

项目支出绩效目标表（含转移支付项目）

部门名称：中共广州市黄埔区委员会宣传部（部门）

项目名称（资金使用单位）	总计	财政拨款	财政专户拨款	其他资金	绩效目标
合计	8,777.20	8,777.20			
中共广州市黄埔区委员会宣传部	5,805.56	5,805.56			
理论学习经费	210.00	210.00			组织开展理论学习、理论宣讲、课题调研、意识形态、新时代思想政治建设等工作，进一步提高政治站位，提升理论水平，增强理论指导实践的能力，确保党的路线方针政策入脑入心，维护向上向善的社会主义意识形态。
报刊征订	98.00	98.00			用于完成上级部署的报刊征订任务，并为区中心组成员、“两代表一委员”、基层干部职工、道德模范、身边好人等群体订阅主流媒体报纸杂志。
文化工作经费	228.69	228.69			举办第五届黄埔户外音乐季户外文化活动；积极推进黄埔区创建国家文化与金融合作示范区；组织或支持区内文化企业参加国内文化产业峰会、文交会，举办相关论坛、展览等活动；加强我区文化产业工作的持续发展及相关工作的发展；文艺作品创作展演，力争拿到国家、省级奖项，最低拿到市级奖项。

电影工作经费	70.47	70.47			通过开展农村数字电影放映网点建设，确保我区农村数字电影放映工作长效机制的落实，确保我区28个行政村每个村、每个月有2场放映2场电影，同时开展区内社区电影放映。
游戏产业年会专项资金	600.00	600.00			为提升广州市黄埔区、开发区城市文化影响力，推动游戏行业高质量发展，助力广州打造“动漫游戏产业之都”。根据双方协议要求，开展游戏产业年会活动。
网信工作经费	64.00	64.00			我区成立了区委网络安全和信息化委员会，区委网络安全和信息化委员会办公室设在区委宣传部，负责组织部署全区网络安全和信息化工作，加强互联网企业党建，推动落实网络安全有关工作，开展网络社会、网络公益等工作，统筹全区网信工作队伍建设；区委宣传部内设有网信部门，具体负责落实相关工作，需要相应的经费保障。
知识产权专项资金	854.00	854.00			-1. 根据《广州市黄埔区 广州开发区 广州高新区知识产权专项资金扶持和管理办法》（穗埔府规〔2021〕14号）、《广州市黄埔区、广州开发区、广州高新区进一步加强知识产权运用和保护促进办法》（穗埔府规〔2020〕12号）等给予版权类财政补贴。2. 根据《共建广州版权产业服务中心合作协议》给予中国版权保护中心华南版权登记大厅场地租赁费、“版权登记大厅”运营费补助。借助区版权协会力量，加强企业进行“一对一”、“点对点”版权登记辅导，在企业园区开展版权政策及版权知识辅导，进一步拓展版权宣传活动的渠道，不断提高了广大企业对版权保护

					的知晓度。
东西部协作和对口支援帮扶合作工作经费	3.17	3.17			《外派扶贫协作和对口支援工作干部人才相关补助待遇的通知》（穗协作〔2020〕2号及相关文件规定，为进一步完善我区外派参加扶贫协作和对口支援、帮扶合作工作干部人才补助待遇管理，向2020年度区外派干部人才发放补助经费。
弘扬传承延安精神交流活动专项经费	90.00	90.00			成功举行首届“弘扬传承延安精神全国青年代表座谈会”交流活动，组织全国青年联合会代表、全国各地青年代表参观考察我区，进一步宣传推介黄埔区，提升我区的美誉度和影响力。
《共同说》（第二季）合作经费	200.00	200.00			《共同说》拍摄团队实力雄厚，节目制作精良，传播效果突出，已积累相当的品牌口碑。第二季黄埔篇的主题选择符合我区舆论导向及宣传重点，契合总书记视察广州开发区五周年主题宣传需求，有助于进一步提高黄埔区在国内外的显示度，展示黄埔五年大变化和“中小企业能办大事”的发展成果。合作拍摄制作《共同说》（第二季）微纪录片独立正片1集，在腾讯视频首播。
网络安全宣教教育基地建设经费	50.00	50.00			建设全省首个网络安全宣传教育基地，加强网络安全常态化宣传教育，进一步提升大众网络安全意识和风险防范能力。

