

2020 年山西广播电视台节目制作经费项目

绩效评价报告

山西中新资产评估有限公司

2021 年 7 月

目 录

摘 要	- 1 -
一、基本情况	6
(一) 项目概况	6
(二) 资金投入和使用情况	8
(三) 项目绩效目标	12
(四) 项目实施情况	13
二、绩效评价工作开展情况	22
(一) 绩效评价目的与重点	22
(二) 绩效评价指标与方法	24
(三) 绩效评价工作过程	25
三、综合评价情况及评价结论	27
四、绩效评价指标分析	28
(一) 决策类指标	28
(二) 过程类指标	30
(三) 产出类指标	32
(四) 效益类指标	34
五、主要成效和经验做法	37
(一) 项目主要成效	37
(二) 经验做法	38

六、存在的问题及原因分析	40
七、相关建议	41
（一）项目建议	41
（二）政策建议	42
八、其他需要说明的问题	43
九、附件目录	43
附件 1.....	45
附件 2.....	46
附件 3.....	51
附件 4.....	62
附件 5.....	65
附件 6.....	68
附件 7.....	73

摘 要

一、项目概况

山西广播电视台（以下简称“电视台”）是省委省政府重要宣传舆论阵地，为省政府直属正厅级事业单位，归口省委宣传部领导，为公益二类。为了履行部门职责电视台设立了“节目制作经费项目”（以下简称“该项目”）。

该项目是电视台开展相关业务所必需的经费，主要包括节目制作经费和活动制作经费，电视台节目制作经费为山西广播电视台日常支出类目。2020 年山西广播电视台节目制作经费财政预算资金合计 6000 万元，其中：财政预算 4000 万元，其他资金预算 2000 万元，年中核减预算 2496.97 万元，调整后预算 3503.03 万元，其中：财政预算 2763.60 万元，其他资金预算 739.43 万元，到位率 100%。电视台 2019 年 10 月编制节目制作经费预算（省财政厅批准）后，于 2020 年 3 月进一步细化编制电视台全台预算（报电视台党委会批准），2020 年全台预算中节目制作经费预算 4031.25 万元，节目制作费决算 3520.58 万元。

2020 年节目制作费实际支出 3503.03 万元。其中：财政预算资金 2763.60 万元，其他自有资金 739.43 万，支出率 100%，支出内容为应付 2019 年欠款和 2020 年已付款项。

二、评价结果和绩效分析

2020 年节目制作经费项目综合得分 80.5 分，绩效评价

等级为“良”。

电视台完成了 2020 年节目制作任务，全年制作电视节目 45 档，制作广播节目 79 档，共计 124 档，实际完成率 100%，省级获奖作品 20 件，节目在合理编排后全年播出，实际支出 3503.03 万元，未超出计划成本；节目制作收视收听率完成年初计划目标 0.35%，达到 0.81%；数据库（网站）访问量中微信公众号较 2019 年阅读增长 88.27%，达到 112.4 万次，抖音平台点击量较 2019 年增长 51.65%，达到 12630.7 万次。频道（率）节目的播出，完成了电视台各频道编排运营任务，丰富了山西人民的生活，一定程度上提高了山西广播电视台影响力。

但也存在广告收入较 2019 年减少 6255 万元，降低 17.79%；较 2019 年收视收听人数减少 128564 次，降低 30.77%；数据库（网站）访问量中今日头条较 2019 年点击量降低 65.05%，微博较 2019 年点击量降低 14.8%，未达到年初计划目标 5%，公众满意度为 81.04%，未达到计划目标 90%，观众对广告时长较不满意。

三、存在问题及建议

（一）需关注的问题

1. 绩效目标设置不完整，影响后续评价。

电视台针对节目制作经费设立了细化量化的绩效目标，但未根据项目实施情况设计全覆盖绩效目标，栏目中只针对

《歌从黄河来》设立了数量指标，2020 年播出的 44 档节目和 79 档广播均未设立数量指标，未设立经济效益指标和可持续发展指标。

2. 预算编制有待进一步提升，活动预算编制滞后。

电视台预算包括节目制作经费预算和活动制作预算，针对 7 个频道，6 个广播及 2 个中心编制了预算，实际支出包括总编室、技术中心、驻外记者、广告中心等 9 个部门的活动制作预算；黄河频道执行率 289.55%活动支出占比 59.83%，影视频道执行率 210.58%活动支出占比 100%、公共频道执行率 223.06%活动支出占比 85.48%，超支较大。活动制作预算在活动举办时由频道（部门）申报，年底方可汇总全年活动预算数，活动预算编制滞后。预算编制科学性，执行严谨性有待提升。

3. 广告收入下降，收视收听人数减少。

2020 年广告收入较 2019 年减少 6255 万元，降低 17.79%。其中，2020 年 9 月至 12 月广告收入同比均有所增长，2 月、3 月因受疫情影响，山西广播电视台通过《经营管理委员会议程》〔第 1 号〕文件广播广告、电视专题和电视品牌三个类别的广告客户减免了 2-3 月广告费用。2020 年收视收听人次 289268 次，2019 年收视收听人次 417832 次，2020 年比 2019 年减少 128564 次，降低 30.77%。

（二）相关建议

1. 完善绩效目标，设定全覆盖绩效目标。

建议电视台结合项目实际情况完善 2020 年度节目制作费绩效目标，同时在以后年度申报该项目绩效目标时，设定全覆盖产出绩效目标，数量指标设定“全年栏目播出总期数”、时效目标设定“全年不间断播出栏目”、成本指标设定“支出成本≤调整后预算额”，设定经济效益指标“广告收入增加额”和可持续发展效益指标“人才队伍建设”，从而提高预算管理效率。

2. 进一步完善预算编制。

该项目活动制作预算编制滞后，频道（率）活动支出占该项目预算的 44.04%，但活动预算在年底方可确定，造成频道（率）执行率超出计划，建议电视台在年初要求各部门根据营销情况编制活动概述，各频道（率）通过与上级部门合作单位沟通，了解活动举办计划，从而提前编制活动制作预算。

3. 合理编排节目，创建多元盈利格局。

建议各频道（率）及时研判全年收视数据，不断探讨新的编排方式，对栏目内收视率倒数的节目进行改版，策划制作一批新节目，寻找适合频道定位的引进节目，使节目布局更加科学合理，从而提高收视收听人数。针对广告营销要树立现代营销理念，依托媒体的资源优势，加强与政府资源、市场资源合作，通过直播带货、新媒体直播活动等多种形式，

构建“广告创收+政府项目支持+产业运营孵化”的多元盈利格局。

2020 年山西广播电视台节目制作经费项目

绩效评价报告

为全面了解项目实施效果，反映预算资金的经济性、效率性、效益型和公平性，进一步提升财政资金的管理水平，根据《山西省财政厅关于印发〈山西省财政厅 2021 年财政重点绩效评价实施方案〉的通知》（晋财绩〔2021〕6 号），山西中新资产评估有限公司受山西省财政厅的委托，于 2020 年 5 月至 7 月对 2020 年山西广播电视台节目制作经费项目，项目资金 6000 万元，进行绩效评价。

一、基本情况

（一）项目概况

1. 项目背景。

山西广播电视台（以下简称“电视台”）是省委省政府重要宣传舆论阵地，为省政府直属正厅级事业单位，归口省委宣传部领导，为公益二类。其部门主要职责是：高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜，宣传党的理论和路线方针政策，宣传中央及省委重大决策部署；统筹组织重大宣传报道，及时传播山西各领域的信息，组织广播电视创作生产，确保安全播出；弘扬社会正气、通达社情民意、引导社会热点、疏导公共情绪，加强和改进舆论监督；加快推媒体深度融合发展，建立全媒体传播体系；加强国际传播能

力建设和对外宣传工作，讲好山西故事；完成省委、省政府交办的其他任务。为了履行部门职责，加强节目制作经费预算管理，提升节目制作科学化、精细化管理水平，提高项目资金使用效益，根据山西广播电视台工作需要及相关文件规定，电视台设立了“节目制作经费项目”（以下简称“该项目”）

该项目是电视台开展相关业务所必需的经费，主要包括全台开办的综合、经济、文艺、健康之声、交通、音乐、农村、故事 6 套广播频率和开办的山西卫视、经济与科技、社会与法治、黄河、公共、影视、少儿 7 套电视频道的节目制作经费。2020 年电视台制作广播节目 79 项，电视节目 45 项，全台广播节目覆盖全省及周边省份人口达 7000 万，山西卫视覆盖全国及周边国家和地区人口达 10.87 亿。山西广播电视台节目制作费作为二级科目申报预算，为山西广播电视台日常支出类目。2020 年节目制作经费预算资金 6000 万元。

表 1-1 山西广播电视台 2020 年改版后频道情况

序号	改版前	改版后
1	卫视频道	山西卫视
2	黄河频道	黄河电视台
3	经济频道	经济与科技频道
4	科教频道	经济与科技频道
5	影视频道	山西影视频道
6	公共频道	山西公共频道
7	少儿频道	取消

2. 立项依据。

（1）《山西省国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》（国发〔2006〕3 号）

(2) 《广播电视管理条例》已经 1997 年 8 月 1 日国务院第 61 次常务会议通过，现予发布，自 1997 年 9 月 1 日起施行

(3) 《广播电台电视台播放录音制品支付报酬暂行办法》已经 2009 年 5 月 6 日国务院第 62 次常务会议通过，现予公布，自 2010 年 1 月 1 日起施行

(4) 《有线电视管理暂行办法》已于一九九〇年十一月二日经国务院批准

(5) 总局关于发布行业标准《广播电视工程建设项目概（预）算编制标准》的通知（广电发〔2019〕102 号）

(6) 国家广播电视总局令第 6 号：《广播电视行业统计管理规定》

(7) 《广播电视节目制作经营管理规定》经 2004 年 6 月 15 日局务会议通过

(8) 《广播电视安全播出管理规定》经国家广播电影电视总局 2009 年 12 月 4 日局务会议审议通过

（二）资金投入和使用情况

依据山西省财政厅关于印发《山西广播电视台财务收支管理办法的》的通知（晋财教〔2015〕241 号）文件要求：

①山西广播电视台应于每月 10 日前（遇节假日顺延），将其上月含税广告收入、赞助收入和联办节目收入在扣除应缴纳的“增值税及附加”和国家规定的其他各种税费后，按照核定收入 60%上缴省财政，实现“收支两条线”，列入“广

告收入”（2016 年科目号为 103029901）科目管理，上缴的收入财政暂不调控；剩余 40%部分为成本支出或周转金，作为事业收入，统一管理。

②山西广播电视台应于每月 15 日前，做出用款计划报送省财政厅。省财政厅根据山西广播电视台收入上缴专户情况及用款计划及时拨付资金，以保证山西广播电视台工作的正常开展。

③山西广播电视台要将广告收入、赞助收入和联办节目收入等及时足额上缴省财政专户，不得拖欠。

山西广播电视台按以上要求及时足额上缴。电视台编制预算上报山西省财政厅，省财政厅批复预算额度。山西广播电视台将事业收入（广告收入、赞助收入和联办节目收入等）上交山西省财政厅国库，依据节目购置费实施情况申请国库中心支付。电视台在 2019 年 10 月编制财政预算（省财政厅批准）后于 2020 年 3 月编制进一步细化的全台预算（电视台党委会批准），全台预算中包括节目制作经费。

1. 财政预算投入和使用情况

2020 年山西广播电视台节目制作经费项目财政预算资金合计 6000 万元，其中，财政预算 4000 万元，其他资金预算 2000 万元。年中核减预算 2496.97 万元，调整后预算 3503.03 万元，其中：财政预算 2763.60 万元，其他资金预算 739.43 万元，到位率 100%。

2020 年节目制作费实际支出 3503.03 万元。按来源分类：

财政资金 2763.60 万元，其他资金 739.43 万；按支出科目分类：节目制作费和活动制作费；按支出内容分类：2020 年已付款项和 2019 年欠款。

科室部门支出为活动制作支出，在活动制作资金到位后编制预算（活动资金由科室自筹），总编办、技术中心、广告中心等 9 个科室支出内容均为活动制作支出，“其他”支出内容为代扣代缴 2020 节目制作相关劳务人员个人所得税。详见下表。

表 1-2 资金收支明细

预算				实际支出				
财政预算	调整后预算	到位率	全台预算	财政资金	自有资金	小计	支出率	决算
6000	3503.03	100%	4031.25	2,763.60	739.43	3,503.03	100%	3,520.58

表 1-3 财政预算制作经费

频道/频率	部门	财政预算	调整后预算	到位率	实际支出			支出率
					财政资金	自有资金	小计	
频道	卫视频道	6000	3503.03	100%	1,411.16	238.52	1,649.68	100%
	黄河频道				515.4	93.04	608.45	
	经济频道				32.12	24.58	56.71	
	影视频道				14.79	0.9	15.69	
	科教频道				61.69	6.71	68.4	
	公共频道				324.64	99.69	424.33	
	新闻中心				32.01	15.22	47.22	
	外宣中心				0	2.63	2.63	
	网络台						0	
	小计				2,391.83	481.29	2,873.12	
频率	新闻广播				14.49	10.85	25.33	
	经济广播				1.62	3.01	4.63	
	健康广播				1.49	0.91	2.4	
	交通广播				3.66	11.14	14.8	
	音乐广播				21.02	2.29	23.3	
	农村广播				5.78	1.24	7.02	
	文艺广播						0	
	小计				48.06	29.42	77.48	

科室部门	总编办				37.81	20.26	58.07	
	技术中心				27.37	140.69	168.06	
	驻外记者				72.52	0	72.52	
	广告中心				42.05	1.15	43.2	
	覆盖传输中心				0.05	0	0.05	
	办公室				5.93	0	5.93	
	产业管理				33.55	0	33.55	
	融媒体				29.03	0	29.03	
	其他				75.41	66.62	142.03	
	小计				323.71	228.72	552.43	
合计		6000	3503.03	100%	2,763.60	739.43	3,503.03	100%

2. 全台预算投入和使用情况

电视台全台预算中节目制作经费预算 4031.25 万元，包括频道预算 3778.99 万元，频率预算 252.26 万元。

2020 年节目制作费决算金额 3520.58 万元，频道支出 3416.36 万元，频率支出 104.22 万元。支出内容包括：自办栏目制作费、包装宣传费、新节目及其他节目研发和与节目制作直接相关的差旅费科目。其中：活动经费支出 1550.53 万元，占比 44.04%，制作经费支出 1970.05 万元，占比 55.96%，活动制作预算在活动举办时由频道（部门）申报，年底方可汇总全年活动预算数。详见下表：

表 1-4 电视台各部门预决算情况

频道/频率	部门	年初预算数	决算数			预决算比率
			活动经费	制作经费	小计	
频道	卫视频道	2660.00	384.65	1,196.20	1,580.86	59.43%
	黄河频道	225.97	512.77	344.21	856.98	379.25%
	经济频道	75.00	60.43	25.61	86.04	114.71%
	影视频道	25.00	52.63	0.00	52.63	210.52%
	科教频道	290.00	69.97	171.13	241.10	83.14%
	公共频道	224.02	427.15	72.55	499.70	223.06%
	新闻中心	185.00	9.44	89.26	98.70	53.35%
	外宣中心	34.00	0.00	0.23	0.23	0.67%
	网络台	60.00	0.00	0.12	0.12	0.20%
	小计	3778.99	1,517.05	1,899.31	3,416.36	90.40%

频道/频率	部门	年初预算数	决算数			预决算比率
			活动经费	制作经费	小计	
频率	新闻广播	42.41	13.96	25.81	39.77	93.77%
	经济广播	64.25	0.00	6.84	6.84	10.64%
	健康广播	9.00	4.90	6.48	11.37	126.39%
	交通广播	30.00	3.12	23.38	26.50	88.35%
	音乐广播	32.00	4.44	5.98	10.42	32.58%
	农村广播	63.00	7.06	1.44	8.50	13.50%
	文艺广播	11.60	0.00	0.81	0.81	6.98%
	小计	252.26	33.48	70.74	104.22	41.32%
合计		4031.25	1,550.53	1,970.05	3,520.58	87.33%

