



订14000份，宣传部订阅611份，送四套班子领导（29人），各乡镇农家书屋（269份），媒体监督员30份，网宣志愿者128份，市民巡访员30份，四办主任10份，区委办30份，宣传部20份，机管局10份，财务室6份，电视台50份，其余下发乡镇、银行、通讯公司、保险公司、委局、酒店、邮政局、企业等；（5）文汇报：每日发行，计划征订2000份；（6）经济日报：每日发行，计划征订700份，宣传部订阅155份，送乡镇农家书屋、组织部42份，宣传部13份，其余下发乡镇、银行、委局、企业等；（7）光明日报：每日发行，计划征订510份，宣传部订阅206份，送乡镇委局200份，宣传部6份，其余下发乡镇、银行、委局、邮政局、企业等；（8）瞭望：半月刊，计划征订40份，宣传部订阅40份（送四套班子领导29人，宣传部11份）；（9）经济参考报：每日发行，计划征订40份，宣传部订阅40份（送四套班子领导29人，宣传部11份）；（10）东方城乡报：每日发行，计划征订4200份，宣传部订阅593份（送各乡镇农家书屋538份，区市民巡访团成员30份，宣传部23份），其余下发乡镇、银行、委局、邮政局、企业等；（11）人民论坛：月刊，计划征订5份，宣传部5份。								
	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
			人民日报征订份数	500	500	3	3	
			解放日报征订份数	500	500	3	3	
			上海观察征订份数	500	500	3	3	
			经济日报征订份数	200	200	3	3	
			光明日报征订份数	200	200	3	3	
			瞭望杂志征订份数	40	40	3	3	
			经济参考报征订份数	40	40	3	3	
			东方城乡报征订份数	120	120	3	3	
			人民论坛杂志征订份数	8	8	3	3	

绩效指标	产出指标	数量指标	宣传信息工作培训次数	1	1	3	3	
			宣传信息工作培训参加人数	≥100	100	3	3	
			宣传信息工作培训主讲老师人数	≥2	2	3	3	
			电脑维修保养台数	≥25	25	3	3	
			打印机维修保养台数	≥18	18	3	3	
			网络系统保养维护数量	2	2	3	3	
			其它办公设备维修保养工作计划完成率	100%	100%	3	3	
			聘用人员补贴发放计划完成率	100%	100%	3	3	
		质量指标	聘用人员合格率	=100%	100%	3	3	
			报刊分发对象匹配度	1	1	3	3	
	时效指标	项目完成及时性	及时	及时	3	3		
			提高订阅人员思想觉悟	提高	提高	3	3	

效益指标	社会效益指标	拓展订阅人员文化认识	拓展	拓展	3	3	
		提高办公环境舒适度	提高	提高	2	2	
		增强单位办公人员工作积极性	增强	增强	2	2	
		保障日常办公正常运行	保障	保障	2	2	
		提升单位人员工作效率	提升	提升	2	2	
		提升宣传信息工作专业度	提升	提升	2	2	
		促进储备人才建设	促进	促进	2	2	
		有责投诉数	0	0	2	2	
	可持续影响指标	长效管理制度健全性	健全	健全	2	2	
		人员配置合理性	合理	合理	2	2	
		受益人员满意度	≥80%	80%	2	2	
		信息公开规范化	规范	规范	2	2	
		项目长效管理制度健全性	健全	健全	2	2	
总分				100	100		

---

财政项目支出绩效自评表								
(2020 年度)								
项目名称		新华通讯社向崇明区政府供稿 服务费						
主管部门		宣传部			实施单位	宣传部		
项目资金 (元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
		年度资金总额	1000000.00	1000000.00	1000000	10	100.00%	10
		其中：当年财政拨款	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	—		
		上年结转资金				—		
		其他资金				—		
年度 总体 目标	预算目标				实际完成情况			
	项目总目标：围绕崇明区世界级生态岛建设的战略目标，依托国家级媒体可以更好地对外宣传生态崇明，不断提高崇明对外知名度和美誉度，最大程度的把崇明的发展情况、投资环境、各种优势、人文环境等宣传出去，提升崇明的国际影响力和知名度，才能在扩大开放中取得丰硕成果，不断加强崇明内容的宣传，扩大崇明影响力，推动崇明各行各业发展。项目年度目标：借助国际自行车赛、生态岛国际论坛等国际文化、体育活动，强化活动策划，传播崇明形象、讲好生态故事，营造崇明生态文明建设氛围，宣传其中包括：采编系列宣传片期数≥50期；根据往年支出编制大屏广告投放次数≥400次，线路和区域未确定，保证及时完成各个项目。				已完成			
绩效	一级指标	二级指标	三级指标	年度 指标值	实际 完成值	分值	得分	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标	数量指标	采编系列宣传片期数	≥50期	50	10	10	
			大屏广告投放次数	≥400次	400	10	10	
			新华社供稿、宣传工作 开展良好	良好	良好	10	10	
		时效指标	新华社供稿、宣传工作 开展及时性	及时	及时	10	10	
			有效发挥舆情报告决策 参考作用	有效发挥	有效发挥	10	10	

