

2023 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：束鹏；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 2023 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 2023 年 12 月 31 日，宣教中心资产总额 318,894.30 元，负债总额 0 元，净资产 318,894.30 元，固定资产净值 159827.44 元，占总额比例 50.12%，流动资产 159066.86 元，占总额比例 49.88%。宣教中心资产库存在使用资产 135 件，其中通用设备 78 件，原值为 828643.84 元，累计折旧为 687730.4 元；家具用具等 57 件，原值为 51120 元，累计折旧为 32206 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. 认真落实局党组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 1000 条，视频占比不少于 35%；努力按精品质量实施微博直播，全年不少于 20 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》。

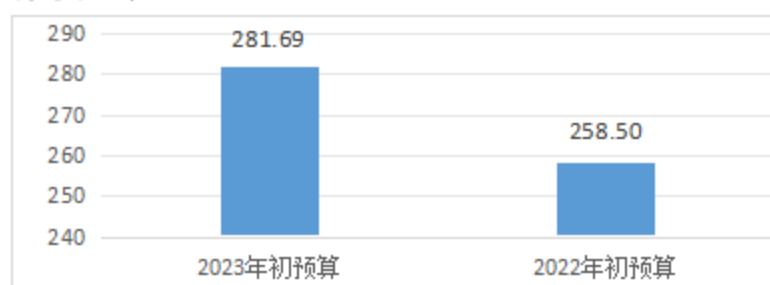
4. 提升全市城管两微矩阵管理效能。以考评细则为指针，从严督导，正确指导，努力提高全市各区城管政务新媒体工作水平。经常性开展“宁言先锋”工作，加强队伍建设，做好全市城管系统网络意识形态和专项业务培训。

5. 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. 收入支出预算安排情况。

单位收入、支出年初预算安排情况，与上年对比情况及增减变动原因。



收入年初预算安排情况、与上年收入预算对比变动情况。

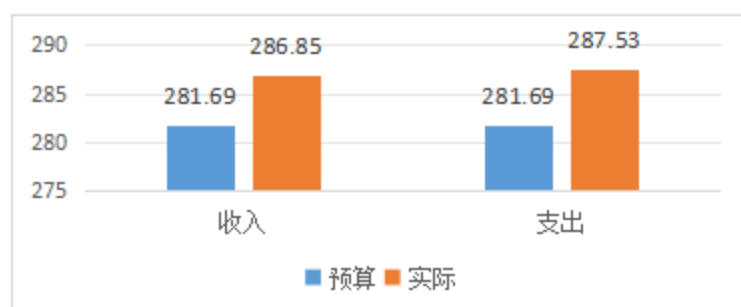
2023 年，下达年初预算 281.69 万元，其中财政拨款收入 281.69 万元，事业收入 0 万元，其他收入 0 万元，经营收入 0 万元；使用非财政拨款结余 0 万元，年初结转和结余 0

万元。当年财政拨款收入占比 100%。

与上年相比，本年收入增加23.19万元，增长8.97%，其中：一般公共预算财政拨款收入增加23.19万元，增长8.97%，原因为单位新增在职在编人员一名。事业收入增加0万元，增长0%，经营收入增加0万元，增长0%，其他收入增加0万元，增长0%。

2. 收入支出预算执行情况。

当年收入支出预算执行基本情况，与上年度对比情况，包括增减绝对值与幅度，增减变动主要原因。



2023年我单位收入预算281.69万元，实际收入286.85万元，比预算增加5.16万元，收入预算完成率100%。

2023年我单位支出预算281.69万元，实际支出287.53万元，比预算增加5.84万元，支出预算完成率100%。

收入与支出绝对值差额的原因为，使用单位存量资金缴纳残保金。

（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）绩效管理工作要求的通知》（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：2023 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，2023 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 95.4 分，等级为优秀。

宣教中心按照局党组工作部署和要求，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、2023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. 坚持正确导向，持续扩大正面宣传。坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平总书记关于网络强国的重要思想武装头脑、指导实践、推动政务新媒体工作。充分运用微博、微信宣传阵地，多维度多角度宣传全市城管系统垃圾分类、共享停车、行政执法、安全生产和法治建设的工作成果和经验做法，讲好城管故事，展现城管形象；在中秋、国庆期间，以“双节保障我在岗”为专栏，每天推

出各区城管执法、环卫保洁岗位上工作的干部职工的图文报道，发布微博 49 条，“南京市城管局”微信发布国庆特辑，营造了浓厚的国庆宣传氛围。围绕“学习贯彻党的二十大精神”

“开展主题教育”等，开设专栏话题，加大主题宣传、政策解读以及权威信息转载。利用“南京城管”微博在线直播 13 场，充分展现各区在城市治理、街巷整治、垃圾分类等方面取得的成效，阅读量超 708 万，截止 12 月 31 日，微信策划 44 期，发布 226 条；微博发布 1506 条，其中，视频信息发布 683 条，占比 45.3%，播发《城管行》309 期、《城管小妹》37 期；微博粉丝 41.7 万。

2. 夯实工作基础，落实舆情长效管理。认真落实市委“两个实施方案”“四个工作指引”“一个方案”和“一个清单”的有关要求，针对今年城管舆情快速上升的特点，赴基层开展舆情管理工作调研，修订和制定相关管理制度，积极妥善处置各类舆情，确保了城管网络意识形态领域安全。

