

附件 1

2024 年度统一战线融媒体宣传工作 项目支出部门评价报告

部门名称：中共深圳市委统战部

填报日期：2025年6月

目 录

一、基本情况	- 1 -
(一) 项目概况	- 1 -
(二) 项目绩效目标	- 5 -
二、绩效评价工作开展情况	- 5 -
(一) 绩效评价目的、对象和范围	- 6 -
(二) 绩效评价原则、评价指标体系（附表说明）、评价方法、评价标准等	- 6 -
(三) 绩效评价工作过程	- 10 -
(四) 绩效评价局限	- 10 -
三、综合评价情况及评价结论	- 11 -
四、绩效评价指标分析	- 12 -
(一) 项目决策情况	- 12 -
(二) 项目过程情况	- 16 -
(三) 项目产出情况	- 19 -
(四) 项目效益情况	- 26 -
五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析	- 29 -
(一) 主要经验及做法	- 29 -
(二) 存在的问题及原因分析	- 31 -
六、有关建议	- 32 -
(一) 严把合同支付进度，提高预算执行率	- 32 -

(二) 强化合同履行监督, 提升履约及时性	- 32 -
七、其他需要说明的问题	- 33 -
附件: 统一战线融媒体宣传工作项目支出部门评价指标体系与评分表	- 34 -

为深入贯彻落实《中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34号）等文件精神，进一步提高财政资源配置效率，优化财政资金使用效益，有效落实责任主体，中共深圳市委统战部（以下简称“我部”）由部办公室牵头组建评价小组，对统一战线融媒体宣传工作项目（以下简称“本项目”）开展项目部门评价，**本次绩效评价得分为 98.98 分，等级为“优”**，具体情况如下：

一、基本情况

（一）项目概况

1. 项目背景

统一战线是中国共产党凝聚人心、汇聚力量的政治优势和战略方针，是夺取革命、建设、改革事业胜利的重要法宝，是增强党的阶级基础、扩大党的群众基础、巩固党的执政地位的重要法宝，是全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的重要法宝。充分发挥统一战线的强大法宝作用，最大限度地凝聚人心、汇聚力量的，不断开创新时代统一战线工作新局面，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的中国梦凝聚磅礴力量，具有重要意义。

习近平总书记强调，中国特色社会主义进入新时代，必须把统一思想、凝聚力量作为宣传思想工作的中心环节。统战宣传工作是统战工作的重要内容，也是党的宣传工作的重要组成部分，进一步完善统战宣传网络，构建大宣传格局，扩大统战宣传影响力，更好发挥统一战线凝心聚力的作用，已经成为当前统战工作实践创新的重要着力点。

2024 年是中华人民共和国成立 75 周年、中国共产党领导的多党合作和政治协商制度确立 75 周年、澳门回归祖国 25 周年。在市委的正确领导下，全市宣传、统战部门和新闻媒体全面贯彻落实党的二十大和二十届二中、三中全会精神，深入学习贯彻习近平总书记关于做好新时代党的统一战线工作的重要思想。我部按照党中央和省委、市委关于统战工作的决策部署，围绕全市中心工作，精心统筹策划统战宣传工作，结合单位职能职责设立本项目，以“大宣传”“大统战”理念，生动讲好深圳故事、统战故事，为深圳高质量发展广泛凝心聚力。

2. 主要内容及实施情况

（1）职责分工

部机关内设办公室、干部处（机关党委）、民主党派工作处、港澳工作处、非公有制经济工作处、新的社会阶层人士工作处（党外知识分子工作处）、宗教工作一处、宗教工作二处、民族工作处（宗教工作三处）、侨务工作处和侨联工作部（社会组织联络部）共 11 个处室，无下属单位。

本项目主要由办公室负责监督资金使用情况，办公室、民主党派工作处、民族工作处（宗教工作三处）、侨务工作处和侨联工作部（社会组织联络部）负责具体实施，其主要职责之一为在统一战线工作中落实意识形态工作责任制，负责开展统一战线宣传工作。

（2）项目内容

本项目年初预算金额为 441.29 万元，主要内容为贯彻落实意识形态工作责任制，开展统一战线宣传工作。本项目主要包括：

“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”专题宣传项目、“深圳建设有我”专题策划宣传项目和“同行的人”专题宣传策划项目等内容，以“全媒体”思维打好统战宣传“组合拳”，讲好深圳故事、统战故事等项目，具体详见表 1。

表 1 2024 年度统一战线融媒体宣传工作内容

序号	项目名称	项目主要内容
1	“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”专题宣传项目	为进一步梳理总结和展示全市统一战线的工作品牌，结合近年来深圳统一战线各领域重点工作成果、特色工作品牌及实践创新载体，以图文并茂的形式设计制作一本宣传册和有机整合去年以来各领域较为经典的活动宣传视频，开展线上线下专题宣传。
2	“深圳建设有我”专题策划宣传项目	为进一步激发、唤醒新的社会阶层人士的自我价值感，凝心聚力为深圳高质量发展贡献智慧力量，策划创作系列符合当下全媒体传播环境的专题宣传短视频和话题花絮的拍摄制作等相关工作，并进行新媒体宣传推广。
3	印象·深圳专题策划宣传项目	为在不同维度展示城市形象，进一步扩大知名度，以“轻量化”短视频讲好深圳故事，出镜人员涵盖了港澳、海外、民营经济等各类人士，进行短视频脚本设计、拍摄剪辑和后期宣发推广，在南方+深圳频道和同心鹏城平台发布。
4	“同行的人”专题宣传策划项目	为进一步挖掘深圳原创歌曲《同行的人》创作内涵，策划《同行的人》系列活动宣传，通过邀请统一战线各领域人士同登一座山、同唱一首歌、同心一路行等，以线下活动、故事讲述、微视频拍摄等形式，生动展示统一战线成员与党同心、同向同行的新时代团结奋斗风采。
5	2024 年“@shenzhen”专题策划宣传采购项目	为持续提升深圳市的国际影响力，依托互联网传播特性及新媒体技术发展趋势，策划发起“海外华人@Shenzhen”国际平台话题、设计国际平台征集话题接力挑战赛征集海报、拍摄制作视频、vlog 等工作，推动实现更深层次的国际交流与合作。
6	归家工作回眸宣传视频及画册制作	为进一步做好“归·家”品牌的宣传工作，制作《“归·家”工作回眸》宣传视频及画册，展示深圳海归工作成绩及工作亮点。
7	深圳统一战线庆祝新中国成立 75 周年专题系列产品项目	为巩固和发展最广泛的爱国统一战线，联合专业媒体力量，开展庆祝中华人民共和国成立 75 周年系列专题策划，包括顶级媒体专题报道、顶级媒体专区综合展示、制作“‘深’爱祖国，同心有我”系列推广产品和“‘深’爱祖国，同心有我”线上直播。

