



项目支出绩效自评表

项目名称: 46000025T000001488688-《全球国货之光》		填报人:		胡茵	联系方式:		13031033319			
主管部门: 2022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)	3009222.00	年初预算数	全年预算数	执行数		分值	执行率(%)	得分		
资金总额:	2,000,000.00		2,000,000.00	2,000,000.00		10.00	100	10		
其中: 财政资金:	2,000,000.00		2,000,000.00	2,000,000.00			100			
财政专户管理资金:	0.00			0			0			
单位资金:	0.00			0			0			
年度目标				年度目标完成情况						
未来几年,《全球国货之光》将升级节目形式,将大使们推荐国货的“舞台”扩展至他们的国家,“户外综艺+电商”的新模式,共同助推各国优质国货。同时,节目将进一步与电商达成合作,通过《全球国货之光》节目,使更多的中国观众通过大使的推介,不仅仅了解这些国家的旅游、文化等众多资源,更了解这些国家的国货和背后的文化,从而吸引更多的消费者关注这些国家的优质产品。引领“买全球、享全球、惠全球”的消费新主张。作为“一带一路”新征途上文化传播和文化交流的新使者,《全球国货之光》始终立足中国构建以合作共赢为核心的新型国际关系和“人类命运共同体”的理念,服务国家总体外交,助力海南自贸港建设,聚焦一带一路国家,搭建各国文化交流新平台,创立“外事+媒体”新模式,促进外交友好交流,展现“一带一路沿线国家合作案例。把握海南自贸港利好政策,实现“合作共赢,永续发展”。				完成《全球国货之光》第五季制作和播出。						
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	节目录制数量	=	8	集	8	基本达成目标	30.00		
产出指标	质量指标	节目播出数量	=	8	集	8	基本达成目标	30.00		
效益指标	社会效益指标	新媒体传播量	≥	1000	万人次	1000万人次	基本达成目标	30.00		
合计								100.00	0	



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
加强自贸港海外传播项目宣传推广经费属于部门项目

主管部门为海南广播电视总台

项目负责人为：马冰钦

联系电话：18976268039

项目概述如下：请填写项目概述

为深入贯彻习近平总书记关于“一带一路”国际合作和深化对外开放的重要指示，助力内外双循环，加强海南自贸港与各国之间的文化经贸交流，海南卫视精品打造了大型国家经贸文化交流节目——《全球国货之光》。节目服务国家总体外交，助力海南自贸港建设，以“国货好物”为媒，“大使带货”为介，在“购消娱”之中深化体验，搭建了各国文化交流的新平台，创立了“外事+媒体”的新模式，促进了外交友好交流。

(二) 项目年度预算绩效目标和绩效指标设定情况

（包括预期总目标及阶段性目标，衡量绩效目标实现程度的评价指标、标准等）

总体目标：向世界传递中国声音，讲好自贸港建设中的海南故事，为自贸港建设营造良好的国际氛围，扩大影响，将海南自贸港的利好政策，向国际社会尤其是国际政商界进行精准“滴灌”，促使国际社会充分理解海南自贸港的政策优势，把握我国深度对外开放的机遇，吸引国际资源参与海南自贸港建设。进一步促进海南自贸港国际化交流，提升海南外宣能力，增强海南自贸港建设的外宣效果。

2025 年年度目标是策划制作播出 8 期节目，《全球国货之光》以文化 IP 为核心，通过“展台+节目+直播”三位一体模式，成功撬动全球消费新场景。其融合报道的创意性、展位设计的吸引力及新媒体传播的爆发力，不仅提升了品牌国际影响力，更以数据印证了“中国态度”的开放与共赢，为全球消费市场注入新活力。

当年年度目标完成情况：已完成

二、项目决策及资金使用管理情况

（一）项目决策情况（包括决策过程和结果）

严格按项目方案，对项目的配置进行反复研究确认，力争利用好有限的资金，完成项目所要求的目标。在台财务部门的指导和管理下，科学高效地利用好项目资金，避免无关的支出，确保项目资金各项支出合理安全。

(二) 项目资金(包括财政资金、自筹资金等)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 2000000 元, 资金总额-全年预算数 2000000 元,

财政资金-年初预算数 2000000 元 财政资金-全年预算数 2000000 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。

(三) 项目资金(主要是指财政资金)实际使用情况

资金执行情况如下:

资金总额-全年执行数 2000000 元, 资金总额-执行率 100.00% 元

其中:

财政资金-全年执行数 2000000 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%

(四) 项目资金管理情况(包括管理制度、办法的制订及执行情况)

项目资金管理遵循总台财务规章制度，在总台财务的监督指导下，严格落实既定的项目预算管理，合理合规使用资金，保证项目支出安全。

三、项目实施情况

（一）项目组织情况（包括项目招投标情况、调整情况、完成验收等）

2025 年 1—3 月项目启动（含节目策划、使馆邀请及确认）；

2025 年 4—6 月 项目完成方案初步制定、使馆沟通、文案撰写、完成节目前期拍摄等；

2025 年 7—12 月 完成节目后期制作、译制以及前期宣传推广。节目所有项目支出没有达到需要进行招标的采购。

（二）项目管理情况（包括项目管理制度建设、日常检查监督等情况）

项目各项管理严格遵循总台和财务部门的相关制度和规定，按时对项目进行进度跟踪、日常检查监督；邀请各方面的专家、业务能手进行监督、指导；播出方面，严格遵守技术管理流程，确保制作播出安全。

