

2025年度闵行区虹桥镇 财政支出项目绩效（后）评价报告

项目名称：2025年宣传平台建设项目

项目单位：上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

主管部门：上海市闵行区虹桥镇人民政府

委托部门：上海市闵行区虹桥镇财政所

评价机构：上海港融投资管理有限公司

二〇二六年七月

目 录

摘 要	1
一、项目概况	5
（一）项目立项背景和目的	5
（二）立项依据	6
（三）项目预算及资金使用情况	7
（四）项目实施计划内容	9
（五）项目绩效目标	13
（六）项目的组织及管理	15
二、绩效评价	19
（一）绩效评价对象和范围	19
（二）评价思路和依据	19
（三）评价时段的确定	20
（四）绩效评价指标体系	20
三、评价结论及绩效分析	23
（一）评价结论	23
（二）绩效分析	24
（三）具体指标分析	25
四、经验、做法和建议	29
（一）经验做法	30
（二）存在问题	30
（三）相关建议	31
五、附件	31
附件一：评价指标体系表	32
附件二：工作底稿	37
附件三：专家意见修改对照表	67

摘 要

● 项目概述

为深入落实中央、市、区关于宣传思想文化、意识形态、网络安全工作系列部署要求，依据《闵行区融媒体中心建设实施方案》等政策文件，虹桥镇统筹推进线上线下一体化宣传阵地建设，打造“区融媒体中心 + 街镇分中心”联动运营体系，构建 15 分钟公共文化宣传服务圈，实现园区、商圈、居民区宣传全覆盖，在此基础上持续实施宣传平台建设常态化项目。

当前基层宣传工作面临多重现实需求。一方面，意识形态管控责任持续压实，线上政务公众号、微博、社区报等自有阵地，线下党群服务站、户外宣传栏、街区宣传点位需常态化运维，必须严格落实“三审三校”、新媒体账号备案、季度自查等制度，同步健全舆情闭环处置机制，防范重大负面舆情风险；另一方面，辖区产业集聚、商圈活跃、人口结构多元，群众政策解读、民生故事、本土文化获取需求旺盛，仅依靠内部工作人员难以完成高频次采编、影像拍摄、专题制作、媒体对接等专业化工作，需通过政府采购第三方服务补齐专业力量短板。

在此背景下，虹桥镇设立“宣传平台建设项目”作为经常性项目开展，2025 年持续实施宣传平台建设项目，整合社区报运营、融媒体公众号运维、网信安全服务、影像创作、媒体联动、专题片制作等工作。

2025 年年初预算安排 108.59 万元，年中根据实际情况调整，调整后预算为 108.35 万元，预算调整率为 0.22%，截至 2025 年 12 月 31 日，实际执行 106.70 万元，预算执行率为 98.48%。

● 评价结论

“宣传平台建设”项目评价总得分 89.98 分，评价结论为“良”。其中项目决策类指标权重分 20 分，得分 18 分，得分率 90%；项目过程类指标权重分为 20 分，得分 15.48 分，得分率 77%；项目产出类指标权重分为 30 分，得分 28.5 分，得分率 95%；项目效果类指标权重分为 30 分，得分 28 分，得分率 93%。

● 绩效分析

项目决策方面，“宣传平台建设项目”为经常性项目，与上级规划等文件立意相符，与党群办基本履职事项相契合，立项依据充分。

项目过程方面，项目实际执行时存在部分合同要素不全、条款不合理的情况，主要体现在合同签约主体不规范，合同付款方式中均约定分首付款和尾款支付，尾款由甲方确认验收后支付，但未明确考核结果如何与支付金额挂钩；对第三方服务公司的服务质量进行考核，但未形成文件作为执行依据，相关管理考核机制有待完善。

项目产出方面，全年发行12期《社区报》，完成微信公众号的全年运营工作，开展4次网络安全漏洞扫描工作，完成视频拍摄、剪辑、发布6次，会议活动、镇貌场景拍摄7次，保障、组织媒体互动活动3次，策划新闻推广、完成媒体分发13次，完成《城事·虹桥》专题片制作等。

项目效果方面，通过项目实施，实现虹桥镇全域的宣传阵地管理全覆盖，扩大对外媒体宣传影响力，提升宣传平台质量，加大网络安全宣传培训力度，但部分长效管理机制有待完善。

● 主要经验及做法

1. 守牢意识形态全链条管控，闭环处置风险隐患

坚持压实意识形态主体责任，构建“阵地管理+舆情处置+网络安全”三位一体防控体系。线下全覆盖管控党群服务站、村居宣传栏等实体阵地，线上严格落实官方平台“三审三校”、基层新媒体备案季度自查制度；同时搭建完整舆情闭环处置流程，分级分类研判处置各类舆情，同步常态化开展企业、镇级平台网络安全核查整改，从内容发布、风险发现、问题处置全环节堵住管理漏洞，实现全年无重大负面舆情、网络安全隐患动态清零。

2. 内外联动融合传播，多平台矩阵提升宣传质效

对内打造自有宣传矩阵、特色专题栏目与互动新媒体功能，持续产出本地化优质内容；对外主动对接市、区级主流媒体、网络名人活动拓宽传播渠道，围绕产业发展、基层治理、民生服务挖掘特色题材打造精品稿件。通过

内外宣联动、图文视觉升级、线上互动运营相结合的方式，多层次展示区域发展成效，持续扩大本地宣传覆盖面与群众粘性。

● 存在问题

1. 预算编制精细化不足

项目年初预算主要根据历年预算安排和执行情况编制，与项目实施内容基本对应，但未能做到进一步细化，未按照预算管理要求，细化至“单价*数量”的形式、并提供充分合理的单价依据，预算编制不够精细。

2. 合同签订规范性不足

项目涉及多项合同，在合同签订规范性方面，存在：合同签约主体不规范，虹桥镇党群办是虹桥镇人民政府内设职能科室，无独立法人证书，不具备独立民事主体资格；1份合同未写明合同签订日期；尾款支付仅约定“验收后支付”，但未明确考核结果如何与支付金额挂钩，缺乏约束机制。

3. 项目长效管理机制不完善

项目长效管理机制有待完善，一是缺少服务单位准入及淘汰机制，对第三方服务公司的优胜劣汰缺乏制度依据，缺少考核激励机制，难以调动服务供应商的积极性；二是缺少对社区报发行对象（社区居民）定期回访机制，难以全面掌握群众真实反馈，不利于后续优化提升。

● 相关建议

1. 加强预算精细化管理

建议预算单位加强预算精细化管理，编制预算不再简单参照历史数据，按“单价×数量”逐项测算，通过市场询价、成本测算等方式列明每项支出的明确测算依据；预算编制实现全周期覆盖，将一次性项目尾款纳入编制范围，避免预算外支出。

2. 规范合同管理、健全合同要素

建议预算单位在以后年度开展项目，同第三方供应商签订合同时，统一签约主体，所有对外服务合同应统一以“虹桥镇人民政府”名义签订，避免内设科室签约的法律风险；加强对合同要素的审核，确保条款内容完整、合同文字规范、表述严谨准确、合同金额公允、付款方式合理、违约责任明示

等，规范合同签订日期；同时，加强合同考核挂钩机制建设，尾款支付与服务质量考核结果挂钩，明确扣分、扣款细则。

3. 进一步完善长效管理机制

建立和完善服务商准入淘汰机制与考核激励制度，设置服务质量评定，对将年度考核不合格的服务商扣减尾款、剔除下年度入选资格，实现优胜劣汰；建立群众反馈渠道，每年以线上问卷、线下访谈的形式，开展常态化社区居民随机调研，将群众评价纳入项目考核，形成“实施-反馈-优化”闭环。

2025 年宣传平台建设

绩效评价报告

一、项目概况

（一）项目立项背景和目的

1. 立项背景

为深入落实中央、市、区关于宣传思想文化、意识形态、网络安全工作系列部署要求，依据《闵行区融媒体中心建设实施方案》等政策文件，虹桥镇统筹推进线上线下一体化宣传阵地建设，打造“区融媒体中心 + 街镇分中心”联动运营体系，构建 15 分钟公共文化宣传服务圈，实现园区、商圈、居民区宣传全覆盖，在此基础上持续实施宣传平台建设常态化项目。

当前基层宣传工作面临多重现实需求。一方面，意识形态管控责任持续压实，线上政务公众号、微博、社区报等自有阵地，线下党群服务站、户外宣传栏、街区宣传点位需常态化运维，必须严格落实“三审三校”、新媒体账号备案、季度自查等制度，同步健全舆情闭环处置机制，防范重大负面舆情风险；另一方面，辖区产业集聚、商圈活跃、人口结构多元，群众政策解读、民生故事、本土文化获取需求旺盛，仅依靠内部工作人员难以完成高频次采编、影像拍摄、专题制作、媒体对接等专业化工作，需通过政府采购第三方服务补齐专业力量短板。

在此背景下，虹桥镇设立“宣传平台建设项目”作为经常性项目开展，2025 年持续实施宣传平台建设项目，整合社区报运营、融媒体中心运维、网信安全服务、影像创作、媒体联动、专题片制作等工作。

2025 年年初预算安排 108.59 万元，年中根据实际情况调整，调整后预算为 108.35 万元，预算调整率为 0.22%，截至 2025 年 12 月 31 日，实际执行 106.70 万元，预算执行率为 98.48%。

2. 立项目的

落实各级宣传与网络安全政策要求，搭建线上线下一体化宣传矩阵，补齐基层宣传专业力量短板，常态化运营社区报、政务新媒体，开展媒体联动、

影像创作与网络安全排查。规范财政宣传经费使用，压实意识形态与网络安全责任，畅通政企民沟通渠道，提升辖区宣传覆盖面与舆论引导水平。

（二）立项依据

1.《关于建设新时代文明实践中心试点工作的实施意见》（沪委办〔2019〕44号）

街镇、村居搭建线上线下一体化宣传阵地，属地社区报、政务公众号属于基层主流宣传载体；依托社区媒体开展政策解读、民生故事、本土人文宣传，免费向辖区居民投放宣传读物；常态化开展媒体沙龙、宣传技能培训、群众文艺影像创作、典型人物宣传推广活动。

2.《本市贯彻推进基层综合性文化服务中心建设实施意见》（沪府办〔2016〕27号）

各区、镇统筹基层宣传文化资源，允许通过第三方专业机构提供采编、拍摄、媒体运营服务；保障基层宣传经费用于社区报刊、专题宣传片、街区场景摄影、宣传长图设计等民生宣传产品；构建15分钟公共文化宣传服务圈，实现园区、商圈、居民区宣传全覆盖。

