

2024 年度成都市广播电视台部门决算

目 录

第一部分 部门概况	1
一、部门职责	1
二、机构设置	1
第二部分 2024 年度部门决算情况说明	2
一、收入支出决算总体情况说明	2
二、收入决算情况说明	2
三、支出决算情况说明	3
四、财政拨款收入支出决算总体情况说明	4
五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明	5
六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明	10
七、财政拨款“三公”经费支出决算情况说明	10
八、政府性基金预算支出决算情况说明	12
九、国有资本经营预算支出决算情况说明	13
十、预算绩效管理情况说明	13
十一、其他重要事项的情况说明	13
第三部分 名词解释	17
第四部分 附 件	21
第五部分 附 表	172
一、收入支出决算总表	

二、收入决算表

三、支出决算表

四、财政拨款收入支出决算总表

五、财政拨款支出决算明细表

六、一般公共预算财政拨款支出决算表

七、一般公共预算财政拨款支出决算明细表

八、一般公共预算财政拨款基本支出决算明细表

九、一般公共预算财政拨款项目支出决算表

十、政府性基金预算财政拨款收入支出决算表

十一、国有资本经营预算财政拨款收入支出决算表

十二、国有资本经营预算财政拨款支出决算表

十三、财政拨款“三公”经费支出决算表

第一部分 部门概况

一、部门职责

成都市广播电视台是一级预算管理事业单位，主要负责采访、编辑、制作、播出成都电视台和成都人民广播电台节目工作。承担中央和省委、市委重大战略决策部署及中心工作新闻宣传和舆论引导工作；承担成都城市形象营销和天府文化传播工作；承担重大突发事件和热点敏感问题舆论引导工作；组织广播电视节目和网络视听节目创作生产、输送及安全播出；承担广播电视媒体与新媒体融合传播平台建设，推进媒体融合发展；完成市委市政府交办的其他任务。

二、机构设置

从单位构成看，成都市广播电视台部门决算包括：部门本级决算。

纳入成都市广播电视台 2024 年度部门决算编制范围的二级预算单位包括：

成都市广播电视台本级

第二部分 2024 年度部门决算情况说明

一、收入支出决算总体情况说明

2024 年度收、支总计均为 71,408.25 万元。与 2023 年度相比，收、支总计各减少 32,916.05 万元，下降 31.6%。主要变动原因是体育竞赛资金减少。

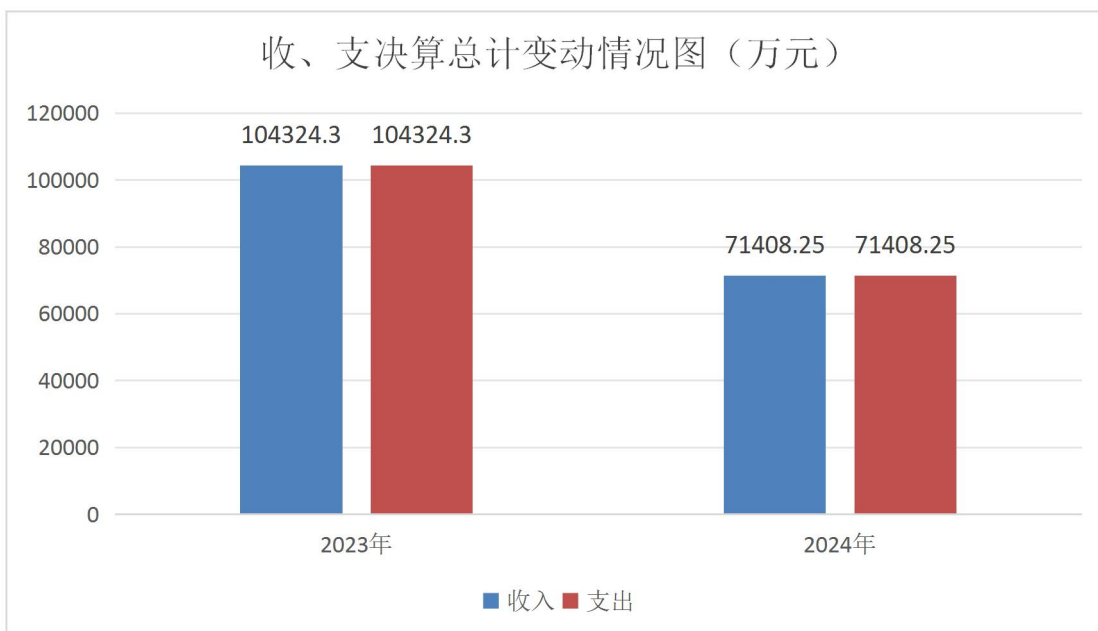


图 1：收、支决算总计变动情况图

二、收入决算情况说明

2024 年度本年收入合计 71,403 万元，其中：一般公共预算财政拨款收入 36,644.08 万元，占 51.3%；政府性基金预算财政拨款收入 325.23 万元，占 0.5%；事业收入 34,337.73 万元，占 48.1%；其他收入 95.96 万元，占 0.1%。

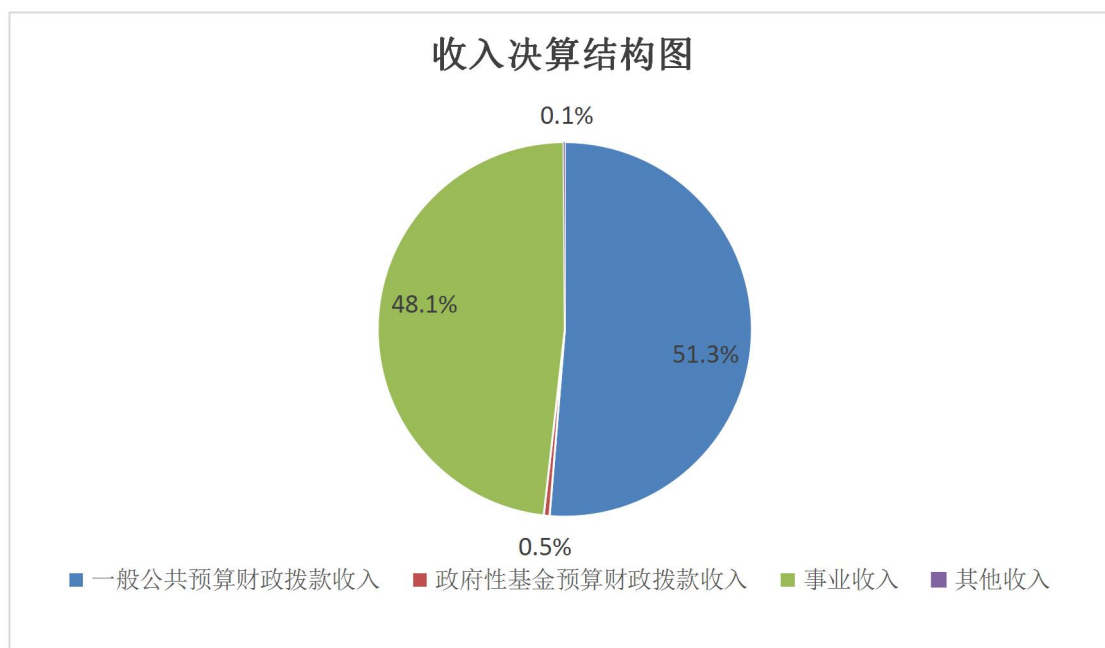


图 2：收入决算结构图

三、支出决算情况说明

2024 年度本年支出合计 71,408.25 万元，其中：基本支出 21,731.64 万元，占 30.4%；项目支出 49,676.61 万元，占 69.6%。

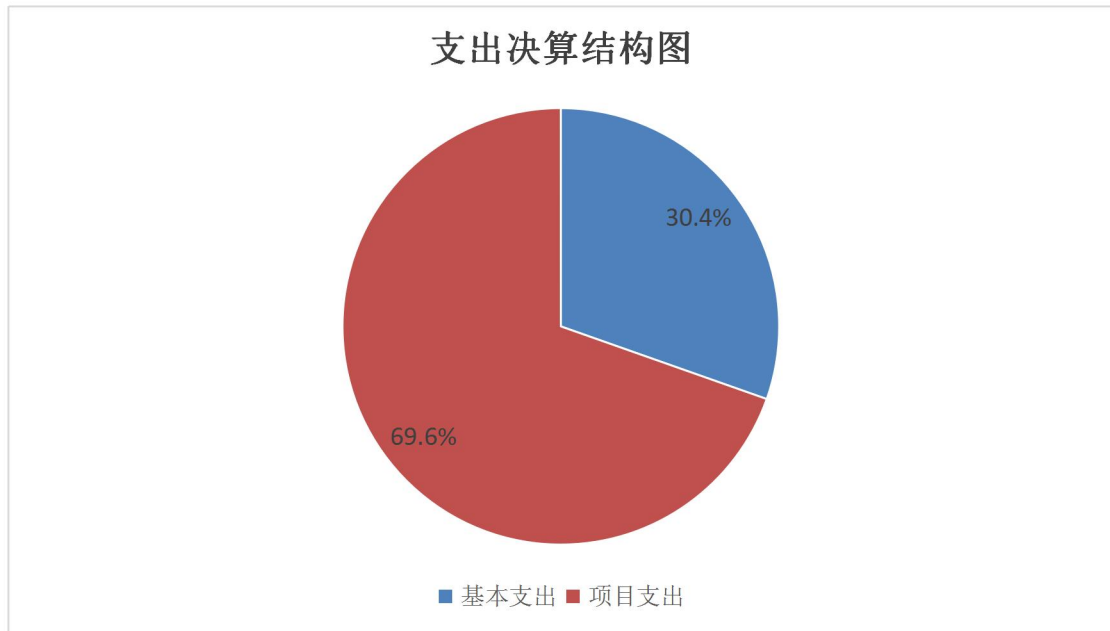


图 3：支出决算结构图

四、财政拨款收入支出决算总体情况说明

2024 年度财政拨款收、支总计均为 36,974.55 万元。与 2023 年度相比,财政拨款收、支总计各减少 41,201.22 万元,下降 52.7%。主要变动原因是体育竞赛资金减少。

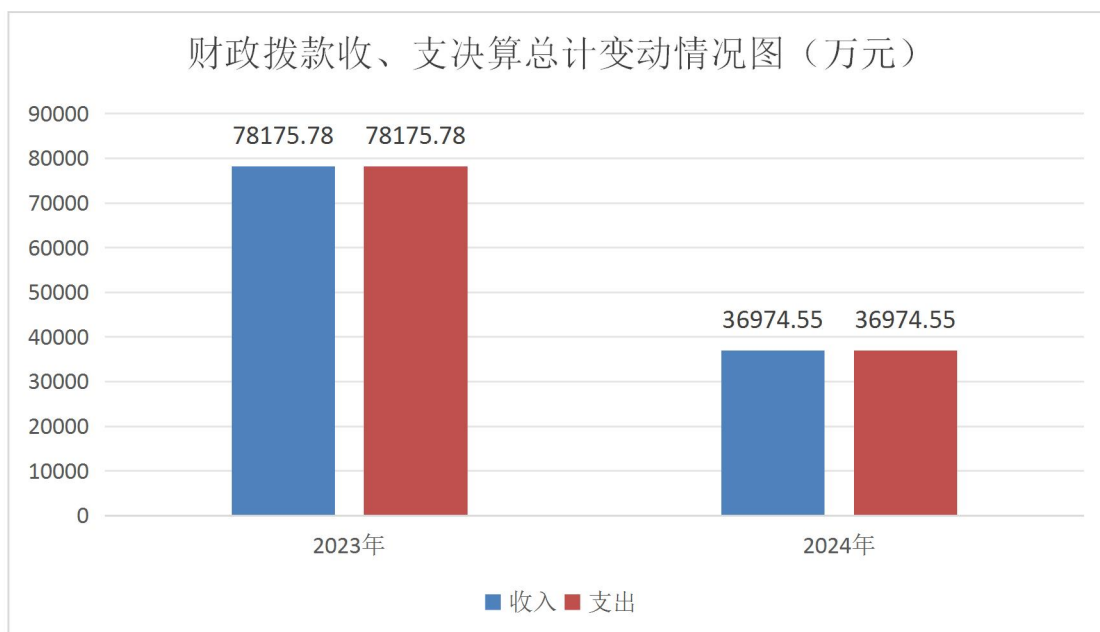


图 4：财政拨款收、支决算总计变动情况

五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明

（一）一般公共预算财政拨款支出决算总体情况

2024 年度一般公共预算财政拨款支出 36,649.33 万元，占本年支出合计的 51.3%。与 2023 年度相比，一般公共预算财政拨款支出减少 41,031.29 万元，下降 52.8%。主要变动原因是体育竞赛类财政拨款专项项目收入减少，故对应专项目项目支出减少。

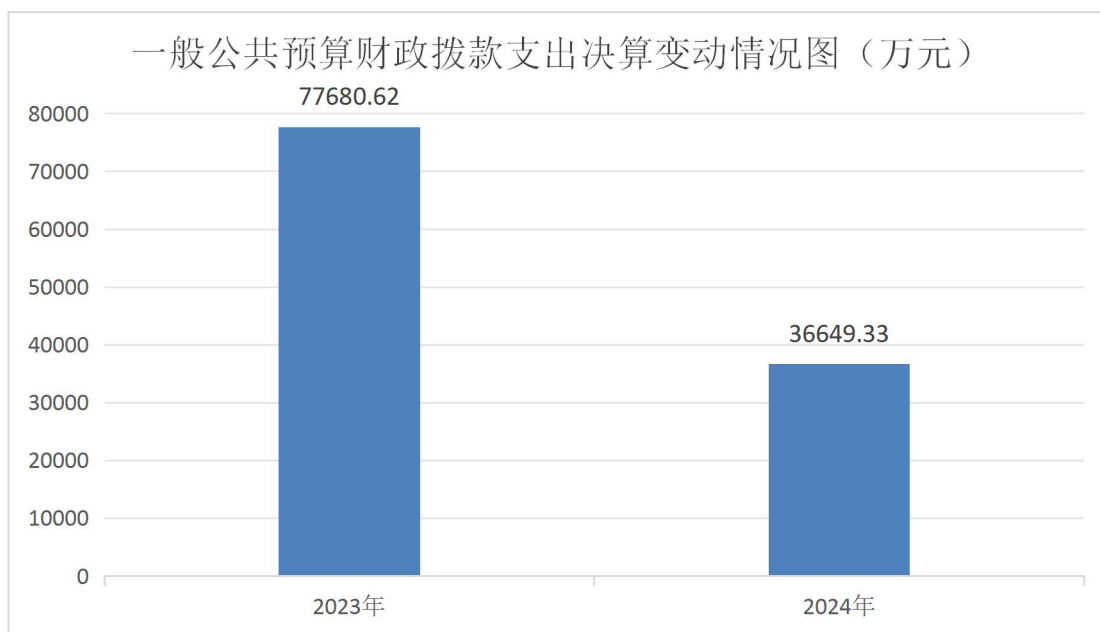


图 5：一般公共预算财政拨款支出决算变动情况

（二）一般公共预算财政拨款支出决算结构情况

2024 年度一般公共预算财政拨款支出 36,649.33 万元，主要用于以下方面：教育支出 2,247.41 万元，占 6.1%；文化旅游体育与传媒支出 31,400.25 万元，占 85.7%；社会保障和就业支出 1,442.64 万元，占 3.9%；卫生健康支出 623.62 万元，占 1.7%；农林水支出 567.41 万元，占 1.5%；住房保障支出 368 万元，占 1%。

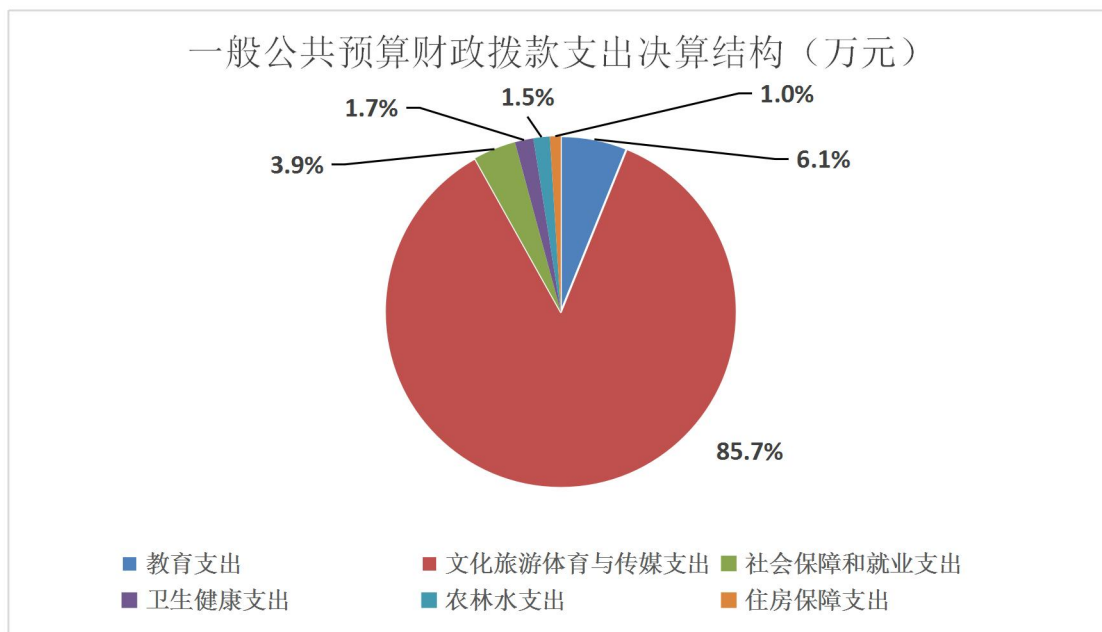


图 6：一般公共预算财政拨款支出决算结构

（三）一般公共预算财政拨款支出决算具体情况

2024 年度一般公共预算支出决算数为 36,649.33 万元，完成预算 93.5%。其中：

1.教育支出（类）其他教育支出（款）其他教育支出(项):支出决算为 2,247.41 万元，完成预算 100%。

2.文化旅游体育与传媒支出（类）文化和旅游（款）文化活动(项):支出决算为 6,562.44 万元，完成预算 93.80%，决算数小于预算数的主要原因是成都世园会相关项目将项目资金结余 433.85 万元，已退回财政。

3.文化旅游体育与传媒支出（类）文化和旅游（款）其他文化和旅游支出(项):支出决算为 3,201.26 万元，完成预算 99.75%，

决算数小于预算数的主要原因是成都市市级公共文化服务专项资金项目结余 8.06 万元已退回财政。

4.文化旅游体育与传媒支出（类）体育（款）体育竞赛(项):支出决算为 1,866.85 万元，完成预算 78.14%，决算数小于预算数的主要原因是体育竞赛类项目资金，当年因项目未执行完成，故将资金结转次年使用。

5.文化旅游体育与传媒支出(类)新闻出版电影(款)电影(项):支出决算为 700 万元，完成预算 100%。

6.文化旅游体育与传媒支出（类）广播电视（款）广播电视事务(项):支出决算为 11,322.44 万元，完成预算 97.17%，决算数小于预算数的主要原因是我台对基本支出进行统筹安排，在非税收入不足的情况下，通过调整收入结构保障支出。

7.文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化旅游体育与传媒支出(款)宣传文化发展专项支出(项):支出决算为 1,498.28 万元，完成预算 99.65%，决算数小于预算数的主要原因是“城市文化建设与推动”市级媒体对外推广及海外传播专项经费项目结余 5.32 万元退回财政。

8.文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化旅游体育与传媒支出(款)文化产业发展专项支出(项):支出决算为 2,188.26 万元，完成预算 100%。

9.文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化旅游体育与传媒支出(款)其他文化旅游体育与传媒支出(项):支出决算为 4,055.46 万元，完成预算 99.98%，决算数小于预算数的主要原因是成都新

年音乐会活动经费结余 0.1 万元，退回财政，2023 年省级公共文化服务体系建设专项资金相关项目结余 0.8 万元，退回财政。

10.社会保障和就业支出（类）行政事业单位养老支出（款）事业单位离退休(项):支出决算为 20.69 万元，完成预算 100%。

11.社会保障和就业支出（类）行政事业单位养老支出（款）机关事业单位基本养老保险缴费支出(项):支出决算为 1,112.65 万元，完成预算 91.71%，决算数小于预算数的主要原因是单位缴费结余 100.53 万元，我台对基本支出进行统筹安排，在非税收入不足的情况下，通过调整收入结构保障支出。

12.社会保障和就业支出（类）行政事业单位养老支出（款）机关事业单位职业年金缴费支出(项):支出决算为 309.30 万元，完成预算 51.04%，决算数小于预算数的主要原因是单位缴费结余 296.73 万元，我台对基本支出进行统筹安排，在非税收入不足的情况下，通过调整收入结构保障支出。

13.卫生健康支出（类）行政事业单位医疗（款）事业单位医疗(项):支出决算为 623.62 万元，完成预算 100%。

14.农林水支出（类）农业农村（款）其他农业农村支出(项):支出决算为 567.41 万元，完成预算 56.74%，决算数小于预算数的主要原因是新办大型乡村振兴公益改造融媒体节目资金结余 432.59 万元，已结转到 2025 年度预算。

15.住房保障支出（类）住房改革支出（款）住房公积金(项):支出决算为 368 万元，完成预算 46.41%，决算数小于预算数的主要原因是单位缴费结余 424.9 万元，我台对基本支出进行统筹安

排，在非税收入不足的情况下，通过调整收入结构保障支出。

六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明

2024 年度一般公共预算财政拨款基本支出 6,366.77 万元，其中：

人员经费支出 5,279.65 万元，主要包括：基本工资，绩效工资，机关事业单位基本养老保险缴费，职业年金缴费，职工基本医疗保险缴费，其他社会保障缴费，住房公积金，退休费等。

公用经费支出 1,087.12 万元，主要包括：办公费，咨询费，手续费，水费，电费，邮电费，物业管理费，差旅费，维修（护）费，培训费，公务接待费，劳务费，工会经费，公务用车运行维护费，税金及附加费用，办公设备购置等。

七、财政拨款“三公”经费支出决算情况说明

（一）“三公”经费财政拨款支出决算总体情况说明

2024 年度“三公”经费财政拨款支出预算为 30.91 万元，决算为 12.92 万元，完成预算的 41.8%，决算数小于预算数的主要原因是主要原因是我台进一步弘扬艰苦奋斗，勤俭节约的优良作风，加强和继续落实“八项规定”，严控公务接待费。2024 年度“三公”经费支出决算较上年减少 1.94 万元，下降 13.1%，主要原因是 2024 年我台事业收入未安排公务车购置，未发生因公出国费用。

（二）“三公”经费财政拨款支出决算具体情况说明

2024 年度“三公”经费财政拨款支出决算中，因公出国（境）费支出决算 0 万元，与上年持平；公务用车购置及运行维护费支出决算 12.11 万元，占 93.8%；公务接待费支出决算 0.81 万元，占 6.2%。具体情况如下：

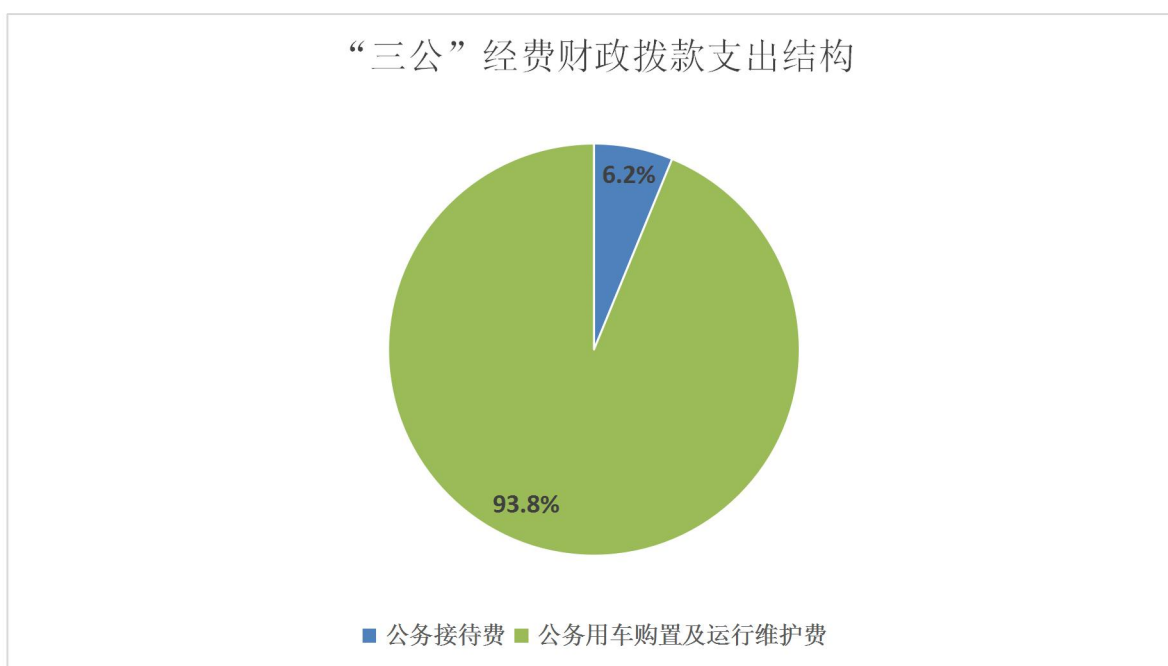


图 7：“三公”经费财政拨款支出结构

1. 因公出国（境）费本年无预算数，支出决算为 0 万元，支出与上年持平，无增减变化。

2. 公务用车购置及运行维护费预算为 25 万元，支出决算为 12.11 万元,完成预算的 48.4%，决算数小于预算数的主要原因是 2024 年我台事业收入未安排公务车购置。公务用车购置及运行维护费支出决算较上年减少 0.03 万元，下降 0.3%，主要原因是我

台强化管理，控制车辆运行维护成本。其中：

公务用车购置费支出 0 万元。全年按规定更新购置公务用车 0 辆，与上年持平。截至 2024 年 12 月 31 日，本部门开支财政拨款的公务用车保有量为 7 辆。

公务用车运行维护费支出 12.11 万元。主要用于等按规定保留的公务用车燃料费、维修费、过路费、保险费等支出。

3. 公务接待费预算为 5.91 万元，支出决算为 0.81 万元，完成预算的 13.7%，决算数小于预算数的主要原因是我台进一步弘扬艰苦奋斗，勤俭节约的优良作风，继续落实“八项规定”。公务接待费支出决算较上年减少 1.91 万元，下降 70.3%，主要原因是我台加强落实“八项规定”，严控公务接待费。其中：

国内公务接待支出 0.81 万元，主要用于执行公务、开展业务活动开支的用餐费等。成都市广播电视台 2024 年度国内公务接待共计 13 批次，151 人次（不包括陪同人员）。

2024 年度本部门无外事接待支出。

八、政府性基金预算支出决算情况说明

2024 年度政府性基金预算财政拨款支出 325.22 万元，占本年支出合计的 0.5%。与 2023 年度相比，政府性基金预算财政拨款支出增长 325.22 万元，增长 100%，主要原因是新增国家电影事业发展专项资金安排的支出，上年无此项支出。

九、国有资本经营预算支出决算情况说明

2024 年度本部门无国有资本经营预算财政拨款支出，上年也无此项支出。

十、预算绩效管理情况说明

（一）预算绩效管理工作开展情况

根据预算绩效管理要求，本部门（单位）在 2024 年度预算编制阶段，组织对“百姓故事会活动经费”“‘创新天府聆听成都’主题文化节目经费”等特定目标类项目开展了预算事前绩效评估，对 85 个特定目标类项目编制了绩效目标；在 2024 年预算执行过程中，对 85 个特定目标类项目（或财政专项资金）开展绩效监控。

年终执行完毕后，组织对 2024 年度一般公共预算、政府性基金预算、国有资本经营预算、社会保险基金预算全面开展绩效自评，形成成都市广播电视台部门整体支出绩效自评报告，“成都市市级公共文化服务专项资金--探源蜀道历史文明大型人文纪录片《蜀道通途》项目经费”、“成都市市级公共文化服务专项资金——成都市应急广播系统平台常年运行维护项目经费”等财政专项资金绩效自评报告，“《天府工匠》——大型技能挑战融媒体节目经费”、“成都市春节电视联欢晚会经费”等特定目标类项目绩效自评表。

（二）绩效自评结果

1.部门整体绩效自评情况

本部门（单位）按要求对 2024 年部门整体支出开展绩效自评，自评得分 98.04 分。从评价情况来看资产管理扣 0.3 分，项目（专项）自评结果扣 0.16 分，重点履职任务一扣 1.5 分，共扣 1.96 分。基本完成整体绩效目标任务，部门重点工作任务。2024 年我台进一步严格财政专项资金的管理，除建立专项资金项目资金台账管理，每月动态反映专项资金收付余额情况,定期对所有项目进行梳理、核查，及时了解各项目预算执行情况外，同时建立了财政专项资金预算通报机制，按季度定期对台各单位（部门）通报台专项资金总体情况、各单位财政资金项目推进情况和预算执行情况，对预算执行进度缓慢的项目进行通报，采取有效措施切实加快预算执行进度，确保财政资金高效、安全运行。我台根据制定的《成都市广播电视台预算绩效管理办法》，进一步加强对预算执行及绩效的管理。目前纳入预算的财政专项项目，都进行绩效监督管理和考评，逐步建立长效机制，我部要求已完成项目，必须按要求上报经项目负责人签字盖章的绩效自评表。

我台聘请第三方审计机构四川华信(集团)会计师事务所对 2024 年已完成的 7 个市级公共文化服务专项资金项目、10 个市级文化产业发展专项资金项目进行了绩效评价审计，经评价，纳入审计范围共 17 个专项，总体上看，项目决策依据充分、目标明确，建立了相应的项目管理办法，项目申报、审批程序合规，项目执行及整体完成情况较好，达到了预定目标，项目绩效完成总体较好。

《2024 年成都市广播电视台部门整体支出绩效自评报告》(附件 1)

《部门整体支出绩效评价指标体系》(附件 2)

《行政事业性国有资产综合管理绩效评价指标体系》(附件 3)

2. 财政专项资金绩效自评情况

2024 年本部门未执行财政专项资金项目。

3. 国有资本经营预算绩效自评情况

2024 年本部门未安排国有资本经营预算项目。

4. 社会保险基金预算绩效自评情况

2024 年本部门未安排社会保险基金预算项目。

5. 特定目标类项目绩效自评情况

本部门(单位)在 2024 年度部门决算中反映“百姓故事会活动经费”“创新天府聆听成都”主题文化节目经费“成都市市级公共文化服务专项资金——“成都音像资料馆”数据服务平台建设项目经费”等 84 个特定目标类项目绩效自评情况。84 个特定目标类项目绩效自评平均得分 94.51 分,其中,最高 99.99 分,为成都新年音乐会活动经费项目;最低 0 分,为 2025 年第 12 届世界运动会火炬发布活动项目经费项目(2024 年下达预算,世运会组委会下达文件延期到 2025 年执行该项目,2024 年未执行)。

《部门预算项目支出绩效自评表(2024 年度)》(附件 6)

十一、其他重要事项的情况说明

（一）机关运行经费支出情况

2024 年度，成都市广播电视台未发生机关运行经费，与 2023 年持平。

（二）政府采购支出情况

2024 年度，成都市广播电视台政府采购支出总额 19,348.78 万元，其中：政府采购货物支出 2,537.26 万元、政府采购工程支出 0 万元、政府采购服务支出 16,811.52 万元。授予中小企业合同金额 17,571.9 万元，占政府采购支出总额的 90.8%，其中：授予小微企业合同金额 15,748.82 万元，占政府采购支出总额的 81.4%。

（三）国有资产占有使用情况

截至 2024 年 12 月 31 日，成都市广播电视台共有车辆 298 辆，其中：机要通信用车 1 辆、应急保障用车 1 辆、特种专业技术用车 12 辆、离退休干部服务用车 2 辆、其他用车 282 辆，其他用车主要是用于我台外出采访。单价 100 万元以上设备（不含车辆）27 台（套）。

第三部分 名词解释

1.财政拨款收入：指单位从同级财政部门取得的财政预算资金。

2.事业收入：指事业单位开展专业业务活动及辅助活动所取得的收入。如我台大型项目活动执行收入、落地活动收入、宣传费收入、制作费收入、举办与业务相关的会议活动等收入。

3.其他收入：指除上述“一般公共预算拨款收入”、“事业收入”以外的收入。主要是出租房屋收入、固定资产租赁收入、存款利息收入等。

4.使用非财政拨款结余（含专用结余）：指事业单位使用以前年度积累的非财政拨款结余弥补当年收支差额的金额。

5.年初结转和结余：指以前年度尚未完成、结转 to 本年按有关规定继续使用的资金。

6.结余分配：指事业单位按照会计制度规定缴纳的所得税、提取的专用结余以及转入非财政拨款结余的金额等。

7.年末结转和结余：指单位按有关规定结转到下年或以后年度继续使用的资金。

8.文化旅游体育与传媒支出（类）文化和旅游（款）其他文化和旅游支出(项)：指用于其他文化和旅游方面的支出。

9.文化旅游体育与传媒支出(类)新闻出版电影(款)电影(项)：指用于电影制片、发行、放映等方面的支出。

10.文化旅游体育与传媒支出（类）广播电视（款）广播电视

事务(项)：指用于广播电视台等的支出。

11.文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化旅游体育与传媒支出（款）宣传文化发展专项支出(项)：指按照国家有关政策支持宣传文化单位发展的专项支出。

12.文化旅游体育与传媒支出（类）文化和旅游（款）文化活动(项)：指用于举办大型文化艺术活动的支出。

13.文化旅游体育与传媒支出（类）体育（款）体育竞赛(项)：指综合性运动会及单项体育比赛支出。

14.文化旅游体育与传媒支出（类）国家电影事业发展专项资金安排的支出（款）其他国家电影事业发展专项资金支出(项)：指指国家电影事业发展专项资金安排的除电影事业发展以外的其他支出。。

15.社会保障和就业支出（类）行政事业单位养老支出（款）事业单位离退休(项)：指事业单位开支的离退休经费。

16.教育支出（类）其他教育支出（款）其他教育支出(项)：指用于其他用于教育方面的支出。

17.文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化旅游体育与传媒支出（款）其他文化旅游体育与传媒支出(项)：指其他用于文化体育与传媒方面的支出。

18.文化旅游体育与传媒支出（类）其他文化旅游体育与传媒支出（款）文化产业发展专项支出(项)：指支持文化产业发展专项支出。

19.农林水支出（类）农业农村（款）其他农业农村支出(项):指其他用于农业农村方面的支出。

20.住房保障支出（类）住房改革支出（款）住房公积金(项):指行政事业单位按人力资源和社会保障部、财政部规定的基本工资和津贴补贴以及规定比例为职工缴纳的住房公积金。

21.卫生健康支出（类）行政事业单位医疗（款）事业单位医疗(项):指财政部门安排的事业单位基本医疗保险缴费经费，未参加医疗保险的事业单位的公费医疗经费，按国家规定享受离休人员待遇的医疗经费。

22.基本支出：指为保障机构正常运转、完成日常工作任务而发生的人员支出和公用支出。

23.项目支出：指在基本支出之外为完成特定行政任务和事业发展目标所发生的支出。

24.经营支出：指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动发生的支出。

25.“三公”经费：指单位用财政拨款安排的因公出国（境）费、公务用车购置及运行费和公务接待费。其中，因公出国（境）费反映单位公务出国（境）的国际旅费、国外城市间交通费、住宿费、伙食费、培训费、公杂费等支出；公务用车购置及运行费反映单位公务用车车辆购置支出（含车辆购置税）及租用费、燃料费、维修费、过路过桥费、保险费等支出；公务接待费反映单位按规定开支的各类公务接待（含外宾接待）支出。

26.机关运行经费：为保障行政单位（含参照公务员法管理的事业单位）运行用于购买货物和服务的各项资金，包括办公及印刷费、邮电费、差旅费、会议费、福利费、日常维修费、专用材料及一般设备购置费、办公用房水电费、办公用房取暖费、办公用房物业管理费、公务用车运行维护费以及其他费用。

第四部分 附件

附件 1

2024 年成都市广播电视台整体支出 绩效自评报告

一、部门（单位）概况

（一）部门（单位）职能职责

成都市广播电视台是一级预算管理事业单位，主要负责采访、编辑、制作、播出成都电视台和成都人民广播电台节目工作。

（二）部门组织架构

1. 机构设置。

成都市广播电视台为成都市人民政府直属事业单位，公益二类，正局级，承担着宣传习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的路线、方针、政策的职责使命。现有全媒体新闻中心、经济服务传媒中心、文体旅传媒中心、生活消费传媒中心、影视少儿传媒中心、广播事业传媒中心 6 个中心。台内设台办公室（安全保卫部）、台总编室（含台音像馆）、台人力资源管理部、台战略发展部、台技术发展部（含台技术服务中心）、台财务规划管理部、台纪检审计部、台党群工作部 8 个公共部门。

2. 人员构成。

截止 2024 年 12 月，共有编制 825 名，实有在职人员 1548

人。其中：事业编制 825 名，实际 481 人。离退休人员 408 人，其中：退休人员 408 人。其他聘用 1067 人。

（三）当年部门（单位）重点工作任务概述

1. 部门（单位）年度整体绩效目标情况。

2024 年是深入学习贯彻党的二十大精神承上启下的一年，是学习贯彻习近平来川视察重要指示精神的重要一年，也是我台持续推进深化改革、实现战略赋能升级的“关键”之年。我们将继续坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，进一步做强新闻、做大产业、做精产品、做响品牌，向着打造国内一流、综合实力稳居国内城市广播电视台“第一方阵”的新型视听智媒体集团战略目标迈出坚实步伐。我台主要任务为：提升国际传播实力、提升文创产业实力、提升舆论引导能力、提升精品创作能力。重点客户端新媒体刊发稿件>1000 条，全年创新打造新型融媒体栏目>10 个，制作国际传播节目>50 期，制作国际传播内容产品>110 个；深度围绕天府文化、三国文化，精心策划制作系列文艺精品。制作点击量、观看量超 10 万+新媒体产品>200 个，超 100 万+新媒体产品>100 个，超 1000 万+新媒体产品>50 个。省级、市级新闻奖个数>60 件。“永远跟党走”大型广电理响家宣讲活动完成及时性<6 个月，栏节目成本控制数 5445.20 万，年广告收入>4700 万，提升行业影响力，完善内容精品打造统筹规划机制，建立新型工作室制，实现内容产品再攀高峰，观众满意

度>95%。

2. 部门（单位）重点工作任务及预算安排情况。

（1）高举旗帜，紧扣党的创新理论宣传。建强一批新型栏（节）目，重点客户端新媒体刊发稿件超过1000件；央视、央广发布成都中心工作新闻稿件超过180条。栏节目成本控制在5445.2万元以内。

（2）围绕中心，紧扣学习贯彻党的二十大精神。策划系列重大宣传战役，制作学习贯彻党的二十大精神策划系列重大宣传产品超过50个。开展“永远跟党走”大型广电理响家宣讲活动，确保完成时间在6个月以内。

（3）加快培育内容IP及营销网络。制作国际传播节目超过50期，制作国际传播内容产品超过110个，深度拓展海外传播的平台渠道，开通海外社交媒体多语种账号不少于1个，确保观众满意度达到95%。

（4）强化培育系列大型品牌节会，提升行业影响力。年广告收入超过4700万元。

（5）创新打造新型融媒栏目体系。全年创新打造新型融媒体栏目超过10个。深度围绕天府文化、三国文化，精心策划制作系列文艺精品：制作点击量、观看量超10万+的新媒体产品超过200个、超100万+的新媒体产品超过100个、超1000万+的新媒体产品超过50个、省级、市级新闻奖个数超过60件、制作“学

习贯彻党的二十大精神”系列文艺精品节目超过 20 个。全面改革内容生产机制流程，建立新型工作室机制，“金橙奖”评优评选，推进内容产品再攀高峰。

二、预算编制及执行情况

（一）预算编制情况

2024 年我台本年收入预算为 46,204.52 万元，较上年 43,434.95 万元增加 2769.57 万元，增长 6.38%。

2024 年收入预算较上年变动主要原因是：

一是 2024 年财政专项收入上年结转结余增加。二是事业收入增加，近年来，信息技术飞速迭代发展，颠覆重构了媒体生态格局。在新媒体飞速发展和宏观经济下行的“双重夹击”下作为我台主要资金来源的传统广告经营面临严峻挑战，传统广告收入呈现下滑态势，故我台转型升级，拓宽收入渠道，承接大型项目活动执行、落地活动等增加事业收入。

2024 年我台在收入结构上较上年发生变化，专项收入较 2023 年增加 1,438.33 万元；广告收入较 2023 年减少 300 万元；事业收入较 2023 年增加 1,168.24 万元；其他收入较 2023 年增加 463 万元。减少的主要收入为广告收入。

2024 年我台本年支出预算为 46,204.52 万元，较上年 43,434.95 万元，增加 2,769.57 万元，增长 6.38%。

2024 年支出预算较上年变动主要变动原因：我台 2024 年专

项收入预算较去年增加，故增加相应的项目支出，增加的项目主要为：新增“中国美好生活城市发布盛典系列活动经费”项目 638 万元、“第 31 届世界大学生运动会”结转项目增加 2899.05 万元、《古韵新声之文润天府》成都专辑结转项目增加 817.58 万元。减少项目为：“第十届中国电视好演员”推选活动 450 万元、2023 成都数字版权交易博览会 500 万元、“让世界听见金沙”——大型影视音乐剧《金沙》441 万元，其他经常性项目因预算执行缓慢减少经费，品迭后项目收入较上年增加 799.03 万元。

（二）预算执行情况

1.基本支出执行情况

2024 基本支出年初预算 24,433.89 万元，决算数 21,731.64，预算执行率 89%，决算数较上年增加 2,571.05 万元。

2.项目支出执行情况

2024 年项目支出年初预算 21,755.63 万元，全年预算 51,087.25 万元，决算数 49,676.61 万元，预算执行率 97.24%。其中专项资金分配下达 30,282.56 万元。

序号	项目名称	年初预算数	全年预算数	决算数	预算执行率
1	闭幕式导演团队方案策划和运行服务经费	65.16	402.74	402.74	100.00%
2	闭幕式群众演员排演、后勤保障及管理运营经费	982.84	0.00	0.00	

3	成都大运会官方纪录电影《成都成就梦想》 (暂定)项目经费	1,851.05	1,844.70	1,844.66	100.00%
4	“创新天府聆听成都”主题文化节目经费	180.54	175.54	175.54	100.00%
5	第十一届中国(成都)网络视听大会项目经费	1,477.25	1,399.50	1,399.50	100.00%
6	《天府工匠》——大型技能挑战融媒体节目经费	1,915.00	1,875.45	1,867.42	99.57%
7	执行开闭幕式活动项目经费	0.00	900.00	890.66	98.96%
8	成都世园会官方活动摄影摄像、视频制作项目经费	0.00	121.00	119.19	98.50%
9	成都世园会配合官方系列宣传项目经费	0.00	36.00	36.00	100.00%
10	成都世园会上宣外宣项目经费	0.00	935.00	923.89	98.81%
11	成都市世园会开幕式新增项目	0.00	370.00	332.36	89.83%
12	《守护独叶草》	0.00	27.00	27.00	100.00%
13	成都世界园艺博览会中国国家地理杂志采风报道项目	0.00	36.00	36.00	100.00%
14	开幕式录制直播	0.00	98.81	98.81	100.00%
15	成都市建设践行新发展理念的公园城市示范区和智慧蓉城建设工作表彰活动暨新春联欢会项目经费	0.00	290.00	288.16	99.37%
16	世运欢乐 SONG 项目经费(暂定)	0.00	416.00	83.04	19.96%

17	2024 年省级公共文化服务体系建设补助资金（广电历史文化遗产保护利用项目）——从三星堆到金沙	0.00	61.00	59.80	98.03%
18	2024 年省级公共文化服务体系建设补助资金（广电历史文化遗产保护利用项目）——蜀·风流人物	0.00	61.00	60.37	98.97%
19	省级公共文化服务体系建设补助资金（广电历史文化遗产保护利用项目）——古韵新声之文润天府	0.00	70.00	70.00	100.00%
20	2024 年省级公共文化服务体系建设补助资金（广电历史文化遗产保护利用项目）-天回医简	0.00	64.00	63.24	98.81%
21	2024 年省级公共文化服务体系建设补助资金（广电历史文化遗产保护利用项目）—穿越千年的对话（三星堆—金沙文明对话玛雅文明）	0.00	60.00	31.47	52.45%
22	“幸福美好生活十大工程”系列牵引性宣传发动活动经费	537.40	507.01	507.01	100.00%
23	成都市市级公共文化服务专项资金—《古韵新声之文润天府》成都专辑项目	817.58	815.38	815.38	100.00%
24	《时尚成都》栏目及配套活动经费	171.00	168.24	168.24	100.00%
25	《成视一周评》节目经费	34.20	34.20	34.20	100.00%

26	成都市市级公共文化服务专项资金——“学习强国”成都平台建设运维项目经费	200.00	200.00	200.00	100.00%
27	成财教发〔2023〕112号成都市财政局成都市文化广电旅游局下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金(历史文化遗产保护利用项目)——古韵新声之文润天府(成都专辑)	0.00	170.00	170.00	100.00%
28	成都市市级公共文化服务专项资金——探源蜀道历史文明大型人文纪录片《蜀道通途》项目经费	0.00	20.00	18.79	93.97%
29	成都市市级公共文化服务专项资金——成都市应急广播系统平台常年运行维护项目经费	0.00	117.75	117.75	100.00%
30	成都市市级公共文化服务专项资金——成都市应急广播系统平台常年运行维护项目经费	0.00	99.68	99.68	100.00%
31	成都市市级公共文化服务专项资金——全国青少年棒球邀请赛项目经费	0.00	29.83	29.83	100.00%
32	成都市市级公共文化服务专项资金——“原创新声”成都原创音乐人选拔活动(暂定名)项目经费	0.00	118.21	118.21	100.00%
33	成都市市级公共文化服务专项资金——“原创新声”成都原创音乐人选拔活动(暂定名)	0.00	257.68	257.68	100.00%

	项目经费				
34	成都市市级公共文化服务专项资金——纪录片《成都三线记忆》（暂定名）（下）项目经费	0.00	200.00	199.87	99.93%
35	成都市市级公共文化服务专项资金——全国优秀舞剧邀请展演项目经费	0.00	83.45	76.95	92.21%
36	成都市市级公共文化服务专项资金——《说文物话成都》文化传承互联网 IP 及系列短视频打造项目经费	0.00	40.00	40.00	100.00%
37	成都市市级公共文化服务专项资金——“成都音像资料馆”数据服务平台建设项目经费	0.00	49.08	49.08	100.00%
38	成都市市级公共文化服务专项资金——电视戏曲栏目《蜀戏新韵》项目经费	0.00	32.00	31.78	99.31%
39	成都市市级公共文化服务专项资金——“沿着总书记足迹@万千气象”系列短视频项目经费	0.00	50.00	50.00	100.00%
40	成都市市级公共文化服务专项资金——“勇网直前逐梦青春”成都市青少年网球公开赛项目经费	0.00	60.00	60.00	100.00%
41	成都市市级公共文化服务专项资金——成都科幻电影观影月项目经费	0.00	27.00	27.00	100.00%

42	成都市市级公共文化服务专项资金——四川省第四届乡村振兴魅力竞演大赛成都赛区活动项目经费	0.00	49.80	49.80	100.00%
43	成都市市级公共文化服务专项资金——“你好，成都”声音日历项目经费	0.00	80.00	80.00	100.00%
44	“相约成都共享世运”2025年12届世界运动会倒计时一周年系列活动	0.00	771.13	685.85	88.94%
45	世运新十二月市经费	0.00	888.87	619.60	69.71%
46	“万人千场”全民体验活动经费	0.00	39.60	39.60	100.00%
47	“世运之城无限成都”2025年第12届世界运动会全球推广暨“万人千场”全民体验活动启动仪式经费	0.00	374.43	374.43	100.00%
48	世运欢乐 SONG 项目经费（暂定）	0.00	80.00	75.36	94.20%
49	世运会转播推广经费	0.00	35.00	0.00	0.00%
50	2025年第12届世界运动会火炬发布活动项目经费	0.00	200.00	72.02	36.01%
51	成财教发〔2024〕65号成都市财政局关于下达2024年省级重大文艺项目扶持和精品奖励资金——电影《火锅艺术家》	0.00	400.00	400.00	100.00%
52	成财教发〔2024〕65号成都市财政局关于下达2024年省级重大文艺扶持和精品奖励——电影《孤军》	0.00	300.00	300.00	100.00%

53	成财教发〔2024〕16号下达2023年省级国家电影事业发展专项资金——第25届上海国际电影节“电影川军”展览活动	0.00	30.00	30.00	100.00%
54	省级专项资金——第37届大众电影百花奖颁奖典礼系列活动经费	0.00	300.00	295.23	98.41%
55	党员培训经费	10.02	7.81	7.81	100.00%
56	其他商品和服务支出	3,500.00	3,477.67	3,477.67	100.00%
58	“幸福美好生活频道”新型主流媒体聚合体平台全年运行维护经费	895.57	885.37	885.37	100.00%
59	“两个实施办法”配套软件项目经费（《网宣综合管理服务系统》《舆情监测分析系统》）	43.00	43.00	43.00	100.00%
60	“蓉城先锋”智慧党建平台建设运营运维经费	884.72	879.72	879.72	100.00%
61	时政新闻报道和公益宣传栏目节目制作费	5,445.20	20,336.36	20,333.61	99.99%
62	成都面对面节目制作经费	180.50	179.56	179.56	100.00%
63	中国美好生活城市发布盛典系列活动经费	638.00	628.20	628.20	100.00%
64	2024“蓉城英才计划”哲学社会科学与文化艺术领军人才项目经费	0.00	12.00	11.93	99.42%
65	“蓉城英才计划”哲学社会科学与文化艺术领军人才彭辉	0.00	12.00	11.90	99.17%

66	“城市文化建设与推动”市级媒体对外推广及海外传播专项经费	1,413.60	1,403.60	1,398.28	99.62%
67	2024年四川省宣传文化事业发展专项资金——第九届中国国际版权博览会办会经费	0.00	100.00	100.00	100.00%
68	成都城市形象4K航拍宣传片《九天开出一成都》（市级文产资金）	0.00	153.00	153.00	100.00%
69	历史文化名人大型融媒体纪录片《蜀·风流人物》第二季（市级文产资金）	0.00	149.43	149.43	100.00%
70	院线电影《火锅艺术家》（市级文产资金）	0.00	198.00	198.00	100.00%
71	第三届“衣起锦官城”（成都）汉服周（市级文产资金）	0.00	200.00	200.00	100.00%
72	2024成都数字版权交易博览会（市级文产资金）	0.00	400.00	400.00	100.00%
73	成都市市级文化产业发展专项资金——成都影视综合服务平台提档升级	0.00	100.00	100.00	100.00%
74	成都市市级文化产业发展专项资金——“成影1924艺术中心”新场景	0.00	300.00	300.00	100.00%
75	成都市市级文化产业发展专项资金——成影国际影城项目运营补贴（2023年度）	0.00	300.00	300.00	100.00%
76	成都市市级文化产业发展专项资金——成都市金芙蓉演艺经纪联盟“芙蓉花开”演艺繁荣计划	0.00	300.00	300.00	100.00%

77	成都市市级文化产业发展专项资金——首届“金熊猫”城市氛围营造	0.00	57.83	57.83	100.00%
78	成都市市级文化产业发展专项资金——华兴街片区川剧文化主题街区改造提升项目概念设计	0.00	30.00	30.00	100.00%
79	百姓故事会活动经费	102.60	97.60	97.60	100.00%
80	成都新年音乐会活动经费	153.90	153.90	153.80	99.93%
81	成都市春节电视联欢晚会经费	256.50	253.87	253.87	100.00%
82	成财教发〔2023〕111号成都市财政局下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金（重大文艺项目扶持和精品奖励）——电影《孤军》	0.00	115.83	115.83	100.00%
83	成财教发〔2023〕111号成都市财政局下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金（重大文艺项目扶持和精品奖励）——电影《孤军》	0.00	109.17	109.17	100.00%
84	成财教发〔2023〕111号成都市财政局下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金（重大文艺项目扶持和精品奖励）——电视剧《做自己的光》	0.00	600.00	600.00	100.00%

85	成财教发〔2023〕112号下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金(历史文化遗产保护利用项目)——“你好，成都”声音日历：川派盆景	0.00	4.00	4.00	100.00%
86	成财教发〔2023〕112号下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金(历史文化遗产保护利用项目)——《蜀戏新韵》	0.00	18.00	17.92	99.56%
87	成财教发〔2023〕112号下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金(历史文化遗产保护利用项目)——穿越千年的对话——三星堆—金沙文明对话玛雅文明	0.00	150.00	149.39	99.59%
88	成财教发〔2023〕112号下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金(历史文化遗产保护利用项目)——跟着诗歌去旅行——杜甫篇	0.00	24.00	23.89	99.54%
89	成财教发〔2023〕112号下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金(历史文化遗产保护利用项目)——我在成都做地质	0.00	18.40	18.40	100.00%
90	成财教发〔2023〕112号下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金(历史文化遗产保护利用项目)——我在成都做地质	0.00	11.60	11.60	100.00%
91	第37届大众电影百花奖颁奖典礼系列活动	0.00	1,000.00	1,000.00	100.00%

	经费				
92	省级专项资金——第 37 届大众电影百花奖颁奖典礼系列活动经费	0.00	700.00	700.00	100.00%
93	省级公共文化服务体系建设补助资金(广电项目)——第十一届中国网络视听大会经费	0.00	800.00	800.00	100.00%
94	新办大型乡村振兴公益改造融媒体节目资金	0.00	1,000.00	567.41	56.74%
95	历史文化名人大型融媒体纪录片《蜀。风流人物》	5.25	5.25	5.25	100.00%
合计		21,755.63	51,087.25	49,671.36	97.23%

3. “防止年底突击花钱”工作举措和存在问题。

结合各中心（部门）自身工作安排，合理制定各季度分月支出计划，做到有序支付、应支尽支。每月底梳理各中心（部门）预算执行情况，上报台领导，并对预算执行进度较低的部门进行提醒，提出要求。进一步加强项目预算执行管理，对预算项目的绩效目标执行情况进行全面梳理，强化刚性绩效管理，提高项目执行率，严禁无预算开支、超范围列支，确保财政资金高效安全运行。

