夔州旅游文化新区管理委员会

2020年度宣传推介资金自评报告

一、绩效目标分解下达情况

（一）县财政下达转移支付预算和绩效目标情况。

 2020年度预算项目为宣传推介资金，预算资金为30万元整，主要用于赴重庆主城及周边城市开展以“登三峡之巅，览夔门雄风”为主题的专项地推活动等。该项预算资金2020年度内基本支出完成。县财政2020年度下达宣传推介转移支付30万元，主要绩效目标为宣传LED投放3个月，电梯轿厢宣传4个月，舞台搭建6场，宣传物料制作10000份，签订合作数量5个，合同完成率≥95%，完成及时率100%，提升奉节旅游知名度提升，签约单位满意度≥95% 。

1. 部门资金安排、分解下达预算和绩效目标情况。

 该项目预算资金一次性下达至单位零余额账户。当年度已实地开展重庆主城及周边城市旅游推介活动。

二、绩效目标完成情况分析

（一）资金投入情况分析。

1.项目资金到位情况分析。

县财政局下达宣传推介经费项目预算30万元，到达资金100%。

2.项目资金执行情况分析。

 宣传LED投放3个月，电梯轿厢宣传4个月，舞台搭建6场，宣传物料制作10000份，签订合作数量5个，合同完成率≥95%，完成及时率100%，提升奉节旅游知名度提升，签约单位满意度≥95%。

3.项目资金管理情况分析。

项目资金下达零余额账户，由出纳员专管，会计审核支出记账。项目资金严格按照项目支出的范围、用途控制，坚持专款专用，不挤占挪用。项目资金支出的合法性、合理性，由会计把关以及核对，并进行会计核算，确保了项目资金的安全。

（二）绩效目标完成情况分析。

1.产出指标完成情况分析。

（1）数量指标。该笔预算资金主要用于宣传LED投放3个月，电梯轿厢宣传4个月，舞台搭建6场，宣传物料制作10000份，签订合作数量5个。资金使用完成率约100%。2020年预算项目已完成，项目实际完成率为100%。总体完成进度较好，完成率较好，预算项目的执行力度较好，能够实现履职任务目标。

（2）质量指标。该项目合同完成率100%,质量均已达标，在履职质量的目标实现程度方面把控较好。

（3）时效指标。完成及时率为100%。

2.效益指标完成情况分析。

（1）社会效益。赴重庆主城及周边城市开展以“登三峡之巅，览夔门雄风”为主题的专项地推活动，以把握好疫后发展的机遇，寻求我县文化旅游发展新的突破。

3.满意度指标完成情况分析。签约单位满意度达到95%以上。

三、偏离绩效目标的原因和下一步改进措施

由于前期准备工作不足，造成项目资金支出进度缓慢。下一步将做好项目前期工作，及时按进度支出项目经费。

1. 绩效自评结果拟应用和公开情况

 通过此次绩效自评，总结了项目资金管理经验，为今后预算项目编制提供了经验，为今后项目绩效评价提供了依据。自评报告完成后将按要求及时在政府门户网站公开。

五、其他需要说明的问题

无。

夔州旅游文化新区管理委员会

 2021年5月19日