

2024 年度闵行区华漕镇
财政支出项目绩效（后）评价报告

项目名称：宣传文化专项资金-华漕融媒体项目

项目单位：上海市闵行区华漕镇人民政府党群办

主管部门：上海市闵行区华漕镇人民政府

委托部门：上海市闵行区华漕镇财政所

评价机构：上海晓园商务咨询有限公司

主 评 人：石洁

二〇二五年七月

目录

摘 要.....	1
一、 项目基本情况概述.....	1
二、 评价结论和绩效分析.....	2
（一） 评价结论	2
（二） 绩效分析	3
三、 主要经验及做法.....	4
四、 存在问题和建议.....	5
（一） 存在问题	5
（二） 建议和改进举措	7
报告正文	9
前 言.....	9
一、 项目基本情况.....	10
（一） 项目立项背景、目的和依据	10
（二） 项目实施计划及完成情况	15
（三） 项目资金来源、项目预算及资金使用情况.....	21
（四） 项目的组织及管理	28
（五） 项目绩效目标.....	33

二、绩效评价工作情况.....	38
(一) 绩效评价目的、对象和范围.....	38
(二) 绩效评价的依据.....	38
(三) 绩效评价原则、评价方法、评价结果等.....	39
(四) 绩效评价工作方案制定和报告编写过程.....	40
(五) 绩效评价实施过程	41
三、评价结论与绩效分析.....	43
(一) 评价结论	43
(二) 具体绩效分析.....	46
四、主要经验及做法、存在问题和建议.....	57
(一) 主要经验及做法.....	57
(二) 存在问题	58
(三) 建议和改进举措.....	60

摘 要

一、项目基本情况概述

华漕镇 2024 年度融媒体宣传文化专项资金项目以"融合创新、服务民生"为核心理念，严格对标国家及上海市政务新媒体发展政策要求，通过系统整合"微信+微博+抖音+社区晨报"全媒体平台资源，重点围绕乡村振兴、国际社区建设和产业升级三大领域，着力构建全域覆盖、高效协同的融媒体传播体系。项目充分借鉴闵行区"政务新媒体+地方性报纸+政务服务平台"三位一体建设经验，创新建立"中央厨房"式内容生产机制和"一次采集、多元生成、全媒传播"工作流程，重点破解基层信息传播碎片化、服务触达效率低等现实问题，全面提升政务新媒体传播力、引导力和区域形象塑造能力，为打造"国际化未来之城"提供强有力的舆论支撑。

本项目实施内容包括以下 9 项具体工作：一是《新华漕社区晨报》设计制作与投递，全年发行 6 万份，覆盖 59 个物流点及 371 位退休干部。二是“聚力华漕”微信公众号运营，年发稿量≥1000 篇，目标阅读量≥60 万次。三是“闵行-华漕”微博运营，年转评赞总量目标≥3.6 万次。四是“望华漕”抖音号运营，年推送短视频≥180 条，其中纯景色类 20 条、原声类 20 条。五是 Z 世代人物双语专题片拍摄，成片时长≥5 分钟，配备中英文字幕对照。六是 CNS 签约活动布展，完成 City News Service 挂牌暨战略合作签约仪式策划执行。七是 2023 年抖音、晨报投递尾款支付。项目总投资：70.840608 万元（一般公共预算资金）2023 年执行：5.585268 万元（支付首付款），2024 年执行：57.869548 万元（支付首付款及尾款），截至 2024 年底总支出：63.454816 万元，预算执行率 100%。

本项目由华漕镇人民政府党群办牵头实施，在闵行区委宣传部业务指导、镇财政所资金监管及第三方供应商协同下，构建"政府主导+专业运营+多方监督"的运作模式。通过严格执行政府采购和财政支出管理制度，建立涵盖立项申报、采购招标、合同履行、质量监督、绩效评估、资金拨付的全周期管理体系。项目以"传播体系构建、服务效能提升、国际影响强化"为三大核心目标，设置五类可量化指标：一是产出类（年发行晨报 6 万份、新媒体发稿 1180 篇），二是质量类（内容准确率 $\geq 99.5\%$ 、特色视频占比 $\geq 11\%$ ），三是时效类（信息发布及时率 100%、诉求响应 ≤ 24 小时），四是成本类（单份晨报成本控制在 0.7 元内），五是效益类（政务信息覆盖率达 90%、线上办事效率提升 40%）。通过创新"政务+服务+国际"三位一体传播模式，力争实现群众满意度 90%以上，打造具有示范价值的基层治理现代化典型案例。

二、 评价结论和绩效分析

（一）评价结论

运用由评价小组设计并通过论证的评价指标体系及评分标准，通过数据采集、问卷调查及访谈等方法，对本项目进行客观评价，最终评分结果：项目总得分为 87 分，绩效评级为“良”。绩效指标得分简表如下表所示：

项目绩效得分情况表

指标	A 项目决策	B 项目过程	C 项目产出	D 项目效益	合计
权重	15	18	46	21	100
得分	12	15	44	16	87
得分率	80%	83.33%	95.65%	76.19%	87%

(二) 绩效分析

从项目决策上看：指标权重 15 分，得分 12 分；项目立项依据具备国家层面政策文件精神支持，符合公共财政保障要求和支出责任的划分，既有国家级《国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》(国办发〔2018〕123 号)，又有《闵行区政务新媒体平台经费管理暂行办法》(闵财行〔2021〕1 号)、《闵行区政务新媒体运营管理和考核办法(试行)》(闵委宣〔2020〕27 号)等地市级文件，依据充分，程序规范；项目预算编制经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标相适应，预算支出具体内容基本细化到单价、数量；预算根据闵行区相关管理办法及华漕镇人民政府镇长会议纪要等文件标准进行编制，预算编制较合理；但在绩效目标的完整性和规整性存在不足，且目标指标值细化量化度不高。

从项目过程上看：指标权重 18 分，得分 15 分；包括内部控制制度、资金拨付审批制度、专项资金管理办法、会计核算规范制度等在内的财务管理制度健全性高并有效执行；项目资金使用规范，预算资金执行率高；相关业务管理制度建立健全，采购及其购买服务流程规范；但首先预算调整率过高，2024 年年初预算 76.6 万元，调整后预算 57.869548 万元，调整率 24.45%；其次采购验收制度未能得到完全有效执行，部分子项目完成履约后未能及时组织验收。

从项目产出上看：指标权重 46 分，得分 44 分；华漕镇融媒体项目在内容产出、质量、时效及成本控制等方面表现突出，多项指标均获得满分（如《新华漕社区晨报》出刊数、月度发行量、抖音短视频年发布量等数量指标；内容错误率、字幕准确率、制作及时性等质量指标；晨报发行延迟率、活动响

应时间等时效指标；以及单份印刷/投递/运营成本等采购成本指标），体现出项目在标准化执行、资源高效配置、服务稳定性上的扎实基础。然而一是个别时段短视频更新频率较低，二是群众留言较少，互动服务环节存在短板。

从项目效益上看：指标权重 21 分，得分 16 分；项目总体实施效果较好，微信发稿 2600 余条、阅读量超 143 万次；“投资前湾”宣传专栏推送稿件 61 篇；推出“街区 135”“乡村振兴在华漕”等系列报道；协助区融媒体中心拍摄 2024 街镇书记访谈、《沿江河看闵行》华漕篇。发布新华漕社区晨报 12 期。打造对外宣传矩阵，携手 CNS 成立上海国际社区对外信息服务联盟。与 CNS 联合举办“上海国际社区如何服务外籍居民”工作会议、“CNS Loyalty Program: Your Voice Matters”主题议事活动、体验非遗漆器制作、烹饪上海本帮小笼等活动。但仍存在一是政务信息传播覆盖率较低，关注度不高。例如闵行-华漕”微博号 1.2 万名粉丝，抖音号“望华漕”仅有 3627 名粉丝”，占华漕镇常住人口 17 万左右的比例相对较小；二是居民满意度方面，不关注或偶尔看看的居民占比为 19.54%（微信）、25.2%（微博）及 28.57%（抖音），满意度一般且经调研并经科学统计分析居民综合满意度为 85%。

三、 主要经验及做法

一是聚焦目标精准施策，优化资源配置效能。紧扣“国际化未来之城”战略定位与“人民城市”发展理念，围绕“思想引领强化、服务能级提升、区域品牌塑造”三大核心任务，建立“内容生产-平台运营-活动落地”三位一体的专项资金投放体系，重点保障基层文化需求供给、服务品质升级和品牌价值培育，实现文化服务从“规模覆盖”到“精准供给”的质效跃升。

二是深化品牌战略，构建文化 IP 生态圈。以“聚前湾”为核心品牌，系统

整合党建资源、产业优势和民生需求，创新打造“投资前湾”、“乡村振兴在华漕”主题传播矩阵，实现“党建赋能+文化创新”的乘数效应；持续升级“前湾夜校”社区文化 IP，构建覆盖“银发智慧学堂”“青年创客实验室”等全生命周期教育体系，将品牌打造为具有辐射力的“15 分钟文化活力圈”，通过 IP 化运营、场景化体验和社群化传播，全面提升“华漕文化”的在地认同与情感共鸣。

三是创新参与机制，构建文化共建生态。在“王圻与江南四季”等品牌项目中，通过“社区策展人”招募、“城市记忆”老物件众筹等形式，打造“内容共创-价值共享-情感共鸣”的参与闭环。同步建立“创意孵化-资源对接-成果展示”的全流程支持体系，实现文化传播从“政府主导”到“全民共创”的范式升级，让文化传承真正成为居民可参与、可体验、可获益的生动实践。

四、 存在问题和建议

（一）存在问题

1、目标管理基础较为薄弱、绩效理念和方法亟待提升

一是绩效指标设置需进一步完善。当前绩效目标中预期产出和效果类指标存在缺失，尤其是关键指标缺失。如：《新华漕社区晨报》出刊数、《新华漕社区晨报》月度发行量、《新华漕社区晨报》月度投递量（2024 年）、世代专题片片长、年度发稿量（微信）、抖音短视频年发布量、微博年转评赞总量、内容错误率、中英文字幕对照准确率、视频纯景色占比、群众留言回应率、融媒体审核通过率、晨报发行延迟率、短视频更新频率、活动执行响应时间、融媒体制作及时性、单份晨报印刷成本、单份晨报邮寄成本、单份投递成本、专题片单部制作成本、抖音运营成本、微信运营成本、微博运营成本等指标，确保绩效评估全面反映工作成效。

二是个别绩效指标明确性欠缺。尽管指标从数量、质量、时效、效果层面有一定细化，但量化程度不足，仅设置相对值而缺乏绝对值标准，难以实施定量评价；同时成本指标缺失，无法对项目成本控制效果进行有效评估。问题主要源于项目单位未严格对照绩效管理具体要求申报目标，指标设计未遵循“可量化、可衡量”的核心原则。

2、预算编制精准度有待提高

项目年初预算 76.6 万元，经调整后降至 57.869548 万元，预算调整幅度达 24.45%，超出常规预算调整范围。这一情况反映出在预算编制阶段存在调研不够深入、需求测算不够精准、项目规划不够细致等问题，导致预算与实际执行需求产生较大偏差，影响了财政资金使用效益。

3、账号活跃度不足

检查发现，抖音账号“望华漕”存在更新频率过低、更新间隔不规则的问题。例如，在 2024 年 8 月至 10 月期间，该账号出现更新间隔超过 14 天的情况，未能保持定期稳定的内容输出。更新不及时、活跃度不足，易导致粉丝关注度下降，影响账号传播力和区域品牌形象塑造。作为管理方的镇党群办未有效建立并执行内容更新计划与监督机制，未能保障账号的持续运营效能，需加强内容更新频率管理，提升账号活跃度和影响力。

4、采购项目验收环节有待进一步加强

截至本次评价，2023 晨报投递尾款、2024 晨报制作、2024 晨报投递未提供验收单。

5、政务新媒体传播效能和居民参与度存在提升空间

当前政务新媒体账号粉丝基数与地区人口规模不匹配，“闵行-华漕”微博

号粉丝 1.2 万人、抖音号"望华漕"粉丝 3627 人，合计仅覆盖华漕镇 17 万常住人口的约 9.2%。另据调研数据显示：微信平台 19.54%、微博平台 25.2%、抖音平台 28.57%的受访居民表示不关注或仅偶尔浏览。虽然居民综合满意度达到 81.6%的合格水平，但仍反映出内容吸引力、传播方式等方面存在提升空间。

