

部门整体支出绩效自评报告

评价年度：2024 年度

评价单位（公章）：湛江市广播电视台

填报日期：2025.5.15

根据《湛江市财政局关于开展 2025 年市级财政资金绩效自评工作的通知》（湛财绩【2025】2 号）文要求，我单位及时布置自评，成立 2025 年自评管理领导小组及绩效评价工作小组，明确分工，落实责任，认真开展自评自查工作，经查阅、核实有关账务及项目等执行情况，填写自评表格并综合分析，形成本评价报告。现将 2024 年度湛江市广播电视台整体绩效自我评价报告如下：

一、单位基本情况

（一）单位机构设置、部门职能情况

湛江市广播电视台是市直公益二类事业单位，于 2004 年 4 月由成立于 1961 年的湛江人民广播电台和成立于 1983 年的湛江电视台合并组建而成，是一个拥有广播、电视、报刊、杂志和网站多种传播手段，具有多维度、全方位立体宣传优势的环北部湾地区主流媒体之一。人员构成情况：经市定编办核定，市广播电视台总编制数 304 名，年末在职 340 人，其中事业编内人员 181 人。另有离退休 358 人。我台贯彻执行党和政府关于新闻宣传、影视文化、信息传播方面的路线、方针、政策，把握正确的舆论导向，充分发挥党的喉舌作用，紧紧围绕市委、市政府中心工作开展广播电视宣传。

（二）年度总体工作和重点工作任务

年度总体工作：学习宣传贯彻党的二十大精神、习近平总书记视察广东重要讲话重要指示精神，为推动湛江跨越式发展营造良好舆论氛围；围绕市委中心工作，为湛江高质量发展宣传把薪

助火；讲好湛江故事、传播好湛江声音。

重点工作任务：1. 高质量发展，围绕“百千万工程”、现代化海洋牧场、重点项目等展开宣传；2. 建设“红树林之城”，做好湛江红树林特色生态文化传播；3. 全面提高社会文明程度，广泛宣传社会主义核心价值观，做好创建文明城市宣传。

（三）部门整体支出绩效目标

我台整体支出绩效目标对应的具体绩效指标如下表：

部门整体绩效指标表

一级指标	二级指标	三级指标	预期指标值
产出指标	数量指标	分钟	自制电视（广播）节目不少于 30000 分钟
		场次	大中小型活动不少于 10 场
	质量指标	投诉次数	少于 5 次
		获奖作品	不少于 5 项
		参与人数	活动群众参与人数不少于 2 万人
	成本指标	活动制作成本	低于 60%
		自办节目制作成本	低于 30%
		公用经费增加率	低于 0
效益指标	经济效益指标	创收产值	3000 万
		毛利率	高于 30%
	社会效益指标	广播电视节目质量	质量提升
		文化活动参与度	不少于 2 万人
		热点新闻报道	及时高效
	可持续影响指标	广电行业可持续发展	长期
满意度指标	服务对象满意度指标	人民群众满意度	不低于 90%

（四）部门整体支出情况

2024 年我台收入总预算 7372.78 万元，支出总预算 7372.78 万元。根据决算数据，上年结转结余 33.35 万元，2024 年我台总收入 5235.99 万元（其中 5204.77 万元为一般公共预算财政拨

款收入），本年总支出 5235.99 万元（其中 5204.77 万元为一般公共预算财政支出），年末结转结余 33.35 万元。

二、自评工作开展情况

（一）评价小组情况

根据台预算绩效管理制度及《湛江市财政局关于开展 2025 年市级财政资金绩效自评工作的通知》（湛财绩【2025】号）要求，成立 2025 年绩效管理领导小组及绩效评价工作小组，领导小组负责 2024 年度单位绩效评价工作的筹划部署，指导评价工作小组开展工作；工作小组负责拟定评价工作方案，设定绩效指标，组织实施绩效自评，撰写绩效自评报告并提供相关佐证材料。