三、评价结论

（一）简述部门整体支出绩效目标完成情况

成都市广播电视台在原设定的年度绩效指标值基础上较好地完成了整体支出绩效目标。

2024 年是深入学习贯彻党的二十大精神承上启下的一年，是学习贯彻习近平来川视察重要指示精神的重要一年，也是我台持续推进深化改革、实现战略赋能升级的“关键”之年。我们继续坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，进一步做强新闻、做大产业、做精产品、做响品牌，向着打造国内一流、综合实力稳居国内城市广播电视台“第一方阵”的新型视听智媒体集团战略目标迈出了坚实步伐。我完成主要任务目标情况如下：提升了国际传播实力、提升了文创产业实力、提升了舆论引导能力、提升了精品创作能力。具体体现在：重点客户端新媒体刊发稿件 5000 条，制作“学习贯彻党的二十大精神”策划系列重大宣传产品 80 个，全年创新打造新型融媒体栏目 15 个，制作国际传播节目 58 期，制作国际传播内容产品 300 个；深度围绕天府文化、三国文化，精心策划制作系列文艺精品。制作点击量、观看量超 10 万+新媒体产品 240 个，省级、市级新闻奖个数 60 件。央视、央广发布成都中心工作新闻稿件 260 条，“永远跟党走”大型广电理响家宣讲活动及时完成，栏节目成本控制数 5445.20 万，年广告收入 3306.97 万，通过世园会等精品内容打造，中国网络视听大会、百花奖等重点活动执行，极大提升行业影响力。通过进一步优化精品内容打造资金人才激励机制，建立彭辉工作室、苏晓苑工作室等探索，提升精品生产力及媒体影响力。进一步优化精品内容打造资金人才激励机制，实施攀援登峰计划，打造出《蜀风流人物—司马相如》等一批精品力作。《司马相如》获 2024

年度亚洲电视大奖 ATA。观众满意度 96%。

（二）说明绩效自评得分情况及简述评价结论

部门整体绩效自评得分 98.04 分，其中资产管理扣 0.3 分，项目（专项）自评结果扣 0.16 分，重点履职任务一扣 1.5 分，共扣 1.96 分。2024 年我台在绩效管理方面对“绩效指标和标准体系建设”进行了完善，重新修订了《成都市广播电视台预算绩效管理办法》，建立了《成都市广播电视台共性项目绩效指标体系》，规范了绩效目标的制定。为我台实施全方位、全过程、全覆盖的绩效管理提供了进一步的支撑。

四、基本运行绩效分析

（一）预算管理。

1. 预算编制责任分工及编制、报批情况；

2024 年，我台紧紧围绕深改方案地走深走实，着力于我台事业发展、经营方针和重点项目，编制部门预算。收到市财政局预算编制通知后及时下达了《成都市广播电视台关于编制 2024 年市级部门预算的通知》，2024 年预算编制工作将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大精神和习近平总书记对四川及成都工作系列重要指示精神，着力推动省第十二次党代会及市第十四次党代会工作目标和重点任务落地见效，优化支出结构，提高资金统筹能力，强化保障能力；坚持过紧日子，严格控制一般性支出；深入推进预算绩效管理提质增效，深化零基预算理念，提高预算编制规范化标准化水平；强化预算激励约束，全面严肃财经纪律，根据运行发展需要，结合各自工作职责，编制预算；且明确责任分工，编制时间安排。

(1) 编制内容及责任分工如下:

《在编人员情况表》《编外长聘情况表》《退休人员情况表》《2024 年人力成本预算表》《部门职能职责表》《单位基本信息表》(人员编制部分)、《2024 年“三公”经费预算》(出国经费部分)由台人力资源管理部填报。

《2024 年政府采购预算表》由各传媒中心、各部门填报,其中专用设备采购预算由台技术发展部负责审核;通用设备购置预算由台办公室负责审核。

《2024 年“三公”经费预算》(接待费、车辆运行费部分)、《单位基本信息表》(房屋信息部分)由台办公室填报。

《2024 年部门项目清理表》《2024 年专项项目情况表》《2024 年新增项目表》由台财务规划管理部牵头组织并审核,各传媒中心、各部门、台属各公司分别填报,并录入财政“预算管理一体化”系统。

《广告收入预算表》由成都天成声音传媒有限公司填报,台战略发展部负责审核。

台财务规划管理部结合台经营情况及资金状况对各单位(部门)报送预算进行平衡、汇总后报台领导。

(2) 编制环节流程

各单位(部门)按时间完成节点填列预算相关电子表格,并同时 will 纸质表格由单位(部门)负责人签字加盖公章后报台财务规划管理部;完成相关项目入库、清理。

台财务规划管理部据反馈的各阶段数据进行系统录入。

台财务规划管理部汇总平衡,完成基本支出基础数据复核,

做好财政预算中期调整工作，部门项目入库、专项资金设立、编制政府采购预算表，形成“一上”预算资料，报台领导审批，并填报预算软件，“一上”申报。

各单位（部门）报送新增项目资料并在“一体化”系统中完成专项资金细化项目入库和“一上”申报。

根据市财政局下达的控制数在限额内完成“二上”申报。

市财政局完成绩效目标及部门预算最终审核，形成最终部门预算草案，并提出专项资金提前下达分配方案经分管市领导审签后报送市财政局。

我台按预算管理要求，开展项目排序、定期清理，建立台账，严格控制日常支出。

2.财政部门年终预算执行进度及年度中执行进度通报情况。

在2024年1-6月市级部门支出预算执行进度情况中，我台市级部门上年结转规模超1000万元且支出进度未达到80%，在2024年1—9月市级部门支出预算执行进度较慢。我台充分认识加快预算执行的重要意义，进一步提高预算，支出进度和资金使用效率，加快形成实物工作量。强化支出预算执行管理，将当年无需使用的预算资金提前交回财政统筹使用，严防年底突击花钱，坚决杜绝违规“以拨作支”、虚列支出、挤占挪用资金等行为。不折不扣落实过紧日子要求，严控一般性支出，可支可不支的非刚性非重点支出一律不支。进一步加强预算安排约束力度，严禁无预算超预算、超合同超范围拨付资金。

3.本部门（单位）一般性支出控制情况。

（1）“三公”经费支出情况：2024年我台“三公”经费决

算数 12.91 万元，较上年决算减少 1.94 万元，降幅 13.06%。其中：2024 年我台公务用车运行维护费为 12.11 万元，较 2023 年决算减少 0.03 万元，降幅 0.25%，公务接待费 0.81 万元，较 2023 年决算减少 1.91 万元，降幅 70.22%。2024 年我台事业收入未安排公务车购置，未发生因公出国费用。

（2）会议费支出情况：2024 年未安排财政资金会议费支出

（3）培训费支出情况：2024 年使用财政资金安排党员培训经费 7.81 万，此项目已完成；日常公用经费中培训费支出 0.36 万，合计 8.16 万元。

（4）差旅费支出情况：2024 年差旅费预算数 28 万元，决算数 28 万元较上年增加 21.57 万。

（5）办公设备购置费支出情况：2024 年办公设备购置费预算数 64.32 万元，决算数 16.82 万元较上年减少 5.97 万元。

4.本部门（单位）物业管理费使用情况。

我台 2024 年物业费用预算数 285.38 万元，决算数 278.18 万元，较上年 244.2 万元增加 33.98 万元。

（二）绩效管理。

1、预算绩效管理制度建设情况；

2024 年我台强化基础管理工作建立了有效预算绩效管理制度：

（1）重新修订了《成都市广播电视台预算绩效管理办法》

在原有的预算绩效管理办法基础上，为完善全过程预算绩效管理机制，我台依据最新相关制度文件对《成都市广播电视台预算绩效管理办法》进行了修订。

（2）建立财政专项资金执行情况通报机制

我台建立了财政专项资金预算执行通报机制，按季度定期通报台财政资金总体使用情况、各单位（部门）财政资金项目推进情况和预算执行情况，对预算执行进度缓慢的项目进行通报，采取有效措施切实加快预算执行进度，确保财政资金高效、安全运行。

2.2024 年度我台预算绩效管理各项工作开展较好，考核自评得分 98.04 分。

（1）绩效目标管理方面。建立了《成都市广播电视台共性项目绩效指标体系》，规范了绩效目标的制定，提升了绩效目标编制质量，将绩效目标设置作为预算安排的前置条件，实现了绩效目标编制全覆盖，绩效目标内容完整、标准合理、与预算相匹配。并一次性通过市人大 2024 年度绩效目标的预审。

（2）事前绩效评估方面。事前绩效评估以事前评估表和事前评估报告的形式，实现了所有项目资金的全覆盖，认真评估了项目的可行性、必要性、预算匹配性，预期能达到的效果等，根据评估结果，对相应的项目进行了调整，确保充分发挥财政专项资金效益。

（3）绩效监控管理方面。绩效监控工作实现了所有专项类项目、专项资金项目的全覆盖，实施了预算执行进度、绩效目标实现程度、成本运行和事中绩效的多重监控，发现问题及时进行了纠正，确保项目绩效目标按期保质实现。事中绩效监控的报送内容准确、完整，无误报、漏报，报送及时、并提出了意见建议。

（4）绩效评价管理方面。绩效自评工作实现了所有专项类

项目、专项资金项目的全覆盖，建立、健全了绩效评价结果反馈和绩效问题整改机制。对当年已完成的财政资金项目开展了绩效自评工作，对各项目的实施及管理情况、目标完成情况、项目效益情况进行评价，自评报告合规、内容完整。

（5）绩效管理结果应用。通过对数个预算项目事前绩效评估的审核，调整了次年项目的资金规模；通过绩效监控管理，对绩效目标无法实现或无法按计划实现的，根据监控结果并结合政策和项目实际，暂缓预算执行、调整项目预算安排和绩效目标。根据自评估情况和财政重点评估结果，调整项目内容及预算安排，优化支出结构，提升预算安排的精准性。未开展绩效评估或评估结果为不予支持的不纳入预算项目库。

（三）财务管理。

我台印发了《成都市广播电视台财务收支审批办法》（成广电发〔2023〕5号）、《成都市广播电视台差旅费管理办法（修订稿）》（成广电发〔2024〕66号）、《成都市广播电视台票据管理办法》（成广电办发〔2022〕29号）、《成都市广播电视台银行账户管理办法》（成广电发〔2023〕74号）、《成都市广播电视台预算管理一体化系统内控管理办法》（成广电发〔2022〕65号）、《成都市广播电视台经营活动内部合作机制意见》（成广电发〔2023〕25号）、《成都市广播电视台财政资金管理办法》（成广电办发〔2023〕22号）、《成都市广播电视台财务预算管理办法》（成广电办发〔2021〕30号）、《成都市广播电视台预算绩效管理办法（修订稿）》（成广电办发〔2024〕65号）、《成都市广播电视台应收账款管理办法》（成广电办发〔2021〕23号）、

《成都市广播电视台会计档案管理办法》（成广电发〔2020〕82号）、《成都市广播电视台应收账款管理办法》（成广电办发〔2021〕23号）、《成都市广播电视台经营性项目活动管理办法》（成广电办发〔2023〕21号）相关管理制度。

（四）政府采购管理。

在2024年度，成都市广播电视台对采购管理制度进行了全面修订与细化，对政府采购的相关流程和办法进行了详细梳理与细化，从采购需求的确定、采购文件的编制、供应商的邀请与选择，到采购合同的签订与执行，每一个环节都制定了明确的操作规程和审核机制，增加了内部控制流程，进一步加强了对政府采购活动的监督与管理，对采购过程中的关键环节进行实时监控和定期审计，确保了采购活动的合规性与高效性，从管理和实操上实现了更加规范化的政府采购管理。

（五）资产管理。

截至2024年12月31日，我台固定资产和无形资产账面原值合计10.31亿元，其中：在用固定资产和无形资产账面原值合计7.37亿元，且在用固定资产和无形资产中有约账面原值合计1.55亿元的资产已经超最低使用年限（即净值为0元）；闲置固定资产和无形资产账面原值合计1735.2万元，形成闲置资产的主要原因是大运会开幕式点火中心装置及相关配套设施待完成划转手续和黄龙溪影视基地待盘活；待处置固定资产和无形资产账面原值合计2.77亿元，2025年我台将进一步推进资产日常报废处置工作，逐步消化历史遗留问题。

五、重点履职绩效分析

主要履职任务：提升文创产业实力、提升舆论引导能力、提升国际传播实力、提升精品创作能力。

（一）完成情况

（1）提升文创产业实力方面，强化培育系列大型品牌节会，通过世园会等精品内容打造，中国网络视听大会、百花奖等重点活动执行，极大提升行业影响力。年广告收入完成 3306.97 万元。

（2）提升舆论引导能力方面：1.高举旗帜，紧扣党的创新理论宣传建强一批新型栏（节）目。重点客户端新媒体刊发稿件 5000 件；央视、央广发布成都中心工作新闻稿件 260 条。栏节目成本控制数 5445.2 万。2.围绕中心，紧扣学习贯彻党的二十大精神策划系列重大宣传战役。制作学习贯彻党的二十大精神策划系列重大宣传产品 80 个。“永远跟党走”大型广电理响家宣讲活动完成及时。

（3）提升国际传播实力方面：加快培育内容 IP 及营销网络。制作国际传播节目 58 期，制作国际传播内容产品 300 个。2.深度拓展海外传播的平台渠道，开通海外社交媒体多语种账号 7 个。观众满意度 96%。主动以“媒体外交”服务“大国外交”，持续打造 Chengdu Plus 社交账号矩阵，粉丝总量逾 60 万人，覆盖 130 余个国家 2 亿受众；新增欧洲、南美洲等国际传播重点区域，在英国 Sky TV、巴西 CB Media 落地播出《西望成都》双语电视栏目；积极参加教育部“2024 世界中文大会”、国家外文局“东方文明交流互鉴活动”等项目，借力中法建交 60 周年、G20 峰会等重大时间节点，策划推出《中法“漆”遇记》《穿越千年的对话——三星堆金沙文明对话玛雅文明》等系列精品视频 360 部（集），

生动讲好中国故事。

提升精品创作能力方面：坚持从中华文化、天府文化中汲取力量，联合出品重大革命题材电视剧《走向大西南》，登录 CCTV-1 黄金档，收视率全国第一，触达观众近 2 亿；历史人文纪录片《蜀风流人物·司马相如》上线优酷和爱奇艺两大主流平台，点击量均突破千万；英语创意短片《虫眼三千年》，获第十四届北京国际电影节“短视频”类一等奖；《拉美记者探寻中国式现代化最新实践》等 12 个精品视频被外交部新闻发言人办公室转发……截至目前，全台已获各级奖项 249 件，内容创新核心竞争力进一步提升。

（二）效果情况

经济效益：完成广告收入 3306.97 万元，社会效益：积极融入“三城三都”建设，高质量执行“2024 成都世界园艺博览会”开闭幕式、“2025 第 12 届世界运动会倒计时一周年”系列活动，进一步擦亮“公园城市”名片。高水平策办“第 37 届大众电影百花奖颁奖典礼系列活动”，线上线下惠及市民观众上亿人次。成功举办《原创新声》——2024 成都原创音乐人选拔活动，全网总流量超 2.47 亿次，再造成都选秀爆款。圆满执行第十一届中国网络视听大会、成都乡村音乐季等品牌活动，初步形成“以会促产、产会一体”的良性互动格局。

六、存在问题及改进措施

（一）主要问题及原因分析

1. 预算绩效管理理念薄弱：各项目执行部门对预算绩效管理的认识不足，预算绩效管理意识尚未完全建立。

2.预算编制的准确性有待进一步提高。

3.预算绩效管理结果运用不足。

（二）改进方向和具体措施

1.加强宣传培训，提升各项目执行部门的预算绩效管理意识。

2.加强预算编制工作的培训与交流，提高预算编制工作水平。

3.加强预算绩效管理各环节的结果运用，充分发挥财政资金效益。

附件：部门整体支出绩效评价指标体系、行政事业性国有资产综合管理绩效评价指标体系

附件 2

部门整体支出绩效评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	分值	自评得	扣分原因	指标解释	评分标准
基本运行绩效 (40分)	预算管理(10分)	预算编制合理性	2	2		部门(单位)是否严格按照当年预算编制要求规范编制预算。	根据《成都市财政局关于2024年市级部门预算编制质量测评结果的通报》(成财预发〔2024〕8号)结果计算得分。通报结果为优秀的(含部门预算或专项资金),得2分,其余得1分。
		预算执行规范性	8	8		反映预算执行情况。	1.与年初绩效目标(96%)比,高于设定的绩效目标得3分,低于设定的绩效目标,每低1个百分点扣0.5分,直至扣完; 2.根据市财政局预算执行情况通报结果,未上黑榜的,得2分,上1次黑榜扣1分,直至扣完。 3.按要求规范开展预算执行管理的,得3分,发现一个问题扣1分,直至扣完。
	严格落实“过紧日子”要求情况(10分)	一般性支出及物业管理费控制	5	5		反映部门(单位)一般性支出和物业管理费控制情况。	根据“三公”经费、会议、培训、差旅、办公设备购置、信息网络及软件购置更新和物业管理费对应经济科目数据(不含上级转移支付、公务车购置及因公出国(境))合计总数,当年决算数大于全年预算数扣2.5分;当年年初预算超上年年初预算的扣2.5分。
		一般性支出及物业管理费管理	5	5		反映部门(单位)一般性支出和物业管理费管理情况。	根据“三公”经费、会议、培训、差旅、办公设备购置、信息网络及软件购置更新和物业管理费实际管理情况,每发现一处超支出标准等违反相关制度办法规定的扣1分,每发现一处一体化系统与账务数据、决算数据不一致的扣1分,直至扣完。
	绩效管理(10分)	绩效管理工作完成率	3	3		考察部门绩效管理工作完成情况。绩效管理工作完成率=绩效管理各环节实际开展绩效管理项目的数量÷绩效管理各环节应开展绩效管理项目总数(分别为应开展绩效评估的项目数、应开展绩效监控的项目数、应开展绩效自评项目数)。	1.绩效评估指标得分=绩效评估工作完成率×1分; 2.绩效监控指标得分=绩效监控工作完成率×1分; 3.绩效自评指标得分=绩效自评工作完成率×1分; (如无符合评估条件项目的,绩效监控和自评工作各占1.5分)
		绩效目标制定	3	3		1.部门整体绩效目标和项目绩效目标依据是否充分、符合客观实际,设置的绩效指标是否清晰、细化、可衡量; 2.绩效目标是否随同部门预算提交局党组(委)会集体决策审议。	1.主要考核是否将部门整体目标细化分解为具体工作任务;具体目标任务是否通过量化、清晰、可衡量的指标值予以体现;是否与部门年度任务数或计划数相匹配等。满分1分,发现一个问题扣0.25分,直至扣完。 2.主要考核部门是否按要求开展绩效目标编制工作,绩效指标是否清晰、细化、可衡量。按全部项目已编制绩效目标开展评价;满分1分,发现一个问题扣0.25分,直至扣完。 3.部门整体及项目绩效目标未随同部门预算提交局党组(委)会集体决策审议,扣1分
		绩效指标和标准体系建设	1	1		部门按照要求开展绩效指标和标准体系建设。(以正式印发文件为准)	开展该项工作且以正式文件印发的,得1分,未开展或未以正式文件印发的,不得分。
		项目(专项)自评结果	3	2.84	依据项目平均分计算	部门按要求开展自评工作,并提高自评质量	部门自评时,按开展自评项目(含专项)平均分换算本指标得分。 指标得分=(自评项目(含专项)平均分÷100)×指标分值权重。

	财务管理（4分）	管理制度健全性	2	2		重点考察部门（单位）为加强预算、绩效管理而制定的管理制度是否健全完整。	是否已制定或具有预算绩效管理制度，相应制度应包括领导工作机制、责任分工、全过程管理要求，结果应用、整体目标、信息公开等内容，发现一个问题点扣0.5分。相关管理制度是否得到有效执行，存在1个问题扣0.5分。
		资金使用合规性	2	2		部门（单位）使用预算资金是否符合相关的预算财务管理制度的规定。	是否符合国家财经法规和财务管理制度规定以及有关专项资金管理办法的规定；资金的拨付是否有完整的审批程序和手续；项目的重大开支是否经过评估论证；是否符合部门预算批复的用途；是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况；是否有审计监督、财政检查等发现的违规违纪问题。发现一个问题点扣0.5分。
	政府采购管理（3分）	政府采购规范性	3	3		考察政府采购项目的采购程序、采购方式的规范性。	1.采购方式、程序未发现问题得1分，每出现1处不规范，扣0.5分，直至扣完。 2.部门自评时，根据所有政府购买服务项目自评得分，经平均换算后评分。指标得分=2×（所有政府购买服务项目自评得分平均分÷100）。
	资产管理（3分）	行政事业国有资产管理绩效	3	2.7	超最低使用年限资产利用率约为21%，闲置资产变化率100%	考察行政事业单位国有资产各环节的规范性及其效果。	根据《行政事业性国有资产管理绩效评价指标体系》得分换算。
重点履职绩效（50分）	重点任务一：提升文创产业实力方面	提升行业影响力	10	8.5	广告收入完成70.36%		根据申报的整体绩效目标，根据任务重要性在重点履职（50分）和满意度（10分）中分配分值。 指标实际完成值低于目标值的，按完成比率计分，其中：完成比率低于70%的不得分；指标实际完成值高于目标值且未超过30%的得满分，超过目标值30%的不得分。 （若该单位在设定本年度（2024年）绩效目标指标值时，参考了2023年度该指标实际完成值，并做出相应修正，则该指标值可得满分。）
		年广告收入					
	重点任务二：提升舆论引导能力方面	重点客户端新媒体刊发稿件	15	15			
		制作“学习贯彻党的二十大精神”策划系列重大宣传产品					
		栏节目成本控制数					
	重点任务三：提升国际传播实力	“永远跟党走”广电理响家宣讲活动完成及时性	10	10			
		制作国际传播节目					
	重点任务四：提升精品创作能力	制作国际传播内容产品	15	15			
		全年创新打造新型融媒体栏目					
		省级、市级新闻奖个数					
制作系列文艺精品节目							
央视、央广发布成都中心工作新闻稿件							
制作新媒体产品10万+以上产品							
建立内容精品打造统筹规划机制，建立新型工作室制	实施“攀原登峰”计划						
满意度（10分）	满意度指标—观众满意度		10	10			
合 计			100分	98.04			

附件 3

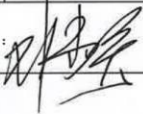
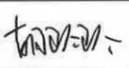
行政事业性国有资产综合管理绩效评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	分值	自评得分	扣分原因	评价要点	评分标准
资产基础管理 (60分)	1.资产制度管理 (5分)	制度健全	3	3		建立健全资产管理及内控制度。	未按要求建立资产管理及内控制度不得分。
		制度执行	2	2		资产管理制度是否得到严格执行。	资产管理制度未得到严格执行,发现1处,扣1分,直至扣完。
	2.资产配置管理 (21分)	预算管理	5	5		是否严格按照相关资产配置标准及程序编制资产配置预算。	未按照预算管理规定和财政部门批复的预算配置资产,发现1个问题,扣1分,直至扣完。
		资产配置标准	5	5		严格执行资产配置标准。	未严格执行资产配置标准,发现1个问题,扣1分,直至扣完。
		优先调剂配置资产	5	5		资产配置时优先调剂使用闲置资产。	未严格执行优先通过调剂方式配置资产要求的,发现1个问题,扣1分,直至扣完。
		政府集中采购	2	2		办公设备政府集中采购率。	集中采购率=政府集中采购办公设备数量/实际购买办公设备数量。采购率等于100%或当年未采购此类资产的,计2分;指标小于100%的,计0分。
			2	2		办公家具政府集中采购率。	集中采购率=政府集中采购办公家具数量/实际购买办公家具数量。指标等于100%或当年未采购此类资产的,计2分;指标小于100%的,计0分。
		重大资产配置决策	2	2		资产配置重大事项是否经可行性研究和集体决策。	未将资产配置重大事项纳入党组(委)会(办公会)集体决策,或未有会议记录、会议决策文件佐证,不得分。
		岗位职责	3	3		资产使用人、管理人,及维护、保养、维修岗位职责明确。	未明确岗位职责,或责任履行不到位,发现1个问题,扣1分,直至扣完。
		信息化管理	3	3		资产全面纳入信息化系统管理。	行政事业性国有资产未纳入信息化管理的,发现1项资产未纳入管理,扣1分,直至扣完。
	3.资产使用管理 (18分)	日常管理	7	7		按要求组织对资产进行日常动态监管。	严格按照货币资产和实物资产全生命周期管理的规定进行日常管理,是否存在程序规范、手续齐全、定期或者不定期对资产盘点、对账且对盘点结果进行妥善处理等方面的问题,发现1个问题,扣1分,直至扣完。
		审批制度	5	5		建立出租出借事项报批制度,事业单位对外投资经可行性研究和集体决策。	未按要求开展相关工作,发现1个问题,扣1分,直至扣完。
		资产处置管理 (4分)	资产处置合规性	4	4	出租和处置收入是否按照政府非税收入和国库集中收缴制度的有关规定管理。	资产处置未按规定履行决策程序,未按权限报批、报备,未进行评估和备案、未按规定上缴出租及处置收入等,发现1个问题扣1分,直至扣完。
	5.资产财务管理 (5分)	按照国家统一的会计制度进行会计核算	5	5		是否设置行政事业性国有资产台账,依照国家统一的会计制度进行会计核算,不得形成账外资产。	1.设置行政事业性国有资产台账,依照国家统一的会计制度进行会计核算,未形成账外资产的,计2分,否则不得分; 2.对采用建设方式配置资产的,应当在建设项目竣工验收合格后及时办理资产交付手续,并在规定期限内办理竣工财务决算,期限最长不得超过1年的,计2分,否则不得分; 3.对无法进行会计确认入账的资产,通过组织专家参照资产评估方法进行估价入账的,计1分,否则不得分。
	6.资产报告管理 (2分)	资产报告	2	2		市级部门报告年度资产管理情况。	未按规定编制国有资产管理情况报告,并向市财政局报告的,不得分。
	7.资产监督管理 (5分)	历年接受有关部门监督、社会监督,以及自查监督发现的资产管理问题的情况	5	5		对历年监督提出的资产管理问题的进行整改。	1.积极推动解决历史遗留问题整改的,计1分,未开展的不得分; 2.有条件整改的问题及时进行整改,计2分,未及时调整的不得分; 3.暂无条件整改的问题已制定整改措施和明确整改期限的,计2分,未制定整改措施或明确整改期限的,不得分。
资产使用效益 (35分)	1.闲置资产变化率 (10分)	闲置资产变化率 (10分)	10	2	实际闲置资产变化率为100%	设闲置资产变化率为X, X=当年闲置资产总额/上年闲置资产总额*100%。	当X>100%,计0分; 90%<X<100%,计3分; 80%<X<90%,计4分; 70%<X<80%,计6分; X<70%,计8分; 两年均无闲置资产或上年有闲置资产考核年度无闲置资产的,计10分; 上年无闲置资产考核年度出现闲置资产的,计0分。
	2.超最低使用年限资产利用率 (5分)	超最低使用年限资产利用率 (5分)	5	3	超最低使用年限资产利用率约为21%	超最低使用年限资产利用率为X,X=资产超最低使用年限金额/全部在用资产金额*100%。	X>30%计5分;20%<X<30%,计3分;10%<X<20%,计2分;5%<X<10%,计1分;X<5%,计0分。
	3.信息化应用率 (15分)	(1) 信息系统时间节点完成率 (4分)	4	4		资产发生变化及时更新。	1.按时更新资产信息数据的,计4分; 2.半个月之内更新数据的,计2分; 3.一个月之内更新数据的,计1分; 4.一个月之后更新数据的,计0分。
		(2) 信息数据完整性 (5分)	5	5		资产管理信息系统中所列数据完整、准确。	发现1处问题,扣1分,直至扣完。
		(3) 条形码或电子标签应用 (3分)	3	3		条形码或电子标签应用情况。	1.凡资产管理中使用条形码或电子标签等可记录资产管理全过程新技术的,计3分; 2.未使用的,计0分。
		(4) 账实相符 (3分)	3	3		账实相符情况。	1.凡资产管理信息系统管理事项一卡一物,账卡齐全的,计3分; 2.凡不齐全的,计0分。
	4.资产共享共用率 (5分)	资产共享共用率 (5分)	5	5		资产共享共用情况。	1.部门、单位实现内部资产调配使用2次及以上的,计5分; 2.部门、单位实现内部资产调配使用1次的,计3分; 3.未实现内部资产调配使用的,计0分。
	满意度 (5分)	资产使用对象满意度 (5分)	5	5			根据满意度问卷调查表评分。
合 计			100分	90			

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010023T000008388007-时政新闻报道和公益宣传栏目节目制作费					实施单位		成都市广播电视台	
主管部门		成都市广播电视台部门					（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标						年度目标完成情况			
	1. 项目年度目标完成情况						围绕市委市政府中心工作，进行宣传报道，按照广电台承担时政新闻报道和公益宣传栏目的节目制作，口播节目所有频道和频率累计口播节目时长达到7200余小时，获得节目创新、创优获奖50件，年收入广告收入达到5000万，提高我台社会影响力。			
	2. 项目实施内容及过程概述						在市委、市政府的坚强领导下，在市委宣传部的统筹指挥下，我台以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，始终坚持正确舆论导向，贯彻落实中央和省委、市委重大决策部署，精心策划中心工作宣传，创新创作广播电视及新媒体精品节目，做大做强主流舆论阵地，履职尽责市委、市政府“喉舌”功能的责任和担当。根据《成都市广播电视台全面深化改革总体方案》，以“大部制”和“扁平化”理念将14个公共部门整合改革为8个，以内容供给侧结构性改革为牵引，全新组建了6个垂直化、专业化、互动化、社交化的内容生产运营中心，围绕市委市政府中心工作不断建强主流舆论阵地，满足人民精神文化需求，丰富人民精神文化生活。打造《理想家》、《人生观》、《深夜快递》、《12345.追踪》等一批精品栏目；提升《成都新闻》、《成都全接触》、《今晚800》等栏节目的品牌影响力。			
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	5,445.20	5,445.20	5,442.44		99.95%	10	10		
	其中：财政资金	4,745.20	4,745.20	4,742.44		99.94%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	700.00	700.00	700.00		100.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	精品节目个数	≥	50	个	60	5	5	
			购电视剧数量	≥	2	部	2	5	5	
			节目播出时长（小时）	≥	7200	小时	7300	5	5	
		质量指标	节目创新、创优获奖	≥	50	件	300	20	20	
	时效指标	完成时间	≤	12	月	12	10	10		
	效益指标	经济效益指标	年广告收入	≥	4000	万	3306.97	10	8.27	广告收入受新媒体冲击逐年下滑
		社会效益指标	门户网站点击量增长率	≥	5	%	5.5	10	10	
			提升平台影响力	定性	提升		提升	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	市民满意度	≥	96	%	96	10	10	
成本指标	经济成本指标	成本控制数	≤	5445.2	万元	5442.44	5	5		
合计							100	98.27		
评价结论		全台内容精品持续发力，坚持“内容提质+传播提效”，加强“品质、品牌、品味”建设，巩固壮大主流思想舆论取得良好效果。								
存在问题		由于目前内容生产人员的绩效收益较低，很难吸引高素质人才，同时也出现了人才流失现象，由于创收压力，各中心内容生产员工占比逐年降低，一定程度影响内容生产能力不足及精品产品产出较低，同时由于资金等问题，在技术及平台打造上乏力，使传播力建设跟不上时代进步，产品的传播力还需进一步提升。								
改进措施		1.加强内容产品及业务产品的市场化转换。2.加强与央视媒体和头部平台在互联网新技术上的合作提升。3.持续加强业务团队人才队伍建设，加快引培优秀内容一线生产力量。								
项目负责人：				财务负责人：						

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）													
项目名称		51010024T000011928106-第37届大众电影百花奖颁奖典礼系列活动经费											
主管部门		成都市广播电视台部门								实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况										
	1. 项目年度目标完成情况	为保证第37届大众电影百花奖电影艺术家入场仪式及颁奖典礼顺利执行，达到安全保障率98%，受益人员满意度98%，演出上座率98%，邀请观众不低于800人次，大众评委不低于100人次，参加影视行业机构数量不少于10家。											
	2. 项目实施内容及过程概述	第37届大众电影百花奖电影艺术家入场仪式及颁奖典礼已于2024年8月4日顺利完成执行，达到目标计划的安全保障率100%，受益人员满意度98%，演出上座率98%，邀请观众2000人次，大众评委101人，参加影视行业机构数量300家。											
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因				
	总额	0.00	1,000.00	1,000.00		100.00%	10						
	其中：财政资金	0.00	1,000.00	1,000.00		100.00%	/	/					
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/					
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/					
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析			
	产出指标	数量指标	行业代表数量	≥	300	家	300	10	10				
			场地面积	≥	200	平方米	3150	5	5				
			举办活动场次	≥	2	次	2	5	5				
			举办活动天数	≥	1	天	1	5	5				
			百花奖品牌宣传平台	≥	7	个	7	5	5				
		质量指标	安全保障率	≥	98	%	100%	10	10				
			演出上座率	≥	98	%	97%	10	9.7				
			活动完成时间	定性	2024年8月31日前		2024年8月4日	5	5				
			时效指标	社会效益指标	线上播出点击量	≥	10	万次	4861.9万次	10	10		
				主流媒体报道次数	≥	10	次	100次	10	10			
	满意度指标	满意度指标	服务对象满意度	≥	98	%	98%	10	10				
	成本指标	经济成本指标	颁奖典礼成本控制	≤	2000	万元	1000	5	5	财政资金支持总预算为2000万，其中市级和省级资金各1000万			
	合计												
	评价结论	该项目绩效指标完成良好，紧扣“与时代同行为人民绽放”主题，深挖成都文化特色，将电影与城市、电影与人民创新连接，打造了一场名城、高质量发展文化事业产业汇聚动能、赢得美誉。						100	99.70				
存在问题	虽然项目完成既定目标，但在资源整合方面仍有需要改进之处。此外，大部分工作人员为电视媒体行业从业者，对于电影这一领域的专业知识还有待增加。												
改进措施	提高团队资源整合能力，打破行业与团队合作壁垒，提升跨专业的知识迁移能力，从而减少对专业大机构的依赖，同时，在与专业机构的沟通与协作中，获得更多有效的支持，为今后举办类似活动储备资源与能力。												
项目负责人：		财务负责人：											

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010025T000012300477-成都教发〔2024〕66号成都市财政局关于下达2024年省级重大文艺项目扶持和精品奖励资金——电影《火锅艺术家》								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位（盖章）		成都市广播电视台		
项目基本情况		项目年度目标				年度目标完成情况				
	1. 项目年度目标完成情况	1、深挖四川美食文化，全程取景四川创作和拍摄，以藏匿于街巷中的美食美景展现四川成都的市井烟火气，通过喜剧的表现手法，以文塑城赋能，将四川成都的市井生活搬上大银幕，以电影的形式再现四川成都这座中国最具活力和幸福感的城市的独特魅力，让观众深度直观体验中国式现代化的万千气象； 2、以本片为基础，以电影艺术表现方式，对四川文化进行IP化系列开发，以文旅活动、衍生文创产品开发与销售等方式赋能文旅融合新场景，助推城市文化建设和美誉度提升，拉动城市影视、文旅产业经济快速增长。				院线电影《火锅艺术家》项目已完成成片拍摄制作，于2024年12月23日取得公映许可后，在全国范围内开启点映，12月29日在成都举办多场路演活动，2025年1月3日影片全国公映。				
	2. 项目实施内容及过程概述	院线电影《火锅艺术家》由成都市电影集团有限责任公司主控，北京嘉喜文化传媒有限公司、天津猫眼微影文化传媒有限公司共同出品，汇聚喜剧影视行业头部影视制作机构、主创团队和全明星阵容，同时猫眼的专业宣发团队为影片提供精准宣发服务，全流程保障影片市场竞争力，为影片打造“四川造”电影精品力作奠定了坚实基础。主创团队深入挖掘四川文化，以藏匿于街巷中的美食美景展现成都的市井烟火气，通过喜剧的表现手法，以文塑城赋能，将成都街头市井生活搬上大银幕，以电影的形式再现成都这座中国最具活力和幸福感的城市的独特魅力，让观众深度直观体验中国式现代化的万千气象。 影片经国家电影局批准拍摄制作，于2023年8月11日完成拍摄。2024年12月23日取得公映许可后，在全国范围内开启点映，12月29日在成都举办多场路演。2025年1月3日影片全国公映，截止1月6日（上映4天）累计票房达到1899.4万元，观影总人次56.3万人次。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	400.00	400.00		100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因（100字以内）；2. 年末完成原因分析	
	其中：财政资金	0.00	400.00	400.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	
	产出指标	数量指标	上映院线数	≥	12	家	12	5	5	
			成片时长	≥	90	分钟	98	5	5	
		质量指标	成片高清标准达到4K时长	≥	90	分钟	98	20	20	
			时效指标	成片制作完成时间	定性	2024年12月31日		2024年4月1日	10	10
	经济效益指标	实现营收	≥	4500	万元	5598	5	5		
		社会效益指标	宣传平台	≥	4	个	7	10	10	
			影片所展示成都元素	≥	2	个	2	10	10	

(90分)									
	效益指标	可持续影响指标	城市风貌	定性	以电影的形式持续展示成都的城市风貌、人文风情和美食文化，体现成都作为国际文化名城的独特魅力和特色。		达到	5	4
	满意度指标	服务对象满意度指标	受益对象满意度	≥	90	%	90	5	5
	成本指标	经济成本指标	项目总投入成本	≤	1.2	亿元	0.54	15	13
合计								100	97
评价结论	为深刻把握习近平总书记关于把中华优秀传统文化传承发展好的重大要求，积极响应习近平总书记来川视察重要指示精神，电影《火锅艺术家》项目团队深挖天府美食文化，以喜剧为表现形式，以火锅这一热辣美食为表达途径，将电影符号与城市文化资源有机融合，通过塑造成都特色城市文化，推动成都本土优秀传统文化的创造性转化，以文塑城赋能。自评总分：97分。								
存在问题	本片于2025年1月3日全国公映，截止评价点影片仅上映4天，导致目前的总观影人次、营收总额不理想。								
改进措施	继续跟进电影《火锅艺术家》后续宣发工作。								
项目负责人：					财务负责人：				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010025T000012611010成都市市级文化产业发展专项资金——“成影1924艺术中心”新场景								
主管部门		成都市广播电视台				实施单位（盖章）		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况		1. 累计放映电影16181场；2. 积极拓展各类影视影展活动，如：百年影展、百年电影金曲音乐会、百花影展、电影明星路演等活动10余场；3. 作为成都首个电影轻博物馆，展示了成都电影百年发展历程，重温成都电影百年芳华。							
	2. 项目实施内容及过程概述		1. 2024年累计放映电影16181场；2. 2024年积极拓展参与各类影视影展活动，如：百年影展、百年电影金曲音乐会、37届大众电影百花奖百花影展启动仪式及影片展映、露天公益电影展映活动、电影剧组见面会等影视娱乐活动10余场；3. 成影1924艺术中心是成都首个电影轻博物馆，馆内展出各式老放映机，并用史料的方式浓缩展示成都电影百年历程。新明电影院的回归，不仅是对历史的致敬，更是对未来的期许。它将继续承载着电影文化的传承与创新，为成都人民带来更多精彩绝伦的电影作品。同时，它也将成为城市文化的新地标和精神家园，引领着成都乃至全国的电影产业不断向前发展。新明电影院的重新点亮，不仅是对成都电影地标的致敬，也开启了成都电影文化新篇章。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	300.00	300.00		100.00%	10	10		
	其中：财政资金	0.00	300.00	300.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
绩效指标（90分）									1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因（100字以内）；2. 年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3. 其他未完成原因分析	
	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重		得分
	产出指标	数量指标	放映场次	≥	16000	场	16181	10		10
			线上推广平台	≥	1	个	1	10		10
			质量指标	安全事故率	=	0	%	0		10
		时效指标	项目完成时间	=	1	年	1	10		10
	效益指标	经济效益指标	2024年经营收入	≥	260	万元	325.11	20		20
		社会效益指标	2024年主流媒体宣传报道	≥	30	条	35	5		5
	满意度指标	服务对象满意度指标	观众满意度	≥	90	%	92	5		2
	成本指标	经济成本指标	总成本控制	≤	1871.96	万元	1871.96	10		10
合计							100	97		
评价结论		成影1924艺术中心2024年度顺利完成各项目标，在“观影”“观展”“观演”方面为成都市民提供了高质量艺术文化产品，取得了不错的社会效益和经济效益：观影方面，2024年累计放映电影16181场；观展方面成功举办百年电影展、37届大众电影百花奖百花影展启动仪式及影片展映、世界珍稀电影设备展、露天公益电影展映活动、常年展出成都电影百年发展历史展览；观演方面成功举办百年电影金曲音乐会，电影剧组见面会等影视娱乐活动10余场。								
存在问题		受全国电影市场低迷以及高质量片源供给不足等因素的影响，“成影1914艺术中心”在经济效益方面还有提升空间。								
改进措施		针对存在的问题，2025年成影1924艺术中心除了通过在“观影”方面不断提高服务质量，提供个性化的电影文化产品来提高票房收入外，还将充分发挥文创空间优势，进一步做好“观展”“观演”“研学”“研发”等衍生态，进一步提升空间运营的创收和利润增长点。								
项目负责人：				财务负责人：						

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）																			
项目名称		510100251000012125865-“万人千场”全民体验活动经费																	
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）		成都市广播电视台									
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况																
	1.项目年度目标完成情况		项目已于2024年2月5日在双流机场、天府国际机场完成。通过世运会比赛项目拔河、武术、拳击展演、新春氛围打卡、AIGC视频打卡、赠送新春福袋等形式吸引双流机场上万人参与，在现场及网络上引起了较好的社会反响。																
	2.项目实施内容及过程概述		项目于2月5日（周一）上午10点—12点，下午2点—5点，在天府国际机场到达大厅、双流国际机场出发大厅开展，主要内容如下： （一）世运会竞赛项目展演 1.邀请成都舞蹈协会舞蹈艺术家，通过展演的形式，表演世运会竞赛项目国标舞、拉丁舞，配合现场音乐与旅客进行互动。 2.邀请成都武术协会专业表演人员表演世运会竞赛项目武术或桑搏等项目，配合传统民族音乐邀请旅客进行简单的教学互动。 （二）世运友谊角 在活动现场设置“世运会来了”友谊角区域，一是派送世运会龙年福袋，福袋为带有世界运动会Logo的帆布袋，内容包括红围巾、福字春联、食品盒等成都好礼，世运会龙年福袋将派送2000份，为旅客带来世运会的新春祝福。二是开展世运“猜谜”、猜灯谜活动，向来往旅客展示传统年俗，营造浓厚新春氛围。 （三）AIGC视频打卡装置 在友谊角搭建AIGC视频打卡装置，通过拍照的形式，由AIGC系统将参与旅客照片拼接成世运会相关海报，营造人人成为世运打卡点传播效果，参与打卡旅客可通过扫描现场二维码，在活动结束后收到由所有参与拍照打卡旅客照片共同拼接形成的世运会海报。																
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）		年初预算		调整后预算数		预算执行数		预算执行率		权重		得分		原因				
	总额		0.00		39.60		39.60		100.00%		10		10		1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率达到100%的得10分，未达到100%的不得分。				
	其中：财政资金		0.00		39.60		39.60		100.00%		/		/						
	财政专户管理资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/		/						
	单位资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/		/						
绩效指标（90分）	一级指标		二级指标		三级指标		指标性质		指标值		度量单位		完成值		权重		得分		
	产出指标		数量指标		赠送新年礼包		≥		2000		份		2010		10		10		
					举办活动场次		≥		2		场		2		10		10		
					展示运动项目		≥		4		个		5		10		10		
					质量指标		活动现场触达人数		≥		10000		人		约15000		5		5
			时效指标		完成时间		定性		2024年2月5日前				2月5日完成		10		10		
	效益指标		社会效益指标		全网媒体报道		≥		30		次		30次报道		5		5		
			可持续影响指标		扩大世运会影响力		定性								20		20		
					借助春节前夕成都天府国际机场、双流国际机场高热度、高人流区位优势，集中展现成都世运会部分竞赛项目和筹办背景，向全世界展示成都浓厚的全民运动氛围和热情好客的城市面貌。														
			满意度指标		服务对象满意度指标		受益人员满意度		≥		95		%		93%		10		8
		成本指标		经济成本指标		项目制作成本		≤		39.6		万元		39.6		10		10	
评价结论		“万人千场”全民体验活动，该项目自评总分98，项目在天府、双流国际机场成功举办，受到了较好的社会反响，给来往的旅客普及了世运会的历史信息、项目信息以及其重要性，通过新春氛围、AIGC打卡装置等的设立，让旅客在一个充满新年、科技的氛围中感受并传播世运会，通过赠送新春福袋的形式，让旅客在来往过程中，体会到成都给他们的温暖，提升幸福感。										100		98					
存在问题		由于时间本身比较紧张，导致前期活动方案的执行过程中存在一些问题，比如在和地方进行工作对接过程中，出现了人员监测、流量预估的误差，所以没能准确合理的预估到当天人流量，出现了现场执行团队人手不够、估算不足、后补不充分、人员配合衔接不够紧密等问题，导致绩效指标中满意度指标服务对象和受益人员满意度不够。																	
改进措施		从策划开始合理规划时间，和合作方做好沟通，做足功课，提前做好和项目活动相关的预案；同时加大人员投入力度，事前做好所有执行人员就项目的执行培训，保证保质保量执行完成活动任务。																	
项目负责人：		王静						财务负责人：		王静									

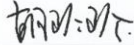
部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000011990497-省级专项资金——第37届大众电影百花奖颁奖典礼系列活动经费									
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标										
	1.项目年度目标完成情况		为保证第37届大众电影百花奖电影艺术家入场仪式及颁奖典礼顺利执行，达到安全保障率98%，受益人员满意度98%，演出上座率98%，邀请观众不低于800人次，大众评委不低于100人次，参加影视行业机构数量不少于10家。						年度目标完成情况		
	2.项目实施内容及过程概述		第37届大众电影百花奖电影艺术家入场仪式及颁奖典礼已于2024年8月4日顺利完成执行，达到目标计划的安全保障率100%，受益人员满意度98%，演出上座率97%，邀请观众2000人次，大众评委不低于101人次，参加影视行业机构数量300家。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）		年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因
	总额		0.00	1,000.00	995.23		99.52%		10	9.95	
	其中：财政资金		0.00	1,000.00	995.23		99.52%		/	/	
	财政专户管理资金		0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	单位资金		0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	其他资金								/	/	
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	二级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	举办活动场次	≥	2	次	2	5	5		
			百花奖品牌宣传平台	≥	7	个	7	5	5		
			行业代表数量	≥	300	家	300	10	10		
			举办活动天数	=	1	天	1	5	5		
			场地面积	≥	200	平方米	3150	5	5		
		质量指标	安全保障率	≥	98	%	100%	10	10		
			演出上座率	≥	98	%	97%	10	9.7		
	时效指标	活动完成时间	定性	2024年8月31日前		2024年8月4日	5	5			
	效益指标	社会效益指标	主流媒体报道次数	≥	10	次	100次	10	10		
			线上播出点击量	≥	10	万次	4861.9万次	10	10		
	满意度指标	服务对象满意度指标	受益人员满意度	≥	98	%	98%	10	10		
	成本指标	经济成本指标	颁奖典礼成本控制	≤	2000	万	995.23	5	5	财政资金支持总预算为2000万，其中市级和省级资金各1000万	
合计										100	99.65
评价结论		该项目绩效指标完成良好，紧扣“与时代同行 为人民绽放”主题，深挖成都文化特色，将电影与城市、电影与人民创新连接，打造了一场独具特色、精彩纷呈、影响深远的电影盛会，充分展示了成都影视的深厚底蕴、广阔市场、突出优势、无限潜力，为加快建设世界文化名城、高质量发展文化事业产业汇聚动能、赢得美誉。									
存在问题		虽然项目完成既定目标，但在资源整合方面仍有需要改进之处。此外，大部分工作人员为电视媒体行业从业者，对于电影这一领域的专业知识还有待增加。									
改进措施		提高团队资源整合能力，打破行业与团队合作壁垒，提升跨专业的知识迁移能力，从而减少对专业大机构的依赖，同时，在与专业机构的沟通与协作中，获得更多有效的支持，为今后举办类似活动储备资源与能力。									
项目负责人：				财务负责人：							

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		2024年省级公共文化服务体系补助资金（广电历史文化遗产保护利用项目）—蜀·风流人物								
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位 (盖章) 成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况		上推广，《蜀·风流人物》“薛涛”成片后，联动央省级新媒体、优酷爱奇艺等视频网站、日本美国等国外媒体进行大量宣传推广，扩大纪录片国内外的传播度和影响力。 2. 完成2场线下推广落地活动，组织《蜀·风流人物》“薛涛”的线下推介活动，在北京、上海等地，联动女企业家协会、妇女联合会、高校联盟等单位，开展行业研讨、首映发布、专家推介等，邀请指导单位、国内外专家深度参与，积极拓展成都广播电视台纪录片制作能力在各行业的影响力。 2024年《蜀·风流人物》预估整体绩效目标：1、全年为《蜀·风流人物》“薛涛”的打造了10个新媒体产品，包括精品海报、精品视频等，在央级及海外媒体进行发布，单个新媒体的观看量达10万+；2、在北京、上海为《蜀·风流人物》“薛涛”进行二场落地宣传推广活动。单次推广活动时长超过60分钟，共计180分钟；单场活动参与人数大于60人，邀请了12位省级、国家级专家及业内人士深度参与，积极拓展了成都市广播电视台《蜀·风流人物》系列纪录片的影响力。							
	2. 项目实施内容及过程概述		项目实施内容和过程主要是：（一）新媒体产品：2024年10月10日至2025年12月31日，策划制作《蜀·风流人物》“薛涛”10个新媒体（包含4张新媒体海报），邀请北京大学教授钱志熙、厦门大学教授胡旭、上海师范大学教授李定广等业内专家深度参与。（二）线下落地推广活动：策划组织二场主题为“穿越千年风华，共鉴薛涛风采”的薛涛纪录片看片会，邀请全国妇联、国家广电总局纪录片委员会以及复旦大学、北京大学等高校的专家20余人深度参与。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	61.00	60.37	60.37		100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字）	
	其中：财政资金	61.00	60.37	60.37		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	《蜀·风流人物》“薛涛”的线下推介活动	=	2	场	1	10	5	未在央视播出成片，落地活动处于策划期
			精品短视频或相关推文	≥	10	篇	10	15	15	
			央省级新媒体、优酷爱奇艺等视频网站、日本美国等国外媒体推广平台数	≥	10	个	5	10	5	未在央视播出成片，播出处于策划期
		质量指标	央级推广平台	≥	1	个	0.5	10	8	尚未在央视播出
		时效指标	项目执行时间	≤	1	年	0.5	5	4	尚未在央视播出
	社会效益指标	2场落地活动线上新闻传播覆盖人群	≥	10	万	0	10	5	未在央视播出成片，落地活动处于策划期	
			线上推广覆盖总人群	≥	100	万人次	0	10	5	未在央视播出成片，落地活动处于策划期
	满意度指标	服务对象满意度	受益对象满意度	≥	95	%	95	10	8	未在央视播出成片，落地活动处于策划期

	成本指标	经济成本指标	成本控制	≤	61	万元	60.37	10	10	
合计								100	75	
评价结论	通过《蜀风流人物》已成片的“杜甫”“司马相如”“薛涛”系列作品在国内国外的展示，大力宣介成都推动文化保护传承的创新与实践，让更多人感知中华文化、巴蜀神韵、成都魅力。									
存在问题	《蜀·风流人物》“薛涛”的线上、线下推广活动在执行过程中，央视媒体以及海外推广的力度和效果还需提高，继续快速推进。线下推广活动组织应配合成片播出情况加快执行速度。									
改进措施	2025年，《蜀·风流人物》系列的宣传推介活动将更加深入地参与到行业发展中去，与企业、高校、相关社会机构加强对话，扩大《蜀·风流人物》系列纪录片和活动的影响力，推进优秀中华文化走向世界。									
项目负责人：	周欣 何也					财务负责人：	王静			

