

2022 年度南京市城市管理宣传教育中心 整体预算绩效自我评价报告

一、单位概况

（一）单位基本情况

根据 1995 年 3 月 23 日南京市机构编制委员会文件《关于同意建立南京市市容宣传教育馆的批复》（宁编字[1995]26 号），成立了南京市市容宣传教育馆（市副处级），全民事业性质，全额拨款事业单位。2013 年 1 月 29 日，南京市机构编制委员会办公室下发《关于清理规范南京市城市管理局所属事业单位的通知》（宁编办字[2013]16 号），南京市市容宣传教育馆更名为南京市城市管理宣传教育中心，单位性质为自收自支事业单位。2017 年 12 月，市编办发布《关于同意市城市管理局所属部分事业单位经费渠道调整和编制核减的批复》（[2017]316 号文），南京市城市管理宣传教育中心单位经费渠道调整为全额拨款，统一社会信用代码 12320100425804119Y，住所：南京市秦淮区复成里 40 号 6 楼；法定代表人：郑霞；开办资金 167 万元人民币。

宗旨和业务范围：负责搜集、编辑、管理城市管理工作相关视频、音频、图片等影像资料；负责局官方网站、政务新媒体的建设、运行、管理和维护；负责城市管理有关刊物的编辑出版和城市管理公益性广告的制作；协助局相关处室做好媒体通联、新闻宣传、通讯员队伍管理、教育培训、文化建设和城管先进典型的挖掘等工作。

南京市城市管理宣传教育中心内部设立综合科、业务科

两个科室。宣教中心编制数 8 个，截止 2022 年 12 月末在编在职员工 8 人，均为事业编制，编制外聘用 5 人，岗位设置领导一正一副，管理岗 6 个，专业技术岗 2 个。

截止 2022 年 12 月 31 日，宣教中心资产总额 305,015.55 元，负债总额 9.7 元，净资产 305005.85 元，固定资产净值 156712 元，占总额比例 51.37%，流动资产 148303.55 元，占总额比例 48.63%。宣教中心 2022 年度将长安之星汽车等 1 件资产，账面值 110137 元做报废处置，所得处置净收入 200 元整，已按非税收入收缴管理上缴市级财政，同时已在资产管理信息系统中办理相关处置手续。宣教中心资产库存在使用资产 125 件，其中通用设备 68 件，原值为 785851.84 元，累计折旧为 651412.7 元，净值为 134439.14 元；家具用具等 57 件，原值为 51120 元，累计折旧为 28847.14 元，净值为 22272.86 元。宣教中心房屋、车辆、50 万元以上通用设备、100 万元以上专用设备皆无。宣教中心资产配置效率和使用效益优良，人均占有办公室使用面积 7.7 平米，人均占有电脑设备 1.5 台、复印打印设备 0.9 台，资产闲置率为 0，无资产增值资产，无出租出借及对外投资资产。

（二）单位重点任务

1. 认真落实局党委意识形态和网络意识形态责任制。加强政务新媒体网络阵地管理，严格落实信息发布“三审三校”制，做好网上正面宣传引导，配合协同宣教处落实重大突发事件和热点舆情快速响应与协同处置机制，切实维护城管网络意识形态领域安全。

2. 高效运维城管政务新媒体。做好学习、贯彻党的二十大和城管工作信息专题发布，全年不少于 2000 条；努力按精品质量实施微博直播，全年不少于 25 次；做好《城管行》《城管小妹》等特色栏目的新媒体发布；《城管行》及时上传市局官网。实施在线政民互动，增强官微传播力和公信力。

3. 加强全市城管系统舆情监测、管理和工作指导。落实《南京市城管系统舆情管理办法》，做好全市城管系统网络舆情监测，监督指导各区开展网络舆情事件处置。跟踪做好市局新闻发布会传播数据收集利用，按月编发《城管网络舆情月报》。

