中共昆明市东川区委宣传部扶贫工作经费

项目支出绩效评价报告

1. 项目概况：

2019年以来，东川区脱贫攻坚宣传工作在区委区政府的正确领导和上级宣传部门帮助指导下，为进一步聚焦脱贫攻坚中心工作，精心策划，大力选树典型，讴歌基层，凝聚正能量设置扶贫工作经费项目，为决战脱贫攻坚、决胜全面小康、奋力开创幸福美丽新铜都营造浓厚的舆论氛围,凝聚强大的精神动力提供资金保障。

二、评价结论

2019年至今，中央级媒体刊播东川脱贫攻坚相关报道33余篇,省级媒体刊播东川脱贫攻坚报道190余篇，市级媒体刊播东川脱贫攻坚报道236余篇。中央、省、市主流网络媒体报道东川脱贫攻坚亮点特色工作460余篇，协调组织开展的“我们的脱贫故事”东川站主题采风活动，从产业发展、易地搬迁、医疗救助等方面入手，深入各乡镇（街道）脱贫攻坚一线，记录东川脱贫攻坚工作的艰辛历程和取得的巨大成就。组织全国网络新媒体东川行，发稿量逾300篇，微博话题总阅读量达130万，PC端、移动端、稿件等各平台累计浏览量超过320万。东川发布微信公众平台开设《脱贫攻坚进行时》专栏，共推送脱贫攻坚新闻信息120余条，阅读点击量累计超过64000余人次。组织东川区脱贫攻坚纪实展览展厅集中参观活动，组织展厅宣讲活动56余场次，接待各界干部群众2200余人次。

三、经验、问题和建议

1.主要经验及做法；

（1）强化工作统筹抓宣传

（2）主动策划抓宣传

（3）深挖典型人物抓宣传

（4）围绕民风建设抓宣传

（5）提升文艺工作抓宣传

2.存在的问题；

东川区2019年以来脱贫攻坚宣传工作取得一定的成效，但也还存在一些短板，如脱贫攻坚成效经验、先进人物、脱贫光荣户等典型宣传还未形成声势，有影响有深度的报道不多，宣传质量有待提升。

3.改进措施及建议。

（1）开展故事汇编。5月底前，**一是**将面向全区征集的系列扶贫故事进行筛选，待汇编成册，用于“三讲三评三诚信”活动中宣讲宣传。**二是**继续在区属媒体平台进行专栏推送。**三是**向掌上春城、昆明信息港、云南扶贫热线等省市主流网络媒体推送优秀扶贫日记，进行宣传推广。

（2）开展深度报道。全区各单位、各乡镇(街道)开展新一轮脱贫光荣户和脱贫经验典型征集。下一步将联系上级媒体对我区脱贫攻坚经验成效进行宣传报道，组织区内外媒体对相关人物进采访报道，并在区属新媒体平台开设“脱贫攻坚群英谱”专栏进行逐期报道。

（3）加强对内宣传引导。针对部分群众内生动力不足，对脱贫攻坚工作认可度不高等问题，将进一步依托区内新媒体平台、小喇叭等宣传阵地，大力进行政策宣传，脱贫光荣户、优秀扶贫干部的宣传报道。发挥好五支宣传队伍的力量，开展新一轮脱贫攻坚宣讲，激发群众内生动力。

中共昆明市东川区委宣传部扶贫工作经费

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。

2019年以来，东川区脱贫攻坚宣传工作在区委区政府的正确领导和上级宣传部门帮助指导下，为进一步聚焦脱贫攻坚中心工作，精心策划，大力选树典型，讴歌基层，凝聚正能量设置扶贫工作经费项目，为决战脱贫攻坚、决胜全面小康、奋力开创幸福美丽新铜都营造浓厚的舆论氛围,凝聚强大的精神动力提供资金保障。