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010023T000008398241-成都面对面节目制作经费				实施单位（盖章）		成都市广播电视台			
主管部门		成都市广播电视台部门									
项目基本情况	1.项目年度目标完成情况	项目年度目标 按市纪委监委计划安排，2024年共制作播出《成都面对面》节目≥240期，其中：每周举办一期阳光监督融媒体直播节目（全年≥40期）；围绕市纪委当年中心工作和重点工作拍摄制作发布阳光监督宣传片（节目）8期。阳光监督短视频生产并发布：每周≥3更，全年≥150条。				年度目标完成情况 2024年共制作播出《成都面对面》节目249期，其中：举办阳光监督融媒体直播节目43期，对市级部门单位形成监督覆盖；拍摄制作宣传片8期，并创立“记行”纪录片新品牌。新媒体专栏发布清廉蓉城主题融媒杂志35期，短视频生产和发布全年238条。围绕市纪委当年中心工作和重点工作拍摄制作宣传片8期。短视频生产和发布全年238条，每周更新约4.8条。目标基本如期达成。					
	2.项目实施内容及过程概述	2024年共制作播出《成都面对面》节目249期，其中：举办阳光监督融媒体直播节目43期，对市级部门单位形成监督覆盖；拍摄制作宣传片8期，并创立“记行”纪录片新品牌。新媒体专栏发布清廉蓉城主题融媒杂志35期，短视频生产和发布全年238条。紧紧围绕市委和市纪委工作重心，形成了媒体监督常态化，并通过多种融媒体手段向社会宣传介绍我市党风廉政建设成效，促进良好政治生态的形成。绩效目标基本达成，但执行中呈现上半年偏慢，下半年偏紧的状况。原因是市委2月底出台高质量推进新时代清廉蓉城建设的意见后，市纪委要求重新调整制作宣传方案，3月中旬通过后按新计划执行。后市纪委又调整宣传片主题内容形式，确定新方案后，6月底招采及合同签订后，下半年开始8条宣传片制作。过程中均有效对接调整工作计划并加速执行，但因视频调整为纪录片风格形式，最终作品时长偏长，短视频平台完播难度偏大，阅读量未达预期值。									
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因			
	总额	180.50	179.56	179.56	100.00%	10	10				
	其中：财政资金	180.50	179.56	179.56	100.00%	/	/				
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/				
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/				
	其他资金					/	/				
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未达成原因分析	
	产出指标	数量指标	宣传稿	≥	240	条	275	5	5		
			阳光监督宣传片	=	8	条	8	10	10		
			举办阳光监督融媒体节	≥	40	期	43	15	15		
			总节目制作期数	≥	240	期	249	10	10		
		质量指标	宣传片、短视频均获主办方市纪委审核通过	=	100	%	100%	5	5		
			节目选题及宣传稿获得主办方市纪委审核通过	=	100	%	100%	5	5		
	时效指标	阳光监督短视频每周更新次数	≥	3	条	4.8	10	10			
		效益指标	社会效益指标	宣传平台数量	≥	5	个	5	10	10	
				推荐阅读量、浏览量	≥	600	万次	500	10	8	因视频调整为纪录片风格形式，最终作品时长偏长，短视频平台完播难度偏大，阅读量未达预期值
满意度指标	满意度指标	政府网网友满意度	≥	90	%	99%	5	5			
成本指标	经济成本指标	项目成本	≤	180.5	万	179.56	5	5			
合计										100	98
评价结论		2024年共制作播出《成都面对面》节目249期，其中：举办阳光监督融媒体直播节目43期，对市级部门单位形成监督覆盖；拍摄制作宣传片8期，并创立“记行”纪录片新品牌。但因视频传播特点进行专门分析研判，找准诉求与传播效果的最佳结合，新媒体专栏发布清廉蓉城主题融媒杂志35期，短视频生产和发布全年238条。紧紧围绕市委和市纪委工作重心，形成了媒体监督常态化，并通过多种融媒体手段向社会宣传介绍我市党风廉政建设成效。									
存在问题		项目执行中上半年偏慢，下半年偏紧。因市委2月底出台了高质量推进新时代清廉蓉城建设的意见，市纪委要求重新调整节目制作和宣传方案，在3月中旬通过后按新计划执行。后市纪委又对宣传片主题内容形式两次提出新要求，确定新方案后，6月底招采及合同签订后方才开始8条宣传片制作，整体进度呈现上半年慢，下半年紧的状态。另外，因视频调整为纪录片风格形式，最终作品时长偏长，短视频平台完播难度偏大，阅读量未达预期值。									
改进措施		持续保持和加强与市纪委的沟通协调，应对视频传播特点进行专门分析研判，找准诉求与传播效果的最佳结合。									
项目负责人：						财务负责人：					

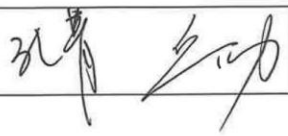
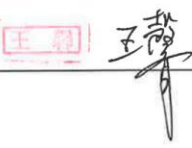
部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）												
项目名称		51010025T000012300598-成财教发〔2024〕65号成都市财政局关于下达2024年省级重大文艺扶持和精品奖励——电影《孤军》										
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)	成都市广播电视台				
项目基本情况		项目年度目标					年度目标完成情况					
		1、传承红色文化，填补影像空白。《孤军》旨在通过电影的记录形式对兴文县的红色文化资源进行深度挖掘，充分利用电影元素对城市历史文化进行宣传，重现那段悲壮历史，弥补兴文县这一红色文化的影像空白，传承了红色文化的同时提升了城市影响力；					院线电影《孤军》项目于2023年11月取得公映许可。已于12月9日在北京举办首映礼，并相继在成都、宜宾、兴文县举办了落地首映，12月18日在北京举办了专家研讨会，12月28日全国公映，截至评价时点累积票房3216.8万。					
		2、弘扬光荣传统、赓续红色血脉、丰富共产党人精神谱系。《孤军》以电影的手法生动反映共产党人“坚持真理、坚守理想”的信仰追求，“践行初心、担当使命”的奋斗主题，“不怕牺牲、英勇斗争”的精神品格，“对党忠诚、不负人民”的政治立场，是一部首次将“中国工农红军川南游击纵队”慷慨悲壮的历史搬上银幕的红色主题电影故事片；										
项目基本情 况		3、力争获得中宣部精神文明建设“五个一工程”奖、中国电影金鸡奖、中国电影华表奖等奖项。										
2. 项目实施 内容及过程 概述		院线电影《孤军》由成都市电影集团有限责任公司牵头，与中国人民解放军八一电影制片厂、兴文县文旅发展投资集团有限责任公司共同创作出品，影片由同类题材优秀电影《信仰者》的主创团队担纲，主创团队深入挖掘四川省宜宾市兴文县的红色文化资源，首次将中国工农红军川南游击纵队慷慨悲壮的历史和英勇斗争的峥嵘岁月搬上银幕，是学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育、习近平文化思想学习教育、党史学习教育、爱国主义教育最生动、鲜活的红色主题素材。 影片经国家电影局批准拍摄制作，于2022年8月完成影片拍摄，2023年11月取得公映许可（电审故字〔2023〕第577号），目前已经全面组织开展影片宣发，已于12月9日在北京举办首映礼，并相继在成都、宜宾、兴文县举办了落地首映，且于12月18日在北京举办了电影《孤军》专家研讨会。影片于2023年12月28日全国公映，截至评价时点，累计票房3216.8万，观影总人次超80万。影片已荣获“第22届Y.N. 奥泽罗夫国际军事电影节金剑奖—人民选择奖”；入选四川省第十七届精神文明建设“五个一工程”；入选四川省文学艺术界联合会2023年度“百佳推优”工程；获评成都首届金芙蓉文学艺术奖（艺术类）影视优秀作品；入选四川省文联2023“百佳推优”年度排行榜作品；获评中宣部（2024年度）国家电影精品项目。										
预算执行情况 (10分)		年度预算数 (万元)	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因		
		总额	0.00	300.00	300.00		100.00%	10	10			
		其中：财政资金	0.00	300.00	300.00		100.00%	/	/			
		财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
		单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
		其他资金						/	/			
绩效指标 (90分)		一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因 分析	
		产出指标		放映区域院线数量	≥	3	家	6	5	5		
				观众数	≥	70	万人次	80	10	10		
				成片高清标准达到4K时长	≥	100	分钟	114	10	10		
				制作完成时间	定性	2023年12月前		2023年2月前	15	15		
		经济效益指标		利润总额	≥	41	万元	101.59	5	5		截至评价时点，该项目部分奖补还未到账
				收入总额	≥	6050	万元	6037.16	5	3		
		效益指标		把握政治导向和弘扬社会主义核心价值观情况	定性	优秀		优秀	10	10		
				影视剧思想性、艺术性、观赏性情况	定性	优秀		优秀	10	10		
				对推动影视产业发展的带动作用	定性	显著		显著	10	10		

满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度指标	≥	95	%	95	5	5	
成本指标	经济成本指标	投入总成本	≤	6009	万元	4473.19	5	5	
合计							100	98	
评价结论	电影《孤军》创作源于党史学习教育的成果转化，该片深入挖掘四川省宜宾市兴文县的红色文化资源，充分利用电影元素对兴文县城市历史文化进行宣传，传承红色文化，填补影像空白。是学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育、习近平文化思想学习教育、党史学习教育、爱国主义教育最生动、鲜活的红色主题素材。自评总分：98分								
存在问题	本片于2023年12月28日全国公映，且因影片为红色主题电影，相较经济效益更注重社会效益，因此本片观影人次和票房低于同期上映的商业电影。								
改进措施	做好电影《孤军》宣发工作及线下路演工作。								
项目负责人：					财务负责人：				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T00001628279-成财教发〔2024〕16号下达2023年省级国家电影事业发展专项资金——第25届上海国际电影节“电影川军”展览活动								
主管部门		成都市广播电视台					实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标	年度目标完成情况								
	1.项目年度目标完成情况	2023年6月10日-12日第25届上海国际电影节期间，成都电影集团共组织35家公司参展，展示了21部影视项目，达成多项合作，初步建起四川省电影制作机构与国内外电影制作机构的交流合作平台，对四川影视产业“走出去”起到了巨大的推动作用。								
项目实施内容及过程概述	1.项目年度目标完成情况	2023年6月10日-12日第25届上海国际电影节期间，成都电影集团共组织35家公司参展，展示了21部影视项目，达成多项合作，初步建起四川省电影制作机构与国内外电影制作机构的交流合作平台，对四川影视产业“走出去”起到了巨大的推动作用。								
	2.项目实施内容及过程概述	1.组织35家省内影视公司携21部涵盖多种类型的川内优秀影视项目及五十余个拍摄地参展。其中，成都电影集团影业股份有限公司出品的《不虚此行》一举斩获金爵奖最佳导演（刘伽茵）和最佳男演员（胡歌）两项大奖。2.以巴蜀文化为魂打造四川馆，通过活字印刷版呈现四川21个市州，展现蜀文化。编印手册，在推介会推介15个拍摄基地及10余部电影项目，凸显四川影视魅力。3.组织川内企业利用线上线下平台与国内外机构积极洽谈。其中13家公司的17部电影项目在多领域达成合作意向协议，多部影片签订具体合作协议，助力四川电影国际化发展。4.参与各类论坛及会议，在“IP影视开发大会”探讨科幻影视发展；在新技术论坛了解前沿技术应用并交流产业升级；在长三角会议商谈影视摄制协同发展，成都电影集团响应倡议推动区域合作；在陈可辛大师班探讨四川电影创作机遇，为本地电影发展积累经验。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数			预算执行率	权重	得分	原因
	总额	0.00	30.00	30.00			100.00%	10	10	1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2.年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3.其他资金包括：社会投入资金、银行贷款。
	其中：财政资金	0.00	30.00	30.00			100.00%	/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/	
其他资金								/	/	
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	组织现场活动	≥	1	次	7	10	10	
			参展影视公司	≥	20	家	35	10	10	
			参展项目	≥	15	个	21	10	10	
		质量指标	媒体宣传报道	≥	2	家	4	10	10	
			达成合作意向	≥	10	家	17	10	10	
	时效指标	完成组团参加第25届上海国际电影节	定性	2024年7月前		2023年6月12日	10	10		
	效益指标	经济效益指标	达成合作意向项目金额	≥	5000	万元	5000	10	10	
		社会效益指标	打响电影川军影响力	定性	长期		达到	10	8	
	满意度指标	满意度指标	参展影视制作机构满意度	≥	99	%	99	5	4	
成本指标	经济成本指标	参展活动费用	≤	80	万元	30	5	5		
合计										
评价结论		在第25届上海国际电影节上，成都电影集团成功承办“电影川军”展览活动，共组织35家公司参展，21部影片亮相，《不虚此行》获金爵奖两项大奖。13家公司17部电影项目达成多领域合作意向，推动四川影视产业国际化。通过特色展馆及推介活动，展示丰富蜀地文化与影视资源，吸引众多关注，同时积极参与交流学习，为四川电影发展积累经验、拓展机遇。自评得分：97分								
存在问题		尽管活动取得显著成效，但在国际市场拓展方面仍有进步空间，缺少对部分达成合作意向的项目在落地实施过程中的跟进机制。								
改进措施		做好合作项目的落地服务与项目进度跟踪。								
项目负责人：		财务负责人：				胡明				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		成都市广播电视台——华兴片区川剧文化主题街区改造提升项目概念设计					实施单位（盖章）				
主管部门		成都市广播电视台					成都市广播电视台				
项目基本情况		项目年度目标					年度目标完成情况				
1. 项目年度目标完成情况		通过华兴片区川剧文化主题街区改造提升项目概念设计，以点带面，带动周边区域发展，提升城市品质。 1. 文化传承与保护：川剧是中华优秀传统文化的重要组成部分，具有深厚的历史、文化底蕴。打造川剧文化主题街区有助于保护和传承这一传统艺术形式，使之得以在现代社会中继续发扬光大。 2. 城市品牌塑造：通过川剧文化主题街区的建设，可以提升城市形象，增强城市吸引力。 3. 经济发展促进：文化主题街区的建设可以带动周边产业的发展，如旅游、餐饮、手工艺品等，为当地经济注入新的活力，创造就业机会。 4. 城市空间优化：概念设计可以提前规划优化城市空间布局，确保川剧文化主题街区与周边环境相协调，提升城市空间的功能性和美观性。 5. 社会教育功能：主题街区可作为社会教育的平台，通过展览、演出、互动体验等形式，让市民和游客更直观地了解和学习川剧文化，提高公众的文化素养。 6. 创新与传统的结合：通过现代设计理念与传统川剧文化的结合，可以创造出新的艺术表现形式和文化体验，使传统文化在现代生活中焕发新的生命力。 7. 可持续发展：概念设计阶段考虑到社会效益、艺术引领和可持续发展指标，有助于实现文化街区的长效不断打造发展，符合当前理念可持续发展的趋势。					根据华兴片区川剧文化主题街区改造提升项目概念设计目标，已顺利完成文化传承与保护、城市品牌塑造、经济发展促进、城市空间优化、社会教育功能、创新与传统的结合以及可持续发展这7个目标，达到预期理想效果。				
2. 项目实施内容及过程概述		年度预算数（万元）		调整后预算数		预算执行数		预算执行率	权重	得分	
总额		30.00		30.00		30.00		100.00%	10	10	
其中：财政资金		0.00		30.00		30.00		100.00%	10	10	
财政专户管理资金		0.00		0.00		0.00		0.00%	10	10	
单位资金		0.00		0.00		0.00		0.00%	10	10	
其他资金									10	10	
一级指标		二级指标		三级指标		指标性质	指标值	度量单位	完成值	得分	
产出指标		数量指标		规划方案编制数量		≥	1	份	7	15	
质量指标		项目验收合格率		不少于12个艺术装置设计		≥	12	个（套、件、幅）	20	10	
时效指标		规划任务完成及时率		项目验收合格率		≥	100	%	100	10	
经济效益指标		带动项目数量		规划任务完成及时率		≥	1	%	100	10	
社会效益指标		对川剧文化主题街区不少于6家相关企业进行调研，提出业态升级改造意见		带动项目数量		≥	6	条	7	10	
满意度指标		服务对象满意度		概念设计方案获服务对象满意度		≥	90	%	12	10	
成本指标		委托研究费		项目完成成本		≤	1.1	万元	17	5	
专家咨询费		项目完成成本		项目完成成本		≤	30	万元	30	10	
合计		3.74		3.74		≤	3.5	万元	3.74	5	
绩效评价		华兴片区川剧文化主题街区改造提升项目符合成都市城市文化产业发展规划，成都地区文化产业发展规划及实施计划等，通过全范围、多点位、多形式、重创新的的设计理念，顺利完成概念设计方案，经自评，各项工作均达到预期效果。					100				
存在问题		由于个人所得数据有限，专家咨询费有所偏差。									
改进措施		由于个人所得数据有限，专家咨询费有所偏差。									
项目负责人		项目负责人：王强									

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011381566-成财教发〔2023〕112号下达2023年省级公共文化服务体系专项资金（历史文化遗产保护利用项目）—我在成都做地质								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位（盖章）		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标					年度目标完成情况				
	1. 项目年度目标完成情况	视频拟于2024年10月30日之前完成，视频时长为5分钟，通过以“Chengdu Plus”新媒体矩阵及海内外大屏（凤凰卫视欧洲台、凤凰卫视美洲台、香港卫视、成都市广播电视台）等进行宣传推广。				2024年内完成了一期视频时长为18分钟的节目——《我在成都做地质》，通过“Chengdu Plus”新媒体矩阵等进行了宣传推广。				
	2. 项目实施内容及过程概述	2024年10月30日之前完成一期宣传四川历史文化遗产、弘扬天府文化的相关视频，视频时长为5分钟，通过以Chengdu Plus“Youtube”账号为主的境外新媒体平台及境外大屏（包括凤凰卫视欧洲台、凤凰卫视美洲台、香港卫视等）进行宣传推广。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	30.00	30.00		100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因（100字以内）；2. 年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3. 其他资金包括：社会投入资金、银行贷款。	
	其中：财政资金	0.00	30.00	30.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	制作视频数量	≤	1	集	1	10	10	
			制作视频时长	≤	5	分钟	18	10	10	
			播放平台	≥	4	个（台、套、件、辆）	4	10	10	
		质量指标	符合凤凰卫视等头部媒体播出质量	=	100	%	100%符合凤凰卫视等头部媒体播出质量	20	20	
		时效指标	视频完成时间	≤	1	年	11个月	5	5	
	效益指标	社会效益指标	在受众中形成良好的传播效果，更好地传播中华文明和中华优秀传统文化	定性	良		良	10	10	
		可持续发展指标	持续海外受众传播中华文明和中华优秀传统文化，加强与海外受众的友好往来和文明互鉴	定性	良		良	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	视频质量和效果达到服务对象满意	≤	95	%	92%	5	4.8	

	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	≤	30	万元	30万元	10	10	
合计								100	99.8	
评价结论	2024年内完成了--期视频时长为18分钟的节目——《我在成都做地质》，通过“Chengdu Plus”新媒体矩阵等进行了宣传推广。									
存在问题	需要更加合理安排节目制作时间，制作出更加精品的视频，进一步使纪录片能持续在全球受众中形成良好的传播效果。									
改进措施	根据全球受众需求，及时制作传播效果良好的纪录片。更好地传播中华文明和中华优秀传统文化。									
项目负责人：					财务负责人：					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011380946-成财教发〔2023〕112号下达2023年省级公共文化服务体系建设项目资金（历史文化遗产保护利用项目）——穿越千年的对话-三星堆·金沙文明对话玛雅文明								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位（盖章）		成都市广播电视台		
项目基本情况		项目年度目标				年度目标完成情况				
	1.项目年度目标完成情况	2024年4月30日之前制作完成3集纪录片，每集15分钟，共计45分钟；纪录片制作完成后，通过以Chengdu Plus“Youtube”账号为主的境外新媒体平台及境外大屏（包括凤凰卫视欧洲台、凤凰卫视美洲台、香港卫视等）进行宣传推广，播放平台不少于4个；同时开展一场纪录片首映礼及国际文明互鉴文化活动。项目拟通过高质量的纪录片内容和文化互鉴活动，在以墨西哥为代表的拉美国家和地区人民形成良好的传播效果，并持续面向以墨西哥为代表的拉美国家和地区人民传播中华文明和中华优秀传统文化。				2024年4月30日之前制作完成了3集纪录片，每集15分钟，共计45分钟；纪录片制作完成后，通过Chengdu Plus“Youtube”账号为主的境外新媒体平台及境外大屏（包括凤凰卫视欧洲台、凤凰卫视美洲台、香港卫视等）进行宣传推广，播放平台不少于4个；2024年9月，在墨西哥和阿根廷分别开展了该纪录片的首映礼及国际文明互鉴文化活动，通过高质量的纪录片内容和文化互鉴活动，在以墨西哥为代表的拉美国家和地区人民形成良好的传播效果，并持续面向以墨西哥为代表的拉美国家和地区人民传播中华文明和中华优秀传统文化。				
	2.项目实施内容及过程概述	2024年4月30日之前制作完成3集纪录片，每集15分钟，共计45分钟；纪录片制作完成后，通过以Chengdu Plus“Youtube”账号为主的境外新媒体平台及境外大屏（包括凤凰卫视欧洲台、凤凰卫视美洲台、香港卫视等）进行宣传推广，播放平台不少于4个；同时开展一场纪录片首映礼及国际文明互鉴文化活动。项目拟通过高质量的纪录片内容和文化互鉴活动，在以墨西哥为代表的拉美国家和地区人民形成良好的传播效果，并持续面向以墨西哥为代表的拉美国家和地区人民传播中华文明和中华优秀传统文化。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	150.00	149.39		99.59%	10	9.9	1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2.年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3.其他资金包括：社会投入资金、银行贷款。	
	其中：财政资金	0.00	150.00	149.39		99.59%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	制作视频数量	=	3	集	3	10	10	
				≤	45	分钟	45	10	10	
			播放平台	≥	4	个	4	10	10	
			举办纪录片首映礼及国际文明互鉴活动	≤	1	场次	2	10	10	
		质量指标	符合凤凰卫视等头部媒体播出质量	=	100	%	100%	10	10	
	时效指标	视频完成时间	≤	1	年	11个月	5	5		

绩效指标 (90分)	社会效益指标	在以墨西哥为代表的受众中形成良好的传播效果，更好地传播中华文明和中华优秀传统文化	定性	良		良	10	10	
	效益指标	可持续影响指标	持续向以墨西哥为代表的拉美国家传播中华文明和中华优秀传统文化，加强与拉美国家人民的友好往来和文明互鉴	定性	良	良	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	视频质量和效果达到服务对象满意	≥	100	%	视频质量和效果100%达到了服务对象满意	5	5
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	≤	150	万元	149.39	10	10
	合计						100	99.9	
评价结论	2024年4月30日之前制作完成了3集纪录片，每集15分钟，共计45分钟；纪录片制作完成后，通过Chengdu Plus “Youtube”账号为主的境外新媒体平台及境外大屏（包括凤凰卫视欧洲台、凤凰卫视美洲台、香港卫视等）进行宣传推广，播放平台不少于4个；2024年9月，在墨西哥和阿根廷分别开展了该纪录片的首映礼及国际文明互鉴文化活动。通过高质量的纪录片内容和文化互鉴活动，在以墨西哥为代表的拉美国家和地区人民形成良好的传播效果，并持续面向以墨西哥为代表的拉美国家和地区人民传播中华文明和中华优秀传统文化。								
存在问题	加强面向以墨西哥为代表的拉美国家和地区人民传播中华文明和中华优秀传统文化。								
改进措施	提前做好项目预算支出规划，及时完成项目经费使用。								
项目负责人：孔力					财务负责人：王馨				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011381189-成都教发〔2023〕112号下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金（历史文化遗产保护利用项目）—跟着诗歌去旅行——杜甫篇								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况		项目年度目标				年度目标完成情况				
	1. 项目年度目标完成情况	T-2024年10月30日之前完成一期宣传四川历史文化遗产、弘扬天府文化的相关视频，时长为5分钟，通过Chengdu Plus“境内外账户及境内外大屏（凤凰卫视欧洲台、凤凰卫视美洲台、香港卫视、成都市广播电视台等）进行宣传推广。				2024年完成一期宣传四川历史文化遗产、弘扬天府文化的相关视频——《跟着诗歌去旅行——杜甫的成都生活圈》，视频时长为11分钟，通过Chengdu Plus“Youtube”账号为主的境外新媒体平台进行宣传推广。				
	2. 项目实施内容及过程概述	2024年完成一期宣传四川历史文化遗产、弘扬天府文化的相关视频——《跟着诗歌去旅行——杜甫的成都生活圈》，视频时长为5分钟，通过以Chengdu Plus“Youtube”账号为主的境外新媒体平台及境外大屏（包括凤凰卫视欧洲台、凤凰卫视美洲台、香港卫视等）进行宣传推广。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	24.00	23.89		99.54%	10	9.9	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2. 年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3. 其他资金包括：社会投入资金、银行贷款。	
	其中：财政资金	0.00	24.00	23.89		99.54%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	制作视频时长	≥	5	分钟	11	10	10	
			视频集数	=	1	集	1	10	10	
			播出平台	≥	4	个（台、套、件、辆）	4	10	10	
		质量指标	符合凤凰卫视等头部媒体播出质量	=	100	%	100%符合凤凰卫视等头部媒体播出质量	20	20	
	时效指标	视频完成时间	≤	1	年	11个月	5	5		
	效益指标	社会效益指标	在受众中形成良好的传播效果，更好地传播中华文明和中华优秀传统文化	定性	良		良	10	10	
		可持续影响指标	持续向海外受众传播中华优秀传统文化，加强与海外受众的友好往来和文明互鉴	定性	良		良	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	质量和效果达到服务对象满意	≥	95	%	92%	5	4.8	
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	≤	24	万元	23.89	10	10	

合计		100	99.7
评价结论	2024年完成一期宣传四川历史文化遗产、弘扬天府文化的相关视频——《跟着诗歌去旅行—杜甫的成都生活圈》，视频时长为11分钟，通过Chengdu Plus “Youtube”账号为主的境外新媒体平台进行了宣传推广。		
存在问题	需要更加合理安排节目制作时间，制作出更加精品的视频，进一步使纪录片能持续在全球受众中形成良好的传播效果。		
改进措施	根据全球受众需求，及时制作传播效果良好的纪录片。更好地传播中华文明和中华优秀历史文化。		
项目负责人：		财务负责人：	



部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）

51010024T000011712246-成都世园会官方活动摄影摄像、视频制作项目经费										
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标	为高质量、高水平做好2024成都世园会的各项宣传推介及对上汇报工作，依据《2024 成都世界园艺博览会总体工作方案》及《国际园艺生产者协会关于B类世界园艺博览会的规定》中关于品牌传播的规定，与中花协签订协议条款规定，经充分借鉴参考2019北京世园会、2021年AIPH世园会工作经验，根据2024成都世园会筹办实际情况，拟在2024成都世园会筹备期间，对重要会议、主分会场重大活动、重要仪式、重要历史镜头、重要工作节点等内容进行拍摄记录；根据AIPH春季会议时间节点要求制作汇报片；完成《西蜀园林》(拟定名)3分钟创意短视频3条；制作世园会闭幕式6分钟回顾视频1条。								
	年度目标完成情况	1. 对重要会议、主分会场重大活动、重要仪式、重要历史镜头、重要工作节点等内容进行拍摄记录，已完成。 2. 根据AIPH春季会议时间节点要求制作汇报片，已完成2条汇报片及2条学习心得PPT。 3. 《西蜀园林》3分钟创意短视频3条，已完成制作及推广。 4. 制作世园会闭幕式6分钟回顾视频1条，已完成制作，闭幕仪式已播放，将于2025AIPH春季年会再次使用。								
项目实施内容及过程概述	1. 按天轮班，拍摄113个展园的视频、照片，高峰期每人平均三天去两次东部新区，从世园会筹建开始，长达3年的记录，拍摄了图片近万张、视频素材超过5个T，为113个展园、6座特色建筑以及温江、郫都、新津、邛崃分会场留下了完整的影像资料，不但被国内外新闻媒体采用，也用于《世园志》编撰及成都档案馆留存。 2. 制作了春季多哈、秋季波兰AIPH年会汇报片、汇报PPT、各答题、参会学习心得PPT。 3. 成都世园会推广视频《西蜀园林》创意系列短视频在2024国庆假期期间正式发布。此次发布结合国庆假期，以“游成都 逛世园 爱上西蜀园林”为话题词，传播中国优秀传统文化，彰显成都天府文化和巴蜀特色，宣传世界园艺博览会和特色园林，促进文化旅游消费。分别为 (1)《跟着古人“耍”园林》4分13秒 (2)《“园林生活”探班记》4分57秒 (3)《千年大公园 百姓小日子》4分06秒 三集视频全网阅读量超15万，视频号转发量2000+。 4. 已制作世园会闭幕式6分钟回顾视频1条，在世园会闭幕仪式开场播出，并按照2025 AIPH年会要求，制作海外播放版提交给执委办及中花协。									
预算执行情况 (10分)	年度预算数 (万元)	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	121.00	119.19		98.50%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因	
	其中：财政资金	0.00	121.00	119.19		98.50%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	制作3分钟音频、视频数	≥	3	集	3	15	15	
			中英文双语版汇报片	≥	2	条	2	15	15	
			影像资料管理资料储存量	≥	1	TB	1	5	4	
			世园会闭幕式6分钟回顾视频	=	1	条	1	10	10	
		质量指标	上级采用(报道)数量	≥	10	条	48	6	5	
	时效指标	信息发布及时率	≥	98	%	98	5	5		
	效益指标	社会效益指标	覆盖人群	≥	100	万人次	1000	10	10	
			主流媒体报道次数	≥	50	次	1000	10	10	
	满意度指标	满意度指标	社会满意度	≥	98	%	98	5	5	
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	≤	121	万元	119.19	10	10	
合计								100	99	

论	市委宣传部高质量建立信息库和口径库，梳理各阶段报道亮点，提前准备文字通稿52篇共10万余字，图片近2000张。视频素材1589条供媒体使用。春季汇报片汇报了成都世园会的总体筹备情况，成都世园会开幕前的各项工作详细准备情况，包括主会场展馆建设进度、分会场建设进度、低碳技术应用、北京新闻发布会情况、活动准备情况、开幕式方案、票务方案、嘉宾接待及招商情况等。秋季汇报片汇报了运营情况及闭幕式筹备情况。完成既定目标。
存在问题	拍摄素材、图片。航拍视频的数量多，格式大，不便于查找，可建立更细致的拍摄台账。
改进措施	今后针对时间周期长的项目，安排专人对素材进行梳理，方便查找，按时间、类型等建立电子档案。
项目负责人：	王 磊 王 磊 财务负责人：王 磊 王 磊

王 磊 2011



部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）

61010026T000012348122-“世运之城无限成都”2025年第12届世界运动会全球推广暨“万人千场”全民体验活动启动仪式经费

成都市广播电视台部门

实施单位
(盖章)

成都市广播电视台

1.项目年度目标完成情况

1、增强2025年第12届世界运动会的显示度和知晓度；2、通过“1+8”的主分会场设置，营造全民迎接世运、参与世运、共享世运的浓厚氛围；3、启动“万人千场”全民活动，一体推进赛事名称建设。

活动也取得了较好的宣传效果，主流媒体平台对活动进行了一百余次报道。增强了2025年成都世运会的显示度和知晓度，通过“1+8”的主分会场设置，营造全民迎接世运、参与世运、共享世运的浓厚氛围。活动中启动“万人千场”全民活动，一体推进了赛事名称建设。

2.项目实施内容及过程概述

12月28日16:00在天府新区兴隆湖湖滨广场举行了全球推广暨“万人千场”全民体验活动。现场发布成都世运会比赛项目设置情况及项目推介官亮相；发布成都世运会会徽、口号、吉祥物征集计划；发布成都世运会市场开发计划；发布首批“世运空间”及“世运地图”；启动“万人千场”全民体验活动。出席活动的嘉宾有：国家体育总局二级巡视员郝强；2025年第12届世界运动会组委会副秘书长、四川省政府副秘书长葛晓鹏；2025年第12届世界运动会组委会常务副秘书长；成都市委常委、市政府党组成员鲜荣生；四川省体育局副局长杨鑫；成都市体育局党组书记王毅；中国电信、中国工商银行、四川航空、中国铁塔等20多家企业代表；成都市市属部门和各区（市）县代表；成都世界运动会筹备工作专班代表；成都各体育行业协会代表；媒体代表和学生，以及市民代表约400人参加了现场活动。
活动启动后，于12月28至29日，在全市8个地标场景以“体育+”形式互动展开，通过成都世运会比赛项目展演、现场体验、世运知识有奖问答等方式开展世运普及，八大场景包括：江滩公园“体育+绿道”、宽窄巷子“体育+民俗”、丹景台“体育+文旅”、交子商圈双子塔“体育+消费”、东郊记忆“体育+时尚”、露天音乐公园“体育+音乐”、玉林北路社区“体育+生活”、成都大学“体育+青春”，并在丹景台、江滩公园、露天音乐公园、成都大学4个场景落户具备世运科普、项目体验功能的首批“世运空间”，长期向市民开放世运会比赛项目体验活动。

年度预算数 (万元)	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因		
总额	0.00	374.43	374.43	100.00%	10	10			
其中：财政资金	0.00	374.43	374.43	100.00%	/	/			
财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/			
单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/			
其他资金					/	/			
一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
产出指标	数量指标	分会场活动体验场景	=	8	个	8	10	10	
		分会场活动参与人数	≥	10	万人次	≥8万人次	10	8	人群多为流动人员，统计受限
		主会场活动参与人数	≥	400	人	400	10	10	
	质量指标	嘉宾重大投诉	=	0	次	0	5	5	
		重大安全事故	=	0	次	0	5	5	
效益指标	社会效益指标	主流媒体发稿	≥	100	次	100余次	10	10	
		宣传覆盖人次	≥	100	万人次	100万人次	10	10	
满意度指标	服务对象满意度指标	参会嘉宾满意度	≥	95	%	95	10	10	
成本指标	经济成本指标	项目执行成本	≤	374.43	万元	374.43	10	10	
合计							100	98	

公园城市地标举办成都世运会首场推广活动掀起了全民世运的浪潮，活动也取得了较好的宣传效果，央视新闻频道、央视体育频道、人民日报、中国网、央视网、人民网、新华网、新华社、国际在线、凤凰网等国家、省市主流媒体、网络主流媒体平台对活动进行了一百余次报道。活动的成功举办增强了2025年成都世运会的显示度和知晓度，通过“1+8”的主分会场设置，营造全民迎接世运、参与世运、共享世运的浓厚氛围。活动中启动“万人千场”全民活动，一体推进了赛事名称建设。

按照国际世界运动会协会相关规定，本次活动需要在成立国内相关组织架构之前举行，发布内容受限，所以在本次发布会中着重突出群众性和世运会的科普性。

我们将继续提高高质量活动策划和执行能力，打通整合世运会相关企业、协会、高校资源，最大限度发挥社会各界力量，提高活动影响力和群众参与度。同时，加大宣传策划力度，提前策划和做好话题营销，多角度多维度地制作高质量宣传产品，力求精准高效地执行项目活动。

财务负责人：王静

王静

CS 扫描全能王

3亿人都在用的扫描App

— 72 —

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）												
项目名称		51010023T000008386953-《成视一周评》节目经费										
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况									
	1. 项目年度目标完成情况		1、已完成45期专题节目的制作，每期时长20分钟左右；2、邀请省内30余位知名专家学者就成都市2024年中心工作进行详细解读；3、完成超过10期精品报道，并由川观等知名媒体转载									
	2. 项目实施内容及过程概述		紧跟市委市政府中心工作，全年推出45期自制节目，以系列策划的形式，推出了“新时代新征程”、以“新”促“质”以“质”催“新”、“以‘融’聚力推动高质量发展”、“锚定万亿目标 关注万亿产业”、“枢纽成都之通关秘籍”、“深入学习贯彻习近平文化思想”、“新担当新作为 深入学习贯彻二十届三中全会精神”、“聚焦习近平经济思想”等多个精品系列报道，邀请省内外知名专家进行详细解读，让报道更系统，更具规模效益，节目品牌持续提升。									
预算执行情况（10分）	年度预算数（万）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因			
	总额	34.20	34.20	34.20		100.00%	10	10	/			
	其中：财政资金	34.20	34.20	34.20		100.00%	/	/				
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/				
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/				
其他资金						/	/					
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析		
	产出指标	数量指标	制作播出理论专题节目	≥	45	期		10	10	/		
			邀请省内外专家学者	≥	20	人		10	10	/		
			质量指标	自采自编率	≥	90	%		10	10	/	
	效益指标	社会效益指标	时效指标	完成时间	≤	1	年		10	10	/	
			节目在省内各大新媒体平台转载、刊播。	≥	10	万次		10	6	转载数量不足		
				节目宣传报道采纳次数	≥	10	次		10	10	/	
				可持续影响指标	理论宣传建立专家库	定性	优良			10	10	/
	满意度指标	服务对象满意度指标	观众满意度	≥	90	%		10	10	/		
	成本指标	经济成本指标	控制节目成本	≤	34.2	万元		10	10	/		
合计							100	96				
评价结论	通过45期自制节目，深度聚焦市委市政府中心工作，推出多个精品系列报道，邀请专家解读，显著提升公众认知与政策解读，有效促进政策传播与落实，展现成都发展实力与魅力，提升城市品牌形象。同时，深化理论学习与实践探索，为成都高质量发展提供思想动力与行动指南，取得显著社会效应与成果，节目品牌影响力持续提升，成为连接政府与民众的重要桥梁。											
存在问题	尽管在节目制作与内容创新上表现突出，但在节目宣推、知名媒体转载以及平台宣发方面仍有待加强。目前，虽然节目拥有高质量的系列报道和专家解读，但在多渠道推广上仍显保守，未能充分利用多元化媒体平台进行全面宣发，导致节目知名度与影响力尚未达到最佳状态。同时，与知名媒体的合作深度与广度也有待提升，未能最大化地借助其强大的传播力扩大节目覆盖面。											
改进措施	针对节目宣推、知名媒体转载及平台宣发方面的不足，提出以下整改意见：首先，加强多平台宣推策略，利用社交媒体、视频网站、新闻APP等多种渠道，增加节目曝光度；其次，深化与知名媒体的合作，通过联合报道、专题策划等形式，提升节目在主流媒体中的影响力；同时，注重内容创新，打造更具吸引力的节目亮点，以吸引更多媒体主动转载。通过这些措施，全面提升节目的知名度与影响力。											
项目负责人：		大梦				财务负责人：王静						

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T00001202748-成都市市级公共文化服务专项资金——“沿着总书记足迹0万千气象”系列								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)	成都市广播电视台			
项目基本情况		项目年度目标				年度目标完成情况				
	1. 项目年度目标完成情况	以“沿着总书记足迹0万千气象”为主题，策划制作20条精品短视频，在中央、省、市各级媒体平台展示展播，以“网络+”“场景+”“文艺+”的方式推动党的创新理论入脑入心走深走实。				以“沿着总书记足迹0万千气象”为主题，策划制作《以“新”促“质”以“质”催“新”》《以科技创新为新质生产力“蓄势赋能”》《向“绿”而行 向“新”而变》等20条精品短视频，在学习强国、川观等各级媒体平台展示展播，推动党的创新理论入脑入心走深走实。				
	2. 项目实施内容及过程概述	围绕深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和习近平总书记对四川及成都工作系列重要指示精神这一主题主线，充分展现各地各部门贯彻落实党中央和省委市委重大决策部署的生动实践，坚持用小切口展示大主题，小故事阐述大道理，选取20个典型人物，讲述20个生动的实践故事，推出20条精品短视频作品。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	50.00	50.00		100.00%	10	10		
	其中：财政资金	0.00	50.00	50.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	短视频选取典型人物	≥	20	个		10	10	/
			“沿着总书记足迹·0万千气象”系列短视频数量	≥	20	条		10	10	/
			短视频播出时长	≥	100	分钟		10	8	平台时长有所限制，有些条目不足5分钟
		质量指标	短视频安全播出率	=	100	%		5	5	/
			短视频制作合格率	≥	98	%		5	5	/
		时效指标	完成时间	定性	2024年12月31日前				10	10
			全球传播量	≥	200	万频次		5	5	/

效益指标	社会效益指标	传播总书记来川视察故事	≥	20	个		10	10	/
	可持续影响指标	加强思想教育引导	定性	强化对广大党员干部和市民群众的思想教育引导，提升全体市民素质			5	5	/
	满意度指标	服务对象满意度指标	≥	92	%		10	10	/
	成本指标	经济成本指标	≤	50	万元		10	10	/
合计							100	98	
评价结论	围绕“沿着总书记足迹0万千气象”主题，我们成功策划并制作了20条精品短视频，包括《以“新”促“质”以“质”催“新”》《以科技创新为新质生产力“蓄势赋能”》《向“绿”而行向“新”而变》等，这些作品在学习强国、川观等各级媒体平台广泛展示，深受好评。通过“网络+”“场景+”“文艺+”的创新手法，党的创新理论得以生动展现，深入人心。视频聚焦习近平新时代中国特色社会主义思想 and 总书记对四川及成都工作的重要指示精神，以小见大，以事说理，通过20个典型人物和生动实践故事，充分展示了各地各部门贯彻落实党中央和省委市委重大决策部署的积极成效。								
存在问题	由于展播平台对短视频时长有所限制，部分短视频单期时长不足5分钟，总时长未达到100分钟，但传播效果并未受影响								
改进措施	在列计划时应充分考虑展播平台对短视频时长的要求，根据平台要求对时长进行调整								
项目负责人：王松林 财务负责人：王松									



部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000012028476-成都市市级公共文化服务专项资金——“勇网直前逐梦青春”成都市青少年网球公开赛项目经费								
主管部门		成都市广播电视台					实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标	年度目标完成情况								
	1. 项目年度目标完成情况	赛事旨在通过举办竞赛及能力提升培训等，激发成都市民尤其是青少年的运动热情，并吸引广大人民群众关注网球赛事，助力我市赛事名城建设。					该项目所需实施的包括开球仪式、预赛、正赛、颁奖仪式、能力提升班5大环节。参赛人员500人、各级媒体报道约40次、市民满意度不低于95%在内的所有项目计划目标截至评价时点各项指标均已全部完成。			
预算执行情况（10分）	2. 项目实施内容及过程概述	采取“主题赛事+配套活动”的形式，组织“1+1+1+N”系列活动。（“1”分别是一场中国小网球·成都之星挑战赛CTS500、一场成都青少年网球公开赛、一次“网球大师公开课”，“N”主要包括小网球工程公益推广活动，开球仪式、颁奖仪式等）。通过号召全国8至14岁的青少年网球选手和爱好者参赛，设置U14、U12、U10、U8四个组别，涵盖男子单打、女子单打、男子双打、女子双打等多个项目并针对优胜选手开展能力提升培训。配套开展小网球工程公益推广活动进幼儿园、进校园、进公园等，激发广大群众对网球运动的热情。								
	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	60.00	60.00		100.00%	10	10	/	
	其中：财政资金	0.00	60.00	60.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
其他资金						/	/			
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	参赛人数	≥	500	人数	500	12	12	/
			媒体报道	≥	40	篇次	40	12	12	/
		质量指标	活动安全保障率	≥	95	%	95	7	7	/
		时效指标	完成时间	定性	2024年12月前	月	按时完成	9	9	/
	效益指标	社会效益指标	为选手提供技能提升训练	定性	开设能力提升班1次，为表现优异选手提供专业技能提升训练		按时完成	8	8	/
		可持续影响指标	提升全民运动的影响力	定性	提升成都市民尤其是青少年的运动热情。		高	8	7	/
			在蓉打造青少年网球赛事品牌	定性	在蓉打造青少年网球赛事品牌，逐步将其建设成为国内青少年高水平网球交流平台，为广泛开展全民健身活动，加强青少年体育工作不断作出贡献。		高	12	11	/
		满意度指标	满意度指标	市民满意度	≥	95	%	96%	6	6
	成本指标	经济成本指标	赛事成本	≤	60	万	60	16	16	/
合计										
							100	98	/	
评价结论		比赛联动中国网球协会，本次赛事积分纳入中国青少年网球CTS积分排名，吸引超500余名选手踊跃参赛，举办小网球工程公益推广活动、开球仪式、中国小网球·成都之星挑战赛CTS500、成都青少年网球公开赛、网球大师公开课、颁奖仪式等重要环节。联动20家媒体宣传推广，发布超100篇新闻报道，累计阅读量约400万次，赛事直播观看人数超10万人次，充分展示成都网球运动蓬勃发展的积极势头，以及我市在网球后备人才培养方面的丰硕成果。								
存在问题		无								
改进措施		建议加大对群众性文化体育活动的支持力度，提高公共文化服务专项资金的支持标准。青少年体育发展是体育强国建设的重要组成部分，应该给予更多的支持和关注。可以通过提高公共文化服务专项资金的支持标准，为群众性文化体育活动提供更多的资金保障。								
项目负责人：邓超				财务负责人：胡明						

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010025T000012535034-世运会转播推广费								
主管部门		成都市广播电视台		实施单位		成都市广播电视台				
项目基本情况	项目年度目标完成情况	年度目标完成情况								
	项目年度目标完成情况	与中央广播电视总台建立合作，举行战略合作协议和授权仪式，进一步巩固世运会赛事期间成都世运会作为中央广播电视总台网络体育类宣传第一重点，播制“安全、简约”办赛原则，项目按流程报审过程中，暂不符合《主办合同》相关约定，中央广播电视总台与成都世运会具体合作还未达成，该项目取消具体执行。								
预算执行情况（10分）	2.项目实际内容过程概述	该项目取消具体执行。								
	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	0.00	35.00	0.00	0.00%	10	0	按照“安全、简约”办赛原则，项目按流程报审过程中，暂不符合《主办合同》相关约定，中央广播电视总台与成都世运会具体合作还未达成，该项目取消具体执行。		
	其中：财政资金	0.00	35.00	0.00	0.00%	/	/			
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/			
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/			
其他资金					/	/				
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	按照“安全、简约”办赛原则，项目按流程报审过程中，暂不符合《主办合同》相关约定，中央广播电视总台与成都世运会具体合作还未达成，该项目取消具体执行。
	产出指标	数量指标	举行场签约仪式	=	1	场	0%	15	0	
		质量指标	签约仪式验收合格率	=	100	%	0%	10	0	
		时效指标	签约仪式活动完成及时率	=	100	%	0%	15	0	
	效益指标	社会效益指标	让成都世运会作为同时期，中央广播电视总台体育类宣传推广的第一重点，进一步扩大城市影响力	定性	扩大城市影响		0%	20	0	
	满意度指标	满意度指标	社会满意度	≥	95	%	0%	10	0	
	成本指标	经济成本指标	资金使用	≤	35	万元	0万元	20	20	
合计								100	20	按照“安全、简约”办赛原则，项目按流程报审过程中，暂不符合《主办合同》相关约定，中央广播电视总台与成都世运会具体合作还未达成，该项目取消具体执行。
评价结论	按照“安全、简约”办赛原则，项目按流程报审过程中，暂不符合《主办合同》相关约定，中央广播电视总台与成都世运会具体合作还未达成，该项目取消具体执行。									
存在问题	按照“安全、简约”办赛原则，项目按流程报审过程中，暂不符合《主办合同》相关约定，中央广播电视总台与成都世运会具体合作还未达成，该项目取消具体执行。									
改进措施										
项目负责人	[签名]				财务负责人	[签名]				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）																			
项目名称		51010024T000012011857-2024年四川省宣传文化事业发展专项资金——第九届中国国际版权博览会办会经费																	
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位		成都市广播电视台											
项目基本情况		项目年度目标				年度目标完成情况													
		将“第九届中国国际版权博览会暨2023国际版权论坛”办成规模盛大、独具特色、影响深远的国际盛会，积极打造数字经济时代版权产业发展风向标，凸显版权对经济、科技、文化、社会等方面的促进作用，努力营造尊重创新的良好环境，着力实现以下目标：一是版权多元化发展，运用数字化手段，创新表现形式，丰富文化内涵，巩固和扩大中华文化数字化成果，为文化数字化战略奠定坚实基础，为推进数字中国建设提供有力支撑。二是打造高层次国际交流平台，扩大版权领域对外开放，深度参与全球版权治理，实现更大范围、更宽领域、更深层次版权交流合作，进一步提升我国版权国际影响力，话语权、传播力，构建国际经济合作和竞争新格局。三是强化版权产业辐射带动引领功能，链接一批优质版权企业，吸引一批高能级版权项目，助力一批资本投资合作，促成一批版权成果交易，畅通版权产业上下游，促进各类创新要素聚集，助力版权产业建圈强链，持续扩大版权品牌影响力，不断激发全球版权创新创造新活力，为打造创新策源地新引擎、要素集聚新高地、产业体系新标杆提供有力支撑。				2023年11月23—25日，活动以“版权新时代 赋能新发展”为主题在成都圆满举办，全球30余个国家、地区和国际组织，全国31个省（区、市）共92个展团812家单位参展，展览面积5.2万平方米，3万余人次参展，通过举办19场主题活动、20场项目路演、333场产业对接活动，促成787个项目签约，金额达16.37亿元，新华社、《人民日报》、中央广播电视总台等100余家媒体深度报道，宣传覆盖全球5.26亿人次，这是党的二十大后我国举办的规模最大的国际性版权活动，展区设置、展位数量、展馆面积、展场活动、展会宣传等均创历届展会新高，国际国内影响力巨大。													
项目实施内容及过程概述		一是组建工作专班，设立意识形态、宣传策划、舆情引导、产业发展、氛围营造、嘉宾接待、安全保障等7个工作组，形成分工明确、配置合理的工作体系。二是构建“1+2+11”的论坛体系，涵盖版权创造、运用、保护、管理和服务全链条。三是设置4个展馆，包括国家版权展区、国际组织展区、省（自治区、直辖市）展区、国家版权示范城市展区、版权重点企业等5大展区，涵盖游戏动漫、网络视听、新闻出版、信息网络、民间文艺、工艺美术、服装设计等9大版权核心领域，展品数量6.15万件。四是设置特色鲜明成都版权成果展，展示大运会蓉宝、科幻大会IP“顶流”IP二次开发转化的系列成果，展示版权激活传统文化价值，推进蜀锦、蜀绣、羌绣、竹编等民间资源与时尚品牌融合发展成果，展示数字版权在游戏动漫、网络文学、高科技企业广泛运用成果。五是社会公益城，以“雪山下的公园城市、烟火里的幸福成都”为主题，精心开展场馆及周边氛围营造，高水平办好“版权之夜”交流活动、巴蜀文化版权之旅参访、“首届官塘非遗大集”等活动，面向世界讲好中国故事成都篇章，彰显“世界文化名城”独特魅力。																	
预算执行情况（10分）		年度预算数（万元）		年初预算		调整后预算数		预算执行数		预算执行率		权重		得分		原因			
		总额		0.00		100.00		100.00		100.00%		10		10		1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2. 年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3. 其他资金包括：社会投入资金、银行贷款。			
		其中：财政资金		0.00		100.00		100.00		100.00%		/		/					
		财政专户管理资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/		/					
		单位资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/		/					
其他资金		0.00		0.00		0.00		0.00%		/		/							
绩效指标（90分）		一级指标		二级指标		三级指标		指标性质		指标值		度量单位		完成值		权重		得分	
		产出指标		数量指标		举办活动场次		≥		4		次		19		10		10	
						举办活动天数		≥		2		天		3		10		10	
						活动上座率		≥		95		%		95		10		10	
				质量指标		打造版权专业展览和供需平台		定性		面向版权行业提供品牌、产品及项目的展示、交流、交易于一体的高层次国际交流平台				全球30余个国家、地区和国际组织，全国31个省（区、市）共92个展团812家单位参展，促成787个项目签约，金额达16.37亿元		10		9	
		时效指标				活动完成时间		≤		1		年		活动于2023.11.23-25日举办		10		10	
		效益指标				经济效益指标		签约项目		≥		100		个		787		5	
				社会效益指标		参展主体数量		≥		500		家		812		10		10	
		满意度指标		服务对象满意度指标		参观人次		≥		10000		人次		12418		10		10	
				服务对象满意度指标		受益人员满意度		≥		95		%		95		10		10	
		成本指标		经济成本指标		项目总成本		≤		100		万元		100		5		5	
				合计												100		99	
评价结论		2023年11月23—25日，活动以“版权新时代 赋能新发展”为主题在成都圆满举办，通过聚焦举办版权供需交流合作平台，强化版权产业辐射带动引领功能，全球30余个国家、地区和国际组织，全国31个省（区、市）共92个展团812家单位参展，促成787个项目签约，金额达16.37亿元，新华社、《人民日报》、中央广播电视总台等100余家媒体深度报道，宣传覆盖全球5.26亿人次，这是党的二十大后我国举办的规模最大的国际性版权活动，展区设置、展位数量、展馆面积、展场活动、展会宣传等均创历届展会新高，国际国内影响力巨大。																	
存在问题		本次活动规模较大、参会人数众多，执行团队虽然准备充分但仍然缺少历史经验，加之活动举办地点较远，在实际会务接待工作中，尤其是服务细节落实还有待进一步提升和改进。此外，在全球邀请的国别性企业、嘉宾数量等还有待提高。																	
改进措施		认真总结活动中的经验和不足，继续加强与国际、国内的版权界和产业界合作，充分用好办会资源和落地成果，不断学习和提升会务服务的专业化，以及建立更完善、更有效的工作计划和应急预案来努力改善，争取在成都能继续执行更高层次的国际性、国家级的专业展会活动。																	
项目负责人：		陈				财务负责人：				王				同					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000012056367-“相约成都共享世运”2025年12届世界运动会倒计时一周年系列活动									
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台			
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况								
	1. 项目年度目标完成情况		“相约成都 共享世运”2025年第12届世界运动会倒计时一周年系列活动，突出“一个主题三城联动”聚焦影响力大、关联度高、安全性强的城市，拟在8月6日-7日在北京、香港、成都三个城市，跨区域、多场景、各有侧重开展。一是北京新闻发布会，二是香港推介活动（邀请省市领导、蓉港两地政企、文体届人士出席，规模约100人，并推介“跟着赛事去旅行”城市精品旅游线路拉动城市入境游），三是成都世运嘉年华（活动在世界园艺博览会友谊馆、天府眼月牙沙滩等地举行，预计参与人数800人，嘉年华活动氛围世运邀请赛会期拟定5天、倒计时一周年仪式，向全世界传递成都筹备工作正在全面、有序、高效推进的积极信号，诚邀来自全球宾朋走进成都，感受中国式现代化的万千气象。 世运倒计时一周年活动8月6日-8月9日在北京、成都、香港成功举办，活动现场参与人数超25000人次，服务对象满意度大于98%。项目总成本不超过771.13万元，本次活动向全世界传递了成都世运会正在全面、有序、高效推进，并诚挚邀请来自全球宾朋走进成都，感受中国式现代化的万千气象。								
	2. 项目实施内容及过程概述		“相约成都 共享世运”2025年第12届世界运动会倒计时一周年系列活动，已于8月6日-9日在北京、成都、香港成功举办，8月6日北京新闻发布会，8月6日-9日举办蓉港推介和交流活动，8月6日，举行“世运蓉港行”主题列车发车仪式，组织快闪秀、互动活动。8月7日，举行“蓉港推介会”，邀请中联办、香港有关机构、知名企业、媒体共150位嘉宾参加，发布成都世运会市场开发计划、成都机会清单，举行世运会香港巡回赛启动仪式；举行“蓉港下午茶”活动，与会嘉宾体验蓉港美食、非遗展示、世运项目，进行洽谈交流。8月8日至9日，拜访中联办、紫荆文化集团、凤凰卫视等7家机构，开展世运项目、熊猫文化、文博等专题交流。8月7日成都举办倒计时一周年仪式暨世运嘉年华，一是结合世园会公园城市市场景，将世运项目体验有机融入世园会各点位，统一主题、统一组织、统一宣传，一体推进。二是突出“公园+赛事”，舞美设计以国际友谊馆为核心，巧妙将周边园林环境融入舞台景观，结合灯光、视效、水幕等科技元素，生动展现“世园世运 精彩满园”的独特魅力。三是融合“世运+世园”，以“沉浸式体验、行进式观演”方式，开展“世运世园 精彩满园”“米世园 迎世运”嘉年华，将世运项目与世园会星球嘉年华活动融合，布局集参与性、观赏性、趣味性于一体的沉浸式体验场景，邀请世运项目冠军及专业教练、运动员，与市民游客进行互动体验，为广大市民带来为期5天的夏日运动狂欢。								
预算执行情况（10分）		年度预算数 (万元)	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因		
		总额	0.00	771.13	685.85	88.94%	10	8.9	政府采购结余127198.1元，其余资金因调剂文件刚下达，已申请结转		
		其中：财政资金	0.00	771.13	685.85	88.94%	/	/			
		财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/			
		单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/			
		其他资金					/	/			
		一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	
				香港推介会活动参会人员	≥	100	人次	150	10	10	
			数量指标	成都世运嘉年华活动参会人员	≥	800	人次	810	10	10	
		产出指标	质量指标	舞美、氛围搭建验收合格率	=	100	%	100%	10	10	