指标	效益指标	社会效益指标	提高生态岛建设宣传力 度	提高	提高	10	10	
			提高崇明对外知名度	提高	提高	5	5	
			提高崇明美誉度	提高	提高	5	5	
		可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	健全	5	5	
			管理人员满意度	≥85%	100%	5	5	
			人员配置合理性	合理	合理	5	5	
			信息公开情况	公开	公开	5	5	
		总分				100	100	

财政项目支出绩效自评表							
(2020 年度)							
项目名称	理论武装						
主管部门	宣传部			实施单位	宣传部		
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额	770000.00	770000.00	750000	10	97.41%	9.74
	其中：当年财政拨款	770,000.00	770,000.00	750,000.00	—		
	上年结转资金				—		
	其他资金				—		
	预算目标			实际完成情况			
年度总体目标	<p>项目总目标：党委（党组）中心组是各级领导干部理论学习的重要组织形式，是加强领导班子思想政治建设的重要途径。要进一步提高党委（党组）中心组学习的质量和效果，坚持理论性、突出针对性、讲求实效性，大力弘扬马克思主义学风，坚持读原著、学原文、悟原理，在真学、真信、真用、真行上下功夫，把全面系统的学习与干什么学什么、缺什么补什么结合起来，把重点发言和研讨交流、个人自学和集中研学结合起来，不断提高马克思主义理论水平，不断提高运用科学理论解决实际问题的能力。要推动中心组学习的制度化规范化，完善学习规则、加强统筹指导，强化各级党委（党组）的主体责任和主要负责同志的第一责任，进一步建立健全学习计划。项目年度目标：1.中心组学习报告会：年度内进行约10场学习会，平均每月1次，视频会议参加人数约180-220人，现场会议参加人数600-700人，参与人员为区委四套班子领导及全区处级及处级以上干部，计划年内完成。2.两级中心组和基层党员干部学习资料、学习记录本印制：帮两级中心组成员采购参考书目以供自学，巩固学习成果，提高理论水平和修养；印制学习记录本，集体记录本约200-300本，个人记录本约700本；其他学习资料，如2017年十九大系列丛书采购约5000多册，本年度此部分预算参照历年实施情况编制，计划年内完成。3.中心组学习交流会暨学习型党组织建设推进会：计划于4月下旬举行1次学习型党组织建设推进会，内容包括两级中心组到基层学习情况、交流工作经验和学习心得，表彰工作先进集体和个人，出席人员包括区推进学习型党组织建设领导小组及办公室成员，各乡镇党委班子成员、宣传委员，委局、公司、园区党委（党组）分管领导等，参会人员150人左右，计划年内完成。4.课题调研经费：中心组成员根据不同课题进行课题调研，出具1篇调研报告（课题包括全生态课题研究等）汇编成册，并编印成集，计划年内完成。5.主题宣讲：根据形势任务需要，计划举办3期基层理论宣讲骨干培训，开展治国理政、区委务虚会等不同主题的宣讲活动，宣讲老师费用1000元-2000元/场，场次根据市里工作部署和区委工作要求确定，参训人员共120人左右，计划年内完成。7.示范点创建：组织开展区内党政机关、事业单位、企业、行政村、社区的学习型党组织建设示范点创建，计划创建60个左右示范点，年底进由区级领导小组对所有示范点按照标准进行考核，预算组成包括会议费及通过考核的示范点每家1000元的补贴，</p>			已完成			



