

昌黎县融媒体中心文件

昌黎县融媒体中心 2022 年度部门整体绩效 自评报告

一、绩效自评工作开展情况

(一) 部门预算安排及资金分配拨付使用情况

2022 年本部门（含所属预算单位）整体年初预算安排 1084.07 万元，年中调整后预算数为 1307.04 万元，决算数 1307.04 万元，年度实际支出率达 100%。

2022 年部门（含所属预算单位）项目支出共计 1 个，年初预算安排 4 万元，年中调整后预算数为 4 万元，决算数 4 万元，年度实际支出率达 100%。

(二) 绩效自评开展情况

按照县财政局关于开展 2022 年度预算绩效自评工作要求，我中心认真组织本部门及所属预算单位，开展绩效自评工作。截止 2022 年底，单位内设行政服务中心、总编室、新闻采访中心、新闻编辑中心、新媒体采编中心、对上新闻中心、技术服务中心

7个股室。在职人员 135 人（含工勤人员 0 人），其中事业人员 88 人，聘用人员 47 人。中心属预算单位 1 个，包括昌黎县融媒体中心。专门成立由融媒体中心主任任组长，分管领导任副组长，各股室相关业务人员为成员的绩效评价小组，统筹开展绩效评价工作，明确了绩效自评职责及人员分工，按照既定绩效目标、指标实施自我评价，

于 2023 年 3 月 3 日，圆满完成了 2022 年度预算绩效自评任务，并按规定时限报送县财政局。

1. 本级项目支出自评。本部门组织对 2022 年度预算项目支出全面开展绩效自评，涉及项目 1 个，预算资金 4 万元。其中，一般公共预算项目 1 个，共涉及资金 4 万元，占一般公共预算项目支出总额的 100%；政府性基金预算项目 0 个，社保基金预算项目 0 个，国有资本经营预算项目 0 个。

从评价情况看，项目支出评价等级为“优”项目 1 个，“良”项目 0 个，“中”项目 0 个，“差”项目 0 个，评优率为 96%。项目自评结果情况详见下表：

序号	主管部门 (单位)	项目名称	预算金 额（调 整后）	自评得 分	自评 等级
1	昌黎县融媒 体中心	提前下达 2022 年省 级公共文化服务体系 建设补助资金	4 万 元	96 分	优

2、部门整体绩效自评结果得分 97.06 分，评价等级为优。

二、绩效目标实现情况

（一）部门整体支出绩效目标实现情况

2022年，我部门根据年初工作计划，围绕县委县政府的工作部署，积极履行职责，强化管理，圆满完成年度工作目标，同时加强预算收支管理，建立健全内部管理只顾，严格内部管理流程，并实施有效的绩效跟踪监控，较好完成了部门整体绩效目标。

1. 新闻宣传方面。

（1）大力做好主题宣传

2022年以来，昌黎电台、电视台共制作播出《昌黎新闻》572期，累计播发新闻稿件3025篇，先后开设了“学党史 悟思想 办实事 开新局”“三统筹三扩大四创建”“喜迎二十大”“二十大时光”“撸起袖子加油干 风雨无阻向前行”等专栏10余个，共播发稿件275篇，在“学习专栏”制作播出“中央一号文件看点”“习近平论中国精神”“中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议”等六大项内容110期节目，播出“疫情防控小知识”专栏72期，对相关疫苗接种及疫情防控知识进行宣传。

我们把二十大宣传作为今年一项首要的政治任务，高度重视，精心组织，统筹广播电视传统媒体与各种新媒体宣传平台，突出营造了全县上下喜迎二十大、学习宣传贯彻二十大精神的浓厚氛围。一是重新完善了安全播出应急预案，组织应急演练，强化节目监审，做好不稳定因素和安全隐患排查，有力地保障了电台、电视台对“二十大”开幕大会盛况的准时同步转播，保障了新闻宣传和各种节目安全播出；二是配合喜迎国庆、喜迎二十大下载播出“红色档案”“国家记忆”“这十年”等13部纪录片，播出“伟大的转折”“共和国血脉”“滹沱儿女”等红色电视剧