3.《闵行区融媒体中心建设实施方案》

实行“区融媒体中心+街镇融媒体分中心”一体化运营模式，街镇可与区融媒关联国企合作开展公众号运维、新闻策划、宣传培训、专题片制作；街镇承担属地专题片后期包装、设备租赁、线下媒体活动配套相关经费；支持各镇打造专属社区报，纳入全区统一宣传矩阵，统筹印刷、全域免费投递工作；要求街镇公众号保障每日更新、年度原创内容、线下媒体联动推广等量化宣传任务。

4.《基层街镇宣传思想文化工作经费使用指引》

经费列支范围包含：社区报纸印刷投递费、通讯员稿费、短视频/照片/长图影像制作、媒体大V沙龙、新闻媒体对外推广、党建主题宣传活动；允许按标准发放基层通讯员稿酬、网信队伍月度激励补贴；明确街镇党群办作为宣传项目承办科室，统筹全部宣传阵地运营实施。

5. 《党委（党组）网络安全工作责任制实施办法》（中办发〔2017〕34号）

各级党委（党组）对属地网络安全负主体责任，需常态化开展网络漏洞检测、风险排查与闭环整改；配齐网信专职队伍，落实网信人员工作补贴、年度专项工作经费保障；压实网络意识形态责任，常态化开展网络正面宣传、舆情引导工作；每年组织不少于1次全域网络安全专业扫描、风险评估。

6. 《上海市网络安全工作责任制实施细则》

全市各街镇每年委托专业机构开展不少于4次全域网络漏洞扫描，形成报告并完成全部隐患整改；建立街镇网信专员常态化队伍，按月发放工作补贴，保障网信日常运维经费；统筹政务网络、公众号平台、业务系统安全防护，守牢基层网络意识形态阵地。

（三）项目预算及资金使用情况

1. 项目资金来源及近三年预算

2025年宣传平台建设项目资金来源为镇级一般公共预算。

近三年预算安排及执行情况如下：

表 1.1 近三年预算安排及执行情况表（单位：万元）

年度	年初预算	调整后预算	调整率	执行金额	执行率
2023	105.32	98.32	-6.65%	94.95	96.57%
2024	108.59	126.59	16.58%	122.00	96.37%
2025	108.59	108.35	-0.22%	106.70	98.48%

近三年年初预算基本保持平稳，年中主要根据当年度工作实际开展情况调整，2024年预算调整大的原因年中调整外宣工作和短视频平台建设子项目预算。

2. 项目预算安排、调整及执行

2025年宣传平台建设项目年初预算为108.59万元，年中根据实际情况调整，调整后预算为108.35万元，预算调整率为0.22%，实际执行106.70万元，预算执行率为98.48%。

表 1.2 项目预算编制、调整、执行表（单位：万元）

子项目	具体构成	年初预算	单价	单价依据	数量	数量依据	调整后预算	实际执行			预算执行率
								当年度费用	上年度尾款	合计	
社区报	采编费	35.50	2.96	根据历年预算编制情况	12	全年12个月	35.50	28.4	7.10	35.50	100.00%
	制作投递费	3.50	0.29	根据历年预算编制情况	12	全年12个月	3.50	2.79	0.70	3.49	99.77%
	稿费	0.50	0.04	根据历年预算编制情况	12	全年12个月	0.26	0.26	0	0.26	98.46%
新闻宣传	融媒体中心建设	45.00	3.75	根据历年预算编制情况	12	全年12个月	45.00	36.00	9.00	45.00	100.00%
	网信工作经费	5.09	0.42	根据历年预算编制情况	12	全年12个月	5.09	3.76	0	3.76	73.83%
	影像制作及媒体互动	19.00	1.58	根据历年预算编制情况	12	全年12个月	19.00	14.89	3.80	18.69	98.37%
合计		108.59	-	-	-	-	108.35	86.10	20.60	106.70	98.47%

由上表可知，2025 年实际支出 106.70 万元中，含 20.60 万元上年度尾款，主要包括：①社区报采编费 7.10 万元（20%尾款）；②社区报制作投递费 0.70 万元（20%尾款）；③融媒体中心建设 9.00 万元（20%尾款）；④影像制作及媒体互动尾款 3.80 万元，其中外宣工作尾款 1.00 万元、短视频平台建设尾款 1.60 万元、镇级活动影像制作尾款 1.20 万元。

（四）项目实施计划内容

根据项目预算安排，宣传平台建设项目主要分为社区报、新闻宣传两个子项目。

1. 社区报

（1）主要实施内容

《虹桥镇社区晨报》隶属于上海报业集团《社区晨报》体系，由上海新闻晨报社区传媒有限公司运营，是虹桥镇专属属地社区报。以“讲好虹桥家门口的故事”为核心，搭建镇党委政府与居民、企业双向沟通桥梁，传达政策、基层治理动态，同时记录社区民生、本土人文，兼具政务宣传、民生服务、群众发声三大功能，归属虹桥镇党群宣传体系协同运营。

常规为月刊，每期基础版面为 8 个版，具体出刊日期基本为每月下半月（一般为最后一个完整周的周三），每逢国家法定节假日，出刊日期可能有所调整。

根据居（村）委统计上报的订阅数量，覆盖虹桥镇全部居民区、园区、商圈、企事业单位，每月印刷量为 10000 份，由上海华群供应量管理服务服务有限公司（发行投递第三方）每月免费投递至小区居民邮箱。

（2）实际完成情况

2025 年全年发行社区报 12 期，每期印刷数为 10000 份，实际订阅人数为 9669 人/月，涉及稿费发放 32 人次，平均为 80 元/人次。

2. 新闻宣传

新闻宣传子项目主要分为融媒体分中心建设、网信工作经费、印象制作及媒体互动三个细项。

1) 融媒体分中心建设

①主要实施内容

为进一步推动闵行基层党建宣传思想工作，虹桥镇与闵行区融媒体中心及其业务关联的区内国企文化公司上海春申广告有限公司（融媒体分中心建设第三方），共同推进虹桥镇融媒体分中心建设。具体实施内容包括：

“金虹桥”微信公众号日常采编运营：每周提供原创采编不少于 2 条，

每日完成不少于 2 条微信公众号编辑、审核和推送；围绕年度中心工作和阶段性任务提供新闻策划和新闻宣传队伍培训等服务，提供新闻策划不少于 4 次，新闻宣传队伍培训不少于 6 次。

②实际完成情况

2025 年全年提供原创采编 106 条，平均每周 2 条；完成微信公众号编辑、审核、推送 2920 条，平均媒体 8 条；提供新闻策划 4 次、新闻宣传培训 6 次；全年转发 656896 次、点赞 15538 次、评论 23626 次，粉丝总量 63596 人次。

2) 网信工作经费

①主要实施内容

网信工作主要分成两块，一是委托上海弘卓网络科技有限公司网络安全服务，对单位内外部网络、主机、系统、中间件、应用等进行 4 次专业漏洞扫描，针对扫描结果形成专业的漏洞扫描报告，对漏洞进行归类，并提出修复建议，对机房所有再用设备与再用应用的漏洞与安全风险进行修复服务；二是对虹桥镇网信工作队伍按照 100 元/人·月发放工作补贴。

②实际完成情况

根据合同约定完成 4 次漏洞扫描工作，并出具漏洞扫描报告；网信工作队伍包含人员 23 人，全年完成任务数 120 件，主要宣传、弘扬主流声音及网络正能量。

3) 影像制作及媒体互动

3.1) 视频及图像制作

①主要实施内容

虹桥镇党群办通过购买服务委托上海淘技信息科技有限公司进行视频及图像制作服务，具体包括：视频拍摄、剪辑、发布不少于 5 次，每条视频时长不少于 1 分钟；会议活动、镇貌场景摄影不少于 5 次；宣传所需图片编辑与长图制作不少于 3 次。

②实际完成情况

完成视频拍摄、剪辑、发布 6 次，单次视频时长均超过 1 分钟。具体明

细如下表：

表 1.3 视频拍摄、剪辑、发布明细

序号	视频主题	视频时长（分钟）
1	非遗面塑教程之哪吒	2:00
2	虹桥镇营商环境	1:00
3	红松东路综合为老服务中心探店	2:00
4	处长讲政策	1:00
5	“FANCY 虹桥”奇遇嘉年华	2:00

完成会议活动、镇貌场景拍摄 7 次，具体明细如下表：

表 1.4 会议活动、镇貌场景拍摄明细

序号	会议/活动名称	会议/活动时间
1	镇人代会	2025年1月2日-3日
2	镇人代会	2025年7月22日-23日
3	“FANCY 虹桥”奇遇嘉年华	2025年9月13日
4	吴中路商圈夜景、装置等场景拍摄	2025年9月14日
5	虹梅路老外街等夜景拍摄	2025年9月26日
6	2025HOCH汉堡节	2025年11月28日
7	镇党代会	2025年12月31日

完成宣传图片编辑及长图制作 6 次，具体明细如下表：

表 1.5 宣传图片编辑及长图制作明细

序号	图片主题/用途
1	镇人代会/微信公众号推送
2	镇人代会/微信公众号推送
3	镇党代会/微信公众号推送
4	虹桥标志性建筑海报设计/虹桥枢纽电子屏播放宣传
5	“街区辰光”短视频封面设计/视频号短视频播放
6	虹桥镇年度记忆海报设计/用于年度回忆对外宣传

3.2) 媒体互动

①主要实施内容

虹桥镇党群办通过购买服务委托上海壳柏信息科技有限公司进行媒体互动服务，具体包括：保障、组织媒体互动活动不少于3次，策划相关新闻推广，完成媒体分发不少于10次。

②实际完成情况

完成保障、组织媒体互动活动3次。具体明细如下表：

表 1.6 保障、组织媒体互动活动明细

序号	活动名称	活动时间
1	互联网新媒体平台大V沙龙场地、物料保障支撑	2025年5月16日
2	新闻宣传报道指导专题活动	2025年6月26日
3	互联网平台舆论引导技能提升指导活动	2025年9月19日

