

# 2019-2021年度济宁城市形象宣传项目全周期 跟踪问效评价报告

委托单位：济宁市财政局

主管部门：中共济宁市委宣传部

评价机构：山东长恒信会计师事务所有限公司

2021年10月

## 一、项目基本情况

### （一）项目立项

#### 1. 项目立项背景

加强济宁市城市形象宣传，是提高济宁市城市知名度和美誉度的重要途径，是增强济宁市城市综合竞争力、促进济宁市跨越崛起的有效手段。为更好地对外宣传推介济宁，进一步扩大“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”城市品牌形象的传播力和影响力，充分展示济宁独特魅力和发展优势，塑造济宁城市良好形象。根据中共济宁市委、济宁市人民政府于2013年8月16日联合下发的《关于加强济宁市城市形象宣传工作的实施意见》（以下简称《实施意见》），要求以邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，深入贯彻落实党的十八大精神，围绕市委、市政府确定的总体要求和任务目标，坚持服务大局、展示形象、挖掘特色、一体策划的原则，以提升济宁城市形象，扩大济宁对外知名度、美誉度、吸引力和影响力为目标，充分整合对外宣传资源，不断提高策划营销水平，着力打响“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”城市品牌，为全力推进我市科学发展跨越发展，打造鲁西科学发展高地营造良好外部环境和提供强大舆论支持。

#### 2. 项目实施目标和意义

根据《实施意见》的要求，项目计划围绕“文化济宁”这一城市定位，生动展示我市经济、社会、文化、生态等方面的

动人图景和独特魅力，深刻诠释城市品牌与文化内涵的完美统一，全面提升济宁市整体形象；对内增强全体市民对文化济宁的认同感和自豪感，使社会各界充分认识和理解文化济宁的形象定位与丰富内涵，凝聚形象共识，提振发展信心；对外提升济宁的城市美誉度和吸引力，努力使济宁城市形象声名远播，逐步改变外界对济宁市城市形象的传统认知；充分挖掘城市品牌形象的经济效益和社会效益，吸引海内外投资者、旅游者、高端人才等目标人群来济宁考察、投资、旅游、创业和就业，增强济宁的综合竞争力。

## （二）项目预算

中共济宁市委宣传部2019、2020、2021年度济宁城市形象宣传项目经费支出预算金额4300万元，其中2019年度项目经费预算1200万元，2020年度项目经费预算1600万元，2021年度项目经费预算1500万元。项目预算资金主要用于策划制作济宁城市形象宣传标识、制作城市品牌形象宣传品、借助各类新闻媒体、户外传媒、政务平台、自媒体、文化旅游节、博览会、会展等各种渠道开展形象宣传活动。

各年度内，济宁城市形象宣传项目预算资金未发生变更，主要资金来源为财政拨款。

## （三）项目计划实施内容

中共济宁市委宣传部围绕市委、市政府确定的总体要求和任务目标，本着服务大局、展示形象、挖掘特色、一体策划的

原则，以提升济宁城市形象，扩大济宁对外知名度、美誉度、吸引力和影响力为目标，充分整合对外宣传资源，不断提高策划营销水平，着力打响“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”城市品牌。

项目计划围绕如下几点工作方向和重点内容开展：

### 1. 统一对外宣传标识

组织专业人员策划制作济宁城市形象宣传标识。宣传标识由“文化济宁”LOGO和文字“济宁欢迎您”组成。今后，在全市宣传和对外交流活动中，要突出使用“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”特色品牌，统一济宁城市形象宣传标识。

### 2. 高标准制作城市品牌形象宣传品

高标准制作“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”城市形象宣传专题片、画册和折页；制作推出高质量的“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”一分钟旅游城市品牌形象宣传片和不同时长的广告片；围绕儒家文化、运河文化、水浒文化以及济宁地方民俗等，研发制作富有创意、包含济宁元素的系列特色旅游产品等。

### 3. 广泛开展城市品牌形象宣传

借助户外传媒、市区大型电子显示屏、移动电视等开展形象宣传，滚动播放《孔孟之乡 运河之都 文化济宁》一分钟旅游城市品牌形象宣传品等；利用多种渠道联合宣传，在企业推广、政务微博平台、各类公务活动、文化交流活动、旅游开发、文化节等各类活动中融入济宁城市形象的宣传内容；加大在国

家级媒体、省外及省直媒体、境外媒体与网络媒体、市内媒体等各类媒体层面的宣传力度。

2019年度济宁城市形象宣传项目的主要活动内容详见表1所示。

**表1. 2019年度济宁城市形象宣传项目**

序号	宣传活动内容明细	2019年度 预算金额 (万元)
1	北京南站广告项目（6个月）	350.00
2	新旧动能转换、乡村振兴广告项目（6个月）	109.50
3	“全年画报媒体看济宁”采风活动项目	36.00
4	《走向世界》济宁乡村振兴专刊项目	16.00
5	济南国际机场广告项目	304.00
6	曲阜东站广告项目	39.00
7	“孔孟之乡”外宣画册、文化地图折页项目	22.00
8	“运河映古韵 儒乡话辉煌”文化名人大型采风活动	36.00
9	“我为济宁代言”融媒体作品征集评选活动	19.50
10	济南银座和谐广场LED大屏广告项目	28.00
11	中央台天气预报开窗经费	240.00
合计		1200.00

上述宣传活动均在2019年度实施完成。

2020年度济宁城市形象宣传项目的主要活动内容详见表2所示。

**表2. 2020年度济宁城市形象宣传项目**

序号	宣传活动内容明细	2020年度 预算金额 (万元)
----	----------	------------------------

序号	宣传活动内容明细	2020年度 预算金额 (万元)
1	济宁周边重点路段广告	109.50
2	济南国际机场广告	164.00
3	曲阜东站广告	39.00
4	《走向世界》济宁专刊	16.00
5	《大运河在济宁》图文书籍制作	32.00
6	“中国济宁全球传播平台”建设运营	65.00
7	“印象济宁”外宣精品征集评选	24.80
8	“全国文明城市”城市形象宣传广告项目	38.00
9	“全景济宁”摄影外宣图片库建设运营项目	31.70
10	中央台天气预报开窗宣传费用	240.00
11	北京南站广告宣传费	692.00
12	青岛站广告宣传费	148.00
合计		1600.00

