

2020 年度镇江市宣传文化发展资金项目 财政支出绩效评价报告

项目实施单位：市委宣传部

评价组织单位：市财政局教科文处

评价服务机构：镇江同泰会计师事务所

二〇二一年九月二十日

内 容 提 要

2021 年度镇江市宣传文化发展资金项目财政支出绩效评价是镇江市 2021 年财政支出部门重点项目绩效评价项目。镇江市宣传文化发展资金财政支出绩效评价工作由市委宣传部负责牵头组织实施，市财政局教科文处协办，从 2021 年 6 月中旬开始，到 9 月下旬完成。具体分为工作部署，基础数据表填报、复核汇总及分析，综合评价等几个阶段进行。评价组在广泛讨论的基础上，参阅了相关资料，依据《关于下达 2021 年镇江市市级财政支出绩效评价项目的通知》（镇财绩[2021] 4 号）对 2020 年度镇江市宣传文化发展资金财政支出绩效状况进行评价。评价组认为，2020 年宣传文化发展资金投入，取得了显著的成绩：深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，推动党的创新理论深入人心、落地生根；推动意识形态工作责任制全面落实，牢牢掌握意识形态工作领导权和主动权；不断提高舆论引导水平，为高质量发展走在前列营造良好舆论环境；更大力度推进文化改革发展，更好满足人民群众精神文化生活新期待；以增强“四力”为抓手，进一步提升宣传思想文化干部队伍能力素质。但是也存在一些问题，如受新冠疫情影响，对外宣传的形式和途径受限，实质的效果有待检验；受规上文化企业数量减少的影响，导致文化事业建设费征收达不到预算，一定程度

影响了文化事业建设迈上新台阶、推动文化建设高质量的新形势、新任务、新要求。进而提出继续推行财政对文艺创作生产项目资助和成果奖励相结合机制，引导社会资本参与文艺创作，提高文艺作品含金量；继续进一步挖掘和培育新增规模以上文化企业的积极性，保障文化事业建设经费来源，促进文化事业的繁荣发展，以跑起来的姿态把“镇江很有前途”融进宣传文化的现实等建议。

目 录

一、基本情况.....	5
（一）项目概况.....	5
（二）项目绩效目标.....	6
二、绩效评价工作开展情况.....	9
（一）绩效评价目的、对象和范围.....	9
（二）绩效评价原则、评价指标体系（附表说明）、评价方法、评价标准等.....	10
（三）绩效评价工作过程.....	14
三、综合评价情况及评价结论.....	15
四、绩效评价指标分析.....	16
（一）项目决策情况.....	16
（二）项目过程情况.....	16
（三）项目产出情况.....	21
（四）项目效益情况.....	21
（五）满意度分析.....	24
五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析.....	27
（一）主要经验及做法.....	27
（二）存在的主要问题及原因分析.....	36
六、有关建议.....	37
（一）继续推行财政对文艺创作生产项目资助和成果奖励相结合机制，引导社会资本参与文艺创作，提高文艺作品含金量	37

（二）继续进一步挖掘和培育新增规模以上文化企业的积极性，保障文化事业建设经费来源，促进文化事业的繁荣发展，以跑起来的姿态把“镇江很有前途”融进宣传文化的现实..... 37

七、 其他需要说明的问题.....38

附件 1..... 39

附件 2..... 41

附件 3..... 42

2020 年度镇江市宣传文化发展资金项目

财政支出绩效评价报告

一、基本情况

（一）项目概况

1. 项目立项的必要性：贯彻落实党的十九届四中全会精神和市委、市政府《关于实施文化建设工程的意见》《关于推动全市文化建设迈上新台阶的意见》《关于繁荣发展社会主义文艺的实施意见》和《关于加快推进现代公共文化服务体系建设的实施意见》等文件精神，以及 2020 年市委、市政府工作要求，加快构建现代公共文化服务体系，推进基层公共文化服务标准化均等化，全力创建“国家公共文化服务体系示范区”，推动我市文化建设迈上新台阶。

2. 项目实施的可行性：《关于加强市级社区文化建设引导专项资金管理的通知》（镇财教〔2013〕66 号）。措施：完善基层公共文化服务设施建设。贯彻《大运河镇江段文化保护传承利用规划》，推动大运河国家文化公园（镇江段）试点建设。推进玉山大码头、历代江岸遗址、李公朴故居等文保修复项目。开展新河街、都天庙、丹阳南门外大街、西门老街等历史文化街区修复工程。推进谏壁船闸航运文化标识建设，筹建运河文化博物馆等项目。开展大运河文创设计大赛、高峰论坛、艺术创作、文艺展演、水上游等活动，形成“江河交汇看镇江”品牌效应。瞄准

全国、全省“五个一工程奖”，制定《镇江市构筑文艺精品创作高地三年行动计划》。做好全民艺术普及，举办“2020 金山文化艺术节”，提升文化惠民活动层次和水平。

3.项目实施主要内容：（1）全面建成小康社会等主题宣传教育；（2）科技卫生文化“三下乡”活动；（3）思想政治研究工作；（4）重要会议、活动、节庆的社会宣传；（5）文化产业招商及推动重点文化产业项目；（6）文化产业统计；（7）部机关关党建工作；（8）思想理论建设；（9）宣传思想文化干部人才队伍建设；（10）习近平新时代中国特色社会主义思想等主题宣传、市委、市政府中心工作宣传经费；（11）对外宣传活动及外宣品制作；（12）重大社科课题研究资助。

（二）项目绩效目标

具体评价时充分评估项目中长期目标和年度目标内容：

1. 中长期目标：共需资金 700 万元，其中全面建成小康社会等主题宣传教育 60 万元；科技卫生文化“三下乡”活动 15 万元；思想政治研究工作 10 万元；重要会议、活动、节庆的社会宣传 18 万元；文化产业招商及推动重点文化产业项目 108 万元；文化产业统计 10 万元；部机关关党建工作 18 万元；思想理论建设 63 万元；宣传思想文化干部人才队伍建设 63 万元；习近平新时代中国特色社会主义思想等主题宣传、市委、市政府中心工作宣传经费 100 万元；对外宣传活动及外宣品制作 225 万元；重大社科课题研究资助 10 万元。全面建成小康社会等主题宣传教育；科技卫生文化“三下乡”活动；思想政治研究工作重要会议、活

动、节庆的社会宣传；文化产业招商及推动重点文化产业项目；文化产业统计；部机关关党建工作；思想理论建设；建设宣传思想文化干部人才队伍；习近平新时代中国特色社会主义思想等主题宣传；市委、市政府中心工作宣传；对外宣传活动及外宣品制作；资助重大社科课题研究。一是为奋力开创新时代镇江发展新局面凝心聚力。开展主题宣传活动，有利于营造良好的舆论氛围；开展习近平新时代中国特色社会主义思想、十九大精神等重点宣传，有利于提振全市党员干部群众干事创业的精气神；进行重大课题研究，有利于巩固共同奋斗的精神基础；开展镇江城市形象专项宣传等对外宣传，有利于提升现代化新镇江的对外影响力和美誉度。二是提升文化的软实力。培育创新经济，加快文化产业发展力度，做大做强骨干文化企业，提升文化产业发展的质量和效益，有利于提升镇江文化产业的竞争力，扩大镇江文化的影响力。三是夯实工作的基础。实施宣传文化人才培养工程，有利于提高宣传干部的素质，夯实宣传工作的基础，培育高层次宣传文化人才，为做好宣传思想文化工作提供坚强保障。城市形象宣传、文化产业招商、宣传文化队伍建设都取得了实实在在的成果，城市形象美誉度、文化产业招商项目及人才引进等项目，公众基本满意。

2. 年度目标：思想理论建设：广泛深入开展党的十九大精神四中全会宣讲。实施双“百十千”工程，打造一支专兼结合、梯度发展、量多质高的理论宣讲队伍；大力营造高水平全面建成小康社会的浓厚氛围；组织策划高水平全面建成小康社会等重大主