7部；三是昌黎电视台开辟“喜迎二十大”“二十大时光”等专栏，全面宣传大会盛况，及时传递基层党员心声；四是电台以“朗读党的二十大报告和新党章音视频征集展示”活动为契机，开辟时段，来展示我县活动中的优秀作品。五是在专题栏目中开辟“二十大”专栏，制作播发“欢度国庆节 喜迎二十大”“喜迎二十大建功新时代”等相关节目；六是严格落实上级要求，通过微信公众号、抖音、快手等新媒体，同步转发来自权威发布的相关新闻专题及图文推送，及时准确地宣传党的二十大精神。通过一系列超前谋划、精心组织的宣传报道，形成了网上网下强大的宣传声势，营造了浓厚的舆论氛围，在全县迅速掀起学习宣传贯彻二十大精神的热潮。

（2）专题栏目服务社会民生

《道德法治民生》《今日昌黎》《特色畲乡》三档电视专题始终坚持民生视角，坚持正确的政治方向、舆论导向和价值取向，根据栏目定位从不同角度打好宣传配合战，全力服务全县经济社会发展大局，共制作播出节目128期，全部通过微信公众号推广。其中《道德法治民生》共播出节目44期，围绕“百姓问政服务”专栏关注热点问题，不断完善推动发展、服务民生、舆论监督和建言咨政服务功能；《今日昌黎》围绕县委县政府各个阶段的中心工作，制作播出了《聚焦全县2022年经济工作部署》、《“1134新思路”“1234大目标”访谈“一把手”锚定新航向》、《县2022年政府工作报告重点亮点解析》等系列专题报道，推出“政协委员‘医’路同行”“党代表风采”“献礼共青团建团一百周年”等特别节目，针对住房公积金政策、税费优惠政策等社会热点，

采制了《规范办理流程 优化线上服务 发挥住房公积金惠民富民作用》、《秦皇岛住房公积金 2022 新政解读》、《昌黎县税务局“四力驱动”助推新的组合式税费支持政策落地落细》等节目，受到群众广泛关注；《特色畚乡》栏目以宣传昌黎特色文化、特色产业、特色产品为主要内容，坚持在“特”字上做文章，重点推出“100 个视角看昌黎”“昌黎文化行”活动，通过到滦河、碣石山、葡萄沟、七里海等地走访拍摄，宣传弘扬昌黎文化，提升昌黎知名度和影响力。

（3）电台节目加强互动创新

截止目前，电台自办栏目《昌黎新闻》、《碣石人聊天下》、《音乐心晴》、《健康慢生活》、《大斌新书场》、《978 书场》共制作播出 2000 余期。2022 年以来，电台节目更加注重话题互动性，主持人在每期节目直播之前都把话题通过朋友圈、新媒体账号公布出去，使听众提前获得节目信息，激发互动兴趣。同时，各档节目增加了本地资讯的比重，选择更多群众关心关注的家乡事、身边事进行播报，挖掘家乡文化，制作播出“昌黎民歌”和“家乡音乐人”特别节目，配合各种重大事件、传统节日、纪念日推出了有关冬奥会的“冬奥有我”、关于高考的“孩子 为了梦想加油！”、关于疫情防控的“每日全国疫情最新动态”“在这场无硝烟的战争中 我们每个人都是英雄”、关于旅游的“我在昌黎等你”等特别节目，节目宣传效果和关注度都有较大提升。

（4）新兴媒体宣传持续发展

切实加强意识形态阵地建设，新媒体各项工作继续稳步推进，新媒体宣传工作取得了新的突破，各平台粉丝总数超过 100

万人。

一是“昌黎县融媒体中心”微信公众号强化精品意识。微信公众号与广播电视、《昌黎时讯》报纸等传统媒体协调联动，准时发布电台、电视台《昌黎新闻》和《道德法治民生》《特色畲乡》《今日昌黎》专题节目，每周三更新《昌黎时讯》，同时将本台自办节目上传至昌黎县人民政府网站及机关事务管理局等相关部门。创新开设了“三统筹 三扩大 四创建”“履承诺 见行动 促发展”“二十大时光”等专栏，推出增设了《锦绣昌黎》57期，每日编辑更新《评论金句》，实现了公众号内容“日日新”，粉丝人数稳步上升，目前拥有粉丝突破万人。

