

2024 年 XC 中央电视台优秀旅游城市 天气预报节目经费项目绩效评价报告

主管部门：大同市气象局

实施单位：大同市气象局

委托单位：大同市财政预算评审保障中心

评价机构：山西继华会计师事务所有限公司

主评人：



2025 年 9 月 15 日

2024 年 XC 中央电视台优秀旅游城市 天气预报节目经费项目绩效评价报告（简版）

一、概述要素

1.项目概况

为提升文旅气象服务水平、助力国际知名文化旅游城市建设，大同市与中国气象局公共气象服务中心直属企业北京市华风声像技术有限公司合作，于 2023 年 12 月签订《2024 年天气预报技术服务合同》，约定 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期间，在 CCTV-1/CCTV-13 频道 07:55 档《朝闻天下天气预报》（开窗+口播+贴片）、中央人民广播电台乡村之声 10:50 档《农业天气》（口播）、中国天气频道 12:30 档《城市天气预报》（开窗+口播+贴片）及中国天气网 PC 端与 WAP 端（精彩图集专题，开窗+贴片）播出大同市天气预报并进行形象宣传，并提供 6 次免费景观画面更改服务，合同费用 280 万元。

2.项目绩效目标

（1）总体目标

依托中央电视台等权威媒体的影响力与公信力，重点宣传大同市主要景观及重点旅游景区，持续向全国观众呈现良好的城市形象与优质旅游资源，进一步强化大同“优秀旅游城市”品牌传

播效应，切实推动本市旅游产业提质增效、招商引资工作扩面升级，为大同市旅游经济发展与城市品牌建设提供稳定有力的宣传支撑。

（2）阶段性目标

阶段性绩效目标完成情况

二级指标	三级指标	目标值	完成情况	差异原因
数量指标	天气预报天数	365 天	362 天	节目调整
	天气预报景观图片更换数	6 次	0 次	无储备图片
质量指标	天气预报播出质量	良好	良好	
	天气预报景观图片质量达标情况	达标	达标	
时效指标	天气预报按时播出情况	按时播出	按时播出 87.50%	节目调整
成本指标	成本节约情况	未超支	未超支	
社会效益指标	旅游吸引力提升效果	提升	提升	
	天气预报景观覆盖情况	全覆盖	覆盖率 8.33%	未更换景观图片，实际仅展示 1 处景区
经济效益指标	景区门票收入增长情况	增长	增长	
可持续发展指标	长效机制健全性	健全	健全	
满意度指标	社会公众满意度	≥90%	55.84%	

3.资金性质及资金收支、结余及结转情况。

本项目为延续性项目，2017 年节目播出费由原先的 240 万元提高至 280 万元；2024 年本项目预算 280 万元，资金来源为市级财政资金，资金到位率 100%，实际支付 280 万元，预算执行率 100%。

4.项目总得分 87.88 分，评价等级为“良”。

二、项目绩效

本项目立项依据充分、程序规范，符合《“十四五”旅游业发展规划》《山西省“十四五”文化和旅游产业融合发展规划》，绩效目标合理且与行业规划、部门重点工作紧密衔接，预期效益符合正常业绩水平，预算编制科学、资金分配合理；资金到位率高、预算执行有效，资金使用合规且严格遵守财经法规与财务管理制度，审批程序完整无违规，财务及业务管理制度健全且执行到位，天气预报服务合同签订规范；气象节目播出质量高，无漏播错播问题，景观图片视觉质量与合规性良好，项目成本控制有效未超支；旅游吸引力提升，核心景区游客总量较 2023 年明显增加。

三、主要经验及做法

大同市气象局为保障本项目资金安全高效运转，围绕资金支付的关键环节，构建全链条、全周期资金管理闭环机制。预算环节结合年度需求，依据中央电视台收费标准及过往数据细化编制；通过与财政部门常态化沟通保障资金足额按时到账；执行环节严格按预算及项目进度支出；监管环节融合内部财务审核与外部合规检查。同时建立“分级审批+专业审核+集体决策”多层级管控机制，大额支出经党组会议集体审议，为项目稳定推进提供坚实资金保障。

四、需关注的主要问题

1. 政府采购程序不规范，采购工作合法性难以保障

本项目符合政府采购适用条件，年度预算达集中采购或单一来源采购门槛，且供应商为唯一授权气象服务供应商、具备单一来源采购法定依据，多地同类项目亦采用该采购方式，但本项目未履行单一来源采购程序，不符合政府采购规范性要求。

2. 天气预报景观画面长期未更新，文旅宣传资源浪费

经评价组核查，2022 年 10 月 27 日至今，大同市在中央电视台《朝闻天下天气预报》07:55 档的景观画面超 2 年未更换，浪费宣传资源，未发挥多元文旅整合宣传作用，画面固定单一可能降低观众关注度，不利于提升区域文旅宣传竞争力。

五、相关建议

1. 规范政府采购程序，建立行业惯例动态参考机制，健全内部审核与监督体系

建议实施单位强化单一来源采购认知与流程衔接，优化流程可视化管控；构建常态化动态化行业经验借鉴机制，系统梳理其他省市采购流程资料，提炼可复制核心经验并推动落地转化；强化程序监督，构建审核监督体系，建立审核责任体系，强化全流程追溯管理。

2. 构建景观图片常态化储备与动态更新体系，强化工作落地

保障与效果跟踪，切实提升国家级媒体平台文旅宣传效能

建议实施单位从建立跨部门素材统筹机制，确保每个核心景区储备 2-3 张备选素材，保障素材数量与质量；建立更新工作台账，避免合同资源闲置；收集同类城市的实操案例，结合大同市文旅资源特色与合同要求，优化更新工作细则，确保宣传内容贴合“展示多元文旅资源、提升城市竞争力”的目标。