**附件8：项目支出绩效评价报告（参考提纲）及所需提供的佐证材料**

2020年宣传工作专项经费项目支出绩效

评价报告

1. 项目概况：

中共昆明市委宣传部每年都会下发《意识形态工作考核内容评分标准》，其中涉及考核新闻舆论工作。重大主题宣传及对外宣传工作在考核文件中有明确的绩效要求，东川每年组织策划主题宣传报道不少于15次，在中央主流媒体播发外宣稿件不少于40篇（条），在省级主流媒播发外宣稿件不少于400篇（条）。为充分利用媒体平台扩大东川区新闻宣传，特别是东川区在疫情防控、脱贫攻坚、生态环境、营商环境等重点工作中的感人故事，亮点工作，经验做法，为全区经济社会发展营造良好舆论氛围，进一步提升东川区的知名度、美誉度和影响力，努力构建东川大外宣格局，区委宣传部与新华网、中国网、云南日报社、云南信息报、昆明电视台、昆明信息港等省市主流媒体均有年度合作协议。

1. 评价结论
2. 中共中央级媒体宣传报道情况

2020年，东川区央级各类媒体及网络宣传平台发稿量为130条。

（二）省级媒体宣传报道情况

2020年，省级媒体对东川宣传报道共计700余篇（条）。

（三）市级媒体宣传报道情况

2020年，市级媒体对东川宣传报道共计830余篇（条），昆明日报、昆明电视台、都市时报等都对东川进行了大量的宣传报道。

（四）区内媒体宣传报道情况

2020年，区属新媒体平台累计刊播各类新闻1.2万余篇（条）。

（五）新媒体宣传报道情况

2020年，中央、省、市各级各类新媒体平台及各大知名门户网站等主流网络新媒体报道对东川进行了大量的宣传报道，共有相关报道1100余篇（条）。

三、经验、问题和建议

1.主要经验及做法；

强化典型引领，助力脱贫攻坚；创新工作举措，坚持与时俱进；强化专题报道，深度报道有力。

2.存在的问题；

一是部分单位对宣传工作的重要性认识不到位，主动性不强，方向性把握不清。二是宣传策划包装意识不强，内外宣传不足、范围不广，力度不强的问题。三是典型提炼作品的吸引力、感染力不强，影响示范及带动作用不明显。四是新媒体平台宣传运营不够深入，一方面是经费投入不够多，另一方面是人才匮乏和工作创新不足。

3.改进措施及建议。

（一）增强工作统筹形成专题性宣传策划。（二）加强经验总结形成深度性新闻报道。（三）深化媒体合作扩大对外推广宣传面。（四）强化宣传运营能力创新宣传方式。

正文：2020年宣传工作专项经费项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况。

1.立项背景及目的。

中共昆明市委宣传部每年都会下发《意识形态工作考核内容评分标准》，其中涉及考核新闻舆论工作。重大主题宣传及对外宣传工作在考核文件中有明确的绩效要求。为充分利用媒体平台扩大东川区新闻宣传，特别是东川区在疫情防控、脱贫攻坚、生态环境、营商环境等重点工作中的感人故事，亮点工作，经验做法，为全区经济社会发展营造良好舆论氛围，进一步提升东川区的知名度、美誉度和影响力，努力构建东川大外宣格局，2020年东川区委宣传部与主流新闻媒体平台开展宣传合作。

2.项目实施情况。

2020年，区委宣传部与新华网、中国网、云南日报社、云南信息报、昆明电视台、昆明信息港等省市主流媒体均有年度合作协议，并取得良好效果。

3.资金来源及使用情况。

4.组织及管理情况。包括项目组织情况、项目实施流程、资金拨付流程。

（二）绩效目标。

1.总目标。

东川每年组织策划主题宣传报道不少于15次，在中央主流媒体播发外宣稿件不少于40篇（条），在省级主流媒播发外宣稿件不少于400篇（条）。

2.年度目标。包括产出目标、效果目标。

产出目标：东川每年组织策划主题宣传报道不少于15次，在中央主流媒体播发外宣稿件不少于40篇（条），在省级主流媒播发外宣稿件不少于400篇（条）。

效果目标：2020年，中央级媒体对东川宣传报道共计130余篇（条）；省级媒体对东川宣传报道共计700余篇（条）。达到了进一步提升东川区的知名度、美誉度和影响力的宏观目标，为全区经济社会发展营造良好舆论氛围。

