

财政项目支出绩效自我评价

项目名称		机关服务费							
主管部门		中国共产党上海市委员会宣传部	实施单位		上海市精神文明建设委员会办公室				
项目资金（万元）				年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率	得分
		年度资金总额		14.00	14.00	12.98	10.00	92.71	9.27
		其中：当年财政拨款		14.00	14.00	12.98	-	92.71	-
		上年结转资金		0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金		0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度总体目标		预期目标			实际完成情况				
		落实机关公务用车制度改革工作会议要求，保障公务用车需求，保证公务出车安全。			完成年度公务用车保障需求，车辆维护保障及时，公务出车安全。				
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		
产出指标	数量指标	根据工作需要及时出车	=100(%)	100.00(%)	12.50	12.50			
	质量指标	全年安全用车无事故	=100(%)	100.00(%)	12.50	12.50			
	时效指标	及时响应单位公务用车需求响应效率	=100(%)	100.00(%)	12.50	12.50			
	成本指标	公务用车费用	达到100%预算控制率	达成指标	12.50	12.50			
效益指标	社会效益指标	公车使用无投诉	=100(%)	100.00(%)	30.00	30.00			
满意度指标	服务对象满意度指标	办内职工对公务用车的满意程度	≥90(%)	90.00(%)	10.00	10.00			
					100	99.27			
评分等级		优							

财政项目支出绩效自评价

进博会社会宣传及窗口服务保障项目							
项目名称							
主管部门	中国共产党上海市委员会宣传部	实施单位	上海市精神文明建设委员会办公室				
项目资金（万元）		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率	得分
	年度资金总额	0.00	402.86	402.86	10.00	100.00	10.00
	其中：当年财政拨款	0.00	402.86	402.86	-	100.00	-
	上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
	其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度总体目标	预期目标			实际完成情况			
	<p>落实进博会各项工作要求，助放大进博会的溢出效应。各项活动、宣传、培训工作按计划及时开展。城市文明志愿服务工作水平持续提升，被主流媒体宣传报道，营造服务进博良好社会氛围。严格执行预算，各项活动符合环保要求，有良好的经济、社会、生态效益。服务对象满意度及参与人员满意度较高。在进博会组委会的统一领导下，汲取往届进博会积累的宝贵经验，持续做好第六届进博会社会宣传保障工作。开展全方位多层次全媒体网络宣传活动，不断放大第六届进博会网络宣传效应。围绕学习宣传贯彻党的二十大精神、发挥行业先进典型示范带动作用，贯彻落实中国国际进口博览会城市服务保障领导小组（扩大）会议精神，推动窗口服务保障组各行业开展进博相关主题活动、综合培训及公益宣传。</p>			<p>统一设计制作20万余件带有上海志愿者标识的台卡、旗帜、六折页、玻璃贴、笔记本、徽章、便利贴等宣传品和志愿者服装、口罩、药箱、遮阳帽、雨衣等防护设备和保障物资；购买、筹募价值800余万元的护肤品、姜茶、饮料、牛奶等志愿者关爱保障物资，统一发放至各区和相关单位；统一设计制作专项服务证书，开展进博会志愿服务先进集体和个人推选表扬；依托“上海志愿者”网站、微信、微博、抖音、简报等平台载体设立“进口博览会志愿服务”专栏，刊发城市文明志愿服务典型事迹近300条，阅读量超20万人次；联合推出“我的进博志愿日记2023”系列宣传报道。100%执行完成第六届进博会经费预算，召开窗口服务保障工作推进会，按计划组织开展进博会相关活动。基本完成进博会宣传氛围营造与相关培训工作。紧扣各阶段时间节点，广泛利用各类公益宣传阵地以及我办官网、微信、微博等网络平台，持续发布进博主题宣传素材，在全市范围营造浓厚氛围。</p>			
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
产出指标	数量指标	窗口服务行业开展进博会有关活动覆盖率	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		召开窗口服务保障工作推进会	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		重点区域公益宣传	≥30.00(天)	30.00(天)	3.00	3.00	
		重要节点倒计时系列宣传	≥45.00(天)	45.00(天)	3.00	3.00	
		进博会社会宣传网上资源库网络服务时间	=1.00(年)	1.00(年)	2.00	2.00	
		进博会网上专题宣传活动开展	=1.00(项)	1.00(项)	2.00	2.00	
		志愿者代表慰问人数	=1400.00(人次)	1400.00(人次)	2.00	2.00	
		表扬优秀个人、集体数	≥180.00(个)	180.00(个)	2.00	2.00	
		制作城市文明志愿者激励保障物资	=1.00(批)	1.00(批)	2.00	2.00	
		城市文明志愿者宣传报道数	≥300.00(篇)	300.00(篇)	2.00	2.00	
		制作城市文明志愿者宣传片	=1.00(集)	1.00(集)	2.00	2.00	
		制作城市文明志愿服务站点保障物资	=1.00(批)	1.00(批)	2.00	2.00	
		重要节点倒计时系列宣传质量达标率	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	