题宣传，弘扬主旋律，凝聚正能量。加快推动文化建设迈上新台阶：推进国家公共文化服务体系示范区创建，完成 11 个茅山革命老区经济薄弱村文化强基工程。启动 2020 镇江市重大文艺创作生产项目资助申报工作，完成 2019 重大文艺创作生产项目资助申报、结算工作。宣传思想文化人才队伍建设：完成全市文化产业领军人才队伍建设和宣传思想文化系统“一室一队”人才发展引领行动，实现招引全市文化产业领军人才达 20 名。部机关党建工作：培树一个党建文化品牌。重大社科课题研究：组织重大课题研究，继续推进社科普及“启航工程”；思想政治研究：加强和改进基层思想政治工作。通过加强思想建设，改进思想政治工作，继续办好“在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下——新时代新作为新篇章”等专栏。加强宣传策划，创新新闻传播，全方位、多角度展示镇江发展成就亮点，从人们切身感受中展现大格局，把发展自信树的更强、奋进标杆拉的更高、团结氛围造的更浓，为今年一季度开门红、二季度双过半、三季度稳中求进、四季度各项目标任务实现冲刺奠定思想基础；通过大力发展文化产业，实行季度推进和全年跟踪服务，确保文化产业发展稳步推进；通过加强对外宣传，不断提高镇江知名度和美誉度；通过加强宣传思想文化人才队伍建设、部机关党建工作，打造一支造诣高深、成就突出、影响广泛的宣传思想文化人才队伍。一二三四季度的各项工作均实现让服务对象和公众满意度 90%以上。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

1. 绩效评价目的：本次绩效目标内容包括至少四个方面：（1）达到预期提供的公共产品和服务所需投入的资源：包括投入的人员、技术、配套设施、设备以及预算投入资金的规模、结构、财务与资金运行管理措施等内容；（2）预期提供的公共产品和服务：包括提供的公共产品数量目标、质量目标、时效目标和成本控制等目标；（3）预期实现的效益和效果：包括经济效益、社会效益、环境效益和可持续发展与影响等；（4）服务对象或受益人满意度目标：指项目实施服务对象或相关利益者满意度、项目实施单位内部以及相关关联部门职工对项目实施的满意度，项目实施受上级表彰或惩罚等；

2. 绩效评价对象：镇江市 2021 年财政支出部门重点项目绩效评价项目：2020 年度镇江市宣传文化发展资金项目财政支出绩效评价

3. 绩效评价范围：根据开展财政支出绩效评价工作的主体和客体的不同，可以将财政支出绩效评价对象分为四类：财政支出项目绩效评价、单位财政支出绩效评价、部门财政支出绩效评价、财政支出综合绩效评价。按照财政支出的功能，评价对象主要可分为农林水、教育、科学技术、文化娱乐、医疗卫生、社会保障、环境保护、一般公共服务和公共安全等。本项目评价为财政支出项目绩效评价，属于一般公共服务项目。

（二）绩效评价原则、评价指标体系（附表说明）、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则

本次对财政资金使用状况进行绩效评价，要从经济性、效率性、有效性三者之间的相互联系中进行综合考察、分析，做出科学、客观、公正的评价：

（1）经济性（Economy）：是指以最低费用取得一定质量的资源，即支出是否节约。

（2）效率性（Efficiency）：是指投入和产出关系，即支出是否讲究效率。

（3）有效性（Effectiveness）：是指多大程度上达到政策目标、经营目标和其他预期结果，即是否达到目标。

2. 绩效评价指标体系

绩效评价指标一般包括过程指标、产出指标、效益指标及社会评价指标等内容，简称为“四纬度绩效评价指标体系”。

（1）过程指标：主要包括预算安排与执行、资金运行效率、会计核算与财务管理、资源配置与资产管理等；

（2）产出指标：指评价考量完成的产品和服务情况；

（3）效益指标：实现的经济效益、社会效益、环境效益等；反映对未来经济、社会事业和生态环境持续发展影响力的指标。如历史性形成的资产、人才资源等对事业可持续发展产生的影响能力，是单位基础能力的体现；

（4）社会评价指标：反映公众和受益对象满意程度的指标。

详见附表

表 1 2020 年度镇江市市级项目预算绩效指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	全年（程）指标值
过程	资金管理	预算资金到位情况	足额到位
		预算执行率	100%
		财务管理制度健全性	健全
		财务监控有效性	有效
		资金使用规范性	合规
	组织实施	项目管理制度健全性	健全
		政府采购合规性	合规
		合同管理完备性	完备
		项目质量可控性	可控
产出	数量指标	全面建成小康社会重点宣传教育活动数	≥10
		习近平新时代中国特色社会主义思想等主题宣传、市委、市政府中心工作宣传活 动数	≥30
		科技卫文化“三下乡”活动生	≥20
		国家、省级媒体城市报道数	≥100
		优秀文化人才引进数	≥2
		社科研究成果数	≥30
		外宣作品数	≥100
		选树、培训宣传文化人才数	≥100
	质量指标	全省地级市排位	前五
		社科课题研究作品获奖数	≥10
	实效指标	活动举办及时性	及时
效益	社会效益指标	城市形象美誉度排名	前 100
		“三下乡”活动百姓覆盖率	50%
		主题宣传活动参与率	80%
	可持续发展	长效管理机制健全性	健全
满意度	服务对象满意度	群众满意度	≥90%
		居民知晓率	≥90%

3.绩效评价方法

在具体实施财政支出评价过程中应该采用的具体工具和方法，实施评价的过程是各种方法的交叉、综合使用的过程。

（1）目标比较法：指通过对财政支出产生的实际效果与预定目标的比较，分析完成目标或未完成目标的原因，从而评价绩效的方法。此方法主要用于对部门和单位的评价以及周期性较长项目的评价。是我们目前采用的最主要方法之一。

（2）成本效益法：又称投入产出法，是将一定时期内的支出所产生的效益与付出的成本进行对比分析，从而评价绩效的方法。

在评价时，将一定时期内项目的总成本与总效益进行对比分析，通过多个预选方案进行成本效益分析，选择最优的支出方案。该方法适用于成本和收益都能准确计量的财政支出评价，但对于成本和收益都无法用货币计量的项目则无能为力，一般情况下，以社会效益为主的支出项目不宜采用此方法。

（3）因素分析法：指通过列举所有影响成本与收益的因素，进行全面、综合的分析，从而得出评价结果的方法。成本效益法的延伸，最终也是通过投入产出比来进行评价的。

（4）历史比较法：指将相同或类似的财政支出在不同时期的支出效果进行比较，分析判断绩效的评价方法。实际上是将某一类支出或项目的历史数据进行对比分析，了解其历史上的变化及效益波动情况，既可以看出其发展趋势，也可以了解各种因素在不同时期的影响及作用机理，进而分析其效益差异的成因及改

进方向。

（5）横向比较法：指通过对相同或类似的财政支出在不同地区或不同部门、单位间的支出效果进行比较，分析判断绩效的评价方法。

（6）专家评议法：指通过邀请相关领域的专家进行评议，得出评价结果的方法。对于无法直接用指标计量其效益的支出项目，可以选择有关专家进行评价；专家们在通过实地勘察、查看项目资料，充分了解掌握项目情况后，根据自己的专业判断，给相应的指标计分。→专家的独立性、工作时间的限制

（7）问卷调查法：又称公众评判法，指通过设计不同形式的调查问卷，在一定范围内发放，收集、分析调查问卷，进行评价和判断的方法。具有民主性、公开性的特点，但应用范围有限且有一定的模糊性。在一些公共服务、公共投资项目上可设置目标群体满意度或公众满意度指标来评价绩效。