绩效指标 (90分)		活动上座率	=	100	%	100%	10	10	
	时效指标	香港推介会活动8月7日、成都世运嘉年华活动8月7日-8月11日	=	100	%	100%	10	10	
	效益指标	社会效益指标							
		香港推介活动观众及观展人次	≥	300	人次	320	10	10	
		成都世运嘉年华活动观众及群众参与人次	≥	20000	人次	210000	10	10	
	满意度指标	满意度指标							
	成本指标	经济成本指标							
		项目成本	≤	771.13	万元	685.85	10	10	
合计							100	98.9	
评价结论	倒计时一周年系列活动采取北京、香港、成都三城联动，跨地域打造多元场景，突出“一个主题、三城联动、各有侧重”，策划“运动无限 气象万千”。北京突出国家使命、官方发布，借力双奥之城影响力，将赛事与城市有机结合；香港突出“以赛为媒”产业逻辑，推介成都赛事经济和文旅产业，提升四川、成都标志性文旅品牌，促进蓉港两地文体旅消费和产业经济合作；成都突出“世运+世园”主题，造场景、聚人气，打造全民参与嘉年华运动新场景。								
存在问题	由于时间本身紧，和新增蓉港世运行、世运点亮成都、世运嘉年华活动周期延长，导致活动方案和执行过程中存在一些瑕疵，比如政府采购时间因第一次流标造成第二次开标签约执行时间紧张等。								
改进措施	1:合理规划时间2:有效做好预案；2:加大人员投入力度，保质保量完成活动策划及执行任务。								
项目负责人:	袁野			财务负责人: 王毅			李		

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）								
项目名称		51010024T000011992743-成都市市级公共文化服务专项资金——成都市应急广播系统平台常年运行维护项目经费						
主管部门		成都市广播电视台部门			实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标 1、确保2024年成都应急广播管理平台设备和系统工作正常、运行稳定； 2、省级应急广播平台下发的橙色以上级别应急预警信息通过本市级应急广播管理平台下发至市区县应急广播系统的转发率为100% 3、接入市级应急广播系统平台的市级相关职能部门的应急信息下发率为95% 4、全年精心制作专题应急科普知识和应急宣传节目的数量为音频80条，组织互动性参与性强的应急广播现场宣传活动4场； 5、市级安全生产和应急管理部门要求播发的突发紧急信息准确转发率达到100% 6、在保证本市级应急广播传统传播途径（FM调频广播、村村通大喇叭、广场扬声设备）的广泛传播外，同时强化新媒体平台渠道传播，对接重点景区重点点位视频监控，增强应急广播的实时播发效能； 7、在出现重大灾情和险情情况下，立足“成都市应急广播频率”—FM91.4（成都交通文艺广播）的调频资源，发布应急救援信息并做好对次生灾害的防范宣传。			年度目标完成情况 2024年成都市应急广播项目年度目标全部完成。应急信息的播发与转发率均符合既定要求；专题应急科普知识和应急宣传节目的制作，在保证数量的同时也确保了质量；现场宣传活动的影响力与参与度逐年递增；传统媒体和新媒体传播矩阵加速构建；多元化播发途径得到进一步拓展。			
	2. 项目实施内容及过程概述	实施内容与过程： 一、平台稳定运行保障 1. 全年运行维护：2024年，成都市应急广播系统平台的常年运行维护工作稳步推进，确保了平台设备与系统的稳定运行。 2. 预警信息转发：成功实现了省级应急广播平台橙色以上级别预警信息100%转发至市区县应急广播系统，确保重要预警信息及时传达。 二、应急信息发布 1. 市级信息下发：市级相关职能部门的应急信息下发率达到95%，保证了关键应急信息的有效传递。 2. 应急救援信息播发：在重大灾情险情中，依托FM91.4频率及时发布应急救援信息，全力做好次生灾害防范宣传，提升了应急响应效率。 三、应急科普与宣传活动 1. 科普节目制作：精心制作了80条应急科普知识音频节目，通过广播渠道广泛传播，有效提升公众应急意识。 2. 现场宣传活动：组织了4场互动性强的现场宣传活动，增强了公众参与度和应急知识普及效果。 四、新媒体与视频监控对接 1. 新媒体传播：强化新媒体平台的传播力度，扩大应急广播的覆盖面和影响力。 2. 景区视频监控对接：对接重点景区的视频监控系统，增强了应急广播的实时播发效能，提升了应急响应速度和准确性。 成果与影响： 1. 提升传播影响力：通过多渠道、多形式的应急信息发布和宣传活动，全方位提升了成都市应急广播的传播影响力与价值。 2. 增强公众应急意识：有效提高了公众对应急事件的认知和应对能力，为城市安全提供了坚实保障。 这一系列措施确保了成都市应急广播系统在2024年的高效运作，不仅提升了应急信息发布的及时性和准确性，还增强了公众的安全意识和应急处理能力。						
	预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分
	总额	0.00	217.43	217.43	100.00%	10	10	
	其中：财政资金	0.00	217.43	217.43	100.00%	/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/	

	其他资金							/	/	
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	全年策划制作和播发的应急科普知识及应急宣传信息的数量(音频)	=	80	条	80	10	10	
			与智慧文旅平台联网的应急广播+视频监控服务点位	=	260	个	260	10	10	
			维护管理并保证安全稳定运行的应急广播平台数量	=	1	套	1	10	10	
		质量指标	全年系统正常运行天数	≥	360	天	365	5	5	
			应急广播系统安全等级	=	2	级	2	5	5	
		时效指标	对应急广播系统进行维护管理并确保稳定运行的时间	=	1	年	1	10	10	
	效益指标	社会效益指标	应急广播与社区社会治理工作相互促进,取得的预期效果	定性	良		配合社区适时警示居民注意用电、用气、游泳安全,提醒预防上当受骗	10	9	宣传形式尚需更加多样和生动
		可持续影响指标	开展互动性、趣味性强的现场活动,持续进行应急科普知识的宣传	定性	提升社区应急知识储备		全年在社区开展了4场以应急知识科普为主的互动性活动,提升了应急广播的影响力	10	9	居民的参与度还有很大提升空间
	满意度指标	满意度指标	示范社区及管理部门对应急广播效能发挥的综合满意度	≥	85	%	86	10	10	
	成本指标	经济成本指标	全年应急广播系统平台运行维护费用总额	≤	219	万元	217.43	10	10	
合计								100	98	
评价结论	确保本市级应急广播管理平台设备稳定、不间断运行;实现省级应急广播信息以及接入的本市级相关职能部门应急信息经本市级应急广播管理平台下发至市辖区市县应急广播系统;依托成都市应急广播平台开展应急知识科普与宣传工作;持续提升成都市应急广播传播的影响力与价值。									
存在问题	根据《成都市文化广电旅游局关于转发将应急广播业务纳入安全播出管理相关文件的通知》,成都市应急广播平台对本系统的运行状态进行了自查自纠,发现在管理制度、安全播出意识、信息转播发方面还存在欠缺。									
改进措施	1.优化完善管理制度,特别是应急处置预案的编制和演练;2.提高安全播出思想认识,集中学习、集中培训,充分认识应急广播安全播出的重要性;3.加强信息转播发的及时性和有效性,充分理解应急信息内容、有效范围和时效性,加强值守工作中的应急信息处置效能。									
项目负责人: 蒋海勇					财务负责人: 王馨					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010023T000009303398-闭幕式导演团队方案策划和运行服务经费								
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位 (盖章)成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标									
	1. 项目年度目标完成情况	闭幕式选址成都露天音乐公园，主题为“梦想·点亮未来”，总时长约60分钟左右，包括仪式和文艺表演两大部分。群演及仪式人员约550人左右。整体呈现以运动员为中心、以大学生为主体、以科技为先导，用音乐这一世界性语言打造一场青春嘉年华。将全球应用范围最广、普及率最高的“手机”与最具实效性和互动感的“直播”作为呈现载体，营造大运圣火“永不熄灭”的共情情境。						对照年度目标，说明相关任务目标的完成情况（100字以内）		
		成都大运会闭幕式于2023年8月8日在成都露天音乐公园圆满举办，由闭幕式场馆运行中心及闭幕式导演团队携手完成。整体工作计划将分为五个阶段有序推进，第一阶段即深化阶段：2023年2月至5月，根据最新修改意见优化方案并报批，确定舞台施工方案、启动音乐、视觉、服化道及高科技元素的制作工作。3月至4月，启动高校演职类志愿者的选拔及确认工作。第二阶段即排练阶段：5月至6月，开展分场排练（北京、成都、绵阳、河南四地同时启动）。第三阶段即实施阶段：6月至7月，舞美设施设备进场搭建、舞台技术交台验收；成都场外合成排练。第四阶段即冲刺阶段：7月至8月，现场合成联排、带装彩排并完成修改调整。（彩排期间，相关领导到场审看）8月6日，闭幕式总预演（全元素终审、30%焰火燃放）、录制备播。第五阶段即演出阶段：8月8日：闭幕式正式演出。最后进行场地恢复。								
2. 项目实施内容及过程概述										
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	65.16	402.74	402.74		100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）。2. 年中未完成原因分析。	
	其中：财政资金	65.16	402.74	402.74		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	
	产出指标	数量指标	大运会闭幕式演职人员数量	≥	600	人数	1134	20	20	专业演职人员334人；演职志愿者800人。
		质量指标	方案舞台效果呈现经专家评估	定性	达到国际赛事闭幕标准		达到国际赛事闭幕标准	10	10	
		时效指标	完成模拟仿真演练、完成正式演出	定性	2023年7-8月		2023年7-8月	10	10	
		时效指标	导演组执行方案的确定	定性	2023年3-5月		2023年2-5月	10	8	增加一个月的报审方案时长
	效益指标	社会效益指标	国际国内媒体宣传报道	定性	100	家	100	10	10	
		生态效益指标	在遵循“简约、安全、精彩”理念的同时，落实“绿色、节俭、必须”的要求，完成一场绿色生态的演出。	定性	1	场	1	10	10	
		满意度指标	服务对象满意度指标	市民满意	≥	95	%	95	10	10
	成本指标	经济成本指标	项目执行成本	≤	6530	万元	402.74	5	5	总指标额度6530万元，在2023年度已完成指标6127.26万元。
	合计							100	98	
评价结论	通过多次磨合及汇报，策划完成了一场效果惊艳、舞台设计新颖、传统文化和现代科技融合的完美闭幕式，表达了“人类命运共同体”的鲜明主题，也留下了值得纪念的大运遗产。									
存在问题	由于比赛日程紧凑以及物流等多方面问题，包括交通安排、安全保障等综合因素，许多代表团在比赛结束后需要迅速返回本国，导致闭幕式现场缺少了部分地方参赛选手的身影，一定程度上影响了闭幕式现场各国运动员欢聚告别的氛围。									
改进措施	应尽量优化行程安排，并提供更多针对大运会的便利措施。									
项目负责人：	殷勤				财务负责人：王瑛					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010025T000012110609“蓉城英才计划”哲学社会科学与文化艺术领军人才彭辉								
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况		已完成纪录片《凉山大学》后期制作，如照片动画制作、特效、调色、音频后期处理、字幕制作与校对、后期合成；已完成纪录片《我的行囊》前期拍摄，对片中的人物、家乡、工作、生活环境进行了跟踪式记录。							
	2. 项目实施内容及过程概述		纪录片《凉山大学》后期制作，已和后期制作公司合作完成，如照片动画制作、特效、调色、音频后期处理、字幕制作与校对、后期合成；纪录片《我的行囊》前期拍摄，已和影视公司合作完成，对片中的人物、家乡、工作、生活环境进行了跟踪式记录。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因
	总额	0.00	12.00	11.90		99.17%		10	10	
	其中：财政资金	0.00	12.00	11.90		99.17%		/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	其他资金							/	/	
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	完成《凉山大学》《我的行囊》《平衡2》三部纪录片的部分工作	>	3	个	3	20	20	
		质量指标	《凉山大学》《我的行囊》《平衡2》三部纪录片自采自编率	=	100	%	95	20	19	因技术原因进度拖延，已催促完成
		时效指标	完成三部纪录片部分人物跟拍工作	=	1	年	1年	10	10	
	效益指标	社会效益指标	三部纪录片知晓度	≥	40	人次	95	20	19	技术上的不可控等因素，已改善
		可持续影响指标	三部纪录片为公益性项目，在拍摄及后续工作中持续发挥公益影响力	≥	3	年	大型纪录片《凉山大学》《我的行囊》和《平衡2》三个预算项目在实际过程中在技术支持、艺术架构、声画质量等方面达到了项目主要标准	10	10	
	满意度指标	满意度指标	观看人员满意度	≥	70	%	100	5	5	
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	=	12	万元	11.90	5	5	采购结余1000元，已退回财政
	合计								100	98
评价结论		大型纪录片《凉山大学》《我的行囊》和《平衡2》三个预算项目在实际过程中，能够严格按照预算要求，在技术支持、艺术架构、声画质量等方面达到了项目主要标准，为项目的顺利完成奠定了影像基础。大型纪录片《凉山大学》《我的行囊》和《平衡2》三个预算项目在实际过程中，能够严格按照预算要求，在技术支持、艺术架构、声画质量等方面达到了项目主要标准，为项目的顺利完成奠定了影像基础。								
存在问题		因技术原因进度拖延，已催促完成。								
改进措施		因在项目实施规划上未充分考虑技术上的不可控等因素，致使项目整体进度有所拖延，经催促、整改，调整了人力，增加了设备，目前已按照项目要求的标准基本完成。								
项目负责人：						财务负责人：王馨				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）									
项目名称		51010022T000000432931-“幸福美好生活十大工程”系列牵引性宣传发动活动经费							
主管部门		成都市广播电视台部门		实施单位 (盖章)		成都市广播电视台			
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标			年度目标完成情况				
		2024年春暖花开 相约成都——成都首届蓉漂相约故事荟组织活动2场，活动宣传产品不少于10条，活动参与人数不少于500人；“唱响成都 幸福快闪”活动直接参与人数不少于100人，生产MTV一支；“幸福歌会”海选加总决赛一共10场、直接参与现场人数不少于1500人、邀请优秀表演嘉宾不少于5位。三大活动全部在2024年内完成，举办活动天数共计19天，网络直播共3场预计收看人次不低于10万人，参与重大牵引项目报道的重点媒体不少于10家，有利于形成良好的舆论氛围助力十大工程实施。项目总成本不高于537.4万元。			2024年春暖花开 相约成都——成都首届蓉漂相约故事荟组织活动2场，活动宣传产品不少于10条，活动参与人数超过600人；“唱响成都 幸福快闪”活动生产MTV一支，总播放量超15万；“幸福歌会”海选加总决赛一共10场、直接参与现场人数超过1600人，邀请优秀表演嘉宾8位。三大活动全部在2024年内完成，举办活动天数共计16天，网络直播共3场预计收看人次15万人+，参与重大牵引项目报道的重点媒体18家，形成了良好的舆论氛围助力十大工程实施。项目总成本为507.01万元，紧扣调整后预算，较为科学。				
	2. 项目实施内容及过程概述	第一场蓉漂故事荟以“幸福成都·蓉幸有你”人民建议专项征集为主题，围绕蓉漂群体发布了12项议题，收集的建议将在后期形成相应的解决方案，推动优秀建议及时转化为决策、政策、措施，真正做到集民智、汇民力，着力解决群众关心的事。现场参与人数超过300人。现场举行直播，收看人数过三万。 第二场蓉漂故事荟以“微光成炬·幸福成都”首批“微网实格”治理关爱激励礼遇发布为主题，中共成都市委社会工作部等5部门发布了首批“微网实格”治理关爱激励礼遇措施，让网格员、微网格员、“两企三新”群体等为代表的基层工作者感受成都温度，切实增强获得感幸福感荣誉感。现场参与人数超过300人。现场举行直播，收看人数超两万。 2024幸福歌会采用音乐大篷车进社区+年度汇演的方式，通过9场社区消夏歌会选拔出优秀市民代表，与特邀嘉宾一起在11月底共同呈现一场精彩纷呈的幸福歌会年度汇演晚会。其中九场社区歌会每场参与观众场均100人+；年度汇演观众500人+，特邀表演嘉宾共计9组，网络直播观看人数5万+，重点媒体报道5家+，新媒体宣发10篇+。 《全城热“炼”》幸福快闪视频聚焦高质量发展，充分展现“科技创新”赋能助力城市发展。拍摄以4位市民代表作为线索，通过“新质生产力”和“新运动场景”，串联东安湖、成都科幻馆、川大、麓湖、秦皇湖等标志性场景，表达新兴运动和社区运动场景的丰富多元，助推幸福美好生活，全片汇聚150+人参与，反映不同年龄不同身份的市民，通过运动带来的幸福感。宣发联动8家省市级新媒体，多渠道传播，总播放量超15万+，点赞转发超3000次，宣传成效显著。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	537.40	507.01	507.01	100.00%	10	10	4月通知我方项目总资金变527.4万，故我方在执行时压缩了成本。政府采购指标总共结余10.61万元。资金指标结余4.39万元，共计结余15万元。	
	其中：财政资金	537.40	507.01	507.01	100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/		
	其他资金					/	/		

	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
绩效指标 (90分)	产出指标	数量指标	举办活动天数	≥	19	天	16	10	8.4	策划较好，幸福快闪减少了摄制时间
			内容产品	≥	12	篇	18	5	5	
			举办活动场次	≥	13	场	13	10	10	
			观众人次	≥	1600	人次	2000	10	10	
		质量指标	特别嘉宾人数	≥	6	人/次	9	5	5	
			项目按时完成	≤	1	年	1	10	10	
	效益指标	可持续影响指标	网络直播场次	≥	3	场次	3	10	10	
			重点媒体参与报道	≥	10	家	18	5	10	
			网络直播观看人数	≥	10	万次	15	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度	≥	95	%	98	10	10		
	成本指标	经济成本指标	项目总成本	≤	537.4	万	507.1	5	5	
	合计								100	98.4
评价结论	今年三大牵引性活动重点围绕社工部年度工作重点，聚焦精准，策划生动，执行效果较好。活动前期汇报及时，活动后期宣传效果明显，圆满完成项目年初要求。									
存在问题	三大项目活动时间分布集中，主要活动均集中于下半年，在全年周期分布上可以更加优化。									
改进措施	计划调整2025年三个项目时间分布，将幸福歌会中在上半年及十月前完成，幸福快闪时间提前，蓉漂故事会两场尽量上半年一场，下半年一场。									
项目负责人：袁野 敬文				财务负责人：王静 子静						



部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010022T000000428300-“幸福美好生活频道”新型主流媒体聚合体平台全年运行维护经费								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况		项目年度目标				年度目标完成情况				
	1. 项目年度目标完成情况	2024年度，将继续打造《幸福188》《幸福观察》《法治成都》《幸福社区》《成都请回答》、《食不可挡》《纪录时间》七大品牌栏目及新媒体矩阵帐号不少于五个，通过新闻资讯、评论报道、专栏杂志、真人秀、精品剧目等节目形式，全年生产5000条以上媒体产品，130场直播，全面聚焦幸福美好生活十大工程，针对不同受众群体，全方位多视角解读十大工程落地落实情况，覆盖700万观众，影响一千万以上用户。年度十万加以上传播产品不少于二十个，全年宣传活动不少于四次。舆情处置率达到100%。用户满意度达到85%以上。				2024年度，成功运营《幸福188》《幸福观察》《法治成都》《幸福社区》《成都请回答》《食不可挡》《纪录时间》七大品牌栏目及“幸福成都”“幸福社区”“燃体验”“食不可挡”“法治成都”等新媒体矩阵帐号，全年生产5000条以上媒体产品，直播达到200场以上，2024年全年共推出《16连冠！成都获评“最具幸福感城市”》《地铁27号线今日试乘，本月内有望开通！》《成都三环路公交车专用道调整，公休日和法定节假日社会车辆可行驶》《成都市低空载人出行来了，今天开始验证飞行》等10万+爆款短视频200余条。舆情处置率达到100%。覆盖观众超过700万。年度十万加爆款200多条。用户满意度达到95%。				
	2. 项目实施内容及过程概述	2024年幸福美好生活频道紧扣全年目标任务，以“移动优先、去栏目化、多屏推送、多元交互”的融媒体思路，聚焦成都高质量发展、高品质生活，创新推出“幸福成都”融媒体直播带，全力打造精品爆款传播内容，进一步优化传播渠道和推广活动，持续强化“幸福成都”IP，深入解读中央省市中心工作。春节期间，推出的以慰问基层普通劳动者、展现成都温暖为主题的短视频《“蓉城奉献者”火锅宴开烫！“菜市里的成都年夜饭”有情有味》获得市委主要领导点赞；围绕我市元宵节主题活动推出的融媒体专题报道《燃体验！在成都父子大道和13万人一起闹元宵》获得市委主要领导点赞；围绕我市老旧小区更新改造推出的短视频《惠民成都！让老旧院落的“边角余料”变身“金角银边”》获得市委主要领导点赞；围绕成都蓉城足球队主场公益看台推出的短视频《燃体验！我的爸爸是卡车司机》获得省市领导点赞表扬。年度内地面推广活动“幸福成都·蓉幸有你”人民建议专项征集评选颁奖、首届金芙蓉奖文艺作品展览、纪检专项主题展览等，主题鲜明								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	895.57	885.37	885.37		100.00%	10	10		
	其中：财政资金	895.57	885.37	885.37		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	打造品牌栏目	=	7	个（套）	7	5	5	
			开设“幸福成都”新媒体账号	≥	5	个/套	5	5	5	
			发布宣传稿件数量	≥	5000	个	5000	10	10	
			举办推广活动数量	≥	4	场次	3	5	3	宣传推广三次
			直播场次	≥	130	场	200	5	5	
		质量指标	覆盖观众指标	≥	700	万人次	700	5	5	

	时效指标	舆情及时处置率	=	100	%	100	5	5	
效益指标	社会效益指标	打造全网阅读量10w+爆款产品	≥	20	篇	200	15	15	
		整体传播流量	≥	1	亿人次		5		
满意度指标	服务对象满意度指标	用户满意度	≥	85	%	95	10	10	
成本指标	经济成本指标	项目成本总额	≤	895.57	万	885.37	20	20	
合计							100	98	
评价结论	幸福频道融媒体矩阵在2024年度内充分发挥新媒体跨地域传播优势，将成都市幸福美好生活十大工程成果以新闻、专题、直播、MTV等形式进行全方位、多角度的宣传展示，有力地提升了城市形象，在爆款产品生产上取得了明显的进步，全年十万加爆款多达200多条，省市领导点赞作品数量也较去年更多。								
存在问题	年度内地面推广活动执行场次不够，需要加强策划								
改进措施	改进传播方式，减少地面推广活动，将此部分预算改为其它更有到达率的宣传方式，比如户外大屏推广。在宣传产品中结合不同媒介的特质，多生产有传播力、影响力的作品								
项目负责人：袁野 敬文			财务负责人：王静 于静						



部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010023T000008385043-百姓故事会活动经费								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标					年度目标完成情况				
	2024《百姓故事会》将继续通过对成都市23个区（市）县征集选树、展演推广具有群众性、代表性的文艺作品，通过精品故事展演、原创剧本打造及制作具有温度的公益短片，引导市民群众不断筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵，为奋进新征程凝心聚力，助力成都建设践行新发展理念的公园城市示范区，为攻坚克难、干事创业的实际成效，在贯彻新发展理念、构建新发展格局中贡献自己的力量。					该项目2024年通过“线上”短视频拍摄制作挖掘典型人物、感人故事，营造品牌度和传播力；“线下”广泛发动区（市）县推荐艺术作品，依托不同点位PK赛汇聚人气、甄选优秀；着重策划开展汇演活动，通过故事展现全市各行业各领域拼经济搞建设的奋斗之美，融入“蓉耀青年”“纸鸢书院”等项目沉淀内容，创新形式综述总结百姓故事会全年工作。				
	2. 项目实施内容及过程概述					该项目完成“雪山下的故事会 烟火里的人间情”宣传视频创作、“蓉城故事 生活之美”百姓故事会PK赛及“行奋进路 讲百姓事”活动。线上线下同时发力，引导市民群众不断筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵，为奋进新征程凝心聚力。				
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	102.60	97.60	97.60		100.00%	10	10		
	其中：财政资金	102.60	97.60	97.60		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	编印宣传材料数量	≥	100	册	100	4	4	
			官方网站更新消息数量	≥	50	条	50	5	5	
			公众号发布消息数量	≥	50	条	50	5	5	
			出版书籍（报刊、杂志）数量	≥	20	册/期	20	4	4	
		质量指标	举办宣传活动次数	≥	15	次	15	20	20	
			舆情及时处置率	≥	20	%	20	10	10	
		时效指标	信息发布及时率	≥	100	%	98	2	1.96	因部分重点工作审核周期较长，一定程度影响发布及时性
			效益指标	社会效益指标	宣贯政策知晓率	≥	100	%	100	5
	官方网站点击量增长率	≥			70	%	70	5	5	
	主流媒体报道次数	≥			20	次	20	5	5	
	公众号订阅人数增长率	≥			75	%	75	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度	≥	10	万	10	5	5		
	成本指标	经济成本指标	项目成本	≤	108	万	97.6	15	15	
	合计							100	99.96	
评价结论		项目自评总分99.96分，对成都市23个区（市）县征集选树、展演推广具有群众性、代表性的文艺作品，通过精品故事展演、原创剧本打造及制作具有温度的公益短片，引导市民群众不断筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵，为奋进新征程凝心聚力。								
存在问题		绩效指标中产出指标的时效指标的质量待提升。								
改进措施		加强对绩效目标的认识和管理，提升可持续影响，树立以绩效目标为导向的体系化意识。								
分管台领导		项目负责人		财务负责人						

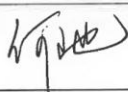
部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000010414124-中国美好生活城市发布盛典系列活动经费								
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)	成都市广播电视台		
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标					年度目标完成情况			
		2024年，本项目不仅延续往年“中国美好生活城市发布盛典”晚会（暂定名）、“中国美好生活城市论坛”（暂定名）、城市欢迎晚宴等传统子活动，同时在此基础上再提升、再创新，创意新增幸福美好生活线下体验活动、“到成都街头走一走”融媒体直播等活动。有效促进“幸福美好生活十大工程”建设，借助总台和全国媒体宣传，充分展示“公园城市示范区”良好形象。					2024年，本项目全面完成各项预定绩效指标，在部分指标上超额完成，如参与发布盛典活动的城市数量为原定目标的150%，在往年项目活动的基础上，充分利用了央视平台资源，创新性开展美好生活集市等活动，并进行新媒体直播，进一步宣传了成都“公园城市示范区”的良好形象，展示了成都“幸福美好生活十大工程”建设成就。			
	2. 项目实施内容及过程概述	按照央视总台要求，该项目于2024年5月21日—22日在成都举行，活动期间，分别举办《美好生活之夜》“大调查”数据发布活动，重点发布《美好生活指数城市报告》；以“城市让生活更美好”为主题，录制CCTV—2《对话》节目；在《美好生活之夜》“大调查”数据发布活动前，举办会前餐叙活动。同时在往年活动基础上进一步提升创新，创意新增“美好生活好物集”活动、“到成都街头走一走”参访体验活动、“遇见美好”大型融媒体直播等活动，通过公园城市新场景市集、城市参观调研、融媒体直播的形式，邀请与会嘉宾与成都市领导一同参与感受成都幸福美好生活场景，生动呈现百姓幸福美好生活的方方面面，立体展示成都践行中国式现代化的万千气象。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	638.00	628.20	628.20		100.00%	10	10		
	其中：财政资金	638.00	628.20	628.20		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	举办中国美好生活城市论坛	=	1	次	1	10	10	
			总台播出相关专题节目	=	1	个（套）	1	5	5	
			举办“发布盛典”晚会	=	1	次	1	10	10	
			参与“发布盛典”城市数量	≥	10	个	15	10	10	
			举办美好生活体验线下活动	=	1	次	1	10	10	
			成都发放调查问卷数量	≥	0.1	万份	0.1	5	5	
	质量指标	“发布盛典”晚会演出上座率	≥	90	%	100	5	5		

	时效指标	活动完成时效	≤	12	月	8	5	5	
效益指标	社会效益指标	相关报道点击量	≥	1000	万人次	1000	5	4	虽然相关报道的点击量全面完成1000万人次的指标，但报道的角度及形式不够新颖，点击量没有突破
		成都公园城市示范区建设相关报道	≥	3	次/年	3	5	5	
		成都入选十大大美之城榜单	定性	前10	个（套）	前10	10	10	
	可持续发展指标	举办中国美好生活城市调查相关活动	≥	2	年	2	5	5	
	成本指标	经济成本指标	≤	638	万元	628.20	5	5	
合计							100	99	
评价结论	项目自评总分99分，项目实施已全部完成，项目预期绩效目标全部完成，通过活动进一步展现了成都幸福美好生活场景，生动呈现百姓幸福美好生活的方方面面，立体展示了成都践行中国式现代化的万千气象。								
存在问题	无问题。								
改进措施	下一步我将进一步完善工作流程，并持续与央视保持良好沟通。								
项目负责人：	王静				财务负责人：	王静			

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000012026254-成都市市级公共文化服务专项资金——“成都音像资料馆”数据服务平台建设项目经费								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标				年度目标完成情况				
		本项目建设完成后，“成都音像资料馆”专栏可面向互联网对成都市历史音像资料收集、整理、抢救和数字化归档，以及利用“智能媒资系统”完成内容编目、AI标签化的工作流程和工作成果进行展示。为今后保护成都珍贵历史影像资料，确保重要信息及敏感信息不被泄露、遗失和损坏提供支持。2024年完成不少于1000小时的历史音像资料收集、整理，并将其中部分精品音像资料通过“成都音像资料馆”专栏页面在互联网上进行展示。				已在“看度新闻网”（www.cdity.cn）上开设了“成都音像资料馆”专栏。该专栏用于展示成都历史影像资料视频内容和进行内容维护。利用我台现有的历史影像资料素材，策划、制作了系列短视频《爷爷的时光机》（共20集），并在“成都音像资料馆”专栏及新媒体平台（微信视频号、抖音等）同步发布。完成MII、SP等历史影像磁带数字化抢救1000余小时，智能媒资系统新增录入我市党政等重要人物人脸信息共计521条。				
	2. 项目实施内容及过程概述	2024年“成都音像资料馆”数据服务平台建设项目，依托成都市广播电视台现有的“智能媒资系统”，启动“成都音像资料馆”历史音像资料管理及业务展示平台建设工作。2024年下半年，在成都台官网“看度新闻网”上开辟“成都音像资料馆”专栏。利用成都市广播电视台现有的历史影像资料素材，策划、制作了系列短视频《爷爷的时光机》（共20集），并在“成都音像资料馆”专栏及新媒体平台（微信视频号、抖音等）同步发布。对我台现存的MII、SP等历史影像资料磁带进行了抢救性数字化工作，共抢救并整理出约1000小时以上上世纪90年代，反应成都文化、历史风貌的历史影像资料，下一步将继续对内容进行发掘。并将成都市历史音像资料收集、整理、抢救和数字化归档工作流程及工作成效进行展示。项目还借助“智能媒资系统”对历史音像资料进行编目、AI标签化和智能检索，本次项目实施过程中，在系统中追加了近年来521个重要人物的人脸库信息，并补充到“智能媒资系统”人脸识别系统中。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	49.08	49.08		100.00%	10	10		
	其中：财政资金	0.00	49.08	49.08		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	数量指标	在成都台智慧媒资系统人物库中新增人物资料特征信息	≥	500	条	521	10	10		
		关于“成都音像资料馆”的视频制作条数	≥	20	条	20	10	10		
	质量指标	智慧媒资系统人物库识别率	≥	99	%	99	10	10		
		网站专栏页面网络故障率	≤	10	%	10	10	10		
	时效指标	项目完成时间	=	1	年	1	10	10		

绩效指标 (90分)	社会效益指标	“成都音像资料馆”线上专栏访问量	≥	5	万次	8.38	10	10	
		促进成都市音像资料管理数字化、智能化	定性	启动“成都音像资料馆”业务及成果展示平台建设工作。		已启动项目建设	10	10	
		可持续影响指标							
	效益指标	内容覆盖人群	≥	5	万次	2	5	2	20集短视频内容制作周期超出预期，截止目前，仅发布约1个月时间，专栏将一直保留发布视频内容。随着时间推移覆盖人群将继续增加，预计于2025年一季度达到内容覆盖人群5万人次。
	满意度指标	经济成本指标	社会群众满意度	≥	85	%	85	5	5
	成本指标	项目总成本	≤	50	万元	49.08	10	10	
合计							100	97	
评价结论	2024年“成都音像资料馆”数据服务平台建设项目已执行完毕，项目实施情况总体良好，已基本完成资金使用绩效目标：在成都台官网“看度新闻网”上开辟“成都音像资料馆”专栏，网页故障率低于10%，截止目前统计，专栏访问量超过8.3897万人次。制作系列历史影像资料短视频《爷爷的时光机》20条，并已在专栏上进行投放。在成都台智慧媒资系统人物库中新增了不少于521条人物特征信息资料，人物库识别率大于等于99%，资金使用49.078196万元。								
存在问题	尚需继续完善对历史资料内容的编目和整理，由于历史影像资料数据量极其庞大，目前智能媒资系统在查询和检索资料方面效率较低，影响了对历史影像资料的发掘和利用。需要对系统的人工智能算力进行扩充，对算法进行优化。								
改进措施	今后将继续对成都历史影像资料进行规范化、数字化的管理和抢救，积极探索利用人工智能技术进行图像分析和数据提取。提高历史影像资料的使用效率，扩大成都历史文化的影响力。								
项目负责人：	曹敏				财务负责人：	王静			

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010023T000008385222-《时尚成都》栏目及配套活动经费								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标				年度目标完成情况				
		《时尚成都》整体目标：1. 巩固丰富节目内容制作。2. 进一步拓宽节目传播渠道，构建针对性强、传播力大、覆盖面广的融媒体传播矩阵，紧密连接中央广播电视总台、新华社、人民日报、四川卫视、四川日报、四川观察以及时尚芭莎、微信视频号、抖音视频、腾讯视频等国家、省、市媒体20家以上，形成节目“二次传播”的有效渠道。3. 搭建有造线上展销平台。2024年《时尚成都》预估整体绩效目标：1. 全年策划组织48期《时尚成都》电视节目；2. 全年策划组织三场“时尚成都大型论坛”，以线下活动对话区县市县重点产业；3. 全年策划组织三场“时尚类大型盛典”或“时尚走秀类线下活动”；4. 全年策划组织2场大型线上直播售卖活动。				2024年《时尚成都》整体目标已全部达成：1. 已策划制作48期《时尚成都》电视节目并完成播出；2. 已策划组织三场“时尚成都大型论坛”；3. 已策划组织三场“时尚类大型盛典”活动；4. 已策划组织完成两场大型线上直播售卖活动。				
	2. 项目实施内容及过程概述	《时尚成都》项目实施内容和过程主要是：（一）电视节目：2024年1月1日至12月31日，制作播出48期《时尚成都》节目，每周在CDTV5播出，节目成片时长14:40分钟。（二）新媒体节目：2024年，制作推出短视频180期左右，并在成都市广播电视台新媒体矩阵发布，总共展示成都时尚消费类企业的300个产品，后台留言有效浏览量超过100万。（三）重大活动：本年度围绕成都时尚消费品产业发展，根据行业发展概况，分阶段举办了“成都时尚生活馆推介”“成都消费精品推介”“成都时尚沙龙”“蜀锦创新传承”等线下活动6场，邀请了20余名行业名人和企业代表参与制作节目，推介了成都20多个品牌。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因
	总额	171.00	168.24	168.24		100.00%		10	10	
	其中：财政资金	171.00	168.24	168.24		100.00%		/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	其他资金							/	/	
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	时尚成都大型论坛	=	3	场	3	5	5	
			精品短视频	=	200	个	200	10	10	
			《时尚成都》节目数量	=	48	期	48	10	10	
			时尚类大型盛典”或“时尚走秀类线下活动	=	3	场	3	10	10	
		质量指标	《时尚成都》节目质量	定性	满足节目播出标准		达到节目播出标准	10	10	
	效益指标	时效指标	项目完成时间	≤	12	月	12	5	5	
		经济效益指标	线上直播售卖活动	=	2	场	2	10	10	
		社会效益指标	媒体传播平台	≥	20	个	20	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	所有活动可查询触达人数	=	1000	万人次	100	10	10	
			受益对象满意度	≥	95	%	95	5	4	达到基础标准，还有进步空间
	成本指标	经济成本指标	成本控制	≤	171	万元	168.24	5	5	
合计								100	99	

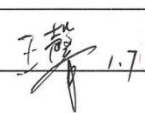
评价结论	2024年,《时尚成都》聚焦成都时尚消费品产品的设计生产和产品,在专题节目中直接展示近百家时尚消费品企业和设计机构,访谈80多位来自高校、服饰、鞋类、家居、非遗等行业的企业负责人、专家、学者、时尚从业人员及时尚消费者,通过电视端和新媒体短推广成都时尚消费品品牌,同时通过策划参与线下大型活动,为成都时尚消费品行业搭建平台,加强企业交流与合作,助力成都时尚消费品产业高质量发展。	
存在问题	2024年,《时尚成都》在执行过程中,对企业交流和合作的推进效果还需提高,参与成都时尚消费品产业发展的力度还需加强。	
改进措施	2025年,《时尚成都》将听取相关部门机构和企业对成都时尚消费品产业发展的要求,更加深入地参与到行业发展中去,与企业、高校、相关社会机构加强对话,扩大节目和活动的影响力,展示更多的成都消费精品,更有效地助力成都时尚消费品产业的发展。	
项目负责人:		财务负责人:  

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010023T000007821257-成都市市级公共文化服务专项资金—《古韵新声之文润天府》成都专辑项目									
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位（盖章）		成都市广播电视台			
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况								
	1. 项目年度目标完成情况		制作一期相关天府文化的精品文艺节目，其中原创天府文化相关文艺节目数量不少于6个，电视及新媒体触达人次不少于1亿人次，并在中央广播电视总台综合频道晚间黄金时段播出。 央视主持人依次走进成都博物馆、双流黄龙溪古镇、崇州元通古镇、街子古镇和蜀画池博物馆等地，用当下年轻人喜爱的“城市漫游+文艺表演”的创新形式展现春节风情，展现活力满满、热气腾腾的中国。观众惊喜地发现，那些熟悉的“成都元素”贯穿整个节目，掩不住的年味从屏幕中溢出，通过原创的天府文化节目，创新性展现了天府文化的独特魅力。项目已经全面完成各项绩效指标								
	2. 项目实施内容及过程概述		在项目实施过程中，与央视团队充分合作，将预定绩效目标融入执行方案，并严格或超额完成各项绩效目标，项目取得了预期的传播效果，在央视一套黄金时间播出，创新性传播了天府文化独特魅力。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因	
	总额	817.58	815.38	815.38		100.00%		10	10		
	其中：财政资金	817.58	815.38	815.38		100.00%		/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/		
	其他资金							/	/		
产出指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	数量指标	参与节目录制或指导的文化嘉宾	成都本土文艺团队参与演出	≥	6	人	8	5	5		
			产出精品文艺节目	≥	3	个	3	5	5		
			原创天府文化相关文艺节目	=	1	期	1	5	5		
			成都拥有相关文艺节目版权	≥	6	个	6	5	5		
			参与节目制作的文化嘉宾（邀请曾公开出版过天府文化相关著作的专家或国家一级博物馆负责人参与）	≥	6	个	6	5	5		
		质量指标	节目播出时段（20:00-23:00）	定性	高		2024年2月7日20:00	5	5		
			文艺创作指导专家（国家级院团指导）	≥	2	人	2	5	5		
			宣传节目的中央级媒体平台（大屏及新媒体）	≥	3	个	3	6	6		

绩效指标 (90分)		节目播出画质（符合央视1套高清频道播出标准）	定性	分辨率不低于1920*1080		分辨率1920*1080	5	5		
	时效指标	项目完成时间	定性	2024年5月31日前		2024年5月31日	5	4	由于央视编排邓问题导致最后完成时间为项目时效指标最后时间，虽然已经完成但是未能提前完成。	
	效益指标	社会效益指标	全国电视观众认可度：节目全国收视率	≥	0.7	%	0.7	2	2	
			提升天府文化知名度：节目中天府文化相关元素展现	≥	10	个	10	5	5	
			展现成都城市面貌：成都植入文化场景数量	≥	3	个	3	5	5	
			节目出触达人次：节目全网累计点击率	≥	1	亿人次	1	4	4	
		可持续发展指标	持续排演相关节目的成都本土文艺团体	≥	3	个	3	5	5	
			相关文艺节目可公开展演	≥	2	年	2	2	2	
		满意度指标	满意度指标	受众满意度	≥	95	%	95	5	5
	成本指标	经济成本指标	经济成本控制	≤	817.58	万元	815.38	6	6	
	合计							100	99	
评价结论	节目以广大观众喜闻乐见的“中国年味”为主题，将年轻人热衷的城市漫游（City Walk）与形式多样的文艺表演创新结合起来，通过传统文化、文物古籍与现代元素的和谐相融，不断开辟传统风俗在当下生活中的新生空间，经由艺术化的处理手段为观众全景化展现成都独特的年俗文化与春节风情。全面完成各项绩效指标。									
存在问题	加强与央视沟通，力争在节目由更多创新点									
改进措施	针对项目自评中发现的问题，提出下一步改进完善的意见及有关政策性建议。（200字以内）									
项目负责人：			财务负责人：							

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）								
项目名称		51010024T000011983029-成都市市级公共文化服务专项资金—探源蜀道历史文明大型人文纪录片《蜀道通途》项目经费						
主管部门		成都市广播电视台部门			实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标				年度目标完成情况			
	2024年6月至2024年12月，组织一次“探源蜀道文化”的专家论证会，对蜀道成都段的空间范围、交通与文化、蜀道地带生态环境、社会地理、蜀道文学地理等进行探究，追溯蜀道与中华文明的根脉关联，挖掘蜀道精神在后世的传承； 2024年6月至9月，组织一场蜀道成都段的调研，形成一个5000字以上的“成都蜀道文化的保护与传承”调研报告。 2024年10月至12月，通过纪录实地调研、专家讲述、情景演绎等形式，运用三维和动画制作，将复杂、抽象的蜀道布局和历史延展、用集中、简化、形象、生动的形式表现出来，制作完成一个5分钟以上的“天府蜀道新观察”调研视频； (一)组织一次“探源蜀道文化”的专家论证会 (二)组织一场蜀道成都段的调研，形成一个5000字以上的“成都蜀道文化的保护与传承”调研报告 (三)制作完成一个5分钟以上的“天府蜀道新观察”调研视频				完成所有年度目标任务（100字以内）： (一)一次“探源蜀道文化”的专家论证会 (二)一场蜀道成都段的调研，形成一个5000字以上的“成都蜀道文化的保护与传承”调研报告 (三)制作完成5分钟以上的“天府蜀道新观察”调研视频			
	2. 项目实施内容及过程概述				(一)组织一次“探源蜀道文化”的专家论证会 1、筹备阶段：邀请历史学、地理学、文化学、生态学等领域的专家学者，以及地方政府代表、文化机构负责人等，共同组建专家论证会组委会。明确会议议程，包括蜀道成都段的空间范围界定、交通与文化的互动关系、蜀道地带的生态环境分析、社会地理特征探讨、蜀道文学地理研究等议题。 2、会议实施：采用线上线下相结合的方式，组织专家进行专题报告与深入讨论。通过PPT展示、文献分析、现场问答等形式，全面探讨蜀道文化的多维度特征，特别是其与中华文明根脉的关联，以及蜀道精神在后世的传承路径。 3、成果总结：会议结束后，整理专家意见与建议，形成会议纪要，为后续调研与视频制作提供理论支撑。 (二)组织一场蜀道成都段的调研，形成调研报告 1、调研设计：制定详细的调研计划，明确调研范围、方法、数据收集与分析框架。组建调研团队，包括历史学者、地理学家、社会学家及摄影师等，确保调研的全面性和专业性。 2、实地调研：深入蜀道成都段进行现场考察，记录蜀道现状、沿线自然景观、人文遗迹、民俗风情等。同时，通过访谈当地居民、文化工作者等，收集口述历史与文化故事。 3、报告撰写：基于调研数据与分析，撰写一份不少于5000字的“成都蜀道文化的保护与传承”调研报告。报告内容涵盖蜀道的历史沿革、文化特色、生态现状、保护挑战与传承策略等方面。 (三)制作“天府蜀道新观察”调研视频 1、素材准备：整合调研过程中的影像资料、专家访谈录像、实地拍摄画面等，选取最具代表性和感染力的素材。 2、创意策划：结合三维建模、动画制作技术，设计视频叙事结构，将蜀道的复杂布局、历史演变以直观、生动的方式呈现。同时，融入专家讲述、情景演绎等元素，增强视频的观赏性和教育性。 3、视频制作：运用专业视频编辑软件，进行素材剪辑、配音配乐、特效处理等，确保视频内容连贯、画面精美、信息准确。最终制作完成一个时长超过5分钟的“天府蜀道新观察”调研视频，既展现蜀道文化的深厚底蕴，又反映其现代价值与创新传承。			
预算执行	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因
	总额	0.00	20.00	18.79	93.97%	10	9	

情况 (10分)	其中：财政资金	0.00	20.00	18.79			93.97%	/	/	
	财政专户管理	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/	
	其他资金							/	/	
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	“成都蜀道文化的保护与传承”调研报告	=	1	个	1	5	5	
			“天府蜀道新观察”调研视频	=	1	个	1	5	5	
			“探源蜀道文化”的专家论证会	=	1	次	1	10	10	
		质量指标	“天府蜀道新观察”调研高清视频时长不少于5分钟，分辨率达到播出标准	定性	1080*1920		1080*1920	10	10	
		时效指标	项目完成时间	≤	1	年	1.1	10	8	视频的制作在2024年内完成，但因审片和修改，定档在2025年1月，比预期时间晚一个月上线
	效益指标	社会效益指标	“天府蜀道新观察”调研视频分发平台	≥	5	个	5	10	10	
			“天府蜀道新观察”调研视频传播覆盖人群	≥	50	万人次	50	10	10	
		可持续发展指标	天府文明蜀道精神传承发展	定性	梳理从古至今成都范围内蜀道上连绵不绝的文化遗产，挖掘蜀道精神	人次	梳理从古至今成都范围内蜀道上连绵不绝的文化遗产，挖掘蜀道精神在后世的传承	10	10	

	满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥	95	%	95≥	10	10	
	成本指标	经济成本指标	项目成本	≤	20	万	≤20	10	10	
合计								100	97	
评价结论	通过本项目的实施，形成一系列高质量的研究成果，包括专家论证会纪要、调研报告与调研视频，为蜀道文化的保护与传承提供科学依据与实践指导。同时，通过媒体宣传，提升了蜀道文化的社会影响力，促进地方文化旅游业的发展，为中华优秀传统文化的传承与发展贡献力量。另外，通过在国内国际节展中对该项目的预售交流实践，获得了国内外片方和平台方的支持，验证了《蜀道通途》纪录片的正式拍摄制作的必要性。									
存在问题	1、存在问题：在时间管理上，项目中的一些关键环节出现了意外的延误，比如：上线平台的播放，未能在2024年完成。 2、问题原因主要是因为研讨会组织专家时间短，为了能让更多专家参加，延后了研讨会时间，调研工作及“天府蜀道新观察”调研视频的开展和制作随之被延后，以至于未能在2024年底前正式完成平台的分发。									
改进措施	1、加强项目时间节点的严格把控，提前规划并预留足够的时间缓冲期以应对可能的延误。对于关键环节，如研讨会组织，应提前启动并加强与专家的沟通，确保时间安排的合理性。 2、优化调研工作和视频制作的流程，提高效率，减少不必要的等待时间。 3、建立更加有效的项目监控机制，及时发现并解决时间延误问题，确保项目能够按计划顺利推进。									
项目负责人： 				财务负责人：  						

2024.8.1



部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011942025-历史文化名人大型融媒体纪录片《蜀·风流人物》第二季(市级文产资金)								
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况		2024年启动，通过专家讲述、文物佐证、全息动画、三维特效等多种视频手段立体呈现杨升庵的历史故事，完成共计75分钟制作，衍生出5个精品短视频及相关报道。媒体产品受众触达量800万人次。精品短视频预计在央视播出前分发至5个视频平台。							
	2. 项目实施内容及过程概述		1、历史资料搜集与整理：广泛搜集关于杨慎的历史文献、书籍、碑刻、书画等，进行细致的整理和分析，为纪录片提供准确的历史依据。 2、实地调研与采访：前往杨慎的出生地、生活地、工作地等历史遗迹进行实地拍摄，同时采访相关领域的专家学者，获取第一手资料和口述历史。 3、剧本创作与分镜设计：基于搜集到的历史资料和调研成果，创作纪录片剧本，明确各章节的主题和内容，设计分镜脚本，确保故事的连贯性和视觉表现力。 4、拍摄与后期制作：组织专业拍摄团队，按照分镜脚本进行实地拍摄，包括人物访谈、动画演示等；拍摄完成后，进行素材剪辑、配音配乐、调色等后期制作工作，提升纪录片的艺术效果。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数			预算执行率	权重	得分	原因
	总额	0.00	149.43	149.43			100.00%	10	10	
	其中：财政资金	0.00	149.43	149.43			100.00%	/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/	
	其他资金							/	/	
一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
		历史人物纪录片	=	1	篇（部）	1	10	10		

绩效指标 (90分)	产出指标	数量指标	精品短视频	=	10	个	6	10	6	按照央视首播要求，精品短视频仅能用于播出前一周用于宣传物料，定播前仅分发网络平台拍摄花絮	
		质量指标	纪录片时长	≥	50	分钟	75	10	10		
		时效指标	完成时间	≤	1	年	1	10	10		
	效益指标	经济效益指标	行业影响力	定性	成都首部系统性的“人文影像编年史”。	其他	成都首部系统性的“人文影像编年史”。	10	10		
		社会效益指标	短视频分发平台	≥	5	个	5	10	10		
			系列媒体产品预计受众触达量	≥	1000	万人次	800	10	8	上线时间短，数量少，未能实现目标指标值	
		满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥	95	%	96	10	10	
		成本指标	经济成本指标	成本控制	≤	150	万	149.43	10	10	
	合计							100	94		
	评价结论	通过深入挖掘和展现杨升庵的生平事迹、文学成就及其对后世的影响。搜集和整理的历史文献和资料，为学术研究提供了宝贵的资料。 网络预热，受众加深了对杨升庵及其作品的认识和理解。多家网络平台和新闻媒体报道和宣传，进一步扩大了其社会影响力。 研讨会、国际电视节预售，让海内外人士直观地了解中国明代文学和历史，增进对中国文化的认识 and 了解。 带动文化旅游、图书出版、影视制作等相关产业的发展，形成产业链条和产业集群效应。									
存在问题	由于央视首播的要求，精品短视频需在定播前一周，由央视组织统一发行，因央视播出未定，未能按照在2024年上线网络平台，仅能将一些拍摄花絮用于宣发。导致能上线的精品短视频数量和受众触达量未能完成目标数值										
改进措施	1、提前制定目标要求的替代方案，工作中严格按照计划实施。 2、对目标的完成有更加精确的时间倒计时机制，预留足够的补救时间，避免此类问题再次发生。										
项目负责人：			财务负责人：								

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
51010024T000011712966-成都世园会配合官方系列宣传项目经费										
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标					年度目标完成情况				
	1. 项目年度目标完成情况					依据成世园执委办【2023】3号文《关于印发2024成都世界园艺博览会宣传工作方案》的通知要求，1. 拟制作一条不少于3分钟官方宣传片（暂定名《园艺协奏曲》）并全网宣发，提高世园会知名度；2. 配合世园会官方活动如开幕式、国际竞赛、成都主题周、国际交流、会期特色文旅活动等，在会前、会中、会后，有节奏地推出宣传产品，全面动员全市人民关注成都世园会、参与成都世园会，让来蓉游客知晓、关注、游览成都世园会，有效提升成都世园会和城市美誉度；3. 做好新闻发布会工作，回应市民关切，及时发布成都世园会重要信息，致力于实现营城、兴业、聚人、惠民的办会目标，依托成都世园会的举办来扩大世界文化名城、世界会展之都影响力。				
	2. 项目实施内容及过程概述					1. 4月26日开幕式前，高质量完成世园会开幕氛围片《百花开 世园来》。2. 会期以突出花卉园艺为特色，组织9项专业国际竞赛，征集参赛作品超2400件。国内外21个参展方开展“主题日”活动，深入展示国内外展园特色，推广多元文化。在开幕、五一、中秋、国庆、闭幕等重要节点，以花为媒、以展会友开展传统文化活动，对这些重要活动进行报道，我台“看度时政”等新媒体稿件过千条。《成都新闻》（原《成视新闻》）按照会前、开幕、会中几个重要节点，从文化侧、城市侧、专业侧等方面着力，搭建了“锦绣世园会”“蓉”耀汤尤杯、“相约公园城市 共赴世园盛会”“后世园 新精彩 2024成都世园会特别报道”等专题专栏，重点聚焦开幕式、重要会议、国际论坛、成渝经济圈、节庆活动、城市推介日、国际竞赛、产业发展等内容。2024年3月1日至12月31日，共播出246条与世园会相关的稿件。3. 完成倒计时50天新闻发布会、开幕前3天新闻发布会，及会期新闻发布会。2024年3月7日，成都世园会组委会在东部新区西部金融创新中心举行开幕倒计时50天新闻发布会，发布会涵盖成都世园会的筹备情况、展园特色、活动安排、消费服务、住宿旅游、文化推广以及生态建设等多个方面，并宣布4月15日起，成都将在全市11个出入境签证证件受理点设立“世园会签证服务专窗”，为直接来蓉或从其他城市来蓉参加世园会的外国友人提供签证就近办、再入境签证便利办等服务。4月15日，成都世园会新闻宣传组举行媒体通气会，解读成都世园会期间外籍人士来蓉指南。4月23日，成都世园会组委会在主媒体中心举行新闻发布会，宣布主会场布置工作全部完成，四个分会场开始试运营，各项筹备工作已全面就绪。发布会上，组委会向国内外媒体详细介绍了主会场的展览展示情况、交通秩序保障措施、交通接驳服务、“乘地铁游世园”便捷方案、开幕式创意亮点以及国际竞赛等内容，提升了成都世园会的全球影响力。				
预算执行情况 (10分)	年度预算数 (万元)	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	36.00	36.00		100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因	
	其中：财政资金	0.00	36.00	36.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	
	产出指标	数量指标	新闻发布会	≥	4	次	3	10	8	根据市上工作安排、执委办工作安排及参照以往世园会举办惯例，闭幕式后发布会未举办。
			发布宣传稿件数量	≥	60	条	1245	6	6	
			3分钟世园会官方宣传片	=	1	部	1	10	10	
		质量指标	上级采用（报道）数量	≥	30	条	48	5	5	
			自采自编率	≥	70	%	85	5	6	