上述宣传活动均在2020年度实施完成。

2021年度济宁城市形象宣传项目的主要活动内容详见表3所示。

**表3. 2021年度济宁城市形象宣传项目**

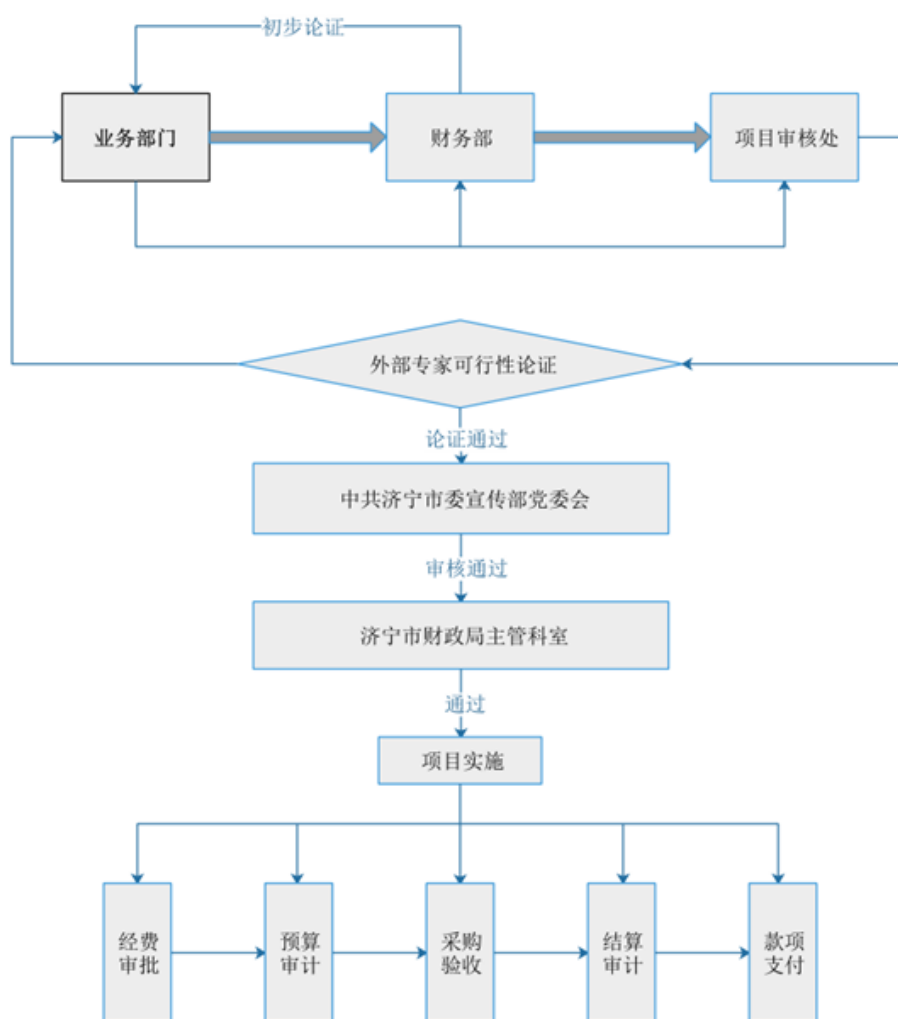
序号	宣传活动计划明细	2021年度 预算金额 (万元)
1	一带一路2021年度汉字发布活动	280.00
2	环球网文化“两创”主体海外报道活动	50.00
3	我与党旗合个影 主题活动	30.00
4	流淌的文化记忆——济宁大运河口袋书	30.00
5	“孔孟之乡、运河之都、文化济宁”——盛世再现孔府宴活动采购项目	340.00
6	北京南站广告项目（6个月）	350.00

序号	宣传活动计划明细	2021年度 预算金额 (万元)
7	新旧动能转换、乡村振兴广告项目（6个月）	110.00
8	曲阜东站广告项目	40.00
9	济南银座和谐广场LED大屏广告项目	30.00
10	中央台天气预报开窗经费	240.00
合计		1500.00

上述宣传活动均计划在2021年度完成。

#### （四）项目组织管理

济宁市城市形象宣传项目主要通过各职能部门根据城市形象宣传中长期发展规划编制报送城市形象宣传年度计划，城市形象宣传年度计划经财务部门初步论证后由业务部门报项目审核处审核，经项目审核处审核后联系外部专家评审论证，外部专家评审论证通过后提交中共济宁市委宣传部党委会集体决议，决议通过后提交财政局主管部门审核上报采购预算，采购预算审核通过后实施宣传活动采购程序。采购流程主要包含经费审批、项目预算审计、采购、验收、结算审计、支付等流程，各流程均有专人审核。具体流程如下图1所示：



**图1.项目组织管理流程图**

财务管理及资金拨付实行“统一领导、分级审批、集中管理、加强监督”。并严格按照主管部门下发的预算管理建议，加强对宣传活动经费支出的管理，各项支出严格执行国家有关财务规章制度规定的开支范围和开支标准，年终报送项目决算情况。

## 二、项目绩效目标



项目的总体目标：贯彻中央和省、市委关于外宣工作的方针、政策，加强济宁市城市形象宣传，提高济宁市城市知名度和美誉度，扩大“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”的城市品牌形象的传播力和影响力，充分展示济宁独特的魅力和发展优势，塑造济宁城市良好形象，增强济宁市城市综合竞争力，促进济宁市跨越发展。

项目的年度目标：

（一）通过在首都机场、京沪高铁北京南站、济南国际机场、上海虹桥机场、济宁曲阜机场、京沪高铁曲阜东站、上海虹桥站等场站，京台高速、济菏高速、日东高速、崇文大道等高速公路沿线，市内长途汽车站、火车站、码头、高速公路收费站等重要交通口岸，重要宾馆会所、公交候车厅、广场、公园及重点游客集散地的户外媒体上，广泛开展济宁市城市形象宣传；

（二）加大国家级媒体宣传力度，着重加强在中央电视台等强势媒体上的广告宣传力度，投放济宁城市形象宣传广告。

（三）加大省外及省直媒体宣传力度，加强与北京卫视、天津卫视、湖南卫视、安徽卫视、长三角、珠三角、东北和省内重要客源地城市媒体电视综艺和旅游节目的合作，积极宣传推介济宁文化旅游资源及产品，扩大济宁对外辐射力和影响力；加大与大众日报、齐鲁晚报、山东人民广播电台、山东电视台等省直主流媒体的合作力度，做好经常性宣传推介。

（四）加大市内媒体宣传力度。在济宁日报“旅游”和“文化周末”专版分别推出“游走文化济宁”、“印象·文化济宁”专栏，通过刊登摄影图片、读者征文、名人访谈等内容，加大对“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”城市形象展示和解读的力度，深入阐述济宁的人文内涵与城市魅力。济宁人民广播电台、济宁电视台要分别在黄金时段每周播放1-2次“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”公益宣传片和广告，发挥《林华时间》、《1042爱上旅游》、《家在济宁》、《新闻今日谈》等相关栏目的特色和优势，适时采访相关领导和专家学者，深入挖掘、生动展示、深刻阐述文化济宁的城市内涵和独特魅力。大众日报·济宁新闻、齐鲁晚报·今日运河，也要开辟相关专题专栏，加大济宁城市形象和文化旅游资源的新闻报道与宣传推介力度。各级政府和部门网站设置“文化济宁”LOGO；东方圣城网、济宁新闻网等市内主要新闻网站要在首页明显位置开设“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”专题，进一步丰富城市形象宣传和文化旅游资源推介内容，引导广大网民有序参与，为建设文化济宁建言献策。

### 三、评价基本情况

#### （一）评价目的

本次评价旨在通过对济宁市城市形象宣传项目各类宣传活动绩效目标的实现程度进行科学、客观、公正地衡量和评判，查找问题，分析原因，总结项目管理与执行经验，为相关部门

决策、管理提供参考依据，进一步促进济宁城市形象宣传项目的顺利实施；推动建立以绩效评价结果为导向的财政资金分配与管理制度，提升财政资金科学化、精细化管理水平；为以后城市形象宣传项目预算安排提供重要依据。

## （二）评价对象与范围

评价对象为2019-2021年济宁市城市形象宣传项目经费的使用绩效；评价范围包括1个部门33项城市形象宣传活动。

本次绩效评价是在中共济宁市委宣传部绩效自评的基础上，由山东长恒信会计师事务所有限公司对所有项目资料进行书面评审，因城市形象宣传项目实施单位为中共济宁市委宣传部各业务部门，办公地点较集中，我们对所有城市形象宣传项目进行现场评价，现场评价范围涵盖项目立项、项目组织管理、项目产出和项目实施效果四大方面。