两新组织行业党委工作经费(黄埔区)	5.00	5.00			通过开展本项目，广泛开展习近平新时代中国特色社会主义思想的普及教育，深入推进基层党建阵地建设，促进基层党组织建设全面进步、全面过硬。落实上级加强两新组织党建工作的要求，推进“两个覆盖”提质增效，规范两新组织党组织的建设，激励两新党组织书记认真履职，促进党组织积极开展形式多样的党组织活动。
宣传业务经费	1,509.60	1,509.60			<ol style="list-style-type: none"> 1. 围绕全区重大决策和中心工作，充分展示我区经济、社会等各方面建设取得的成果。 2. 加强正面舆论引导。 3. 推进大外宣工作格局，讲好故事、传好声音。 4. 通过新闻宣传持续优化区域品牌形象，不断提高区域的知名度与美誉度。 5. 做好“科学城五年大变化”“中小企业能办大事”主题宣传策划，讲好黄埔故事、传好广州开发区声音。发挥新媒体传播优势，加强网络内容建设，做强网上正面宣传，不断优化网络舆论引导。制作一批高质量、国际范的对外宣传资料，展示黄埔区、广州开发区良好品牌形象，完成上级部署的外宣品制作任务；做好我区新闻报道汇编整理。

创文业务工作经历	1,608.80	1,608.80			深化文明城市创建工作是一项复杂的系统工程，涉及面广，需要区相关职能部门和各街、镇通力配合。它涵盖了经济、政治、文化、社会、生态建设各个领域，对我区建设首善城区、营造文明黄埔城市环境具有重要而深远的意义。全面落实各项创建工作的实施，是为了提高人民群众的文明素质，提高生活水平，创造良好的生活居住环境
黄埔区公共文明引导员志愿服务补助	15.91	15.91			通过组建公共文明引导志愿服务队伍，在全区主要交通路口、公交站点、社区、公共广场等，常态化开展文明交通、环境卫生、平安联防文明引导志愿服务，进一步巩固和提升创建全国文明城市成果，引导广大市民自觉摒弃不文明行为，不断提升市民文明素质和城市文明程度，推动形成共建共治共享的社会治理格局
2023年黄埔区网络外宣专项工作	20.00	20.00			完善海外社交平台内容创作、生产、传播机制，推出具有地方特色的对外传播精品，培养头部账号。
黄埔区创文奖励经费	150.00	150.00			通过申报2023年广州市创建文明城市专项经费，对照中央文明委测评体系对标对表做好每项创建工作，把精神文明建设工作各项基础日常工作高标准、推动各级

黄埔区创文补助经费	150.00	150.00			稍伴文明建设各项规范融入日常工作标准，推动各级各部门在常态化制度化机制中巩固成果，积极争取在新一轮创建周期取得更好的成绩
黄埔区农村电影放映补助	6.72	6.72			通过开展农村数字电影放映网点建设，确保农村数字电影放映工作长效机制的落实，为我区每个行政村每月放映一场数字电影，保障农村群众文化权益，促进公共文化服务均等化。
2023年黄埔区爱国主义教育基地补助	21.20	21.20			通过举办展览、研学、宣讲、文艺表演、播放视频图片等形式，落实中央两个《纲要》的重点项目，重点弘扬爱国主义等社会主义核心价值观
广州市黄埔区融媒体中心	2,815.64	2,815.64			
新媒体技术开发经费	143.00	143.00			负责建立全媒体“策、采、编、发、评”业务全流程一体化组织架构，建设黄埔区融媒体中心新闻采编和指挥调度平台，实现“到黄埔去”客户端、报纸刊物、“黄埔新闻”电视、“广州黄埔发布”官方微信公众号等平台渠道内容的融合生产和互通互用，实现“一体策划，一次采集，多元生成，多渠道发布”的工作格局，形成集约高效的内容生产体系和传播链条。

报纸杂志电视业务专项经费	760.50	760.50			向中央、省、市主流媒体和海外知名媒体选送新闻报道；拍摄、归档全区新闻宣传音像和图片资料；协助做好全区新闻发布、形象塑造和宣传推广工作。
国家级党媒平台黄埔工作室项目专项经费	300.00	300.00			建设全国党媒平台提供工作室，打破传统运作模式，统筹采访、编辑和技术力量，为实现工作室内部深度融合提供各项咨询；对工作室筹建初期提供具体业务指导，组织专业新媒体产品制作团队进行在线技术指导，组织专业的编辑团队对工作室成员进行机制、流程的培训；由人民日报主导策划，与黄埔融媒体中心合作制作新媒体产品，并在全国党媒平台推广。
融媒体专项业务经费	353.00	353.00			建立全媒体“策、采、编、发、评”业务全流程一体化组织架构，建设黄埔区融媒体中心新闻采编和指挥调度平台，实现“到黄埔去”客户端、报纸刊物、“黄埔新闻”电视、“广州黄埔发布”官方微信公众号等平台渠道内容的融合生产和互通互融。实现“一体

