

**2025年度
中国共产党苍溪县委员会宣传部
部门决算**

目 录

第一部分 部门概况	1
第二部分 2025 年度部门决算情况说明	13
一、收入支出决算总体情况说明	13
二、收入决算情况说明	13
三、支出决算情况说明	14
四、财政拨款收入支出决算总体情况说明	15
五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明	15
六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明	21
七、财政拨款“三公”经费支出决算情况说明	21
八、政府性基金预算支出决算情况说明	23
九、国有资本经营预算支出决算情况说明	23
十、其他重要事项的情况说明	24
第三部分 名词解释	28
第四部分 附件	33
第五部分 附表	89
一、收入支出决算总表	89
二、收入决算表	89

三、支出决算表	89
四、财政拨款收入支出决算总表	89
五、财政拨款支出决算明细表	89
六、一般公共预算财政拨款支出决算表	89
七、一般公共预算财政拨款支出决算明细表	89
八、一般公共预算财政拨款基本支出决算表	89
九、一般公共预算财政拨款项目支出决算表	89
十、政府性基金预算财政拨款收入支出决算表	89
十一、国有资本经营预算财政拨款收入支出决算表	89
十二、国有资本经营预算财政拨款支出决算表	89
十三、财政拨款“三公”经费支出决算表	89

第一部分 部门概况

一、部门职责

（一）主要职能

1. 拟定全县宣传思想文化工作重大政策和事业产业发展总体规划，统筹协调推进全县宣传思想文化工作，按照县委统一部署，协调宣传思想文化系统各部门（单位）之间的工作。

2. 统筹协调全县党的意识形态工作，贯彻落实中央和省委、市委、县委关于意识形态工作的决策部署，组织协调意识形态工作责任制落实的日常监督检查，分析研判意识形态领域情况，配合巡视巡察工作开展专项检查。

（1）统筹指导协调理论学习、理论宣讲、理论研究工作，组织推动理论武装工作，指导推动哲学社会科学工作，实施马克思主义理论研究和建设工程。

（2）负责规划组织全局性思想政治工作，配合县委组织部做好党员教育工作，会同有关部门研究和改进群众思想工作。组织重大先进典型的学习和推广。

（3）统筹指导协调推动精神文化产品的创作和生产，协调组织中华优秀传统文化和苍溪特色文化传承发展工作，指导协调推动群众文化建设。

（4）统筹组织协调精神文明建设工作，协调推动精神文明创

建、精神文明创建培育、精神文明创建实践以及公民思想道德建设工作。

（5）统筹分析研判和引导社会舆论，指导协调县级新闻单位工作，负责组织协调重大新闻宣传活动和重大突发公共事件应急新闻工作。

（6）统筹协调对外宣传工作，组织推动国际传播能力建设，组织指导重大对外宣传活动和对外文化交流工作，协调推动中华文化走出去工作。负责会同有关部门做好境外来访记者采访事务方面的工作。

（7）负责人权宣传工作的组织协调，会同有关部门组织涉及民族地区、反邪教等方面的对外宣传和舆论斗争工作。

（8）统筹协调全县网络安全和信息化工作，拟订发展规则和重大政策，推进网络安全信息化、标准化建设。统筹协调网络意识形态工作，负责指导、督促、检查网络意识形态工作责任制的贯彻落实。负责新媒体的建设与管理工。负责全县互联网信息内容管理、宣传管理和舆论引导工作及其监督执法工作。协调处理全县网络安全和信息化重大突发事件与有关应急工作。统筹推进网络阵地建设，依法负责网络新闻业务等功能业务的审批及日常监管，指导有关部门开展互联网基础管理工作。

（9）统筹指导舆情信息工作，组织协调开展舆论信息收集分析研判工作，跟踪了解、研究掌握宣传舆情动态。

（10）统筹协调组织开展新闻发布工作，承担县委新闻发布

有关组织协调工作，负责县政府新闻发布组织实施工作，指导县委、县政府各部门（单位）和乡镇新闻发布工作，推动新闻发言人制度建设。拟订全县重大问题宣传口径。

（11）对新闻出版、文化艺术、广播电视、电影和旅游业改革发展研究提出政策性建议，统筹指导推进文化体制改革和文化事业、文化产业及旅游业发展，统筹县属国有文化资产监管工作，组织研究县属国有文化资产监管重大政策，会同有关单位负责相关工作开展。

（12）负责管理新闻出版行政事务和所涉及的行政审批工作，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业、管理著作权等。组织指导协调“扫黄打非”工作。负责中央、省、市和县外新闻媒体在苍采访活动的监督管理。负责新闻记者证管理工作。

（13）负责管理电影行政事务和所涉及的行政审批工作，指导监管电影制片、发行、放映工作，组织对电影内容进行审查，指导协调和参与重大电影活动和电影对外合作交流等。

（14）受县委委托，会同县委组织部管理文化旅游体育、广播电视、新闻、出版、电影、社会科学研究和互联网信息等方面县直宣传思想文化单位的领导干部。对全县专兼职宣传员的任免提出意见。负责有关重要宣传舆论阵地和重要岗位领导干部管理。负责组织开展宣传思想文化战线干部教育培训和人才工作。

（15）归口领导县文化广播电视体育和旅游局等宣传思想文化单位。

（16）承担县精神文明建设委员会、县委宣传思想文化工作领导小组等的日常工作。

（17）宣传贯彻执行有关融媒体宣传工作的方针政策和法律法规，充分发挥党和政府的喉舌作用，把握正确舆论导向。

（18）根据国家、省、市总体规划和要求，拟订全县融媒体事业发展规划并组织实施。

（19）负责“媒体+党建”“媒体+政务”“媒体+公共服务”“媒体+增值服务”等业务开展。

（20）负责网络、广播电视等媒体视听、图文节目的内容生产和质量审核工作。

（21）负责广告、专题制播等工作。

（22）负责全县广播传输覆盖和融媒体平台节目安全播出、舆情监测工作。

（23）承担全县融媒体人才队伍建设及人员教育培训工作。

（24）贯彻执行党的各项文艺方针政策，指导、联络、协调、服务我县各文艺家协会和文艺工作者，听取和反映文艺界的情况和意见。

（25）组织召开县文联工作会，组织和推动各艺术门类的学术研究活动，促进我县学术交流。

（26）制定组织和实施我县重大文艺活动和创作规划，组织文艺工作者深入社会生活，加强艺术实践，培养文艺优秀人才，出文艺精品，为我县经济和文明建设服务。

（27）搞好我县文艺理论研究工作，指导各协（学）会，不断发现培养扶持文艺新人；组织实施我县各类文艺评奖活动；表彰奖励我县各类优秀文艺成果，促进文艺的不断繁荣。

（28）加强与我县各协（学）会、文艺界人士和兄弟县文联的联系，积极开展文艺交流活动，利用文艺人才优势，开发利用文艺资源，为进一步促进我县文艺繁荣和经济的发展，提高苍溪知名度，充分发挥文联的作用。

（29）维护宪法赋予文艺工作者和文艺团体的合法权益，开展维护作家、艺术家知识产权等正当权益工作。

（30）加强党委、政府及社会各界与文艺界的民主协商和密切合作，共同发展我县文艺事业。

3. 完成县委、县政府和上级主管单位交办的其他工作。

（二）2025年重点工作完成情况

1. 理论武装入脑入心。一是抓好理论学习。县委中心组开展集体学习7次，示范带动全县各单位党委（党组）中心组开展集体学习590余次，开展中心组学习列席旁听17次。二是抓好理论宣讲。统筹“习语润梨乡”理论宣讲团力量，围绕党的创新理论开展集中宣讲430余场次、基层宣讲1400余场次，摄制展播理论微宣讲视频12期。举行“党的创新理论在广元”基层理论宣讲等活动7场，覆盖基层党员干部群众和青年学生1500余人。参加省、市基层理论宣讲大赛，分别获省级复赛二等奖，市级比赛特等奖、优秀奖。三是抓好理论研究。围绕重大主题组织党员干部开展理

论研究，县委中心组成员在《广元日报》等市级以上媒体刊发理论调研文章6篇，其他党员干部在《广元日报》发表理论文章10余篇。《做实基层理论宣讲 让“习语”润泽梨乡大地》被市宣《宣传工作》列为优秀案例。

2. 意识形态可管可控。一是从严压实责任。县委常委会专题研究意识形态工作2次，召开全县意识形态（网络意识形态）领域分析研判会6次。举办宣传工作业务培训会，传达学习新修订的《党委（党组）意识形态工作责任制实施办法》，压紧压实全县各单位工作责任。二是从严阵地管理。开展网络安全执法检查22次，整治网络漏洞16个，苍溪文旅体建设发展有限公司未履行网络安全保护义务案入选四川“护网2025”典型案例。开展“扫黄打非”执法检查4轮，检查影院、印刷企业等经营单位56家次，督促整改问题2个。严格落实县内新闻媒体值班及发稿审核制度，严格实行报告会、研讨会、讲座、论坛审批备案制度，意识形态领域阵地安全可控。三是从严督促检查。将意识形态工作纳入对乡镇、县级部门年度考核内容，开展专项检查。结合县委巡察，对8个乡镇、17个县级部门开展意识形态专项巡察；高质量完成省委巡视“回头看”，意识形态问题全面销号。

3. 对外宣传有声有色。一是新闻宣传成果丰硕。在中央、省、市级主流媒体发稿10115条，其中《人民日报》发稿7件，中央电视台播出38条，《新华社每日电讯》发稿2件，《四川日报》发稿50件，四川电视台播出130条。苍溪县“一村一主播”火爆出

圈，新华社客户端刊发的《中国经济样本观察·县域样本篇 | 四川山区小县为何吸引“村播”扎堆？》（短视频+图文）单条浏览量达157.6万，“四川谢支书（谢艾军）”春季系列短视频播放量超2600万次，点赞约30万次，4次登上抖音热榜。二是形象宣传效果显著。成功举办“央、省、市主流媒体看苍溪数字经济采风行”活动，2件新闻作品获得2024年度四川县融新闻奖二等奖、第四届四川生态环境新闻奖，《赵栋贤：捧着一颗心来 不带半根草去》获评四川省十佳好新闻、四川新闻奖三等奖、四川县融媒新闻三等奖。三是国际传播可圈可点。新增1个国际社交账号，重要活动期间在Times Newswire（时代新闻社）、Am-news（美国晨报）、Morganville Coop（摩根维尔新闻社）等国际媒体发布苍溪元素的新闻稿件460余条，有效提升苍溪在境外的知名度和美誉度。四是融媒工作成效显著。紧扣“543”发展战略，常态化推出“拼经济 比发展”“我为群众办实事”等宣传专栏，结合“2025年‘苍溪雪梨’生态产品推介暨苍溪县梨花文化旅游季”“2025年中国农民丰收节 凝聚社会力量 助力乡村振兴—社会力量老区行专场活动”等活动，精心策划“花开苍溪·与‘梨’有约”“梨乡‘丰’采”“味·苍溪”等系列主题报道，全年制播《苍溪新闻》365期，编发稿件2500余条，“视角苍溪”APP发稿11000余条，“苍溪发布”微信公众号发稿2000余条，“苍溪发布”视频号发布短视频700余条，“苍溪融媒”抖音号发布短视频1100余条，苍溪电视台综合频道安排播出电视

栏目30余个、各类公益广告5000余条、电视剧2920集，各类新闻作品体量、质量均创历史新高。聚焦乡村振兴、产业发展、文旅融合、民生保障、营商环境等关键领域，精心策划外宣选题、主动对接上级媒体，全年在中央、省、市三级媒体分别播出电视新闻50余条、120余条、690余条，在四川观察播出短视频60余条、在广元日报刊发稿件460余条，策划推出的《新思想引领新征程·数字乡村建设助力农业农村现代化》《“水上高速”助物流 “新蜀道”通江达海》《苍巴高速通车运行 川东北再添新通道》《手机“新农具”直播“新农活”》等主题报道，全面展示了我县在数字“村官”培育、电子商务发展、水运交通提质、培育“梨乡村播”等方面的发展成就，有效提升了县域影响力。积极配合县科技局、县猕猴桃协会等单位，摄制《科技兴梨乡 服务我来讲》等科技类宣传视频30余期，《红色苍溪 奋进梨乡》等形象宣传片20余期，剪辑包装《我的乡村是一轮燃烧的太阳》等歌曲MV4条，配合完成“苍溪县三清小学校2025年地震紧急逃生避险演练”等全程拍摄剪辑制作6期，新开设的《山河记得您——苍溪老兵英雄故事》宣传专栏，通过人物专访、事迹报道等形式，先后推出曹树忠、邱云德等32位退伍老兵动人故事，一经推出便获得好评。创新“广播+新媒体”融合传播模式，精心打造《梨乡清风》《一路畅听》《音乐下午茶》等6档固定原创节目，覆盖新闻资讯、政策解读、农业技术、生活服务及休闲娱乐等领域，信号覆盖苍溪县城及31个乡镇，月均收听人数超10万人次。同时，

在“应急广播”板块及时发布权威信息100余条，成为县域内主流舆论传播与民生服务的重要平台。

4. 文明风尚向上向好。一是文明实践提质增效。建成乡级文明实践综合体6个，提质打造“乡贤说事+知客说理”等文明实践品牌项目10个。利用传统节日开展主题活动950余场（次），文明实践云平台累计注册志愿者3.38万人、团队190个，完成“点派接评”闭环总数1934单，点亮群众“微心愿”3550个，解决群众急难愁盼问题650余个。二是文明创建落实落细。建成全国文明单位2个、全国文明村镇3个。大力引导农民群众移风易俗，制定村规民约实施细则，打造文明新风积分升级版样板村92个，黄猫垭高台村等7个村纳入全市乡风文明代表性示范点位。三是文明培育以文化人。开展“三讲两议一选树”活动，杨军获评第三批四川省岗位学雷锋标兵，谢艾军入围“四川省网络文明达人”。苍溪县老年养护院被授予“全国敬老文明号”称号。建成标准化“四川好人”工作室1个，深化未成年人思想道德建设，新建标准化的未成年人心理辅导室1个。

5. 文化事业稳中有进。一是文化发展持续繁荣。岳东镇《我要上热搜》节目参加四川省第五届乡村文化振兴魅力竞演大赛北部片区交流展演活动。浙水乡《山水美村》节目荣获四川省第五届乡村文化振兴魅力竞演大赛广元赛区三等奖。开展春节七天乐、梨花文化旅游季、广元女儿节暨欢乐文化周等文化惠民活动80余场次。组织开展“梨乡之春”“牛角半岛乡村振兴”“诗咏

阆苍南·走进黄猫垭”等创作采风笔会20余次。开展第四次全国文物普查，完成315处三普信息复查，完成有效信息实地调查74处。二是文旅产业破题起势。成功完成苍溪县月神部落农文旅康养度假区的投资协议签约，项目总投资额高达12亿元。对红军街、景区旅游厕所、停车场等进行改造修缮，预计今年春节前建成并投入使用。新增苍溪四和院文化艺术培训学校有限责任公司、四川百川包装印刷有限公司、四川苍溪文化旅游发展集团有限公司3家规上文化企业。全年预计实现规模以上文化、体育和娱乐业营业收入增长8%。三是文艺创作不断提升。2首原创歌曲分别荣获广元市第二届民歌大赛二等奖、“共和国的旋律2025新创词曲作品评选”活动金奖。苍溪灯戏《刀客儿教子》入围四川省第二十届戏剧小品大赛决赛。本土作家李汀先后在《人民日报·大地》副刊和国内主流文学刊物《延河》发表散文8篇。摄影作品《秋水长天》入选中国摄影网。积极推荐优秀文艺会员，新增国家级会员1名，省级会员2名，市级会员7名，县级会员21人。

6. 舆情工作及时有效。一是壮大网上主流舆论。承办2025年广元市国家网络安全宣传周活动等网络主题宣传活动21场次。推出“我是苍溪人 我担当”等话题，总播放量达2亿次。开展网络安全知识宣传普及活动180余场次，召开网络代表人士座谈会，表扬一批正能量网络达人代表，打造“村播”工作室4个，相关工作经验文章在《广元日报》《调查与决策》等刊发。二是守牢网络安全底线。重要节点落实7×24小时值班值守、联防联控等

重保措施，针对“苍溪吉通能源有限责任公司感染僵尸木马”等突发网络安全状况，第一时间启动应急响应，成功化解网络安全风险。三是强化网络综合治理。聚焦网络违法犯罪打击与网络空间秩序整治，成功侦办网络犯罪案件3件，完成配侦案件53件，有力震慑涉网违法犯罪行为。推进中央、省宣社会舆情信息直报点报送工作，向中宣部报送1639篇，采用187篇，省宣报送1916篇，采用369篇，20余篇稿件编入内部刊物《舆情参阅》《每日舆情汇报》。