## （三）评价依据

本次评价工作评价依据列示如下：

### 1. 相关政策、规章、文件制度

#### （1）《关于加强济宁市城市形象宣传工作的实施意见》

### 2. 资金管理相关文件制度

#### （1）《济宁市财政专项资金管理办法》

### 3. 绩效评价相关文件制度

#### （1）《中华人民共和国预算法》；

（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）；

（3）《第三方机构预算绩效评价业务监督管理暂行办法》（财监〔2021〕4号）；

（4）《中共山东省委 山东省人民政府关于全面推进预算绩效管理的实施意见》（鲁发〔2019〕2号）；

（5）《中共济宁市委 济宁市人民政府关于全面落实预算绩效管理的实施意见》（济发〔2019〕21号）；

（6）《济宁市市级财政资金预算绩效管理办法》（济政字〔2018〕68号）；

（7）市政府办公室《关于印发<市级部门单位预算绩效管理办法>和<市对下转移支付绩效管理办法>的通知》（济政办字〔2019〕56号）；

（8）关于转发财政部《项目支出绩效评价管理办法》的通知（济财绩〔2020〕2号）；

（9）济宁市财政局《关于进一步规范委托第三方机构参与预算绩效管理有关事项的通知》（济财绩〔2021〕5号）；

（10）《关于印发<济宁市市级项目支出第三方机构绩效评价工作规程（试行）>的通知》（济财绩〔2020〕5号）；

（11）《关于印发<济宁市市级项目支出绩效单位自评工作规程>和<济宁市市级项目支出绩效财政评价和部门评价工作规程>的通知》（济财绩〔2020〕6号）。

#### （四）评价原则、评价方法

##### 1. 评价原则

（1）科学规范原则。本次绩效评价严格执行济宁市财政局制定的程序，按照科学可行的要求，采用定量与定性分析相结合的方法。

（2）公正公开原则。本次绩效评价符合真实、客观、公正的要求，依法公开并接受监督。

（3）分类分级原则。本次绩效评价由各级财政部门、各预算部门根据评价对象的特点分类组织实施。

（4）绩效相关原则。本次绩效评价针对具体支出及其产出绩效进行，评价结果清晰反映支出和产出绩效之间的紧密对应关系。

##### 2. 评价方法

为评价各类城市形象宣传活动绩效目标的实现程度，判断其是否满足项目预先设定的绩效目标，是否产生了较好的经济效益、社会效益、可持续影响和服务对象满意度，本次绩效评价应从多层面、多维度进行综合分析，根据财政部《财政支出绩效评价管理暂行办法》的规定，主要采用比较法、因素分析法和公众评判法等方法，以现场评价为主，非现场资料评价为辅，并进行分类、整理和分析；对评价的重点、难点和疑点问题，组织相关人员进行会审，在此基础上形成评价结论。

（一）比较法。是指通过对绩效目标和实施效果的比较、历史情况和当期情况的比较，综合分析绩效目标实现程度。

（二）因素分析法。是指通过综合分析济宁市城市形象宣传项目绩效目标实现、实施效果的内外因素，评价绩效目标实现程度。

（三）公众评判法。是指通过专家评估、公众问卷、抽样调查等对城市形象宣传项目的建设和运营情况进行评判，评价绩效目标实现程度。在评价项目数量指标、质量指标和时效指标等方面，结合书面评审、抽样现场调查，借助有关绩效评价方面的专家对其进行评价；在评价项目的实施效果（社会效益、群众满意度）时，主要采用公众问卷的方式收集信息，形成评价结论。

## （五）绩效评价指标体系

### 1.指标体系设计的总体思路

根据《预算法》《财政支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）、《中共山东省委 山东省人民政府关于全面推进预算绩效管理的实施意见》（鲁发〔2019〕2号）、《济宁市市级财政专项资金预算绩效管理办法》（济政字〔2018〕68号）、济宁市财政局《关于印发〈济宁市市级项目支出绩效自评工作规程〉和〈济宁市市级项目支出绩效财政评价和部门评价规程〉的通知》（济财绩〔2020〕6号）及济宁市财政局《关于配合做好市财政重点绩效评价工作的函》（济财绩函〔2021〕5号）的要求，

山东长恒信会计师事务所有限公司自承接该绩效评价工作以来，组织相关专家成立专门的绩效评价小组，遵循“科学规范、客观公正”的原则，在与委托方及被评价项目相关单位充分沟通的基础上，考虑到实用性、可操作性和可实现性等因素，依据相关性、重要性、可比性、系统性、经济性等原则，制定了涵盖项目决策、项目过程、项目产出、项目效益等4项一级指标、10项二级指标、17项三级指标和32项四级指标的科学的绩效评价指标体系。

项目绩效评价小组对济宁市城市形象宣传项目情况进行实地考评，对初步打分情况进行修正后，形成绩效评价结果。根据绩效评价得分不同，将绩效评价结果划分为优良中差四个等级。其中，高于或等于90分的为“优”，80分（含）-90分为“良”，60分（含）-80分为“中”，低于60分的为“差”。

## 2.指标体系

绩效评价指标是衡量绩效目标实现程度的考核工具，包括共性指标和个性指标。共性指标由济宁市市级预算支出项目第三方机构绩效评价工作规程中印发的市级预算支出项目绩效评价共性指标体系进一步细化形成；济宁市城市形象宣传项目评价小组根据项目的实际情况设置个性指标，以充分体现项目的特点，准确、客观反映项目的产出和效果。

指标权重是指某一指标在评价指标体系中的比重，济宁市城市形象宣传项目评价小组综合考虑各个指标在整体指标体系中的重要程度，选用科学方法、合理设置各指标权重。

### 1.项目决策类指标要求

项目决策类指标为共性指标，20分，包含以下内容：一是项目立项指标（4分），考察项目立项依据充分性、立项程序规范性；二是绩效目标指标（8分），考察项目绩效目标合理性、绩效指标明确性；三是资金投入指标（8分），考察预算编制的科学性、资金分配的合理性。

### 2.项目过程类指标要求

项目过程类指标为共性指标，20分，包括资金管理指标、组织实施指标。

资金管理指标（9分）用于考察项目资金到位率和及时率情况、预算执行率情况及项目资金使用的合规性情况。

组织实施指标（11分）用于考察项目财务管理及业务管理制度健全性及合规性、项目执行的规范性、项目调整及支出调整手续的完备性、档案资料齐全性、项目实施条件的落实情况。

### 3.项目绩效类指标要求

项目绩效类指标包括项目产出指标和项目效益指标。

针对济宁市城市形象宣传项目的特点，分别制定反映数量、质量、时效和成本的个性指标。项目产出类指标（30分）包括



实际完成率（12分）、质量达标率（10分）、完成及时率（6分）和成本节约率（2分）四大共性指标，又设有城市形象宣传活动计划实际完成率、城市形象宣传项目质量达标率、项目实施的及时性、项目整体进度实施的合理性、实际成本与工作内容的匹配程度和产出成本控制措施的有效性等个性指标，用以反映和考核项目产出数量目标、项目质量目标、产出时效目标和成本节约目标的实现程度。

项目效益类指标（30分）考察项目执行后的效益。包括实施效益（20分）、社会公众满意度（10分）两大方面。实施效益指标主要考评项目实施后对提升济宁城市形象，扩大济宁对外知名度、美誉度，增强城市吸引力和影响力的效益；社会公众满意度是对项目是否具有良好的社会基础的衡量。

### 3.各项指标定义、评价标准、评分细则

评价指标满分为100分，其中决策类指标满分20分，过程类指标满分20分，产出类指标满分30分，效益类指标满分30分。每项指标的指标解释、指标权重、评价标准、数据来源和取数方式等详见附件1。

## （六）评价人员组成

### 1.人员结构

为了更好完成济宁市城市形象宣传项目绩效评价工作，拟选派优秀、具备相关绩效评价业务经验及丰富事业单位财务审计经验的注册会计师担任项目经理，抽调协调能力强和具备相

关绩效评价业务经验的执业人员作为项目助理组成绩效评价工作小组。

## 2.人员分工

序号	成员	职务	职称	联系电话	工作
1	张冉	总顾问	注册会计师	13905370428	对整个项目进行全过程指导
2	胡超	项目负责人	注册会计师	17865509808	总体组织协调，对整个项目组进行督导，审核成本预算绩效分析工作方案、相关分析资料和报告。
3	吴波	项目助理	注册会计师	15318196816	制定重点项目绩效评价工作方案，设计绩效评价指标体系，实施书面及现场审核，撰写报告。
4	张肃平	项目助理	注册会计师	15092761097	搜集项目投入、过程、产出和效果的相关资料，并进行整体分类，辅助项目经理进行单位评价工作，实施现场评价。
5	宋成俭	项目助理	注册会计师	18302199806	搜集项目投入、过程、产出和效果的相关资料，并进行整体分类，辅助项目经理进行单位评价工作，实施现场评价。