序号	项目名称	项目主要内容
8	2024 年“港澳深情”专题策划宣传采购项目	为进一步激发深港澳人民的共同情感与文化认同，携手共谋发展未来，推出“港澳深情”系列报道，细述深港澳的悠久故事和深厚感情。
9	市各民主党派参政履职风采短视频	为讲好多党合作故事，通过短视频形式对全市各民主党派参政履职以及所取得的成效等进行宣传，8 个民主党派分别制作一条短视频，展现我市各民主党派履职尽责风采，讲好多党合作故事。
10	“侨”见深圳主题宣传	为增强海外华侨青年对深圳的认知与归属感，通过华侨青年的独特视角，以 Vlog 短视频形式，展现深圳丰富的传统美食文化、迷人的自然人文景色、独特的传统节日风俗、盛大的重大活动以及现代化的城市生活体验。
11	2023 年深圳统一战线工作回眸专题宣传片	为全面总结和展示 2023 年深圳统一战线的工作亮点和取得的成绩，围绕深圳建设中国特色社会主义先行示范区目标，策划拍摄制作《深圳市统一战线 2023 年工作回眸-同心奋斗 2023》专题宣传片。
12	“同心鹏城”微信公众号（视频号）及门户网站 2024 年运营项目	为提升深圳统战工作宣传的影响力和知名度，树立深圳统战的品牌形象，形成强大的宣传传播力和凝聚力，做好中共深圳市委统战部“同心鹏城”微信公众号（视频号）及门户网站运营项目运维工作。
13	深圳统一战线普法工作实践视频制作项目	为认真落实国家机关普法主体责任，切实推进依法行政和法治建设的具体实践，根据《深圳市普法办公室关于开展 2024 年深圳市国家机关“谁执法谁普法”履职报告评议活动的通知》要求，策划剪辑制作《深圳统一战线普法工作实践视频》。
14	“榴·深”—深圳市各民族服务行动计划宣传项目	为加强全国民族团结进步表彰大会精神的学习宣传，围绕民族团结进步促进法、民族团结进步宣传月系列活动、实施“榴·深”—深圳市各民族服务行动计划。
15	“归·家”漫谈动画视频制作	为进一步增强“归·家”深圳市归国留学人员服务计划的宣传实效，结合深圳市、区为归国留学人员提供的创新创业、就业对接等重点政策，通过精心组织选题策划、脚本设计、动画创意等工作，完成 10 条“归·家”漫谈动画视频制作工作。
16	“归家”系列短视频制作	为展现深圳海归扎根深圳，服务粤港澳大湾区建设及深圳高质量发展的良好风貌，根据 2024 年度“归·家”宣传工作安排，计划制作“归·家”系列短视频，突出展示“归·家”活动。
17	深圳统一战线新闻舆情监测及应对服务项目	为进一步提升舆论应对引导能力，共同推动深圳统战宣传工作高质量发展，健全网络舆情应对分类分级体系，有序引导网络舆论，妥善处置网上负面舆情。
18	民族融合宣传采购项目	为进一步促进各民族广泛交往、交流、交融，增强各民族携手并进的凝聚力、向心力，通过宣传“来了深圳，

序号	项目名称	项目主要内容
		都是一家人”人物新闻片及“民族之美非遗传承”短视频等内容，在我市民族宗教领域开展的民族融合宣传工作。

3. 资金投入和使用情况

本项目年初预算金额 441.29 万元，调整预算金额 438.99 万元，实际支出金额 437.13 万元，预算执行率为 99.58%，整体执行情况良好。

（二）项目绩效目标

本项目从产出、效益及满意度三方面设置 9 个三级指标及相应指标值，具体绩效目标申报表见表 2。

表 2 本项目绩效目标申报表

一级指标	二级指标	三级指标	指标值
产出指标	数量指标	海归专题宣传片个数	2 个
	数量指标	统战短视频制作数量	10 个
	质量指标	各领域专题宣传策划验收合格率	100%
	质量指标	年度工作回眸专题宣传片验收合格率	100%
	质量指标	同心鹏城微信公众号运营服务验收合格率	100%
	时效指标	各领域专题宣传策划完成时间	2024 年 12 月 31 日前
	成本指标	项目成本控制率	≤ 100%
效益指标	经济效益指标	不适用	不适用
	社会效益指标	统战领域宣传力度的影响程度	明显提升
	生态效益指标	不适用	不适用
	可持续影响指标	不适用	不适用
满意度指标	服务对象满意度指标	部机关对“同心鹏城”微信公众号运营工作的满意度	≥ 90%
	其他满意度指标	不适用	不适用

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

1. 绩效评价目的

通过对本项目决策制定情况、实施情况及效果情况进行调查研究，分析项目执行过程中的规范性、中期阶段项目实施是否达到预期、项目支付条款是否符合实际需求。此外，剖析当前项目实施取得的经验与效果、存在的问题与不足，为优化财政支出结构、下一年度的预算安排、政策调整等提供决策参考和依据。

2. 绩效评价对象和范围

（1）评价对象：统一战线融媒体宣传工作。

（2）评价时间范围：2024年1月1日-2024年12月31日，根据项目情况适当进行追溯和延伸。

（3）评价内容：主要包括本项目决策、管理和使用情况、相关管理制度建立和执行情况、实现的产出和取得的效益等。

（二）绩效评价原则、评价指标体系（附表说明）、评价方法、评价标准等

1. 绩效评价原则及依据

（1）绩效评价原则

评价小组在评价过程中，坚持明确主体、科学公正、公开透明和激励约束的原则，建立科学、合理的项目支出绩效评价指标体系，并根据评价标准，运用适当的评价方法，对项目决策、过程、产出和效益进行客观、公正的评价。

①明确主体：绩效评价是在单位自评的基础上开展。

②科学公正：绩效评价应当运用科学合理的方法，按照规范的程序，对项目、政策和整体支出绩效进行客观、公正地反映。

③公开透明：绩效评价结果应依法依规公开，并自觉接受社会监督。

④激励约束：绩效评价结果应与预算安排、政策调整、改进管理实质性挂钩，体现奖优罚劣和激励相容导向，有效要安排、低效要压减、无效要问责。

（2）绩效评价依据

①《中华人民共和国预算法》《中华人民共和国预算法实施条例》；

②《中共中央国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34号）、《财政部关于贯彻落实《中共中央国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》的通知》（财预〔2018〕167号）；

③《财政部项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）；

④中央、省、市、区相关政策规定和财务会计制度；部门职责相关规定、中长期发展规划、年度工作计划和项目规划；相关行业政策、行业标准及专业技术规范；

⑤项目设立的政策依据和目标、预算执行情况、年度决算报告、项目决算或验收报告等相关资料；

⑥本级人大审查结果报告、审计报告及决定、财政监督稽核报告等；

⑦部门财务、业务相关管理制度；

⑧其他相关资料。

2. 绩效评价指标体系

评价小组设计指标体系时遵循以下原则：一是与评价对象密切相关，全面反映项目决策、项目过程、项目产出和项目效益；二是优先选取最具代表性、最能直接反映产出和效益的核心指标，精简实用；三是指标内涵明确、具体、可衡量，数据及佐证材料可采集、可获得；四是与同类项目绩效评价指标和标准具有一致性，便于评价结果相互比较。

本项目指标体系共包括 4 个一级指标，10 个二级指标，17 个三级指标和 25 个四级指标。共性指标主要依据财政部《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10 号）选取，个性指标主要结合项目实施内容、实施计划等进行设置。评价标准方面，主要依据各指标特点设计定性与定量标准，具体评价指标及评分标准详见附件、表 3。

表 3 项目支出绩效评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	权重	四级指标	权重
决策	项目立项	立项依据充分性	3	立项依据充分性	3
		立项程序规范性	3	立项程序规范性	3
	绩效目标	绩效目标合理性	3	绩效目标合理性	3
		绩效指标明确性	4	绩效指标明确性	4
	资金投入	预算编制科学性	3	预算编制科学性	3
		资金分配合理性	4	资金分配合理性	4
过程	资金管理	资金到位率	3	资金到位率	3
		预算执行率	4	预算执行率	4
		资金使用合规性	4	资金使用合规性	4
	组织实施	管理制度健全性	4	管理制度健全性	4
		制度执行有效性	5	制度执行有效性	5
产出	产出数量	实际完成率	12	“印象·深圳”专题宣传短视频制作完成率	4
				《“圳”在同行》系列短视频拍摄完成率	4
				“侨”见深圳主题宣传视频策划完成率	4
	产出质量	质量达标率	12	“深圳建设有我”专题宣传拍摄	4

一级指标	二级指标	三级指标	权重	四级指标	权重
				质量达标率	
				“2024 深圳统一战线工作品牌 选编制作” 宣传册质量达标率	4
				“归·家” 系列短视频视频制作 总时长达标率	4
	产出时效	完成及时性	8	“港澳深情” 专题策划宣传服务 成果交付及时性	4
				“@shenzhen” 系列产品项目服 务尾款支付及时性	4
	产出成本	成本节约率	2	成本节约率	2
效益	项目效益	实施效益	16	增强统战宣传效果	4
				扩大统战影响力	4
				完善统战宣传联动机制	4
				加强统战宣传队伍建设	4
		满意度	10	部机关对“同心鹏城” 微信公众 号运营工作的满意度	10
合计			100	-	100