4. 提升全市城管政务新媒体矩阵管理效能。以考评细则为指针，从严督导，正确指导，努力提高全市各区城管政务新媒体工作水平。经常性开展“宁言先锋”工作，加强队伍建设，做好全市城管系统网络意识形态和专项业务培训。

5. 做好法治建设相关工作，及时移交网络舆情案件线索。完成市局系统宣传保障任务，相关视频、音频、图片、文档资料及时纳入音像资料库管理。

（三）单位收支情况

1. 预算收支情况

2022 年我中心年初预算为 2,585,000.00 元，年底实际收入为 2,574,394.96 元，年底实际支出为 2,585,252.33 元，结转结余 87,257.45 元。

2022 年财政拨款收入 2,569,193.30 元，其他收入 5,201.66 元，共计 2,574,394.96 元；

2022 年基本支出 2,345,252.33 元，项目支出 240,000.00 元，共计 2,585,252.33 元。

2. 重点经济分类支出执行情况

(1) “三公”经费支出情况

2022 年宣教中心财政拨款“三公”经费支出情况表

单位：元

人员：13 人

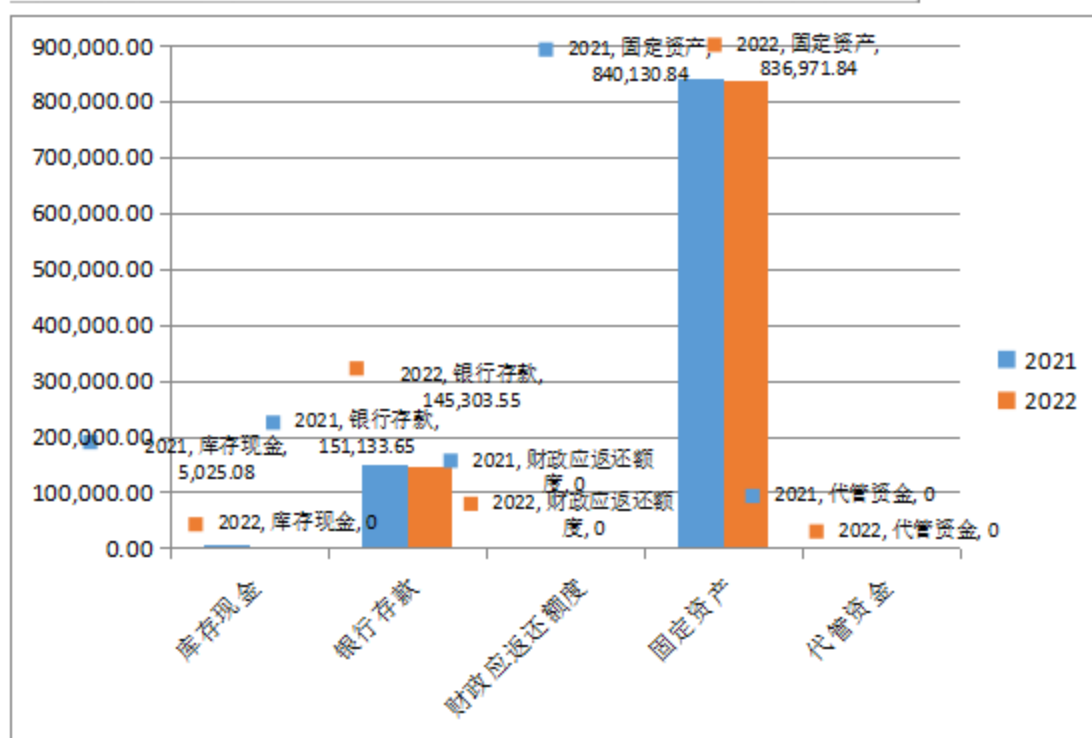
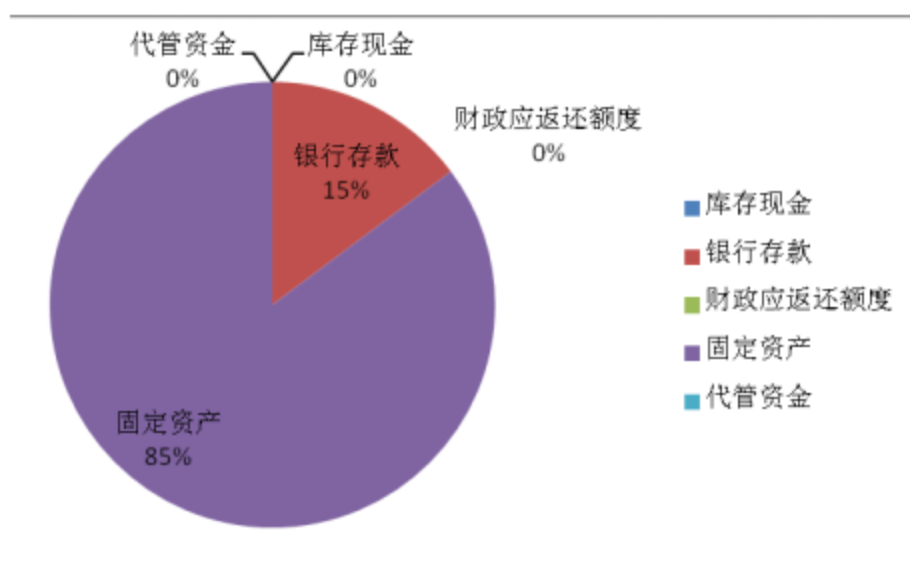
项目	本年预算数	本年决算数	上年预算数	上年决算数	上年人均数	本年人均数
合计	23240	1280	16000	0	0	160
1、因公出国（境）费用	0	0	0	0	0	0
2、公务接待费	0	0	0	0	0	0
3、公务用车费	0	0	0	0	0	0
其中：公务用车运行维护费	0	0	0	0	0	0
公务用车购置费	0	0	0	0	0	0
培训费	13440	1280	16000	0	0	160
会议费	9800	0	0	0	0	0

