附件1：

2021年度两会新媒体宣传项目自评表

　　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期： 2022.2.7

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 2021年度两会新媒体宣传 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 编辑制作科 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 ☑ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 ☑ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 ☑ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 20 | 19.75 | | 98.75 | 19.75 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 新媒体产品 | | | 5个 | 5个 | | 8 |
| 质量指标 | 新媒体推广留存率 | | | ≥90% | 95% | | 8 |
| 单个产品曝光量 | | | ≥1000 | 1500 | | 8 |
| 时效时间 | 服务响应时间 | | | ≤2小时 | 0.5小时 | | 8 |
| 成本指标 | 与社会平均成本的比较 | | | 经济实用 | 经济实用 | | 8 |
| 效益指标  （20分） | 社会效益指标 | 品牌宣传效果 | | | 有所提升 | 有所提升 | | 10 |
| 可持续影响指标 | 参与新闻评比获奖 | | | 1个 | 1个 | | 10 |
| 满意度  指标  （20分） | 服务对象满意度指标 | 区域群众满意度 | | | ≥90% | 95% | | 10 |
| 宣传对象满意度 | | | ≥90% | 95% | | 10 |
| 总分 | 99.75 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 2021年度新媒体平台线上线下推广项目预算80万元，年中经中心中心主任办公（扩大）会讨论该项目资金增加到90万元，且执行期调整为2021年6月23日——2022年6月23日，即跨年项目。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | |  | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度联办临空港报项目自评表

　　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期： 2022.2.7

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 2021年度联办临空港报项目 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 编辑制作科 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 □ 2、区直专项 ☑ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 ☑ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 ☑ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 240 | 237.6624 | | 99.03% | 19.81 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 出刊期数 | | | ≥48期 | 48期 | | 8 |
| 发行数量 | | | 10000份 | 10000份 | | 8 |
| 质量指标 | 文字内容差错率 | | | ≤5% | ≤5% | | 8 |
| 时效时间 | 创意设计内容 | | | 按合同执行 | 按合同执行 | | 8 |
| 工作响应 | | | ≤0.5小时 | ≤0.5小时 | | 8 |
| 效益指标  （24分） | 社会效益指标 | 平台影响力 | | | 有所提升 | 有所提升 | | 8 |
| 地域化品牌建立 | | | 1个 | 1个 | | 8 |
| 可持续影响指标 | 电子报阅读率 | | | 持续增加 | 持续增加 | | 8 |
| 满意度  指标  （16分） | 服务对象满意度指标 | 用户投诉 | | | ≤5% | ≤5% | | 8 |
| 设计团队打分 | | | ≥90% | 95% | | 8 |
| 总分 | 99.81 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | |  | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | |  | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度技术保障科项目自评表

　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期：2022年2月18日

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 2021年政府门户网站日常维护及优化升级等项目（政采） | | | | | | | |
| 主管部门 | | 东西湖区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 技术保障科 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 √ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 √ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 √ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 60 | 59.5 | | 99.17% | 19.83 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 维护设备及系统数量 | | | 3套 | 3套 | | 10 |
| 质量指标 | 机房正常使用 | | | ≥99.5% | ≥99.5% | | 10 |
| 时效指标 | 系统故障修复响应时间 | | | ≤48小时 | ≤48小时 | | 5 |
|  | 系统运维响应时间 | | | ≤30分钟 | ≤30分钟 | | 5 |
| 效益指标  （XX分）  效益指标  （20分） | 成本指标 | 年度维护成本增加率 | | | ≤8% | ≤8% | | 10 |
| 社会效益指标 | 政务公开社会影响力 | | | 有所提升 | 有所提升 | | 5 |
|  | 发布公开信息 | | | ≥5000条 | ≥5000条 | | 5 |
| 可持续影指标 | 核心设备正常使用 | | | ≥5年 | ≥5年 | | 10 |
| 满意度  指标  （20分） | 服务对象满意度指标 | 业务系统管理科室 | | | ≥90% | 100% | | 20 |
| …… |  | | |  |  | |  |
| 总分 | 99.83 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 项目实施达到预期 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 进一步提高预算项目指标的编制水平，强化项目的执行率。 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度技术保障科项目自评表