（8）询问查证法：指评价人员以口头或书面、正式或非正式会谈等方式，直接或间接了解评价对象的信息，从而形成初步判断的方法，是其他方法应用的基础。

4.绩效评价标准

标准值是制订的评价考量项目绩效目标实现或完成水平的参考值。设立评价标准值，本次评价以部门（项目）财务状况、运营成果等基本数据资料为依据，并参照各级政府及相关部门、行业发布的数据及其他相关统计资料，在对部门（项目）运行状况进行客观分析和判断的基础上，运用数理统计方法测算制定。

标准值基本类型有：计划（目标）标准、行业标准、历史标准、经验标准。本次评价以计划（目标）标准为准。

（三）绩效评价工作过程

为了科学评价财政资金的使用效果，根据市财政局《关于下达 2021 年镇江市市级财政支出绩效评价项目的通知》（镇财绩[2021]4 号）要求，2021 年度镇江市宣传文化发展资金项目财政支出绩效评价被确定为镇江 2021 年财政支出部门重点项目绩效评价项目。镇江市宣传文化发展资金下面财政支出绩效评价工作由市委宣传部组织实施，市财政局教科文处协办，从 2021 年 6 月中旬开始，到 9 月下旬完成。具体分为工作部署、基础数据表填报、复核汇总及分析，综合评价等几个阶段进行。评价组在广泛讨论的基础上，参阅了相关资料，进行了实地调查，2021 年 6 月初，市委宣传部委托镇江同泰会计师事务所成立评价组（名单见附件 2），对 2021 年度镇江市宣传文化发展资金项目财政支出的绩效进行评价。

2021 年 7 月，镇江同泰会计师事务所就评价项目的基本情况向有关部门做了充分的调查研究。2021 年 8 月初，镇江同泰会计师事务所评价组对 2021 年市委宣传部申报的宣传文化发展资金项目财政支出预绩效评价指标设定及标准值的确定进行全面分析、评估，确定了绩效评价指标体系的主要指标设定、基础数据表设计和满意率调查问卷样式，突出宣传文化发展资金财政资金使用效果的量化，确定了本次宣传文化发展资金绩效评价评价指标体系。包括：绩效目标的设定情况；绩效目标的完成情况

以及财政支出所取得的经济效益、社会效益和生态环境效益等；为完成绩效目标安排的预算资金使用情况、支出的合法合规性、财务管理状况和资产配置与使用情况为完成绩效目标采取的加强管理的制度、措施等；根据实际情况确定的其他评价内容。2021年9月初，镇江同泰会计师事务所评价组对被评价单位传送的数据，分别与镇江市委宣传部相关处室、镇江市财政局教科文处进行核对，以确保基础信息的真实性、准确性和完整性。9月中旬数据汇总工作结束。同时，绩效评价工作组开展了针对普通市民的满意率问卷调查，调查方式采用随机抽样，获得有效问卷80份，调查问卷的统计工作于9月10日完成。2021年9月15日，评价组在对相关基础数据深入分析和充分讨论的基础上，对项目进行了综合评价，形成本报告。

三、综合评价情况及评价结论

镇江同泰会计师事务所专家组成员通过汇总宣传文化发展财政支出的相关数据后，在反复讨论的基础上，一致认为，2020年度镇江市宣传文化发展财政支出绩效评价基础工作扎实，各项台账资料基本齐全，专项资金管理总体符合规范要求，预绩效目标基本实现，提供的基础数据真实可靠。

评价组认为，2020年宣传文化发展资金投入，取得了显著的成绩：深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，推动党的创新理论深入人心、落地生根；推动意识形态工作责任制全面落实，牢牢掌握意识形态工作领导权和主动权；不断提高舆论引导水平，为高质量发展走在前列营造良好舆论环境；

更大力度推进文化改革发展,更好满足人民群众精神文化生活新期待;以增强“四力”为抓手,进一步提升宣传思想文化干部队伍能力素质。但是也存在一些问题,如受新冠疫情影响,对外宣传的形式和途径受限,实质的效果有待检验;受规上文化企业数量减少的影响,导致文化事业建设费征收达不到预算,一定程度影响了文化事业建设迈上新台阶、推动文化建设高质量的新形势、新任务、新要求等问题。

专家组的综合评分结果:镇江市 2020 年度宣传文化发展财政支出绩效评价综合评分为 **90.5** 分(评分结果见附件 1),总体评价为优秀。

四、绩效评价指标分析

(一) 项目决策情况

2020 年市财政在预算中安排宣传文化发展项目专项资金 700 万元,实际到位 700 万元,资金实际到位率 100%。

(二) 项目过程情况

全面建成小康社会等主题宣传教育 60 万元:一季度 15 万元、二季度 15 万元、三季度 15 万元、四季度 15 万元;科技卫生文化“三下乡”活动四季度 15 万元;思想政治研究工作一季度 3 万元、二季度 3 万元、三季度 2 万元、四季度 2 万元;重要会议、活动、节庆的社会宣传一季度 5 万元、二季度 5 万元、三季度 4 万元、四季度 4 万元;文化产业招商及推动重点文化产业项目一季度 30 万元、二季度 30 万元、三季度 28 万元、四季度

20 万元；文化产业统计一季度 3 万元、二季度 3 万元、三季度 2 万元、四季度 2 万元；部机关党建工作一季度 5 万元、二季度 5 万元、三季度 4 万元、四季度 4 万元；思想理论建设一季度 20 万元、二季度 20 万元、三季度 13 万元、四季度 10 万元；宣传思想文化干部人才队伍建设一季度 20 万元、二季度 20 万元、三季度 13 万元、四季度 10 万元；习近平新时代中国特色社会主义思想等主题宣传、市委、市政府中心工作宣传一季度 25 万元、二季度 25 万元、三季度 25 万元、四季度 25 万元；对外宣传活动及外宣品制作一季度 60 万、二季度 60 万、三季度 55 万、50 万；重大社科课题研究资助二季度 5 万元，四季度 5 万元。思想理论建设：广泛深入开展党的十九大精神四中全会宣讲。实施双“百十千”工程，打造一支专兼结合、梯度发展、量多质高的理论宣讲队伍；大力营造高水平全面建成小康社会的浓厚氛围：组织策划高水平全面建成小康社会等重大主题宣传，弘扬主旋律，凝聚正能量。加快推动文化建设迈上新台阶：推进国家公共文化服务体系示范区创建，完成 11 个茅山革命老区经济薄弱村文化强基工程。启动 2020 镇江市重大文艺创作生产项目资助申报工作，完成 2019 重大文艺创作生产项目资助申报、结算工作。宣传思想文化人才队伍建设：完成全市文化产业领军人才队伍建设和宣传思想文化系统“一室一队”人才发展引领行动，实现招引全市文化产业领军人才达 20 名。部机关党建工作：培树一个党建文化品牌。重大社科课题研究：组织重大课题研究，继续推进社科普及“启航工程”；思想政治研究：加强和改进基层思想政

治工作。通过加强思想建设，改进思想政治工作，继续办好“在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下——新时代新作为新篇章”等专栏。加强宣传策划，创新新闻传播，全方位、多角度展示镇江发展成就亮点，从人们切身感受中展现大格局，把发展自信树的更强、奋进标杆拉的更高、团结氛围造的更浓，为今年一季度开门红、二季度双过半、三季度稳中求进、四季度各项目标任务实现冲刺奠定思想基础；通过大力发展文化产业，实行季度推进和全年跟踪服务，确保文化产业发展稳步推进；通过加强对外宣传，不断提高镇江知名度和美誉度；通过加强宣传思想文化人才队伍建设、部机关党建工作，打造一支造诣高深、成就突出、影响广泛的宣传思想文化人才队伍。一二三四季度的各项工作均实现让服务对象和公众满意度 90%以上。涉及项目 12 个，具体项目及其预算支出计划安排如下：