3. 绩效评价方法

绩效评价的方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等。评价小组根据本项目的具体情况，采用一种或多种评价方法开展工作。

（1）成本效益分析法：是指将投入与产出、效益进行关联性分析的方法。

（2）比较法：是指将实施情况与绩效目标、历史情况、不同部门和地区同类支出情况进行比较的方法。

（3）因素分析法：是指综合分析影响绩效目标实现、实施效果的内外部因素的方法。

（4）最低成本法：是指在绩效目标确定的前提下，成本最小者为优的方法。

（5）公众评判法：是指通过专家评估、公众问卷及抽样调查等方式进行评判的方法。

（6）标杆管理法：是指以国内外同行业中较高的绩效水平为标杆进行评判的方法。

（7）其他评价方法。

（三）绩效评价工作过程

本次项目部门评价工作主要包括以下程序：

一是确定绩效评价对象和范围，与相关业务处室就本项目绩效评价工作进行沟通协商；

二是收集绩效评价相关数据资料，参考《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）项目支出绩效评价指标体系，结合本项目实际，合理分配指标，细化量化评分标准，初步设计绩效评价指标体系，并分析形成初步结论；

三是根据绩效评价指标体系和初步分析结果，核实资金的使用情况及使用效益，全面掌握本项目的实际情况，进一步完善指标体系，修改评价结论；

四是结合本项目实际情况，按照完善后的绩效指标体系，针对每一项指标进行评价，撰写绩效评价初稿；

五是就报告初稿与相关处室进行研讨，查漏补缺，综合分析各处室意见，修改完善形成最终结论，完成此次报告。

（四）绩效评价局限

本次项目部门评价工作主要根据收集的相关佐证资料进行评价，评价结果受到了以下局限：一是受到资料完整性的局限，可能导致部分指标的评价不够全面；二是受到事后绩效评价的局限，抽样调查仅能查看部分项目管理现状并进行合理推断，无法还原至被评价期间项目管理的全貌。

三、综合评价情况及评价结论

评价小组按绩效评价指标体系独立进行定量评分，并出具评价意见。本项目得分 98.98 分，绩效评定级别为“优¹”。其中“决策”指标得分 20 分，得分率 100%；“过程”指标得分 18.98 分，得分率 94.90%；“产出”指标得分 34 分，得分率 100%；“效益”指标得分 26 分，得分率 100%。详见表 4。

表 4 本项目绩效评价评分表

一级指标	二级指标	三级指标	权重	四级指标	权重	得分	得分率
决策	项目立项	立项依据充分性	3	立项依据充分性	3	3	100.00%
		立项程序规范性	3	立项程序规范性	3	3	100.00%
	绩效目标	绩效目标合理性	3	绩效目标合理性	3	3	100.00%
		绩效指标明确性	4	绩效指标明确性	4	4	100.00%
	资金投入	预算编制科学性	3	预算编制科学性	3	3	100.00%
		资金分配合理性	4	资金分配合理性	4	4	100.00%
过程	资金管理	资金到位率	3	资金到位率	3	3	100.00%
		预算执行率	4	预算执行率	4	3.98	99.50%
		资金使用合规性	4	资金使用合规性	4	4	100.00%
	组织实施	管理制度健全性	4	管理制度健全性	4	4	100.00%
		制度执行有效性	5	制度执行有效性	5	4	80.00%
产出	产出数量	实际完成率	12	“印象·深圳”专题宣传短视频制作完成率	4	4	100.00%
				《“圳”在同行》系列短视频拍摄完成率	4	4	100.00%
				“侨”见深圳主题宣传视频策划完成率	4	4	100.00%
	产出质量	质量达标率	12	“深圳建设有我”专题宣传拍摄质量达标率	4	4	100.00%
				“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量达	4	4	100.00%

¹根据《项目支出绩效评价管理办法》的通知（财预〔2020〕10号），绩效评价结果采取评分和评级相结合的方式，具体分值和等级可根据不同评价内容设定。总分一般设置为 100 分，等级一般划分为四档：90（含）-100 分为优、80（含）-90 分为良、60（含）-80 分为中、60 分以下为差。

一级指标	二级指标	三级指标	权重	四级指标	权重	得分	得分率
	产出时效	完成及时性	8	标率			
				“归·家”系列短视频视频制作总时长达标率	4	4	100.00%
				“港澳深情”专题策划宣传服务成果交付及时性	4	4	100.00%
				“@shenzhen”系列产品项目服务尾款支付及时性	4	4	100.00%
	产出成本	成本节约率	2	成本节约率	2	2	100.00%
效益	项目效益	实施效益	16	增强统战宣传效果	4	4	100.00%
				扩大统战影响力	4	4	100.00%
				完善统战宣传联动机制	4	4	100.00%
				加强统战宣传队伍建设	4	4	100.00%
		满意度	10	部机关对“同心鹏城”微信公众号运营工作的满意度	10	10	100.00%
合计			100	-	100	98.98	98.98%

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况

决策类指标从项目立项、绩效目标、资金投入三方面考察项目决策情况，分别设置立项依据充分性、立项程序规范性、绩效目标合理性、绩效指标明确性、预算编制科学性、资金分配合理性 6 个四级指标。该类指标总权重分为 20 分，在各四级指标间按重要性分配。

经综合评价，决策类指标得分总分为 20 分，各指标得分情况如下表 5 所示：

表 5 本项目决策指标评分表

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	四级指标	权重	得分	得分率
决策	20	项目	6	立项依据	3	立项依据充分性	3	3	100.00%

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	四级指标	权重	得分	得分率
		立项		充分性					
				立项程序规范性	3	立项程序规范性	3	3	100.00%
		绩效目标	7	绩效目标合理性	3	绩效目标合理性	3	3	100.00%
				绩效指标明确性	4	绩效指标明确性	4	4	100.00%
		资金投入	7	预算编制科学性	3	预算编制科学性	3	3	100.00%
				资金分配合理性	4	资金分配合理性	4	4	100.00%
总分	20	-	20	-	20	-	20	20	100.00%

1. 立项依据充分性

统一战线宣传工作是统一战线的重要基础性工作，通过宣传党的统一战线理论和政策，能够增强全党全社会对统一战线重要性的认识，从而凝聚人心、汇聚力量。在全媒体时代背景下，统一战线宣传工作对推动统一战线事业的高质量发展具有重要作用。通过创新宣传手段和载体，宣传工作不仅能够增强统战工作的效果，还能促进统一战线共识的形成。我部根据《中国共产党统一战线工作条例》、中共中央政治局第三十一次集体学习、相关工作方案等要求申请设立本项目，通过宣传提高群众对统一战线重要地位的认识，维护民族团结、宗教和顺及社会稳定，为实现中国式现代化凝聚共识和力量。

本项目符合国家法律法规，符合行业发展规划和政策要求，项目立项与部门职责范围相符，属于我部履职所需，属于公共财政支持范围，符合中央、地方事权支出责任划分原则，与统战部门同类项目或部门内部相关项目不重复。根据指标评分规则，本指标得满分。

2. 立项程序规范性

我部根据《中华人民共和国预算法》《深圳市本级预算绩效目标管理工作规程》及《中共深圳市委统战部（市民宗局、市侨办、市侨联）财务管理办法》（以下简称“《财务管理办法》”）等法律规定及内部管理制度规定，对本项目进行立项申报，并在编制预算时同步编报项目绩效目标。评价小组通过查看《深圳市财政局关于批复中共深圳市委统一战线工作部 2024 年部门预算的通知》（深财预〔2024〕26 号）（以下简称“《预算批复》”）发现，本项目的预算已经市第七届人民代表大会第五次会议审议通过。

本项目按照国家法律法规、上级部门管理规定及单位内部管理制度进行申报立项，项目立项经过事前必要集体会议决策审核通过后，按规定上报市财政部门，审批文件及材料完备规范，有效保障了立项程序完整性和规范性。根据指标评分规则，本指标得满分。