(三) 项目绩效目标

表 1-5 2020 年山西广播电视台节目制作经费项目绩效目标

总体目标	总目标			
	目标 1：全力完成全台电视频道编排运营和内容保障。及时收集收视数据传递至各频道，把控播出电视剧的收视效果、成本控制，确保地面三个主要频道电视剧场正常播出，搭建良好的播出收视平台，根据规范管理的需要，梳理节目信息采集、信息库建立、节目评审、电视剧引进商榷、编排播出、风险管控等各个工作环节。			
	年度目标			
	目标 1：完成年度节目制作经费任务，做强主流媒体，进一步建设具有较强影响力、竞争力，鲜明特色的区域性主流新媒体。			
绩效目标				
绩效指标	二级指标	三级指标	指标值	完成值
	数量指标	指标 1：电视节目制作	45 项	45 项
		指标 2:广播节目制作	79 项	79 项
	质量指标	指标 1:获奖作品	20 件（省级）	20 件（省级）
	时效指标	指标 1：节目制作及时率	全年开展	全年开展
	成本指标	指标 1：成本节约率	≤3503.03 万元	≤3503.03 万元
	经济效益	指标 1：广告收入增加率	≥350 万元	减少 6255 万元
	社会效益	指标 1：较 2019 年收听收视人数增长情况	>4078542 人次	3709561 人次
		指标 2：节目制作听收视率	≥0.35%	0.81%
		指标 3：数据库（网站）访问量增长率	5%	抖音增长 51.65%，微信增长 88.27%，今日头条增加-65.05%，微博增加-14.8%
	可持续影响指标	指标 1：人才队伍培养情况	建立人才培养制度并执行	100%
	服务对象满意度指标	指标 1：服务对象满意度	≥90%	81.04%

解释: ①电视收视率是指某一时段内收看某电视频道(或某电视节目)的人数(或家户数)占电视观众总人数(或家户数)的百分比

②2010 年第六次全国人口普查数据：全国人口 1332810869 人，山西人口 35712101 人

③数据库（网站）访问量为 2019 年和 2020 年访问人数的对比

（四）项目实施情况

1. 项目实施。

2020 年频道制作节目 45 档，频率制作节目 79 档，共计 124 档，2019 年频道制作节目 56 档，频率制作节目 75 档，共计 131 档，较 2019 年频道续播节目 32 档，新增节目 13 档，停播节目 24 档。频率续播节目 93 档，新增节目 31 档，停播节目 38 档。

表 1-6 较 2019 年各部门节目制作数增减汇总表

	部门	2020 节目数	2019 节目数	延续节目	新增节目数	减少节目数
电视	山西卫视	6	13	4	2	9
	黄河频道	6	10	6	-	4
	公共频道	9	11	8	1	3
	经济频道	7	4	3	4	1
	少儿频道	8	9	3	5	6
	新闻中心	5	5	5	-	-
	社会与法治	4	4	3	1	1
	小计	45	56	32	13	24
广播	交通广播	18	18	18	-	-
	农村广播	5	5	3	2	2
	健康之声	14	14	12	2	2
	经济广播	15	15	11	4	4
	综合广播	14	12	7	7	5
	音乐广播	13	11	10	3	1
	小计	79	75	61	18	14
合计		124	131	93	31	38

2019 和 2020 年电视制作栏目对比详见以下表格：

表 1-7 黄河频道 2019 和 2020 年制作栏目对比

频道	2019 年		2020 年	
黄河	黄河新闻	民生新闻类	黄河新闻	民生新闻类
	箫扬调查	新闻调查类	箫扬调查	新闻调查类

	谁是高手	体育竞技类	谁是高手	体育竞技类
	专家来了	医学养生类	专家来了	医学养生类
	文旅大发现	文旅专题类	文旅大发现	文旅专题类
	文明守望	文博专题类	文明守望	文博专题类
	黄河大交通	民生新闻类		
	民生大接访	新闻专题类		
	一拨就灵	民生新闻类		
	小鹏吃货团	融媒美食类		

黄河频道 2019 年制作节目 10 档,2020 年制作节目 6 档,其中: 6 档节目均为续播栏目,减少栏目 4 档,分别为《黄河大交通》、《民生大接访》、《一拨就灵》、《小鹏吃货团》。

表 1-8 公共频道 2019 和 2020 年制作栏目对比

频道	2019 年		2020 年	
公共	《百家戏苑》	曲艺类	《百家戏苑》	曲艺类
	《百家戏苑周末版》	曲艺类	《百家戏苑周末版》	曲艺类
	《看山西》	新闻类	《看山西》	新闻类
	《王牌高手》	棋牌竞技类	《王牌高手》	棋牌竞技类
	《天下寻宝》	文化类	《天下寻宝》	文化类
	《一起健康吧》	生活服务类	《一起健康吧》	生活服务类
	《理论天天学》	理论类	《理论天天学》	理论类
	《约会青春》	访谈类	《约会青春》	访谈类
	《我的旅游攻略》	旅游真人秀	《投资山西》	访谈类
	《创赢新时代-第三届中	创业类		
	《最美社会体育指导员	综艺类		

山西公共频道 2019 年制作节目 11 档,2020 年制作节目 9 档,其中 8 档为续播栏目,《投资山西》为新设栏目,减少节目 3 档,分别为《我的旅游攻略》、《创赢新时代》、《最美社会体育指导员大赛》。

表 1-9 经济频道 2019 和 2020 年制作栏目对比

频道	2019 年		2020 年	
经济	每日经济报道	新闻	每日经济报道	新闻
	家装有道	家装服务类	家装有道	家装服务类

	生活全接触	生活服务	生活全接触	生活服务
	食遍山西（2.13 停播）	美食专题	看山西	资讯类新闻
			一起健康吧	生活健康
			投资山西	投资服务
			理论天天学	电视理论

山西经济频道 2019 年制作节目 4 档，2020 年制作节目 7 档，其中：3 档节目为延续栏目，减少 1 档栏目，3 档新设栏目。减少栏目为《食遍山西》，新设栏目为《一起健康吧》、《投资山西》、《理论天天学》。

表 1-10 少儿频道 2019 和 2020 年制作栏目对比

频道	2019 年		2020 年	
少儿	《超级校车》	知识闯关	《超级校车》	知识闯关
	《宝贝玩吧》	亲子闯关	《超级校车·云学院》	知识闯关
	《积木宝贝闯世界》	幼儿亲子	《积木宝贝闯世界》	幼儿亲子
	《嗨！家长会》	亲子教育	《嗨！家长会》	亲子教育
	《萌童运动会》	少儿体育	《鼎鼎有名师》	教育服务
	《童星梦工厂》	才艺展示	《未来少年强》	才艺展示
	《爱能量》	社会帮扶	《鼎鼎剧场》	少儿影视剧
	《我和我的祖国》	少儿影视剧	《爱心鸡毛信》	社会帮扶
	《灯塔》	少儿影视剧		

山西少儿频道 2019 年制作栏目 9 档，2020 年制作节目 8 档，其中：3 档为延续栏目，减少 6 档栏目，新设 5 档栏目。减少栏目为《宝贝玩吧》、《萌童运动会》、《童星梦工厂》、《爱能量》、《我和我的祖国》、《灯塔》。新设节目为《超级校车·云学院》、《鼎鼎有名师》、《未来少年强》、《鼎鼎剧场》、《爱心鸡毛信》。少儿频道于 2020 年 10 月取消。

表 1-11 山西卫视频道 2019 和 2020 年制作栏目对比

频道	2019 年		2020 年	
山西卫视	歌从黄河来	综艺歌曲	歌从黄河来	综艺歌曲
	走进大戏台	综艺戏曲	走进大戏台	综艺戏曲
	冲关大峡谷	竞技冲关	冲关大峡谷	竞技冲关

左权民歌汇（开、闭幕式）	综艺歌曲	左权民歌汇（开、闭幕式）	综艺歌曲
传奇老字号	纪录片	奋斗吧老乡	纪录片
国乐大典（第二季）	综艺民乐	战“疫”在行动	新闻专题
伶人王中王（第四季）	综艺民乐		
异想天开	新闻专题		
天下寻宝	综艺鉴宝		
直通太原	创投		
论坛	综艺歌曲		
创客中国	竞技闯关		
二青会赛事集锦	体育竞技		

山西卫视 2019 年制作节目 13 档,2020 年制作节目 6 档,其中: 4 档为延续栏目, 减少节目 9 档, 2 档新设节目。减少节目为《传奇老字号》、《国乐大典》、《伶人王中王》、《异想天开》、《天下寻宝》、《直通太原》、《论坛》、《创客中国》、《二青会赛事集锦》。新设节目为《奋斗吧老乡》、《战“疫”在行动》。

表 1-12 新闻中心 2019 和 2020 年制作栏目对比

频道	2019 年		2020 年	
新闻中心	《山西新闻联播》	时政新闻	《山西新闻联播》	时政新闻
	《新闻午报》	社会新闻	《新闻午报》	社会新闻
	《晚间新闻》	社会新闻	《晚间新闻》	社会新闻
	《记者调查》	新闻评论	《记者调查》	新闻评论
	《第一访谈》	新闻评论	《第一访谈》	新闻评论

新闻融媒体中心 2019 年制作节目 5 档, 2020 年制作节目 5 档, 均为延续栏目。

表 1-13 社会与法治频道 2019 和 2020 年制作栏目对比

频道	2019 年		2020 年	
社会与法治	《都市 110》	社会法治新闻	《都市 110》	社会法治新闻
	《公民与法》	法治服务	《公民与法》	法治服务
	《小郭跑腿》	道德建设	《小郭跑腿》	道德建设
	《打工直通车》	就业服务	《民生大接访》	纪实专题

社会与法治频道 2019 年制作节目 4 档, 2020 年制作节

目 4 档，其中：3 档为延续栏目，减少节目 1 档，新设节目 1 档。减少栏目为《打工直通车》。新设节目为《民生大接访》。

各频道减少节目的相应时间用来编排播放电视剧，增加节目的频道对应减少该频道电视剧的播放时长，因电视台改制，公共频道总监调离至改版后的经济和科技频道，总编岗位调动，节目随之调动，因此 2020 年出现公共频道和科技频道节目重合。

2019 和 2020 年广播制作栏目对比详见以下表格：

表 1-14 交通广播 2019 和 2020 年制作栏目对比

频率	2019、2020		
交通广播	《880 早高峰》	资讯	120 分
	《880 帮帮您》	帮办	120 分
	《880 爱旅行》	旅游	90 分
	《微笑音乐调频》	音乐	30 分
	《文曦播讲》	小说连播	30 分
	《车世界》	汽车	120 分
	《一路好时光》	音乐	60 分
	《880 晚高峰》	资讯	120 分
	《音乐脱口秀》	音乐	90 分
	《天天向上》	教育	60 分
	《880 末班车》	音乐	120 分
	《夜随行》	音乐	60 分
	《车外有星光》	文艺	240 分
	《假日早班车》	资讯	120 分
	《律师热线》	法律	120 分
	《交通纵贯线（午间版）》	话题	120 分
	《交通纵贯线（下午版）》	话题	180 分
	《暖心时间》	情感	150 分

交通广播 2019 年和 2020 年节目未发生变化，2019 年制作节目 18 档，2020 年均为 2019 年延续节目。

表 1-15 农村广播 2019 和 2020 年制作栏目对比

频率	2019			2020		
农村广播	有事您说话	帮办类	60 分	有事您说话	帮办类	60 分
	名家名段	戏曲类	25 分	名家名段	戏曲类	60 分
	人说山西好特产	服务类	25 分	人说山西好特产	服务类	60 分
	1009 惠生活	服务类	25 分	五谷话养生	休闲类	30 分
	快乐驿站	相声、歌曲	20 分	畅听 1009	歌曲类	120 分

农村广播 2019 年制作节目 5 档, 2020 年制作节目 5 档, 其中: 1 档延续节目, 2 档改版节目, 减少节目 2 档, 新设节目 2 档。

表 1-16 健康之声 2019 和 2020 年制作栏目对比

频率	2019			2020		
健康之声	健广雷达网	资讯	30 分	健广雷达网	资讯	30 分
	寻医问药	健康保健	30 分	寻医问药	健康保健	30 分
	专家门诊	健康保健	60 分	专家门诊	健康保健	60 分
	健康达人的幸福生	访谈	60 分	健康达人的幸福	访谈	60 分
	吃出健康来	营养	30 分	吃出健康来	营养	30 分
	无敌管家婆	生活服务	30 分	无敌管家婆	生活服务	30 分
	1059 帮助热线	帮扶	30 分	1059 帮助热线	帮扶	30 分
	幸福社区	社区	30 分	幸福社区	社区	30 分
	红十字连心桥	红十字	30 分	红十字连心桥	红十字	30 分
	中医百草园	中医保健	30 分	中医百草园	中医保健	30 分
	健康宝贝	教育	30 分	健康宝贝	教育	30 分
	悄悄话	情感	60 分	悄悄话	情感	60 分
	转角遇到爱	婚恋	60 分	958 早上好	资讯	120 分
	寻医问药下午版	健康保健	30 分	每周听科学	科普	30 分

健康之声广播 2019 年制作节目 14 档, 2020 年制作节目 14 档, 其中: 12 档为延续节目, 减少节目 2 档, 新设节目 2 档。

表 1-17 经济广播 2019 和 2020 年制作栏目对比

频率	2019			2020		
经济广播	饭点说吃	餐饮	60 分	饭点说吃	餐饮	60 分
	将爱情进行到底	婚恋	60 分	将爱情进行到底	婚恋	60 分
	一加一不是二	脱口秀	120 分	一加一不是二	脱口秀	120 分
	左耳朵段子右耳朵歌	脱口秀	60 分	左耳朵段子右耳朵歌	脱口秀	60 分

小强来了	综艺	60 分	小强来了	综艺	60 分
财富管家	理财	60 分	财富管家	理财	60 分
家政管家	供求信息	60 分	家政管家	供求信息	60 分
楼市管家	房地产	60 分	楼市管家	房地产	60 分
往事如歌	歌曲	60 分	往事如歌	歌曲	60 分
经广夜读	读书	60 分	经广夜读	读书	60 分
王宁听你说	情感	60 分	王宁听你说	情感	60 分
音乐会跳舞	歌曲	30 分	一点就知道	科普	60 分
音乐有滋味	歌曲	30 分	先锋少年	教育	60 分
958 早上好	资讯	120 分	月来乐动听	歌曲	180 分
958 故事会	演播	60 分	假日 958	资讯+歌曲 +互动	600 分

经济广播 2019 年制作节目 15 档，2020 年制作节目 15 档，其中：11 档为延续节目，减少节目 4 档，新设节目 4 档。

表 1-18 综合广播 2019 和 2020 年制作栏目对比

频率	2019			2020		
综合广播	山西新闻	时政新闻	30 分	山西新闻	时政新闻	30 分
	今日微头条	新闻资讯	30 分	今日微头条	新闻资讯	30 分
	大医生来了	医疗服务专题	30 分	大医生来了	医疗服务专题	30 分
	政风行风热线	服务热线专题	60 分	政风行风热线	服务热线专题	60 分
	全省新闻联播	时政新闻	30 分	全省新闻联播	时政新闻	30 分
	新闻有态度	新闻评论	30 分	新闻有态度	新闻评论	30 分
	天天有戏	戏曲专题	30 分	天天有戏	戏曲专题	60 分
	904 早声音	新闻资讯	30 分	晨光第一线	音乐专题	30 分
	新闻热线	服务热线专题	60 分	转型进行时	时政专题	15 分
	欢乐购购购	直播卖货	60 分	904 新闻热线	服务热线	45 分
	终于等到你	情感专题	60 分	904 新闻+	新闻资讯	30 分
	夜心情	音乐专题	60 分	投融英雄会	服务专题	30 分
				刷刷朋友圈	新闻资讯	30 分
				904 夜听	音乐专题	60 分