表 2 2020 年度宣传文化发展项目专项资金计划安排

序号	项目名称	预算数（万元）
1	全面建成小康社会等重点主题宣传教育	60
2	科技卫生文化“三下乡”活动	15
3	思想政治研究工作	10
4	重要会议、活动、节庆的社会宣传	18
5	文化产业招商及推动重点文化产业项目	108
6	文化产业统计	10
7	宣传思想文化系统党建工作	18
8	思想理论建设	63
9	宣传思想文化人才队伍建设	63
10	习近平新时代中国特色社会主义思想等主题宣传、市委、市政府中心工作宣传经费	100

11	对外宣传活动及外宣品制作	225
12	重大社科课题研究资助	10
13	合计	700

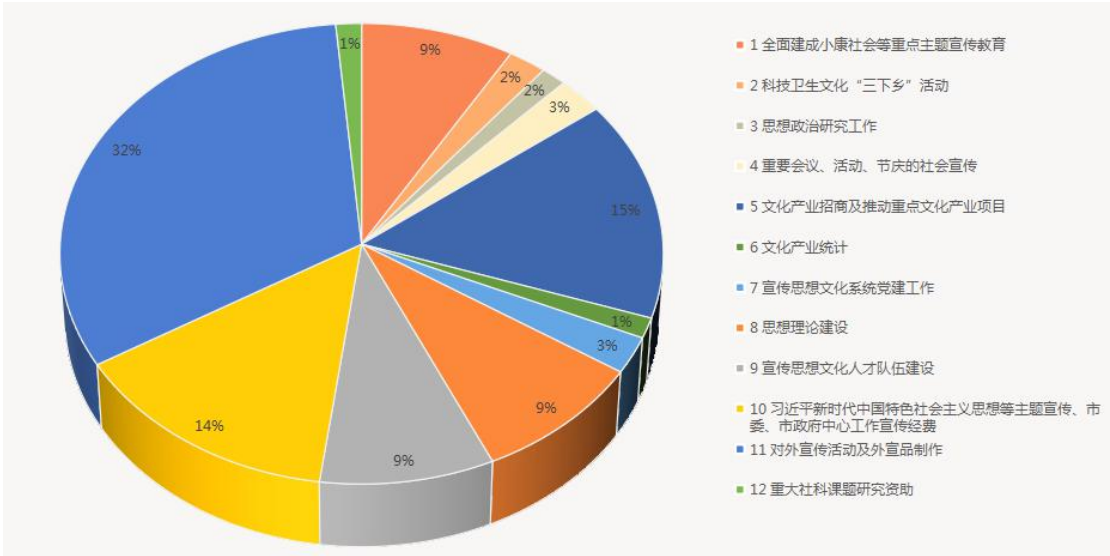


图1 2020年度宣传文化发展项目专项资金计划分项图

2020年宣传文化发展项目专项资金实际支出700万元。具体如表3：

表3 2020年宣传文化发展项目专项资金预算及支出对比明细表

序号	项目名称	预算数 (万元)	支出数 (万元)	支出比例
1	全面建成小康社会等重点主题宣传教育	60	60	100%
2	科技卫生文化“三下乡”活动	15	15	100%
3	思想政治研究工作	10	10	100%
4	重要会议、活动、节庆的社会宣传	18	18	100%
5	文化产业招商及推动重点文化产业项目	108	108	100%
6	文化产业统计	10	10	100%
7	宣传思想文化系统党建工作	18	18	100%

8	思想理论建设	63	63	100%
9	宣传思想文化人才队伍建设	63	63	100%
10	习近平新时代中国特色社会主义思想等主题宣传、市委、市政府中心工作宣传经费	100	100	100%
11	对外宣传活动及外宣品制作	225	225	100%
12	重大社科课题研究资助	10	10	100%
13	合计	700	700	100%

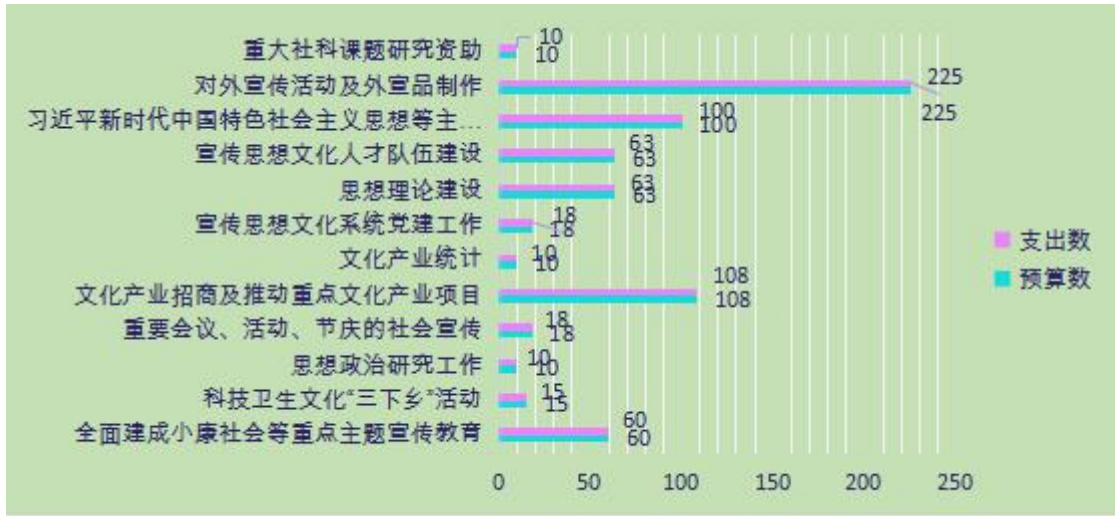


图2 2020年度宣传文化发展项目专项资金预算及支出对比图

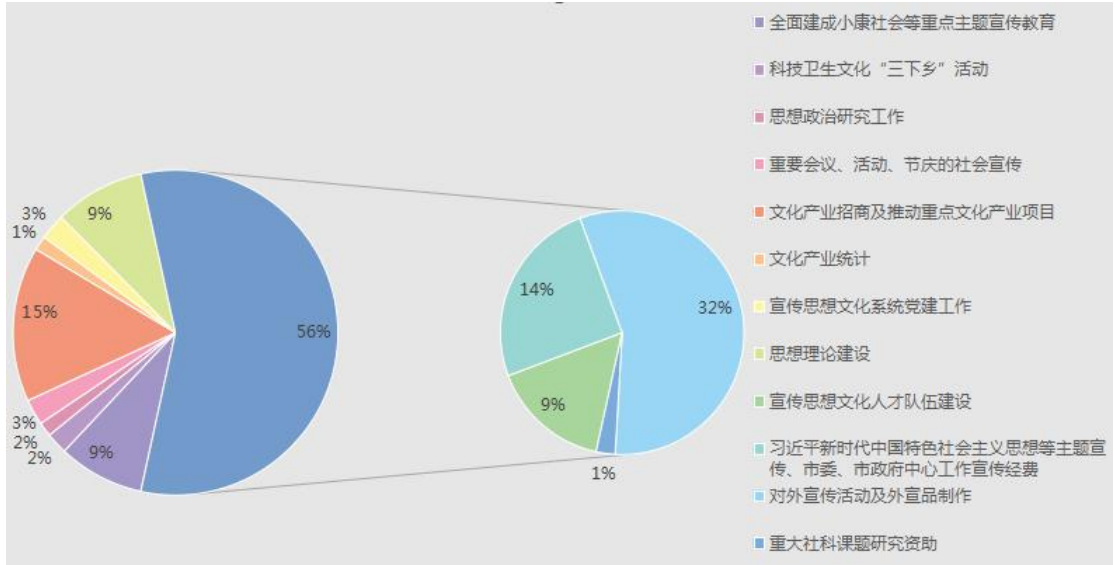


图3 2020年度宣传文化发展项目专项资金实际支出结构图

（三）项目产出情况

根据 2021 年部门预算确定的宣传文化发展项目支出主要用于：全面建成小康社会等重点主题宣传教育 60 万元；科技卫生文化“三下乡”活动 15 万元；思想政治研究工作 10 万元；重要会议、活动、节庆的社会宣传 18 万元；文化产业招商及推动重点文化产业项目 108 万元；文化产业统计 10 万元；宣传思想文化系统党建工作 18 万元；思想理论建设 63 万元；宣传思想文化干部人才队伍建设 63 万元；习近平新时代中国特色社会主义思想等主题宣传、市委、市政府中心工作宣传经费 100 万元；对外宣传活动及外宣品制作 225 万元；重大社科课题研究资助 10 万元。

