附1

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **央视《朝闻天下》广告宣传项目支出绩效自评表** | | | | | | | | | | | | | |
| （2020年度） | | | | | | | | | | | | | |
| 项目名称 | | 央视《朝闻天下》广告宣传 | | | | | | | | | | | |
| 主管部门 | | 承德市旅游和文化广电局 | | | | | 实施单位 | | 宣传科 | | | | |
| 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 | | 359.5 | 359.5 | | 359.5 | | 10 | | 100% | | 10 |
| 其中：当年财政拨款 | | 359.5 | 359.5 | | 359.5 | | — | |  | | — |
| 上年结转资金 | | 0 | 0 | | 0 | | — | |  | | — |
| 其他资金 | | 0 | 0 | | 0 | | — | |  | | — |
| 年度总体目标 | 预期目标 | | | | | | 实际完成情况 | | | | | | |
| 借助央视《朝闻天下》栏目的收视优势和平台权威属性，刊播全年隔日5秒承德旅游形象广告，约178次，向全国范围内的游客推介承德旅游资源，挖掘潜在客源，吸引游客来承观光游览、休闲度假，增加旅游接待人数和接待收入。 | | | | | | 按预期目标推进，播放全年隔日5秒形象宣传广告 | | | | | | |
| 绩 效 指 标 | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | | | 年度  指标值 | 实际  完成值 | 分值 | | 得分 | | 偏差原因分析及改进措施 | |
| 产出指标  50分 | 数量指标 | 全年刊播宣传广告次数 | | | 约178次 | 全年累计播放承德文旅宣传广告约178次 | 20 | | 18.4 | | 在产出质量方面，因受广告时长客观因素制约，主要以展示承德核心景区资源为主，没有做到全覆盖。 | |
| 质量指标 | 经费支出合规性 | | | 是/否 | 依法依规支出 | 10 | | 10 | |  | |
| 时效指标 | 经费支出时效性 | | | 2020年底 | 及时支出 | 10 | | 10 | |  | |
| 成本指标 | 项目总成本不高于财政预算金额 | | | 预计小于总成本预算 | 获得省文旅厅30%资金补贴 | 10 | | 10 | |  | |
| 效益指标20分 | 经济效益  指标 |  | | |  |  |  | |  | |  | |
| 社会效益  指标 | 取得良好社会反响，承德文旅品牌影响力进一步提升。 | | | 全年旅游接待数据 | 利用央级媒体平台的权威性特点，进一步提升了我市整体广告宣传的规格和对外形象 | 20 | | 18.2 | | 重点宣传推介了我市核心重点景区，有力形式示范带动效应，但其他景区也应加强宣传 | |
| 生态效益  指标 |  | | |  |  |  | |  | |  | |
| 可持续影响指标 | 广泛提升承德文旅品牌，增加游客来承旅游意愿 | | | 全年旅游接待数据 | 2020年接待游客2800.99万人次，在疫情影响下，市场回温较快，生态休闲、户外游广受游客欢迎 | 20 | | 19 | | 受疫情因素影响，游客出游活动受到制约 | |
| 满意度  指标20分 | 服务对象满意度指标 | 游客满意度 | | | 全年旅游接待数据 | 获得游客较高评价，我市旅游接待人数自跨省旅游恢复后，回升较快，在全省内表现良好。 | 100 | | 98 | | 受疫情影响，我市旅游市场虽然恢复较快，但较往常仍有不足 | |
| 总分 | | | | | | | | 100 | | 95.8 | |  | |