2019年新闻媒体宣传合作经费项目支出绩效

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，区委宣传部与云南日报社、云南信息报、云南网、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

2019年以来，中央级媒体对东川宣传报道共计76余篇（条）

（二）省级媒体宣传报道情况

2019年以来，省级媒体对东川宣传报道共计680余篇（条）。

（三）市级媒体宣传报道情况

 2019年以来，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

2019年以来，区级8个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

2019年以来，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1022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。

2019年新闻媒体宣传合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。

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，2019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。

2019年，区委宣传部与云南日报社、云南信息报、云南网、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。

年度目标：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）。

产出目标：2019年以来，中央级媒体对东川宣传报道共计76余篇（条）；省级媒体对东川宣传报道共计680余篇（条）；市级媒体对东川宣传报道共计700余篇（条）。

效果目标：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。

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。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2019年开展工作，区委宣传部撰写了四个专项报告。分别为《2019-2020年宣传报道情况专报》《2019-2020年营商环境报道情况专报》《2019-2020生态环境建设宣传报道专报》《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年以来，中央级媒体对东川宣传报道共计76余篇（条）；2019年以来，省级媒体对东川宣传报道共计680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。本项目2019年项目支出绩效自评共性指标体系框架得分为97分，评价结果为优。

四、成本效益分析

项目资金使用情况

2019年9月，据东财预[2019]1号文，2019年9月16日区财政局拨款2019年新闻宣传媒体合作经费区级资金500,000.00元。

另据东政复[2019]233号《昆明市东川区人民政府关于庆祝中华人民共和国成立70周年活动经费的批复》文件，同意将年初安排给你单位的伍拾万元整(50万元)宣传工作经费用于统筹使用庆祝中华人民共和国成立70周年活动经费。

2019年新闻宣传媒体合作经费实际使用情况如下:

1. **租赁费**

支付昆明声光艺广告传媒公司庆祝中华人民共和国成立70周年文艺汇演舞台音响租赁费20,000.00元；

**2、委托业务费**

A. 支付昆明声光艺广告传媒公司庆祝中华人民共和国成立70周年纪念活动费用4,560.00元；

B. 支付昆明声光艺广告传媒公司庆祝中华人民共和国成立70周年升旗仪式各项费用6,605.00元；

委托业务费小计：11,165.00元

**3、办公经费**

A.支付“祖国在我心 筑梦新时代”庆祝中华人民共和国成立70周年歌舞比赛演出服装费11,215.00元；

B.支付2019年各级媒体新闻媒体人员到东川采访的住宿费16,887.78元；

C. 支付庆祝中华人民共和国成立70周年歌舞比赛演出化妆费2,280.00元；

D.支付“壮丽70年 奋斗新时代”大型主题采访活动为各级媒体记者购买面包、牛奶等干粮款2,346.50元；

E.党报党刊、内刊订阅费5,542.80元；

F.支付庆祝中华人民共和国成立70周年文艺汇演节目单印制费400.00元；

G.支付域名运行费513.77元；

H.支付庆祝中华人民共和国成立70周年文艺汇演矿泉水款756.00元。

办公费经费小计 39,941.85元。

**4.就餐费**

A.支付云南日报、云南信息报、昆明日报、云南经济日报、中国劳动保障报、中国县城经济报、都市时报、云宣网等新闻媒体记者2019年1-6月关于拍摄《美丽中国》纪录片、采访产业扶贫、大菜园水源地保护情况、生态环保、脱贫攻坚扶贫电商、易地搬迁就业、经济建设、养殖产业等宣传活动就餐费29,461.00元；

B.支付新华社、都市时报、昆明日报、云南日报、云南经济日报、中央电视台等新闻媒体记者2019年7-12月关于拍摄《航拍中国》、拍摄“秋收的幸福色彩”、公益诉讼主题新闻发布会采访、脱贫攻坚典型事例、庆祝中华人民共和国成立70周年宣传活动、《唱响新时代》栏目组踩点挑选节目等各项活动就餐费22,135.82元；

就餐费小计：51,596.82元

**5.劳务费**

支付庆祝中华人民共和国成立70周年歌舞比赛两名指导老师30天排练教学劳务费8,560.00元；

**6.交通费及差旅费**

A.支付中央电视台《唱响新时代》栏目组到东川区红土地、李子沟及各乡镇踩点拍摄租车费6,230.00元；

B.支付中央电视台《唱响新时代》栏目组到东川踩点用车过路费206.00元；

C.报销恢复成立东川电视台及融媒体中心论坛暨县级融媒体建设差旅费2,586.00元。

交通费及差旅费小计：9,022.00元

2019年宣传工作各项经费合计：140,285.67元

2018年度新闻媒体宣传合作经费结转金额为47,640.60元，2019年新闻媒体宣传合作经费收到拨款500,000.00元，各项支出140,285.67元，2019年新闻媒体宣传合作经费结转金额为407,354.93元，2020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

