

附件:

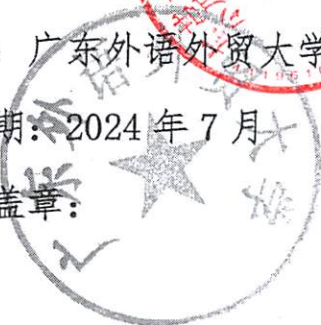
项目绩效评价报告

项目名称: 文化活动经费

受委托单位: 广东外语外贸大学

提交报告日期: 2024年7月

受委托机构盖章:



摘 要

受东莞市财政局长安分局委托，广东外语外贸大学于2024年4月至6月组织专家对东莞市长安镇2023年度文化活动经费项目进行了绩效评价，评价结果为88分，绩效等级为良。

评价结论：该项目立项依据基本充足，资金使用合规，实施计划性较好，取得一定的社会效益。但存在着不足之处：绩效指标设置不全面，指标内容不明晰；项目合同约定不清晰，质量标准不完善；项目管理模式不合理，验收方式不规范；从而影响绩效目标的效果实现和项目质量可控性。

建议：全面设置绩效目标，合理量化绩效指标；细化合同约定，完善质量标准；改进项目管理模式，统一项目验收报告范式使用；加强本土文化挖掘，扩大项目影响力。

目 录

一、项目基本情况	1
(一) 项目概况	1
(二) 项目绩效目标	2
(三) 资金使用情况	3
二、绩效评价结果	4
(一) 评价结论	4
(二) 主要目标完成情况	4
1. 项目产出目标完成情况	4
2. 项目效果实现情况	5
三、绩效管理的问题及建议	8
(一) 绩效管理存在的问题	8
1. 项目绩效指标设置不全面，指标内容不明晰	8
2. 项目合同约定不清晰，质量标准不完善	9
3. 项目管理模式不合理，验收方式不规范	10
(二) 绩效管理的建议	11
1. 全面设置绩效目标，合理量化绩效指标	11
2. 细化合同约定，完善质量标准	13
3. 改进项目管理模式，统一验收范式	13
4. 加强本土文化挖掘，扩大项目影响力	15

附表：文化活动经费项目绩效评价指标表	17
--------------------------	----

根据《中共中央国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34号）、财政部《关于印发〈项目支出绩效评价管理办法〉的通知》（财预〔2020〕10号）、《东莞市人民政府办公室关于印发〈关于全面实施预算绩效管理的意见〉的通知》（东府办〔2019〕51号）的有关要求，东莞市财政局长安分局将“文化活动经费”纳入2023年度财政支出第三方重点绩效评价范围，受东莞市财政局长安分局委托，我单位于2024年4月至6月，组织力量对其进行了绩效评价，评价结果为88分，绩效等级为良。有关情况报告如下。

一、项目基本情况

（一）项目概况

2023年度，东莞市长安镇重点开展了“绿道长安 与你同行”生态文化赋能高质量发展活动周系列活动、第十四届选堂学子培育行动计划、第九届中国东莞·长安摄影周、“我们的节日”等文化活动，以形式多样的文化惠民活动满足群众的精神文化需求。

“绿道长安与你同行”生态文化赋能高质量发展活动周包括开幕式、“荷塘月色”生态文化主题文艺演出、“绿道长安推荐官”线上宣传活动、“‘艇’进未来”水上体验活动以及52000M健步行活动。以生态绿道、文化旅游搭台，用一系

列从早到晚、线上线下、上山下水、亦文亦舞的精彩活动，吸引更多的群众参与其中，感受长安生态提升、精神文明建设的成果，全方位展示长安镇迈入高质量发展新赛道的新面貌、新风采。

选堂学子培育行动计划活动推出求真夏令营、求是夏令营、求正夏令营三个核心素养提升营，每个夏令营按照每个年龄段的不同需求，有针对性地开展理想信念教育与文化体验活动，提升青少年综合文化素质，引导长安青少年自觉践行社会主义核心价值观。