领导小组成员如下：

组 长：蔡鸣

副组长：王川、卢赤斌、林勇标、余珊、林达雄

工作小组成员如下：

劳承豪、李建文、郑志荣、游洛、陈槐、陈涛、张雷、吴尚、赵意、熊禄中、吕小兰、陈炜扬、甄锐

（二）自评工作过程

第一步：召开专题会议组织学习整体绩效评价工作相关规定，部署自评工作的责任部门，分解工作任务。

第二步：各部门根据评价工作任务开展自评，财务科汇总自评结果。

第三步：由领导小组审核绩效自评结果，总结评价工作经验。

2024 年度我台较好地完成了年初设定的各项绩效目标，自评结果为“优”。

（三）自评材料报送时间及质量

我台根据财政局的有关通知要求，在规定的时间内按要求完成自评报告并报送，对所报送自评材料真实性、完整性、一致性、规范性负责。

（四）自评材料报送及公开一致情况

我单位所报送的自评报告、数据表、评分表与公开的自评报告、数据表、评分表一致。

三、绩效自评情况

（一）自评结果

经综合分析，从部门履职效能和管理效率方面进行考察，根据绩效复核指标体系及评分标准，本次部门整体绩效核查得分为 93.88 分，评定等级为“优”，总体得分情况见下表。

评价综合得分表

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评价得分	得分率
履职效能	整体效能	部门整体绩效目标产出指标完成情况	20	20	100%
		部门整体绩效目标效益指标完成情况	20	16	80%
		部门预算资金支出率	5	5	100%

管理效能	预算编制	新增项目事前绩效评估	2	2	100%
	预算执行	预算编制约束性	4	4	100%
		财务管理合规性	3	3	100%
	信息公开	预决算公开合规性	2	2	100%
		绩效信息公开情况	1	1	100%
	绩效管理	绩效管理制度建设	5	5	100%
		绩效管理制度执行	15	15	100%
	采购管理	采购意向公开合规性	1	1	100%
		采购内控制度建设	1	1	100%
		采购活动合规性	2	2	100%
		采购合同签订时效性	2.5	1.38	55.2%
		合同备案时效必	1	1	100%
		采购政策效能	2.5	2.5	100%
	资产管理	资产配置合规性	2	2	100%
		资产收益上缴的及时性	1	1	100%
		资产盘点情况	1	0	0%
		数据质量	2	2	100%
		资产管理合规性	2	2	100%
		固定资产利用率	2	2	100%
	运行成本	经济成本控制情况	2	2	100%
		“三公”经费控制情况	1	1	100%
加减分项	加减分项	工作表现加减分指标			
合 计			100	93.88	93.38%

（二）部门整体支出绩效指标分析

1. 总体绩效目标及年度重点工作任务完成情况

（1）新闻宣传工作成效显著

围绕中心、服务大局，推出了一系列有深度、有温度、有影响力的新闻报道。湛江新闻联播播出新闻 2447 条，广播新闻播出新闻 2556 条，《湛江 TV 新闻》视频号制作发布短视频 420 多条，总播放量 3600 多万，全面宣传报道湛江人民奋力谱写中国式现代化湛江新篇章的创新实践和显著成效。

①全力做好党纪学习教育和学习贯彻党的二十届三中全会精神的宣传报道。广播电视新闻持续报道我市深入学习贯彻党的二十大精神、学习贯彻习近平总书记视察广东重要讲话重要指示精神和党的二十届三中全会精神的情况，大力宣传我市推动经济社会跨越式高质量发展的举措和成效。湛江新闻联播《学思想 强党性 重实践 建新功》专栏引导广大党员干部不断增强学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的政治自觉、思想自觉、行动自觉。按照市委部署，积极开展党纪学习教育宣传报道，4 月 18 日起，湛江新闻联播播出《刘红兵主持召开市委常委会（扩大）会议 高标准高质量推进党纪学习教育 着力营造风清气正的政治生态》等一批新闻，推动党纪学习教育的开展和走深走实。7 月 21 日，市委常委会扩大会议和全市传达学习贯彻党的二十届三中全会精神干部大会召开，湛江新闻联播推出《学习贯彻党的二十届三中全会精神》专栏，播出《市委常委会召开扩大会议认真学习贯彻习近平总书记在党的二十届三中全会上的重要讲话精神和全会精神》等新闻 46 条，发报重要会议活动、权威文件解读等高质量内容 53 篇，总阅读量突破 83 万人次，为我市学习宣传贯彻全会精神营造浓厚的舆论氛围。