3. 绩效目标合理性

我部在申报 2024 年度预算时同步编报相应的绩效目标，将年度工作任务细化拆解，具体落实到数量、质量、时效、成本、社会效益、满意度六方面，多层次、全方位考察本项目执行效果。评价小组通过查看《二级项目支出绩效目标申报表》发现，我部已将项目年度总体目标进行分解细化，形成具体绩效指标，包括 7 个产出指标、1 个效益指标、1 个满意度指标。

本项目按照市财政部门要求规范填报项目绩效目标申报表，根据实施内容及职责分工设置了年度总体目标，目标内容与年度

工作任务具有相关性，且绩效目标与实际工作内容具有相关性，与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。根据指标评分规则，本指标得满分。

4. 绩效指标明确性

我部总结往年度绩效评价工作经验，不断优化预算绩效指标设置，提升预算项目绩效管理的能力。评价小组通过查看《二级项目支出绩效目标申报表》发现，本项目所涉及的9个绩效目标均明确、清晰、可考核。具体详见表2。

本项目绩效目标均细化分解为具体的绩效指标；绩效指标均通过清晰、可衡量的指标值予以体现；绩效指标设置与项目目标任务数或计划数相对应。根据指标评分规则，本指标得满分。

5. 预算编制科学性

我部认真贯彻市财政部门有关预算编制的原则和要求，基于《财务管理办法》《中共深圳市委统战部（市民宗局、市侨办、市侨联）经费开支管理办法》（以下简称“《经费开支管理办法》”）等内部管理制度的各项要求，紧紧围绕本单位的职责和当年的重点工作，科学合理测算本项目年度履职所需资金，切实细化编制项目预算。

本项目年初预算数为441.29万元，预算内容包括新媒体平台运营费用、新媒体宣传产品制作费用、传统媒体宣传费用、各领域专题宣传策划费用及重大专题宣传策划费用，以上事项均经过科学论证且与项目内容匹配度极高。预算额度测算依据充分，合理按照标准编制；预算确定的项目资金量与工作任务相匹配。根据指标评分规则，本指标得满分。

6. 资金分配合理性

我部秉持“以事定费、勤俭节约”的原则，将全年预算数中核定的资金额度，根据任务轻重缓急合理排序，优先安排急需、可行的任务，结合项目执行过程中各项合同约定等实际情况，分配本项目资金，优先保障重点工作，削减取消低效无效支出。

本项目预算资金分配依据充分，资金分配额度合理，与我部实际情况相适应，项目资金分配基本合理。根据指标评分规则，本指标得满分。

(二) 项目过程情况

过程类指标从资金管理和组织实施两方面考察项目实施情况，分别设置资金到位率、预算执行率、资金使用合规性、管理制度健全性、制度执行有效性 5 个四级指标构成。该类指标总权重分为 20 分，在各四级指标间按重要性分配。

经综合评价，过程类指标得分总分为 18.98 分，各指标得分情况如下表 6 所示：

表 6 本项目过程指标评分表

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	四级指标	权重	得分	得分率
过程	20	资金管理	11	资金到位率	3	资金到位率	3	3	100.00%
				预算执行率	4	预算执行率	4	3.98	99.50%
				资金使用合规性	4	资金使用合规性	4	4	100.00%
		组织实施	9	管理制度健全性	4	管理制度健全性	4	4	100.00%
				制度执行有效性	5	制度执行有效性	5	4	80.00%
总分	20	-	20	-	20	-	20	18.98	94.90%

1. 资金到位率

根据《预算批复》《2024 年部门预算分解至各处室情况》

及我部 2024 年度预算指标执行情况表，2024 年度本项目年初下达金额为 441.29 万元，实际到位资金为 441.29 万元。年中根据项目实际执行情况调减至 438.99 万元，资金到位率达 100%。

本项目资金落实到位且及时，资金到位率达 100%，为项目的顺利实施提供了资金保障。根据指标评分规则，本指标得满分。

2. 预算执行率

2024 年本项目年初预算金额为 441.29 万元，调整预算金额 438.99 万元，实际支出金额 437.13 万元，预算执行率为 99.58%，预算执行力度有待进一步提高。具体详见本报告“五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析（二）存在的问题及原因分析”。

本项目预算执行率为 99.58%，预算执行完成情况良好，财政资金有效发挥其使用效益。根据指标评分规则，本指标得 3.98 分。

3. 资金使用合规性

本项目资金管理、费用标准、支付均符合《财务管理办法》《经费开支管理办法》和《中共深圳市委统战部（市民宗局、市侨办、市侨联）自行采购管理办法》（以下简称“《自行采购管理办法》”）等单位内部控制制度要求及上级部门有关制度规定，严格按照部务会议审定并经市财政部门批复的年度部门预算执行款项支付工作。未发生超范围、超标准支出，不存在虚列支出以及其他不符合制度规定的支出，不存在未经批准擅自调剂预算项目、改变预算支出的情况。例如，2024 年 12 月 6 日，侨务处提请《关于验收侨见深圳主题宣传项目的请示》，经核对，深圳新闻网传媒股份有限公司已完成合同规定工作量，建议予以验收

通过，并按约定支付尾款 8.975 万元。同日，部领导同意请示建议后侨务处完成服务项目验收确认工作，并于 12 月 16 日完成款项支付工作。

本项目资金支出符合国家财经法规和财务管理制度以及部门内部制度的规定，资金的拨付有完整的审批程序和手续，支出方向符合项目预算批复或合同规定的用途，且未发现存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。根据指标评分规则，本指标得满分。

4. 管理制度健全性

我部制定印发《财务管理办法》《经费开支管理办法》《自行采购管理办法》等制度及流程，涵盖财政资金管理、内部财务管理、预算绩效管理等方面的内容，初步搭建了完善的内控管理体系，有效保障单位履职运行程序完整性、制度健全性、执行规范性。同时，按照预算绩效管理一体化的要求，我部已实现对部门预算资金实行全过程、全方位、全覆盖的绩效管理，有序开展事前评估、绩效目标编报、绩效监控、绩效评价和评价结果应用等工作。

本项目具备完整的财务、业务管理制度，且财务和业务管理制度内容合法、合规、完整，以确保项目的顺利实施。根据指标评分规则，本指标得满分。

5. 制度执行有效性

我部严格根据《财务管理办法》《经费开支管理办法》和《自行采购管理办法》等相关内部管理制度开展本项目。例如，2024 年 4 月 23 日，党派处提出参政履职风采短视频宣传项目请示，

拟采用竞争性谈判的采购方式确定中标供应商，并及时提交采购计划、填写采购需求书，4月25日，部领导审批批准，4月26日，党派处签订书面的采购承诺书，5月9日，依据项目金额和采购方式按照有关程序组织实施采购。上述项目执行过程严格遵循《自行采购管理办法》第十条“自行采购项目由需求处室填写采购需求书（须详细列明采购项目名称、数量、品目、技术规格、供应商资格条件、具体采购方式等）和提出用款申请（须详细列明预算项目、经济科目、金额、资金来源、测算标准和依据等），按经费开支审批权限及程序报批”。但评价小组通过抽查本项目实施过程性资料，发现存在未按照合同条款付款的问题。具体详见本报告“五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析（二）存在的问题及原因分析”。

本项目严格遵守相关法律法规和相关管理规定；项目调整及支出调整手续完备；项目合同书、验收报告、技术鉴定等资料齐全并及时归档；项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等落实到位，但本项目执行过程中，存在未按照合同条款付款的问题。根据指标评分规则，本指标得4分。

（三）项目产出情况

产出类指标从产出数量、产出质量、产出时效和产出成本四方面考察项目实施情况，分别设置“印象·深圳”专题宣传短视频制作完成率、《“圳”在同行》系列短视频拍摄完成率、“侨”见深圳主题宣传视频策划完成率、“深圳建设有我”专题宣传拍摄质量达标率、“2024深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量达标率、“归·家”系列短视频视频制作总时长达标率、

“港澳深情”专题策划宣传服务成果交付及时性、“@shenzhen”系列产品项目服务尾款支付及时性和成本节约率 9 项四级指标。该类指标总权重分为 34 分，在各四级指标间按重要性分配。