(二) 建议和改进举措

1、构建三位一体预算绩效管理体系

一是完善目标管理体系，加强绩效目标政策培训，深化"目标-指标-预算"联动机制理解，构建包含成本控制、质量效益等要素的完整指标体系，建立目标合理性评估机制，确保与业务需求精准匹配。

二是优化绩效指标设计，增设质量达标率、时效完成度等绝对值考核标准，细化成本构成要素，明确数量单价等基础参数，引入标杆对比机制，提升指标科学性。

三是建立"项目-活动-成本要素"三级分解体系，规范第三方服务成本测算，要求提供完整的工作量清单和单价依据。

2、健全预算精细化管理机制，提升预算编制质量

一是完善预算编制规范体系，建立"年度工作计划-履职活动内容-资金需求测算"的编制逻辑框架，运用零基预算理念和方法，按照业务实际需求逐项核定预算额度。

二是优化预算编制工作流程，建立财政-业务部门定期会商机制，实现信息对称，实施预算编制"三审"制度：业务部门初审、财务部门复审、领导班子终审。

三是强化预算执行分析应用，建立预算执行动态监测机制，按月分析偏差原因，将预算编制与过程运行监控结果纳入部门绩效考核指标体系。

3、针对抖音账号“望华漕”更新频率不稳定、活跃度不足问题，建议镇党群办强化内容运营统筹，明确更新频率底线与责任分工，加强日常监督与动态调度，确保账号内容输出的稳定性与规律性，提升发布时效性，切实增强账号传播效能。

4、重视验收程序，采购验收是保证采购货物或服务质量的重要环节，建议预算单位完善资金支付流程，将采购验收作为资金支付的必要环节，以保障验收程序的落实，视验收情况进行支付。另根据《货物和服务非政府采购项目规范采购方式暂行办法》（闵财采〔2020〕12号）第十一条“合同履行完毕，业务需求部门负责组织验收。制定验收方案，明确履约验收的时间、方式等内容。服务类项目，可根据项目特点对服务期内的服务实施情况进行分期考核，结合考核情况和服务效果进行验收”的规定，镇党群办今后在非政府采购项目中也应及时组织对从事融媒体运营的第三方机构组织分期考核或在年度服务期结束后即进行验收。

5、针对政务信息传播覆盖率较低及居民关注度不高问题，建议主管部门一是结合华漕镇“国际化未来之城”定位与“聚前湾”等特色品牌，重点关注华漕本土特色内容（如本土非遗技艺、社区文化活动、民生服务案例），联动本地社区、学校、企业建立“传播矩阵”，在社区公告栏、学校公众号、企业内刊同步转发重点内容，扩大线下触达；二是提升评论区响应效率，鼓励居民参与内容共创，增强“主人翁”意识。通过以上措施，逐步提升居民对融媒体的关注与认同。

报告正文

前 言

为深入贯彻落实《预算法》，推进财政支出预算绩效管理，强化预算支出责任理念，提高预算支出使用的效率和效益，确保财政资金充分发挥效用，根据中共中央、国务院《关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34号）、《上海市财政项目支出预算绩效管理办法（试行）》（沪财绩〔2020〕6号）、《闵行区财政项目支出预算绩效管理办法（试行）》、《关于开展闵行区2024年度街镇（莘庄工业区）财政支出绩效（后）评价工作的通知》（闵财绩〔2025〕19号）等文件规定，上海晓园商务咨询有限公司接受华漕镇财政所委托，对2024年度宣传文化专项资金-华漕融媒体项目进行绩效评价。

本次评价以“科学规范、客观公正、突出重点、注重实效”为原则，通过系统评估项目决策、过程管理、产出成果和实施效益，全面检验财政资金使用的经济性、效率性和效益性，旨在助力提升基层单位综合管理现代化水平。按照“实事求是、客观公正、科学合理、绩效导向”的准绳，开展项目实施绩效评价并形成本报告。

一、项目基本情况

(一) 项目立项背景、目的和依据

1、立项背景

①国家层面：为贯彻落实《国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》（国办发〔2018〕123号）和《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》（中办发〔2020〕31号）等文件精神，国家层面系统构建了“政务新媒体与传统媒体协同发展”的现代传播体系。该体系以建设服务型政府为导向，着力打造立体化、智能化、便民化的政务信息传播新格局。

其核心内容是融合发展核心机制，包括内容生产协同机制和建立“一次采集、多元生成、全媒传播”的内容共享平台，实现党报党刊、地方性报纸等传统媒体与政务新媒体的资源互通；构建“中央厨房”式内容生产模式，提升政务信息生产效率。

通过传播渠道整合机制，发挥传统媒体公信力优势，强化政策解读深度，运用新媒体技术优势，拓展移动端传播矩阵，打造“报、网、端、微、屏”全媒体传播链条。

②上海市层面：为全面落实《国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》（国办发〔2018〕123号）及《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》（中办发〔2020〕31号）要求，上海市政府立足超大城市治理需求，系统构建了“政务新媒体+地方性报纸+政务服务平台”三位一体传播矩阵，推动国家政策落地见效。

闵行区层面：闵行区积极响应国家政策，以“融合创新、服务民生”为目标，推动政务新媒体与传统媒体的深度协同，构建了“多元传播、精准服务”

的现代政务传播体系，有效提升了政务信息传播效率和服务质量。

①主要举措：

平台整合与资源共享，依托区融媒体中心，整合《闵行报》、闵行广播电视台等传统媒体资源，与“今日闵行”政务新媒体平台实现内容共享。

建立“一次采集、多元生成、全媒传播”的内容生产机制，提升政务信息传播覆盖面与时效性。

功能融合与服务升级，打造“权威发布+便民服务+互动参与”的综合平台，集成政策解读、办事指南、在线预约等功能。

通过“今日闵行”APP及微信公众号，实现90%以上便民服务“掌上办”，提升群众办事便利度。

传播渠道与形式创新，利用短视频、直播等新媒体形式，增强政策解读的生动性与互动性；结合传统媒体的公信力与深度报道优势，强化重大政策的解读与传播效果。

考核评估与优化机制。建立媒体融合成效考核评估机制，将内容质量、服务实效及群众满意度纳入政务公开绩效考核；定期开展用户调研，根据反馈优化平台功能与内容供给。

②实施成效

传播效能显著提升：政务信息覆盖率达到95%以上，政策解读精准触达目标人群；“今日闵行”新媒体平台用户规模突破50万，日均访问量达10万次。

服务水平持续优化：群众诉求响应时间缩短50%，事项办理效率显著提高；政民互动频次提升2倍以上，群众满意度达90%以上。

品牌效应逐步显现：“今日闵行”成为区域政务服务的标杆品牌，多次获得

市级表彰；创新传播形式（如“闵行直播”栏目）成为全市政务新媒体典型案例。

闵行区针对基层政务新媒体建设中的资金分散、内容同质化、传播效能不足等痛点问题，于2020年、2021年相继出台《闵行区政务新媒体运营管理和考核办法（试行）》（闵委宣〔2020〕27号）与《闵行区政务新媒体平台经费管理暂行办法》（闵财行〔2021〕1号），系统性构建“经费保障+规范管理+考核驱动”的闭环管理体系，推动政务新媒体与地区性报纸（如《新华漕社区晨报》）深度融合，助力基层治理现代化。

4、华漕镇层面：华漕镇积极落实国家及市级关于媒体融合发展的政策要求，以“融合创新、服务民生”为核心理念，推动政务新媒体与传统媒体的协同发展，初步构建了“多渠道传播、多平台服务”的现代政务传播体系，有效提升了政务信息传播效率和服务质量。

主要举措：

①平台整合与资源共享：依托镇级融媒体中心，整合《华漕报》、镇广播站等传统媒体资源，与“华漕发布”政务新媒体平台实现内容共享。建立“一次采集、多元生成、全媒传播”的内容生产机制，确保政务信息覆盖全镇居民。

②功能融合与服务升级：打造“权威发布+便民服务+互动参与”的综合平台，集成政策解读、办事指南、在线预约等功能。

通过“华漕发布”微信公众号及小程序，实现80%以上便民服务“掌上办”，提升群众办事便利度。

③传播渠道与形式创新：利用短视频、直播等新媒体形式，增强政策解读的生动性与互动性。结合传统媒体的公信力与深度报道优势，强化重大政策的

解读与传播效果。

④考核评估与优化机制：建立媒体融合成效考核评估机制，将内容质量、服务实效及群众满意度纳入政务公开绩效考核。定期开展用户调研，根据反馈优化平台功能与内容供给。

实施成效：

①传播效能显著提升：政务信息覆盖率达到 90%以上，政策解读精准触达目标人群。“华漕发布”新媒体平台用户规模突破 5 万，日均访问量达 5000 次。

②服务水平持续优化：群众诉求响应时间缩短 40%，事项办理效率显著提高。政民互动频次提升 1.5 倍以上，群众满意度达 85%以上。

③品牌效应逐步显现：“华漕发布”成为镇级政务服务的标杆品牌，多次获得区级表彰。创新传播形式（如“华漕微直播”栏目）成为区级政务新媒体典型案例。

现存挑战：

①资源整合不足：传统媒体与新媒体之间的资源共享机制仍需完善。

②技术能力有限：新媒体技术应用水平有待提升，智能化服务能力不足。

③用户覆盖面有限：部分老年群体对新媒体的使用率较低，信息触达存在盲区。

2、立项依据

项目立项依据文件明细及关键性字段描述详见下表：

立项依据文件明细表

序号	文件名	文号	关键字段
1	《国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》	国办发〔2018〕123号	县级以上地方各级人民政府及国务院部门应当开设政务新媒体，畅通政务新媒体互动渠道，集中力量做优做强主账号，构建整体联动、集体发声的政务新媒体矩阵
2	《闵行区政务新媒体平台经费管理暂行办法》的通知	闵财行〔2021〕1号	根据预算主管部门政务新媒体账号的信息发布量和总阅读数等实际成效，以及区委宣传部的考核情况，确定下一年度经费限额
3	《闵行区政务新媒体运营管理和考核办法（试行）》	闵委宣〔2020〕27号	明确政务新媒体开设、内容审核、考核指标及奖惩机制，包括平台备案流程、内容“三审三校”制度、考核评分细则等规定
4	各年度年闵行区政务公开工作要点		政务公开标准化目录、重点领域信息公开（如财政、民生）、新媒体互动回应机制
5	华漕镇人民政府镇长会议纪要		同意镇党群办提出的关于项目实施采购的事宜

3、项目目的

本项目以构建现代化政务传播体系为目标，通过深度整合政务新媒体与区

域传统媒体资源，打造"权威发布+便民服务+基层治理"融合发展的新型传播格局。项目严格对标国家《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》及上海市《深化政务新媒体与主流媒体融合发展的实施方案》要求，重点解决基层信息传播碎片化、服务触达效率低等现实问题。

在具体实施层面，项目创新性地建立了政务新媒体与《新华漕社区晨报》等本土媒体的协同机制，通过"一次采集、多元生成、全媒传播"的运作模式，实现传播效能最大化。同时，项目配套专项经费支持与考核激励机制，构建"内容共享+联合生产+双向互动"的服务体系，形成专业化内容生产链条。通过优化资源配置，延伸服务半径，项目建立了"线上反馈-线下响应-效果追踪"的闭环管理机制，有效提升基层治理的精准度和响应速度。

项目预期实现三大成效：一是政务信息传播覆盖率显著提升；二是民生事项线上办结率大幅提高；三是群众满意度稳定保持在 90%以上。作为闵行区乃至上海市探索超大城市基层治理现代化的创新实践，本项目致力于将政策红利转化为群众实实在在的获得感和参与感，为"媒体融合+政务服务"模式提供可复制、可推广的示范样本。

(二) 项目实施计划及完成情况

1、项目实施内容

(1) 《新华漕社区晨报》设计制作

镇党群办委托第三方公司办报，办报时间为 2024 年全年，发行量为每月 5000 份，同时不定期在新闻晨报周到 APP 刊发，每月 8 个版面彩色新闻，发行量 5000 份。

2024 年 1 月 11 日华漕镇第 1 次镇长办公会议原则同意党群办提出的晨报

项目采购计划，总预算 12.6 万元，纳入党群办 2024 年预算，服务周期：2024 年 1 月至 12 月。

（2）华漕官方微信公众号

镇党群办委托第三方公司运营“聚力华漕”微信公众号，开展落实选题策划、文字采编、图文排版美化、分类采编和转发等工作，年发稿数不少于 1000 篇，年阅读量不少于 60 万次，采编类微信平均每周制作 6 条。