完成策划新闻推广、完成媒体分发13次。具体明细如下表：

表 1.7 策划新闻推广、完成媒体分发明细

序号	新闻推广名称	发布时间
1	解放日报：虹桥镇社区舞蹈队平均年龄55岁，跳舞让她们找到归属感	2025年2月18日
2	新民晚报：清晨，保洁员捡到一个装着2.5万元现金的背包… …	2025年3月10日
3	上观新闻：虹桥镇建上海首个镇级足球精英训练基地，吴金贵领衔担任“星动·虹桥”推介官	2025年3月29日
4	东方网：布局银发产业新赛道，虹桥镇“政府开放月”打造民生需求与企业供给双向奔赴的营商环境	2025年8月11日
5	上观新闻-文汇报：因“剧”相聚，虹桥镇第三届青年戏剧节收官，原创力量持续生长	2025年8月25日
6	东方网：“戏”力全开！虹桥镇第三届青年戏剧节落幕	2025年8月25日
7	东方网：虹桥镇再添新趣！“FANCY 虹桥”嘉年华启幕，奇遇感直接拉满	2025年9月15日
8	上观新闻-文汇报：虹桥镇票根经济商户联盟成立，多重消费福利解锁商圈新体验	2025年9月17日
9	东方网：小空间撬动大民生，虹桥镇金汇街区“金纽带”织就民生温暖网	2025年9月29日
10	话匣子：12天200+万人！从市集到“市集经济”，上海的思考在“管”与“放”之间	2025年11月28日

序号	新闻推广名称	发布时间
11	上观新闻-文汇报：3天卖出13万只，寻找“汉堡搭子”组队开吃	2025年12月3日
12	看看新闻：上海汉堡节火出圈 每日约30万客流涌入	2025年12月3日
13	新民晚报：四十家汉堡同台炫美味	2025年12月3日

3.3) 《城事·虹桥》专题片制作

①主要实施内容

《2025 城事》为系列视频专题，由闵行区融媒体中心主导拍摄、制作，视频专题分为《创业》、《视界》2季，单季由7条视频专题片构成，单集时长6分钟左右，主要反映闵行各街镇（莘庄工业区）在核心竞争力塑造进程中彰显城市精神品格的人物故事。

由区融媒体中心派出编导和专题摄像团队，拍摄期间所涉及的撰稿、拍摄等人工不收费，专题涉及的后制作保障，由区融媒体中心委托上海春申广告有限公司进行，期间产生的设备租赁及后期包装费用，由各街镇承担。

②实际完成情况

实际完成《城事·虹桥》一集，时长5分44秒。

（五）项目绩效目标

1. 总目标

构建标准化、长效化基层宣传平台运行体系，全域覆盖辖区宣传阵地，稳定产出优质宣传内容，持续扩大对外媒体传播影响力；常态化落实网络安全风险排查整改，全年杜绝重大负面舆情；完善第三方服务管理机制，提升财政资金使用绩效，健全可持续发展的基层宣传文化工作机制。

2. 年度目标

2025年完成社区报全年12期发行，保障公众号每日更新、足量原创产出；完成4次网络安全漏洞扫描、多场媒体互动与影像制作；落地专题片拍摄制作，全域管控宣传阵地；无重大负面舆情，提升宣传与网信工作实效。

3. 具体绩效目标

表1.8 具体绩效目标

一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	目标值说明
产出指标	数量指标	完成社区报发行	12期；每期10000份	根据工作计划要求，全年发行社区报12期，每期10000份
		开展微信公众号日常采编运营工作	每周提供原创采编不少于2条；每日完成不少于2条微信公众号编辑、审核和推送；新闻策划不少于4次；新闻宣传队伍培训不少于6次	根据工作计划要求，每周提供原创采编不少于2条，每日完成不少于2条微信公众号编辑、审核和推送；围绕年度中心工作和阶段性任务提供新闻策划和新闻宣传队伍培训等服务，提供新闻策划不少于4次，新闻宣传队伍培训不少于6次
		开展网络安全漏洞扫描工作	4次	根据工作计划要求，全年完成4次网络安全漏洞扫描工作
		完成视频及图像制作工作	视频拍摄、剪辑、发布不少于5次，每条视频时长不少于1分钟；会议活动、镇貌场景摄影不少于5次；宣传所需图片编辑与长图制作不少于3次	根据工作计划，全年完成视频拍摄、剪辑、发布不少于5次，每条视频时长不少于1分钟；会议活动、镇貌场景摄影不少于5次；宣传所需图片编辑与长图制作不少于3次
		完成媒体互动工作	保障、组织媒体互动活动不少于3次；完成媒体分发不少于10次	根据工作计划，全年完成保障、组织媒体互动活动不少于3次，策划相关新闻推广，完成媒体分发不少于10次
		完成《城事·虹桥》专题片制作	一集，时长6分钟左右	根据工作计划，完成城事·虹桥》专题片制作，时长6分钟左右
	质量指标	服务考核达标率	100%	各项工作考核验收达标
	时效指标	各项工作开展及时性	及时	根据工作计划，及时开展各项工作
效益指标	社会效益指标	宣传阵地管理覆盖力	全覆盖	实现全域覆盖阵地管理
		对外媒体宣传影响力	扩大	扩大对外媒体宣传影响力
		自有宣传平台质量	提升	提升自有宣传平台质量
		网络安全意识	提升	提升网络安全宣传培训力度
		重大负面舆情事件	0	全年无重大负面舆情事件发生

一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	目标值说明
	可持续指标	长效管理机制健全性	健全	项目实施过程中具备健全的长效管理机制

（六）项目的组织及管理

1. 项目组织与职责

（1）资金拨款单位

虹桥镇财政所：审核年度政府采购预算和计划；审核采购项目采购模式。接受业务提出的款项拨付申请，提出审核意见，按程序拨付资金，对预算资金进行安排、拨付、管理及监督。

（2）项目预算单位

虹桥镇党群办：负责本项目立项申请、编制预算、项目管理、项目验收及项目考评等工作。通过比选等方式确定第三方服务供应商，开展各项工作，并依据合同要求开展服务或货物验收。

（3）主要供应商

通过政府采购确定，按照合同约定提供商品、劳务或货物，接受日常监督管理，具体第三方服务供应商明细如下表所示：

表1.9 项目涉及合同明细表（单位：元）

子项目	具体构成	第三方	合同金额	合同签订日期	服务期限	服务内容	支付方式
社区报	采编费	上海新闻晨报社区传媒有限公司	355000	2024年12月30日	2025年1月1日-2025年12月31日	创办《虹桥镇社区晨报》，负责采编、排版、制作、物流等工作；本社区报为月刊（每期基础版面为8个版），具体出刊日期为每月下半月；每月印刷量为10000份，采用80克新闻纸印刷	协议签订后三个月内，支付合同金额的80%，即2840000元；合同履行完成且验收合格后，支付合同金额的20%，即71000元
	制作投递费	上海华群供应链管理服务有限公司	34900	2024年12月30日	2025年1月1日-2025年12月31日	每月收到社区报后，负责按照投递地址将报纸投递至小区居民邮箱	合同签订后支付合同金额的80%，即27920元；合同履行完成且验收合格后，支付合同金额的20%，即6980元
新闻宣传	融媒体分中心建设	上海市闵行区融媒体中心、上海春申广告有限公司	450000	2025年2月11日	2025年2月14日-2026年2月13日	完成分中心建设与“金虹桥”微信公众号日常采编运营	合同签订后支付经费的80%，即36万元；协议期满后，根据验收结果支付剩余20%，即9万元
	网信工作经费	上海弘卓网络科技有限公司	19960	未明确	2025年6月1日-2026年5月31日	依据实际需求情况安排专业技术人员进行专业漏洞扫描，对单位内外部网络、主机、系统、中间件、应用等进行专业漏洞扫描	合同签订后支付合同金额的50%即9980元；服务期满，甲方验收合格后支付合同总价的50%即9980元

子项目	具体构成		第三方	合同金额	合同签订日期	服务期限	服务内容	支付方式
	影像制作及媒体互动	视频及图像制作	上海淘技信息科技有限公司	79960	2025年5月28日	2025年6月1日-2025年12月31日	根据甲方需求完成视频拍摄、剪辑、发布，会议活动、镇貌场景拍摄，宣传所需图片编辑与长图制作	合同签订后支付合同金额的80%，即63968元；合同履行完成且验收合格后，支付合同金额的20%，即15992元
		媒体互动	上海壳柏信息科技有限公司	49950	2025年5月14日	2025年5月15日-2025年12月31日	保障、组织媒体互动活动，策划相关新闻推广，完成媒体分发	合同签订后支付合同金额的80%，即39960元；按协议约定提供服务，经甲方验收确认后支付合同金额的20%，即9990元
		《城事·虹桥》专题片制作	上海春申广告有限公司	60000	2025年8月25日	合同签订之日起两个月内	制作《城事·虹桥》专题宣传，成片时长约6分钟	签订并完成合同且项目经甲方验收合格后，一次性支付

经评价组复核梳理，上表涉及的合同中存在以下问题：

1) 合同签约主体是“闵行区虹桥镇党群工作办公室”，根据《民法典》规定：“合同签约方必须是具备独立民事权利、独立财产、独立承担违约责任的民事主体（机关法人、事业单位法人、企业法人等）。”虹桥镇党群办是虹桥镇人民政府内设职能科室，无独立法人证书，不具备独立民事主体资格，以自身名义签合同存在合同效力瑕疵、财政付款不合规、诉讼追责无主体三重风险。

2) 1份合同未写明合同签订日期。

3) 合同付款方式中均约定分首付款和尾款支付，尾款由甲方确认验收后支付，但未制定具体管理考核细则，未明确如何对第三方服务公司的服务质量进行考评，细化的管理措施未形成文件作为执行依据，对日常管理及考核验收的约束性有所影响。

2. 实施管理

政府采购方面：虹桥镇党群办沿用虹桥镇人民政府政府采购管理办法，根据项目金额匹配不同的采购方式，5万以下择优采购，5万元以上、20万以下项目采取三方比价，20万以上项目则通过公开招标确定供应商。

业务实施方面：虹桥镇党群办建立了一系列管理制度，具体包括：例会制度，确保项目进展得到有效监督；沟通协调制度，促进各部门信息共享与协作配合；档案管理制度，保障项目资料完整规范；并按照工作要求及合同既定条款，监管服务供应商按照合同约定落实各项工作。

3. 财务管理

(1) 财务管理制度

虹桥镇党群办依照《虹桥镇财政资金支出管理试行规定》对资金进行合理有效的把控，实行部门（单位）和财政所的双线审核，并经镇有关领导审批。部门（单位）审核针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；财政所审核针对资金支出所对应的预算计划、业务内容的一致性和真实性进行的审核。

(2) 资金拨付流程

第三方服务供应商根据合同约定的金额开具发票，规建办申请拨付，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。