7. 文艺事业繁荣发展。一是主题活动赋能发展。策划特色文艺活动12项，形成“文艺+产业”融合模式。评估验收4所书法教育特色学校，促成省级“文艺两新创意工坊”落户，与8个省级协会签订战略合作协议，推动《苍溪映画》主题曲创作。开展跨区域采风5次，出版《诗咏阆苍南》专辑，收录作品1000余件。全年举办“文化大篷车”走基层、义务写春联等惠民活动50余场，惠及群众2000余人次。二是创作成果量质齐升。各艺术门类获市级以上奖项87项，其中国家级14项：徐子杰等3人书法作品入展省级专业展览；王波涛举办个人中国画展；梦知音组合获省级合唱一等奖；刘华非遗作品获四川民间工艺精品展大奖；摄影作品《千年牧道交响曲》入围平遥国际摄影大展；广场舞《猕香九月》获三县联谊赛冠军。全年新增国家级会员2人、省级会员7人，人才结构持续优化。

二、机构设置

县委宣传部下属二级预算单位3个，其中行政单位1个，参照公务员法管理的事业单位1个，其他事业单位1个。

纳入县委宣传部2025年度部门决算编制范围的二级预算单位包括：

1. 中国共产党苍溪县委员会宣传部（本级）
2. 苍溪县文学艺术界联合会（苍溪县文联）
3. 苍溪县融媒体中心

第二部分 2025年度部门决算情况说明

一、收入支出决算总体情况说明

2025年度收入、支出总计均为2,616.9万元。与上年度相比，收入、支出总计各增加476.27万元，增长22.2%。主要变动原因是人员经费增加以及常年性项目预算规模、支出结构调整等项目增加。

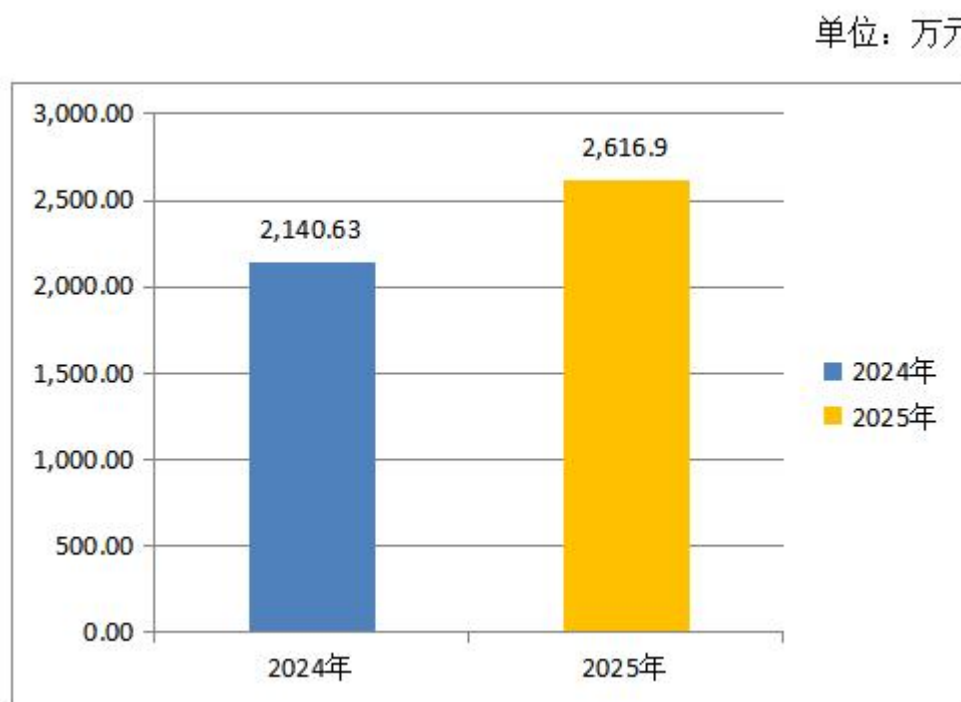


图1：收入、支出决算总计变动情况图

二、收入决算情况说明

2025年度本年收入合计2,613.5万元，其中：一般公共预算财政拨款收入2,555.25万元，占97.8%；政府性基金预算财政拨款

款收入15万元，占0.6%；其他收入43.25万元，占1.7%。



图2：收入决算结构图

三、支出决算情况说明

2025年度本年支出合计2,590.55万元，其中：基本支出1,652.49万元，占63.8%；项目支出938.06万元，占36.2%。

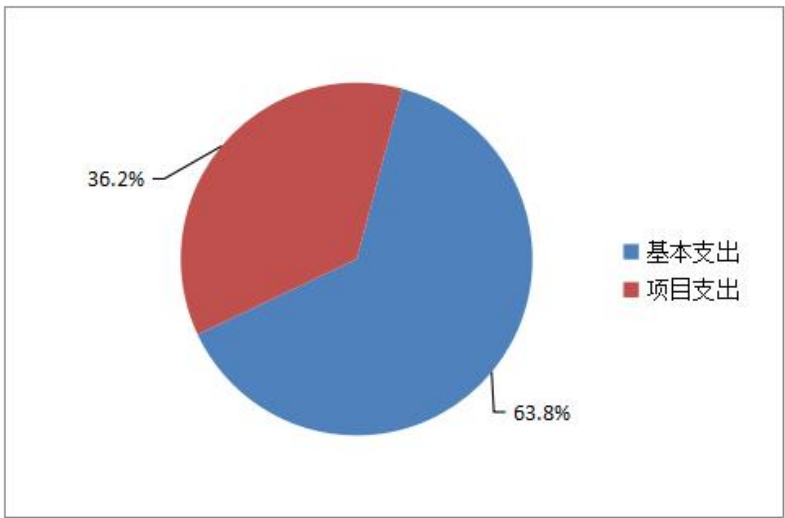


图3：支出决算结构图

四、财政拨款收入支出决算总体情况说明

2025年度财政拨款收入、支出总计均为2,570.25万元。与上年度相比，财政拨款收入、支出总计各增加465.66万元，增长22.1%。主要变动原因是人员经费增加以及常年性项目预算规模、支出结构调整等项目增加。

单位：万元

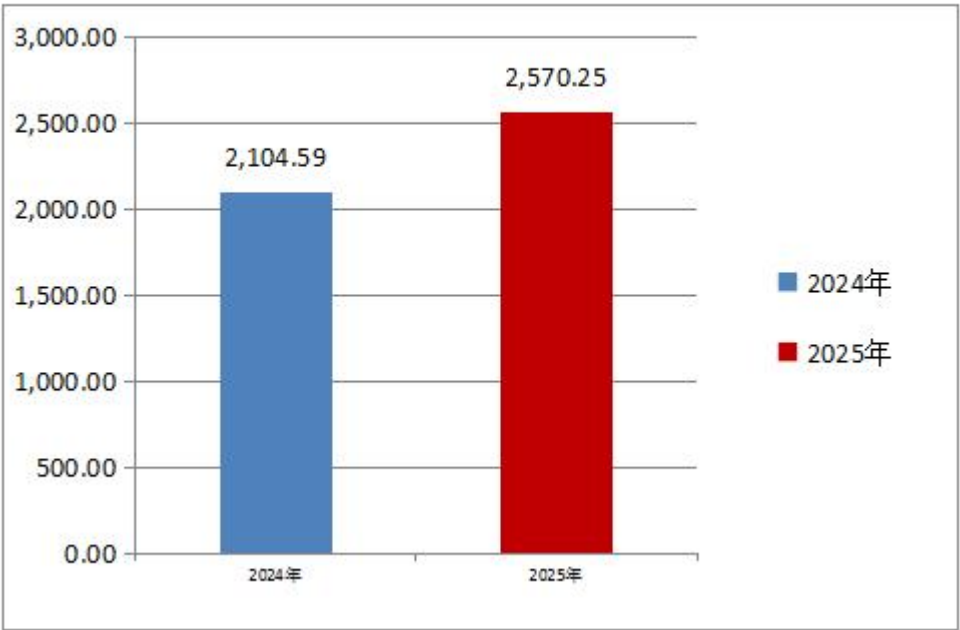


图4：财政拨款收、支决算总计变动情况

五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明

按照党中央、国务院关于党政机关习惯过紧日子的有关要求，县委宣传部厉行节约办一切事业，严控一般性支出，同时坚持有保有压，优化支出结构，合理保障对内对外宣传业务、意识形态管理、精神文明建设、公共文化服务等重点支出，持续提高资金使用效益，体现在有关支出科目中。

按照支出功能分类，项级科目2013350事业运行支出规模较大，2025年度决算数为990.46万元，占财政拨款支出总额的38.5%，主要用于下属事业单位人员工资、津补贴及日常公用支出，比2024年度856.39万元增加134.07万元，增长15.7%。主要是人员增加相应的人员经费及公用经费增加。

（一）一般公共预算财政拨款支出决算总体情况

2025年度一般公共预算财政拨款支出2,555.25万元，占本年支出合计的98.6%。与上年度相比，一般公共预算财政拨款支出增加466.86万元，增长22.4%。主要变动原因是人员经费增加以及常年性项目预算规模、支出结构调整等项目增加。

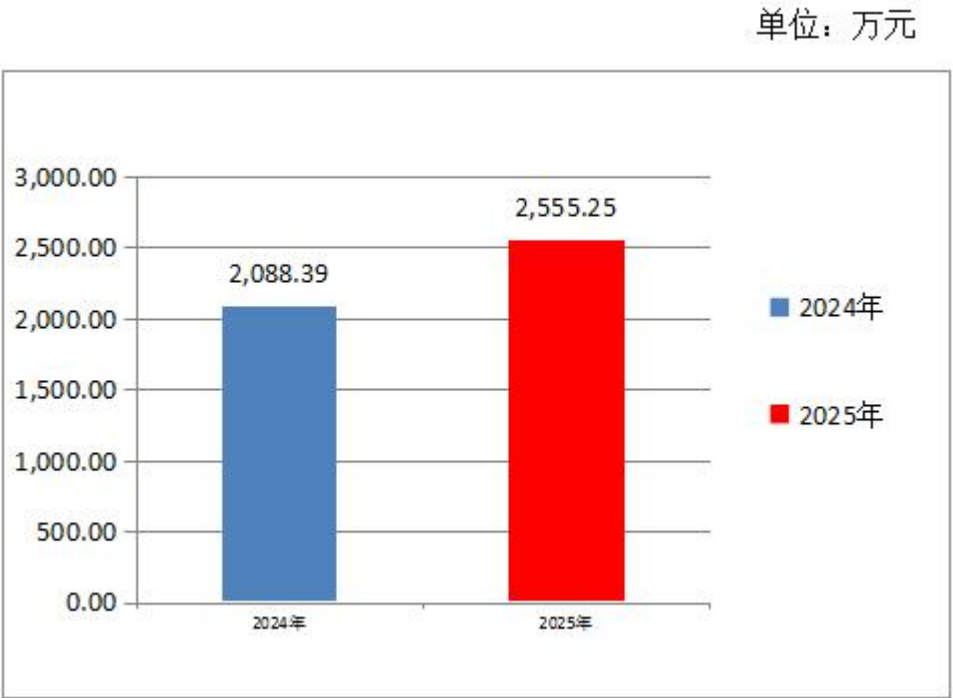


图5：一般公共预算财政拨款支出决算变动情况

（二）一般公共预算财政拨款支出决算结构情况

2025年度一般公共预算财政拨款支出2,555.25万元，主要用于以下方面：一般公共服务支出1,835.12万元，占71.8%；科学技术支出4.5万元，占0.2%；文化旅游体育与传媒支出373.18万元，占14.6%；社会保障和就业支出155.04万元，占6.1%；卫生健康支出56.22万元，占2.2%；农林水支出7.39万元，占比0.3%；住房保障支出123.81万元，占4.8%。

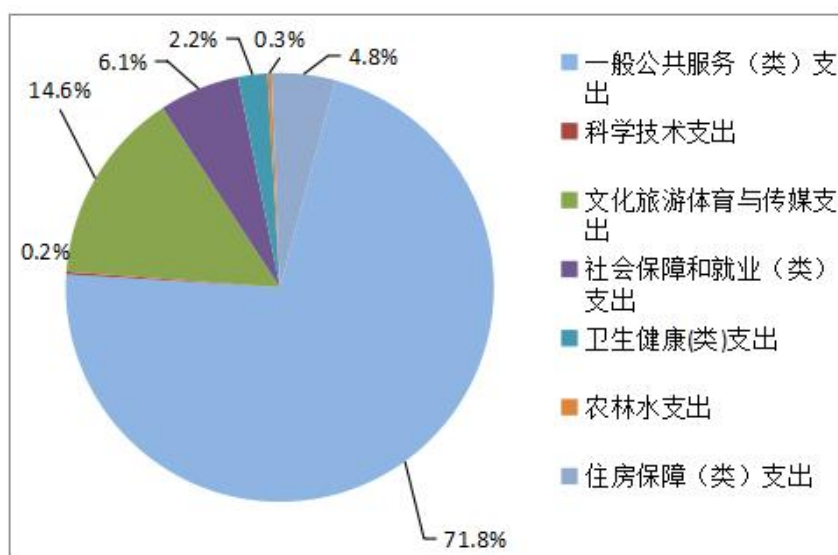


图6：一般公共预算财政拨款支出决算结构

（三）一般公共预算财政拨款支出决算具体情况

2025年度一般公共预算支出决算数为2,555.25万元，完成预算数的83.4%。其中：

1. 一般公共服务（类）群众团体事务（款）行政运行（项）：支出决算为71.39万元，完成预算81.2%，决算数小于预算数的主要原因是县文联人员变动，同时厉行节约，压缩一般性支出。

2. 一般公共服务（类）群众团体事务（款）其他群众团体事务支出（项）：支出决算为12.76万元，完成预算41.4%，决算数小于预算数的主要原因是县文联部分项目未实施完毕。

3. 一般公共服务（类）宣传事务（款）行政运行（项）：支出决算为 225.57 万元，完成预算 99.4%，决算数小于预算数的主要原因是县委宣传部机关人员变动，同时厉行节约，压缩一般性支出。

4. 一般公共服务（类）宣传事务（款）一般行政管理事务（项）：支出决算为 168.46 万元，完成预算 73.9%，决算数小于预算数的主要原因是县委宣传部机关部分项目未实施完毕。

5. 一般公共服务（类）宣传事务（款）机关服务（项）：支出决算为 30 万元，完成预算 73.9%，决算数等于预算数。

6. 一般公共服务（类）宣传事务（款）事业运行（项）：支出决算为 990.46 万元，完成预算 96.9%，决算数小于全年预算数的主要原因是人员变动，同时厉行节约，压缩一般性支出。

7. 一般公共服务（类）宣传事务（款）其他宣传事务（项）：支出决算为 336.48 万元，完成预算 69%，决算数小于全年预算数的主要原因是县委宣传部机关部分特定项目未实施完毕。

8. 科学技术支出（类）研究与开发（款）科技成果转化与扩散（项）：支出决算为 4.5 万元，完成预算 100%，决算数等于全年预算数。

9. 文化旅游体育与传媒支出（类）文化和旅游（款）其他文

化和旅游支出（项）：支出决算为 0 万元，完成预算 0%，决算数小于全年预算数的主要原因是县委宣传部机关实施的农村电影公益放映及农家书屋图书补充更新项目未实施完毕。

10.文化旅游体育与传媒支出（类）新闻出版电影（款）电影（项）：支出决算为 120.14 万元，完成预算 93%，决算数小于全年预算数的主要原因是县委宣传部机关实施的农村电影公益放映项目未实施完毕。

11.文化旅游体育与传媒支出（类）广播电视（款）广播电视事务（项）：支出决算为 188.76 万元，完成预算 94.8%，决算数小于全年预算数的主要原因是县融媒体中心厉行节约，压缩一般性支出。

12.文化旅游体育与传媒支出（类）广播电视（款）其他广播电视支出（项）：支出决算为 4.8 万元，完成预算 41.7%，决算数小于全年预算数的主要原因是县融媒体部分特定项目未实施完毕。

13.文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化旅游体育与传媒支出（款）文化产业发展专项支出（项）：支出决算为 59.48 万元，完成预算 94.1%，决算数小于全年预算数的主要原因是县委宣传部实施的农家书屋图书补充更新和新时代文明实践中心运维项目未实施完毕。

14.文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化旅游体育与传媒支出（款）其他文化旅游体育与传媒支出（项）：支出决算为

0 万元，完成预算 0%，决算数小于全年预算数的主要原因是县委宣传部新时代文明实践中心运维项目未实施完毕。

15.社会保障和就业（类）行政事业单位养老支出（款）机关事业单位基本养老保险缴费支出（项）：支出决算为 155.04 万元，完成预算 100%，决算数等于全年预算数。

16.卫生健康（类）行政事业单位医疗（款）行政单位医疗（项）：支出决算为 10.56 万元，完成预算 100%，决算数等于全年预算数。

17.卫生健康（类）行政事业单位医疗（款）事业单位医疗（项）：支出决算为 45.66 万元，完成预算 100%，决算数等于全年预算数。

18.农林水支出（类）巩固脱贫攻坚成果衔接乡村振兴（款）生产发展（项）：支出决算为 0 万元，完成预算 0%，决算数小于全年预算数的主要原因是县委宣传部机关红色文化活动项目未实施完毕。

19.农林水支出（类）巩固脱贫攻坚成果衔接乡村振兴（款）其他巩固脱贫攻坚成果衔接乡村振兴支出（项）：支出决算为 7.39 万元，完成预算 92.2%，决算数小于全年预算数的主要原因是当年十二月份考核未出，生活补助无法发放。