2.项目实施情况。

2019年至今，中央级媒体刊播东川脱贫攻坚相关报道33余篇,省级媒体刊播东川脱贫攻坚报道190余篇，市级媒体刊播东川脱贫攻坚报道236余篇。中央、省、市主流网络媒体报道东川脱贫攻坚亮点特色工作460余篇，协调组织开展的“我们的脱贫故事”东川站主题采风活动，从产业发展、易地搬迁、医疗救助等方面入手，深入各乡镇（街道）脱贫攻坚一线，记录东川脱贫攻坚工作的艰辛历程和取得的巨大成就。组织全国网络新媒体东川行，发稿量逾300篇，微博话题总阅读量达130万，PC端、移动端、稿件等各平台累计浏览量超过320万。东川发布微信公众平台开设《脱贫攻坚进行时》专栏，共推送脱贫攻坚新闻信息120余条，阅读点击量累计超过64000余人次。组织东川区脱贫攻坚纪实展览展厅集中参观活动，组织展厅宣讲活动56余场次，接待各界干部群众2200余人次。

3.资金来源及使用情况。

2019年7月31日，据东政复[2019]179号文件，东川区财政局拨付扶贫工作经费3,500,000.00元。

扶贫工作经费实际使用情况如下:

1. **媒体合作经费**

A.支付昆明信息港2018年度脱贫攻坚及网络宣传合作费85,000.00元；

B.支付昆明日报社2018-2019年脱贫攻坚宣传费415,000.00元；

C.支付昆明广播电视台2018-2019年脱贫攻坚宣传费

200,000.00元；

 D.支付云南日报社2018年度脱贫攻坚专题宣传费150,000.00元；

E.支付昆明信息港2019年度脱贫攻坚及网络宣传合作费85,000.00元；

F.支付昆明广播电视台脱贫攻坚工作汇报片制作费100,000.00元；

G.支付云南日报社2019年度脱贫攻坚专题宣传费100,000.00元；

H.支付昆明日报社脱贫攻坚“百日会战”专题宣传费40,190.00元；

I.支付昆明日报社脱贫攻坚相关报道宣传合作经费55,000.00元；

J.支付云南信息报脱贫攻坚相关报道宣传合作经费27,106.00元；

媒体合作经费小计 1,257,296.00元。

**2、宣传制作费**

A.支付助宣广告公司制作脱贫政策一口清张贴画、习近平总书记工作照制作费55,200.00元；

B.支付“脱贫攻坚先进典型光碟”制作费7,380.00元；

C.支付喆远广告“脱贫攻坚”相关广告制作费、喷绘费66,189.00元；

D.支付远媒公司“易地扶贫搬迁感党恩标语”制作安装费49,000.00元；

E.支付思恒广告公司扶贫易地搬迁“自强诚信感恩”主题展厅制作费39,239.00元；

F.支付新时代文明实践站制作费（李子沟村“村情简介”、“最美扶贫人”、“脱贫光荣户”等公示栏安装、制作费）5,430.00元；

G.制作习近平总书记工作照相框2,100.00元；

H.印制1.1万份脱贫攻坚春节对联25,300.00元；

I.印制1.1万份习近平总书记工作照25,300.00元；

J.印制5.1万份脱贫攻坚政策宣传挂历76,500.00元；

K.支付昆明地下铁文化传播公司网络技术服务费(微站制作费)24.500.00元；

L.支付云南信息报社2018“媒体看东川”脱贫攻坚报道设计出版印刷费22,020.00元；

M.支付融歆广告脱贫攻坚光盘刻录费12,568.00元；

N.支付昆明声艺嘉广告公司更换脱贫攻坚展厅部分展板制作费3,700.00元；

O.支付东煊广告更换脱贫攻坚展厅“大井架、牯牛山、金沙江”等油画布等布展内容2,100.00元；

P.支付昆明涌韵广告制作脱贫攻坚迎宣传标语制作费6,930.00元；