“绿道上的长安风景”2023 年长安摄影周活动包括 1 个市级图片大展和启动仪式、1 个影像莞展览、2 个名家摄影展、1 个摄影大赛和 20 个作品进校园展览，全方位展现了长安镇的高质量发展和群众的美好幸福生活，全力推进东莞文化强市建设。

“我们的节日”系列活动在春节、端午节、中秋节、冬至等 4 个传统节日重要节点精心策划开展活动，弘扬节日文化。

（二）项目绩效目标

中长期目标：通过策划举办第九届中国东莞·长安摄影周、选堂学子培育行动计划、“我们的节日”、长安镇生态文化赋能高质量发展活动周等一系列独具长安特色的文化

惠民品牌活动，满足人民对美好生活的向往，推动长安文艺事业高品质发展，助力建设“湾区智造之都 魅力品质长安”。同时，开展文化活动可以反映东莞市文化事业发展的坚实基础，集中展示东莞市充满活力的城市形象，为提升城市文化软实力做贡献。

年度绩效目标：本项目通过围绕长安镇“文以化人 长乐安宁”的核心理念，策划开展一系列丰富多彩的文体活动及文化艺术项目，加强对全镇文艺事业发展的科学规划与资源统筹融合，推动我镇文化体育事业实现创造性转化、创新性发展，实现资源共融共创共享，让长安文艺事业呈现新气象。

计划 2023 年举办摄影展览场次大于等于 4 场；举办选堂学子培育行动计划活动场次大于等于 5 场；举办生态文化赋能高质量发展活动周线下活动场次大于等于 5 场；举办我们的节日系列活动场次大于等于 4 场；参加活动人数增长率大于等于 2%。

（三）资金使用情况

本项目 2023 年初安排文化活动专项经费共 171.6 万元，调整后预算 511.6 万元，实际支出 511.12 万元。2023 年 4 月，长安镇委、镇政府同意安排长安镇生态文化赋能高质量

发展活动周经费 340 万元并追加调剂到文化活动专项经费。
因此预算调整率为 198%，本项目 2023 年度预算调整率较大。

二、绩效评价结果

（一）评价结论

本次绩效评价从项目立项申报、业务管理、项目产出、项目效益等方面对东莞市长安镇 2023 年度文化活动经费项目进行综合评价，评价结果为 88 分，绩效等级为良。扣分的主要原因为绩效目标设定合理性不足，项目合同质量条款约定不清晰，项目管理模式不合理等。

（二）主要目标完成情况

1. 项目产出目标完成情况

（1）完成大部分预期数量目标

经过书面审核及现场核查，本项目基本完成《长安镇项目绩效自评指标评分表（文化活动经费）》中举办摄影展览场次、展览级摄影作品数量、举办生态文化赋能高质量发展活动周线下活动场次、参加活动人数增长率等目标。

但由于摄影周讲座受邀专家工作冲突和个人原因，讲座及对应展览推迟到 2024 年 4 月举行，项目实际完成率未能达到 100%。

（2）完成大部分预期质量目标

大部分合同的预期质量目标基本完成。《东莞市长安镇生态文化赋能高质量发展活动周服务项目合同》中举办活动开幕式、举办水上情景表演、举办 52000M 健步行活动等约定的服务内容基本完成。《长安镇项目绩效自评指标评分表（文化活动经费）》中安保组织工作到位率、活动设施交付率等的质量指标达成。

但《2023 新春线上游戏互动活动服务合同》《2023 年冬至活动服务合同》和《选堂学子开营活动合同》等多个合同仍存在质量标准不清晰的问题，影响后期项目质量目标验收结果的准确性，项目质量达标率未能达到 100%。

（3）完成大部分预期时效目标

本项目的大部分活动基本按时完成，但中国航天摄影展和航天摄影大课堂讲座因举办时间与受邀专家工作原因推迟举行；“蓝”不住的风景——篮球文化摄影展为配合篮球校际联赛推迟举行；影像从心——张村城摄影讲座因为专家个人原因推迟举行，因此项目完成及时率未能达到 100%。