20.住房保障支出（类）住房改革支出（款）住房公积金（项）：支出决算为 123.81 万元，完成预算 100%，决算数等于全年预算数。

六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明

2025 年度一般公共预算财政拨款基本支出 1,652.49 万元，其中：

人员经费1,466.52万元，主要包括：基本工资、津贴补贴、奖金、伙食补助费、绩效工资、机关事业单位基本养老保险缴费、职工基本医疗保险缴费、其他社会保障缴费、住房公积金、生活补助、奖励金、其他对个人和家庭的补助支出等。

公用经费185.97万元，主要包括：办公费、印刷费、水费、电费、邮电费、物业管理费、差旅费、维修（护）费、租赁费、培训费、公务接待费、劳务费、委托业务费、工会经费、福利费、公务用车运行维护费、其他交通费、其他商品和服务支出、办公设备购置等。

七、财政拨款“三公”经费支出决算情况说明

（一）财政拨款“三公”经费支出决算总体情况说明

2025 年度财政拨款“三公”经费支出决算为 6.18 万元，完成预算 100%，较上年度减少 7.48 万元，下降 54.8%。决算数与预算数持平。决算数较上年减少的主要原因是认真贯彻落实中央八项规定精神，积极响应过紧日子要求，坚持厉行勤俭节约，进一步规范公务接待，严格控制“三公”经费支出。

（二）财政拨款“三公”经费支出决算具体情况说明

2025 年度财政拨款“三公”经费支出决算中，因公出国（境）费支出决算 0 万元，占 0%；公务用车购置及运行维护费支出决

算 2.94 万元，占 47.6%；公务接待费支出决算 3.24 万元，占 52.4%。
具体情况如下：



图7：财政拨款“三公”经费支出结构

1. 因公出国（境）经费支出0万元，年初未安排预算。因公出国（境）支出决算较2024年度无变化。

2. 公务用车购置及运行维护费支出2.94万元，完成预算100%。公务用车购置及运行维护费支出决算比上年度减少0.05万元，下降1.6%。主要原因是加强车辆维护管理，厉行节约，压缩公务用车支出。

其中：公务用车购置支出 0 万元。全年按规定更新购置公务用车 0 辆，其中：轿车 0 辆、金额 0 万元，越野车 0 辆、金额 0 万元，载客汽车 0 辆、金额 0 万元。截至 2025 年 12 月 31 日，单位共有公务用车 1 辆，其中：轿车 0 辆、越野车 0 辆、载客汽车 0 辆、其他车型 1 辆。

公务用车运行维护费支出2.94万元。主要用于县融媒体中心广播电视直播车所需的公务用车燃料费、维修费、过路过桥费、保险费等支出。

3. 公务接待费支出3.24万元，完成预算100%。公务接待费支出决算比上年度减少7.43万元，下降69.9%。主要原因是认真贯彻落实中央八项规定精神，积极响应过紧日子要求，坚持厉行勤俭节约，进一步规范公务接待，严格控制公务接待支出。其中：国内公务接待支出3.24万元，主要用于县委宣传部机关、县融媒体中心、县文联执行公务，开展业务活动开支的交通费、住宿费、用餐费等。国内公务接待32批次，313人次（不包括陪同人员），共计支出3.24万元，具体内容包括：上级单位来苍检查指导、考察调研，各级媒体来苍采访采编，其他单位来苍考察学习交流等公务活动来人来客接待3.24万元。

外事接待支出0万元0。外事接待0批次，0人次（不包括陪同人员），共计支出0万元。

八、政府性基金预算支出决算情况说明

2025年度政府性基金预算财政拨款支出15万元，占本年支出合计的0.6%。与上年度相比，政府性基金预算财政拨款支出减少1.2万元，下降7.4%。主要变动原因是中央对电影院国产影片放映达标奖励资金和建设补助减少。

九、国有资本经营预算支出决算情况说明

2025年度国有资本经营预算财政拨款支出0万元，占本年

支出合计的 0%。与上年度相比，国有资本经营预算财政拨款支出持平。

十、其他重要事项的情况说明

（一）机关运行经费支出情况

2025 年度，县委宣传部机关运行经费支出 100.51 万元，比上年度增加 15.26 万元，增长 17.9%。主要原因是人员增加，公用经费、差旅费等运行开支相应增加，同时各项日常办公保障支出有所上升，经费保障力度相应提高。

（二）政府采购支出情况

2025 年度，县委宣传部政府采购支出总额 72.1 万元，其中：政府采购货物支出 49.2 万元、政府采购工程支出 0 万元、政府采购服务支出 22.9 万元。主要用于县融媒体机房空调采购和公务车维修服务采购、县委宣传部 2024 年度和 2025 年度的农家书屋图书补充更新采购、县委宣传部 2025 年农村电影公益放映服务采购等。授予中小企业合同金额 68.2 万元，占政府采购支出总额的 94.6%，其中：授予小微企业合同金额 68.2 万元，占政府采购支出总额的 94.6%。

（三）国有资产占有使用情况

截至 2025 年 12 月 31 日，县委宣传部共有车辆 1 辆，其中：副部（省）级及以上领导用车 0 辆、主要负责人用车 0 辆、机要通信用车 0 辆、应急保障用车 0 辆、执法执勤用车 0 辆、特种专业技术用车 0 辆、离退休干部服务用车 0 辆、其他用车 1 辆，其

他用车主要是用于县融媒体中心开展广播电视直播宣传。

单价 100 万元（含）以上设备（不含车辆）0 台（套）。

（四）预算绩效管理情况

根据预算绩效管理要求，县委宣传部在2025年度，组织对县委宣传部思想文化工作专项业务经费、县委宣传部思想文化工作经费、县融媒体中心业务系统运维保障专项经费、县委宣传部2025年度中央补助地方公共文化体系建设农村电影公益放映和农家书屋图书补充更新项目、县委宣传部主流媒体及网络运维合作项目等6个项目涉及金额617.61万元开展了事前绩效评估，对30个项目编制了绩效目标，在预算执行过程中，选取5个项目开展绩效监控。

组织对 2025 年度一般公共预算、政府性基金预算、国有资本经营预算、社会保险基金预算以及资本资产、债券资金等全面开展绩效自评，形成县委宣传部部门预算（含部门预算项目）绩效自评报告、县委宣传部思想文化工作经费等专项预算项目绩效自评报告，其中，县委宣传部部门预算（含部门预算项目）绩效自评得分为 91.6 分，绩效自评综述：我部严格按照年初预算批复认真组织实施，严格执行财经纪律相关管理规定，做到各项收支安排使用符合单位年初计划和财政政策的要求，确保了单位正常运行和项目的实施，较好地完成了 2025 年部门预算编制和决算汇总工作，2025 年目标任务基本完成，预算执行情况较好；县委宣传部 2025 年度中央补助地方公共文化体系建设农村电影

公益放映和农家书屋图书补充更新专项预算项目绩效自评得分为 92 分，绩效自评综述：通过项目实施，完成了农村电影公益放映和农家书屋图书补充更新任务，向人民群众进行了科学普及，政策的宣讲，提高了人民群众的思想文化素质，丰富了精神文化生活，推进了农村公共文化服务体系建设；县委宣传部宣传思想文化工作经费专项预算项目绩效自评得分为 93 分，绩效自评综述：通过该项目的实施，全年共组织开展重大主题宣传活动 6 次以上，成功打造“红色苍溪·文化惠民”系列品牌；组建 3 支专业化管网治网队伍，实现网络舆情全天候监测、快速响应；充分利用短视频、微信公众号等新媒体平台，对外讲好苍溪故事，树立了良好的区域形象；对内强化舆论引导，营造了风清气正的社会氛围。资金使用规范高效，预算执行率达 100%，人民群众满意度达 95%，圆满完成了年度各项工作任务，有力推动了全县宣传思想文化工作高质量发展；县委宣传部 2025 年度主流媒体及网络运维合作经费专项预算项目绩效自评得分为 91 分，绩效自评综述：通过项目的实施，进一步提升了我县对外传播能力，增强了主流舆论引导力，营造了团结奋进的良好社会氛围，有力服务了全县改革发展稳定大局；县委宣传部 2025 年中国农民丰收节专场活动资金项目专项预算项目绩效自评得分为 90 分，绩效自评综述：项目围绕“中国农民丰收节”主题，成功完成了 6 幅大型户外广告的设置任务，有效提升了节日氛围和社会关注度。宣传内容积极向上，形式美观大方，得到了广大群众的认可与好

评。尽管存在预算下达较晚导致执行率为零的问题，但项目实体任务已圆满完成，资金实际已结算，整体绩效显著；县委宣传部雪梨生态产品推介及梨花文化旅游新闻发布会专项预算项目绩效自评得分为 91 分，绩效自评综述：项目实现了既定目标，成功举办了高质量新闻发布会，形成了强大的宣传声势，有效提升了“苍溪雪梨”品牌形象和“梨花节”知名度，推动了春季旅游市场升温，营造了良好的舆论氛围和发展环境，资金使用规范高效，全过程管理有序，取得了良好的政治效益、社会效益和品牌效应；县融媒体中心“梨乡嗨购·券动全城”摇奖系统开发经费专项预算项目绩效自评得分为 90 分，绩效自评综述：项目按计划完成了摇奖系统开发、服务器部署及首期抽奖活动保障，系统功能完备，运行稳定，资金支出合规；县文联浙江余杭·四川苍溪东西部协作民间文化交流传播活动专项预算项目绩效自评得分为 93 分，绩效自评综述：该项目实施主体明确，县文联按照繁荣发展全县文学艺术事业的目标，通过开展各项展览、演出、赛事和采风等文艺活动，客观真实反映我市在经济、政治、文化、社会和生态建设等方面所取得的重大成就。项目资金能够按照县级财政关于预算申报、预算评审、资金申请的有关工作要求进行审批，并最终落实到位。同时，在项目实施的全过程中，指定了专人对项目进行监督，并按时、按质、按量完成项目绩效指标，确保了文联工作的正常开展。绩效自评报告详见附件。

第三部分 名词解释

1. 财政拨款收入：指单位从同级财政部门取得的财政预算资金。

2. 事业收入：指事业单位开展专业业务活动及辅助活动取得的收入。

3. 经营收入：指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动取得的收入。

4. 其他收入：指单位取得的除上述收入以外的各项收入。主要是中宣部补助舆情直报点工作经费3万元、市委宣传部补助舆情直报点工作经费0.25万元、四川苍溪文化旅游发展集团有限公司资助2025年苍溪雪梨生态产品推介及梨花文化旅游季新闻发布会工作经费10万元、泸州帮扶2025年宣传干部人才培养及剪纸文创产品开发资金25万元、东西部协作资助县文联工作经费5万元。

5. 使用非财政拨款结余（含专用结余）：指事业单位使用以前年度积累的非财政拨款结余弥补当年收支差额的金额。

6. 年初结转和结余：指以前年度尚未完成、结转到本年按有关规定继续使用的资金。

7. 结余分配：指事业单位按照会计制度规定缴纳的所得税、

提取的专用结余以及转入非财政拨款结余的金额等。

8. 年末结转和结余：指单位按有关规定结转到下年或以后年度继续使用的资金。

9. 一般公共服务（类）群众团体事务（款）行政运行（项）：指县文联的基本支出

10. 一般公共服务（类）群众团体事务（款）其他群众团体事务支出（项）：指县文联用于群众团体事务其他方面的支出。

11. 一般公共服务（类）宣传事务（款）行政运行（项）：指县委宣传部机关的基本支出。

12. 一般公共服务（类）宣传事务（款）一般行政管理事务（项）：指县委宣传部机关未单独设置项级科目的其他项目支出。

13. 一般公共服务（类）宣传事务（款）机关服务（项）：指县委宣传部机关用于为提供后勤服务的机关工人的支出。

14. 一般公共服务（类）宣传事务（款）事业运行（项）：指县委宣传部下属事业单位的基本支出。

15. 一般公共服务（类）宣传事务（款）其他宣传事务（项）：指未单独设置项级科目的其他用于中国共产党宣传部门的宣传事务支出。

16. 科学技术支出（类）技术与开发（款）科技成果转化与扩散（项）：指县融媒体中心用于苍溪红心猕猴桃全流程种植技术普及与推广方面的支出。

17. 文化旅游体育与传媒支出（类）文化和旅游（款）其他

文化和旅游支出（项）：指县委宣传部用于农村电影公益放映及农家书屋图书补充更新等文化和旅游方面的支出。

18. 文化旅游体育与传媒支出（类）新闻出版电影（款）电影（项）：指县委宣传部机关用于农村电影公益放映等新闻出版电影方面的支出。

19. 文化旅游体育与传媒支出（类）广播电视（款）广播电视事务（项）：指县融媒体中心用于广播电视台等方面的支出。

20. 文化旅游体育与传媒支出（类）广播电视（款）其他广播电视支出（项）：指未单独设置项级科目的其他用于县融媒体中心广播电视方面的支出。

21. 文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化旅游体育与传媒支出（款）文化产业发展专项支出（项）：指县委宣传部机关用于农家书屋图书补充更新和新时代文明实践中心运维等支持文化产业发展专项支出。

22. 文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化旅游体育与传媒支出（款）其他文化旅游体育与传媒支出（项）：指县委宣传部机关用于文明实践中心建设项目等文化旅游体育与传媒方面的支出。

23. 社会保障和就业（类）行政事业单位养老支出（款）机关事业单位基本养老保险缴费支出（项）指机关事业单位实施养老保险制度由单位缴纳的基本养老保险费支出。

24. 卫生健康（类）行政事业单位医疗（款）行政单位医疗

（项）：指财政部门安排的行政单位（包括实行公务员管理的事业单位）基本医疗保险缴费经费，未参加医疗保险的行政单位的公费医疗经费，按国家规定享受离休人员、红军老战士待遇人员的医疗经费。

25. 卫生健康（类）行政事业单位医疗（款）事业单位医疗

（项）：指财政部门安排的事业单位基本医疗保险缴费经费，未参加医疗保险的事业单位的公费医疗经费，按国家规定享受离休人员待遇的医疗经费。

26. 农林水支出（类）巩固脱贫攻坚成果衔接乡村振兴（款）

生产发展（项）：指县委宣传部机关用于农村欠发达地区红色文化活动等方面的支出。

27. 农林水支出（类）巩固脱贫攻坚成果衔接乡村振兴（款）

其他巩固脱贫攻坚成果衔接乡村振兴支出（项）：指未单独设置项级科目的其他用于巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接方面的支出。

28. 住房保障支出（类）住房改革支出（款）住房公积金（项）：

指行政事业单位按人力资源和社会保障部、财政部规定的基本工资和津贴补贴以及规定比例为职工缴纳的住房公积金。

29. 基本支出：指为保障机构正常运转、完成日常工作任务而发生的人员支出和公用支出。

30. 项目支出：指在基本支出之外为完成特定行政任务和事业发展目标所发生的支出。

31. 经营支出：指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动发生的支出。

32. “三公”经费：指部门用财政拨款安排的因公出国（境）费、公务用车购置及运行费和公务接待费。其中，因公出国（境）费反映单位公务出国（境）的国际旅费、国外城市间交通费、住宿费、伙食费、培训费、公杂费等支出；公务用车购置及运行费反映单位公务用车车辆购置支出（含车辆购置税）及租用费、燃料费、维修费、过路过桥费、保险费等支出；公务接待费反映单位按规定开支的各类公务接待（含外宾接待）支出。

33. 机关运行经费：为保障行政单位（含参照公务员法管理的事业单位）运行用于购买货物和服务的各项资金，包括办公及印刷费、邮电费、差旅费、会议费、福利费、日常维修费、专用材料及一般设备购置费、办公用房水电费、办公用房取暖费、办公用房物业管理费、公务用车运行维护费以及其他费用。

第四部分 附件

附件1

部门预算绩效评价报告

一、部门（单位）基本情况

（一）机构组成

苍溪县委宣传部下属二级单位3个，其中行政单位1个，为中共苍溪县委宣传部机关，内设办公室、宣教股、理论股、干部股、文化文艺股、版权和电影股、精神文明建设股；其他事业单位1个，为苍溪县融媒体中心；参公管理事业单位1个，为苍溪县文学艺术界联合会（苍溪县文联）。

（二）机构职能

1. 拟定全县宣传思想文化工作重大政策和事业产业发展总体规划，统筹协调推进宣传思想文化领域法治建设，按照县委统一部署，协调宣传思想文化系统各部门（单位）之间的工作。

2. 统筹协调全县党的意识形态工作，贯彻落实中央和省委、市委、县委关于意识形态工作的决策部署，组织协调意识形态工作责任制落实的日常监督检查，分析研判意识形态领域情况，配合巡视巡察工作开展专项检查。

（1）统筹指导协调理论研究、理论学习、理论宣传工作，组

织推动理论武装工作，指导推动哲学社会科学工作，实施马克思主义理论研究和建设工程。

（2）负责规划组织全局性思想政治工作，配合县委组织部做好党员教育工作，会同有关部门研究和改进群众思想工作。组织重大先进典型的学习和推广。

（3）统筹指导协调推动精神文化产品的创作和生产，协调组织中华优秀传统文化和苍溪特色文化传承发展工作，指导协调推动群众文化建设。

（4）统筹组织协调精神文明建设工作，协调推动精神文明创建、公民思想道德建设和新时代文明实践工作。

（5）统筹分析研判和引导社会舆论，指导协调县级新闻单位工作，负责组织协调重大新闻宣传活动和重大突发公共事件应急新闻工作。

（6）统筹协调对外宣传工作，组织推动国际传播能力建设，组织指导重大对外宣传活动和对外文化交流工作，协调推动中华文化走出去工作。负责会同有关部门做好境外来访记者采访事务方面的工作。

