

2024 年度安化县融媒体中心整体支出 绩效自评报告

申报单位（盖章）：安化县融媒体中心



2025 年 4 月 27 日

2024年度安化县融媒体中心整体支出 绩效自评报告

一、部门(单位)基本情况

(一)简要介绍 2024 年度重点工作;

2024 年是全面贯彻落实党的二十届三中全会精神的开局之年，也是融媒体中心深化改革的重要一年。中心党组团结带领全体干职工深入贯彻习近平总书记关于媒体融合发展的重要论述精神。坚持党建引领，坚持移动优先、内容为王。中心新闻宣传、经营创收、项目建设三大板块不断提质增效，党建、安全播出、廉政建设、意识形态等工作稳中有进，成果丰硕。全年我中心荣获益阳市优秀通联集体、落实全面从严治党“两个责任”优秀单位、全市广播电视行业安全播出先进责任单位、全县禁毒工作先进单位、全县防汛抗旱先进单位、全县安全生产和消防工作先进单位等多项荣誉。重点工作开展情况总结如下：

1、落实党建责任，夯实事业根基。一是深化推进组织建设。严格按照《党支部规范化建设标准》要求，对照“五个基本”和“七个是否”，对标对表开展自查整改，进一步提升党支部组织建设质量。二是加强理论思想武装。认真落实“第一议题”学习制度，深入开展“大学习、大讨论、大宣传、大实践”活动，召开党组理论中心组集中学习 12 次，研讨交流 12 次。严格落实“三会一课”、主题党日、民主生活会、组织生活会、谈心谈话

制度。三是贯彻落实监督责任。按照分工严格落实责任，形成了一把手带头抓、班子成员分工抓、部室具体抓的格局。

2、加强廉政建设，筑牢思想防线。全年共组织召开党风廉政建设、意识形态分析研判工作专题会议 12 次，积极落实从严治党“两个责任”，加强党建引领和网络意识形态安全。通过邀请派驻纪检组、党组书记上廉政党课、观看警示教育视频等形式，深入学习党风廉政建设相关党纪条规，引导干部职工牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。

3、强化主业担当，宣传亮点频现。2024 年，我们紧贴时事热点与重大事件，精心策划，全力推进重大主题宣传。在全媒体矩阵上开设了《利剑护蕾雷霆行动》、《两会精神落地生根》、《抗冻救灾纪实》、《乡遇益阳风情》、《移风易俗新风尚》等专题专栏，让主流声音更加响亮。系列报道《八大民生行动》深入展示了各部门在民生领域的积极贡献与显著成效，展现了县委县政府在教育、医疗、就业、社保、住房、环境、文化及乡村振兴等方面的努力与成就，有力推动了“八大行动”的深入实施。与红网联合推出的《60 秒看安化》、原创 H5《数读政府工作报告》以及新媒图文《2024“链”动安化》等作品，实现了快速广泛的传播。两会期间共发布短视频 33 条，总播放量达 350 万次；发布新闻 15 条，新媒产品 81 篇(含评论稿 2 篇)，其中“两会新声”系列短视频更是赢得了社会各界的广泛赞誉。

4、聚焦亮点，提升对外宣传效能。2024 年，我们在做好内宣的同时，不断加强与上级媒体的合作，积极推送安化好声音、新亮点，全年在央级媒体发表稿件 36 篇，省级媒体 90 篇，市级媒体 160 篇。其中，在《人民日报》、《中国食品报》、《湖南日报》、《潇湘晨报》、《益阳日报》等纸质媒体上发表稿件超过 20 篇，打破了以往以电视、网络为主的通联格局，外宣工作取得新进展。

5、稳固媒体经营，创收稳步增长。2024 年，我们以广电传媒公司为主体，在专题片、短视频、大型活动等领域持续发力，深化优势产业，打造融媒品牌，实现了经济效益、社会效益、品牌效益的全面提升，进一步巩固了安化融媒的行业影响力。

6、聚焦产业转型，筑牢发展根基。一是构建新媒体舆论矩阵。各新媒体账号各司其职，根据定位实现专业化、精细化发展，其中“安化发布”公众号粉丝量已突破 15 万，成为县域内最具影响力的政务新媒体；“安化电视台”公众号粉丝量达 6.3 万，“神韵安化”APP 注册用户 2.6 万，累计下载量超 10 万次。安化融媒视频号粉丝增长 100%，达 3.8 万；安化一时间视频号粉丝增长 45%，达 2.9 万；安化融媒抖音号粉丝增长 15%，达 4.6 万，新媒体矩阵效应初步显现。二是培育新媒体产业生态。2024 年，中心积极探索新媒体领域的常态化产业生态。依托媒体优势，紧跟县委县政府打造直播大县的战略部署，策划了“乡伴 MCN”品牌，并获得省委宣传部、省财政厅的项目支持。中心全力打造“直播安化”