Q.支付云南南望融媒信息科技公司脱贫攻坚表情包制作费15,000.00元；

宣传制作费小计 438,456.00元。

**3、购置专业设备**

A.购买拍摄脱贫攻坚宣传片航拍器(大疆精灵4FR三台) 40,800.00元；

B.购买高清非编机及存储设备等用于编辑视频、图文199,580.00元；

C.购存储器及非编工作站编辑视频、图文172,900.00元；

D.脱贫攻坚宣传发动分指挥部购买电脑、硬盘、办公桌、椅子等办公设备24,340.00

购置专业设备小计 437,620.00元。

**4、广告费用**

A.支付心成广告制作脱贫攻坚户外广告宣传费300,000.00元；

B. 支付心成广告制作脱贫攻坚户外广告宣传费尾款362,407.60元；

广告费用小计 662,407.60元。

**5、拨各乡镇及相关单位款项**

A.拨付文联扶贫宣传经费中一百幅优秀摄影、字画、对联作品征集评选活动经费120,000.00元；

B.拨舍块、红土地、拖布卡、因民、乌龙、汤丹6个乡镇扶贫宣传工作经费120,000.00元；

C.拨阿旺镇、铜都街道脱贫攻坚宣传示范村经费40,000.00元；

D.拨因民镇协助拍摄扶贫纪录片《承诺》工作经费12,000.00元；

E.拨区文联脱贫攻坚“感党恩”群众诗歌征集朗诵活动经费20,000.00元；

F.拨区文联编辑脱贫攻坚纪实书籍《征程》经费150,000.00元；

G.支付区文体广电局扶贫宣传工作经费80,000.00元；

H.支付区文体广电局扶贫宣传工作经费(脱贫攻坚主题文艺活动补助经费) 50,000.00元；

I.支付住建局脱贫攻坚氛围营造工作经费20,000.00元； J.支付区文联脱贫攻坚微电影宣传拍摄经费40,000元；

拨各乡镇及相关单位款项小计 652,000.00元。

**6、住宿费**

接待中央电视台《承诺》纪录片摄制组在红土地拍摄住宿费及至寻甸考察脱贫攻坚宣传发动工作住宿费5,894.00元。

**7、就餐费**

接待中央电视台《承诺》纪录片摄制组、昆明日报、云南日报、云南电视台、昆明电视台、等各级中央省市媒体拍摄及采访脱贫光荣感党恩、吴国良同志先进事迹、产业扶贫、“云岭楷模”视频拍摄、扶贫专题片、扶贫汇报片等工作就餐费23,031.00元。

**8、燃油及租车费**

支付中央电视台《承诺》纪录片摄制组拍摄期间用车燃油费及租车费8,785.00元。

**9、办公费**

购买脱贫攻坚汇报片多屏播放分配器及高清数据线4,680元；租赁脱贫攻坚展厅解说音响5,979.00元；购买脱贫攻坚纪实展厅降温用冷风扇、电源插座、南孚电池2,948.00元；支付新华社云南分社赴东川开展脱贫攻坚调研活动购雨衣210.60元；支付央视《承诺》摄制组购雨伞及方便面用于乡镇拍摄692.80元。

办公费小计14,510.40元。

 2018年-2019年扶贫工作经费各项支出合计3,500,000.00元。

（二）绩效目标。

1.总目标。

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，认真贯彻落实习近平总书记关于扶贫工作的重要论述和考察云南重要讲话精神，深入贯彻落实国务院，以及省、市、区关于脱贫攻坚的重大战略部署，按照“要快要准要实，有序有力有效”的要求，构建大宣传格局，打造全媒矩阵，精心组织“决胜全面小康，决战脱贫攻坚”重大主题宣传，全面系统总结宣传脱贫攻坚的成就经验，深入提炼东川“脱贫攻坚精神”，讲好东川脱贫攻坚故事，为决胜全面小康提供思想保证、精神保证、舆论支持和文化条件，营造浓厚的舆论氛围。