经综合评价，产出类指标得分总分为 34 分，各指标得分情况如下表 7 所示：

表 7 本项目产出指标评分表

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	四级指标	权重	得分	得分率
产出	34	产出数量	12	实际完成率	12	“印象·深圳”专题宣传短视频制作完成率	4	4	100.00%
						《“圳”在同行》系列短视频拍摄完成率	4	4	100.00%
						“侨”见深圳主题宣传视频策划完成率	4	4	100.00%
		产出质量	12	质量达标率	12	“深圳建设有我”专题宣传拍摄质量达标率	4	4	100.00%
						“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量达标率	4	4	100.00%
						“归·家”系列短视频视频制作总时长达标率	4	4	100.00%
		产出时效	8	完成及时性	8	“港澳深情”专题策划宣传服务成果交付及时性	4	4	100.00%
						“@shenzhen”系列产品项目服务尾款支付及时性	4	4	100.00%
		产出成本	2	成本节约率	2	成本节约率	2	2	100.00%
总分	34	-	34	-	34	-	34	34	100.00%

1. “印象·深圳”专题宣传短视频制作完成率

根据《“印象·深圳”专题宣传项目服务合同》，合同约定完成5个短视频脚本设计、拍摄剪辑和后期宣发推广工作，在南方+深圳频道和同心鹏城（中共深圳市委统战部官方微信）平台发布。自2024年12月份起，广东南方日报经营有限公司承接我部《印象·深圳》专题宣传项目，以“轻量化”短视频讲好深圳故事。项目开展期间，广东南方日报经营有限公司组建项目专项执行团队，相关负责团队定期召开工作专班，收集、整理各方面素材，撰写文案和分镜头脚本，组织拍摄、剪辑制作和形式包装，出镜人员涵盖了港澳、海外、民营经济等各类人士，整体统战元素满满，体现出高站位和正能量。《印象·深圳》视频项目整体风格体现出“高站位、高品质、高质量”特点，相关成果已于2024年12月19日验收通过，并陆续在既定平台推送，市委网信办也沟通各区及深圳各媒体平台进行传播，“印象·深圳”专题宣传短视频制作完成率达到100%

本项目充分反映和考核我部“印象·深圳”专题宣传短视频制作数量目标的实现程度。根据指标评分规则，本指标得满分。

2. 《“圳”在同行》系列短视频拍摄完成率

根据《“同行的人”专题宣传策划项目服务合同》，合同约定策划制作《“圳”在同行》系列短视频，以微纪录片的形式展现，共拍摄8期，每期视频不超过3分钟。自2024年12月份起，深圳新闻网传媒股份有限公司承接我部“同行的人”专题宣传策划项目。项目开展期间，深圳新闻网传媒股份有限公司组建项目专项执行团队，先后开展一路同行·共赴山海——暨“深中双峰”打卡之深圳凤凰山登山摄影活动，策划制作《“圳”在同行》系

列短视频，视频共拍摄制作 8 期，平均每期约 3 分钟，总时长为 24-25 分钟。分别围绕多党合作、港澳、民营经济、民族工作、新的社会阶层人士、宗教、海外侨胞、归侨侨眷和海归人才等共 8 个领域，通过各界别发挥积极作用，传递正能量，激发社会各界对深圳发展的共鸣与期待，与党同行、与深圳同行，宣传效果明显，相关成果已于 2024 年 12 月 19 日验收通过，《“圳”在同行》系列短视频拍摄完成率达到 100%。

本项目充分反映和考核我部《“圳”在同行》系列短视频拍摄数量目标的实现程度。根据指标评分规则，本指标得满分。

3. “侨”见深圳主题宣传视频策划完成率

我部于 2024 年 5 月 30 日与深圳新闻网传媒股份有限公司签订《“侨”见深圳主题宣传项目采购合同》，要求策划制作视频 5 期。经核对，深圳新闻网传媒股份有限公司已完成合同规定工作量，该项目共策划制作视频 5 期，通过华侨青年第一视角展现，视频 5 期的主题分别是：同心 vlog 之“侨”见深圳：留学归来，体验深圳自然魅力和城市活力；同心 vlog 之“侨”见深圳：剑桥留学生感受深圳的科技便捷生活；同心 vlog 之“侨”见深圳：带我的华人朋友在甘坑古镇过中秋；同心 vlog 之“侨”见深圳：海外侨胞 vs “歪果仁”吃辣大比拼；同心 vlog 之“侨”见深圳：海外侨胞打卡醒狮表演，传统非遗文化原来这么“酷”，“侨”见深圳主题宣传视频策划完成率达到 100%。

本项目充分反映和考核我部“侨”见深圳主题宣传视频策划数量目标的实现程度。根据指标评分规则，本指标得满分。

4. “深圳建设有我”专题宣传拍摄质量达标率

根据《“深圳建设有我”专题宣传项目服务合同》，要求产出质量达标的3条短视频和6条话题花絮。深圳市凯歌文化传播有限公司承接我部“深圳建设有我”专题宣传项目。项目开展期间，该公司组建项目专项执行团队，经收集整理素材，撰写文案脚本，组织专业团队进行视频拍摄和剪辑制作，已完成系列短视频、话题花絮的拍摄制作等相关工作，创作了《我在深圳 show 珠宝》《我在深圳教人打游戏》《我在深圳守望珍稀鸟类》3篇主题鲜明、内容丰富且具有“网感”的短视频及6个生动有趣的花絮并采用“预告引流+正片宣传+混剪二次传播”的形式进行宣传，根据《服务项目验收确认单》，我部于2024年12月19日对“深圳建设有我”专题宣传策划方案予以验收通过，“深圳建设有我”专题宣传拍摄质量达标率达100%。

本项目充分反映和考核“深圳建设有我”专题宣传拍摄质量目标的实现程度。根据指标评分规则，本指标得满分。

5. “2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量达标率

“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”专题宣传项目要求以图文并茂的形式设计制作一本宣传册，内容包括各领域特色工作品牌及系列重点活动，便于线下对外交流展示。在原有统战工作品牌成果的基础上，征集补充去年以来的最新内容。自2024年12月份起，长石传媒（深圳）有限公司承接我部“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”专题宣传项目。项目开展期间，长石传媒（深圳）有限公司以图文并茂的形式设计制作一本宣传册，内容包括各领域特色工作品牌及系列重点活动，便于线下对外交

流展示；有机整合去年以来各领域较为经典的活动宣传视频，形成便于系统对外宣传展示的流媒体产品阵列，生成二维码推广链接，以成果汇编的形式，集合成流媒体宣传包，增强对外宣传的系统性，进一步提升统战宣传的可视化成效。根据《服务项目验收确认单》，我部于2024年12月20日对“2024深圳统一战线工作品牌选编制作”专题宣传项目予以验收通过，“2024深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量达标率达100%。

本项目充分反映和考核“2024深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量目标的实现程度。根据指标评分规则，本指标得满分。

6. “归·家”系列短视频视频制作总时长达标率

根据《“归·家”系列短视频制作服务合同》，“归·家”系列短视频视频制作要求总时长为10分钟。我部于2024年4月与深圳双驱文化有限公司签订《“归·家”系列短视频制作服务合同》，约定根据我部宣传“归·家”工作需求剪辑“归·家”系列短视频，每条时长约1分钟，共10条或总时长为10分钟。目前，该公司已按合同要求累计完成9条“归家”系列短视频剪辑工作，最终成品短视频总时长为23分29秒，超额完成总时长10分钟的采购计划。该系列短视频在“同心鹏城”微信公众号刊登后，总阅读量达46.9万人次，进一步增强了“归·家”深圳市归国留学人员服务计划的宣传实效。根据《服务项目验收确认单》，我部于2024年11月12日对“归·家”系列短视频制作服务合同予以验收通过，“归·家”系列短视频视频制作总时长达标率达100%。

