# 2025 年度

# 四川省沐川县融媒体中心

# 部门决算

# 目录

公开时间：2026 年 9 月 23 日

第一部分 部门概况 ..... 3
一、部门职责 ..... 3
二、机构设置 ..... 7
第二部分 2025 年度部门决算情况说明 ..... 8
一、 收入支出决算总体情况说明 ..... 8
二、 收入决算情况说明 ..... 8
三、 支出决算情况说明 ..... 9
四、财政拨款收入支出决算总体情况说明 ..... 9
五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明 ..... 10
六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明 ..... 12
七、财政拨款“三公”经费支出决算情况说明 ..... 12
八、政府性基金预算支出决算情况说明 ..... 14
九、 国有资本经营预算支出决算情况说明 ..... 14
十、 其他重要事项的情况说明 ..... 14
第三部分 名词解释 ..... 16
第四部分 附件 ..... 20
第五部分 附表 ..... 34

# 第一部分 部门概况

## 一、部门职责

**（一）主要职能。**整合县内新闻媒体资源，实现一个平台融合，负责宣传策划、信息采集，编辑制作与刊播发布;宣传效果监测与评价等工作;策划和制作广播、电视、新闻媒体作品和提供应急广播节目内容;负责网络舆情的相关工作;指导乡镇部门政务新媒体、社会新媒体的业务工作。

**（二）2025 年重点工作完成情况。全部完成。**

始终秉持“小融媒也有大作为”的工作理念，坚持“文旅搭台、宣传唱戏”，聚焦重点项目、非遗文化、文旅产业链核心 IP，以竹、茶、芋、草龙、乌蒙沐歌、观鸟经济等特色资源和文旅项目为切入点，以打造集生态康养、文化体验、乡村旅游为一体的宝藏小城为宣传主线，创新开展全媒体策划和精品内容创作，全方位展示“万羽之境·中国沐川”的文旅形象。

**1.创新为翼，打造沐川“融”耀时刻**

**（1）主题宣传焕发新气象。**聚焦中央八项规定精神、“党的二十届四中全会精神”“省委十二届八次全会精神”等贯彻落地，围绕市委“节奏更快、效率更高、质量更优”主题实践活动，紧扣县委“五大产业”建圈强链、“揭榜挂帅”等决策部署，开设《节奏更快 效率更高 质量更优》《工业强县 文旅兴县》《接诉即办“沐声行”》等专题专栏 27

个，推出“新农人·兴沐川”“小城蝶变 宜居宜养”“松车食光”“沐声行”接诉即办”等主题报道241条；围绕2025沐川紫茶推介暨茶文化研学季、2025世界魔芋食品产业发展会议等重大活动以及春节、五一、国庆等重要节点，策划推出相关主题报道170余篇，全方位捕捉发展脉搏，用心用力讲好沐川高质量发展故事。2025年春节期间，以“非遗文化传承”和“影视IP联动”为双引擎，以“非遗+山水+流量”模式重构春节文化IP，全网稿件阅读量超500万次，草龙巡游话题登榜同城热搜，实现“县域活动全国刷屏”。

**（2）整合资源开创新范式。**建立重大活动“1＋N＋X”立体传播体系：以沐川融媒（1）作为核心传播枢纽，联动微信公众号、客户端、抖音号、视频号、小红书、微博等平台（N），多方主流媒体、网络达人、兄弟区县等组成传播矩阵（X），形成强大宣传合力。“五一”期间，借力悬疑剧《借命而生》打造沐川影视IP，推出“追剧打卡地图”等30篇(条)原创内容,带动打卡1.5万人次、预约满员率100%。携手网络达人开展内容共创，相关视频全网播放量达到100万+，《借命而生热播带火乐山沐川》《乐山沐川推借命而生同款打卡路线》分别登上今日头条、微博同城热搜榜第二名，全网曝光超1000万次。5月30日，外交部发言人毛宁司长在境外账号上推介沐川后，中心立即启动宣传“30分钟黄金带”传播矩阵，联动新华社、人民日报、川观新闻、四川发布等10余家主流媒体，及时发布《今天，外交部发言

人向世界推介沐川》等视频和推文，全平台浏览量超1000万，同步登上抖音同城热搜榜TOP1，热搜榜热度555万+；四川发布浏览量8万+，登上快手同城热搜榜TOP2，树立了“万羽之境”生态IP良好形象。

**（3）技术赋能跑出新赛道。**创新性采用“故事化+可视化”的宣传策略，引入AI辅助工具，搭建“融媒资源库”，实现素材一键调取、图文多平台同步分发，工作效率提升50%以上，确保大型活动热点信息迅速传播、及时触达。策划制作“沐川景点AI动起来、建筑物变毛绒玩具、AI朱鹮秀”等网络视听精品，通过技术革新为内容创新注入新动能。以手绘、图文、海报、同步直播等形式，全方位聚焦2025世界魔芋食品产业发展会议活动，推出《赴沐川之约 享魔芋盛宴》《魔芋食材溯源》等爆款作品及稿件60余条，全平台累计播放量100万+。其中，《魔芋食材溯源》《明日启幕！高端质感里藏着满屏风光》两条短视频播放量均突破10万，沐川发布视频号、沐川融媒抖音号累计浏览量35万+，形成了“权威发声、大众参与、全链覆盖”的宣传态势。2025年，沐川融媒APP注册用户数达9.719万人次，下载量91305人次，占常住人口的48.3%。全平台累计刊播稿件12147条，其中沐川发布2149条（原创稿件占比78%，点击量218万+），沐川融媒客户端8509条（累计点击量251万+），沐川融媒综合频道889条，微博沐川600条，发布短视频200余条，总阅读量550万+。

**（4）对外传播实现新突破。**充分运用“小屏首发、大屏跟进、多屏互动”的模式，加强与中、省、市主流媒体的交流合作与内容共创，实现多级联动同频共振。今年以来，市级及以上媒体采用我中心稿件1294条次，其中国家级主流媒体平台用稿115条，省级平台用稿417条，市级平台用稿762条，学习强国四川平台用稿112条、全国平台采用稿件10条。中心参与作品《芋瓜搭伴巧来财》登上CCTV-17《共富经》；朱鹮野化训练及放飞相关报道先后登上CCTV-13、CCTV-17、CCTV-2等栏目；沐川县首部城市音乐文旅宣传片《美在沐川》在CCTV-15音乐频道实现全球首播。

2025年以来，中心选送的《以茶为“媒”园区变景区 走出农文旅融合新路》《谣言下的冤假错案》《沐源川·茶之道》《万羽之境 中国沐川》《外交部发言人毛宁向世界推介沐川，万羽之城！》等原创作品，分别获得省、市级部门或行业协会“四川县级融媒新闻奖”“第四届川渝互联网辟谣优秀公益作品”“2025年‘时代光影 百部川扬’网络视听作品征集传播活动第一、二、三季度短视频类优秀作品”“四川省新媒体应用技能大赛乡村文旅赛项优秀奖”“2025年宣传乐山国际传播类好新闻奖”等奖项。

