

# 苏州市级财政支出项目绩效自我评价报告

苏州市级财政支出项目绩效自评表						
项目名称		营商环境宣传片			项目年份	2020
项目主管部门(单位)		苏州市商务局				
市级预算执行情况(万元)	年初预算数	当年使用上年结余、结转及当年调整预算数		财政拨款数		指标结余数
	205.00	0.00		205.00		0.00
市级财政资金使用情况(万元)	财政拨款数	实际支付数	资金结余、结转数		其中:	
					结转数	财政收回数
205.00	197.04	7.96		0.00	7.96	
项目资金构成(详细列出各子项目名称和金额)		子项目名称			实际金额(万元)	
		合计			197.04	
		苏州营商环境宣传片制作			197.04	
项目	类别	指标名称	目标值	权重	实际完成值	自评分
项目绩效实现情况(80分)	投入目标(24分)	资金使用合规性	合规	3	好	3
		财务制度健全性	健全	3	好	3
		各级财政应承担资金到位率	=100%	3	=100%	3
		预算执行率	=100%	8	=95.73%	8
		专款专用率	=100%	3	=100%	3
		项目日常管理规范性	规范	4	好	4
	产出目标(24分)	多语言版本宣传片种类数	=4种	12	=4种	12
		不同时长版本宣传片种类数	=3种	12	=3种	12
	结果目标(26分)	播放宣传片的媒体(平	≥3个	13	=4个	13

		台)数量				
		观看量	≥1000 人次	13	现场观看 ≥1000 人 次, 媒体 宣传总点 击量为 2582637 人次	13
影响力目 标 (6分)		播放宣传片的市 级以上(含)官方 媒体数量	≥2 个	3	=3 个	3
		播放宣传片的境 内、外规模模型 投资促进活动	≥3 场	3	=3 场	3
合计						80

填表说明: 1. “市级预算执行情况”、“市级财政资金使用情况”均含非税收入。“年初预算数”填“二下”数;“当年使用上年结余、结转及当年调整预算数”填当年使用上年结余、结转数以及追加或调减预算数;“财政拨款数”填财政部门实际拨付的款项数;“实际支付数”填资金实际支付到最终使用者的数额;“结转数”填结转以后年度使用的资金数;“财政收回数”填财政部门收回的资金数。指标结余数=年初预算数+当年使用上年结余、结转及当年调整预算数-财政拨款数;资金结余、结转数=财政拨款数-实际支付数=结转数+财政收回数。2. “指标名称”中“投入”类指标根据项目类型,按照《2017年度苏州市级财政支出项目绩效评价“投入”类共性指标》规定,逐一对照进行自我评价;“产出”、“结果”、“影响力”三类指标填列预算部门(单位)报送的绩效目标申报表中经财政部门审核通过的指标,如发生绩效目标调整的,以经财政部门批准调整后的指标为准。3.各项指标权重值为根据指标数量将该类总分值分摊到各项指标的分值,即各项指标分值=该类总分值/指标个数。4.各项数据采集的时间节点均为2019年12月31日。定性指标按照好、较好、一般、较差、差等级评分,分别得对应权重值的100%、80%、60%、40%和20%。定量指标评分规则:“产出”类每项指标的实际完成值对应预期设定的目标值,完成100%~130%得权重值满分,实际完成值每低于目标值1个百分点相应扣减权重值的5%,超过130%的每超过1%扣权重值1%;除指标解释中有特别说明的以外,“投入”类指标评分规则同“产出”类指标;“结果”类指标以100%及以上为满分,每降低1%扣权重值5%。某项指标无法提供具体数值,且无说明,得0分。

