

# 中国共产党广州市荔湾区委员会宣传部 2023 年部门整体支出绩效自评报告

## 一、基本情况

### （一）部门职能

根据相关规定，荔文[2019]14 号文件属于密件，内含我部主要职责，根据保密工作规定，内容不宜信息公开。

本部门行政单位 1 个，下属事业公益一类单位 1 个。下属单位具体包括：广州市荔湾区融媒体中心。

### （二）部门整体收支情况

全年预算数 3459.69 万元，执行数 3451.03 万元，完成预算的 99.75%。

按资金来源分，一般公共预算财政拨款支出 2778.09 万元，政府性基金预算财政拨款支出 580.93 万元，国有资本经营预算财政拨款支出 0 万元，其他资金支出 20 万元，年初结转和结余资金 80.66 万元。按支出性质看，基本支出 1268.98 万元，项目支出 2182.04 万元。

### （三）部门整体支出绩效目标

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚决贯彻落实党中央决策部署和省委市委区委工作要求，切实完成 2023 年度各项宣传文化工作，严格按照区委全会的部署，突出文化自

信自强，聚焦四大工程，打造四大品牌，高水平推进文化强区工作，不断将全区宣传思想文化事业推向新的高度，为全区经济社会高质量发展提供有力的思想保证、舆论支持、精神动力和文化条件。

#### （四）部门年度重点工作任务

开展一系列正面宣传，全面深化文明城市创建，以理论武装总揽、扫黄打非先行、新闻出版主导等各项工作。

## 二、综合评价分析

### （一）自评结论综述

从评价情况来看，本项目从预算编制、执行及使用效益情况均达到预期的绩效目标，项目绩效自评：优。

### （二）各重点工作任务绩效目标完成情况分析

**《任务一》**开展宣传聚力工程，构建荔湾大ip宣传体系、社会宣传全覆盖体系、舆论引导多方联动体系。

**完成情况** 一是围绕“百千万工程”“老城市新活力”“三大发展平台”、高质量发展等主题，组织协调中央、省、市各级主流媒体开展集中报道，累计组织各类媒体采访活动623次，刊发正面报道10738篇，在中秋国庆假期推出《放假行街嚟荔湾》栏目，相关报道阅读量达19.3万人次。二是打造短视频节目《荔湾·身边人身边事》，展现荔湾街坊积极向上的精神面貌，共发布44期内容，总阅读量达220万人次；打造《小荔有约》《最

美荔湾》等特色栏目，宣传荔湾旧城改造、产业转型成果。同时，在各类平台发布信息 17564 条，总阅读量 4481 万，开展网络直播 108 场，产出“10 万+”爆款作品 11 篇，最高单篇阅读量 557 万。三是推出 70 余篇外宣精品在中央电视台英语频道等多个网络平台传播、保障第五届世界媒体峰会外宾记者荔湾行，让约 200 名外宾记者亲身体会最有烟火味的广州风情；建强境外网评阵地。四是融平台影响力显著提升。区融媒体矩阵粉丝量突破 100 万；“广州荔湾发布”微博获得省地级市以下微博影响力周榜冠军、广州市政务微博月度跃升榜第一，8 次当选省政务微博影响力月榜（地级市以下）10 强。“广州荔湾发布”微信公众号获得全市区级政务微信影响力排行榜冠军 1 次、亚军 3 次、季军 4 次。“广州荔湾发布”南方号获 2022 年度影响力奖、权威首发奖、优秀运营者。

**《任务二》**开展文明入心工程，促进荔湾文化、文明建设，助力我区创建文明城市工作有序进行。

**完成情况** 一是德治教化成效显著。选送“广东好人”24 位、“广州好人”53 位，邓洪、陈泽滨荣登“广东好人榜”，区燕明、谭广辉等 10 人荣登“广州好人榜”；深化未成年人思想道德建设，吴睿琪、王悦涵荣获“广州市新时代好少年”称号；持续加强群众性宣传教育活动，邀请国防教育讲师到我区开展 19 场专题授课；举办“英雄花开英雄城”红色文化系列活动。二是

文明创建硕果盈枝。高质量完成文明城市创建测评任务，在 2023 年广州市城市文明程度指数第一季度测评调查中，我区综合成绩全市排名第二。三是文明实践贯通融入。印发《荔湾区拓展新时代文明实践中心（所、站）建设三年行动工作方案（2023 - 2025 年）》，荔湾区新时代文明实践中心（荔湾城市记忆馆）对外运营，接待游客近 30 万人次；印发公共文明引导志愿服务工作方案，向各单位划拨公共文明引导志愿服务经费 425 万元；推动“我们的节日”主题活动广泛开展，举办“海上生明月·天涯共此时”之“绿美羊城·灯之辉”中秋灯会亮灯仪式暨荔湾中秋晚会等活动。

**《任务三》**开展思想铸魂工程，为加快实现老城市新活力和“四个出新出彩”提供理论指导、精神动力、智力支持。

**完成情况** 一是争当理论武装“优等生”。稳步推进主题教育。召开 4 期主题教育读书班，处级以上领导讲党课 718 次、集中研讨交流 1432 人次；组织开展“新时代，我来讲”荔湾区优秀宣讲员大赛，深入挖掘、选拔、培育一批优秀百姓宣讲队伍；举办“政企同心共竞技”——“学习强国”知识竞赛活动，线上竞赛超 71 万人次参加。二是理论研究阐释持续深入。“西关学堂”发刊 45 期，“西关学堂”人民号共计发刊 95 篇，阅读量超 100 万人次；经验文章《大宣讲新模式助力高质量发展》在中共中央宣传部主管的《思想政治工作研究》杂志刊发，区委宣传部获评中共中央宣传部颁发的“2023 年度《党建》《学习活页文选》