②湛江跨越式高质量发展主题报道出新出彩。湛江新闻联播于4月份在《湛江高质量发展·竞标争先 比学赶超》专栏推出系列报道《奋进的湛江答卷》，展现湛江人民牢记嘱托担使命、感恩奋进再出发，奋力书写中国式现代化湛江实践的精彩答卷；9月份推出“奋进强国路 阔步新征程”系列报道，全景式展现新中国成立75年来湛江市取得的伟大成就，共播出新闻72条，新视角全方位报道湛江跨越式高质量发展的巨大成效和可喜变化。湛江新闻联播《聚焦百县千镇万村高质量发展工程》专栏播出新闻285条，及时充分报道湛江各级全力推进“百千万工程”，推动乡村全面振兴、奋力开创城乡区域协调发展新局面的有力措施和明显成效；该专栏还新推《锚定百千万 四季看变化》小栏目，报道湛江各地推进“百千万工程”的新成效、新谋划以及标志性点位的显著变化，为我市加力提速推进“百千万工程”加温鼓劲。此外，还播出《广湛高铁湛江湾海底隧道贯通》等314条题材重大、主题突出的新闻，展示我市学习贯彻落实习近平总书记视察广东重要讲话重要指示精神的实际行动和累累硕果。

③“鲜美湛江”文旅品牌宣传报道好戏连台。根据我市打响“鲜美湛江”文旅品牌宣传工作要求，在湛江新闻联播中开设《鲜美湛江 共建共享》专栏，聚焦“空气鲜、水质鲜、物产鲜，城乡美、自然美、文化美”这“三鲜三美”，启动“鲜美湛江”新闻报道工作，特别策划了《寻鲜探美》大型融媒体采访活动，通过立体式、全景式、沉浸式的方式，讲述湛江各地“鲜美故事”，感念浓浓乡愁，展示城乡魅力，共播出新闻216条。配合央视经

济频道制作的《禁渔期，养殖海鲜进入丰收季：湛江对虾》节目，在 CCTV-2《经济半小时》节目播出；为“鲜美湛江”大会召开制作了《湛江 鲜美之城》专题等，推动“鲜美湛江”文旅品牌共建共享。

④红树林之城和精神文明报道持续发力。继续推出《走进红树林》专栏，大力报道湛江坚持不懈推进绿色低碳发展、切实走好生态优先绿色发展路子的有效措施和成功实践，全力助推绿美湛江生态建设。在精神文明报道中，将《文明创建进行时》栏目改为《文明湛江》，突出民主法治、志愿服务、文明新风等主题，播出一大批弘扬文明新风的新闻；经济广播频率推出小栏目《文明湛江 你我同行》，共播出文明用语、公筷公勺、爱护地球家园、海滩卫生清理、红树林公益宣传等公益广告约 10800 条次，为全市精神文明建设提供舆论支持。

⑤抗击超强台风“摩羯”新闻报道时效快指导性强。在今年第 11 号台风“摩羯”报道中，全方位、多角度地开展对台风应急防御、防风科普以及实时现况等报道工作。广播《应急之声》通过全天不间断地滚动播放关于抗风防风的短音频。电视通过“视听湛江”、“公众号”、“视频号”等多个新媒体矩阵平台发布新闻消息、新闻视频、科普短视频和科普推文等共计 468 条总点击阅读量近 500 万，走马字幕滚动播报台风最新动态 1000 条次；电台播放动态信息、封路封桥资讯等 330 条次，做到及时权威发布台风预警信息，传播防风知识。此外，快速准确报道湛江干部群众全力抗击超强台风、救灾复产行动和成效的新闻，为