本项目充分反映和考核“归·家”系列短视频视频制作质量目标的实现程度。根据指标评分规则，本指标得满分。

7. “港澳深情”专题策划宣传服务成果交付及时性

根据《“港澳深情”专题策划宣传采购合同》，合同签订后4个月内提交最终的宣传服务成果。合同签订时间为2024年8月9日，由深圳晶报传媒有限公司承接我部“港澳深情”专题策划宣传采购项目。项目开展期间，已按要求完成8篇3000+字稿件、16+张照片，以及拍摄制作8条30+秒的视频，并在晶报APP要闻栏目开设“港澳深情”专栏，并聚合晶报一端、一报、双微、百家号等多渠道资源，将稿件分发至晶报APP、晶报报纸（免费见报2个9.8万元跨版），以及“同心鹏城”公众号、人民日报、腾讯新闻、今日头条等多个与晶报合作的新媒体平台。根据《服务项目验收确认单》，我部于2024年12月16日对“港澳深情”专题策划宣传予以验收通过，合同签订后4个月内提交最终的宣传服务成果。

本项目充分反映和考核“港澳深情”专题策划宣传服务成果交付时效目标的实现程度。根据指标评分规则，本指标得满分。

8. “@shenzhen”系列产品项目服务尾款支付及时性

根据《“@shenzhen”系列产品项目服务合同》，服务成果经我部书面验收通过后，应于深圳市凰家文化传媒有限公司提出的付款申请起30日内完成款项支付工作。深圳市凰家文化传媒有限公司于2024年12月13日开具发票，我部于12月16日对“@shenzhen”专题策划宣传采购项目予以验收通过，并于12月18日进行尾款支付，符合合同约定的付款申请起30日内进行尾

款支付的相关要求。

本项目充分反映和考核“@shenzhen”系列产品项目服务尾款支付时效目标的实现程度。根据指标评分规则，本指标得满分。

9. 成本节约率

本项目全年计划成本为 438.99 万元，实际成本 437.13 万元，节约成本 1.86 万元，成本节约率为 0.42%。

本项目反映和考核项目的成本节约程度，根据成本节约率测算结果，本项目实施过程中有成本节约效果。根据指标评分规则，本指标得满分。

（四）项目效益情况

效益类指标从实施效益和满意度两方面考察项目实施情况，分别设置增强统战宣传效果、扩大统战影响力、完善统战宣传联动机制、加强统战宣传队伍建设和部机关对“同心鹏城”微信公众号运营工作的满意度 5 个四级指标。该类指标总权重分为 26 分，在各四级指标间按重要性分配。

经综合评价，效益类指标得分总分为 26 分，各指标得分情况如下表 8 所示：

表 8 本项目效益指标评分表

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	四级指标	权重	得分	得分率
效益	26	项目效益	26	实施效益	16	增强统战宣传效果	4	4	100.00%
						扩大统战影响力	4	4	100.00%
						完善统战宣传联动机制	4	4	100.00%
						加强统战宣传队伍建设	4	4	100.00%
				满意度	10	部机关对“同心鹏城”微信公众号运营工作的满意度	10	10	100.00%

一级 指标	权重	二级 指标	权重	三级 指标	权重	四级指标	权重	得分	得分率
总分	26	-	26	-	26	-	26	26	100.00%

1. 增强统战宣传效果

我部把握新媒体传播特点加强短视频策划，增强宣传效果。一是持续优化“同心 vlog”短视频宣传，策划《同心 vlog 之“校”看鹏城》系列，抓住高考前后填报志愿的时间点，连续推出深北莫、港中深等大学打卡短视频，广泛宣传推介深圳城市形象。升级《同心 vlog 之“侨”见深圳》专栏，聚焦海外侨胞最想体验、最为思念家乡的一个节日、一个地方、一道美食等，开启一趟圆梦之旅，以海外侨胞的亲身体验，介绍深圳的风土人情，强化海外传播效果。二是精心策划《归家漫谈》等品牌栏目，以留学生喜闻乐见、易于传播的动漫形式，推出 10 期精彩短视频，通过海外高校校友会、留学机构等，点对点触达目标群体，为广大归国留学人员来深就业创业生活提供政策指引和办事指南，篇均阅读量 3.6 万。三是创新推出《街·视》短视频 38 期，聚焦基层统战工作创新实践，以活泼、有趣、有料的短视频，将统战宣传视角进一步向基层延伸，为街道、社区提供展示平台，有效激发基层统战工作活力。

本项目的实施有效增强统战宣传效果。根据指标评分规则，本指标得满分。

2. 扩大统战影响力

我部充分利用深圳报业集团、深圳广电集团、深圳侨报等统战宣传主阵地优势，以“全媒体”思维推动统战宣传多点开花、提质增效。据统计，深圳报业集团各报网端全年刊发统战宣传报道 1621 篇；深圳广电集团各频道频率和新媒体平台刊播统战新

闻 324 篇（条）；深圳侨报全年共出版统战宣传版面近 1200 个，刊发统战新闻稿件超 3000 篇。全年统战宣传报道全网总阅读量超 35 亿人次，统战宣传工作获市领导批示 15 次，影响力和社会认可度进一步提升。

本项目的实施有效扩大统战影响力。根据指标评分规则，本指标得满分。

3. 完善统战宣传联动机制

我部严格落实意识形态工作责任制，进一步优化“周选题、月点评、季总结”“三审三校”等工作机制，全年召开统战宣传工作策划会、碰头会 58 次，全市各级统战干部、新闻媒体代表及时交流宣传经验、沟通宣传重点、明确宣传思路、形成宣传合力。

本项目的实施有效完善统战宣传联动机制。根据指标评分规则，本指标得满分。

4. 加强统战宣传队伍建设

一是我部加强各部门、各媒体单位沟通协调，形成良性互动，共同讲好统战故事，传播统战声音。深圳广电集团和弘法寺联合主办的跨年文化直播活动，从 2008 年开始举办，已成为深圳年度文化活动代表 IP 之一，2024 年全网观看和线上参与的观众超过 100 万人次。二是我部加大统战新闻通讯员队伍培训力度，举办“2024 年深圳统战系统舆情应对引导工作培训班”，加强对基层统战部门的宣传指导，进一步提升全市统战干部宣传和舆论应对引导能力，共同推动深圳统战宣传工作高质量发展。

本项目有效加强统战宣传队伍建设。根据指标评分规则，本

指标得满分。

5. 部机关对“同心鹏城”微信公众号运营工作的满意度

本项目为我部代运营项目，由深圳新闻网组建同心鹏城编辑部，并派遣王营波、张佩君、石静文 3 名同事进行全权负责。同心鹏城编辑部先后 10 余次获得市委常委批示表扬。稿件方面，年度共推送稿件 560 余篇，阅读量 10 万稿件 100 余篇，统战宣传影响力大幅提升。粉丝方面，截至 11 月 19 日，粉丝量 50.6 万，年度增粉近 17 万，并提前 2 个月完成 50 万粉丝的年度目标。影响力方面，根据清博智能微信传播指数排行榜，“同心鹏城”在统战系统排名连续 12 个月稳居全国第一。根据《项目支出绩效自评表》，部机关对“同心鹏城”微信公众号运营工作的满意度达到 100%。

本项目充分反映部机关对“同心鹏城”微信公众号运营工作的满意程度。根据指标评分规则，本指标得满分。

五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析

（一）主要经验及做法

1. 广泛深入开展宣传宣讲，夯实共同思想政治基础

一是在统战宣传平台开设“学习宣传贯彻党的二十届三中全会精神”专栏专版，及时转载新华社、人民日报等权威报道，策划推出《高举改革开放旗帜 同心共谱时代新篇 深圳统一战线热议党的二十届三中全会精神》《坚定不移争做全面深化改革伟大事业的参与者、推动者！深圳统一战线迅速掀起学习贯彻党的二十届三中全会精神热潮》等稿件 52 篇。二是组织统一战线各领域深入学习宣传贯彻党的二十届三中全会精神，依托南方报业传

媒集团、深圳报业集团、深圳广电集团等主流媒体平台，深入宣传深圳统一战线贯彻落实的具体举措和生动实践，营造学习宣传贯彻的浓厚氛围。三是面向统一战线各领域举办宣讲活动 82 场次，深入街道社区、行业商协会和民营企业等基层一线开展宣讲，推动党的二十届三中全会精神深入人心。

