|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | | | | |
| 项目支出绩效自评表 | | | | | | | | | |
| （2022年度） | | | | | | | | | |
| 项目名称 | | | 11000022T000000472073-大学生就业创业-信息服务与典型推广 | | | | | | |
| 主管部门 | | | 北京市教育委员会 | | | 实施单位 | 北京高校大学生就业创业指导中心 | | |
| 项目负责人 | | | 尹峥 | | | 联系电话 | 60910256 | | |
| 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 | 141.770000 | 125.430000 | 125.430000 | 10 | 100.00% | 10.00 |
| 其中：当年财政拨款 | 141.770000 | 125.430000 | 125.430000 | — | 100.00% | — |
| 上年结转资金 |  |  |  | — |  | — |
| 其他资金 |  |  |  | — |  | — |
| 年度总体目标 | 预期目标 | | | | | 实际完成情况 | | | |
| 以教育部、市教委要求为基础，发挥互联网的优势和信息平台优势，促进北京高校毕业生高质量就业、宣传大学生就业、创业典型案例为目标，更加多元化地为毕业生就业提供有效服务。  主要包括:  （1） 完成北京高校大学生就业创业信息网的日常运营和内容建设；  （2） 完成《成功就业》微信订阅号和服务号的内容产出和日常推送，内容包括招聘信息、招聘会信息、提供工作岗位相关的内容以及相关就业创业指导信息和政策信息、就业创业典型事迹案例及大学生就业团队宣传内容240期  （3）完成中心抖音平台针对大学生就业创业政策、就业创业指导、招聘会宣讲会宣传、中心其他业务宣传、以及就业创业典型案例宣传内容的策划和内容产出；  （4）实现互联网内容类媒体平台开通5家、视频类平台开通5家；并同步进行日常运维  （5）完成针对中心大学生就业、创业工作及其他业务类内容的宣传片的拍摄及日常资料的留存；  （6）完成就业创业典型案例的评选及校园巡讲；通过公众号及短视频方式进行宣传。 | | | | | 以教育部、市教委要求为基础，发挥互联网的优势和信息平台优势，促进北京高校毕业生高质量就业、宣传大学生就业、创业典型案例为目标，更加多元化地为毕业生就业提供有效服务。  主要包括:  （1） 完成北京高校大学生就业创业信息网的日常运营和内容建设；全年发布信息1207篇；  （2） 完成《成功就业》微信订阅号和服务号的内容产出和日常推送，全年共推送信息265期，与企业招聘信息、招聘会信息、提供工作岗位相关的内容971篇，全年总阅读次数2,192,596次；  （3）完成大学生就业创业政策、就业创业指导、招聘会宣讲会宣传、中心其他业务宣传、以及就业创业典型案例宣传内容的策划和内容产出；制作短视频109期；  （4）开通新媒体矩阵，包含各类自媒体平台10个；  （5）完成针对中心大学生就业、创业工作及其他业务类内容的宣传片的拍摄及日常资料的留存；拍摄宣传片1部时长8分21秒；  （6）完成就业创业典型案例的评选及校园巡讲，全年共举行3次就业创业典型人物评选；通过组织3次系列活动，累计开展活动800余场，参与毕业生21万人次。 | | | |
| 绩效指标 | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | 年度指标值 | | 实际完成值 | 分值 | 得分 | 偏差原因分析及改进措施 |
| 产出指标（50分） | 数量指标 | 微信公众平台阅读量 | ≥130万人 | | 138.8150万人 | 3 | 3.00 |  |
| 开通平台数量（内容类媒体平台） | 5家 | | 5家 | 2 | 2.00 |  |
| 北京高校大学生就业创业信息网发送就业信息、双选会、就业指导、就业典型案例宣传等信息 | ≥1200篇 | | 1207篇 | 2 | 2.00 |  |
| 微信公众平台阅读量 | ≥150万次 | | 219.2596万次 | 3 | 3.00 |  |
| 完成就业创业典型人物评选 | 2次 | | 3次 | 2 | 2.00 |  |
| 北京高校毕业生通过微信公众平台向毕业生推送就业信息、双选会、就业指导、就业典型案例宣传等信息 | ≥240期 | | 265期 | 3 | 3.00 |  |
| 与企业招聘信息、招聘会信息、提供工作岗位相关的内容 | ≥800篇 | | 971篇 | 2 | 2.00 |  |
| 宣传片时长 | 8分钟 | | 8分21秒 | 2 | 2.00 |  |
| 完成抖音等视频类平台短视频制作100期 | ≥100期 | | 109期 | 2 | 2.00 |  |
| 开通平台数量（视频类平台） | 5家 | | 5家 | 2 | 2.00 |  |
| 质量指标 | 完成就业创业典型人物评选（公开、公平、公正） | 优 | | 优 | 3 | 3.00 |  |
| 短信发送保障在白名单下号码正常接收 | ≥95% | | ≥99% | 3 | 3.00 |  |
| 时效指标 | "严格按照计划执行" | 优 | | 优 | 2 | 2.00 |  |
| 成本指标 | 信息发送业务费 | ≤16.8万元 | | 15.960000 | 3 | 3.00 |  |
| 视频宣传片制作费 | ≤32.95万元 | | 32.680000 | 3 | 3.00 |  |
| 信息技术服务费 | ≤52万元 | | 51.880000 | 3 | 3.00 |  |
| 典型案例的劳务费 | ≤15万元 | | 8.050000 | 2 | 2.00 |  |
| 维护服务费 | ≤16.8万元 | | 16.260000 | 3 | 3.00 |  |
| 专家劳务费 | ≤1.5万元 | | 0.600000 | 3 | 3.00 |  |
| 印刷费 | ≤6.72万元 | | 0.000000 | 2 | 2.00 |  |
| 效益指标（30分） | 社会效益 指标 | 参与媒体数量 | ≥15家 | | 20家 | 10 | 10.00 |  |
| 社会效益 指标 | 网站点击率 | ≥700万次 | | 1207.5380万次 | 10 | 9.00 | 疫情原因导致点击率稍高，今后会把客观因素考虑周全。 |
| 可持续影响指标 | 公众号订阅人数增长率 | ≥2万人 | | 3.1593万人 | 10 | 10.00 |  |
| 满意度指标（10分） | 服务对象满意度指标 | 接受服务的用户满意度 | ≥85% | | 95% | 10 | 10.00 |  |
| 总分 | | | | | | | 100 | 99.00 |  |