二、绩效评价工作情况

（一）绩效评价目的。全面了解项目管理过程是否规范、产出目标是否完成以及效果目标是否实现等方面的内容，总结经验，查找不足，为项目在以后年度的开展提供可行性参考建议。在此基础上，重点分析项目预算编制的合理性、成本支出的真实性和控制有效性，评价财政资金的使用效率和效果，为以后年度编制项目预算、选择项目实施主体等提供参考依据。

（二）绩效评价工作方案制定过程。

1.前期调研。

东川区是昆明最远的县区，乡镇交通条件差，媒体记者采访时间成本、交通成本高，采访困难多。为加深与各级媒体记者的沟通联系，调动区外一切积极因素，不断扩大东川对外知名度和影响力，形成有利于东川区发展的良好舆论环境，积极和各级媒体开展合作对接，列支新闻媒体宣传合作专项经费。

2.研究文件。

《2020 年意识形态工作考核内容及评分标准》（昆宣通〔2020〕14号）文件中明确了新闻舆论工作要求。

3.绩效评价指标体系及工作方案的设计。

媒体合作中形成了通过开展技术服务、定向推稿、专版专栏、深度稿件、集中宣传、发稿数量等合作目标量化的绩效评价体系。工作方案的实施同过与各级媒体签订合同为准。

（三）绩效评价原则、评价方法

1.绩效评价原则。包括科学规范、公开公正、绩效相关等原则。

新闻媒体宣传合作的原则为科学规范、公开公正、绩效相关、友好沟通、互通有无、相互搭台、共同宣传。

2.绩效评价方法。包括指标评价、数据采集和社会调查中所采用的方法。

媒体合作方及时根据区委宣传部提供的表格统计上月发稿情况，包括媒体合作方采写稿件、区委宣传部提供稿件，统计发布稿件的名称、月份的稿件数量、记者和通讯员姓名、相关网络链接、外推情况内容等。以发稿明细为主，其他合作要求为辅，进行合作绩效评价。

（四）绩效评价实施过程

1.数据填报和采集。

根据媒体发稿情况，每月统计中央、省级外宣稿件和市级外宣稿件。

2.社会调查。

经调查，昆明市所有县区均与主流媒体开展新闻媒体宣传合作。目前，东川新闻媒体宣传合作经费在全市比较，为较少县区。

3.数据分析和撰写报告。

根据2020年开展工作，区委宣传部撰写了四个专项报告。分别为《张顺东李国秀夫妇宣传报道情况专报》《2020生态环境建设宣传报道专报》《爱国卫生专项行动宣传情况专报》。

（五）本次绩效评价的局限性。

无

三、评价结论和绩效分析

（一）评价结论。

1.评价结果。

项目立项合理，项目目标完成达标，符合项目支出绩效要求。

2.主要绩效。

2020年，中央级媒体对东川宣传报道共计130余篇（条）；2020年，省级媒体对东川宣传报道共计700余篇（条）。

（二）具体绩效分析。对照绩效评价指标体系逐项进行分析、评价并打分。

四、成本效益分析。对资金使用方向、资金收入和支出结构；项目和资金管理情况；资金的节约性、资金使用效果；变化趋势等进行分析评价。

项目资金使用情况

2020年，区财政局拨款2020年宣传工作专项经费区级资金420,000.00元。其中按东财预[2020]2号文件，预算下达通知书，柒万元整(7万元)宣传工作经费用于“扫黄打非工作经费”。

2020年宣传工作专项经费2019年度新闻媒体宣传合作经费结转金额实际使用情况如下:

1. **租赁费**

Ａ.支付接待云南日报、云南信息报、昆明信息港记者采访树桔长征纪念馆；李子沟村开展“庆祝建党99周年脱贫致富感党恩勇于担当谋发展”建党节主题活动、二百二网红打卡点调研、今日头条旅游体验官开展国庆旅游宣传等事项租车费20,646.00元；

B.区建投公司宣讲培训东川会堂场地租赁费800.00元。

租赁费合计：21,446.00元

**2、委托业务费**

A. 支付云南网际科技有限公司东川区媒体行采访活动费40,000.00元；

B. 支付昆明广播电视台2020年度宣传合作费200,000.00元；

C.支付云南信息报2020年度宣传合作费80,000.00元；

D.支付中国网2020年度网络宣传服务费40,000.00元；

E.拨付东川区文化执法大队“扫黄打非”工作经费10,000.00元；

F.支付云南专致网络科技有限公司国庆期间宣传服务费3,520.00元；

G.支付昆明图笑色彩广告公司东川形象宣传片拍摄制作费用65,000.00元

委托业务费小计：438,520.00元。

**3、办公经费**

A.支付春睿影视文化传媒有限公司制作《铜魂》光碟费用、支付昆明市网络文化协会2020年年度会费支出6,000.00元；

B.支付2020年各级媒体新闻媒体人员到东川采访的住宿费7,576.00元；

C.《金色时光》《中办通讯》订阅费312.00元及刻章费110.00元；

D. 支付东川区利君商务服务有限公司制作“扫黄打非”小册子制作费等11,800.00元；

办公费经费小计 25,798.00元。

**4.就餐费**

A.支付接待印刷行业政策,法规培训老师、中央电视台欧拉美语言节目记者等来宾住宿费、就餐费7,574.00元；

B.支付接待昆明电视台关于东川脱贫攻坚典型宣传报道就餐费836.00元；

B.支付中央电视台、新华社、云南电视台、都市时报、昆明日报、云南日报、昆明信息港、云南经济日报、云南政协报等新闻媒体记者2020年关于采访“百姓春晚”，采访脱贫攻坚成果巩固提升，报道全国脱贫攻坚奖获得者张顺东夫妇先进事迹，拍摄《扶贫印记》采访，采访风景矿业暗访、发展转型、震后工作落实情况、树枝长征纪念馆、区委全会及生态选题等各项活动就餐费22,690.00元；

就餐费小计：31,100.00元

**5.劳务费**

支付东川区印刷复印打印行业从业人员政策法规培训讲课费1,350.00元；

劳务费小计：1,350.00元

**6.交通费**

支付接送人民日报记者往返各乡镇采访及采访树桔长征纪念馆租车费2,600.00元；

交通费小计：2,600.00元

**7.印刷费**

A.支付昆明精妙印务有限公司印刷许可证、出版经营许可证费用388.00元；

B.支付东川区诚琳印刷厂“扫黄打非”责任书、宣传册等印刷费1,941.06元；

印刷费小计：2,329.06元

2020年宣传工作专项经费及2019年度新闻媒体宣传合作经费支出合计：523,143.06元

2019年度新闻媒体宣传合作经费结转金额为407,354.93元，2020年宣传工作专项经费收到拨款420,000.00元，各项支出523,143.06元，2020年宣传工作专项经费结转金额为304,211.87元，2021年将与云南日报、昆明信息港、昆明电视台、云南信息报等媒体签订媒体合作协议，用于广泛报道东川，加大正面宣传力度，增强宣传报道效果，营造良好的社会氛围。

五、主要经验及做法、存在的问题和建议

1. 内宣外宣统筹协调，正面宣传有力有效。紧紧围绕脱贫攻坚成效巩固提升、疫情防控、招商引资、生态文明建设等中心工作，主动做好政策宣传、典型宣传、成就宣传和社会宣传，营造浓厚的舆论氛围。2020年，东川区央级各类媒体及网络宣传平台发稿量为130条，省级报刊发稿量700余条，市级报刊、电视等媒体外宣稿件830条。各级各类网络宣传稿件1100余条。