**2.招才聚智，培引青年骨干力量**

深入贯彻习近平文化思想和习近平法治思想，与县人民检察院签订“检媒合作”协议，开展深度合作。与四川电影

电视学院、乐山师范学院等高校建立校地合作机制，合力打造“大学生校外实践教育基地”，先后吸纳100余名高校学子来中心开展社会实践和学习交流。同时，积极向上争取政策，深入高校开展考核招聘专业技术人才，培引青年骨干力量4人。采取“走出去、请进来”等方式，积极邀请和参与中省市主流媒体各类专题培训及跟班学习100余人次，广泛拓展一线人员综合素质和实操技能。组建“网络视听精品团队”，培养6名青年骨干成为摄制能手，组织12次跨部门“头脑风暴”，为中心长远发展储备人才“蓄水池”。

**3.多措并举，把牢意识形态阵地**

认真落实“一把手负总责、班子成员一岗双责”的责任链条，严格执行“三审三校”，规范和改进采编审校流程，把好新闻信息安全关、质量关。压紧压实安全刊播责任制，常态化开展安全巡检，强化日常维护和技术保障，确保安全工作“零”事故。积极做好舆论引导和涉沐舆情监测，及时收集上报涉沐网络舆情信息，今年以来，查找网络不良信息举报383条，转发评论重要时政新闻116条，上报中宣部基层舆情信息85条，“问政四川、麻辣社区、海棠社区”等问政平台回复率达100%。

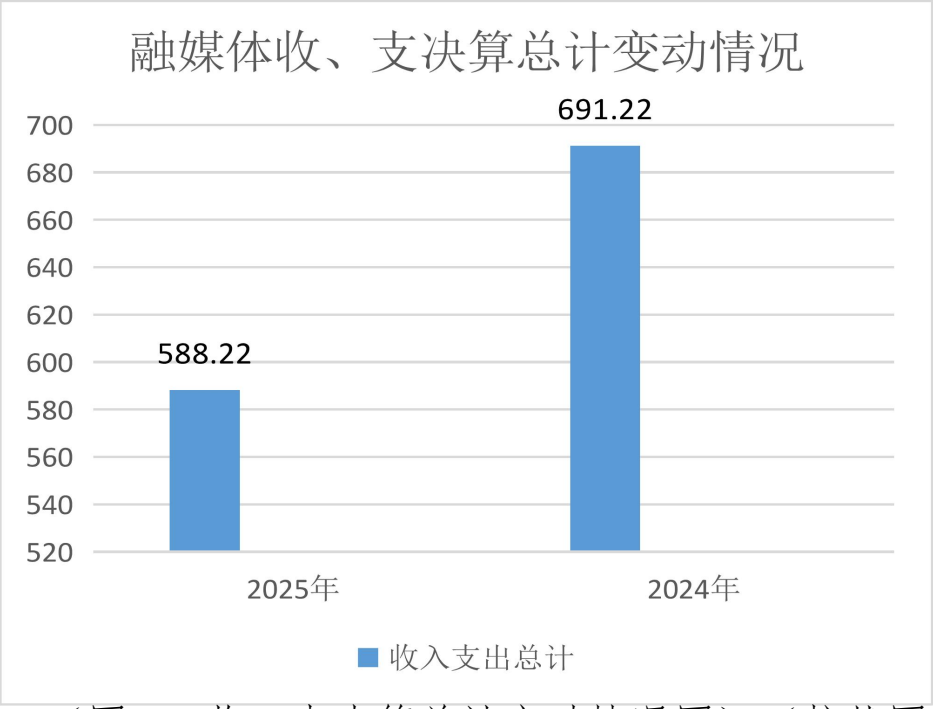
## 二、机构设置

沐川县融媒体中心无下属二级单位。

# 第二部分 2025 年度部门决算情况说明

## 一、 收入支出决算总体情况说明

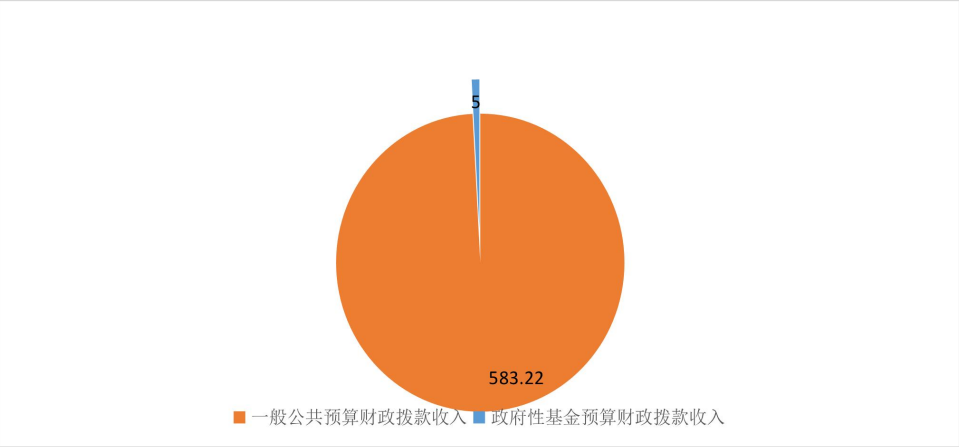
2025 年度收、支总计均为 588.22 万元。与 2024 年相比，收、支总计各减少 103 万元，减少 14.9%。主要变动原因是部分项目费用减少、专用设备购置费用减少。




（图 1：收、支决算总计变动情况图）（柱状图）

## 二、 收入决算情况说明

2025 年本年收入合计 588.22 万元，其中：一般公共预算财政拨款收入 583.22 万元，占 99.15%；政府性基金预算财政拨款收入 5 万元，占 0.85%。



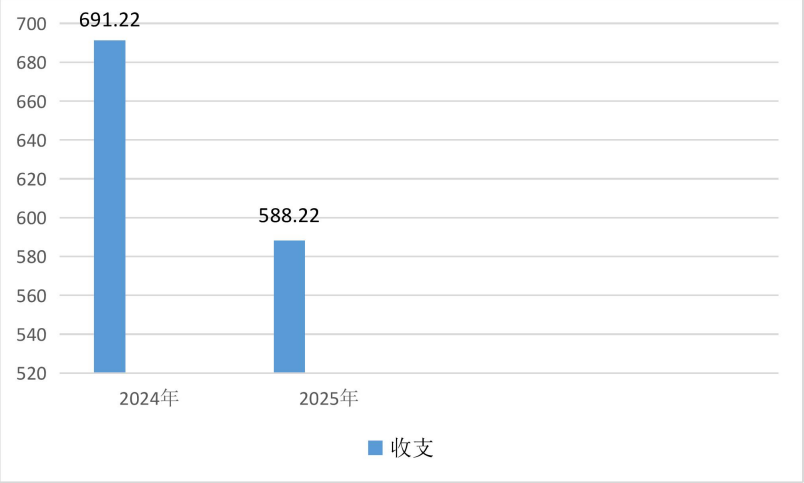

（图 2：收入决算结构图）（饼状图）

## 三、 支出决算情况说明

2025 年本年支出合计 588.22 万元，其中：基本支出 497.81 万元，占 84.63%；项目支出 90.41 万元，占 15.37%；

## 四、财政拨款收入支出决算总体情况说明

2025 年财政拨款收、支总计均为 588.22 万元。与 2024 年相比，财政拨款收、支总计各减少 103 万元，减少 14.9%。主要变动原因是部分项目费用减少、专用设备购置费用减少。