具体资金拨付流程如下：

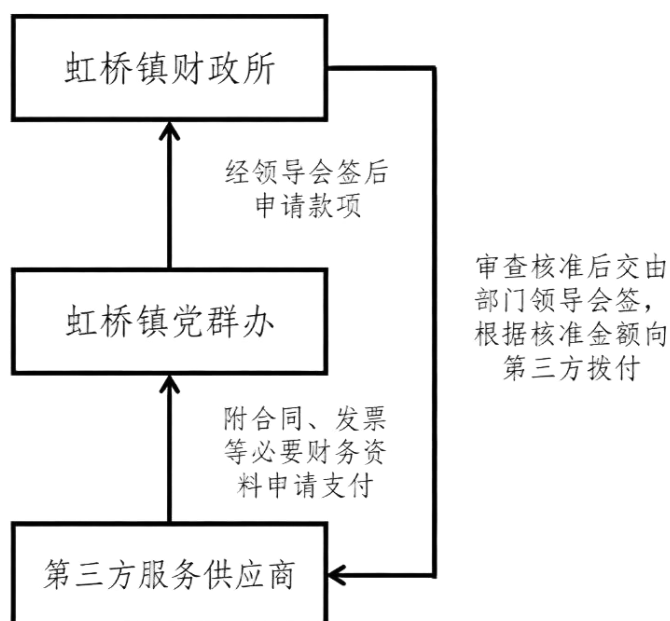


图 1.1 资金拨付流程图

二、绩效评价

（一）绩效评价对象和范围

本次绩效评价对象是2025年宣传平台建设项目，主要相关方为虹桥镇党群办、服务供应商等，资金范围为财政预算资金108.35万元。

（二）评价思路和依据

1. 评价思路

（1）预算编制及执行方面：该项目为经常性项目，本次评价关注预算安排是否按照数量、单价进行细化编制，从而对预算编制的科学性及其合理性进行评判与分析，对提高财政资金使用效率及推进预算精细化管理进行有益探索。

（2）资金管理方面：关注项目资金管理制度及执行情况，是否有完备、健全的管理制度并按制度执行，资金支出与项目是否具备相关性。

(3) 项目管理方面：结合项目特点，从合同管理及考核验收管理两方面出发，关注各项合同订立的规范性，关注合同要素是否齐全、合同内容是否明确，并关注支付的方式、金额、时间是否与合同相一致。

2. 评价依据

(1) 项目实施相关

①《关于建设新时代文明实践中心试点工作的实施意见》(沪委办〔2019〕44号)

②《本市贯彻推进基层综合性文化服务中心建设实施意见》(沪府办〔2016〕27号)

③《闵行区融媒体中心建设实施方案》

④《基层街镇宣传思想文化工作经费使用指引》

⑤《党委(党组)网络安全工作责任制实施办法》(中办发〔2017〕34号)

⑥《上海市网络安全工作责任制实施细则》

(2) 绩效评价相关

①《关于全面实施预算绩效管理的意见》(中发〔2018〕34号)

②《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意见的实施意见》(沪委发〔2019〕12号)

③《关于印发〈上海市财政项目支出预算绩效管理办法(试行)〉的通知》(沪财绩〔2020〕6号)

④《闵行区全面实施预算绩效管理的实施意见》(闵委发〔2019〕50号)

(三) 评价时段的确定

评价时段确定为2025年1月1日至2025年12月31日。评价组工作时段为2026年6月至2026年7月。

(四) 绩效评价指标体系

1. 指标体系设计的总体思路

(1) 绩效评价原则

依据《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）以及闵行区全面推行的以结果为导向的绩效预算管理相关要求，本次绩效评价秉承科学规范、公正公开、分级分类、绩效相关等原则，按照从投入、过程到产出效果和影响的绩效逻辑路径，结合项目实际开展情况，运用定量和定性分析相结合的方法，总结经验做法，反思项目实施和管理中的问题，以切实提升财政资金管理的科学化、规范化和精细化水平。

（2）评价等级标准

本次绩效评价采用综合评分定级方法，总分值为100分，评价等级分优、良、中、差四档。评价得分高于90分（含90分）的，绩效评级为优；得分在80分（含80分）-90分的，绩效评级为良；得分在60分（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。

（3）权重设计思路

本项目的绩效评价指标体系总分确定为100分，根据绩效评价框架体系并结合项目实际情况，下设A类决策、B类过程、C类产出、D类效益4大类，分别占20%、20%、30%和30%的权重。

A类决策：反映项目在立项阶段中的决策流程，从项目立项、项目目标、资金投入三个层面出发，考察项目立项的依据充分性和立项流程规范性、购买服务必要性、项目绩效目标合理性、预算编制情况等，决策类指标由3个二级指标和5个三级指标构成，共计20分；

B类过程：反映项目资金管理、财务管理和项目实施管理中的执行情况，是项目单位对管理职责履行程度的重要体现，也是项目是否能够顺利完成的侧面支撑，管理类指标由2个二级指标、10个三级指标构成，共计20分；

C类产出：反映项目产出完成情况，分为产出数量、产出质量、产出时效3大类进行考核，产出类指标由3个二级指标、8个三级指标构成，共计30分；

D类效益：反映资金投入所产生的绩效，是项目效果的直接体现，分为社会效益、满意度和可持续影响3大类进行考核，绩效类指标由2个二级指标、7个三级指标构成，共计30分。

（4）评价方法

本次绩效评价选用的主要评价方法如下：

（1）因素分析法：对评价过程中发现的问题进行因素分析，发现相关的内外因素，追溯问题产生原因，明确责任归属，为后续纠偏完善提供参考。

（2）比较法：①政策法规与项目内容比较，用于评价项目是否符合相关政策文件目标；②制度条款与执行情况比较，用于评价项目相关方是否严格按照既定制度，有效履行了管理职责；③项目预算执行金额、项目账面支出金额、合同金额比较，用于评价项目资金管理是否规范等。

2. 指标体系

本次绩效评价设计从项目的概况入手，在查阅分析相关政策文件材料以及实地走访的基础上，综合考虑项目的背景、内容、预算、组织管理等因素，从项目决策、项目过程、项目产出、项目效益四个维度考察财政资金的使用效率和效益。

（1）项目决策方面

设置“项目立项依据充分性”考察项目的依据充分性、项目必要性；设置“立项程序规范性”。此外，随着财政预算精细化管理要求的不断提高，绩效目标申报已成为项目立项过程中必不可少的重要环节，评价组设置“绩效目标合理性”指标，考察项目立项时绩效目标设置情况。评价组设置“预算编制合理性”指标考察项目资金投入情况。

（2）项目过程方面

分为资金管理和实施管理2个层面进行指标设计；资金管理方面，设置“预算执行率”指标，考察项目预算执行情况；设置“财务管理制度健全性”指标，关注财务管理制度的健全性、财务管理制度执行有效性；设置“财务管理制度执行有效性”指标，考察项目资金使用情况，资金使用是否与项目批复用途一致，是否按财务管理制度要求进行资金拨付；实施管理方面，设置“采购管理”、“合同管理有效性”、“合同执行有效性”考察项目政府采购情况、采购需求明确性、签订及执行情况等；在项目管理制度及执行有效性方面，考察项目管理制度建设及执行情况。

（3）项目产出方面

从数量、质量、时效三个维度出发，考察各子项目工作完成情况、考核完成情况、考核达标情况以及各项工作的开展及时性。

（4）项目效益方面

在项目效益方面，结合评价思路评价组从项目内容出发，设置“宣传阵地管理覆盖力”“对外媒体宣传影响力”“自有宣传平台质量”“网络安全意识提升度”“重大负面舆情事件”考察项目效果；在可持续影响方面，评价组设置“长效管理机制健全性”、“长效管理机制执行性”指标。

三、评价结论及绩效分析

（一）评价结论

“宣传平台建设项目”项目绩效评分为89.98分，总体评价为“良”，具体的业绩分值汇总表如下：

表 3.1 业绩分值汇总表

序号	一级指标	权重	得分	得分率
1	决策	20	18	90%
2	过程	20	15.48	77%
3	产出	30	28.5	95%
4	效果	30	28	93%
合计		100	89.98	89.98%

具体评分情况如下表所示：

表3.2 评分情况表

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
A决策（20%）	A1项目立项（8%）	A11立项依据充分性	4	4
		A12立项程序规范性	4	4
	A2绩效目标（8%）	A21绩效目标合理性	4	4
		A22绩效目标明确性	4	4
	A3资金投入（4%）	A31预算编制合理性	4	2
B过程（20%）	B1资金管理（5%）	B11预算执行率	1	0.98
		B12财务管理制度健全性	2	2
		B13财务管理制度执行有效性	2	2
	B2组织实施（15%）	B21采购管理	2	2
		B22合同管理有效性	3	0
		B23合同执行有效性	2	2

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
		B24工作计划完整性	2	2
		B25工作计划执行有效性	2	2
		B26项目管理制度健全性	3	1.5
		B27项目管理制度执行有效性	1	1
C产出（30%）	C1数量指标（16%）	C11社区报发行情况	3	3
		C12融媒体分中心建设情况	4	4
		C13网络安全漏洞扫描工作开展情况	2	2
		C14视频及图像制作情况	4	4
		C15媒体互动情况	4	4
		C16专题片制作情况	3	1.5
	C2质量指标（5%）	C21服务考核达标率	5	5
	C3时效指标（5%）	C31各项工作开展及时性	5	5
D效果（30%）	D1社会效益（24%）	D11宣传阵地管理覆盖力	5	5
		D12对外媒体宣传影响力	5	5
		D13自有宣传平台质量	5	5
		D14网络安全意识提升度	5	5
		D15重大负面舆情事件	4	4
	D2可持续影响(6%)	D21长效管理制度健全性	3	1
		D22长效管理制度执行有效性	3	3
合计			100	89.98

（二）绩效分析

“决策类指标”，总分20分，得分18分，得分率90%。“宣传平台建设项目”为经常性项目，与上级规划等文件立意相符，与党群办基本履职事项相契合，立项依据充分。

“过程类指标”，总分20分，得分15.48分，得分率77%。项目实际执行时存在部分合同要素不全、条款不合理的情况，主要体现在合同签约主体不规范，合同付款方式中均约定分首付款和尾款支付，尾款由甲方确认验收后支付，但未明确考核结果如何与支付金额挂钩；对第三方服务公司的服务质量进行考核，但未形成文件作为执行依据，相关管理考核机制有待完善。

