、播 出成本	10	≤2340 万 元	100%	100%	10	无
效益指标	经济效益	促进旅游业发展	10	显著	100%	100%	10	
	社会效益	扩大我市的知名 度和美誉度	10	显著	100%	100%	10	
	生态效益	促进经济社会可 持续发展	10	显著	100%	100%	10	

	可持续影响指标	增加全域旅游可持续发展	10	显著	100%	100%	10	
满意度指标	服务对象满意度指标	人民群众满意度、游客满意度	10	100%	100%	100.00%	10	

附件 2. 绩效自评相关资料

附件 2. 绩效自评相关资料