## （七）绩效评价工作过程

### 1. 前期准备

自山东长恒信会计师事务所有限公司接受委托以来，事务所专门成立了绩效评价小组。绩效评价小组在前期调研的基础上，根据济宁市财政局《关于配合做好市财政重点绩效评价工作的函》（济财绩函〔2021〕5号）、《济宁市市级预算支出项目第三方机构绩效评价工作规程（试行）》的要求，遵循“科学规范、客观公正”的原则，结合项目实施的特点及实际情况，完成了《济宁市城市形象宣传项目第三方绩效评价实施方案》，

并于2021年8月提交项目主管部门济宁市财政局审核。评审专家对方案中的《济宁市城市形象宣传项目绩效评价指标体系》部分内容提出修改意见，事务所根据相关修改意见对工作方案进行修改、完善，修改方案最终经相关专家论证通过。

《济宁市城市形象宣传项目第三方绩效评价实施方案》主要包括项目概况、项目绩效目标、评价思路、绩效评价指标体系、社会调查、评价工作的组织实施、资料清单七个部分，附件包括《济宁市城市形象宣传项目绩效评价指标体系》及《济宁市城市形象宣传项目绩效评价满意度调查问卷》。

《济宁市城市形象宣传项目第三方绩效评价工作方案》经评审专家论证通过后，通知中共济宁市委宣传部准备需要提供的绩效评价资料清单，并于2021年8月15日之前提交至第三方评价机构。资料清单主要包括项目立项相关文件、各种相关制度、项目实施情况资料、项目完成情况资料、会计资料以及其他相关资料等。

## 2. 实施评价

本次绩效评价工作采用书面评价（非现场评价）和现场评价相结合的方式。济宁市城市形象宣传项目实施单位为中共济宁市委宣传部新闻和宣传科，实施单位较集中，因此本次现场评价主要在中共济宁市委宣传部新闻和宣传科进行。根据宣传活动类型的不同，绩效评价小组分别了解了各类型宣传活动的情况，索取了活动的相关资料，编制了社会调查问卷，并

下达了现场评价通知书。通知书说明了本次绩效评价的目的、评价时间、评价内容等。

2021年8月11日-2021年8月20日，绩效评价小组对中共济宁市委宣传部23项城市形象宣传活动进行了现场评价。现场评价包括与部门负责人进行访谈，并形成了访谈记录；对宣传项目投放情况进行了现场查看，并索取了宣传项目现场投放照片及其他宣传项目图文资料；对各类宣传项目的绩效评价资料、原始单据、会计凭证、会计账簿等文件资料进行现场核查、研究，形成初步的评价结论；对城市形象宣传受众群体发放调查问卷，并做统计、汇总、分析。

根据绩效评价方案要求，绩效评价小组对2019至2021年度济宁市城市形象宣传项目社会满意度情况进行问卷调查，因项目涉及的范围较广、受众群体主要为外部来济人员和广大市民，因此绩效评价小组采用在济宁市重点交通口岸一曲阜高铁站、机场等现场发放调查问卷和在互联网线上发布调查问卷的方式进行。本次调查共回收有效问卷共计500份，达到了调查目的。

现场评价小组以各宣传活动项目现场收集资料形成的工作底稿、会议纪要、访谈记录、现场勘查记录和调查问卷等相关资料为基础，对项目资料和数据进行汇总分析，并对照绩效目标和评价指标及标准，对项目实施单位的投入、过程、产出和效果等方面进行分析评价，计算各项目绩效得分，总结项目的成效与存在的问题，进行相关原因分析。对现场评价的重点、

难点和疑点问题，及时汇报至项目负责人，项目负责人组织相关人员进行会审，在此基础上形成评价结论。

虽然2019至2021年度济宁市城市形象宣传项目各子项目内容较多，但是考虑到城市形象宣传活动的类型多样性、地域广泛性、宣传时效性等特点，且城市形象宣传是一项长期性、持续性、系统性的工作，无法通过单一项目的开展情况来衡量整体项目的实施进度和实施效益。鉴于上述情况，为更好地进行绩效评价，本次绩效评价不单独对单一宣传项目进行评分，而是把所有的项目作为一个整体综合评分。

### 3. 综合分析

济宁市城市形象宣传项目绩效评价小组对项目书面评价及现场评价的情况进行梳理、汇总、分析，对项目总体情况进行综合评价，形成绩效评价结果。

### 4. 评价报告撰写

济宁市城市形象宣传项目绩效评价小组根据《济宁市市级预算支出项目第三方机构绩效评价工作规程（试行）》的要求和文本格式撰写评价报告。评价报告首先全面阐述了所评价项目的基本情况，明确了项目绩效目标；然后在全面分析评价资料的基础上，对绩效目标实现程度，对项目的决策、过程、产出和效益等作出具体分析和评价。绩效评价小组遵循数据真实准确、内容完整、依据充分、分析透彻、结论准确，对项目绩效与存在的问题进行分析，并提出具有针对性的建议。

评价报告初稿撰写完成后，绩效评价小组组织包括委托方、项目相关单位和行业专家对评价报告的真实性、合理性、完整性充分征询意见，并根据各方提出的合理意见，对评价报告进行修改和完善，在规定时间内将各单位书面反馈意见及评价报告终稿（含摘要）提交委托方。评价报告完成后，绩效评价小组按要求填写了项目评价情况汇总表。

#### 四、评价结论及分析

##### （一）综合评价结论及分析

绩效评价小组根据书面评级及现场评价过程中取得的信息，使用编制的《济宁市城市形象宣传项目绩效评价指标体系》的指标和评分标准，对城市形象宣传项目的绩效评分结果为91.75分。评价等级为优。其中：项目决策类指标权重为20分，得分为18.5分；项目过程类指标权重为20分，得分为18分；项目产出类指标权重为30分，得分为28分；项目效益类指标权重为30分，得分为27.25分。详见表4所示。

**表4. 城市形象宣传项目评分结果**

一级指标	权重	得分
项目决策类指标	20	18.50
项目过程类指标	20	18.00
项目产出类指标	30	28.00
项目效益类指标	30	27.25
合计	100	91.75

##### （二）非现场评价情况分析

城市形象宣传项目非现场评价的工作内容主要为绩效评价小组根据从项目实施单位索取的城市形象宣传项目实施情况相关资料，整理、分析项目决策、过程、产出、效益各项指标的具体实施过程及效果情况，再结合非现场评价的内容及结论，深入开展现场评价。因为城市形象宣传项目实施单位较集中，所有宣传活动的开展均由中共济宁市委宣传部新闻和宣传科组织实施，项目资料较集中，故本次绩效评价更多采用现场评价的方式进行，非现场评价工作内容较少。

### （三）现场评价评价情况分析

#### 1. 项目决策类指标绩效分析

**表5. 项目决策类指标评分结果**

二级指标	三级指标	权重	得分值
项目立项	立项依据充分性	2	2.00
	立项程序规范性	2	2.00
绩效目标	绩效目标合理性	3	3.00
	绩效指标明确性	5	3.50
资金投入	预算编制科学性	4	4.00
	资金分配合理性	4	4.00
合计		20	18.50

#### （1）项目立项分析

##### ① 立项依据充分、程序规范

中共济宁市委 济宁市人民政府联合下发的《关于加强济宁市城市形象宣传工作的实施意见》文件，文件要求以邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，深入贯彻落

实党的十八大精神，围绕市委、市政府确定的总体要求和任务目标，坚持服务大局、展示形象、挖掘特色、一体策划的原则，以提升济宁城市形象，扩大济宁对外知名度、美誉度、吸引力和影响力为目标，充分整合对外宣传资源，不断提高策划营销水平，着力打响“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”城市品牌，为全力推进济宁市科学发展跨越发展，打造鲁西科学发展高地营造良好外部环境和提供强大舆论支持。文件目标要求中明确指出：一是围绕“文化济宁”这一城市定位，生动展示济宁市经济、社会、文化、生态等方面的动人图景和独特魅力，深刻诠释城市品牌与文化内涵的完美统一，全面提升济宁市整体形象；二是对内增强全体市民对文化济宁的认同感和自豪感，使社会各界充分认识和理解文化济宁的形象定位与丰富内涵，凝聚形象共识，提振发展信心；三是对外提升济宁的城市美誉度和吸引力，努力使济宁城市形象声名远播，逐步改变外界对济宁市城市形象的传统认知；四是充分挖掘城市品牌形象的经济效益和社会效益，吸引海内外投资者、旅游者、高端人才等目标人群来济宁考察、投资、旅游、创业和就业，增强济宁的综合竞争力。

