

项目支出绩效自评表

项目名称: 46000025T000001451970-《南海鉴宝》 填报人: 李小刚 联系方式: 15289878654

主管部门: 202-海南广播电视总台 实施单位: 202001001-海南广播电视总台本级1(电视)

是否公开: 否 网址:

资金构成(元)	年初预算数	全年预算数	执行数	分值	执行率	得分
资金总额:	1,361,900.00	1,361,900.00	1,361,900.00	10.00	100	10
其中: 财政资金:	1,361,900.00	1,361,900.00	1,361,900.00		100	
财政专户管理资金:	0.00	0.00	0		0	
单位资金:	0.00	0.00	0		0	

年度目标	年度目标完成情况
《南海鉴宝》是一档以文物鉴赏、鉴定为主题的文化+旅游类综艺节目,旨在精心打磨一档集知识性、观赏性与互动性于一体的文化综艺盛宴。节目将精巧地把海南的天然画卷与历史印记相结合,不论是阳光沙滩,还是翠绿雨林,亦或海南各地博物馆和少数民族,都将成为鉴宝的绝佳背景。如此一来,海南的美景便能透过屏幕,向国内外游客展现其无穷魅力,提升海南在全球旅游版图中的吸引力及其品牌价值。	顺利完成48期节目(每期10分钟)的拍摄与播出,节目设置核心环节:开场结合热点或节日,由主持人与文物鉴定师互动抛出线索、营造探秘氛围;探秘环节中主持人依据线索实地推理,并采访考古专家解读历史背景;馆长揭秘环节由博物馆馆长出示考古报告、修复记录等一手资料进行权威鉴证,讲述文物入藏故事;跟着文物去旅游环节则由主持人推荐海南相关实地旅游路线。同时,每期长视频均剪辑为1分钟左右的垂直短视频,在抖音、B站、快手等多平台同步发布,打造爆款传播内容。项目实施期间,全年联合全省各市县博物馆完成选题报送,依据可移动与不可移动文物分类,与南海博物馆、国家文物进出境审核海南管理处等机构专家保持常态化沟通,切实保障节目内容的专业性与权威性;节目内容严格执行频道初审、复审、终审的“三审”制度,确保安全播出。宣发方面,联合旅游广播、儋州广播电视台、视听海南app及抖音、快手等多平台同步推广,累计推送内容1044条,全网点击量达8000万人次,圆满完成项目既定目标。

一级指标	二级指标	三级指标	指标性质	年度指标值	度量单位	实际完成值	完成率	分值	得分	未完成原因分析
产出指标	数量指标	节目录制完成数	≥	48	期	48	基本达成目标	30.00	30	
产出指标	质量指标	节目播出数量	≥	48	期	48	基本达成目标	30.00	30	
效益指标	经济效益指标	全网点击量	≥	8000	万次	8000	基本达成目标	30.00	30	
合计								100.00	100	

海南广播电视总台
李小刚

昊霖杨

《南海鉴宝》项目支出绩效自评报告



一、项目概况

(一) 项目基本情况：立项情况、实施主体项目、资金及主要内容

预算单位：海南广播电视总台本级1（电视）的项目
《南海鉴宝》属于部门项目

主管部门：海南广播电视总台

项目负责人：李芳

联系电话：18907682056

项目概述如下：

《南海鉴宝》是海南广播电视总台重点打造的本土文化精品节目，秉持“让文物说话，让历史鲜活”的核心理念，以海南文物古迹、历史典籍与非遗文脉为核心载体，践行“跟着文物去旅行”创作思路。节目聚焦海洋文化、历史文化、革命文化与民俗文化等板块，通过实地探访寻踪、专家深度解读、馆长专题访谈、文旅资源推介等多元形式，全方位挖掘海南的独特价值。内容涵盖南海水下考古、黎锦非遗技艺、红色革命历史、热带雨林生态、历史人文典故、非遗活化创新等丰富主题，多维度讲好海南本土故事。节目在海南文旅频道及抖音、视频号、小红书等融媒体矩阵全域播出，持续传播中华优秀传统文化，打造兼具地域特色与传播力的海南文化名片，收获广泛社会影响力。



（二）项目年度预算绩效目标和绩效指标设定情况

总体目标：2025 年，《南海鉴宝》紧扣“文化+科技+旅游”融合发展理念，全年完成 48 期常规节目制作播出。节目聚焦文物鉴赏与文化解读，打造集知识性、观赏性、互动性于一体的特色文旅综艺。节目深度融合海南自然风貌与历史底蕴，以碧海沙滩、热带雨林、各地博物馆及少数民族风情为实景载体，让文物文化与海岛风光相得益彰。依托节目传播优势，全方位展现海南人文之美与生态之韵，持续放大文旅宣传效应，进一步提升海南文旅品牌影响力与全球旅游竞争力。

当年年度目标完成情况：海南文旅频道全年共完成了 48 期节目的录制与拍摄制作播出，并联合旅游广播、儋州广播电视台，视听海南 app，抖音、快手、小红书、海南文旅频道视频号、b 站同步宣发，累计推送 1044 条。完成全网点击量 8000 万人次。