计划年内完成。8.资料费：中宣部、市委宣传部要求采购的学习资料，为四套班子订购2019年度人民论坛、新视界、学习活页，预算组成包括包括通俗理论书籍、重大会议辅导材料、报刊订购、学习资料整理印制、讲座整理，购买《东方潮》110本、《习近平在正定》200本，计划年内完成。9.社会舆情调研、舆情调研信息员培训及座谈会会务费：围绕重大政治活动、市委区委中心工作和百姓关心的热点难点开展社会舆情调研；每年6/7月份进行1次社会舆情信息员培训（乡镇3名，委局1-2名），由市委宣传部舆情处领导或其他老师进行授课，讲课标准为1000元-2000元/每次；对各舆情信息员提供的有效信息稿进行稿费补贴，标准为50元/每次，另编发学习资料、购买发放学习书籍，计划年内完成。								
	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
产出指标	数量指标		年度中心组学习报告会 场次	≥10	16	5	5	
			中心组视频学习报告会 参会人数	≥180	360	5	5	
			中心组现场学习报告会 参会人数	≥40	270	5	5	
			集体学习记录本印制册 数	≥200	200	3	3	
			个人学习记录本印制册 数	≥700	700	3	3	
			举办学习型党组织建设 推进会次数	1	1	3	3	
			出具课题调研报告篇数	≥30	30	3	3	
			年度举办主题宣讲次数	≥3	3	3	3	

绩效指标							
		基层宣讲员人数	≥80	80	3	3	
		学习型党组织建设示范点个数	60	60	3	3	
		舆情调研信息员培训次数	1	1	3	3	
		舆情调研信息员人数	≥100	100	3	3	
		扩展学习工作计划完成率	100%	100%	3	3	
	质量指标	宣传讲座覆盖率	100%	100%	3	3	
	时效指标	项目完成及时性	及时	及时	3	3	
	社会效益指标	实现党员教育目标	实现	实现	3	3	
		提升党员文化素养	提升	提升	3	3	
		扩大理论武装工作影响力	扩大	扩大	3	3	
		加强理论研究工作	加强	加强	3	3	
		完善基层党建工作	完善	完善	3	3	
		扩大学习型党组织建设					

	效益指标		示范点创建	扩大	扩大	3	3	
			加强社会舆情调研工作	加强	加强	3	3	
			提升舆情调研信息员专业度	提升	提升	3	3	
			有责投诉数	0	0	3	3	
		可持续影响指标	项目长效管理制度健全性	健全	健全	3	3	
			人员配置合理性	合理	合理	3	3	
			信息公开规范性	规范	规范	3	3	
	满意度指标	服务对象满意度指标	受众群体满意度	≥80%	100%	3	3	
总分						100	99.74	

财政项目支出绩效自评表								
(2020 年度)								
项目名称		媒体管理						
主管部门		宣传部			实施单位	宣传部		
项目资金 (元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
		年度资金总额	290000.00	290000.00	280000	10	96.56%	9.65
		其中：当年财政拨款	290,000.00	290,000.00	280,000.00	—		
		上年结转资金				—		
		其他资金				—		
年度总体目标	预算目标				实际完成情况			
	项目总目标：为贯彻市委宣传部对地方文化建设工作的要求，提升社会正能量，区委宣传部加强新闻媒体社会监督工作及相关新闻评选工作，有效提升新闻宣传工作质量。 项目年度目标：1.新闻媒体社会监督员会议:①媒体监督员通讯及交通补贴费：媒体监督员20人，补贴每年2次，每次1000元/人，根据历年工作量进行评估目标，19年上半年，所有媒体监督员，对各类新闻媒介中存在的问题的内容反馈情况合计300多次；②媒体监督员会议：每年举行2次媒体监督员会议，包括会务费、学习资料费、培训费、评奖费。2.瀛洲好新闻奖评选：包括奖励费（一等奖3000元，二等奖2000元，三等奖1500元，优秀奖1000元）和评委费、会务费、作品集印刷费、奖励证书制作费用。				已完成			
产出指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	数量指标		媒体监督员会议举行次数	2次	2	10	10	
			媒体监督员会议参加人数	20人	20	10	10	
			瀛洲好新闻奖评选工作计划完成率	100%	100%	5	5	
			应补尽补率	100%	100%	5	5	
	质量指标		补贴发放对象准确率	100%	100%	5	5	