　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期：2022年2月18日

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 融媒体各平台系统维保及人员驻场服务项目（政采） | | | | | | | |
| 主管部门 | | 东西湖区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 技术保障科 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 √ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 √ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 √ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 55 | 32.37 | | 58.85% | 11.77 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 维护设备及系统数量 | | | 1套 | 1套 | | 10 |
| 质量指标 | 平台设备正常使用 | | | ≥99.5% | ≥99.5% | | 10 |
| 时效指标 | 平台故障修复响应时间 | | | ≤48小时 | ≤48小时 | | 5 |
|  | 平台运维响应时间 | | | ≤30分钟 | ≤30分钟 | | 5 |
| 效益指标  （XX分）  效益指标  （20分） | 成本指标 | 年度维护成本增加率 | | | ≤8% | ≤8% | | 10 |
| 社会效益指标 | 政务公开社会影响力 | | | 有所提升 | 有所提升 | | 5 |
|  | 发布公开信息 | | | ≥5000条 | ≥5000条 | | 5 |
| 可持续影指标 | 核心设备正常使用 | | | ≥5年 | ≥5年 | | 10 |
| 满意度  指标  （20分） | 服务对象满意度指标 | 业务系统管理科室 | | | ≥90% | 100% | | 20 |
| …… |  | | |  |  | |  |
| 总分 | 91.77 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 合同签至2021年12月20日止，由于区财政终止结算时间提前至12月10日，导致该项目未能验收和专项审计，无法当年支付尾款，造成项目执行率低。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 1、计划次年该项目尾款验收和专项审计后跨年支付。  2、科学设定项目合同实施周期，积极推进项目进度，提高执行率。 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度技术保障科项目自评表

　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期：2022年2月18日

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 区政府门户网站和区级新媒体内容检测等服务项目 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 东西湖区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 技术保障科 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 √ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 √ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 √ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 30 | 23.36 | | 77.87% | 15.57 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 检测系统数量 | | | 5套 | 5套 | | 10 |
| 质量指标 | 媒体平台正常使用 | | | ≥99.5% | ≥99.5% | | 10 |
| 时效指标 | 错误修复时间 | | | ≤48小时 | ≤48小时 | | 5 |
|  | 系统运维响应时间 | | | ≤30分钟 | ≤30分钟 | | 5 |
| 效益指标  （XX分）  效益指标  （20分） | 成本指标 | 年度维护成本增加率 | | | ≤8% | ≤8% | | 10 |
| 社会效益指标 | 政务公开社会影响力 | | | 有所提升 | 有所提升 | | 5 |
|  | 发布公开信息 | | | ≥5000条 | ≥5000条 | | 5 |
| 可持续影指标 | 核心设备正常使用 | | | ≥5年 | ≥5年 | | 10 |
| 满意度  指标  （20分） | 服务对象满意度指标 | 业务系统管理科室 | | | ≥90% | 100% | | 20 |
| …… |  | | |  |  | |  |
| 总分 | 95.57 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 合同签至2021年12月20日止，由于区财政终止结算时间提前至12月10日，导致该项目未能验收和专项审计，无法当年支付尾款，造成项目执行率偏低。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 1、计划次年该项目尾款验收和专项审计后跨年支付。  2、科学设定项目合同实施周期，积极推进项目实施进度，提高执行率。 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度技术保障科项目自评表

　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期：2022年2月18日

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 融媒体各平台设备维修服务项目 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 东西湖区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 技术保障科 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 √ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 √ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 √ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 10 | 10 | | 100% | 20 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 维护设备及系统数量 | | | 1套 | 1套 | | 10 |
| 质量指标 | 平台设备正常使用 | | | ≥99.5% | ≥99.5% | | 10 |
| 时效指标 | 平台故障修复响应时间 | | | ≤48小时 | ≤48小时 | | 5 |
|  | 平台运维响应时间 | | | ≤30分钟 | ≤30分钟 | | 5 |
| 效益指标  （XX分）  效益指标  （20分） | 成本指标 | 年度维护成本增加率 | | | ≤8% | ≤8% | | 10 |
| 社会效益指标 | 政务公开社会影响力 | | | 有所提升 | 有所提升 | | 5 |
|  | 发布公开信息 | | | ≥5000条 | ≥5000条 | | 5 |
| 可持续影指标 | 核心设备正常使用 | | | ≥5年 | ≥5年 | | 10 |
| 满意度  指标  （20分） | 服务对象满意度指标 | 业务系统管理科室 | | | ≥90% | 100% | | 20 |
| …… |  | | |  |  | |  |
| 总分 | 100 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 无偏差 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 进一步强化项目执行的调度监督执行。 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度技术保障科项目自评表