	质量指标	重点区域公益宣传质量达标率	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
		志愿服务宣传内容准确率	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
		志愿者激励嘉许对象准确率	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
		网站质量安全稳定	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
		进博会有关活动完成率	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
	时效指标	进博会有关活动按计划开展	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
		志愿者激励及时性	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
		志愿者、志愿服务站点保障、宣传物资发放及时性	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
	成本指标	控制在概算资金范围内	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
	效益指标	经济效益指标	规范使用资金	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00
资源分配和资源利用率			稳步提升	达成指标	3.00	3.00	
社会效益指标		进博会宣传氛围浓厚	=100.00(%)	70.00(%)	3.00	1.00	宣传形式不够多样
		志愿服务理念认可度	≥90.00(%)	90.00(%)	3.00	3.00	
		营造志愿服务良好氛围	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
生态效益指标		结合进博会宣传文明餐饮、文明用水、文明交通、文明旅游、文明养宠等文明风尚	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		社会宣传保障	持续	达成指标	3.00	3.00	
		相关活动符合环保标准	=100.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		积极推进垃圾分类、文明餐饮等志愿服务活动	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
可持续影响指标		行业服务窗口广泛宣传进博会，城市文明程度提升	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00	
	对全市进博会志愿服务工作开展具有积极正向影响	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00		
满意度指标	服务对象满意度指标	活动参与人员对活动、培训等满意度提升	=100.00(%)	80.00(%)	4.00	2.00	培训内容不够丰富
		志愿服务宣传受众读者满意度	≥90.00(%)	90.00(%)	3.00	3.00	
		激励嘉许对象满意度	≥90.00(%)	90.00(%)	3.00	3.00	
				100	96		
评分等级		优					

财政项目支出绩效自我评价							
项目名称	精神文明创建活动经费						
主管部门	中国共产党上海市委员会宣传部	实施单位	上海市精神文明建设委员会办公室				
项目资金（万元）		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率	得分
	年度资金总额	440.84	440.84	436.94	10.00	99.11	9.91
	其中：当年财政拨款	440.84	440.84	436.94	-	99.11	-
	上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-	
年度总体目标	预期目标			实际完成情况			
	落实中央、市委、市文明委的相关决策部署、中心工作和重点任务。弘扬城市精神品格，助推城市软实力建设。			总体完成了中央文明办、上海市文明委等年度工作要求，按计划推进了文明城区、文明村镇、文明社区（小区）、文明单位、文明家庭等创建工作和文明行业评定工作。指导全市各区开展了文明用水、文明交通、文明旅游、文明餐饮、文明养宠等精神文明活动，弘扬中华优秀传统文化，提高城市文明程度和市民文明素养。完成中央文明委、中宣部、中央文明办以及上海市文明委、市委宣传部、市文明办等年度工作要求，用好公益广告阵地，做好政治性及公益性宣传，开设网络专栏，集中宣传展现“我们的上海”2023城市文明风采季系列活动优秀成果。			
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
产出指标	数量指标	常规性公益宣传	≥1(次)	1.00(次)	5.00	5.00	
		网络宣传专题	≥1(个)	1.00(个)	5.00	5.00	
		精神文明创建活动开展率	=100(%)	100.00(%)	5.00	5.00	
		拍摄制作短视频	≥2(条)	2.00(条)	5.00	5.00	
		公益广告阵地运维	≥1(次)	1.00(次)	5.00	5.00	
	质量指标	精神文明创建活动完成率	=100(%)	86.00(%)	5.00	3.00	全国创建的部分内容，按照中央文明办的有关要求，需延期到2024年开展。
		通过各类会议、培训使精神文明建设精神传达到位	=100(%)	100.00(%)	4.00	4.00	
		确保市级统发公益宣传内容安全	=100(%)	100.00(%)	4.00	4.00	
	时效指标	精神文明创建活动开展及时率	=100(%)	85.00(%)	4.00	2.00	全国创建的部分内容，按照中央文明办的有关要求，部分工作内容需延期。
		按宣传节点完成	=100(%)	100.00(%)	4.00	4.00	
成本指标	按既定预算完成	≤100(%)	100.00(%)	4.00	4.00		
经济效益指标	资金使用	规范	达成指标	3.00	3.00		
	城市文明程度有所提升	=100(%)	100.00(%)	3.00	3.00		
	在全市范围内传播	≥2000(万人次)	2000.00(万人次)	4.00	4.00		