**一是加强疫情防控宣传，凝聚抗疫力量。**疫情发生以来，东川区多措并举统筹推进疫情防控和经济社会发展的宣传引导。成立疫情防控工作宣传领导小组，加强统一调度，充分发挥“区、乡、村”三级联动机制，互通共享、互相联动，建立健全新闻发布、信息报送、值班值守等制度，构建起综合、立体、高效的宣传工作机制。组织新闻记者对各乡镇(街道)、各防疫工作重点部门进行深度报道，报道内容同步推送省市媒体平台进行刊播。中央和省、市级媒体平台刊发了有关东川疫情防控工作动态和先进典型的报道124篇，区内媒体平台刊播疫情报道600余篇，累计阅读量800余万。建立疫情防控社会宣传教育微信群740个，微信群宣传覆盖74000余人。在醒目位置悬挂、张贴标语7080条幅，进村入户发放防控疫情宣传单、粘贴画266135张，在公共场所电子显示屏滚动播放省市宣传视频、宣传标语口号等12116条次，“大喇叭”覆盖142个村社，小广播和移动小音响250余个，做到社会宣传全覆盖。制作方言版、普通话版、彝语版3种版本的疫情防控宣传音频，制作原创顺口溜音频和2个方言版防治知识趣味情景小视频；制作2首防疫原创音乐；在新媒体平台开设《讴歌生命 抗击疫情》专栏，选登刊发了一批有感情、有内涵的东川原创诗文；开展抗击疫情线上朗读、“红领巾”共战役、“线上四点半课堂”等网络主题宣传活动，文化宣传做到了入心入脑。

**二是强化典型引领，激发群众内生动力。**充分用好、用活各类宣传阵地，将脱贫攻坚宣传工作推向纵深。携手新华社推出张顺东、李国秀残疾夫妇事迹报道《深深的脚窝》，引起全国网民广泛关注，抖音浏览量达七百余万，近二百多家媒体转发，总点击量6000余万人次；中国扶贫网先后报道了东川区建档立卡贫困户张友发、樊天朝、符朝芬等不等不靠、自力更生的残疾人光荣脱贫典型。开展脱贫攻坚故事征集活动，征集“我的驻村故事”、“我和贫困户的故事”、“我家的脱贫故事”、“我们村的扶贫故事”、“我的创业故事”五个类型故事1100余篇，评审挑选120余篇，出版书籍《东川区脱贫攻坚故事专刊》，并开设媒体专栏，广泛宣传报道。

7月7日，**新华每日电讯**报道《“开花洋芋”走出了山沟沟》讲述上海援滇干部扶贫事迹引发舆论广泛关注，取得较积极宣传效果。**云南日报**推出《东川区：重整家园奔小康》专版报道，和深度人物故事《东川有支“搬迁娘子军”》，并在云南省政府网站、学习强国云南频道、中国网、云南网、云报客户端等转载报道，取得了较好的宣传效应。7月22日，**云南日报**刊文《东川：扶贫车间助力就业增收》报道，对门山易地扶贫搬迁安置小区蔬菜分拣车间负责人舒英华，带领易地扶贫搬迁群众依托豌豆尖种植和扶贫车间务工，致力打造“东川豌豆尖”名片，远销到北京、上海、港澳台等地，甚至打入了新加坡市场，乘上脱贫致富奔小康的新时代“列车”，云南网、昆明信息港、搜狐、腾讯新闻等报道转载30余篇（条）。**云南信息报**7月30日报道，67岁的拖布卡镇松坪村建档立卡户的黄子发，党和各级政府部门以及帮扶干部的共同帮助让他感受了到了党和政府的关怀，写下了总计60多首诗歌（彝家小调），每一首都饱含了对党和国家的感谢，对所有帮助过他的人的感恩，对各项惠农惠民政策的感激。搜狐、网易、今日头条等转载传播10余篇（条），取得了较好的宣传效应。