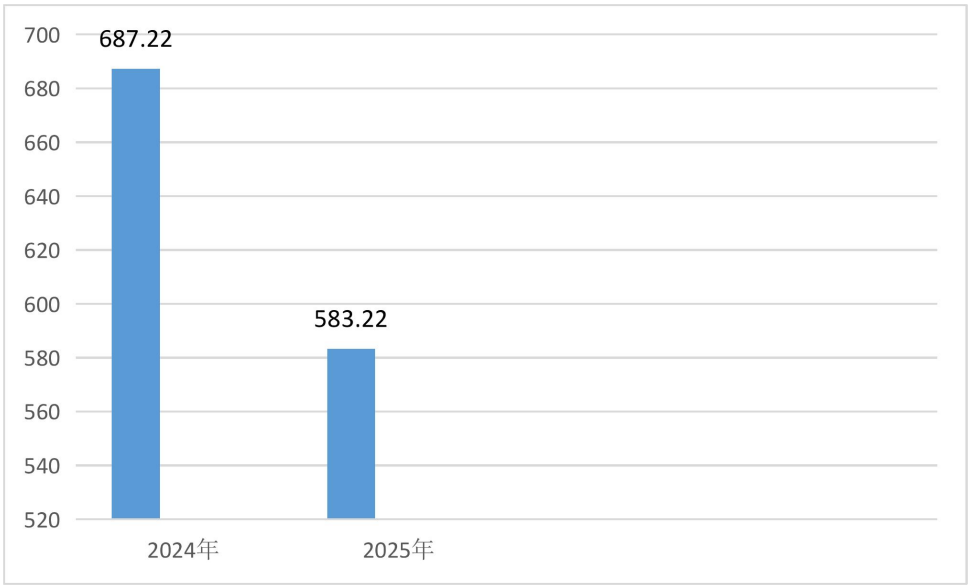

（图 4：财政拨款收、支决算总计变动情况）（柱状图）

## 五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明

### （一）一般公共预算财政拨款支出决算总体情况

2025 年一般公共预算财政拨款支出 583.22 万元，占本年支出合计的 99.15%。与 2024 年相比，一般公共预算财政拨款支出减少 104 万元，减少 15.13%。主要变动原因是部分项目费用减少、专用设备购置费用减少。

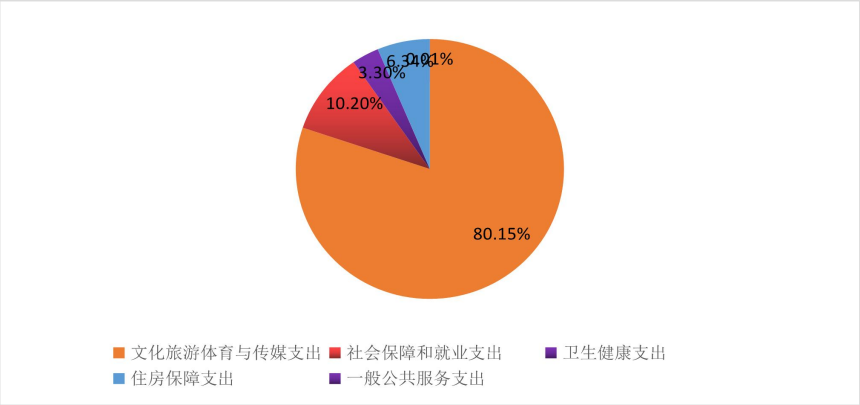
（图 5：一般公共预算财政拨款支出决算变动情况）（柱状



图）

**（二）一般公共预算财政拨款支出决算结构情况**

2025 年一般公共预算财政拨款支出 583.22 万元，主要用于以下方面:**文化旅游体育与传媒支出** 467.47 万元，占 80.15%；**社会保障和就业支出** 59.51 万元，占 10.2%；**卫生健康支出** 19.21 万元，占 3.3%；**住房保障支出** 36.95 万元，占 6.34%，**一般公共服务支出** 0.08 万元，占 0.01%。




（图 6：一般公共预算财政拨款支出决算结构）（饼状图）

**（三）一般公共预算财政拨款支出决算具体情况**

**2025 年一般公共预算支出决算数为 588.22 万元，完成预算 100%。其中：**

**1. 文化旅游体育与传媒：**支出决算为 467.47 万元，完成预算 100%。

**2. 社会保障和就业：**支出决算为 59.51 万元，完成预算 100%。

**3. 卫生健康:**支出决算为 19.21 万元，完成预算 100%。

**4.住房保障:**支出决算为36.95万元，完成预算100%。

**5.一般公共服务支出：**0.08万元，完成预算100%。

## 六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明

2025年一般公共预算财政拨款基本支出497.81万元，其中：

人员经费451.98万元，主要包括：基本工资、津贴补贴、奖金、绩效工资、机关事业单位基本养老保险缴费、职业年金缴费、职工基本医疗保险缴费、公务员医疗补助缴费、其他社会保障缴费、住房公积金、其他工资福利支出、奖励金、其他对个人和家庭的补助支出等。

公用经费45.83万元，主要包括：办公费、印刷费、水费、物业管理费、差旅费、维修（护）费、培训费、委托业务费、工会经费、福利费、其他交通费、其他商品和服务支出等。

## 七、财政拨款“三公”经费财政拨款支出决算情况说明

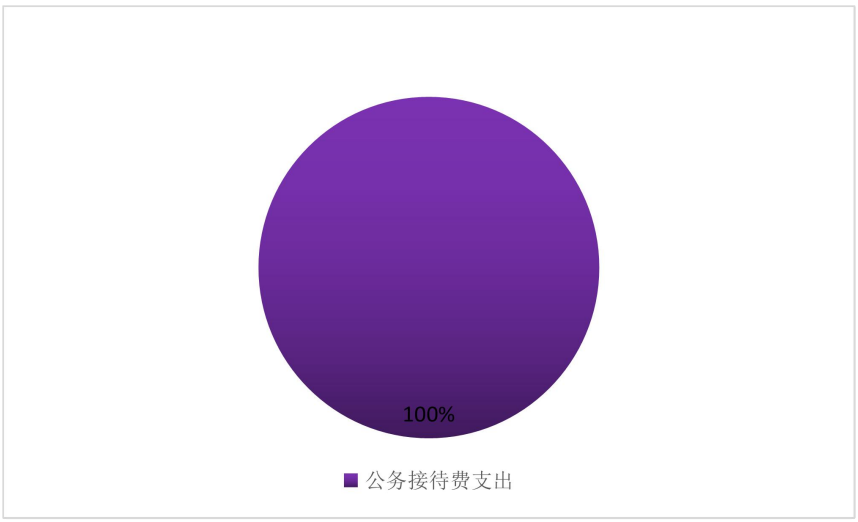
### （一）“三公”经费财政拨款支出决算总体情况说明

2025年“三公”经费财政拨款支出决算为0.08万元，完成预算100%，较上年减少0.05万元，减少38.46%。

### （二）“三公”经费财政拨款支出决算具体情况说明

2025年“三公”经费财政拨款支出决算中，因公出国（境）费支出决算0万元，占0%；公务用车购置及运行维护费支出决算0万元，占0%；公务接待费支出决算0.08万元，占100%。