2. 项目效果实现情况

围绕“文以化人 长乐安宁”的核心理念，按照长安镇宣传文化事业高质量发展“1+10”系列行动工作部署下，东莞市长安镇宣传教育文体旅游办公室开展各类群众文化活

动，成功举办重点开展了“绿道长安 与你同行”生态文化赋能高质量发展活动周系列活动、第十四届选堂学子培育行动计划、第九届中国东莞·长安摄影周、“我们的节日”等活动。

（1）开展“绿道长安 与你同行”系列活动

2023年5月19日至20日，“绿道长安 与你同行”生态文化赋能高质量发展活动周开幕式顺利举行。“荷塘月色”生态文化主题文艺演出吸引了众多群众参加，在线观看人数超300万人次。“绿道长安推荐官”线上宣传活动，邀请了10位长安各领域的优秀代表为绿道代言。“‘艇’进未来”水上体验活动共有22支队伍参加。52000M健步行活动约吸引了3000多人参加。

（2）举办选堂学子培育行动计划活动

选堂学子培育活动推出了求真夏令营、求是夏令营、求正夏令营三个核心素养提升营，全年举办活动8场，共吸引至少1000人次参与。同时，选堂学子培育行动计划按照每个年龄段的不同需求，有针对性地开展理想信念教育与文化体验活动，推进未成年人思想教育，提升青少年综合文化素质。

（3）举办第九届长安摄影周活动

首先是“绿道上的长安风景”2023年长安摄影周，活动

包括 1 个市级图片大展和启动仪式、1 个影像莞展览、2 个名家摄影展、1 个摄影大赛和 20 个作品进校园展览。2023 年，绿道长安摄影作品首次在东莞市展览馆展出。活动用摄影作品反映长安建设，把生态之美、产业之美、人文之美，融汇成一幅新时代长安高质量发展的壮美画卷，全方位展现了长安镇的高质量发展和老百姓的美好幸福生活，全力推进东莞文化强市建设。

（4）举办“我们的节日”系列活动

全年在春节、端午节、中秋节、冬至等 4 个传统节日重要节点深入镇内各公园、广场等主要公共文化服务场所，联动全镇各社区策划开展节庆主题性公共文化服务活动。今年线下活动开展场次共 6 场，线上活动开展场次共 4 场，群众总参与数量达 55275 人次。

但项目效果也存在着不足，经过资料审查，发现该项目的市级及以上媒体对活动报道情况较少，媒体影响力不足。首先，在相关媒体报道的媒体类型统计数据中可以看到，当地市级以上的主流媒体如“南方都市报”、“羊城晚报”等占比相对较少，微信、资讯类短视频平台客户端的报道相对较多。其次，在“我们的节日”活动相关报道的审查中发现，一部分报道并非是东莞长安节日活动的专门报道，而是广东元宵节娱乐活动的整理和汇总，有部分文字提及了长安的节

日活动，因此媒体报道情况统计的相关性分级并不清晰。最后，发现一部分网络媒体报道的网页存在无法访问的问题，如“懂车帝”平台发布的“新春·长安过大年 | 文化大餐陆续登场 多道‘风味’陪你过年”报道，目前的网页报道已经无法通过超链接进行访问。

三、绩效管理的问题及建议

（一）绩效管理存在的问题

1. 项目绩效指标设置不全面，指标内容不明晰

本项目计划通过举办文化活动，从而达成推动长安文艺事业高品质发展，助力建设“湾区智造之都 魅力品质长安”等目标。但是在绩效指标设置方面存在以下问题：

第一，本项目存在绩效目标设置不全面的问题。一是绩效目标批复表中预期产出指标的数量指标和时效指标设置不全面，无法涵盖项目所有的工作任务。绩效目标批复表并未对所有项目设置具有共性的任务实际完成程度。二是由于文化活动经费项目是由多个通过政府购买服务的合同实现，但原有的质量指标中安保组织工作到位率、活动设施交付率、宣传视频时长、活动事故发生次数等指标并不能全面地涵盖所有合同中有关质量方面的约定，因此无法全面评价项目质量发展水平。