我市做好台风“摩羯”防御、抢险救灾和灾后重建工作提供舆论支持。

⑥奥运会报道传递湛江健儿好声音。紧贴巴黎奥运赛程，湛江新闻播出《全红婵以 425.60 的高分成功卫冕冠军 湛江人民为她鼓劲加油》等湛江籍运动员在奥运赛场拼搏和勇夺金牌的精彩时刻以及家乡人民倾情为运动员加油鼓劲的新闻。“视听湛江”APP 特别推出了专题直播《奥运·一线进行时》，在女子双人 10 米跳台及女子单人 10 米跳台的两场直播累计吸引超过 68 万人次在线观看，抖音平台同步直播更是突破 113 万人次。此外，我们还发布了 81 条关于湛江籍奥运健儿的短视频，总点击量超过 7000 万次，成功将湛江推向世界，扩大湛江对外的声誉和影响力。

（2）节目创新取得新突破

推动节目创新，提升内容质量，成效可圈可点：荣获广东省广播影视奖作品 13 件（二等奖 3 件，三等奖 10 件），广东电视新闻奖 2 件（二等奖 1 件，三等奖 1 件），广东省新闻战线“走转改”优秀新闻作品 1 件，全国春节特别节目优秀作品奖 1 件（“正月里来闹元宵 2023 新春特别节目”获得中国电视家协会、电视文艺委员会颁发的春节特别节目优秀作品奖）。

①坚持移动优先，提升传播质效。对《第一视线》节目和“视听湛江”APP 新媒体资源进行整合，实行融媒体部、民生新闻部融合统一管理运作，大大提升新闻传播质效。利用“视听湛江”、“公众号”、“视频号”、“微博”等多个新媒体矩阵平台，推

出原创短视频报道 420 篇，引发社会广泛关注与讨论，相关稿件在全平台上转载次数达 594 次，带微博、抖音话题的发帖量达 321 次，总阅读量达 3600 多万次。通过直播方式，全程、全景、全方位展现现场盛况，现场直播转播了全省高质量发展大会、湛江市两会、2024 首届徐闻马拉松赛等，其中全省高质量发展大会直播总观看量达 26.3 万人次，市人大开幕会直播观看量超过 35 万人次、短视频点击量达到近 100 万次，彰显了新型主流媒体的传播力和影响力。同时，经济广播与交通广播在闲时实行“值机+并机”播出方式，实现节目形式与内容的融合创新，节目取得新的突破。

②精心策划节目，丰富荧屏声屏。打破传统电视媒体时间上的壁垒，打造《一线进行时》图文直播，对新闻事件、社会热点、群众报料等第一时间进行报道，其中直击高考第一线、2024 年开渔节盛况、湛江玉林茂名三地网络媒体联盟采风活动等多场图文直播，总播放量接近 200 万。新推出《大嘴姐说亲团》联谊交友节目，共举办了 8 场联谊交友活动，累计吸引了超过 1000 万人次的浏览点击，线上直播观看量近 210 万人次，为单身青年提供了一个健康、积极、有效的交友平台，有着极高的社会关注度和影响力。“湛江中老年春晚活动”吸引了超过 3000 人参加，新媒体直播平台累计点击人次达 323 万。《发现你的美》栏目推出十集文史系列短视频《湛江古村落》，助力湛江文化强市建设，为推进中国式现代化的湛江实践凝聚起团结奋进的文化力量和强大精神动力。民生新闻《马上办帮帮团》栏目扩大“朋友圈”，

当好政府部门与群众之间的“协调员”，让职能部门及时听到群众的呼声，及时解决问题，将矛盾化解在基层。广播运营“播咯FM”视频号和抖音号，根据台主持人各自的主持风格和特色每周制作一条短视频作品，内容涉及当前热点、湛江民风民俗等方面。

