

# 财政项目支出绩效评价报告

项目名称：2017 年主流媒体宣传项目

项目主管部门：上海市卫生和计划生育委员会

项目实施单位：上海市健康促进中心

评价机构：上海申威资产评估有限公司

二〇一八年六月二十三日



# 目 录

摘 要 .....	1
前 言 .....	5
一、项目基本情况 .....	5
(一) 概况 .....	5
(二) 项目立项依据 .....	7
(三) 项目预算资金来源及使用情况 .....	7
(四) 项目实施内容 .....	10
(五) 项目的组织及管理 .....	14
(六) 利益相关方 .....	18
(七) 项目绩效目标 .....	18
二、绩效评价工作情况 .....	19
(一) 评价目的和依据 .....	19
(二) 评价的对象和范围 .....	19
(三) 评价时段的确定 .....	19
(四) 评价关注重点 .....	20
(五) 绩效评价指标体系 .....	21
(六) 绩效评价实施过程 .....	23
三、评价结论与绩效分析 .....	25
(一) 评价结论 .....	25
(二) 具体绩效分析 .....	26
四、主要经验及做法、存在的问题和建议 .....	31
(一) 主要经验及做法 .....	31
(二) 存在的问题 .....	32
(三) 建议和改进举措 .....	33



# 摘 要

## 一、项目概况

主流媒体宣传项目以报刊、电视、广播等传播媒体，加大健康促进和健康教育的宣传力度，动员社会各方面和市民关注自身健康，养成良好的健康生活方式，营造全社会共同参与的良好氛围。2017年本项目以《健康人生》广播栏目、《健康上海》期刊与《幸福延长线》电视栏目向市民普及健康科普知识。

项目绩效总目标：开展2017年主流媒体宣传项目，通过报刊、电视、广播、互联网等传播媒体，采取多种形式，加大健康促进和健康教育的宣传力度，动员社会各方面和市民关注自身的健康，养成良好的健康生活方式，营造全社会共同参与的良好氛围。

2017年主流媒体宣传项目总预算资金为316.79万元，包含广播宣传、期刊宣传以及电视宣传三方面内容，资金来源为市级财政资金。实际执行316.46万元，预算执行率为99.9%。项目由上海市卫生和计划生育委员会下属事业单位上海市健康促进中心负责具体实施。

2017年主流媒体宣传项目按计划完成，预算编制合理，资金投入及时，项目实施规范。2017年电视《幸福延长线》共制作播出78期；2017年广播《名医坐堂》共播出53期；自2017年7月起改版制作印刷发放6期《健康上海》月刊，每期发放7000本。

## 二、评价结论

绩效评价小组经独立评价，2017年主流媒体宣传项目资金绩效得分90.30分，总体评价为“优”。

项目实施情况良好，取得的主要业绩有：

## **1、电视制作借助社会专业资源，打造全新《幸福延长线》栏目。**

随着 2017 年上海人口和计划生育宣传教育中心整建制并入上海市健康教育所，更名为上海市健康促进中心，电视制作部项目组成员缩减，原先电视栏目制作模式面临更大挑战，自 2017 年起更好的借助社会专业机构-上海教育电视台资源来制作栏目，包括节目的继续改版策划，开发新的线下活动，栏目选题，制作流程规范化等，将《幸福延长线》打造成中心品牌。

## **2、广播电视收听收视率增长，在同档节目中排名靠前。**

电视《幸福延长线》2015 年首播平均收视率 0.05%，在同台同时段播出节目中的收视排名第六。2016 年首播平均收视率 0.06%，在同台同时段播出节目中的收视排名第三。2017 年首播平均收视率保持 0.06%，在同台同时段播出节目中的收视排名第三，与上午档播出的《银龄宝典》节目持平。广播《名医坐堂》2015 年在同台同时段的收听率是 0.26%，2016 年在同台同时段的收听率是 0.31%，排名第五，2017 年在同台同时段的收听率是 0.51%。

## **三、问题和建议**

项目在项目管理方面还存在不足，应进一步改进和完善。

### **1、个别期刊发放对象信息缺失，不利于监督发放准确性。**

期刊宣传自 2017 年起由原上海市健康教育所内刊《上海健教通讯》与原上海人口和计划生育宣传教育中心内刊《健康上海之友》整合而成《健康上海》。2017 年 1 月至 6 月原刊物停刊，自 2017 年 7 月起制作印刷发放 6 期《健康上海》月刊，每月一期，每期发放 7000 本，主要发放对象为市卫计委、各区爱卫办和区疾控中心（16 个区各 180 本，其中浦东新区各 370 本）、各区卫生计生委（16 个区各 1