（四）项目效益情况

1. 深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，推动党的创新理论深入人心、落地生根

以市委中心组学习示范带动，学习数量在省委组织部、宣传部联合通报中名列全省第 1；“学习强国”学习平台建设管理有序，全年适龄党员学习参与度稳定在 91%以上，远超省定考核指标；开展覆盖各类群体的各类宣讲活动，选拔优秀人才，我市选派的两位选手均进入省级总决赛，收获竞赛组织工作奖和 2 个选手单项二等奖；打造理论教育示范基地，创新做法经省委宣传部领导现场审定给予高度评价；用创新思路开辟冬训务实举措，“‘学习强国’+党员冬训”模式经验做法获评省优秀创新项目，我部连续两年荣获省冬训工作优秀组织单位；3 个优质课题被省

哲规办确定为省市合作项目，在各设区市中数量最多。

2. 不断提高舆论引导水平，为高质量发展走在前列营造良好舆论环境

协调组织产业强市、“长三角媒体看镇江”、市委七届十一次全会、恒顺 180 周年高质量发展峰会、微软签约、金山英才集中签约、院士家乡行、头部券企对接资本市场、重点产业项目推进会等重点主题对外宣传，邀请新华社、人民日报、中央电视台、解放日报、香港大公文汇报、香港商报、21 世纪经济报道、澎湃新闻等中央、省级和港澳媒体媒体来镇集中采访报道，各级各类累计刊发稿件 1200 余篇，展示镇江经济社会发展成就和奋发有为的发展态势，进一步扩大城市影响，对外新闻宣传成效显著。

扩大人文宣传，镇江形象持续提升。完成外宣书籍《扬子江畔的明珠——镇江》中文版出版发行。该书作者为镇江荣誉市民、德国曼海姆市前副市长艾格尔，该书根据他多次到访镇江的亲身体验、细致观察、实地采访和深刻思考所写，作者从外国读者的视角讲述了他 30 年来记忆里珍藏的镇江故事。协助中央电视台中文国际频道《远方的家》系列节目《运河行》和科教频道《匠人匠心》的拍摄制作，展现了镇江运河两岸的巨大变化和悠久的民间传统手工艺。参与省政府新闻办公室主办的小康大美——“SHOW JIANGSU”摄影采风活动。采风团所拍照片被《华盛顿邮报》纸质版、菲律宾《每日论坛报》纸质版、《华尔街日报》、英国《金融时报》、卢萨社、瑞士《新苏黎世报》等 40 多家国际主流媒体采用，用镜头语言向海内外展现镇江的独特魅力。

3. 更大力度推进文化改革发展,更好满足人民群众精神文化生活新期待

抓精品创作,组织2021年度镇江市重大文艺创作生产项目结算申报工作,对各单位上报项目进行汇总梳理,对上年度资助项目进行结算,并对项目进行审核监督,共计对广播剧《小号手》、戏剧《九九艳阳天》、长篇纪实文学《77人的“78天”——2021战疫·镇江援鄂医疗队远征纪实》等19个重大文艺创作生产项目资助。

举办“2021金山文化艺术节”。开幕式三大舞台6小时连续演出,吸引了超10000人参与;线上接力活动“10万人接力点亮金山宝塔”燃爆全城;闭幕式3000名业余文艺爱好者、8各辖市区方阵共同参与演出,为镇江近十年来规模最大、覆盖面最广,评分列全省第二;首次引入全程电信5G VR全景直播、“一起镇江”多机位高清直播、抖音直播、一直播等多视角传播方式,其中电信5G直播近30场,观看人数超50万;50家文化惠民品牌在开幕式和街头展演现场开办“文艺集市”,助力城市文化消费;“四山一渡”景区、城市综合体广场举办50余场街头演出,点亮“夜镇江”;“第三届金山合唱节”吸引30余支队伍报名参赛,评出四金、四银、五铜;首次与“紫金文化艺术节”双节联动,引入了80部线上精品剧目,让镇江市民足不出户便可以欣赏到近年来省内的优秀文艺成果。

4. 以增强“四力”为抓手,进一步提升宣传思想文化干部队伍能力素质

全市宣传思想文化干部通过教育培训，自身的理论水平、业务能力以及工作作风等得到有效提升；组织好全市政工、新闻中级职称评审会和全市新闻、政工高级职称申报工作；通过开展全市宣传思想文化系统人才调研和项目申报，有力推进全市宣传思想文化人才队伍建设；通过老干部活动与部机关党委活动的共同开展，既获得离退休老干部的一致好评，同时让部机关同志接受到了部风教育，有力促进了年轻同志成长。

（五）满意度分析

1. 知晓率分析

在收回的 80 份宣传文化发展知晓率问卷中，我们设定了五个方面的问题：就是否知晓我市“‘学习强国’+党员冬训”系列活动；是否知道书籍《扬子江畔的明珠----镇江》；是否知道金山文化艺术节；是否了解我市对外文化交流合作情况进行了设问，收回问卷的回答见表 4、图 4、图 5。

表 4 宣传文化发展知晓率调查情况

项目	是	否	知晓率
我市“‘学习强国’+党员冬训”系列活动	65	15	81.25%
书籍《扬子江畔的明珠----镇江》	71	9	88.75%
金山文化艺术节	73	7	91.75%
对外文化交流合作情况	67	13	83.75%



图4 宣传文化发展知晓率调查情况



图5 宣传文化发展知晓率调查情况

2. 满意率分析

镇江市宣传文化发展资金支出绩效评价满意率问卷委托镇江高职学生在市区采取随机方式进行了委托调查。在实际调查过程中，共发放问卷 80 份，收回“满意率调查问卷” 80 份，问卷

回收率为 100 %，收回问卷的有效率为 100 %（见表 5、图 6、图 7）。

表 5 宣传文化发展满意度调查情况

满意程度 项目	满意	一般	不满意	满意度 ¹
对城市对外宣传效果	65	5	10	86.25%
对我市文化产业发展现状	62	10	8	87.50%
对“学习强国”平台	59	12	9	85.75%
对群众性文化广场活动	66	4	10	86.50%
综合评价政府宣传文化发展工作	61	8	11	84.25%



图 6 宣传文化发展工作满意情况

¹ 满意度=（“满意”×100%+“一般”×80%+“不满意”×0）÷80



图 7 宣传文化发展项目工作知晓率

五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析

（一）主要经验及做法

1. 创新学习方式方法，强化理论学习，推动党的创新理论深入人心、落地生根

以市委中心组学习示范带动，学习数量在省委组织部、宣传部联合通报中名列全省第 1；“学习强国”学习平台建设管理有序，全年适龄党员学习参与度稳定在 91%以上，远超省定考核指标；开展覆盖各类群体的各类宣讲活动，选拔优秀人才，我市选派的两位选手均进入省级总决赛，收获竞赛组织工作奖和 2 个选手单项二等奖；打造理论教育示范基地，创新做法经省委宣传部领导现场审定给予高度评价；用创新思路开辟冬训务实举措，“‘学习强国’+党员冬训”模式经验做法获评省优秀创新项目，我部连续两年荣获省冬训工作优秀组织单位；3 个优质课题被省哲规办确定为省市合作项目，在各设区市中数量最多。