绩效指标		时效指标	项目完成及时性	及时	及时	5	5	
	效益指标	社会效益指标	提升社会正能量的影响力	提升	提升	5	5	
			扩大爱国主义宣传	扩大	扩大	5	5	
			促进地方文化发展	促进	促进	5	5	
			保障新闻媒体监督工作	保障	保障	5	5	
			提高新闻工作者积极性	提高	提高	5	5	
			提升新闻宣传工作质量	提升	提升	5	5	
			有责投诉数	0	0	5	5	
		可持续影响指标	项目长效管理制度健全性	健全	健全	5	5	
			受益人员满意度	≥80%	80%	5	5	
			信息公开规范性	规范	规范	5	5	
	总分					100	99.65	

财政项目支出绩效自评表							
(2020 年度)							
项目名称	对外宣传						
主管部门	宣传部			实施单位	宣传部		
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额	4630000.00	4630000.00	4500000	10	97.20%	9.72
	其中：当年财政拨款	4,630,000.00	4,630,000.00	4,500,000.00	—		
	上年结转资金				—		
	其他资金				—		
	预算目标			实际完成情况			
年度总体目标	<p>项目总目标：对外宣传工作是综合国力的重要组成部分，也是地区发展实力的重要标志。在扩大开放、招商引资过程中，只有最大程度地把崇明的发展情况、投资环境、各种优势、人文环境，包括发展机会、发展空间宣传出去、推介出去，千方百计提升崇明的国际影响力和知名度，才能在竞争激烈的招商引资中赢得主动，在扩大开放中取得丰硕成果。加强对外宣传工作不仅有提升形象、推动开放的作用，对内也有凝聚人心、更新观念、促进物质文明和精神文明建设的巨大作用。本项目在年度内不断加强崇明内容的宣传投放工作、各新老媒体的合作推送崇明内容、崇明地方文化的建设推广，不断扩大崇明的影响力，推动崇明各行各业的发展。项目年度目标：根据2019年对外宣传联络项目总目标，认真贯彻落实区政府对对外宣传工作的要求，区委宣传部按照制定的项目实施制度与措施细化落实年度绩效目标。1、接待岛外媒体来崇采访接待费用：接待来本区采访的岛外媒体人员，期间产生的住宿费、餐费、租车费、交通补贴、会务费，项目还未具体执行，预算按照往年部分支出来编制。2、宣活动及画册、专题片拍摄、设计、制作：摄影家采风活动，包括航拍摄影展、邀请岛外知名摄影家来崇明摄影推广崇明；3、改版制作外宣画册、折页等；4、崇明互联网自媒体大会活动，与互联网公司合作，邀请网络大V来崇明，通过知名网络平台发布崇明相关内容，以扩大对崇明的宣传；5、崇明生态旅游系列短视频制作，委托第三方拍摄制作崇明景区宣传片，增加来崇旅游人数；崇明生态农业宣传资料设计制作、崇明对外宣传资料和媒体合集设计制作，通过制作折页、单片、展示架的宣传模式进行宣传工作。6、专题节目制作与视频拍摄推广和直播：旅游、农业、体育、乡镇专题节目制作与视频拍摄推广费，对各主题内容制作10-15分钟的节目，在崇明电视台及相关新媒体平台上进行投放。7、地铁、社区广告投放：人民广场地铁LED大屏广告投放，包括崇明30秒宣传片、15秒崇明宣传广告等，投放频次未确定，预算根据往年支出编制；地铁视频广告投放30秒品牌宣传广告；公交车身广告投放及社区广告投放，线路和区域未确定，预算根据往年支出编制。8、各类主题、专版、专栏宣传，重大活动宣传推广、春节团拜会、大型宣传活动、“三下乡”活动等。9、制作“上海崇明”微信、app客户端推广视频两部，以及对“上海崇明”微信公众号进行网络推广和游戏开发制作，制作宣传品至少2种。</p>			已完成			

绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	接待岛外媒体来崇采访次数	≥5次	50	5	5	
			宣传制作计划完成率	100%	100%	5	5	
			各类大型主题活动完成率	100%	100%	5	5	
			制作宣传品	≥2种	2	5	5	
			广告发布次数	≥3次	3	5	5	
		质量指标	宣传活动开展情况	良好	良好	5	5	
			各项目完成质量情况	良好	良好	5	5	
			广告宣传完成情况	良好	良好	5	5	
			项目验收合格率	100%	100%	5	5	
		时效指标	项目完成及时性	及时	及时	5	5	
绩效指标			扩大崇明的影响力	扩大	扩大	5	5	
			推进崇明旅游业的发展	推进	推进	5	5	
			保障岛外媒体的采访质量	保障	保障	5	5	

效益指标	社会效益指标						
		提高地方的文化软实力	提高	提高	5	5	
		强化对外宣传	强化	强化	5	5	
		加强崇明新媒体宣传的建设	加强	加强	3	3	
		提升崇明整体形象	提升	提升	2	2	
		扩大传播面	扩大	扩大	2	2	
		社会群众满意度	≥85%	100%	2	2	
	可持续影响指标	项目长效管理制度健全性	健全	健全	2	2	
		人员配置情况	合理	合理	2	2	
		信息公开规范性	规范	规范	2	2	
总分				100	99.72		



财政项目支出绩效自评表							
(2020 年度)							
项目名称	舆情监测及网评员队伍建设						
主管部门	宣传部			实施单位	宣传部		
项目资金 （元）		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额	1280000.00	1280000.00	1270000	10	99.22%	9.92
	其中：当年财政拨款	1,280,000.00	1,280,000.00	1,270,000.00	—		
	上年结转资金				—		
	其他资金				—		
总体目标	预算目标			实际完成情况			
	<p>项目总目标：按照国家互联网法律规定，把网上舆论信息管理工作作为意识形态工作的重要内容，牢牢掌握网络舆论的主动权，加强正面宣传，疏导消极情绪，有效控制负面信息传播扩散，树立政府工作的良好形象，不断提高网络舆情研判、预警、处置能力和水平，构建职责明确、应对及时、处置稳妥、宣传有力、考核到位的网络舆论信息管理工作体系。加强舆情监测平台建设工作，增强区域舆情收集的能力；加强对网宣员、网评员、公众号小编的培训，提升舆情监测工作的专业度，保障区域内网络舆情工作顺利开展，推进社会正能量宣传。</p> <p>项目年度目标：舆情监测及网评员队伍建设：公安局网安支队及第三方服务公司完成①舆情监测30万元，包括主要监测范围为报刊、网站、论坛、微博，监测与崇明政府部门相关的舆情信息；电视新闻监测为监测与崇明相关的电视新闻，主要覆盖上海、央视的新闻频道。通过舆情预警、日报、周报的方式提供；微信监测为微信公众号与客户相关的舆情信息，以负面信息为主。②舆情预警10万元，包括已经购买“舆情监测”服务；每天7*8，发送预警快报通知；每日发送不超过4次，发送不超过10个号码；工作日一旦发生重大负面舆情，及时通过微信发送涉及崇明的相关负面舆情信息，如当日没有负面信息，则发送“今日没有监测到负面信息”。对于重要的突发舆情，统计电视、报刊、网站、论坛、微博、微信公众号等媒体舆情信息发布量，通过微信、qq发送给本部，每日统计、发送不超过4次。网宣指挥平台建设20万元，包括支持管理员PC端及微信端下发微博任务给网评员（全部或部分或群组），网评员队伍的信息维护，培训等。市、区级核心网评员队伍建设，网评员队伍培训及交流研讨活动的租场费、师资费、餐费、材料费、宣传费。政务新媒体微信矩阵建设10万元，政务新媒体建设微信平台的队伍培训及交流研讨活动的租场费、师资费、餐费、材料费、宣传费。网评员总结表彰、奖励4万元，对市级、区级网评员进行表彰奖励，市级1*2000、3*1000、5*600，区级5*2000、10*1000、20*600。网评员数据流量补助48万元，按照市级标准，每人每月补助流量费200元。200*12*200。网络舆情志愿者队伍建设5万元，网络志愿者队伍的培训费、餐费、专家费等，志愿者下基层开展宣讲活动的租车费、餐费、补贴等。基层敏感舆情报送信息费5万元，发动网络安全志愿者报送基层原发性敏感舆情，信息费、奖励费等。</p>			已完成			

绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	完成培训次数	≥2次	5	5	5	
			参加培训人数	≥160人	500	5	5	
			舆情预警快报每日发送次数	≤4次	1	5	5	
			招募网评员人数	≥200人	2000	5	5	
			突发舆情情况每日统计发送次数	≤4次	3	5	5	
			年度网评员奖励次数	1次	1	5	5	
		质量指标	培训合格率	100%	100%	5	5	
		时效指标	项目完成及时性	及时	及时	5	5	
	效益指标	社会效益指标	提升舆情监测工作效率	提升	提升	5	5	
			扩大舆情监测覆盖范围	扩大	扩大	5	5	
			减少负面信息的传播	减少	减少	5	5	
			提高网评员的工作专业性	提高	提高	5	5	

			提升网评员的工作积极性	提升	提升	5	5	
		可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	健全	5	5	
			人员配置合理性	合理	合理	5	5	
			信息公开情况	公开	公开	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度指标	受益人员满意度	≥90%	100%	10	10	
总分						100	99.92	

财政项目支出绩效自评表								
(2020 年度)								
项目名称		办公设备购置						
主管部门		宣传部			实施单位	宣传部		
项目资金 (元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
		年度资金总额	15800.00	15800.00	15800	10	100.00%	10
		其中：当年财政拨款	15,800.00	15,800.00	15,800.00	—		
		上年结转资金				—		
		其他资金				—		
年度	预算目标				实际完成情况			
总体	项目总目标：按照区委宣传部2020年工作目标。				已完成			
目标	项目年度目标：单反相机1台、办公桌2张、铁皮柜1只。							
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	单反相机	1台	1	10	10	
			办公桌	2张	2	10	10	
			铁皮柜	1只	1	10	10	
		时效指标	项目完成及时性	及时	及时	10	10	
	效益指标	社会效益指标	增强单位办公人员工作积极性	增强	增强	10	10	
			保障日常办公正常运行	保障	保障	5	5	
			提升单位人员工作效率	提升	提升	10	10	
			有责投诉数	0	0	5	5	

		可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	健全	10	10	
			信息公开情况	公开	公开	10	10	
总分						100	100	

财政项目支出绩效自评表							
(2020 年度)							
项目名称	社会宣传						
主管部门	宣传部			实施单位	宣传部		
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额	1340000.00	1340000.00	1300000	10	97.02%	9.7
	其中：当年财政拨款	1,340,000.00	1,340,000.00	1,300,000.00	—		
	上年结转资金				—		
	其他资金				—		
	预算目标			实际完成情况			
年度总体目标	<p>项目总目标：为贯彻市委宣传部对公益广告类建设、爱国主义教育建设、地方文化建设等工作的要求，区委宣传部落实公益广告、公益广告播发、重大活动图片展、节庆环境布置等工作，促进精神文明建设，推进社会主义核心价值观建设，提升社会正能量；加强爱国主义教育基地宣传工作，加强地方爱国主义教育建设，扩大爱国主义宣传。</p> <p>项目年度目标：1.公益广告、公益广告播发、重大活动图片展、节庆环境布置：①主要道路招风旗、灯箱设计制作费：在崇明城区约22条主次干道路的路灯杆上设置约近千对招风旗（260元/对;组成标准为道旗抱箍、丝杆、装饰球、喷绘布175元/组，安装人工费35元/组，含5个月的日常管理费、维护费50元/组），设置对数约为482对，灯箱公益广告发布约100幅（200元/幅），招风旗及灯箱广告每3个月视破损情况进行更换以及根据宣传主题进行更换。②电子显示屏、围栏围墙广告、候车亭广告设计制作、维护费：6块电子显示屏每月根据两会、创城、节庆等不同主题发布约15幅广告（50元/幅，不含设计费、维护费），在城区约27个路口设置约433块公益围挡（根据材料，每块围挡单价180元或320元），在全区约300多座公交候车亭设置公益类广告（根据不同类型，按面积核准单价40元/m<sup>2</sup>或50元/m<sup>2</sup>，还包括安全保护费、运输费、玻璃损耗费、辅材费、人工费合计255元/座），以上媒介每周进行1-2次维护。③图片巡展、节庆环境宣传、宣传橱窗管理及维护、宣传资料、宣传品印刷费：参考历年实施情况，根据上级部门安排对重大活动进行相关图片巡展活动，执行节庆环境宣传包括在重要道路、重要交通枢纽、重点街区(镇区)、旅游景区、公交站亭、码头等位置进行国旗、海报、喷绘等多种形式庆国庆活动，宣传资料包括城区22条主要道路设置的关于核心价值观、讲文明树新风等户外广告；具体包括崇明区“2018年学习贯彻‘两会’精神专题图展”巡展统一由广告公司送至各乡镇，费用由宣传部支付（每个乡镇500元，含运搬运费、交通费等），每个乡镇巡展3-5天；18个乡镇以及区委宣传部共计发放垃圾分类宣传海报2000份；18个乡镇以及教育局、公安局、卫计委、宣传部分发“学习十九大精神”宣传挂图共计600幅等内容。④公益广告阵地管理及维护费：在本区人民路东门路工农向明集团楼顶，设置三面翻公益广告，广告发布价45000元/年，维护费5000元/年。瀛洲路绿海路口大型公益广告牌发布费、维护费、检测费等约5000</p>			已完成			