“产出类指标”，总分30分，得分28.5分，得分率95%。全年发行12期《社区报》，完成微信公众号的全年运营工作，开展4次网络安全漏洞扫描工作，完成视频拍摄、剪辑、发布6次，会议活动、镇貌场景拍摄7次，保障、组织媒体互动活动3次，策划新闻推广、完成媒体分发13次，完成《城事·虹桥》专题片制作等。

“效果类指标”，总分30分，得分28分，得分率93%。通过项目实施，实现虹桥镇全域的宣传阵地管理全覆盖，扩大对外媒体宣传影响力，特色会给你自由宣传平台质量，加大网络安全宣传培训力度，但部分长效管理机制有待完善。

（三）具体指标分析

“决策类指标”，总分 20 分，得分 18 分，得分率 90%

（1）A11 立项依据充分性，满分 4 分，得分 4 分

得分理由：本项目为经常性项目，与上级十四五规划等文件立意相符，立项依据充分，得 2 分；项目与党群办基本履职事项相契合，得 2 分。故本指标得 4 分。

（2）A12 立项程序规范性，满分 4 分，得分 4 分

得分理由：该项目为经常性项目，项目设立按照规定程序，流程规范得 2 分；相关流程办理及时，保障项目顺利实施，得 2 分。故本指标得 4 分。

（3）A21 绩效目标合理性，满分 4 分，得分 4 分

得分理由：该项目根据项目实际情况，设立绩效目标申报表，得 1 分；绩效目标与实际工作内容相关性高，得 1 分；绩效目标中产出效益和效果符合政策业绩水平，得 1 分；绩效目标与预算资金匹配，得 1 分。故本指标得 4 分。

（4）A22 绩效目标明确性，满分 4 分，得分 4 分

得分理由：项目绩效目标细化程度高，指标值可量化，与工作计划对应，故本指标得 4 分。

（5）A31 预算编制合理性满分 4 分，得分 2 分

得分理由：项目预算主要根据历年预算安排和执行情况编制，与项目实施内容基本对应，但细化的单价依据不足，外宣工作和短视频平台建设尾款未在预算中体现，扣 2 分。故本指标得 2 分。

“过程类指标”，总分 20 分，得分 15.48 分，得分率 77%

（1）B11 预算执行率，满分 1 分，得分 0.98 分

得分理由：2025 年该项目调整后预算为 108.35 万元，预算执行金额为

106.70 万元，预算执行率为 98.48%，故本指标得 0.98 分。

(2) B12 财务管理制度健全性，满分 2 分，得分 2 分

得分理由：该项目财务管理严格按照虹桥镇财务管理相关规定实施，覆盖了关键财务活动，制度结构清晰，包含职责分工，具有可操作性，财务管理制度健全，故本指标得 2 分。

(3) B13 财务管理制度执行有效性，满分 2 分，得分 2 分

得分理由：资金拨付按规定进行申请，经各级负责人审批同意后执行，得 1 分；项目资金用于项目支出，不存在跨项目支出、截留、挤占、挪用、虚列支出等情况，得 1 分。故本指标得 2 分。

(4) B21 政府采购管理，满分 2 分，得分 2 分

得分理由：项目采购按照虹桥镇采购项目相关规定实施，资金量与项目性质与采购流程符合上述文件规定，得 1 分；采购需求明确、服务供应商均在具体实施工作前确定，得 1 分。故本指标得 2 分。

(5) B22 合同管理有效性，满分 3 分，得分 0 分

得分理由：项目涉及多项合同，合同条款中付款方式基本合理，责任划分明确，但存在部分合同要素不全、条款不合理的情况，主要体现在：合同签约主体不规范，虹桥镇党群办是虹桥镇人民政府内设职能科室，无独立法人证书，不具备独立民事主体资格；1 份合同未写明合同签订日期；合同付款方式中均约定分首付款和尾款支付，尾款由甲方确认验收后支付，但未明确考核结果如何与支付金额挂钩。故本指标不得分。

(6) B23 合同执行有效性，满分 2 分，得分 2 分

得分理由：项目基本能够按照合同约定条款拨付所涉资金，能够按照合同约定的条款完成各环节工作内容，故本指标得 2 分。

(7) B24 工作计划完整性，满分 2 分，得分 2 分

得分理由：项目年初编报预算时，有较为细化的工作计划，各项工作内容具体到时间、数量、频次等。故本指标得 2 分。

(8) B25 工作计划执行有效性，满分 2 分，得分 2 分

得分理由：项目各项工作基本按照上级要求和实施方案完成，未见未完

成的事项，故本指标得 2 分。

(9) B26 项目管理制度健全性，满分 3 分，得分 1.5 分

得分理由：在项目实施过程中虹桥镇党群办对项目进行全程监督管理工作，但未制定具体管理考核细则，未明确如何对第三方服务公司的服务质量进行考评，细化的管理措施未形成文件作为执行依据，对日常管理及考核验收的约束性有所影响，扣 1.5 分。故本指标得 1.5 分。

(10) B27 项目管理制度执行有效性，满分 1 分，得分 1 分

得分理由：财务和内控管理制度按照虹桥镇统一的制度执行，针对该项目的管理制度执行有效，有相关流程材料佐证，故本指标得 1 分。

“产出类指标”，总分 30 分，得分 28.5 分，得分率 95%

(1) C11 社区报发行情况，满分 3 分，得分 3 分

得分理由：根据工作总结、合同等材料，2025 年全年发行社区报 12 期，每期印刷数为 10000 份，社区报按照计划要求分发至相关单位和家庭。故本指标得 3 分。

(2) C12 融媒体分中心建设情况，满分 4 分，得分 4 分

得分理由：根据工作总结、合同等材料，2025 年全年提供原创采编 106 条，平均每周 2 条；完成微信公众号编辑、审核、推送 2920 条，平均媒体 8 条；提供新闻策划 4 次、新闻宣传培训 6 次；全年转发 656896 次、点赞 15538 次、评论 23626 次，粉丝总量 63596 人次。故本指标得 4 分。

(3) C13 网络安全漏洞扫描工作开展情况，满分 2 分，得分 2 分

得分理由：根据合同、网络安全测评报告，完成 4 次漏洞扫描工作，并出具漏洞扫描报告。故本指标得 2 分。

(4) C14 视频及图像制作情况，满分 4 分，得分 4 分

得分理由：根据工作总结、合同等材料，结合表 1.3-1.5，2025 年全年完成视频拍摄、剪辑、发布 6 次，会议活动、镇貌场景拍摄 7 次，单次视频时长均超过 1 分钟，宣传图片编辑及长图制作 6 次。故本指标得 4 分。

(5) C15 媒体互动情况，满分 4 分，得分 4 分

得分理由：根据工作总结、合同等材料，结合表 1.6、1.7，2025 年全

年完成保障、组织媒体互动活动 3 次，策划新闻推广、完成媒体分发 13 次。故本指标得 4 分。

(6) C16 专题片制作情况，满分 3 分，得分 1.5 分

得分理由：根据工作总结、合同等材料，2025 年实际实际完成《城事·虹桥》一集，时长 5 分 44 秒，时长与计划存在偏差，扣 1.5 分。故本指标得 1.5 分。

(7) C21 服务考核达标率，满分 5 分，得分 5 分

得分理由：根据各项合同，均按工作计划有序完成，考核验收达标，故本指标得分为 5 分。

(8) C31 各项工作开展及时性，满分 5 分，得分 5 分

得分理由：根据各项活动方案、合同，均在计划时间内开展对应活动，故本指标得分为 2 分。

(13) C32 各类货物采购及时性，满分 2 分，得分 2 分

得分理由：根据各项工作计划、合同，均在计划时间内开展对应工作，故本指标得分为 5 分。

“效果类指标”，总分 30 分，得分 28 分，得分率 93%

(1) D11 宣传阵地管理覆盖力，满分 5 分，得分 5 分

得分理由：2025 年通过强化党群服务站、村居实践站、宣传栏、户外广场等基层阵地内容更新、活动合规，推动各类阵地在关键节点积极发挥作用，实现宣传阵地全覆盖。故本指标得 5 分。

(2) D12 对外媒体宣传影响力，满分 5 分，得分 5 分

得分理由：2025 年对接市区级媒体，发表报道 199 篇，IPSHANGHAI 录用影像 166 幅。其中，小区新能源“充电宝”、拆了“堵心墙”、“有温度的认证专家”等被评为“今日闵行”月度好稿，利用春申美好生活季对“夜虹桥潮流街区”消费集聚区作整体宣推，借助“精彩申城——网络名人走进闵行”活动、对话街镇访谈栏目等展示虹桥源数创产业带发展，有效提升了对外媒体宣传影响力。故本指标得 5 分。

(3) D13 自有宣传平台质量，满分 5 分，得分 5 分

得分理由：2025 年联合部门条线，围绕经济发展、社会治理等主题推出“楼管员手记”、“心悦工作法”、“街区零距离”、“名师工作室”等栏目，全方位展现地区经济社会发展成效，“金虹桥”社区报刊发 12 期、“金虹桥”推文 2920 篇、“@闵行虹桥”发布 5287 条；同时，完成微信公众号头尾灯设计更换，增加“虹桥源数创产业带”、“虹五星党建”合集以及往期阅览海报，拓展互动功能，推出福利赠送、建议留言、线上投票等版块，逐步提升粉丝参与的频次，持续增加用户黏性，有效提升了自有宣传平台质量。故本指标得 5 分。

（4）D14 网络安全意识提升度，满分 5 分，得分 5 分

得分理由：2025 年通过组织镇级工作骨干及相关企业相关负责人参与市区级培训，提升互联网领域党建、安全工作的专业性，并从优化营商环境的角度出发，收集互联网企业诉求，邀请专业师资围绕“网络数据安全”主题授课，为企业发展答疑解惑；有序落实网络安全周相关工作，将网络安全相关知识融入暑期活动、反诈宣传等工作之中，线上线下推动网络安全重要性宣传，提升网络安全意识。故本指标得 5 分。

（5）D15 重大负面舆情事件，满分 4 分，得分 4 分

得分理由：2025 年未发生重大负面舆情事件，故本指标得 4 分。

（6）D31 长效管理制度健全性，满分 3 分，得分 1 分

得分理由：为了保障项目后续发展，制定相应的长效管理机制，包括培训机制，定期对第三方企业做好网络安全培训工作；档案管理机制，做好档案收集整理工作；但长效运维机制中缺少了长效运维机制中缺少针对服务单位的准入及淘汰机制、考核激励机制，对日常管理及考核的约束性有所影响；未建立对社区报发行对象（社区居民）定期回访机制，难以全面掌握群众真实反馈，不利于后续优化提升，扣 2 分。故本指标得 1 分。