（7）负责人权宣传工作的组织协调，会同有关部门组织涉及民族地区、反邪教等方面的对外宣传和舆论斗争工作。

（8）统筹协调全县网络安全和信息化工作，拟订发展规则和重大政策，推进网络安全信息化、标准化建设。统筹协调网络意识形态工作，负责指导、督促、检查网络意识形态工作责任制的

贯彻落实。负责新媒体的建设与管理工。负责全县互联网信息内容管理、宣传管理和舆论引导工作及其监督执法工作。协调处理全县网络安全和信息化重大突发事件与有关应急工作。统筹推进网络阵地建设，依法负责网络新闻业务等功能业务的审批及日常监管，指导有关部门开展互联网基础管理工作。

（9）统筹指导舆情信息工作，组织协。开展舆情信息收集分析研判工作，跟踪了解、研究掌握宣传舆情动态。

（10）统筹协调组织开展新闻发布工作，承担县委新闻发布有关组织协。工作，负责县政府新闻发布组织实施工作，指导县委、县政府各部门（单位）和乡镇新闻发布工作，推动新闻发言人制度建设。拟订全县重大问题宣传口径。

（11）对新闻出版、文化艺术、广播电视、电影和旅游业改革发展研究提出政策性建议，统筹指导推进文化体制改革和文化事业、文化产业及旅游业发展，统筹县属国有文化资产监管工作，组织研究县属国有文化资产监管重大政策，会同有关单位负责相关工作开展。

（12）负责管理新闻出版行政事务和所涉及的行政审批工作，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业、管理著作权等。组织指导协调“扫黄打非”工作。负责中央、省、市和县外新闻媒体在苍采访活动的监督管理。负责新闻记者证管理工作。

（13）负责管理电影行政事务和所涉及的行政审批工作，指导监管电影制片、发行、放映工作，组织对电影内容进行审查，

指导协调和参与重大电影活动和电影对外合作交流等。

（14）受县委委托，会同县委组织部管理文化旅游体育、广播电视、新闻、出版、电影、社会科学研究和互联网信息等方面县直宣传思想文化单位的领导干部。对全县专兼职宣传员的任免提出意见。负责有关重要宣传舆论阵地和重要岗位领导干部管理。负责组织开展宣传思想文化战线干部教育培训和人才工作。

（15）归口领导县文化广播电视体育和旅游局等宣传思想文化单位。

（16）承担县精神文明建设委员会、县委宣传思想文化工作领导小组、县“扫黄打非”工作领导小组等的日常工作。

（17）宣传贯彻执行有关融媒体宣传工作的方针政策和法律法规，充分发挥党和政府的喉舌作用，把握正确舆论导向。

（18）根据国家、省、市总体规划和要求，拟订全县融媒体事业发展规划并组织实施。

（19）负责“媒体+党建”“媒体+政务”“媒体+公共服务”“媒体+增值服务”等业务开展。

（20）负责网络、广播电视等媒体视听、图文节目的内容生产和质量审核工作。

（21）负责广告、专题制播等工作。

（22）负责全县广播传输覆盖和融媒体平台节目安全播出、舆情监测工作。

（23）承担全县融媒体人才队伍建设及人员教育培训工作。

（24）贯彻执行党的各项文艺方针政策，指导、联络、协调、服务我县各文艺家协会和文艺工作者，听取和反映文艺界的情况和意见。

（25）组织召开县文联工作会，组织和推动各艺术门类的学术研究活动，促进我县学术交流。

（26）制定组织和实施我县重大文艺活动和创作规划，组织文艺工作者深入社会生活，加强艺术实践，培养文艺优秀人才，出文艺精品，为我县经济和文明建设服务。

（27）搞好我县文艺理论研究工作，指导各协（学）会，不断发现培养扶持文艺新人；组织实施我县各类文艺评奖活动；表彰奖励我县各类优秀文艺成果，促进文艺的不断繁荣。

（28）加强与我县各协（学）会、文艺界人士和兄弟县文联的联系，积极开展文艺交流活动，利用文艺人才优势，开发利用文艺资源，为进一步促进我县文艺繁荣和经济的发展，提高苍溪知名度，充分发挥文联的作用。

（29）维护宪法赋予文艺工作者和文艺团体的合法权益，开展维护作家、艺术家知识产权等正当权益工作。

（30）加强党委、政府及社会各界与文艺界的民主协商和密切合作，共同发展我县文艺事业。

3. 完成县委、县政府和上级主管单位交办的其他工作。

（三）人员概况

截至 2025 年末，县委宣传部及下属单位编制数 110 人，年

末实有在职人数 96 人，其中公务员 12 人，参公人员 5 人，机关工勤 2 人，事业人员 77 人。退休人员 29 人，遗属 3 人。

二、部门资金收支情况

（一）收入情况

县委宣传部 2025 年度年初预算收入 1883.1 万元，其中：一般公共预算财政拨款收入 1868.1 万元，占 99.2%；政府性基金预算财政拨款收入 15 万元，占 0.8%。决算报表收入 2613.50 万元，其中：一般公共预算财政拨款收入 2555.25 万元，占 97.8%；政府性基金预算收入 15 万元，占 0.6%，其他收入 43.25 万元，占 1.6%。

（二）支出情况

县委宣传部 2025 年度年初预算支出 1883.1 万元，其中：基本 1591.28 万元，占 84.5%；项目支出 291.82 万元，占 15.5%。决算报表支出为 2590.55 万元，其中基本支出 1652.49 万元，占 63.8%；项目支出 938.06 万元，占 36.2%。部门支出保障了职工福利待遇的发放，确保了职工的合法权益，维护的队伍的稳定；保障了单位正常运转，促进了宣传文化思想工作健康发展；保障了项目的顺利实施，完成了项目既定目标，确保了财政资金规范高效使用。

（三）结余分配和结转结余情况

县委宣传部 2025 年决算报表结转结余资金 26.35 万元，全部为项目支出结转和结余，主要为财政代管的其他收入（非财政

拨款结转）。

三、部门预算绩效分析

（一）部门预算总体绩效分析

1. 履职效能

（1）理论武装入脑入心。一是抓好理论学习。县委中心组开展集体学习 7 次，示范带动全县各单位党委（党组）中心组开展集体学习 590 余次，开展中心组学习列席旁听 17 次。二是抓好理论宣讲。统筹“习语润梨乡”理论宣讲团力量，围绕党的创新理论开展集中宣讲 430 余场次、基层宣讲 1400 余场次，摄制展播理论微宣讲视频 12 期。举行“党的创新理论在广元”基层理论宣讲等活动 7 场，覆盖基层党员干部群众和青年学生 1500 余人。参加省、市基层理论宣讲大赛，分别获省级复赛二等奖，市级比赛特等奖、优秀奖。三是抓好理论研究。围绕重大主题组织党员干部开展理论研究，县委中心组成员在《广元日报》等市级以上媒体刊发理论调研文章 6 篇，其他党员干部在《广元日报》发表理论文章 10 余篇。《做实基层理论宣讲 让“习语”润泽梨乡大地》被市宣《宣传工作》列为优秀案例。

（2）意识形态可管可控。一是从严压实责任。县委常委会专题研究意识形态工作 2 次，召开全县意识形态（网络意识形态）领域分析研判会 6 次。举办宣传工作业务培训会，传达学习新修订的《党委（党组）意识形态工作责任制实施办法》，压紧压实全县各单位工作责任。二是从严阵地管理。开展网络安全执法检

查 22 次，整治网络漏洞 16 个，苍溪文旅体建设发展有限公司未履行网络安全保护义务案入选四川“护网 2025”典型案例。开展“扫黄打非”执法检查 4 轮，检查影院、印刷企业等经营单位 56 家次，督促整改问题 2 个。严格落实县内新闻媒体值班及发稿审核制度，严格实行报告会、研讨会、讲座、论坛审批备案制度，意识形态领域阵地安全可控。三是从严督促检查。将意识形态工作纳入对乡镇、县级部门年度考核内容，开展专项检查。结合县委巡察，对 8 个乡镇、17 个县级部门开展意识形态专项巡察；高质量完成省委巡视“回头看”，意识形态问题全面销号。

（3）对外宣传有声有色。一是新闻宣传成果丰硕。在中央、省、市级主流媒体发稿 10115 条，其中《人民日报》发稿 7 件，中央电视台播出 38 条，《新华社每日电讯》发稿 2 件，《四川日报》发稿 50 件，四川电视台播出 130 条。苍溪县“一村一主播”火爆出圈，新华社客户端刊发的《中国经济样本观察·县域样本篇 | 四川山区小县为何吸引“村播”扎堆？》（短视频+图文）单条浏览量达 157.6 万，“四川谢支书（谢艾军）”春季系列短视频播放量超 2600 万次，点赞约 30 万次，4 次登上抖音热榜。二是形象宣传效果显著。成功举办“央、省、市主流媒体看苍溪数字经济采风行”活动，2 件新闻作品获得 2024 年度四川县融新闻奖二等奖、第四届四川生态环境新闻奖，《赵栋贤：捧着一颗心来 不带半根草去》获评四川省十佳好新闻、四川新闻奖三等奖、四川县融媒新闻三等奖。三是国际传播可圈可点。新

增 1 个国际社交账号，重要活动期间在 Times Newswire（时代新闻社）、Am-news（美国晨报）、Morganville Coop（摩根维尔新闻社）等国际媒体发布苍溪元素的新闻稿件 460 余条，有效提升苍溪在境外的知名度和美誉度。四是融媒工作成效显著。紧扣“543”发展战略，常态化推出“拼经济 比发展”“我为群众办实事”等宣传专栏，结合“2025 年‘苍溪雪梨’生态产品推介暨苍溪县梨花文化旅游季”“2025 年中国农民丰收节 凝聚社会力量 助力乡村振兴—社会力量老区行专场活动”等活动，精心策划“花开苍溪·与‘梨’有约”“梨乡‘丰’采”“味·苍溪”等系列主题报道，全年制播《苍溪新闻》365 期，编发稿件 2500 余条，“视角苍溪”APP 发稿 11000 余条，“苍溪发布”微信公众号发稿 2000 余条，“苍溪发布”视频号发布短视频 700 余条，“苍溪融媒”抖音号发布短视频 1100 余条，苍溪电视台综合频道安排播出电视栏目 30 余个、各类公益广告 5000 余条、电视剧 2920 集，各类新闻作品体量、质量均创历史新高。聚焦乡村振兴、产业发展、文旅融合、民生保障、营商环境等关键领域，精心策划外宣选题、主动对接上级媒体，全年在中央、省、市三级媒体分别播出电视新闻 50 余条、120 余条、690 余条，在四川观察播出短视频 60 余条、在广元日报刊发稿件 460 余条，策划推出的《新思想引领新征程·数字乡村建设助力农业农村现代化》《“水上高速”助物流 “新蜀道”通江达海》《苍巴高速通车运行 川东北再添新通道》《手机“新农具”直播“新农

活”》等主题报道，全面展示了我县在数字“村官”培育、电子商务发展、水运交通提质、培育“梨乡村播”等方面的发展成就，有效提升了县域影响力。积极配合县科技局、县猕猴桃协会等单位，摄制《科技兴梨乡 服务我来讲》等科技类宣传视频 30 余期，《红色苍溪 奋进梨乡》等形象宣传片 20 余期，剪辑包装《我的乡村是一轮燃烧的太阳》等歌曲 MV4 条，配合完成“苍溪县三清小学校 2025 年地震紧急逃生避险演练”等全程拍摄剪辑制作 6 期，新开设的《山河记得您——苍溪老兵英雄故事》宣传专栏，通过人物专访、事迹报道等形式，先后推出曹树忠、邱云德等 32 位退伍老兵动人故事，一经推出便获得好评。创新“广播+新媒体”融合传播模式，精心打造《梨乡清风》《一路畅听》《音乐下午茶》等 6 档固定原创节目，覆盖新闻资讯、政策解读、农业技术、生活服务及休闲娱乐等领域，信号覆盖苍溪县城及 31 个乡镇，月均收听人数超 10 万人次。同时，在“应急广播”板块及时发布权威信息 100 余条，成为县域内主流舆论传播与民生服务的重要平台。

（4）文明风尚向上向好。一是文明实践提质增效。建成乡级文明实践综合体 6 个，提质打造“乡贤说事+知客说理”等文明实践品牌项目 10 个。利用传统节日开展主题活动 950 余场（次），文明实践云平台累计注册志愿者 3.38 万人、团队 190 个，完成“点派接评”闭环总数 1934 单，点亮群众“微心愿”3550 个，解决群众急难愁盼问题 650 余个。二是文明创建落实落细。建成

全国文明单位 2 个、全国文明村镇 3 个。大力引导农民群众移风易俗，制定村规民约实施细则，打造文明新风积分升级版样板村 92 个，黄猫垭高台村等 7 个村纳入全市乡风文明代表性示范点位。三是文明培育以文化人。开展“三讲两议一选树”活动，杨军获评第三批四川省岗位学雷锋标兵，谢艾军入围“四川省网络文明达人”。苍溪县老年养护院被授予“全国敬老文明号”称号。建成标准化“四川好人”工作室 1 个，深化未成年人思想道德建设，新建标准化的未成年人心理辅导室 1 个。

（5）文化事业稳中有进。一是文化发展持续繁荣。岳东镇《我要上热搜》节目参加四川省第五届乡村文化振兴魅力竞演大赛北部片区交流展演活动。浙水乡《山水美村》节目荣获四川省第五届乡村文化振兴魅力竞演大赛广元赛区三等奖。开展春节七天乐、梨花文化旅游季、广元女儿节暨欢乐文化周等文化惠民活动 80 余场次。组织开展“梨乡之春”“牛角半岛乡村振兴”“诗咏阆苍南·走进黄猫垭”等创作采风笔会 20 余次。开展第四次全国文物普查，完成 315 处三普信息复查，完成有效信息实地调查 74 处。二是文旅产业破题起势。成功完成苍溪县月神部落农文旅康养度假区的投资协议签约，项目总投资额高达 12 亿元。对红军街、景区旅游厕所、停车场等进行改造修缮，预计今年春节前建成并投入使用。新增苍溪四和院文化艺术培训学校有限责任公司、四川百川包装印刷有限公司、四川苍溪文化旅游发展集团有限公司 3 家规上文化企业。全年预计实现规模以上文化、体

育和娱乐业营业收入增长 8%。三是文艺创作不断提升。2 首原创歌曲分别荣获广元市第二届民歌大赛二等奖、“共和国的旋律 2025 新创词曲作品评选”活动金奖。苍溪灯戏《刀客儿教子》入围四川省第二十届戏剧小品大赛决赛。本土作家李汀先后在《人民日报·大地》副刊和国内主流文学刊物《延河》发表散文 8 篇。摄影作品《秋水长天》入选中国摄影网。积极推荐优秀文艺会员，新增国家级会员 1 名，省级会员 2 名，市级会员 7 名，县级会员 21 人。

(6) 舆情工作及时有效。一是壮大网上主流舆论。承办 2025 年广元市国家网络安全宣传周活动等网络主题宣传活动 21 场次。推出“我是苍溪人 我担当”等话题，总播放量达 2 亿次。开展网络安全知识宣传普及活动 180 余场次，召开网络代表人士座谈会，表扬一批正能量网络达人代表，打造“村播”工作室 4 个，相关工作经验文章在《广元日报》《调查与决策》等刊发。二是守牢网络安全底线。重要节点落实 7×24 小时值班值守、联防联控等重保措施，针对“苍溪吉通能源有限责任公司感染僵尸木马”等突发网络安全状况，第一时间启动应急响应，成功化解网络安全风险。三是强化网络综合治理。聚焦网络违法犯罪打击与网络空间秩序整治，成功侦办网络犯罪案件 3 件，完成配侦案件 53 件，有力震慑涉网违法犯罪行为。推进中央、省宣社会舆情信息直报点报送工作，向中宣部报送 1639 篇，采用 187 篇，省宣报送 1916 篇，采用 369 篇，20 余篇稿件编入内部刊物《舆情参阅》

《每日舆情汇报》。

（7）文艺事业繁荣发展。一是主题活动赋能发展。策划特色文艺活动 12 项，形成“文艺+产业”融合模式。评估验收 4 所书法教育特色学校，促成省级“文艺两新创意工坊”落户，与 8 个省级协会签订战略合作协议，推动《苍溪映画》主题曲创作。开展跨区域采风 5 次，出版《诗咏阆苍南》专辑，收录作品 1000 余件。全年举办“文化大篷车”走基层、义务写春联等惠民活动 50 余场，惠及群众 2000 余人次。二是创作成果量质齐升。各艺术门类获市级以上奖项 87 项，其中国家级 14 项：徐子杰等 3 人书法作品入展省级专业展览；王波涛举办个人中国画展；梦知音组合获省级合唱一等奖；刘华非遗作品获四川民间工艺精品展大奖；摄影作品《千年牧道交响曲》入围平遥国际摄影大展；广场舞《猕香九月》获三县联谊赛冠军。全年新增国家级会员 2 人、省级会员 7 人，人才结构持续优化。

