

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		教育综合宣传服务		项目年份	2025	
项目主管部门(单位)		苏州市教育局				
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	
	63	0	63	0	0.36	
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	
	63	62.64	.36	0	0.36	
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		63		62.64		
教育综合宣传服务		63		62.64		
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（72分）	决策目标	立项依据充分性	充分	0.5	100%	0.5
		立项程序规范性	规范	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
		预算编制科学性	科学	0.5	100%	0.5
		资金分配合理性	合理	1	100%	1
	过程目标	资金使用合规性	合规	2	100%	2
		预算执行率	=100%	8	99.43%	7.77
		资金到位率	=100%	0.5	100%	0.5

		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	省级以上刊物发表	≥5 篇	8.34	5 篇	8.34
		宣传内容质量	高	8.33	100%	8.33
		宣传内容时效性	及时	8.33	100%	8.33
	效益目标	社会关注度	高	30	100%	30
合计						71.77

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 2025 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	大数据管理处（宣传与信息处）紧密围绕苏州市教育发展的中心工作和战略部署，主动融入教育现代化大局，积极应对教育领域信息化与舆论环境建设中的各项挑战。充分发挥大数据管理和教育宣传的双重职能，强化数据支撑和舆论引导能力，推动信息技术与教育治理深度融合。通过优化教育舆情监测机制、加强正面宣传和议题设置，持续提升苏州教育的传播力、影响力和公信力，为扎实推进高标准现代教育强市建设营造了健康、稳定、积极的舆论氛围。
项目总目标	一是加强国家、省、市各级各类党媒和教育类媒体的宣传合作，持续推出反映教育事业改革发展成果的专题报道、典型经验和政策解读，积极营造全社会关心支持教育的良好氛围，不断提升教育事业的媒介形象和舆论正向度。二是严格按照市政府办公室信息公开工作的相关要求，持续完善苏州市教育局官方网站的信息发布机制，及时准确公开政策文件、通知公告、工作动态、财政信息等重点内容，确保网站信息全面、更新

	及时、便于公众查询和监督。三是加强对网站第三方运维服务商的日常监督管理，定期开展服务质量评估与安全检测，确保网站系统稳定、数据安全、功能可用，有效提升在线服务体验和运维保障水平。四是建立健全网络舆情监测机制，对涉及本市教育领域的重大政策、热点事件、群众诉求等进行实时跟踪和综合分析，及时发现并汇报敏感信息，为舆论引导和决策应对提供支持。
年度绩效目标	在财政管理工作中，实现了预算执行率达到 99.43%，所有预算资金均已按计划完成支出。资金使用方面，严格遵循专款专用原则，完全做到将资金用于指定用途，杜绝了任何挪用或挤占现象。并健全了教育新闻与宣传专项财务制度，包括完善预算编制、执行监控和绩效评估机制，确保制度科学、透明。在所有资金使用过程中，始终坚持合理合规的原则，通过严格的内部控制和外部审计，保证每一笔支出都符合法律法规和政策要求，从而提升了资金使用效益和公共服务质量。
项目实施情况	1.全面做好苏州教育整体舆情感知与监测，通过技术手段开展 7*24 小时动态舆情监测。2.完成苏州教育“教育、科技、文化”三位一体宣传画册设计。制作引发 2025 年苏州教育工作记录《知行》，全方位展示苏州教育一年来取得成绩和经验。3.利用各级各类党媒和教育媒体做好苏州教育大宣传。《中国教育报》《江苏教育报》头版头条刊登“名城名校融合发展”“市域教育新样板向‘强’而行”“苏州学前教育专题报道”等内容，《求是》杂志刊发局长署名文章。持续深化与新华日报、扬子晚报、苏州日报、苏州广电总台等省市媒体的合作，在各级报刊、APP 及官微等平台发布新闻报道，营造全社会关心支持教育的良好氛围。4. 做好重大节点专题宣传活动。在开学季、教师节、中高考、“十四五”收官等重要节点，推出高质量图文专题和系列优质短视频，形成“两微”联动、图文影音并茂的宣传格局，截至 2025 年底，苏州教育微信公众号粉丝量达 125 万，微信视频号关注量达 20 万。组织庆祝第 41 个教师节全市优秀教师事迹报告会，对活动进行全程现场直播和图文回看，引发广泛好评。
项目管理成效	宣传工作、信息化工作以及教育舆情监测工作中紧密围绕党的教育方针，聚焦群众关切、社会广泛关注的重大改革政策，着力传递改革动向与解读信息，确保各项改革举措平稳落地。通过对教育领域最新动态、重要经验与关键进展的多维度、立体化观察，全面展现苏州教育系统在改革中全面发力、多点突破、蹄疾步稳、纵深推进的良好态势。在此基础上，精心做好选题策划，注重教育宣传的思想高度与叙事表现力的结合，以生动鲜活的故事化方式呈现教育动态，全面反映苏州教育蓬勃发展的崭新面貌和昂扬向上的整体风采。
项目管理存在的问题及原因	问题一，宣传内容与形式单一，创新不足。具体表现为宣传材料多集中于传统图文推送，形式重复性高，缺乏视觉吸引力和情感共鸣；未能结合视频、直播、互动等新媒体形式，内容呈现方式较为陈旧。其原因在于：对受众群体的真实需求和信息接收偏好调研不足，缺乏系统性和深入性的用户洞察分析；同时，宣传策略侧重于单向传递信息，而忽视了互动性与趣味性的构建，导致传播效力受限。问题二，受众参与度低，缺乏双向沟通渠道。具体表现在宣传活动中受众反馈较少，建议与意见收集机制不健全，难以形成有效的信息回流和共同体感。其根源在于：线上互动平台建设较为薄弱，例如缺乏专属社群、实时互动功能、定期

	线上活动等；现有渠道更多承担信息发布功能，而未构建起可持续的对话机制，从而影响了受众参与的积极性与归属感。
进一步加强项目管理的建议	引入“故事化”报道模式，深入挖掘教育一线中具有代表性和感染力的典型人物与案例，通过细腻的叙事和情感化的表达，增强报道的代入感和共鸣度，使传播更加有温度、有深度。积极结合可视化技术手段，如信息动画、短视频、线上直播、交互式图表等，将抽象的教育成果和复杂的政策内容转化为直观、生动的视觉语言，显著提升内容的表现力和吸引力。持续聚焦群众普遍关切的热点问题和社会高度关注的教育议题，及时回应公众期待，传递权威声音，全方位、多角度地展现苏州教育在改革创新、育人成果、师资建设等方面昂扬向上、积极进取的整体风貌。