综合广播 2019 年制作节目 12 档，2020 年制作节目 14 档，其中：7 档延续节目，减少节目 5 档，新设节目 7 档。

表 1-19 音乐广播 2019 和 2020 年制作栏目对比

频率	2019			2020		
音乐广播	音乐早上好	音乐类	60 分	我是一只早早鸟	音乐类	60 分
	柠檬 咖啡 Tea	音乐脱口秀	120 分	柠檬 咖啡 Tea	音乐脱口秀	120 分

音乐老友记	音乐类	180 分	音乐老友记	音乐类	180 分
电波兄妹	音乐脱口秀	60 分	电波兄妹	音乐脱口秀	60 分
音乐红茶馆	音乐类	180 分	音乐红茶馆	音乐类	180 分
只听好歌不听话	音乐类	120 分	只听好歌不听话	音乐类	120 分
爱上一座城	音乐脱口秀	120 分	爱上一座城	音乐脱口秀	120 分
只爱老情歌	音乐类	120 分	只爱老情歌	音乐类	120 分
音乐纵贯线上午	音乐类	360 分	940DJ 金曲捞	音乐类	60 分
音乐纵贯线下午	音乐类	420 分	少年派音乐漂流	音乐类	60 分
音乐纵贯线晚间	音乐类	300 分	音乐纵贯线上午	音乐类	360 分
			音乐纵贯线下午	音乐类	420 分
			音乐纵贯线晚间	音乐类	300 分

音乐广播 2019 年制作节目 11 档，2020 年制作节目 13 档，其中：10 档为延续节目，减少节目 1 档，增加节目 3 档。

2. 项目组织和管理。

(1) 项目主管部门和具体实施部门的名称及各自职责

项目拨款单位：山西省财政厅

部门职责：负责审核专项资金预算、资金分配并拨付资金；对实施资金进行监督管理等。

项目主管单位：省委宣传部

部门职责：确定资金支持方向、支持重点和支持范围，并对项目实施情况进行监督管理。

项目实施单位：山西广播电视台

部门职责：依照单位部门职能划分，承担各自部门节目制作和节目制作经费任务，承担节目制作和节目制作经费的管理工作。

(2) 项目实施流程及管理

山西广播电视台各频道（率）依据《广播电视节目制作

经营管理规定》对节目进行制作，具体流程如下：山西广播电视台向上级主管部门申请获批后取得《广播电视节目制作经营许可证》，频道（率）填写《申请表》明确节目名称、节目内容、播出时间、节目人员等，交由频道（率）总监、总编辑、台长审核批准后进行节目制作，后期存在改版情况，填写《节目改版申请表》批准后执行，同时向总编办提交改版备案表存档。依照《山西广播电视台财务管理制度（试行）》对财务进行管理。项目立项流程如下：

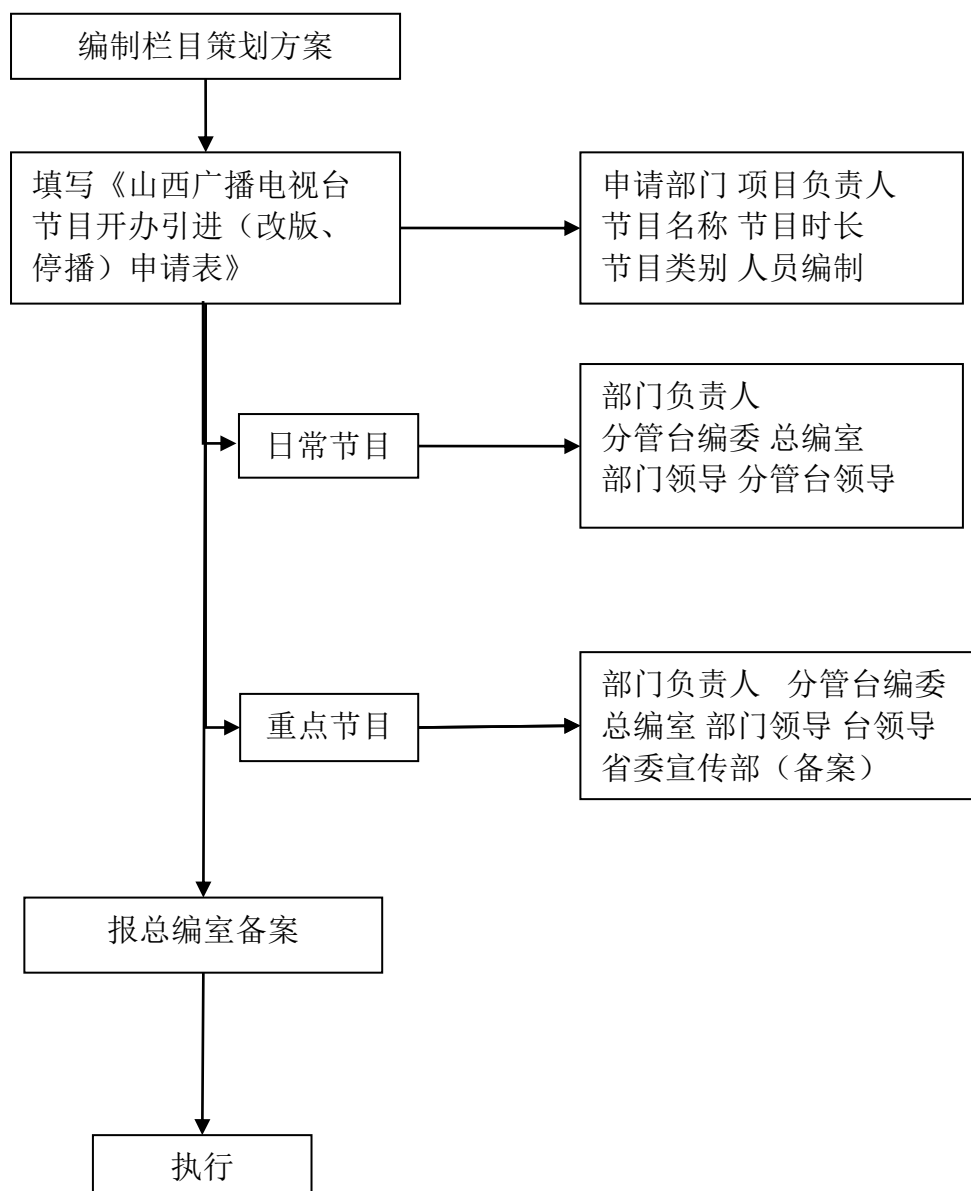


图 1-1 制作经费项目立项流程图

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的与重点

1. 评价目的

本次评价目的是根据绩效评价中发现的问题，分析原

因，提出建议，为财政部门加强财政支出管理，强化支出责任，科学配置资源，提高财政资金的使用效益，合理安排以后年度财政预算提供重要的参考依据。评价依据是评价所依据的法律、法规规章、政策文件，包括财政方面和行业方面。

2. 评价依据

(1) 《中华人民共和国预算法》

(2) 《财政支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）

(3) 财政部《关于贯彻落实〈中国中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见〉的通知》（财预〔2018〕167号）

(4) 中共山西省委 山西省人民政府《关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（晋发〔2018〕39号）

(5) 山西省财政厅 关于印发《省级项目支出绩效评价管理办法》的通知（晋财资〔2020〕17号）

(6) 其他有关的法律、法规规章、政策文件

3. 评价重点

评价重点为2020与2019年节目制作完成情况、收视率、收视份额和广告收入。从而评价2020节目制作实施效果。

本次绩效评价的对象是2020年山西广播电视台节目制作经费项目资金，共计6000万元。评价范围是：山西广播电视台2020年节目制作经费的实施内容。

4. 评价基准日

本次绩效评价基准日为 2020 年 12 月 31 日。

（二）绩效评价指标与方法

1. 指标体系

表 2-1 绩效评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标
A 决策	A1 项目立项	A11 立项依据充分性
		A12 立项程序规范性
	A2 绩效目标	A21 绩效目标合理性
		A22 绩效指标明确性
	A3 资金投入	A31 预算编制科学性
		A32 资金分配合理性
B 过程	B1 资金管理	B11 资金到位率
		B12 预算执行率
		B13 资金使用合规性
	B2 组织实施	B21 管理制度健全性
		B22 组织实施有效性
C 产出	C1 产出数量	C11 电视广播制作完成率
	C2 产出质量	C21 节目制作获奖作品
	C3 产出时效	C31 完成及时性
	C4 产出成本	C41 成本节约率
D 效益	D1 经济效益	D11 广告收入增加率
	D2 社会效益	D21 较 2019 年收听收视人数增长情况
		D22 节目制作收听收视率
		D23 数据库（网站）访问量增长率
	D3 可持续发展效益	D31 人才培养情况
	D4 满意度	D41 公众满意度

2. 评价方法

（1）比较法。是指通过对节目制作经费年初设立绩效目标与年底完成情况的对比，同时对 2019 年节目制作实施情况与 2020 年对比，参照国内电视台节目制作经费数据与山西广播电视台的对比，综合分析绩效目标实现程度，2020

年节目制作经费实施效果等；

(2) 成本效益分析法。是指将投入与产出、效益进行关联性分析的方法，通过对节目制作成本的统计，确定节目制作成本，通过第三方提供的收视率，市场份额等数据，综合分析节目制作经费的实施是否提高了频道（率）收视率，提升了收视份额；

(3) 公众评判法。是指通过专家评估、公众问卷及抽样调查等对财政支出效果进行评判，评价绩效目标实现程度，本次评价聘请太原电视台编办主任对方案、报告进行审核，提出专业意见，通过对山西省内收看 7 个电视频道的观众，收听 6 广播频道的听众和山西广播电视台职工进行问卷调查，分析节目制作费实施效果。

本着简便有效的原则，根据评价对象的具体情况，将采用一种或多种方法进行绩效评价。

3. 评价标准

绩效评价结果采取评分和评级相结合的方式，总分为 100 分，等级划分为四挡：综合评分 90 分（含）-100 分为“优”，80 分（含）-90 分为“良”，60 分（含）-80 分为“中”，60 分以下为“差”。

（三）绩效评价工作过程

1、第一阶段为准备阶段(2020 年 4 月下旬-2020 年 5 月中旬)。

(1) 制定项目评价实施方案。在收集、审核资料的基

基础上，根据项目具体情况制定绩效评价实施方案，并拟定评价指标体系，细化评分标准；

（2）确认评价实施方案。

2、第二阶段为现场勘查阶段(2020年5月中旬-2020年6月中旬)。

（1）收集、审核资料。在全面收集资料的基础上，根据审核的评价实施方案，查阅与该项目有关的财务资料、合同资料、招投标等资料，并对收集的资料进行分类整理、审查和分析；

（2）现场勘查。根据评价对象的特点和项目承担单位提供的资料，评价小组进行现场实地勘察，对比项目单位填写的相关表格，做到账实相符，同时进行问卷调查。

（3）综合评价。评价工作组根据评价工作方案确定的评价指标、评价权重、评价标准和评价方法，对评价对象的绩效情况进行全面的定量定性分析和综合评价，形成评价结论。

3、第三阶段为撰写报告阶段(2020年6月中旬-2020年6月下旬)。

（1）撰写报告。评价组根据被评价单位的绩效评价情况，按照规定的文本格式和要求撰写绩效评价报告；

（2）与被评价部门（单位）交换意见。交换意见后，对报告进行修改完善，形成评价结论，将评价报告报送省财政厅预算绩效管理处。

(3) 评价组根据财政部门对绩效评价报告进行评审情况，对报告进行修改或完善。

(4) 提交报告。在规定的时间内向组织实施绩效评价的财政部门或预算部门提交绩效评价报告；

(5) 建立档案。评价工作结束后，评价工作组应妥善保管工作底稿和评价报告等有关资料，建立绩效评价工作档案。

三、综合评价情况及评价结论

项目组按照本项目绩效评价工作方案确定的绩效评价指标、评价标准和评价方法，在对评价对象的绩效情况进行定量和定性分析的基础上，经综合评价，**2020 年节目制作经费项目综合得分 80.5 分，绩效评价等级为“良”**。其中：决策类指标考评得分为 16 分；过程类指标考评得分为 18 分；产出类指标考评得分为 30 分；效益类指标考评得分为 16.5 分。详见下表。

表 3-1 评分结果

序号	指标名称	权重	得分	得分率
1	决策	20	16	80.00%
2	过程	20	18	90.00%
3	产出	30	30	100.00%
4	效益	30	16.5	55.00%
		100	80.5	80.50%

四. 绩效评价指标分析

(一) 决策类指标

决策类指标分为项目立项、绩效目标和资金投入三个二级指标，项目立项下设两个三级指标，分别为立项依据充分性、立项程序规范性。绩效目标下设两个三级指标，分别为绩效目标合理性和绩效指标明确性。绩效目标下设两个三级指标，分别为绩效目标合理性和绩效指标明确性。资金投入下设两个三级指标，分别为预算编制科学性和资金分配合理性。决策类指标分值共计 20 分，得分 16 分，得分率 80%，详见下表。

表 4-1 决策类指标

一级指标	二级指标	三级指标	权重	目标值	业绩值	得分	得分率
A 决策	A1 项目立项	A11 立项依据充分性	3	充分	充分	3	100.00%
		A12 立项程序规范性	3	规范	规范	3	100.00%
	A2 绩效目标	A21 绩效目标合理性	4	合理	较合理	3	75.00%
		A22 绩效指标明确性	4	明确	较明确	3	75.00%
	A3 资金投入	A31 预算编制科学性	3	科学	较科学	2.5	83.33%
		A32 资金分配合理性	3	合理	较合理	1.5	50.00%
合计			20			16	80.00%

A11 立项依据充分性：根据《预算法》和省财政厅相关规定，电视台是省委省政府重要宣传舆论阵地，为省政府直属正厅级事业单位，主要职责是：高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜，宣传党的理论和路线方针政策，宣传中央及省委重大决策部署；统筹组织重大宣传报道，及时传播山西各领域的信息，组织广播电视创作生产，确保安全播出；弘扬社会正气、通达社情民意、引导社会热点、疏

导公共情绪，加强和改进舆论监督；加快推媒体深度融合发展，建立全媒体传播体系；加强国际传播能力建设和对外宣传工作，讲好山西故事；完成省委、省政府交办的其他任务。故电视台设立“节目制作经费”项目，履行部门职能，符合行业规划和政策要求，项目立项依据充分，故立项依据充分性指标得满分。

A12 立项程序规范性：为了加强节目制作经费预算管理，提升节目制作科学化、精细化管理水平，提高项目资金使用效益，根据《预算法》和省财政厅相关规定，电视台设立“节目制作经费”项目。电视台承担了节目制作工作，每个栏目立项均经项目负责人申报，部门主管、频道（率）领导、台领导审核批准后实施，项目立项依据充分，审批流程规范，故立项依据充分性指标得满分。

A21 绩效目标合理性：该项目系电视台基本职能开展相关业务必须的工作，符合国家和省级的有关政策法规，对加强节目制作经费预算管理，提升节目制作科学化、精细化管理水平，提高项目资金使用效益到了积极作用。项目的预期产出效益和效果符合客观实际的业绩水平，但所设定的绩效目标的绩效指标不完整，未全面覆盖本项目的产出及效果，未设置经济效益和可持续发展效益指标，扣 1 分。该指标得 3 分。

A22 绩效指标明确性：该项目将绩效目标细化分解为对应的绩效指标，通过清晰、可衡量的指标值予以体现，但项

目绩效目标任务数与实际产出效果不相对应，未设定完整的绩效目标，无法根据绩效目标考核全部实施项目，扣 1 分，该指标得 3 分。

A31 预算编制科学性：该项目编制的预算按照“两上两下”流程执行，预算的批复经省财政厅审议通过后执行，预算内容与项目内容匹配度较低，针对 7 个频道，6 个广播及新闻中心和外宣中心编制了预算，实际总编室、技术中心、驻外记者、广告中心等 9 个部门活动制作预算于 2020 年底编制，预算编制滞后，扣 0.5 分；预算依照上一年节目制作情况，确定今年资金量，在预算编制前期对各个频道（率）在播的节目进行梳理，确定工作任务，编制相应预算，依据充分。该指标得分 2.5 分。

