

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		党史专项委托经费		项目年份	2025	
项目主管部门 (单位)		中共苏州市委党史工作办公室				
市级预算执行情况（万元）	年初预算数	当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数		财政拨款数	指标结余数	指标结余收回数
	14	0		14	0	0
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	
	14	14	0	0	0	
项目资金构成（详细列出各子项目名称和金额）						
子项名称		调整预算数（万元）		实际支出数（万元）		
合计		14		14		
党史专项委托经费		14		14		
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（82分）	决策目标	立项程序规范性	规范	0.5	100%	0.5
		立项依据充分性	充分	0.5	100%	0.5
		绩效目标合理性	合理	0.5	100%	0.5
		绩效指标明确性	明确	0.5	100%	0.5
		资金分配合理性	合理	1	100%	1
		预算编制科学性	科学	0.5	100%	0.5
	过程目标	资金到位率	=100%	0.5	100%	0.5
		资金使用合规性	合规	2	100%	2
		预算执行率	=100%	8	100%	8

		管理制度健全性	健全	1	100%	1
		制度执行有效性	有效	2	100%	2
	产出目标	编印会刊《薪火传承》	=2 期	6.25	2 期	6.25
		业务座谈会和研讨会	=2 次	6.25	2 次	6.25
		编印刊物达标率	=100%	6.25	100%	6.25
		项目完成及时性	及时	6.25	100%	6.25
	效益目标	提升党史和革命史宣传力度	提升	30	100%	30
	合计					72

填表说明：1. “年初预算数”填预算批复数；“当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数”填当年使用上年结余、结转数以及追加或追减预算数；“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、结转及当年预算追加追减数-财政拨款数；计划结余数=财政拨款数-实际支付数=计划结转数+财政收回数。**2.** “决策”、“过程”类指标每个指标的权重值固定，“产出”、“效益”、“满意度”指标权重值是根据指标数量将每类指标总分值分摊到各项指标，即各项指标分值=每类指标总分值/该类指标个数。**3.** 各项数据采集的时间节点均为 2024 年 12 月 31 日。**4.** 定性指标根据实际完成情况按照 100%、80%、60%、40%、20%、0 六级权重予以评分。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，超过 130%的每超过 1%扣权重值 1%；“决策”、“过程”、“满意度”类指标以 100%为满分；“效益”类每项指标的实际完成值对应预期设定的目标值，完成 100%~200%得权重值满分，超过 200%的每超过 1%扣权重值 1%；五类指标的所有指标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%；某项指标无法提供具体数值，且无说明，得 0 分。

项目基本情况	
项目概况	老战士宣讲团成员思想觉悟高，有充裕时间作准备，宣讲质量得到保证。宣讲“不迎、不送、不吃请、不收礼”得到基层欢迎。学校、社区有需要对青少年学生和居民群众开展以爱国主义为核心的党史、革命传统教育。特别是学校每周一次的升国旗仪式讲话，是宣讲团的特色活动。
项目总目标	宣讲团继承传统，不断创新，扩大宣讲单位，向民办学校延申；扩大宣讲对象，上至老年群体，下至学龄前儿童；扩大宣讲内容，党史、军史、传统革命故事、社会主义核心价值观等。争取每年宣讲场次和听众人次有所突破。

年度绩效目标	宣讲团继承传统，不断创新，扩大宣讲单位，向民办学校延申；扩大宣讲对象，上至老年群体，下至学龄前儿童；扩大宣讲内容，党史、军史、传统革命故事、社会主义核心价值观等。争取每年宣讲场次和听众人次有所突破。
项目实施情况	围绕苏州地区新四军抗战历程、遗址遗迹、英雄事迹开展课题攻关，系统整理珍贵史料。紧扣纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年，梳理新四军华中抗战重要贡献，彰显党的中流砥柱作用。与苏州日报合作开展宣传，苏州日报专栏发布相关报道。依托新媒体推出短视频、音频党课等融媒体产品，扩大覆盖面与影响力。协助推进抗战遗址遗迹保护修缮与活化利用，助力红色教育基地建设，为爱国主义教育和革命传统教育提供坚实载体。构建“报、网、声、屏、展、影”立体化宣传格局，实现“报纸有文字、广播有声音、电视有形象”。
项目管理成效	全年向中国新四军研究会、省新四军研究会撰写论文12篇，分别入选4篇、3篇；挖掘整理“冲山二十天”等新四军太湖游击支队史实，在苏州人民广播电台播出；与苏州大学出版社签约出版《他们从硝烟中走来——苏州抗战老兵口述史》《江南水乡战——苏州军民抗战故事绘本》。成功举办纪念抗战胜利80周年老战士书画展；开展“红色光影学党史”爱国主义电影微党课；参与制作的电影《太湖英雄》即将上映；成功举办“纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年”主题宣讲月活动，单单一个9月就为全市人民及大中小学提供宣讲112次，人数达1.42万；在苏州日报开设“铭记历史，缅怀先烈”专栏，连载抗战老兵口述史；7次接受苏州电视台采访，为中央电视台国防军事频道“飞越抗日根据地”提供拍摄保障并获专门鸣谢；为以6位百岁新四军、八路军老战士为代表的百岁会员祝寿，并授予他们“百岁抗战老兵”荣誉肩带，社会声誉持续提升。开展“红色宣讲进基层”，组织老战士、党史专家走进机关、学校、企业、社区、军营及“两新”组织，讲好抗战故事、传播红色基因。
项目管理存在的问题及原因	1.老战士宣讲团的宣讲工作主要面向全市中小學生，对大专院校的针对性宣讲力度还不够，宣传提质增效还需加强，有待于进一步提升宣传的力度和广度，重点为全市高等院校师生提供精神食粮。 2.会员的年纪普遍较高，接受新事物、提供源源不断新的宣讲主题的能力有待提高。
进一步加强项目管理的建议	努力提升新四军铁军精神的宣传力度、宣讲质量，推动数和量的双提升。进一步优化、细化项目开支内容，完善项目支出。