**三是开展系列专项宣传。举办**“不忘初心、牢记使命”开创东川高质量发展新局面全国网络媒体行，全国20余家的知名网络媒体记者，深入采访报道东川，原创发稿量逾300条，在微博开设的#开创东川高质量发展新局面#话题总阅读量达130万，“‘开创东川高质量发展新局面’全国网络媒体行”专题PC、移动端、稿件等各平台累计浏览量超过320万。**开展**东川区推进爱国卫生“7个专项行动”宣传工作，及时开辟“爱国卫生专项行动进行时”专栏，发挥媒体监督作用，持续深入报道各项工作的开展,采访报道执法人员深入农贸市场、夜市摊点蹲守拍摄，采访执法专项整治行动战果，确保全区“７个专项行动”取得实效，播放宣传标语150余条，播放公益视频250余次，发布工作动态信息19条，发放宣传环保袋1500余个，宣传手套600副，倡议书1000份，宣传册子500余册。配合文旅部门开展国庆系列文化旅游活动专项宣传。在区属新媒体平台开设专栏，策划推出系列推文，并积极向上级媒体平台投稿刊发，形成多级联动的宣传氛围，国庆前，中国网、云南经济网、云南信息报、昆明日报、掌上春城、昆明发布等省市推送报道共计10余条。昆广网络9月28日至10月8日期间，每日开关机广告也投放东川区文旅活动宣传图片。国庆旅游话题“东川走走，回家看看”，截止10月9日话题阅读量20万。联合旅游大V博主“深一度”开设话题“东川山水柔情是怎样的体验”阅读量120万，东川发布头条号《气势磅礴乌蒙深处，上帝遗落人间的东川为你备好黄金周大餐》图文资讯阅读量8900人次，头条号“云南24小时”受邀到东川进行体验式旅游宣传，旅游攻略推文《极致壮美“红土地”云南东川，国庆中秋大长假等着你》一文阅读量逾1.3万。仅今日头条、新浪微博国庆期间共推送35条旅游推荐动态，展示量、播放量、阅读量逾32万。

**四是聚焦中心工作，打造营商环境。**精心策划，积极挖掘新闻亮点，积极对接上级媒体进行广泛宣传报道，对我区招商引资、项目建设等相关工作动态进行报道。一是跟进对我区各招商突破小组、招商分局最新招商成果进行报道，对我区招商引资项目进行报道，对我区招商引资优惠政策进行宣传，及时展示我区招商引资成果，打造浓厚的招商创业的氛围。二是积极同中央、省、市媒体对接协调，及时向外介绍东我区招商引资优惠政策、工作动态、营商环境建设等，宣传东川区经济环境建设的经验及成效。

三是积极营造舆论环境。云南日报8月19日报道《东川区打造一流政务环境》，重点讲述东川区聚焦打造“投资环境更开放，行政审批更高效，公共交易更公平”的一流政务环境目标，全面深化“放管服”改革，落实优化营商环境“十二条措施”，建立健全“123333”政务服务体系，致力于全方位打造“办事不求人，审批不见面，最多跑一次”的新型营商环境。截止9月底，在云南日报、云南信息报、昆明信息港、云南经济日报等媒体刊发有关东川区营商环境的报道60余条，其中《东川大峡谷运动康养旅游度假区开工仪式圆满成功》相关资讯受到各级各类媒体的极大关注。中国网、云南房网、掌上春城等媒体报道。截止目前，腾讯、今日头条、中青看点等平台转载传播相关信息50余条（篇）。《东川招商推介会现场签约6100万元》一文经刊发后，各网络平台转载传播相关信息30余条（篇），极大提升全区干部营商招商的创业激情和信心，营造了积极浓厚的社会氛围。