品牌，孵化了一个集高清直播、互动交流、内容生产于一体的融媒体“政务+商务”直播综合性 IP，全面推介本地特色资源，助力安化文旅、黑茶等产业发展。已开展主题直播 80 余场，专题直播 50 余场，公益助农带货直播 10 余场，总观看人数超千万人次，累计销售额达 30 余万元。同时，我们利用新媒体平台开设了“神韵安化天下黑茶”慢直播账号，实现“24 小时*365 天”的原产地可视化溯源慢直播，生动展示安化的自然风光与文旅体验，日均流量约 5000 人次。

7、强化底线思维，筑牢安全防线。一是抓好意识形态建设，巩固思想政治基础。中心成立了意识形态工作领导小组，明确了党组成员在意识形态工作中的职责与分工，确保意识形态工作事事有人抓、件件有落实。每半年召开 1 次会议专题研究意识形态工作，编委会每月召开 2 次及以上的会议对意识形态风险进行研判，及时研究解决存在的问题，为意识形态工作的顺利开展提供了有力的组织保障。二是做好安全播出工作，严把安全播出关。根据中心现行业务形态，审稿分电视新闻稿、新媒体推文、短视频、电台稿件四大类，用“一个标准、一把尺子、一条底线”统一严格管理，由播控中心统一把关全平台的内容发布，各发布平台编辑人员初审，各部门负责人二审，中心班子成员三审，各司其职，层层把关，确保信息报道真实、全面、客观、公正。三是加强网络系统日常巡护。定期对神韵安化 app、应急广播、中央厨房网络情况进行巡检、定期查看网络攻击情况，防范网络安全

事故发生，确保广播电视信号网络传输安全，技术设备、信息系统运行安全，保障信号播出稳定有序。

8、项目建设取得新成效。一是应急广播体系建设卓有成效。我县应急广播工作特色突出，吸引了各市县兄弟单位纷纷前来学习交流，更迎来了国家广电总局的调研。2024年7月份以来，国家广电总局先后3次来安化进行应急广播体系建设情况调研，对应急广播的运行机制、技术创新、信息发布流程等方面进行了全面且细致的考察，充分肯定了我县在应急广播工作中所取得的成绩，尤其是在精准预警、高效传播以及与多部门协同合作等方面的突出表现给与了高度的评价。二是试点县创建工作圆满完成验收。2024年11月14至15日，国家广电总局和省广电局对我县广播电视基本公共服务标准化试点创建工作进行了验收，得到了上级领导的肯定与认可，并以“湖南安化县探索公共服务新模式”为题，在国家广电智库进行了推广，其试点经验和具体做法为其他地区提供了借鉴。

（二）部门整体支出规模、使用方向、主要内容和涉及范围。

2024年度安化县融媒体中心决算总支出1498.22万元，其中基本支出1226.34万元，项目支出271.88万元。主要用于工资福利方面的支出：人员的基本工资、津贴补贴、奖金、绩效工资、住房公积金、社会保险支出等；日常公用支出：办公费、水电费、差旅费、维修维护费、培训费、公务接待费、劳务费等；对个人和家庭的补助支出：遗属生活补助、独生子女父母奖励等；资本

性支出：办公设备购置费；专项经费支出：县级融媒体中心建设项目、融媒体中心年度维护维修费、广播电视节目无线覆盖运维、广播电视基本公共服务标准化试点县建设（全景演播室系统建设、广播电视公共服务网点建设、消防整改工程）、融媒体中心乡伴MCN项目等。

二、一般公共预算支出情况

（一）基本支出情况

基本支出是保障单位正常运转、完成日常工作任务而发生的各项支出，包括用于在职人员基本工资、津贴补贴、奖金、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、住房公积金等人员经费以及办公费、电费、差旅费、维修维护费、会议费、培训费、公务接待费等日常公用经费。2024年度财政拨款基本支出867.27万元，其中：人员经费支出775.26万元，占基本支出的89.39%；公用经费支出92.01万元，占基本支出的10.61%。

（二）项目支出情况

项目支出是单位为完成特定工作任务或事业发展目标而发生的支出。2024年度财政拨款项目支出271.88万元，其中：县级融媒体中心建设15万元，占项目支出的5.52%；融媒体中心年度维护维修费17.22万元，占项目支出的6.33%；广播电视无线覆盖运维41.7万元，占项目支出的15.34%；全景演播室系统建设84.07万元，占项目支出的30.92%；广播电视公共服务网点

建设 4.39 万元，占项目支出的 1.61%；融媒体中心乡伴 MCN 项目 70 万元，占项目支出的 25.75%；消防整改工程 39.5 万元，占项目支出的 14.53%。

三、政府性基金预算支出情况

2024 年度安化县融媒体中心未安排政府性基金预算收入，无政府性基金预算支出。

四、国有资本经营预算支出情况

2024 年度安化县融媒体中心未安排国有资本经营预算收入，无国有资本经营预算支出。

五、社会保险基金预算支出情况

2024 年度安化县融媒体中心未安排社会保险基金预算收入，无社会保险基金预算支出。

六、部门整体支出绩效情况

2024 年，安化县融媒体中心在县委、县政府的坚强领导下，以及在县委宣传部的精心指导下，紧密围绕中心工作，充分发挥媒体融合优势，不断探索创新，在宣传工作、媒体运营、产业发展、项目推进等多个维度取得了显著成果。根据部门整体支出绩效评价指标，具体情况如下：