2.文化产业招商及推动重点文化产业项目

全市 44 个重点文化产业项目计划总投资 740 亿元，年度计划投资 35.13 亿元，全年完成投资 40.28 亿元，超序时进度 14.64 个百分点。联合市文广旅局赴上海、杭州、北京举办文化旅游推介招商会 15 场，签约文化产业项目 30 个，总投资超过 100 亿元。

举办展会等各种形式开展招商活动。镇江文创展、南京融交会、长三角文博会等，以企业为主体，举行了形式多样的招商推介活动，进一步扩大了我市企业的影响力，取得了较好的效果。

2021 年，由市委宣传部和市文广旅局共同牵头，赴厦门、北京等，组织了多场招商活动。江苏佳意包装、镇江西陆文化传媒等 4 家公司挂牌上市，累计挂牌上市文化企业达到 35 家；西津渡文化产业园顺利通过省级文化产业示范园区复核；镇江悦乐网络科技有限公司入围省民营文化企业三十强；镇江视程影视和镇江傲游网络科技有限公司荣获省重点文化科技企业称号；镇江市第六届文创大赛共收到作品 1361 件，同比增长 87.7%，荣获省“紫金奖”文创大赛“1 银 6 优”、两个大学生创业创新奖的佳绩。组织 10 余家企业参加各类文创展会，荣获长三角文博会合作组织奖、南京融交会“优秀组织奖”。

举行“共同守护精神家园”大运河文化保护志愿者日系列活动（包括运河沿线城市戏曲展演、摄影书画展、开通“访古问道大运河”抖音号等 8 项活动），进一步提升了镇江和镇江大运河文化带建设在全国的知名度。

3.做好文化产业统计工作

自文化产业增加值占比纳入省委省政府对镇江高质量考核以后，为了做好相关工作，市委宣传部和市统计局至少每季度召开一次文化产业经济运行分析会，共赴各地督查，压细压实工作责任，分析问题、查找原因、探索办法，努力做到应统尽统，并在全市范围开展二三产分离和新增规上文化企业入库的工作。针对统计工作，专门组织专题培训班、召开多次部署会、协调会、推进会。

4.宣传思想文化系统党建工作

2021年，市委宣传部机关党委在宣传部部务会和市级机关工委的坚强领导下，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大、十九届二中、三中、四中全会、五中全会精神，坚持“围绕中心、建设队伍、服务群众”，努力践行“三个表率，一个模范”，推动机关党的建设高质量发展。其中，市委宣传部分机关第三党支部成功创建“五星”先进党支部，荣获市级机关工委“示范党小组”；大爱镇江服务品牌荣获市级机关十佳服务品牌；市委宣传部获得“市级机关党建文化示范点”称号，2021年度党建目标考核为优秀等级。

5.思想理论建设

（1）提升党委（党组）中心组学习质效。发挥市委理论学习中心组学习示范带动作用，年内已开展专题学习14次。精心推动市委中心组学习标准化建设，提高专题学习报告会数量层次，紧扣上级精神，联系中心工作，综合选题、专家解题、创新破题，努力实现学习成效和发展质效双提升。做好党员领导干部

理论学习调研，在全市县处级以上领导干部中开展“对标对表新思想，开拓‘强富美高’新镇江 实践新境界”专题读书调研活动，调研成果数量质量较往年有了较大提升。启动新一轮对各市区、市级机关部门巡学旁听工作，现场观摩集体学习研讨开展情况，查阅历次学习会档案资料。市委巡学旁听工作组完成对3个市、5个区党（工）委中心组学习，市级机关部门、市属学校、市属企业层面基本实现全覆盖。

（2）做好“学习强国”学习平台建设管理各项工作。规范建立“学习强国”督查通报制度，定期将考核指标进展报知党（工）委负责同志，面向部分市、区、市直属党委召开督促推进会议。全年适龄党员学习参与度稳定在91%以上，总体学习情况实现稳中有升，全市各级党组织党员学习管理责任进一步落实。

（3）理论宣讲工作成效明显。开展“我身边的小康”系列主题宣讲活动，宣传阐释党的创新理论，通过多种形式开展各类宣讲活动1000余场次。组织“从抗疫大考看制度优势”演讲竞赛系列活动，从各单位推选的近200件推荐作品中选拔25名选手集中展示风采，聚焦社会治理领域显著成果，开通现场评比和网络直播，优秀作品在“学习强国”等平台及时推送传播，我市选派的两位选手均进入省级总决赛，收获竞赛组织工作奖和2个选手单项二等奖。

（4）基层理论教育阵地建设创新作为。借力打造理论教育示范基地，依托“两中心一平台”建设契机，运用丰富优质资源优势，在丹阳市开发区、扬中市新坝镇等地新时代文明实践站建

设理论学习示范基地，建强阵地服务基层党员群众理论学习需求，突显理论工作夯基固本，打造有成效、可复制的基层理论宣讲品牌。

（5）基层党员冬训学习热度不断升温。冬训方式愈加灵活，基层党员理论，用创新思路开辟务实举措，组织我市 20 位理论名师宣讲团成员通过强国视频线上授课作示范，鼓励基层通过典型宣传、网络竞赛、技能培训等灵活形式提高党员思想认识，“‘学习强国’+党员冬训”模式经验做法获评省优秀创新项目，我部连续两年荣获省冬训工作优秀组织单位。

（6）党的创新理论研究成果涌现。注重优秀理论成果研究整合，积极组织申报省级优秀理论著作文章，高标准谋划省市协作项目申报工作，上报《新时代江苏卫生健康治理现代化的制度体系及创新路径研究》《江苏自贸区引领下的宁镇扬产业融合发展研究》等优质课题。

6.宣传思想文化干部队伍建设

（1）强化干部教育实践。制定《中共镇江市委宣传部 2021 年教育培训工作要点》和《“增强‘四力’本领，助力产业强市”全市宣传思想文化干部实践培训方案》，在统筹各处室培训计划的基础上，全年共开展 4 个主体班次，8 个专题培训和 2 次部机关干部教育实践教育活动。组织全市新任宣传思想文化干部 50 人赴新加坡国立大学苏州研究院开展专题素质提升培训班，全面提升干部“四力”素质和助推产业强市的业务工作能力。

（2）做好政工、新闻职称申报评审。按照省委宣传部、省

人社厅部署要求，6-7月在全市开展政工、新闻高、中级职称申报工作。8月召开政工、新闻中级资格评审会，首次邀请20名评委分别对政工、新闻申报人员进行面试答辩和材料评审，并进行投票表决和结果通报，确保评审工作的公平公正和准确有效。全年共向省委宣传部申报新闻高级职称14人，政工高级职称28人，中评委会评审通过新闻中级职称18人，政工中级职称25人。

（3）加强高层次人才培育推介。为推进宣传思想文化系统高层次人才“定制化”培育，为“十四五”文化人才发展奠定基础，开展走访调研、座谈交流，制定下发《全市宣传思想文化人才项目资助管理办法》，对系统内13个优秀拔尖人才开展项目扶持，并加强教育培训和宣传推介，提升高层次人才知名度和影响力。全年推荐2名专家申报2021年省文化创新类“双创人才”，实现“零突破”，2名人才申报“享受政府特殊津贴人员”和“省有突出贡献中青年专家”，25名人才申报“江苏省紫金文化优青、英才”。完成三年培养计划，认定授牌最后一期2个优秀文化人才工作室和1个重点文化产业团队，在全系统形成“一室一队”品牌效应。

（4）完善离退休老干部服务。做好日常慰问、每月学习、季度参观、年度体检等老干部活动，全年举办老干部迎新座谈会，并组织老干部赴扬中博物馆、句容伏热花海等地参观学习。按照市委老干部局部署，做好老干部工作信息化建设，建立健全机关老干部信息管理系统，录入老干部管理部门信息和离退休老干部信息，提升老干部工作规范化、精准化工作水平。