第二，本项目的指标内容存在未量化和设定不明晰的问题。一是可持续影响指标中的“活动后期可持续性”这一指标缺乏具体界定。该指标并未量化成可使用统计数据衡量的指标，评价时容易受评价人员主观性影响，导致无法准确反映项目所取得的社会效益情况。二是社会效益指标中的“群众文化素养等方面的提升程度”与“青少年核心素养的提升程度”指标值设定不明晰。该指标的计划水平范围模糊，“有效提升”的评价标准缺乏准确数值或范围区间的划定，无法量化指标，不利于全面衡量项目实施获得的社会效益，难以达到绩效考核的目的。三是社会效益指标下的三级指标“惠民活动好评增长率”大于等于0的计划指标值设置不合理。

2. 项目合同约定不清晰，质量标准不完善

本项目《2023 新春线上游戏互动活动服务合同》、《2023 年冬至活动服务合同》、《2023 年长安镇端午节活动合同》、《广东政府采购智慧云平台电子卖场印刷服务定点采购合同》、《2023 年长安镇“选堂学子”培育行动计划活动合同》、《选堂学子开营活动合同》等多个合同存在质量要求约定不清晰的问题。

第一，《2023 新春线上游戏互动活动服务合同》《2023 年冬至活动服务合同》中都有约定“甲方有权对乙方的工作内容及工作质量进行监督和指导”的条款。该条款约定了甲

方有权对乙方工作内容和工程质量进行监督，却没有具体约定出错率和满意度，活动投诉率等质量标准，合同惩罚机制缺失，没有约定未达成什么效果则不支付尾款，因此难以对服务方起到约束的作用。

第二，《2023 年长安镇端午节活动合同》和《2023 年长安镇“选堂学子”培育行动计划活动合同》的内容中都提及需要服务方邀请讲师完成活动，即“乙方务必按照甲方的要求，提供专业师资，完成活动策划、组织实施、物料设计及现场执行等其它相关事项，确保活动顺利开展”，但合同并未清晰地设置师资的资格与水平，条款存在模糊界限，从而不利于取得良好的活动效果。

第三，《广东政府采购智慧云平台电子卖场印刷服务定点采购合同》约定展览导览册的单价为 30 元一册，但是经过现场资料核查时对物料质量的检查，认为该单价偏高，与印刷品的品质不相符。该合同未对质量条款和标准进行明确约定，导致质量可控性受到影响。

3. 项目管理模式不合理，验收方式不规范

第一，通过对现场的支出凭证的原件的核查，发现部分 12 月开展活动的合同是“12 月当月签订合同，当月拨全款”的模式。该经费拨付模式并不合理，不利于对服务提供方形成约束与激励，也不利于单位进行过程控制和质量监管，从

而限制了活动的水平提升和项目的可持续性，难以保证项目的质量和效果。

第二，通过对被评单位提交的验收报告的书面核查，发现多份合同采用了不同的验收报告范式，并没有做到完全地规范与统一。《“绿道上的潮风景”长安摄影比赛物料制作及布置服务验收单》《2023 年长安摄影周设计物料制作及布置服务验收单》《影像莞优秀作品进长安展览活动物料制作及布置服务验收单》《2023 春节龙狮巡游活动验收单》《2023 年端午节活动验收单》《2023 中秋活动验收报告》的验收意见处皆没有填写准予验收的验收意见和加盖单位公章。

（二）绩效管理的建议

1. 全面设置绩效目标，合理量化绩效指标

根据财政部《关于推进预算绩效管理的指导意见》（财预〔2011〕416 号）的有关要求，“绩效目标是预算绩效管理的基础，是整个预算绩效管理系统的前提，包括绩效内容、绩效指标和绩效标准等，报送的绩效目标应与部门目标高度相关，并且是具体的、可衡量的、一定时期内可实现的”。因此，为解决本项目绩效目标设置不全面的问题，一是根据项目中的工作任务清单全面设置项目产出的数量指标和时效指标，加强绩效指标设置的完整性。建议将数量指

标设置为各项活动工作任务实际完成率；时效指标中的“各项活动按时完成达标率”更改为“各项活动工作任务完成及时率”。二是根据合同约定的质量条款量化设置产出指标中的质量指标，全面评价合同完成后预设目标的质量达标情况。建议将本项目的质量指标设置为“按各类合同约定的质量达标率”。三是补充“活动品牌知名度增长率”和“市级及以上媒体对活动报道情况”评价效果指标，优化效果指标体系以全面反映和考核项目所产生的效果。