济宁市城市形象宣传项目绩效目标是基于市委宣传部部门职能提出，符合中共济宁市委济宁市人民政府联合下发的《关于加强济宁市城市形象宣传工作的实施意见》要求，项目按照规定的程序申请设立，各项宣传活动在开展前经过了必要的可



行性研究、第三方论证，所提交的文件及材料符合相关要求，项目立项程序规范。

因各项宣传内容均属于2019至2021年度城市形象宣传活动整体，故该指标体系整体评价，不再细分。此项得分为4分。

## （2）绩效目标分析

### ①绩效目标合理

中共济宁市委宣传部2019至2021年度城市形象宣传项目绩效目标符合中共济宁市委济宁市人民政府联合下发的《关于加强济宁市城市形象宣传工作的实施意见》的目标要求，符合国家法律、法规；济宁市城市形象宣传项目绩效目标的设立密切结合各部门职责；项目活动立足本地特色文化内容，同时结合上级部门下达的宣传工作开展要求，项目预期产出效益和效果符合正常的业绩水平。

绩效目标合理性得分为3分。

### ②绩效指标明确性有待提高

根据绩效评价小组获取的城市形象宣传项目绩效目标申报表，市委宣传部结合单位职能及上级单位下达的城市形象宣传工作开展要求设立了以进一步扩大“孔孟之乡、运河之都、文化济宁”的城市品牌形象的传播力和影响力，充分展示济宁独特魅力和发展优势，进而增强济宁市城市综合竞争力的长期目标，并根据部门工作实际提出了具体的城市形象宣传活动需求。

但在绩效指标设定的中，未充分结合具体项目计划予以细化，因此，绩效目标细化程度得分1.5分。

项目产出类指标中的数量指标、质量指标、时效指标的量化程度有待提高，效益类指标也未具体设置可量化的指标值，仅做了定性的设定，因此，绩效目标量化程度得分1分。

项目绩效目标设定与年度任务计划数、资金量各方面匹配度较高，绩效目标与任务计划相符性较好。

绩效指标明确性综合得分为3.5分。

### （3）资金投入分析

#### ①预算编制科学性较好

根据中共济宁市委宣传部提供的预算编制材料可知，济宁城市形象宣传项目预算经过科学论证、招标，根据中标价格确定，并有明确的支付标准。

项目预算额度与年度目标基本一致，其中2019年度预算金额1200万元，年度目标实际执行金额1174万元，执行率97.83%；2020年度预算金额1600万元，年度目标实际执行金额1599.80万元，执行率99.99%。

此项得分为4分。

#### ②资金分配合理

济宁市城市形象宣传项目资金分配经过了细致测算，按照合同付款节点按时汇入中标单位账户，经项目绩效评价小组现场了解，项目预算资金分配与实际情况一致。

此项得分为4分。

## 2. 项目过程类指标绩效分析

**表6. 项目过程类指标评分结果**

二级指标	三级指标	权重	得分值
资金管理	资金到位率	3	3.00
	预算执行率	3	3.00
	资金使用合规性	3	3.00
组织实施	管理制度健全性	5	4.00
	制度执行有效性	6	5.00
合计		20	18.00

### （1）资金管理分析

#### ①资金到位率高

经检查项目管理单位电子账，济宁市城市形象宣传项目2019年度实际到位资金1200万元，预算资金为1200万元，资金到位率为100%；2020年度实际到位资金1600万元，预算资金为1600万元，资金到位率为100%；2021年度已开展项目预算金额390万元，实际到位资金390万元，资金到位率为100%。

此项得分为3分。

#### ②预算执行率较高

经绩效评价小组现场查阅及了解，项目预算资金按照计划执行，实际支出金额与到位金额基本一致，2019年度预算执行金额1174万元，实际到位资金1200万元，预算执行率为97.83%；2020年度预算执行金额1599.80万元，实际到位资金1600万元，

预算执行率为99.99%；2021年度已开展项目中，预算执行金额390万元，实际到位资金390万元，预算执行率为100%。

此项得分为3分。

### ③资金使用合规

项目资金全部用于济宁市城市形象宣传项目，未发现挤占、挪用、截留、改变用途等问题。

资金使用合规性指标得2分。

宣传项目资金均由市委宣传部向济宁市财政局申请拨付，项目资金申请、审批、拨付手续规范，程序合理。

资金拨付的合规性指标得1分。

资金使用合规性指标综合得分为3分。

## （2）组织实施分析

### ①管理制度健全性有待提高

根据绩效评价小组获取的《济宁市财政专项资金管理办法》及部门单位内部管理制度，市委宣传部建立了相应的项目管理和预算资金管理制度。资金管理办法与财务会计制度相符。

但上述文件内容中缺乏项目业务管理的实质性内容，如项目业务管理的过程、项目管理的标准和项目管理的组织实施等具体内容。

此项综合得分为4分。

### ②制度执行有效性有待提高

通过检查市委宣传部2019-2021年度城市形象宣传项目相关资料，每一项宣传活动均经过经费审批、合同订立、结算验收等流程，付款流程严格按照合同及资金支出管理规定执行。根据现场了解，宣传活动会由业务部门组织验收并开展不定期督导检查，但相关采购验收记录及督导检查记录不完整，项目执行的规范性指标得1分。

2019-2021年城市形象宣传项目没有项目调整，项目调整及支出调整手续的完备性指标得1分。

各项业务管理制度执行情况良好，档案资料由专人负责保管，保管人员根据档案的内容和性质，分类别对档案进行封存保管。项目资料齐全，项目实施方案、实施计划、招投标文件、合同等管理制度类资料，验收资料、试运行记录等产出效果类资料齐全。项目档案资料齐全性得1分。

项目实施条件落实良好，未发现因项目实施单位组织落实不到位影响项目进度的情况，也未发现因财务监控机制不健全、财务监控措施不到位而影响财务制度的执行有效性的情况。项目实施条件的落实情况得2分。

综上，制度执行有效性综合得分为5分。

### 3. 项目产出类指标绩效分析

**表7. 项目产出类指标评分结果**

二级指标	指标	权重	得分值
产出数量	实际完成率	12	12.00
产出质量	质量达标率	10	10.00

二级指标	指标	权重	得分值
产出时效	完成及时率	6	4.00
产出成本	成本节约率	2	2.00
合计		30	28.00

## （1）宣传活动完成情况分析

### ① 宣传活动计划实际完成率情况

市委宣传部2019-2021年度计划开展的城市形象宣传项目共计33个，合计开展宣传活动经费金额4300万元，实际已到位资金3190万元。截至2021年8月底已经验收实际完成27项，验收项目经费总额3185.5万元。截至2021年8月底城市形象宣传活动计划实际完成率=3185.5/3190\*100%=99.86%。验收明细情况见表8。

表8. 验收明细情况表

济宁市城市形象宣传项目明细	数量（项）	经费支出（万元）	验收日期
北京南站广告项目（6个月）	1	346.00	2019年10月
新旧动能转换、乡村振兴广告项目（6个月）	1	109.50	2019年10月
“全年画报媒体看济宁”采风活动项目	1	36.00	2019年10月
《走向世界》济宁乡村振兴专刊项目	1	16.00	2019年10月
济南国际机场广告项目	1	304.00	2019年12月
曲阜东站广告项目	1	39.00	2019年12月
“孔孟之乡”外宣画册、文化地图折页项目	1	21.70	2020年03月
“运河映古韵 儒乡话辉煌”文化名人大型采风活动	1	36.00	2019年12月
“我为济宁代言”融媒体作品征集评选活动	1	19.50	2019年12月
济南银座和谐广场LED大屏广告项目	1	28.00	2019年12月
中央台天气预报开窗经费	1	240.00	2019年12月