7. 强化习近平新时代中国特色社会主义思想等主题宣传

组织“梦圆全面小康”——新闻战线践行“四力”集中采访行动。镇江新闻战线践行“四力”采访行动共分为5个采访小组，每组由一名市级媒体负责人带队，围绕学前教育改革、医养融合发展、精准就业扶贫、社会救助体系建设等与全面小康戚戚相关的工作方面，牵头做好新闻策划、采访组织、稿件推广等工作。镇江日报（文字、摄影）、京江晚报、电台、电视台新闻频道、电视台民生频道、金山网、今日镇江、一起镇江等市级媒体记者共同参与。每个采访小组对口负责两个市级部门，共同组织策划、采访等工作，推出一系列报道。

组织“长三角媒体看镇江”集中采访行动，邀请来自江苏、上海、浙江、安徽“三省一市”的知名媒体开展集中采访活动。先后采访丹徒区世业镇卫生院、永茂圩村和四季春农业园、中国醋文化博物馆、鱼跃生命科技产业园、丹阳眼镜城、大全集团、菲舍尔航空部件（镇江）有限公司及镇江新区集成管理指挥中心，对镇江市的高效设施农业发展、村庄人居环境改善、传统经典产业和医疗器械产业、智能电气产业、航空航天产业等发展情况作了深入采访，推出一批新闻报道。

组织“践行嘱托开新局”融媒体新闻行动。为以实际行动学习贯彻习近平总书记视察江苏重要讲话指示精神的重要举措，来自香港商报、中国日报、中新社、新华日报、中江网、江苏卫视、扬子晚报、现代快报等媒体的近20位记者实地采访了镇江市在推进长江经济带和大运河文化带建设、改革创新基本实现现代化

等方面的新实践，共同见证镇江在高质量发展等取得的新成就。

8. 对外宣传活动及外宣品制作

(1) 围绕中心工作，重大主题外宣显成效。协调组织产业强市、“长三角媒体看镇江”、市委七届十一次全会、恒顺 180 周年高质量发展峰会、微软签约、金山英才集中签约、院士家乡行、头部券企对接资本市场、重点产业项目推进会等重点主题对外宣传，邀请新华社、人民日报、中央电视台、解放日报、香港大公文汇报、香港商报、21 世纪经济报道、澎湃新闻等中央、省级和港澳媒体来镇集中采访报道，各级各类累计刊发稿件 1200 余篇，展示镇江经济社会发展成就和奋发有为的发展态势，进一步扩大城市影响，对外新闻宣传成效显著。

(2) 扩大人文宣传，镇江形象持续提升。完成外宣书籍《扬子江畔的明珠——镇江》中文版出版发行。该书作者为镇江荣誉市民、德国曼海姆市前副市长艾格尔，该书根据他多次到镇江的亲身体验、细致观察、实地采访和深刻思考所写，作者从外国读者的视角讲述了他 30 年来记忆里珍藏的镇江故事。协助中央电视台中文国际频道《远方的家》系列节目《运河行》和科教频道《匠人匠心》的拍摄制作，展现了镇江运河两岸的巨大变化和悠久的民间传统手工艺。参与省政府新闻办公室主办的小康大美——“SHOW JIANGSU”摄影采风活动。采风团所拍照片被《华盛顿邮报》纸质版、菲律宾《每日论坛报》纸质版、《华尔街日报》、英国《金融时报》、卢萨社、瑞士《新苏黎世报》等 40 多家国际主流媒体采用，用镜头语言向海内外展现镇江的独特魅

力。

（3）加强文化交流，促进文化互融。依托镇江丰富的诗词资源，以“诗韵镇江 四海名扬”为主题，开展一系列外宣活动。一是打造“因为诗词 爱上镇江”诗词口袋书，书籍精选 30 首与镇江有关的诗词，邀请专业播音老师咏颂音频，以中、英、俄三国语言进行展示，随诗配音频二维码即读即扫即听，以声音拉近彼此，以声律贯通古今。口袋书首期编印了 1000 册，赠予在镇外国留学生。二是围绕镇江经典诗词开设专题讲座。选择与有关镇江的耳熟能详的诗词，进行深入浅出的双语解释。三是组织全市外国留学生开展线上吟诵镇江诗词短视频大赛，通过邀请学生实地游览镇江名山风景，激发创作灵感，拍摄短视频作品，决出一二三奖。四是举办“诗韵镇江 四海名扬”——镇江市外国留学生诗词大会暨短视频颁奖典礼。中外留学生共聚一堂，通过舞蹈、歌曲、诗词联诵、情景音乐剧等多种舞台艺术表现形式，生动的展现镇江诗词的魅力。活动增强了在镇留学生对中华文化的热爱，促进文化互鉴赏交流，让中华文化通过留学生群体在不同的国度广为传扬，活动报道覆盖香港及海外主流华文媒体平台，受众范围覆盖粤港澳大湾区及美欧广泛的华文读者群、全球海外社交平台用户，总阅读量超 5000 万人次。

（4）建立健全机制，推进新闻发布常态化有序化。新闻发布工作围绕建立健全机制，推进新闻发布常态化有序化开展加大信息发布和政策解读力度，为全市经济社会发展营造良好的社会环境和舆论氛围。2021 年，市委市政府层面共举办新闻发布

会 30 场，指导协调部门新闻发布会 100 余场；组织协调政务新媒体（“镇江发布”微信公众号）发布 1000 余篇,实现了政务信息的“应发尽发”。根据工作需要和人员变动及时调整完善全市新闻发言人（网络发言人）名单，举办全市新闻发言人(网络发言人)培训班，组织人员参加全省新闻发言人培训班，召开全市新闻发布工作推进会、新闻发言联络员工作会议，交流分享经验，落实任务。以镇江发布为龙头，推出“镇江新媒体融合传播矩阵”，镇江“1+8+X 新媒体融合传播矩阵”成为凝聚政务新媒体的新平台。微信矩阵完成基础开发，首批 65 个微信号集体入驻，包括 1 个“镇江发布”龙头微信号+8 个县市区官方发布微信号+56 个新闻发言人单位微信号。实现了各单位的微信发布内容统一聚合，实现了政务信息一站式浏览。

（二）存在的主要问题及原因分析

1. 受新冠疫情影响，对外宣传的形式和途径受限，实质的效果有待检验

2020 年度因新冠疫情的影响，绝大部分行都均受到不同程度的不利影响，全市对外宣传工作也不例外，2020 年外宣工作更多采用媒体宣传、书籍出版、小口袋书的方式进行，无法采取走出去、请进来的方式实现面对面的宣传，实际的影响力和效果都有待检验。

2. 受规上文化企业数量减少的影响，导致文化事业建设费征收达不到预算，一定程度影响了文化事业建设迈上新台阶、推动文化建设高质量的新形势、新任务、新要求

由于 2019 年国家文化产业统计口径发生重大调整，我市规上文化企业库锐减，导致文化事业建设费征收达不到预算，培育规上文化企业需要一定的时间积累，短期内经费保障来源受到负面影响，一定程度影响了文化事业建设迈上新台阶、推动文化建设高质量的新形势、新任务、新要求。

六、有关建议

（一）继续推行财政对文艺创作生产项目资助和成果奖励相结合机制，引导社会资本参与文艺创作，提高文艺作品含金量

建议继续推行财政对文艺创作生产项目资助和成果奖励相结合机制，用好用足《镇江市重大文艺创作生产项目资助管理办法》和《镇江优秀文艺成果奖励资助办法（试行）》，加大对重大文艺创作生产、传播交流推广、艺术人才培养项目的扶持力度，鼓励各门类文艺创作“百花齐放”。鼓励和引导社会力量、社会资本参与文艺创作生产和公益性文化活动，创新财政扶持方式，在项目资助基础上，通过绩效奖励等形式，调动创作生产单位的积极性，提高文艺作品含金量。