A32 资金分配合理性：该项目预算资金分配依据充分，电视台按照各频道（率）上报的预算分配资金；资金分配额度有待考量，年初预算与年终决算差额较大，黄河频道、影视频道和公共频道执行率均在 200%以上，因节目支出包括制作费和活动经费，活动支出年底方可汇总预算，故超支较大，扣 1.5 分，该指标得分 1.5 分。

（二）过程类指标

过程类指标分为资金管理和组织实施两个二级指标，资金管理下设三个三级指标，分别为资金到位率、预算执行率、资金使用合规性。组织实施下设两个三级指标，分别为管理制度健全性和制度执行有效性。过程类指标分值共计 20 分，

得分 18 分，得分率 90%，详见下表。

表 4—2 过程类指标

一级指标	二级指标	三级指标	权重	目标值	业绩值	得分	得分率
B 过程	B1 资金管理	B11 资金到位率	3	100%	100%	3	100.00%
		B12 预算执行率	3	100%	100%	3	100.00%
		B13 资金使用合规性	4	合规	较合规	3	75.00%
	B2 组织实施	B21 管理制度健全性	5	健全	健全	5	100.00%
		B22 组织实施有效性	5	有效	较有效	4	90.00%
合计			20			18	90.00%

B11 资金到位率：该项目实际到位资金 3503.03 万元，其中：财政资金 2763.60 万元，其他资金 739.43 万，调整后预算资金 3503.03 万元，其中：财政资金 2763.60 万元，其他资金 739.43 万，资金到位率=（实际到位资金/预算资金）×100%=（3503.03/3503.03）×100%=100%，该指标得满分。

B12 预算执行率：该项目实际支出资金 3503.03 万元，其中：财政资金 2763.60 万元，其他资金 739.43 万；实际到位资金 3503.03 万元，其中：财政资金 2763.60 万元，其他资金 739.43 万，预算执行率=（实际支出资金/实际到位资金）×100%=（3503.03/3503.03）×100%=100%，该指标得满分。

B13 资金使用合规性：该项目均符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定；资金的拨付均有完整的审批程序和手续；节目制作经费中总编办等 9 个部门活动支出预算于年底汇总编制，无法考量预算批复用途，扣 1 分；不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。

得分 3 分。

B21 项目管理制度健全性：电视台制定了《山西广播电视台节目播出审查制度》、《山西广播电视台节目综合评价体系实施细则（试行）》、《山西广播电视台新媒体采制审发管理规定》和《山西电视台关于加强节目编播管理的规定》四个业务管理制度，制定了《山西广播电视台财务管理制度（试行）》财务管理制度，从节目制作、节目审查、节目播出有着细化规定和奖惩办法，财务和业务管理制度合法、合规、完整。该指标得满分。

B22 组织实施有效性：电视台依照制定的 4 项业务管理制度和 1 项财务管理制度对节目制作从立项到播出全过程进行监督管理，新设栏目、改版栏目、延续栏目和停播栏目均有细化管理流程，对栏目的支出依照财务管理制度进行收支管理，对于外聘公司制作的栏目和栏目相关（舞美、后期、服装）等均与该公司签订制作合同（劳务合同），明确服务内容、服务期限、服务金额等相关条款，各频道（率）均有相应人员场地保障支撑，制度执行较有效，但未设定考核目标，导致无法细化考核，扣 1 分，该指标得 4 分。

（三）产出类指标

产出类指标分为产出数量、产出质量、产出时效和产出成本四个二级指标，产出数量下设一个三级指标，为电视广播制作完成率；产出质量下设一个三级指标，为节目制作获奖作品；产出时效下设一个三级指标，为完成及时率；产出

成本下设一个三级指标，为成本节约率。产出类指标分值共计 30 分，得分 30 分，得分率 100%，详见下表。

表 4-3 产出类指标

一级指标	二级指标	三级指标	权重	目标值	业绩值	得分	得分率
C 产出	C1 产出数量	C11 电视广播制作完成率	10	100%	100%	10	100%
	C2 产出质量	C21 节目制作获奖作品	10	20 件	20 件	10	100%
	C3 产出时效	C31 完成及时性	5	及时	及时	5	100%
	C4 产出成本	C41 成本节约率	5	≤ 3503.03	≤ 3503.03	5	100%
合计			30			30	100%

C11 电视广播制作完成率：电视台 2020 年度计划制作频道节目 45 档，频率节目 79 档，共计 124 档，实际完成频道节目 45 档，频率节目 79 档，共计 124 档。实际完成率=（实际产出数/计划产出数）×100%=（124/124）×100%=100%。该指标得满分。

C21 节目制作获奖作品：该项目绩效目标指标值为省级获奖 20 件，实际 20 件作品获得国家、省级及行业奖，其中《闽宁镇》获中宣部五个一工程优秀作品奖，《一件批复映初心》获第三十届中国新闻奖广播专题一等奖等，该指标得满分。

C31 完成及时率：该项目计划播出实际为全年不间断播出，实际完成全年不间断播出。节目播出周期分为：日播、周播、周一至周五播、周播 2 期、周播 3 期、周播 5 期和周播 6 期，各类节目在合理编排后全年播出，该指标得满分。

C41 成本节约率：该项目绩效目标指标值为≤3503.03 万元，2020 年节目制作费实际支出 3503.03 万元，其中：预

算资金 2763.60 万元，其他资金 739.43 万，未超出计划成本。该指标得满分。

（四）效益类指标

效益类指标分为社会效益、经济效益、可持续发展和社会公众及服务对象满意度四个二级指标，经济效益下设一个三级指标，为广告收入增加率；社会效益下设一个三级指标，为较 2019 年收听收视人数增长情况节目制作收视收听率和数据库（网站）访问量增长率；可持续发展下设一个三级指标，为人才队伍培养情况；社会公众及服务对象满意度下设一个三级指标，为公众满意度。效益类指标分值共计 30 分，得分 16.5 分，得分率 55%，详见下表。

表 4-4 效益类指标

一级指标	二级指标	三级指标	权重	目标值	业绩值	得分	得分率
D 效益	D1 经济效益	D11 广告收入增加率	5	增长	部分增长	0	0%
	D2 社会效益	D21 较 2019 年收听收视人数增长情况	5	增长	降低	0	0
		D22 节目制作收听收视率	5	0.4%	0.81%	5	100%
		D23 数据库（网站）访问量增长率	5	5%	部分达到	2.5	50%
	D3 可持续发展效益	D31 人才队伍培养情况	5	健全	健全	5	100%
	D4 满意度	D41 公众满意度	5	100%	81.04%	4	80%
合计			30			16.5	55.00%

D11 广告收入增加率：2020 年度广告收入 28902 万元，2019 年广告收入 35157 万元，较 2019 年减少 6255 万元，降低 17.79%。其中，2020 年 9 月至 12 月广告收入同比均有所增长，2 月、3 月因受疫情影响，山西广播电视台对部分广

告商客户减免了部分广告费用，除 2、3 月外，全年共计 6 个月广告收入比去年有所下降，得分 0 分。

2020 年与 2019 年广告收入对比情况详见下表。

表 4-5 2020 年和 2019 年各月广告收入

月份	2020 年	2019 年	增长额	增长率
1 月	1,841	3,290	-1,449	-44.04%
2 月	758	2,706	-1,948	-71.99%
3 月	2,212	3,121	-909	-29.13%
4 月	2,285	3,045	-760	-24.96%
5 月	2,486	3,264	-778	-23.84%
6 月	2,635	3,212	-577	-17.96%
7 月	2,515	3,183	-668	-20.99%
8 月	2,406	3,202	-796	-24.86%
9 月	2,816	2,765	51	1.84%
10 月	2,815	2,374	441	18.58%
11 月	3,233	2,356	877	37.22%
12 月	2,900	2,639	261	9.89%
合计	28,902	35,157	-6,255	-17.79%

D21 较 2019 年收视收听人数：2020 年收视收听人次 3709561 次，2019 年收视收听人次 4078542 次，2020 年比 2019 年减少 368981 次，减少比例 9.05%，该指标不得分。

详见下表：

表 4-6 2020 较 2019 年收视收听人数情况表

频道（率）	2020		2019		2020 较 2019	
	收视率	收视人数（人）	收视率	收视人数（人）	降低人数(人)	降低比率
山西卫视	0.21	2798903	0.22	2932184	-133281	-4.55%
影视	0.17	60711	0.2	71424	-10714	-15.00%
社会与法制	0.16	57139	0.3	107136	-49997	-46.67%
黄河	0.12	42855	0.18	64282	-21427	-33.33%
公共	0.07	24998	0.1	35712	-10714	-30.00%
少儿	0.05	17856	0.08	28570	-10714	-37.50%
经济	0.03	10714	0.09	32141	-21427	-66.67%
交通广播	0.53	189274	0.55	196417	-7142	-3.64%
音乐广播	0.5	178561	0.51	182132	-3571	-1.96%
健康之声	0.35	124992	0.45	160704	-35712	-22.22%
文艺广播	0.22	78567	0.3	107136	-28570	-26.67%

故事广播	0.15	53568	0.2	71424	-17856	-25.00%
经济广播	0.1	35712	0.11	39283	-3571	-9.09%
农村广播	0.05	17856	0.09	32141	-14285	-44.44%
新闻广播	0.05	17856	0.05	17856	0	0.00%
合计		3709561		4078542	-368981	-9.05%

D22 节目制作收视、收听率：根据第三方统计机构中国广视索福瑞媒介研究有限责任公司统计数据，2020 年山西广播电视台总收视率 0.81%，达到年初计划目标 0.4%，得 5 分。山西卫视收视 2020 全国排名 16 名，于 2019 年排名相同。2020 年与 2019 年各频道及频率收视收听率对比情况详见下表。频道（率）具体节目收视情况详见附件 7。

表 4-6 电视频道、频率收视收听率排名

频道（率）	2020			2019		
	收视率	收视份额	排名	收视率	收视份额	排名
山西卫视	0.21	2.68	16（全国）	0.22	2.85	16（全国）
影视	0.17	2.28	12	0.20	2.61	9
社会与法制	0.16	2.07	13	0.30	3.82	3
黄河	0.12	1.58	15	0.18	2.33	12
公共	0.07	0.88	20	0.10	1.34	20
少儿	0.05	0.66	24	0.08	1.10	22
经济	0.03	0.36	44	0.09	1.19	21
交通广播	0.53	11.91	2	0.55	10.35	2
音乐广播	0.5	11.17	3	0.51	9.61	3
健康之声	0.35	7.76	4	0.45	8.55	4
文艺广播	0.22	4.9	7	0.3	5.68	6
故事广播	0.15	3.38	9	0.2	3.84	7
经济广播	0.1	2.18	11	0.11	2.13	13
农村广播	0.05	1.2	15	0.09	1.69	14
新闻广播	0.05	1.18	16	0.05	1.01	16

D23 数据库（网站）访问量增长率：2020 年抖音平台点击量 12630.7 万次，2019 年点击量 8328.7 万次，增加 51.65%，

得 1.25 分，微信公众号 2020 阅读量 112.4 万次，2019 年阅读量 59.7 万次，增加 88.27%，得 1.25 分，今日头条 2020 年点击量 30058.2 万次，2019 年点击量 86000 万次，降低 65.05%，扣 1.25 分，微博 2020 年点击量 102.5 万次，2019 年点击量 117.3 次，降低 14.8%，扣 1.25 分。该指标得分 2.5 分。

2020 年与 2019 年数据库访问量对比情况详见下表。

表 4-6 2020 年和 2019 年数据库访问量

	抖音	今日头条	微信	微博	合计
2020	12630.7	30058.2	112.4	102.5	42903.8
2019	8328.7	86000	59.7	117.3	94505.7
增长率 (%)	4302	-55941.8	52.7	-14.8	-51601.9
	51.65%	-65.05%	88.27%	-12.62%	-54.60%

D31 人才队伍培养情况：电视台制定了员工教育培训制度和管理办法，加强对广播电视从业人员的思想教育和政治引领，加强了专业人才培养，对新媒体从业人员开展素质培训，研究制定了融媒体工作室激励管理办法。

D41 公众满意度：通过对收看收听电视台频道（率）的观众听众进行调查得出：收看电视或收听广播占 95.21%；51.33%认为广告时长短合理；84.94%对当前山西电视台电视广播节目满意。综合满意度 81.04%。详见附件 3。

五、主要成效和经验做法

（一）项目主要成效

电视台完成了 2020 年节目制作任务，全年制作电视节

目 45 档,制作广播节目 79 档,共计 124 档,实际完成率 100%,省级获奖作品 20 件,节目在合理编排后全年播出,实际支出 3503.03 万元,未超出计划成本;节目制作收视收听率完成年初计划目标 0.35%,达到 0.81%,节目制作经费实际支出成本控制在预算范围之内;数据库(网站)访问量中微信公众号较 2019 年阅读增加 88.27%,达到 112.4 万次,抖音平台点击量较 2019 年增加 51.65%,达到 12630.7 万次。频道(率)节目的播出,完成了电视台各频道编排运营任务,丰富了山西人民的生活,一定程度上提高了山西广播电视台影响力。

但也存在广告收入较 2019 年减少 6255 万元,降低 17.79%;较 2019 年收视收听人数减少 128564 次,降低 30.77%;数据库(网站)访问量中今日头条较 2019 年点击量降低 65.05%,微博较 2019 年点击量降低 14.8%,未达到年初计划目标 5%,公众满意度为 81.04%,未达到计划目标 90%,观众对广告时长较不满意。

(二) 经验做法

1. 坚守和弘扬社会主义核心价值观,推动中华优秀传统文化发展,更好满足人民精神文化生活新期待。

山西卫视《歌从黄河来》《走进大戏台》着力打造“民歌”“戏曲”两大传统文化电视品牌。黄河电视台明确定位为文化频道,推出《文明守望》《匠心》《星光》等精品文化节目。各频道频率根据自身定位,稳步推进节目改版。全

力打造广播电视精品佳作，策划制作《大河奔流新时代——黄河流域九省(区)迎新春文艺演出》《左权民歌汇·2020 年国际民歌赛》等大型文艺活动。“三晋工匠”年度人物发布、“榜样山西”颁奖典礼等成为社会主义核心价值观的品牌活动。

2. 以媒体深度融合引领、赋能全台新闻宣传

加快传统广播电视与“黄河+”客户端、网络广播电视台台及两微一抖新媒体平台的融媒生产深度融合，首批建立的40余个融媒工作室，生产出一批深受用户欢迎的新媒体产品。目前全台融媒用户规模今日头条矩阵用户1000万+，抖音矩阵用户1000万+，微信矩阵用户800万+，微博矩阵用户500万+，央视新闻+、人民号、百家号、企鹅号、快手等矩阵用户200万+，融媒产品年传播量10亿次+，融媒产品年生产量上万篇（部），形成一体化、规模化、协同化的台网端微抖全媒体传播矩阵。

3. 落实省委常委会和省委文化体制改革专题会议精神，推进广播电视媒体重塑性改革

山西广播电视台应省委常委会会议精神精简1个电视地面频道、2个数字频道，明确频道频率定位，部分广播频率合并运营，内设机构精简了26%。认真学习贯彻党的十九届五中全会精神和中央《关于推动媒体深度融合发展的意见》精神，做好顶层规划设计，制订完成《山西广播电视台“十四五”发展规划》《山西广播电视台媒体深度融合发展实施

方案》。

六、存在的问题及原因分析

1. 绩效目标设置不完整，影响后续评价。

电视台针对节目制作经费设立了细化量化的绩效目标，但未根据项目实施情况设计全覆盖绩效目标，栏目中只针对《歌从黄河来》设立了数量指标，2020 年播出的 44 档节目和 79 档广播均未设立数量指标，未设立经济效益指标和可持续发展指标。