	时效指标	信息发布及时率	≥	95	%	95	10	10	
		舆情及时处理率	=	100	%	100	10	10	
效益指标	社会效益指标	聚焦市民、嘉宾、游客三大主体，提升获得感、幸福感，宣传触达覆盖人次	≥	100	万人次	1000	5	5	
		主流媒体报道次数	≥	50	次	1000	15	15	
满意度指标	满意度指标	社会满意度	≥	98	%	98	5	5	
成本指标	经济成本指标	项目实施成本	≤	36	万元	36	10	10	
合计							100	98	
评价结论	聚焦“公园城市 美好人居”主题，全方位呈现成都公园城市建设生动实践和新时代我国生态文明建设丰硕成果，参展城市实现五大洲全覆盖，展馆总数、境外展馆数量、协会和企业展馆数量均创下历届8类世园会之最。展会期间，累计接待中外游客1023万人次，向世界集中展现了公园城市新实践、美丽中国新画卷。国际园艺生产者协会（AIPH）主席莱昂纳多·卡皮塔尼奥表示，成都世园会带到了新的高度，为世界展示了公园城市的绿色风采。								
存在问题	在进行活动宣传时，更多采用图文、短视频、动态新闻形式，更新的传播手段如AI动画、H5等数量较少。								
改进措施	为了吸引各个层次的受众群体，可以增加年轻群体更喜闻乐见的宣传方式，扩大传播效果，提高吸引力。								
项目负责人：	苗松			财务负责人：王馨			王馨		

邓文君 2/1

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010025T000012206953-省级公共文化服务体系建设和补助资金（广电项目）—第十一届中国网络视听大会经费								
主管部门		成都市广播电视台				实施单位（盖章）		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况		中国网络视听大会与四川成都牵手十一年来，已成为网络视听领域规模最大、规格最高、内容最丰富、对行业发展具有重要指导意义的行业盛会，而四川成都通过持续举办大会，建设中国（成都）网络视听产业基地及网络视听产业功能区，打造四川成都网络视听特色场景等方式，聚集了大量优质网络视听产业人才、资源、项目和资本，以双向赋能的路径推动了网络视听产业提能升级，实现从“高原”迈向“高峰”的跨越。本届大会将采用全网“线上直播”+“线下展会”模式，为全行业带来震撼的视听盛宴，打造“永不落幕的视听大会”。							
	2. 项目实施内容及过程概述		第十一届中国网络视听大会于2024年3月28日—30日主会场在成都世纪城国际会议中心举办，大会以“极视听，强赋能”为主题，举办1个开幕式，1个主论坛，1个新技术和精品节目展，40余场主题论坛和发布活动，45场市民体验活动和117场展览展示；大会注册人数突破12000人，注册机构突破2100家，宣传报道方面，超300家各级各类媒体，675位记者参与现场报道，全网共计发表4.89万条“第十一届中国网络视听大会”相关资讯报道，阅读数4481.64万次，累计触达用户53.15亿人次，较去年增长28.94%							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	0.00	800.00	800.00	100.00%	10		1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字内）；2. 年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3. 其他资金包括：社会投入资金、银行贷款。		
	其中：财政资金	0.00	800.00	800.00	100.00%	/	/			
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/			
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/			
其他资金						/	/			
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	与会媒体	≥	200	家	200	10	10	
			举办活动天数	≥	4	天	4	5	5	
			市民互动体验面积	≥	8000	平方米	7300	5	4	由于场地限制，无法满足8000平方米
			举办活动场次	≥	35	场次	35	10	10	
		质量指标	大会上座率	≥	5000	人次	5000	10	10	
	时效指标	按计划完成率	=	100	%	100	10	10		
	效益指标	经济效益指标	优秀项目签约	≥	10	个	10	10	10	
		社会效益指标	观众人次	≥	5000	人次	5000	10	10	
		可持续影响指标	城市宣传	≥	6000	次	6000	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	与会嘉宾满意度	≥	95	%	93	5	4.9	论坛不是全开放，嘉宾们无法参与到每一个论坛
	成本指标	经济成本指标	项目成本	≤	800	万元	800	5	5	
合计							100	98.9		
评价结论		第十一届中国网络视听大会进一步引导了网络视听全产业链凝聚起奋进新征程、建功新时代的磅礴力量，展现了网络视听行业昂扬向上的精神风貌。本届大会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以“极视听 强赋能”为主题，打造了“权威发布平台、成果展示平台、行业赋能平台、大众共享平台”，突出了“权威性、引领性、国际性”，大会举办期间零失误、零投诉，得到了总局、协会和省、市各级领导，以及参会嘉宾的高度认可和充分肯定。								
存在问题		鉴于第十一届中国网络视听大会在临近举办期间资金有所调整，故在活动方案及嘉宾邀请上有所变动，筹备时间较为紧张，在项目氛围方面未能实现亮点最大化呈现。								
改进措施		第十二届大会筹备期间，我台将紧密对接国家广电总局，待大会举办时间确定后，秉持“节俭办会”原则，同步完善工作机制，有序、高效开展第十二届大会相关筹备工作，争取将大会优势最大化呈现。								
项目负责人：		殷和			财务负责人：王馨					



CS 扫描全能王

3亿人都在用的扫描App

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011942834第三届中国“衣起锦官城”（成都）汉服周（市级产业资金）								
主管部门		成都市广播电视台		实施单位（盖章）		成都市广播电视台				
项目基本情况	1.项目年度目标完成情况	项目年度目标		年度目标完成情况						
		“衣起锦官城”IP作为我市市场化运营的沉浸式国风主题文化品牌活动，旨在打造一个多业态、复合式、互动式、个性鲜明的文化产业品牌IP，现已成功举办两届，并沉淀部分产业成果。第三届“衣起锦官城”（成都）汉服周拟于2024年9月-11月在蓉举办，同时计划联动墨西哥、阿根廷等海外地区，多城多场景举办系列活动。围绕“文化、人才、消费、传播”等重点发展方向，着眼传统文化创新性发展、创造性转化，将传统文化作为赋能“建圈强链”实现产业经济高质量发展的重要引擎。		本届汉服周以“客满锦官城 同袍皆有礼”为主题，已于2024年11月22日至11月24日在成都青羊区文殊坊成功举办，共历时9天，成都文殊坊主会场总客流超30万人次，同比2023年增长110.35%，参与商家180余家，商户销售额超210万元，吸引新华网、封面新闻、凤凰网、中国日报等主流媒体，以及微博、抖音、小红书等头部媒体关注，全网自媒体自发宣传发布点赞超20W，话题讨论量超6000W，宣传曝光率超1.2亿。						
	2.项目实施内容及过程概述	第三届“衣起锦官城”（成都）汉服周于2024年11月22日-12月1日在成都青羊区文殊坊顺利举办。 （一）2023年11月-2024年8月，完善、确定项目方案，对接优质资源，开展招商工作，制定宣传方案与计划。 （二）2024年8-9月，开展对外文化交流系列活动，2024年11月20-21日，完成项目现场硬体、氛围搭建、物料准备、彩排等，2024年11月22-24日，项目现场执行，2024年11月26日-12月1日，开展青年夜校系列活动，2024年12月1日，项目结束，完成撤场。 （三）2024年11月-12月，完成项目总结及收尾工作。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	0.00	200.00	200.00	100.00%	10	10			
	其中：财政资金	0.00	200.00	200.00	100.00%	/	/			
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/	1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2.年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3.其他资金包括：社会投入资金、银行借款。		
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/			
	其他资金					/	/			
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	参与媒体	≥	100	次	109	5	5	
			举办活动场次	≥	10	场次	23	10	10	
			活动场地面积	≥	10000	平米	332500㎡	15	15	
		举办活动天数	≥	3	天	2024年11月22日-12月1日，共9天	10	10		
		质量指标	达到联动不少于两个行业品牌或高校合作打造精品内容，实现多方资源互动与内将展示	≥	2	家	超过4家，包括高德打车、十佳国漫《通灵》、四川电影电视学院、成都职业技术学院	5	5	
	时效指标	项目完成时间	=	2024	年	2024年11月22日-12月1日	5	5		
	效益指标	社会效益指标	城市宣传辐射人群	≥	500000	人次	1.2亿人次	10	10	
		社会效益指标	人次规模	≥	100000	人次	300000人次	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	受益人员满意度	≥	90	%	88%	10	9	本次活动在第三天遭遇不可抗力因素——降雨，导致参与人员未能充分享受并达到最佳活动体验。
成本指标	经济成本指标	项目成本	≤	200	万元	200万元	10	10		
合计										
评价结论		第三届“衣起锦官城”（成都）汉服周以“客满锦官城 同袍皆有礼”为主题，紧紧围绕党的二十大精神及国家“十四五”文旅发展规划的核心精神，以习近平文化思想为指引，将传统文化融入旅游产业发展中，为成都建设世界文化名城注入澎湃动能。通过以汉服为代表的传统文化有效激活文旅消费新场景，为成都文旅消费市场注入新活力，同时，深度挖掘优秀传统文化价值赋能到汉服产品研发工作中，有效拓展汉服应用场景，赋能全川消费增长。								
存在问题		鉴于第三届汉服周临近活动举办期间嘉宾邀请有所变动，筹备时间较为紧张，故在项目氛围方面未能实现亮点最大化呈现。								
改进措施		我公司将尽早启动第四届汉服周项目筹备工作，组织商务拓展专班，尽早推进商务对接，积极实现项目商业价值最大化。								
项目负责人：		财务负责人：								



CS 扫描全能王

3亿人都在用的扫描App

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）												
项目名称		51010025T000013001376-2024年各级公共文化服务体系建设补助资金（广电历史文化遗产保护利用项目）-天回										
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况									
	1. 项目年度目标完成情况		策划拍摄1集纪录片《天回医简》，从发掘、保护、修复、解读、发现、传承等多角度，全方位展现医学价值、历史价值、文化价值，通过梳理四川中医中药发展历史脉络，为弘扬中华优秀传统文化优秀传统文化，增强文化自信提供坚实支撑。						策划并拍摄1集纪录片《天回医简》，全面展现了《天回医简》的珍贵价值，并成功梳理了四川中医中药发展的历史脉络。通过专家访谈和考古人员口述，详细记录了发掘过程及其背后的故事。深入挖掘了发掘地点的历史背景，为观众提供了丰富的历史信息。			
	2. 项目实施内容及过程概述		2024年6月完成调研+采访，7月底脚本定稿。 3、2024年8月—2024年9月完成拍摄。 4、2024年10-11月进入后期制作。 5、2024年12月同步进行修改、定片及宣传推广工作。									
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）		年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因	
	总额		0.00	64.00	63.24		98.81%		10	9.8	招采结余	
	其中：财政资金		0.00	64.00	63.24		98.81%		/	/		
	财政专户管理资金		0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/		
	单位资金		0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/		
	其他资金								/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析		
	产出指标	数量指标	纪录片集数	=	1	集	1集	10	10			
			纪录片时间	≥	25	分钟	25分钟	10	10			
		质量指标	项目验收合格率	=	100	%	100%	10	10			
			时效指标	工作开展及时率	=	100	%	100%	10	10		
	效益指标	社会效益指标	主流媒体报道次数	≥	10	次	10次	10	8	因需要进一步修改完善镜头和画面等，推广宣传进度较慢		
			宣传知晓率	≥	90	%	90%	20	20			
	满意度指标	服务对象满意度指标	社会满意度	≥	90	%	91%	5	5			
	成本指标	经济成本指标	纪录片拍摄成本	≤	64	万元	64万元	15	15			
合计									100	97.8		
评价结论		项目自评总分97.8分，通过策划并拍摄1集纪录片《天回医简》，展现《天回医简》的珍贵价值，成功梳理四川中医中药发展的历史脉络，和专家访谈和考古人员口述，详细记录的发掘过程及其背后的故事等，深入挖掘了发掘地点的历史背景，为观众提供了丰富的历史信息。为弘扬中华优秀传统文化优秀传统文化，增强文化自信提供坚实支撑。										
存在问题		加强宣传推广和项目实施进度，同时应提高传播力度										
改进措施		提升项目执行能力，提前做好项目规划，保质保量完成既定目标										
项目负责人：		李莉						财务负责人：		王蓉		

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）

名称		61010023T000009831486-成都大运会官方纪录电影《成都成就梦想》（暂定）项目经费									
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标完成情况	项目年度目标 通过拍摄总时长90分钟左右纪录电影展现“大达人”为梦想拼搏、为友谊喝彩的闪耀瞬间和感人故事，记录下“成都成就梦想”的精彩大运篇章。叙说荣耀背后汗水与泪水交织的故事，展现成都“办好一次会，搞活一座城”全市参与、共同尽力、共同享有、实现整个城市的幸福底色。						年度目标完成情况 已完成影片拍摄和剪辑，影片紧扣大运主题，通过对运动员、教练员、志愿者等群体的故事内容，重现成都大运会荣耀背后的感人故事和赛场精彩瞬间。			
	2. 项目实施内容及过程概述	项目自2023年7月立项以来，成都市广播电视台迅速组建团队投入创作。从剧本策划、人物选择、故事架构、剧本定型、资料统筹、还原拍摄等多方面工作同步进行，在2024年基本完成影片创作；同时，按照流程，影片剧本、成片，经大运会组委会成员单位、国际大体联等组织机构多次审核，目前已基本完成，正在按照流程报送国家电影局申报《技术审查合格证》《公映许可证》中。									
	预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	1,851.05	1,844.70	1,844.66	100.00%	10	10				
	其中：财政资金	1,851.05	1,844.70	1,844.66	100.00%	/	/				
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/				
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/				
	其他资金					/	/				
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	电影集数	=	1	集	1	20	20		
		质量指标	内容与宗旨匹配度	≥	100	%	100	15	15		
		时效指标	开展完成及时率	=	100	%	96	10	8	因影片剧本和成片须多个国家、省市级单位协助审查，周期长，造成了一定延误	
	效益指标	社会效益指标	宣传知晓率	≥	90	%	90	10	9		
			宣传开展机制健全度	≥	100	%	100	10	10		
	满意度指标	服务对象满意度指标	公众满意度	≥	98	%	98	10	9		
	成本指标	经济成本指标	项目成本	≤	1900	万元	1844.66	15	15		
	合计							100	96		
	评价结论	项目总体完成情况良好，按照既定要求完成剧本、拍摄、后期剪辑，成片已经通过成都市广播电视台组织的专家审核，并得到国际大体联官员认可。目前已经通过四川省电影局初评，正在按照国家电影局具体要求完善细节内容。									
存在问题	该项目因时间紧任务重，尤其是在临近大运开幕前几天才正式立项，因此在故事构架、人物联系、后期拍摄和资料收集中存在诸多难度，从影片整体内容来看，因前期介入少，对全景式展现大运会背后的故事方面，感染力不够完美。										
改进措施	目前项目组在尽最大努力克服重重困难，弥补因前期介入不足给影片创作带来的难题。建议此类重大事件的重大题材项目立项时间应提前2-3年，给艺术创作留下足够空间，增加更具历史意义的幕后真实故事。										
项目负责人： 苏杭		财务负责人： 王静									

王静

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011811483-成都世界园艺博览会中国国家地理杂志采风报道项目								
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况		在成都世园会开幕前，在中国国家地理杂志微信公众号头条平台发布2条不少于3000字的原创深度图文报道，项目预算36万元，2篇推文触达人群不少于5万人次；在市委宣传部协调下，联合市级主流媒体进行转发，报道条次不少于10次。							
	2. 项目实施内容及过程概述		做好成都世园会相关宣传工作，在中国国家地理杂志微信公众号头条平台发布2条不少于3000字的原创深度图文报道，项目预算36万元，2篇推文触达人群不少于5万人次，在市委宣传部协调下，联合市级主流媒体进行转发，报道条次不少于10次。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因
	总额	0.00	36.00	36.00		100.00%		10	10	
	其中：财政资金	0.00	36.00	36.00		100.00%		/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	其他资金							/	/	
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	官方网站更新消息数量	≥	5	条	5	10	10	
			公众号发布消息数量	≥	2	条	2	10	10	
		质量指标	自采自编率	≥	90	%	90	10	10	
			文章点赞	≥	1500	次	1755	10	10	
	时效指标	信息发布及时率	≥	95	%	100	10	10		
	效益指标	社会效益指标	主流媒体报道次数	≥	10	次	5	5	5	
			触达人群	≥	5	万人次	16.6	10	10	
	满意度指标	满意度指标	服务对象、项目整体抽样调查满意度	≥	95	%	100	10	10	
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	=	36	万元	36	10	10	
合计								100	95	
评价结论		在市委宣传部和台领导指导下，我们联合《中国国家地理》杂志，围绕成都古树名木、园艺植物、人文历史等主题开展多轮策划，组织《中国国家地理》杂志记者前往世园会主会场采风，于成都世园会开幕前夕，在《中国国家地理》杂志微信公众号头条推出《古往今来 因何成都？》《天地时空，何来天府》两篇深度图文产品。产品一经推出受到全国读者广泛关注，两篇产品阅读量超16万+，并受到市委副书记陈彦夫点赞。网友品论：大美成都，千年对话，让人震撼无比。								
存在问题		由于推文发布当日，市委宣传部相关负责人要求暂停所有非《中国国家地理》杂志媒体转发推送，将全网流量集中在《中国国家地理》杂志主要账号，故没有安排主流媒体对推文进行转发。在后续的二次传播转发中，因时效性等原因转发力度欠缺，导致主流媒体报道次数指标未达标。								
改进措施		下一步，我们将吸取本次经验，在产品发布初期应当策划好二次传播时间节点，深刻把握宣传时度效，提前联动组织中央省市主要媒体，合理规划推送安排，有节奏推出系列报道。								
项目负责人：		财务负责人：王 馨								

2024.10.24/1

王馨

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）

项目名称		51010024T000011712976-成都世园会上宣外宣项目经费								
主管部门		成都市广播电视台			实施单位 (盖章)		成都市广播电视台			
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标			年度目标完成情况					
		结合世园会倒计时、开幕式、会期重要活动节点，主动策划、积极发声，邀请海外媒体、中央级、省市级主流媒体、行业类专业媒体、网络媒体，对2024成都世园会全面展开宣传报道，从城市侧、文旅侧、专业侧、产业侧、外事侧五大领域，嘉宾、市民、游客三大主体着力，根据不同的受众群体，以成都世园会的动态消息、图文、短视频、直播、品牌形象展示等策划产品在央级媒体、重点城市媒体、行业媒体、自媒体、户外媒介、海外传播平台广泛宣传，营造浓厚世园氛围。			完成了邀请海外媒体、中央级、省市级主流媒体、行业类专业媒体、网络媒体，对2024成都世园会全面展开宣传报道，从城市侧、文旅侧、专业侧、产业侧、外事侧五大领域，嘉宾、市民、游客三大主体着力，通过动态消息、图文、短视频、直播、品牌形象展示等策划产品在央级媒体、重点城市媒体、行业媒体、自媒体、户外媒介、海外传播平台广泛宣传，营造浓厚世园氛围。吸引超过1000万人次线上线下互动体验、打卡点赞。					
	2. 项目实施内容及过程概述	积极争取中央、省级新闻单位给予报道支持，今年以来，海内外全网推出世园会相关报道超1万篇，阅读量达5.5亿次。其中，有两项工作创下B类世园会“之最”：一是总台央视《新闻联播》先后9次高频率报道；二是共有来自13个国家的200余家媒体，813人注册报名。（注：2021年扬州世园会媒体报名数量为65家、320人）。TVC播出91次。行业媒体报道超过200条。共邀请自媒体大V、园艺主播大V共32名，微信公众号大V账号1个，其中受邀大V粉丝数超过10W+31名，100W+大V4名，自媒体大V和园艺主播大V已完成直播探园30场（淘宝直播1场、抖音直播29场）；制作探园短视频31条（首发抖音平台）；微信公众号成都世园会原创推文1篇；联动其他新媒体平台供稿43条（小红书24条，微博10条，快手3条、点评5条、携程1条），覆盖3000万+点击阅读。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	935.00	923.89		98.81%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因	
	其中：财政资金	0.00	935.00	923.89		98.81%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	完成媒体采风人数	≥	100	人次	120	5	5	
			完成《成都世园荟》节目	≥	5	期	5	10	8	
			行业媒体报道数量	≥	40	次	200	5	5	
			tvc品牌宣传次数	≥	60	次	77次	10	10	
			自媒体宣传数量	≥	50	条	73条	5	5	
		质量指标	上级采用（报道）数量	≥	30	条	超过50次	5	5	
			时效指标	信息发布及时率	≥	95	%	95	10	
				舆情及时处置率	≥	99	%	100	5	
	效益指标	社会效益指标	主流媒体报道次数	≥	50	次	10000次	15	15	
			覆盖人数	≥	100	万人次	5.5亿	5	5	
	满意度指标	满意度指标	社会满意度	≥	98	%	98	5	5	
成本指标	经济成本指标	项目实施成本	≤	935	万元	923.89	10	10		
合计							100	98		

评价结论	完成了所有既定指标。立体宣传有声有色，锦绣蓉城汇聚世界目光。圆满完成超42场境外嘉宾专访活动，12场媒体探园采风活动和新闻发布会。高质量建立信息库和口径库，梳理各阶段报道亮点，提前准备文字通稿52篇共10万余字，图片近2000张、视频素材1589条供媒体使用。传播矩阵立体发声。海内外全网推出世园会相关报道超1万篇，阅读量达5.5亿次。央视总台《新闻联播》先后9次高频率报道，其中一条为《新闻联播》头条，人民日报、新华社、国家地理重点版面推出深度报道，法新社、日本朝日新闻、加拿大《环球邮报》、巴西《南美侨报》，以及捷克、德国等多家境外媒体推出多语种报道超40余条。新浪、知乎、今日头条、抖音、微博、腾讯等重点网络平台推出报道3000余条，#在世园会环游花花成都#等相关世园会话题阅读量超1.2亿次，“在成都遇见世园会”“用镜头安利成都世园会”话题上榜全国热搜。联合国世界创意和创新日脸书账号，国际园艺生产者协会官方账号，中国驻外使领馆官方账号和外交部副部长华春莹X账号，法国、日本、美国等10余个国家近20名国际友城官员、外国驻蓉领事馆官员等多次点赞转发成都世园会相关推文。
存在问题	邀请的AIPH成员国国家园艺大师及媒体，受制于种种因素，数量还不够多国家不够丰富，海外传播效果还可以提升。
改进措施	今后类似海外宣传可结合成都对外交往、海外文旅活动推介、招商推介等进一步深入。
项目负责人：	财务负责人：



邓志华 22/1

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000011874717-开幕式录制直播									
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况								
	1.项目年度目标完成情况		在2024成都世园会开幕期间，负责东部新区主会场开幕当天仪式的录制直播、温江、郫都、邛崃、新津四个分会场同步收看主会场开幕仪式的信号传输保障、开幕仪式结束后四个分会场画面上主会场大屏的信号传输保障。						项目完成一场世园会开幕式4K录制，在央视、成都市级等平台完成国内媒体平台宣传推广20余次，并于2024年12月完成项目结算，使用金额98.81万元。通过开幕式录制制作扩大了世园会影响力，为世园会留下珍贵音视频资料。		
	2.项目实施内容及过程概述		在2024成都世园会开幕期间，在东部新区主会场和温江、郫都、邛崃、新津四个分会场进行相应的技术铺排和岗位分工，确保实现仪式中，五个会场直播信号的稳定且可以实现会场和外围点位之间的信号通联和互动。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因	
	总额	0.00	98.81	98.81		100.00%		10	10		
	其中：财政资金	0.00	98.81	98.81		100.00%		/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/		
	其他资金							/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	世园会开幕式录制直播	=	1	场	2024年4月26日完成录制1场	15	15		
			国内媒体平台宣传推广数	≥	20	次	20次	10	10		
		质量指标	主会场和四个分会场信号传输质量	定性	4K		4K	20	20		
			时效指标	项目完成时间	定性	2024年12月前		已于2024年12月完成项目结算	5	5	
	效益指标	社会效益指标	城市氛围营造	定性	通过开幕式展现成都的美好生活		完美呈现世园会开幕式并展示了成都美好生活	10	10		
		可持续影响指标	扩大世园会影响力	定性	高		扩大世园会影响力	10	8	接到工作任务时间偏晚，公共信号制作整体影响力有待加强。	
	满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度	≥	95	%	90%	10	10		
	成本指标	经济成本指标	项目成本	≤	100	万元		10	10		
	合计								100	98	
评价结论		在2024成都世园会开幕期间，在东部新区主会场和温江、郫都、邛崃、新津四个分会场进行相应的技术铺排和岗位分工，确保实现仪式中，五个会场直播信号的稳定且可以实现会场和外围点位之间的信号通联和互动。实现了仪式录制内容的高质量，实时画面的卫星信号传输直播技术保障，得到了社会各界的高度认可。									
存在问题		1.接到工作任务时间偏晚，公共信号制作整体影响力有待加强。 2.项目执行过程中，项目资金使用计划不太完善。									
改进措施		加强项目统筹策划，进一步完善资金使用需求。									
项目负责人：		[签字]						财务负责人：		[签字]	

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000011993582-成都市广市公共文化服务专项经费——全国青少年棒球邀请赛项目经费									
主管部门		成都市广播电视台部门		实施单位（盖章）		成都市广播电视台					
项目基本情况	项目年度目标完成情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况 1、完整高效组织2024年全国青少年棒球邀请赛； 2、赛事参赛人员达100余人； 3、计划在多个平台进行网络直播，省市媒体报道约10次，关注人数约达10万人次。		全国青少年棒球邀请赛项目成功完成了2024年度的所有预定目标。赛事共组织了24场比赛，远超原定的3场。吸引了240名参赛者，超过了100人的预期，获得了20多次省市媒体报道，显著超出3次的目标。关注人数达到102.6万人次，远高于10万人次的计划。配套活动也全部顺利完成，活动通过体育助力乡村振兴，推广了棒球文化。								
项目基本内容	项目基本内容概述	2024年11月10日，全国青少年棒球邀请赛已完成全部赛程计划。具体如下：受邀的12支球队共240人到场，按照赛程规定完成比赛，所有工作人员（裁判员、领队、直播团队、现场工作人员、志愿者）已经完成比赛组织和服务工作。全国青少年棒球邀请赛配套活动：全国青少年棒球邀请赛开幕式，“全民运动”棒球嘉年华，棒球市集，棒球研学等也已经全部完成。餐饮、住宿和交通等后勤保障工作按计划完成，参赛队员礼品发放到位。该邀请赛的举办，对成都棒球运动带来了显著的影响和推动作用。不仅提升了棒球运动的氛围与竞技水平，也推动了棒球运动的普及与发展；同时，也有助于乡村振兴与城市发展以及加强地区间的交流与合作。									
	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因			
预算执行情况（10分）	总账	0.00	29.83	29.83	100.00%	10	10				
	其中：财政资金	0.00	29.83	29.83	100.00%	/	/				
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/				
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/				
	其他资金					/	/				
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	全国青少年棒球邀请赛场数	≥	3	场次	24	10	10		
			比赛参赛人数	≥	100	人数	240	10	10		
			活动安全保障率	≥	95	%	95	10	10		
		质量指标	赛事上级（省）媒体报道	≥	3	次	6	10	10		
	时效指标		项目完成时间	定性	2024年12月31日前		2024年11月10日	10	10		
	效益指标	社会效益指标	赛事关注人数	≥	10	万人次	102.6	5	5		
			比赛及相关活动参与人数	≥	1000	人次	1300	10	10		
		可持续影响指标	提升城市影响力和城市文化软实力	定性			提升棒球运动在成都的发展，提高成都棒球运动员的竞技水平。		5	3	参与省份和队伍还有拓展空间
			满意度指标	服务对象满意度指标	≥	95	%	98	10	10	
成本指标	经济成本指标	项目成本	≤	30	万元	29.83	10	10			
合计											
100 98											
评价结论	该项目2024年度的自评总分为100分。成功组织24场比赛，吸引240名参赛者，远超预期目标；配套活动如开幕式和棒球嘉年华等全部顺利完成。赛事邀请了全国棒球协会对赛事组织和安排进行了指导，同时赛事获得6次上级（省）媒体报道，关注人数达到102.6万人次，显著超出计划的10万人次。此外，比赛及相关活动共有1300人次参与，提升了城市影响力和文化软实力，促进了棒球运动在成都的发展。赛事对观众满意度高达98%，证明了项目的成功组织和优质服务。预算执行率为100%，严格控制在30万元内，确保了经济成本指标的达成。综上所述，项目不仅完成预定目标，并在多个方面超出预期，取得了良好的社会效益。										
存在问题	在绩效指标中，实际举办赛事场次超出预期，表明最初设定过低或后期增加了额外的非计划内比赛，需要对未来的规划进行更精确的预估。媒体报道次数达到6次，超过了预定的3次，未来应进一步拓展媒体合作渠道以增加棒球文化曝光度。尽管预算执行率为100%，但在其他资金一栏没有具体说明是否有社会投入资金或其他来源的支持，这可能由于记录上的疏忽或是缺乏多元化的资金来源方式。同时由于经费预算不足，没有将高水平队伍和新组建队伍分开进行比赛，导致有些场次比赛队伍之间实力悬殊，让比赛失去竞争性，在赛事影响力方面，由于只有六支外地队伍参赛，加上又与国内个别赛事时间冲突，一些高水平的国内队伍未能前来参赛，这也让赛事的影响力下降。未来，项目实施过程中需更加注重目标设定的合理性，媒体宣传的广度以及资金来源的多样化。										
改进措施	1. 优化目标设定：在规划未来赛事时，应基于过往经验合理预估活动规模与参与人数，确保目标设定既具挑战性又实际可行，避免目标过低导致资源浪费或难以实现。 2. 加强媒体合作：积极拓展与更多媒体平台合作，不限于省市媒体报道，还应考虑国家级乃至国际级媒体，以及社交媒体的利用，以扩大赛事影响力和公众参与度。 3. 多元化资金来源：探索除财政拨款外的资金来源，如寻求企业赞助、社会捐赠或通过活动商业化运作（例如门票销售、周边商品售卖）等方式，减轻财政负担并增强项目的财务可持续性。 通过上述措施，可以进一步提升项目的组织水平和社会效益，同时为类似公共体育文化活动策划提供有价值的参考案例。										
项目负责人：	何也			财务负责人：	王馨 王静						

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000011946028-2024成都数字版权交易博览会（市级文产资金）									
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位（盖章）		成都市广播电视台			
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况								
	1. 项目年度目标完成情况		活动于2024年12月13—14日在成都举办，完成主题活动4场，企业参展504家，达成战略合作10项，发布宣传信息565条，服务对象满意度97%，实现了全国头部版权企业资源汇聚、重大版权产业平台落地、首创版权产业案例发布，以及多个产业合作达成签约，成功打造了“成都造”的全国版权产业供需对接平台，有力推动了确权、技术、金融三维一体融合发展，加速促成了成都版权产业成果落地和价值转化。								
	2. 项目实施内容及过程概述		2024年1月，成立数博会项目专项工作组，启动市场调研并编制总体方案、招商方案和宣传方案。2024年2—8月，完善项目主题、组织架构等，初步形成活动具体执行方案，并组织开展招商招展工作。2024年9—10月，全面推进招商招展工作，落实场地和酒店，完善执行方案、接待方案和宣传方案，推进会务准备和展场搭建工作。2024年11—12月（中上旬），继续推进招商招展工作和定稿执行方案等，完成嘉宾代表邀请工作，启动宣传预热并在12月中旬举办活动，做好数据统计与总结准备。2024年12月（中下旬），做好活动总结、验收等工作。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	0.00	400.00	400.00		100.00%	10	10			
	其中：财政资金	0.00	400.00	400.00		100.00%	/	/	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2. 年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3. 其他资金包括：社会投入资金、银行贷款。		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	举办活动场次	≥	4	次	4	10	10		
			举办活动天数	≥	2	天	2	10	10		
		质量指标	展览面积	≥	11000	平米	12000	10	10		
			时效指标	活动完成时间	≤	1	年	活动于2024.12.13-14日举办	10	10	
	效益指标	经济效益指标	参展主体数量	≥	200	家	504	10	10		
			宣传报道数量	≥	150	篇	565	10	10		
		社会效益指标	观众人次	≥	2000	人次	1955	10	9	①专业展会受众范围较小 ②展会举办地点较远 ③宣传预热工作有待提高	
			可持续发展指标	达成战略合作数量	≥	1	项	10	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度	≥	95	%	97	10	10			
	成本指标	经济成本指标	项目成本	≤	400	万元	400	5	5		
	合计							100	99		
	评价结论	项目以“版权数字化 数字资产化”为主题，于12月13日至14日在四川成都中国西部国际博览城成功举办。一是围绕数字资产、游戏动漫等6大产业赛道，链接生产与消费、供给与需求、资源与资产等产业链，完成全国头部版权企业资源汇聚。二是推动重大版权产业平台落地、首创版权产业案例发布，以及多个产业合作达成签约，成功打造了“成都造”的全国版权产业供需对接平台。三是有力推动了确权、技术、金融三维一体融合发展，加速促成了成都版权产业成果落地和价值转化，创新构建了成都版权产业会展的新平台、新模式和新品牌。									
	存在问题	本届数博会坚持“以展会促进产业，以产业支撑展会”，在招商招展时优先选择邀请对产业推动有较强作用的企业，但由于部分头部企业因时间关系未能邀请到场，导致招商工作计划不断调整。另外观众人次略有下降，主要是专业展会本身受众范围较小，展会举办地点较远，宣传预热工作有待提高。									
	改进措施	认真做好2024数博会总结与分析，提前策划筹备“2025成都数字版权交易博览会”，建立完善招商规划和宣传计划，加强头部企业招商力度和宣传广度，深度拓展与之相关联的项目、模式、市场主体及其从业机构，从确权、金融和技术等三个维度发力，推动成都数字版权产业化、资产化、金融化和资本化，打造数字版权行业头部会展平台和探索中国数字经济发展的前沿阵地。									
项目负责人：		财务负责人：									

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）									
项目名称		51010025T000012312950—成都市市级文化产业发展专项资金——成都市金芙蓉演艺经纪联盟“芙蓉花开”演艺繁荣计划							
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
项目基本情况			项目年度目标				年度目标完成情况		
	1.项目年度目标完成情况		成立金芙蓉演艺经纪联盟综合服务中心，服务全市演出企业≥40家；建立金芙蓉演艺经纪联盟产业推广平台；以宣传赋能成都演出项目≥60场次；搭建1个成都本土票务系统，票务系统预计销售≥150场次。				成立金芙蓉演艺经纪联盟综合服务中心，共拓展50余家演出行业相关企业加入联盟；建立金芙蓉演艺经纪联盟产业推广平台，以宣传赋能成都演出项目67场次，完成艺人城市文旅赋能活动6场；搭建成都本土票务系统，票务系统销售超过300场次。		
	2.项目实施内容及过程概述		2024年，联盟全年开展2次研讨会，进行优质项目路演，对成都演艺市场发展献计献策。多次参加全国音乐产业展会，参与音乐交流合作访问，如为澳门“湾区升明月”交流访问，曲靖“音雄联盟”演唱会实地学习，第23届中国上海国际艺术节市场调研等。通过搭建强有力的宣发矩阵，全年共计完成67场演出项目宣发，包括规模在3万人次的演出项目宣发6场，规模在1.8万-3万人次的演出项目宣发10场，规模在1万-1.8万人次的演出项目宣发28场，规模在1万人次以内的演出项目宣发23场。全年完成6场艺人演出城市赋能特色活动，分别为吴克群夜游锦江、台湾艺人胡德夫崇州行、汪峰川剧交流体验、黄绮珊漆扇体验之旅、黄凯芹成都行、“谭晶×成都”。“金芙蓉”票务平台经多轮测试后，在“第37届大众电影百花奖”活动上全面亮相，全面支撑“金芙蓉”联盟、全市乃至全国各项大型活动。当前，平台累计用户40余万人，今年以来已深度服务第11届中国网络视听大会、第37届大众电影百花奖、中国电影金鸡奖（厦门）、第四届东亚电竞锦标赛、第30届“蓉城之秋”国际音乐季、“天问”华语科幻文学大赛、四川茅粉嘉年华等各类重量级活动。已与成都多家知名演出机构、场馆和活动主办方建立了战略合作关系，先后引入了《音雄联盟》演唱会、川音尚美音乐节、《永不消逝的电波》《你好疯子》、2024谭晶演唱会、黄						
预算执行情况 (10分)	年度预算数 (万元)	年初预算	调整后预算 数	预算执行行数		预算执行率	权重	得分	原因
	总额	0.00	300.00	300.00		100.00%	10	10	
	其中：财政资金	0.00	300.00	300.00		100.00%	/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/	

其他资金							/	/		
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	演出项目宣传企划与宣传赋能	≥	60	场次	67	15	15	
		质量指标	票务系统正常运行费率	=	100	%	100	15	15	
		时效指标	按计划完成率	≥	90	%	95	10	10	
	效益指标	经济效益指标	票务系统全年销售场次	≥	150	场次	300	10	10	
		社会效益指标	搭建1个成都本土票务系统	=	1	个	1	15	15	
		可持续影响指标	本土票务系统持续优化及服务保障年限	≥	3	年	1	5	3.5	规划三年稳定运行，目前已完成一年。
	满意度指标	服务对象满意度指标	联盟成员满意度	≥	85	%	85	5	5	
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	≤	300	万元	300	15	15	
合计							100	98.5		
评价结论		自评总分98.5分，严格控制项目成本，按计划保质保量甚至超额完成全年工作目标。搭建多维度宣传矩阵为演出造势，主导宣传赋能演出项目高达67场，完成艺人城市文旅赋能活动6个，冲热搜33次，促进票房提升，带动演出周边经济。创立本土票务系统，按照3年规划票务工作，目前已累计用户40余万人，引入演艺活动300余场次，全年实现零事故运行。联盟成员满意度达85%以上。								
存在问题		成都市金芙蓉演艺经纪联盟已经整合了全市很多头部演出企业，但对全国的优秀演出企业还在对接阶段，引入力度还不够。同时，成都市的演出市场呈现出高度集中的态势，部分热门演出及头部票务平台占据了大部分的市场份额，而“金芙蓉”票务正在起步与蓄力阶段，联盟部分演出资源未能得到充分利用，还需持续吸引足够的关注和资源、用户，扩大市场占比。								
改进措施		加大人力投入，加强专业培养，积极扩大金芙蓉演艺经纪联盟的全国知名度，力争引入更多省外优秀演出企业落地成都，加强资源整合与共享，优化票务平台服务，增强学习提升团队专业度，扩大宣传推广与广告营销，深入了解行业政策与服务模式。								
项目负责人：何永辉				财务负责人：何永辉						

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000012028557-成都市市级公共文化服务专项资金——四川省第四届乡村文化振兴魅力竞演大赛成都赛区活动项目经费									
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标	项目年度目标完成情况									
	1. 项目年度目标完成情况	以文化赋能乡村产业升级，助力乡村传统技艺的发扬，增强基层乡镇、广大群众的文化主体意识，为谱写中国式现代化万千气象的成都篇章作出更大贡献。						本项目所需实施的包括乡村市集、宣传视频、观摩交流学习活动、组织17个涉农乡镇进行优秀节目推选、线下展演活动在内的所有项目计划目标截至评价时点各项指标均已全部完成。			
项目实施内容及过程概述	通过实施四川省第四届乡村文化振兴魅力竞演大赛成都赛区活动，调动基层乡镇活动的积极性。通过开展精品节目打造、线上视频竞演、线下舞台展演、系列视频摄制、乡村观摩调研、乡村集市等内容，以文化赋能乡村产业升级。活动发掘并发表一批有代表性、发展潜力的优秀农村传统技艺，形成多个能体现本土文化特色的优秀节目，以现场表演、视频宣传的形式促进非遗传承保护与利用，增强基层乡镇、广大群众的文化主体意识。										
	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	0.00	49.80	49.80		100.00%	10	10	/		
	其中：财政资金	0.00	49.80	49.80		100.00%	/	/			
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
其他资金						/	/				
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	乡村市集	≥	1	场次	1	8	8	/	
			整体宣传视频不低于2个，系列精品视频不低于2个	≥	2	篇（部）	2	6	6	/	
			观摩交流学习活动	≥	1	场次	1	8	8	/	
			活动覆盖成都市涉农乡镇	=	17	个	17	5	5	/	
			线下展演活动	≥	1	场	1	5	5	/	
		质量指标	打造精品文艺节目完成率	=	100	%	100	6	6	/	
	活动安全保障率		≥	95	%	100	14	14	/		
	时效指标	完成时间	定性	12	月	12	8	8	/		
	效益指标	社会效益指标	文化赋能乡村振兴	定性	以文化赋能乡村产业升级，助力乡村传统技艺的发扬，促进和展现乡村振兴成就，持续反映新时代乡村面貌、特色文化。		有效促进	10	9	/	
		可持续影响指标	增强文化主体意识	定性	增强基层乡镇、广大群众的文化主体意识。		增强	10	9	/	
	满意度指标	满意度指标	市民满意度	≥	95	%	98	4	4	/	
	成本指标	经济成本指标	项目总成本	≤	50	万元	49.8	6	6	/	
	合计								100	98	/
评价结论		四川省第四届乡村文化振兴魅力竞演大赛成都赛区活动，最终产出整体宣传视频2个、系列精品视3个，开展线下展演活动1场、观摩交流学习活动1场、乡村市集1场，实现成都市17个涉农乡镇的全参与，打造精品文艺节目2个，宣传推广报道30余篇次、户外宣传视频投放20场次，广告大牌展示10个点位，有效促进非遗传承保护与利用，助力乡村传统技艺的发扬，增强广大群众的文化主体意识，全部目标均按照预定进度完成。									
存在问题		无									
改进措施		建议加大对乡村文化振兴活动的支持力度，提高公共文化服务专项资金的支持标准。									
项目负责人：				财务负责人：							

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010023T000008385768-“创新天府聆听成都”主题文化节目经费								
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）	成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标						年度目标完成情况			
	2024年“创新天府聆听成都”主题文化节目经费2024年1月-2024年12月项目总体目标 1、全媒体推广，1场线上互动主题活动：使全媒体融合宣传扩大升级，推动社会主义核心价值观和天府文化落地生根，成为全市精神文明建设的鲜明特色和品牌。 2、200期广播剧覆盖范围广，成都覆盖范围9区10县，覆盖人数达300万，主要是有车一族，栏目所在频率FM99.8背后有210万辆私家车的收听群；通过今日头条、蜻蜓、喜马拉雅、考拉等手机电台APP可覆盖全国各地（每天在线人数预计100万）；预计栏目收听率在70%左右，市场份额9左右，听众（包括全国城乡居民、大学生、有车一族等）可以不受时间、空间的限制进行收听。 3、2场沉浸式情景剧文艺展演：建立符合主题发展的天府文化内涵。以思想道德建设为重点走进区（市）县、高校的现场宣传活动，传承的老成都精彩故事，解读天府文化的深刻内涵，弘扬社会主义核心价值观。 4、4场纸鸢书院读书分享会，通过开展各类文化活动，已在成都各大高校内形成较强知名度和影响力，并逐步成为成都高校文化的一大品牌和亮丽名片。如何进一步坚持和加强价值引领导向，弘扬中国精神；如何巩固提升主流思想传播、意识形态聚合与学生活动实践的阵地作用；如何创新性、多元化地丰富活动形式，增强学生互动性与参与感；如何打造全媒体宣传平台，扩大品牌国内外影响力，是纸鸢书院读书分享会在2024年需要落实的目标。我们的目标是“人人都是分享家”为宗旨，打造具有世界眼光、国际标准、成都特色的主流思想传播阵地，实现更具影响力、更具参与感、更具可持续性的文化交流平台功能，弘扬社会主义核心价值观。 5、20期你好成都短视频系列，对节目内容和全媒体互动宣传进行全面的创新和升级改造。多渠道、广角度、全方位挖掘宣传和弘扬爱国主义精神、增强全民国防意识。 6、将专门进行栏目的满意度调查问卷，所访问的对象覆盖到机关、学校、街道、村（社区）等重要场所，满意度预计≥95%。						已完成微广播剧200期；2场沉浸式情景剧文艺展演；4场纸鸢书院读书分享会；20期“你好，成都”短视频系列；1场线上线下互动主题活动；全媒体互动宣传配合项目完成，通过各媒体的深度融合，联动传播。将专门进行栏目的满意度调查问卷，所访问的对象覆盖到机关、学校、街道、村（社区）等重要场所，满意度预计≥95%。			
	1. 项目年度目标完成情况									
2. 项目实施内容及过程概述		微广播剧2024年1月-2024年12月在成都新闻广播FM99.8播出，完成200期；2024年1月-2024年12月2场沉浸式情景剧文艺展演；4场纸鸢书院读书分享会；20期“你好，成都”短视频系列；1场线上线下互动主题活动；全媒体互动宣传配合项目完成，通过各媒体的深度融合，联动传播。将专门进行栏目的满意度调查问卷，所访问的对象覆盖到机关、学校、街道、村（社区）等重要场所，满意度预计≥95%。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数			预算执行率	权重	得分	原因
	总额	180.54	175.54	175.54			100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字内）
	其中：财政资金	180.54	175.54	175.54			100.00%	/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/	
	其他资金							/	/	
一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
产出指标	数量指标	微广播剧数量	=	200	期/年	200期	10	10		
		沉浸式情景剧文艺展演	=	2	场	2场	5	5		
		线上互动主题活动	=	1	场	1场	5	5		
		纸鸢书院读书分享会数量	=	4	场	4场	5	5		

绩效指标 (90分)			“你好，成都”短视频系列	=	20	期/年	20期	10	10	
		质量指标	广播栏目及线下活动完成率	=	100	%	100%	10	10	
		时效指标	计划按期完成率	=	100	%	按期完成	10	10	
	效益指标	社会效益指标	贯彻政策知晓率	>	92	%	92%	10	9	贯彻政策知晓率有待提高
			主流媒体报道次数	>	20	次	20次	10	10	
	满意度指标	满意度指标	专门进行栏目的满意度调查问卷，所访问的对象覆盖到机关、学校、街道、村（社区）等重要场所	≥	95	%	95%	5	5	
	成本指标	经济成本指标	成本控制	=	180.54	万元	180.54万元	10	10	
合计								100	99	
评价结论	项目整体完成较好，达标率较高。									
存在问题	在社会效益上贯彻政策知晓率有待提高									
改进措施	在社会效益上贯彻政策知晓率有待提高，争取在今后的项目宣传中，进行各个角度更全面的全民众覆盖。									
项目负责人：李强			财务负责人：王翠			2025				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010025T000012125217-世运新十二月市经费						实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标						年度目标完成情况			
		为深入学习贯彻习近平总书记关于体育工作的重要论述精神，认真落实省委省政府、市委市政府和成都世运会执委会有关部署要求，高质量高标准筹办成都世运会，采用老百姓喜闻乐见、就近就便参与的方式，每月一主题，每月一活动，让世运项目进社区、进商圈、进学校，吸引市民参与体验。要求达到每月至少举办1场世运会主题活动，每场活动参与人数不少于200人，2024年12月之内完成所有落地活动。项目总成本不超过960万元。通过竞技比赛和交流互动，让市民更加全面地了解世运，融入世运，把体育融入生活，传递世运精神，展示成都人奋进、乐观的精神面貌，形成全民迎世运的热潮。参加活动的观众满意度大于等于90%。						已按部署高质量筹办成都世运会，每月主题一活动，“进景区、进街区、进商圈”，吸引市民参与。8场主题活动每场均超200人参与，成本实际为619.6万。通过运动交流互动，市民更了解世运，满意度95%，形成全民迎世运热潮。			
	2. 项目实施内容及过程概述	在项目具备具体的分月实施计划，活动方案明确了项目具体范围、具体计划、活动组织机构、参会人员构成、拟邀嘉宾名单等，并报世运会相关处室集体研究决定后实施。八场活动充分与景区、社区、商圈深度融合，通过丰富多样的竞技比赛和互动体验，激发了市民热情，促进了世运文化的广泛传播，成功营造了全民参与、共享世运的浓厚氛围。									
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	前八月因每月策划完才采购，故时间较紧，部分资金未能完成采购。后面9—12月项目取消。		
	总额	0.00	888.87	619.60		69.71%	10	6.9			
	其中：财政资金	0.00	888.87	619.60		69.71%	/	/			
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
	其他资金						/	/			
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	全年落地活动	=	12	场次	8	10	6.7	为响应节俭办赛事的号召，取消9月至12月期间的活动安排	
			每月完成落地活动	=	1	场次	1	10	10		
			邀请冠军嘉宾现场推广活动	≥	12	人/次	16	10	10		
		质量指标	全年活动安全保障率	≥	95	%	10	10	10		
		时效指标	项目完成时间	<	365	天	244	10	10		

	效益指标	社会效益指标	全年主流媒体报道次数	≥	50	次	60	10	10	
			每场活动观众及群众参与人数	≥	200	人次	200	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	现场观众抽样调查满意度	≥	95	%	97	10	10	
	成本指标	经济成本指标	项目总成本	≤	960	万元	619.6	10	10	
合计								100	93.6	
评价结论	通过推进“办赛、营城、兴业、惠民”战略，让成都世运会的知晓度得到显著提升。结合成都传统文化品牌“十二月市”，成功推出“一月一主题”的“世运新十二月市”全民沉浸式体验系列活动。该系列活动以竞技比赛和交流互动为载体，逐月解锁世运项目，使市民对世运会有了更全面深入的了解和融入。吸引了近40万人次参与。人民日报、新华社、央视总台等60余家各级各类媒体及IWGA官网针对活动推出相关报道近2000条次，相关话题网络浏览量超3000万次，成功营造了全民迎世运的热潮，为成都世运会的成功举办奠定了坚实基础。									
存在问题	1-3月活动前期预案不足，导致部分采购未能及时完成。									
改进措施	加强活动规划的前瞻性，提前细化采购清单，并优化审批流程，确保后续活动采购工作及时高效完成，避免类似情况再次发生。									
项目负责人：	袁野 敬文				财务负责人：	王 馨 王 馨				



部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000012033151-2024“蓉城英才计划”哲学社会科学与文化艺术领军人才项目经费									
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位（盖章）		成都市广播电视台			
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况								
	1. 项目年度目标完成情况		按照中共成都市委组织部《关于做好2023年度市级人才计划资助资金拨付有关工作的通知》要求，做好2023年“蓉城英才计划”哲学社会科学与文化艺术领军人才项目入选人员资金拨付和使用。								
	2. 项目实施内容及过程概述		通过组织“故事大王选拔展示活动”线下活动和后续传统文化进校园，持续在青少年受众中传播传统文化。服务满意度达97%。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数			预算执行率		权重	得分	原因
	总额	0.00	12.00	11.93			99.42%		10	10	
	其中：财政资金	0.00	12.00	11.93			99.42%		/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00			0.00%		/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00			0.00%		/	/	
	其他资金								/	/	
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	组织“故事大王选拔展示活动”线下活动	≥	1	场	1	20	20		
			“故事大王选拔展示活动”验收合格	=	100	%	100	15	15		
		质量指标	“故事大王选拔展示活动”验收合格	=	100	%	100	15	15		
	时效指标	完成时效	定性	2024年12月31日前		2024年12月20日	10	10			
	社会效益指标	推文点击率	≥	500	人次	10000	10	10			
		可持续影响指标	后续组织传统文化进校园	定性	持续在青少年受众中传播传统文化		2024年下半年，《陈岳叔叔讲故事》校园季先后走进双流区实验小学、龙江路小学中粮祥云分校、等8所小学，为广大少年儿童带去了优秀、有趣的传统文化故事播讲与互动。直接覆盖8000名师生，通过小手拉大手，间接覆盖25000名师生及家长。	10	8	传播力度可再加大。	
	满意度指标	服务对象满意度指标	活动及栏目节目观众满意度	≥	95	%	97	5	5		
	成本指标	经济成本指标	用于技术研发、市场推广以及改善入选人员工作生活条件	=	12	万元	11.93	20	20	采购结余700元，已退回财政。	
	合计								100	98	
评价结论		通过组织“故事大王选拔展示活动”线下活动，及后续组织传统文化进校园，为青少年提供了充分的自我展示契机，增强文化认知与知识储备，塑造品德修养与价值观念，培育民族自信与文化认同。传统故事里蕴含着忠孝仁义、礼智信廉等美德元素，让青少年反复咀嚼这些故事内核，美德的火种悄然种下，并内化于心的品德认知，外化为日常的文明言行。而传统文化进校园后，长期的熏陶更似春风化雨，助力青少年在复杂的社会思潮中，锚定正确价值坐标，树立家国情怀，培养起坚韧、善良、担当等优秀品质，成长为有道德、守底线的时代新人。									
存在问题		在青少年受众中传播传统文化传播力度较好，可进一步加大。									
改进措施		加大进校园的学校数量，同时增加视频号条目，扩大传播力度。									
项目负责人：陈若军				财务负责人：王静							

部门预算项目支出绩效自评表 (2024年度)