2. 锚定高质量发展首要任务，聚焦统一战线重点工作

一是聚焦“高质量发展”，发布《深圳统一战线接续发力服务高质量发展》，系统解读《深圳统一战线服务高质量发展行动计划（2024 年）》。围绕 2024 中非民营经济合作论坛、2024 亚布力中国企业家论坛第十届创新年会在深圳举办等重大活动进行宣传报道，全面展示统一战线凝心聚力服务高质量发展的责任和担当。二是聚焦“百千万工程”，发布《2024 年深圳统一战线助力乡村振兴和“百千万工程”倡议书》，推出《深圳统一战线助力乡村振兴，为“百千万工程”加力提速》《深河情深携手同行 对口帮扶成效喜人 深圳统一战线赴河源市开展乡村振兴和“百千万工程”调研》等系列稿件 41 篇，深入宣传报道统一战线各领域参与“百千万工程”的生动故事。三是聚焦“民族团结进步”，策划开展“来了深圳，都是一家人”专题宣传，围绕国家民委在深召开构建互嵌式社会结构和社区环境现场推进会、福田区巴登社区居民委员会荣获“全国民族团结进步模范集体”等，策划推出《“深圳这里是家乡”——打造多民族互嵌幸福家园的深圳实践》《深圳多民族团结中的“她力量”》等系列宣传报道，有力展现深圳城市民族工作的特色亮点。

3. 强化“大 IP”意识，推动统战宣传工作高质量发展

一是充分发挥“同心鹏城”新媒体优势，围绕深圳统一战线各领域加强重点策划，把握节点、聚焦热点、引燃爆点，全力打造“周周有选题、月月有重点”统战宣传大IP，全年累计推送稿件663篇，上级统战部门采用82篇，推文总阅读量1714万，较上一年翻了一番。同时，启用“同心鹏城”视频号，通过专业化、精品化、特色化、新颖化的优质短视频产品，进一步提升统战宣传的可读性，全年发布原创视频93个。二是不断增强公众号粉丝粘性，策划“我们是同行的人”“最美手艺人”等线上线下互动专题，创作“同心鹏城”特色文创，扩大“同心鹏城”粉丝基数，粉丝量增至51.7万，年度增粉18.1万，大IP影响力进一步增强。三是加强重点推文传播推广，做大做强“同心鹏城”，根据清博智能微信传播指数排行榜，2024年连续12个月稳居全国统战系统第一名。

（二）存在的问题及原因分析

1. 预算执行有待进一步提升

本项目年初预算金额441.29万元，调整预算金额438.99万元，实际支出金额437.13万元，预算执行率为99.58%，整体执行情况良好。但根据预算执行率评分标准，此处按照比例得分。

2. 未按照合同条款付款

评价小组查阅过程资料发现本项目存在未按合同约定付款的问题。一是经查2023年工作回眸《同心奋斗2023》专题宣传片项目相关资料发现，《2023年深圳统一战线专题工作回眸宣传片制作采购合同》第六条中约定“2. 本合同总价款分1期付款：服务成果经甲方书面验收通过后，根据乙方提出的付款申请起7

日内，甲方支付乙方人民币壹拾柒万玖仟捌佰圆（小写：¥179,800元）”，项目验收及付款申请时间均为2024年4月22日，款项支付时间为2024年5月8日，超出合同约定期限。二是经查制作《“归·家”工作回眸》宣传视频及画册项目发现，《〈“归·家”工作回眸〉宣传视频及画册制作服务合同》第六条中约定“2. 本合同总价款分2期付款：第一期（首期）：自双方签订合同之日起7个工作日内，根据乙方提出的付款申请，甲方支付乙方合同约定金额的50%，即人民币陆万叁仟叁佰伍拾元整（小写：¥63350元）”。合同签订时间为2024年3月20日，首期款支付时间为2024年4月8日，超出合同自双方签订合同之日起7个工作日内，根据付款申请支付首期款的约定。

六、有关建议

（一）严把合同支付进度，提高预算执行率

对照合同约定的付款条件，严把项目实施进度，对于符合付款条件的子项目，应及时开展款项支付审批程序，做到应付尽付。对于项目实施进度稍滞后的子项目，应深入了解滞后原因并予以处理，如确因第三方原因导致的资金无法支出，可在明确告知其收回措施的前提下，强制统筹资金。

（二）强化合同履约监督，提升履约及时性

加强合同履行环节监控，严格按照合同约定进度进行资金支付，未按照合同条款履约的，项目负责人应当在付款之前明确相关原因并提请说明。同时，未避免因第三方未及时提交付款申请导致的延期付款，应及时提醒第三方及时提交付款申请及发票，避免造成未按合同约定付款隐患。

七、其他需要说明的问题
无。

附件：统一战线融媒体宣传工作项目支出部门评价指标体系与评分表

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	四级指标	指标说明	权重	得分
决策 (20分)	项目立项	立项依据充分性	项目立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。	3	立项依据充分性	评价要点： ①项目立项符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策，得0.5分； ②项目立项符合行业发展规划和政策要求，得0.5分； ③项目立项与部门职责范围相符，属于部门履职所需，得1分； ④项目属于公共财政支持范围，是否符合中央、地方事权支出责任划分原则，得0.5分； ⑤项目不与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复，得0.5分。	3	3
		立项程序规范性	项目申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。	3	立项程序规范性	评价要点： ①项目是否按照规定的程序申请设立，得1分； ②审批文件、材料是否符合相关要求，得1分； ③事前是否已经过必要的可行性研究、专家论证、风险评估、绩效评估、集体决策，得1分。	3	3
	绩效目标	绩效目标合理性	项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	3	绩效目标合理性	评价要点： ①项目有绩效目标，得0.5分； ②项目绩效目标与实际工作内容具有相关性，得0.5分； ③项目预期产出效益和效果是符合正常的业绩水平，得1分； ④与预算确定的项目投资额或资金量相匹	3	3

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	四级指标	指标说明	权重	得分
						配，得 1 分。		
		绩效指标明确性	依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量等，用以反映和考核项目绩效目标的明细化情况。	4	绩效指标明确性	评价要点： ①将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标，得 1 分； ②通过清晰、可衡量的指标值予以体现，得 1.5 分； ③与项目目标任务数或计划数相对应，得 1.5 分。	4	4
	资金投入	预算编制科学性	项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标是否相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	3	预算编制科学性	评价要点： ①预算编制经过科学论证，得 0.5 分； ②预算内容与项目内容匹配，得 0.5 分； ③预算额度测算依据充分，按照标准编制，得 1 分； ④预算确定的项目投资额或资金量与工作任务相匹配，得 1 分。	3	3
		资金分配合理性	项目预算资金分配是否有测算依据，与补助单位或地方实际是否相适应，用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性情况。	4	资金分配合理性	评价要点： ①预算资金分配依据充分，得 2 分； ②资金分配额度合理，与项目单位或地方实际相适应，得 2 分。	4	4

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	四级指标	指标说明	权重	得分
过程 (20分)	资金管理	资金到位率	实际到位资金与预算资金的比率,用以反映和考核资金落实情况对项目实施的总体保障程度。	3	资金到位率	评价要点: 资金到位率=(实际到位资金/预算资金)×100%。 实际到位资金:一定时期(本年度或项目期)内落实到具体项目的资金。 预算资金:一定时期(本年度或项目期)内预算安排到具体项目的资金。 资金到位率得分=资金到位率×3分。	3	3
		预算执行率	项目预算资金是否按照计划执行,用以反映或考核项目预算执行情况。	4	预算执行率	评价要点: 预算执行率=(实际支出资金/实际到位资金)×100%。 实际支出资金:一定时期(本年度或项目期)内项目实际拨付的资金。 预算执行率得分=预算执行率×4分。	4	3.98
		资金使用合规性	项目资金使用是否符合相关的财务管理制度规定,用以反映和考核项目资金的规范运行情况。	4	资金使用合规性	评价要点: ①符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定,得1分; ②资金的拨付有完整的审批程序和手续,得1分; ③符合项目预算批复或合同规定的用途,得1分; ④不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况,得1分。	4	4
	组织实施	管理制度健全性	项目实施单位的财务和业务管理制度是否健全,用以反映和考核财务和业务管理制度对项目顺利实施的保	4	管理制度健全性	评价要点: ①已制定或具有相应的财务和业务管理制度,得2分; ②财务和业务管理制度合法、合规、完整,得2分。	4	4