(2) 其他对单位影响较大的支出情况

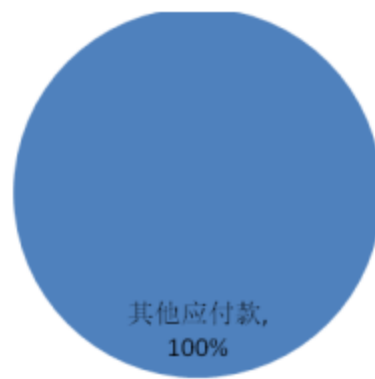
2022 年全年对单位影响较大的支出主要有：微博专项经费中的微博日常保障支出，微直播运行经费，舆情监控系统年服务费，微博矩阵建设经费等项目支出总计约 24 万元；公务交通报销费用 5.49 万元；工会经费 2 万元；电费 1.19 万元；租赁费 2.07 万元；政府采购高速扫描仪一台、净水器一台，共计 1.07 万元。

3. 与预算支出相关的其他指标分析

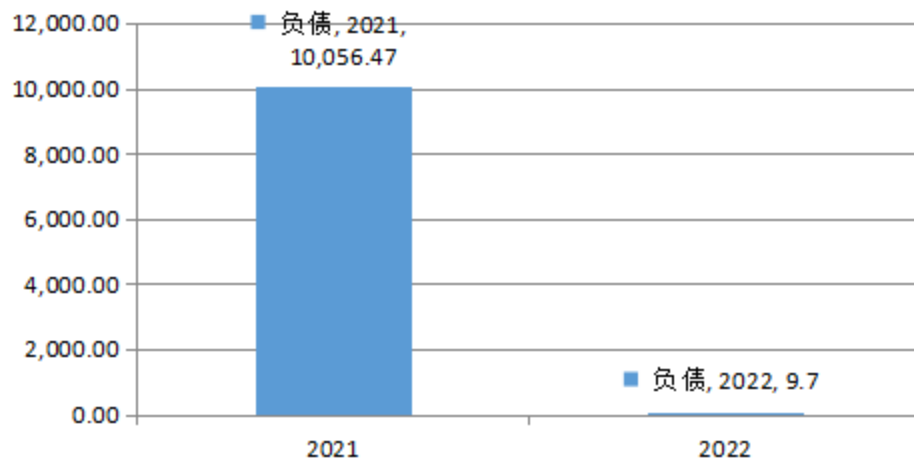
(1) 资产负债结构情况



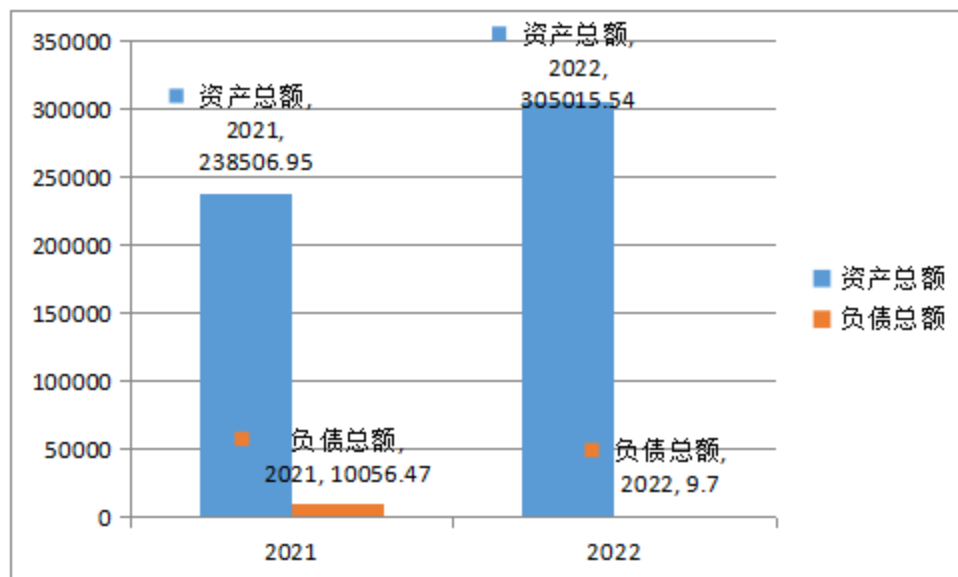
2022 年负债构成



负债情况对比表



(2) 资产负债对比分析



2022 年资产总额 305,015.54 元，负债总额 9.7 元，

资产负债率为 0.003%。

（四）单位绩效目标

1. 单位中长期目标

（1）建设优质政务新媒体，粉丝数量超百万。（2）提升政务新媒体矩阵管理能力，考评体系更加合理。（3）舆情管理制度化运行，促进管理监督方式变革。

2. 单位年度绩效目标

建设优质政务新媒体，持续提高网络舆论引导力、服务影响力。提高规划策划水平，以网络融媒体建设为契机，建设高质量城管政务新媒体。推进政务公开，强化解读回应。加强政民互动，创新社会治理。突出民生事项，优化掌上服务。提升政务新媒体矩阵管理能力，不断深化宣传工作考评目标指引作用。坚持目标导向、问题导向，分类指导，稳健提升全市区级城管政务新媒体建设运行水平。坚持创新发展，突出内容建设，不断优化细化考评工作标准，塑造高品质政务新媒体矩阵。加强网络舆情管理，创新机制运行，探索管理监督新路径。严格落实舆情管理相关工作制度，建立网上舆情引导与网下处置、监察督查相同步、相协调的工作机制，研判社情民意，为上级机关决策提供精准服务。