③开拓外宣平台，讲好湛江故事。配合央视农业农村频道金牌栏目《三农群英汇》在湛江拍摄并播出《硃洲岛上守渔人》，节目播出时在同一时段央视收视率中名列前茅。与央视经济频道《消费主张》栏目制作了《禁渔期，养殖海鲜进入丰收季：湛江对虾》在央视二套播出外，同时在央视频、央广网长期挂网播出，收视率和浏览量累计已超过 3000 万人次；制作系列短视频《湛江几好》节目，通过本地与外地不同层次的人物，讲述他们眼中的鲜美湛江、幸福湛江，该视频发布后在全媒体点击量超过 1000 万人次。与新华社短视频建立起了良好的合作关系和完善的对接渠道，及时上送相关稿件，同时，在“学习强国”学习平台和触电新闻等多个新媒体平台上推送新闻等节目和短视频，进一步扩大时政新闻覆盖面，音视频共供稿 1193 条，省平台签发 1018 条，其中《“白海豚之约”生态采风活动走进广东湛江》等 8 条稿件推送上了“学习强国”全国平台。策划了“庆祝元旦 喜迎新中国成立 75 周年”广东省五城元旦同唱“我爱你中国”快闪在广东卫视同步播出，彰显了我们对于祖国的热爱与敬意，进一步提升湛江的知名度和影响力。成立湛江市广播电视台艺术教育中心，推出了小主持人班、书画班、心理健康成长班等特色课程，举办

了多场人气爆棚的湛江广电小主持开放日活动，受到广大学员及家长的热烈欢迎。

2. 履职效能完成情况

①部门整体绩效目标产出指标完成情况：

三级指标	预期指标值	完成情况	得分	扣分	备注
分钟	自制电视（广播）节目不少于 30000 分钟	完成 30840 分钟，完成率 100%	2.5	0	电视 6190 分钟、广播 24650 分钟
场次	大中小型活动不少于 10 场	完成大中小型活动 10 场	2.5	0	大型 4 场、中型 5 场、小型 1 场
投诉次数	少于 5 次	投诉次数 4 次	2.5	0	
获奖作品	不少于 5 项	获奖作品 5 项	2.5	0	省级
参与人数	活动群众参与人数不少于 2 万人	活动参与人数超 2 万人	2.5	0	
活动制作成本	低于 60%	活动制作平均成本为 22.2%	2.5	0	
自办节目制作成本	低于 30%	节目制作平均成本为 18.56%	2.5	0	
公用经费增加率	低于 0	比上年减少 15.93%	2.5	0	

②部门整体绩效目标效益指标完成情况：

三级指标	预期指标值	完成情况	得分	扣分	备注
创收产值	3000 万	完成 1748.51 万元，完成率 58.28%。	0	4	受疫情及经济环境影响，商业广告客户锐减，广告欠款大幅增加
毛利率	高于 30%	28.23%	4	0	
广播电视节目质量	质量提升	宣传工作成效显著，节目创新取得新突破	4	0	
文化活动参与度	不少于 2 万人	活动参与人数超 2 万人	0	0	与产出指标重复
热点新闻报道	及时高效	及时报道全省高质量发展大会、人大会议、高考直通车等热点新闻	4	0	
广电行	长期	可持续发展	4	0	

业可持 续发展					
------------	--	--	--	--	--

③部门预算资金支出率：2024 年年度财政拨款预算收入为 5204.77 万元，上年结转 0 万元；年度实际支出为 5204.77 万元，预算资金支出率为 100%。

3. 管理效率完成情况

①预算编制

部门预算编制基本完整、合规，2024 年度部门无新增预算项目，故无需开展事前绩效评估。

②预算执行

部门年度无申请资金调剂、年中追加资金的情况，预算编制约束性较好；资金支出基本符合国家财经法规和财务管理制度要求，资金支付审批程序较为完整、规范，未发现超范围支出或挤占、挪用资金等情况，财务管理合规。

③信息公开

部门已按要求在湛江市人民政府官网公开了 2024 年部门预算、2023 年部门决算和三公经费信息、2024 年市级部门整体预算绩效目标表、2024 年市级项目支出绩效目标表以及 2023 年度部门整体支出绩效自评报告，预决算以及绩效目标、绩效自评资料公开及时。

④绩效管理

在绩效管理制度建设方面：我台主要参考市级的预算绩效管理制度执行，并出台了《财务预决算管理办法（试行）》（湛广

视〔2021〕25号），文件中明确了绩效目标管理及绩效评价的职责分工，但绩效管理制度不完善，未明确绩效目标管理的具体实施要求，且对于事前绩效评估、绩效运行监控和评价结果应用亦未明确相关要求及职责分工，2025年4月整改时又出台了《湛江市广播电视台预算绩效管理制度》（湛广视〔2025〕10号）文件中明确绩效管理制度、绩效目标管理的具体实施要求，且对于事前绩效评估、绩效运行监控和评价结果应用也明确相关要求及职责分工；在绩效管理制度执行方面：2024年度编制了部门整体预算绩效目标和项目绩效目标，对于2023年部门整体支出绩效复核意见的整改情况进行反馈。