2024 年 1 月 11 日华漕镇第 1 次镇长办公会议原则同意党群办提出的微信公众号项目采购计划，总预算 20 万元，纳入党群办 2024 年预算；服务周期：2024 年 1 月至 12 月；

（3）华漕官方微博

镇党群办委托第三方公司运营“闵行-华漕”微博，策划微博选题内容，确保宣传影响力，年转+赞+评总量不少于 3.6 万次。

2024 年 1 月 11 日华漕镇第 1 次镇长办公会议原则同意党群办提出的微博项目采购计划，总金额 5 万元，服务周期：2024 年 1 月至 12 月；

（4）华漕官方抖音号（2023 尾款）

镇党群办委托第三方公司运营“望华漕”抖音号，开展视频制作、发布等工作，视频长度 15-30 秒，年发稿数 80-180 间。

2023 年 2 月 7 日华漕镇第 2 次镇长办公会议同意党群办提出的抖音号项目采购计划，总预算 10 万元，纳入党群办 2023 年预算，服务周期：2023 年 1 月至 12 月，并严格按照《华漕镇政府采购管理实施细则》《内控制度实施细则》规范操作。

（5）华漕官方抖音号（2024 首付款）

镇党群办委托第三方公司运营“望华漕”抖音号，开展视频制作、发布等工作，短视频推送不少于 180 条，其中纯景色 20 条，场景含原声类 20 条。

2024 年 1 月 11 日华漕镇第 1 次镇长办公会议原则同意党群办提出的抖音号项目采购计划，总金额 15 万元，纳入党群办 2024 年预算，服务周期：2024 年 1 月至 12 月。

(6) Z 世代人物专题片拍摄

为展现华漕“Z 世代”青年的精神风貌，勾勒城市精神和城市品格，2024 年 5 月 29 日华漕镇党群办向镇人民政府提出采购申请并经前期筛选，对华漕镇的“Z 世代”亮点人物马寅青开展宣传，委托第三方公司制作双语短视频。

(7) CNS 签约活动布展

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，同时落实闵行区委“北部先行”决策部署，深化国际社区服务体系建设，加强华漕“国际化未来之城”发展故事的国际化表达和传播，在市政府新闻办和区委宣传部的指导下，华漕镇于 2023 年 12 月举行 City News Service 挂牌华漕国际社区暨战略合作签约仪式。镇党群办委托第三方公司组织策划本次活动，活动物料、人工费用总计 15800 元，费用从 2024 年宣传文化专项资金支出。

(8) 社区晨报投递 (2023)

为传播好社区文化，及时将丰富的本地信息送达居民手中，增强社区的紧密性，加强社区精神文明建设，镇党群办 2023 年计划委托第三方向华漕镇各居村、筹备组、学校、卫生院、文体中心等 69 个物流点每月投递 31769 份《华漕社区晨报》。同时，向区域内 331 位退休干部以信件形式每月同步寄送

《华漕社区晨报》。

(9) 社区晨报投递 (2024)

在 2023 年相同服务目的的基础上，镇党群办 2024 年计划委托第三方向华漕镇各居村、筹备组、学校、卫生院、文体中心等 59 个物流点每月投递 4629 份《华漕社区晨报》。同时，向区域内 371 位退休干部以信件形式每月同步寄送《华漕社区晨报》。投递的期限为 1 年，投递频次为每月一次。

2、项目实施计划

根据镇党委对宣传工作的总体部署，结合融媒体工作年度运营需求，宣传经费使用计划如下：

(1) 预算编制规范

严格依据财政资金管理要求，分项制定预算方案，重点保障内容生产、平台运维、活动策划等核心环节。经费分配需通过集体决策程序审议，确保资金使用符合镇域重点工作方向（如基层治理、民生服务等）。

(2) 重点任务保障

聚焦主题宣传、品牌活动及日常运营三大板块：围绕镇党委、政府中心工作（如重大会议、民生工程等），策划专题报道及短视频内容，经费覆盖素材采集、剪辑制作及稿酬支出。支持“文化进社区”“文明实践”等公益性活动宣传，包括直播技术服务、宣传物料设计与媒体通联费用。保障新闻采编、热点回应、民生服务类信息发布的素材采集、编辑校对及平台维护费用。

(3) 执行与监督机制

严格执行财务审批流程，大额支出需附明细清单及合同备案。定期开展经费使用审计，通过数据监测（如内容传播效果、受众反馈）评估资金效益，优

化资金分配。

(4) 配套管理措施

加强跨部门协作，整合镇域资源（如文化站、社区办）避免重复投入。建立宣传素材共享库，提升内容生产效率。

3、项目完成情况

前述计划实施内容在 2024 年度内均已全部完成，完成率 100%，并通过华漕镇党群办验收。详情如下：

1、《新华漕社区晨报》设计制作

本项目通过三方比价确定供应商上海新闻晨报社区传媒有限公司，服务期限为 2024 年 1 月-12 月，年底考核时已按合同约定完成全年 12 期报纸设计制作，每月发行 5000 份，同步在《新闻晨报》周到 APP 刊发 8 个彩色版面。

2、Z 世代专题片拍摄

本项目通过三方比价确定供应商韵誉影视制作（上海）有限公司，并约定 2024 年 7 月 15 日前完成专题片拍摄。2024 年 7 月 10 日，经镇党群办验收，供应商韵誉影视制作（上海）有限公司已完成 Z 世代专题片的拍摄和制作，总时长 5 分钟，包含脚本文案、拍摄、剪辑及中英文字幕对照，内容符合“展现 Z 世代精神风貌”要求。

3、CNS 签约活动布展

本项目通过三方比价确定供应商上海晞兮文化传播有限公司，服务期限为 2023 年 12 月，经镇党群办验收，供应商顺利完成 City News Service 挂牌签约仪式活动策划及执行，包含活动物料设计、现场布展、流程管理及后续的拆除工作，签约活动全满完成。

4、社区晨报投递（2024 年）

本项目通过三方比价确定供应商上海季享商务咨询有限公司，服务期限为 2024 年 1 月-12 月。截至 2024 年 12 月底，供应商上海季享商务咨询有限公司已按照合同约定的频次完成向华漕镇各居村、筹备组、学校、卫生院、文体中心等 59 个物流点每月投递 4629 份《华漕社区晨报》并同时向区域内 371 位退休干部以信件形式每月同步寄送《华漕社区晨报》。

5、社区晨报投递（2023 年）

本项目通过三方比价确定供应商上海季享商务咨询有限公司，服务期限为 2023 年 1 月-12 月。截至 2023 年 12 月底，供应商上海季享商务咨询有限公司已按照合同约定的频次完成向华漕镇各居村、筹备组、学校、卫生院、文体中心等 69 个物流点每月投递 31769 份《华漕社区晨报》并同时向区域内 331 位退休干部以信件形式每月同步寄送《华漕社区晨报》。

6、抖音运营（2023 年）

本项目通过三方比价确定供应商上海埃涅阿斯网络科技有限公司，服务期限为 2023 年 1 月-12 月。根据镇党群办考核，已完成制作发布短视频 180 条，视频长度均在 15-30 秒间。

7、抖音运营（2024 年）

本项目通过三方比价确定供应商上海松丰源文化传播有限公司，服务期限为 2024 年 1 月-12 月。根据镇党群办考核显示，已制作发布短视频 180 条，其中纯景色 20 条，场景含原声类 20 条。

8、微博运营（2024 年）

本项目通过三方比价确定供应商上海松丰源文化传播有限公司，服务期限

为 2024 年 1 月-12 月。2024 年底经镇党群办考核显示已完成年转+赞+评总量不少于 3.6 万次的总体任务。

9、微信运营（2024 年）

本项目通过政府采购比选的方式确定供应商上海埃涅阿斯网络科技有限公司，服务期限为 2024 年 1 月-12 月。2024 年底经镇党群办考核显示，华漕镇人民政府政务微信年发稿数 1000 篇，年阅读量 60 万次，采编类微信平均每周制作 6 条，达到合同约定数量。

（三）项目资金来源、项目预算及资金使用情况

1、资金来源及规模

本项目资金来源为一般公共预算资金，项目总投资资金 70.840608 万元，其中 2023 年度调整后预算安排 6.03006 万元（支付尾款），2024 年度调整后预算安排 57.869548 万元。

2、预算安排及实际支出情况

（1）预算总投入情况

华漕镇融媒体-宣传文化专项资金预算总投入情况表

项目名称	项目内容	项目明细	单价 (元)	数量	合计 (元)
《新华漕社区晨报》设计制作	委托第三方公司办报，办报时间为 2024 年全年，发行量为每月 5000 份，同时不定期在新闻晨报周到 APP 刊发	采写	0.7	5000*12	125940
		编辑排版	0.7	5000*12	
		印刷投递	0.7	5000*12	
Z 世代专题片拍摄	为展现华漕“Z 世代”青年的精神风貌，勾勒城市精神和城市品格，经前期筛选，对华漕镇的“Z 世代”亮点人物马寅青开展宣传，委托第三方公司制作双语短视频	脚本文案	2000	1	24400
		摄像	4000	2	
		剪辑修改	8000	1	
		特效制作	6500	1	
		中英文字幕对照	2400	1	
		渲染	1500	1	
CNS 签约活动布展	2023 年 12 月华漕镇举行 city news service 挂牌华漕国际社区暨战略合作签约仪式，委托第三方公司策划本次活动	设计	3000	1	15800
			800	1	
		物料制作	120	15	
			300	1	
			300	10	
			400	2	
		现场操作	2000	1	
			2000	1	
			300	2	
		项目执行	1500	1	
社区晨报投递（2024）	委托第三方向华漕镇各居村、筹备组、学校、卫生院、文体中心等 59 个物流点每月投递 4629 份《华漕社区晨报》。同时，向区域内 371 位退休干部以信件形式每月同步寄送《华漕社区晨报》。	投递	0.08	4629*12	8895.84
		邮寄	1	371*12	

社区晨报投递尾款（2023）	委托第三方向华漕镇各居村、筹备组、学校、卫生院、文体中心等 69 个物流点每月投递 31769 份《华漕社区晨报》。同时，向区域内 331 位退休干部以信件形式每月同步寄送《华漕社区晨报》。	投递	0.08	31769*12	34470.24
		邮寄	1	331*12	
抖音运营尾款（2023）	委托第三方公司运营“望华漕”抖音号，开展视频制作、发布等工作	视频文案编写	8000		100000
		视频前期拍摄	20000		
		视频后期剪辑	62000		
		视频特效制作	10000		
抖音运营（2024）	委托第三方公司运营“望华漕”抖音号，开展视频制作、发布等工作	视频文案编写	8000		149700
		视频前期拍摄	47700		
		视频后期剪辑	84000		
		视频特效制作	10000		
微博运营（2024）	委托第三方公司运营“闵行-华漕”微博，策划微博选题内容，确保宣传影响力		49800		49800
微信运营（2024）	委托第三方公司运营“聚力华漕”微信公众号，开展落实选题策划、文字采编、图文排版美化、分类采编和转发等工作	选题策划	1200	1	199400
		微信文字采编	156000	1	
		微信图文排版美化	39200	1	
		平台维护	3000	1	
	合计				708406.08

本项目包含 2024 年度《新华漕社区晨报》设计制作、抖音、微博、微信运营、2024 年晨报投递、CNS 签约活动布展、Z 世代专题片拍摄及 2023 年抖音运营尾款、2023 晨报投递尾款 9 个子项目，上述 9 个子项目总合同金额 70.840608 万元，2023、2024 年度总体预算安排投入 70.840608 万元。

其中 2023 年度安排预算 5.585268 万元，2024 年度安排预算 57.869548 万元，剩余 7.385792 万元于 2025 年及以后年度预算安排支付。