二、评价结论

（一）基本情况

1. 评价目的

根据《中华人民共和国预算法》《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）《江

苏省省级预算绩效管理成果应用暂行办法》（苏财绩〔2019〕17号）《南京市全面实施预算绩效管理三年（2019-2021年）行动计划》（宁委办发〔2019〕84号）和《关于印发2023年南京市市级预算部门（单位）绩效管理工作的通知》（宁财绩〔2023〕71号）等文件要求，落实“全面实施预算绩效管理”要求，提高预算管理透明度，提升绩效管理水平，强化社会监督，提高履职边际效益，对财政资金收入的合规性、全面性、合理性，资金支出的经济性、效率性、效益性、公平性和可持续性，结合单位履职效能进行客观、公正的测量、分析和研判。

2. 评价对象、范围和原则

评价对象：南京市城市管理宣传教育中心

评价范围：2022年度部门预算

评价原则：科学合理、统筹兼顾、激励约束、公开透明。

3. 评价方法

依据国家省市相关法律法规、规章制度，行业政策、行业标准和专业技术规范，财政管理制度、会计核算制度、专项资金管理办法等，对照本单位中期发展规划和年度工作目标，收集相关资料，采用调查取证、多层面访谈、实地调研、满意度测评等方式，运用效益分析、结果比较、因素分析、公众评判等评价方法，对年度各项工作完成情况的数据进行汇总、整理、分析，按照设定的评分标准对绩效评估对象进行评分。

4. 指标体系

见附件：部门整体绩效评价指标体系

（二）评价组织实施

本次绩效评价由综合科牵头组织实施，业务科配合，采用调查收集、多层面访谈、实地调研、满意度测评等方式，结合此前部分工作任务现场了解的信息，查阅相关支出账目，进行科学合理的分析评价，运用效益分析、结果比较、因素分析、公众评判等评价方法，通过建立评价指标体系，兼顾各项工作任务，群众反映的热点难点问题，紧密围绕年度工作完成情况，形成评价结论。

（三）评价结论

通过收集相关资料，采用调查取证、多层面访谈、实地调研、满意度测评等方式，运用建立的评价指标体系，对数据进行汇总、整理、分析及计算，按照设定的评分标准对绩效评估对象进行评分。经自评价，2022年度宣教中心整体绩效在资金使用效率上较高，实现了财政资金高效使用，取得了良好的社会效益，部门履职上较好的完成了年度工作任务，达到年初设立的工作目标，大部分指标都超过目标值。工作中不断提高社会公众参与城市管理微博讨论发言，通过持之以恒不懈努力重塑了城管行业的正面形象。本次绩效自评价总得分95.2分，等级为优秀。

宣教中心按照局党委工作部署和要求，全力推进两微发布，扩大官媒传播力影响力；全力推进矩阵管理，强化宣传技能培训；全力抓好舆情管控，维护意识形态安全，对照宣教中心中期规划和年度目标任务以及市局职能工作考核项

目与计分办法，本着实事求是的态度，认真逐条对照考核标准，较好地完成了各项工作任务。

三、部门履职成效

（一）部门决策

通过多年加强制度建设，宣教中心制定了《南京市城市管理宣传教育中心三重一大会议规则》、《南京市城市管理宣传教育中心内部控制制度》、《南京市城市管理宣传教育中心制度汇编》等制度。结合宣教中心职能编制了《南京市城市管理宣传教育中心中期发展规划》，确立了本单位中期发展目标。围绕单位主要任务，制定年度工作计划。综合科牵头，业务科配合，结合下一年度工作任务，科学编制部门预算，并报支委会审议通过。

（二）单位管理

宣教中心内控制度建设于2018年起步，2019年开始建设，2020、2021、2022年稳步运行。先后印发了《南京市城市管理宣传教育中心内部控制制度》和《南京市城市管理宣传教育中心内部控制手册》，对预决算管理、收支管理、资产管理、政府采购、合同管理等制度做了全面修改完善，明确了各项业务办理流程图，对风险点防控做了细化，保证了业务办理有据可依，监督有章可循。根据绩效评价工作安排，业务科协同参与，对专项资金开展前期评价，按时申报绩效目标，完成了跟踪评价报告，出具了绩效目标年度自我评价报告，对评价过程中发现的问题进行了整改落实。