二是“昌黎发布”微信公众号在提质增量上下功夫。今年以来，“昌黎发布”始终以做好县委、县政府官方权威发布平台为职责，切实加强学习，拓宽宣传思路，紧紧围绕县委县政府中心工作，不断丰富平台内涵，加大信息量，全年发布新闻消息1300余条，策划发布《学报告话发展》《央媒瞰昌黎》《三统筹三扩大四创建》《履职责 抓落实 促发展》等系列专栏200余期，全力打造了权威、及时、丰富而有品质的新媒体传播平台。同时，我们在冀云平台上发布新闻、专题、社会、民生等本地新闻1000余条，政府网站发布新闻360条。

三是抖音、快手等短视频平台社会关注度进一步提高。短视频账号利用其及时、便捷、覆盖范围广的特点，围绕不同时期新闻宣传主题，着眼群众关心的热点问题开展宣传，“昌黎县广播电视台”抖音账号获赞853.4万，粉丝62.7万，快手账号获赞499万，粉丝33.7万。其中，发布疫情防控宣传作品200余

条，在抖音、快手、头条、百家号、视频号、微信公众号、冀云昌黎等各平台同步发送，很多作品点击量突破 100W，《秦皇岛健康宝程序正式上线》《关于来秦返秦人员提前报备的通告》等点击量均突破 10W+，《注意！6 月 25 日起，河北健康码要有大变化》抖音 358W+，快手 7.3W+；《河北十地来返政策发布》抖音 580W+，快手 96W+。

四是户外大屏、室内小屏积极发挥作用。室外大屏配合县委县政府中心工作和各级各部门工作开展，播放有关疫情防控、城市建设、法治建设、征兵双拥等新闻 200 条，专题 108 期，宣传标语 40 条，公益广告 30 条，下载播出各类央视晚会、本台晚会 30 余场，播放《闪亮的名字》《绝笔》《这十年》等记录片 70 余集。室内广告屏每天 10 个小时循环播出本地新闻，并及时更新各类宣传标语、宣传片，内容涉及党的二十大、模范人物、疫情防控、建党百年、大国工匠等。

（5）对上宣传强力推进

深入分析我县对上宣传工作面临的新形势，切实提高政治站位，强化责任意识，加强人员力量保障，针对不同央级媒体的宣传侧重点，创新工作思路，为央媒“量身定制”短视频作品，对一个选题进行多角度策划拍摄并制作出不同版本作品，分别对应两到三家央级媒体的新闻点进行投稿，创造了一个选题被三家央级媒体采用播发的典型宣传案例，实现了外宣传效果最大化，受到了市对上发稿领导的认可和表扬，并在全市得以推广。例如针对地下水超采拍摄的《河北昌黎：治理地下水超采 改善水域生态环境》《河北昌黎：引滦河活水 润万亩良田》《河北昌黎：实

施地下水超采综合治理项目》，针对役前教育拍摄的《河北昌黎：红色课堂上好役前教育第一课》《河北昌黎：役前教育助力准新兵走好从军第一步》《河北昌黎：军营体验课上好役前第一课》，针对葡萄产业拍摄的《河北昌黎：葡萄甜蜜蜜 采摘正当时》《河北昌黎：电商赋能 助力乡村振兴》《河北昌黎：小葡萄走出乡村振兴路》等一批视频稿件实现在不同央级媒体播发。2022 全年在新华社、人民日报、央视频、中新社等中央级媒体播发视频稿件 105 条，其中在中央电视台播发稿件 12 条，同期相比增长 100%，全市县区排名第四，其中昌黎葡萄酒丰收场景，在央视《新闻联播》【喜迎二十大】赞美新时代 团结奋斗向未来提要播出，《河北日报》拍摄制作高质量发展县区一把手访谈微视频一部，拍摄制作创建省级文明城市专题片一部，积极对上宣传展示昌黎亮点，树立了我县良好对外形象。

