

2023 年度江西省中央支持地方公共文化服务体系 建设补助资金（一般项目）绩效自评报告

一、绩效目标分解下达情况

（一）中央下达中央支持地方公共文化服务体系 建设补助资金预算和绩效目标情况

2023 年，中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金共下达江西 59401 万元，包括农村电影放映、农家书屋、送戏下乡等多个公共文化项目。根据各地上报情况，年度总预算 14900.82 万元，其中中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金 9646.46 万元。绩效目标为平均每月每村电影放映场次 1 场、农村电影放映国产新片比例 $\geq 30\%$ 、每个农家书屋补充更新图书不少于 60 种；开展阅读活动不少于 4 次；每个县（市、区、旗）志愿服务队伍、有影响力的志愿服务品牌 5 个以上，国民综合阅读率 $\geq 75\%$ 。

（二）省内资金安排、分解下达预算和绩效目标 情况

江西省按照《江西省公共文化专项资金管理暂行办法》规定，下拨 59401 万元的公共文化建设专项资金，包

括农村电影放映、农家书屋、送戏下乡等多个公共文化项目。根据各地上报情况，用于农村电影放映、农家书屋、送戏下乡等多个的年度预算为 14900.82 万元，其中地方资金 5254.36 万元。2023 年 1 月 10 日，江西省电影局印发《关于下达 2023 年公益电影放映任务的通知》（赣影字〔2023〕2 号），明确了各设区市农村电影放映年度任务计划，全省包括行政村、中小学校、农林垦殖场、城镇社区、广场等地的农村公益电影放映总任务数是 264038 场，农村电影放映国产新片比例 $\geq 30\%$ ，群众对国家基本公共文化服务满意度 $\geq 90\%$ 。2023 年 7 月 19 日，江西省新闻出版局印发《关于做好 2023 年度农家书屋出版物补充更新工作的通知》（赣新出版字〔2023〕55 号），明确了农家书屋任务计划，全省 16925 个行政村每个农家书屋补充更新不少于 60 种，开展阅读活动不少于 4 次，出版物配备资金不少于 2000 元。

二、绩效目标完成情况分析

（一）资金投入情况分析

1. 项目资金到位情况分析

中央下达中央补助地方公共文化服务体系建设（一般项目）专项资金 7604.46 万元由省财政厅直接下达到市、县财政部门，剩余中央 2042 万元由省委宣传部提出分配意见报省财政厅下达市县财政部门，其余地方配套资金 5254.36 万元由地方主管部门与财政配合下达，资金全部

到位。

2. 项目资金执行情况分析

2023 年中央下达中央补助地方公共文化服务体系建设（一般项目）专项资金执行 14836.76 万元，执行率 99.57%。

（二）资金管理情况分析

各地按照财政有关规定，由当地财政、电影、审计、纪检部门对资金使用进行严格监管。截至目前，未发现有关套取资金、管理不善的问题。

（三）总体绩效目标完成情况分析

按照要求，江西省农村电影放映基本完成了平均每月每村电影放映场次 1 场、农村电影放映国产新片比例 $\geq 30\%$ ；16925 个农家书屋点完成了出版物补充更新，为农村服务，解决农民群众阅读需求，保障农民群众读书看报的基本文化权益，国民综合阅读率 $\geq 75\%$ ；开展“新时代 新风尚”文明实践志愿服务巡演活动，开展“万名大学生赴千站暑期行”文明实践志愿服务活动，在全国省级层面首创新时代文明实践中心（所、站）星级创建工作机制，指导带动各地开展业务培训，实现文明实践员年度培训全覆盖。打造了“红色宣讲百人团”“爱在始终”等一批品牌项目。

（四）绩效指标完成情况分析

1. 产出指标完成情况分析

（1）数量指标

江西省农村电影放映的平均每月每村电影实际放映场次 1 场，达到绩效目标。2023 年在全省行政村放映 207317 场，在农林垦殖场、中小学校、城镇社区、广场等地放映 78606 场，合计 285923 场，超过年初放映目标，完成率达 108%。

全省 16925 个农家书屋点已完成更新采购出版物并配送到位，共计采购图书 127 万册，平均每个农家书屋补充更新图书数 75.3 册，其中国家推荐目录占 71%。各地通过组织和开展“4.23 世界读书日”、“我的书屋·我的梦”农村少年儿童阅读实践活动，“新时代乡村阅读季”、“我的书屋我的梦阅读实践”等系列活动，激发阅读兴趣、推进全民阅读，让更多的人走进农家书屋，让农家书屋成为农村百姓的“加油站”，农村学生的“第二课堂”，平均每个农家书屋开展阅读活动不少于 4 次。

（2）质量指标

根据农村院线平台数据统计，全年我省农村电影放映总场次 285923 场，其中国产新片放映 115830 场，占比约 40.5%，达到了“农村电影放映国产新片比例 $\geq 30\%$ ”的指标要求。

全省各县区有影响力的志愿服务活动品牌数量最多的有 23 个，最少的有 5 个，纳入县平均值为 8 个，先后

涌现了“敲门嫂”“万名文艺家下基层”“守护生命归途”“西市格格”“江右君说江西”“红色宣讲百人团”“爱在始终”等一批品牌项目。

2. 效益指标完成情况分析

经调查，国民综合阅读率达到90%以上。

三、偏离绩效目标的原因和下一步改进措施

（一）偏离绩效目标的原因

2023年总体实现了绩效目标要求，未偏离绩效目标。

（二）改进措施

1. 总结经验健全制度。通过调研检查，认真总结经验，市级宣传部切实履行好上传下达职责，县级宣传部、文广新局夯实责任主体，加强与本级财政部门沟通，进一步健全和完善监管制度，建立资金管理使用绩效报告制度，不断健全监督检查的长效机制，确保补助资金使用合理、管理规范、绩效明显。

2. 加强监督检查力度。省委宣传部切实加大监督检查力度，会同第三方会计师事务所进行专项检查。结合日常工作调研的开展，进行常态化不定期抽查。要求各设区市、县（市、区）党委宣传部、文广新局认真开展自查自纠，全面细致排查梳理，确保资金规范使用，坚决杜绝截留、挤占、挪用现象。

四、绩效自评结果拟应用和公开情况

下一步将绩效自评结果作为编报中央补助地方公共文化服务体系建设专项资金预算申报和专项资金分配使用的重要参考，达到奖优罚劣效果。

五、其他需要说明的问题

无。

六、附件

转移支付区域（项目）绩效目标自评表（附后）。

中共江西省委宣传部

2024年4月2日