（三）履职情况

1. 加强正面宣传，传播正能量。做好城管两微策划管理，全年微信策划 46 期，发布 211 条。抗疫期间，下沉市城管局支援淳化疫情防控一线，与南报周末持续发布《“两在两同”抗疫日志》23 篇，鼓舞士气，凝聚力量；做好微博策划和主题信息发布，专题设置#喜迎二十大#话题，以视频推送为主，发布信息 92 条；持续发布《城管行》电视栏目 280 期、《城管小妹》系列动漫 29 期；全年共计发布微博 2003 条，提升了网友的阅读体验。围绕垃圾分类、环境综合整治、垃圾分类志愿者行动和共享停车等，开展现场微直播 26 场，阅读量超 1212 万。

2. 健全网评工作机制，加强网络传播。5 月初完善了全市区级城管“宁言先锋”网评队伍的工作和管理机制，将网评工作队伍扩充到区、街，各区网评员达到 360 人，全市队伍总人数超过 450 人，举办 12 个区级队伍中队长培训会 2 场。

3. 聚焦民生热点，走好网上群众路线。加强政务新媒体后台值守，针对网民提出的质询和疑虑及时进行线上交流，答疑解惑，平复情绪。

4. 重视源头管理，确保线上线下安全。修订并严格执行信息发布“三审三校”机制，按照市委网信办和市政府办公厅政务公开办要求，做好月度和季度检查、自查，并按照规定时间节点上报整改报告。定期更换工作密码，有效阻止网络攻击和其他意外事故。全年无意识形态事故或舆情事件发生。

5. 加强考评细则修订和工作指导。听取各区意见和建议，

修订城管两微发布和舆情考评细则。考评细实施后，一季度采取线上会议，二季度采取 12 区挨个走访的形式，向各区通报全市工作情况，多方听取各区对两微发布及舆情考评方面的意见，现场指导工作，做好服务。

6. 监控网络舆情，提升矩阵管理效能。共监测处理舆情 608 起，涉及市容环卫、违建、违停和执法等，2 小时内签收率达 98%以上，5 日内反馈处理意见率 100%。组织开展全市城管系统领导开展网络意识形态培训，提升舆情分析、研判和处置等工作能力。

7. 规范法治建设管理，完善工作台账。一年来，宣教中心不断完善法治建设工作，制定了法治建设工作方案，不断提升干部职工法治意识。组织干部参加市局执法业务培训，通过网上答题等形式开展日常执法业务学习，利用“两微”平台开展《国家安全法》《保密法》《民法典》等法治宣传周活动，提升网民法律意识。做好省住建厅线上办案系统的舆情线索移交，提高案件办理质量，提升依法行政业务能力。

8. 认真做好群众网上举报办理工作。结合宣教中心承担网宣工作特点，重点关注媒体曝光、群众举报、市长信箱、城管网站以及网民反映的热点、难点问题，做好 12345、12319 服务热线办理工作，中心全年未收到一起案件，完结率 100%。做好人大代表、政协委员建议提案的答复工作方面，宣教中心也未收到一例案件。

（四）履职成效

1. 经济效益：无。

2. 社会效益:通过两微政务新媒体宣传,向全体网民全面介绍了全市城管各行业工作,尤其是在垃圾分类、环境卫生、市容秩序、渣土整治、行政执法等市政府重点工作上的工作业绩,成为城管部门走网络群众路线,高效服务民生服务社会的真诚举动,扩大了南京城管的传播力、影响力,为塑造以“南京发布”为主的政务新媒体矩阵提供了有力支撑,有效提升城管执法形象。通过后台信息沟通和舆情管理,直接倾听民生,在线交流,答疑解惑,为打造数字政府、疏解民意,增强网民的获得感奠定网络基础。

