

附件2

盐池县本级部门项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称			摄制“两晒一促”活动宣传片经费						
主管部门			盐池县文化旅游广电局			实施单位	盐池县文化旅游广电局		
项目资金 (万元)				年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
			年度资金总额:	41	41	41	10	100%	10
			其中:当年财政拨款	41	41	41	—	100%	—
			上年结转资金				—		—
			其他资金				—		—
年度 总体 目标	预期目标					实际完成情况			
	依托《滩羊之乡-抗硬盐池》“两晒一促”专题宣传片、“炫彩60秒”短视频,“经典故事、精品线路”专版、“云商文旅馆”四大载体,充分发挥线上线下联动优势,以全媒体传播、全方位推介、立体展示了盐池县文化旅游资源,助推了文旅市场的拓展,极大地提升了“滩羊之乡·激情盐池”的知名度和影响力。					依托《滩羊之乡-抗硬盐池》“两晒一促”专题宣传片、“炫彩60秒”短视频,“经典故事、精品线路”专版、“云商文旅馆”四大载体,充分发挥线上线下联动优势,以全媒体传播、全方位推介、立体展示了盐池县文化旅游资源,助推了文旅市场的拓展,极大地提升了“滩羊之乡·激情盐池”的知名度和影响力。			
绩 效 指 标	一级 指标	二级指标	三级指标	年度指标值 (A)	全年实际值 (B)	分值	得分	得分计算方法	偏差原因分析 及改进措施
	产 出 指 标	数量指标	专题宣传片数量	1部	达成预期指标	10	10	完成值达到指标值,记满分;未达到指标值,按B/A或A/B×该指标分值记分。	
		质量指标	制作逻辑严密、制作精良、具备在宁夏卫视播出的内容品质合格率	100%	达成预期指标	10	10	1.若为定性指标,则根据“三档”原则分别按照指标值的100-80%(含)、80-50%(含)、50-0%来记分。	
		时效指标	完成自治区“两晒一促”活动办公室要求的节点和任务。	及时	及时	10	10	2.若为定量指标,完成值达到指标值,记满分;未达到	
		成本指标	摄制“两晒一促”活动宣传片总费用	410000元	410000元	10	10	满分为,未达到	
	效 指 标	社会效益指标	助推了文旅市场的拓展,提升了“滩羊之乡·激情盐池”的知名度和影响力。	有效提高	有效提高	40	40	1.若为定性指标,则根据“三档”原则分别按照指标值的100-80%(含)、80-50%(含)、50-0%来记分。	
		生态效益指标	向全国观众深度推介了我县文化旅游资源及盐池滩羊肉、黄花菜、荞麦皮枕头、蜂蜜、二毛皮、枸杞等30余种农特产品、文旅产品。	有效提升	有效提升			2.若为定量指标,完成值达到指标值,记满分;未达到指标值,按B/A或A/B×该指标分值记分。	
		可持续影响指标	加快推进盐池文旅融合发展	长期	长期				
	满意度指标	服务对象满意度 指标	群众满意度	≥98%	≥98%	20	20	同效益指标得分计算方式。	
			游客满意度	≥98%	≥98%				
总 分						100	100		

注: 1. 得分一档最高不能超过该指标分值上限。
2. 定性根据指标完成情况分为: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:分别按照指标值的100-80% (含)、80-50% (含)、50-0%合理确定分值。
3. 定量指标若为正向指标 (即指标值为 ≥**), 则得分计算方法:全年实际值 (B) /年度指标值 (A) ×该指标分值;若定量指标为反向指标 (即指标值为 ≤**), 则得分计算方法:年度指标值 (A) /全年实际值 (B) ×该指标分值。
4. 请在“未完成原因分析”一栏中简要说明偏离目标、不能完成目标的原因及今后改进的措施。