

项目绩效目标表

项目名称		(市拨) 第十一届广东省鲁迅文学艺术奖奖金			
项目类型		其他事业发展性支出			
项目等级		二级项目			
主管部门		东莞市长安镇宣传教育文体旅游办公室			
用款单位		东莞市长安镇宣传教育文体旅游办公室			
实施周期		起始年度	2024年	到期年度	2024年
2024年预算金额		0.60万元			
总体绩效目标		实施周期总目标			
		——			
		2024年度目标			
		通过对荣获第十一届广东省鲁迅文学艺术奖的舞蹈作品《东江纵队》进行排练打磨提升，录制视频及线上展播宣传，不断提升长安舞蹈作品在全市、全省的影响力。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	实施周期指标值	当年度指标值
	产出指标	数量指标	录制视频制作数量	——	1个
			打磨提升排练次数	——	4次
			线上展播宣传次数	——	1次
		质量指标	资金使用合规率	——	100%
			视频录制制作时长	——	≥5分钟
		时效指标	工作任务完成及时率	——	100%
			支付及时率	——	100%
		成本指标	预算执行率	——	≥90%
	效益指标	社会效益指标	项目对长安舞蹈知名度提升程度	——	有效提升
			群众对作品打磨制作后宣传知晓率	——	≥85%
		可持续影响指标	作品打磨提升后参演参赛的可持续性	——	持续开展
	满意度指标	服务对象满意度指标	有效投诉处理率	——	100%
			投诉处理满意率	——	≥90%

项目绩效目标表

项目名称		体育活动经费			
项目类型		其他特定目标类（部门职能类）			
项目等级		二级项目			
主管部门		东莞市长安镇宣传教育文体旅游办公室			
用款单位		东莞市长安镇宣传教育文体旅游办公室			
实施周期		起始年度	2024年	到期年度	2024年
2024年预算金额		429.00万元			
总体绩效目标		实施周期总目标			
		——			
		2024年度目标			
		通过市男子篮球联赛、广东省青少年三人篮球赛、广东省男子篮球联赛全明星赛、广东省青少年三人篮球赛文化嘉年华系列活动、长安镇龙舟竞渡活动、足球活动、镇街公务员篮球比赛、元旦迎春长跑及全民健身等系列活动，加强市民身体素质，建立时尚健康的生活，推动我镇竞技体育、群众体育、体育产业的全面发展。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	实施周期指标值	当年度指标值
	产出指标	数量指标	参加东莞市篮球联赛场次	——	≥6场
			举办青少年篮球艺术节活动场次	——	150场
			参加东莞市镇街公务员篮球联赛场次	——	5场
			体育活动宣传次数	——	15次
			参赛运动员数量	——	≥2200人
			外聘球员数量	——	≥7人
			聘用教练员人数	——	≥2人
			宣传片数量	——	1个
			足球系列活动场次	——	≥8场
			全民健身活动场次	——	5场次
			举办新年长跑活动场次	——	1场
			开展龙舟活动场次	——	≥15场次
			参加龙舟竞渡活动队伍数	——	≥20支
			参加龙舟竞渡活动运动员数量	——	≥600人
		质量指标	活动设施交付率	——	100%
			安保组织工作到位率	——	100%
			装备和器材质量合格率	——	100%
			宣传广告时长	——	3分钟/个
			活动事故发生次数	——	0次
		时效指标	各项活动按时完成达标率	——	100%
			活动经费支付及时率	——	100%
		成本指标	预算执行率	——	≥90%

	一级指标	二级指标	三级指标	实施周期指标值	当年度指标值
绩效指标	效益指标	社会效益指标	活动好评增长率	——	>0%
			群众身体素质等方面的提升程度	——	提升
			群众对活动知晓率	——	≥85%
			市篮球比赛排名	——	保持甲组
			镇青少年篮球比赛水平	——	前六名
			观看比赛人数增长率	——	5%
		可持续影响指标	活动后期可持续性	——	可持续
	满意度指标	服务对象满意度指标	调查对象人数	——	200人
			调查对象满意度	——	≥90%
			有效投诉处理率	——	100%
			投诉处理满意率	——	≥90%

项目绩效目标表

项目名称		文化活动经费			
项目类型		其他特定目标类（部门职能类）			
项目等级		二级项目			
主管部门		东莞市长安镇宣传教育文体旅游办公室			
用款单位		东莞市长安镇宣传教育文体旅游办公室			
实施周期		起始年度	2024年	到期年度	2024年
2024年预算金额		235.37万元			
总体绩效目标		实施周期总目标			
		——			
		2024年度目标			
		通过策划举办中国东莞·长安摄影周、选堂学子培育行动计划、“我们的节日”、第八届广东省书法篆刻“南雅奖”等一系列独具长安特色的文化惠民品牌活动，满足人民对美好生活的向往，推动长安文艺事业高品质发展，助力建设“湾区智造之都魅力品质长安”。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	实施周期指标值	当年度指标值
	产出指标	数量指标	举办摄影展览场次	——	≥3场
			举办摄影比赛场数	——	1场
			活动宣传次数	——	≥12次
			举办摄影周讲座场次	——	≥2场
			展览级摄影作品数量	——	≥200幅
			举办选堂学子培育行动计划活动场次	——	≥5场
			举办我们的节日系列活动场次	——	≥4场
			举办南雅奖开幕式及展览活动场次	——	≥2场
			南雅奖印刷作品集数量	——	≥500册
			南雅奖评选获奖作品数量	——	35幅
			南雅奖入展作品数量	——	≥150幅
		质量指标	安保组织工作到位率	——	100%
			南雅奖奖金发放合规率	——	100%
			活动设施交付率	——	100%
			活动事故发生次数	——	0次
		时效指标	各项活动按时完成达标率	——	100%
			活动经费支付及时率	——	100%
			采购合同备案及时率	——	100%
		成本指标	预算执行率	——	≥90%