2. 预算管理

（1）预算编制。按照要求，2025 年 11 月部门预算编制收集资料，12 月编制出预算初稿，后经多方征求意见，按时上报了 2025 年度部门预算，经县十八届人大五次会议审查批准，高质量完成了预算编制工作。并根据《中华人民共和国预算法》等相关规定严格遵照执行。部门预算编制完整无漏项，预算编制准确，基础信息和科目使用准确，单位编制、人员情况与供养人员横向联网系统数据相符；预算编制规范、项目名称、绩效指标、

项目内容说明等合乎规范。

（2）单位收入统筹。2025 年度我部门除财政拨款收入和非财政拨款收入（其他收入）外，无其他收入来源。全部收入都以预算项目形式纳入预算一体化项目库，实行前期谋划、项目储备、预算编制、项目实施、项目终止等阶段的全生命周期管理，加强项目谋划，夯实项目库，为精准科学编制预算提供支撑，促进财政资金绩效不断提升。

（3）预算执行。2025 年度我部门财政预算拨款总收入 2570.25 万元，实际支出 2570.25 万元，执行各项预算进度为 100%。

（4）预算年终结余。2025 年度我部门结转结余 26.35 万元，全部为项目支出结转和结余，主要为财政代管的其他收入（非财政拨款结转）。

（5）严控一般性支出。2025 年度我部财政资金支出坚持保障重点，兼顾一般，勤俭节约，讲求实效的原则，严格按照财经管理制度和单位内控管理制度进行支付，对报销票据进行严格审核把关，确保了经费支出报销的真实性、合理性。

3. 财务管理

2025 年度我部门严格执行中央和上级有关部门出台的财经纪律相关规定，严控“三公”经费、差旅费等支出。按照规定分别设置会计和出纳岗位，明确了工作职责，严格报账程序，严把票据审核关，减少现金支付。认真做好会计核算，做到账账相符、账实相符。强化内控建设，防范防控岗位风险，确保了各项工作

有序运转和财政资金高效规范使用。

4. 资产管理

截至 2025 年末，本部门资产总额为 253.87 万元，较 2024 年末的 280.76 万元，下降 26.89%。主要变动原因是报废一批达到使用年限的通用设备以及固定资产折旧。资产购置与处置行为基本符合本年度资产配置预算和财务计划。新增资产均履行了必要的审批和采购程序，处置资产履行了资产评估和报批手续。固定资产利用率 100%，有力地保障了日常办公和事业持续健康发展。通过对资产的盘点，无盈亏，盘活率 100%。固定资产的购买、报废、调整等相关管理工作，都是严格按照资产管理制度及时更新资产管理信息系统数据，做到账实相符、账卡相符，单位资产总体执行较好。

5. 采购管理

2025 年度我部严格按照《中华人民共和国政府采购法》和《中华人民共和国政府采购法实施条例》等相关管理规定，根据省采购目录和财政部门预算管理要求，编制政府采购计划，将采购项目全部纳入部门预算管理。采购前与采购办和财政做好等相关单位事前沟通，做好采购政策咨询，了解相关业务规范；采购中，合理选择采购方式，确保采购流程合理合规；采购后，抓好采购项目的监管工作，严把质量关力求实效。全年调剂采购计划 4 次，完成采购 4 次，按照采购规模和要求授予中小企业 1 个，采购执行率 100%。

（二）部门预算项目绩效分析

常年（延续性）项目绩效分析。该类项目总数 44 个，涉及预算总金额 2001.94 万元，1—12 月预算执行数 1900.64 万元，总体进度为 94.9%，其中：预算结余率大于 10% 的项目共计 5 个。

阶段（一次性）项目绩效分析。该类项目总数 45 个，涉及预算总金额 1123.75 万元，1—12 月预算执行数 690 万元，总体进度为 61.4%，其中：预算结余率大于 10% 的项目共计 11 个。

1. 项目决策

2025 年度我部门申报的预算项目符合国家法律法规、国民经济和社会发展总体规划，符合部门“三定”方案确定的职责，符合部门制定的中长期实施规划。所有预算项目的可行性、资金来源、资金预算、资金测算明细等均通过集体讨论决定，经分管领导审核后报主要领导审批后进行申报。预算项目在申报时，由责任部门在申请项目时提报详细绩效信息，包括立项依据、项目内容和目标、实施周期、年度预算绩效目标和金额等，全部制定绩效目标，编制了事前绩效评估报告，绩效目标指值设置清晰、可衡量，可操作性强。对符合申报的项目，财务部门及时进行项目登记和项目入库，并按照程序逐一进行审核，再由财政部门下达控制数，分解指标，保障了项目的顺利实施。

2. 项目执行

2025 年度我部门所有预算项目资金执行均按项目实施进度进行支付，并根据项目实施过程中的具体情况进行细微调整，执行结果较好，有效地保障了项目绩效目标的顺利实现。

3. 目标实现

2025 年度我部门预算项目各项指标均达到或超过指标值，绩效目标基本实现，目标偏离度控制在 5%以内，实现效果良好。

(三) 绩效结果应用情况

2025 年度部门预算、部门整体支出绩效目标以及自评包括部门自评情况均按要求及时在苍溪县人民政府网进行了公开，自觉接受监督。针对评价报告中反馈的问题，本部门认真开展自查自纠，不断加强学习，不断完善绩效评价指标体系，科学编制预算，严格预算执行，优化资源配置、控制节约成本、提高公共服务质量和财政资金使用效益，充分发挥本单位的职能作用。

四、评价结论及建议

(一) 评价结论

2025 年度我部门严格按照年初预算批复认真组织实施，严格执行财经纪律相关管理规定，做到各项收支安排使用符合单位年初计划和财政政策的要求，确保了单位正常运行和项目的实施，较好地完成了 2025 年部门预算编制和决算汇总工作，2025 年目标任务基本完成，预算执行情况较好。根据评价指标体系测算，自评得分 91.6 分，本部门预算绩效评价结果等次为“优”。

(二) 存在问题

1. 预算编制预判不够精准，项目执行存在偏差。宣传工作临时性、应急性任务较多，年初项目谋划不够充分，部分项目经费测算不够细化，少数项目预算执行进度不均衡，存在资金支出前慢后快现象。

2. 绩效目标设置不够科学，量化指标偏弱。部分宣传类项目绩效目标偏重于定性描述，产出、效益可量化指标较少，社会效益、舆论引导成效等指标考核难度大，绩效目标约束力不足。

3. 绩效评价结果运用不充分，绩效管理闭环尚未完全形成。重事后自评、轻过程监控，对项目实施中途绩效运行调度偏少；绩效自评成果与下一年度预算安排挂钩不够紧密，评价结果未能有效优化项目和资金配置。

（三）改进建议

1. 做实项目前期调研谋划，建立宣传项目储备库，结合年度宣传重点任务细化经费测算依据；按月分解支出计划，定期调度预算执行进度，均衡安排项目实施，严控年末集中支出，提升预算执行质效。

2. 针对绩效目标设置不够科学、量化指标偏弱问题。优化项目绩效指标编制，减少空泛的文字表述，围绕宣讲场次、稿件刊发数量、群众覆盖范围等设置可量化产出指标，科学设定社会效益、群众满意度等效益指标；建立内部联审机制，严格审核绩效目标合理性，提升指标可考核性。

3. 针对绩效评价结果运用不充分、绩效管理闭环尚未完全形

成问题。强化绩效运行事中监控，定期跟踪项目实施成效，及时纠偏绩效偏离问题；健全绩效评价结果应用机制，将本年度绩效自评结果作为下一年度预算安排、项目取舍、资金调增调减的重要依据，对低效项目压减预算，切实做到以绩效结果改进管理、优化资金配置。

附表：部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）											
项目名称		51082424R000010774875-工资性支出（行政单位/公检法司部门在职人员）									
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门						实施单位 (盖章)	中国共产党苍溪县委员会宣传部		
项目基本情况			项目年度目标					年度目标完成情况			
	1. 项目年度目标完成情况		严格执行相关政策，保障工资及时、足额发放或社保及时、足额缴纳，预算编制科学合理，减少结余资金。					严格执行薪酬社保政策，按时足额发放公务员工资，预算编制科学合理，资金执行到位，无结余资金，完成年度工作目标。			
	2. 项目实施内容及过程概述		依据人事薪酬管理政策，开展公务员工资发放工作。严格执行预算管理规定，规范资金审批拨付流程，专款专用，保障单位人员待遇落实。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数			预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	109.53	113.05	113.05			100.00%	10	10		
	其中：财政资金	109.53	113.05	113.05			100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/		
	其他资金							/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	发放（缴纳）覆盖率	=	100	%	100%	60	60		
	效益指标	社会效益指标	足额保障率（参保率）	=	100	%	100%	30	30		
合计								100	100		
评价结论	本项目自评总分100分。项目严格落实人员薪酬社保相关政策，公务员工资足额发放，发放缴纳覆盖率、足额保障率均达100%。预算执行率100%，资金使用规范合规，有效保障单位人员待遇，稳定干部职工队伍，保障业务正常开展。										
存在问题	无										
改进措施	无										
项目负责人：黄波					财务负责人：黄波						

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）												
项目名称		510824248000010775484-工资性支出（事业单位在职人员）										
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门					实施单位 （盖章）	中国共产党苍溪县委员会宣传部				
项目基本情况			项目年度目标					年度目标完成情况				
	1. 项目年度目标完成情况		严格执行相关政策，保障工资及时、足额发放或社保及时、足额缴纳，预算编制科学合理，减少结余资金。					严格执行薪酬社保政策，按时足额发放事业人员工资，预算编制科学合理，资金执行到位，无结余资金，完成年度工作目标。				
	2. 项目实施内容及过程概述		依据人事薪酬管理政策，开展事业人员工资发放工作。严格执行预算管理规定，规范资金审批拨付流程，专款专用，保障单位人员待遇落实。									
预算执行情况 （10分）	年度预算数（万元）		年初预算	调整后预算数		预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额		101.87	111.75		111.75		100.00%	10	10		
	其中：财政资金		101.87	111.75		111.75		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金		0.00	0.00		0.00		0.00%	/	/		
	单位资金		0.00	0.00		0.00		0.00%	/	/		
	其他资金								/	/		
绩效指标 （90分）	一级指标		二级指标	三级指标		指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标		数量指标	发放（缴纳）覆盖率		=	100	%	100%	60	60	
	效益指标		社会效益指标	足额保障率（参保率）		=	100	%	100%	30	30	
合计										100	100	
评价结论	本项目自评总分100分。项目严格落实人员薪酬社保相关政策，事业人员工资足额发放，发放缴纳覆盖率、足额保障率均达100%。预算执行率100%，资金使用规范合规，有效保障单位人员待遇，稳定干部职工队伍，保障业务正常开展。											
存在问题	无											
改进措施	无											
项目负责人：黄波						财务负责人：黄波						

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）												
项目名称		51082424R0000010778513-单位缴费（事业单位在职人员）										
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门						实施单位 （盖章）	中国共产党苍溪县委员会宣传部			
项目基本情况			项目年度目标					年度目标完成情况				
	1. 项目年度目标完成情况		严格执行相关政策，保障工资及时、足额发放或社保及时、足额缴纳，预算编制科学合理，减少结余资金。					严格执行薪酬社保政策，按时足额缴纳社保，预算编制科学合理，资金执行到位，无结余资金，完成年度工作目标。				
	2. 项目实施内容及过程概述		依据人事薪酬管理政策，开展事业人员社保缴纳工作。严格执行预算管理规定，规范资金审批拨付流程，专款专用，保障单位人员待遇落实。									
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）		年初预算	调整后预算数		预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额		51.40	55.40		55.40		100.00%	10	10		
	其中：财政资金		51.40	55.40		55.40		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金		0.00	0.00		0.00		0.00%	/	/		
	单位资金		0.00	0.00		0.00		0.00%	/	/		
	其他资金								/	/		
绩效指标（90分）	一级指标		二级指标	三级指标		指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标		数量指标	发放（缴纳）覆盖率		=	100	%	100%	60	60	
	效益指标		社会效益指标	足额保障率（参保率）		=	100	%	100%	30	30	
合计									100	100		
评价结论		本项目自评总分100分。项目严格落实人员薪酬社保相关政策，事业人员社保全员参保缴纳，缴纳覆盖率、足额保障率均达100%。预算执行率100%，资金使用规范合规，有效保障单位人员待遇，稳定干部职工队伍，保障业务正常开展。										
存在问题		无										
改进措施		无										
项目负责人：黄波						财务负责人：黄波						

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）												
项目名称		51082424T000011660494-县委宣传部中央补助农村电影公益放映项目（川财教（2023）165号）										
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门					实施单位 （盖章）	中国共产党苍溪县委员会宣传部				
项目基本情况			项目年度目标					年度目标完成情况				
	1. 项目年度目标完成情况		通过实施全县31个乡镇463个村、社区每月至少1场次的农村电影公益放映，宣传党的方针政策，丰富人民群众的精神文化生活。					完成全年463个村社区每月一次的农村电影公益放映任务，丰富了人民群众的精神文化生活。				
	2. 项目实施内容及过程概述		项目实施的主要内容是在全县463个村社区每月公益放映电影一场，并保证放映质量。该项目根据上级文件要求，年初制动了实施方案，由电影版权股负责相关具体工作。办公室负责资金的使用流程及审批手续办理工作的实施。在项目的实施过程中，严格按照《中华人民共和国政府采购法》《政府会计制度》等相关法律法规的规定进行安排。项目实施完成后，组织相关专业人员进行质量检查和验收。									
预算执行情况 （10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数		预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	0.00	111.12		111.12		100.00%	10	10			
	其中：财政资金	0.00	111.12		111.12		100.00%	/	/			
	财政专户管理资金	0.00	0.00		0.00		0.00%	/	/			
	单位资金	0.00	0.00		0.00		0.00%	/	/			
	其他资金							/	/			
绩效指标 （90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析		
	产出指标	数量指标	每个行政村每月场次	≥	1	场次	1场次	5	5			
			涉及村、社区	=	463	个	463个	5	5			
			涉及乡镇	=	31	个	31个	5	5			
			受益群众	≥	15	万人次	15万人次	5	5			
		质量指标	按质按量完成放映任务	定性	良好		良好	5	5			
			安全责任事故零发生	定性	良好		良好	5	5			
		时效指标	完成时限	定性	完成时限		完成时限	5	5			
			补助资金拨付及时到位率	=	100	%	100%	5	5			
	效益指标	社会效益指标	农村精神文化生活得到提升	定性	良好		良好	20	20			
	满意度指标	服务对象满意度指标	放映员满意度	≥	85	%	85%	5	5			
			人民群众满意度	≥	85	%	85%	5	5			
	成本指标	经济成本指标	专项经费控制数	≤	111.12	万元	111.12	10	10			
			补助金额	≥	0.02	万元/场	0.02	10	10			
合计									100	100		
评价结论	自评分100分，评价结果为优秀。通过该项目的实施，向人民群众宣传了党的方针政策和法律，增强了守法意识，同时丰富了人民群众的精神文化生活。											
存在问题	项目绩效目标还不够细化，实施单位绩效自评工作有待提升。											
改进措施	加强业务部门和财务部门的沟通和整合，细化预算编制，提高预算编制科学性，增强预算的可执行性。努力抓好绩效目标管理工作，做到绩效目标明确、细化、量化，从而有利于加强财政专项资金管理的落实和具体化。											
项目负责人：阳艾利					财务负责人：黄波							