具体情况如下：




（图 7：“三公”经费财政拨款支出结构）（饼状图）

1. **因公出国（境）经费支出** 0 万元，完成预算 0%。全年安排因公出国（境）团组 0 次，出国（境）0 人。

**2.公务用车购置及运行维护费支出** 0 万元，完成预算 0%。

其中：**公务用车购置支出** 0 万元。全年按规定更新购置公务用车 0 辆，其中：轿车 0 辆、金额 0 万元，越野车 0 辆、金额 0 万元，载客汽车 0 辆、金额 0 万元。截至 2025 年 12 月底，单位共有公务用车 0 辆，其中：轿车 0 辆、越野车 0 辆、载客汽车 0 辆。

**3.公务用车运行维护费支出** 0 万元。

2025 年公务接待费支出 0.08 万元，完成预算 100%。公务接待费支出决算比 2024 年减少 0.05 万元，减少 38.46%。主要变动原因是沐川县融媒体中心 2025 年接待业务减少。其中：国内公务接待支出 0.08 万元，主要用于主要用于执行公务、用餐费等。国内公务接待 1 批次，7 人（不包括陪

同人员），共计支出0.08万元，具体内容包括：接待乐山师范学院来融洽谈校地合作1批次0.08万元。

**八、政府性基金预算支出决算情况说明**

2025年政府性基金预算拨款支出0万元。

**九、国有资本经营预算支出决算情况说明**

2025年国有资本经营预算拨款支出0万元。

**十、其他重要事项的情况说明**

**（一）机关运行经费支出情况**

2025年，融媒体中心机关运行经费支出45.83万元，比2024年增加15.1万元，增加49.13%。

**（二）政府采购支出情况**

2025年，融媒体中心政府采购支出总额0万元，其中：政府采购货物支出0万元、政府采购工程支出0万元、政府采购服务支出0万元。授予中小企业合同金额0万元，占政府采购支出总额的0%,其中:授予小微企业合同金额0万元，占政府采购支出总额的0%。

**（三）国有资产占有使用情况**

截至2025年12月31日，融媒体中心共有车辆0辆，其中：主要领导干部用车0辆、机要通信用车0辆、应急保障用车0辆、其他用车0辆；单价50万元以上通用设备0台（套），单价100万元以上专用设备0台（套）。

**（四）预算绩效管理情况。**

根据预算绩效管理要求，本部门在2025年度预算编制阶段，组织对网络视听采编设备维修维护费、网络舆情预警

监测系统服务费、融媒体平台运行费用、对外宣传合作资金、“五一”借剧引流沐川文旅网络视听内容生产及媒体合作联动推介费用五个项目开展了预算事前绩效评估，对5个项目编制了绩效目标，预算执行过程中，选取5个项目开展绩效监控。

组织对2025年度一般公共预算全面开展绩效自评，形成融媒体中心部门整体（含部门预算项目）绩效自评报告、网络视听采编设备维修维护费等专项预算项目绩效自评报告，其中，融媒体中心部门整体（含部门预算项目）绩效自评得分为100分，绩效自评综述：资金全部安排到位，所有资金按照财政分解下达计划支付到各服务对象。五个专项预算项目绩效自评得分为100分，绩效自评综述：资金全部安排到位，所有资金按照财政分解下达计划支付到各服务对象。绩效自评报告详见附件。

# 第三部分 名词解释

1.财政拨款收入：指单位从同级财政部门取得的财政预算资金。

2.事业收入：指事业单位开展专业业务活动及辅助活动取得的收入。

3.经营收入：指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动取得的收入。

4.其他收入：指单位取得的除上述收入以外的各项收入。

5.使用非财政拨款结余：指事业单位使用以前年度积累的非财政拨款结余弥补当年收支差额的金额。

6.年初结转和结余：指以前年度尚未完成、结转到本年按有关规定继续使用的资金。

7.结余分配：指事业单位按照会计制度规定缴纳的所得税、提取的专用结余以及转入非财政拨款结余的金额等。

8.年末结转和结余：指单位按有关规定结转到下年或以后年度继续使用的资金。

9.一般公共服务（类）宣传事务（款）事业运行（项）：指事业单位的基本支出，不包括行政单位(包括实行公务员管理的事业单位)后勤服务中心、医务室等附属事业单位。

10.文化旅游体育与传媒支出（类）新闻出版电影（款）新闻通讯（项）：指用于新闻通讯社等新闻宣传支出。

11.文化旅游体育与传媒支出（类）广播电视（款）广

播电视事务（项）：指反映广播电视台等的支出。

12.文化旅游体育与传媒支出（类）广播电视（款）其他广播电视支出（项）：指反映其他用于广播电视方面的支出。

13.社会保障和就业支出（类）行政事业单位养老支出（款）机关事业单位基本养老保险缴费支出（项）：指反映机关事业单位实施养老保险制度由单位缴纳的基本养老保险费支出。。

14.社会保障和就业支出（类）行政事业单位养老支出（款）机关事业单位职业年金缴费支出（项）：指反映机关事业单位实施养老保险制度由单位实际缴纳的职业年金支出(含职业年金补记支出)。

15.社会保障和就业支出（类）行政事业单位养老支出（款）其他行政事业单位养老支出（项）：指反映其他用于行政事业单位养老方面的支出。

16.社会保障和就业支出（类）其他社会保障和就业支出（款）其他社会保障和就业支出（项）：指反映其他用于社会保障和就业方面的支出。

17.卫生健康支出（类）行政事业单位医疗（款）事业单位医疗（项）：指财政部门安排的事业单位基本医疗保险缴费经费，未参加医疗保险的事业单位的公费医疗经费，按国家规定享受离休人员待遇的医疗经费。

18.卫生健康支出（类）行政事业单位医疗（款）公务员医疗补助（项）：指财政部门安排的公务员医疗补助经费。

19.住房保障支出（类）住房改革支出（款）住房公积金（项）：指行政事业单位按人力资源和社会保障部、财政部规定的基本工资和津贴补贴以及规定比例为职工缴纳的住房公积金。

20.基本支出：指为保障机构正常运转、完成日常工作任务而发生的人员支出和公用支出。

21.项目支出：指在基本支出之外为完成特定行政任务和事业发展目标所发生的支出。

22.经营支出：指事业单位在专业业务活动及其辅助活动之外开展非独立核算经营活动发生的支出。

23.“三公”经费：指部门用财政拨款安排的因公出国（境）费、公务用车购置及运行费和公务接待费。其中，因公出国（境）费反映单位公务出国（境）的国际旅费、国外城市间交通费、住宿费、伙食费、培训费、公杂费等支出；公务用车购置及运行费反映单位公务用车车辆购置支出（含车辆购置税）及租用费、燃料费、维修费、过路过桥费、保险费等支出；公务接待费反映单位按规定开支的各类公务接待（含外宾接待）支出。