本)、各大医院及部分外省市的疾病预防控制中心和健康教育所等。期刊通过邮局发放,对于各区爱卫办及疾控中心采用事后电话询问方式确认签收情况,但存在个别发放对象只提供寄送地址,未掌握联系人及联系电话,不利于监督期刊发放的准确性。

## **2、政府采购时间预估不足,节目播出时间有所滞后。**

《幸福延长线》自 2017 年起将部分制作工作委托第三方专业机构—上海教育电视台制作播出。由于前期政府采购时间预估不足,延长线节目与上海教育电视台签订播出合同较晚,原计划 2017 年 7-12 月完成的节目播出时间延后至 2017 年 11 月 27 日-2018 年 5 月 25 日。

针对上述问题,从提高绩效和管理水平的角度,评价建议如下:

### **1、完善期刊发放对象信息记录,定期了解基层需求。**

《健康上海》(月刊)在业务管理流程中完善期刊发放对象信息记录,定期了解基层需求,完善管理监督机制,从而保证项目实施有效性。

### **2、完善电视栏目合作模式,提前实施政策采购流程。**

经过 2017 年电视栏目制作方式的探索,健康促进中心独立拍摄制作 39 集,健康促进中心与上海教育电视台联合制作 39 集,已初步形成基本合作模式,达到预期效果。今后在不断完善电视栏目合作模式的前提下,提前实施政策采购流程,保证项目的制作及播出的及时性。





# 2017 年主流媒体宣传项目财政支出 绩效后评价报告

## 前 言

为全面落实《上海市人民政府办公厅转发市财政局关于全面推进预算绩效管理意见的通知》（沪府办发〔2013〕55号）精神，根据《上海市预算绩效管理实施办法》沪财绩〔2014〕22号要求，推进建立“预算编制有目标、预算执行有监控、预算完成有评价、评价结果有反馈、反馈结果有应用”的预算绩效管理机制，加强和规范上海市财政局的财政预算管理工作，受上海市卫生和计划生育委员会（以下简称：市卫生计生委）的委托，上海申威资产评估有限公司承担了上海市健康促进中心 2017 年主流媒体宣传项目的绩效评价工作。为保证评价工作的科学性、严谨性、可行性和时效性，特制定本方案。

### 一、项目基本情况

#### （一）概况

健康是人全面发展的基础，也是家庭幸福、社会和谐的基础。加强健康促进工作，大力开展健康教育，是深化医药卫生体制改革的重要内容，是满足广大市民健康需求的重要途径，是保障和增进人民群众健康的重要手段。

为构建和谐社会，促进人的全面发展，提高人口健康素质，继承健康世博的宝贵财富，推进本市健康促进工作科学和规范地开展，结合上海经济、社会和卫生发展规划，2011 年上海市人民政府办公厅转发市健康促进委员会、市卫生局制订《上海市健康促进规划（2011—2020 年）》（沪府办发〔2011〕11号），要加大健康促进和

健康教育的宣传力度，营造支持氛围，宣传部门和报刊、电视、广播、互联网等传播媒体，要采取多种形式，动员社会各方面和市民关注自身的健康，养成良好的健康生活方式，营造全社会共同参与的良好氛围。

2013年为践行党的群众路线，落实深化医改健康促进工作任务，切实提高群众的健康水平，按照《国家卫生计生委办公厅关于印发健康中国行—全民健康素养促进活动方案（2013—2016年）的通知》（国卫办宣传函〔2013〕355号）要求，市卫生计生委决定在全市范围开展“健康中国行—全民健康素养促进活动”，要求充分利用媒体进行宣传，进行相关知识技能的分享和传播。

2014年4月市卫生计生委发布《关于进一步加强本市健康教育工作的通知》（沪卫计健康〔2014〕6号），要扎实推进各类健康教育宣传平台建设，强化健康教育队伍和人才培养，努力为广大市民提供健康服务。