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）												
项目名称		51082425T000013341257-县委宣传部2024年主流媒体及网络运维合作经费项目（2025）										
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门							实施单位 （盖章）	中国共产党苍溪县委员会宣传部		
项目基本情况		项目年度目标							年度目标完成情况			
	1. 项目年度目标完成情况	通过与主流媒体和互联网+公司的深度合作，讲好苍溪故事，塑造苍溪形象，进一步宣传好苍溪，展示好苍溪，并营造良好的舆论氛围，促进苍溪经济社会健康发展。							完成与25家主流媒体和网络运维商的深度合作，通过项目的实施，进一步提升了我县对外传播能力，增强了主流舆论引导力，营造了团结奋进的良好社会氛围，有力服务了全县改革发展稳定大局。			
	2. 项目实施内容及过程概述	1. 与19家主流媒体建立合作关系，定期发布新闻稿件、专题报道、短视频等内容；2. 与6家互联网运维公司合作，建设并维护舆情监测与处置平台，实现对网络舆情的实时监控、预警研判和快速响应；3. 加强宣传策划与内容生产，提升宣传稿件的质量与时效性；4. 建立健全对外宣传和舆情应对的常态化工作机制。										
预算执行情况 （10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数			预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	159.90			159.55		99.78%	10	10		
	其中：财政资金	0.00	159.90			159.55		99.78%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00			0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00			0.00		0.00%	/	/		
	其他资金								/	/		
绩效指标 （90分）	一级指标	二级指标	三级指标			指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	省级媒体合作单位			=	7	家		4	4	
			国家级新闻媒体合作单位			=	9	家		4	4	
			互联网运维合作公司			=	6	家		4	4	
			市级媒体合作单位			=	3	家		4	4	
		质量指标	宣传时效性强、质量高、效果好			定性	良好			4	4	
			按照合同约定在规定版面发布新闻稿件			=	100	%		4	4	
			互联网舆情信息得到有效处理			定性	良好			4	4	
			互联网舆情信息得到及时处理			=	100	%		4	4	
		时效指标	新闻稿件、视频及时发布			=	100	%		4	4	
			资金规范高效使用			定性	良好			4	4	
	效益指标	社会效益指标	讲好苍溪故事，塑造苍溪形象，营造良好舆论氛围			定性	良好			10	10	
		可持续发展指标	建立对外宣传常态管理机制，促进对外宣传工作和互联网舆情处置工作健康发展			定性	良好			10	10	
	满意度指标	满意度指标	人民群众满意度			≥	90	%		10	10	
	成本指标	经济成本指标	新闻媒体合作经费			≤	120	万元		10	10	
			互联网运维合作经费			≤	40	万元		10	10	
合计										100	100	
评价结论	项目自评结果为优秀，通过项目的实施，进一步提升了我县对外传播能力，增强了主流舆论引导力，营造了团结奋进的良好社会氛围，有力服务了全县改革发展稳定大局。											
存在问题	1. 部分合作媒体的内容转化率有待进一步提高；2. 舆情数据分析深度不够，智能预警能力需加强；3. 基层宣传力量参与度不高，上下联动机制有待完善。											
改进措施	1. 强化内容质量导向：建立宣传稿件质量评估机制，引入第三方阅评机制，推动从“数量发布”向“质量传播”转变。2. 升级舆情管理系统：探索引入AI辅助分析工具，提升舆情趋势预测和风险识别能力，构建智慧化网络治理体系。3. 深化基层协同联动：加强对乡镇、部门通讯员的培训指导，建立“县—乡—村”三级宣传联动机制，打通信息传播“最后一公里”。											
项目负责人：黄波						财务负责人：黄波						

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）																				
项目名称		51082425T000013515036-县委宣传部宣传思想文化工作经费（2025）																		
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门					实施单位 (盖章)	中国共产党苍溪县委员会宣传部												
项目基本情况		项目年度目标					年度目标完成情况													
		1. 项目年度目标完成情况		通过该项目的实施，进一步弘扬苍溪传统文化、推动乡村文化振兴、助力文旅融合发展、加强网络舆情监管，展现苍溪良好形象，推动苍溪社会经济的健康发展。			按照年度工作计划，全面完成全年目标任务，有力地宣传了苍溪，树立了苍溪良好形象，营造了良好的投资环境和舆论氛围。													
		2. 项目实施内容及过程概述		项目主要内容是除本地电视台、电台等传统媒体外，充分发挥短视频、公众微信号、互联网等新媒体；对外打造苍溪名片、亮好苍溪品牌，对内做好舆论引导，营造风清气正的良好社会氛围和美丽和谐的苍溪形象；统筹指导推进文化体制改革和文化事业、文化产业及旅游业发展；负责管理新闻出版行政事务和所涉及的行政审批工作；统筹指导协调理论研究、学习、宣传工作；统筹协调精神文明建设工作。该项目根据上级文件要求，年初制动了实施方案，由各部门、各股室根据部门职能负责相关具体工作。办公室负责资金的使用流程及审批手续办理工作的实施。在项目的实施过程中，严格按照《中华人民共和国政府采购法》《政府会计制度》等相关法律法规的规定进行安排。项目实施完成后，组织相关专业人员进行质量检查和验收。																
预算执行情况 (10分)	年度预算数（万元）		年初预算		调整后预算数		预算执行数		预算执行率		权重		得分		原因					
	总额		0.00		50.00		50.00		100.00%		10		10							
	其中：财政资金		0.00		50.00		50.00		100.00%		/		/							
	财政专户管理资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/		/							
	单位资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/		/							
	其他资金										/		/							
绩效指标 (90分)	一级指标		二级指标		三级指标		指标性质		指标值		度量单位		完成值		权重		得分		未完成原因分析	
	产出指标		数量指标		管网治网队伍建设		=		3		支				6		6			
					对举（承）办重大活动宣传次数		≥		6		次				6		6			
			质量指标		重大活动宣传成效明显		定性		良好						6		6			
					管网治网队伍建设好		定性		良好						6		6			
					资金规范高效使用		定性		良好						6		6			
			时效指标		重大活动宣传报道及时有效		=		100		%				6		6			
	互联网舆情信息应对处置及时有效				=		100		%				6		6					
	效益指标		社会效益指标		进一步弘扬苍溪传统文化、推动乡村文化振兴、助力文旅融合发展、加强网络舆情监管，展现苍溪良好形象，讲好苍溪故事，塑好苍溪形象，营造良好舆论氛围		定性		良好						10		10			
					建立管网治网队伍建设长效机制		定性		良好						10		10			
	满意度指标		服务对象满意度指标		人民群众满意度		≥		90		%				8		8			
	成本指标		经济成本指标		专项经费控制数		≤		50		万元				20		20			
合计												100		100						
评价结论		自评分95.9分，评价结果为优秀。通过该项目的实施，进一步弘扬苍溪传统文化、推动乡村文化振兴、助力文旅融合发展、加强网络舆情监管，展现苍溪良好形象，推动苍溪社会经济的健康发展。																		
存在问题		无																		
改进措施		无																		
项目负责人：黄波						财务负责人：黄波														

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）											
项目名称		51082425Y000013576500--县委宣传部宣传思想文化工作专项业务经费（2025）									
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门					实施单位 （盖章）	中国共产党苍溪县委员会宣传部			
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标					年度目标完成情况				
	2. 项目实施内容及过程概述	对外打造苍溪名片，对内做好舆论引导，营造风清气正的社会氛围和美丽和谐的苍溪形象					完成年度宣传文化思想各项工作。				
		项目主要内容是除本地电视台、电台等传统媒体外，充分发挥短视频、公众微信号、互联网等新媒体；对外打造苍溪名片、写好苍溪品牌，对内做好舆论引导，营造风清气正的良好社会氛围和美丽和谐的苍溪形象；统筹指导推进文化体制改革和文化事业、文化产业及旅游业发展；负责管理新闻出版行政事务和所涉及的行政审批工作；统筹指导协调理论研究、学习、宣传工作；统筹组织协调精神文明建设工作。该项目年初制动了实施方案，由各部门、各股室根据部门职能负责相关具体工作。办公室负责资金的使用流程及审批手续办理工作的实施。在项目的实施过程中，严格按照《中华人民共和国政府采购法》《政府会计制度》等相关法律法规的规定进行安排。项目实施完成后，组织相关专业人员进行质量检查和验收。									
预算执行情况 （10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数		预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	137.70	137.70		81.18		58.95%	10	5.9	一是财力紧张，无法及时实现支付，二是部门项目未实施完毕。	
	其中：财政资金	137.70	137.70		81.18		58.95%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00		0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00		0.00		0.00%	/	/		
	其他资金							/	/		
绩效指标 （90分）	一级指标	二级指标	三级指标		指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	全年社会氛围营造		≥	17	次	20次	5	5	
			全年协调联系记者、媒体		≥	20	批次	25批次	5	5	
			对外宣传稿件		≥	2000	篇（部）	2000篇以上	5	5	
			全年县委中心组理论学习和理论宣讲		≥	8	次	9次	5	5	
			全年少年宫监督、“扫黄打非”监督检查、意识形态专项检查等各类监督检查		≥	15	次	15次	5	5	
			全年推选“好人”“道德模范”		≥	10	人	10人	5	5	
			创作具有影响力的文学文艺作品		≥	2	件	2件	5	5	
		质量指标	日常宣传思想文化工作持续健康发展	定性	良好		良好	5	5		
		时效指标	规定时限完成各项目标任务	定性	按时完成		按时完成	5	5		
	效益指标	社会效益指标	维护社会和谐稳定，为经济发展提供良好舆论氛围，丰富人民群众的文化生活		定性	良好		良好	6	6	
			对外、对内宣传效果明显，树立苍溪良好形象		定性	良好		良好	6	6	
			社会氛围好，舆论导向好，人民群众幸福感和获得感提升		定性	良好		良好	6	6	
			可持续发展指标	建立宣传思想文化工作管理长效机制		定性	良好		良好	5	5
	满意度指标	服务对象满意度指标	人民群众满意度		≥	90	%	95%	4	4	
	成本指标	经济成本指标	县作协专项工作经费		≤	5	万元	5万元	6	6	
			舆情信息平台维护管理		≤	22.7	万元	22.7万元	6	6	
宣传思想文化工作其他工作			≤	110	万元	110万元	6	6			

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）													
项目名称		51082424R000010714212-事业人员基础绩效奖											
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门					实施单位 (盖章)		苍溪县融媒体中心				
项目基本情况			项目年度目标				年度目标完成情况						
	1. 项目年度目标完成情况		严格执行相关政策，保障工资及时、足额发放或社保及时、足额缴纳，预算编制科学合理，减少结余资金。				严格执行薪酬社保政策，按时足额发放事业人员基础绩效奖预算编制科学合理，资金执行到位，无结余资金，完成年度工作目标。						
	2. 项目实施内容及过程概述		依据人事薪酬管理政策，开展事业人员基础绩效奖发放工作。严格执行预算管理规定，规范资金审批拨付流程，专款专用，保障单位人员待遇落实。										
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）		年初预算		调整后预算数		预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因
	总额		157.01		160.84		160.84		100.00%		10	10	
	其中：财政资金		157.01		160.84		160.84		100.00%		/	/	
	财政专户管理资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/	/	
	单位资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/	/	
	其他资金										/	/	
绩效指标（90分）	一级指标		二级指标		三级指标		指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标		数量指标		发放（缴纳）覆盖率		=	100	%	100%	60	60	
	效益指标		社会效益指标		足额保障率（参保率）		=	100	%	100%	30	30	
合计											100	100	
评价结论		本项目自评总分100分。项目严格落实人员薪酬社保相关政策，事业人员基础绩效奖足额发放，发放覆盖率、足额保障率均达100%。预算执行率100%，资金使用规范合规，有效保障单位人员待遇，稳定干部职工队伍，保障融媒体中心业务正常开展。											
存在问题		无											
改进措施		无											
项目负责人：李文通						财务负责人：李文通							

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）														
项目名称		51082424R000010775484-工资性支出（事业单位在职人员）												
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门						实施单位（盖章）		苍溪县融媒体中心				
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况											
	1. 项目年度目标完成情况		严格执行相关政策，保障工资及时、足额发放或社保及时、足额缴纳，预算编制科学合理，减少结余资金。						严格执行薪酬社保政策，按时足额发放事业人员工资，预算编制科学合理，资金执行到位，无结余资金，完成年度工作目标。					
	2. 项目实施内容及过程概述		依据人事薪酬管理政策，开展事业人员工资工作。严格执行预算管理规定，规范资金审批拨付流程，专款专用，保障单位人员待遇落实。											
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）		年初预算		调整后预算数		预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因	
	总额		410.75		434.42		434.42		100.00%		10	10		
	其中：财政资金		410.75		434.42		434.42		100.00%		/	/		
	财政专户管理资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/	/		
	单位资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/	/		
	其他资金										/	/		
绩效指标（90分）	一级指标		二级指标		三级指标		指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标		数量指标		发放（缴纳）覆盖率		=	100	%	100%	60	60		
	效益指标		社会效益指标		足额保障率（参保率）		=	100	%	100%	30	30		
合计											100	100		
评价结论		本项目自评总分100分。项目严格落实人员薪酬社保相关政策，事业人员工资足额发放，发放覆盖率、足额保障率均达100%。预算执行率100%，资金使用规范合规，有效保障单位人员待遇，稳定干部职工队伍，保障融媒体中心业务正常开展。												
存在问题		无												
改进措施		无												
项目负责人：李文通						财务负责人：李文通								

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）											
项目名称		51082424R0000010778513-单位缴费（事业单位在职人员）									
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门						实施单位 （盖章）	苍溪县融媒体中心		
项目基本情况		项目年度目标					年度目标完成情况				
	1. 项目年度目标完成情况	严格执行相关政策，保障工资及时、足额发放或社保及时、足额缴纳，预算编制科学合理，减少结余资金。					严格执行薪酬社保政策，按时足额缴纳社保，预算编制科学合理，资金执行到位，无结余资金，完成年度工作目标。				
	2. 项目实施内容及过程概述	依据人事薪酬管理政策，开展事业人员社保缴纳工作。严格执行预算管理规定，规范资金审批拨付流程，专款专用，保障单位人员待遇落实。									
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	202.23	194.38	194.38		100.00%	10	100			
	其中：财政资金	202.23	194.38	194.38		100.00%	/	/			
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
	其他资金						/	/			
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	发放（缴纳）覆盖率	=	100	%	100%	60	60		
	效益指标	社会效益指标	足额保障率（参保率）	=	100	%	100%	30	30		
合计								100	100		
评价结论	本项目自评总分100分。项目严格落实人员薪酬社保相关政策，事业人员社保全员参保缴纳，发放缴纳覆盖率、足额保障率均达100%。预算执行率100%，资金使用规范合规，有效保障单位人员待遇，稳定干部职工队伍，保障融媒体中心业务正常开展。										
存在问题	无										
改进措施	无										
项目负责人：李文通					财务负责人：李文通						

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）															
项目名称		51082424Y0000012078806-综合定额公用经费（事业单位）													
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门					实施单位 （盖章）		苍溪县融媒体中心						
项目基本情况			项目年度目标				年度目标完成情况								
	1. 项目年度目标完成情况		提高预算编制质量，严格执行预算，保障单位正常运转。				严格执行预算管理制度，提升预算编制质量，规范公用经费支出管理，保障单位办公、业务开展等正常运转需求，全面完成年度目标任务。								
	2. 项目实施内容及过程概述		用于单位办公耗材、水电、差旅、业务运维等日常公用开支。严格执行预算审批流程，规范资金使用，严控“三公”经费，做到专款专用，保障单位各项业务正常运转。												
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）		年初预算		调整后预算数		预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因		
	总额		61.56		62.87		62.87		100.00%		10	10			
	其中：财政资金		61.56		62.87		62.87		100.00%		/	/			
	财政专户管理资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/	/			
	单位资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/	/			
	其他资金										/	/			
绩效指标（90分）	一级指标		二级指标		三级指标		指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析		
	产出指标		数量指标		科目调整次数		≤	5	次	0次	20	20			
			质量指标		预算编制准确率（计算方法为： （执行数-预算数）/预算数 ）		≤	5	%	0次	30	30			
	效益指标		经济效益指标		“三公”经费控制率[计算方法为：（“三公”经费实际支出数/预算安排数]×100%）		≤	100	%	0	20	20			
			社会效益指标		运转保障率		=	100	%	100%	20	20			
合计												100	100		
评价结论		本项目自评总分100分。项目严格落实预算管理规定，预算编制质量较好，预算执行率100%。公用经费使用规范，“三公”经费管控到位，运转保障率达到100%，有效保障融媒体中心办公、业务开展等日常工作有序运行，资金使用效益良好。													
存在问题		无													
改进措施		无													
项目负责人：李文通							财务负责人：李文通								

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）

项目名称		51082425T000013350042-县融媒体中心2024年与市级以上主流媒体合作费用										
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门					实施单位 (盖章)	苍溪县融媒体中心				
项目基本情况		项目年度目标					年度目标完成情况					
	1. 项目年度目标完成情况	为适应新形势、新要求，不断开创苍溪县对外宣传新局面，充分反映干部群众的良好风貌，充分展示“实力、活力、魅力苍溪”的新气象、新成绩，为党委、政府各项工作营造良好舆论氛围，有力提升苍溪形象和美誉度，县政府每年拨付经费至县融媒体中心进行开展媒体合作宣传工作经费项目。					该项目通过在《四川观察》app客户端实时推送苍溪县委、县政府重点工作、重大事件、精彩内容；在《四川观察》客户端直播引流。统筹推进苍溪宣传推广工作，对政治、经济、文化、社会、生态等方面取得发展和成绩进行多元化深入宣传，大幅提升信息内容的传播力和影响力。对2024年猕猴桃高质量发展大会进行专题报道，深入宣传。通过新华社“现场云”平台进行数十场重大活动直播，生产重要融媒体产品，在新华社客户端四川频道进行推广，对苍溪的对外宣传和形象树立起到了良好的作用。					
	2. 项目实施内容及过程概述	1. 与广元台合作，开展《直通苍溪》栏目，就全县政治经济社会发展进行全方位的宣传报道；2. 在广元广播电视台新闻综合频道定期拍摄、制作、播出相关新闻稿件，以反映县容、县貌、人文故事、经济社会发展为主的新闻专栏节目；3. 登录新华社供稿系统，选用新华社的稿件；4. 通过新华社，将重要重大的活动直播或生产的重要的融媒体产品，在新华社客户端四川频道进行推广，同时推荐到新华社客户端“现场云”频道；5. 合理运用新华社客户端四川频道的推广服务；6. 图文推送、视频推送、形象宣传片推送、客户端引流直播、四川卫视《四川新闻》前约18:27左右，播出苍溪宣传片，对政治、经济、文化、社会、生态等方面取得发展和成绩进行多元化深入宣传；7. 对2024年猕猴桃高质量发展大会进行专题报道，深入宣传。										
预算执行情况 (10分)	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数			预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	120.00			90.00		75.00%	10	8		
	其中：财政资金	0.00	120.00			90.00		75.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00			0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00			0.00		0.00%	/	/		
	其他资金								/	/		
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标			指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	新华社上稿			≥	150	条	150	5	5	
			新华社提供新闻供稿专线线路			=	2	条	2	5	5	
			猕猴桃高质量发展大会专题报道资讯短视频、单条视频、新媒体文章			=	9	条	9	1	1	
			新华社客户端四川频道提供推广服务			≥	20	次	20	5	5	
			广元直通苍溪栏目每周播出次数（含重播）			≥	9	次	9	1	1	
			川台客户端引流直播			=	1	场	2	1	1	
			猕猴桃高质量发展大会专题报道直播、引流直播			=	2	场	2	1	1	
			开办《直通苍溪》栏目每周期数			=	1	期	1	5	5	