四、项目绩效情况

等在海内外各媒体平台进行了同步播放与推广，通过英语、阿拉伯语、西班牙语、泰语、马来语、印尼、葡萄牙语共计在全球超 1000 家媒体进行了刊载。2025 年《全球国货之光》开启看消博的全方位融媒体报道：1、“节目+展台+直播”全场景联动。创新采用“节目录制+沉浸式体验”模式，邀请英国、瑞士、斯洛伐克、泰国四个国家的驻华使节及政要参与，通过“外交官带货+文化揭秘”形式，深度挖掘商品背后的文化故事，如瑞士奶酪火锅与海南水果的融合实验、斯洛伐克冻干果的健康理念等。2. 跨屏互动与双线传播。线上通过抖音每日直播带货，以超值的价格覆盖未到场观众；线下展台设置扫码互动、抽奖打卡等活动，实现“即看即买”的无缝衔接，日均直播观看量呈几何状增长，带动线上销售额同比增长 150%。3. 全天候直播与云逛展。海南卫视抖音官方账号每日开启“全球尖货”专场直播，累计观看量突破 18 万次，直播时长 40 小时，直播场次 20 余场。4. 趣味互动激活社交传播。扫码关注官方账号并发布打卡内容可参与抽奖，活动期间抖音、微信粉丝量增长较平日超数十倍，用户活跃度提升 200%，相关 UGC 内容覆盖社交媒体平台，形成二次传播效应。累计观看量 1000 万+，发起话题总浏览量超 3 亿次。

节目播出以来，得到中宣部、外交部、国家广电总局以及各国驻华大使馆的高度评价，中宣部对《全球国货之光》专门作了《“全球国货之光”成海南自贸港对外靓丽名片》的新闻阅评。外交部非洲司专门给海南总台发来感谢信。国家广电总局对《全球国货之光》点名表扬，并作了题为“海南卫视《全球国货之光》邀请驻华大使开展经贸合作促进双边交流”的专题点评。海南省外办专门针对《全球国货之光》



（一）项目绩效目标完成情况。将项目实际完成情况与申报的绩效目标对比，从项目的经济性、效率性、有效性和可持续性等方面对项目绩效进行量化、具体分析。

其中：项目的经济性分析主要是对项目成本（预算）控制、节约等情况进行分析，项目的效率性分析主要是对项目实施（完成）的进度及质量等情况进行分析；项目的有效性分析主要是对反映项目资金使用效果的个性指标进行分析；项目的可持续性分析主要是对项目完成后，后续政策、资金、人员机构安排和管理措施等影响项目持续发展的因素进行分析。

《全球国货之光》绩效目标完成情况良好，达成既定目标。其中：

经济性。项目支出控制在预算内，预算资金 500 万元，实际支出 500 万元，执行率 100%，没有出现超支情况，支出合理规范。

效率性。节目按照计划进度在规定时间内完成，2025 年 1—3 月，项目启动（含节目策划、使馆邀请及确认）；2025 年 4—6 月项目完成方案初步制定、使馆沟通、文案撰写、完成节目前期拍摄等；2025 年 7—12 月，完成节目后期制作、译制以及前期宣传推广。

有效性。《全球国货之光》截至目前已经播出五季，共有 70 多位驻华使节参与录制，开创了驻华大使参加节目的最高纪录。在节目播出期间，正片及预热宣传稿件、短视频

项目进行调研，并形成《省委外事办关于〈全球国货之光〉项目有关情况的报告》，上报至省委外事工作委员会。海南省委书记冯飞专门作出批示：“《全球国货之光》节目创意很好，开局很好，省外办提出建议很有价值，特别是与自贸港建设及当前的工作结合更紧密，望落实下去。”同时，

《全球国货之光》被定为 2023-2024 年度国家文化出口重点项目；2022 年度全国广播电视媒体融合典型案例，——海南广播电视台《全球国货之光》开创“媒体+外事+电商”融合创新新模式；2022 年国家广电总局优秀海外传播作品；首届全国广播电视融媒体营销创新大赛优秀奖；第三十三届海南新闻奖二等奖；海南省内媒体国际传播类二等奖；“TV 地标”省级卫视年度创新影响力节目、2024 中国—东盟试听国际传播推优活动等奖项。

可持续性。《全球国货之光》节目聚焦一带一路友好交往国家，以各国国货为载体，透过各国国货背后的文化渊源和历史故事，品鉴世界文化精髓。结合“电视+电商”的方式，助推全球好物走进中国消费者，促进各国文化包容共通，传达“买全球、享全球、惠全球”的全新消费主张，提升节目对外交流与国际传播影响力与社会意义。除了线上节目播出和电商直播活动外，借助《全球国货之光》的品牌影响力，海南卫视还在海南建设“全球国货之光国家馆”，联合多方力量在海南设立各国消费品保税展示交易基地；在海南国际消费品博览会期间设立“全球国货之光”国家展馆，组织各国消费品前来参展，让更多的全球国货走进中国消费者；促



成驻华使馆在海南开设分支机构；通过大使家宴、晚餐会、品酒会、使馆日等多种线下形式，常态化、不定期地在使馆圈举行海南自贸港推介活动，助力海南自贸港建设。

（三）项目绩效目标未完成情况及原因分析

无

五、其他需要说明的问题

（一）后续工作计划

学习党的方针、政策，坚持正确舆论导向，关注行业动向，研发精品节目。

（二）主要经验及做法、存在问题和建议

（包括资金安排、使用过程中的经验、做法、存在问题、改进措施和有关建议等）

按照项目预算资金做项目规划，在保证节目品质的同时，不超节目预算，项目采购时，严格按照总台的采购管理办法执行。