2014年12月市政府办公厅关于印发《上海市建设健康城市2015-2017年行动计划的通知》（沪府办发〔2014〕62号），要求以公共卫生、疾病防治、全民健身、环境保护等领域的活动日（周、月）为节点，精心策划组织各类专题宣传活动，提高建设健康城市行动的社会影响力。充分运用市民喜闻乐见的传播形式，利用社区、单位的工作平台和宣传阵地，发挥新闻媒体、行业类媒体、健康类媒体及政府官方微博、微信等新媒体的舆论引导、健康科普、信息公开、行为互动等功能，积极传播健康生活方式核心理念，引导社会公众以各种方式支持、参与建设健康城市行动。

## （二）项目立项依据

项目相关立项依据文件及相关内容描述整理如下表：

序号	发文单位	文件名及文件号	文件中关键字描述
1	国务院	《国家卫生计生委办公厅关于印发健康中国行—全民健康素养促进活动方案（2013—2016年）的通知》（国卫办宣传函〔2013〕355号）	充分利用媒体进行宣传。要积极争取宣传主管部门和新闻媒体的支持，充分利用电视、广播、报刊、网络、手机短信等传统媒体和新兴媒体对健康教育核心信息进行广泛宣传，对所开展活动进行深入报道，做好舆论引导。
2	上海市人民政府	《上海市健康促进规划（2011—2020年）》（沪府办发〔2011〕11号）	宣传单位和报刊、电视、广播、互联网等传播媒体要采取多种形式，加大健康促进和健康教育的宣传力度，动员社会各方面和市民关注自身的健康，养成良好的健康生活方式，营造全社会共同参与的良好氛围。
3	上海市人民政府	《上海市建设健康城市 2015-2017年行动计划的通知》（沪府办发〔2014〕62号）	充分运用市民喜闻乐见的传播形式，利用社区、单位的工作平台和宣传阵地，发挥新闻媒体、行业类媒体、健康类媒体及政府官方微博、微信等新媒体的舆论引导、健康科普、信息公开、行为互动等功能，积极传播健康生活方式核心理念。
	市卫生计生委	《关于进一步加强本市健康教育工作的通知》（沪卫计健康〔2014〕6号）	各区县、各单位要依托卫生计生信息化建设、医药卫生体制改革、精神文明建设、健康城市建设和爱国卫生创建等工作，积极推进健康教育工作平台建设。

## （三）项目预算资金来源及使用情况

### 1、项目预算

本项目 2017 年预算金额为 316.79 万元，包含广播宣传、期刊宣传以及电视宣传三方面内容，资金来源为市级财政资金，预算批复明细如下表：

2017 年主流媒体宣传项目预算明细表

金额单位：万元

项目名称	2017 年				小计	备注
	明细内容	单价(元)	数量	预算金额		
1 《幸福延长线》 电视栏目	演职人员劳务费	23115	26 周	60.1	268.65	演播室内主持、专家、嘉宾、联络工作人员、部分外请专业人员、配音演员、外景拍摄演员
	专家费	1500	150 次	22.5		
	外场 VCR 拍摄场租	4000	26 周	10.4		
	拍摄费	50000	13 次	65		
	音乐资料费	7800	10 次	7.8		整体音乐创作片头,片花,片尾
	租车	1500	50 次	7.5		摄制组外拍及运送专家
	服装、道具等杂项	4500	26 周	11.7		
	音乐版权使用费(条)	2028	18 条	3.65		前期准备搜集素材
	大棚置景	9500	26 周	20		
	播出费-首播	15384	26 周	40		教育电视台播出费
播出费-重播费	7692	26 周	20	教育电视台重播费		
2 《健康人生》 广播栏目	广播台栏目制作费(SMG)	150000	1 年	15	23.84	向东方广播电台支付的栏目制作费
	编审费	1600	52 周	8.32		专家稿费、资料费, 1 年制作 52 期
	刻录费等	50	52 周	0.52		刻录费用
3 《健康上海》 期刊	编审费	8000	12 期	3.2	24.3	含编辑、稿费、图书资料、调研等, 共 12 期
	图片摄影、插图绘制等	8750	12 期	3.5		12 期, 全年约 80~100 张
	印刷、发放	44,000	4 期	17.6		1.10 元/本*40000 本/期*4 期
合计					316.79	