（7）D32 长效管理制度执行有效性，满分 3 分，得分 3 分

得分理由：现有的项目培训机制、档案管理机制均按既定要求有效执行。故本指标得分为 3 分。

四、经验、做法和建议

（一）经验做法

1. 守牢意识形态全链条管控，闭环处置风险隐患

坚持压实意识形态主体责任，构建“阵地管理+舆情处置+网络安全”三位一体防控体系。线下全覆盖管控党群服务站、村居宣传栏等实体阵地，线上严格落实官方平台“三审三校”、基层新媒体备案季度自查制度；同时搭建完整舆情闭环处置流程，分级分类研判处置各类舆情，同步常态化开展企业、镇级平台网络安全核查整改，从内容发布、风险发现、问题处置全环节堵住管理漏洞，实现全年无重大负面舆情、网络安全隐患动态清零。

2. 内外联动融合传播，多平台矩阵提升宣传质效

对内打造自有宣传矩阵、特色专题栏目与互动新媒体功能，持续产出本地化优质内容；对外主动对接市、区级主流媒体、网络名人活动拓宽传播渠道，围绕产业发展、基层治理、民生服务挖掘特色题材打造精品稿件。通过内外宣联动、图文视觉升级、线上互动运营相结合的方式，多层次展示区域发展成效，持续扩大本地宣传覆盖面与群众粘性。

（二）存在问题

1. 预算编制精细化不足

项目年初预算主要根据历年预算安排和执行情况编制，与项目实施内容基本对应，但未能做到进一步细化，未按照预算管理要求，细化至“单价*数量”的形式、并提供充分合理的单价依据，预算编制不够精细。

2. 合同签订规范性不足

项目涉及多项合同，在合同签订规范性方面，存在：合同签约主体不规范，虹桥镇党群办是虹桥镇人民政府内设职能科室，无独立法人证书，不具备独立民事主体资格；1份合同未写明合同签订日期；尾款支付仅约定“验收后支付”，但未明确考核结果如何与支付金额挂钩，缺乏约束机制。

3. 项目长效管理机制不完善

项目长效管理机制有待完善，一是缺少服务单位准入及淘汰机制，对第三方服务公司的优胜劣汰缺乏制度依据，缺少考核激励机制，难以调动服务

供应商的积极性；二是缺少对社区报发行对象（社区居民）定期回访机制，难以全面掌握群众真实反馈，不利于后续优化提升。

（三）相关建议

1. 加强预算精细化管理

建议预算单位加强预算精细化管理，编制预算不再简单参照历史数据，按“单价×数量”逐项测算，通过市场询价、成本测算等方式列明每项支出的明确测算依据；预算编制实现全周期覆盖，将一次性项目尾款纳入编制范围，避免预算外支出。

2. 规范合同管理、健全合同要素

建议预算单位在以后年度开展项目，同第三方供应商签订合同时，统一签约主体，所有对外服务合同应统一以“虹桥镇人民政府”名义签订，避免内设科室签约的法律风险；加强对合同要素的审核，确保条款内容完整、合同文字规范、表述严谨准确、合同金额公允、付款方式合理、违约责任明示等，规范合同签订日期；同时，加强合同考核挂钩机制建设，尾款支付与服务质量考核结果挂钩，明确扣分、扣款细则。

3. 进一步完善长效管理机制

建立和完善服务商准入淘汰机制与考核激励制度，设置服务质量评定，对将年度考核不合格的服务商扣减尾款、剔除下年度入选资格，实现优胜劣汰；建立群众反馈渠道，每年以线上问卷、线下访谈的形式，开展常态化社区居民随机调研，将群众评价纳入项目考核，形成“实施-反馈-优化”闭环。

五、附件

附件一：评价指标体系表

附件二：评价工作底稿

附件三：专家意见修改对照表

上海港融投资管理有限公司

2026 年 7 月

附件一：评价指标体系表

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分	指标解释	评分标准	数据来源
A决策 (20%)	A1项目立项 (8%)	A11立项依据充分性	4	4	考察项目立项依据充分性，是否符合国家及市区级规划，与单位职责的关联情况。	①项目实施在上级文件指导下进行，得2分；②项目与部门职责相契合，得2分。	上级政策文件
		A12立项程序规范性	4	4	考察项目的申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。	①项目按照规定的程序申请设立，提供相关材料，得2分；②项目相关流程办理及时，保障项目顺利实施，得2分。	立项文件
	A2绩效目标 (8%)	A21绩效目标合理性	4	4	考察项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	①设置绩效目标，得1分；②绩效目标与实际工作内容有相关性，得1分；③产出效益和效果符合政策业绩水平得1分；④目标与预算资金匹配，得1分。	项目绩效目标申报表
		A22绩效目标明确性	4	4	考察项目绩效目标是否明确，是否符合客观实际，是否清晰、量化、可衡量，用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	①将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标，得1分；②能够通过清晰、可衡量的指标值予以体现，得1分；③与项目目标任务数或计划数对应，得2分。	项目绩效目标申报表
	A3资金投入 (4%)	A31预算编制合理性	4	2	考察项目预算编制情况，从预算编制合理性、细化度等两个层面考察。	①项目预算细化至单价*数量形式，且依据充分，得2分；②预算编制合理，与项目实施内容与进度对应，得2分。	预算编制明细表
B过程 (20%)	B1资金管理 (5%)	B11预算执行率	1	0.98	考察项目预算执行情况，反映财政资金使用情况。	预算执行率=实际执行预算/调整后预算×100%，得分=预算执行率*1。	预算执行明细、支出明细账

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分	指标解释	评分标准	数据来源
		B12财务管理制度健全性	2	2	考察项目实施单位是否为保障资金的安全、规范运行、控制成本等而采取了必要的监控、管理措施，项目实施单位的财务管理制度是否健全。	①财务管理制度覆盖关键财务活动领域，得0.5分；②财务管理制度结构清晰，得0.5分；③财务管理制度中包含明确的职责分工，得0.5分；④财务管理制度具有可操作性，得0.5分。	财务管理制度
		B13财务管理制度执行有效性	2	2	考察项目资金使用是否符合相关制度规定，资金拨付流程是否规范，用以反映和考核项目资金使用的规范性和安全性。	①预算申报审批流程符合规定，资金拨付按要求进行申请，经各级负责人审批同意后执行，得1分；②项目资金用于项目支出，不存在跨项目支出、截留、挤占、挪用、虚列支出等情况，得1分。	财务凭证、项目支出明细账
	B2组织实施（15%）	B21采购管理	2	2	考察项目实施过程中政府采购管理情况，从政府采购需求明确性及政府采购流程规范性角度考察。	①项目涉及各服务供应商确认方式均符合相关制度规定，得1分；②采购需求明确、服务供应商均在具体实施工作前确定，得1分。	采购相关法规、项目所涉服务合同、招投标相关资料
		B22合同管理有效性	3	0	考察项目的服务合同所制定的条款是否明确及合理	①明确性：合同条款中服务期限、付款方式等内容设置合理，责任划分明确，对服务质量要求、违约责任等核心要素均有详尽描述的，得1.5分，每有一项合同条款约定不明确，扣1分。 ②合理性：合同条款制定合理，与工作内容匹配且能够保障甲乙双方相关权益，得1.5分，每有一项合同条款约定不够合理，扣1分。	项目所涉服务合同

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分	指标解释	评分标准	数据来源
		B23合同执行有效性	2	2	考察项目实施过程中是否严格执行合同既定的资金拨付及工作要求两方面内容。	①资金拨付方面：能够按照合同约定的条款拨付所涉资金，得1分；②工作要求方面：能够按照合同约定的条款完成各环节工作内容，得1分。	项目所涉服务合同、财务凭证、支付明细
		B24工作计划完整性	2	2	考察项目实施前期是否结合实际情况制定较明细合理的工作计划。	①工作计划合理、可行、时间节点明确得1分；②明确各环节具体工作内容，得1分。	工作计划和完成情况
		B25工作计划执行有效性	2	2	考察项目工作计划是否得到有效执行。	每存在一处工作计划未得到有效执行，扣1分，扣完为止。若存在不可控原因，酌情扣分。	工作计划和完成情况
		B26项目管理制度健全性	3	1.5	考察项目实施期间是否制定相应的业务管理制度。	已制定相应的管理制度，且管理制度合法、合规、完整，覆盖到上述内容，得3分，有一项制度缺失或不完整，扣1.5分，扣完为止。	项目管理制度
		B27项目管理制度执行有效性	1	1	考察项目实施过程中项目单位针对B25建立的各项制度是否被有效执行。	项目能根据上述项目管理制度实施，保障项目的开展，得2分，有一项未得到有效执行扣1分，扣完为止。	项目管理制度、台账记录等
C产出 (30%)	C1数量指标 (16%)	C11社区报发行情况	3	3	考察社区报发行工作开展情况。	根据工作计划要求，全年发行社区报12期，每期10000份，得3分；每有一项未完成，扣1分，扣完为止。	工作计划、工作总结、台账数据
		C12融媒体中心建设情况	4	4	考察微信公众号日常采编运营工作完成情况。	根据工作计划要求，完成宣开展微信公众号日常采编运营工作，得3分；每有一项未完成，扣1分，扣完为止。	工作计划、工作总结、台账数据
		C13网络安全漏洞扫描工作开展情况	2	2	考察网络安全漏洞扫描工作开展情况。	根据工作计划要求，完成网络安全漏洞扫描工作，得2分；每有一次未完成，扣1分，扣完为止。	工作计划、工作总结、台账数据