					守口如瓶、守土有责的融媒工作，坚持“一次采集，多元生成，多渠道发布”的工作格局，形成集约高效的内容生产体系和传播链条。
设备购置	25.00	25.00			保障中心宣传渠道畅通，丰富受众获取信息渠道和形式，协助做好全区新闻发布、形象塑造和宣传推广工作。
融媒体中心基本运营经费	1,234.14	1,234.14			保证融媒体中心业务工作正常开展，无重大安全事故；保障中心编辑、办公系统正常运作；丰富受众获取信息渠道和形式；文明办公，节约水电。
广州市黄埔区互联网舆情信息中心	156.00	156.00			
网络意识形态工作经费	60.00	60.00			落实省委、市委网信部门部署要求，落实网络意识形态工作责任和网络安全工作责任，加强互联网社会工作和网络安全管控，维护良好的网络舆论生态。

互联网舆情工作经费	96.00	96.00			统筹落实区委网络安全和信息化委员会工作部署，完善舆情管理工作机制，扎实做好涉区舆情信息的监测、研判及上报工作，牢牢掌握舆论工作主导权，全面提高网络舆情处置成效，加强网络宣传，有效引导舆论。
-----------	-------	-------	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------

单位：万元

绩效指标
1、2-效益指标；22-社会效益；“蒲公英”宣讲团开展宣讲；实施周期指标值：每季度开展1次主题宣讲；年度指标值：开展4次主题宣讲。2、1-产出指标；13-时效指标；按月度推荐学习书籍；实施周期指标值：每月推荐自学书目；年度指标值：按推荐书目计划完成。3、1-产出指标；11-数量指标；“学习强国”学习平台的供稿数量；实施周期指标值：“学习强国”学习平台的供稿数量；年度指标值：60条。4、1-产出指标；11-数量指标；编印区委理论学习中心组学习材料期数；实施周期指标值：学习资料的编印期数；年度指标值：12期。
1、1-产出指标；11-数量指标；报刊征订任务；实施周期指标值：100%；年度指标值：100%。2、2-效益指标；22-社会效益；提升重点群体理论素养；实施周期指标值：通过征订党报党刊等理论学习资料加强干部群众理论学习；年度指标值：推动理论学习走深走实。
1、1-产出指标；11-数量指标；户外音乐季活动场次；实施周期指标值：户外音乐季活动场次；年度指标值：≥10场。2、1-产出指标；13-时效指标；户外音乐季活动时间；实施周期指标值：户外音乐季活动场次；年度指标值：1个季度内。3、3-满意度指标；31-服务对象满意度；户外音乐季群众满意度；实施周期指标值：调查问卷；年度指标值：100%。4、2-效益指标；22-社会效益；户外音乐季知名度；实施周期指标值：户外音乐季活动场次；年度指标值：媒体宣传报道不少于5家。

1、1-产出指标；11-数量指标；放映场次数量；实施周期指标值:放映场次数量；年度指标值:按合同约定完成。2、1-产出指标；12-质量指标；放映效果达标率；实施周期指标值:行业标准；年度指标值:100%。3、1-产出指标；13-时效指标；按约定时间完成播放场次；实施周期指标值:按约定时间完成播放场次；年度指标值:按计划完成。4、3-满意度指标；31-服务对象满意度；调查问卷；实施周期指标值:群众满意度；年度指标值:≥90。5、2-效益指标；22-社会效益；加强文化建设；实施周期指标值:加强农村文化建设、满足人民群众多层次、多方面精神文化需求；年度指标值:促进农村经济发展和社会进步、实现物质文明、精神文明和政治文明协调发展的重要举措。