3. 生态效益:通过垃圾分类的专项宣传,积极主动地引导网民日常生活行为,为居民生活垃圾减量化、资源化,继而贯彻“绿水青山就是金山银山”的生态文明理念奠定群众基础。

4. 满意度:2022年通过南京城管微博发起5000份调查问卷,对南京城管的日常工作,包括环境卫生和市容改善成效、街道日常环境维护状况、街道城市管理硬件设施建设、街道城管行政执法、街道整体城市管理状况等进行了满意度测评,满意度为95%。2022年宣教中心加大对微博媒体曝光、群众举报、市长信箱、群众反映的热点、难点问题的办理力度,认真做好12345、12319服务热线办理工作,回复率100%,办结率100%,群众满意率95%。

四、存在的问题

1. 单位编制少,业务多,专项经费偏少,制约了宣传工作发展。

2. 内控制度建设还有待完善，管理有待加强。
3. 财务管理的执行力有待提升，项目序时进度时快时慢，有待改进。
4. 城市管理政务新媒体的服务功能还需要进一步提高。

五、有关建议

针对上述存在的问题及整体支出管理工作的需要，拟实施的改进措施如下：

1. 继续加强内控制度建设，吸取上级主管部门及其他单位的优秀经验，早日完善成熟。
2. 加强财务管理，严格财务审核。在费用报账支付时，按照预算规定的费用项目和用途进行资金使用审核、列报支付、财务核算，杜绝超支现象的发生。
3. 加强项目开展进度的跟踪，开展项目绩效评价，确保项目绩效目标按时有序完成。
4. 呼应广大网民对政务新媒体发布工作的需要和需求，两微发布的工作水平还需进一步提高，进一步提高主题策划和政民互动的能力，提高群众满意率，扩大城管政务新媒体的传播力和影响力。
5. 期望财政部门能加大对宣教中心这样的宣传教育机构的政策与资金支持。

六、评价工作开展情况及其他需说明的情况

无。

南京市城市管理宣传教育中心

2023年5月26日

附件：部门整体绩效评价指标体系得分情况

一级指标	二级指标	三级指标（参考）	指标说明	评价要点	自评得分
A 部门决策（20分）	A1 决策机制（6分）	A11 决策制度的规范性（2分）	指决策制度是否规范，三重一大议事规则是否完善	指决策制度、三重一大议事规则制度完善	1.8
		A12 决策流程的科学性（2分）	决策流程是否科学	决策流程科学	1.8
		A13 决策执行监督制衡机制（2分）	决策制衡机制是否设立	已设立决策制衡机制	2
	A2 中长期规划（2分）	A2 中长期规划与部门职能的匹配性（2分）	中长期规划与部门职能的匹配性	中长期规划与部门职能匹配	2
	A3 年度工作计划（6分）	A31 年度工作计划明确性（3分）	年度工作计划明确性	年度工作计划明确	3
		A32 年度工作计划与部门职能的匹配性（3分）	年度工作计划与部门职能的匹配性	年度工作计划与部门职能的匹配	3

一级指标	二级指标	三级指标（参考）	指标说明	评价要点	自评得分
	A4 部门预算编制（6分）	A41 预算编制科学规范（3分）	预算编制指“内部预算编制”，“科学”衡量制度设计，“规范”衡量流程执行	内部预算编制完善，衡量制度设计科学，衡量流程规范	3
		A42 预算编制与重点工作任务的匹配性（3分）	预算编制指“内部预算编制”	预算编制与重点工作任务匹配	3
B 部门管理（20分）	B1 预算执行（4分）	B11 部门预算执行率（1分）	与市财政局预算处考核口径一致	部门预算执行率 98%	1
		B12 专项资金执行率（1分）	与市财政局预算处考核口径一致	专项资金执行率 97.5%	1
		B13 “三公”经费控制率（1分）	“三公”经费使用超支扣分，若不超支则不扣分	“三公”经费不超标	1
		B14 预决算信息公开情况（1分）	预决算是否在“双平台”进行公开，内容和时限是否符合要求	在“双平台”进行公开，内容和时限符合要求	1
	B2 收支管理（2分）	B21 收支管理制度健全性（1分）	收支管理制度是否健全	收支管理制度健全	1
		B22 收支管理是否按制度执行（1分）	收支管理是否按制度执行	收支管理按制度执行	1