(2) 项目总支出情况

华漕镇融媒体-宣传文化专项资金预算总支出情况表

项目名称	项目内容	项目明细	单价 (元)	数量	合计	2023 年支出	2024 年支出
《新华漕社区晨报》设计制作	委托第三方公司办报，办报时间为 2024 年全年，发行量为每月 5000 份，同时不定期在新闻晨报周到 APP 刊发	采写	0.7	5000*12	125940		125940
		编辑排版	0.7	5000*12			
		印刷投递	0.7	5000*12			
Z 世代专题片拍摄	为展现华漕“Z 世代”青年的精神风貌，勾勒城市精神和城市品格，经前期筛选，对华漕镇的“Z 世代”亮点人物马寅青开展宣传，委托第三方公司制作双语短视频	脚本文案	2000	1	24400		24400
		摄像	4000	2			
		剪辑修改	8000	1			
		特效制作	6500	1			
		中英文字幕对照	2400	1			
		渲染	1500	1			
CNS 签约活动布展	2023 年 12 月华漕镇举行 city news service 挂牌华漕国际社区暨战略合作签约仪式，委托第三方公司策划本次活动	设计	3000	1	15800		15800
			800	1			
		物料制作	120	15			
			300	1			

			300	10			
			400	2			
		现场操作	2000	1			
			2000	1			
			300	2			
		项目执行	1500	1			
社区晨报投递（2024）	委托第三方向华漕镇各居村、筹备组、学校、卫生院、文体中心等59个物流点每月投递4629份《华漕社区晨报》。同时，向区域内371位退休干部以信件形式每月同步寄送《华漕社区晨报》。	投递	0.08	4629*12	8895.84		4447.92
		邮寄	1	371*12			
社区晨报投递（2023）	委托第三方向华漕镇各居村、筹备组、学校、卫生院、文体中心等69个物流点每月投递31769份《华漕社区晨报》。同时，向区域内331位退休干部以信件形式每月同步寄送《华漕社区晨报》。	投递	0.08	31769*12	34470.24	25852.68	8617.56
		邮寄	1	331*12			
抖音运营（2023）	委托第三方公司运营“望华漕”抖音号，开展视频制作、发布等工作	视频文案编写	8000		100000	30000	70000
		视频前期拍摄	20000				
		视频后期剪辑	62000				
		视频特效制作	10000				
抖音运营（2024）	委托第三方公司运营“望华漕”抖音号，开展视频制作、发布等工作	视频文案编写	8000		149700		120000
		视频前期拍摄	47700				
		视频后期剪辑	84000				
		视频特效制作	10000				
微博运营（2024）	委托第三方公司运营“闵行-华漕”微博，策划微博选题内容，确保宣传影响力		49800		49800		40000
微信运营（2024）	委托第三方公司运营“聚力华漕”微信公众号，开展落实选题策划、文字采编、图文排版美化、分类采编和转发等工作	选题策划	1200	1	199400		169490
		微信文字采编	156000	1			
		微信图文排版美化	39200	1			
		平台维护	3000	1			
					708406.08	55852.68	578695.48

截至 2024 年底，本项目总预算支出 63.454816 万元。其中：

2023 年度预算安排支出 5.585268 万元，用于支付 2023 年抖音运营首付款及晨报投递首付款；

2024 年度预算安排支出 57.869548 万元，用于支付 2024 年抖音微博微信运营首付款、2024 年度晨报投递首付款、CNS 签约活动布展、Z 世代专题片拍摄及 2023 年度抖音运营尾款、晨报投递尾款和抖音运营尾款 9 个子项目费用。

(3) 2024 年年度预算安排及执行情况

2024 年度预算收支情况见下表：

2024 年度华漕镇融媒体-宣传文化专项资金预算收支情况表

项目内容	调整后预算	实际支出	预算执行率	总执行率
委托第三方公司办报，2024 年全年发行量每月 5000 份同时不定期在新闻晨报 APP 刊发	154805.5	125940	81.35%	100.00%
为展现华漕“Z 世代”青年的精神风貌，对华漕镇的“Z 世代”亮点人物开展宣传，委托第三方公司制作双语短视频	24400	24400	100.00%	
2023 年 12 月华漕镇举行 city news service 挂牌华漕国际社区暨战略合作签约仪式，委托第三方公司策划本次活动	0	15800		

委托第三方向华漕镇各居村、筹备组、学校、卫生院、文体中心等 59 个物流点每月投递 4629 份《华漕社区晨报》。同时，向区域内 371 位退休干部以信件形式每月同步寄送《华漕社区晨报》	0	4447.92		
委托第三方向华漕镇各居村、筹备组、学校、卫生院、文体中心等 69 个物流点每月投递 31769 份《华漕社区晨报》。同时，向区域内 331 位退休干部以信件形式每月同步寄送《华漕社区晨报》	0	8617.56		
委托第三方公司运营“望华漕”抖音号，开展视频制作、发布等工作	70000	70000	100%	
委托第三方公司运营“望华漕”抖音号，开展视频制作、发布等工作	120000	120000	100%	
委托第三方公司运营“闵行-华漕”微博，策划微博选题内容，确保宣传影响力	40000	40000	100%	
委托第三方公司运营“聚力华漕”微信公众号，开展落实选题策划、文字采编、图文排版美化、分类采编和转发等工作	169490	169490	100%	
合计	578695.5	578695.5	100.00%	

(四) 项目的组织及管理

1、项目组织机构与职责

(1) 闵行区委宣传部：上级业务主管部门，负责宣传贯彻党的路线方针政策，落实意识形态责任制，统筹推进精神文明建设社会主义核心价值观教育；组织基层党建活动（如主题党日、党员教育培训），策划意识形态专题宣传；协调工会、共青团、妇联等群团组织参与政策宣讲、文化惠民活动；通过党群服务中心等平台开展政策咨询、党建知识普及等便民服务，强化基层思想政治引领。

(2) 华漕镇人民政府：项目实施责任主体，负责协调全镇资源、监督项目进度、落实融媒体宣传文化工作固长效管理机制，并对接上级宣传部门考核要求。

(3) 华漕镇财政所：资金保障部门，负责审核项目预算合理性、执行资金拨付流程、开展绩效评价及审计监督，确保财政资金规范使用。

(4) 华漕镇人民政府党群办：项目执行具体部门，全面负责项目立项申报、招标采购、合同签订及过程监管；宣传工作聚焦政治引领与文化凝聚，负责宣传党的方针政策、组织基层党建活动（如主题党日、党员教育），统筹工会、共青团、妇联等群团宣传，策划“投资前湾”“乡村振兴”等主题传播；联动CNS平台制作多语种内容，强化国际社区文化传播；监测舆情并引导舆论，维护社会稳定，打造基层思想政治阵地。

(5) 第三方供应商：按合同要求提供技术支持、内容审核、视频制作等服务，并协调各方沟通以保障活动顺利实施，确保宣传内容真实、合法、有效。

2、项目实施流程

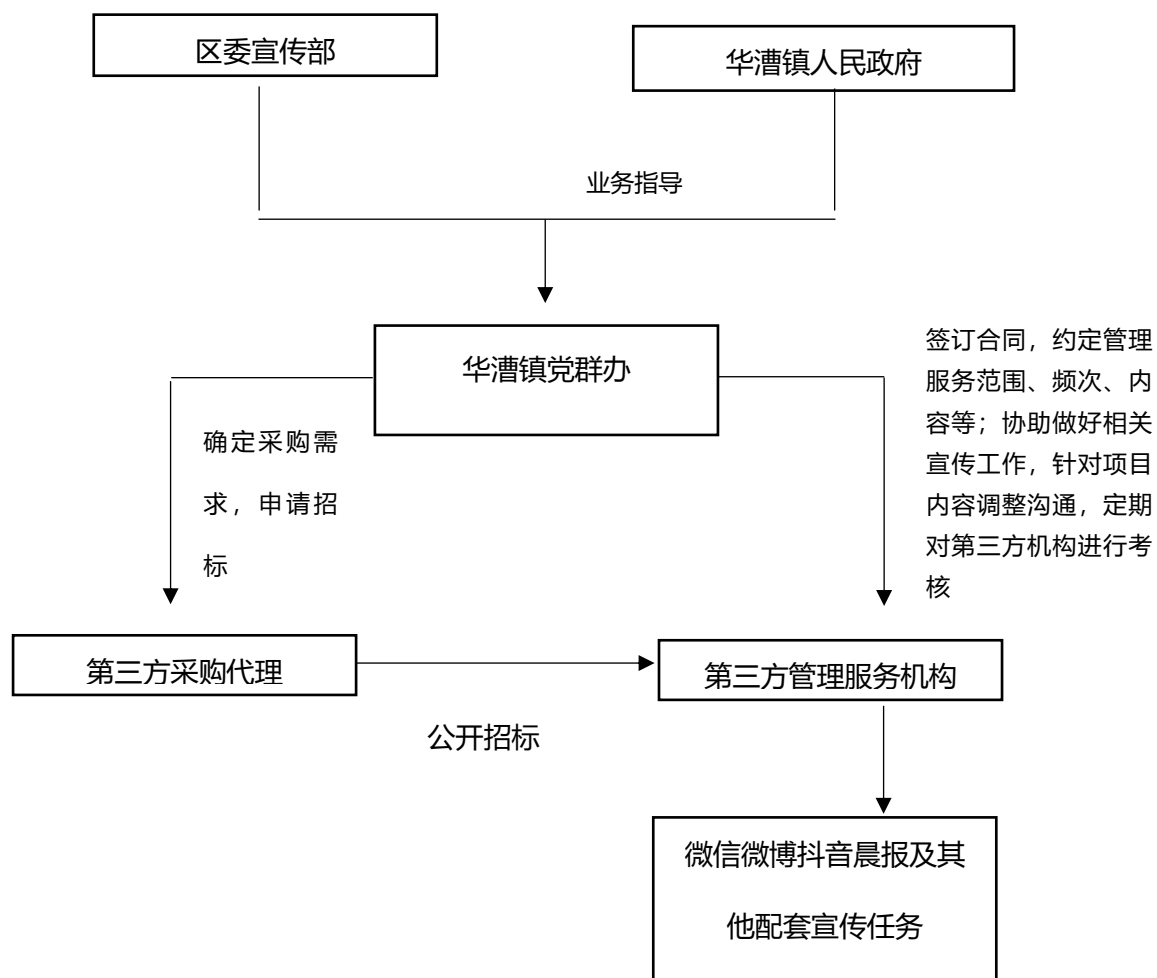
华漕镇党群办在区委宣传部业务指导下，申报立项编制项目预算并填写绩效目标申报表，同时根据当年度工作任务制定了分年度宣传文化专项资金-华漕融媒体体的采购需求及工作推进计划。

在上述预算、计划制定完毕后，向镇人民政府提出请示，获得批准后开展相应的政府采购工作。采购工作依据《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国政府采购法》、上海市闵行区财政局《货物及服务非政府采购项目规范采购方式暂行办法》（闵财采〔2020〕12 号）等文件规定进行操作。

采购工作完成后，与第三方中标机构签订合同，第三方机构依据合同内容制定宣传工作计划，并依照相关规定开展宣传工作。在项目开展期间，一方面华漕镇党群办负责跟踪及监督工作，同时按照合同要求的付款方式按进度支付服务费用。

项目临近结束时，华漕镇党群办对第三方服务结果进行最终考核验收并支付尾款。

项目具体实施流程如下图所示：



3、项目管理制度

(1) 国家层面项目实施管理制度主要包括：

《国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》（国办发〔2018〕123号）

(2) 区级层面项目实施管理制度主要包括：

《关于印发〈闵行区政务新媒体平台经费管理暂行办法〉的通知》（闵财行〔2021〕1号）

《闵行区政务新媒体运营管理和考核办法（试行）》（闵委宣〔2020〕27

号)

各年度年闵行区政务公开工作要点

区级文件对宣传文化资金的预算安排、新媒体平台委托第三方机构运营考核工作提出了总体型工作管理要求；

(3) 镇级层面项目实施管理制度主要包括：华漕镇人民政府镇长会议纪要等。镇级文件则从具体实施步骤作出了明确的规范，包括：

(1) 项目立项：华漕镇党群办负责项目申报立项，包括项目预算编制、绩效目标申报表填报等；

(2) 制定计划：华漕镇党群办负责制定总计划并根据当年度工作任务制定采购需求及工作推进计划；

(3) 政府采购：华漕镇党群办根据《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国政府采购法》、上海市闵行区财政局《货物及服务非政府采购项目规范采购方式暂行办法》（闵财采〔2020〕12 号）等文件规定开展政府采购招标、合同签订及后续考核管理；

(4) 第三方开展媒体运营、报纸制作：根据合同内容制定相关宣传计划，并按照相关规定开展工作；华漕镇党群办负责跟踪及监督工作；

(5) 考核与验收：华漕镇党群办对第三方机构服务结果分阶段实施考核验收；

(6) 款项支付：项目实施过程中，资金按照合同要求的付款方式支付。发生实际支出时，由华漕镇党群办根据合同约定的支付金额，经该办公室内部上会审签后向镇财政所提出付款申报，通过财政所审核后，资金直接支付至第三方机构账户；最后一笔款项于验收工作完成后支付。