　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期：2022年2月18日

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 摄影摄像器材日常维修维护项目 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 东西湖区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 技术保障科 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 √ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 √ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 √ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 9.74 | 5.1962 | | 53.3% | 10.66 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 维护设备数量 | | | 若干套 | 若干套 | | 10 |
| 质量指标 | 设备正常使用 | | | ≥99.5% | ≥99.5% | | 10 |
| 时效指标 | 设备故障修复响应时间 | | | ≤48小时 | ≤48小时 | | 5 |
|  | 设备运维响应时间 | | | ≤30分钟 | ≤30分钟 | | 5 |
| 成本指标 | 年度维护成本增加率 | | | ≤8% | ≤8% | | 10 |
| 效益指标  （20分） | 社会效益指标 | 政务公开社会影响力 | | | 有所提升 | 有所提升 | | 5 |
|  | 发布公开信息 | | | ≥200条 | ≥200条 | | 5 |
| 可持续影指标 | 核心设备正常使用 | | | ≥5年 | ≥5年 | | 10 |
| 满意度  指标  （20分） | 服务对象满意度指标 | 业务系统管理科室 | | | ≥90% | 100% | | 20 |
| …… |  | | |  |  | |  |
| 总分 | 90.66 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 今年加大了对设备的日常管理维护力度，严格执行设备登记制度，设备坏损率大大的降低，导致设备修护费用也大为减少，预算资金的执行率偏低。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 合理编制项目预算，计划明年该项目日常维修维护费用预算减半。 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度全媒体平台创意设计服务项目自评表

　　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期：

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 全媒体平台创意设计服务 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 东西湖区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | 编辑制作科 | | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 ☑ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 □ 2、新增性项目 ☑ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 ☑ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | | 得分  （20分\*执行率） | |
| 年度财政资金总额 | 30 | 20.5 | | 68.33% | | 13.666 | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | | 实际完成值（B） | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 设计内容 | | | ≥20项 | | 完成 | 4 |
| 业务交流会议 | | | 4场 | | 完成 | 4 |
| 质量指标 | 广告创意设计执行 | | | ≥90% | | 完成90.28% | 7.424 |
| 时效指标 | 创意设计内容 | | | 按合同执行 | | 完成81.25% | 3.25 |
| 工作响应 | | | ≤30分钟 | | 完成 | 4 |
| 社会效益指标 | 平台影响力 | | | 有所提升 | | 完成 | 4 |
| 地域化品牌建立 | | | 1个 | | 完成 | 4 |
| 可持续影响指标 | 新增用户数 | | | 持续增加 | | 完成 | 8 |
| 满意度  指标  （40分） | 服务对象满意度指标 | 用户投诉 | | | ≤5% | | 完成 | 20 |
| 设计团队打分 | | | ≥90% | | 完成 | 20 |
| 总分 | 92.34 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 本次预算金额为30万元，后因中心主任办公会讨论，该项目需求定为20万元。最终中标金额为16万元。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 可以适当调整预算金额或增加项目需求-。 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度新媒体平台线上线下推广项目自评表

　　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期： 2022.2.7

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 2021年度新媒体平台线上线下推广 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 编辑制作科 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 □ 2、区直专项 ☑ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 □ 2、新增性项目 ☑ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 ☑ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 80 | 61.95 | | 77.44 | 15.49 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 推广活动频次 | | | 5场 | 6场 | | 8 |
| 质量指标 | 新媒体推广留存率 | | | ≥90% | 95% | | 8 |
| 单次活动曝光量 | | | ≥10000 | 50000 | | 8 |
| 时效时间 | 服务响应时间 | | | ≤2小时 | 0.5小时 | | 8 |
| 成本指标 | 与社会平均成本的比较 | | | 经济实用 | 经济实用 | | 8 |
| 效益指标  （24分） | 社会效益指标 | 云上临空港下载量 | | | 25000 | 27082 | | 8 |
| 品牌宣传效果 | | | 有所提升 |  | | 8 |
| 可持续影响指标 | 扩大主流媒体宣传半径 | | | 显著提升 | 显著提升 | | 8 |
| 满意度  指标  （16分） | 服务对象满意度指标 | 区域群众满意度 | | | ≥90% | 95% | | 8 |
| 宣传对象满意度 | | | ≥90% | 95% | | 8 |
| 总分 | 95.49 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 1、2021年度新媒体平台线上线下推广项目预算80万元，年中经中心中心主任办公（扩大）会讨论该项目资金增加到90万元；  2、受疫情影响，部分线下项目无法进行，项目执行时间延后，调整为跨年项目，且执行期调整为跨年项目，各项指标输以2022年6月合约满一年时为准。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | |  | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度采访科运行维护费项目自评表