1、1-产出指标；11-数量指标；游戏产业年会相关活动举办数量；实施周期指标值:游戏产业年会相关活动举办数量；年度指标值:5场以上活动（包括年会大会、分论坛等）。2、1-产出指标；12-质量指标；游戏产业年会活动质量；实施周期指标值:游戏产业年会相关活动举办数量；年度指标值:通过游戏年会活动的策划、具体实施等工作，达到增强我区文化交流合作的效果，促进我区游戏产业发展。3、1-产出指标；13-时效指标；游戏年会举办时间、款项拨付及时性；实施周期指标值:游戏年会举办时间、款项拨付及时性；年度指标值:每年6月30日前支付当年度活动费用，每年12月中旬举办当年度游戏产业年会（如因疫情等不可抗力因素导致当年度年会无法如期举办，则根据补充协议的约定执行）。4、2-效益指标；22-社会效益；游戏产业年会的举办对社会发展所带来影响；实施周期指标值:游戏产业年会的举办对社会发展所带来影响；年度指标值:通过游戏产业年会在本区的举办及相应的宣传，推动我区游戏产业发展，提升我区城市文化影响力。

1、1-产出指标；11-数量指标；网络安全检查数量；实施周期指标值:开展网络安全检查次数，检查区属单位次数。；年度指标值:开展1次网络安全检查，检查区属单位40家次。2、1-产出指标；11-数量指标；网络安全应急演练场景数；实施周期指标值:开展网络安全应急演练次数，演练场景；年度指标值:开展1次网络安全应急演练，4个演练场景。3、2-效益指标；22-社会效益；互联网企业党建工作质效；实施周期指标值:加强互联网企业党建；年度指标值:加强互联网企业党建，以党建引领高质量发展。4、2-效益指标；24-可持续影响；互联网协会；实施周期指标值:互联网行业协会成为互联网企业沟通交流的平台纽带；年度指标值:互联网行业协会成为互联网企业沟通交流的平台纽带。

1、1-产出指标；11-数量指标；政策宣讲会场次、人数、宣传资料派发数量；实施周期指标值:政策宣讲会场次、人数、宣传资料派发数量；年度指标值:2023年预计举办10场以上版权宣讲会，派发宣传材料1000份以上。2、1-产出指标；12-质量指标；版权服务、运用和管理质量；实施周期指标值:版权服务、运用和管理质量；年度指标值:举办2场及以上版权正版化培训。推荐1家以上企业作为广州市推进企业使用正版软件工作重点单位。3、1-产出指标；13-时效指标；版权创造、保护、管理、运用和服务及时性；实施周期指标值:版权创造、保护、管理、运用和服务及时性；年度指标值:形式审核时限为5个工作日；实质审核时限为7个工作日，资金拨付时限为5+4个工作日。4、2-效益指标；22-社会效益；项目实施对社会发展所带来影响；实施周期指标值:项目实施对社会发展所带来影响；年度指标值:通过媒体的宣传报道，在本区

她对社会及展期市米影响：年度指标值：通过媒体的宣传报导，在我区营造版权保护高地声誉，扩大我区营商环境、版权综改影响力。

1、2-效益指标；22-社会效益；项目完成情况；实施周期指标值：圆满完成2022年对口帮扶、支援合作工作；年度指标值：取得良好的社会效益。2、1-产出指标；11-数量指标；对口扶贫及帮扶、支援合作工作完成率；实施周期指标值：（已完成年度计划的对口地区/对口帮扶、支援、合作工作地区数）*100%；年度指标值：按照相关文件经费预算表涉及我部外派人员人数。

1、2-效益指标；22-社会效益；提升区域形象及美誉度；实施周期指标值：弘扬传承延安精神，激发青年创新创业动力；年度指标值：围绕传承延安精神开展交流，激发青年创新创业动力。2、2-效益指标；22-社会效益；弘扬传承延安精神；实施周期指标值：提升区域形象及美誉度；年度指标值：以活动为契机，进一步宣传推介黄埔，提升我区区域知名度与美誉度。3、1-产出指标；12-质量指标；交流活动；实施周期指标值：为我区优秀青年代表参加全国性交流活动搭建平台；年度指标值：邀请我区青年代表约10人参加论坛交流活动。4、1-产出指标；11-数量指标；参观考察；实施周期指标值：安排参观考察我区2个企业或展厅；年度指标值：2个。