24.机关运行经费：为保障行政单位（含参照公务员法管理的事业单位）运行用于购买货物和服务的各项资金，包括办公及印刷费、邮电费、差旅费、会议费、福利费、日常

维修费、专用材料及一般设备购置费、办公用房水电费、办公用房取暖费、办公用房物业管理费、公务用车运行维护费以及其他费用。

# 第四部分 附件

附件 1

# 沐川县融媒体中心
# 2025 年部门整体支出绩效评价报告

## 一、部门基本情况

（一）机构组成。

沐川县融媒体中心于 2019 年 5 月挂牌成立，为县委直属事业单位，公益一类，机构级为正科级，归口县委宣部管理。核定办公室、总编室、新闻信息采集中心、编辑分发中心、网信室、技术中心 6 个内设机构。

（二）机构职能和人员概况。

整合县内新闻媒体资源，实现一个平台融合，负责宣传策划、信息采集、编辑制作与刊播发布、宣传效果监测与评价等工作。策划和制作广播、电视、新媒体作品和提供应急广播节目内容。负责网络舆情的相关工作。开展“媒体+党务”“媒体+政务”等业务。指导乡镇部门政务新媒体、社会新媒体的业务工作。截至 2025 年 12 月，融媒体中心事业编制人数 28 人，实际在编事业人员 28 人。

（三）年度主要工作任务。

一是加强党的建设，着力抓好干部队伍管理。压紧压实全面从严治党主体责任和意识形态工作责任，推进学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想常态化、长效化和

制度化。加强干部队伍管理和专业技术人才引进，探索建立正向激励为主导的待遇保障体系，切实增强广大干部职工的使命感、责任感，增强凝聚力，激发创造力。

二是做强官方宣传平台，壮大主流媒体影响力。通过媒体平台引入AI技术，提升新闻实效性，拓宽新闻覆盖面，推进新闻“大屏转小屏”。在新媒体内容生产中，植入交互性设计元素，打破常规宣传方式。围绕沐川文旅资源、美食，与自媒体达人合作共创、引流，带动沐川文旅、美食出圈；结合全县文旅活动的开展，高质量完成两场新媒体平台的直播活动。

三是在宣传策划上持续发力，提升区域影响力。坚持内容为王，围绕全县重大决策部署、重大活动及社会热点等，做深做精主题报道，推出体验式、沉浸式宣传报道，打造全媒体新闻作品，策划更多具有沐川特色亮点的爆款作品，扩大沐川知名度和影响力。创新新闻宣传形式，通过“台网端微视”全媒体融合创新模式，深入挖掘业态提升、精品旅游、吃住行游购娱商学养等特色资源，策划更多体现沐川人文、生态、特色产业发展、人民幸福指数的精品力作，积极参加创优评选。

四是凸显融媒优势，在文旅产业发展中发挥积极作用。整合人力资源，发挥人才作用。开拓思路，探索实施“区域IP、城市IP、文旅IP”的设计，打造极具沐川特色的文创

产品。加强与文旅集团的配合协作，通过活动策划，发现、挖掘和培养一批本土网络达人，为沐川文旅、特色产业发展助力，积极探索适合沐川的网络经济路子。

（四）部门整体支出绩效目标。

全面完成年初预算。

二、部门财政资金收支情况

（一）部门财政资金收入情况。

2025 年年初预算收入总额 473.39 万元，其中当年财政预算收入 473.39 万元。

2025 年决算报表收入总额 588.22 万元。

（二）部门财政资金支出情况。

2025 年支出 588.22 万元，主要用于文化旅游体育与传媒支出 467.48 万元、社会保障与就业支出 59.51 万元、卫生健康支出 19.21 万元、住房保障支出 36.95 万元、城乡社区支出 5 万元，一般公共服务支出 0.08 万元。

三、部门整体绩效管理情况

（一）部门整体履职绩效分析。

1.整体情况

及时完成本部门绩效目标开展内部审核，绩效目标编制科学合理、规范完整，绩效指标编制细化量化、与预算安排相匹配，评价部门绩效目标纳入部门主任办公会集体决策，目标制定合理。部门整体支出实际完成情况均达到预期目

标。部门日常公用经费、项目支出钟“办公费、印刷费、水费、物业管理费”等科目年初预算数与决算数偏差程度在10%以内。部门预算项目结余率小于0.1。无违规记录。

（二）特定目标类项目绩效分析。

项目绩效目标按时完成，并达到预期值，完成较好。

（三）结果应用情况。

内设机构绩效自评情况纳入内部考核体系，建立对内设机构单位预算与绩效挂钩机制。按照要求及时将部门整体绩效自评情况和自行组织的评价情况向社会公开。及时对绩效管理过程中提出的问题进行整改。在规定时间内向财政部门反馈应用绩效结果报告。

四、评价结论及建议

（一）评价结论。

能够全面完成年初预算。

（二）存在问题。

在工作中，仍存在细节上的问题，工作不够仔细，资金使用申报不及时，资料装档不完善规范、不及时。

（三）改进建议。

继续加大工作力度，在探索中总结提升，在实践中规范完善，加强绩效管理，不断提升工作绩效，进一步发挥工作职能作用，为我县对外宣传工作作出更大贡献。

附件 2

# 沐川县融媒体中心
# 2025 年专项预算项目绩效自评报告

## 一、项目基本情况

（一）绩效目标情况。

融媒体中心 2025 年主要有网络视听采编设备维修维护费、网络舆情预警监测系统服务费、对外宣传合作资金等 5 个项目，资金总额 90.42 万元。项目的实施，保障了融媒体中心及平台的正常运转，让对外宣传沐川、提升沐川形象起到了积极作用。

（二）资金安排情况。

融媒体中心 5 个项目于 2025 年 12 月 31 日前全部实施完成，资金全部安排到位；所有资金按照财政分解下达计划支付到各服务对象。

## 二、绩效目标完成情况分析

（一）预算执行进度情况分析。

融媒体中心 5 个项目资金于 2025 年 12 月 31 日前全部支付完成；所有项目严格按照财政预算管理执行。

（二）总体绩效目标完成情况分析。

始终秉持“小融媒也有大作为”的工作理念，坚持“文旅搭台、宣传唱戏”，聚焦重点项目、非遗文化、文旅产业

链核心 IP，以竹、茶、芋、草龙、乌蒙沐歌、观鸟经济等特色资源和文旅项目为切入点，以打造集生态康养、文化体验、乡村旅游为一体的宝藏小城为宣传主线，创新开展全媒体策划和精品内容创作，全方位展示“万羽之境·中国沐川”的文旅形象。

1.党建领航，夯实媒体融合根基

坚持以基层党的建设作为各项工作的总抓手，坚持用党的创新理论指导和推动新闻宣传工作，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。严格落实“第一议题”制度，严格执行“三会一课”、主题党日、组织生活会、谈心谈话、民主评议党员、党员领导干部过双重组织生活等制度，把深入贯彻中央八项规定精神学习教育和巩固深化党纪学习教育成果作为重要政治任务，深化党的创新理论学习，坚持用党的创新理论指导实践、推动工作，认真开展主题党日和警示教育，引导干部职工进一步提高党支部的凝聚力和战斗力。全年召开民主生活会 1 次，组织生活会 1 次，理论学习中心组学习 8 次，组织党支部集中学习 12 次、专题研讨 6 次，召开支部党员大会 5 次、支委会 16 次，上党课 4 堂，开展主题党日活动 12 次。