4、财务管理和内部控制制度

(1) 资金审核管理制度

依照《华漕镇财政资金支出管理试行规定》预算管理制度和财务管理制度对资金进行合理有效的把控；各项资金支出都必须分别经过各部门（单位）和财政所的双线审核，并经镇有关领导审批。部门（单位）审核是指对资金支出所对应业务的真实性进行的审核。财政所审核是指对资金支出所对应发票（收据）的真实性、合法性、金额的准确性、附件的明晰性以及审批手续的完整性进行审核。

(2) 内部控制管理制度

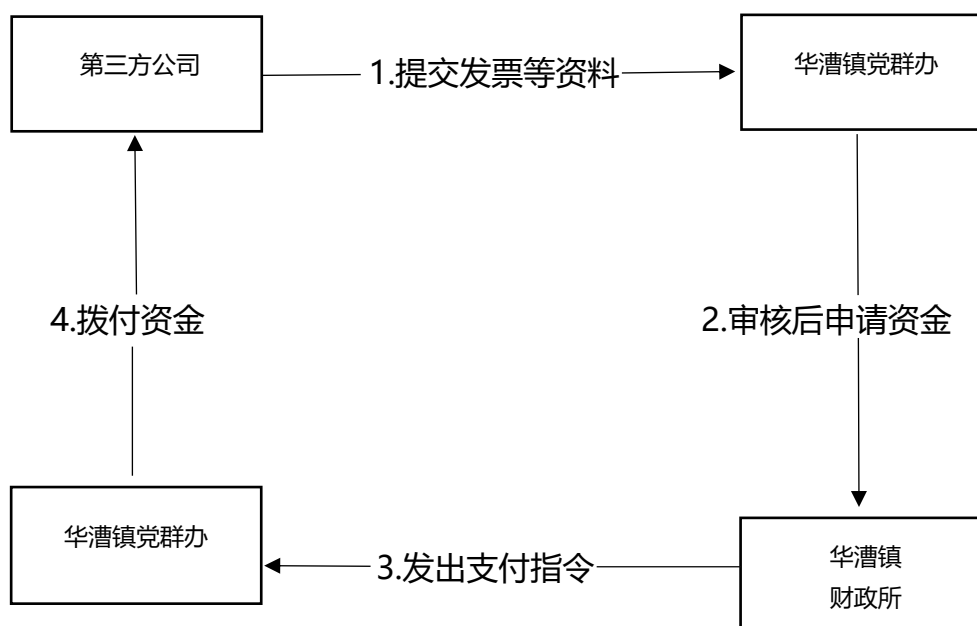
华漕镇党群办在《华漕镇政府采购内控制度实施细则》等相关规定的基础上，一方面通过合理设置支出业务岗位，明确相关岗位的职责权限，确保办理支出业务的不相容岗位相互分离、制约和监督。支出业务的不相容岗位至少包括：支出申请（业务部门）与审批（单位负责人）、付款审批（单位负责人）与付款执行（出纳）、业务经办（业务部门）与会计核算（会计）。

另一方面通过加强支出审批控制，明确支出的内部审批权限、程序、责任。除基建项目资金外，单项累计支出在 5 万元以内的，由主要领导审批；单项累计支出在 5 万元至 20 万元，由财务负责人和分管领导出具审核意见后，报单位负责人审批；单项累计支出在 20 万元以上，由单位领导班子集体讨论形成决议后执行。

5、资金拨付流程

第三方公司根据合同约定的金额开具发票，华漕镇党群办申请拨付，经部门领导审批会签后附合同、发票等要件报送至镇财政所，由镇财政所审查核准后交由相关领导会签，根据核准金额向第三方拨付。

资金拨付流程如下图所示：



（五）项目绩效目标

1、总目标

全面强化镇政务新媒体运营管理，通过整合“微信+微博+抖音+社区晨报”等平台资源，构建覆盖全域的融媒体矩阵，聚焦乡村振兴、国际社区建设、产业升级等重点领域，健全内容生产、传播联动、安全管控机制，系统提升政务新媒体传播力与引导力。重点围绕“投资前湾”专题宣传、《新华漕社区晨报》发行、非遗文化推广等特色项目，实现全年微信发稿 2600 条以上（阅读量 143 万次）、抖音短视频发布 180 条、社区晨报覆盖 69 个物流点及退休干部群体，形成“权威发布+民生服务+国际传播”三位一体的政务新媒体传播体系，助力区域高质量发展形象塑造。

2、年度目标

通本项目通过系统性整合政务新媒体平台（微信公众号、微博、抖音）与《新华漕社区晨报》等传统媒体资源，构建“权威发布+便民服务+基层治理+国际化传播”四位一体的融媒体传播体系，全面落实《国务院办公厅关于推进

政务新媒体健康有序发展的意见》及上海市《深化政务新媒体与主流媒体融合发展的实施方案》要求。具体目标与实施内容如下：

一是政务新媒体平台建设。

“聚力华漕”微信公众号：年发稿量 ≥ 1000 篇，阅读量 ≥ 60 万次。

微博平台：年互动量（转评赞） ≥ 3.6 万次。

抖音号：年推送短视频 ≥ 180 条（含纯景色 20 条、原声类 20 条）。

二是传统媒体资源优化。

《新华漕社区晨报》：全年发行量 6 万份，覆盖 59 个物流点及 371 位退休干部。

三是国际化传播能力提升：制作 Z 世代人物双语专题片，开展 CNS 签约活动布展，强化国际传播影响力。

四是传播效能与服务升级：通过“一次采集、多元生成、全媒传播”模式，提升政策解读与民生服务效能。

五是：推动群众线上办事效率提高 40%，群众满意度达 90%以上。

3、具体指标

评价小组根据项目实施计划梳理的绩效目标明细如下所示：

绩效目标明细表

目标类型	绩效内容	指标名称	目标指标值	指标值出处	依据备注
产出	数量指标	《新华漕社区晨报》出刊数	12	《新华漕社区晨报》合同约定	合同明确 “每月一期”
		《新华漕社区晨报》月度发行量	≥5000 份/月	《新华漕社区晨报》合同约定	合同明确 “每月发行 5000 份”
		《新华漕社区晨报》月度投递量 (2024 年)	≥4629 份/月	社区晨报投递 (2024) 合同约定	合同约定 “每月投递 4629 份”
		Z 世代专题片片长	≥5 分钟	Z 世代专题片拍摄合同约定	合同明确 5 分钟
		年度发稿量 (微信)	≥1000 篇	微信运营 (2024) 合同约定	合同明确 “年发稿数不少于 1000 篇”
		抖音短视频年发布量	≥180 条	抖音运营 (2024) 合同约定	合同约定 “短视频推送不少于 180 条”
	质量指标	微博年转评赞总量	≥3.6 万次	微博运营 (2024) 合同约定	合同明确 “年转+赞+评总量不少于 3.6 万次”
		内容错误率	≤0.5%	《新华漕社区晨报》备注	备注 “每月 8 个版面彩色新闻” 需符合新闻规范
		中英文字幕对照准确率	100%	Z 世代专题片备注	项目要求 “中英文字幕对照”
		视频纯景色占比	≥11% (20 条/180 条)	抖音运营 (2024) 合同约定	合同明确 “纯景色视频 20 条”
		群众留言回应率	24 小时回应率≥95%	微信运营 (2024) 合同约定	合同要求 “简单咨询类问题 24 小时内回应”

		融媒体审核通过率	内容审核一次性通过率≥95%，重大选题误审率≤1%	各融媒体平台运营合同约定	需通过“采编-排版-发布”三级审核，政策解读类内容需100%合规
	时效指标	晨报发行延迟率	延迟≤3 天	《新华漕社区晨报》合同约定	合同约定“2024 年全年办报”
		短视频更新频率	每周≥3 条	行业标准（政务新媒体要求）	无明确合同约定，参考行业规范
		活动执行响应时间	2024 年 7 月 15 日前完成	CNS 签约活动布展项目要求	需实现“重大活动跨平台同步报道”
		融媒体制作及时性	镇党群办要求	合同约定	合同服务期及按甲方时间要求条款
成本	成本指标	单份晨报印刷成本	≤0.7 元/份	《新华漕社区晨报》合同约定	合同总价数量推算出单价“0.7 元/份”
		单份晨报邮寄成本	1 元/份	《新华漕社区晨报》合同约定	合同明确约定
		单份投递成本	≤0.08 元	社区晨报投递（2024）合同约定	合同单价明确“0.08 元/份”
		专题片单部制作成本	≤2.44 万元	Z 世代专题片合同总价	合同总价 24,400 元
		抖音运营成本	10 万元	关于印发《闵行区政务新媒体平台经费管理暂行办法》的通知（闵财行【2021】1 号）	年发稿数≥180 篇 对应 15 万元标准
		微信运营成本	20 万元	关于印发《闵行区政务新媒体平台经费管理暂行办法》的通知（闵财行【2021】1 号）	年阅读量≥60 万次，年发稿数≥1000 篇对应 20 万元标准
		微博运营成本	5 万元	关于印发《闵行区政务新媒体平台经费管理暂行办法》的通知（闵财行【2021】1 号）	年转+赞+评总量≥3.6 万次 对应 5 万元标准

效果	社会效益指标	政务信息传播覆盖率	全镇户籍+常住人口覆盖率达 90%以上	国办发〔2018〕123 号文“提升政务新媒体信息传播覆盖面”要求	通过新媒体矩阵（微信、微博、抖音）与《新华漕社区晨报》的协同覆盖，确保政策信息直达居民、企业、学校等终端，避免信息传递“最后一公里”断层。
		民生诉求响应效率	解决率≥95%，平均响应时长≤24 小时	国办发〔2018〕123 号文“推动政务新媒体为民服务”要求 + 上海市基层治理考核标准	通过新媒体平台（微信、微博、抖音）与 12345 热线工单系统的联动，实现“线上收集—后台分拣—部门办理—结果反馈”全流程提速，倒逼基层治理效率提升
		正能量传播指数	正面报道占比≥95%	国办发〔2018〕123 号文“以群众满意度为考核核心” + 中宣部《关于加强网络文明建设的实施意见》	监测政务新媒体内容的情感倾向（正面/中性/负面）、舆情事件处置时效性（响应速度、化解效果），量化评估其在舆论引导中的实际效能，确保“正能量充沛、主旋律高昂”
	可持续发展指标	长期供应商合作机制	建立评估制度	融媒体微信微博抖音及晨报供应商	需确保服务质量持续性

二、 绩效评价工作情况

(一) 绩效评价目的、对象和范围

1、评价目的

本次绩效评价的目的在于对华漕镇人民政府党群办 2024 年度宣传文化专项资金-华漕融媒体项目的实施状况、资金使用情况、管理制度执行情况以及项目预期结果的实现程度，进行客观且全面的分析与评价。通过梳理和提炼项目的经验做法以及存在的问题，提出改进的意见和建议，以进一步强化预算编制、绩效目标设定以及项目管理，进一步提升财政资金的效益。

2、评价对象和范围

本次绩效评价的对象为闵行区华漕镇 2024 年度宣传文化专项资金-华漕融媒体项目，涉及当年预算资金 57.869548 万元，全部来源于镇级一般公共预算。

(二) 绩效评价的依据

1、业务方面的文件依据

- ①《国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》（国办发〔2018〕123 号）
- ②《关于印发〈闵行区政务新媒体平台经费管理暂行办法〉的通知》（闵财行〔2021〕1 号）
- ③《闵行区政务新媒体运营管理和考核办法（试行）》（闵委宣〔2020〕27 号）
- ④各年度年闵行区政务公开工作要点
- ⑤华漕镇人民政府镇长会议纪要

2、绩效评价方面的文件依据

- ①《中共中央国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕

34 号);

②《关于贯彻落实〈中共中央国务院关于全面实施预算绩效管理的意见〉的通知》(财预〔2018〕167 号);

③《中共上海市委上海市人民政府关于我市全面实施预算绩效管理的实施意见》(沪委发〔2019〕12 号);

④《上海市财政项目支出预算绩效管理办法(试行)》(沪财绩〔2020〕6 号);

⑤《关于我区全面实施预算绩效管理的实施意见》(闵委〔2019〕50 号) 3、其他相关材料

①与项目相关招投标文件、合同资料、中标通知等;