1、1-产出指标；11-数量指标；《共同说》（第二季）微纪录片在腾讯视频上单；实施周期指标值：《共同说》（第二季）微纪录片独立正片在腾讯视频上单集播放量；年度指标值：单集播放量达到100万。2、1-产出指标；13-时效指标；《共同说》（第二季）微纪录片独立正片在2023年内播出；实施周期指标值：2023年内播出；年度指标值：正片1集。3、2-效益指标；22-社会效益；区域品牌形象；实施周期指标值：进一步展示黄埔五年大变化和“中小企业能办大事”发展成果 提高我区在国内外的显示度和美誉度；年度指标值：优提升区域知名度与美誉度。4、1-产出指标；11-数量指标；《共同说》（第二季）微纪录片；实施周期指标值：播出《共同说》（第二季）微纪录片集数；年度指标值：1集。

1、2-效益指标；24-可持续影响；提升网络安全意识和风险防范能力；实施周期指标值：持续提升大众网络安全意识和风险防范水平；年度指标值：按计划完成。2、2-效益指标；22-社会效益；宣传氛围；实施周期指标值：持续开展网络安全常态化宣传教育，形成良好的 氛围；年度指标值：按计划完成。3、1-产出指标；12-质量指标；建成全省首个网络安全宣传教育基地；实施周期指标值：全省首个网络安全宣传教育基地；年度指标值：完成建设。4、1-产出指标；11-数量指标；网络安全宣传教育；实施周期指标值：网络安全宣传教育活动场次/年；年度指标值：开展2场专题教育活动。

1、2-效益指标；22-社会效益；打造互联网企业党建品牌；实施周期指标值:持续打造“E企跟党走”互联网企业党建品牌；年度指标值:开展互联网企业党建主题活动，推动互联网企业成立党组织。2、1-产出指标；11-数量指标；互联网企业党建工作交流会；实施周期指标值:召开互联网企业党建工作交流会和互联网企业党组织负责人述职会次数；年度指标值:召开1次交流会、1次党组织负责人述职会。

1、2-效益指标；22-社会效益；提升区域品牌形象；实施周期指标值:通过宣传品的投放与传播，加深外界对我区正面形象的认知，持续优化区域品牌形象；年度指标值:优提升区域知名度与美誉度。2、1-产出指标；13-时效指标；营造良好舆论氛围；实施周期指标值:结合中心工作、重大事件时间节点推出相关报道；年度指标值:100%。3、1-产出指标；11-数量指标；新媒体信息流推广；实施周期指标值:投放央媒新媒体信息流广告；年度指标值:1。4、1-产出指标；11-数量指标；央媒重点报道数量；实施周期指标值:纸媒以我区为主要案例的报道数量；年度指标值:2。5、1-产出指标；11-数量指标；投放宣传视频；实施周期指标值:投放科学城五年大变化系列视频、区域形象宣传片；年度指标值:2条。6、1-产出指标；11-数量指标；制作宣传视频；实施周期指标值:拍摄制作科学城五年大变化系列视频、区域形象宣传片；年度指标值:2条。7、1-产出指标；11-数量指标；编印新闻报道集锦；实施周期指标值:每季度一册，全年精选一册；年度指标值:全年5册。8、2-效益指标；22-社会效益；加强网络舆论引导能力；实施周期指标值:加强重点主题网络宣传策划，强化舆论引导；年度指标值:以我为主，强化正面引导。9、1-产出指标；11-数量指标；媒体运营合作；实施周期指标值:与重点媒体开展海外社交媒体运营合作；年度指标值:1个。10、1-产出指标；11-数量指标；新媒体主题宣传；实施周期指标值:策划1个有影响力和传播力的新媒体传播产品；年度指标值:1个。11、2-效益指标；22-社会效益；区域发展；实施周期指标值:展现我区五年来牢记总书记嘱托，各领域高质量发展成果；年度指标值:展现科学城五年发展新貌。12、1-产出指标；11-数量指标；结合全区中心工作推出重点主题策划；实施周期指标值:重点主题策划数量；年度指标值:1个。13、2-效益指标；22-社会效益；提高区域美誉度；实施周期指标值:通过宣传重大项目落户、重大政策出台、惠民设施建设，提升区域整体形象；年度指标值:规避区域竞争唯GDP论。14、1-产出指标；13-时效指标；突发事件、重大舆情引导及时有效；实施周期指标值:及时有效把控、引导的突发事件、重大舆情数量占总数量的百分比；年度指标值:95%。15、1-产出指标；12-质量指标；重要版面发稿量；实施周期指标值:头版、头条及半版以上报道数量；年度指标值:50条次。16、1-产出指标；11-数量指标；发稿数量；实施周期指标值:全年在中央、省、市主流媒体和海外媒体刊发发稿数量；年度指标值:2000条次。