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分	指标解释	评分标准	数据来源
		况					
		C14视频及图像制作情况	4	4	考察视频及图像制作工作开展情况。	根据工作计划要求，完成视频及图像制作工作，得4分；每有一项未完成，扣1分，扣完为止。	工作计划、工作总结、台账数据
		C15媒体互动情况	4	4	考察媒体互动工作开展情况。	根据工作计划要求，开展媒体互动工作，得2分；每有一项未完成，扣1分，扣完为止。	工作计划、工作总结、台账数据
		C16专题片制作情况	3	1.5	考察专题片制作情况。	根据工作计划要求，完成《城事·虹桥》专题片制作，时长6分钟左右，得3分；每有一项未完成，扣1.5分，扣完为止。	工作计划、工作总结
	C2质量指标（5%）	C21服务考核达标率	5	5	考察各项服务验收达标情况。	各类服务按要求验收达标，得5分；每有一项未达标，扣1分，扣完为止。	工作计划、工作总结
	C3时效指标（5%）	C31各项工作开展及时性	5	5	考察各项工作开展及时性。	根据工作计划及方案，及时开展各项活动，得5分。	工作计划、工作总结
D效果（30%）	D1社会效益（24%）	D11宣传阵地管理覆盖力	5	5	考察项目宣传阵地管理覆盖情况。	通过项目实施，实现全域覆盖阵地管理，得5分；反之，不得分。	工作总结
		D12对外媒体宣传影响力	5	5	考察项目对外媒体宣传影响力提升情况。	通过项目实施，提升对外媒体宣传影响力，得5分；反之，不得分。	工作总结
		D13自有宣传平台质量	5	5	考察项目自有宣传平台质量提升情况。	通过项目实施，提升自有宣传平台质量，得5分；反之，不得分。	工作总结
		D14网络安全意识提升	5	5	考察项目网络安全意识提升情况。	通过项目实施，提升网络安全意识度，得5分；反之，不得分。	工作总结

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分	指标解释	评分标准	数据来源
		度					
		D15重大负面舆情事件	4	4	考察重大负面舆情事件控制情况	通过项目实施，实现全年无重大负面舆情事件，得4分；反之，不得分。	工作总结
	D2可持续影响(6%)	D21长效管理制度健全性	3	1	考察项目的长效管理机制是否健全。	梳理项目内容与实施情况，必要的长效管理应包括：素材档案管理机制、项目跟踪机制、与资金拨付挂钩的考核机制等；每缺失1项长效管理制度，扣1分，扣完为止。	长效管理制度
		D22长效管理制度执行有效性	3	3	考察项目的长效管理机制是否有效执行。	已有的长效管理机制的执行有效性，每有1项长效管理机制未按既定要求有效执行，扣1分，扣完为止。	长效管理制度
合计			100	89.98	-	-	-

附件二：工作底稿

A11立项依据充分性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目立项依据充分性，是否符合国家及市区级规划，与单位职责的关联情况。
指标权重	4
评价标准及细则	①项目实施在上级文件指导下进行，得2分；②项目与部门职责相契合，得2分。
数据来源	上级政策文件
评价结果	本项目为经常性项目，与上级十四五规划等文件立意相符，立项依据充分，得2分；项目与党群办基本履职事项相契合，得2分。故本指标得4分。
指标得分	4

A12立项程序规范性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目的申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。
指标权重	4
评价标准及细则	①项目按照规定的程序申请设立，提供相关材料，得2分；②项目相关流程办理及时，保障项目顺利实施，得2分。
数据来源	立项文件
评价结果	该项目为经常性项目，项目设立按照规定程序，流程规范得2分；相关流程办理及时，保障项目顺利实施，得2分。故本指标得4分。
指标得分	4

A21绩效目标合理性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。
指标权重	4
评价标准及细则	①设置绩效目标，得1分；②绩效目标与实际工作内容有相关性，得1分；③产出效益和效果符合政策业绩水平得1分；④目标与预算资金匹配，得1分。
数据来源	项目绩效目标申报表
评价结果	该项目根据项目实际情况，设立绩效目标申报表，得1分；绩效目标与实际工作内容相关性高，得1分；绩效目标中产出效益和效果符合政策业绩水平，得1分；绩效目标与预算资金匹配，得1分。故本指标得4分。
指标得分	4

A22绩效目标明确性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目绩效目标是否明确，是否符合客观实际，是否清晰、量化、可衡量，用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。
指标权重	4
评价标准及细则	①将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标，得1分；②能够通过清晰、可衡量的指标值予以体现，得1分；③与项目目标任务数或计划数对应，得2分。
数据来源	项目绩效目标申报表
评价结果	项目绩效目标细化程度高，指标值可量化，与工作计划对应，故本指标得4分。
指标得分	4

A31预算编制合理性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目预算编制情况，从预算编制合理性、细化度等两个层面考察。
指标权重	4
评价标准及细则	①项目预算细化至单价*数量形式，且依据充分，得2分；②预算编制合理，与项目实施内容与进度对应，得2分。
数据来源	预算编制明细表
评价结果	项目预算主要根据历年预算安排和执行情况编制，与项目实施内容基本对应，但细化的单价依据不足，外宣工作和短视频平台建设尾款未在预算中体现，扣2分。故本指标得2分。
指标得分	2

B11预算执行率

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目预算执行情况，反映财政资金使用情况。
指标权重	1
评价标准及细则	预算执行率=实际执行预算/调整后预算×100%，得分=预算执行率*1。
数据来源	预算执行明细、支出明细账
评价结果	2025年该项目调整后预算为108.35万元，预算执行金额为106.70万元，预算执行率为98.48%，故本指标得0.98分。
指标得分	0.98

B12财务管理制度健全性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目实施单位是否为保障资金的安全、规范运行、控制成本等而采取了必要的监控、管理措施，项目实施单位的财务管理制度是否健全。
指标权重	2
评价标准及细则	①财务管理制度覆盖关键财务活动领域，得0.5分；②财务管理制度结构清晰，得0.5分；③财务管理制度中包含明确的职责分工，得0.5分；④财务管理制度具有可操作性，得0.5分。
数据来源	财务管理制度
评价结果	该项目财务管理严格按照虹桥镇财务管理相关规定实施，覆盖了关键财务活动，制度结构清晰，包含职责分工，具有可操作性，财务管理制度健全，故本指标得2分。
指标得分	2

B13财务管理制度执行有效性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目资金使用是否符合相关制度规定，资金拨付流程是否规范，用以反映和考核项目资金使用的规范性和安全性。
指标权重	2
评价标准及细则	①预算申报审批流程符合规定，资金拨付按要求进行申请，经各级负责人审批同意后执行，得1分；②项目资金用于项目支出，不存在跨项目支出、截留、挤占、挪用、虚列支出等情况，得1分。
数据来源	财务凭证、项目支出明细账
评价结果	资金拨付按规定进行申请，经各级负责人审批同意后执行，得1分；项目资金用于项目支出，不存在跨项目支出、截留、挤占、挪用、虚列支出等情况，得1分。故本指标得2分。
指标得分	2

B21采购管理

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目实施过程中政府采购管理情况，从政府采购需求明确性及政府采购流程规范性角度考察。
指标权重	2
评价标准及细则	①项目涉及各服务供应商确认方式均符合相关制度规定，得1分；②采购需求明确、服务供应商均在具体实施工作前确定，得1分。
数据来源	采购相关法规、项目所涉服务合同、招投标相关资料
评价结果	项目采购按照虹桥镇采购项目相关规定实施，资金量与项目性质与采购流程符合上述文件规定，得1分；采购需求明确、服务供应商均在具体实施工作前确定，得1分。故本指标得2分。
指标得分	2

B22合同管理有效性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目的服务合同所制定的条款是否明确及合理
指标权重	3
评价标准及细则	①明确性：合同条款中服务期限、付款方式等内容设置合理，责任划分明确，对服务质量要求、违约责任等核心要素均有详尽描述的，得1.5分，每有一项合同条款约定不明确，扣1分。②合理性：合同条款制定合理，与工作内容匹配且能够保障甲乙双方相关权益，得1.5分，每有一项合同条款约定不够合理，扣1分。
数据来源	项目所涉服务合同
评价结果	项目涉及多项合同，合同条款中付款方式基本合理，责任划分明确，但存在部分合同要素不全、条款不合理的情况，主要体现在：合同签约主体不规范，虹桥镇党群办是虹桥镇人民政府内设职能科室，无独立法人证书，不具备独立民事主体资格；1份合同未写明合同签订日期；合同付款方式中均约定分首付款和尾款支付，尾款由甲方确认验收后支付，但未明确考核结果如何与支付金额挂钩。故本指标不得分。
指标得分	0

B23合同执行有效性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目实施过程中是否严格执行合同既定的资金拨付及工作要求两方面内容。
指标权重	2
评价标准及细则	①资金拨付方面：能够按照合同约定的条款拨付所涉资金，得1分；②工作要求方面：能够按照合同约定的条款完成各环节工作内容，得1分。
数据来源	项目所涉服务合同、财务凭证、支付明细
评价结果	项目基本能够按照合同约定条款拨付所涉资金，能够按照合同约定的条款完成各环节工作内容，故本指标得2分。
指标得分	2

B24工作计划完整性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目实施前期是否结合实际情况制定较明细合理的工作计划。
指标权重	2
评价标准及细则	①工作计划合理、可行、时间节点明确得1分；②明确各环节具体工作内容，得1分。
数据来源	工作计划和完成情况
评价结果	项目年初编报预算时，有较为细化的工作计划，各项工作内容具体到时间、数量、频次等。故本指标得2分。
指标得分	2

B25工作计划执行有效性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目工作计划是否得到有效执行。
指标权重	2
评价标准及细则	每存在一处工作计划未得到有效执行，扣1分，扣完为止。若存在不可控原因，酌情扣分。
数据来源	工作计划和完成情况
评价结果	项目各项工作基本按照上级要求和实施方案完成，未见未完成的事项，故本指标得2分。
指标得分	2

B26项目管理制度健全性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目实施期间是否制定相应的业务管理制度。
指标权重	3
评价标准及细则	已制定相应的管理制度，且管理制度合法、合规、完整，覆盖到上述内容，得3分，有一项制度缺失或不完整，扣1.5分，扣完为止。
数据来源	项目管理制度
评价结果	在项目实施过程中虹桥镇党群办对项目进行全程监督管理工作，但未制定具体管理考核细则，未明确如何对第三方服务公司的服务质量进行考评，细化的管理措施未形成文件作为执行依据，对日常管理及考核验收的约束性有所影响，扣1.5分。故本指标得1.5分。
指标得分	1.5

B27项目管理制度执行有效性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目实施过程中项目单位针对B25建立的各项制度是否被有效执行。
指标权重	1
评价标准及细则	项目能根据上述项目管理制度实施，保障项目的开展，得2分，有一项未得到有效执行扣1分，扣完为止。
数据来源	项目管理制度、台账记录等
评价结果	财务和内控管理制度按照虹桥镇统一的制度执行，针对该项目的管理制度执行有效，有相关流程材料佐证，故本指标得1分。
指标得分	1

C11社区报发行情况

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察社区报发行工作开展情况。
指标权重	3
评价标准及细则	根据工作计划要求，全年发行社区报12期，每期10000份，得3分；每有一项未完成，扣1分，扣完为止。
数据来源	工作计划、工作总结、台账数据
评价结果	根据工作总结、合同等材料，2025年全年发行社区报12期，每期印刷数为10000份，社区报按照计划要求分发至相关单位和家庭。故本指标得3分。
指标得分	3