济宁市城市形象宣传项目明细	数量（项）	经费支出（万元）	验收日期
<b>2019年验收数量及经费支出小计</b>	<b>11</b>	<b>1195.70</b>	
济宁周边重点路段广告	1	109.50	2020年11月
济南国际机场广告	1	163.80	2020年11月
曲阜东站广告	1	39.00	2020年11月
《走向世界》济宁专刊	1	16.00	2020年11月
《大运河在济宁》图文书籍制作	1	32.00	2020年11月
“中国济宁全球传播平台”建设运营	1	65.00	2020年11月
“印象济宁”外宣精品征集评选	1	24.80	2020年11月
“全国文明城市”城市形象宣传广告项目	1	38.00	2020年12月
“全景济宁”摄影外宣图片库建设运营项目	1	31.70	2020年12月
中央台天气预报开窗宣传费用	1	240.00	2020年12月
北京南站广告宣传费	1	692.00	2020年04月
青岛站广告宣传费	1	148.00	2020年04月
<b>2020年验收数量及经费支出小计</b>	<b>12</b>	<b>1599.80</b>	
一带一路2021年度汉字发布活动	1	280.00	2021年08月
环球网文化“两创”主题海外报道活动	1	50.00	2021年08月
我与党旗合个影 主题活动	1	30.00	2021年08月
流淌的文化记忆——济宁大运河口袋书	1	30.00	2021年08月
<b>2021年验收数量及经费支出小计</b>	<b>4</b>	<b>390.00</b>	
<b>总计</b>	<b>27</b>	<b>3185.50</b>	

宣传活动计划实际完成率指标得分=99.86%\*12≈12分。

## ②宣传活动质量达标率情况

市委宣传部城市形象宣传项目2019-2021年度开展的城市形象宣传活动总数27项，均符合项目验收的质量控制标准，质量达标率=27/27\*100%=100%，因此宣传活动质量达标率指标得分=100%\*10=10分。

### ③宣传活动完成及时率情况

济宁市城市形象宣传项目各子项目均依据上级部门下达的城市形象宣传需求提出，2019-2021年度城市形象宣传项目进度控制情况详见表9。

**表9. 城市形象宣传活动进度控制情况表**

项目年度	城市形象宣传活动明细	预算金额 (万元)	合同订立日期	项目完成情况
2019年	北京南站广告项目（6个月）	350.00	2019-8-16	预算年度已完成
2019年	新旧动能转换、乡村振兴广告项目（6个月）	109.50	2019-8-16	预算年度已完成
2019年	“全年画报媒体看济宁”采风活动项目	36.00	2019-8-16	预算年度已完成
2019年	《走向世界》济宁乡村振兴专刊项目	16.00	2019-8-16	预算年度已完成
2019年	济南国际机场广告项目	304.00	2019-12-12	预算年度已完成
2019年	曲阜东站广告项目	39.00	2019-12-12	预算年度已完成
2019年	“孔孟之乡”外宣画册、文化地图折页项目	22.00	2019-12-16	预算年度已完成
2019年	“运河映古韵 儒乡话辉煌”文化名人大型采风活动	36.00	2019-12-12	预算年度已完成
2019年	“我为济宁代言”融媒体作品征集评选活动	19.50	2019-12-12	预算年度已完成
2019年	济南银座和谐广场LED大屏广告项目	28.00	2019-12-12	预算年度已完成
2019年	中央台天气预报开窗经费	240.00	2019-12-12	预算年度已完成
2020年	济宁周边重点路段广告	109.50	2020-11-17	预算年度已完成
2020年	济南国际机场广告	164.00	2020-11-26	预算年度已完成
2020年	曲阜东站广告	39.00	2020-11-26	预算年度已完成
2020年	《走向世界》济宁专刊	16.00	2020-11-17	预算年度已完成
2020年	《大运河在济宁》图文书籍制作	32.00	2020-11-17	预算年度已完成
2020年	“中国济宁全球传播平台”建设运营	65.00	2020-11-26	预算年度已完成
2020年	“印象济宁”外宣精品征集评选	24.80	2020-11-26	预算年度已完成
2020年	“全国文明城市”城市形象宣传广告项目	38.00	2020-12-16	预算年度已完成



项目年度	城市形象宣传活动明细	预算金额(万元)	合同订立日期	项目完成情况
2020年	“全景济宁”摄影外宣图片库建设运营项目	31.70	2020-12-19	预算年度已完成
2020年	中央台天气预报开窗宣传费用	240.00	2020-12-19	预算年度已完成
2020年	北京南站广告宣传费	692.00	2020-3-24	预算年度已完成
2020年	青岛站广告宣传费	148.00	2020-3-24	预算年度已完成
2021年	一带一路2021年度汉字发布活动	280.00	2021-07	预算年度已完成
2021年	环球网文化“两创”主题海外报道活动	50.00	2021-07	预算年度已完成
2021年	我与党旗合个影主题活动	30.00	2021-07	预算年度已完成
2021年	流淌的文化记忆——济宁大运河口袋书	30.00	2021-07	预算年度已完成

市委宣传部2019-2021年度城市形象宣传项目宣传活动均在当年度完成招投标程序并签订项目实施合同，未出现逾期现象，因此项目实施的及时性指标得分=实际完成情况 / 计划完成情况 × 100% × 3分=3分

项目整体进度实施有待进一步提升，城市形象宣传项目实施主要依据上级部门下达的城市形象宣传需求提出，合同订立日期主要集中于2019及2020年度下半年，2021年度截至到8月底已实施项目资金390万元，仅占预算年度项目资金总额的26%，因此项目实施整体进度控制的合理性有待进一步提高。

项目整体进度实施的合理性得1分。

## （2）宣传活动成本节约情况分析

市委宣传部2019-2021年度城市形象宣传项目宣传活动实际采购成本与采购服务的价值匹配程度较高。因宣传活动广告位多为广告公司独家代理机制，符合中华人民共和国政府采购

法第三十一条第一款“只能从唯一供应商处采购”的规定，因此宣传活动采购多采用单一来源方式进行采购。对于上述拟采用单一来源采购方式的，市委宣传部及其采购代理机构在中国山东政府采购网上进行了公示，并报送财政部门审批；同时，市委宣传部组织相关专家对各项目进行了采购方式的论证，并采用协商的方式与供应商商定了合理的成交价格。后附2020年度北京南站二层出发东西入口灯箱广告项目单一来源采购协商情况记录表如图2所示。

单一来源采购协商情况记录表	
项目名称	中共济宁市委宣传部北京南站二层出发东西入口灯箱广告项目
项目编号	SZBM-2020-D0001 (市网)/
单一来源采购情况说明	本项目为北京南站二层出发东西入口灯箱广告项目(2块, 3.5米×8.5米), 位于二层出发东、西入口。
采购人	中共济宁市委宣传部
代理机构	山东博城咨询有限公司
协商日期	2020年3月20日(14时00分)
协商地点	济宁市公共资源交易服务中心(济宁市太白湖新区济宁大道与运河路路口西南角为民服务中心5楼评标室)评标
评审小组成员	邵长忠、刘小兵、黄广灿
采购预算金额	人民币陆佰玖拾贰万元整(小写: ¥692万元/年)
供应商提供的相关资料	详见报价文件
报价明细表	详见报价文件
供应商首次报价	¥6920000.00元/年
最终商定价格	¥6920000.00元/年
合同主要条款	成交单位: 北京畅达天下广告有限公司 成交金额: ¥6920000.00元/年 交付时间: 合同签订后30日 服务期限: 验收合格后一年(12个自然月)
评审小组成员(签字)	邵长忠 邵长忠 黄广灿
采购人	采购人(签字): 邵长忠 2020年3月20日