## 2、预算执行

本项目 2017 年预算金额为 316.79 万元, 实际执行 316.46 万元, 预算执行率为 99.9%。通过梳理财务支出凭证, 整理项目预算执行明细如下表:

## 2017 年项目预算执行明细表

金额单位：万元

项目名称	2017 年预算			2017 年执行		
	明细内容	预算金额	小计	明细内容	预算金额	小计
1《幸福延长线》电视栏目	演职人员劳务费	60.10	268.65	演职人员劳务费	20.10	268.52
	专家费	22.50		专家费	15.82	
	外场 VCR 拍摄场租	10.40		外场 VCR 拍摄场租	10.40	
	拍摄费	65		拍摄费	65	
	音乐资料费	7.80		音乐资料费	2.76	
	租车	7.50		租车	7.50	
	服装、道具等杂项	11.70		服装、道具等杂项	4.34	
	音乐版权使用费(条)	3.65		音乐版权使用费(条)	3.60	
	大棚置景	20		大棚置景	19.50	
	播出费-首播	40		播出费-首播	40	
	播出费-重播费	20		播出费-重播费	20	
					公益广告视频制作费	
2《健康人生》广播栏目	广播台栏目制作费(SMG)	15	23.84	广播台栏目制作费(SMG)	15	23.64
	编审费	8.32		编审费	8.12	
	刻录费等	0.52		刻录费等	0.52	
3《健康上海》期刊	编审费	3.2	24.3	编审费	4.78	24.3
	图片摄影、插图绘制等	3.5		图片摄影、插图绘制等	3.5	
	印刷、发放	17.6		印刷、发放	16.02	
合计			316.79			316.46

注：《幸福延长线》电视栏目中拍摄费 65 万元、播出费（包括首播及重播）60 万元以及公益广告视频制作费 59.50 万元采用政府采购方式委托上海教育电视台实施。

### 3、前三年项目预算执行情况

本项目为经常性项目，前三年项目预算及执行情况如下表：

金额单位：万元

序号	项目内容	2014 年			2015 年			2016 年		
		预算	实际支出	预算执行率	预算	实际支出	预算执行率	预算	实际支出	预算执行率
1	《健康人生》广播	22.00	21.76	98.91%	21.19	21.18	99.95%	23.58	23.58	100%
2	《健康上海之友》季刊	28.80	27.88	96.81%	23.10	23.09	99.96%	24.30	24.30	100%
3	《幸福延长线》电视	140.00	140.00	100.00%	220.00	217.94	99.06%	229.63	229.63	100%
	总计	190.80	189.64	99.39%	264.29	262.21	99.21%	277.51	277.51	100%

#### （四）项目实施内容

本项目包括广播宣传、期刊宣传以及电视宣传三部分内容，各部分内容如下：

##### 1、广播宣传

《名医坐堂—健康人生》广播栏目充分利用传统媒体的优势，广覆盖、大范围宣传疾病预防知识，传播健康理念、健康习惯、健康行为，让广大群众拥有健康的人生。每周一期，按时播出。每周日**13:00-14:00**在驾车调频**AM792/FM89.9**播出。并利用阿基米德平台，及时转发广播录音到科普基地微信平台，延伸广播的覆盖面。

栏目主要围绕卫生计生委重点工作和宣传纪念日，结合时令特点进行健康宣传，一方面聚焦卫生计生委与群众息息相关的重点工作，如全面两孩政策专题、健身运动专题；另一方面注重内容的时代性和市民关心的热点问题，如糖尿病、痛风、甲状腺结节、颈椎病、控盐控糖、牙科疾病、眼科保健、儿童安全、营养膳食、科学避孕等。节目嘉宾均为全市三甲医院的主任、副主任医师，权威性强。

**2017**年计划制作录制播**53**期《名医坐堂—健康人生》广播栏目，计划实施时点及工作内容如下表：

工作时间	工作内容
2017.1-12	策划广播主题、联系专家、编辑广播稿，隔周录音 <b>2</b> 期
	参与选题策划、录音保存整理等其他工作

**2017**年实际完成情况：**2017**年**3**月健促中心与上海东方广播有限公司就《名医坐堂—健康人生》广播栏目签定合作协议，双方共同制作栏目。合作期限**2017**年**3**月**10**日—**2018**年**3**月**9**日，合同金额**15**万元。**2017**年录制播出《健康人生》广播栏目**53**期（具体栏目内容及播出时间见附件）。