**五是强化生态文明建设，巩固整改工作成效。**认真做好2020年东川生态文明建设的宣传工作，以生态优先、绿色发展理念，书写好新时代中国特色社会主义的新篇章，建立和完善全市生态环境保护长效机制，强化生态环境系统治理，压紧压实主体责任，确开展保全区生态环境质量持续改善。一是2020年四季度，在人民网、云南日报、云南经济日报、昆明日报等中央省市媒体及相应网络平台刊登70余条生态文明建设有关新闻报道。二是策划组织2020年生态文明建设新闻发布会，并组织集中采访、专家论坛等活动。三是依托“东川发布”“东川新闻”官方微信公众平台和新浪、腾讯官方微薄公众平台，开设生态文明建设专栏，及时发布我区生态建设相关动态。据云南网、云报客户端等媒体报道。四是生态文明建设宣传氛围积极。其中，东川区四方地片区河里湾工业弃渣集中处置工程项目正式开工建设相关资讯经云南信息报等媒体刊发后，在云南网、云报客户端、掌上春城等媒体转载传播30余条（篇）。《加强长江经济带生态环境保护 东川11家企业问题整改通过市级核查验收》经云报客户端平台刊发后，云南经济新闻网、中青看点、大众网等转载传播20余条（篇）。另外，《云南东川：废弃尾矿库变身百亩花海》《东川区3个中型泥石流治理项目通过初验》《东川区力争在年内完成营造林5.25万亩》等相关报道也为东川区生态文明建设营造了积极的舆论氛围。

（二）存在的问题；

一是部分单位对宣传工作的重要性认识不到位，主动性不强，方向性把握不清。二是宣传策划包装意识不强，内外宣传不足、范围不广，力度不强的问题。三是典型提炼作品的吸引力、感染力不强，影响示范及带动作用不明显。四是新媒体平台宣传运营不够深入，一方面是经费投入不够多，另一方面是人才匮乏和工作创新不足。

（三）建议和改进措施。

**（一）增强工作统筹形成专题性宣传策划。**一是针对2021年区委区委政府重点工作，将加强与相关行业部门、牵头部门的沟通联系，主动对接，就重点专项工作共同拟定专题宣传方案。二是就全区性重大宣传工作发挥考核指挥棒作用，用活区内两支宣传队伍和新媒体矩阵，形成各官方微博、微信公众号联动宣传，广泛宣传的宣传格局。三是加强《东川区关于进一步加强和规范对外宣传工作的实施意见（试行）》等制度的落实执行，在全区形成良好有序、积极繁荣的宣传氛围。

（二）加强经验总结形成深度性新闻报道。组织记者对我区各块重点工作进行采访，及时对我区形成的工作经验成效进行报道，并积极对外进行宣传。其次是发动相关单位及时总结工作经验，形成新闻稿件，积极对接上级媒体平台进行宣传推广。

（三）深化媒体合作扩大对外推广宣传面。一是根据党务、经济、农业、环保、脱贫攻坚成效巩固等不同宣传工作需求适当增加宣传经费，加强与传媒公司或与央级、省级等相关行业媒体的专题性合作。二是根据文化旅游等相关宣传需求，搭建与市级主流媒体以及网络媒体、自媒体平台的宣传合作。

（四）强化宣传运营能力创新宣传方式。一是加强宣传委员、宣传信息员对新闻写作、经验典型提炼、宣传策划等业务能力的培训锻炼；二是加强全区宣传队伍对新闻宣传相关制度、规定的培训，掌握宣传工作的基本规律和方法。三是就各类新媒体平台运营维护知识技巧进行专题培训，增加抖音、今日头条、微博等新媒体平台的运维成本，创新宣传形式，扩大宣传群体，增强区属媒体平台的宣传影响力。

绩效评价报告正文后需附以下佐证材料

1.绩效评价指标体系；

2.基础数据表（进行成本效益分析需采集的数据）；

3.访谈分析报告；

4.社会调查问卷分析报告；

5.①区政府相关规划、决策、批复；②立项申请、批复文件；③绩效目标申报表；④项目竣工验收报告、审计报告等。