2.创新为翼，打造沐川“融”耀时刻

（1）主题宣传焕发新气象。聚焦中央八项规定精神、“党的二十届四中全会精神”“省委十二届八次全会精神”等贯彻落地，围绕市委“节奏更快、效率更高、质量更优”主题实践活动，紧扣县委“五大产业”建圈强链、“揭榜挂帅”等决策部署，开设《节奏更快 效率更高 质量更优》《工业强县 文旅兴县》《接诉即办“沐声行”》等专题专栏27个，推出“新农人·兴沐川”“小城蝶变 宜居宜养”“松车食光”“沐声行”接诉即办”等主题报道241条；围绕2025沐川紫茶推介暨茶文化研学季、2025世界魔芋食品产业发展会议等重大活动以及春节、五一、国庆等重要节点，策划推出相关主题报道170余篇，全方位捕捉发展脉搏，用心用力讲好沐川高质量发展故事。2025年春节期间，以“非遗文化传承”和“影视IP联动”为双引擎，以“非遗+山水+流量”模式重构春节文化IP，全网稿件阅读量超500万次，草龙巡游话题登榜同城热搜，实现“县域活动全国刷屏”。

（2）整合资源开创新范式。建立重大活动“1＋N＋X”立体传播体系：以沐川融媒（1）作为核心传播枢纽，联动微信公众号、客户端、抖音号、视频号、小红书、微博等平台（N），多方主流媒体、网络达人、兄弟区县等组成传播矩阵（X），形成强大宣传合力。“五一”期间，借力悬疑剧《借命而生》打造沐川影视IP，推出“追剧打卡地图”等30篇（条）原创内容，带动打卡1.5万人次、预约满员率

100%。携手网络达人开展内容共创，相关视频全网播放量达到 100 万+，《借命而生热播带火乐山沐川》《乐山沐川推借命而生同款打卡路线》分别登上今日头条、微博同城热搜榜第二名，全网曝光超 1000 万次。5 月 30 日，外交部发言人毛宁司长在境外账号上推介沐川后，中心立即启动宣传“30 分钟黄金带”传播矩阵，联动新华社、人民日报、川观新闻、四川发布等 10 余家主流媒体，及时发布《今天，外交部发言人向世界推介沐川》等视频和推文，全平台浏览量超 1000 万，同步登上抖音同城热搜榜 TOP1，热搜榜热度 555 万+；四川发布浏览量 8 万+，登上快手同城热搜榜 TOP2，树立了“万羽之境”生态 IP 良好形象。

（3）技术赋能跑出新赛道。创新性采用“故事化+可视化”的宣传策略，引入 AI 辅助工具，搭建“融媒资源库”，实现素材一键调取、图文多平台同步分发，工作效率提升 50%以上，确保大型活动热点信息迅速传播、及时触达。策划制作“沐川景点 AI 动起来、建筑物变毛绒玩具、AI 朱鹮秀”等网络视听精品，通过技术革新为内容创新注入新动能。以手绘、图文、海报、同步直播等形式，全方位聚焦 2025 世界魔芋食品产业发展会议活动，推出《赴沐川之约 享魔芋盛宴》《魔芋食材溯源》等爆款作品及稿件 60 余条，全平台累计播放量 100 万+。其中，《魔芋食材溯源》《明日启幕！高端质感里藏着满屏风光》两条短视频播放量均突破 10

万，沐川发布视频号、沐川融媒抖音号累计浏览量35万+，形成了“权威发声、大众参与、全链覆盖”的宣传态势。2025年，沐川融媒APP注册用户数达9.719万人次，下载量91305人次，占常住人口的48.3%。全平台累计刊播稿件12147条，其中沐川发布2149条（原创稿件占比78%，点击量218万+），沐川融媒客户端8509条（累计点击量251万+），沐川融媒综合频道889条，微博沐川600条，发布短视频200余条，总阅读量550万+。

（4）对外传播实现新突破。充分运用“小屏首发、大屏跟进、多屏互动”的模式，加强与中、省、市主流媒体的交流合作与内容共创，实现多级联动同频共振。今年以来，市级及以上媒体采用我中心稿件1294条次，其中国家级主流媒体平台用稿115条，省级平台用稿417条，市级平台用稿762条，学习强国四川平台用稿112条、全国平台采用稿件10条。中心参与作品《芋瓜搭伴巧来财》登上CCTV-17《共富经》；朱鹮野化训练及放飞相关报道先后登上CCTV-13、CCTV-17、CCTV-2等栏目；沐川县首部城市音乐文旅宣传片《美在沐川》在CCTV-15音乐频道实现全球首播。

2025年以来，中心选送的《以茶为“媒”园区变景区 走出农文旅融合新路》《谣言下的冤假错案》《沐源川·茶之道》《万羽之境 中国沐川》《外交部发言人毛宁向世界推介沐川，万羽之城！》等原创作品，分别获得省、市级部门

或行业协会“四川县级融媒新闻奖”“第四届川渝互联网辟谣优秀公益作品”“2025年‘时代光影 百部川扬’网络视听作品征集传播活动第一、二、三季度短视频类优秀作品”“四川省新媒体应用技能大赛乡村文旅赛项优秀奖”“2025年宣传乐山国际传播类好新闻奖”等奖项。

3.招才聚智，培引青年骨干力量

深入贯彻习近平文化思想和习近平法治思想，与县人民检察院签订“检媒合作”协议，开展深度合作。与四川电影电视学院、乐山师范学院等高校建立校地合作机制，合力打造“大学生校外实践教育基地”，先后吸纳100余名高校学子来中心开展社会实践和学习交流。同时，积极向上争取政策，深入高校开展考核招聘专业技术人才，培引青年骨干力量4人。采取“走出去、请进来”等方式，积极邀请和参与中省市主流媒体各类专题培训及跟班学习100余人次，广泛拓展一线人员综合素质和实操技能。组建“网络视听精品团队”，培养6名青年骨干成为摄制能手，组织12次跨部门“头脑风暴”，为中心长远发展储备人才“蓄水池”。

4.多措并举，把牢意识形态阵地

认真落实“一把手负总责、班子成员一岗双责”的责任链条，严格执行“三审三校”，规范和改进采编审校流程，把好新闻信息安全关、质量关。压紧压实安全刊播责任制，常态化开展安全巡检，强化日常维护和技术保障，确保安全

工作“零”事故。积极做好舆论引导和涉沐舆情监测，及时收集上报涉沐网络舆情信息，今年以来，查找网络不良信息举报383条，转发评论重要时政新闻116条，上报中宣部基层舆情信息85条，“问政四川、麻辣社区、海棠社区”等问政平台回复率达100%。