项目名称		S1010025T000012314236-成都市市域文化发展专项资金——首届“金熊猫”城市氛围营造									
项目基本情况	主管部门	成都市广播电视台部门 项目年度目标					实施单位（盖章）		成都市广播电视台		
	1.项目年度目标完成情况	首届“金熊猫”活动，定于2023年9月19至20日，在成都天府国际会议中心举办，主在天府国际会议中心周边路段（宁波路、福州路、广州路东段东段、汉州路、福州路东段等）、人民南路、天府大道、成都市双流国际机场高速公路、天府国际机场空港大道、柏森路挂灯杆道旗。天府一街与天府大道中段交汇处十字路口设置主题雕塑小品。在成都市宽窄巷子、春熙路等地标建筑、繁华商圈等户外LED大屏、双流国际机场出发大厅外临时搭客车道LED屏4块、达到大厅广告屏6块、贵宾D、E区电视显示屏4台、绕城高速公路收费站、成渝高速公路成都收费站、成南高速公路成都收费站等6处高速公路收费站LED屏、天府大道、绕城高速公路等市区内重要战略交通诱导屏、地铁公交车载电视。在成都市天府熊猫馆（339）、金融城双子塔开展灯光秀。在成都市人民南路、天府国际会议中心、熊猫基地、金牛宾馆等地公交站张贴宣传海报。					天府国际会议中心周边路段、人民南路、天府大道、成都市双流国际机场高速公路、天府国际机场空港大道、柏森路挂灯杆道旗。天府一街与天府大道中段交汇处十字路口设置主题雕塑小品。在成都市宽窄巷子、春熙路等地标建筑、繁华商圈等户外LED大屏、双流国际机场出发大厅外临时搭客车道LED屏4块、达到大厅广告屏6块、贵宾D、E区电视显示屏4台、绕城高速公路收费站、成渝高速公路成都收费站、成南高速公路成都收费站等6处高速公路收费站LED屏、天府大道、绕城高速公路等市区内重要战略交通诱导屏、地铁公交车载电视。在成都市天府熊猫馆（339）、金融城双子塔开展灯光秀。在成都市人民南路、天府国际会议中心、熊猫基地、金牛宾馆等地公交站张贴宣传海报。				
	2.项目实施内容及过程概述	在成都天府国际会议中心举办，已在天府国际会议中心周边路段（宁波路、福州路、广州路东段东段、汉州路、福州路东段等）、人民南路、天府大道、成都市双流国际机场高速公路、天府国际机场空港大道、柏森路挂灯杆道旗。天府一街与天府大道中段交汇处十字路口设置主题雕塑小品。在成都市宽窄巷子、春熙路等地标建筑、繁华商圈等户外LED大屏、双流国际机场出发大厅外临时搭客车道LED屏4块、达到大厅广告屏6块、贵宾D、E区电视显示屏4台、绕城高速公路收费站、成渝高速公路成都收费站、成南高速公路成都收费站等6处高速公路收费站LED屏、天府大道、绕城高速公路等市区内重要战略交通诱导屏、地铁公交车载电视。在成都市天府熊猫馆（339）、金融城双子塔开展灯光秀。在成都市人民南路、天府国际会议中心、熊猫基地、金牛宾馆等地公交站张贴宣传海报。									
预算执行 情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因	
	总额	0.00	57.83	57.83		100.00%		10		1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率达到90%的说明原因（100%以内）；2.年中发生预算调整的（追加或调减）；3.其他资金包括：社会投入资金、银行借款。	
	其中：财政资金	0.00	57.83	57.83		100.00%		/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/		
其他资金							/	/			
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	实施地点	≥	5	处	5	15	15	夜间小部分灯光照明不足未能达到最佳效果原因	
		质量指标	氛围营造工程验收合格率	≥	100	%	100	20	20		
		时效指标	完成时间	=	3	天	3	15	15		
	效益指标	社会效益指标	促进城市传媒产业发展	定性	促进传媒产业发展		有效促进传媒产业发展	10	10		
		观展人次	≥	100000	人次	100000	10	10			
	满意度指标	服务对象满意度	≥	98	%	96	10	9			
	成本指标	社会成本指标	项目成本	≤	59	万元	57.83	10	10		
合计										100	99
评价结论	首届“金熊猫”由中国文学艺术界联合会和四川省人民政府主办，每两年一届，永久落户四川。已于2023年9月19日至20日在成都圆满举办。成都成视文化传播有限公司承办专项工作经预算设计，视频剪辑合成。通过多点位、多形式、全方位营造“金熊猫”城市氛围景观，顺利完成了所承办的专项工作。经自评，各项工作达到了预期的建设效果。										
存在问题	鉴于首届“金熊猫”城市氛围营造，夜间小部分灯光照明不足，氛围方面未能呈现出亮点量均化										
改进措施	在首届“金熊猫”活动的工作中，为提升整体效果，采取以下改进措施，加强各宣传渠道的协调，优化宣传物料设计，增强氛围物料的亮点。										
		项目负责人：熊芳					财务负责人：王馨				

财务负责人:

主

子齋



CS 扫描全能王

3亿人都在用的扫描App

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）

项目名称		51010023100000828737-第十一届中国（成都）网络视听大会项目经费									
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况								
	1. 项目年度目标完成情况		中国网络视听大会与四川成都牵手十一年来，已成为网络视听领域规模最大、规格最高、内容最丰富、对行业发展具有重要指导意义的行业盛会。而四川成都通过持续举办大会、建设中国（成都）网络视听产业基地及网络视听产业功能区、打造四川成都网络视听特色场景等方式，聚集了大量优质网络视听产业人才、资源、项目和资本，以双向赋能的路径推动了网络视听产业提质增效，实现从“高原”迈向“高峰”的跨越。 本届大会将采用全网“线上直播”+“线下展会”模式，为全行业带来震撼的视听盛宴，打造永不落幕的“视听大会”。 大会设置开幕式、主论坛、分论坛、沙龙等35场活动，内容涵盖视听行业热点和前沿课题。								
2. 项目实施内容及过程概述		第十一届中国网络视听大会于2024年3月28—30日主会场在成都世纪城国际会议中心举办，大会以“极视听·强赋能”为主题，举办1个开幕式、1个主论坛、1个新技术和精品节目展、40余场主题论坛和发布活动、45场市民体验活动和117场展览展示；大会注册人数突破12000人，注册机构突破2100家，宣传报道方面，超300家各级各类媒体、675位记者参与现场报道，全网共计发表1.89万条“第十一届中国网络视听大会”相关资讯报道，阅读量1481.61万次，累计触达用户53.15亿人次，较去年增长28.94%。									
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因			
	总额	1,477.25	1,399.50	1,399.50	100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2. 年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3. 其他资金包括：社会投入资金、银行贷款			
	其中：财政资金	1,477.25	1,399.50	1,399.50	100.00%						
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%						
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%						
	其他资金										
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	与媒体	≥	200	家	200	10	10		
			举办活动场次	≥	35	场次	35	10	10		
			市民互动体验面积	≥	8000	平方米	7300	5	4		
			举办活动天数	≥	4	天	4	5	5		
		质量指标	大会上线率	≥	5000	人次	5000	10	10		
	效益指标	时效指标	按计划完成率	=	100	%	100	10	10		
		经济效益指标	优秀项目签约	≥	10	个	10	10	10		
		社会效益指标	观众人次	≥	5000	人次	5000	10	10		
		可持续影响指标	城市宣传	≥	6000	次	6000	10	10		
	满意度指标	服务对象满意度指标	与会嘉宾满意度	≥	95	%	93	5	4.9		
	成本指标	经济成本指标	项目成本	=	1177.25	万元	1399.5	5	4.9		
	合计										
							100	90.8			
评价结论	第十一届中国网络视听大会进一步引导了网络视听全产业链凝聚奋进新征程、建功新时代的磅礴力量，展现了网络视听行业昂扬向上的精神风貌。本届大会以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以“极视听·强赋能”为主题，打造了“权威发布平台、成果展示平台、行业赋能平台、大众共享平台”，突出了“权威性、引领性、国际性”，大会举办期间零失误、零投诉，得到了总局、协会和省市领导、与会嘉宾的高度认可和充分肯定。										
存在问题	鉴于第十一届中国网络视听大会在临近举办期间资金有所调整，故在会场方案及嘉宾邀请上有所变动，筹备时间较为紧张，在项目氛围方面未能实现亮点最大化呈现。										
改进措施	第十二届大会筹备期间，我台将紧密对接国家广电总局，待大会举办时间确定后，秉持“节俭办会”原则，同步完善工作机制，有序、高效开展第十二届大会相关筹备工作，争取将大会优势最大化呈现。										
项目负责人：	财务负责人：										

1、报表说明：该报表查询项目信息、绩效目标信息、预算及执行情况，用于预算单位查询导出开展项目自评。
2、取数口径：部门项目绩效目标表信息，包括年初预算、追加预算、结转预算和调整预算的绩效目标（以项目的最终绩效目标为准）。
适用地区：全省范围
适用用户：部门用户、单位用户



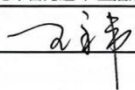
扫描全能王 创建

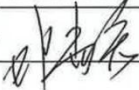
部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		省级公共文化服务体系建设项目（广电历史文化遗产保护利用项目）——古韵新声之文润天府									
主管部门		成都市广播电视台			实施单位（盖章）		成都市广播电视台				
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况								
	1.项目年度目标完成情况		《龙腾虎跃·中国年味》成都专辑（曾拟名《古韵新声之文润天府》成都专辑）于2024年完成拍摄制作，并在央视总台播出天府文化成都专场节目1期。原创天府文化相关文艺节目不少于6个，电视及新媒体触达人次不少于1亿人次。								
	2.项目实施内容及过程概述		《龙腾虎跃·中国年味》成都专辑（曾拟名《古韵新声之文润天府》成都专辑）与央视总台深度合作，打造“天府文化”成都专辑，原创不少于6个表演，制作1期精品节目合集，在CCTV-1及央视新媒体传播，以具有成都韵味的金沙文化、三国文化、诗歌文化、非遗技艺、文博产业等纵贯城市文脉，以金沙博物馆、杜甫草堂、武侯祠等历史遗迹作为城市地标和文化符号展示城市变迁，同时对传统文化元素注入新时代内涵，依托丰富的表现形式、先进的科技手段、时尚的国风设计，如诗如画般呈现，让天府文化“活”起来、“亮”起来。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）		年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因		
	总额		0.00	70.00	70.00	100.00%	10	10			
	其中：财政资金		0.00	70.00	70.00	100.00%	/	/			
	财政专户管理资金		0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/	1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因（100字以内）；2.年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3.其他资金包括：社会投入资金、银行贷款。		
	单位资金		0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/			
其他资金						/	/				
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	原创天府文化相关文艺节目	≥	6	个	6	6	6		
			参与节目录制或指导的文化嘉宾	≥	6	人数	6	5	5		
			成都本土文艺团队参与创作	≥	3	个	3	5	5		
			文艺创作指导专家（国家级院团专家指导）	≥	2	人数	2	5	5		
			产出精品文艺节目	=	1	期	1	5	5		
		质量指标	成都拥有项目相关文艺节目版权	≥	6	个	6	3	3		
			参与节目制作的文化嘉宾（邀请公开出版过天府文化相关著作的专家或国家一级博物馆负责人参与）	≥	2	人	2	5	5		
			节目播出频道（符合央视1套高清频道播出的标准）	定性	1920*1080	%	1920*1080	5	5		
			宣传节目的中央媒体平台（大屏及新媒体）	≥	3	个	3	7	7		
			时效指标	项目完成时间	定性	2024年12月31日前		2024年12月31日前	5	5	
	效益指标	可持续发展指标	项目相关文艺节目可公开展演	≥	2	年	2	5	5		
			持续排演相关节目的成都本土文艺团体	≥	3	个	3	5	3	成都本土文艺团队排演还可进一步加强	
		社会效益指标	提升天府文化知名度：节目中天府文化相关元素展现	≥	10	个	10	5	5		
			全国电视观众认可程度：节目全国收视率	≥	0.7	%	0.7	2	2		
			展现成都城市面貌：成都植入文化新场景数量	≥	3	个	3	5	5		
			节目触达人次：节目全网累计点击量	≥	1	亿人次	1	5	5		
		满意度指标	满意度指标	受众满意度	≥	95	%	95	6	4	受众是满意，但还有进步空间
		成本指标	经济成本指标	项目成本	=	70	万元	70	6	6	
	合计										
100 96											
评价结论		在项目实施过程中，严格按照绩效指标进行执行，全面完成各项绩效指标任务，部分指标超额完成，在今后的活动中还可继续提升。									
存在问题		节目在CCTV-1晚黄金档率先播出成都专辑，收视率稳居全国所有上星频道综艺节目第一，节目相关话题阅读量超6亿，全网视频播放量总计超1.5亿，但还有进步空间									
改进措施		在往后的节目制作中，进一步突破自我，精益求精									
项目负责人：		王静			财务负责人：王静						

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010025T000012722425-2024年省级公共文化服务体系补助资金（广电历史文化遗产保护利用项目）——从三星堆到金沙									
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位（盖章）		成都市广播电视台			
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况								
	1. 项目年度目标完成情况		对照年度目标，说明相关任务目标的完成情况（100字以内） 1、完成宣推方案策划 2、邀请专家并形成该项目的专家论证报告 3、形成纪录片拍摄方案初稿								
	2. 项目实施内容及过程概述		一、专家论证阶段 为了确保纪录片的专业性和学术价值，我们邀请了多位在考古学、历史学、影视制作、国内外宣发等领域的专家学者，组成项目专家团队。经过多次深入的交流和讨论，我们形成了项目的专家论证报告。该报告对纪录片的主题、内容、结构、风格等方面进行了全面而细致的论证，提出了专业的意见和建议。这一阶段的完成，不仅增强了项目的专业性和权威性，也为后续的拍摄工作提供了有力的指导和支持。 二、纪录片拍摄方案初稿形成阶段 在专家论证的基础上，我们结合项目的目标和需求，开始着手制定纪录片的拍摄方案。我们明确了纪录片的主题线索、内容要点、拍摄手法和风格特点，制定了详细的拍摄计划和时间表。同时，我们还与影视制作团队进行了深入的沟通和协作，确保拍摄方案的专业性和可行性。经过多次修改和完善，我们最终形成了纪录片拍摄方案的初稿，为后续的实际拍摄工作提供了清晰的指导和方向。 三、宣推方案策划阶段 根据专家论证及拍摄方案初稿，制定全面的宣传推广方案。这一方案旨在通过多渠道、多平台的方式，提高公众对《从三星堆到金沙》纪录片的期待值和关注度。分析目标受众的兴趣点，明确宣传的主题、内容、形式和渠道，制定详细的执行计划和时间表。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万）	年初预算	调整后预算数	预算执行数			预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	61.00	59.80			98.03%	10	10		
	其中：财政资金	0.00	61.00	59.80			98.03%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/		
	其他资金							/	/		
	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	数量指标		形成纪录片拍摄方案初稿	≥	1	个（套）	1	20	20		
			完成宣推方案策划	=	1	个	1	10	10		
	质量指标	高质量	≥	100	%	100	15	15			

绩效指标 (90分)	产出指标	时效指标	完成宣推方案策划	≤	30	日	60	8	4	宣推方案由于12月底完成该项目，海外宣发最终确定的网络宣发公司在圣诞节假期，没有及时回复邮件和对接工作，海外宣发最终的方案在1月份才能完成。
	效益指标	社会效益指标	贯彻政策知晓率	≥	90	%	90	5	5	
			主流媒体报道次数	≥	1	次	1	15	15	
	满意度指标	满意度指标	服务对象满意度	≥	95	%	≥95	5	5	
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	≤	61	万元	≤61	10	10	
合计								100	96	
评价结论	制作团队根据制作要求，完成该年度的目标工作。专家论证报告为纪录片的拍摄提供了有力的指导和支持。根据专家论证制定了详细的纪录片拍摄方案，为后续的实际拍摄工作提供了清晰的指导和方向，确保了拍摄工作的顺利进行。根据宣发团队的海内外宣发渠道，在得到片方和平台方的反馈后，策划了全面的宣传推广方案，预计在下一阶段通过多渠道、多平台的宣传，提升了公众对纪录片的期待值和关注度，为项目的成功打下了坚实的基础。									
存在问题	1、存在的问题：论证报告不够完善，缺少海外视角。 2、原因：由于时间原因，在接到制作任务后，未能及时联络所有国内外所有研究学者，尤其是国外研究学者，很多教授在圣诞假期期间，没有回复邮件，因此，涉及到史料和海外历史研究观点未能纳入论证报告，后续将继续完善。									
改进措施	措施：1、立即着手联络未回复的国外研究学者，尤其是那些在圣诞假期期间未能及时回复的教授，积极沟通并邀请他们为论证报告提供海外视角和史料观点。 2、加强时间管理，确保在后续项目中留出足够的时间进行专家联络和论证工作，避免类似情况再次发生。 通过这些措施，我们将进一步完善论证报告，提升项目的专业性和全面性。									
项目负责人：		财务负责人：				王馨				

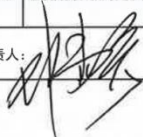
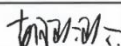
部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000011372510-成财教发〔2023〕112号成都市财政局成都市文化广电旅游局下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金(历史文化遗产保护利用项目)-古韵新声之文润天府(成都专辑)									
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位(盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况								
	1. 项目年度目标完成情况		《古韵新声之文润天府》成都专辑于2024年5月31日前完成，节目拟于2024年在总台综合频道晚间黄金时间播出，总台新闻频道、央视网、央视网等全媒体同步推广。该节目以传统节日为主题，精选全国特色文博宝藏作为素材，涵盖广博的中华优秀传统文化，承载时代传承的民族愿景，运用多种文艺形式和先进科技手段，营造唯美“大片”“质感”，开创“优秀传统文化溯源访谈+城市文化实景舞美+古风乐舞演出演绎“全新内容形态。同时，通过中央级新媒体平台开展配套新媒体直播宣传活动，配合大屏节目播出，进一步展示天府文化独特魅力，展示具有天府文化特色的场景、文创产品、非遗产品，特色农产品，立体传播好天府文化。								
	2. 项目实施内容及过程概述										
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数			预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	170.00	170.00			100.00%	10	10		
	其中：财政资金	0.00	170.00	170.00			100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/		
其他资金								/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	新媒体直播活动	≥	1	场	1	15	15		
			新媒体直播时长	≥	90	分钟	90	10	10		
			宣传展示产品	≥	15	个	16	10	10		
		质量指标	直播活动观看人数	≥	500	万人次	974	5	5		
			在中央级新媒体平台直播	≥	2	个	2	5	5		
		时效指标	直播活动完成时间	定性	2024年5月		2024年5月	5	5		
	效益指标	社会效益指标	展示天府文化场景	≥	2	个	3	15	15		
			展示成都特色文创产品及农副产品	定性	高		高	10	9	展示的特色文创产品、农副产品特色上有所欠缺	

满意度指标	满意度指标	直播效果满意度	≥	95	%	95	5	4	虽然已经完成满意度指标考，但未超过，主要原因因为直播形式创新度不够，未能吸引更多年轻受众群体
成本指标	经济成本指标	项目成本	≤	170	万元	170	10	10	
合计							100	98	
评价结论	项目实施过程中，严格根据制定的绩效指标进行分解，全面或超额完成了各个绩效指标任务，取得了预期效果。								
存在问题	与央视等新媒体平台播出的协调过程中，直播还可以争取有更优的直播时段，以取得更好的传播效果。								
改进措施	加强与平台沟通，直播形式更加创新								
项目负责人：					财务负责人：				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称	51010024T000012028552-成都市市级公共文化服务专项资金——成都科幻电影观影月项目经费									
主管部门	成都市广播电视台部门						实施单位 (盖章)	成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标						年度目标完成情况			
	1. 项目年度目标完成情况						2023成都科幻电影观影月活动于2023年10月17日至11月18日期间举行，在成都市的地标建筑、社区广场和绿道公园放映10部，共计20场电影展映活动和1场启动仪式展映活动，截至评价时各项指标均已完成。			
	2. 项目实施内容及过程概述						2023成都科幻电影观影月活动启动仪式于2023年10月17日举办，电影展映于2023年10月17日至11月18日期间，以流动+固定相结合的电影放映方式开展科幻城市（地标建筑展映）幻想空间（成都科幻博物馆外展映）银河驿站（绿道公园展映）3大板块活动，选取10部中外优秀科幻影片，共开展20场电影展映活动和1场启动仪式展映活动，向国内外友人展示成都开放包容的城市形象，让广大市民直观感受科幻魅力。			
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	27.00	27.00		100.00%	10	10		
	其中：财政资金	0.00	27.00	27.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	在成都市地标建筑、社区广场、绿道公园，面向国内外友人开展科幻展映场次总数	≥	20	场	20	6	6	/
			国产优秀科幻电影	=	7	部	7	10	10	/
			海外经典科幻电影	=	3	部	3	7	7	/
		质量指标	展映优秀影片豆瓣评分	≥	6	分	6	7	7	/
			活动正常开展率	≥	100	%	100	5	5	/
	时效指标	完成时间	定性	2023年11月		月	按时完成	10	10	/
	效益指标	社会效益指标	助力我市科幻之都发展	定性	助力我市科幻产业建圈强链		高	9	8	/
		可持续影响指标	提升参与度	定性	为世界科幻大会的顺利举办营造热烈氛围		高	7	7	/
			丰富广大市民群众文化生活	定性	满足广大市民群众文化生活及丰富多元的观影需求。		高	10	9	/
	满意度指标	满意度指标	市民满意度	≥	95	%	95	9	9	/
	成本指标	经济成本指标	项目总成本	≤	27	万元	27	10	10	/
	合计							100	98	/
评价结论	2023成都科幻电影观影月活动通过在成都市的地标建筑、社区广场和绿道公园放映10部中外优秀科幻影片，为世界科幻大会的顺利举办营造热烈氛围。该活动已于2023年10月17日至11月18日期间举行，开展科幻城市（地标建筑展映）幻想空间（成都科幻博物馆外展映）银河驿站（绿道公园展映）3大板块活动，共计20场电影展映活动和1场启动仪式展映活动，展示科幻电影的艺术魅力，让更多人了解和体验科幻文化。全部目标均按照预定进度完成。									
存在问题	无									
改进措施	建议加大对科幻类主题影展的支持力度，提高相关文化活动专项资金标准，以推动科幻文化传播、激发创新活力，助力文化产业繁荣。									
项目负责人：					财务负责人：胡明珍					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）									
项目名称		51010021T000011290241=成都教发〔2023〕111号成都市财政局下达2023年省级公共文化服务体系建设项目资金（重大文艺项目扶持和精品奖励）——电影《孤军》							
主管部门		成都市广播电视台		实施单位（盖章）		成都市广播电视台			
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况						
	1. 项目年度目标完成情况		院线电影《孤军》项目于2023年11月取得公映许可。已于12月9日在北京举办首映礼，并相继在成都、宜宾、兴文县举办了落地首映，12月18日在北京举办了专家研讨会，12月28日全国公映，截至评价时点累积票房3216.8万。						
	2. 项目实施内容及过程概述		院线电影《孤军》由成都市电影集团有限责任公司牵头，与中国人民解放军八一电影制片厂、兴文县文旅发展集团有限责任公司共同创作出品。影片由同类题材优秀电影《信仰者》的主创团队主创，主创团队深入挖掘四川省宜宾市兴文县的红色文化资源，首次将中国工农红军川南游击纵队慷慨悲壮的历史和英勇斗争的峥嵘岁月搬上银幕，是学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育、习近平文化思想学习教育、党史学习教育、爱国主义教育最生动、鲜活的红色主题素材。影片经国家电影局批准拍摄制作，于2022年8月完成影片拍摄，2023年11月取得公映许可（电审故字〔2023〕第577号），目前已经全面组织开展影片宣发，已于12月9日在北京举办首映礼，并相继在成都、宜宾、兴文县举办了落地首映，并于12月18日在北京举办了电影《孤军》专家研讨会。影片于2023年12月28日全国公映，截至评价时点，累计票房3216.8万，观影总人次超80万。影片已荣获“第22届Y.N.奥泽罗国际军事电影节金剑奖—人民选择奖”；入选四川省第十七届精神文明建设“五个一工程”；入选四川省文学艺术界联合会2023年度“百佳影视”工程；获评成都首届金芙蓉文学艺术奖（艺术类）影视优秀作品；入选四川省文联2023“百佳影视”年度排行榜作品；获评中宣部（2024年度）国家电影精品项目。						
预算执行情况（10分）		年度预算数（万元） 年初预算 调整预算 其中：财政资金 0.00 225.00 225.00 预算执行数 225.00 预算执行率 100.00% 权重 10 得分 10 财政专户管理资金 0.00 0.00 0.00 100.00% / / 1 单位资金 0.00 0.00 0.00 0.00% / / 1 其他资金 0.00 0.00 0.00 0.00% / / 1 原因：1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需求说明原因（100字以内）；2. 年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3. 其他资金包括：社会投入资金、银行贷款。							
绩效指标（90分）		一级指标 二级指标 三级指标 指标性质 指标值 度量单位 完成值 权重 得分 未完成原因分析 产出指标 数量指标 放映区域院线数量 ≥ 3 家 6 5 5 数量指标 观众数 ≥ 80 万人次 80 10 10 质量指标 成片高清标准达到标准时长 ≥ 95 % 100 10 10 时效指标 制作完成时间 定性 2023年12月前 2023年2月 15 15 经济效益指标 年利润额 ≥ 41 万元 50 5 5 收入总额 ≥ 6050 万元 6037.16 5 3 截至评价时点，该项目部分奖补还未到账 社会效益指标 把握政治导向和弘扬社会主义核心价值观情况 定性 优秀 优秀 10 10 影视剧思想性、艺术性、观赏性情况 定性 优秀 优秀 10 10 可持续影响指标 对推动影视产业发展的带动作用 定性 显著 显著 10 10 满意度指标 服务对象满意度指标 观众满意度 ≥ 95 % 95 5 5 成本指标 投入总成本 ≤ 6009 万元 4473.19 5 5 合计 100 98							
评价结论		电影《孤军》创作源于党史学习教育的成果转化，该片深入挖掘四川省宜宾市兴文县的红色文化资源，充分利用电影元素对兴文县城市历史文化进行宣传，传承红色文化，填补影像空白，是学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育、习近平文化思想学习教育、党史学习教育、爱国主义教育最生动、鲜活的红色主题素材。自评总分：96分							
存在问题		本片于2023年12月28日全国公映，且因影片为红色主题电影，相较经济效益更注重社会效益，因此本片观影人次和票房低于同期上映的商业电影。							
改进措施		做好电影《孤军》宣发工作及线下路演工作。							
项目负责人：		财务负责人：							

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）									
项目名称		51010025T000012305725-成都市市级文化产业发展专项资金——成都影视综合服务平台提档升级							
主管部门		成都市广播电视台				实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况		项目年度目标				年度目标完成情况			
	1.项目年度目标完成情况	1.实施“文学—影视”转化计划，年度组织文学到影视转化圆桌对话活动≥5场，搭建文学转化为影视作品创作平台，积累丰富影视题材，积极推动成都及四川特色题材文学作品向影视作品的转化工作，影视作品题材库年度入库文学作品数量≥10个； 2.实施“一城一片”创作计划，深度挖掘当地典范人物、事件和历史文化故事，开发影视项目≥1个； 3.实施线下服务实体建设计划，完成XR摄影棚建设项目可行性报告。				2024年内已定期举办共计7场文学-影视转化圆桌对话；并完成线上平台升级，全力打造成都影视综合服务平台小程序；已完成“一城一片”影视项目的开发创作；已完成《东八区影视文创园“XR+VP 虚拟摄制棚”项目可行性研究报告》和《XR大空间调研报告》。			
	2.项目实施内容及过程概述	为提升成都影视综合服务平台的核心竞争力，并推动成都影视产业向高品质、高效益的纵深发展，在前期平台建基础上，成都电影集团计划用三年时间（24-27年），加大平台投资力度，通过实施“文学到影视转化”“一城一片创作”“线上平台提档升级”“线下服务实体建设”“自主品牌影展平台打造”五大战略举措开展成都影视综合服务平台提档升级及三年建设计划。 2024年为成都影视综合服务平台提档升级（一期）建设阶段，本年度已定期举办共计7场文学-影视转化圆桌对话，年入库作品共计65部；完成线上平台升级，全力打造成都影视综合服务平台小程序，优化用户体验；完成《东八区影视文创园“XR+VP 虚拟摄制棚”项目可行性研究报告》和《XR大空间调研报告》。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因（100字以内）；2.年中发生预算调整的（追加或调减）未完成原因分析
	总额	0.00	100.00	100.00		100.00%	10	10	
	其中：财政资金	0.00	100.00	100.00		100.00%	/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/	
	其他资金						/	/	
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分
	产出指标	数量指标	举办文学到影视转化圆桌对话	≥	5	场	7	15	15
		质量指标	线上平台系统正常运营率	≥	95	%	95	25	25
		时效指标	完成线上平台基础架构初步升级改造	定性	2024年12月31日前		2024年12月31日	5	5
	效益指标	经济效益指标	通过成都市影视综合服务平台实现营收	≥	500	万元	2161.93	10	10
		社会效益指标	参与文学到影视转化圆桌对话作家数量	≥	5	人	8	3	3
			促进文学到影视转化	定性	发掘具有影视化潜力的优秀文学作品，并推动作品孵化。		达到	2	4
		可持续影响指标	整合行业资源	定性	通过平台影响力有效促进影视资源整合与创新，激发产业内生动力，为成都影视产业的持续繁荣与发展提供强有力的支撑。		达到	10	7

	满意度指标	服务对象满意度指标	平台服务对象满意度	≥	95	%	95	10	10	
	成本指标	经济成本指标	项目成本控制数	≤	474	万元	305.63	10	10	
合计								100	96	
评价结论	2024年为成都影视综合服务平台提档升级（一期）建设阶段，本年内已按“奠定基础，启动转化”计划完成“文学到影视转化”“一城一片创作”“线上平台提档升级”“线下服务实体建设”“自主品牌影视平台打造”五大战略举措相应目标。自评总分：96分。									
存在问题	2024年为成都影视综合服务平台提档升级项目起步阶段，各项工作正处于建设实施阶段，导致目前效益指标完成不理想。									
改进措施	继续做好成都影视综合服务平台提档升级相关工作。									
项目负责人：					财务负责人：					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
51010025T000012406703-新舟人地乡村振兴公益改造融媒体节目资金											
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台			
项目基本情况	项目年度目标										
	年度目标完成情况										
	1. 项目年度目标完成情况 采取大型季播长视频节目+系列精品短视频+重要节点新媒体直播方式，节目第一季（60个月内）摄拍4个改造项目的征集选址、规划设计、改造施工和投入应用过程，拍摄不少于8集，每集30分钟，所有节目内容在东方卫视播出；制作不少于60条精品短视频产品，策划不少于10场新媒体直播，在抖音、微博、视频号、小红书等不少于6个网络平台进行话题营销及宣传推广，在不少于80家主流网络平台上进行推广，形成立体传播声势。 2. 项目实施内容及过程概述 因房屋改造类项目工期相对较长，复杂性较高，节目拍摄项目改造全过程并以真人秀的方式呈现，近期，经过与项目组多方沟通，最终确定项目完工的时间，并确定拍摄正片的制作周期将顺延至2024年11月-2025年7月，播出宣传周期将顺延至2025年6-9月。现项目已向市财政局申请将该项目未支出费用结转至2025年跨年执行使用。										
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因			
	总额	0.00	1,000.00	567.41	56.74%	10	5.674	因房屋改造类项目工期相对较长，复杂性较高，节目需要拍摄项目改造的全过程并以真人秀的方式呈现，经过与项目设计施工方沟通，约定项目完工的时间及正片的制作、播出周期将顺延至2025年，项目已向市财政局申请将该项目未支出费用结转至2025年跨年执行使用。			
	其中：财政资金	0.00	1,000.00	567.41	56.74%	/	/				
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/				
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/				
	其他资金					/	/				
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	宣推的网络平台	≥	6	个	0	10		因房屋改造类项目工期相对较长，复杂性较高，节目需要拍摄项目改造的全过程并以真人秀的方式呈现，经过与项目设计施工方沟通，约定项目完工的时间及正片的制作、播出周期将顺延至2025年，项目已向市财政局申请将该项目未支出费用结转至2025年跨年执行使用。	
			项目改造点位	≥	4	个	1	10	2.5		
			节目总时长	≥	200	分钟	0	10			
		质量指标	省级媒体宣传报道	≥	2	次	0	10			
	时效指标	项目改造时长	≤	12	月	2	10	10			
	效益指标	社会效益指标	我市宜居宜业和美乡村建设成果宣传知名度	定性	增强		保持	10			
		生态效益指标	改造后点位的自然景观	定性	改善		保持	10			
		可持续影响指标	改造后的当地文旅产业、特色经济、文化传承等知名度	定性	增强		保持	10			
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	≤	1000	万元	567.4072	10	10		
合计								100	28.17		
评价结论		我台团队与东方卫视《梦想改造家》栏目团队密切合作，已完成了该项目前期选点和规划工作，取得了较好反响，并多次邀请东方卫视团队来蓉开展实地调研，经多次与市委有关领导汇报讨论，甄选出四个改造点位及改造方案，预计最终节目呈现效果和宣传预期均能达到项目预期。									
存在问题		因为该项目为乡村振兴类节目，房屋施工和建筑复杂程度高，难度大，涉及多个职能部门协调和配合，存在一定不可预知的时间和成本。									
改进措施		我单位将依据最新的项目实施时间和计划重新进行调整和安排，强化项目执行目标的监督与管理，保障项目按时按量地完成。									
项目负责人：		财务负责人：									

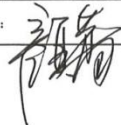
丁晖 邓安君

王静

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010025T000012311185 成都市市级文化产业发展专项资金——成影国际影城项目运营补贴（2023年度）								
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况	高质量建设“成影国际影城”影院生态连锁品牌。2023年，成都电影集团直营的9家影院实现年度经营收入2900余万元，旗下直营影院覆盖成都市7个区县，丰富市民的文化生活；稳定运营9家直营影院成为拉动内需、促进经济增长的重要助推力；打造成影国际影城的影院品牌，为成都市的电影产业发展及世界文化名称建设做出贡献。								
	2. 项目实施内容及过程概述	2023年上半年，新开成影国际影城一家，增加影厅5个，座位314个；2023年全年，新开成影国际影城两家，增加影厅13个，座位1789个；全年实现成影国际影城数量累计达到9家，座位数达到5714个，影厅数达到55个，实现接待观影人次70万人次，激光放映厅覆盖率超95%，初步形成覆盖成都市六区、一市的“成影”影院矩阵，运营9家影城年度经营收入达到2900余万元。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	300.00	300.00		100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因（100字以内）；2. 年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3. 其他资金包括：社会投入资金	
	其中：财政资金	0.00	300.00	300.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	累计影院数量	≥	9	家	9	20	20	
		质量指标	激光放映厅覆盖率	≥	95	%	98.18	10	10	
		时效指标	完成时间	=	1	年	1	10	10	
	效益指标	经济效益指标	年度经营收入	≥	2900	万元	2918.84	20	20	
		社会效益指标	影院覆盖区、市、县数量	≥	7	个	7	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	第三方平台好评率（抖音）	≥	85	%	92	10	8	
	成本指标	经济成本指标	影院运营整体成本指标	≤	3200	万元	3104.94	10	10	
合计								100	98	
评价结论	该项目已完成预期目标，自评得分98分。2023年度实现运营9家影院，激光放映厅覆盖率达到98.18%，完成时间为1年，实现年度经营收入2900余万，覆盖成都市7个区市县，第三方平台（抖音）好评率超85%，经营成本控制在了3200万以内。综上，该项目已取得良好成效。									
存在问题	该项目的满意度指标尽管达标了，但就成影国际影城影院品牌的打造而言，对观众满意度有着更高的要求，成影矩阵的服务质量仍需进一步加强。									
改进措施	加强服务培训，提升服务质量，以提升观众满意度。									
项目负责人：					财务负责人：胡=2/1					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024100001942159-院线电影《火锅艺术家》（市级文艺资金）								
主管部门		成都市广播电视台部门			实施单位（盖章）		成都市广播电视台			
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1.项目年度目标完成情况		院线电影《火锅艺术家》项目已完成成片拍摄制作，于2024年12月23日取得公映许可后，在全国范围内开启点映，12月29日在成都举办多场路演活动。截至评价时点全网累计传播人次已达到6.56亿。							
	2.项目实施内容及过程概述		院线电影《火锅艺术家》由成都市电影集团有限责任公司主控，北京京喜文化传媒有限公司、天津猫眼微影文化传媒有限公司共同出品，汇聚喜剧影视行业头部影视制作机构、主创团队和全明星阵容，同时猫眼的专业宣发团队为影片提供精准宣发服务，全流程保障影片市场竞争力，为影片打造“成都造”电影精品力作奠定了坚实基础。主创团队多次深入挖掘成都文化的独特魅力，以藏匿于街巷中的美食美景展现成都的市井烟火气，通过喜剧的表现手法，以文塑旅赋能，将成都街头市井生活搬上大银幕，以电影的形式再现成都这座中国最具活力和幸福感的城市。影片经国家电影局批准拍摄制作，于2023年8月11日完成拍摄，2024年12月23日取得公映许可后，在全国范围内开启点映，12月29日在成都举办多场路演活动。截至评价时点全网累计传播人次已达到6.56亿。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因
	总额	0.00	198.00	198.00		100.00%		10	10	1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2.年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3.其他资金包括：社会投入资金，银行贷款。
	其中：财政资金	0.00	198.00	198.00		100.00%		/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	其他资金							/	/	
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	成片时长	≥	90	分钟	98	15	15	
			完成成片	=	1	部	1	15	15	
		质量指标	成片高帧率达到48帧时长	≥	90	分钟	98	10	10	
			时效指标	成片完成时间	≤	2025	年	2024年4月1日	5	5
	效益指标	经济效益指标	实现营收	≥	4500	万元	5598	3	3	
		社会效益指标	全网传播覆盖人次	≥	1	亿人次	6.56	2	2	
			影片所展映成都元素	≥	2	个	2	10	10	
			宣传平台	≥	4	个	7	10	10	
	可持续影响指标	城市风貌	定性	以电影的形式持续展示成都的城市风貌、人文风情和美食文化，体现成都作为国际文化名城的风采		达到	10	8		
满意度指标	服务对象满意度	≥	90	%	90%	5	4			
成本指标	经济成本	≤	198	万元	198	5	5			
合计										
评价结论		为深刻把握总书记关于把中华优秀传统文化传承好发展好的重大要求，积极响应习近平总书记来川视察重要指示精神，电影《火锅艺术家》项目团队深入挖掘天府美食文化，以喜剧为表现形式，以火锅这一热辣美食为表达途径，将电影符号与城市文化资源有机结合，通过塑造成都特色城市文化，推动成都本土优秀传统文化的创造性转化，以文塑旅赋能。自评总分：97分。								
存在问题		本片于2025年1月3日全国公映，截止评价点影片仅上映4天，导致目前的总观影人次、营收总额不理想。								
改进措施		继续跟进电影《火锅艺术家》后续宣发工作。								
项目负责人：		财务负责人：胡明华								

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011909486-成都市建设践行新发展理念的公园城市示范区和智慧蓉城建设工作表彰活动暨新春联欢会项目经费								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标					年度目标完成情况				
	1.项目年度目标完成情况					于2024年新春佳节前夕，举办兼具政治性、思想性、艺术性、人民性的“成都市建设践行新发展理念的公园城市示范区和智慧蓉城建设工作表彰活动暨新春联欢会”，为成都市民送上温馨祝福的同时，表彰成都市建设践行新发展理念的公园城市示范区先进集体和先进个人代表、成都市智慧蓉城建设工作先进集体和先进个人代表，激励广大干部群众和社会各界人士以更加饱满的热情投入城市建设，进一步建强“大后方”、唱好“双城记”、做强“都市圈”、建好“示范区”，奋力谱写中国式现代化万千气象的成都篇章。				
	2.项目实施内容及过程概述					本次“成都市建设践行新发展理念的公园城市示范区和智慧蓉城建设工作表彰活动暨新春联欢会”于2024年2月5日19:30-20:30在城市音乐厅歌剧院举行。活动以“辰龙贺岁迎新存 万千气象创未来”为主题，活动基调欢乐喜庆、温暖热烈、奋进昂扬。整体流程由新春贺词、颁奖典礼和文艺表演三部分构成，总时长60分钟，参会人员规模预计880人。于2024年2月8日在主流媒体及网络平台上制作播发相关视频。				
预算执行情况 (10分)	年度预算数(万元)	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	290.00	288.16		99.37%	10	9.93		
	其中：财政资金	0.00	290.00	288.16		99.37%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	举办活动场次	=	1	场	1	10	10	
		数量指标	节目数量	=	7	个	7	10	10	
		质量指标	演出安全保障	≥	98	%	98	10	10	
	效益指标	社会效益指标	完成时间	≤	1	年	1	10	10	
			主流媒体报道次数	≥	2	次	2	10	10	
		社会效益指标	进一步建强“大后方”、唱好“双城记”、做强“都市圈”、建好“示范区”、打	定性	高		高	5	5	
			观众人次	≥	800	人次	800	10	10	
	可持续影响指标	激励广大干部群众和社会各界人士以更加饱满的热情投入城市建设	定性	高		高	5	5		
		满意度指标	服务对象满意度	≥	95	%	95	10	10	
	成本指标	经济成本指标	活动经费	≤	290	万元	288.16	10	10	
合计								100	99.93	
评价结论	项目自评总分99.93分。“成都市建设践行新发展理念的公园城市示范区和智慧蓉城建设工作表彰活动暨新春联欢会”，为成都市民送上温馨祝福的同时，表彰成都市建设践行新发展理念的公园城市示范区先进集体和先进个人代表、成都市智慧蓉城建设工作先进集体和先进个人代表，激励广大干部群众和社会各界人士以更加饱满的热情投入城市建设，进一步建强“大后方”、唱好“双城记”、做强“都市圈”、建好“示范区”，奋力谱写中国式现代化万千气象的成都篇章。									
存在问题	本项目在实际执行阶段，因临近过年，在节目的选择存在一定局限性和困难，导致节目选择及演员排练存在一定难度。									
改进措施	项目筹备期间，我台将提早对接相关演艺团体，同步完善工作机制，有序高效的完成节目拍摄工作。									
项目负责人：					财务负责人：					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称	51010023T000008397174-成都新年音乐会活动经费										
主管部门	成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)	成都市广播电视台				
项目基本情况	年度目标					年度目标完成情况					
	1.项目年度目标完成情况	通过举办此次晚会用音乐传播中国声音、反映时代风貌，在新的更高起点上书写好中国式现代化成都新篇章。成本控制在153.9万内，满意度指标社会满意度>95%，2024年11月底前完成此次活动。					2024成都新年音乐会于2023年12月27日在成都城市音乐厅圆满举行，预算执行数153.8万，社会满意度达97.23%				
	2.项目实施内容及过程概述	2024成都新年音乐会于2023年12月27日在成都城市音乐厅举行。演出时长约70分钟，音乐会以“万千气象展新颜，扬帆起航逐梦想”为主题，以“喜庆、欢乐、激昂”为总基调，以交响音乐演奏、器乐协奏、声乐演唱为主要内容，著名指挥家陈琳、著名歌唱家王传越、宋元明、孙麒麟、李金尧等参与演出									
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	153.90	153.90	153.80		99.93%	10	9.99	1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需求说明原因		
	其中：财政资金	153.90	153.90	153.80		99.93%	/	/			
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	播出次数	≥	2	次	2	5	5		
			媒体宣传报道次数	≥	30	次	30	5	5		
			演出上座率	≥	90	%	90	20	20		
			时效指标	按计划完成率	≥	99	%	99	10	10	
	效益指标	社会效益指标	传递加快建设践行新发展理念的城市公园城市示范区的征程上拼搏奋进、乘势而上的精神风貌	定性	高		高	10	10		
			线上线下媒体视频点击观看次数	≥	10	万次	10	10	10		
		可持续发展指标	持续提升成都城市形象	定性	提升		通过音乐会曲目编排体现全面建设践行新发展理念的公园城市示范区新风貌。	10	10		
	满意度指标	服务对象满意度指标	受益人员满意度	≥	95	%	97.23	10	10		
	成本指标	经济成本指标	成本控制数	≤	153.9	万元	153.8	10	10		
合计								100	99.99		
评价结论	2024成都新年音乐会于2023年12月27日在成都城市音乐厅举行，邀请了西部战区、成都警备区、政法、宣传、教育、科技、商务、文化、体育、卫生、群团等各行各业代表，2023成都“平凡之善”先进典型称号人物、第七届成都市道德模范，以及三八红旗手、成都工匠、劳动模范、成都好人、志愿者代表等先进典型代表观演，现场获得各方一致称赞，同时对音乐会进行现场直播及切条宣传，2024年新年音乐会用音乐汇聚爱国力量，用音乐传播中国声音、反映时代新貌，在新的更高起点上书写好中国式现代化成都新篇章										
存在问题	项目执行时间紧，任务重，方案多次调整，招采时间相对紧张										
改进措施	活动准备前期尽可能丰富策划方案，向主办单位多做汇报，为落地执行留出更多时间。										
项目负责人：						财务负责人： 					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		510100241000012021610-成都市市级公共文化服务专项资金——全国优秀舞剧邀请展演项目经费								
主管部门		成都市广播电视台部门		实施单位（盖章）		成都市广播电视台				
项目基本情况	项目年度目标			年度目标完成情况						
	1.项目年度目标完成情况			按照中央宣传部、中共四川省委宣传部、中共成都市委宣传部的要求，在成都全市范围内按时保质组织策划好全国优秀舞剧邀请展演和相关配套宣传推介及场地保障，并完成其中2部全国优秀剧目来蓉演出的落地接待工作。推动社会主义文艺事业繁荣发展，活跃文艺市场，满足广大人民群众多层次文化需求。						
	2.项目实施内容及过程概述			舞剧《红楼梦》于2024年4月21日在四川大剧院完成展演工作，舞剧《龙舟》于2024年4月27日在成都高新中演大剧院完成展演工作。两部舞剧均在2024年4月完成落地接待工作，并在2023年11月—2024年7月期间进行了媒体宣传推广及场地保障服务工作。						
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）		年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因	
	总额		0.00	83.45	76.95	92.21%	10	9.22	1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因（100字以内）；2.年中发生预算调整的（追加或调减）	
	其中：财政资金		0.00	83.45	76.95	92.21%	7	7		
	财政专户管理资金		0.00	0.00	0.00	0.00%	2	2		
	单位资金		0.00	0.00	0.00	0.00%	1	1		
其他资金						1	1			
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	2部舞剧演出剧院	≥	2	家	2	5	5	
			2024年5月完成《红楼梦》《龙舟》落地接待工作	≥	2	项	2	10	10	
		质量指标	舞剧展演主创团队中至少有1人获得过国家级奖项或是国家一级演员、导演	≥	1	人/户	1	10	10	
			接待的每场舞剧表演团队人数不少于50人	≥	50	人/户	50	10	10	
			时效指标	项目完成时间	定性	2024年12月31日	月	45652	10	10
	效益指标	社会效益指标	将全国优秀舞剧展演打造成一年一度的优秀舞剧展演活动	定性	推动社会主义文艺事业繁荣发展			5	5	
			媒体宣传报道不少于50条	≥	50	条	150	10	10	
		可持续发展指标	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大精神，深入学习贯彻习近平总书记关于文艺工作系列重要指示精神，持续满足广大人民群众多样性文化文艺需求。	定性	持续满足大众对多样文化的需求			5	5	
			打造舞剧高水平展演平台，推动舞剧创作、培育优秀人才，活跃文艺市场。	定性	持续打造高水平舞剧市场			5	5	
		满意度指标	满意度指标	受众满意度	≥	95	%	95	10	10
	成本指标	成本指标	项目成本	≤	85	万元	76.95	10	10	
合计										
100 99.22										
评价结论 《红楼梦》《龙舟》两部舞剧于2024年4月27日完成展演工作。2部舞剧落地接待人数均70人，10部舞剧媒体宣传报道数量高达150条。每部舞剧都生动展示了全国舞蹈行业蓬勃发展态势，展现了舞台艺术创作演出生动景象，持续推动了文艺事业产业繁荣发展。										
存在问题 项目执行过程中展演作品不断调整，配套宣传内容变更，未能达到最佳宣传效果										
改进措施 筹备期间提前做好预案，确保达到最佳宣传效果										
项目负责人： 王静 王静				财务负责人： 王静 王静						

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011377723-成财教发〔2023〕112号下达2023年省级公共文化服务体系建设的专项资金（历史文化遗产保护利用项目）—“你好，成都”声音日历：川派盆景								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位（盖章）		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况		“你好，成都”声音日历是以“你好成都HiChengdu”微信视频号为主要载体、基于微信社群实现精准传播的日更短视频产品。“你好，成都”声音日历：川派盆景节目将通过2分钟的短视频讲述国家级非物质文化遗产——川派盆景的发展历程与独特的风格、技艺特点。看似是小小的一盆植物，但它将大自然的草木丛林、山石微尘巧妙地浓缩于盆钵之中，展现了蜀人“小中见大、妙肖自然”的审美追求，节目点击量和转发量达到50万次，让广大群众了解非遗文化、爱上非遗文化、传承非遗文化。							
	2. 项目实施内容及过程概述		“你好，成都”声音日历：川派盆景节目通过2分钟的短视频讲述了国家级非物质文化遗产——川派盆景的发展历程与独特的风格、技艺特点。看似是小小的一盆植物，但它将大自然的草木丛林、山石微尘巧妙地浓缩于盆钵之中，展现了蜀人“小中见大、妙肖自然”的审美追求，节目点击量和转发量达到50万次，让广大群众了解非遗文化、爱上非遗文化、传承非遗文化。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	4.00	4.00		100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因	
	其中：财政资金	0.00	4.00	4.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	节目时长	≥	2	分钟	2分钟	15	15	
			制作音、视频数量	≥	1	个	1个	10	10	
			视频号发布	≥	1	条	1条	10	10	
		质量指标	多平台宣传	定性	高	期	多平台宣传	5	5	
			自采自编率	≥	80	%	80%自采自编	5	5	
			信息发布及时率	≥	100	%	100%	5	5	
	效益指标	社会效益指标	主流媒体报道次数	≥	1	次	1次	10	10	
			点击增长率	≥	50	%	50%	5	3	节目应该再多渠道宣传推广
		可持续影响指标	累计播放量	≥	50	万次	50万次	10	10	
	满意度指标	满意度指标	受众满意度	≥	95	%	95%	5	5	
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	=	4	万元	4万元	10	10	
合计								100	98	
评价结论	项目整体完成较好，达标率较高。									
存在问题	在社会效益上和社会影响力上，还未达到全面的全民众覆盖。									
改进措施	在品牌打造上和社会效益指标上，争取在今后的项目宣传中，进行各个角度更全面的全民众覆盖。									
项目负责人：		李靖				财务负责人：王静				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）													
项目名称		51010024T000012028696-成都市市级公共文化服务专项资金——“你好，成都”声音日历项目经费											
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）		成都市广播电视台			
项目基本情况		项目年度目标						年度目标完成情况					
		2024年年底完成：1、2024年365期“你好，成都”声音日历产品；2、宣传报道不少于30条；3、项目控制成本为80万；4、项目覆盖人群至少500万；5、群众满意度至少95%。						已完成：1、2024年365期“你好，成都”声音日历产品；2、宣传报道不少于30条；3、项目控制成本为80万；4、项目覆盖人群至少500万；5、群众满意度至少95%。					
		2.项目实施内容及过程概述						已完成365期“你好，成都”声音日历产品，宣传报道30条，项目控制成本为80万，项目覆盖人群≥500万，群众满意度≥5%					
预算执行情况（10分）		年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因			
		总额	0.00	80.00	80.00		100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因			
		其中：财政资金	0.00	80.00	80.00		100.00%	/	/				
		财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/				
		单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/				
绩效指标（90分）		一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析		
		产出指标	数量指标	产品期数	=	365	期	365期	15	15			
				宣传报道	≥	30	条	30条	5	5			
				节目时长	≥	2	分钟	2分钟	5	5			
			质量指标	央级媒体报道	=	3	个	3个	5	5			
				节目自采自编率	=	100	%	100%	5	5			
		时效指标	项目完成时间	定性	2024年12月31日前		2024年12月31日	10	10				
		效益指标	社会效益指标	产品覆盖率	≥	500	万人	500万人	9	8	节目的选题应该更加广泛，宣传城市的各方面		
				产品点击	≥	500	万次	500万次	9	9			
				累计播放	≥	1000	万次	1000万次	5	5			
			可持续影响指标	累计转发	≥	150	万次	150万次	5	5			
		满意度指标	满意度指标	群众满意度	≥	95	%	95%	7	7			
		成本指标	经济成本指标	项目总成本	=	80	万元	80万元	10	10			
		合计									100	99	
		评价结论		项目整体完成较好，达标率较高。									
存在问题		在社会效益上和社会影响力上，还未达到全面的全民众覆盖。											
改进措施		在品牌打造上和社会效益指标上，争取在今后的项目宣传中，进行各个角度更全面的全民众覆盖。											
项目负责人：		李靖						财务负责人：王静					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000011673121-执行开闭幕式活动项目经费									
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标	项目年度目标						年度目标完成情况			
		2024 年成都世界园艺博览会全面践行习近平生态文明思想，贯彻“简约、安全、精彩、专业”原则，秉承“绿色低碳、节约持续、共享包容”理念，力争将开闭幕式打造成一场世界园艺艺术和公园城市的精彩对话，一个世界文明交流互鉴的美好平台，一届彰显“时代特征、国际水平、中国元素、成都特色”的高质量园艺盛会，以四川成都为窗口，向全球展示中国式现代化的万千气象						2024 年成都世界园艺博览会全面践行习近平生态文明思想，贯彻“简约、安全、精彩、专业”原则，秉承“绿色低碳、节约持续、共享包容”理念，力争将开闭幕式打造成一场世界园艺艺术和公园城市的精彩对话，一个世界文明交流互鉴的美好平台，一届彰显“时代特征、国际水平、中国元素、成都特色”的高质量园艺盛会，以四川成都为窗口，向全球展示中国式现代化的万千气象			
	项目实施内容及过程概述	2024年成都世界园艺博览会开幕式定于2024年4月26日上午9:30，在东部新区成都世界园艺博览会主会场天府眼举行。1、以“花开天府·万千气象”为主基调。2、预计总时长48分钟，其中仪式环节28分钟，文艺表演20分钟。3、主舞台采取简约风格，以锦江河岸天府眼摩天轮为核心，将周围生态系统作为整体舞台景观，完成仪式及文艺演出，展现公园城市里的幸福美好，展示中国式现代化的万千气象。世园会闭幕式于2024年10月28日10点在成都世界园艺博览园主展馆多功能厅举办，总时长45分钟，演员规模约100人，观众规模约360人。闭幕式采用仪演融合模式，充分展现本次大会的园艺之美、人文之美、世界共融之美									
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因	
	总额	0.00	900.00	890.66		98.96%		10	9.89		
	其中：财政资金	0.00	900.00	890.66		98.96%		/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/		
	其他资金							/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	举办活动场次	=	2	场	2	20	20		
		质量指标	现场演出观众上座率	≥	95	%	95	10	10		
		时效指标	举办活动时长	≥	40	分钟	40	10	10		
	效益指标	社会效益指标	观展人次	≥	400	人次	400	10	10		
		可持续发展指标	通过活动达到提升成都城市形象、提高城市的知名度和影响力	定性	高	人次	高	5	5		
		可持续发展指标	促进文化旅游的发展；产生持续影响力纪念性、特殊性、收藏价值	定性	高	个	高	10	10		
	满意度指标	满意度指标	群众满意度	≥	95	%	95	5	5		
	成本指标	经济成本指标	项目控制成本为	≤	900	万元	890.66	20	20		
合计								100	99.89		
评价结论	项目自评总分99分，2024 年成都世界园艺博览会全面践行习近平生态文明思想，贯彻“简约、安全、精彩、专业”原则，秉承“绿色低碳、节约持续、共享包容”理念，力争将开闭幕式打造成一场世界园艺艺术和公园城市的精彩对话，一个世界文明交流互鉴的美好平台，一届彰显“时代特征、国际水平、中国元素、成都特色”的高质量园艺盛会，以四川成都为窗口，向全球展示中国式现代化的万千气象。										
存在问题	由于项目资金在临办前有所调整，故在活动方案上有所变动，未能最终呈现最佳效果。										
改进措施	项目筹备期间，我台将紧密对接市委办，同步完善工作机制，有序高效的完成开闭幕式的活动。										
项目负责人：						财务负责人：					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000012011620-成都市广播电视台公共文化服务专项资金-“原创新声”成都原创音乐人选拔活动（暂定名）项目经费									
主管部门		成都市广播电视台		实施单位（盖章）		成都市广播电视台					
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况								
	1. 项目年度目标完成情况		“选拔活动”是一档音乐选拔活动，助力“三城三都”建设，提升成都市文化内涵与品质，让新时代的舞台歌声成为成都建设世界文化名城和国际音乐之都的时代表达之一，为谱写中国式现代化万千气象的成都篇章提供坚强思想保证、强大精神力量、有利文化条件。至少举办一场活动，选拔活动在2024年12月内完成；选拔活动高清版本录制，选拔活动视频点击率不少于10万；受益人员满意度超过95%；项目经济成本控制在380万元以内；								
	2. 项目实施内容及过程概述		一、节目筹备 2024年7月21-8月20日；二、海选录制2024年8月21日-29日；三、第一期节目播出2024年9月6日；四、晋级赛录制2024年9月11日；五、海选第二期节目播出2024年9月13日；六、晋级赛第一期节目播出2024年9月20日；七、晋级赛第二期节目播出2024年9月21日；八、半决赛现场直播2024年9月27日；九、决赛路演拉票2024年9月29日；十、决赛现场直播2024年10月11日								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）		调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	0.00	375.89	375.89		100.00%	10	10			
	其中：财政资金	0.00	375.89	375.89		100.00%	/	/			
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	举办2024年成都原创音乐人选拔活动	=	1	场	1	10	10		
			媒体宣传报道	≥	5	家	5	10	10		
		质量指标	选拔活动高清录制播出合格率	≥	100	%	100	10	10		
			制作宣传视频达到高清分辨率率	定性	1920*1080		1920*1080	10	10		
			时效指标	完成录制时间	定性	2024年12月内完成		2024年12月内完成	10	10	
	效益指标	社会效益指标	再次擦完成都“音乐之都”名片	定性	擦完成都“音乐之都”名片		擦完成都“音乐之都”名片	5	5		
			宣传推广报道	≥	10	次	10	5	5		
		可持续影响指标	打造一档音乐选拔活动	定性	原创音乐人成都造，助力“三城三都”建设		完成原创音乐人成都造，助力“三城三都”建设	5	5		
			提升成都城市文化内涵与品质	定性	让新时代的舞台歌声成为成都建设世界文化名城和国际音乐之都的时代表达之一		完成让新时代的舞台歌声成为成都建设世界文化名城和国际音乐之都的时代表达之一	5	4		
	满意度指标	满意度指标	市民满意度	≥	95	%	95	10	10		
	成本指标	经济成本指标	制作成本	≤	380	万元	375.89	10	10		
合计							100	99			
评价结论	项目自评总分99分，“选拔活动”是一档音乐选拔活动，助力“三城三都”建设，提升成都市文化内涵与品质，让新时代的舞台歌声成为成都建设世界文化名城和国际音乐之都的时代表达之一，为谱写中国式现代化万千气象的成都篇章提供坚强思想保证、强大精神力量、有利文化条件。										
存在问题	由于项目资金在活动临近举办前有所调整，故在嘉宾邀请上做出了调整，未能呈现节目最佳效果。										
改进措施	项目筹备期间，我方将紧密对接所邀嘉宾，同步完善工作机制，有序高效的完成活动。										
项目负责人：		张磊 罗皓		财务负责人：		王馨		王馨			