效益指标	标	形成长效的公益宣传影响力的覆盖面	=16(区)	16.00(区)	4.00	4.00	
		重大会议、培训得到主流媒体宣传报道	广泛宣传	达成指标	4.00	4.00	
	生态效益指标	设备、系统使用符合相关环保标准	=100.00(%)	100.00(%)	4.00	4.00	
	可持续影响指标	精神文明建设工作有正向影响	=100(%)	100.00(%)	4.00	4.00	
		政治性及公益性宣传影响力	扩大	达成指标	4.00	4.00	
满意度指标	服务对象满意度指标	精神文明创建活动满意度提高	=100(%)	100.00(%)	5.00	5.00	
		公益宣传受众满意度	≥95.00(%)	95.00(%)	5.00	5.00	
					100	95.91	
评分等级		优					

财政项目支出绩效自评价

项目名称		未成年人思想道德教育						
主管部门		中国共产党上海市委员会宣传部	实施单位		上海市精神文明建设委员会办公室			
项目资金（万元）			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率	得分
		年度资金总额	64.70	64.70	64.70	10.00	100.00	10.00
		其中：当年财政拨款	64.70	64.70	64.70	-	100.00	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度总体目标		预期目标			实际完成情况			
		文明校园创建持续深化，“扣好人生第一粒扣子”主题教育实践活动覆盖广泛，未成年人文明素养全面提升。			围绕全面贯彻党的二十大精神，打造文化自信自强的上海样本，扎实推进全市未成年人思想道德建设工作，广泛开展“扣好人生第一粒扣子”主题实践活动，推进未成年人工作阵地建设和文明校园创建，着力培养拥有“四个自信”的时代新人。			
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	
产出指标	数量指标	未成年人思想道德建设阵地覆盖面	=16.00(区)	16.00(区)	10.00	10.00		
		“扣好人生第一粒扣子”系列主题活动	=1.00(场)	1.00(场)	10.00	10.00		
		文明校园创建测评	=120.00(所学校)	120.00(所学校)	10.00	10.00		
	质量指标	扣好人生第一粒扣子”系列主题活动完成率	=100.00(%)	100.00(%)	5.00	5.00		
	时效指标	按季度推进工作	及时	部分达成指标并具有一定效果	10.00	7.50	因机构改革影响，中央文明办关于文明创建相关工作通知有所推迟，工作时间节点略有变化。将根据中央和市委部署，严格落实相关工作要求。	
成本指标	成本预算控制	预算内完成	达成指标	5.00	5.00			
效益指标	社会效益指标	未成年人文明素养	提高	达成指标	10.00	10.00		
		未成年人阵地建设水平	提高	部分达成指标并具有一定效果	10.00	7.50	中央文明办关于校外活动阵地建设政策有调整，全市各级阵地受投入力度、资源丰富程度等因素影响，运行情况存在不均衡现象。将进一步加强指导和管理，助推基层提升工作水平。	
		文明校园创建水平	提高	达成指标	10.00	10.00		
满意度指标	服务对象满意度指标	未成年人阵地建设工作满意度	提高	达成指标	3.00	3.00		
		“扣好人生第一粒扣子”系列主题活动满意度	提高	达成指标	3.00	3.00		
		文明校园创建工作满意度	提高	达成指标	4.00	4.00		
					100	95		
评分等级		优						

财政项目支出绩效自我评价

项目名称		信息化运维项目						
主管部门		中国共产党上海市委员会宣传部	实施单位	上海市精神文明建设委员会办公室				
项目资金（万元）			年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率	得分
	年度资金总额		48.38	48.38	48.38	10.00	100.00	10.00
	其中：当年财政拨款		48.38	48.38	48.38	-	100.00	-
	上年结转资金		0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
其他资金		0.00	0.00	0.00	-	0.00	-	
年度总体目标	预期目标			实际完成情况				
	网站安全平稳运行。			截至2023年12月，在“上海志愿者网”实名注册志愿者660多万，占常住人口比例超过26%，全市志愿服务组织达3.1万个，累计发布志愿服务项目60.9万个。运维周期内，按照工作安排，优化各创建项目功能，各创建项目共建立账号9200余个，累计登录系统16万余次、上传材料50万份，系统运行平稳并通过安全测评、密码应用测评，达到项目运维服务目标。按照网络安全的建设要求，结合网站建设实际情况，根据网站功能模块开展技术维护工作。				
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	
产出指标	数量指标	网站访问量	稳步提升	达成指标	9.00	9.00		
		安全服务天数	≥365.00(天)	365.00(天)	8.00	8.00		
	质量指标	网站质量	安全稳定	达成指标	9.00	9.00		
		开发合格率	≥95(%)	95.00(%)	8.00	8.00		
	时效指标	不定期检测	≥1(次)	1.00(次)	8.00	8.00		
	成本指标	预算控制	=100(%)	100.00(%)	8.00	8.00		
效益指标	社会效益指标	上海志愿者影响力	稳步提升	达成指标	10.00	10.00		
		网络安全平稳运行	=100(%)	100.00(%)	10.00	10.00		
	可持续影响指标	推进精神文明信息宣传发布覆盖面	=16.00(区)	16.00(区)	10.00	10.00		
满意度指标	服务对象满意度指标	用户浏览及使用满意度	稳步提升	达成指标	10.00	10.00		
					100	100		
评分等级		优						