2. 预算编制有待进一步提升，活动预算编制滞后。

电视台预算包括节目制作经费预算和活动制作预算，针对 7 个频道，6 个广播及 2 个中心编制了预算，实际支出包括总编室、技术中心、驻外记者、广告中心等 9 个部门的活动制作预算；黄河频道执行率 289.55%活动支出占比 59.83%，影视频道执行率 210.58%活动支出占比 100%、公共频道执行率 223.06%活动支出占比 85.48%，超支较大。活动制作预算在活动举办时由频道（部门）申报，年底方可汇总全年活动预算数，活动预算编制滞后。

3. 广告收入下降，收视收听人数减少。

2020 年广告收入较 2019 年减少 6255 万元，降低 17.79%。其中，2020 年 9 月至 12 月广告收入同比均有所增长，2 月、3 月因受疫情影响，山西广播电视台通过《经营管理委员会议程》〔第 1 号〕文件广播广告、电视专题和电视品牌三个

类别的广告客户减免了 2-3 月广告费用。2020 年收视收听人次 289268 次，2019 年收视收听人次 417832 次，2020 年比 2019 年减少 128564 次，降低 30.77%。

七、相关建议

（一）项目建议

1. 完善绩效目标，设定全覆盖绩效目标。

建议电视台结合项目实际情况完善 2020 年度节目制作费绩效目标，同时在以后年度申报该项目绩效目标时，设定全覆盖产出绩效目标，数量指标设定“全年栏目播出总期数”、时效目标设定“全年不间断播出栏目”、成本指标设定“支出成本 $\leq$ 调整后预算额”，设定经济效益指标“广告收入增加额”和可持续发展效益指标“人才队伍建设”，从而提高预算管理效率。

2. 进一步完善预算编制。

该项目活动制作预算编制滞后，频道（率）活动支出占该项目预算的 44.04%，但活动预算在年底方可确定，造成频道（率）执行率超出计划，建议电视台在年初要求各部门根据营销情况编制活动概述，各频道（率）通过与上级部门合作单位沟通，了解活动举办计划，从而提前编制活动制作预算。

3. 合理编排节目，创建多元盈利格局。

建议各频道（率）及时研判全年收视数据，不断探讨新的编排方式，对栏目内收视率倒数的节目进行改版，策划制作一批新节目，寻找适合频道定位的引进节目，使节目布局更加科学合理，从而提高收视收听人数。针对广告营销要树立现代营销理念，依托媒体的资源优势，加强与政府资源、市场资源合作，通过直播带货、新媒体直播活动等多种形式，构建“广告创收+政府项目支持+产业运营孵化”的多元盈利格局。

（二）政策建议

1. 进一步深化媒体融合，按照中央和省委关于加快媒体深度融合发展意见的要求，以互联网思维优化资源配置，把更多优质内容，先进技术，专业人才，项目资金向互联网汇聚，向移动端倾斜。

2. 严格执行《山西广播电视台节目综合评价体系实施细则（试行）》制度，通过设定的考核评价办法对每一档节目进行评价，根据收视率、收视份额划分节目等级（强势、合格、弱势，在弱势中画出警告区域为问题节目），广告对栏目投放情况。建立节目淘汰机制和节目预警机制，以半年为周期，两个周期均在问题区域，对节目升级改版。电视后 3 位，广播后 5 位，第一次警告，两期均在后 3 和后 5 位，节目淘汰退出，人员分流，更换制片人。

3. 分析广告投放效果数据，进行细化，优化，针对优质广告可在法规政策允许范围内加大投放，劣质广告的投放只会加大观众听众的不感兴趣程度，从而失去栏目观众听众，降低收视收听率，影响栏目后期广告收入。同时进一步加强同政府和部门合作，开拓提升活动收入，注入栏目制作投入，提升电视台影响力。

八、其他需要说明的问题

自评报告复核情况：

1. 项目资金使用情况复核结果与单位自评结果一致。
2. 项目绩效目标未全面覆盖制作费项目全部内容，自评表中产出数量和质量目标均已完成，效益目标中的“收视收听人数”指标未完成，数据库（网站）访问量绩效目标完成值设定标准低。
3. 单位未针对产出效益满意度进行分析，未总结经验做法及存在的问题，自评得分 80 分，绩效评价得分 80.5 分。

九、附件目录

附件 1. 财政支出绩效评价指标评分表

附件 2. 财政项目支出绩效评价指标体系

附件 3. 满意度调查报告

附件 4. 访谈报告

附件 5. 合规性检查报告

附件 6. 自评复核报告

附件 7.各频道（率）节目收视率情况

附件 1

财政支出绩效评价指标评分表

一级指标	分值	二级指标	分值	三级指标	分值	得分
A决策	20	A1项目立项	6	A11立项依据充分性	3	3
				A12立项程序规范性	3	3
		A2绩效目标	8	A21绩效目标合理性	4	3
				A22绩效指标明确性	4	3
		A3资金投入	6	A31预算编制科学性	3	2.5
				A32资金分配合理性	3	1.5
B过程	20	B1资金管理	10	B11资金到位率	3	3
				B12预算执行率	3	3
				B13资金使用合规性	4	3
		B2组织实施	10	B21管理制度健全性	5	5
				B22组织实施有效性	5	4
C产出	30	C1产出数量	10	C11 电视广播制作完成率	10	10
		C2产出质量	10	C21 节目制作获奖作品	10	10
		C3产出时效	5	C31 完成及时性	5	5
		C4产出成本	5	C41 成本节约率	5	5
D效益	30	D1经济效益	8	D11 广告收入增加率	5	0
		D2社会效益	12	D21 较 2019 年收听收视人数	5	0
				D22 节目制作听收视率	5	5
				D23 数据库（网站）访问量增长率	5	2.5
		D3可持续发展	5	D31 人才队伍建设	5	5
		D4社会公众及服务对象满意度	5	D41 公众满意度	5	4
合计					100	80.5

附件 2

财政项目支出绩效评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	数据来源	获取方式
A 决策 (20 分)	A1 项目立项	A11 立项依据充分性	3	项目立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责,用以反映和考核项目立项依据情况。	①项目立项是否符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策; (0.5 分) ②项目立项是否符合行业发展规划和政策要求; (0.5 分) ③项目立项是否与部门职责范围相符,属于部门履职所需;(1 分) ④项目是否属于公共财政支持范围,是否符合中央、地方事权支出责任划分原则; (1 分)	项目立项文件资料	电视台办公室
		A12 立项程序规范性	3	项目申请、设立过程是否符合相关要求,用以反映和考核项目立项的规范情况。	①项目是否按照规定的程序申请设立; (1.5 分) ②审批文件、材料是否符合相关要求; (1.5 分)	项目立项文件资料	电视台办公室
	A2 绩效目标	A21 绩效目标合理性	4	项目所设定的绩效目标是否依据充分,是否符合客观实际,用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	①项目是否有绩效目标; (1 分) ②项目绩效目标与实际工作内容是否具有相关性; (1 分) ③项目预期产出效益和效果是否符合正常的业绩水平;(1 分) ④是否与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。(1 分)	绩效目标申报表	电视台财务部
		A22 绩效指标明确性	4	依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量等,用以反映和考核项目绩效目标的明细化情况。	①是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标; (2 分) ②是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现; (1 分) ③是否与项目目标任务数或计划数相对应。(1 分)	绩效目标申报表	电视台财务部
	A3 资金投入	A31 预算编制科学性	3	项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准,资金额度与年度目标是否相适应,用以反映和	①预算编制是否经过科学论证; (0.5 分) ②预算内容与项目内容是否匹配; (0.5 分) ③预算额度测算依据是否充分,是否按照标准编制 (1 分)	预算批复	电视台财务部

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	数据来源	获取方式
B 过程 (20分)				考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	④预算确定的项目投资额或资金量是否与工作任务想匹配。(1分)		
		A32 资金分配合理性	3	项目预算资金分配是否有测算依据, 与补助单位或地方实际是否相适应, 用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性情况。	①预算资金分配依据是否充分; (1.5分) ②资金分配额度是否合理, 与项目单位或地方实际是否相适应。(1.5分)	预算批复	电视台财务部
	B1 资金管理	B11 资金到位率	3	实际到位资金与预算资金的比率, 用以反映和考核资金落实情况对项目实施的总体保障程度。	资金到位率= (实际到位资金/预算资金) ×100%。(3分) 实际到位资金: 一定时期(本年度或项目期)内落实到具体项目的资金。 预算资金: 一定时期(本年度或项目期)内预算安排到具体项目的资金。	预算明细资金拨付明细	电视台财务部
		B12 预算执行率	3	项目预算资金是否按照计划执行, 用以反映或考核项目预算执行情况。	预算执行率= (实际支出资金/实际到位资金) ×100%。(3分) 实际支出资金: 一定时期(本年度或项目期)内项目实际拨付的资金。	资金支出明细及余额表	电视台财务部
		B13 资金使用合规性	4	项目资金使用是否符合相关的财务管理制度规定, 用以反映和考核项目资金的规范运行情况。	①是否符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定; (1分) ②资金的拨付是否有完整的审批程序和手续; (1分) ③是否符合项目预算批复或合同规定的用途; (1分) ④是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。(1分) 如出现扣除全部分值。	资金审查制度文件财务资料	电视台财务部

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	数据来源	获取方式
	B2 组织实施	B21 管理制度健全性	5	项目实施单位的财务和业务管理制度是否健全，用以反映和考核财务和业务管理制度对项目顺利实施的保障情况。	①是否已制定或具有相应的财务管理制度；（1.5分）是否建立业务管理制度（1.5分） ②财务和业务管理制度是否合法、合规、完整。（2分）	制度文件	财务部及相关业务处室
		B22 组织实施有效性	5	项目实施是否符合相关管理规定，用以反映和考核相关管理制度的有效执行情况。	①是否遵守相关法律法规和相关管理规定；（1分） ②项目调整及支出调整手续是否完备；（1分） ③项目合同书、验收报告、技术鉴定等资料是否齐全并及时归档；（1分） ④项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等是否落实到位。（1分） ⑤制定考核目标，对比目标考核项目实施情况。（1分）	制度文件调整上报批复文件验收资料	财务部及相关业务处室
C 产出（30分）	C1 产出数量	C11 电视广播制作完成率	10	电视广播制作的实际产出数于计划产出数的比率，用以反映和考核项目产出数量目标的实现程度。	实际完成率=（实际产出数/计划产出数）×100%×10分。节目制作完成率低于60%不得分。	申报资料业务资料验收资料	各频道广播、总编办、财务部
	C2 产出质量	C21 节目制作获奖作品	10	项目计划的获奖作品数量与实际数量的比率，用以反映和考核项目产出质量目标的实现程度。	对比绩效目标20件考核，≥20件（10分），15-20件（5分），<15件不得分。		
	C3 产出时效	C31 完成及时性	5	项目实际提前完成时间与计划完成时间的比率，用以反映和考核项目产出时效目标的实现程度。	全面开展节目制作和节目制作经费满分，中间出现断层不得分。		

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	数据来源	获取方式
	C4 成本节约	C41 成本节约率	5	完成项目计划工作目标的实际节约成本与计划成本的比率，用以反映和考核项目的成本节约程度。	成本节约率=[（计划成本-实际成本）/计划成本]×100%。实际成本≤计划成本（5分）实际成本>计划成本不得分。		
D 效益 (30分)	D1 经济效益	D11 广告收入增加率	5	考核山西省广播电视台 2020 年广告收入增加比率。	广告收入增加率=(2020 年广告收入-2019 年广告收入)/2019 年广告收入×100%，（5 分）按照全年 12 个月统计，每月权重 9.2%。增加得分，减少不得分。	申报资料业务资料验收资料	
	D2 社会效益	D21 较 2019 年收听收视人数	5	相较 2019 年收视收听人数增加情况。	增加率=(2020 年人数-2019 年人数)/2019 年人数×100%，比率为正数得（5 分）负数不得分。	申报资料业务资料验收资料	各频道广播、总编办、财务部
		D22 节目制作收视收听率	5	考核 2020 年节目制作收视收听比率。	节目制作收视收听率达到 0.4%及以上满分, 0.3%-0.4%（2 分）0.3%以下不得分。	申报资料业务资料第三方报告	
		D23 数据库(网站)访问量增长率	5	考核数据库（网站）访问量增长率。	考核微信、微博、今日头条和抖音四个数据库访问增长率，每个数据库权重 25%。增加率=(2020 年人数-2019 年人数)/2019 年人数×100%，大于 5%得（5 分），小于 5%不得分。	申报资料业务资料第三方报告	
	D3 可持续发展效益	D31 人才培养情况	5	考核单位干部队伍建设和人才培养方面的情况。	有相关制度和培训计划（1 分），对节目制作相关人员进行组织在台内（权重 10%）、市内（权重 20%）、省内（权重 30%）、全国（权重 40%）组织培训一次以上，以提高业务能力（4 分）	申报资料业务资料验收资料	各频道广播、总编办、财务部

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	数据来源	获取方式
	D4 服务对象满意度	D41 公众满意度	5	社会公众对山西广播电视台播放节目的满意度调查。	根据问卷调查满意度数据得出（5 分）	社会调查	受益人群

附件 3

2020 年山西广播电视台节目制作经费项目

问卷调查报告

一、调查背景

随着 2020 年山西广播电视台节目制作经费项目的实施，为了解工作经费的实施情况及项目实施后的影响，我们组织了本次问卷调查。

二、调查目的

经过问卷调查，我们将根据问卷调查结果通过具体细致的数据分析，深层次剖析 2020 年山西广播电视台节目制作经费项目的实际完成情况以及存在的问题，最后经过统计确定服务对象满意度分值。

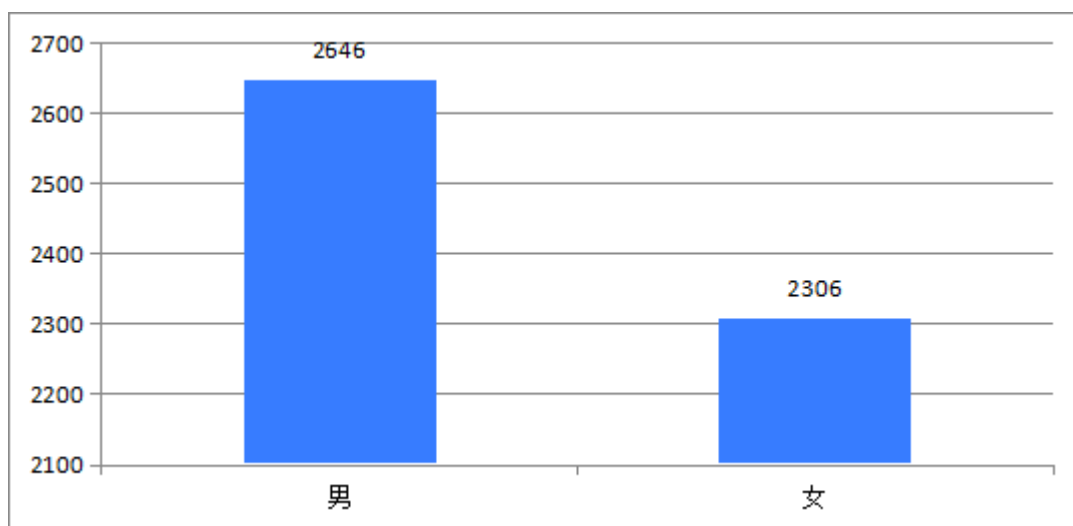
三、问卷发放及回收情况

本次问卷调查面向全山西省内观看山西电视频道的观众和收听广播的听众，通过网上电子问卷的方式，收回问卷 4952 份，有效问卷 4952 份。

四、满意度情况调查

1. 您的性别

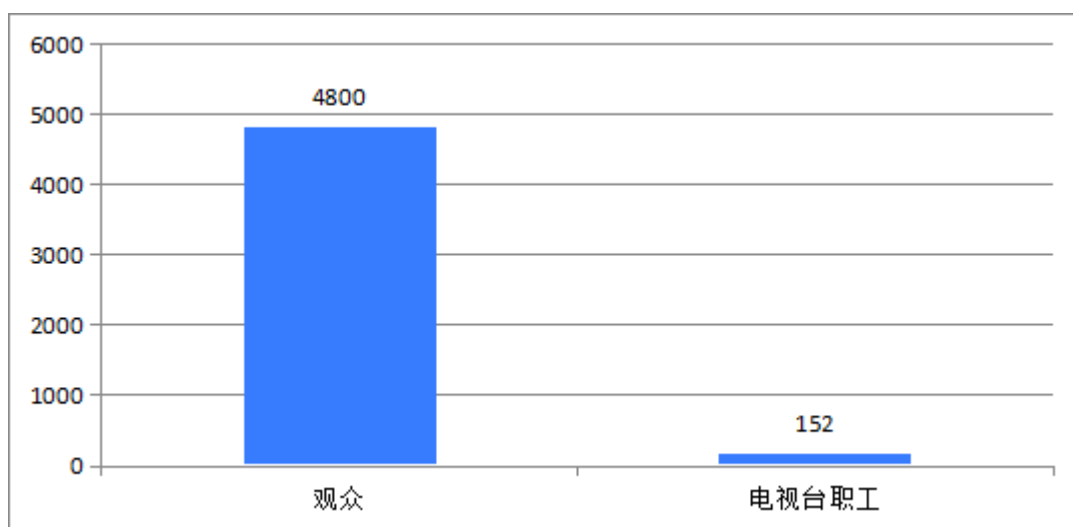
该项目调查人数 4952 人，其中男性观众（听众）2646 人，女性观众（听众）2306 人。详见下图。