（三）绩效指标完成情况分析。

2025年12月31日前全部完成。

（四）项目效益分析。

2025年12月31日前全部完成。

## 三、偏离绩效目标的原因和下一步改进措施

在工作中，仍存在细节上的问题，工作不仔细，资金使用申报不及时，资料装档不完善规范、不及时。一年来，中心高度重视绩效工作，力求全面客观评价融媒体中心工作绩效情况，将继续加大工作力度，在探索中总结提升，在实践中规范完善，加强绩效管理，不断提升工作绩效，进一步发挥工作职能作用，为我县对外宣传工作作出更大贡献。

## 四、 绩效自评结果拟应用和公开情况

绩效自评结果严格按财政要求执行。

## 五、其他需要说明的问题

无。

## 部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）

| 项目名称 | | 51112926T000014411432-“五一”借剧引流沐川文旅网络视听内容生产及媒体合作联动推介费用 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 主管部门 | | 融媒体中心部门 | | | | 实施单位（盖章） | 沐川县融媒体中心 | | | |
| 项目基本情况 | | 项目年度目标 | | | | 年度目标完成情况 | | | | |
| | 1.项目年度目标完成情况 | | | | | 对照年度目标，说明相关任务目标的完成情况（100字以内） | | | | |
| | 2.项目实施内容及过程概述 | | | | | | | | | |
| 预算执行情况（10分） | 年度预算数（万元） | 年初预算 | 调整后预算数 | 预算执行数 | | 预算执行率 | 权重 | 得分 | 原因 | |
| | 总额 | 0.00 | 5.00 | 5.00 | | 100.00% | 10 | | 1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2.年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3.其他资金包括：社会投入资金、银行贷款. | |
| | 其中：财政资金 | 0.00 | 5.00 | 5.00 | | 100.00% | / | / | | |
| | 财政专户管理资金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 0.00% | / | / | | |
| | 单位资金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 0.00% | / | / | | |
| | 其他资金 | | | | | | / | / | | |
| 绩效指标（90分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | 指标性质 | 指标值 | 度量单位 | 完成值 | 权重 | 得分 | 未完成原因分析 |
| | | | | | | | | | | |
| 合计 | | | | | | | | 100 | | |
| 评价结论 | 结合自评情况，说明项目自评总分，说明项目实施取得的成效或成果。（200字以内） | | | | | | | | | |
| 存在问题 | 结合自评情况，分析存在的问题及原因。（200字以内） | | | | | | | | | |
| 改进措施 | 针对项目自评中发现的问题，提出下一步改进完善的意见及有关政策性建议。（200字以内） | | | | | | | | | |
| 项目负责人： | | | | 财务负责人： | | | | | | |

## 部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）

| 项目名称 | | 51112925T000013341077-对外宣传合作资金 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 主管部门 | | 融媒体中心部门 | | | | 实施单位（盖章） | 沐川县融媒体中心 | | | |
| 项目基本情况 | | 项目年度目标 | | | | 年度目标完成情况 | | | | |
| | 1.项目年度目标完成情况 | 对外宣传沐川，展示沐川良好形象。 | | | | 对照年度目标，说明相关任务目标的完成情况（100字以内） | | | | |
| | 2.项目实施内容及过程概述 | | | | | | | | | |
| 预算执行情况（10分） | 年度预算数（万元） | 年初预算 | 调整后预算数 | 预算执行数 | | 预算执行率 | 权重 | 得分 | 原因 | |
| | 总额 | 40.00 | 55.00 | 54.00 | | 98.18% | 10 | | 1.预算执行率=预算执行数/调整后预算数，预算执行率未达到90%的需说明原因（100字以内）；2.年中发生预算调整的（追加或调减），应单独说明理由；3.其他资金包括：社会投入资金、银行贷款. | |
| | 其中：财政资金 | 40.00 | 55.00 | 54.00 | | 98.18% | / | / | | |
| | 财政专户管理资金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 0.00% | / | / | | |
| | 单位资金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 0.00% | / | / | | |
| | 其他资金 | | | | | | / | / | | |
| 绩效指标（90分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | 指标性质 | 指标值 | 度量单位 | 完成值 | 权重 | 得分 | 未完成原因分析 |
| | 产出指标 | 数量指标 | 对外宣传沐川 | = | 100 | 条 | | 10 | | |
| | | 质量指标 | 展示沐川良好形象 | = | 100 | 条 | | 20 | | |
| | | 时效指标 | 对外宣传沐川，展示沐川良好形象 | = | 2025 | 年 | | 20 | | |
| | 效益指标 | 可持续影响指标 | 展示沐川良好形象 | = | 2025 | 年 | | 20 | | |
| | 满意度指标 | 服务对象满意度指标 | 对外宣传沐川，展示沐川良好形象 | ≥ | 98 | % | | 10 | | |
| | 成本指标 | 经济成本指标 | 对外宣传沐川，展示沐川良好形象 | = | 400000 | 元/年 | | 10 | | |
| 合计 | | | | | | | | 100 | | |
| 评价结论 | 结合自评情况，说明项目自评总分，说明项目实施取得的成效或成果。（200字以内） | | | | | | | | | |
| 存在问题 | 结合自评情况，分析存在的问题及原因。（200字以内） | | | | | | | | | |
| 改进措施 | 针对项目自评中发现的问题，提出下一步改进完善的意见及有关政策性建议。（200字以内） | | | | | | | | | |
| 项目负责人： | | | | 财务负责人： | | | | | | |

# 部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）

| 项目名称 | 51112922T000007388616-融媒体平台运行费用 | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 主管部门 | 融媒体中心部门 | | | | | 实施单位（盖章） | 沐川县融媒体中心 | | | |
| 项目基本情况 | | 项目年度目标 | | | | | 年度目标完成情况 | | | |
| | 1.项目年度目标完成情况 | 保障中心及技术平台高效正常运转，做好对内对外宣传，为乡村振兴营造良好舆论氛围 | | | | | 按照年初预算，按时实施项目，按进度完成相关费用的支付，保障了中心及技术平台高效正常运转。 | | | |
| | 2.项目实施内容及过程概述 | | | | | | | | | |
| 预算执行情况（10分） | 年度预算数（万元） | 年初预算 | 调整后预算数 | | 预算执行数 | | 预算执行率 | 权重 | 得分 | 原因 |
| | 总额 | 15.00 | 15.00 | | 13.42 | | 89.44% | 10 | | 专项用于支付单位电费及邮电费，因值导节能减排，电费支付有所减少。（每年电费及邮电费按实际情况有所波动） |
| | 其中：财政资金 | 15.00 | 15.00 | | 13.42 | | 89.44% | / | / | |
| | 财政专户管理资金 | 0.00 | 0.00 | | 0.00 | | 0.00% | / | / | |
| | 单位资金 | 0.00 | 0.00 | | 0.00 | | 0.00% | / | / | |
| | 其他资金 | | | | | | | / | / | |
| 绩效指标（90分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | 指标性质 | 指标值 | 度量单位 | 完成值 | 权重 | 得分 | 未完成原因分析 |
| | 产出指标 | 数量指标 | 保障中心及技术平台高效正常运转，做好对内对外宣传，为乡村振兴营造良好舆论氛围 | ≥ | 100 | 元/年 | | 20 | | |
| | | 质量指标 | 保障中心及技术平台高效正常运转，做好对内对外宣传，为乡村振兴营造良好舆论氛围 | ≥ | 100 | 元/年 | | 10 | | |
| | | 时效指标 | 保障中心及技术平台高效正常运转，做好对内对外宣传，为乡村振兴营造良好舆论氛围 | = | 2025 | 期/年 | | 10 | | |
| | 效益指标 | 社会效益指标 | 保障中心及技术平台高效正常运转，做好对内对外宣传，为乡村振兴营造良好舆论氛围 | = | 100 | 元/年 | | 10 | | |
| | | 可持续发展指标 | 保障中心及技术平台高效正常运转，做好对内对外宣传，为乡村振兴营造良好舆论氛围 | = | 100 | 期/年 | | 10 | | |
| | 满意度指标 | 服务对象满意度指标 | 保障中心及技术平台高效正常运转，做好对内对外宣传，为乡村振兴营造良好舆论氛围 | ≥ | 98 | 期/年 | | 10 | | |
| | 成本指标 | 经济成本指标 | 保障中心及技术平台高效正常运转，做好对内对外宣传，为乡村振兴营造良好舆论氛围 | = | 100 | 期/年 | | 20 | | |
| 合计 | | | | | | | | 100 | | |
| 评价结论 | *保障了中心及技术平台的高效正常运转，很好完成了当年度的宣传工作。* | | | | | | | | | |
| 存在问题 | 无 | | | | | | | | | |
| 改进措施 | 无 | | | | | | | | | |
| 项目负责人： | | | | 财务负责人： | | | | | | |