2.年度目标。包括产出目标、效果目标。

年度目标：聚焦脱贫攻坚中心工作，精心策划，大力选树典型，讴歌基层，凝聚正能量，为决战脱贫攻坚、决胜全面小康、奋力开创幸福美丽新铜都营造浓厚的舆论氛围,凝聚强大的精神动力。

产出目标：2019年至今，中央级媒体刊播东川脱贫攻坚相关报道33余篇,省级媒体刊播东川脱贫攻坚报道190余篇，市级媒体刊播东川脱贫攻坚报道236余篇。中央、省、市主流网络媒体报道东川脱贫攻坚亮点特色工作460余篇，协调组织开展的“我们的脱贫故事”东川站主题采风活动，从产业发展、易地搬迁、医疗救助等方面入手，深入各乡镇（街道）脱贫攻坚一线，记录东川脱贫攻坚工作的艰辛历程和取得的巨大成就。组织全国网络新媒体东川行，发稿量逾300篇，微博话题总阅读量达130万，PC端、移动端、稿件等各平台累计浏览量超过320万。东川发布微信公众平台开设《脱贫攻坚进行时》专栏，共推送脱贫攻坚新闻信息120余条，阅读点击量累计超过64000余人次。组织东川区脱贫攻坚纪实展览展厅集中参观活动，组织展厅宣讲活动56余场次，接待各界干部群众2200余人次。

效果目标：**一是**统筹协调脱贫攻坚各行业分指挥部、各乡镇手机汇总脱贫攻坚音像视频文字资料；**二是**将记者下沉到全区各镇村，深入挖掘在脱贫攻坚战役中涌现出来的敢于担当务实苦干的好干部、各行各业的致富带头人，身残志坚、自强不息的贫困群众；**三是**广泛宣传脱贫攻坚先进典型；**四是**由市文联、昆明日报社牵头组织开展的“我们的脱贫故事”东川站主题采风活动，从产业发展、易地搬迁、医疗救助等方面入手，深入采访报道东川脱贫攻坚工作的艰辛历程和取得的巨大成就；**五是**邀请中央省市媒体到东川进行采风，充分展示东川区的脱贫成效；**六是**思想扶志，深化“小手拉大手”**。**面向全区中小学生，开展“我家的脱贫故事”“我身边的脱贫故事”为主题的征文比赛；**七是**做好东川区贫困县退出评估迎接云南省和国家第三方检查的相关工作；**八是**组织省市媒体对东川区开展“党群团结一家亲·齐心共建新家园”主题活动进行集中采访报道。宣传报道东川区党员干部践初心、访群众、送温暖、增感情，引导教育贫困群众感党恩、听党话、跟党走的先进做法；**九是**印制了以“幸福东川 圆梦小康”为主题的东川脱贫攻坚工作画册2000册，画册采取图文并茂的形式，形象地展示了东川脱贫攻坚工作中各行各业的工作成效和典型人物。

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。

一是紧紧围绕学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想这个首要任务，认真贯彻落实全国、全省、全市宣传部长会议精神，主动承担起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，大力推进实施宣传思想工作“十大工程”，取得了阶段性的工作成效。二是始终坚持以人民为中心的工作导向，切实做党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者。三是坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主的工作方针，进一步整合区内宣传资源，建立信息共享平台、人员互动平台和信息多渠道传播机制，形成宣传合力，全力讲好东川故事、传播好东川声音、展示东川良好形象，为东川经济社会发展和脱贫攻坚营造良好的舆论氛围。

2.研究文件。

昆宣通〔2019〕35《意识形态工作考核内容评分标准》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。脱贫攻坚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。

扶贫工作经费的使用原则为科学规范、公开公正、专款专用。

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。

扶贫工作经费的绩效评价一是以媒体合作中合同内的具体指标评价为准，如统计发布稿件的名称、相关网络链接、外推情况内容等，二是以具体实际成效考核为准，如相关活动开展、相关材料制作。