<b>项目基本情况</b>	
项目概况	拍摄制作一部苏州投资和营商环境宣传片，彰显苏州城市形象，以先进的视听技术手段，推广苏州的投资营商环境和创新创业氛围，吸引最优质的项目、最先进的产业、最高端的人才落户苏州。
项目总目标	彰显苏州城市形象，推广苏州的投资营商环境和创新创业氛围，推进全市外资招商工作。
年度绩效目标	宣传片制作完成后，当年度计划在三场以上（含）规模型投资促进活动中使用，有效宣传苏州优良的营商环境。
项目实施情况	<p>一、项目背景</p> <p>为贯彻苏州市委市政府要求，牢固树立“思想再解放、开放再出发、目标再攀高”的思想意识，落实市委、市政府领导有关“强化统筹”、“针对性做好招商指导”的要求，我市首次制作营商环境专用宣传视频，拍摄“苏州投资和营商环境宣传片”，彰显苏州城市形象，推广苏州的投资营商环境和创新创业氛围，扎实推进全市外资招商工作，吸引最优质的项目、最先进的产业、最高端的人才落户苏州。</p> <p>二、项目实施流程</p> <p>项目实施单位：苏州市商务局；预算单位：苏州市商务局；资金监管单位：苏州市财政局。</p> <p>三、项目管理</p> <p>根据《苏州市商务局支出业务内部控制制度》的相关规定,对营商环境宣传片资金进行规范使用，做到项目资金专款专用。</p> <p>四、资金投入和使用情况</p> <p>营商环境宣传片资金预算为205万元,项目完成后经第三方审计,财政实际拨付资金为1,970,476元，苏州市商务局已于2020年12月底前将1,962,426元支付至营商环境宣传片制作单位苏州广播电视台总台银行账户,将8,050元支付至第三方审计单位银行账户。</p>

项目管理成效

一、项目投入指标完成情况

项目投入指标共有 6 个指标，完成情况自评结果如下：

1、制定管理办法，加强了项目资金的审核批准程序、执行、绩效管理和监督机制。

为了保障项目资金的使用效率效果，市商务局制定和颁布了《苏州市商务局支出业务内部控制制度》，明确支出适用范围，审批流程，重点审核单据来源是否合法，内容是否真实、完整，金额是否准确，是否符合预算，审批手续是否齐全。财政资金按照第三方审计后的金额拨付，资金到位及时，预算执行率 96.12%。项目资金专款专用，未出现挪作他用情况。

2、财政资金按照第三方审计后的金额拨付，项目预算执行率 96.12%。营商环境宣传片经第三方审计后的审定金额为 196.24 万元,另有 0.80 万元为第三方审计费用。资金下拨后，苏州市商务局及时按照合法合规的原则，用好用足项目资金，充分发挥好财政资金的激励作用。

3、项目资金专款专用，未出现挪作他用情况。苏州市商务局已于 2020 年 12 月底前将 196.24 万元支付至营商环境宣传片制作单位苏州广播电视总台银行账户，不存在挪作他用情况。

4、项目进度及宣传片的拍摄计划及时向苏州市政府相关领导汇报沟通。

5、严格执行项目监督制度和绩效管理。项目监督制度和绩效管理是落实项目资金使用合规性、真实性、有效性的前提，也是达到项目资金使用效果的保障。《苏州市商务局支出业务内部控制制度》有专门条款予以规定。《苏州市商务局支出业务内部控制制度》“第二十一条 局机关纪委对支出业务内部控制制度建立和执行情况进行监督检查。对检查中发现的问题，应要求单位及相关部门及时纠正与整改，发现重大问题要写出书面报告，向有关领导和部门汇报，以便及时采取措施，纠正和完善。”“第二十二条 单位从财政部门或者上级预算单位取得的项目资金，应当按照批准的项目和用途使用，专款专用、按款项分别核算，并按照规定向同级财政部门或者上级预算单位报告资金使用情况，接受财政部门和上级预算单位的检查监督。项目完成后，单位应当向同级财政部门或者上级预算单位报送项目支出决算和使用效果的书面报告。”

二、项目产出指标完成情况

产出指标完成明细如下：

1、营商环境宣传片-苏州最舒心共分中文、英文、德文、日文四个版本。选择除中文外的 3 个有代表性的外语语言版本，主要的考量是：①英语是世界官方通用语言之一且使用人群居多；②欧盟是我市经贸合作、双向投促的重要地区，德国又是欧盟的最主要国家之一，对欧盟的影响力大，故选择德语作为代表制作成片，以便在欧盟国家播放推介；③东亚地区是我市经贸合作、双向投促的重要地区，日本是我市重要投资伙伴之一，双方有着良好的合作基础和广阔的发展前景，故制作日语版本宣传片，方便我市在各项对日投促活动中使用。