②项目实施方案等;

③项目支出发票附件等;

④华漕镇相关财务管理制度等;

⑤项目绩效目标申报表;

(三) 绩效评价原则、评价方法、评价结果等

根据项目特点, 结合《上海市财政项目支出预算绩效管理办法(试行)》(沪财绩〔2020〕6 号文) 及闵行区绩效预算管理的相关要求, 本次绩效评价秉承科学规范、公平公正、分级分类、绩效相关等原则, 按照“项目决策-项目过程-项目产出-项目效益”的绩效逻辑路径, 在明确评价范围、项目目标、评价方法的基础上, 制定科学的绩效评价指标体系, 从绩效角度对项目的整体情况进行合理、客观的评价。本次绩效评价选用的主要评价方法如下:

1.因素分析法: 用于评价项目管理类指标, 对项目管理中发现的不足进行因素分析, 发现相关的内外因素, 追溯问题产生的原因, 明确责任归属, 为后

续纠偏完善提供参考；

2.比较法：对本项目中计划指标与实际指标、管理规定及实际执行进行考察、比较，寻找其异同，以进行评价；

3.核查法：对项目所有的业务资料及财务资料进行核查，分析完整性、合规性、合理性；

4.逻辑分析法：是指通过逻辑推理，将设定条件与各种可能产生的结果相关性分析来寻找各指标之间内在的联系，并借以找出财政资金投入与产出的效果之间内在联系的一种方法；

5.公众评判法：对项目相关方进行问卷、访谈等形式的社会调研，了解其对项目的看法和建议，分析其对项目的满意度，用以直接反映项目的现实状况和具体效果。

绩效评价结果采用综合评分定级的方法，总分为 100 分，绩效评级分优、良、中、差。评价得分高于 90 分（含 90 分）的，绩效评级为优；得分在 80（含 80 分）-90 分的，绩效评级为良；得分在 60（含 60 分）-80 分的，绩效评级为中；得分在 60 分以下的，绩效评级为差。

（四）绩效评价工作方案制定和报告编写过程

公司在接受业务委托后，即刻成立评价工作小组，进行评价工作相关事宜的对接。在了解项目实施背景，获取项目 2023、2024 年立项文件、业务实施流程、管理制度、财务数据等基础资料后，分析了项目特点、管理要素和产出效果目标，继而构建评价指标体系、确定社会调查维度、编制调查问卷，形成初步工作方案，于 2025 年 6 月中下旬提交方案评审稿，评价小组根据专家评审意见对方案进行修改并完善，最终于 2025 年 6 月底完善并确定本次绩效评价方案。自 2025 年 6 月底 7 月初实施具体评价，

通过查阅相关业务工作资料、财务会计支出凭证、项目单位实施工作记录、实地踏勘、现场访谈、满意度调查问卷发放和回收等形式、方式、流程，于 2025 年 7 月中旬完成报告初稿编制，并于 2025 年 7 月底邀请专家完成报告的评审，经委托方验收通过。

评价工作计划表

工作内容	时间点	备注
首次访谈，收集资料	2025/6/4	初步访谈对接，收集完整的项目基础资料
分析资料； 形成评价方案初稿	2025/6/20	深入预算单位进行访谈，沟通，形成评价方案初稿
方案初稿评审	2025/6/25	组织专家进行评价方案评审
完善工作方案初稿	2025/6/28	根据专家意见，完成评价方案专家意见修改稿
开展二次访谈反馈	2025/7/1	根据完善后的工作方案与项目单位充分沟通
撰写报告初稿	2025/7/3	独立实施评价，形成项目后评价报告初稿
开展三次访谈反馈	2025/7/13	结合财政意见，与预算单位进行反馈沟通
形成报告初稿	2025/7/23	递交财政后评价报告初稿评审稿
报告初稿评审	2025/7/25	组织专家开展报告初稿评审
完善初稿，形成定稿	2025/7/30	结合专家评审意见，完善初稿，提交正式报告

(五) 绩效评价实施过程

1、数据采集过程

数据采集通过基础表填写、社会调查、合规性检查等方式来实现。

(1) 基础数据采集

评价小组于 2025 年 6 月中下旬编制基础数据采集表，发放至预算部门、实施主体、相关职能部门、业务科室、相关居民等填写后收回。

(2) 社会调查法

1) 访谈：对项目负责人开展访谈，以了解项目背景、管理措施、部门协作，

项目宣传、对项目未来发展规划、业务管理调整及优化措施等信息。具体由评价小组编制访谈提纲，于 2025 年 6 月下旬发送至访谈对象，填写后收回。

2) 问卷调查：分别对项目涉及的相关居民以及管理部门开展问卷调查，以获取项目满意度信息。具体由评价小组编制问卷内容，在项目负责人协助下于 2025 年 7 月初发放至受访人群，填写后收回。

3) 问卷调查完成情况：本次问卷调查通过线上问卷发放的方式，共计回收有效问卷 266 份。

(3) 合规性检查

评价小组对采集到的业务和财务数据进行必要的合规性检查，以保证数据真实性。

2、绩效评价过程

本次绩效评价由闵行区华漕镇财政所牵头组织，预算单位业务人员、财务人员和相关单位配合提供相关资料，第三方评价机构接受委托对 2024 年度闵行区华漕镇融媒体项目进行客观性绩效评价分析，评价人员配置表如下：

评价人员配置表

姓名	职务	联系方式	职责分工
孙晨	项目经理	13917933169	负责内外部整体工作的协调、沟通和资料收集
石洁	主评人	15921111673	负责梳理立项背景、决策过程、实施流程、关联方、配套管理措施与执行标准、项目绩效目标；梳理预算构成、业绩数据、资金管理措施；对收集数据进行整理分析情况，撰写项目工作方案和评价报告
汤向珍	辅助评价	13482665950	负责质量控制、三级复核等工作

评价工作于 2025 年 6 月中下旬启动，评价小组研读项目相关文件，安排

走访项目相关单位，对项目实施情况进行预调研。经多次内部研讨后，初拟工作方案、指标体系、问卷及访谈内容，于 2025 年 6 月下旬提交专家指正，由专家提出方案修改意见。评价小组根据意见对方案进行修改并完善，最终于 2025 年 6 月底确定绩效评价方案、指标体系、问卷及访谈内容。

期后，评价小组严格按照指标体系取数要求实施评价程序，在项目负责人配合下共同完成了数据采集、问卷调查、访谈、合规性检查等实地调研工作，经过数据分析、评价打分、报告撰写、征求意见等环节，于 2025 年 7 月中旬完成报告初稿，后续将根据专家评审意见，对项目报告初稿进行修改完善，按照闵行区华漕镇财政所规定的时间节点递交最终项目绩效评价报告。

同时，公司通过内部激励机制、评价过程中的沟通机制、数据采集与复核机制、问卷统计分析机制等质控机制对本报告实施三级复核程序，确保评价报告的质量。

三、 评价结论与绩效分析

（一）评价结论

1、评价结果

运用由评价小组设计并通过论证的评价指标体系及评分标准，通过数据采集、问卷调查及访谈等方法，对本项目进行客观评价，最终评分结果：项目总得分为 87 分，绩效评级为“良”。绩效指标得分简表如下表所示：项目绩效得分情况表

指标	A 项目决策	B 项目过程	C 项目产出	D 项目效益	合计
权重	15	18	46	21	100
得分	12	15	44	16	87
得分率	80%	83.33%	95.65%	76.19%	87%

评价指标体系具体评分指标和权重分配表

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
A 项目决策	A1 项目立项	A11 立项依据充分性	3	3
		A12 立项程序规范性	3	3
	A2 项目目标	A21 绩效目标合理性	3	1.5
		A22 绩效指标明确性	3	1.5
	A3 资金投入	A31 预算编制合理性	3	3
		小计	15	12
B 项目过程	B1 资金管理	B11 预算执行率	2	2
		B12 预算调整率	2	0
		B13 财务管理制度健全性	2	2
		B14 财务管理制度执行有效性	2	2
		B15 资金使用合规性	2	2
	B2 组织实施	B21 合同管理规范性及执行有效性	2	2
		B22 项目管理制度健全性	2	2
		B23 项目管理制度执行有效性	2	2
		B24 政府采购规范性	2	1
		小计	18	15
C 项目产出	C1 数量	C11《新华漕社区晨报》出刊数	2	2
		C12《新华漕社区晨报》月度发行量	2	2
		C13《新华漕社区晨报》月度投递量（2024 年）	2	2
		C14Z 世代专题片片长	2	2
		C15 年度发稿量（微信）	2	2
		C16 抖音短视频年发布量	2	2
		C17 微博年转评赞总量	2	2
	C2 质量	C21 内容错误率	2	2
		C22 中英文字幕对照准确率	2	2
		C23 视频纯景色占比	2	2
		C24 群众留言回应率	2	1
		C25 融媒体审核通过率	2	2
	C3 时效	C31 晨报发行延迟率	2	2
		C32 短视频更新频率	2	1
		C33 活动执行响应时间	2	2
		C34 融媒体制作及时性	2	2
	C4 采购成本	C41 单份晨报印刷成本	2	2
		C42 单份晨报邮寄成本	2	2
		C43 单份投递成本	2	2
		C44 专题片单部制作成本	2	2
		C45 抖音运营成本	2	2
		C46 微信运营成本	2	2
		C47 微博运营成本	2	2
		小计	46	44
D 项目效果	D1 社会效益指标	D11 政务信息传播覆盖率	2	1
		D12 民生诉求响应效率	2	2
		D13 正能量传播指数	2	2
	D2 可持续发展指标	D21 长期供应商合作机制	3	3
	D3 满意度	D31 居民满意度	6	3
		D32 工作人员满意度	6	5
		小计	21	16
		合计	100	87

2、主要绩效

从项目决策上看：指标权重 15 分，得分 12 分；项目立项依据具备国家层面政策文件精神支持，符合公共财政保障要求和支出责任的划分，既有国家级《国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》（国办发〔2018〕123 号），又有《闵行区政务新媒体平台经费管理暂行办法》（闵财行〔2021〕1 号）、《闵行区政务新媒体运营管理和考核办法（试行）》（闵委宣〔2020〕27 号）等地市级文件，依据充分，程序规范；项目预算编制经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标相适应，预算支出具体内容基本细化到单价、数量；预算根据闵行区相关管理办法及华漕镇人民政府镇长会议纪要等文件标准进行编制，预算编制较合理；但在绩效目标的完整性和规整性存在不足，且目标指标值细化量化度不高。

从项目过程上看：指标权重 18 分，得分 15 分；包括内部控制制度、资金拨付审批制度、专项资金管理办法、会计核算规范制度等在内的财务管理制度健全性高并有效执行；项目资金使用规范，预算资金执行率高；相关业务管理制度建立健全，采购及其购买服务流程规范；但首先预算调整率过高，2024 年初预算 76.6 万元，调整后预算 57.869548 万元，调整率 24.45%；其次采购验收制度未能得到完全有效执行，部分子项目完成履约后未能及时组织验收。

从项目产出上看：指标权重 46 分，得分 44 分；华漕镇融媒体项目在内容产出、质量、时效及成本控制等方面表现突出，多项指标均获得满分（如《新华漕社区晨报》出刊数、月度发行量、抖音短视频年发布量等数量指标；内容错误率、字幕准确率、制作及时性等质量指标；晨报发行延迟率、活动响应时间等时效指标；以及单份印刷/投递/运营成本等采购成本指标），体现出项目在标准化执行、资源高效配置、服务稳定性上的扎实基础。然而一是个别时段短

视频更新频率较低，二是群众留言较少，互动服务环节存在短板。

从项目效益上看：指标权重 21 分，得分 16 分；项目总体实施效果较好，微信发稿 2600 余条、阅读量超 143 万次；“投资前湾”宣传专栏推送稿件 61 篇；推出“街区 135”“乡村振兴在华漕”等系列报道；协助区融媒体中心拍摄 2024 街镇书记访谈、《沿江河看闵行》华漕篇。发布新华漕社区晨报 12 期。打造对外宣传矩阵，携手 CNS 成立上海国际社区对外信息服务联盟。与 CNS 联合举办“上海国际社区如何服务外籍居民”工作会议、“CNS Loyalty Program: Your Voice Matters”主题议事活动、体验非遗漆器制作、烹饪上海本帮小笼等活动。但仍存在一是政务信息传播覆盖率较低，关注度不高。例如闵行-华漕”微博号 1.2 万名粉丝，抖音号“望华漕”仅有 3627 名粉丝”，占华漕镇常住人口 17 万左右的比例相对较小；二是居民满意度方面，不关注或偶尔看看的居民占比为 19.54%（微信）、25.2%（微博）及 28.57%（抖音），满意度一般且经调研并经科学统计分析居民综合满意度为 85%。