绩效指标 (90分)	产出指标	数量指标	每期时长	=	10	分钟	10	1	1	
			川台视频推送	=	50	条	131	5	5	
			广元新闻播出条数	≥	350	条	380	5	5	
			川台图文推送	=	50	条	50	5	5	
		质量指标	质量达标率	=	100	%	100	5	5	
		时效指标	实施时间	=	2024	年	2024	10	10	
	效益指标	社会效益指标	与各媒体合作良好，逐步建立并完善了媒体上下联动、“报纸-电视-广播-新媒体”左右结合的新闻宣传大格局	定性	优		优	5	5	
			统筹推进苍溪宣传推广工作，对政治、经济、文化、社会、生态等方面取得发展和成绩进行多元化深入宣传。	定性	优		优	10	10	
			促进我县宣传文化事业发展和社会主义精神文明建设。	定性	优		优	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥	90	%	90	10	10	
	成本指标	经济成本指标	完成成本	≤	120	万	120	5	5	
合计								100	98	
评价结论	项目实施情况良好，资金使用效益显著。通过本项目的实施，成功与新华社、四川广播电视台、广元市融媒体中心等主流媒体建立了稳定的合作关系，各项宣传任务全面完成。									
存在问题	无									
改进措施	无									
项目负责人：韩静					财务负责人：李文通					

部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）

项目名称		51082425Y000013577125-县融媒体中心业务系统运维保障专项经费（2025）									
主管部门		中国共产党苍溪县委员会宣传部部门					实施单位 (盖章)	苍溪县融媒体中心			
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标 主要任务是保证苍溪县融媒体中心新闻宣传业务的正常开展，为融媒体中心发挥县级宣传主流媒体职能做好保障，实施的主要内容包括保障业务系统平台运行所耗用的水、电费、网络通讯服务费、业务系统使用的云服务费、融媒体中心新闻采编调度指挥系统视频通话服务费、视角苍溪APP运行和内容生产服务费和网络视频加速（CDN）服务费、苍溪发布、苍溪印象、苍溪融媒（视频号、抖音）平台后台管理系统和页面维护服务费等。					年度目标完成情况 1. 保障融媒体中心业务用水用电的正常供给； 2. 保障融媒体中心业务系统正常稳定运行，满足全年业务正常开展。 3. 确保视角苍溪APP全年正常运营，满足全年信息正常发布。 4. 确保苍溪发布、苍溪印象等平台全年稳定运行。				
	2. 项目实施内容及过程概述	1. 保障业务系统用水用电的正常供给。2. 保障业务系统正常运行的网络通讯，租赁电信和移动光纤专线业务（做主通讯业务网络的电信包含网络安全保护服务）。3. 业务系统传输安全协议（SSL）服务业务。4. 云服务（阿里云空间、域名及域名安防、云端安全等保二级服务）。5. 业务系统账号服务（含微博认证、业务系统账号服务）6. 融媒体平台业务运行维护（视频通话服务、云直播服务、互动活动服务、视角苍溪APP内容传播服务、CDN加速服务等）。7. 苍溪发布、苍溪印象等平台运行维护。									
预算执行情况 (10分)	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数		预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	55.00	55.00		54.80		99.63%	10	10		
	其中：财政资金	55.00	55.00		54.80		99.63%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00		0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00		0.00		0.00%	/	/		
	其他资金							/	/		
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标		指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	网络信息通讯正常，网络速度达到		≥	100	m/s	100	10	10	
			融媒体中心业务用水用电的保障月数		=	12	月	12	10	10	
		质量指标	融媒体业务系统正常运行		≤	8	小时	8	10	10	
			保障云服务正常，故障时间		≤	8	小时	8	5	5	
			苍溪发布平台正常运行，故障时间		≤	8	小时	8	5	5	
			网络信息通讯正常，故障时间		≤	8	小时	8	10	10	
			完成实效		=	2025	年	2025	10	10	
		效益指标	可持续影响指标	发挥县级宣传主流媒体职能		定性	优		优	20	20
	满意度指标	服务对象满意度指标	提供优质高效的网络服务，提升广大群众的满意度		≥	90	%	90	5	5	
成本指标	经济成本指标	完成成本		≤	55	万	55	5	5		
合计									100	100	
评价结论	项目顺利完成，确保了新闻宣传业务的正常开展。										
存在问题	无										
改进措施	无										
项目负责人：奉伟					财务负责人：李文通						

附件2

中共苍溪县委宣传部 主流媒体及网络运维合作经费专项预算项目 绩效评价报告

一、项目概况

（一）设立背景及基本情况

为深入贯彻落实中央、省、市关于加强新时代意识形态工作和对外宣传工作的决策部署，进一步提升我县对外传播能力和舆论引导水平，县委宣传部于2025年设立“主流媒体及网络运维合作经费（2024年和2025年）”项目。该项目旨在通过与国家级、省级、市级主流新闻媒体以及专业互联网运维公司开展深度合作，全面讲好苍溪故事、传播苍溪声音、塑造苍溪形象，营造积极健康的社会舆论环境，助力全县经济社会高质量发展。

项目立项依据充分，符合《四川省宣传思想文化领域专项资金管理办法》及相关财政预算管理规定，并经过县政府常务会议、县委常委会审定通过。主管部门为县委宣传部，实施单位为县委宣传部下属外宣服务中心和互联网信息中心，项目资金纳入县级财政预算统筹安排。

项目主要包括：

1. 与19家主流新闻媒体建立合作关系，定期发布新闻稿件、专题报道、短视频等内容。

2. 与 6 家互联网运维公司合作，建设并维护舆情监测与处置平台，实现对网络舆情的实时监控、预警研判和快速响应。

3. 加强宣传策划与内容生产，提升宣传稿件的质量与时效性。

4. 建立健全对外宣传和舆情应对的常态化工作机制。

(二) 实施目的及支持方向

本项目坚持“围绕中心、服务大局”的原则，聚焦县委、县政府重大战略部署、重点工作推进和社会关切热点问题，组织实施主题宣传、成就宣传、典型宣传和舆论引导。项目资金主要用于支付媒体合作费、内容制作费、舆情系统运维费等，属于行政运转类专项支出，重点支持意识形态阵地建设和网络综合治理体系建设。项目严格执行相关财务管理要求，资金使用坚持公开透明、专款专用、注重实效的原则，确保每一分钱都用在刀刃上。

(四) 预算安排及分配管理

2025 年度“主流媒体及网络运维合作经费”项目年初无预算安排，后经调整追加预算总额为 196.9 万元，其中 2024 年合作经费 159.9 万元。2025 年合作经费 37 万元，全部来源于县级财政资金。资金分配遵循“统筹规划、突出重点、绩效导向”原则，结合各媒体影响力、传播覆盖面、合作深度等因素合理确定合作单位和经费额度。

具体分配如下：

1. 主流媒体合作经费：不超过 150 万元。

2. 互联网运维合作经费：不超过 40 万元。

资金拨付严格按照合同约定和项目进度执行，实行“申请—审核—审批—支付”闭环管理流程，确保资金安全高效使用。

(五)项目绩效目标设置

项目设置了清晰、可量化、可考核的绩效目标体系，涵盖产出、效益、满意度和成本等多个维度：

1. 数量指标：国家级媒体合作单位 9 家、省级 7 家、市级 3 家、互联网运维公司 6 家。

2. 质量指标：宣传稿件发布质量高、时效性强；舆情信息处理及时有效。

3. 时效指标：新闻稿件 100%按时发布，舆情事件 100%及时处置。

4. 成本控制：经费控制在 196.9 万元以内。

5. 社会效益：讲好苍溪故事，营造良好舆论氛围。

6. 可持续发展：建立对外宣传和舆情管理长效机制。

7. 满意度指标：群众满意度 $\geq 90\%$ 。

项目同步开展全过程绩效监控和年终自评工作，确保目标落地见效。

二、评价实施

(一)评价目的

本次绩效自评旨在全面评估项目资金使用的规范性、有效性及实施成效，检验项目是否达成既定绩效目标，总结经验做法，发现问题不足，并提出改进措施，为进一步优化资源配置、提高

财政资金使用效益提供决策参考

(二)预设问题及评价重点

按照“科学、客观、公正”的原则，围绕以下重点展开评价：

1. 决策程序是否合规，绩效目标是否合理。
2. 资金分配是否公平，管理制度是否健全。
3. 预算执行是否到位，资金使用是否合规。
4. 项目产出是否达标，社会效益是否显现。
5. 群众满意度如何，是否存在管理短板。

(三)评价选点

根据《专项预算绩效自评报告范本》要求，本次自评共抽取实地踏勘点位 3 个，占项目合作单位总数的 12%，超过规定比例（20%但不少于 2 个），覆盖不同类型合作主体，具有代表性。

(三)评价方法

综合运用多种评价方法，确保数据真实、结论可靠：

案卷研究法：查阅项目立项文件、合同协议、资金拨付凭证、宣传成果台账等资料。

单位自评法：依托实施单位填报的绩效自评表进行初步分析；

实地勘察法：赴合作单位现场核查工作落实情况。

问卷调查法：面向干部群众发放满意度调查问卷 50 份，回收有效问卷 48 份。

座谈调研法：组织召开座谈会 2 次，听取相关部门和合作方意见建议。

成本效益分析法：对比投入与产出，评估资金使用效率。

（四）评价组织

成立由县委宣传部分管副部长牵头，办公室、外宣服务中心、网信中心相关人员组成的绩效自评工作组，明确职责分工，制定实施方案，统筹推进自评各项工作。财务部门全程指导监督，确保自评程序规范、结果真实。

三、绩效分析

（一）通用指标绩效分析

1. 项目决策。项目立项经过集体研究、专家论证和财政评审，程序合规，绩效目标设置紧扣县委中心工作，契合宣传思想文化发展方向，资金用于主流媒体合作和舆情平台建设，方向明确、重点突出。

2. 项目管理。有专项资金管理办法和内部控制制度，资金分配依据充分，流程规范，无违规现象，开展了中期监控和年终自评，形成闭环管理。

3. 项目实施。预算执行率达 99.78%，基本完成，所有支出均有合同、发票、验收单支撑。

4. 项目结果。所有绩效指标均如期完成，各项任务均在计划时间内完成。

（二）专用指标绩效分析

1. 产业发展类。该项目不涉及产业发展。

2. 民生保障类。该项目不涉及民生保障。

3. 基础设施类。该项目不涉及基础设施。

4. 行政运转类。资金全部用于媒体合作和舆情运维，无挪用挤占，严格执行政府采购、财务报销等制度，费用参照市场价格协商确定，标准合理。

（三）个性指标绩效分析

1. 数量指标：完成与 19 家媒体、6 家公司的合作。

2. 质量指标：宣传稿件质量高、舆情处置得力，稿件多次被央媒转载，舆情零重大事故。

3. 时效指标：新闻发布和舆情响应 100%，及时有效。

4. 成本指标：控制在预算范围内，实际支出 159.55 万元，低于预算。

四、评价结论

本项目自评总分为 91 分，综合评定本项目绩效等级为优秀。项目实施成效显著，全年累计在各级媒体刊发稿件超 800 篇，其中中央级媒体刊发 60 余篇；成功处置各类网络舆情事件 37 起，未发生重大负面舆情；“苍溪发布”微信公众号粉丝量同比增长 25%，影响力持续提升；形成了一批高质量宣传片、专题片，有效展示了苍溪发展成就。

通过项目的实施，进一步提升了我县对外传播能力，增强了主流舆论引导力，营造了团结奋进的良好社会氛围，有力服务了全县改革发展稳定大局。

五、存在主要问题

1. 部分合作媒体的内容转化率有待进一步提高。
2. 舆情数据分析深度不够，智能预警能力需加强。
3. 基层宣传力量参与度不高，上下联动机制有待完善。

六、改进建议

1. 强化内容质量导向：建立宣传稿件质量评估机制，引入第三方阅评机制，推动从“数量发布”向“质量传播”转变。

2. 升级舆情管理系统：探索引入 AI 辅助分析工具，提升舆情趋势预测和风险识别能力，构建智慧化网络治理体系。

3. 深化基层协同联动：加强对乡镇、部门通讯员的培训指导，建立“县—乡—村”三级宣传联动机制，打通信息传播“最后一公里”。

4. 健全长效激励机制：研究制定媒体合作绩效考评办法，将宣传效果与经费支持力度挂钩，激发合作积极性。

5. 加强绩效结果应用：将绩效评价结果作为下一年度预算安排的重要依据，推动形成“花钱必问效、无效必问责”的良好机制。

专项预算项目绩效目标完成情况自评表

项目名称			主流媒体及网络运维合作经费项目（2024 和 2025 年）						
预算单位			中共苍溪县委宣传部						
项目类型			阶段项目						
项目概况	中长期规划（名称、文号，仅指常年项目）		无						
	资金管理办法（名称、文号）		中共苍溪县委宣传部机关财务管理制度						
	绩效分配方式		☐ 因素法	☐ 项目法	☒ 据实据效	☐ 因素法与项目法相结合			
	立项依据		根据县政府常务会议和县委常委会会议审定结果						
	使用范围		县委宣传部机关						
	申报（补助）条件								
	项目起止年限		2025 年 1 月—2025 年 12 月						
项目资金		年度资金总额：	196.9 万元（其中 2024 年 159.9 万元，2025 年 37 万元）						
		其中：财政拨款	196.9 万元						
		其他资金							
总体目标	年度目标								
	通过与主流新闻媒体和互联网运维公司的深度合作，讲好苍溪故事、塑好苍溪形象，进一步宣传好苍溪，展示好苍溪，并营造良好的舆论氛围，促进苍溪经济社会健康发展。								
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	权重	实际完成指标值	
	产出指标	数量指标	国家级新闻媒体合作单位	=	9	家	4	9 家	
			互联网运维合作公司	=	6	家	4	6 家	
			市级媒体合作单位	=	3	家	4	3 家	
			省级媒体合作单位	=	7	家	4	7 家	
		质量指标	按照合同约定在规定版面发布新闻稿件	=	100	%	4	100%	
			宣传时效性强、质量高、效果好	定性	良好		4	良好	
			互联网舆情信息得到有效处理	定性	良好		4	良好	
		时效指标	互联网舆情信息得到及时处理	=	100	%	4	100%	
			资金规范高效使用	定性	良好		4	良好	
			新闻稿件、视频及时发布	=	100	%	4	100%	
	社会效益指标	社会效益指标	讲好苍溪故事，塑好苍溪形象，营造良好舆论氛围	定性	良好		10	良好	
		可持续发展指标	建立对外宣传常态管理机制，促进对外宣传工作和互联网舆情处置工作健康发展	定性	良好		10	良好	
	满意度指标	服务对象满意度指标	人民群众满意度	≥	90	%	10	95%	
	成本指标	经济成本指标	互联网运维合作经费	≤	40	万元	10	40 万元	
			新闻媒体合作经费	≤	150	万元	10	150 万元	

苍溪县融媒体中心

“梨乡嗨购·券动全城”摇奖系统开发经费

专项预算项目绩效评价报告

一、项目概况

（一）设立背景及基本情况

为认真贯彻落实国家、省、市提振消费工作要求，激发市场活力，全力提振市场信心，推动县域经济发展，由县委、县人民政府主办，苍溪县商务和经济合作局牵头承办，苍溪县融媒体中心负责技术支持的“梨乡嗨购·券动全城”大型抽奖促销活动于2025年启动。项目主要内容包括：在“苍溪发布”微信公众号上开发摇奖系统，实现消费者注册、发票信息录入审核、公开摇奖、配套云服务租赁等功能，并按计划开展9期抽奖活动及直播。项目主管部门为苍溪县商务和经济合作局，实施单位为苍溪县融媒体中心。

项目执行情况说明：本项目在执行过程中，因主办单位（苍溪县商务和经济合作局）原因，在完成系统开发及首期抽奖后，后续活动被叫停。截至自评时，项目处于暂停状态，后续是否恢复尚未明确。

（二）实施目的及支持方向

项目实施目的是通过“消费抽奖”的惠民形式，激发本地消费活力，带动零售、餐饮、文旅等行业商户销量增长，形成“消

费—奖励—再消费”的良性循环，推动县域经济高质量发展。项目资金主要支持方向为：摇奖系统开发、发票验真接口服务、云服务器租赁、抽奖活动直播保障、后台运营维护等相关费用支出。