2、营商环境宣传片-苏州最舒心按照成片时间长短分为三种模式，分别为通用版 6 分钟，简版 4 分钟以及精略版 1 分钟，三种模式各具特

色、各有所长。精略版 1 分钟主要是在各项会议召开前的对外宣传和预热环节使用，精简方便在各种渠道发布造势，引起社会公众关注；简版 4 分钟内容重点宣传推介了苏州市的整体营商环境和各板块产业基础，硬核展现了苏州开放型经济发展与合作的实力；通用版用 6 分钟展现了苏州古韵今风、活力与魅力兼具的城市特质，告诉世界，苏州，是一座值得创业与投资的城市！新颖独特的视角、费尽巧思的心力、绚烂冲击的画面、富有苏州味道的视听语言，在带来大片“瞳孔地震”的同时，还引发了朋友圈的点赞以及全网的关注度和点击量！

《苏州最舒心》准确抓住了苏州“双面绣”的城市特质，还通过独特的人文视角加以展现，通过人物独白“讲故事”的方式，把苏州的历史人文、地理交通、历史文脉、创新环境、亲商服务和生态环境一一串联起来。女主人公象征古典苏州，男主人公象征现代苏州，由两位广电知名主持人倾情演绎，不仅避免了传统说教式宣传片的枯燥无味，还起到了一定的名人效应，让整个宣传片充满了故事感和“温度”。

“因为这些美好，爱上这座城市”、“因为无限可能，留在这座城市”，略带文艺气息的文字，借由男女主人公的内心独白娓娓道来，表达出苏州那份让人想念的故乡气息和让人流连忘返的城市魅力。

### 三、项目结果目标完成情况

结果指标完成情况如下：

1、营商环境宣传片-苏州最舒心于 2020 年 9 月 24 日下午 5 点，通过“苏州新闻”微信公众号、看苏州 APP 时政频道、视频号、微博、央视频 APP、人民日报 APP、今日头条 APP 等平台进行全渠道分发、全网发布。其中人民日报 APP 媒体宣传总阅读量（含视频播放量）达到 2582637 次。

2、在 2020 苏州跨国公司开放创新合作交流会（2020 年 9 月 24 日）、2020（苏州吴中）工业互联辅能基建高峰论坛(2020 年 10 月 15 日)、2020 粤港澳产业联动创新峰会（2020 年 10 月 16 日）、苏州双十二购物节启动仪式（2020 年 12 月 12 日）四场现场活动，现场观看人数共计 1700 人次左右。

### 四、项目影响力目标完成情况

影响力指标完成情况如下：

1、播放营商环境宣传片-苏州最舒心市级以上（含）官方媒体数量为 3 个，分别为苏州广播电视总台相关频道及公众号、央视频 APP、人民日报 APP。

2、播放宣传片的境内、外规模型投资促进活动主要有 3 场，分别为 2020 苏州跨国公司开放创新合作交流会（2020 年 9 月 24 日）、2020 粤港澳产业联动创新峰会（2020 年 10 月 16 日）、2020（苏州吴中）工业互联辅能基建高峰论坛(2020 年 10 月 15 日)。

<p>项目管理存在的问题及原因</p>	<p>(一) 营商环境宣传片没有在境外播放。          由于新冠疫情在全球蔓延的原因,2020年苏州市没有在境外举办规模型投资促进活动,营商环境宣传片-《苏州最舒心》没能在境外得以播放。</p> <p>(二) 营商环境宣传片的无法具体量化,效果显现需要时间。          营商环境宣传片的的效果是潜移默化的,是一个长期量变到质变的结果,经历时间比较长,项目设立的结果不可能及时量化体现。现在所设定的播放宣传片的媒体(平台)数量<math>\geq 3</math>个,观看量<math>\geq 1000</math>人次这2个结果类指标,仅作为当年发布宣传推介的一个工作体现,无法量化体现宣传片所能达到的宣传和彰显苏州整体营商环境的推介效果。不可能机械地来量化体现推广苏州的投资营商环境和创新创业氛围,吸引最优质的项目、最先进的产业、最高端的人才落户苏州的最终目标。</p>
<p>进一步加强项目管理的建议</p>	<p>1、充分利用网络平台和线上展会拓展市场,利用好云招商平台,创造时机播放营商环境宣传片,推介苏州优良营商环境,彰显苏州风采,突破在新冠疫情影响下无法开展境外投促活动的难点。</p> <p>2、项目的产出及结果指标的设定需要有可操作性、可预见性,能阶段性反映项目投入与产出结果的内在联系。提升绩效指标体系设置的科学性。项目产生的经济效益、社会效益提炼可考核的结果指标,全面反映项目实施成效。</p>

(标注:项目概况、项目总目标、年度绩效目标由软件自动从申报表中生成)