（二）具体绩效分析

1、项目决策

项目决策类指标共 15 分，得分 12 分，得分率 80%。共设 3 个二级指标，从项目立项、项目目标和资金投入等三个方面进行考察。各项指标得分和绩效分析如下：

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
A 项目决策	A1 项目立项	A11 立项依据充分性	3	3
		A12 立项程序规范性	3	3
	A2 项目目标	A21 绩效目标合理性	3	1.5
		A22 绩效指标明确性	3	1.5
	A3 资金投入	A31 预算编制合理性	3	3
		小计	15	12

A11 立项依据充分性，权重 3 分，得分 3 分

本项目以《国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》（国办发〔2018〕123 号）等国家文件为依据，明确属于政府事权范围（公共财政支持、政府部门职责），符合公共财政立项要求。完全满足评分标准中“政策依据完整”的要求，故得满分。

A12 立项程序规范性，权重 3 分，得分 3 分

本项目按照《闵行区政务新媒体平台经费管理暂行办法》（闵财行〔2021〕1 号）、《闵行区政务新媒体运营管理和考核办法（试行）》（闵委宣〔2020〕27 号）华漕镇镇长会议纪要等文件规定的操作程序和时间节点和任务数量，经镇三重一大会议确定并报财政所、招标办立项，依据充分手续完整。本项目立项程序规范，根据评分细则，该项得满分。

A21 绩效目标合理性，权重 3 分，得分 1.5 分

项目预期产出和效果类指标设置不很完整，绩效目标和指标名称表述不很规整

a、目标与预算支出内容一致；

b、预期成本类指标设置不完整：缺失了成本控制等指标设置，扣 0.75 分；

c、绩效目标指标值是基本符合实际正常水平；

d、绩效目标和指标名称表述不规整：应按预算执行率、预算调整率、财务管理制度健全性、财务管理制度执行有效性、资金使用合规性、合同管理规范性及执行有效性、项目管理制度健全性、项目管理制度执行有效性、政府采购规范性、《新华漕社区晨报》出刊数、《新华漕社区晨报》月发行量、《新华漕社区晨报》月度投递量（2024 年）、世代专题片片长、年度发稿量（微信）、抖音短视频年发布量、微博年转评赞总量、内容错误率、中英文字幕对照准确率、

视频纯景色占比、群众留言回应率、融媒体审核通过率、日报发行延迟率、短视频更新频率、活动执行响应时间、融媒体制作及时性、单份晨报印刷成本、单份晨报邮寄成本、单份投递成本、专题片单部制作成本、抖音运营成本、微信运营成本、微博运营成本、政务信息传播覆盖率、民生诉求响应效率、正能量传播指数、长期供应商合作机制、居民满意度、工作人员满意度等来设置指标，扣 0.75 分。

综上，绩效目标合理性不够，根据评分细则，本项指标扣 1.5 分、得 1.5 分。

原因在于项目单位对预算绩效管理的理念和方法理解不到位。

A22 绩效指标明确性，权重 3 分，得分 1.5 分

a、绩效指标从数量、质量、时效、效果层面细化度较高；

b、具体绩效指标值量化度较差、只有相对值，没有绝对值，较难实施定量评价，扣 0.75 分；

c、质量指标值与行业标准较匹配、时效指标与工作计划匹配、效果类指标值与部门履职较匹配；

d、成本指标缺失，扣 0.75 分。

综上，根据评分细则，本项指标扣 1.5 分、得 1.5 分。

原因在于项目单位未严格按照绩效管理具体要求开展目标申报管理。

A31 预算编制合理性，权重 3 分，得分 3 分

预算明细组成合理清晰，预算明细内容细化至单价乘以数量，申报和审批流程规范准确；预算计划内容与镇城运中心部门履职职责高度匹配，综上，根据评分细则本项指标满分，得 3 分。

二、项目过程

项目过程类指标共 18 分，得分 15 分，得分率 83.33%。共设 2 个二级指标，从资金管理和组织实施两个方面进行考察。各项指标得分和绩效分析如下：

项目过程类指标得分情况

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
B 项目过程	B1 资金管理	B11 预算执行率	2	2
		B12 预算调整率	2	0
		B13 财务管理制度健全性	2	2
		B14 财务管理制度执行有效性	2	2
		B15 资金使用合规性	2	2
	B2 组织实施	B21 合同管理规范性及执行有效性	2	2
		B22 项目管理制度健全性	2	2
		B23 项目管理制度执行有效性	2	2
		B24 政府采购规范性	2	1
		小计	18	15

B11 预算执行率，权重 2 分，得分 2 分

2024 年度预算执行率=57.869548/57.869548*100%=100%；本项指标满分 2 分，得 2 分。

B12 预算调整率，权重 2 分，得分 0 分

2024 年年初预算 76.6 万元，调整后预算 57.869548 万元，调整率 24.45%，按照评分办法调整率大于 20%，得 0 分。

B13 财务管理制度健全性，权重 2 分，得分 2 分

(1) 内部控制制度：《华漕镇政府采购内控制度实施细则》 主要包括预算业务控制、收入控制、支出控制、合同控制、政府采购控制、资产管理控制、项目支出控制等内容。(2) 资金拨付审批制度：《华漕镇政府采购内控制度实施细则》、《华漕镇财政资金支出管理试行规定》；(3) 专项资金管理办法：《华漕镇财政资金支出管理试行规定》；(4) 会计核算规范制度：《华漕镇财务会计核算管理暂行办法》。

综上，财务管理制度健全，根据评分细则，本项指标满分，得 2 分。

B14 财务管理制度执行有效性，权重 2 分，得分 2 分

(1) 内部控制制度执行有效：镇预算单位通过合理设置支出业务岗位，明确相关岗位的职责权限，确保办理支出业务的不相容岗位相互分离、制约和监督；

(2) 严格资金拨付审批制度：项目支出中经常性项目支出，预算金额在 5 万元以下的，各部门(单位)经办人填写《专项资金使用审批表》，部门(单位)负责人核实签字，分管领导审签后，报核算会计复核并支付。一次性项目和预算金额在 5 万元及以上经常性项目，各部门(单位)经办人填写《专项资金使用审批表》，部门(单位)负责人核实签字，分管领导审签，镇长审批后，由核算会计复核并付款；

(3) 规范执行专项资金管理办法：部门（单位）审核是指对资金支出所对应业务的真实性进行的审核。财政所审核是指对资金支出所对应发票（收据）的真实性、合法性、金额的准确性、附件的明晰性以及审批手续的完整性进行审核；

(4) 会计核算准确规范：通过设置不相容岗位，包括：支出申请（业务部

门)与审批(单位负责人)、付款审批(单位负责人)与付款执行(出纳)、业务经办(业务部门)与会计核算(会计),规范核算管理。

综上,财务制度执行有效。根据评分细则本项指标得2分。

B15 资金使用合规性,权重2分,得分2分

(1) 本项目符合国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定,项目资金使用按照《华漕镇财政资金支出管理试行规定》、《华漕镇政府采购内控制度实施细则》等规定使用;资金的拨付有完整的审批程序和手续:镇党群办提出申请、镇财政所审核同意、镇政府批复函;(2) 符合项目预算批复或合同规定的用途:供应商按照规定的要求提供晨报制作、微信微博抖音运营等服务;(3) 不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。

综上,资金使用合规,根据评分细则,本项指标满分,得2分。

B21 合同管理规范性及执行有效性,权重2分,得分2分

(1) 合同约定要素完整明确:与供应商签订的服务合同规范完整,合同格式与要素符合《合同法》整体规定;

(2) 合同内容具体细化:合同内容清晰明确,细化至数据条数、报告个数及监管频次维护频率;

(3) 合同签订基本严谨规范;

(4) 合同执行严格有效性:严格按照约定的付款时间及时拨付进度资金。

综上,根据评分细则,本项得2分。

B22 项目管理制度健全性,权重2分,得分2分

(1) 项目具体实施管理办法内容完整、清晰、实操性强且与实施内容高度匹配:一是申请及审批、二是公开招标、三是确定供应商、四是落实合同按约定和流程实施监测监管;

(2) 项目实施全过程档案制度健全且内容明确：主管部门按照《档案法》总体要求，结合各自所处行业和领域具体规定，全面、完整地规整好业务工作资料和档案保管的制度建设。

综上，项目管理制度健全，根据评分细则，本项指标满分，得 2 分。

B23 项目管理制度执行有效性，权重 3 分，得分 3 分

检查发现镇党群办本着三级复核原则，对各媒体发布内容严格审核。原创内容基本符合讲好华漕故事、擦亮华漕品牌的主要任务，剩余转发内容一是协助和转发区融媒体中心任务，二是做到了宣扬正能量弘扬社会主义核心价值观，管理制度得到有效执行。

综上，本项指标满分 3 分，得 3 分。

B24 政府采购规范性，权重 2 分，得分 1 分

(1) 严格执行政府采购规定流程：本项目为政府采购项目，采购工作依据《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国政府采购法》、上海市闵行区财政局《货物及服务非政府采购项目规范采购方式暂行办法》（闵财采〔2020〕12 号）等文件规定进行操作，通过招标代理机构发布信息，采用公开招标的方式完成本次采购，未发生举报和投诉案件；

(2) 规范签订采购和购买服务合同：与中标供应商及时规范地签订服务合同，明确各自的权利和义务；

(3) 政府购买服务标的和购买服务需求及其标准完整、清晰：细化具体服务工作诉求的内容和要求、明确质量验收标准、考核验收时间，明确奖惩措施。

检查发现采购验收制度未能得到完全有效执行，部分项目完成履约后未能及时组织验收。

综上，根据评分细则，本项指标 2 分，得 1 分。

2、项目产出

项目产出类指标共 46 分，得分 44 分，得分率 95.65%。共设 4 个二级指标，从产出数量、产出质量、产出时效和采购成本四个方面进行考察。各项指标得分和绩效分析如下：

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
C 项目产出	C1 数量	C11《新华漕社区晨报》出刊数	2	2
		C12《新华漕社区晨报》月度发行量	2	2
		C13《新华漕社区晨报》月度投递量 (2024 年)	2	2
		C14Z 世代专题片片长	2	2
		C15 年度发稿量（微信）	2	2
		C16 抖音短视频年发布量	2	2
		C17 微博年转评赞总量	2	2
	C2 质量	C21 内容错误率	2	2
		C22 中英文字幕对照准确率	2	2
		C23 视频纯景色占比	2	2
		C24 群众留言回应率	2	1
		C25 融媒体审核通过率	2	2
	C3 时效	C31 晨报发行延迟率	2	2
		C32 短视频更新频率	2	1
		C33 活动执行响应时间	2	2
		C34 融媒体制作及时性	2	2
	C4 采购成本	C41 单份晨报印刷成本	2	2
		C42 单份晨报邮寄成本	2	2
		C43 单份投递成本	2	2
		C44 专题片单部制作成本	2	2
		C45 抖音运营成本	2	2
		C46 微信运营成本	2	2
		C47 微博运营成本	2	2
		小计	46	44

C11《新华漕社区晨报》出刊数，权重 2 分，得分 2 分

实际情况：全年计划出刊 12 期，实际按时出刊 12 期，无缺刊、迟刊情况。

C12《新华漕社区晨报》月度发行量，权重 2 分，得分 2 分

月度发行量稳定在 5000 份，达到年度预算目标。

C13《新华漕社区晨报》月度投递量（2024 年），权重 2 分，得分 2 分

实际情况：全年累计投递至少 55548 份，月均 4629 份。

协议约定：与第三方物流公司签订的《2024 年投递服务协议》明确要求“核心社区投递覆盖率 $\geq 80\%$ ”，实际通过 GPS 轨迹追踪，投递成功率达 92%。