（二）继续进一步挖掘和培育新增规模以上文化企业的积极性，保障文化事业建设经费来源，促进文化事业的繁荣发展，以跑起来的姿态把“镇江很有前途”融进宣传文化的现实

建议继续进一步挖掘和培育新增规模以上文化企业的积极性，保障文化事业建设经费来源，学习贯彻习近平文艺思想，贯彻落实市委、市政府《推进全市文化建设迈上新台阶实施意见》

《关于繁荣发展社会主义文艺的实施意见》部署，推动文化建设高质量，以跑起来的激情姿态，大力打造镇江文艺精品和文化品牌，更大力度地提高文化的凝聚引领能力，提升文化惠民水平，扩大镇江文化的影响力，创造更多精神财富和必须提供丰富的精神食粮以满足人民日益增长的美好生活需要，促进文化事业的繁荣发展，以跑起来的姿态把“镇江很有前途”融进宣传文化的现实。

七、其他需要说明的问题

以市委中心组学习示范带动，学习数量在省委组织部、宣传部联合通报中名列全省第1；“学习强国”学习平台建设管理有序，全年适龄党员学习参与度稳定在91%以上，远超省定考核指标，上述指标在年初预绩效指标均没有涉及，但评价组认为足以对2020年度宣传文化发展资金的绩效评价起到加分作用。

镇江同泰会计师事务所
二〇二一年九月二十日

撰稿人：镇江同泰会计师事务所 栾宏祥(签名) 联系电话：
18015265233

核稿人：市财政局教科文处 董立 联系电话：

附件 1

2020 年度镇江市宣传文化发展资金项目

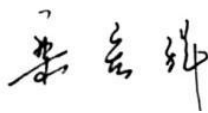
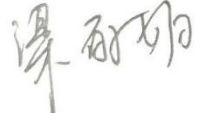
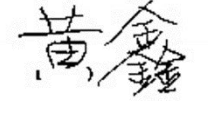
财政支出绩效评价评分表

一级指标	二级指标	三级指标	权数	目标值	实际值	得分	指标区分度或依据（对应分值）
过程	资金管理	预算资金到位情况	5	100%	100%	5	当年实际划拨资金/当年计划安排资金（90%及以上、89%-80%、79-60%、60%以下；5-3-2-0）
		预算执行率	5	100%	100%	5	当年实际使用资金/当年计划安排资金（90%及以上、89%-80%、79-60%、60%以下；4-3-2-0）
		财务管理制度健全性	5	健全	较健全	4.5	健全、基本健全、不健全（5-3-2-0）
		财务监控有效性	4	有效	有效	3	有效、基本有效、无效（4-3-2-0）
		资金使用规范性	4	规范	基本规范	3.5	规范、基本规范、不规范（4-3-2-0）
	组织实施	项目管理制度健全性	5	健全	基本健全	4	健全、基本健全、不健全（5-3-2-0）
		政府采购合规性	4	合规	基本合规	3.5	规范、基本规范、不规范（4-3-2-0）
		合同管理完备性	4	完备	基本完备	3	完备、基本完备、不完备（4-3-2-0）
		项目质量可控性	4	可控	基本可控	3.5	可控、基本可控、不可控（4-3-2-0）
	小计		40			35	
产出	数量指标	全面建成小康社会重点宣传教育活动数	5	≥10	1000 余	5	当年实际活动数/当年目标活动数 90%及以上、89%-80%、79-60%、60%以下；5-3-2-0
		习近平新时代中国特色社会主义思想等主题宣传、市委、市政府中心工作宣传活动数	3	≥30	45	3	当年实际活动数/当年目标活动数 90%及以上、89%-80%、79-60%、60%以下；3-2-0
		科技卫生文化“三下乡”活动	4	≥20	32	4	当年实际活动数/当年目标活动数 90%及以上、89%-80%、79-60%、60%以下；4-3-2-0
		国家、省级媒体城市报道数	3	≥100	1200	3	当年实际报道数/当年目标报道数 90%及以上、89%-80%、79-60%、60%以下；3-2-0
		优秀文化人才引进数	4	≥2	20	4	当年实际人才引进数/当年目标人才引进数 90%及以上、89%-80%、79-60%、60%以下；3-2-0
		社科研究成果数	3	≥30	28	2.5	按预绩效数，适当估值（3-2-0）

		外宣作品数	2	≥100	2200	2	按预绩效数，适当估值（2-1-0）
		选树、培训宣传文化人才数	2	≥100	110	2	按预绩效数，适当估值（2-1-0）
	质量指标	全省地级市排位	4	前五	第六	3.5	按预绩效数，适当估值（4-3-2-0）
		社科课题研究作品获奖数	4	≥10	12	4	当年实际获奖数/当年目标获奖数90%及以上、89%-80%、79-60%、60%以下；4-3-2-0
	时效指标	活动举办及时性	3	及时	及时	3	及时、基本及时、不及时（4-3-2-0）
效益	社会效益指标	城市形象美誉度排名	4	前 100	第 59	4	按预绩效数，适当估值（4-3-2-0）
		“三下乡”活动百姓覆盖率	2	50%	60%	2	50%及以上、25%-50%、25%以下；2-1-0
		主题宣传活动参与率	3	80%	80%	3	80%及以上、69%-80%、69%以下；3-2-0
	可持续发展	长效管理机制健全性	4	健全	基本健全	3.5	健全、基本健全、不健全（4-3-2-0）
	小计		50			48.5	
满意度	服务对象满意度	群众满意度	5	≥90%	86.05%	3.5	满意率 90%以上、89%-80%、79-60%、60%以下：5-3-2-0
		居民知晓率	5	≥90%	86.375%	3.5	满意率 90%以上、89%-80%、79-60%、60%以下：5-3-2-0
	小计		10			7	
分值合计			100			90.5	

附件 2

2020 年度镇江市宣传文化发展资金项目 财政支出绩效评价专家名单

序号	评价组成员	姓名	职务或 职称	签 名
1	组长	栾宏祥	注册会计师	
2	成员	梁丽娟	管理学硕士、会 计师	
3	成员	黄鑫	管理学硕士、会 计师	

评价日期：2021 年 9 月

附件 3

镇江市宣传文化发展资金项目 财政支出绩效评价满意率调查问卷

您好！

为了做好我市宣传文化发展资金绩效评价工作，我们设置了这份调查问卷，请您选择合适的答案进行填写。您所填写的意见用于评价统计分析，我们将严格予以保密。本问卷的填答采用不记名方式，请您安心、详实填写，对您给予的协助，谨致衷心感谢。

镇江市宣传文化发展资金项目财政支出绩效评价组

2021 年 8 月

一、宣传文化发展满意率

- 1.您对我市城市对外宣传效果感到：
A 满意 B 一般 C 不满意
- 2.您对我市文化产业发展现状感到：
A 满意 B 一般 C 不满意
- 3.您对“学习强国”平台感到：
A 满意 B 一般 C 不满意
- 4.您对我市群众性文化广场活动感到：
A 满意 B 一般 C 不满意
- 5.请您综合评价政府宣传文化发展工作：
A 满意 B 一般 C 不满意

二、宣传文化发展知晓率

- 1.您是否知道“‘学习强国’+党员冬训”系列活动：
A 是 B 否
- 2.您是否知道书籍《扬子江畔的明珠----镇江》：
A 是 B 否
- 3.您是否知道金山文化艺术节：
A 是 B 否
- 5.您是否了解我市对外文化交流合作情况：

A 是 B 否

三、意见与建议

您认为政府在宣传文化发展工作中做得特别好的亮点：

您认为政府在宣传文化发展工作中还需加强的是：