1、3-满意度指标；31-服务对象满意度；宣传效果满意；实施周期指标值：加强区域形象的社会宣传，提升人民对宣传效果满意度达90%以上；年度指标值：参加民意测评感到满意人数÷调查总人数*100%。2、2-效益指标；24-可持续影响；宣传持续性；实施周期指标值：持续按照要求做好政策、精神的主题宣传；年度指标值：100%。3、2-效益指标；22-社会效益；宣传氛围营造；实施周期指标值：加强区域形象的社会宣传，提升宣传影响力，营造浓厚的氛围，创文重点本底工地围挡公益广告上画率达95%以上；年度指标值：确保进入创文重点本底工地围挡公益广告上画率达95%以上。4、1-产出指标；13-时效指标；宣传时效性；实施周期指标值：及时按照要求做好政策、精神的主题宣传；年度指标值：确保每次按照上级要求及时做好政策、精神的主题宣传效率100%。5、2-效益指标；24-可持续影响；市民文明素质提升情况；实施周期指标值：市民闯红灯、随地乱扔垃圾等不文明行为减少；年度指标值：公共文明引导志愿服务对市民文明素质提升影响。6、2-效益指标；22-社会效益；先进典型选树推荐完成率；实施周期指标值：先进典型选树推荐人数÷市要求先进典型选树推荐人数*100%；年度指标值：100%。7、1-产出指标；12-质量指标；文明实践活动达标率；实施周期指标值：文明实践活动达标次数÷文明实践活动次数*100%；年度指标值：100%。8、1-产出指标；11-数量指标；市专项督办整改达标率；实施周期指标值：市专项督办整改达标次数÷市专项督办整改次数*100%；年度指标值：100%。

1、2-效益指标；24-可持续影响；市民文明素质提升情况；实施周期指标值：通过开展公共文明引导志愿服务，市民文明素质提升，闯红灯、随地乱扔垃圾等不文明行为减少；年度指标值：市民闯红灯、随地乱扔垃圾等不文明行为减少。2、1-产出指标；11-数量指标；志愿者人数；实施周期指标值：公共文明引导志愿者人数；年度指标值：不少于98人。

1、1-产出指标；11-数量指标；机构号做大做强；实施周期指标值：粉丝数；年度指标值：粉丝量超过30万。2、2-效益指标；22-社会效益；提升国际显示度；实施周期指标值：以黄埔区、广州开发为样本，高质量讲好广州故事、广东故事、湾区故事、中国故事；年度指标值：国际显示度持续提升。

1、2-效益指标；22-社会效益；卫生状况改良满意率；实施周期指标值：参加卫生状况改良调查感到满意人数÷参加卫生状况改良调查总人数*100%；年度指标值：90%。2、2-效益指标；22-社会效益；创文入户调查成绩；实施周期指标值：每次创文入户测评成绩 >85分；年度指标值：>85分。3、1-产出指标；13-时效指标；宣传氛围营造；实施周

值: >85分。3、1-产出指标; 13-时效指标; 街镇网格化测评; 实施周期指标值:街镇网格化测评成绩 (每次测评成绩>85分); 年度指标值:85%。4、1-产出指标; 11-数量指标; 年度新时代文明实践阵地开展活动次数; 实施周期指标值:年度全区新时代文明实践阵地开展活动次数; 年度指标值:开展 新时代文明实践活 动不低于 90次/年。

1、2-效益指标; 22-社会效益; 农村电影放映; 实施周期指标值:2023年12月底前完成在每个行政村每月放映一场电影; 年度指标值:如受疫情影响, 则按实际情况保重全年放映场次数量。2、1-产出指标; 11-数量指标; 放映场次; 实施周期指标值:按市补助放映数字电影; 年度指标值:100%。

1、1-产出指标; 11-数量指标; 爱国主义教育基地举办活动数量; 实施周期指标值:爱国主义教育基地举办活动数量; 年度指标值:接受补助经费的爱国主义教育基地年度举办展览、红色研学、讲座等爱国主义教育活动不少于3场。2、2-效益指标; 22-社会效益; 全社会爱国主义精神得到广泛弘扬; 实施周期指标值:为广大党员群众和青少年参加爱国主义教育提供丰富的阵地资源和“活教材”, 作用发挥较好; 年度指标值:爱国主义精神在全社会得到广泛弘扬。