与此同时，本项目所设置的指标应尽可能量化与明晰，要将指标内容量化成可使用统计数据衡量的指标并将指标值明晰化。第一，可持续影响指标中的“活动后期可持续性”这一指标应明确设置以全面衡量经济、社会、文化的可持续性，建议该指标设置为文化传承水平提升程度、文化艺术创新发展程度等。可通过发放问卷进行测量。第二，建议将社会效益指标中的“群众文化素养等方面的提升程度”与“青少年核心素养的提升程度”指标值设置不同的数值区间，明晰该指标的评分标准。指标值大于等于 95% 时，该指标满分；90%-94% 得 2 分，低于 90% 不得分。第三，社会效益指标下的“惠民活动好评增长率”大于等于 0 的计划指标值应修改为大于 0。

2. 细化合同约定，完善质量标准

合同条款的细化十分重要，合同双方的权利义务需要通过详细的合同条款进行厘清。《2023 新春线上游戏互动活动服务合同》《2023 年冬至活动服务合同》中“甲方有权对乙方的工作内容及工作质量进行监督和指导”的内容条款过于笼统和模糊，应当根据服务方提供的服务内容具体约定“出错率”、“满意度”和“活动投诉率”等质量标准，对合同的违约责任和惩罚措施事宜进行协商，并约定尾款的支付条件，以约束服务方。

对于《2023 年长安镇端午节活动合同》和《2023 年长安镇“选堂学子”培育行动计划活动合同》中未约定具体师资水平的问题，双方应在订立合同时明确师资团队的资格与水平，从而提高活动质量。

3. 改进项目管理模式，统一验收范式

第一，科学有效的项目管理模式对项目实施的效果具有重要影响。对于部分合同存在的“当月签订合同，当月拨全款”的经费拨付方式，尤其是对于需要在当年 11 月与 12 月举办的活动，如“我们的节日”中的冬至活动，建议应提前至 9 月到 10 月签订合同，再相应给予总额百分之三十至百分之五十的启动资金，合理设置该部分的当年的预算，于第二年活动结束后再支付尾款，将费用分笔分期支付，以避免

签订合同即一次性全额拨付的问题。

同时，应当明确若未达到合同约定的目标将采取何种惩罚措施。当通过验收发现服务方未按时和按质量完成约定的内容时，单位应按照合同或协议规定采取惩罚措施，如扣除部分应付款项或责令服务方支付一定比例的违约金，以约束和激励项目合作方，提高项目的质量。

第二，项目结束后的验收环节，需要进行格式规范以保障项目质量监管的规范性和严谨性。针对本项目不同合同的验收报告缺乏标准化的问题，单位应当自行建立通用的验收单范式并统一使用。验收意见处必须由验收负责人填写“验收合格”或“验收不合格”的验收意见并签名，最后由单位确认后盖章存档。

第三，针对在财政资金紧张的情况下部分活动费用较高，难以每年举办相似的活动，从而影响活动持续性的情况。建议单位应当强化成本意识，贯彻过“紧日子”思想，可以从多个方面节约财政支出。单位应当提升部门工作人员在文化活动策划、组织和管理方面的专业能力，使其能够最大限度地整合单位现有各种资源，如场地、设备等资源，当地社区、企业、文化团体等资源，本地艺术家等人才资源，构建文化展示平台，创造性地开展更多样化的活动；通过鼓励支持本地艺术家、文化团体和协会参与活动及社区共同参与的

方式，让居民参与到文化活动的策划和执行中，增强社区凝聚力的同时降低活动成本，从而实现减少服务外包，节约财政支出的目的。

4. 加强本土文化挖掘，扩大项目影响力

第一，通过走访摄影展览活动现场发现，摄影周航天展的展览图片的拍摄时间多为 2013 年，距今的时间较为久远，摄影展览的图片内容应当适时更新，以增强民众参与此类活动的积极性与热情。因此，针对摄影周航天摄影展的部分展览图片内容更新不及时的问题，建议展览内的图片应优先选取时间更近的作品，并把展览作品送进校园与社区内进行展览，更好地发挥其社会层面的文化教育功能。