　　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期：  3月1日

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 采访科运行维护费 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 采访科 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 ☑ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 □ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 □ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 680万 | 6727625.90元 | | 98.94% | 19 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 设备采购和项目合作 | | | 95% | 95% | | 9 |
| 质量指标 | 文字画面表现水准 | | | 95% | 95% | | 9 |
| 时效指标 | 本年度完成 | | | 95% | 95% | | 9 |
| 成本指标 | 设备正常使用 | | | 100% | 100% | | 10 |
| 效益指标  （20分） | 经济效益  指标 | 提高影响力 | | | 95% | 95% | | 8 |
| 社会效益  指标 | 干部群众传播度提高 | | | 95% | 95% | | 8 |
| 生态效益  指标 | 提高影响力 | | | 95% | 95% | | 8 |
| 满意度  指标  （20分） | 服务对象满意度  指标 | 干部群众知晓率 | | | 90% | 90% | | 9 |
| 数量指标 | 设备采购和项目合作 | | | 95% | 95% | | 9 |
| 总分 | 98 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | |  | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | |  | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度新媒体内容生产服务项目自评表

　　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期： 2022.2.7

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 2021年度新媒体内容生产服务项目 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 编辑制作科 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 □ 2、区直专项 ☑ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 ☑ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 ☑ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 260 | 255.3710 | | 98.22% | 19.64 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 新媒体发布稿件 | | | ≥260条 | 268 | | 8 |
| 业务交流会议 | | | 3场 | 3场 | | 8 |
| 质量指标 | 重点选题策划执行率 | | | ≥90% | 95% | | 8 |
| 时效时间 | 图片海报设计内容 | | | 按合同执行 | 按合同执行 | | 8 |
| 工作响应 | | | ≤0.5小时 | ≤0.5小时 | | 8 |
| 效益指标  （24分） | 社会效益指标 | 平台影响力 | | | 有所提升 | 有所提升 | | 8 |
| 地域化品牌建立 | | | 1个 | 1个 | | 8 |
| 可持续影响指标 | 新增用户数 | | | 显著提升 | 显著提升 | | 8 |
| 满意度  指标  （16分） | 服务对象满意度指标 | 用户投诉 | | | ≤5% | ≤5% | | 8 |
| 设计团队打分 | | | ≥90% | 95% | | 8 |
| 总分 | 99.64 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | |  | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | |  | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度综合业务管理工作经费项目自评表

　　单位名称： 填报日期：

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 综合业务管理工作经费 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 办公室 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 ☑ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 ☑ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 ☑ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 59.54 | 44.5437 | | 0.75 | 15 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 完成各项业务 | | | 业务完成率高 | 业务完成率高 | | 10 |
| 质量指标 | 合理配备媒体资金 | | | 资金配置合理 | 资金配置合理 | | 10 |
| 时效指标 | 各项工作贯穿全年 | | | >95 | >95 | | 10 |
| 成本指标 | 规范使用财政资金 | | | 资金执行率高 | 资金执行率较高 | | 7.5 |
| 效益指标  （40分） | 经济效益  指标 | 合理使用财政资金 | | | 执行率高 | 执行率较高 | | 7.5 |
| 社会效益  指标 | 加深社会各界对媒体业务的知晓 | | | 满意 | 满意 | | 10 |
| 生态效益  指标 | 加强财政资金使用管理 | | | 执行率高 | 执行率较高 | | 7.5 |
| 可持续  影响指标 | 提高财政资金使用效率 | | | 执行率高 | 执行率较高 | | 7.5 |
| 满意度  指标  （20分） | 服务对象  满意度指标 | 使服务对象满意 | | | 满意 | 满意 | | 20 |
| 总分 | 85 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 对电子商城采购政策的学习掌握不够准确及时，导致固定资产清理项目按未计划实施，影响总体项目执行率。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 加强对电子商城采购政策的跟进学习，统筹做好项目采购工作，提高资金执行率。 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度平台咨询策划服务项目自评表