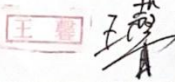
部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011200679-成财教发〔2023〕111号成都市财政局下达2023年省级公共文化服务体系建设专项资金								
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
项目基本情况		项目年度目标					年度目标完成情况			
	1. 项目年度目标完成情况	项目总体目标：争取2023年6月前完成《做自己的光》后期剪辑工作，通过完善音乐创作、配音、配乐、特效等手段达到播出要求，完成送审审批手续，顺利取得发行许可证及卫视播映许可；项目总投资1.8亿元，目前前置发行至主流视频网站优酷视频为网络独播播出平台，电视首轮卫视播出目标锁定北京卫视、东方卫视、江苏卫视、浙江卫视等一线卫视中的其中一家卫视播出。本剧通过主人公何欢面对情感困局与事业困境，愈挫愈勇，最终寻回初心、继续追梦的故事，展示了现代女性在家庭、婚姻、恋爱中的自省与思考。而何欢及其同事的追梦之旅，也体现了电视台从业人员不忘初心，面对时代浪潮，勇于逆风飞扬、开拓创新、锐意进取的精神，思想内涵具有积极的现实意义。 本剧艺术特色鲜明，着力塑造了何欢这一坚韧独立的新时代女性形象，在社会和媒体变革的大潮中，这一女性形象具有鲜明的时代印记和独创性，为国产女性人物艺术长廊提供了新的艺术形象。 所以通过本剧的播出，可以向社会传递、弘扬社会主义核心价值观和中华优秀传统文化，在创作中坚持接地气、有温度、有深度，反映真实的生活状态。本剧在各个环节力争艺术精湛、制作精良，同时追求较高审美价值、艺术品位和艺术风格，整体看全剧情节真实、故事好看、人物鲜活，播出后预期会有良好的社会效益，具备获得国家级影视奖项的实力。 年度目标： 目标1：2022年11月完成拍摄。 目标2：2023年8月前取得发行许可证。 目标3：2023年12月前优酷视频独播播出。 目标4：2023年12月前一线卫视播出。 目标5：创造良好的经济效益，预期收益2.2亿元，利润额4000					电视剧《做自己的光》于2023年5月22日取得发行许可证，许可证编号：（川）剧审字（2023）第002号。项目实际支出17429万元。电视剧《做自己的光》于2023年7月17日——8月5日首轮在江苏卫视晚间黄金档、优酷视频独播播出。8月21日四川卫视二轮独播，8月31日河南卫视2.5轮播出。11月29日黑龙江卫视三轮播出。2024年5月6日辽宁卫视多轮播出。			
	2. 项目实施内容及过程概述	筹备期：2018年开始剧本创作，2022年4月9日完成初稿剧本，筹备建组，确定主创：出品人：曹义、王锦；导演：余丁；主要演员：刘涛、秦海璐、刘宇宁、柴碧云；美术指导：袁峰；摄影指导：杨敬，造型指导：艾闻。 拍摄期：2022年6月22日——11月4日，共136天。 后期制作期：2022年11月——2023年4月。2023年5月22日取得发行许可证。 播出期：2023年7月17日——8月5日首轮在江苏卫视晚间黄金档、优酷视频独播播出。8月21日四川卫视二轮独播，8月31日河南卫视播出。 播出成绩：播出期间热度值持续破9000，荣获优酷热度值、优酷热播榜、优酷上新榜、电视剧热播榜、都市剧场热度榜5个第一；电视剧播放量29.7亿，主话题阅读量14亿，讨论量1549万，全网热搜543个，微博热搜543个，抖音超100点赞量爆款视频数230支，其中1000点赞数11支。《做自己的光》首播期间，人民日报海外版、光明日报、中国新闻出版广电报、中国电影报道、中国妇女报、新京报等多家主流权威媒体发声，纷纷肯定剧集价值。对《做自己的光》进行主创采访、剧评报道，给予了积极、正向的好评，围绕创作理念、核心思想价值观及幕后故事进行解读报道。其中，人民日报（海外版）刊登文章《“她故事”的温暖力量》、光明日报刊登《在逆境中成大器，探索新可能》、CMG中国新闻出版广电报刊登《如“光”一般的力量和慰藉》、中国电影报道《人生大起大落，更要做自己的光》、人民文娱《直面生活热爱生活》、央视网文娱《不是单纯的“女性互助”，而是在竞争中相互促进，在促进中寻找可能》、中国妇女报刊登《对话苏晓璇：做编剧，要有一颗坚韧的心》、北青网刊登《惊喜打开女性视角获赞》、新京报《对作品的最大尊重是贴近现实》等。行业优质自媒体@影视独舌的《友邻与竞争并存，用互助应对挑战，在逆境中不断探索新可能》、@犀牛娱乐《能看到主创团队对“真”女性题材的坚持》、@新剧观察《女性不再被精英主义和完美主义的惯性裹挟，普通人找到了被理解和懂得的释然》、@主编温静《现实题材何以赋新能？首部直面书写媒体从业者的职场剧〈做自己的光〉给出新解》、@广电独家《职业生活 女性 励志：〈做自己的光〉的四重内涵向度》等等文章。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	600.00	600.00		100.00%	10	10		
	其中：财政资金	0.00	600.00	600.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
产出指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	数量指标	电视剧集数	电视剧集数	≥	40	集	40	10	10	
			电视剧播出平台数	≥	2	个	6	10	10	
			电视剧观众数	≥	1.5	亿人次	1.8	5	5	
		质量指标	电视剧高清成片达标率	≥	95	%	100	10	10	
	观众累积点击超3亿									

绩效指标 (90分)	时效指标	2023年内项目完成情况	≥	80	%	100	15	15	
	经济效益指标	电视剧年收入总额	≥	22000	万元	22381	10	10	
		电视剧年利润额	≥	4000	万元	4952	5	5	
	社会效益指标	电视剧思想性、艺术性、观赏性情况	定性	好		好	5	5	
		电视剧把握政治导向和弘扬社会主义核心价值观情况	定性	好		好	5	5	
	可持续影响指标	对推动四川电视剧产业发展的带动作用	定性	显著		较为显著	5	4	剧中因情节需要对故事背景进行了架空处理，未明确点名背景城市
	满意度指标	服务对象满意度指标	观众满意度	≥	95	%	95	5	5
	成本指标	经济成本指标	电视剧总投入成本	≥	18000	万元	17429	5	4
合计							100	98	
评价结论	《做自己的光》主题内容坚持正确政治导向，积极弘扬社会主义核心价值观、中华优秀传统文化，贴近实际、贴近生活、贴近群众，弘扬主旋律、传播正能量。该剧艺术精湛、制作精良，表现力、感染力强，体现了当代中国艺术的创造力，具有较高审美价值、艺术品位和艺术风格。社会效益及经济效益总体均达到预期指标值。								
存在问题	电视剧播出后好评度较高，但由于平台排播时间为7月至8月暑期档，主流收视观众是学生，这期间播放的《长相思》《玉骨遥》《安乐传》等古装偶像剧牢牢地锁定了主流观众。剧中因情节需要对故事背景进行了架空处理，未明确点名背景城市，剧中场景选取的四川建筑、美食、文化等元素的展现受到了一定影响。								
改进措施	后期在电视剧发行中努力进行多轮发行，使项目增加曝光率，达到覆盖更多收视人群的目的，更好地展现四川风采，进一步推动四川影视产业的繁荣发展。								
项目负责人：	王毅			财务负责人：	王毅				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010023T000008367420-成都市春节电视联欢晚会经费									
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
项目基本情况	项目年度目标	2024年2月底前完成此次活动。通过举办此次晚会传递加快建设践行新发展理念的公园城市示范区的征程上拼搏奋进、乘势而上的精神风貌。成本控制在256.5万内，满意度指标社会满意度>95%。						年度目标完成情况			
	1. 项目年度目标完成情况	2024年2月底前完成此次活动。通过举办此次晚会传递加快建设践行新发展理念的公园城市示范区的征程上拼搏奋进、乘势而上的精神风貌。成本控制在256.5万内，满意度指标社会满意度>95%。						2024年2月底前完成此次活动。通过举办此次晚会传递加快建设践行新发展理念的公园城市示范区的征程上拼搏奋进、乘势而上的精神风貌。成本控制在256.5万内，满意度指标社会满意度>95%。			
项目基本情况	2. 项目实施内容及过程概述	成都春晚已举办十年有余，成为了成都市民春节过年时的必看节目。在2023年岁末纳福、辞旧迎新，演绎属于成都的烟火气、过年味，我们携手深圳卫视共同打造一档温暖、振奋、欢乐的“2024龙腾深蓉双城春晚”，表达深圳、成都市民欢庆团圆、共迎新春的喜悦之情。在岁末纳福、辞旧迎新之际，演绎属于深蓉双城的烟火气、人情味，围绕“喜悦、温馨、团聚”的基调，把丰富多彩的文艺节目送到老百姓的身边，丰富群众的精神文化生活，增添节日的喜庆氛围。（一）录制时间：2023年12月30日-2024年1月25日（二）后期时间：2024年1月26日-2023年2月6日（三）播出时间：2023年2月8日20:00-22:00。本次晚会采用分组录播和剪辑同时进行的形式，保障内容、呈现品质。录制剪辑后结合后期渲染及MR现实混合呈现多维立体的视觉效果。为保证和扩大宣传效果，提升城市形象，将联合腾讯视频、爱奇艺、B站、央视频等头部平台，进行切条播出和花絮网络直播，聚集更多流量。制造舆论爆点，多方位进行战略营销。									
	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数			预算执行率	权重	得分	原因	
预算执行情况 (10分)	总额	256.50	253.87	253.87			100.00%	10	10		
	其中：财政资金	256.50	253.87	253.87			100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/		
	其他资金							/	/		
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
	产出指标	数量指标	邀请媒体宣传数量	≥	30	家	30	10	10		
			播出次数	≥	1	次	1	10	10		
			晚会视频录制	定性	高清		高清	10	10		
		时效指标	晚会视频录制时长	≥	80	分钟	90	10	10		
	效益指标	社会效益指标	提升成都城市形象	定性	提升		提升	10	9		
			线上线下视频播点点击放次数	≥	10	万次	10	20	20		
	满意度指标	服务对象满意度	受益人员满意度	≥	95	%	95	10	10		
成本指标	经济成本指标	成本控制	≤	256.5	万元	253.87	10	10			
合计								100	99		
评价结论	项目自评总分99分，晚会严格贯彻市委宣传部对晚会思想性、艺术性和观赏性相统一的要求，为推动优秀传统文化的传播与传承、宣传我市中心工作建设发挥了积极作用。										
存在问题	本项目执行属于跨年项目，在实际执行阶段，因临近过年，在节目演员的选择存在一定困难，导致节目拍摄推进较为困难。										
改进措施	项目筹备期间，我台将提早对接相关演艺团体，同步完善工作机制，有序高效的完成节目拍摄工作。										
项目负责人：		张磊 罗佳				财务负责人：王馨 王馨					

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		510100231000008387330-“蓉城先锋”智慧党建平台建设运营运维经费								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况			项目年度目标				年度目标完成情况			
	1. 项目年度目标完成情况		1. 负责蓉城先锋党建频道24小时不间断、安全、稳定播出。在电信IPTV、看度新闻网、蓉城先锋党建微信云平台等多终端、多渠道持续做好直播、互动点播的内容运营及平台维护。 2. 围绕中心工作大局，利用新媒体载体，挖掘报道我市党建创新实践和典型事迹，做好中心工作和重大部署宣传落地。 3. 建设升级推广“蓉城先锋”融媒体平台，不断强化与党建工作有机结合的互动、服务等功能。 4. 加强网络安全防御系统，抵御网络恶意攻击，消除业务网络中存在的安全隐患。 5. 围绕中心工作和重大部署，组织线上线下系列活动。				1. 已完成蓉城先锋党建频道各平台内容运营及维护。 2. 已做好中心工作和重大部署宣传落地。 3. 已完成“蓉城先锋”融媒体平台建设升级推广。 4. 已加强网络安全防御系统。 5. 已围绕中心工作和重大部署，组织线上线下活动。			
	2. 项目实施内容及过程概述		1-12月，全年不间断开展直播频道、点播平台和微信云平台的节目编排播出、内容制作更新，6档原创栏目全年共计制作播出321期党建节目，微信共发布110余条内容。 1-12月，围绕新思想、党的二十大精神、党的二十届三中全会、省委市委全会等，开展基层党建宣传工作，聚焦全市党组织和党员，做好宣传引导。 1-12月，全年不间断做好平台的网络安全建设和升级保障，确保全市各级党组织和广大党员依托平台开展党员教育培训管理。 1-12月，开展讲党课等线上线下互动活动15场，把中央、省委和市委中心工作和重大部署传播到全市各级党组织和党员。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	884.72	879.72	879.72		100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2. 年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3. 其他资金包括：社会投入资金、银行贷款。	
	其中：财政资金	884.72	879.72	879.72		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
数量指标		“蓉城先锋”党建频道、互动点播平台日常维护合格率	=	100	%	100	2	2		
		网络安全维护平台数量	≥	10	台	10	2	2		
		开展线上线下活动场次	≥	10	场	15	2	2		
		维护“蓉城先锋”党建频道平台硬件的数量	≥	15	台	15	2	2		
		“蓉城先锋”平台全年UV指标	≥	300	万人次	350	2	2		

绩效指标 (90分)	产出指标		组建党建宣 传专业团队 人数	=	5	人	5	2	2	
			“蓉城先锋” 平台全年 PV指标	≥	6000	万人次	6100	2	2	
			党建微信云 平台问题解 决及时率	=	100	%	100	2	2	
			频道完成节 目期数	≥	320	期	321	2	2	
		质量指标	有责平台运 行事故发生 起数	≤	0	%	0	2	2	
			专题节目内 容符合度	=	100	%	100	2	2	
			视频节目清 晰度	定性	高清		高清	2	2	
			平台及硬件 设备维护验 收合格率	=	100	%	100	2	2	
			“蓉城先锋” 党建平台 宣传任务完 成合格率	=	100	%	100	2	2	
			党建微信云 平台内容生 产维护专业 合格率	=	100	%	100	2	2	
			平台、硬件 、设备故障 率	≤	0	%	0	2	2	
			“蓉城先锋” 品牌宣传 推广	≥	1000	万人次	1100	2	2	
		时效指标	“蓉城先锋” 党建微信 平台信息发 布频次	定性	3条	日	3条	2	2	
			“蓉城先锋” 党建频道 原创节目播 放频次	定性	10期	次	10期	2	2	
			平台、硬件 、设备维护 服务故障修 复时间	≤	24	小时	24	2	2	
			平台、硬件 、设备维护 服务故障响 应时间	≤	1	小时	1	2	2	
		社会效益指 标	“蓉城先锋” 党建平台 浏览（点 击）次数	≥	5000	万次	5000	4	4	
			党员政治思 想较上年是 否提升	定性	提升		提升	5	5	
			党建宣传知 晓率	=	100	%	98	4	3.92	

效益指标		网络安全有 责安全事故 发生起数	≤	0	次	0	5	5	
		节目、宣传 信息审核、 发布机制健 全度	=	100	%	100	5	5	
	可持续影响 指标	平台、硬件 、设备维护 、保障机制 健全度	=	100	%	100	5	5	
		提高党建宣 传提升组织 工作满意度	≥	95	%	95	5	5	
满意度指标	满意度指标	“蓉城先锋” 党建频道 内容吸引力 、观众满意 度	≥	95	%	95	5	5	
成本指标	经济成本指 标	平台建设运 营运维经费	=	884.72	万元	879.72	10	9.94	
合计							100	99.86	
评价结论		99.86分 完成既定目标 1. 党建频道24小时安全播出，成为常态宣传阵地和党员全天候学习的教育载体。 2. 通过六档自办栏目，完成重大宣传落地。 3. 通过IPTV电视等平台的内容运营及维护，开展丰富的点播学习，更符合党员需要。 4. 升级建设与运营推广微信平台，成为宣传教育、组织管理的重要平台。 5. 加强安全防御系统，消除安全隐患。 6. 组织线上线下系列活动，广泛宣传推广，有效加强“蓉城先锋”用户关注度和知名度。							
存在问题		1. 党建频道的展现方式，可考虑进一步增强。 2. 微信内容在现有宣传形式和风格上，还可以进一步创新以吸引更多年龄段的党员。							
改进措施		1. 丰富党建频道的展现方式。 2. 结合新时代党员需求，守正创新微信内容宣传形式，进一步扩大宣传知晓率。							
分管台领导：		项目负责人：		财务负责人：					
									

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000012024107-成都市市级公共文化服务专项资金——《说文物话成都》文化传承互联网IP及系列短视频打造项目经费					实施单位（盖章）		成都市广播电视台		
主管部门		成都市广播电视台部门					年度目标完成情况				
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标 1、项目整体抽样调查满意度达到95%，梳理不同时代、不同种类成都代表性文物，按照文物自述、文物碰撞、文物互动三类表现形式，推出共计15部精品短视频，展现成都繁盛的文物储量和深厚的文化底蕴。 2、项目将以成都市广播电视台媒体矩阵为主要分发平台，在市委宣传部下指导下，协调中央省市媒体进行全网宣发，全网播放量不少于200万，以文润城塑造“三城三都”品牌，力求多角度、全方位呈现成都深厚多元的历史文化，打造“现象级IP”，打造镌刻成都文物传承“现象级IP”，推动天府文化更好地实现创造性转化与创新性发展。					该项目完成预算执行数40万元，推出共计15部精品短视频，全网播放量超200万，整体抽样调查满意度达到95%。以文润城塑造“三城三都”品牌，积极打造“现象级IP”，镌刻成都文物传承“现象级IP”，推动天府文化更好地实现创造性转化与创新性发展。				
	2. 项目实施内容及过程概述	该项目完成预算执行数40万元，推出共计15部精品短视频，全网播放量超200万，整体抽样调查满意度达到95%。以文润城塑造“三城三都”品牌，多角度、全方位呈现成都深厚多元的历史文化，积极打造“现象级IP”，镌刻成都文物传承“现象级IP”，推动天府文化更好地实现创造性转化与创新性发展。									
	预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	0.00	40.00	40.00	100.00%	10	10	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因			
	其中：财政资金	0.00	40.00	40.00	100.00%	/	/				
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/				
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/				
	其他资金							未完成原因分析			
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分		
	产出指标	数量指标	视频产出数量	≥	15	个	15	20	20		
		质量指标	视频分辨率	定性	1920*1080		1920*1080	10	10		
		时效指标	完成时间	定性	2024年12月内		2024年12月内	10	10		
	社会效益指标	全网播放量	≥	200	万	257.5	5	5			
		宣传文物数量	≥	15	件	15	10	10			
		可持续影响指标	助力塑造“三城三都”品牌	定性	通过塑造文物专属网络数字IP，多层次、全方位努力打造彰显巴蜀文化魅力、天府文化特色的成都故事，助力提升世界文化名城影响力		通过塑造文物专属网络数字IP，多层次、全方位努力打造彰显巴蜀文化魅力、天府文化特色的成都故事，助力提升世界文化名城影响力	10	8		
	满意度指标	满意度指标	项目整体满意度	≥	95	%	95	5	5		
	成本指标	经济成本指标	项目制作成本	≤	40	万元	40	20	20		
	合计										
评价结论	项目自评总分98。通过15部精品短视频，展现成都繁盛的文物储量和深厚的文化底蕴，全网播放量超200万，以文润城塑造“三城三都”品牌，多角度、全方位呈现成都深厚多元的历史文化，积极打造“现象级IP”，镌刻成都文物传承“现象级IP”，推动天府文化更好地实现创造性转化与创新性发展。										
存在问题	绩效指标中效益指标的可持续影响指标的质量待提升。										
改进措施	加强对绩效目标的认识和管理，提升可持续影响，树立以绩效目标为导向的体系化意识。										
分管台领导：	项目负责人：				财务负责人：王翠玲						

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010023T000008388465《天府工匠》——大型技能挑战融媒体节目经费								
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)		成都市广播电视台	
项目基本情况		项目年度目标					年度目标完成情况			
	1. 项目年度目标完成情况	围绕四川省加快构建现代产业体系，成都现代开放型产业体系的重点产业、行业、项目，搭建起“高技能人才资源库”，为优秀的产业工人和企业、产业之间搭建起人才供给的桥梁，为成都高质量发展持续注入强劲动力。活动具有宣传成都尊重劳动、崇尚技能、创新创造的鲜明文化特质，营造全社会“劳动最光荣、奋斗最幸福”的时代新风尚。用生动可听可视的手法，呈现技能精彩，讲好工匠故事，打造全媒体领域现象级的视听内容品牌IP，利用大小屏融合传播，做好内容精准传播和社会传播，每期节目可以达到收看人数4000万—6000万。打造具有全国影响力的职业技能展示平台，不断汇聚优秀工匠汇聚成都，为四川、成都培养和造就一支有理想守信念、懂技术会创新、敢担当讲奉献的宏大产业工人队伍持续助力。					按照既定目标要求，《天府工匠》第三季——大型技能挑战融媒体节目盛大播出，完成各项既定绩效目标。受到全总、省、市领导点赞，并被全国总工会官方新媒体矩阵转发。			
	2. 项目实施内容及过程概述									
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	1,915.00	1,875.45	1,867.42		99.57%	10	9.957	1. 预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需要说明原因（100字以内）	
	其中：财政资金	1,915.00	1,875.45	1,867.42		99.57%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	举办宣传活动次数	≥	10	次	16	10	10	
			制作视频数量	≥	100	个	244	15	15	
			发布宣传稿件数量	≥	200	个	415	10	10	
			宣传工匠人数	≥	100	人	108	5	5	
			综艺节目期数	=	10	期	10	5	5	
		质量指标	上级采用（报道）数量	≥	20	条	200	5	5	
			自采自编率	≥	50	%	54.50%	5	5	
		时效指标	信息发布及时率	≥	95	%	93%	5	5	
	效益指标	社会效益指标	宣传贯彻知晓率	≥	90	%	80%	10	8.8	
			主流媒体报道次数	≥	200	条	275	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	广大市民满意度	≥	98	%	90	5	4.6	
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	=	1915	万元	1867.42	5	5	
	合计							100	98.357	

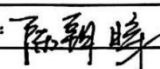
评价结论	《天府工匠》第二季完成各项既定绩效目标，通过媒体融合为项目赋能的创新实践，突出精准传播和社会传播的优势，取得良好成效，具备典型示范意义和借鉴推广价值的实践探索，多次获得省、市领导的肯定性批示，荣获2024年国家广电总局评选的“中国梦 新征程”原创网络视听节目推选活动优秀网络综艺节目，全国工会重点工作创新案例，首届中华优秀传统文化视听大会综艺类优秀作品、短视频类好作品，“第十六届中国·扬州旅游电视周”短视频（微电影）类最佳作品等奖项。
存在问题	按市委常委会要求《天府工匠》推出“天府工匠OK计划”，通过节目搭建企业和求职者之间的桥梁纽带。因为节目联系的都是我市重点产业的各大企业，对方在用人制度上也有一个公司流程要走，导致前期在企业生产一线搭建舞台进行录制的实施进度比原定计划有所放缓，同时由于技能挑战的基本门槛导致报名参赛的人员数量没那么庞大，市民参与感有所欠缺。
改进措施	结合我市“进解优促”工作和“立园满园”行动，加强和重点企业的深度合作。进一步加大对社会面的宣传，包括线上线下的推广及政策知晓率的覆盖。提前谋划、精心组织、协同推进，在吸取前三季经验基础上进一步加强项目管理。
项目负责人：	财务负责人：王馨

王馨

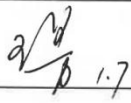
王馨

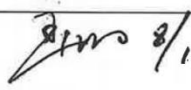
部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）												
项目名称		2025年第12届世界运动会火炬发布活动项目经费										
主管部门		成都市广播电视台				实施单位 《成都》		成都市广播电视台				
项目基本情况	项目年度目标					年度目标完成情况						
	1. 项目年度目标完成情况					2024年11月1日，省政府与体育总局联合行文审定《2025年第12届世界运动会火炬传递方案（送审稿）》的请示件已报至国务院，待审定。国家体育总局建议调整活动时间，经世运会组委会火炬传递处研究决定火炬发布活动延期举行						
	2. 项目实施内容及过程概述					本项目的主要内容是世运会火炬是体育精神的象征，与城市拼搏进取的精神高度契合。将火炬发布场景与产业生态相结合，把“成都造”搬上世运舞台，展示我市智能智造、低空经济图景，把拼搏精神建设的精气神融入世运，营造全市上下坚定信心、加压奋进的拼搏氛围。发布活动与市民体验相结合，展现美丽四川、锦绣成都独特风采。确保2025年第12届世界运动会火炬发布活动顺利进行、安全精彩，技术保障坚实稳固，品质追求精益求精。致力于构建一场彰显世运品牌价值与城市形象，集庄重与特色于一体的盛事。						
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数	预算执行率	权重	得分	原因				
	总额	200.00	200.00	200.00	0.00%	10	0	国家体育总局建议调整活动时间，经世运会组委会火炬传递处研究决定火炬发布活动延期举行				
	其中：财政资金	200.00	200.00	200.00	100.00%	/	/					
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/					
	单位资金	0.00	0.00	0.00	0.00%	/	/					
	其他资金					/	/					
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析		
	产出指标	数量指标	2025年第12届世界运动会火炬发布活动：数量指标≥1场；举办天数≥1天；活动面积≥800平方米；	=	1	项	0	10	0	国家体育总局建议调整活动时间，经世运会组委会火炬传递处研究决定火炬发布活动延期举行		
		时效指标	2024年12月底前完成。	≤	1	年	0	20	0	国家体育总局建议调整活动时间，经世运会组委会火炬传递处研究决定火炬发布活动延期举行		
	产出指标	质量指标	确保火炬发布活动安全精彩，宣传受众人数达10万人以上；确保火炬发布活动流程及演出顺利精彩。舞台、大屏、音响技术服务安全可靠，系统稳定、品质良好。同时为火炬发布活动提供优质服务及视觉制作，以及后勤保障服务，安全保障率≥98%。	=	100	%	0	10	0	国家体育总局建议调整活动时间，经世运会组委会火炬传递处研究决定火炬发布活动延期举行		
		效益指标	社会效益指标	利于成都世运品牌传播，进一步提升成都世运会的知名度和影响力。单场参与人数≥400人次；观众人次≥1000人次；项目可持续影响率	≥	95	%	0	10	0	国家体育总局建议调整活动时间，经世运会组委会火炬传递处研究决定火炬发布活动延期举行	
	可持续影响指标		项目可持续影响率高于80%。	≥	80	%	0	10	0	国家体育总局建议调整活动时间，经世运会组委会火炬传递处研究决定火炬发布活动延期举行		
	满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象满意度高，市民对于世运宣传满意度大于等于95%。	≥	95	%	0	10	0	国家体育总局建议调整活动时间，经世运会组委会火炬传递处研究决定火炬发布活动延期举行		
	成本指标	经济成本指标	资金使用小于200万元。	≤	200	万元	0	20	0			
	合计										100	0
	评价结论 项目延期举行											
存在问题 无												
改进措施 无												
项目负责人：袁野 财务负责人：琚												

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010023T000008387212-“两个实施办法”配套软件项目经费（《网宣综合管理服务系统》《舆情监测分析系统》）								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况		持续优化《网宣综合管理服务系统》，通过报告、音视频等形式展现成都组织工作，提升网宣工作水平。持续优化《舆情监测分析系统》，监测、研判、报送、处置涉组涉干舆情，为成都组织工作营造良好的网络舆论环境。							
	2. 项目实施内容及过程概述		实施内容：《网宣综合管理服务系统》资源部署及日常运维保障，安排专业人员开展数据录入、系统培训、系统答疑、数据分析等日常运营工作。《舆情监测分析系统》资源部署，网站、论坛、视频、新浪微博等渠道数据源采集。专业人员负责全市组工舆情监测、研判、分析、报送，持续优化舆情系统相关关键词，制定、调整各项舆情监测方案，撰写涉组涉干舆情简报、快报、周报、月报等报告。 实施过程：团队组建，数据引入，软件升级、部署、调试阶段；系统集中优化联调联测阶段；项目全年常规运维工作持续开展。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	43.00	43.00	43.00		100.00%	10	10	/	
	其中：财政资金	43.00	43.00	43.00		100.00%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	舆情报告期数	=	100	期	197	10	10	/
			舆情系统配置账号数量	=	10	个	10	10	10	/
			网宣系统培训、答疑次数	≥	100	次	104	5	5	/
		质量指标	网宣综合管理服务系统全年功能优化次数	≥	4	次	3	10	7.5	2024年度网宣综合管理服务系统正常、高效运行，甲方对系统功能的优化次数需求减少，暂不需要进行更多功能优化。
			保网涉组涉干舆情准确报送率	≥	97	%	98	5	5	/
		时效指标	舆情及时处置率	≥	90	%	95	5	5	/
	完成常规舆情报告用时		≤	4	小时	4	5	5	/	

		完成大数据 舆情分析报 告周期	≤	15	天	12	5	5	/	
效益指标	社会效益 指标	组工系统全 市应用覆盖 率	≥	90	%	100	5	5	/	
		通过网宣系 统报送审核 的文章数量	≥	1.2	万	1.2	10	10	/	
		可持续影 响指标	舆情系统持 续优化数	≥	5	次	5	5	/	
	满意度指 标	满意度指 标	服务对象满 意度	≥	95	%	97	10	10	/
	成本指标	经济成本 指标	项目成本	=	43	万元	43	5	5	/
合计							100	97.5		
评价结论	2024年持续完成了对《网宣综合管理服务系统》和《舆情监测分析系统》的功能优化升级，通过对网宣、舆情系统的日常运营及涉组涉干舆情的有效监测，显著提升了成都组工网络宣传的工作效能，为成都的组织工作构建了积极的网络舆论生态。2024年度网宣综合管理服务系统正常、高效运行，甲方对系统功能的优化次数需求减少，暂不需要进行更多功能优化，功能优化次数未达到指标完成量。本年度项目自评得分为97.5分。									
存在问题	2024年度网宣综合管理服务系统正常、高效运行，甲方对系统功能的优化次数需求减少，暂不需要进行更多功能优化，功能优化次数未达到指标完成量，截至2024年底共计完成3次系统优化，完成率75%。									
改进措施	加强与甲方的工作沟通，主动研究并提出网宣综合管理服务系统优化方案，供领导参考，以保障项目持续、良好运行。									
分管台领导：			项目负责人：			财务负责人：				
										

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010023T000008387410-“城市文化建设与推动”市级媒体对外推广及海外传播专项经费								
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)	成都市广播电视台		
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标					年度目标完成情况			
		该项目围绕我市中心工作核心要点，通过推出有深度、有温度、有影响力的报道、专题节目以及落地直播活动，宣传市委市政府中心工作，国家大政方针，实现天府文化和中国文化的有效海内外传播。 计划完成在中央广播电视台总台共推出重点报道120条；在央视综合频道及央视新闻频道推出重点报道60条；在央视财经频道推出重点报道25条；在央视中文国际频道推出重点报道15条；在央广推出重点报道20条，制作播出外宣节目52期。					全面完成了全年任务指标，其中产出指标和效益指标部份略有小幅超额。			
	2. 项目实施内容及过程概述	本项目分为三个板块： (1)。“手拉手”项目，主要用于围绕市委市政府中心工，在中央广播电视台总台推出重点报道120条，在央视综合频道机央视新闻频道推出重点报道60条；在央视财经频道推出重点报道20条在央视中文国际频道推出重点报道10条；在央广推出重点报道10条。宣传平台为CCTV-1-2-3-4-5-13及央广《新闻和报纸摘要》《新闻纵横》《全国新闻联播》等。积极推送符合成都宣传上宣要求，主要涉及中心工作宣传、国家大政方针贯彻落实实践成果。 (2).央视直播落地项目，主要用于执行中央电视台、中央人民广播电台落地直播，落地直播平台为CCTV-1-2-4-13等多频道、栏目，主要方向为各类大型赛事的转播、不同类型宣传片，传统节日和重要活动项目。 (3).《西望成都》(Chengdu Plus)项目，主要用于《西望成都》(Chengdu Plus)平台建设运行、国际国内主流社交平台内容生产运营推广及品牌塑造、智库建设、海内外权威精准传播渠道拓展、国际主流媒体平台播出费及传播合作费用及因公出国费用。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	1,413.60	1,403.60	1,398.28		99.62%	10	9		
	其中：财政资金	1,413.60	1,403.60	1,398.28		99.62%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	《西望成都》chengdu plus栏目组织实施节目制作	=	52	期/年	52	10	10	
			在央视综合频道及央视新闻频道推出重点报道	≤	60	条	65	10	10	
			在中央广播电视台总台共推出重点报道	≥	120	条	145	10	10	
		质量指标	结合市委中心工作制作节目	≥	30	条	40	10	10	
		时效指标	及时推送、及时播出率	≥	100	%	100	10	10	
			讲好成都故事、四川故事，面前世界传播好天府文化，实现Chengdu Plus海外新媒体矩阵粉丝在23年的基础上增长	=	20000	人	20510	7	7	

效益指标	可持续影响指标	持续保持全国大城市外宣账号前列，在 Chengdu Plus 海外新媒体矩阵发布原创视频。	=	100	个	120	5	5	
		进一步提升城市形象，将《西望成都》Chengdu Plus 原创视频节目在海外平台播	≥	3	个	4	10	10	
满意度指标	服务对象满意度指标	市民满意度	≥	98	%	97	8	7	
成本指标	经济成本指标	成本控制	≤	1413.6	万元	1398.28	10	10	
合计							100	98	
评价结论	项目根据年初计划，有效开展，目前效果良好，能完成预定目标。								
存在问题	项目运行多年以前，成都台已经形成完整的工作机制，以台总编牵头，“手拉手”部分由全媒体新闻中心上宣工作组专人专职执行，全台多中心设立上宣团队协同配合，目前运行良好。央视直播落地项目部分由文旅传媒中心（航柏工作室）执行，目前运行良好。《西望成都》(Chengdu Plus) 项目部分由国际传播中心执行，目前运行良好。								
改进措施	进一步加强与外宣力的沟通，及时有效的传达新闻指令，第一时间反馈发稿情况，配合台内二次传播。								
项目负责人：	 1.7				财务负责人：	 1.7			



部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010025T000013058597-2024年省级公共文化服务体系建设补助资金（广电历史文化遗产保护利用项目）-穿越千年的对话（三星堆-金沙文明对话玛雅文明）								
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位（盖章）	成都市广播电视台			
项目基本情况	项目年度目标	年度目标完成情况								
		拟在未来一年内针对纪录片《穿越千年的对话——三星堆-金沙文明对话玛雅文明》（不少于3集）继续开展多语种译制工作，译制质量100%符合海外推广渠道的要求，并至少拓展1个海外推广渠道，使纪录片能持续在全球受众中形成良好的传播效果，更好地传播中华文明和中华优秀传统文化，持续加强与全球受众的友好往来和文明互鉴。				2024年内完成了纪录片《穿越千年的对话——三星堆-金沙文明对话玛雅文明》（3集）的多语种译制工作，译制质量100%符合海外推广渠道的要求。并拓展了不少于1个海外推广渠道，使纪录片能持续在全球受众中形成良好的传播效果，更好地传播中华文明和中华优秀传统文化，持续加强与全球受众的友好往来和文明互鉴。				
	2. 项目实施内容及过程概述	2024年内完成了纪录片《穿越千年的对话——三星堆-金沙文明对话玛雅文明》（3集）的多语种译制工作，包括中译英、中译西、中译葡萄牙语等，译制质量100%符合海外推广渠道的要求；并拓展了不少于1个海外推广渠道，使纪录片能持续在全球受众中形成良好的传播效果，更好地传播中华文明和中华优秀传统文化，持续加强与全球受众的友好往来和文明互鉴。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	60.00	31.47		52.45%	10	5.2	2024年已使用经费31.47万元，剩余28.53万元结转至2025年内使用完毕。由于国际形势的变化日新月异，海外推广工作属于意识形态输出，面临挑战，该片的海外推广工作还在推进中。2025年将充分利用结转后的项目经费对纪录片的海外推广渠道进行拓展。	
	其中：财政资金	0.00	60.00	31.47		52.45%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	数量指标		拓展海外推广渠道	≥	1	个（台、套、件、	1	20	20	
			完成纪录片多语种译制工作	≥	3	集	3集	10	10	

绩效指标（90分）	产出指标	质量指标	译制质量符合海外推广渠道要求	=	100	%	100%	10	10	
		时效指标	海外推广渠道拓展完成时间	≤	1	年	小于1年	10	10	
	效益指标	社会效益指标	在全球受众中形成良好的传播效果，更好地传播中华文明和中华优秀传统文化	定性	传播效果良好		传播效果良好	10	10	
		可持续影响指标	持续向全球受众传播中华文明和中华优秀传统文化，加强与海外受众的友好往来及文明互鉴	定性	加强		加强	10	10	
	满意度指标	服务对象满意度指标	译制及海外推广效果达到服务对象满意	≥	100	%	译制效果100%达到了服务对象	10	10	
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	=	60	万元	31.74万元	10	5.2	
	合计							100	90.4	
评价结论	2024年内完成了纪录片《穿越千年的对话——三星堆-金沙文明对话玛雅文明》（3集）的多语种译制工作，译制质量100%符合海外推广渠道的要求。并拓展了不少于1个海外推广渠道，使纪录片能持续在全球受众中形成良好的传播效果，更好地传播中华文明和中华优秀传统文化，持续加强与全球受众的友好往来和文明互鉴。									
存在问题	2024年已使用经费31.47万元，剩余28.53万元结转到2025年内使用完毕。为进一步使纪录片能持续在全球受众中形成良好的传播效果，更好地传播中华文明和中华优秀传统文化，持续加强与全球受众的友好往来和文明互鉴，还将继续充分利用结转后的项目经费对纪录片的海外推广渠道进行拓展。									
改进措施	提前做好项目预算支出规划，及时完成项目经费使用。									
项目负责人：孔 卯				财务负责人：王 静						

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010025T000012375701-世运欢乐SONG项目经费（暂定）								
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)	成都市广播电视台		
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标					年度目标完成情况			
		成都世运会“跟着赛事去旅行”系列活动之“世运欢乐SONG”项目计划于2024年至2025年6月执行，共4站活动，每站持续5-15天不等，结合各区（市）县赛事资源、地区优势策划活动内容，包括“赛、展、秀、产”四部分。同时拟于10月下旬举行启动仪式，正式开启“跟着赛事去旅行”系列活动。另，按9月8日兴同志专题会要求，“世运欢乐SONG”又名成都世运会“跟着赛事去旅行”系列活动之走进区（市）县、走进特色街区活动。					启动仪式于10月25日晚在成都环球中心举行，并启动了为期3天的国际时尚体育节。1月3日至5日，将开展“跟着赛事去旅行”走进成华·迎新之旅活动开展，让“世运”与动漫产业和文旅结合。			
	2. 项目实施内容及过程概述	成都世运会“跟着赛事去旅行”系列活动启动仪式于10月25日晚在成都环球中心东广场举行，并启动了为期3天的国际时尚体育节。本次活动整合了头部旅游网络平台、旅行社、旅游景点等资源，以“跟着赛事去旅行”为主题，推出世运“赛事+旅游”精品路线，展示推介四川及成都的文化旅游资源和活动，诚邀全球游客“到成都观赛，到四川旅游”。1月3日至5日，成都世运会“跟着赛事去旅行”将走进成华区，携手天府国际动漫城开启“世运迎新之旅”，3天活动内容，预计组织霹雳舞、街舞两场专业赛事和飞盘、射箭、城市定向等10余个世运项目的推广体验活动，举办新年集市、舞动次元天府动漫嘉年华漫展、动漫产业生态路演等活动，让“世运”与动漫产业和文旅结合，以赛事活动引流。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	496.00	158.40		31.94%	10	8	由于走进区（市）县活动时间在2025年1月3日-5日。因此2024年底，只完成了项目招采工作，将项目经费进行了结转。2025年，活动结束后，按流程完成支付工作。	
	其中：财政资金	0.00	496.00	158.40		31.94%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	其他资金						/	/		
一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析	
		走进特色街区活动	=	0	场次	0场次	2	0	由于执委会项目方案调整，走进特色街区活动2024年暂未开展，预计调整至2025年执行	

绩效指标 (90分)	产出指标	数量指标	走进区 (市)县活 动	=	1	场次	0	20	10	由于走进区 (市)县活 动执行时间 在2025年1 月3日-5日。 因此2024年 12月底,只 完成了项目 招采工作, 能够按计划 开展活动。
			启动仪式	=	0	场次	1场次	3	3	启动仪式于 10月25日晚 在成都环球 中心举行, 并启动了为 期3天的国际 时尚体育节
		质量指标	项目验收合 格率	≥	95	%	50%	10	5	活动未执行 完成,暂时 未开展验收
		时效指标	按时按期完 成工作进度	≥	95	%	100%	10	10	
	效益指标	社会效益指 标	主流媒体报 道次数	≥	20	次	15次	12	10	活动未执行 完成,暂时 未完成统计
			活动观众参 与人员	≥	2000	人	1000人	10	5	活动未执行 完成,暂时 未完成统计
	满意度指标	服务对象满 意度指标	获得世运会 执委会及相 关参与人员 认可	≥	95	%	90%	10	8	活动未执行 完成,暂时 未开展验收
	成本指标	经济成本指 标	项目资金	≤	416	万	158.4	13	13	
	合计							100	72	
	评价结论	本项目自评总计为72分。启动仪式借鉴赛事“节日化”理念,充分结合国际时尚体育节,以创新大气的舞台形式、简约精彩的仪式环节、时尚活力的文体表演、丰富多样的体验项目,获得了省市领导的高度评价。1月3日至5日,“跟着赛事去旅行”走进成华·迎新之旅,将组织霹雳舞、街舞、飞盘、射箭等10余个世运项目的推广体验活动。								
	存在问题	活动开展设置时间不是完全合理,造成年底预算执行滞后的情况。								
	改进措施	科学、合理安排活动开展时间,精确监测资金使用进度。								
项目负责人:			财务负责人:							

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011084171-成都市市级公共文化服务专项资金——“学习强国”成都平台建设运维项目经费								
主管部门		成都市广播电视台部门					实施单位 (盖章)	成都市广播电视台		
项目基本情况		项目年度目标					年度目标完成情况			
	1. 项目年度目标完成情况	切实提高政治站位，强化责任担当，突出公园城市特点，充分发挥学习宣传新思想新理念的积极作用，激励和动员全市党员干部群众更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，成为展示成都加快建设践行新发展理念的公园城市示范区、推动成渝地区双城经济圈建设、全面建设社会主义现代化新天府等各项战略目标生动实践的重要窗口。					截至2024年12月31日，成都平台年度供稿24540条，被全国平台采用551条，用户订阅量达2100万，阅读量超23亿9千万。成都平台供稿数、采用数，被四川平台、全国平台采用数在全省各通讯站中均排名第一，超额完成项目预期目标。			
	2. 项目实施内容及过程概述	1. 1月1日—6月30日 完成学习宣传习近平新时代中国特色社会主义思想相关专题策划 2. 1月1日—12月31日 完成“理响成都”相关宣讲学习宣传 3. 1月1日—12月31日 完成供稿单位培训 4. 1月1日—12月31日 平台正常运营，不断提升专班人员力量，保障成都平台日常供稿工作持续开展。完成平台推广活动，提质增效，不断增强平台的影响力。								
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数			预算执行率	权重	得分	原因
	总额	200.00	200.00	200.00			100.00%	10	10	
	其中：财政资金	200.00	200.00	200.00			100.00%	/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00			0.00%	/	/	
	其他资金							/	/	
产出指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
		数量指标	供稿数量	≥	17500	条	24540条	27	27	
			供稿单位数量	≥	130	个	140个	2	1	
		质量指标	系统故障率	=	0	%	0	4	4	
			目标完成率	=	100	%	100%	5	5	
			供稿被总平台采用数量	≥	450	条	551条	9	8	

绩效指标 (90分)		时效指标	完成学习宣传习近平新时代中国特色社会主义思想相关专题策划	≤	12	月	12月	5	5	
	效益指标	社会效益指标	平台线下推广宣传	≥	5	场次	10场次	15	15	
			成都平台阅读量新增	≥	3	亿人次	3亿	4	4	
			供稿员业务学习培训	≥	4	场次	4场次	4	4	
		可持续影响指标	“学习强国”成都学习平台全国地市级阅读量排名	≤	20	名	14名	3	3	
	满意度指标	满意度指标	公众满意度	≥	97	%	98%	7	7	
	成本指标	经济成本指标	平台年度运维成本控制数	≤	200	万元	200万元	5	5	
合计								100	98	
评价结论	本项目自评总分为98分。截至2024年12月31日，成都平台年度供稿24540条，被全国平台采用551条，用户订阅量达2100万，阅读量超23亿9千万。成都平台供稿数、采用数，被四川平台、全国平台采用数在全省各通讯站中均排名第一，超额完成项目预期目标。									
存在问题	需进一步提高通讯站稿件数量及质量。									
改进措施	优化供稿考核机制和加强供稿培训，提质增效，分级分层做好学习平台稿件的收集、筛选、审核和报送工作，为平台持续提供优质稿件。									
项目负责人：						财务负责人：			 	

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）													
项目名称		51010024T000012027747-成都市市级公共文化服务专项资金——电视戏曲栏目《蜀戏新韵》											
主管部门		成都市广播电视台部门						实施单位（盖章）		成都市广播电视台			
项目基本情况		项目年度目标						年度目标完成情况					
		1. 项目年度目标完成情况 传播社会主义核心价值观，积极配合成都市戏曲进校园各项工作，做好各项活动的记录、宣传、报道工作。大力传承巴蜀文明发展天府文化，借助媒体融合加大戏曲传播范围，吸引更多群众参与到戏曲传承的保护与传承中来，同时做到电视+新媒体全面传播。						一、2024年，制作播出节目8期					
								二、栏目宣传新闻稿12条，看度时政1条					
2. 项目实施内容及过程概述						三、节目新媒体平台观看人次60万人次； 四、“天府小芙蓉”戏曲选拔赛1场，选拔赛中的优秀节目							
预算执行情况（10分）		年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因			
		总额	0.00	32.00	31.78		99.31%	10	10				
		其中：财政资金	0.00	32.00	31.78		99.31%	/	/				
		财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/				
		单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/				
		其他资金					0.00%	/	/				
绩效指标（90分）		一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因		
		产出指标	数量指标	实景演出	=	3	场	3	20	20			
				制播出期数	=	8	期	8	20	20			
				戏曲选拔赛	=	1	场	1	5	5			
			质量指标	央（省）级媒体宣传报道	≥	3	条	3	5	5			
				自采自编率	=	100	%	100	5	5			
		时效指标	项目完成时间	定性	2024年12月31日前		2024年12月31日前	5	5				
		效益指标	社会效益指标	增加市民对川剧知识了解度	定性	增加市民对川剧知识了解度		增加市民对川剧知识了解度	5	4			
				戏曲宣传报道覆盖面	=	50	万人次	50	5	5			
				增加市民对川剧喜爱度	定性	增加市民对川剧的喜爱		增加市民对川剧的喜爱	5	4			
			可持续影响指标	增加川剧传播面	定性	增加川剧传播面		增加川剧传播面	5	5			
			满意度指标	满意度指标	群众满意度	≥	95	%	95	5	5		
		成本指标	经济成本指标	成本控制	≤	32	万	≤32	5	3			
合计										100	96		

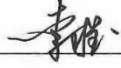
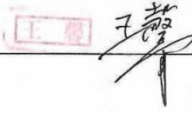
2024.12.10

评价结论	《蜀戏新韵》栏目有效的为成都市戏曲进校园相关工作的开展添砖加瓦。项目执行周期为2024年1月-2024年12月。截止2024年12月31日，播出节目8期、栏目新闻稿12条、成本控制按照项目执行进度执行、新媒体平台观看人次为60万、群众满意度95% 长效管理机制健全。在纪录戏曲进校园工作的同时，也在不断发掘，学校里，剧团中，优秀的作品，以及为传承发展传统艺术优秀人选，除成都市戏曲进校园相关工作的跟踪报道外，“蜀戏新韵—三场实景演出”特别节目及选拔赛特别节目的播出，展现了栏目对戏曲节目的全新探索及表	
存在问题	无	
改进措施	2025年，《蜀戏新韵》栏目组拟将在节目内容和实景演出环节，以传承、发扬传统文化为主旨，让更多的大中小学生参与其中，在节目的内容和活动的形式上创新，提升节目的生命力、活动的影响力。	
项目负责人：		财务负责人：