第二，2023 年“我们的节日”所举办的节日活动多集中在春节、冬至、端午、中秋等传统节日，虽然活动内容贴合传统节日文化，活动囊括线上和线下活动，形式丰富多样，但新春汇演、节日晚会、制作节日美食等活动相比较于其他一、二线城市地区的传统节日活动来说，竞争力和品牌特色较弱，无法将活动品牌的吸引力最大化。针对“我们的节日”所举办的部分节日活动存在竞争力和品牌特色较弱的痛点，建议单位应当加强对长安镇地方特色民俗文化的深入挖掘，打造不可代替的差异化特色文化活动品牌。与此同时，汲取

其他城市开展的优秀文化活动的成功经验，如福建的长乐游神活动以及广州的三月三上巳节“北帝诞”活动等。文化动品牌的塑造应尽可能植根于长安镇自身的历史文化，从东莞沿海人民的历史起源，结合现代元素进行创新，发掘将当地特色民俗节日发展为长安旅游品牌活动的可能性，如长安镇的盆菜节与天后诞等节日。

第三，通过现场座谈得知该项目虽然取得较好的社会效益，但目前项目运行主要依靠财政支持，因此部分费用较高的文化活动如“生态文化赋能高质量发展活动周碧荷园首秀表演”未能成为常驻性活动，不利于活动品牌塑造。建议目前应当利用有限的经费，优先保留群众最需求的活动，将长安文化活动精品化。同时，单位可以整合文化资源，联动当地社区、相关企业、文化社会组织团体等，通过项目合作、资源共享或联合推广等合作方式，调动群众、企业以及社区参与文化建设的积极性，提升整体的文化影响力；在扩大社会影响力的同时，借助社会各方力量拓宽项目的经费来源，实现经费筹措渠道的多元化。建议单位可考虑通过冠名赞助、联合开展等方式，争取更多的活动经费、场地、物资的赞助。此外，单位也可以通过深入挖掘本土文化，并将其与目前日益年轻化的需求群体相匹配，联合社会力量打造具有独特性的文化旅游项目，利用本土文化搭台，加强游客参与

体验感，吸引更多的客流量，进而增加增收创收的可能性，摆脱由于完全依赖财政支持而导致经费困难的局面。

附表：文化活动经费项目绩效评价指标表

文化活动经费项目绩效评价指标表

填报单位:

一级指标		二级指标		三级指标		四级指标		指标分值	扣分说明
名称	权重	名称	权重	名称	权重	名称	权重		
前期工作	13	项目申报立项	13	项目论证(申报)规范性	5	立项依据充分性	2	2	
						前期工作充分性	3	3	
				绩效目标设定合理性	8	绩效目标合理性	4	4	
						绩效指标明确性	4	3	部分绩效指标的评价标准不清晰,不能量化。
过程管理	30	业务管理	22	管理制度健全性	5	管理制度健全性	5	5	
				制度执行有效性	6	制度执行有效性	6	6	
				项目实施计划性	6	项目实施计划性	6	5	
				项目质量可控性	6	项目质量可控性	6	4	部分验收单验收只有验收人签名未加盖单位公章,验收意见处没有填写验收意见只有签名,验收格式不统一。
		财务管理	8	财务制度健全性	4	财务制度健全性	4	4	
				资金使用合规性	4	资金使用合规性	4	4	