学刊用刊工作先进集体”称号；全年举办 10 场“强国复兴有我”百团合唱展演活动。三是创新打造永庆坊·名家访谈等系列文化活动，为市民群众提供“家门口”的高品质文化供给；成立荔湾区文旅产业高质量发展联盟，吸引超过 130 家文旅企业、金融机构加入。

**《任务四》**构建舆论引导多方联动体系，做好舆情监看、分析，协调全区各部门共同参与网络安全及网络意识形态综合治理工作。

**完成情况** 一是严格落实 24 小时专人监看网络舆情，全年未发生民生负面舆情向意识形态领域传导事件。二是不断完善网信工作体系，开展网络文化传播、舆情应对处置等培训 8 场。

### （三）主要工作成效

2023 年，荔湾区委宣传部坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大精神，深刻领悟习近平文化思想，全面贯彻落实《中国共产党宣传工作条例》，始终围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象的使命任务，努力以更高标准、更实举措推动实现老城市新活力、“四个出新出彩”。

致力于用小故事讲好大道理，用一场场入脑入心的理论宣讲传递了党的“好声音”。精心筹备区委中心组学习 18 次，创新成立荔湾区政企宣传思政联盟，继续举办了“学习强国”知识竞

赛活动，“西关学堂”融媒体平台阅读量累计超 100 万，成功举办南国书香节首个专业性特色分会场，区委宣传部集体荣获中央宣传部颁发的“2023 年度学刊用刊工作先进集体”荣誉，相关工作经验也被《思想政治工作研究》杂志刊载。

致力于守牢守好安全底线，用一项项坚决有力的工作举措夯实了意识形态阵地的“防火墙”。举办各类意识形态培训，进一步规范了全区社会宣传阵地；网络安全、舆论引导、互联网行业党建、“扫黄打非”及新闻出版等工作提质增效。

致力于内宣外宣花开并蒂，用一篇篇出新出彩的新闻报道奏响了昂扬奋进的“主旋律”。组织各类媒体采访活动 623 次，刊发正面报道 10738 篇次；打造了短视频节目《荔湾·身边人身边事》，总阅读量达 220 万人次；“广州荔湾发布”产出“10 万”+爆款作品 11 篇（次），在各类融媒体平台影响力排行榜上多次名列前茅；还先后举办了 2023 白鹅潭高质量发展论坛、广州市历史文化保护传承大会等重要活动，并首次在澳门举办“非遗潮未来绽放大湾区”非遗交流活动。

致力于文明提升，用一件件向上向善的典型事例树起精神文明“风向标”。选送“广东好人”2 位、“广州好人”10 位，“我们的节日”主体活动广泛开展，“强国复兴有我”合唱、花地文学榜等系列活动亮点纷呈，还与广州好迪集团合作在陈家祠

共建了荔湾区新时代文明实践中心金花服务站；顺利建成荔湾区新时代文明实践中心(荔湾城市记忆馆)，累计接待游客近 30 万人次，高质量完成文明城市创建测评任务。

致力于赓续岭南文化的根和魂，用一个个活灵活现的文化品牌激活创新创造“新动能”。成立了广州大学荔湾研究院；“三棋三进”广泛开展，第 30 届“五羊杯”全国象棋冠军赛时隔 14 年后，重现荔湾“巅峰对决”；建成了广州首个生产教学经营展示一体化的非遗集聚区，创新打造了永庆坊·名家访谈系列文化交流活动品牌，推出了一系列非遗版权活动，与广州广播电视台联合制作《透过镜头看非遗》电视文化栏目，举办“湖上之光”“繁花再现”等诗会活动。

### 三、存在的主要问题

一是年初未合理规划资金使用的项目，部分项目因创建文明城市测评要求调整，计划项目延迟执行，资金使用进度不及时。

二是预算执行进度不均衡，如党报党刊征订等，因部分部门项目资金需年底支付，故项目资金存在年底较集中支付的现象。

三是年初指标预期实现值设置较为保守，在年初设置绩效指标预算值时，未合理估算本年度单位的预期成效，部分指标预期值设置较低，效益指标在年初时未充分明细为可量化的指标。

四是舆情监测机制有待提高，区域内媒体融合力度有待加

强，荔湾发布内容覆盖面不够丰富。

#### 四、下一步改进措施

一是结合我部实际情况，继续积极研究预算绩效管理工作，努力提升绩效管理水平和提高绩效指标编制水平，合理规划项目开展时间，加快项目实施进度，提高资金使用效益。

二是认真执行事前绩效评估和绩效目标申报、事中运行监控、事后绩效评价和绩效结果应用的全生命周期预算绩效管理机制，并不断提高绩效评价质量。

三是在年初编制绩效指标时，指标设置尽可能贴合单位年度实际要求，预期实现值尽可能贴合单位实际情况，可量化的效益指标。

四是加强线上线下舆情监看、研判，继续统筹协调区内各种媒体资源融合，持续提升荔湾发布内容覆盖面。