李h

王



部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）											
项目名称		51010024T000011841178-《守护独叶草》					实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
主管部门		成都市广播电视台部门									
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况		项目年度目标				年度目标完成情况				
			计划于2024年内，产出1条时长不少于3分钟的高清短视频，全网累计播放量不低于100万次，媒体报道不低于25次。				看度新闻全平台推出9分钟高清视频《守护独叶草》，全网播放352万，媒体报道转发37次。				
	2. 项目实施内容及过程概述		《守护独叶草》用中国特有的一级保护植物“独叶草”小切口引入，通过博主璐璐的耐心观察、诙谐科普，让成都的植物之美再一次回到大众视线，全网播放352万，三湘都市报、百姓关注等全国37余家主流媒体转发。								
预算执行情况 (10分)	年度预算数 (万元)	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因		
	总额	0.00	27.00	27.00		100.00%	10	10			
	其中：财政资金	0.00	27.00	27.00		100.00%	/	/			
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/			
绩效指标 (90分)	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因 分析	
	产出指标	数量指标	视频数量	=	1	个	1	10	10		
			视频时长	>	3	分钟	9	15	15		
		质量指标	作品质量	定性	高清视频，分辨率1920*1080	其他	高清视频，分辨率1920*1080	10	10		
			时效指标	完成时间	≤	2024	年	2024	20	20	
	效益指标	社会效益指标	媒体报道次数	≥	25	次	37	10	10		
			全网累计播放量	≥	100	万次	352	10	10		
	满意度指标	满意度指标	受众群体满意度	≥	95	%	94%	5	4		
	成本指标	经济成本指标	项目实施成本	≤	27	万元	27	10	10		
	合计							100	99		
	评价结论	《守护独叶草》用中国特有的一级保护植物“独叶草”小切口引入，通过博主璐璐的耐心观察、诙谐科普，让成都的植物之美再一次回到大众视线，全网播放352万，以会为媒向世界推介成都、宣传成都，达到了预期的宣传效果，擦亮公园城市示范区的名片。									
	存在问题	项目主要存在拍摄周期较长的客观原因，如视频制作周期在植物盛花期拍摄效果更佳。									
	改进措施	未来将深刻围绕项目拍摄主题，提前进行规划制作。									
项目负责人： 				财务负责人： 							

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）														
项目名称		51010024T000011942022-成都市形象4K航拍宣传片《九天开出一成都》（市级文产资金）												
主管部门		成都市广播电视台部门				实施单位（盖章）		成都市广播电视台						
项目基本情况	1. 项目年度目标完成情况	项目年度目标				年度目标完成情况								
		1. 《九天开出一成都》城市形象4K航拍宣传片以“成就万千梦想，都汇古今气象”为创作脉络，按照地理风貌、历史文化、人文风情的逻辑，完成3集总时长不低于15分钟的超高清4K画质宣传片制作；2. 完成60条航拍短视频制作；3. 全部视频（63条）在多平台全覆盖进行发布推广，全网观看量达到1亿人次，用户满意度达到95%；4. 项目运行带来的经济创收达10万元。				1. 《九天开出一成都》城市形象4K航拍宣传片以“成就万千梦想，都汇古今气象”为创作脉络，制作完成《寻迹文脉》《逐梦光影》《乍见烟火》三集超过15分钟的超高清4K宣传片。2. 根据拍摄的历史遗迹、自然景观、现代建筑、烟火场景等航拍画面制作完成了60条衍生短视频。3. 全部视频内容以看度新闻新媒体矩阵为主要传播平台，并联动全国各省、市、州媒体进行转发，全网总浏览量超过1亿人次；经匿名问卷调查显示，系列宣传片用户满意度达到95%以上。4. 宣传片见天见地、见人见景、见大见小的叙事逻辑达到体现城市发展、彰显城市魅力、提升城市热度、激发共鸣共情的引爆效果，带来部门经济创收10万元。								
	2. 项目实施内容及过程概述	2023年年底开始进行项目策划，在对成都全城超1.4平方公里的景区、景点、景观进行梳理后，经过为期半年的实地勘察后，形成了整体拍摄计划，2024年8月起，开始了成都23个区（市）县点位拍摄，历经三个月时间，拍摄完成近1000个独立视觉的航拍镜头。作品一经发布，吸引央视文旅、看看新闻、四川观察等106家主流媒体转发，微博话题#九天开出一成都#阅读量超2000万，抖音、快手、微博等新媒体平台共产生18个热搜，总浏览量超1亿次。												
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因				
	总额	0.00	153.00	153.00		100.00%		10	10					
	其中：财政资金	0.00	153.00	153.00		100.00%		/	/					
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/					
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/					
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析				
	产出指标	数量指标	衍生短视频	≥	60	条	60	10	10					
			成片作品	=	3	集	3	15	15					
		质量指标	超高清4K画质	定性	4K画质	其他	4K画质	10	10					
		时效指标	按期完成项目建设	定性	2024年12月	其他	2024年12月	10	10					
	效益指标	经济效益指标	项目运行带来的经济创收	≥	10	万	10万	10	10					
		社会效益指标	多平台全覆盖推广，全网观看量达1亿级	≥	1	亿人次	1.1亿	10	10					
	满意度指标	满意度指标	用户满意度	≥	95	%	91%	5	3					
	成本指标	经济成本指标	项目总成本控制数	=	153	万	153	20	20					
	合计											100	98	
	评价结论		区别于过往的城市宣传片，《九天开出一成都》旨在放大飞行器赋予的另类视觉，以俯瞰的方式来展现城市的模样，对成都进行全方位形象打造和城市概念营销。从人文角度入手，从包罗万象的城市性格中提炼最深层的城市底蕴气质。建立视觉线索，利用温度的电影视听语言串联影片，获得观众的持续认同。											
存在问题		影片筹备期过长，导致实际拍摄时间被压缩，致使不能全面展示四季天气环境下的更为丰富的城市面貌。												
改进措施		应对拍摄时间较短而缺失四季更迭的问题，制作团队尽最大可能搜集并购买了部分航拍素材，以呈现更加丰富的城市景观和自然风貌。												
项目负责人：李强				财务负责人：王静										

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）

51010024T000012017974-成都市市级公共文化服务专项资金——纪录片《成都三线记忆》（暂定名）（下）项目										
部门		成都市广播电视台部门				实施单位 (盖章)		成都市广播电视台		
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况		纪录片《成都三线记忆》（暂定名）（下）将邀请不少于3位参与三线建设的亲历者参与拍摄，拟定在腾讯视频、爱奇艺视频、哔哩哔哩、成都市广播电视台旗下新媒体矩阵等不少于5个平台播出，并同步制作2—3集微纪录片在新媒体平台进行投放。							
	2. 项目实施内容及过程概述		纪录片《成都三线记忆》（暂定名）（下）将邀请了10余位参与三线建设的亲历者参与拍摄，在腾讯视频、爱奇艺视频、哔哩哔哩、成都市广播电视台旗下新媒体矩阵等5个平台播出，并同步制作了2集微纪录片在新媒体平台进行投放。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率		权重	得分	原因
	总额	0.00	200.00	199.87		99.93%		10	10	
	其中：财政资金	0.00	200.00	199.87		99.93%		/	/	
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%		/	/	
其他资金								/	/	
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	邀请参与三线建设的亲历者	≥	3	个	3	5	5	
			剪辑制作微纪录片	≥	2	个	2	5	5	
			拍摄制作《成都三线记忆》纪录片	≥	1	集	1	10	10	
		质量指标	纪录片时长	≥	20	分钟	20	10	10	
			纪录片分辨率不低于	定性	1920*1080		4k	10	10	
	时效指标	纪录片拍摄完成时间	定性	2025年6月内完成		2025年前完成	5	3	新媒体发布了，但还未在央视播出	
	效益指标	社会效益指标	成都三线建设“重点城市”的知名度和影响力	定性	增强		增强	5	5	
			播出平台	≥	5	个	5	5	5	
			覆盖人群	≥	1000	万人次	100	5	5	
		可持续发展指标	三线建设红色资源传承和保护	定性	增强		增强	5	5	
		可持续影响指标	弘扬和传承三线精神的时代价值	定性	增强		增强	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度指标	≥	90	%	90	10	10		
	成本指标	经济成本指标	≤	200	万元	199.87	10	10		
	合计								100	98
评价结论	纪录片《成都三线记忆》（暂定名）（下）邀请了10余位参与三线建设的亲历者参与拍摄，在腾讯视频、爱奇艺视频、哔哩哔哩、成都市广播电视台旗下新媒体矩阵等5个平台播出，并同步制作了2集微纪录片在新媒体平台进行投放，覆盖人群超千万人次，取得较好效果。									
存在问题	纪录片《成都三线记忆》（暂定名）（下）已制作完成，并剪辑成三个8分钟的短片在新媒体播出，但还未在央视播出。									
改进措施	目前，纪录片《成都三线记忆》（暂定名）（上）还在制作中，等制作完成后，上下两集一并在央视进行播出									
项目负责人：	[签名]				财务负责人：	[签名]				

部门预算项目支出绩效自评表（2024年度）										
项目名称		51010024T000011836934-成都市世园会开幕式新增项目								
主管部门		成都市广播电视台					实施单位		成都市广播电视台	
		（盖章）								
项目基本情况	项目年度目标		年度目标完成情况							
	1. 项目年度目标完成情况		2024年成都世界园艺博览会开幕式定于2024年4月26日上午9:30，在东部新区成都世界园艺博览会主会场天府眼举行。紧紧围绕“绿水青山就是金山银山”理念，采取纪实与唯美相结合的手法，着眼与生活息息相关的美丽场景，彰显成都山水人城和谐相融的公园城市美好风貌，做好现场视频策划制作。通过创编杂技及相关氛围演出与特殊装置策划执行，融合展现成都绿色低碳的生活方式、文明健康的生活风尚、尊重自然的绿色观念，传递人们建设绿色美好家园的共同情怀。并组建相关执行团队保障活动顺利执行。							
	2. 项目实施内容及过程概述		2024年成都世界园艺博览会开幕式定于2024年4月26日上午9:30，在东部新区成都世界园艺博览会主会场天府眼举行。1、以“花开天府·万千气象”为主基调。2、预计总时长48分钟，其中仪式环节28分钟，文艺表演20分钟。3、主舞台采取简约风格，以锦江河岸天府眼摩天轮为核心，将周围生态系统作为整体舞台景观，完成仪式及文艺演出，展现公园城市里的幸福美好，展示中国式现代化的万千气象。							
预算执行情况（10分）	年度预算数（万元）	年初预算	调整后预算数	预算执行数		预算执行率	权重	得分	原因	
	总额	0.00	370.00	332.36		89.83%	10	8.98	政府采购项目舞台基础加固搭建、二次拆装搭建及旗杆制作服务，招采金额272万元，中标金额268万元，后签订补充协议最终执行金额238万元，结余34万元；该项目共计结余指标37.64万元	
	其中：财政资金	0.00	370.00	332.36		89.83%	/	/		
	财政专户管理资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
	单位资金	0.00	0.00	0.00		0.00%	/	/		
绩效指标（90分）	一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	指标值	度量单位	完成值	权重	得分	未完成原因分析
	产出指标	数量指标	旗杆制作	≥	3	座	3	20	20	
			先导片视频时长	≥	1	分钟	1	10	10	
			先导片暖场片及氛围背景视频录制质量	定性	高清		高清	10	10	
		时效指标	完成时间	定性	2024年4月26日前		2024年4月26日前	10	10	
	效益指标	社会效益指标	通过活动力争将开幕式打造成一场世界园艺艺术和公园城市的精彩对话	定性	彰显时代特征、国际水平、中国元素、成都特色的高质量园艺盛会		完成彰显时代特征、国际水平、中国元素、成都特色的高质量园艺盛会	10	10	
			可持续影响指标	可持续影响指标视频播放点击观看人次	≥	10	万次	10	10	10
		满意度指标	服务对象满意度	≥	95	%	95	10	10	
	成本指标	经济成本指标	项目控制成本	≤	370	万元	332.36	10	10	
	合计							100	98.98	
评价结论	项目自评总分99分，2024年成都世界园艺博览会开幕式定于2024年4月26日上午9:30，在东部新区成都世界园艺博览会主会场天府眼举行。紧紧围绕“绿水青山就是金山银山”理念，采取纪实与唯美相结合的手法，着眼与生活息息相关的美丽场景，彰显成都山水人城和谐相融的公园城市美好风貌，做好现场视频策划制作。通过创编杂技及相关氛围演出与特殊装置策划执行，融合展现成都绿色低碳的生活方式、文明健康的生活风尚、尊重自然的绿色观念，传递人们建设绿色美好家园的共同情怀。并组建相关执行团队保障活动顺利执行。									
存在问题	由于项目资金在临近举办前有所调整，故在活动方案上有所变动，未能最终呈现最佳效果。									
改进措施	项目筹备期间，我方将紧密对接执委办，同步完善工作机制，有序高效的完成开幕式的活动。									
项目负责人：		张希 罗伟			财务负责人：		王静			

第五部分 附 表

- 一、收入支出决算总表
- 二、收入决算表
- 三、支出决算表
- 四、财政拨款收入支出决算总表
- 五、财政拨款支出决算明细表
- 六、一般公共预算财政拨款支出决算表
- 七、一般公共预算财政拨款支出决算明细表
- 八、一般公共预算财政拨款基本支出决算明细表
- 九、一般公共预算财政拨款项目支出决算表
- 十、政府性基金预算财政拨款收入支出决算表
- 十一、国有资本经营预算财政拨款收入支出决算表
- 十二、国有资本经营预算财政拨款支出决算表
- 十三、财政拨款“三公”经费支出决算表

收入支出决算总表					
单位名称：成都市广播电视台		2024年度		财政公开01表 单位: 万元	
收入		支出			
项目	行次	决算数	项目	行次	决算数
栏次		1	栏次		2
一、一般公共预算财政拨款收入	1	36,644.08	一、一般公共服务支出	32	0.00
二、政府性基金预算财政拨款收入	2	325.23	二、外交支出	33	0.00
三、国有资本经营预算财政拨款收入	3	0.00	三、国防支出	34	0.00
四、上级补助收入	4	0.00	四、公共安全支出	35	0.00
五、事业收入	5	34,337.73	五、教育支出	36	2,247.41
六、经营收入	6	0.00	六、科学技术支出	37	0.00
七、附属单位上缴收入	7	0.00	七、文化旅游体育与传媒支出	38	65,649.28
八、其他收入	8	95.96	八、社会保障和就业支出	39	1,632.75
	9		九、卫生健康支出	40	623.62
	10		十、节能环保支出	41	0.00
	11		十一、城乡社区支出	42	0.00
	12		十二、农林水支出	43	567.41
	13		十三、交通运输支出	44	0.00
	14		十四、资源勘探工业信息等支出	45	0.00
	15		十五、商业服务业等支出	46	0.00
	16		十六、金融支出	47	0.00
	17		十七、援助其他地区支出	48	0.00
	18		十八、自然资源海洋气象等支出	49	0.00
	19		十九、住房保障支出	50	687.79
	20		二十、粮油物资储备支出	51	0.00
	21		二十一、国有资本经营预算支出	52	0.00
	22		二十二、灾害防治及应急管理支出	53	0.00
	23		二十三、其他支出	54	0.00
	24		二十四、债务还本支出	55	0.00
	25		二十五、债务付息支出	56	0.00
	26		二十六、抗疫特别国债安排的支出	57	0.00
本年收入合计	27	71,403.00	本年支出合计	58	71,408.25
使用非财政拨款结余（含专用结余）	28	0.00	结余分配	59	0.00
年初结转和结余	29	5.25	年末结转和结余	60	0.00
总计	31	71,408.25	总计	62	71,408.25
注：1. 本表反映部门本年度的总收支和年末结转结余情况。					
2. 本套报表金额单位转换时可能存在尾数误差。					

收入决算表									
单位名称：成都市广播电视台				2024年度			财决公开02表		
							单位:万元		
支出功能分类科目编码	科目名称	本年收入合计	财政拨款收入	上级补助收入	事业收入	经营收入	附属单位上缴收入	其他收入	
栏次		1	2	3	4	5	6	7	
类	款	项	合计						
			71,403.00	36,969.30	0.00	34,337.73	0.00	0.00	95.96
205		教育支出	2,247.41	2,247.41	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
20599		其他教育支出	2,247.41	2,247.41	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2059999		其他教育支出	2,247.41	2,247.41	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
207		文化旅游体育与传媒支出	65,644.03	31,720.22	0.00	33,827.84	0.00	0.00	95.96
20701		文化和旅游	9,763.70	9,763.70	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2070108		文化活动	6,562.44	6,562.44	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2070199		其他文化和旅游支出	3,201.26	3,201.26	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
20703		体育	1,866.85	1,866.85	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2070305		体育竞赛	1,866.85	1,866.85	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
20706		新闻出版电影	700.00	700.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2070607		电影	700.00	700.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
20707		国家电影事业发展专项资金安排的支出	325.23	325.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2070799		其他国家电影事业发展专项资金支出	325.23	325.23	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
20708		广播电视	45,246.24	11,322.44	0.00	33,827.84	0.00	0.00	95.96
2070808		广播电视事务	45,246.24	11,322.44	0.00	33,827.84	0.00	0.00	95.96
20799		其他文化旅游体育与传媒支出	7,742.00	7,742.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2079902		宣传文化发展专项支出	1,498.28	1,498.28	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2079903		文化产业发展专项支出	2,188.26	2,188.26	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2079999		其他文化旅游体育与传媒支出	4,055.46	4,055.46	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
208		社会保障和就业支出	1,632.75	1,442.64	0.00	190.11	0.00	0.00	0.00
20805		行政事业单位养老支出	1,632.75	1,442.64	0.00	190.11	0.00	0.00	0.00
2080502		事业单位离退休	20.69	20.69	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2080505		机关事业单位基本养老保险缴费支出	1,112.65	1,112.65	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2080506		机关事业单位职业年金缴费支出	499.41	309.30	0.00	190.11	0.00	0.00	0.00
210		卫生健康支出	623.62	623.62	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
21011		行政事业单位医疗	623.62	623.62	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2101102		事业单位医疗	623.62	623.62	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
213		农林水支出	567.41	567.41	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
21301		农业农村	567.41	567.41	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2130199		其他农业农村支出	567.41	567.41	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
221		住房保障支出	687.79	368.00	0.00	319.78	0.00	0.00	0.00
22102		住房改革支出	687.79	368.00	0.00	319.78	0.00	0.00	0.00
2210201		住房公积金	687.79	368.00	0.00	319.78	0.00	0.00	0.00
注：本表反映部门本年度取得的各项收入情况。									

支出决算表							
单位名称：成都市广播电视台			2024年度				财决公开03表 单位:万元
支出功能 分类科目 编码	科目名称	本年支出合计	基本支出	项目支出	上缴上级支出	经营支出	对附属单位补助支 出
类 款 项	栏次 合计	1	2	3	4	5	6
		71,408.25	21,731.64	49,676.61	0.00	0.00	0.00
205	教育支出	2,247.41	0.00	2,247.41	0.00	0.00	0.00
20599	其他教育支出	2,247.41	0.00	2,247.41	0.00	0.00	0.00
2059999	其他教育支出	2,247.41	0.00	2,247.41	0.00	0.00	0.00
207	文化旅游体育与传媒支出	65,649.28	18,787.48	46,861.79	0.00	0.00	0.00
20701	文化和旅游	9,763.70	0.00	9,763.70	0.00	0.00	0.00
2070108	文化活动	6,562.44	0.00	6,562.44	0.00	0.00	0.00
2070199	其他文化和旅游支出	3,201.26	0.00	3,201.26	0.00	0.00	0.00
20703	体育	1,866.85	0.00	1,866.85	0.00	0.00	0.00
2070305	体育竞赛	1,866.85	0.00	1,866.85	0.00	0.00	0.00
20706	新闻出版电影	700.00	0.00	700.00	0.00	0.00	0.00
2070607	电影	700.00	0.00	700.00	0.00	0.00	0.00
20707	国家电影事业发展专项资金安排的支出	325.23	0.00	325.23	0.00	0.00	0.00
2070799	其他国家电影事业发展专项资金支出	325.23	0.00	325.23	0.00	0.00	0.00
20708	广播电视	45,246.24	18,787.48	26,458.76	0.00	0.00	0.00
2070808	广播电视事务	45,246.24	18,787.48	26,458.76	0.00	0.00	0.00
20799	其他文化旅游体育与传媒支出	7,747.25	0.00	7,747.25	0.00	0.00	0.00
2079902	宣传文化发展专项支出	1,498.28	0.00	1,498.28	0.00	0.00	0.00
2079903	文化产业发展专项支出	2,193.51	0.00	2,193.51	0.00	0.00	0.00
2079999	其他文化旅游体育与传媒支出	4,055.46	0.00	4,055.46	0.00	0.00	0.00
208	社会保障和就业支出	1,632.75	1,632.75	0.00	0.00	0.00	0.00
20805	行政事业单位养老支出	1,632.75	1,632.75	0.00	0.00	0.00	0.00
2080502	事业单位离退休	20.69	20.69	0.00	0.00	0.00	0.00
2080505	机关事业单位基本养老保险缴费支出	1,112.65	1,112.65	0.00	0.00	0.00	0.00
2080506	机关事业单位职业年金缴费支出	499.41	499.41	0.00	0.00	0.00	0.00
210	卫生健康支出	623.62	623.62	0.00	0.00	0.00	0.00
21011	行政事业单位医疗	623.62	623.62	0.00	0.00	0.00	0.00
2101102	事业单位医疗	623.62	623.62	0.00	0.00	0.00	0.00
213	农林水支出	567.41	0.00	567.41	0.00	0.00	0.00
21301	农业农村	567.41	0.00	567.41	0.00	0.00	0.00
2130199	其他农业农村支出	567.41	0.00	567.41	0.00	0.00	0.00
221	住房保障支出	687.79	687.79	0.00	0.00	0.00	0.00
22102	住房改革支出	687.79	687.79	0.00	0.00	0.00	0.00
2210201	住房公积金	687.79	687.79	0.00	0.00	0.00	0.00
注：本表反映部门本年度各项支出情况。							

财政拨款收入支出决算总表								
单位名称：成都市广播电视台			2024年度			财公开04表 单位:万元		
收入			支出					
项目	行次	金额	项目	行次	合计	一般公共预算财政拨款	政府性基金预算财政拨款	国有资本经营预算财政拨款
栏次		1	栏次		2	3	4	5
一、一般公共预算财政拨款	1	36,644.08	一、一般公共服务支出	33	0.00	0.00	0.00	0.00
二、政府性基金预算财政拨款	2	325.23	二、外交支出	34	0.00	0.00	0.00	0.00
三、国有资本经营预算财政拨款	3	0.00	三、国防支出	35	0.00	0.00	0.00	0.00
	4		四、公共安全支出	36	0.00	0.00	0.00	0.00
	5		五、教育支出	37	2,247.41	2,247.41	0.00	0.00
	6		六、科学技术支出	38	0.00	0.00	0.00	0.00
	7		七、文化旅游体育与传媒支出	39	31,725.47	31,400.25	325.23	0.00
	8		八、社会保障和就业支出	40	1,442.64	1,442.64	0.00	0.00
	9		九、卫生健康支出	41	623.62	623.62	0.00	0.00
	10		十、节能环保支出	42	0.00	0.00	0.00	0.00
	11		十一、城乡社区支出	43	0.00	0.00	0.00	0.00
	12		十二、农林水支出	44	567.41	567.41	0.00	0.00
	13		十三、交通运输支出	45	0.00	0.00	0.00	0.00
	14		十四、资源勘探工业信息等支出	46	0.00	0.00	0.00	0.00
	15		十五、商业服务业等支出	47	0.00	0.00	0.00	0.00
	16		十六、金融支出	48	0.00	0.00	0.00	0.00
	17		十七、援助其他地区支出	49	0.00	0.00	0.00	0.00
	18		十八、自然资源海洋气象等支出	50	0.00	0.00	0.00	0.00
	19		十九、住房保障支出	51	368.00	368.00	0.00	0.00
	20		二十、粮油物资储备支出	52	0.00	0.00	0.00	0.00
	21		二十一、国有资本经营预算支出	53	0.00	0.00	0.00	0.00
	22		二十二、灾害防治及应急管理支出	54	0.00	0.00	0.00	0.00
	23		二十三、其他支出	55	0.00	0.00	0.00	0.00
	24		二十四、债务还本支出	56	0.00	0.00	0.00	0.00
	25		二十五、债务付息支出	57	0.00	0.00	0.00	0.00
	26		二十六、抗疫特别国债安排的支出	58	0.00	0.00	0.00	0.00
本年收入合计	27	36,969.30	本年支出合计	59	36,974.55	36,649.33	325.23	0.00
年初财政拨款结转和结余	28	5.25	年末财政拨款结转和结余	60	0.00	0.00	0.00	0.00
一般公共预算财政拨款	29	5.25		61				
政府性基金预算财政拨款	30	0.00		62				
国有资本经营预算财政拨款	31	0.00		63				
总计	32	36,974.55	总计	64	36,974.55	36,649.33	325.23	0.00
注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款、政府性基金预算财政拨款和国有资本经营预算财政拨款的总收支和年末结转结余情况。								

收入支出决算总表

财决公开 01 表

收入			支出		
项目	行次	决算数	项目	行次	决算数
栏次		1	栏次		2
一、一般公共预算财政拨款收入	1	36,644.08	一、一般公共服务支出	32	
二、政府性基金预算财政拨款收入	2	325.23	二、外交支出	33	
三、国有资本经营预算财政拨款收入	3		三、国防支出	34	
四、上级补助收入	4		四、公共安全支出	35	
五、事业收入	5	34,337.73	五、教育支出	36	2,247.41
六、经营收入	6		六、科学技术支出	37	
七、附属单位上缴收入	7		七、文化旅游体育与传媒支出	38	65,649.28
八、其他收入	8	95.96	八、社会保障和就业支出	39	1,632.75
	9		九、卫生健康支出	40	623.62
	10		十、节能环保支出	41	
	11		十一、城乡社区支出	42	
	12		十二、农林水支出	43	567.41
	13		十三、交通运输支出	44	
	14		十四、资源勘探工业信息等支出	45	
	15		十五、商业服务业等支出	46	
	16		十六、金融支出	47	
	17		十七、援助其他地区支出	48	
	18		十八、自然资源海洋气象等支出	49	
	19		十九、住房保障支出	50	687.79
	20		二十、粮油物资储备支出	51	
	21		二十一、国有资本经营预算支出	52	
	22		二十二、灾害防治及应急管理支出	53	
	23		二十三、其他支出	54	
	24		二十四、债务还本支出	55	
	25		二十五、债务付息支出	56	
	26		二十六、抗疫特别国债安排的支出	57	
本年收入合计	27	71,403.00	本年支出合计	58	71,408.25
使用非财政拨款结余（含专用结余）	28		结余分配	59	
年初结转和结余	29	5.25	年末结转和结余	60	
总计	31	71,408.25	总计	62	71,408.25

注：1. 本表反映部门本年度的总收支和年末结转结余情况。
2. 本套报表金额单位转换时可能存在尾数误差。

收入决算表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

财决公开 02 表
单位：万元

支出功能分类 科目编码			科目名称	本年收入合计	财政拨款收入	上级补助收入	事业收入	经营收入	附属单位上缴收入	其他收入
			栏次	1	2	3	4	5	6	7
类	款	项	合计	71,403.00	36,969.30		34,337.73			95.96
205			教育支出	2,247.41	2,247.41					
20599			其他教育支出	2,247.41	2,247.41					
2059999			其他教育支出	2,247.41	2,247.41					
207			文化旅游体育与传媒支出	65,644.03	31,720.22		33,827.84			95.96
20701			文化和旅游	9,763.70	9,763.70					
2070108			文化活动	6,562.44	6,562.44					
2070199			其他文化和旅游支出	3,201.26	3,201.26					
20703			体育	1,866.85	1,866.85					
2070305			体育竞赛	1,866.85	1,866.85					
20706			新闻出版电影	700.00	700.00					
2070607			电影	700.00	700.00					
20707			国家电影事业发展专项资金安排的支出	325.23	325.23					
2070799			其他国家电影事业发展专项资金支出	325.23	325.23					
20708			广播电视	45,246.24	11,322.44		33,827.84			95.96
2070808			广播电视事务	45,246.24	11,322.44		33,827.84			95.96
20799			其他文化旅游体育与传媒支出	7,742.00	7,742.00					
2079902			宣传文化发展专项支出	1,498.28	1,498.28					
2079903			文化产业发展专项支出	2,188.26	2,188.26					
2079999			其他文化旅游体育与传媒支出	4,055.46	4,055.46					
208			社会保障和就业支出	1,632.75	1,442.64		190.11			

收入决算表

财决公开 02 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位：万元

支出功能分类 科目编码			科目名称	本年收入合计	财政拨款收入	上级补助收入	事业收入	经营收入	附属单位上缴收入	其他收入
			栏次	1	2	3	4	5	6	7
类	款	项	合计	71,403.00	36,969.30		34,337.73			95.96
20805			行政事业单位养老支出	1,632.75	1,442.64		190.11			
2080502			事业单位离退休	20.69	20.69					
2080505			机关事业单位基本养老保险缴费支出	1,112.65	1,112.65					
2080506			机关事业单位职业年金缴费支出	499.41	309.30		190.11			
210			卫生健康支出	623.62	623.62					
21011			行政事业单位医疗	623.62	623.62					
2101102			事业单位医疗	623.62	623.62					
213			农林水支出	567.41	567.41					
21301			农业农村	567.41	567.41					
2130199			其他农业农村支出	567.41	567.41					
221			住房保障支出	687.79	368.00		319.78			
22102			住房改革支出	687.79	368.00		319.78			
2210201			住房公积金	687.79	368.00		319.78			

注：本表反映部门本年度取得的各项收入情况。

支出决算表

财决公开 03 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

支出功能分类科目编码			科目名称	本年支出合计	基本支出	项目支出	上缴上级支出	经营支出	对附属单位补助支出
			栏次	1	2	3	4	5	6
类	款	项	合计	71,408.25	21,731.64	49,676.61			
205			教育支出	2,247.41		2,247.41			
20599			其他教育支出	2,247.41		2,247.41			
2059999			其他教育支出	2,247.41		2,247.41			
207			文化旅游体育与传媒支出	65,649.28	18,787.48	46,861.79			
20701			文化和旅游	9,763.70		9,763.70			
2070108			文化活动	6,562.44		6,562.44			
2070199			其他文化和旅游支出	3,201.26		3,201.26			
20703			体育	1,866.85		1,866.85			
2070305			体育竞赛	1,866.85		1,866.85			
20706			新闻出版电影	700.00		700.00			
2070607			电影	700.00		700.00			
20707			国家电影事业发展专项资金安排的支出	325.23		325.23			
2070799			其他国家电影事业发展专项资金支出	325.23		325.23			
20708			广播电视	45,246.24	18,787.48	26,458.76			
2070808			广播电视事务	45,246.24	18,787.48	26,458.76			
20799			其他文化旅游体育与传媒支出	7,747.25		7,747.25			
2079902			宣传文化发展专项支出	1,498.28		1,498.28			
2079903			文化产业发展专项支出	2,193.51		2,193.51			

支出决算表

财决公开 03 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位：万元

支出功能分类科目编码			科目名称	本年支出合计	基本支出	项目支出	上缴上级支出	经营支出	对附属单位补助支出
			栏次	1	2	3	4	5	6
类	款	项	合计	71,408.25	21,731.64	49,676.61			
2079999			其他文化旅游体育与传媒支出	4,055.46		4,055.46			
208			社会保障和就业支出	1,632.75	1,632.75				
20805			行政事业单位养老支出	1,632.75	1,632.75				
2080502			事业单位离退休	20.69	20.69				
2080505			机关事业单位基本养老保险缴费支出	1,112.65	1,112.65				
2080506			机关事业单位职业年金缴费支出	499.41	499.41				
210			卫生健康支出	623.62	623.62				
21011			行政事业单位医疗	623.62	623.62				
2101102			事业单位医疗	623.62	623.62				
213			农林水支出	567.41		567.41			
21301			农业农村	567.41		567.41			
2130199			其他农业农村支出	567.41		567.41			
221			住房保障支出	687.79	687.79				
22102			住房改革支出	687.79	687.79				
2210201			住房公积金	687.79	687.79				

注：本表反映部门本年度各项支出情况

财政拨款收入支出决算总表

财决公开 04 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

收入			支出					
项目	行次	金额	项目	行次	合计	一般公共预算财政拨款	政府性基金预算财政拨款	国有资本经营预算财政拨款
栏次		1	栏次		2	3	4	5
一、一般公共预算财政拨款	1	36,644.08	一、一般公共服务支出	33				
二、政府性基金预算财政拨款	2	325.23	二、外交支出	34				
三、国有资本经营预算财政拨款	3		三、国防支出	35				
	4		四、公共安全支出	36				
	5		五、教育支出	37	2,247.41	2,247.41		
	6		六、科学技术支出	38				
	7		七、文化旅游体育与传媒支出	39	31,725.47	31,400.25	325.23	
	8		八、社会保障和就业支出	40	1,442.64	1,442.64		
	9		九、卫生健康支出	41	623.62	623.62		
	10		十、节能环保支出	42				
	11		十一、城乡社区支出	43				
	12		十二、农林水支出	44	567.41	567.41		
	13		十三、交通运输支出	45				
	14		十四、资源勘探工业信息等支出	46				
	15		十五、商业服务业等支出	47				
	16		十六、金融支出	48				
	17		十七、援助其他地区支出	49				
	18		十八、自然资源海洋气象等支出	50				
	19		十九、住房保障支出	51	368.00	368.00		
	20		二十、粮油物资储备支出	52				
	21		二十一、国有资本经营预算支出	53				
	22		二十二、灾害防治及应急管理支出	54				
	23		二十三、其他支出	55				
	24		二十四、债务还本支出	56				
	25		二十五、债务付息支出	57				
	26		二十六、抗疫特别国债安排的支出	58				
本年收入合计	27	36,969.30	本年支出合计	59	36,974.55	36,649.33	325.23	
年初财政拨款结转和结余	28	5.25	年末财政拨款结转和结余	60				
一般公共预算财政拨款	29	5.25		61				
政府性基金预算财政拨款	30			62				
国有资本经营预算财政拨款	31			63				
总计	32	36,974.55	总计	64	36,974.55	36,649.33	325.23	

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款、政府性基金预算财政拨款和国有资本经营预算财政拨款的总支支和年末结转结余情况。

财政拨款支出决算明细表

财决公开 05 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

经济分 类科目 编码	项目	行 次	合计	一般公共预算财政拨款			政府性基金预算财政拨款			国有资本经营预算财政拨款		
	科目名称			小计	基本支出	项目支出	小计	基本支出	项目支出	小计	基本支出	项目支出
	合计	1	36,974.55	36,649.33	6,366.77	30,282.56	325.23		325.23			
301	工资福利支出	2	5,258.96	5,258.96	5,258.96							
30101	基本工资	3	1,316.95	1,316.95	1,316.95							
30102	津贴补贴	4										
30103	奖金	5										
30106	伙食补助费	6										
30107	绩效工资	7	1,440.85	1,440.85	1,440.85							
30108	机关事业单位基本养老保险费	8	1,112.65	1,112.65	1,112.65							
30109	职业年金缴费	9	309.30	309.30	309.30							
30110	职工基本医疗保险缴费	10	623.62	623.62	623.62							
30111	公务员医疗补助缴费	11										
30112	其他社会保障缴费	12	87.59	87.59	87.59							
30113	住房公积金	13	368.00	368.00	368.00							
30114	医疗费	14										
30199	其他工资福利支出	15										
302	商品和服务支出	16	31,678.07	31,352.85	1,070.29	30,282.56	325.23		325.23			
30201	办公费	17	56.00	56.00	56.00							
30202	印刷费	18										
30203	咨询费	19	32.00	32.00	32.00							
30204	手续费	20	1.00	1.00	1.00							
30205	水费	21	30.00	30.00	30.00							
30206	电费	22	217.95	217.95	217.95							
30207	邮电费	23	3.40	3.40	3.40							
30208	取暖费	24										
30209	物业管理费	25	278.18	278.18	278.18							
30211	差旅费	26	75.24	75.24	28.00	47.24						
30212	因公出国（境）费用	27										
30213	维修（护）费	28	0.49	0.49	0.49							
30214	租赁费	29										
30215	会议费	30										
30216	培训费	31	8.16	8.16	0.36	7.81						
30217	公务接待费	32	0.81	0.81	0.81							
30218	专用材料费	33										
30224	被装购置费	34										
30225	专用燃料费	35										
30226	劳务费	36	284.04	284.04	10.00	274.04						
30227	委托业务费	37	3,188.16	3,188.16		3,188.16						
30228	工会经费	38	200.00	200.00	200.00							

财政拨款支出决算明细表

财决公开 05 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

经济分 类科目 编码	项目	行 次	合计	一般公共预算财政拨款			政府性基金预算财政拨款			国有资本经营预算财政拨款		
	科目名称			小计	基本支出	项目支出	小计	基本支出	项目支出	小计	基本支出	项目支出
30229	福利费	39										
30231	公务用车运行维护费	40	12.11	12.11	12.11							
30239	其他交通费用	41										
30240	税金及附加费用	42	200.00	200.00	200.00							
30299	其他商品和服务支出	43	27,090.52	26,765.30		26,765.30	325.23		325.23			
303	对个人和家庭的补助	44	20.69	20.69	20.69							
30301	离休费	45										
30302	退休费	46	20.69	20.69	20.69							
30303	退职（役）费	47										
30304	抚恤金	48										
30305	生活补助	49										
30306	救济费	50										
30307	医疗费补助	51										
30308	助学金	52										
30309	奖励金	53										
30310	个人农业生产补贴	54										
30311	代缴社会保险费	55										
30399	其他个人和家庭的补助支出	56										
307	债务利息及费用支出	57										
30701	国内债务付息	58										
30702	国外债务付息	59										
30703	国内债务发行费用	60										
30704	国外债务发行费用	61										
309	资本性支出（基本建设）	62										
30901	房屋建筑物购建	63										
30902	办公设备购置	64										
30903	专用设备购置	65										
30905	基础设施建设	66										
30906	大型修缮	67										
30907	信息网络及软件购置更新	68										
30908	物资储备	69										
30913	公务用车购置	70										
30919	其他交通工具购置	71										
30921	文物和陈列品购置	72										
30922	无形资产购置	73										
30999	其他基本建设支出	74										
310	资本性支出	75	16.82	16.82	16.82							
31001	房屋建筑物购建	76										
31002	办公设备购置	77	16.82	16.82	16.82							

财政拨款支出决算明细表

财决公开 05 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

项目		行次	合计	一般公共预算财政拨款			政府性基金预算财政拨款			国有资本经营预算财政拨款		
经济分类科目编码	科目名称			小计	基本支出	项目支出	小计	基本支出	项目支出	小计	基本支出	项目支出
31003	专用设备购置	78										
31005	基础设施建设	79										
31006	大型修缮	80										
31007	信息网络及软件购置更新	81										
31008	物资储备	82										
31009	土地补偿	83										
31010	安置补助	84										
31011	地上附着物和青苗补偿	85										
31012	拆迁补偿	86										
31013	公务用车购置	87										
31019	其他交通工具购置	88										
31021	文物和陈列品购置	89										
31022	无形资产购置	90										
31099	其他资本性支出	91										
311	对企业补助（基本建设）	92										
31101	资本金注入	93										
31199	其他对企业补助	94										
312	对企业补助	95										
31201	资本金注入	96										
31203	政府投资基金股权投资	97										
31204	费用补贴	98										
31205	利息补贴	99										
31206	其他资本性补助	100										
31299	其他对企业补助	101										
313	对社会保障基金补助	102										
31302	对社会保险基金补助	103										
31303	补充全国社会保障基金	104										
31304	对机关事业单位职业年金的补助	105										
399	其他支出	106										
39907	国家赔偿费用支出	107										
39908	对民间非营利组织和群众性自治组织补贴	108										
39909	经常性赠与	109										
39910	资本性赠与	110										
39999	其他支出	111										

注：本表以反映部门本年度财政拨款支出情况。

一般公共预算财政拨款支出决算表

财决公开 06 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

支出功能分类科目编码			科目名称	小计	基本支出	项目支出
类	款	项		1	2	3
合计				36,649.33	6,366.77	30,282.56
205			教育支出	2,247.41		2,247.41
20599			其他教育支出	2,247.41		2,247.41
2059999			其他教育支出	2,247.41		2,247.41
207			文化旅游体育与传媒支出	31,400.25	3,932.51	27,467.74
20701			文化和旅游	9,763.70		9,763.70
2070108			文化活动	6,562.44		6,562.44
2070199			其他文化和旅游支出	3,201.26		3,201.26
20703			体育	1,866.85		1,866.85
2070305			体育竞赛	1,866.85		1,866.85
20706			新闻出版电影	700.00		700.00
2070607			电影	700.00		700.00
20708			广播电视	11,322.44	3,932.51	7,389.93
2070808			广播电视事务	11,322.44	3,932.51	7,389.93
20799			其他文化旅游体育与传媒支出	7,747.25		7,747.25
2079902			宣传文化发展专项支出	1,498.28		1,498.28
2079903			文化产业发展专项支出	2,193.51		2,193.51
2079999			其他文化旅游体育与传媒支出	4,055.46		4,055.46
208			社会保障和就业支出	1,442.64	1,442.64	
20805			行政事业单位养老支出	1,442.64	1,442.64	
2080502			事业单位离退休	20.69	20.69	

一般公共预算财政拨款支出决算表

财决公开 06 表

单位名称：成都市广播电视台			2024 年度		单位:万元	
支出功能分类科目编码			科目名称	小计	基本支出	项目支出
类	款	项		1	2	3
				合计		
2080505			机关事业单位基本养老保险缴费支出	1,112.65	1,112.65	
2080506			机关事业单位职业年金缴费支出	309.30	309.30	
210			卫生健康支出	623.62	623.62	
21011			行政事业单位医疗	623.62	623.62	
2101102			事业单位医疗	623.62	623.62	
213			农林水支出	567.41		567.41
21301			农业农村	567.41		567.41
2130199			其他农业农村支出	567.41		567.41
221			住房保障支出	368.00	368.00	
22102			住房改革支出	368.00	368.00	
2210201			住房公积金	368.00	368.00	

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款支出情况。

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

[illegible]

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

项 目			合计	工资福利支出												
支出功能分类科目代码				小计	基本工资	津贴补贴	奖金	伙食补助费	绩效工资	机关事业单位基本养老保险缴费	职业年金缴费	职工基本医疗保险缴费	公务员医疗补助缴费	其他社会保障缴费	住房公积金	
类	款	项	栏次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
			合计	36,649.33	5,258.96	1,316.95				1,440.85	1,112.65	309.30	623.62		87.59	368.00
208			社会保障和就业支出	1,442.64	1,421.95						1,112.65	309.30				
20805			行政事业单位养老支出	1,442.64	1,421.95						1,112.65	309.30				
2080502			事业单位离退休	20.69												
2080505			机关事业单位基本养老保险缴费支出	1,112.65	1,112.65						1,112.65					
2080506			机关事业单位职业年金缴费支出	309.30	309.30							309.30				
210			卫生健康支出	623.62	623.62								623.62			
21011			行政事业单位医疗	623.62	623.62								623.62			
2101102			事业单位医疗	623.62	623.62								623.62			
213			农林水支出	567.41												
21301			农业农村	567.41												
2130199			其他农业农村支出	567.41												
221			住房保障支出	368.00	368.00											368.00
22102			住房改革支出	368.00	368.00											368.00
2210201			住房公积金	368.00	368.00											368.00

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

项			工资福利支出		商品和服务支出												
支出功能分类科目代码			科目名称	医疗费	其他工资福利支出	小计	办公费	印刷费	咨询费	手续费	水费	电费	邮电费	取暖费	物业管理费	差旅费	因公出国（境）费用
类	款	项	栏次	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
			合计			31,352.85	56.00	32.00	1.00	30.00	217.95	3.40		278.18	75.24		
205			教育支出			2,247.41											
20599			其他教育支出			2,247.41											
2059999			其他教育支出			2,247.41											
207			文化旅游体育与传媒支出			28,538.03	56.00		32.00	1.00	30.00	217.95	3.40		278.18	75.24	
20701			文化和旅游			9,763.70											
2070108			文化活动			6,562.44											
2070199			其他文化和旅游支出			3,201.26											
20703			体育			1,866.85											
2070305			体育竞赛			1,866.85											
20706			新闻出版电影			700.00											
2070607			电影			700.00											
20708			广播电视			8,460.23	56.00		32.00	1.00	30.00	217.95	3.40		278.18	75.24	
2070808			广播电视事务			8,460.23	56.00		32.00	1.00	30.00	217.95	3.40		278.18	75.24	
20799			其他文化旅游体育与传媒支出			7,747.25											
2079902			宣传文化发展专项支出			1,498.28											
2079903			文化产业发展专项支出			2,193.51											
2079999			其他文化旅游体育与传媒支出			4,055.46											

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

项 目			工资福利支出		商品和服务支出												
支出功 能分类 科目代码	科目名称		医疗费	其他工资 福利支出	小计	办公费	印刷费	咨询费	手续费	水费	电费	邮电费	取暖费	物业管理费	差旅费	因公出国 (境) 费用	
类	款	项	栏次	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
			合计			31,352.85	56.00		32.00	1.00	30.00	217.95	3.40		278.18	75.24	
208	社会保障和就业支出																
20805	行政事业单位养老支出																
2080502	事业单位离退休																
2080505	机关事业单位基本养老保险缴费支出																
2080506	机关事业单位职业年金缴费支出																
210	卫生健康支出																
21011	行政事业单位医疗																
2101102	事业单位医疗																
213	农林水支出				567.41												
21301	农业农村				567.41												
2130199	其他农业农村支出				567.41												
221	住房保障支出																
22102	住房改革支出																
2210201	住房公积金																

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

项 目			商品和服务支出												
支出功能分类科目代码	科目名称	维修（护）费	租赁费	会议费	培训费	公务接待费	专用材料费	被装购置费	专用燃料费	劳务费	委托业务费	工会经费	福利费	公务用车运行维护费	其他交通费用
类 款 项	栏次	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41
	合计	0.49			8.16	0.81				284.04	3,188.16	200.00		12.11	
205	教育支出														
20599	其他教育支出														
2059999	其他教育支出														
207	文化旅游体育与传媒支出	0.49			8.16	0.81				284.04	3,188.16	200.00		12.11	
20701	文化和旅游										288.16				
2070108	文化活动										288.16				
2070199	其他文化和旅游支出														
20703	体育														
2070305	体育竞赛														
20706	新闻出版电影														
2070607	电影														
20708	广播电视	0.49			8.16	0.81				110.00	1,500.00	200.00		12.11	
2070808	广播电视事务	0.49			8.16	0.81				110.00	1,500.00	200.00		12.11	
20799	其他文化旅游体育与传媒支出									174.04	1,400.00				
2079902	宣传文化发展专项支出									174.04					
2079903	文化产业发展专项支出														
2079999	其他文化旅游体育与传媒支出										1,400.00				

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

项 目				商品和服务支出													
支出功能分类科目代码		科目名称		维修（护）费	租赁费	会议费	培训费	公务接待费	专用材料费	被装购置费	专用燃料费	劳务费	委托业务费	工会经费	福利费	公务用车运行维护费	其他交通费用
类	款	项	栏次	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41
			合计	0.49			8.16	0.81					284.04	3,188.16	200.00		12.11
208			社会保障和就业支出														
20805			行政事业单位养老支出														
2080502			事业单位离退休														
2080505			机关事业单位基本养老保险缴费支出														
2080506			机关事业单位职业年金缴费支出														
210			卫生健康支出														
21011			行政事业单位医疗														
2101102			事业单位医疗														
213			农林水支出														
21301			农业农村														
2130199			其他农业农村支出														
221			住房保障支出														
22102			住房改革支出														
2210201			住房公积金														

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

[illegible]

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台2024 年度单位：万元

项 目			商品和服务支出		对个人和家庭的补助											
支出功能分类科目代码			科目名称	税金及附加费用	其他商品和服务支出	小计	离休费	退休费	退职（役）费	抚恤金	生活补助	救济费	医疗费补助	助学金	奖励金	个人农业生产补贴
类	款	项	栏次	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54
			合计	200.00	26,765.30	20.69		20.69								
208			社会保障和就业支出			20.69		20.69								
20805			行政事业单位养老支出			20.69		20.69								
2080502			事业单位离退休			20.69		20.69								
2080505			机关事业单位基本养老保险缴费支出													
2080506			机关事业单位职业年金缴费支出													
210			卫生健康支出													
21011			行政事业单位医疗													
2101102			事业单位医疗													
213			农林水支出		567.41											
21301			农业农村		567.41											
2130199			其他农业农村支出		567.41											
221			住房保障支出													
22102			住房改革支出													
2210201			住房公积金													

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

[illegible]

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台2024 年度单位:万元

项 目			对个人和家庭的补助		债务利息及费用支出					资本性支出（基本建设）							
支出功 能分类 科目代码	科目名称		代缴社会保险费	其他对个人 和家庭的补助	小计	国内债务 付息	国外债务付息	国内债务 发行费用	国外债务 发行费用	小计	房屋建筑物购建	办公设备购置	专用设备购置	基础设施建设	大型修缮	信息网络及 软件购置更新	
类	款	项	栏次	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68
			合计														
208	社会保障和就业支出																
20805	行政事业单位养老支出																
2080502	事业单位离退休																
2080505	机关事业单位基本养老保险缴费支出																
2080506	机关事业单位职业年金缴费支出																
210	卫生健康支出																
21011	行政事业单位医疗																
2101102	事业单位医疗																
213	农林水支出																
21301	农业农村																
2130199	其他农业农村支出																
221	住房保障支出																
22102	住房改革支出																
2210201	住房公积金																

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

[illegible]

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

项 目			资本性支出（基本建设）						资本性支出								
支出功能分类科目代码			科目名称	物资储备	公务用车购置	其他交通工具购置	文物和陈列品购置	无形资产购置	其他基本建设支出	小计	房屋建筑物购建	办公设备购置	专用设备购置	基础设施建设	大型修缮	信息网络及软件购置更新	物资储备
类	款	项	栏次	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82
			合计							16.82		16.82					
208			社会保障和就业支出														
20805			行政事业单位养老支出														
2080502			事业单位离退休														
2080505			机关事业单位基本养老保险缴费支出														
2080506			机关事业单位职业年金缴费支出														
210			卫生健康支出														
21011			行政事业单位医疗														
2101102			事业单位医疗														
213			农林水支出														
21301			农业农村														
2130199			其他农业农村支出														
221			住房保障支出														
22102			住房改革支出														
2210201			住房公积金														

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

[illegible]

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台2024 年度单位:万元

项 目			资本性支出									对企业补助（基本建设）			对企业补助		
支出功 能分类 科目代码			科目名称	土地补偿	安置补助	地上附着物 和青苗补偿	拆迁补偿	公务用车购置	其他交通 工具购置	文物和陈 列品购置	无形资产购置	其他资本性支出	小计	资本金注入	其他对企业补助	小计	资本金注入
类	款	项	栏次	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96
			合计														
208			社会保障和就业支出														
20805			行政事业单位养老支出														
2080502			事业单位离退休														
2080505			机关事业单位基本养老保险缴费支出														
2080506			机关事业单位职业年金缴费支出														
210			卫生健康支出														
21011			行政事业单位医疗														
2101102			事业单位医疗														
213			农林水支出														
21301			农业农村														
2130199			其他农业农村支出														
221			住房保障支出														
22102			住房改革支出														
2210201			住房公积金														

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

財決公開 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

[illegible]

一般公共预算财政拨款支出决算明细表

财决公开 07 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

项 目			对企业补助				对社会保障基金补助				其他支出							
支出功 能分类 科目代码	科目名称		政府投资基 金股权投资	费用补贴	利息补贴	其他资本性补 助	其他对企业 补助	小计	对社会保 险基金补助	补充全国社 会保障基金	对机关事业单位 职业年金的补助	小计	国家赔偿 费用支出	对民间非营利 组织和群众性 自治组织补贴	经常性赠与	资本性赠与	其他支出	
类	款	项	栏次	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111
			合计															
208			社会保障和就业支出															
20805			行政事业单位养老支出															
2080502			事业单位离退休															
2080505			机关事业单位基本养老保险缴费支出															
2080506			机关事业单位职业年金缴费支出															
210			卫生健康支出															
21011			行政事业单位医疗															
2101102			事业单位医疗															
213			农林水支出															
21301			农业农村															
2130199			其他农业农村支出															
221			住房保障支出															
22102			住房改革支出															
2210201			住房公积金															

一般公共预算财政拨款项目支出决算表

财决公开 09 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

科目编码			科目名称	本年收入	本年支出
类	款	项			
合计				30,277.31	30,282.56
205			教育支出	2,247.41	2,247.41
20599			其他教育支出	2,247.41	2,247.41
2059999			其他教育支出	2,247.41	2,247.41
207			文化旅游体育与传媒支出	27,462.49	27,467.74
20701			文化和旅游	9,763.70	9,763.70
2070108			文化活动	6,562.44	6,562.44
2070199			其他文化和旅游支出	3,201.26	3,201.26
20703			体育	1,866.85	1,866.85
2070305			体育竞赛	1,866.85	1,866.85
20706			新闻出版电影	700.00	700.00
2070607			电影	700.00	700.00
20708			广播电视	7,389.93	7,389.93
2070808			广播电视事务	7,389.93	7,389.93
20799			其他文化旅游体育与传媒支出	7,742.00	7,747.25
2079902			宣传文化发展专项支出	1,498.28	1,498.28
2079903			文化产业发展专项支出	2,188.26	2,193.51
2079999			其他文化旅游体育与传媒支出	4,055.46	4,055.46
213			农林水支出	567.41	567.41
21301			农业农村	567.41	567.41
2130199			其他农业农村支出	567.41	567.41

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款项目支出情况。

政府性基金预算财政拨款收入支出决算表

财决公开 10 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

科目编码			科目名称	年初结转和结余	本年收入	本年支出			年末结转和结余
						小计	基本支出	项目支出	
类	款	项	合计		325.23	325.23		325.23	
207			文化旅游体育与传媒支出		325.23	325.23		325.23	
20707			国家电影事业发展专项资金安排的支出		325.23	325.23		325.23	
2070799			其他国家电影事业发展专项资金支出		325.23	325.23		325.23	

注：本表反映部门本年度政府性预算财政拨款收入、支出及结转和结余情况。

国有资本经营预算财政拨款收入支出决算表

财决公开 11 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

项 目				年初结转和结余	本年收入	本年支出	年末结转和结余
科目编码		科目名称					
类	款	项	合计				

注：本表反映部门本年度国有资本经营预算财政拨款收入、支出及结转和结余情况。

国有资本经营预算财政拨款支出决算表

财决公开 12 表

单位名称：成都市广播电视台

2024 年度

单位:万元

项 目				本年支出		
科目编码			科目名称	合计	基本支出	项目支出
类	款	项	合计			

注：本表反映部门本年度国有资本经营预算财政拨款支出情况。