	一级指标	二级指标	三级指标	实施周期指标值	当年度指标值
绩效指标	效益指标	社会效益指标	惠民活动好评增长率	——	>0%
			群众文化素养等方面的提升程度	——	提升
			青少年核心素养的提升程度	——	有所提升
			参加活动人数增长率	——	>0%
			群众对活动知晓率	——	≥85%
			宣传片点击次数	——	≥500次
		可持续影响指标	活动后期可持续性	——	持续开展
	满意度指标	服务对象满意度指标	调查对象人数	——	200人
			活动参与人员满意度	——	≥90%
			有效投诉处理率	——	100%
			投诉处理满意率	——	≥90%

项目绩效目标表

项目名称		宣传活动经费			
项目类型		其他特定目标类（部门职能类）			
项目等级		二级项目			
主管部门		东莞市长安镇宣传教育文体旅游办公室			
用款单位		东莞市长安镇宣传教育文体旅游办公室			
实施周期		起始年度	2024年	到期年度	2024年
2024年预算金额		284.09万元			
总体绩效目标		实施周期总目标			
		——			
		2024年度目标			
		目标1：对公益广告载体定期进行安全检测并维护，保证广告载体安全牢固，并规范公益广告管理，发挥公益广告积极作用，提高公民文明素质和社会文明程度。 目标2：做好党报党刊的订阅工作、开展百姓宣讲活动、加大推广学习强国活动，营造良好的社会氛围；在长展会期间在省市媒体进行宣传，提升长展会区域品牌影响力。 目标3：与省、市级媒体平台合作，深度掌握舆情发展动向和媒体、民众态度，确保舆情应对的客观性、深度性和准确性，推进政务新媒体健康有序发展。 目标4:通过与省市媒体的合作，多方位、全角度积极稳妥的策划宣传报道，进一步提升长安的知名度和美誉度，为长安打造现代化城市营造更好的舆论氛围和宣传效果。 目标5：通过“风度书屋”购置书籍的帮扶活动，丰富结对单位基层公共文化服务供给。 目标6：通过公益电影放映活动，进一步丰富人民群众精神文化生活，促进公共文化服务均等化、标准化。 目标7：通过“百县千镇万村高质量发展工程”户外宣传，形成浓厚宣传氛围，提高“百千万工程”的群众知晓率、参与率。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	实施周期指标值	当年度指标值
	产出指标	数量指标	公益广告维护覆盖范围	——	落地大牌11块、钢构横幅24条、T牌3块
			公益广告设计制作安装面积	——	7800平方米
			公益电影播放场次	——	123场次
			合作媒体数量	——	≥10家
			报纸刊登专版数量	——	10篇
			网站开设栏目数量	——	2个
			发布新闻线索数量	——	800条
			国内外主流媒体刊发涉长安报道数量	——	15000篇次
			举办媒体活动场次	——	2场
			举办学习强国推广活动场次	——	1场
			主流媒体报纸杂志及党委理论学习中心组书籍数量	——	100份
			宣讲活动场次	——	9场
			长安特色产业媒体宣传场次	——	专版≥2篇 报道≥70条
			舆情专报次数	——	重点舆情专报4次、健康度季报4次
			舆情早报次数	——	180次
			绿道长安画册及摄影集数量	——	3000本
			制作横幅条数	——	31条
			大型广告牌数量	——	4块
			景观小品数量	——	2个

	一级指标	二级指标	三级指标	实施周期指标值	当年度指标值
绩效指标	产出指标	质量指标	公益广告维护质量达标情况	——	严格按照合同执行
			公益广告作品和发布要求	——	严格按照文件执行
			报刊派送率	——	95%
			安全事故发生次数	——	0次
			宣传视频及制品质量合格率	——	100%
			舆情监控、督办系统运行故障率	——	≤3%
		时效指标	公益广告维护故障响应时间	——	≤24小时
			工作完成及时性	——	及时
		成本指标	预算执行率	——	≥90%
	效益指标	经济效益指标	宣传品使用率	——	95%
		社会效益指标	舆论氛围和宣传效果	——	良好
			新闻发言人业务能力提升程度	——	有所提升
			对提升长安特色产业区域品牌形象的促进程度	——	有效促进
			宣传覆盖率	——	90%
			群众对宣传知晓度	——	≥85%
			居民学习强国观念提高程度	——	有效提高
			负面舆情事件减少率	——	≥5%
		可持续影响指标	提升长安知名度和名誉度的可持续性	——	可持续
	满意度指标	服务对象满意度指标	调查对象人数	——	200人
			调查对象满意度	——	≥90%
			有效投诉处理率	——	100%
			投诉处理满意率	——	≥90%