图2. 单一来源采购协商情况记录表

成本节约率指标得2分。

#### 4. 项目效果指标绩效分析

表10. 项目效益类指标评分结果

指标	权重	得分值
社会效益	20	18.00
社会公众满意度	10	9.25
合计	30	27.25

(1) 社会效益较好但部门在绩效目标设定及自评时缺乏对效益指标的量化分析

根据现场查看、访谈及社会调查，2019-2021年度城市形象宣传项目的社会效益较好，主要表现在：

通过高标准制作“孔孟之乡 运河之都 文化济宁”城市形象宣传专题片、画册和折页及印有济宁城市形象宣传标识和曲阜“三孔”、水泊梁山、微山湖、汶上宝相寺、兖州兴隆文化园等重要旅游景点线路图的贺年卡、信封、名片等，围绕“文化济宁”这一城市定位，全面、生动、具体的展示了济宁市经济、社会、文化、生态等方面的动人图景和独特魅力。

通过在北京南站、济南国际机场、青岛高铁站、曲阜东站，京台高速、济菏高速、日东高速、崇文大道等高速道路沿线，市内长途汽车站、火车站、码头、高速公路收费站等重要交通口岸以及市区大型电子显示屏等户外媒体上投放城市形象宣传广告等，广泛开展济宁市城市形象宣传工作，人流量较大，宣传覆盖面广，可视性较强，使社会各界充分认识和理解文化济宁的

形象定位与丰富内涵，凝聚了“文化济宁”的形象共识，提升了济宁的城市美誉度和吸引力。

通过加大在国家级媒体、省外及省直媒体的宣传力度，包括在中央电视台天气预报栏目开设城市窗口、与山东电视台、山东人民广播电台、大众日报、齐鲁晚报等省直主流媒体合作做好经常性宣传推介等，积极宣传推介济宁丰富的文化旅游资源及产品，扩大了济宁市对外的辐射力和影响力。

通过与《走向世界》杂志社、山东画报社等合作，策划并出版了“小康社会，美好生活”济宁专刊及《大运河在济宁》等图文书籍，充分展示了济宁人的美好生活和运河故事。

通过与中国日报社合作建设“中国济宁全球传播平台”，开设“济宁英文外宣网站”、“济宁脸谱专页”等，面向全球推广“孔孟之乡、运河之都、文化济宁”的城市品牌，充分挖掘城市品牌形象的经济和社会效益，吸引海内外投资者、旅游者、高端人才等目标人群来济宁考察、投资、旅游、创业和就业等，增强了济宁的综合竞争力。

通过举办“全国画报媒体看济宁”采风活动，全方位、多角度记录并展示了济宁市建国70年来经济社会发展的瞩目成就，有效的宣传和展示了济宁新时代发展的新风采、新面貌、新成就。通过举办“运河映古韵 儒乡话辉煌”文化名人大型采风活动，用诗歌、散文、小说、报告文学等形式讲述了济宁运河故事，突出展现了济宁作为“运河之都”的历史地位和独特

魅力。通过举办“我为济宁代言”融媒体作品征集评选活动，在全市范围内公开征集济宁城市建设、自然风光、地方特产、美食美景、乡村振兴、文化建设、民生改善、人文关怀、科技进步等融媒体作品，进一步提升了“孔孟之乡、运河之都、文化济宁”的城市品牌知名度、美誉度和影响力，同时积累了一批优秀融媒体作品宣传素材，为进一步开展济宁城市形象宣传奠定了基础。

但是，市委宣传部在社会效益指标设定及自评过程中整体缺乏对效益指标的量化分析，仅从定性的角度予以评价，因此社会效益指标综合得分扣减2分，得分18分。

## （2）社会公众满意度较高

济宁市城市形象宣传项目旨在：一是对内增强全体市民对文化济宁的认同感和自豪感，使社会各界充分认识和理解文化济宁的形象定位与丰富内涵，凝聚形象共识，提振发展信心；二是对外提升济宁的城市美誉度和吸引力，努力使济宁城市形象声明远播，逐步改变外界对济宁市城市形象的传统认知。因此，该项目的目标受众为广大市民和外部来济人员。针对城市形象宣传项目的上述目标受众，绩效评价小组结合城市形象宣传活动的实际开展情况设计并发放了调查问卷，调查问卷包含12个不同的问题，详见表11。

表11. 问卷调查部分题目设置

编号	问题	选项	题型
题目1	您的年龄在（ ）	<input type="checkbox"/> 18岁以下 <input type="checkbox"/> 18-35岁 <input type="checkbox"/> 36-55岁 <input type="checkbox"/> 56岁以上	单选
题目2	您的职业是（ ）	<input type="checkbox"/> 学生 <input type="checkbox"/> 公务员 <input type="checkbox"/> 企事业单位职工 <input type="checkbox"/> 农民工 <input type="checkbox"/> 自由职业者 <input type="checkbox"/> 其他	单选
题目3	请问您是（ ）	<input type="checkbox"/> 济宁本地人 <input type="checkbox"/> 曾经在济宁居住生活过较长时间的人 <input type="checkbox"/> 暂时来济人员 <input type="checkbox"/> 未曾到过济宁的人	单选
题目4	您在新闻媒体、户外广告、公共场所或小区宣传栏上看到过关于济宁城市形象宣传方面的宣传资料吗（ ）	<input type="checkbox"/> 看到过 <input type="checkbox"/> 说不清 <input type="checkbox"/> 没有看到过	单选
题目5	您认为济宁市现在的整体城市形象如何（ ）	<input type="checkbox"/> 非常好 <input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差	单选
题目6	以下济宁城市形象中，给您印象比较深刻的是（ ）	<input type="checkbox"/> 孔孟之乡、礼仪之邦、儒家文化发源地 <input type="checkbox"/> 运河之都、微山湖、水运发达 <input type="checkbox"/> 经济发展迅速，鲁西南经济中心 <input type="checkbox"/> 夹饼、鬃肉干饭等特色美食文化 <input type="checkbox"/> 全国文明卫生城市，旅游资源丰富	可多选
题目7	您曾经在什么类型的宣传媒介上见到过济宁的城市形象宣传广告（ ）	<input type="checkbox"/> 机场、高铁站、公路等户外广告 <input type="checkbox"/> 央视及其他省、市广播电视媒体 <input type="checkbox"/> 网络媒体 <input type="checkbox"/> 报刊杂志 <input type="checkbox"/> 旅游观察 <input type="checkbox"/> 其他媒介	可多选
题目8	要提高济宁的城市形象，您认为亟待解决的是（ ）	<input type="checkbox"/> 提高城市基础设施建设，优化城市环境 <input type="checkbox"/> 提高公民道德素质 <input type="checkbox"/> 招商引资，加快经济发展 <input type="checkbox"/> 推出更多优惠政策招揽人才 <input type="checkbox"/> 加大城市形象的宣传力度 <input type="checkbox"/> 大力发展旅游业、文化产业	可多选
题目9	您认为最适合济宁城市形象宣传的方式是（ ）	<input type="checkbox"/> 举办有影响力的活动 <input type="checkbox"/> 主流媒体投放广告 <input type="checkbox"/> 特色文化节目宣传	可多选

编号	问题	选项	题型
		<input type="checkbox"/> 网络媒体宣传 <input type="checkbox"/> 抖音、快手等短视频平台媒体宣传	
题目10	您认为济宁城市形象宣传工作的内容应侧重于（ ）	<input type="checkbox"/> 传统文化 <input type="checkbox"/> 自然风景 <input type="checkbox"/> 饮食文化 <input type="checkbox"/> 人文气息 <input type="checkbox"/> 时尚消费 <input type="checkbox"/> 其他---	可多选
题目11	如果让您对现阶段济宁城市形象宣传工作进行评分，您认为最适当的分数应该是（ ）	<input type="checkbox"/> 90分以上 <input type="checkbox"/> 81-90分 <input type="checkbox"/> 61-80分 <input type="checkbox"/> 60分以下	单选
题目12	您对济宁城市形象宣传建设有什么意见或建议？		开放性问答题