1、1-产出指标; 13-时效指标; 《每日快讯》手机报推送时效; 实施周期指标值:《每日快讯》手机报工作日每日定时推送; 年度指标值:《每日快讯》手机报工作日每日定时推送。2、2-效益指标; 22-社会效益; 品牌曝光量; 实施周期指标值:大型活动品牌宣传覆盖人群100万人次以上; 年度指标值:大型活动品牌宣传覆盖人群100万人次以上。3、2-效益指标; 21-经济效益; 粉丝活跃度; 实施周期指标值:客户端平均用户月度活跃人数1万以上; 年度指标值:客户端平均用户月度活跃人数1万以上。4、1-产出指标; 14-成本指标; 单位平均推广成本; 实施周期指标值:平均每人次下载成本控制在3元/人次以下, 单位平均推广成本低于行业平均水平; 年度指标值:平均每人次下载成本控制在3元/人次以下, 单位平均推广成本低于行业平均水平。5、1-产出指标; 11-数量指标; 用户下载量; 实施周期指标值:到黄埔去客户端全年新增下载量18万人次以上; 年度指标值:到黄埔去客户端全年新增下载量18万人次以上。

1、1-产出指标；11-数量指标；制作视频新闻节目数量；实施周期指标值：完成600条/年新闻视频拍摄制作任务；年度指标值：完成600条/年新闻视频拍摄制作任务。2、1-产出指标；11-数量指标；制作精品视频专题片数量；实施周期指标值：完成20条/年精品视频专题片的制作；年度指标值：完成20条/年精品视频专题片的制作。3、1-产出指标；11-数量指标；实施户外直播数量；实施周期指标值：完成20次户外直播任务；年度指标值：完成20次户外直播任务。4、1-产出指标；12-质量指标；保障中心视频播出安全；实施周期指标值：保障中心视频播出安全；年度指标值：保障中心视频安全播出0停播、0事故。5、1-产出指标；12-质量指标；报纸和刊物差错率均达到相关出版要求；；实施周期指标值：报纸和刊物差错率均达到相关出版要求；年度指标值：报纸和刊物差错率均达到相关出版要求。6、2-效益指标；22-社会效益；关注民生民情，反映民众呼声；实施周期指标值：保障中心宣传渠道畅通，丰富受众获取信息渠道和形式。；年度指标值：保障中心宣传渠道畅通，丰富受众获取信息渠道和形式。7、2-效益指标；22-社会效益；确保融媒体中心正常运作；实施周期指标值：保证视频拍、编、播系统正常运作；年度指标值：保证视频拍、编、播系统正常运作。8、2-效益指标；22-社会效益；提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力；实施周期指标值：实现多平台渠道内容的融合生产和互通互用，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力；年度指标值：实现多平台渠道内容的融合生产和互通互用，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。9、2-效益指标；22-社会效益；重点工作宣传、区域整体形象提升；实施周期指标值：保障中心宣传渠道畅通，丰富受众获取信息渠道和形式。；年度指标值：保障中心宣传渠道畅通，丰富受众获取信息渠道和形式。10、1-产出指标；13-时效指标；按时出版《湾区时报》；实施周期指标值：每周一、周三（法定节假日除外）按时出版《湾区时报》；年度指标值：每周一、周三（法定节假日除外）按时出版《湾区时报》。

1、1-产出指标；11-数量指标；对党媒工作室技术指导次数；实施周期指标值：2次；年度指标值：2次。2、2-效益指标；22-社会效益；全网曝光量；实施周期指标值：300万人次以上；年度指标值：300万人次以上。3、2-效益指标；22-社会效益；扩大区级融媒影响力；实施周期指标值：在市级评比中获得名次；年度指标值：在市级评比中获得名次。4、1-产出指标；11-数量指标；新媒体产品策划、制作与推广数量；实施周期指标值：10次；年度指标值：10次。5、1-产出指标；11-数量指标；融媒体中心人才培养场次；实施周期指标值：完成长图8篇以上，短视频3个以上；年度指标值：内容无政治错误，无重大差错。