C12融媒体分中心建设情况

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察微信公众号日常采编运营工作完成情况。
指标权重	4
评价标准及细则	根据工作计划要求，完成宣开展微信公众号日常采编运营工作，得3分；每有一项未完成，扣1分，扣完为止。
数据来源	工作计划、工作总结、台账数据
评价结果	根据工作总结、合同等材料，2025年全年提供原创采编106条，平均每周2条；完成微信公众号编辑、审核、推送2920条，平均媒体8条；提供新闻策划4次、新闻宣传培训6次；全年转发656896次、点赞15538次、评论23626次，粉丝总量63596人次。故本指标得4分。
指标得分	4

C13网络安全漏洞扫描工作开展情况

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察网络安全漏洞扫描工作开展情况。
指标权重	2
评价标准及细则	根据工作计划要求，完成网络安全漏洞扫描工作，得2分；每有一次未完成，扣1分，扣完为止。
数据来源	工作计划、工作总结、台账数据
评价结果	根据合同、网络安全测评报告，完成4次漏洞扫描工作，并出具漏洞扫描报告。故本指标得2分。
指标得分	2

C14视频及图像制作情况

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察视频及图像制作工作开展情况。
指标权重	4
评价标准及细则	根据工作计划要求，完成视频及图像制作工作，得4分；每有一项未完成，扣1分，扣完为止。
数据来源	工作计划、工作总结、台账数据
评价结果	根据工作总结、合同等材料，结合表1.3-1.5，2025年全年完成视频拍摄、剪辑、发布6次，会议活动、镇貌场景拍摄7次，单次视频时长均超过1分钟，宣传图片编辑及长图制作6次。故本指标得4分。
指标得分	4

C15媒体互动情况

报告名称 2025年宣传平台建设项目

预算单位 上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察媒体互动工作开展情况。
指标权重	4
评价标准及细则	根据工作计划要求，开展媒体互动工作工作，得2分；每有一项未完成，扣1分，扣完为止。
数据来源	工作计划、工作总结、台账数据
评价结果	根据工作总结、合同等材料，结合表1.6、1.7，2025年全年完成保障、组织媒体互动活动3次，策划新闻推广、完成媒体分发13次。故本指标得4分。
指标得分	4

C16专题片制作情况

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察专题片制作情况。
指标权重	3
评价标准及细则	根据工作计划要求，完成《城事·虹桥》专题片制作，时长6分钟左右，得3分；每有一项未完成，扣1.5分，扣完为止。
数据来源	工作计划、工作总结
评价结果	根据工作总结、合同等材料，2025年实际实际完成《城事·虹桥》一集，时长5分44秒，时长与计划存在偏差，扣1.5分。故本指标得1.5分。
指标得分	1.5

C21服务考核达标率

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察各项服务验收达标情况。
指标权重	5
评价标准及细则	各类服务按要求验收达标，得5分；每有一项未达标，扣1分，扣完为止。
数据来源	工作计划、工作总结
评价结果	根据各项合同，均按工作计划有序完成，考核验收达标，故本指标得分为5分。
指标得分	5

C31各项工作开展及时性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察各项工作开展及时性。
指标权重	5
评价标准及细则	根据工作计划及方案，及时开展各项活动，得5分。
数据来源	工作计划、工作总结
评价结果	根据各项工作计划、合同，均在计划时间内开展对应工作，故本指标得分为5分。
指标得分	5

D11宣传阵地管理覆盖力

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目宣传阵地管理覆盖情况。
指标权重	5
评价标准及细则	通过项目实施，实现全域覆盖阵地管理，得5分；反之，不得分。
数据来源	工作总结
评价结果	2025年通过强化党群服务站、村居实践站、宣传栏、户外广场等基层阵地内容更新、活动合规，推动各类阵地在关键节点积极发挥作用，实现宣传阵地全覆盖。故本指标得5分。
指标得分	5

D12对外媒体宣传影响力

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目对外媒体宣传影响力提升情况。
指标权重	5
评价标准及细则	通过项目实施，提升对外媒体宣传影响力，得5分；反之，不得分。
数据来源	工作总结
评价结果	2025年对接市区级媒体，发表报道199篇，IPSHANGHAI录用影像166幅。其中，小区新能源“充电宝”、拆了“堵心墙”、“有温度的认证专家”等被评为“今日闵行”月度好稿，利用春申美好生活季对“夜虹桥潮流街区”消费集聚区作整体宣推，借助“精彩申城——网络名人走进闵行”活动、对话街镇访谈栏目等展示虹桥源数创产业带发展，有效提升了对外媒体宣传影响力。故本指标得5分。
指标得分	5

D13自有宣传平台质量

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目自有宣传平台质量提升情况。
指标权重	5
评价标准及细则	通过项目实施，提升自有宣传平台质量，得5分；反之，不得分。
数据来源	工作总结
评价结果	2025年联合部门条线，围绕经济发展、社会治理等主题推出“楼管员手记”、“心悦工作法”、“街区零距离”、“名师工作室”等栏目，全方位展现地区经济社会发展成效，“金虹桥”社区报刊发12期、“金虹桥”推文2920篇、“@闵行虹桥”发布5287条；同时，完成微信公众号头尾灯设计更换，增加“虹桥源数创产业带”、“虹五星党建”合集以及往期阅览海报，拓展互动功能，推出福利赠送、建议留言、线上投票等版块，逐步提升粉丝参与的频次，持续增加用户黏性，有效提升了自有宣传平台质量。故本指标得5分。
指标得分	5

D14网络安全意识提升度

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目网络安全意识提升情况。
指标权重	5
评价标准及细则	通过项目实施，提升网络安全意识度，得5分；反之，不得分。
数据来源	工作总结
评价结果	2025年通过组织镇级工作骨干及相关企业相关负责人参与市区级培训，提升互联网领域党建、安全工作的专业性，并从优化营商环境的角度出发，收集互联网企业诉求，邀请专业师资围绕“网络数据安全”主题授课，为企业发展答疑解惑；有序落实网络安全周相关工作，将网络安全相关知识融入暑期活动、反诈宣传等工作之中，线上线下推动网络安全重要性宣传，提升网络安全意识。故本指标得5分。
指标得分	5

D15重大负面舆情事件

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察重大负面舆情事件控制情况
指标权重	4
评价标准及细则	通过项目实施，实现全年无重大负面舆情事件，得4分；反之，不得分。
数据来源	工作总结
评价结果	2025年未发生重大负面舆情事件，故本指标得4分。
指标得分	4

D21长效管理制度健全性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目的长效管理机制是否健全。
指标权重	3
评价标准及细则	梳理项目内容与实施情况，必要的长效管理应包括：素材档案管理机制、项目跟踪机制、与资金拨付挂钩的考核机制等；每缺失1项长效管理制度，扣1分，扣完为止。
数据来源	长效管理制度
评价结果	为了保障项目后续发展，制定相应的长效管理机制，包括培训机制，定期对第三方企业做好网络安全培训工作；档案管理机制，做好档案收集整理工作；但长效运维机制中缺少了长效运维机制中缺少针对服务单位的准入及淘汰机制、考核激励机制，对日常管理及考核的约束性有所影响；未建立对社区报发行对象（社区居民）定期回访机制，难以全面掌握群众真实反馈，不利于后续优化提升，扣2分。故本指标得1分。
指标得分	1

D22长效管理制度执行有效性

报告名称

2025年宣传平台建设项目

预算单位

上海市闵行区虹桥镇党群工作办公室

指标解释	考察项目的长效管理机制是否有效执行。
指标权重	3
评价标准及细则	已有的长效管理机制的执行有效性，每有1项长效管理机制未按既定要求有效执行，扣1分，扣完为止。
数据来源	长效管理制度
评价结果	现有的项目培训机制、档案管理机制均按既定要求有效执行。故本指标得分为3分。
指标得分	3

附件三：专家意见修改对照表

专家意见修改对照表		
序号	专家意见	修改情况
1	P2,“开展4次开展”,应是多余文字输入。	调整全文对应文字表述。
2	存在问题3.项目长效管理机制不完善,第二点“二是对社区报发行对象(社区居民)定期回访机制,难以全面掌握群众真实反馈,不利于后续优化提升。”,是不是指缺乏回访机制? 报告结论反映问题第三点中“社区报发行定期回访机制-----”的表述不够准确,建议结合回访覆盖率的分析,进行补充完善。	调整全文对应文字表述。
3	指标A31预算编制合理性,“但细化的单价依据不足”,建议给出原始单价依据是什么。	指标A31调整为:项目预算主要根据历年预算安排和执行情况编制,与项目实施内容基本对应,但细化的单价依据不足,外宣工作和短视频平台建设尾款未在预算中体现。
4	C11社区报发行情况,建议再加一个信息,类似“社区报按照计划要求分发至相关单位和家庭”。	指标C11调整为:根据工作总结、合同等材料,2025年全年发行社区报12期,每期印刷数为10000份,社区报按照计划要求分发至相关单位和家庭。
5	C16专题片制作情况,时长与计划存在偏差,原计划时长是多少?	报告P13“3.3)《城事·虹桥》专题片制作”具体实施内容和P17表1.9合同明细,计划成片时长约6分钟,实际5分44秒。 指标C16调整为:根据工作总结、合同等材料,2025年实际实际完成《城事·虹桥》一集,时长5分44秒,时长与计划存在偏差。
6	网信工作经费,为何会在宣传平台建设经费中?	根据访谈,网络信息平台安全是上级部门对党群办(宣传条线)考核内容之一,财政预算统筹,宣传文化专项资金统一归口管理,同类阵地建设资金合并立项,不再单独拆分“宣传平台”、“网信平台”两个项目,减少重复申报。
7	在项目背景中,建议补充宣传平台建设的子项目的工作内容,主要是说明为什么要做这些子项目。	根据专家意见,调整报告P5背景段落。

专家意见修改对照表		
序号	专家意见	修改情况
8	结合预算编制中网信工作经费执行率较低的情况，建议在工作实际中说明此项工作的完成情况。若是都完成了此项工作，预算没有支出完，那么说明预算编制存在问题。	报告P10“2) 网信工作经费”完善具体工作内容和实施情况，并在项目预算编制合理性中扣分。
9	在存在的问题中，建议对C类扣分指标提出问题。	对D21长效管理制度健全性扣分项在问题3中体现。
10	项目预算调整率一般不用加“—”符号。	调整关于预算调整率相关表述。