本次绩效评价采用电子问卷和纸质问卷相结合的方式进  
行，共收回500份有效问卷，达到了调查目的。

绩效评价小组通过对收回的调查问卷进行分析，详见表13  
满意度调查问卷统计分析表。88.2%的受访者表示通过开展济宁  
市城市形象宣传工作，能够更好的对外宣传推介济宁，有效的  
提高了济宁市城市知名度和美誉度，增强了济宁市城市综合竞  
争力，对济宁市城市形象宣传工作的开展情况非常满意。5.40%  
的受访者对济宁市城市形象宣传工作的开展情况基本满意，他  
们认为济宁市城市形象宣传工作还可以有更多丰富多彩的宣传  
形式。6.4%的受访者认为济宁市城市形象宣传工作的开展情况  
一般或不满意。根据评分标准，非常满意赋分10分，基本满意  
赋分8分，无变化和不满意赋分0分，此项得分为  
 $88.2\% \times 10 + 5.40\% \times 8 = 9.25$ 分。调查问卷按问卷类型统计分析结果  
如表12所示：

表12. 满意度调查问卷统计分析表

评分结果	90分以上	81-90分	61-80分	60分以下	合计
回收电子问卷数量	203份	15份	23份	9份	250份
回收纸质问卷数量	238份	12份	0份	0份	250份
问卷回收总数	441份	27份	23份	9份	500份
回收问卷占比	88. 20%	5. 40%	4. 60%	1. 80%	100
赋分	10分	8分	0分	0分	
公众满意度评分	8. 82	0. 43	0	0	9. 25

#### （四）分县（市、区）评价得分及结论

城市形象宣传项目主管部门为市委宣传部，只涉及市委宣传部下属业务部门，不涉及济宁市其他县（市、区），因此，本次绩效评价无需分县（市、区）进行评价。

### 五、项目主要绩效

（一）围绕“文化济宁”这一城市定位，生动展示了济宁市经济、社会、文化、生态等方面的动人图景和独特魅力，深刻诠释了城市品牌与文化内涵的完美统一，全面提升济宁市整体形象

市委宣传部为了更好的实现其部门职能，依据上级部门下达的有关加强城市形象宣传的计划和任务，紧紧围绕中共济宁市委济宁市人民政府下发的《关于加强济宁市城市形象宣传工作的实施意见》文件要求，稳步有序的开展各类城市形象宣传工作，健全并完善了有关济宁市城市形象宣传项目的各类项目管理制度及资金管理制度，着力打响“孔孟之乡、运河之都、



文化济宁”的城市品牌，深刻诠释出济宁历史悠久的文化内涵，提升了济宁的整体城市形象。

（二）增强了全体市民对文化济宁的认同感和自豪感，使社会各界充分认识和理解文化济宁的形象定位与丰富内涵，凝聚形象共识，提振发展信心

通过开展丰富多彩的各类城市形象宣传活动，包括：在重要宾馆会所、公交候车厅、广场、公园、市区大型电子显示屏、公交移动电视、全市旅游板报橱窗等投放广告、宣传片；举办中国（曲阜）国际孔子文化节和高新技术产品博览会等，鼓励全体市民积极参与城市形象宣传，提升市民对济宁城市品牌形象的认同感和自豪感，不断增强全体市民日常工作和生活中的城市形象宣传意识。

（三）提升了济宁市的城市美誉度和吸引力，逐步改变外界对济宁市城市形象的传统认知

通过在机场、高铁站、公路等各类户外媒体、央视及其他省、市广播电视媒体、网络媒体、报刊杂志等宣传媒介上投放城市形象宣传广告、宣传片等，广泛传播济宁独特的城市魅力、深厚的文化底蕴以及新时代经济和社会发展取得的丰硕成果，为全力促进济宁市科学跨越发展，打造鲁西南科学发展高地营造良好的外部环境和提供强大的舆论支持。

（四）充分的挖掘城市品牌形象的经济效益和社会效益，吸引了更多海内外投资者、旅游者、高端人才等目标人群来济宁考察、投资、旅游、创业和就业，增强济宁的综合竞争力

通过提高策划营销水平，充分挖掘及整合本地特色宣传资源，围绕儒家文化、运河文化、水浒文化、以及济宁地方民俗等开发制作富有创意、包含济宁元素的系列特色旅游产品，促进济宁本次旅游发展；通过宣传及营造良好的营商环境，吸引更多海外投资者来济宁考察、投资；通过出台更多优惠政策招揽人才，吸引更多高端人才来济宁创业就业，增强济宁的综合竞争力。

## 六、项目存在的主要问题

### （一）绩效指标不够明确细化、量化

绩效评价小组根据市委宣传部提供的资料，发现2019-2021年度济宁市城市形象宣传项目绩效目标申报表中项目绩效指标不够明确细化，产出类指标和效益类指标混淆。项目绩效指标值设定上，数量指标、质量指标、时效指标等都不够量化，效益类指标未结合实际情况予以量化，均仅做了定性设定。

### （二）项目业务管理待改善

绩效评价小组通过查看市委宣传部提供的部门内部管理制度，文件内容对项目管理做了明确的规定。但上述文件缺乏项目业务管理的实质性内容，如项目业务管理的过程、管理的标准、管理的组织实施等具体内容。

其次,根据现场了解,针对宣传活动,市委宣传部的组织业务部门进行验收并开展不定期督导检查,但相关采购验收记录及督导检查记录不完整。

### （三）项目开展的时效性有待改善

在绩效评价小组的现场调研中发现,项目整体进度实施有待进一步提升,城市形象宣传项目实施主要依据上级部门下达的城市形象宣传需求提出,合同订立日期主要集中于2019-2021年度下半年,因此项目实施整体进度控制的合理性有待进一步提高。

## 七、意见建议

（一）结合城市形象宣传工作开展情况,进一步细化、量化绩效目标,设定明确细化的绩效指标

应重视城市形象宣传项目预算绩效目标设定工作。年度绩效目标的设定要立足城市形象宣传计划内容,具体明确。设定项目预算绩效指标时应根据财政部关于印发《预算绩效评价共性指标体系框架》的通知（财预〔2013〕53号）下发的项目支出绩效评价共性指标体系框架,从中选取能体现项目特征的共性指标,同时根据项目的实际情况,设计具有项目特征的个性指标,准确、客观、完整的反映项目的绩效。

（二）完善管理制度,加强宣传工作项目管理

一方面,加强项目制度管理,建立完善的项目业务管理制度并积极落实。项目管理制度建设是规范完善现行制度、优化

流程管理、保障项目产出绩效、调动员工积极性、维护项目管理体系健康运行的重要依据。项目业务管理的内容应当包括项目业务管理的过程、管理的标准、管理的组织实施等具体内容。

另一方面，加强项目执行管理，严格控制项目关键节点，及时跟进，专人负责，各部门在项目管理过程中，强化项目验收时间节点意识，完善项目验收程序及资料。

### （三）加强项目进度控制，改善项目完工时效性

济宁市城市形象宣传项目具体项目内容较多，部门大多数项目的开展均集中在年底进行，项目进度安排有待完善。首先，应加强项目工作执行的计划性，使项目活动的开展有据可循，能够按照规定的时间进度完成，保证项目最终成果的时效；其次，应错峰安排项目的开展，避免因项目集中开展导致的人手不足、管理不严等一系列问题，影响项目的最终成果。

## 八、其他需要说明的问题

本评价报告是在相关部门提供的原始资料的基础上，通过案卷研究、会议、访谈、实地勘察、现场及网络问卷调查等方式编制的，提供真实完整的资料是相关资料提供部门的责任，我们的责任是在搜集、整理与分析相关资料的基础上撰写绩效评价报告。受客观条件、工作人员主观判断、负责单位提供资料的限制，部分资料和信息完整性、可靠性可能受到影响。绩效评价结果以反映真实状况为目的，报告中涉及的资料分析除本次绩效评价外不作其他用途。

附件： 1. 济宁市城市形象宣传项目绩效评价得分表  
2. 济宁市城市形象宣传项目问题清单  
3. 济宁市城市形象宣传项目调查分析报告