一级指标		二级指标		三级指标		四级指标			指标分值	扣分说明	
名称	权重	名称	权重	名称	权重	名称	权重	指标解释及说明			评分标准
产出	28	项目产出	28	任务实际完成程度	5	各项活动工作任务实际完成率	5	评价要点： 实际完成率=（实际产出数/计划产出数）×100%。	完成全部计划任务的，得5分；完成50%-100%的，得4分；完成30%-50%的，得2分；完成30%以下的不得分。	4	摄影周部分展览和讲座推迟至2024年4月开展。
				任务完成及时性	5	各项活动工作任务完成及时性	5	评价要点： 完成及时率=[（实际完成时间-计划完成时间）/计划完成时间]×100%。	完成及时率小于等于0的，得5分；大于0，小于等于10%的，得3分；大于10%，小于等于20%的，得1分；大于20%的不得分。	4	摄影周部分展览和讲座推迟至2024年4月开展。
				质量达标率	12	项目质量达标率	12	评价要点：质量达标率=（质量达标产出数/实际产出数）×100%。 质量达标产出数：项目签订的合同、附件及其他相关规定中约定的各项项目举办的质量标准，既定质量标准是指项目实施单位设立绩效目标时依据计划标准、行业标准、历史标准或其他标准而设定的绩效指标值。	通过核查，达标率为100%的，12分；小于100%，大于等于90%的，10分；小于90%，大于等于80%的，8分；80%以下的，不得分。	9	部分合同的质量标准约定不清晰。
				预算（成本）控制指标	6	项目预算执行率	6	评价要点：预算执行率=〔本年实际支付财政预算资金/本年财政安排资金预算〕×100%。	大于等于90%的，6分；小于90%，大于等于80%的，4分；小于80%，大于等于70%的，2分；70%以下的，不得分。如项目产出按计划全部完成而资金有节约的，得6分。	6	
		逆指标	-3	预算调整率	逆指标	项目预算调整率	-3	评价要点：预算调整率=（预算调整数/预算数）×100%。 预算调整数：部门（单位）在本年度内涉及预算的追加、追减或结构调整的资金总和（因落实国家政策、发生不可抗力、上级部门成本政策调整或临时交办而产生的调整除外）。	调整率绝对值大于等于50%的，扣3分；大于等于30%，小于50%的，扣1分；小于30%的，不扣分。	-3	年初预算171.6万，调整后预算511.6万，预算调整率为1.98，调整率绝对值大于等于50%的，扣3分
效果	29	项目效果	29	参加活动人数增长率	5	参加活动人数增长率	5	评价要点：项目中参加人数较上一年的增加情况（包括线上与线下参与）。	项目实施后，参加人数比上一年增加率大于等于10%得5分，增加率5%-9%得3-4分，增加率2%-5%得1-2分，增加率小于2%不得分。	5	
				活动相关作品产出增长率	5	活动相关作品产出增长率	5	评价要点：项目中参与人员投稿、创作的作品产出较上一年的增加情况。	项目实施后，产出作品比上一年增加率大于等于10%得5分，增加率5%-9%得3-4分，增加率2%-5%得1-2分，增加率小于2%不得分。	5	
				活动社交平台宣传阅读量	5	活动社交平台话题阅读量	5	评价要点：评价项目的宣传效果，通过统计社交平台 and 媒体上相关话题点击率，考察公众对项目活动内容的关注程度。	相关话题阅读量大于10万得满分，其余酌情加分。	5	
				活动品牌知名度增长率	5	活动品牌知名度增长率	5	评价要点：公众号以及小程序关注人数较上一年的增加情况。	项目实施后，关注人数比上一年增加率大于等于10%得5分，增加率5%-9%得3-4分，增加率2%-5%得1-2分，增加率小于2%不得分。	5	
				市级及以上媒体对活动报道情况	4	媒体对活动报道的情况	4	评价单位举办活动的媒体影响力（包括互联网媒体）。	有5个市级以上主流媒体或者市级官方互联网媒体门户网站报道情况的，得满分，存在其他负面情况时酌情扣分。	3	市级以上主流媒体的活动报道占比较少，部分报道并非是该活动的专门报道而是只提及了关键词；部分网络媒体报道的网页存在无法访问的问题。
				公众满意度	5	公众对项目的评价	5	评价要点：社会公众对举办的活动的满意度。	通过问卷调查测量公众对活动的满意程度，满意度大于等于95%得满分，满意度90%-94%得4分，满意度85%-89%得3分，满意度低于85%不得分。	5	
总分			100		100		97			88	

说明：项目效益可根据项目特性选择设置三级指标，具体由项目考核单位根据实事求是、公正可靠、全面衡量绩效的原则设置。

填报人：