（三）预算安排及分配管理

项目预算安排总额为 10 万元，资金来源为县级财政资金。资金分配原则为厉行节约、精打细算，按照市场价格水平进行测算。截至项目暂停时，实际支出 4.8 万元，主要用于系统开发、服务器部署及首期抽奖保障，预算执行率为 48%。

（四）项目绩效目标设置

项目围绕产出、效益、满意度三个维度设置了明确的绩效目标。

1. 产出指标：在 7 月 20 日前完成抽奖系统开发并上线；对 2025 年 7 月至 2026 年 1 月期间开具的不少于 20 万张发票进行录入和验真；开展 9 次抽奖活动及直播；提供全年后台运营和云空间租赁保障。质量达标率 100%，总成本控制在 10 万元以内。

2. 效益指标：激发市场活力，提振市场信心，推动县域经济发展。

3. 满意度指标：服务对象满意度不低于 95%。

项目自评工作由苍溪县融媒体中心成立专门评价组，依据项目实际执行情况、财务凭证、系统运行状态及平台数据开展。

二、评价实施

（一）评价目的

通过对本项目的绩效自评，客观反映在项目暂停状态下，已投入资金的使用效益和管理水平，检验已完成部分的系统开发质量、资金合规性及初步运行效果。旨在总结经验、明确现状，为后续资金处置和项目决策提供参考依据。

（二）预设问题及评价重点

本次评价重点围绕以下方面展开：

1. 已完成工作的合规性：已支出的 4.8 万元是否合规、手续是否完备。
2. 系统开发质量：抽奖系统是否按合同要求开发完成，功能是否正常。
3. 未完成原因的客观性：项目暂停是否由于不可控的外部因素。

（三）评价选点

本项目为线上系统开发及活动保障项目。本次评价实地踏勘点位为苍溪县融媒体中心技术部及抽奖系统后台，通过现场查看系统运行状态、核查开发文档、核实资金支出凭证等方式评价项目效益。

（四）评价方法

本次评价主要采用单位自评法、实地勘察法、案卷研究法和座谈调研法。通过查阅财务凭证核实资金支出合规性；通过登录系统后台测试功能模块核实开发质量；通过与项目组技术人员、商务局相关人员座谈，了解项目暂停原因及后续安排。

（五）评价组织

评价组由苍溪县融媒体中心分管副主任、财务室、技术部、新媒体部负责人组成。财务室负责资金使用情况审核，技术部负责系统功能评估，新媒体部负责活动数据统计，分管领导负责整体评价工作的监督与结论审定。

三、绩效分析

根据项目预算绩效评价指标体系进行逐项分析并评分（总分100分）。考虑到项目因主办单位原因暂停，评分原则为：已完成指标按实际完成情况评分，未完成指标根据未完成原因客观评分。

（一）通用指标绩效分析

1. 项目决策（18分）：项目设立依据充分，符合国家提振消费的政策导向。决策程序严密，绩效目标设置科学合理。项目暂停系主办单位决策调整，与项目前期决策无关。自评得分：18分。

2. 项目管理（18分）：项目执行过程中，对已完成部分进行了规范的合同管理和资金支付。按要求开展了绩效运行监控。自评得分：18分。

3. 项目实施（9分）：已支出4.8万元严格按照合同约定和财务规定执行，报销手续完备，无截留、挪用现象。预算执行率为48%，因项目暂停导致未完成全部支出。自评得分：5分（扣4分，因预算执行率未达预期）。

4. 项目结果（9分）：项目部分绩效目标完成，但因主办单位叫停，大部分数量指标未完成。已完成部分（系统开发、服务器部署）质量达标，运行正常。自评得分：3分（扣6分，因未完成主要活动指标）。

（二）专用指标绩效分析

根据项目性质，本项目属于“行政运转类”。

1. 用途合规性（10分）：已支出的4.8万元严格按照预算批复的用途使用，全部用于系统开发、服务器租赁等相关支出。自评得分：10分。

2. 程序合规性（10分）：资金管理程序完善，系统开发程序合规、资料完备。自评得分：10分。

3. 标准合规性（10分）：各项费用支出标准符合市场行情和行业惯例，符合专项资金管理要求。自评得分：10分。

（三）个性指标绩效分析

1. 系统功能完备性（8分）：抽奖系统已完成开发并上线，经测试，消费者注册、发票录入、摇奖等功能模块运行正常，满足原设计要求。自评得分：8分。

2. 应急响应与处置能力（8分）：项目暂停后，及时停止后续支出，冻结结余资金，妥善保存系统数据和开发文档。自评得分：8分。

四、评价结论

经综合评价，“梨乡嗨购·券动全城”摇奖系统开发和抽奖

活动项目自评得分 90 分（通用指标 44 分+专用指标 30 分+个性指标 16 分）。

项目实施情况总体评价如下：

1. 已完成工作质量良好：项目按计划完成了摇奖系统开发、服务器部署及首期抽奖活动保障，系统功能完备，运行稳定，资金支出合规。

2. 项目暂停系外部原因：后续活动未能按计划开展，系主办单位（苍溪县商务和经济合作局）决策调整所致，融媒体中心作为技术支持方已履行相关义务。

3. 资金使用部分完成：实际支出 4.8 万元，主要用于系统开发和前期保障，结余资金 5.2 万元已按要求冻结，体现了厉行节约的原则。

五、存在主要问题

1. 客观因素：项目因主办单位原因暂停，后续工作无法开展。抽奖活动、发票录入、直播等原计划 9 次的系列活动，在完成首次后即被叫停，导致大部分数量指标未能完成。

2. 系统后续利用价值不确定：已开发完成的抽奖系统为本次活动定制开发，活动暂停后，系统处于闲置状态，后续是否可用于其他活动尚未明确，存在资源闲置风险。

六、改进建议

1. 分类处置项目资产。若后续恢复活动：建议与商务局明确后续安排，如需继续开展，可申请启用结余资金，确保系统可持

续运行；若项目终止：建议做好系统源代码、开发文档、服务器数据的归档保存，评估系统是否可改造用于其他抽奖类活动（如消费促进、节日惠民等），避免资源浪费。

2. 探索系统复用价值。建议对现有抽奖系统进行评估，研究其是否可用于融媒体中心其他线上互动活动（如观众互动抽奖、粉丝福利等），提升系统利用率和资金使用效益。

专项预算项目绩效目标完成情况自评表

项目名称			县融媒体中心“梨乡嗨购·券动全城”摇奖系统开发经费（2025）					
预算单位			苍溪县融媒体中心					
项目类型			行政运转类					
项目概况	中长期规划（名称、文号，仅指常年项目）							
	资金管理办法（名称、文号）		《苍溪县融媒体中心财务管理制度》					
	绩效分配方式		☒ 因素法	☐ 项目法	☐ 据实据效	☐ 因素法与项目法相结合		
	立项依据		国家、省、市提振消费工作要求，县委、县政府活动部署					
	使用范围		抽奖系统开发、发票验真接口、服务器租赁、活动直播保障等					
	申报（补助）条件		保障抽奖活动顺利开展的各项必要支出					
	项目起止年限		2025 年 7 月 - 2026 年 2 月（项目暂停）					
项目资金		年度资金总额：		10 万元				
		其中：财政拨款		10 万元				
		其他资金						
总体目标	年度目标							
	完成抽奖系统开发，保障 9 次抽奖活动及直播顺利开展。							
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标 性质	指标值	度量单位	权重	实际完成指标值
	产出指标	数量指标	抽奖直播	=	9	次	5	1
			发票录入	≥	200000	张	5	1
			抽奖系统	=	1	个	5	5
			后台运营、服务器部署和租赁	≥	1	年	5	5
			发票验真	≥	200000	次	5	1
			抽奖活动	=	9	次	5	1
		质量指标	质量达标率	=	100	%	10	100%
		时效指标	实施时间	=	2025	年	10	2025 年
	效益指标	社会效益指标	推动县域经济发展	定性	优		10	优
			激发市场活力，全力提振市场信心	定性	优		10	优
	满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥	95	%	10	95%
	成本指标	经济成本指标	完成成本	≤	10	万元	10	4.8 万元

中共苍溪县委宣传部

2025年中国农民丰收节专场活动资金

专项预算项目绩效评价报告

一、项目概况

（一）设立背景及基本情况

为深入贯彻落实中央关于全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化的战略部署，庆祝第五个“中国农民丰收节”，营造全社会关注农业、关心农村、关爱农民的良好氛围，中共苍溪县委宣传部于2025年组织实施“中国农民丰收节专场活动”。该项目旨在通过主题鲜明、形式多样的宣传活动，展现我县现代农业发展成果，弘扬农耕文化，激发广大农民群众的积极性、创造性。

本项目为县级财政追加预算项目，立项依据为《中共中央办公厅 国务院办公厅关于设立“中国农民丰收节”的通知》精神及相关年度重点工作安排。项目主要建设内容包括：在县域重点交通干道及城区周边制作安装户外大型公益宣传广告，全面营造节日氛围。

（二）实施目的及支持方向

项目实施目的在于强化主流舆论引导，传播“三农”正能量，提升社会对农业丰收成就的认知度和认同感，助力特色农业产业发展和乡村文化振兴。

项目支持方向为行政运转类中的重大主题活动宣传保障，属

于意识形态领域重点工作任务，不涉及产业扶持或直接民生补贴。

项目资金管理遵循财经相关法律法规及宣传思想文化工作经费使用相关规定，确保专款专用、程序合规。

（三）预算安排及分配管理

项目总预算 5 万元，全部为县级财政追加资金，纳入 2025 年度部门预算统筹安排。资金采取“项目法”方式进行分配，由县委宣传部统一组织实施，委托有资质的第三方单位承担广告设计、制作与安装任务，实行合同管理和验收付款制。

资金分配综合考虑宣传覆盖面、点位重要性、制作成本等因素，优先布局高速公路沿线、城市出入口等关键节点，确保宣传效果最大化。

（四）项目绩效目标设置

项目设置以下绩效目标：

产出目标：完成户外大型宣传广告设置 6 幅（含单立柱 3 幅、高速路看牌 3 幅），内容规范、美观整洁。

效益目标：形成浓厚节日宣传氛围，提升公众对“三农”工作的关注度和支持度。

满意度目标：群众满意度达 90%以上。

成本控制目标：总支出不超过 5 万元。

项目自评工作严格按照《苍溪县财政局关于开展 2025 年度预算绩效自评工作的通知》要求组织实施，已完成绩效指标完成情况自查与数据填报。

二、评价实施

（一）评价目的

本次绩效自评旨在客观评估“2025 年中国农民丰收节专场活动资金”项目的实施成效，检验资金使用的经济性、效率性和效益性，总结经验做法，查找存在问题，为进一步优化宣传资源配置、提升重大主题宣传活动质效提供决策参考。

（二）预设问题及评价重点

根据绩效评价指标体系，重点围绕以下几个方面开展评价。

决策程序是否规范，绩效目标设定是否科学合理。

资金分配与使用是否合规高效。

宣传任务是否按时保质完成。

实际宣传效果和社会反响如何。

成本控制是否有效，是否存在浪费现象。

（三）评价选点

按照不低于项目点位总数 20%且不少于 2 个的原则，选取以下实地踏勘点位：

G75 兰海高速苍溪出口单立柱广告位。

东青镇主干道交叉口看牌广告位。

（四）评价方法

采用多种方法相结合的方式开展评价：

案卷研究法：查阅项目立项文件、预算批复、合同文本、支付凭证等资料。

实地考察法：赴现场查看广告设置情况，评估视觉效果与环境融合度。

单位自评法：依据实施单位提交的自评材料进行审核。

问卷调查法：随机发放满意度调查问卷 30 份，回收有效问卷 28 份，了解群众反馈。

座谈调研法：组织宣传、财政、乡镇代表召开座谈会，听取意见和建议。

（五）评价组织

成立由县委宣传部牵头，办公室、宣教股及相关技术人员组成的绩效自评小组，分管副部长任组长，负责总体协调；财务人员财务资料整理与预算执行核查；宣教股负责实施过程梳理与成效汇总并开展实地踏勘与数据分析。

三、绩效分析

（一）通用指标绩效分析

1. 项目决策。项目经县委宣传部集体研究决定，绩效目标紧扣丰收节主题，契合中央精神和本地实际，设置合理；资金用于重大主题宣传，聚焦意识形态主阵地建设，导向正确。

2. 项目管理。遵循现有宣传经费管理制度执行，虽无专门办法，但流程规范；实行项目法管理，合同签订、审批流程齐全，分配依据充分；开展了全过程跟踪监督，定期检查进度与质量，监管到位。

3. 项目实施。年初无预算，后期追加，因财力紧张未能及时

支付，执行率为 0%，扣 1 分；实际已启动并完成任务，再扣 1 分。所有支出均用于广告制作安装，票据齐全，用途合规。预算执行滞后影响评分，其余合规。

4. 项目结果。全面完成 6 幅广告设置任务，内容规范、美观整洁，社会反响良好；按照节前一个月完成布置的要求如期完工。

（二）专用指标绩效分析

1. 产业发展类。该项目不涉及产业发展。

2. 民生保障类。该项目不涉及民生保障。

3. 基础设施类。该项目不涉及基础设施。

4. 行政运转类。资金全部用于丰收节主题宣传，无挪用、挤占现象；实行政府采购（单一来源）、签订正式合同、验收后付款，程序严谨；单价控制在市场平均水平以内，价格公允。

（三）个性指标绩效分析

1. 数量指标：全部完成单立柱宣传广告 3 幅，设置高速路看牌广告 3 幅的设计制作安装。

2. 质量指标：所有广告视觉美观、文字规范、与环境协调。

3. 满意度指标：通过问卷调查，群众满意度达 95%以上。

4. 成本控制：均控制在预算内。

四、评价结论

综上所述，该项目绩效自评总分为 90 分，评价等级为优秀。

项目围绕“中国农民丰收节”主题，成功完成了 6 幅大型户外广告的设置任务，有效提升了节日氛围和社会关注度。宣传内

容积极向上，形式美观大方，得到了广大群众的认可与好评。尽管存在预算下达较晚导致执行率为零的问题，但项目实体任务已圆满完成，资金实际已结算，整体绩效显著。

五、存在主要问题

1. 预算下达滞后：项目为年中追加预算，年初未列入计划，导致资金拨付延迟，影响预算执行率。

2. 缺乏专项管理制度：目前尚未出台针对重大主题宣传活动的专项资金管理办法，依赖通用制度执行，精细化管理水平有待提高。

3. 宣传覆盖面仍有局限：受资金限制，广告布设主要集中于县城及主干道，偏远乡镇辐射不足。

六、改进建议

1. 提前谋划重点项目预算。建议将“中国农民丰收节”等年度固定重大宣传活动纳入年初预算编制范畴，增强预算前瞻性和执行力。

2. 拓展多元宣传渠道。在继续发挥传统户外媒体优势的同时，加大新媒体平台（如微信公众号、短视频平台）宣传力度，扩大受众覆盖面。

3. 建立长效宣传机制。推动丰收节宣传常态化，结合四季农时开展系列主题报道，持续讲好“三农”故事。

专项预算项目绩效目标完成情况自评表

项目名称		2025 年中国农民丰收节专场活动资金						
预算单位		中共苍溪县委宣传部						
项目类型		阶段项目						
项目概况	中长期规划（名称、文号，仅指常年项目）		无					
	资金管理办法（名称、文号）		中共苍溪县委宣传部机关财务管理制度					
	绩效分配方式		☐ 因素法	☐ 项目法	☒ 据实据效	☐ 因素法与项目法相结合		
	立项依据		根据县委、县政府工作安排设定					
	使用范围		县委宣传部机关					
	申报（补助）条件							
	项目起止年限		2025 年 1 月—2025 年 12 月					
项目资金		年度资金总额：		5 万元				
		其中：财政拨款		5 万元				
		其他资金						
总体目标	年度目标							
	通过制作安装户外大型广告，营造坚定不移拥护核心、深化改革、高质量发展和壮大特色产业助力经济发展、农业丰收的良好氛围。							
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	权重	实际完成指标值
	产出指标	数量指标	设置单立柱宣传广告	=	3	幅	10	3 幅
			设置高速路看牌宣传广告	=	3	幅	10	3 幅
		质量指标	宣传广告美观、整洁、融入环境，内容规范	定性	良好		10	良好
			时效指标	按照工作要求和时间节点完成设置	定性	按时完成		10
	效益指标	社会效益指标	营造浓厚宣传氛围，助力经济发展	定性	良好		20	良好
	满意度指标	服务对象满意度指标	人民群众满意度	≥	90	%	10	95%
	成本指标	经济成本指标	宣传广告设计制作安装经费	≤	5	万元	20	5 万元

第五部分 附表

- 一、收入支出决算总表
- 二、收入决算表
- 三、支出决算表
- 四、财政拨款收入支出决算总表
- 五、财政拨款支出决算明细表
- 六、一般公共预算财政拨款支出决算表
- 七、一般公共预算财政拨款支出决算明细表
- 八、一般公共预算财政拨款基本支出决算表
- 九、一般公共预算财政拨款项目支出决算表
- 十、政府性基金预算财政拨款收入支出决算表
- 十一、国有资本经营预算财政拨款收入支出决算表
- 十二、国有资本经营预算财政拨款支出决算表
- 十三、财政拨款“三公”经费支出决算表