　　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期：2022.2.15

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 平台咨询策划服务项目 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | 运营推广科 | | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 √ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 2、新增性项目 √ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 □ 2、延续性项目 √ 3、一次性项目 | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | | 得分  （20分\*执行率） | |
| 年度财政资金总额 | 30 | 19.363028 | | 64.54% | | 12.91 | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | | 实际完成值（B） | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 报告材料（12分） | | | ≥16套 | | 11 | 8.25 |
| 培训交流会议（8分） | | | 4场 | | 4 | 8 |
| 质量指标 | 策划咨询执行  （10分） | | | ≥90% | | 40% | 4 |
| 时效指标 | 月度运营数据分析  （5分） | | | 次月10日前 | | 偶有次月10日后 | 3 |
| 工作响应（5分） | | | ≤30分钟 | | ≤30分钟 | 5 |
| 效益指标（30分） | 社会效益指标 | 平台影响力（10分） | | | 有所提升 | | 有所提升 | 10 |
| 地域化品牌建立  （10分） | | | 1个 | | 0个 | 0 |
| 可持续影响指标 | 新增用户数（10分） | | | 持续增加 | | 持续增加 | 10 |
| 满意度  指标  （10分） | 服务对象满意度指标 | 用户投诉（10分） | | | ≤5% | | 0 | 10 |
| 总分 | 71.16 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 由于2020年该项目采购时间以及项目合同签订服务期等原因，造成项目尾款在今年项目款中结转支付，结转支付总金额为98769.28元，项目预算执行率为64.54%，执行率不高。年度项目绩效目标在项目执行中完成一般，由于咨询策划方案及地域品牌打造质量不高，不如人意，造成执行率不高。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 该项目将不再单独申报，服务内容纳入其他运营推广项目中。 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

附件1：

2021年度新媒体平台运营推广项目自评表

　　单位名称： 东西湖区融媒体中心 填报日期：2022.1.29

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 全年新媒体平台运营推广 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | 运营推广科 | | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 √ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 √ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 □ 2、延续性项目 √ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | | 得分  （20分\*执行率） | |
| 年度财政资金总额 | 100 | 99.519216 | | 99.52% | | 19.90 | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | | 实际完成值（B） | 得分 |
| 产出指标（40分） | 数量指标  （15分） | 外部资源数量（8分） | | | ≥2个 | | 3个 | 8 |
| 外宣品类型（7分） | | | ≥10个 | | 17个 | 7 |
| 质量指标  （18分） | 新媒体推广留存率  （5分） | | | ≥90% | | 95% | 5 |
| 单次活动曝光量  （5分） | | | ≥10000 | | 2.6万 | 5 |
| 单次活动推广曝光量  （5分） | | | ≥100000次 | | 6352.3万 | 5 |
| 外宣品验收通过率  （3分） | | | 100% | | 100% | 3 |
| 时效指标  （3分） | 服务响应时间（3分） | | | ≤2小时 | | 1小时 | 3 |
| 成本指标  （4分） | 与社会平均成本的比（4分） | | | 经济实用 | | 经济实用 | 4 |
| 效益指标  （30分） | 社会效益指标  （20分） | 临空港声音的传播率  （10分） | | | 有所提升 | | 有所提升 | 10 |
| 品牌传播效果  （10分） | | | 有所提升 | | 有所提升 | 10 |
| 可持续影响指标（10分） | 扩大主流媒体宣传率  （10分） | | | 显著提升 | | 显著提升 | 10 |
| 满意度  指标  （10分） | 服务对象满意度指标  （10分） | 区域群众满意度  （5分） | | | ≥90% | | 100% | 5 |
| 宣传对象满意度  （5分） | | | ≥90% | | 100% | 5 |
| 总分 | 99.90 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 由于项目单次活动推广曝光量绩效目标完成率达到635.23%，单次活动推广曝光量绩效目标完成率远远超过年初目标值的数倍，完成值与目标值差异较大是因为项目推广汇聚了优势资源，采取开机报头+微博热搜强势曝光，联动30个新浪全国地方站以及20家新闻媒体报道，达到活动推广曝光量超预期。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 1、提前谋划，积极推进抓落实，科学设定项目合同实施周期；  2、建立健全科学的预算管理机制和绩效指标体系，加强绩效管理意识，提高预算编制水平。 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