一级指标	二级指标	三级指标（参考）	指标说明	评价要点	自评得分
	B3 资产管理（2分）	B31 资产管理制度健全性（1分）	资产管理制度健全性	资产管理制度健全	1
		B32 资产管理是否按制度执行（1分）	资产管理是否按制度执行	资产管理按制度执行	1
	B4 政府采购管理（2分）	B41 政府采购管理制度健全性（1分）	政府采购管理制度是否健全	政府采购管理制度健全	1
		B42 政府采购管理是否按制度执行（1分）	政府采购管理是否按制度执行	政府采购管理按制度执行	1
	B5 内部控制管理（7分）	B61 内部控制建设情况（3分）	内部控制建设情况	有内控手册，装订成册分发到每个人	3
		B62 内部控制执行情况（2分）	内部控制执行情况	通过重新执行程序评价内控是否有效	2
		B63 内部控制监督评价（2分）	内部控制监督评价	有内部内控评价报告	2
	B6 预算绩效管理（3分）	B61 组织管理情况（2分）	主要包含制度建设、职能配置、分行业的指标体系	制度建设完善、职能配置合理，指标体系健全	2

一级指标	二级指标	三级指标（参考）	指标说明	评价要点	自评得分
	分)	B62 工作开展情况 (1 分)	包含事前评估、目标管理、跟踪评价、自我评价和整改落实	有项目评估报告、绩效目标申报表、项目跟踪评价表、项目绩效自评表、整改落实情况说明。	1
C 部门履职（部门职能履职情况） (30 分)	C1 市城管局政务新媒体发布 (10 分)	C11 是否完成(4分)	全年发布信息 2003 条； 开展微博视频直播 26 次； 播发《城管行》280 期； 播发《城管小妹》29 期。	部分完成	3.6
		C12 完成质量(3分)	粉丝量 39.3 万	好	3
		C13 完成时效(3分)	一年	好	3
	C2 全市城管政务新媒体	C21 是否完成(4分)	每月出具考评报表， 每半年开展工作考评； 每季度召开会议；每半年举行一次专项	完成	4

一级指标	二级指标	三级指标（参考）	指标说明	评价要点	自评得分
	矩阵管理（10分）		培训。		
		C22 完成质量(3分)	100%	好	3
		C23 完成时效(3分)	季度完成	好	3
	C3 全市城管系统舆情监测和管理（10分）	C31 是否完成(4分)	完成	好	4
		C32 完成质量(3分)	每月出具考评报表，每半年开展工作考评。网络舆情监测，监督指导舆情事件处置 608 次。	好	3
		C33 完成时效(3分)	每月完成	好	3
D 履职绩效（30分）	D1 经济效益（不适用）	无		不适用	不适用
	D2 社会效益（10分）	有	扩大了南京城管的传播力、影响力，为塑造以“南京发布”为主的政务新媒体	较好	8

一级指标	二级指标	三级指标（参考）	指标说明	评价要点	自评得分
			矩阵提供了有力支撑，有效提升城管执法形象		
	D3 生态效益（10分）	有	通过垃圾分类的专项宣传，积极主动地引导网民日常生活行为。	较好	8
	D4 满意度（10分）	总体满意	包含服务对象（可选）、管理对象（可选）、间接受益对象（可选）等	管理对象满意，服务对象总体满意。	10
E 加减分项（≤5分）	E1 加分项		部门（单位）受到国务院、省级、市级嘉奖	无	
	E2 减分项		部门（单位）或工作人员违法违纪	无	
合计					95.2