（一）预算执行率

全年一般公共预算收入 1139.15 万元，全年执行数 1139.15 万元，预算执行率 100%。

（二）产出指标

1、数量指标

(1) 转播广播电视节目套数，年度指标值：25 套，实际完成值：25 套。全年满时间、满功率转播 12 套中央电视节目、10 套省台电视节目以及 3 套数字广播节目。

(2) 运营平台数量，年度指标值：5 个，实际完成值：5 个。负责运营安化综合频道、安化广播电台、“神韵安化”客户端、“安化发布”、“安化电视台”微信公众号、“安化融媒”、“安化一时间”视频号。

(3) 新闻播出期数，年度指标值：249 期，实际完成值：249 期。全年在《安化新闻联播》栏目播出新闻 249 期，主要聚焦县域内发生的各类新闻事件，包括政治、经济、文化、社会、民生等各个方面。

2、质量指标

(1) 运行保障方面，年度指标值：保障融媒体中心工作正常开展，实际完成值：保障融媒体中心工作正常开展。全年运行保障规范有序，确保完成各项日常工作任务。

(2) 央媒上稿数量，年度指标值： ≥ 12 ，实际完成值：36。全年在央级媒体发表稿件数量 36 篇，其中中央广播电视总台采用新闻类稿件 8 篇。

(3) 省媒上稿数量，年度指标值： ≥ 36 ，实际完成值 90。全年在省级媒体湖南电视台、湖南日报、潇湘晨报等媒体上发表稿件 90 篇。

3、时效指标

年度目标任务完成时间，年度指标值：2024 年 12 月 31 日前，实际完成值：2024 年 12 月 31 日前顺利完成全年目标任务。中心新闻宣传、经营创收、项目建设三大板块不断提质增效，党建、安全播出、廉政建设、意识形态等工作稳中有进。

4、成本指标

单位运行成本，年度指标值：单位计划总成本，实际完成值：控制在单位计划总成本以内。单位计划总成本由基本支出和项目支出组成，严格按照预算执行。

(三) 效益指标

1、经济效益指标

促进当地经济发展，年度指标值：间接促进，实际完成值：间接促进。2024 年，我中心全力打造“直播安化”品牌，孵化了一个集高清直播、互动交流、内容生产于一体的融媒体“政务+商务”直播综合性 IP，全面推介本地特色资源，助力安化文旅、黑茶等产业发展。已开展主题直播 80 余场，专题直播 50 余场，公益助农带货直播 10 余场，总观看人数超千万人次。同时，我们利用新媒体平台开设了“神韵安化天下黑茶”慢直播账号，实现“24 小时*365 天”的原产地可视化溯源慢直播，生动展示安化的自然风光与文旅体验，日均流量约 5000 人次。

2、社会效益指标

主流媒体作用，年度指标值：发挥主流媒体宣传带动作用，提高地方知名度，实际完成值：发挥主流媒体宣传带动作用，提高地方知名度。做好对内对外新闻宣传，推进媒体融合发展，传播资讯，引导大众，提升新闻舆论传播力、影响力。

3、环境效益指标

环境影响，年度指标值：无不良影响，实际完成值：无不良影响。中心完成日常工作任务及相关项目建设过程中注重环保，未对覆盖区域生态环境造成不良影响。

4、可持续影响指标

公共文化服务可持续性，年度指标值：融媒体工作正常开展，持续提供公共文化服务，年度完成值：融媒体工作正常开展，持续提供公共文化服务。保障中央及省台广播电视节目覆盖，提升广播电视公共服务质量和水平，满足公众文化需求，丰富游客和当地居民的精神文化生活，提高人民精神文化生活水平。

(四) 满意度指标

1、服务对象满意度指标

群众满意度，年度指标值： $\geq 90\%$ ，实际完成值：90%。全年通过广播电视等媒介推送信息，满足公共文化需求，拉近政府与民众间的距离。

七、存在的问题及原因分析

存在的问题主要是部分预算绩效目标指标值设置比较笼统，缺乏具体可量化数值。主要原因：一是缺乏对预算绩效管理的系

统性培训，对工作流程和工作重点不熟悉；二是预算绩效工作需要多部门配合、全周期管理，由财务部门牵头开展存在一定滞后性。三是我单位属于财政差额拨款单位，财政保障经费严重不足，资金缺口大，人员经费和公用经费预算收入与实际支出相差较大。

八、下一步改进措施

进一步贯彻落实党中央、国务院关于过“紧日子”和坚持厉行节约反对浪费有关要求，严格落实“先有预算后有支出”“无预算不支出”，实时监控各项经费使用情况。进一步优化完善绩效指标体系，科学设置预算绩效目标，提高绩效目标与绩效指标设定的科学性、合理性、可量化性、可操作性。

九、绩效自评结果拟应用和公开情况

以结果应用作为全过程预算绩效管理的落脚点，将本年度绩效自评结果与下年度预算资金安排挂钩，进一步提升财政资金使用质效。将绩效自评报告进行公开，接受社会监督。

十、其他需要说明的情况

无