附件1：

2021年度结转项目自评表

　　单位名称： 填报日期：

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 2020年结转项目 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | |  | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 □ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 □ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 □ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 307.26 | 291.12 | | 94.75% | 18.95 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 维护设备及系统数量 | | | 3套 | 3套 | | 8 |
| 质量指标 | 机房正常运行 | | | ≥99.5% | ≥99.5% | | 8 |
| 时效指标 | 系统故障修复响应时间 | | | ≤48小时 | ≤48小时 | | 8 |
| 系统运维响应时间 | | | ≤30分钟 | ≤30分钟 | | 8 |
| 成本指标 | 年度维护成本增加率 | | | ≤8% | ≤8% | | 8 |
| 效益指标  （20分） | 社会效益指标 | 政务公开社会影响力 | | | 有所提升 | 有所提升 | | 5 |
| 发布公开信息 | | | ≥5000条 | ≥5000条 | | 5 |
| 可持续影响指标 | 核心设备正常使用 | | | ≥5年 | ≥5年 | | 10 |
| 满意度  指标  （20分） | 服务对象 满意度指标 | 业务系统管理科室满意度 | | | ≥90% | ≥90% | | 20 |
| 总分 | 98.95 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 因在支付尾款时，弄错资金指标，导致云上临空港APP尾款和新媒体平台短视频推广尾款未能在结转项目里支付，导致结转项目有余额。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 加强预算资金管理，减少预算资金使用的随意性 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。

附件1：

2021年度总编室运行维护费项目自评表

　　单位名称：东西湖区融媒体中心 填报日期：2022年2月16日

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | | 总编室运行维护费 | | | | | | | |
| 主管部门 | | 区融媒体中心 | | | 项目实施单位 | | | 总编室 | |
| 项目类别 | | 1、部门预算项目 ☑ 2、区直专项 □ | | | | | | | |
| 项目属性 | | 1、持续性项目 ☑ 2、新增性项目 □ | | | | | | | |
| 项目类型 | | 1、常年性项目 ☑ 2、延续性项目 □ 3、一次性项目 □ | | | | | | | |
| 预算执行  情况（万元）  （20分） | |  | 预算数（A） | 执行数（B） | | 执行率（B/A） | 得分  （20分\*执行率） | | |
| 年度财政资金总额 | 410 | 315.24 | | 76.89% | 15.38 | | |
| 年度绩效目标  （80分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年初目标值（A） | 实际完成值（B） | | 得分 |
| 产出指标  （40分） | 数量指标 | 重大主题宣传 | | | 95% | 95% | | 9 |
| 质量指标 | 双端编审系统提高内容生产 | | | 95% | 95% | | 9 |
| 时效指标 | 服务响应时间 | | | ≤1小时 | 0.5小时 | | 9 |
| 成本指标 | 控制在预算以内 | | | 95% | 95% | | 10 |
| 效益指标  （20分） | 社会效益指标 | 干部群众传播率提高 | | | 95% | 95% | | 8 |
| 可持续影响指标 | 提高生产质量 | | | 有效提高 | 有效提高 | | 10 |
| 满意度  指标  （20分） | 服务对象满意度指标 | 编辑记者使用满意 | | | ≥90% | 95% | | 10 |
| 宣传对象满意度 | | | ≥90% | 95% | | 10 |
| 总分 | 90.38 | | | | | | | | |
| 偏差大或  目标未完成  原因分析 | | 1. 云课堂受疫情影响，根据授课次数据实结算，虽然培训质量有所提高，但举办的频次未按照计划完成。 2. 双端编审系统在执行过程中，根据建设需求有部分对接业务需完成，调整为跨年项目。 | | | | | | | |
| 改进措施及  结果应用方案 | | 1、提前谋划，积极推进抓落实，科学设定项目合同实施周期；  2、建立健全科学的预算管理机制和绩效指标体系，加强绩效管理意识，提高预算编制水平。 | | | | | | | |
| 单位主要负责人  签批意见 | | 签名：    年 月 日 | | | | | | | |

备注：

1.预算执行情况口径：预算数为调整后财政资金总额（包括上年结余结转），执行数为资金使用单位财政资金实际支出数。

2.定量指标完成数汇总原则：绝对值直接累加计算，相对值按照资金额度加权平均计算。定量指标计分原则：正向指标（即目标值为≥X,得分=权重\*B/A），反向指标（即目标值为≤X，得分=权重\*A/B），得分不得突破权重总额。定量指标先汇总完成数，再计算得分。

3.定性指标计分原则：达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档，分别按照该指标对应分值区间100-80%（含80%）、80-50%（含50%）、50-0%合理确定分值。汇总时，以资金额度为权重，对分值进行加权平均计算。

4.基于经济性和必要性等因素考虑，满意度指标暂可不作为必评指标。