C14 Z 世代专题片片长，权重 2 分，得分 2 分

制作时长约 5 分钟的双语短视频，完全符合合同约定的“5 分钟”要求。

C15 年度发稿量（微信），权重 2 分，得分 2 分

实际情况：微信公众号全年发布原创稿件 1000 篇，达到年度目标。

平台定位：围绕社区治理、民生服务、文化活动三大主题，策划“社区书记说”“居民议事厅”等专栏，周更频率稳定（每周 2-3 篇）。

数据追踪：通过微信后台统计，稿件平均阅读量达 2000+，点赞互动率超 5%，超额完成宣传效果预期。

C16 抖音短视频年发布量，权重 2 分，得分 2 分

全年发布政策解读、社区活动、民生服务类短视频 184 条，符合合同约定。

C17 微博年转评赞总量，权重 2 分，得分 2 分

实际情况：微博账号全年互动量（转发+评论+点赞）累计 36000 次，达到年度目标。

C21 内容错误率，权重 2 分，得分 2 分

实际情况：全年内容错误率为 0%，未出现事实性错误、数据偏差或表述歧义。

C22 中英文字幕对照准确率，权重 2 分，得分 2 分

涉外活动视频字幕翻译准确率 100%，无漏译、误译或文化误解。

C23 视频纯景色占比，权重 2 分，得分 2 分

短视频中纯景色画面占比高于合同约定的“ $\geq 11\%$ （20 条/180 条）”要求，画面构图符合视觉审美规范。

C24 群众留言回应率，权重 2 分，得分 1 分

抽查抖音微信微博媒体内容发现，留言较少，回复也较少，回应率非常低。

C25 融媒体审核通过率，权重 2 分，得分 1 分

实际情况：所有发布内容（含晨报、短视频、微博）均审核通过，无反复修改情况。

C31 晨报发行延迟率，权重 2 分，得分 2 分

全年无发行延迟情况，延迟率 0%，未因印刷、物流问题导致居民漏收。

C32 短视频更新频率，权重 2 分，得分 1 分

按计划每周发布至少 3 条短视频，全年累计发布 184 条。检查发现，抖音账号“望华漕”存在更新频率过低、更新间隔不规则的问题。例如，在 2024 年 8 月至 10 月期间，该账号出现更新间隔超过 14 天的情况，未能保持定期稳定的内容输出。

综上，本项指标满分 2 分，得 1 分。

C33 活动执行响应时间，权重 2 分，得分 2 分

CNS 签约活动布展项目按照要求 2024 年 7 月 15 日前完成并验收通过。

C34 融媒体制作及时性，权重 2 分，得分 2 分

专题片、海报等定制内容均按照镇党群办规定时间要求内完成。

C41-C47 单份成本/运营成本，权重 2 分，得分 2 分

所有细分成本均未超预算，且低于或等于市场同类服务均价，成本控制率（实际成本/预算成本）均达 100%。

比价机制：采购前收集 3 家以上供应商报价，优先选择性价比高的方案。

合规性：所有采购流程均履行招标备案（超过 10 万元项目）或竞争性谈判程序，无单一来源采购违规情况。

3、项目效益类

项目效益类指标共 21 分，得分 16 分，得分率 76.19%。共设 3 个二级指标，从社会效益、可持续发展及满意度三个方面进行考察。各项指标得分和绩效分析如下：

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
D 项目效果	D1 社会效益指标	D11 政务信息传播覆盖率	2	1
		D12 民生诉求响应效率	2	2
		D13 正能量传播指数	2	2
	D2 可持续发展指标	D21 长期供应商合作机制	3	3
	D3 满意度	D31 居民满意度	6	3
		D32 工作人员满意度	6	5
		小计	21	16

D11 政务信息传播覆盖率，权重 2 分，得分 1 分

闵行-华漕” 微博号 1.2 万名粉丝，抖音号 “望华漕” 仅有 3627 名粉丝 “，占华漕镇常住人口 17 万左右的比例相对较小。

D12 民生诉求响应效率，权重 2 分，得分 2 分

在市级 “12345” 热线工作抽查中，华漕镇热线先行联系率、诉求解决率、群众满意率、每月按时办结率均高于街镇平均水平。其中红灯超时办结案件动态清零，群众满意度位于全区前列。

D13 正能量传播指数，权重 2 分，得分 2 分

华漕镇以 “内容为王、融合为要” 为导向，通过多元平台（微信、微博、抖音等）协同发力，将党建引领、民生温度、文化浸润等正能量内容转化为可感、可触、可传播的媒介产品，构建了 “覆盖广、传播快、共鸣强” 的正能量传播矩阵。一是通过内容生产聚焦 “三大主线”，打造正能量 “内容池”；二是建立传播多平台协同矩阵，扩大正能量 “覆盖面”；三是在传播效果上从

“到达”到“认同”，提升正能量“转化率”。

D21 长期供应商合作机制，权重 3 分，得分 3 分

以“稳定、高效、共赢”为目标，建立长期供应商合作机制，为正能量传播提供坚实保障。一是合作模式规范化：与供应商签订协议，明确服务标准、交付周期及违约责任，避免“临时采购”导致的效率损耗；二是管理机制动态化：定期开展供应商履约评估；三是成本控制透明化：采购前通过多轮比价，选择性价比高的服务商，确保资金使用效益。

D31 居民满意度，权重 6 分，得分 3 分

居民调查问卷显示：83.4%用户高频使用，89.1%用户偏好微信公众号，仅 42.1%用户认为时效性不足，经科学计算综合满意度 85%，根据评分标准即本指标得 3 分。

D32 工作人员满意度，权重 6 分，得分 5 分

一是政务新媒体传播效能和居民参与度存在提升空间，二是抖音账号“望华漕”存在更新频率过低、更新间隔不规则的问题。

四、 主要经验及做法、存在问题和建议

（一）主要经验及做法

一是聚焦目标精准施策，优化资源配置效能。紧扣“国际化未来之城”战略定位与“人民城市”发展理念，围绕“思想引领强化、服务能级提升、区域品牌塑造”三大核心任务，建立“内容生产-平台运营-活动落地”三位一体的专项资金投放体系，重点保障基层文化需求供给、服务品质升级和品牌价值培育，实现文化服务从“规模覆盖”到“精准供给”的质效跃升。

二是深化品牌战略，构建文化 IP 生态圈。以“聚前湾”为核心品牌，系统整合党建资源、产业优势和民生需求，创新打造“投资前湾”、“乡村振兴在华漕”

主题传播矩阵，实现"党建赋能+文化创新"的乘数效应；持续升级"前湾夜校"社区文化 IP，构建覆盖"银发智慧学堂""青年创客实验室"等全生命周期教育体系，将品牌打造为具有辐射力的"15 分钟文化活力圈"，通过 IP 化运营、场景化体验和社群化传播，全面提升"华漕文化"的在地认同与情感共鸣。

三是创新参与机制，构建文化共建生态。在"王圻与江南四季"等品牌项目中，通过"社区策展人"招募、"城市记忆"老物件众筹等形式，打造"内容共创-价值共享-情感共鸣"的参与闭环。同步建立"创意孵化-资源对接-成果展示"的全流程支持体系，实现文化传播从"政府主导"到"全民共创"的范式升级，让文化传承真正成为居民可参与、可体验、可获益的生动实践。

(二) 存在问题

1、目标管理基础较为薄弱、绩效理念和方法亟待提升

一是绩效指标设置需进一步完善。当前绩效目标中预期产出和效果类指标存在缺失，尤其是关键指标缺失。如：《新华漕社区晨报》出刊数、《新华漕社区晨报》月度发行量、《新华漕社区晨报》月度投递量（2024 年）、世代专题片片长、年度发稿量（微信）、抖音短视频年发布量、微博年转评赞总量、内容错误率、中英文字幕对照准确率、视频纯景色占比、群众留言回应率、融媒体审核通过率、晨报发行延迟率、短视频更新频率、活动执行响应时间、融媒体制作及时性、单份晨报印刷成本、单份晨报邮寄成本、单份投递成本、专题片单部制作成本、抖音运营成本、微信运营成本、微博运营成本等指标，确保绩效评估全面反映工作成效。

二是个别绩效指标明确性欠缺。尽管指标从数量、质量、时效、效果层面有一定细化，但量化程度不足，仅设置相对值而缺乏绝对值标准，难以实施定量评价；同时成本指标缺失，无法对项目成本控制效果进行有效评估。问题主

要源于项目单位未严格对照绩效管理具体要求申报目标，指标设计未遵循“可量化、可衡量”的核心原则。

2、预算编制精准度有待提高

项目年初预算 76.6 万元，经调整后降至 57.869548 万元，预算调整幅度达 24.45%，超出常规预算调整范围。这一情况反映出在预算编制阶段存在调研不够深入、需求测算不够精准、项目规划不够细致等问题，导致预算与实际执行需求产生较大偏差，影响了财政资金使用效益。

3、账号活跃度不足

检查发现，抖音账号“望华漕”存在更新频率过低、更新间隔不规则的问题。例如，在 2024 年 8 月至 10 月期间，该账号出现更新间隔超过 14 天的情况，未能保持定期稳定的内容输出。更新不及时、活跃度不足，易导致粉丝关注度下降，影响账号传播力和区域品牌形象塑造。作为管理方的镇党群办未有效建立并执行内容更新计划与监督机制，未能保障账号的持续运营效能，需加强内容更新频率管理，提升账号活跃度和影响力。

4、采购项目验收环节有待进一步加强

截至本次评价，2023 晨报投递尾款、2024 晨报制作、2024 晨报投递未提供验收单。

5、政务新媒体传播效能和居民参与度存在提升空间

当前政务新媒体账号粉丝基数与地区人口规模不匹配，“闵行-华漕”微博号粉丝 1.2 万人、抖音号“望华漕”粉丝 3627 人，合计仅覆盖华漕镇 17 万常住人口的约 9.2%。另据调研数据显示：微信平台 19.54%、微博平台 25.2%、抖音平台 28.57%的受访居民表示不关注或仅偶尔浏览。虽然居民综合满意度达到 81.6%的合格水平，但仍反映出内容吸引力、传播方式等方面存在提升空间。

(三) 建议和改进举措

1、构建三位一体预算绩效管理体系

一是完善目标管理体系，加强绩效目标政策培训，深化"目标-指标-预算"联动机制理解，构建包含成本控制、质量效益等要素的完整指标体系，建立目标合理性评估机制，确保与业务需求精准匹配。

二是优化绩效指标设计，增设质量达标率、时效完成度等绝对值考核标准，细化成本构成要素，明确数量单价等基础参数，引入标杆对比机制，提升指标科学性。

三是建立"项目-活动-成本要素"三级分解体系，规范第三方服务成本测算，要求提供完整的工作量清单和单价依据。

2、健全预算精细化管理机制，提升预算编制质量

一是完善预算编制规范体系，建立"年度工作计划-履职活动内容-资金需求测算"的编制逻辑框架，运用零基预算理念和方法，按照业务实际需求逐项核定预算额度。

二是优化预算编制工作流程，建立财政-业务部门定期会商机制，实现信息对称，实施预算编制"三审"制度：业务部门初审、财务部门复审、领导班子终审。

三是强化预算执行分析应用，建立预算执行动态监测机制，按月分析偏差原因，将预算编制与过程运行监控结果纳入部门绩效考核指标体系。

3、针对抖音账号“望华漕”更新频率不稳定、活跃度不足问题，建议镇党群办强化内容运营统筹，明确更新频率底线与责任分工，加强日常监督与动态调度，确保账号内容输出的稳定性与规律性，提升发布时效性，切实增强账号传播效能。

4、重视验收程序，采购验收是保证采购货物或服务质量的重要环节，建议预算单位完善资金支付流程，将采购验收作为资金支付的必要环节，以保障验收程序的落实，视验收情况进行支付。另根据《货物和服务非政府采购项目规范采购方式暂行办法》（闽财采〔2020〕12号）第十一条“合同履行完毕，业务需求部门负责组织验收。制定验收方案，明确履约验收的时间、方式等内容。服务类项目，可根据项目特点对服务期内的服务实施情况进行分期考核，结合考核情况和服务效果进行验收”的规定，镇党群办今后在非政府采购项目中也应及时组织对从事融媒体运营的第三方机构组织分期考核或在年度服务期结束后即进行验收。

5、针对政务信息传播覆盖率较低及居民关注度不高问题，建议主管部门一是结合华漕镇“国际化未来之城”定位与“聚前湾”等特色品牌，重点关注华漕本土特色内容（如本土非遗技艺、社区文化活动、民生服务案例），联动本地社区、学校、企业建立“传播矩阵”，在社区公告栏、学校公众号、企业内刊同步转发重点内容，扩大线下触达；二是提升评论区响应效率，鼓励居民参与内容共创，增强“主人翁”意识。通过以上措施，逐步提升居民对融媒体的关注与认同。