2、融媒体中心建设方面

对办公大楼维修改造，对老化脱落的外墙进行更新并进行保温防水，粉刷楼道，更新了部分破旧门窗，对卫生间墙面、地面及卫生洁具设施更新改造，重新规划了停车位和自行车棚等，整体办公环境焕然一新；充实一楼新建的图书阅览室，今年分两批购进了部分新书，对各类书籍进行分类登记、盖章摆放，促进单位职工健康读书；建立工会活动室，开辟两间专用的职工活动室，联系县总工会争取健身设施，添置了动感单车两辆、哑铃一副、综合器械一套、跑步机一台、台球桌一套，每周五下午定期开放，进一步丰富了职工的健康生活。

3、安全播出方面。

做好节目监看及安全防范等工作，抓好安全播出确保转播台人员、设备及转播信号安全。加强播出机房人员管理教育，做到24小时双人在岗值班值守，实现安全优质播出。加强设备设施隐患排查整改，确保中央、省、市、县台节目安全优质播出，全年广播电视节目无线覆盖率大于等于95%。

(二) 项目支出绩效目标完成情况

2022年度我部门绩效自评预算项目1个，项目绩效目标已完成，取得较好成效，社会公众满意度高，可持续影响一年。项目评价情况详见《2022年度预算项目绩效自评表》

三、绩效目标设定质量情况

(一) 整体绩效目标设定质量情况

根据部门预决算报表、一体化平台、资产信息管理系统、财务、资产的实际情况、财政部门相关文件、部门职责和实际情况相结合，2022年的绩效指标产出指标权重占比50%，折算得分为48.26分；绩效指标权重占比30%，折算得分为28.8分；满意度指标权重占比10%，折算得分为10分；预算执行率指标权重占比10%，折算得分为10分；最后合计得分为97.06分，评价结论为优秀。总的来说部门整体绩效目标及各分项指标设定恰当适宜，质量较高，部门运行管理总体情况如下：

1、预算编制方面，认真细化资金需求测算，科学合理编制预算；

2、预算执行方面，严格按照资金使用范围执行使用，对于资金使用严格规范管理，支出总额控制在预算总额以内，财政资

金预算执行率 100%;

3、预算绩效方面, 增强资金支出责任意识和绩效观念, 目标及指标设置科学合理, 项目执行中合理统筹项目进度安排, 并适时跟踪监控, 及时纠偏, 最大限度提高财政资金使用效率, 财政预算项目自评率达到 100%;

4、政府采购方面, 严格按照各种法规和制度执行, 规范采购管理, 政府采购执行率达到 100%;

5、资产管理方面, 建立了资产管理制度, 实施固定资产动态管理, 及时办理资产变动手续, 确保数据的准确性, 总体执行较好;

6、信息公开方面, 严格按照规定对财政预决算、预算绩效等信息及时在政府网站公开。

(二) 项目支出绩效目标设定质量情况

总体来说我部门 2022 年度预算项目年初绩效目标设定清晰明确, 绩效指标也比较全面完整、科学合理, 易于评价。但是个别项目绩效目标、指标设定模糊, 不够细化、量化, 预算编制绩效导向性有待加强。

四、整改措施及结果应用

下一步我部门将在规定时间内拟将绩效自评结果情况通过政府网站向社会公开, 在规定范围内进行通报, 作为以后年度资金分配依据, 接受社会监督, 并将结果应用到今后工作中。我部门将把 2022 年绩效自评结果与 2023 年单位预算安排挂钩, 作为编制年度预算和安排财政资金的重要依据。对于项目评价较好单位, 在政策制度允许范围内预算项目安排优先保障, 对于项目

组织实施不到位的单位项目安排适当调整。同时将根据绩效评价情况，总结优秀工作方法及经验，在全部门推广，提高整个部门工作水平，促进融媒体事业更好发展，保障财政资金得到安全、合理、高效使用。