## 部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）

| 项目名称 | | 51112922T000004936968-网络舆情预警监测系统服务费 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 主管部门 | | 融媒体中心部门 | | | | 实施单位（盖章） | | 沐川县融媒体中心 | | |
| 项目基本情况 | 1.项目年度目标完成情况 | 项目年度目标 | | | | 年度目标完成情况 | | | | |
| | | 网络舆情预警监测 | | | | 按照年初预算，按时实施项目，按进度完成网络舆情预警监测费用的支付。 | | | | |
| | 2.项目实施内容及过程概述 | | | | | | | | | |
| 预算执行情况（10分） | 年度预算数（万元） | 年初预算 | 调整后预算数 | 预算执行数 | | 预算执行率 | 权重 | 得分 | 原因 | |
| | 总额 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | | 100.00% | 10 | | 无 | |
| | 其中：财政资金 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | | 100.00% | / | / | | |
| | 财政专户管理资金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 0.00% | / | / | | |
| | 单位资金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 0.00% | / | / | | |
| | 其他资金 | | | | | | / | / | | |
| 绩效指标（90分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | 指标性质 | 指标值 | 度量单位 | 完成值 | 权重 | 得分 | 未完成原因分析 |
| | 产出指标 | 数量指标 | 网络舆情预警监测 | = | 100000 | 条 | | 10 | | |
| | | 质量指标 | 正面引导网络舆情 | = | 100000 | 条 | | 20 | | |
| | | 时效指标 | 各项工作完成时间 | = | 2025 | 期/年 | | 10 | | |
| | 效益指标 | 社会效益指标 | 过滤负面新闻，传播正面新闻 | = | 100000 | 条 | | 20 | | |
| | | 可持续发展指标 | 网络舆情预警监测 | = | 100 | 期/年 | | 10 | | |
| | 满意度指标 | 服务对象满意度指标 | 社会公众满意度 | ≥ | 98 | 期/年 | | 10 | | |
| | 成本指标 | 经济成本指标 | 按合同执行 | = | 80000 | 元/年 | | 10 | | |
| 合计 | | | | | | | | 100 | | |
| 评价结论 | 按照年初预算，按时实施项目，按进度完成网络舆情预警监测费用的支付。 | | | | | | | | | |
| 存在问题 | 无 | | | | | | | | | |
| 改进措施 | 无 | | | | | | | | | |
| 项目负责人： | | | | 财务负责人： | | | | | | |

## 部门预算项目支出绩效自评表（2025年度）

| 项目名称 | | 51112922T000004934947-网络视听采编设备维修维护费 | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 主管部门 | | 融媒体中心部门 | | | | 实施单位（盖章） | | 沐川县融媒体中心 | | |
| 项目基本情况 | 1.项目年度目标完成情况 | 项目年度目标 | | | | 年度目标完成情况 | | | | |
| | | 专用设备维修维护 | | | | 按照年初预算，按时实施项目，按进度完成专用设备维修维护费用的支付。 | | | | |
| | 2.项目实施内容及过程概述 | | | | | | | | | |
| 预算执行情况（10分） | 年度预算数（万元） | 年初预算 | 调整后预算数 | 预算执行数 | | 预算执行率 | 权重 | 得分 | 原因 | |
| | 总额 | 10.00 | 10.00 | 10.00 | | 100.00% | 10 | | | |
| | 其中：财政资金 | 10.00 | 10.00 | 10.00 | | 100.00% | / | / | | |
| | 财政专户管理资金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 0.00% | / | / | | |
| | 单位资金 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | 0.00% | / | / | | |
| | 其他资金 | | | | | | / | / | | |
| 绩效指标（90分） | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | 指标性质 | 指标值 | 度量单位 | 完成值 | 权重 | 得分 | 未完成原因分析 |
| | 产出指标 | 数量指标 | 新闻、专题节目 | = | 1200 | 条 | | 10 | | |
| | | 质量指标 | 新闻、专题节目 | = | 1200 | 条 | | 10 | | |
| | | 时效指标 | 各项工作完成时间 | = | 2025 | 期/年 | | 20 | | |
| | 效益指标 | 社会效益指标 | 丰富沐川百姓文化生活 | = | 100 | 套 | | 10 | | |
| | | 可持续发展指标 | 丰富沐川百姓文化生活 | = | 100 | 套 | | 20 | | |
| | 满意度指标 | 服务对象满意度指标 | 社会公众满意度 | ≥ | 98 | 套 | | 10 | | |
| | 成本指标 | 经济成本指标 | 按合同执行 | = | 100000 | 元/年 | | 10 | | |
| 合计 | | | | | | | | 100 | | |
| 评价结论 | 按照年初预算，按时实施项目，按进度完成专用设备维修维护费用的支付。 | | | | | | | | | |
| 存在问题 | 无 | | | | | | | | | |
| 改进措施 | 无 | | | | | | | | | |
| 项目负责人： | | | | 财务负责人： | | | | | | |

# 第五部分 附表

一、收入支出决算总表

二、收入决算表

三、支出决算表

四、财政拨款收入支出决算总表

五、财政拨款支出决算明细表

六、一般公共预算财政拨款支出决算表

七、一般公共预算财政拨款支出决算明细表

八、一般公共预算财政拨款基本支出决算表

九、一般公共预算财政拨款项目支出决算表

十、政府性基金预算财政拨款收入支出决算表

十一、国有资本经营预算财政拨款收入支出决算表

十二、国有资本经营预算财政拨款支出决算表

十三、财政拨款“三公”经费支出决算表