0元。2.爱国主义教育基地宣传、维护管理及活动补贴费:①崇明区烈士馆个;②崇明区博物馆;③竖河镇大烧杀遗址;④上海雷锋纪念馆;⑤解放崇明岛登陆纪念碑;⑥崇明区档案馆;⑦陈家镇瀛东村;⑧唐一岑墓;各基地公益广告宣传,设计制作宣传画面等。								
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标	数量指标	工作计划完成率	=100%	100%	10	10	
			招风旗	2100条	2100	5	5	
			灯箱	40个	40	5	5	
			候车亭广告	300个	300	5	5	
			围栏围墙节庆广告	700对	700	5	5	
			宣传资料	20000份	20000	5	5	
		时效指标	计划完成及时性	及时	及时	5	5	
	效益指标	社会效益指标	加强爱国主义教育建设	加强	加强	5	5	
			扩大爱国主义宣传	扩大	扩大	5	5	
			提升社会正能量的影响力	提升	提升	5	5	
			推进社会主义核心价值观建设	推进	推进	5	5	
			群众满意度	≥90%	90%	5	5	

			工作积极性与主动性	积极	积极	5	5	
		可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	健全	5	5	
			信息公开情况	公开	公开	5	5	
			宣传渠道多样性	多样	多样	5	5	
	满意度指标	服务对象满意度指标	机关工作作风公众满意度	≥80%	80%	5	5	
总分						100	99.7	



财政项目支出绩效自评表								
(2020 年度)								
项目名称		网络安全与关键信息基础设施						
主管部门		宣传部			实施单位	宣传部		
项目资金 (元)			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
		年度资金总额	410000.00	410000.00	390000	10	95.13%	9.51
		其中：当年财政拨款	410,000.00	410,000.00	390,000.00	—		
		上年结转资金				—		
		其他资金				—		
年度 总体 目标	预算目标				实际完成情况			
	项目总目标：加强舆情监测平台建设，增强区域舆情收集的能力，推进社会正能量宣传。项目年度目标：网络安全与关键信息基础设施。网络安全宣传（全年）18万，宣传品、宣传展板、广告制作费、网宣志愿者餐费、补贴。网络安全公益活动8万，宣传费、材料制作费、评选、表彰等。网络安全宣传周8万元，开幕式活动租场费、租车费、培训费、餐费、保险、论坛。关键信息基础设施安全检查8万元，包括租场费、租车费、误餐费、培训费、宣传费等。关键信息基础设施安全检查中涉及的问题和安全隐患的咨询及技术处理15万元。				已完成			
绩效 指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度 指标值	实际 完成值	分值	得分	偏差原因分析及 改进措施
	产出指标	数量指标	网络安全宣传活动	≥1次	1	10	10	
			关键信息基础设施安全 检查及处理	≥1次	1	10	10	
			活动计划完成率	100%	100%	10	10	
		时效指标	项目完成及时性	及时	及时	10	10	
	效益指标	经济效益指标	减少人员支出	减少	减少	10	10	
		社会效益指标	保障网络舆情平台顺利	保障	保障	10	10	

			推进社会正能量宣传	推进	推进	10	10	
		可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全	健全	10	10	
			信息公开规范性	规范	规范	10	10	
总分						100	99.51	