⑤采购管理

我台本年度没有需要进行采购意向公开的项目，制定了《湛江市广播电视台政府采购内部控制管理制度》（湛广视〔2022〕40号），明确部门内部采购活动的组织分工及采购活动实施的各项要求，且经财政部门备案，本年度采购活动未发生投诉，按要求自合同签订之日起2个工作日内在“广东省政府采购网”备案公开，为中小企业预留采购份额100%，完成预留年度食堂食材采购份额，在电子卖场采购结束后及时开展政府采购信用评价。但当年采购活动但存在以下问题：一是有3份合同签订时间超出中标公告发出三十日；二是有2份采购合同未及时完成电子签章签订合同。

⑥资产管理

制定了《湛江市广播电视台固定资产管理暂行规定》（湛广视〔2014〕16号），并按照该制度及《行政单位国有资产管理暂行办法》《事业单位国有资产管理暂行办法》等制度要求进行资产管理。办公用房及办公设备配置合规，资产数据和财务账数据相符，资产出租实施程序规范，出租收入已及时上缴财政，但因工作安排问题暂未开展资产盘点。2024年度固定资产利用率为90.29%。

⑦运行成本

根据《2024年度湛江市广播电视台部门决算报表》，部门年度日常公用经费决算为482.87万元，相比预算数减少28.96%；“三公”经费实际支出数为23.07万元，比预算数减少29.45%，运行成本未超出预算安排。

4. 加减分项

部门当年度未获得中央、省委省政府和市委市政府表彰，且未发现在审计、监察等监督检查时被问责，不涉及加减分。

（三）主要做法和经验

1. 强化组织领导，压实绩效责任。成立绩效管理领导小组和工作小组，领导小组负责单位绩效评价工作的筹划部署，指导评价工作小组开展工作，工作小组负责拟定评价工作方案，设定绩效指标，组织实施绩效自评，撰写绩效自评报告并提供相关佐证材料。

2. 完善制度体系，规范绩效管理。按2023年度核查报告整

改要求制订了《湛江市广播电视台预算绩效管理制度》（湛广视〔2025〕10号），细化预算编制、执行、监控、评价及结果运用等全流程操作规范，确保资金使用符合“事前有目标、事中有监控、事后有评价”的要求。

3. 强化动态监控，及时纠偏整改。每月由业务部门编制预算执行与绩效监控表，实时跟踪每项绩效指标的完成情况，确保问题早发现、早解决。

（四）存在问题

1. 采购合同管理不到位，部分合同未及时签订。
2. 创收产值未达预期。

（五）改进措施

1. 加强政府采购合同全流程管理

措施 1. 落实合同管理责任制，实行“谁采购、谁负责”原则，明确采购部门负责人为合同管理第一责任人。

措施 2. 严格执行《政府采购法》规定，确保合同在中标（成交）通知书发出后 30 日内签订，办公室对临近截止日期的合同提前 5 个工作日进行检查和提醒。

措施 3. 加强对合同法规的学习和监督检查工作，要求采购人员加强对政府采购法和合同法等的学习，提高采购人员合规合法意识。定期开展合同管理专项检查，检查供应商履约情况，确保按合同约定执行。

2. 加大创收力度，拓宽创收渠道

措施 1. 加强广告投放平台引导，促进各部门增强大局意识和改革意识，在全台形成一个以“视听湛江”APP 为龙头、以传统电视频道和广播频率为主体、以各部门新媒体平台为辅助的立体传播阵地，切实增强广告投放传播效果，争取吸引更多广告客户。

措施 2. 加大政务宣传服务力度，通过动态新闻、专题、活动策划执行、短视频、政策解读等多种宣传方式，为市直部门和县区等政务服务对象提供多平台立体式宣传服务。

四、其他自评情况

无。