图附 3-1

2. 您的身份

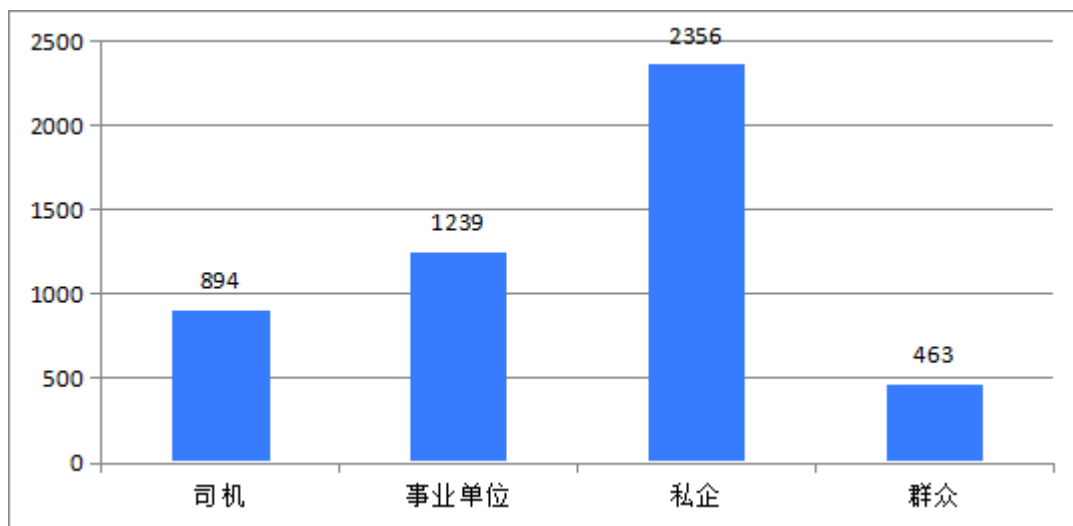
该项目调查人数 4952 人，其中社会观众 4800 人，电视台职工 152 人。详见下图。



图附 3-2

3. 您的职业

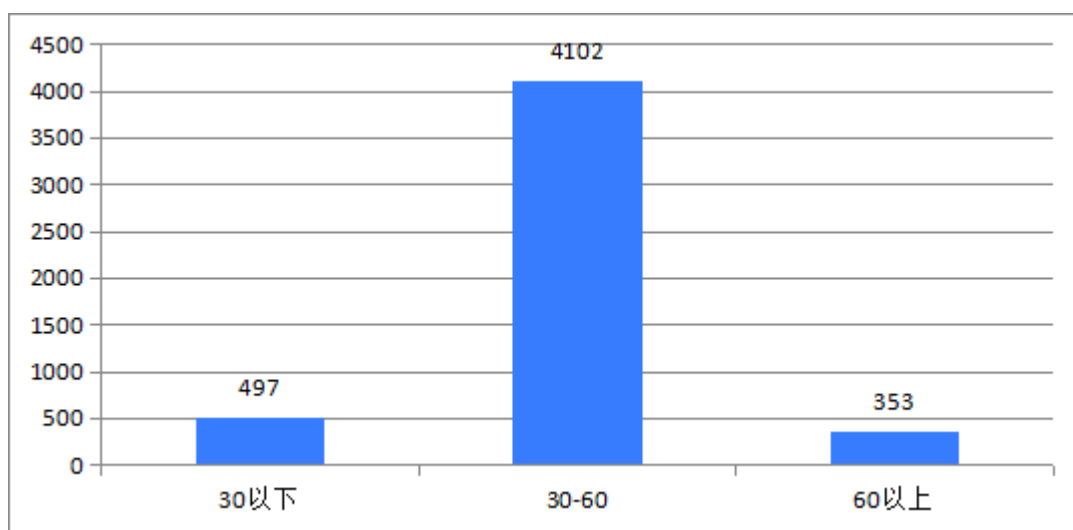
该项目调查人数 4952 人，其中司机 894 人，事业单位工作人员 1239 人，私企工作人员 2356 人，群众 463 人。详见下图。



图附 3-3

4. 您的年龄

该项目调查人数 4952 人，其中 30 岁以下 497 人，30-60 岁 4102 人，60 岁以上对 353 人。详见下图。

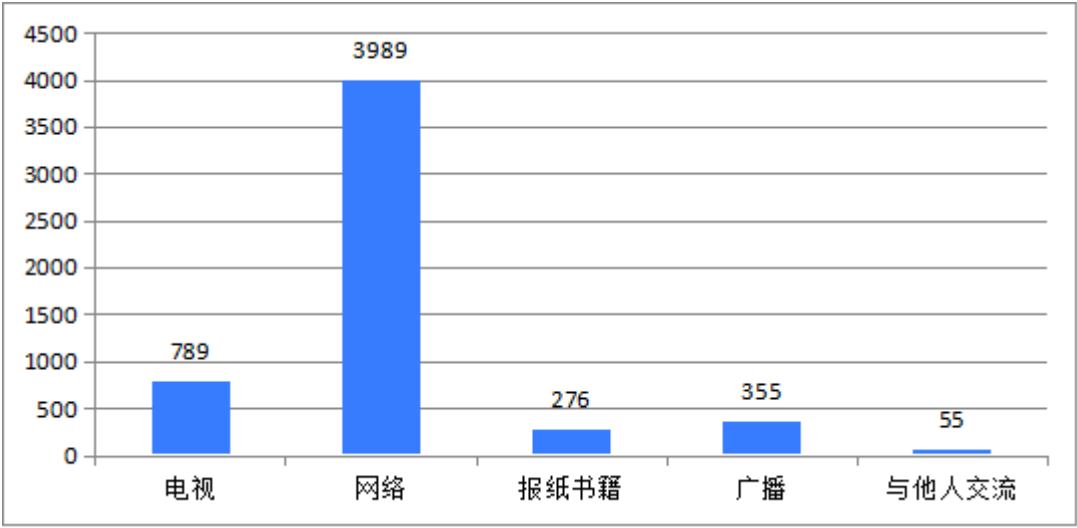


图附 3-4

5. 您平时获得信息的最主要的途径

该项目调查人数 4952 人，其中 789 人通过电视获得信息，3989 人通过网络获得信息，276 人通过报纸书籍获得信息，355 通过收听广播获得信息，55 人通过与他人交流获得

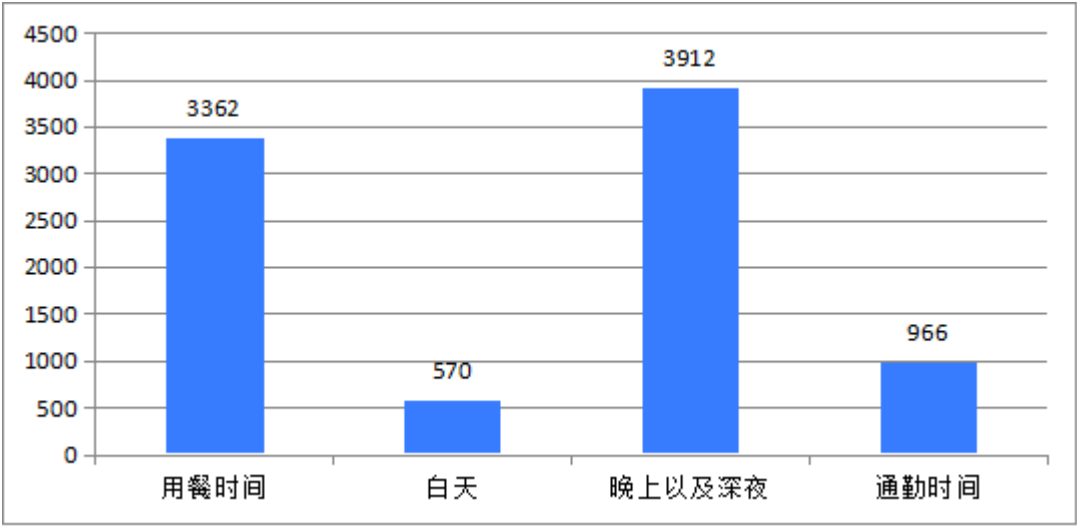
信息。详见下图。



图附 3-5

6. 您一般在什么时间看电视（收听广播）

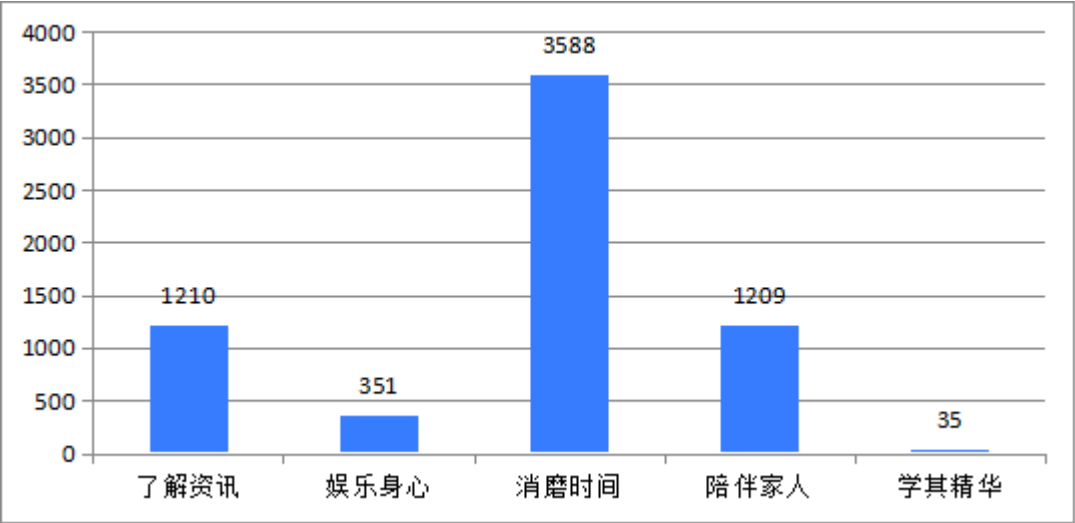
该项目调查人数 4952 人，其中 3362 人在用餐时间收看或收听节目，570 人在白天收看或收听节目，966 人在通勤时间收看或收听节目，3912 人在晚间收看或收听节目。详见下图。



图附 3-6

7. 您收看（收听）节目的原因

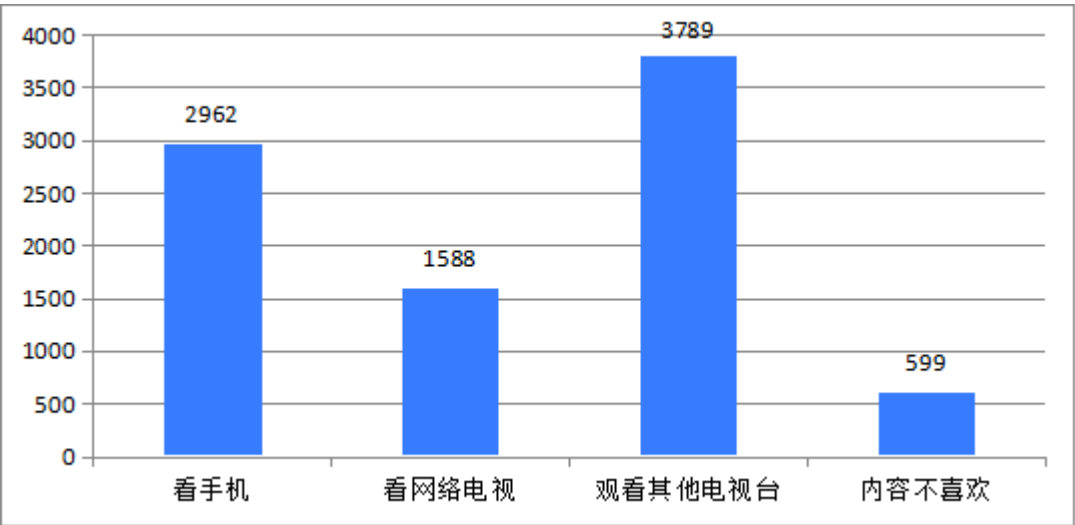
该项目调查人数 4952 人，其中 1210 人收看收听节目来了解资讯，351 人娱乐身心，3588 人消磨时间，1209 人陪伴家人，35 人学习精华。详见下图。



图附 3-7

8. 您不看山西电视或不收听广播的原因

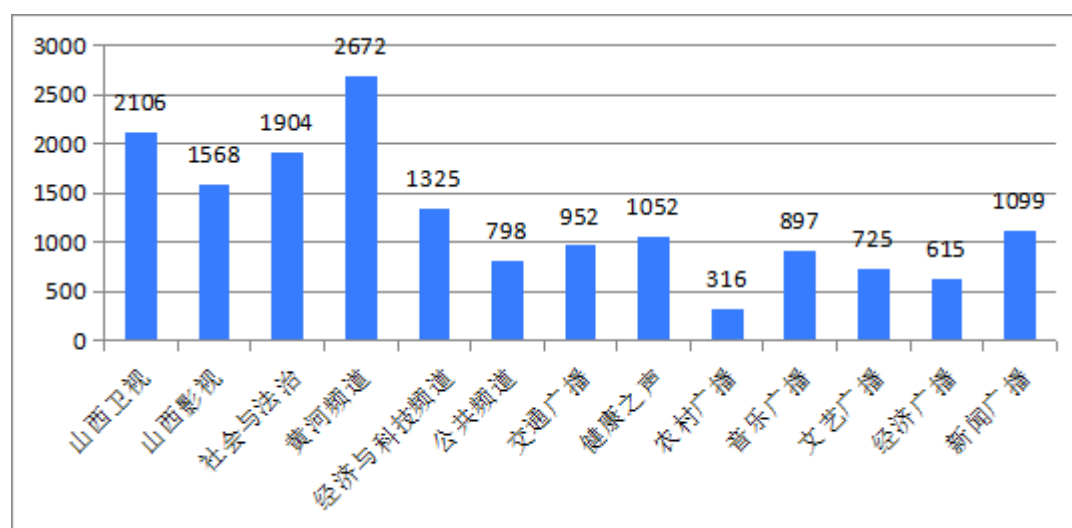
该项目调查人数 4952 人，其中 2962 人认为看手机足以了解足够信息，1588 人看网络电视，3789 人观看其他电视台，599 人因为内容不喜欢。详见下图。



