

财政项目支出绩效自评报告

项目名称：2022 年省级公共文化服务体系建设专项资金（市县补助）

项目单位：郑州文化馆

主管部门：郑州市文化广电和旅游局

2023 年 09 月

一、项目基本情况

（一）项目概况

通过开展高质量、多类型的公共文化服务，提高群众公共文化服务参与度和积极性，保障群众参与文化艺术欣赏、开展公共文化活动等基本文化权益，满足其文化需求、提升审美取向，推动舞台艺术繁荣发展，发挥公共文化设施最大社会效益，促进市级团体单位基本公共文化服务水平提升，同时提升城市文化知名度、塑造公共文化软实力。

（二）项目预算安排及使用情况

表 1-2-1 年度预算安排及使用情况统计表

单位：万元

	年初预算数	全年预算数	全年执行数	执行率
年度资金总额：	0.00	10.00	10.00	100.0%
政府预算资金	0.00	10.00	10.00	100.0%
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%

（三）资金管理情况表

表 1-2-2 资金管理情况表

	情况说明	存在问题和改进措施
安排科学性	科学	
拨付合规性	合规	
使用规范性	规范	
预算绩效管理情况	及时高效	

（四）项目绩效目标

1. 项目年度绩效目标

豫、鲁、川、浙四省省会城市联动，开展汉服知识普及、传统礼仪讲座（培训）、汉服展演、汉服模特大赛等群众文化活动 7 场，预计现场参与演职员 800 人，直接受众 200 万人次，二次传播受众 1000 万人次，媒体发布内容 150 篇，自发传播 500 篇。通过活动，丰富群众精神文化生活，展示河南地区服饰文化历史的起源、繁荣及发展历程，同时联合大众媒体，宣传、推广河南厚重历史文化，传承及发扬中华优秀传统文化，扩大“文化河南”“历史河南”的影响力。同时，提升城市文化软实力，为郑州古都文化软实力的建设打造必不可少的历史文化显性特征名片。

2.项目年度绩效目标完成情况

豫、鲁、川、浙四省省会城市联动，开展汉服知识普及、传统礼仪讲座（培训）、汉服展演、汉服模特大赛等群众文化活动 7 场，预计现场参与演职员 800 人，直接受众 200 万人次，二次传播受众 1000 万人次，媒体发布内容 150 篇，自发传播 500 篇。通过活动，丰富群众精神文化生活，展示河南地区服饰文化历史的起源、繁荣及发展历程，同时联合大众媒体，宣传、推广河南厚重历史文化，传承及发扬中华优秀传统文化，扩大“文化河南”“历史河南”的影响力。同时，提升城市文化软实力，为郑州古都文化软实力的建设打造必不可少的历史文化显性特征名片。

二、总体评价结论和指标分析

（一）总体评价结论

综合考虑资金管理、产出、效果、满意度等各方面因素，通过数据采集及分析，最终评分结果：2022 年省级公共文化服务体系建设专项资金（市县补助）绩效自我评价结果为：总得分 100 分，属于“优”。

（二）指标分析

1.绩效目标完成的指标

活动场次；时间总长；计划完成及时率；活动传播受众；参与文艺集团满意度；群众满意度；

2.没有完成绩效目标的指标

三、存在的问题和建议

（一）存在的问题

“2022 羽裳华服汉服文化艺术节”系列活动补助资金，于河南郑州、山东济南、四川成都、浙江杭州四省四地开展汉服知识普及、传统礼仪讲座（培训）、汉服展演、汉服模特大赛等群众文化活动，增强广大人民群众对河南厚重文化历史的认知，提升城市文化软实力，增强河南在传统文化传播层面的影响力。该项目不存在问题

（二）改进建议

1.对项目决策的建议

中原地区是上下五千年服饰文化体系的发源地，在历史长河中始终占据极其重要的地位。郑州文化馆已组织汉服文化艺术节系列展演活动，在省内形成了“服饰文化历史”认知热潮。

2.对预算安排及执行情况的建议

预算安排合理，支出及时，达到很好效果；汉服文化节系列活动与相关政府部门、公共文化机构、公共建筑场所、社区等联合规划、组织、实施文化下基层行动，在 2021 年基础上，2022 年参与及传播人数预计将达到 300 万人，影响范围包括河南、浙江、四川、山东等地，丰富人民群众的精神文化生活，提升群众文化生活满意度。同时，活动建立了相对成熟的执行体系，为当地的相关产业发展提供了展示平台

3.对资金管理的建议

资金管理严格按照相关内控制度

4.对项目管理的建议

此项目按照预算安排科学合理安排，并进行项目验收

5.其他建议

附表 1 自评价评分表

自评价评分附件表							
一级指标	二级指标	三级指标	年度目标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析
产出指标	数量指标	活动场次	=7 场	7 场	15	15	
	质量指标	时间总长	≥60 小时	65 小时	15	15	
	时效指标	计划完成及时率	100	100%	10	10	
效益指标	社会效益指标	活动传播受众	≥1200 万人次	1200 万人次	25	25	
满意度指标	服务对象满意度指标	参与文艺集团满意度	≥95%	95%	2	2	
		群众满意度	≥95%	95%	3	3	