（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。

扶贫工作专项宣传经费在全区营造了浓郁的脱贫攻坚宣传氛围，群众对脱贫攻坚成效认可度高，区委区政府的各项脱贫攻坚工作得到了人民群众的认可。

3.数据分析和撰写报告。

根据2019年开展工作，区委宣传部撰写了《2019-2020脱贫攻坚宣传情况专报》。

（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。

2019年至今，中央级媒体刊播东川脱贫攻坚相关报道33余篇,省级媒体刊播东川脱贫攻坚报道190余篇，市级媒体刊播东川脱贫攻坚报道236余篇。

（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。

中共昆明市东川区委宣传部于2020年5月5日完成了部门整体支出绩效自评及重点项目的自评工作，通过对扶贫工作经费支出的绩效目标设定、资金到位、资金管理、资产管理、财务管理、各项目产出、经济效益、社会效益等方面等进行了绩效评价。单位2019年在扶贫宣传氛围营造等各项工作方面，均达到设定的目标。

单位的自评报告内容、格式按要求撰写，从自评结果来看，单位在扶贫宣传氛围营造等工作方面等取得了良好的社会效益。

经自评，2019年度扶贫工作经费支出绩效评价综合得分为99.00分。

五、主要经验及做法、存在的问题和建议

（一）主要经验及做法；

1.强化工作统筹抓宣传

东川区认真贯彻落实习近平总书记在决战决胜脱贫攻坚座谈会重要讲话精神，干好脱贫攻坚，讲好脱贫攻坚。脱贫攻坚工作开展以来，多次就脱贫攻坚宣传工作进行安排部署，将脱贫攻坚宣传与其他工作同安排、同落实，做到每个乡镇街道、每个单位、每个分指挥部都有宣传任务。制定出台多项宣传制度，提升脱贫攻坚宣传工作科学化、规范化、制度化水平，为脱贫攻坚宣传工作奠定基础。新冠肺炎疫情发生后，在抓好疫情防控宣传、经济转型发展宣传的同时抓牢脱贫攻坚宣传，切实做到“手手抓、手手硬”，为决战决胜脱贫攻坚凝聚强大力量。

2.主动策划抓宣传

提前谋划、主动策划，积极开展脱贫攻坚主题宣传。中央电视台《焦点访谈》3次、《聚焦三农》1次集中报道东川李子沟村精准脱贫经验，新华网、农民日报、中国税务报等从不同角度对东川李子沟开花洋芋助力脱贫攻坚的扶贫经验进行了长篇报道。争取央视脱贫主题的大型纪录片《承诺》选点东川拍摄，增加播出时长并计划在全国两会上放映，中央电视台《致富经》栏目2次选取东川致富带头人进行专题报道，省市媒体关于东川脱贫攻坚易地搬迁、产业发展、就业扶贫等工作成效的独篇报道共60余条，扶贫宣传取得良好成效。组织各级媒体对“党群团结一家亲·齐心共建新家园”主题活动进行跟踪报道，省市区相关新闻报道10余条。新华网、新华每日电讯刊发报道《3万人大搬迁——泥石流上的扶贫奇迹》，报道了舍块乡袁双等2000余户贫困户搬迁进城后，政府部门务工就业、子女上学等问题的相关工作举措，中工网、21CN、东方网、澎湃网、中国社会扶贫网、云南发布等转载传播40余次。