图附 3-8

9. 您通常收看或收听哪些山西频道（频率）

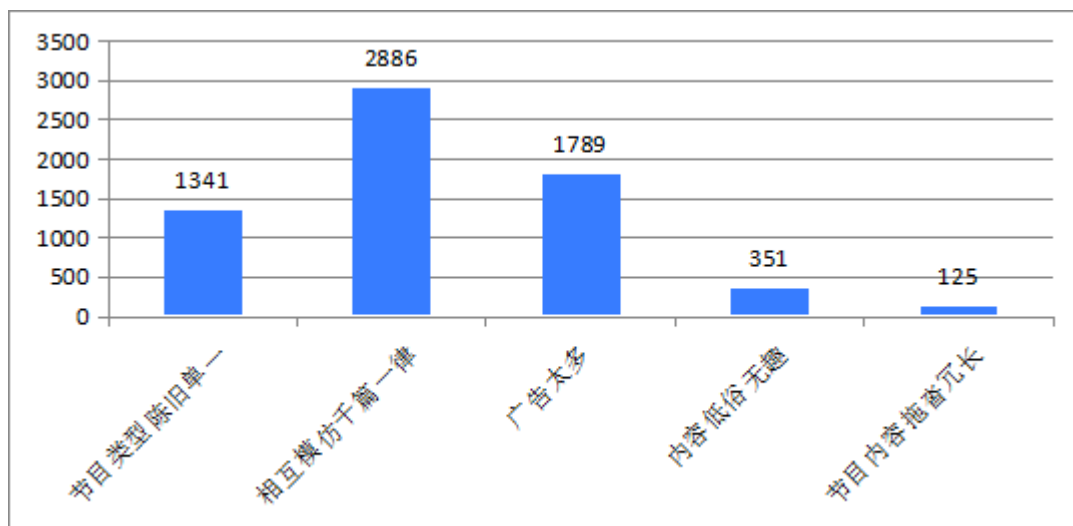
该项目调查人数 4952 人，有效回答 4950 人，其中观看山西卫视的观众 2106 人，山西影视 1568 人，社会与法治 1904 人，黄河频道 2672 人，经济与科技频道 1325 人，公共频道 798 人，交通广播 952 人，健康之声 1052 人，农村广播 316 人，音乐广播 897 人，文艺广播 725 人，经济广播 615 人，新闻广播 1099 人。详见下图。



图附 3-9

10. 您认为山西电视频道（广播）节目存在哪些弊端

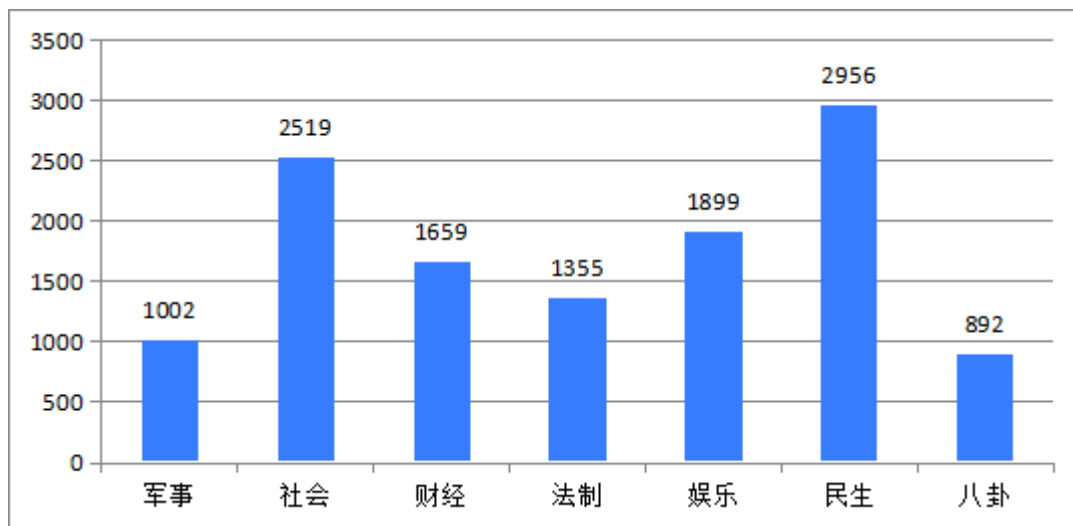
该项目调查人数 4952 人，其中有 1341 人认为山西电视台节目类型陈旧单一，2886 人认为节目项目模仿千篇一律，1789 人认为广告太多，351 人认为内容低俗无趣，125 人认为节目内容拖沓冗长。详见下图。



图附 3-10

11. 您通常收看或收听的节目类型

该项目调查人数 4952 人，其中有 1002 人喜欢军事类节目，2519 人喜欢社会类节目，1659 人喜欢财经类节目，1355 人喜欢法制类节目，1899 人喜欢娱乐节目，2956 人喜欢民生类节目，892 人喜欢八卦节目。详见下图。

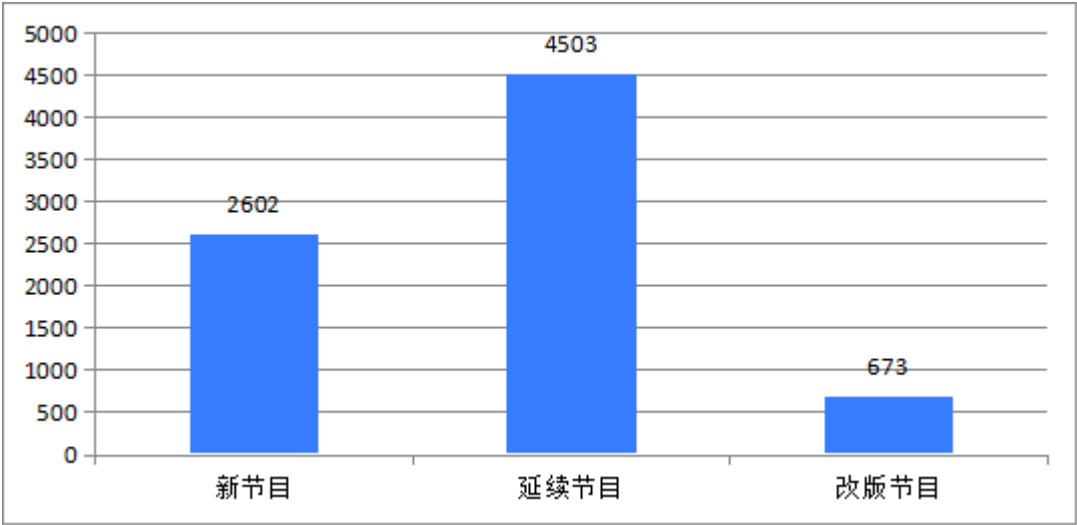


图附 3-11

12. 您认为哪种节目更吸引您观看或收听

该项目调查人数 4952 人，其中有 2602 人认为新节目更

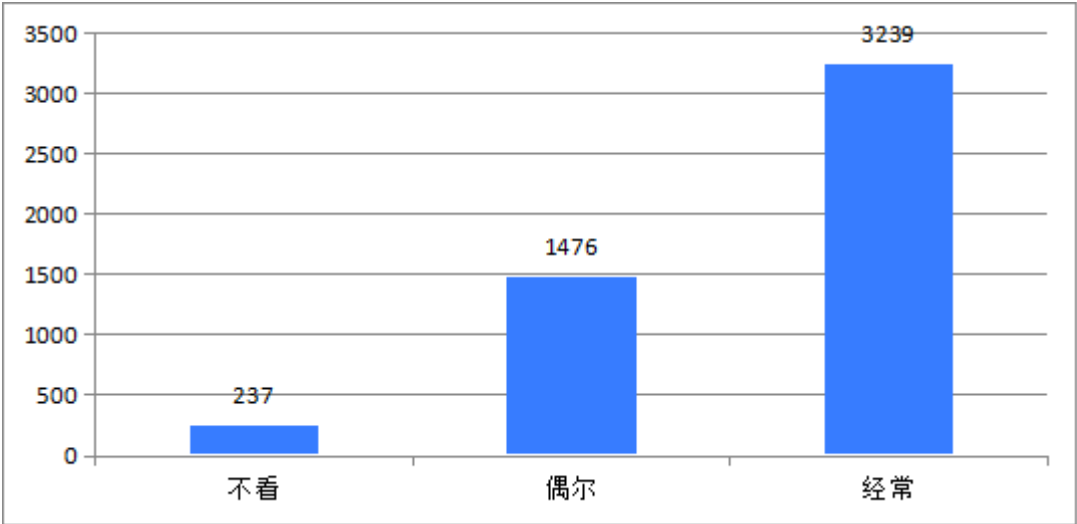
有吸引力，4503 人认为延续节目更有吸引力，673 人认为改版节目有吸引力。详见下图。



图附 3-12

13. 您收看电视或收听广播吗

该项目调查人数 4952 人，其中 237 人不收看或收听节目，1476 人偶尔收看或收听，3239 人经常收看或收听。详见下图。



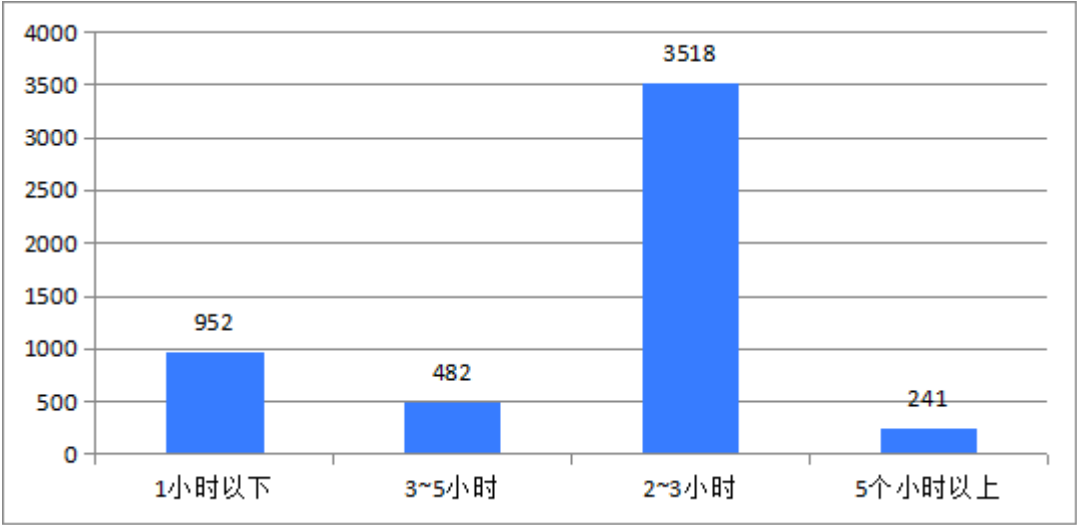
图附 3-13

此项为评分项，不收看或收听的不得分，收看或收听得

25 分，该项得分率 95.21%，得分 23.8 分。

14. 您一天收看电视节目或收听广播所用的时间

该项目调查人数 4952 人，其中 952 人收看或收听节目的时间为 1 小时一下，482 人收看或收听节目的时间为 3-5 小时，3518 人收看或收听节目的时间为 2-3 小时，241 人收看或收听节目的时间为 5 小时以上。详见下图。

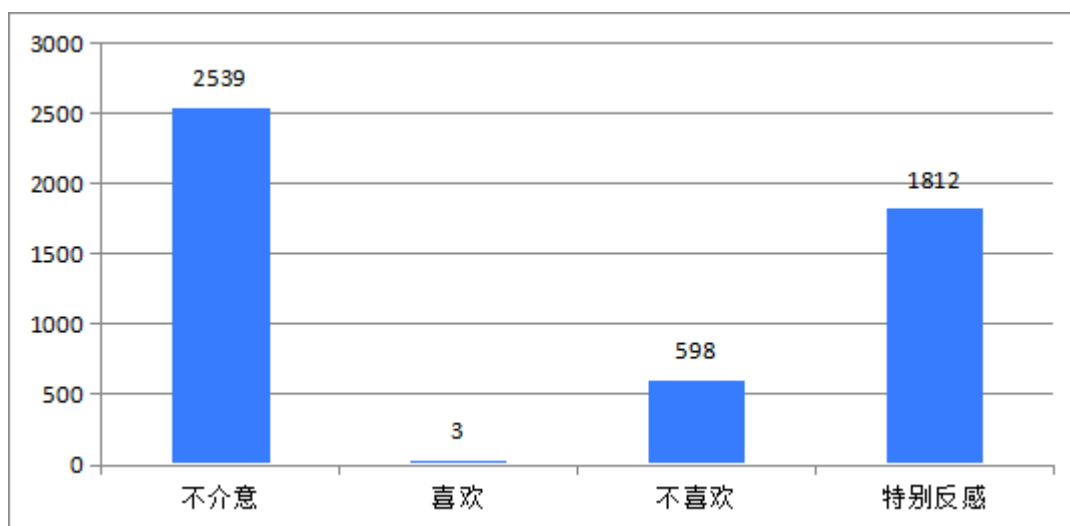


图附 3-14

此项为评分项，一小时以下得 15 分，1 小时以上得 25 分，该项得分率 92.67%，得分 23.17 分。

15. 在节目中插播广告，对此您的看法是

该项目调查人数 4952 人，其中 2539 人不介意节目中插播广告，3 人喜欢插播广告，598 人不喜欢插播广告，1812 人特别反感插播广告。详见下图。

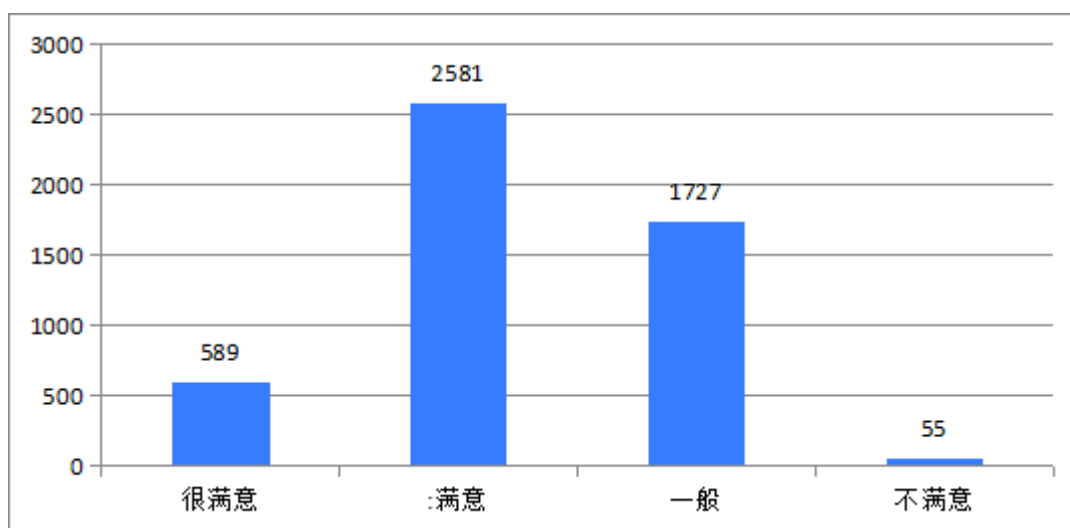


图附 3-15

此项为评分项，不介意和喜欢得 25 分，不喜欢和反感不得分，该项得分率 51.33%，得分 12.83 分。

16. 您对当前山西电视台电视广播节目的满意程度

该项目调查人数 4952 人，其中 589 人对电视台的节目表示很满意，2581 人表示满意，1727 人认为一般，55 认为不满意。详见下图。



图附 3-16

此项为评分项，满意及以上得 25 分，一般得 15 分，不

满意不得分，该项得分率 84.94%，得分 21.23 分。

五、调查结论

问题共 16 个，其中评分项问题 4 个，每个问题各占比重 25%，按照得分比重计算得分率为 81.04%，2020 年节目制作费项目公众满意度得分 4 分。详见下表

表附 3-1 公众满意度问卷调查结果

评分项	评分标准	得分比率
您收看电视或收听广播吗	收看过任何一个频道满分，未收看不得分	95.21%
收看电视节目或收听广播所用的时间	观看时长 1 小时以上得 25 分，1 小时以下 15 分	92.67%
节目中插播广告，对此您的看法是	不满意及以下不得分，一般得 15 分，满意及以上得 25 分	51.33%
对当前山西电视台电视广播节目的满意程度	不满意及以下不得分，一般得 10 分，满意及以上 20 分	84.94%
合计		81.04%