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	四级指标	指标说明	权重	得分
			障情况。					
		制度执行有效性	项目实施是否符合相关管理规定，用以反映和考核相关管理制度的有效执行情况。	5	制度执行有效性	评价要点： ①遵守相关法律法规和相关管理规定，得2分； ②项目调整及支出调整手续完备，得1分； ③项目合同书、验收报告、技术鉴定等资料齐全并及时归档，得1分； ④项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等落实到位，得1分。	5	4
产出 (34分)	产出数量	实际完成率	项目实施的实际产出数与计划产出数的比率，用以反映和考核项目产出数量目标的实现程度。	12	“印象·深圳”专题宣传短视频制作完成率	评价要点： “印象·深圳”专题宣传短视频制作完成率 = (“印象·深圳”专题宣传短视频的实际制作个数 / “印象·深圳”专题宣传短视频的计划制作个数) × 100% “印象·深圳”专题宣传短视频制作完成得分 = “印象·深圳”专题宣传短视频制作完成率 × 4分。 注意：根据《“印象·深圳”专题宣传项目服务合同》，合同约定完成5个短视频脚本设计、拍摄剪辑和后期宣发推广工作，在南方+深圳频道和同心鹏城（中共深圳市委统战部官方微信）平台发布。	4	4
					《“圳”在同行》系列短视频拍摄完成率	评价要点： 《“圳”在同行》系列短视频拍摄完成率 = (《“圳”在同行》系列短视频实际拍摄期数 / “圳”在同行》系列短视频计划拍摄期数) × 100% 《“圳”在同行》系列短视频拍摄完成率得	4	4

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	四级指标	指标说明	权重	得分
						分=《“圳”在同行》系列短视频拍摄完成率×4分。 注意：根据《“同行的人”专题宣传策划项目服务合同》，合同约定策划制作《“圳”在同行》系列短视频，以微纪录片的形式展现，共拍摄8期，每期视频不超过3分钟。		
					“侨”见深圳主题宣传视频策划完成率	评价要点： “侨”见深圳主题宣传视频策划完成率=（“侨”见深圳主题宣传视频实际策划制作期数/“侨”见深圳主题宣传视频计划策划制作期数）×100% “侨”见深圳主题宣传视频策划完成率得分=“侨”见深圳主题宣传视频策划完成率×4分。 注意：“侨”见深圳主题宣传项目要求策划制作视频5期。	4	4
	产出质量	质量达标率	项目完成的质量达标产出数与实际产出数的比率，用以反映和考核项目产出质量目标的实现程度。	12	“深圳建设有我”专题宣传拍摄质量达标率	评价要点： “深圳建设有我”专题宣传拍摄质量达标率=（“深圳建设有我”专题宣传拍摄质量达标产出数/“深圳建设有我”专题宣传拍摄计划达标产出数）×100% “深圳建设有我”专题宣传拍摄质量达标率得分=“深圳建设有我”专题宣传拍摄质量达标率×4分。 注意：根据《“深圳建设有我”专题宣传项目服务合同》，要求产出质量达标的3条短视频和6条话题花絮。	4	4

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	四级指标	指标说明	权重	得分
					“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量达标率	评价要点： “2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量达标率=（“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量达标产出数/“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册计划达标产出数）×100% “2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量达标率得分=“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”宣传册质量达标率×4分。 注意：“2024 深圳统一战线工作品牌选编制作”专题宣传项目要求以图文并茂的形式设计制作一本宣传册，内容包括各领域特色工作品牌及系列重点活动，便于线下对外交流展示。在原有统战工作品牌成果的基础上，征集补充去年以来的最新内容。	4	4
					“归·家”系列短视频视频制作总时长达标率	评价要点： “归·家”系列短视频视频制作总时长达标率=（“归·家”系列短视频视频制作实际时长/“归·家”系列短视频视频制作计划时长）×100% “归·家”系列短视频视频制作总时长达标率得分=“归·家”系列短视频视频制作总时长达标率×4分。 注意：根据《“归·家”系列短视频制作服务合同》，“归·家”系列短视频视频制作要求总时长为10分钟。	4	4

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	四级指标	指标说明	权重	得分
	产出时效	完成及时性	项目实际完成时间与计划完成时间的比较，用以反映和考核项目产出时效目标的实现程度。	8	“港澳深情”专题策划宣传服务成果交付及时性	评价要点： ①项目实际完成时间少于计划完成时间，得4分； ②项目实际完成时间超过计划完成时间，但有合理解释，得2分； ③项目实际完成时间超过计划完成时间，无具体原因解释，得0分。 实际完成时间：项目实施单位完成该项目实际所耗用的时间。 计划完成时间：按照项目实施计划或相关规定完成该项目所需的时间。 注意：根据《“港澳深情”专题策划宣传采购合同》，合同签订后4个月内提交最终的宣传服务成果。	4	4
					“@shenzhen”系列产品项目服务尾款支付及时性	评价要点： ①项目尾款实际支付时间在合同约定时间范围，得4分； ②项目尾款实际支付时间超过合同约定时间范围，得0分。 注意：根据《“@shenzhen”系列产品项目服务合同》，服务成果经甲方书面验收通过后，根据乙方提出的付款申请起30日内，甲方支付乙方人民币拾柒万贰仟伍佰元整（小写：¥172,500.00元）。	4	4
	产出成本	成本节约率	完成项目计划工作目标的实际节约成本与计划成本的比率，用以反映和考核项目的成	2	成本节约率	评价要点： ①成本节约率 > 0%，得满分； ②成本节约率 = 0%，得50%权重分； ③成本节约率 < 0%，本指标不得分。	2	2

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	四级指标	指标说明	权重	得分
			本节约程度。			成本节约率=[（计划成本-实际成本）/计划成本]×100%。 实际成本：项目实施单位如期、保质、保量完成既定工作目标实际所耗费的支出。 计划成本：项目实施单位为完成工作目标计划安排的支出，一般以项目预算为参考。		
效益 (26分)	项目效益	实施效益	项目实施所产生的效益。	16	增强统战宣传效果	评价要点： ①项目实施达到增强统战宣传效果，得4分； ②项目实施未达到增强统战宣传效果，得0分； ③项目视具体情况酌情扣分。	4	4
					扩大统战影响力	评价要点： ①项目实施达到扩大统战影响力，得4分； ②项目实施未达到扩大统战影响力，得0分； ③项目视具体情况酌情扣分。	4	4
					完善统战宣传联动机制	评价要点： ①项目实施能够完善统战宣传联动机制，得4分； ②项目实施未能够完善统战宣传联动机制，得0分； ③项目视具体情况酌情扣分。	4	4
					加强统战宣传队伍建设	评价要点： ①项目实施能够加强统战宣传队伍建设，得4分； ②项目实施未能够加强统战宣传队伍建设，得0分； ③项目视具体情况酌情扣分。	4	4

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	四级指标	指标说明	权重	得分
		满意度	社会公众或服务对象对项目实施效果的满意程度。	10	部机关对“同心鹏城”微信公众号运营工作的满意度	评价要点： 部机关对“同心鹏城”微信公众号运营工作的满意度： ①满意度 $\geq 90\%$ 的，得 10 分； ② $80\% \leq \text{满意度} < 90\%$ 的，得 7.5 分； ③ $70\% \leq \text{满意度} < 80\%$ 的，得 5 分； ④ $60\% \leq \text{满意度} < 70\%$ 的，得 2.5 分； ⑤满意度 $< 60\%$ 的，得 0 分。	10	10
合计				100	-	-	100	98.98