1、2-效益指标；22-社会效益；提升宣传效应，传播正能量；实施周期指标值：进一步提升我区的知名度和美誉度；年度指标值：进一步提升我区的知名度和美誉度。2、1-产出指标；11-数量指标；新媒体平台推送条数；实施周期指标值：全年发稿数超过2万条；年度指标值：全年发稿数超过2万条。3、1-产出指标；11-数量指标；人均运营平台数量；实施周期指标值：保证20多个新媒体平台正常运营更新；年度指标值：保证20多个新媒体平台正常运营更新。4、1-产出指标；11-数量指标；新媒体产品数量；实施周期指标值：推出一系列爆款新媒体产品。10万+卷斗

产品数不少于5条；年度指标值:推出一系列爆款新媒体产品，10万+拳头产品数不少于5条。5、2-效益指标；22-社会效益；点赞数、转发数；实施周期指标值:根据社媒传播规律，做好内容运营，引发转发和点赞，不断提升用户粘性；年度指标值:根据社媒传播规律，做好内容运营，引发转发和点赞，不断提升用户粘性。

1、1-产出指标；11-数量指标；完成新闻视频拍摄数量；实施周期指标值:完成600条/年新闻视频拍摄、编辑、制作、播出任务；年度指标值:完成600条/年新闻视频拍摄、编辑、制作、播出任务。2、1-产出指标；11-数量指标；完成新闻发布厅直播数量；实施周期指标值:关注民生民情，反映民众呼声；年度指标值:关注民生民情，反映民众呼声。3、1-产出指标；11-数量指标；设备正常使用；实施周期指标值:采购的设备正常融入原系统使用；年度指标值:采购的设备正常融入原系统使用。4、2-效益指标；22-社会效益；关注民生民情，反映民众呼声；实施周期指标值:保障中心宣传渠道畅通，丰富受众获取信息渠道和形式。；年度指标值:保障中心宣传渠道畅通，丰富受众获取信息渠道和形式。

1、1-产出指标；12-质量指标；完善融媒体中心建设；实施周期指标值:建立健全统一的扁平化、联动化、共享化的“策采编发评”运行机制，真正实现“一次采集、多种产品、全媒体传播”的融媒体矩阵化运作，有效聚合优质新闻资源，达到由“相加”到“相融”的效果。；年度指标值:建立健全统一的扁平化、联动化、共享化的“策采编发评”运行机制，真正实现“一次采集、多种产品、全媒体传播”的融媒体矩阵化运作，有效聚合优质新闻资源，达到由“相加”到“相融”的效果。2、1-产出指标；11-数量指标；实施面积；实施周期指标值:大于5100平方米；年度指标值:大于5100平方米。3、1-产出指标；13-时效指标；按时完成各项工作；实施周期指标值:按时完成各项工作；年度指标值:融媒体中心正常运作，按时完成各项工作。4、2-效益指标；23-生态效益；文明办公，节约水电；实施周期指标值:绿色环保办公，节约水电；年度指标值:绿色环保办公，节约水电。5、2-效益指标；22-社会效益；关注民生民情，反映民众呼声；实施周期指标值:丰富受众获取信息渠道和形式；年度指标值:丰富受众获取信息渠道和形式。

1、2-效益指标；24-可持续影响；网络安全防范和应对处置能力；实施周期指标值:区属各单位网络安全防范和应对处置能力；年度指标值:进一步提升网络安全防范能力和应对处置能力。2、1-产出指标；13-时效指标；网络安全漏洞监测率通报率；实施周期指标值:通报处置网络安全漏洞的时效性；年度指标值:及时通报网络安全隐患，督促完成整改。3、2-效益指标；22-社会效益；网络舆论环境；实施周期指标值:网络舆论总体态势情况；年度指标值:营造良好的网络舆论环境，弘扬网上正能量。4、1-产出指标；12-质量指标；网络意识形态工作培训量；实施周期指标值:网络意识形态工作专题培训次数；年度指标值:开展2次网络专题培训。

1、1-产出指标；13-时效指标；舆情监测效率；实施周期指标值：监测发现舆情线索的时效性；年度指标值：第一时间发现通报舆情线索。2、1-产出指标；11-数量指标；舆情产品数量；实施周期指标值：舆情日报和舆情月报数量；年度指标值：每年编印365期舆情日报、12期舆情月报。3、2-效益指标；22-社会效益；舆情态势；实施周期指标值：舆论态势情况；年度指标值：营造良好的网络舆论环境，全区舆情态势平稳。4、2-效益指标；24-可持续影响；舆情信息员能力建设；实施周期指标值：舆情信息员工作能力水平；年度指标值：进一步提升舆情信息员队伍能力。