附件 4

2020 年山西广播电视台节目制作经费项目

访谈报告

一、山西省财政厅文化处相关负责人访谈

请您简要介绍电视台资金的拨付流程。

答：山西省电视台资金山西广播电视台应于每月 10 日前（遇节假日顺延），将其上月含税广告收入、赞助收入和联办节目收入在扣除应缴纳的“增值税及附加”和国家规定的其他各种税费后，按照核定收入 60%上缴省财政，实现“收支两条线”，列入“广告收入”（2016 年科目号为 103029901）科目管理，上缴的收入财政暂不调控；剩余 40%部分为成本支出或周转金，作为事业收入，统一管理。

②山西广播电视台应于每月 15 日前，做出用款计划报送省财政厅。省财政厅根据山西广播电视台收入上缴专户情况及用款计划及时拨付资金，以保证山西广播电视台工作的正常开展。

二、山西广播电视台财务科室负责人访谈

1. 电视台的预算编制流程及预算编制依据。

答：电视台的预算编制于前一年度 6 月上报财政厅，因各频道及科室部门尚未编制预算，故依照经验，在前期预算

的基础上增加合理支出，汇总后上报财政厅。待年底编制全台预算后，对上报的资金数进行相应调整。

2. 电视台的资金申请流程。

答：电视台向财政厅上报资金支出计划，上交相应资金数至国库，国库给予支付额度，在额度金额之内进行支出。

3. 电视台的预算和决算之间存在一定差异的原因。

答：电视台的预算金额是各部门 2020 年的工作内容应支出的金额，而在实际支付过程中，有部分资金用来支付各频道以前年度的制作费账款，从而导致预算和决算之间存在差异。

三、山西广播电视台频道负责人访谈

1. 节目的立项是如何进行的。

答：山西广播电视台各频道（率）依据《广播电视节目制作经营管理规定》对节目进行制作，具体流程如下：山西广播电视台向上级主管部门申请获批后取得《广播电视节目制作经营许可证》，频道（率）填写《申请表》明确节目名称、节目内容、播出时间、节目人员等，交由频道（率）总监、总编辑、台长审核批准后进行节目制作，后期存在改版情况，填写《节目改版申请表》批准后执行，同时向总编办提交改版备案表存档。依照《山西广播电视台财务管理制度（试行）》对财务进行管理。

2. 节目增减对应的时间是如何安排的。

答：减少节目的时间用来播放电视剧，增加节目的频道减少电视剧的播放时长。

四、山西广播电视台科室部门负责人访谈

1. 日常节目如何进行监管。

答：依照《山西广播电视台节目播出审查制度》、《山西广播电视台节目综合评价体系实施细则（试行）》、《山西广播电视台新媒体采制审发管理规定》和《山西电视台关于加强节目编播管理的规定》四个业务管理制度严格进行管理。

2. 科室部门的预算如何进行编制。

答：山西电视台于当年3月编制本台整体预算，其中涵盖节目制作费预算，依据活动发展情况编制活动预算，即每开展一次活动，增加一笔活动预算。

附件 5

2020 年山西广播电视台节目制作经费项目 合规性检查报告

本次合规性检查内容包括资金拨付、资金支出、财务管理、项目管理等，目的在于深入了解实施部门对项目的管理、监督工作开展情况，以发现项目在管理层面和实施操作规范性上存在的问题，内容如下：

一、资金拨付

1. 2020 年山西广播电视台节目制作经费项目支出预算计划

提供 2019 年、2020 年度全台预算（报台党委会审核）及各部门预算，2019 年、2020 年节目制作经费预算（报省财政厅审核）。预算申报合规。

2. 财政资金下达通知、重点支出账户证明、资金到账的记账凭证及附件

山西广播电视台按以上要求及时足额上缴。二上预算于 2019 年 10 月编制后上报山西省财政厅，省财政厅批复预算额度。山西广播电视台将事业收入（广告收入、赞助收入和联办节目收入等）上交山西省财政厅国库，依据节目制作经费实施情况申请国库中心支付。查阅了电视台上交凭证和支出凭证。预算资金拨付合规。

二、资金支出

1. 重点支出核算科目的会计账页、台账、支付凭证

针对大额支出明细，查阅会计凭证及附件（制作合同、劳务合同、租赁合同）等，同时选取支出内容较多的差旅费和制作费，查阅出差人员，差旅费标准，合同内容完整性等。支出合规。

2. 资金支出明细、重大项目开支的审批资料

查阅资金支出和重大项目开支会计凭证，所查凭证均有资金申报单，由项目报销人、项目负责人、部门（频道）负责人、财务负责人、分管台长等各级签字审批，支出合格。

三、财务管理

1. 资金、财务会计管理制度

制定了《山西广播电视台财务管理制度（试行）》，依照该制度对财务进行管理，管理合规。

2. 资金监控制度、记录或文件

无相关记录。

四、项目管理

1. 项目管理机构成立证明资料、项目实施方案、部门沟通、协商机制（各自职责、协作制度等）

山西广播电视台各频道（率）依据《广播电视节目制作经营管理规定》对节目进行制作，具体流程如下：山西广播电视台向上级主管部门申请获批后取得《广播电视节目制作经营许可证》，频道（率）填写《申请表》明确节目名称、

节目内容、播出时间、节目人员等，交由频道（率）总监、总编辑、台长审核批准后进行节目制作，后期存在改版情况，填写《节目改版申请表》批准后执行，同时向总编办提交改版备案表存档。业务管理合规。

2. 项目管理制度文件

电视台制定了《山西广播电视台节目播出审查制度》、《山西广播电视台节目综合评价体系实施细则（试行）》、《山西广播电视台新媒体采制审发管理规定》和《山西电视台关于加强节目编播管理的规定》四个业务管理制度

3. 项目资料归档

所有申报申请材料均一式四份，一份送总编室备案，一份送财务管理部，一份送组织人事部，一份部门留存。管理规范。

4. 项目监督制度

针对播出节目进行内部评分审核，根据播出需求合理编排节目，针对节目播出有《安全播出制度》等，保障了项目播出效果。

附件 6

2020 年山西广播电视台节目制作经费项目

自评复核报告

一、资金使用复核

1. 单位自评

项目资金（万元）		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额	6000	3503.03	3503.03	10	100	10
	其中：中央财政资金	0	0	0	--	0	--
	省级财政资金	4000	2763.6	2763.6	--	100	--
	市县(区)财政资金	0	0	0	--	0	--
	上年结转资金	0	0	0	--	0	--
	其他资金	2000	739.43	739.43	--	100	--

2. 复核情况

项目资金（万元）		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额	6000	3503.03	3503.03	10	100	10
	其中：中央财政资金	0	0	0	--	0	--
	省级财政资金	4000	2763.6	2763.6	--	100	--
	市县(区)财政资金	0	0	0	--	0	--
	上年结转资金	0	0	0	--	0	--
	其他资金	2000	739.43	739.43	--	100	--

资金使用情况复核结果与单位自评结果一致。

二、绩效目标复核

1. 单位自评

年度总体目标	预期目标					实际完成情况			
	目标 1：制作具有较强媒体影响力的节目，获得较大的社会效益和经济效益。目标 2：扩大宣传影响力					歌从黄河来：52 期；获奖作品：20 件			
	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	调整后指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
绩效目标	产出指标	数量指标	歌从黄河来	52 期	48 期	48 期	25	25	
		质量指标	获奖作品	20 件		20 件	20	20	
		时效指标	数据库（网站）访问量增长率	5%		0%	10	0	
		成本指标	歌从黄河来每期成本	25 万元	3 万元	3.1 万元	25	25	因受疫情影响，栏目在演播室拍摄制作，成本减少
	效益指标	社会效益	收听收视人数	增长		0%	5	0	
	满意度指标	服务对象满意度指标	收听收视率	由第三方提供		0.35%	5	0	
总分						100	80		

2. 复核情况

（1）产出指标

①数量指标，全台 2020 年共计制作电视节目 45 档，广播节目 79 档，均完成各部门年初计划制作数。

②质量指标，预计获奖作品 20 件，实际获奖作品 20 件，完成年度指标。

③时效指标，节目均在计划时间内按时完成制作。

④成本指标，2020 年度山西广播电视台节目计划支出金额 4139.25 万元，实际支出 3503.03 万元，其中黄河频道、经济频道、公共频道均存在超支情况，其他各频道实际支出小于年初预算数，同时业务科室部门在年初预算时未纳入制作费预算，在实际支出过程中把各业务科室发生的可归属于节目制作费的内容纳入制作费支出。

（2）效益指标

①经济效益，部门自评未衡量经济效益。

②社会效益，包括收视收听率、收视收听人数、数据库访问增长率，其中收视收听人数减少，数据库访问量减少。复核情况与自评情况一致。

③公众满意度，观众及听众对电视台制作节目的满意程度。

三、项目绩效分析

1. 单位自评

项目 绩效 分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况及分析	未填
		产出情况及分析	未填
		效益情况及分析	未填
		满意度情况及分析	未填
	主要经验做法		未填
	项目管理中存在的主要问题及原因分析		未填
	下一步改进措施及管理建议		未填

2. 复核情况

项目 绩效 分析	自评结果分析	项目实施和预算执行情况及分析	省财政预算 4000 万元,其他资金预算 2000 万元。年中核减预算 3236.4 万元,调整后省财政预算 2763.60 万元,其他资金 739.43 万, 到位率 100%。电视台总预算 2020 年 3 月编制后上报山西广播电视台党委会审核通过后执行, 2020 年电视台节目制作经费预 4139.25 万元, 包括频道预算 3886.99 万元, 频率预算 252.26 万元。
		产出情况及分析	电视台全年制作频道节目 45 档, 广播节目 79 档, 共计 124 档, 实际完成率 100%, 节目制作省级获奖作品 20 件, 节目在合理编排后全年播出, 实际支出 3503.03 万元, 未超出计划成本;
		效益情况及分析	广告收入较 2019 年减少 6255 万元, 增加比例-17.79%, 较 2019 年收视收听人数减少 128564 次, 减少比例 30.77%, 2020 年山西广播电视台总收视率 0.81%, 达到年初计划目标 0.4%, 较 2019 年抖音平台点击量增长率 51.65%, 达到 12630.7 万次, 微信公众号较 2019 年阅读增长率 88.27%, 达到 112.4 万次, 今日头条较 2019 年点击量增加-65.05%, 微博较 2019 年点击量增加-14.8%, 建立实施了员工教育培训制度和管理办法, 加强了专业队伍培养, 电视台节目制作项目公众满意度为 81.04%, 未达到计划目标 90%, 观众(听众)对广告时长较不满意。
		满意度情况及分析	

	主要经验做法	1. 坚守和弘扬社会主义核心价值观，推动中华优秀传统文化发展，更好满足人民精神文化生活新期待。 2. 以媒体深度融合引领、赋能全台新闻宣传 3. 落实省委常委会和省委文化体制改革专题会议精神，推进广播电视媒体重塑性改革
	项目管理中存在的主要问题及原因分析	1. 绩效目标设置不完整，影响后续评价。 2. 财务管理有待进一步完善，预算编制有待进一步提升。 3. 广告收入下降，收视收听人数减少。
	下一步改进措施及管理建议	1. 完善绩效目标，设定全覆盖绩效目标。 2. 进一步完善财务管理和预算编制。 3. 合理编排节目，创建多元盈利格局

附件 7

2020 年及 2019 年各频道节目收视率及收视份额

序号	频道	节目名称	2020		节目名称	2019	
			收视率	收视份额		收视率	收视份额
1	黄河		0.57	5.24	谁是高手	0.68	5.9
2		箫扬调查	0.4	1.28	文明守望	0.51	1.93
3		文旅大发现	0.2	0.97	黄河新闻	0.44	2.48
4		黄河新闻	0.17	1.1	箫扬调查	0.39	2.08
5		文明守望	0.13	0.75	黄河大交通	0.36	2.95
6		专家来了	0.01	0.19	民生大接访	0.29	1.55
7					一拨就灵	0.27	1.46
8					文旅大发现	0.24	1.23
9					小鹏吃货团	0.07	0.63
10					专家来了	0.03	0.38
1	公共	《王牌高手》	0.31	2.4	《王牌高手》	0.39	3
2		《约会青春》	0.14	0.46	《一起健康吧》	0.21	1.03
3		《看山西》	0.08	0.32	《百家戏苑》	0.2	3.76
4		《百家戏苑》	0.08	2.54	《天下寻宝》	0.09	0.36
5		《天下寻宝》	0.07	0.3	《看山西》	0.08	0.31
6		《一起健康吧》	0.07	0.33	《约会青春》	0.08	0.37
7		《理论天天学》	0.03	0.13	《我的旅游攻略》	0.06	0.22
8		《投资山西》	0.03	0.24	《理论天天学》	0.05	0.22

序号	频道	节目名称	2020		节目名称	2019	
			收视率	收视份额		收视率	收视份额
9		《百家戏苑周末版》			《百家戏苑周末版》		
10					《创赢新时代-第三届中国创新挑战赛》		
11					《最美社会体育指导员大赛》		
1	经济	家装有道	0.05	0.15	食遍山西	0.1	0.37
2		一起健康吧	0.05	0.22	每日经济报道	0.04	0.16
3		每日经济报道	0.03	0.12	家装有道	0.03	0.11
4		看山西	0.03	0.19	生活全接触	0.03	0.13
5		生活全接触	0.03	0.13			
6		投资山西	0.01	0.08			
7		理论天天学					
1	少儿	《积木宝贝闯世界》	0.13	0.84	《宝贝玩吧》	0.17	0.81
2		《嗨！家长会》	0.11	0.45	《积木宝贝闯世界》	0.14	0.96
3		《未来少年强》	0.07	0.54	《超级校车》	0.11	1.02
4		《超级校车》	0.07	0.51	《童星梦工厂》	0.11	0.46
5		《鼎鼎有名师》	0.06	0.48	《萌童运动会》	0.1	0.85
6		《爱心鸡毛信》	0.04	0.45	《嗨！家长会》	0.08	0.59
7		《鼎鼎剧场》			《灯塔》	0.06	0.27
8		《超级校车·云学院》			《我和我的祖国》	0.03	0.1
9					《爱能量》	0.03	0.13
1	卫视	走进大戏台	0.47	2.46	伶人王中王（第四季总决赛）	1.09	5.18
2		歌从黄河来	0.36	1.85	走进大戏台	0.65	4.23
3		战“疫”在行动	0.31	1.2	歌从黄河来	0.62	3.31

序号	频道	节目名称	2020		节目名称	2019	
			收视率	收视份额		收视率	收视份额
4		左权民歌汇（开、闭幕式）	0.23	1.56	左权民歌汇（开、闭幕式）	0.57	3.24
5		奋斗吧老乡	0.17	1.12	天下寻宝	0.31	1.7
6		闯关大峡谷	0.11	1.06	传奇老字号	0.21	1.08
7					国乐大典（第二季）	0.21	1.28
8					直通太原	0.19	1.13
9					闯关大峡谷	0.17	1.44
10					异想天开	0.14	0.78
11					论坛		
12					创客中国		
13					二青会赛事集锦		
1	新闻	《山西新闻联播》	0.62	4.82	《山西新闻联播》	0.67	5.13
2		《新闻午报》	0.48	4.07	《记者调查》	0.53	2.18
3		《第一访谈》	0.39	1.49	《第一访谈》	0.52	2.17
4		《记者调查》	0.35	1.43	《晚间新闻》	0.43	1.91
5		《晚间新闻》	0.27	1.23	《新闻午报》	0.33	2.6
1	社会与法治	《小郭跑腿》	0.77	3.18	《小郭跑腿》	1.48	5.85
2		《都市 110》	0.69	3.96	《公民与法》	1.18	4.89
3		《公民与法》	0.45	2.38	《都市 110》	1.11	6.42
4		《民生大接访》			《打工直通车》	0.32	3.74