一是开展基层舆情管理工作调研。针对各区舆情管理中存在应对能力不足、风险评估机制缺失、防范化解手段不多等问题，由局党组副书记唐磊带领宣教处、宣教中心开展城管系统舆情管理工作调研，深入了解市区街三级执法队伍舆情管理的总体情况和问题短板，坦诚交流行政执法和垃圾分类舆情管理的症结，收集全市城管意识形态工作风险点，听取基层一线城管干部意见和建议，为进一步健全舆情管理和风险防范化解机制奠定基础。

二是修订和制定舆情管理制度。在舆情管理调研基础上，修订《南京市城管系统舆情管理办法》，对标市委相关要求，维持原有总体结构稳定，增加“总体目

标”章节，在重大舆情处置部分，增加成立舆情应急处置工作专班要求，进一步夯实舆情管理基础。三是**落实常态研判机制**。根据市局《意识形态领域情况分析研判会议制度》要求，召开季度意识形态研判分析会，加强综合研判、协同处置、第一时间掌握风险隐患，针对垃圾分类、停车管理、行政执法等重点行业，加强敏感舆情监测预警、分析研判、应对处置，增强各单位风险预判能力。今年建立和实施了全市城管系统意识形态领域季度综合分析研判工作机制，前三季度按季度编辑《南京市城管系统网络意识形态领域季度分析研判报告》报市局宣教处。四是**加强舆情风险评估**。组织制定《2024年全市城管系统舆情风险清单》，按照“谁主管谁负责、谁主办谁负责和属地管理”原则，针对排查出的风险隐患，进行清单式管理，进一步压实意识形态工作责任。中秋国庆前夕，下发《关于做好双节期间舆情管理的通知》，指导各区城管部门真抓实干，降低风险，形成实效。

2023年共监测处理舆情1181起，其中垃圾分类舆情181起，市容环卫舆情283起，违法建设舆情117起，停车管理舆情109起，行政执法舆情232起，其他舆情259起。所有舆情2小时内签收率达99%以上，5日内反馈处理意见率100%，全年编辑《网络舆情月报》12期。

3. 强化源头管理，守牢网络意识形态阵地。认真落实政务公开办《南京市政务新媒体管理办法（试行）》相关要求，一是**完善阵地管理制度**。制定了《“南京城管”微博发布“三审三校”制度》和《“南京市城管局”微信号信息发布“三审三校”制度》，从工作原则、工作分工、三审三校，

进一步明确了舆论导向、管理要求、审核内容和追责问责，实现了信息采集、编辑、审核和发布全流程闭环管理，杜绝意识形态、舆论导向和信息内容的错误发布，确保阵地意识形态安全。二是**压实阵地管理责任**。层层签订责任书，明确意识形态工作责任，对因工作失误或失范，各环节因把关不严、信息不实，造成重大网络舆情的，依法依规严肃追究相关人员的责任，进一步起到警示作用。中心加强与南报网工作联系，通过召开宣教处、宣教中心和南报网三方推进会，赴南报网开展工作调研等形式，加强对内容供应商的日常管理，压实第三方阵地管理责任。

4. 加强矩阵建设，协同开展舆论引导。一是完善考评机制。根据市网信办《2023年度南京市政务新媒体评价体系》要求，在去年“两微发布和舆情管理考评细则”运行的基础上，修改完善2023年城管两微发布和舆情考评细则，并广泛听取各区意见和建议，进一步提升考评效能。二是**提高舆论引导质效**。利用“宁言先锋”平台，统筹市区网评力量，细化网评任务，明确网评要求，积极开展正面宣传和舆论引导。在今年新推的“65号一抹蓝”微信视频号传播和应对处置雨花台区铁心桥街道协管员午时冲洗店招、秦淮区大光路街道协管员涉嫌“违法贴单”等舆情中，通过关注评论点赞和主流观点跟评的方式，扩大正面发声，降低负面言论的蔓延，切实凸显网评队伍在重大主题宣传和舆论危机引导中的作用。为推进全市城管网评队伍高质量发展，针对市委巡察反馈意见，中心及时调整“宁言”网评核心队伍，将政治素质强，业务能力精、完成任务好的队员充实到核心队伍中，

不断提升网评舆论引导力。三是**加强矩阵队伍培训**。举办两期全市城管系统政务新媒体沙龙，通过专家指导、案例分享、座谈交流以及现场实操，加强政务新媒体建设，把握新媒体发展规律，创新思维理念和传播方式，提升政务新媒体传播力、影响力。

（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：2023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%。2023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
2024 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

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
	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
	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 95%	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 89.44%	0.8
		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

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
		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
	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	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

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
	理（7分）	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
		B62 工作开展情况（1分）	包含事前评估、目标管理、跟踪评价、自评价和整改落实	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	C1 市城管局政务新媒体发布	C11 是否完成（4分）	全年发布信息1506条；开展微博视频直播26次；播发《城管行》309期；播发《城管小妹》37期。	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
职情 况） （30 分）	（10 分）	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 矩阵 管理 （10 分）	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 年举行一次专项培训。	完成	4
		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

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
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 政务新媒体矩阵提供 了有力支撑，有效提升 城管执法形象	较好	8
	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 (≤	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	

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
5 分)					
合计					95.4