财政项目支出绩效自评价

项目名称		志愿服务工作经费							
主管部门		中国共产党上海市委员会宣传部	实施单位		上海市精神文明建设委员会办公室				
项目资金（万元）				年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率	得分
		年度资金总额	134.20	134.20	134.08	10.00	99.91	9.99	
		其中：当年财政拨款	134.20	134.20	134.08	-	99.91	-	
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-	
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-	
年度总体目标	预期目标				实际完成情况				
	提升上海市志愿服务工作水平，提升社会文明程度，以志愿服务提升城市软实力，营造人人参与软实力建设的浓厚氛围，为上海加快建设“五个中心”和具有世界影响力的社会主义现代化国际大都市作出贡献。				开展150人次的志愿服务骨干培训，协调指导市志愿服务培训中心等培训社区、基地、总队等骨干志愿者1600余人。制作专业化、高质量的志愿服务培训课件10个；编辑出版《上海志愿者简报》11期、印制《2022上海志愿者简报汇编》《2022市级志愿服务工作文件汇编》文集；开展150人次的志愿服务骨干培训，指导协调市志愿服务培训中心等培训社区、基地、总队等骨干志愿者1600余人；开展志愿服务工作调研，与志愿服务研究中心等合作发布《2022年上海市志愿服务发展报告》，开展“沪上志愿坊”文明实践和志愿服务理论研究基层驻点行动，形成理论研究成果和基层实践范例19篇；开展2023年度夏季高温志愿者慰问活动及各类志愿文化宣传推广活动4场；围绕重点工作开展专项巡访活动4次；落实志愿服务信用激励，将本市星级认证注册志愿者、志愿服务先进等志愿服务信息纳入市信用平台。				
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		
产出指标	数量指标	课件制作数	=5(个)	5.00(个)	2.50	2.50			
		志愿者简报期数	=24(期)	11.00(期)	2.50	1.00	增加了简报篇幅、减少了期数		
		培训人次	≥100(人次)	150.00(人次)	2.50	2.50			
		理论研究成果数	=2.00(个)	2.00(个)	2.50	2.50			
		激励嘉许、宣传推广活动数	=2.00(场)	2.00(场)	2.50	2.50			
		巡访及日常活动数	=4(次)	4.00(次)	2.50	2.50			
	质量指标	志愿者信息采集和应用准确率	=100(%)	100.00(%)	2.50	2.50			
		巡访报告达标率	=100(%)	100.00(%)	2.50	2.50			
		志愿服务宣传知晓率	≥90(%)	90.00(%)	2.50	2.50			
		课件开发、制作准确率	=100(%)	100.00(%)	2.50	2.50			
		志愿服务理论研究成果利用率	=100(%)	100.00(%)	2.50	2.50			
		志愿服务技能提升率	=100(%)	100.00(%)	2.50	2.50			
		志愿服务政策、技能学习及时率	=100(%)	100.00(%)	3.00	3.00			
志愿者信息更新及时率		=100(%)	100.00(%)	3.00	3.00				

	时效指标	文明宣传、志愿服务薄弱环节巡访及时率	=100 (%)	100.00 (%)	3.00	3.00	
		志愿服务宣传及时率	=100 (%)	100.00 (%)	3.00	3.00	
		志愿服务调查、研究完成及时率	=100 (%)	100.00 (%)	3.00	3.00	
	成本指标	预算控制率	=100 (%)	100.00 (%)	5.00	5.00	
效益指标	经济效益指标	资源分配和资源使用率	稳步提升	达成指标	6.00	6.00	
	社会效益指标	营造志愿服务良好氛围	=100 (%)	100.00 (%)	6.00	6.00	
		上海志愿服务理论水平	较高提升	达成指标	6.00	6.00	
	生态效益指标	生态环境改善率	有效改善	达成指标	6.00	6.00	
	可持续影响指标	长效管理制度健全性	≥90 (%)	90.00 (%)	6.00	6.00	
满意度指标	服务对象满意度指标	读者满意度	≥90 (%)	90.00 (%)	3.00	3.00	
		活动参与者满意度	≥90 (%)	90.00 (%)	4.00	4.00	
		群众满意度	≥90 (%)	90.00 (%)	3.00	3.00	
					100	98.49	
评分等级		优					