（一）主要经验及做法；

（一）强化典型引领，助力脱贫攻坚

2019年，针对脱贫攻坚主题，区委宣传部提前策划，挖掘先进典型，强化引领示范,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，教育引导凝聚群众,积极协调对接中央、省、市媒体推出了一批有影响力的宣传报道。中央电视台《致富经》栏目组先后两次来到东川，对脱贫攻坚致富带头人马关琴、薛开勇茶花鸡养殖、五黑鸡养殖的创业扶贫故事进行采访报道，先后在CCTV7、CCTV8频道播出。积极争取央视脱贫攻坚主题大型纪录片《承诺》增加了东川区播出时长，再次来到东川拍摄，并计划在全国两会上播出。2019年以来，中央级媒体刊播东川脱贫攻坚相关报道19余篇（条）；省级媒体刊播东川脱贫攻坚报道112余篇（条），市级媒体刊播东川脱贫攻坚报道207余篇（条）。中央、省、市主流网络媒体报道东川脱贫攻坚亮点特色工作350余篇（条），阅读量超百万。

（二）创新工作举措，坚持与时俱进

一是多举措开展网络新媒体宣传。东川电视台共播出新闻2000余篇（条），累计播报时长约60余小时。东川发布微信公众号以来累计发布信息2200余篇（条），现有关注人数约3.1万人，累计阅读量超51万余次。二是网络主题宣传成效显著。在网络平台开展各类主题宣传，2019年以来累计开展网络主题宣传30余次，围绕脱贫攻坚、易地搬迁、旅游发展、转型发展、泥石流车赛、扫黑除恶等开展了大量的网络主题宣传，协调市级网络平台昆明信息港、掌上春城等开展了多次大型网络主题宣传，2019年以来网络宣传报道1022余篇（条）。《中国扶贫》杂志社及中国扶贫网、中国网推出了长余篇（条）报道《探寻红土地的“秘密”：云南东川脱贫摘帽靠什么？》，全面总结宣传了东川区脱贫攻坚中的经验成效和先进典型，为东川区脱贫攻坚营造了积极良好的社会氛围。我区脱贫光荣户张顺东、李国秀夫妇身残志坚、自力更生脱贫致富的感人事迹经中央、省、市媒体采访报道，在抖音、微博、网站等媒体平台逾150万的阅读人次，6万余点赞量，大大传播了东川区脱贫攻坚中的正能量。

（三）强化专题报道，深度报道有力

一是加强宣传策划，浓厚营商氛围。营商环境建设大会召开后，区委宣传部迅速组织记者和相关单位召开营商环境建设宣传工作会，梳理策划宣传亮点，安排部署新闻采访，在云南日报、云南信息报、昆明信息港、云南经济日报等媒体等推出《昆明市东川区建立健全“123333”服务体系全力优化营商环境》《东川区进一步优化营商环境十二余篇（条）措施》《东川在云南率先推“企业吹哨 干部报到”服务》《东川开展“三大行动”破解发展瓶颈》等一批重点稿件，并对我区招商引资、项目建设等相关工作动态进行及时报道，2019年以来有关东川区营商环境建设的报纸、电视等新闻报道64余篇（条），网络报道60余篇（条），极大提升全区干部群众营商招商的创业激情和信心，营造了积极浓厚的社会氛围。二是生态环境建设相关报道影响力大。积极协调21家中央和省内外网络媒体，对东川区资源枯竭型城市转型发展、脱贫攻坚、生态建设等进行了为期4天的集中采访报道。新华网、经济日报、中央广播电台、农民日报、四川在线、荆楚网、中国新闻社、云南电视台、云南日报、云南网、云岭先锋杂志等媒体报道了东川区转型发展成效，全方位、立体式展现了东川区脱贫攻坚、产业发展、生态修复等方面的成效。2019年关于东川区生态环境建设方面的报纸、电视正面报道40余篇（条），网络报道64余篇（条）。三是做好区内各专项工作专题宣传报道。在服务好各项重点工作的同时，切实做好全区各项宣传工作。2019年以来，区委宣传部围绕扫黑除恶“反恐”等50余项专项工作及“中国•东川国际泥石流汽车越野赛”等大型活动开展了大量的宣传报道工作，营造了良好的社会氛围。

（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2020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。