3.深挖典型人物抓宣传

对脱贫攻坚工作中涌现出来的先进典型及时总结宣传，用群众身边的人、身边的事进行教育引导。评选表彰“最美扶贫人”“脱贫光荣户”，省市以及区属媒体平台推出《东川拖布卡镇残疾夫妻勤劳创业 不当贫困户不给国家添负担》《 群山怀中万羽红 ——王永运返乡创业记》《东川松坪“鸡王”薛开勇的创业“致富路”》《东川格勒蔬菜瓜果“种植大王”魏荣堂的“致富经”》等“脱贫光荣户”“致富带头人”先进典型深度报道48余篇。推出《让我来 不撤退——记省税务局驻村第一书记李剑锋》《信念 让人生不再平凡——记拖布卡镇布卡村扶贫专干贺传玉》《援滇生涯中，这位上海干部要让东川有“冬”有川》《脱贫攻坚一线的“救火队长”》等一批有关扶贫干部典型深度报道。人民日报、央视网、中国网、昆明信息港等多家媒体对张顺东夫妇身残志坚自力更生的脱贫事迹先后进行了报道，在抖音、微博、网站、微信公众号等平台阅读量、播放量累计150万余人次。目前面向全区征集“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”等400余篇，开展典型经验提炼与宣传情况调研，进一步开展提升全区脱贫攻坚宣传工作。

4.围绕民风建设抓宣传

深化群众性精神文明创建工作，开展脱贫攻坚精神文明建设。组建群众宣讲团、记者讲述团等五支宣讲队伍通过现场、线上等方式到各乡镇（街道）、移民新区开展了10期“我身边的扶贫故事”主题宣传，讲述东川扶贫故事。发挥新时代文明实践中心、站作用，积极开展文化培训，定期开展群众性文化演出、文艺辅导等活动。云南日报、昆明日报等推出的《山乡文明新风成乡村振兴强大动力》《2019年以来昆明市“文明家庭”候选家庭展示》《“爱心超市”既实惠又励志》等报道中均采用东川区文明创建、民风培育的典型事例和有效举措。省市媒体推出的《乡村壁画描绘新生活》《孙海平：打造国际壁画艺术村 让旅游为关中村插上致富的翅膀》等报道为东川区乡风文明创建营造了良好的社会舆论氛围。

5.提升文艺工作抓宣传

# 以开展群众文化活动为重点、以文化作品为抓手、以文化扶贫为目标，扎实推进脱贫攻坚主题文化建设。一是以文化做纽带，用戏曲传真情。组织文艺队8只160余人，到各乡村、社区进行惠民演出，共计演出182场，参与人次27300余人。二是加大脱贫攻坚主题文艺创作。脱贫攻坚微电影《石板谣》在东川开机，编撰并印发脱贫攻坚纪实书籍《征程》和《幸福东川 圆梦小康》脱贫攻坚纪实画册，向全区各乡镇（街道）、各部门发放脱贫攻坚歌曲、宣传片、书籍、工作画册100余套。

（二）存在的问题；

东川区2019年以来脱贫攻坚宣传工作取得一定的成效，但也还存在一些短板，如脱贫攻坚成效经验、先进人物、脱贫光荣户等典型宣传还未形成声势，有影响有深度的报道不多，宣传质量有待提升。

（三）建议和改进措施。

1.开展故事汇编。5月底前，**一是**将面向全区征集的系列扶贫故事进行筛选，待汇编成册，用于“三讲三评三诚信”活动中宣讲宣传。**二是**继续在区属媒体平台进行专栏推送。**三是**向掌上春城、昆明信息港、云南扶贫热线等省市主流网络媒体推送优秀扶贫日记，进行宣传推广。

2.开展深度报道。全区各单位、各乡镇(街道)开展新一轮脱贫光荣户和脱贫经验典型征集。下一步将联系上级媒体对我区脱贫攻坚经验成效进行宣传报道，组织区内外媒体对相关人物进采访报道，并在区属新媒体平台开设“脱贫攻坚群英谱”专栏进行逐期报道。

3.加强对内宣传引导。针对部分群众内生动力不足，对脱贫攻坚工作认可度不高等问题，将进一步依托区内新媒体平台、小喇叭等宣传阵地，大力进行政策宣传，脱贫光荣户、优秀扶贫干部的宣传报道。发挥好五支宣传队伍的力量，开展新一轮脱贫攻坚宣讲，激发群众内生动力。