二、项目决策及资金使用管理情况

（一）项目决策情况

紧扣“文化+科技+旅游”融合发展理念，聚焦文物鉴赏与文化解读，定期召开节目生产会议，集思广益，形成具体实施方案后提交频道审定。

（二）项目资金安排落实、总投入等情况

预算情况如下：资金总额-年初预算数 1361900 元，资金总额-全年预算数 1361900 元，财政资金-年初预算数 1361900 元 财政资金-全年预算数 1361900 元，专户-年初预



算数 0 元，专户全年预算数 0 元，单位年初预算数 0 元，单位全年预算数 0 元。项目资金计划用于人员经费、设备租赁、节目拍摄制作等。

（三）项目资金实际使用情况

资金执行情况如下：资金总额-全年执行数 1361900 元，资金总额-执行率 100.00%元。其中：财政资金-全年执行数 1361900 元，财政资金-执行率 100.00%；专户全年执行数 0 元，专户-执行率 0；单位全年执行数 0 元，单位全年执行率 0.00%。资金已经 100%到位，目前项目已经完成实施。专项资金已全部支出完毕，确保专款专用，均用于节目制作与拍摄。

（四）项目资金管理情况

项目资金管理由总台财务部负责管理每一笔支出，因此该项目资金会在详细有效的流程管理机制下运行，保证支出合理化及支出安全。

三、项目组织实施情况

（一）项目组织情况

顺利完成 48 期节目（每期 10 分钟）的拍摄与播出，节目设置核心环节：开场结合热点或节日，由主持人与文物鉴定师互动抛出线索、营造探秘氛围；探秘环节中主持人依据线索实地推理，并采访考古专家解读历史背景；馆长揭秘环节由博物馆馆长出示考古报告、修复记录等一手资料进行权威鉴证，讲述文物入藏故事；跟着文物去旅游环节则由主持人推荐海南相关实地旅游路线。同时，每期



长视频均剪辑为 1 分钟左右的垂直短视频，在抖音、B 站、快手等多平台同步发布，打造爆款传播内容。

项目实施期间，全年联合全省各市县博物馆完成选题报送，依据可移动与不可移动文物分类，与南海博物馆、国家文物进出境审核海南管理处等机构专家保持常态化沟通，切实保障节目的专业性与权威性；节目内容严格执行频道初审、复审、终审的“三审”制度，确保安全播出。宣发方面，联合旅游广播、儋州广播电视台、视听海南 app 及抖音、快手等多平台同步推广，累计推送内容 1044 条，全网点击量达 8000 万人次，圆满完成项目既定目标。

（二）项目管理情况

海南广播电视总台文旅频道主要负责节目具体制作及播出工作，其栏目组承担核心执行职责，具体包括：选题策划、实地踩点、专家对接、统筹排播、后期编辑及新媒体运营，确保节目从策划到播出的全流程顺畅推进。

海南广播电视总台为文旅频道节目制作提供全方位支持，具体包括：后期编辑设备使用、配音间使用、节目录制技术服务、空调电费、前期采访设备使用、播出占频等，保障节目制作的技术与硬件需求。

在内容上，为确保播出安全、督促节目生产和播出各环节认真把关，防止出现屏幕差错和播出险情，提升节目质量。节目开播后节目内容严格执行频道初审、复审、终审的“三审”制度，确保安全播出。



四、项目绩效情况

（一）项目绩效目标完成情况

节目成本控制管理措施，严控经常性支出：前期踩点阶段，与市县融媒体中心共享素材，避免重复拍摄，有效减少交通、差旅、设备租赁等各类经常性费用支出，降低人力物力消耗。

规避非常规支出：节目选题及筹备阶段，制定标准化的拍摄方案，明确拍摄流程与要求，减少临时变更带来的不必要额外成本，确保成本支出可控。

五、其他需要说明的问题

（一）后续工作计划

2026 年，《南海鉴宝》将全面改版升级：

节目形态：单期时长由 10 分钟延长至 15 分钟（常规节目），每月最后周播出 20-25 分钟专家深度访谈，全年共 30 期（24 期常规+6 期访谈）。

内容架构：延续六大主题，深化“海上丝路”“非遗新生”等方向，新增“水下考古现场直击”“数字化文物复原”等科技互动环节。

传播矩阵：加强 B 站、抖音、视频号等平台二创运营，推出“鲸宝”动画 IP 形象，开发数字藏品。

文旅融合：联合 OTA 平台推出“南海鉴宝”主题旅游套餐，开展线下研学营。

（二）主要经验及做法、存在问题和建议



(1) 主要经验及做法：通过系统性主题策划和全媒体传播，让文物故事从“冷知识”变为“热话题”。以“节目+文创+研学”模式，实现文化价值与产业价值的双向赋能。

(2) 存在问题：

专家访谈类内容深度仍可加强，部分观众反映对文物学术背景的解读不够充分。

国际传播渠道尚在初期，海外影响力有限。

(3) 相关建议：

在项目资金使用方面，继续严格按照总台财务部门的要求在详细有效的流程管理机制下运行，保证支出合理化及支出安全。

2026 年增加外请高水平考古、历史专家频次，每月访谈邀请 3-4 位不同领域学者。

申请专项经费用于多语种字幕制作和海外平台推广，扩大自贸港文化品牌国际知名度。

深化与高校文创设计专业的合作，建立“南海鉴宝”文创孵化基地，实现季季有新品。