## 2、期刊宣传

以前年度本项目期刊宣传内容为《健康上海之友》(季刊),作为卫生计生系统目前唯一一本面向全市各级卫生计生工作者和宣传员的期刊,其以“指导工作、提供信息、解读政策、服务基层”为目标,以提供宣传引导、推进健康促进为己任,及时、准确地传递爱国卫生、健康城市建设和计生工作发展的重要信息和最新动态,科学、专业地向基层普及健康科普知识。《健康上海之友》季刊,逢 2、4、6、9 月 25 日出版。全年四期。32K,封面、封底四色,内页 32p,单色加专色。每期印制 40000 册,按照年初基层需求免费发放至各区县街道计生办、计生综合服务站,各区县爱卫办、健康教育所等。

2017 年起由原上海市健康教育所内刊《上海健教通讯》与原上海人口和计划生育宣传教育中心内刊《健康上海之友》整合成《健康上海》,为健促中心内刊。故本项目期刊宣传由《健康上海之友》(季刊)调整为《健康上海》月刊,刊物版面内容及发放对象发生变化。

《健康上海》月刊办刊宗旨:指导工作、提供信息、服务基层。办刊目标:优化整合卫生计生资源,及时传递本市卫生计生系统的重点工作和最新动态,准确解读卫生计生相关政策,广泛宣传基层经验、典型人物事迹、传播健康促进知识,助力“健康上海”建设。

《健康上海》月刊刊期:月刊;规格及印数:(参照原《健教通讯》);16K,全彩,内页增加至 32 页,共 36 页;每期印制 7000 本,发放至各区爱卫办、疾控中心等。字号、内页纸张:10 号;内页纸张为 128 克铜版纸。

2017 年《健康上海》月刊栏目设置:

权威声音——重点介绍国家和本市与健康促进、爱卫相关的重大

新闻。

政策解读——解读与人民群众息息相关的卫生计生政策。

健促动态——关注健康促进中心各部门的工作动态。

健教之声——开设“主题活动”与“简讯”栏目。主题活动每期由 1-2 个区疾控中心供稿；简讯推送各区疾控中心所开展的健康促进活动。

爱卫园地——开设“专题活动”与“讯息”栏目。专题活动每期由 1-2 个区爱卫办供稿；讯息刊登各区爱卫办的主要工作。

健康讲堂——刊登健康大讲堂、新民健康大讲堂、解放健康讲坛相关的科普内容。

科普视点——开设“专家在线、健康提示、保健新知、卫生日”等栏目，刊登相关科普文章。

志愿者风采——介绍各区疾控和爱卫方面的先进志愿者。

心语心得——请卫生计生系统工作者谈谈工作中的所思所想及其经验。

集思广益——介绍卫生计生系统推出的新书、期刊、微信号、网站、科普资料库作品等健康教育与健康促进领域产品。

宣传所思——介绍卫生计生系统新闻宣传工作的经验、心得、思考、实践等，提升卫生计生系统新闻宣传能力。

他山之石——介绍国外健康教育方面的先进经验与理念的文章。

美好瞬间——刊登卫生计生系统工作人员与各区基层工作人员和社区居民的摄影作品。

期刊整合后计划从 2017 年 7 月起制作印刷发放 6 期《健康上海》，每月一期，每期发放 7000 本。《健康上海》月刊按照基层需求免费发放至各区爱卫办、区疾控中心等。



2017 年实际完成情况：机构整合后 2017 年 1 月至 6 月停刊，自 2017 年 7 月起制作印刷发放 6 期《健康上海》，每月一期，每期发放 7000 本，主要发放至市卫计委、各区爱卫办和区疾控中心（16 个区各 180 本，其中浦东新区各 370 本）、各区卫生计生委（16 个区各 1 本）、各大医院及各外省市的疾控中心和健康教育所等。

### 3、电视宣传

为做好卫生计生政策法规的宣传引导，实施健康促进计划，倡导家庭幸福，打造权威的家庭与健康传播平台《幸福延长线》电视栏目，生产为大众所喜爱的文化产品，服务于卫生计生事业，服务于大众健康，服务于计划生育家庭。

《幸福延长线》自 2013 年起开始录制播出，至今已经进入第五个年头。目前的栏目经过两次改版，年度制作期数从一开始的 12 集（2013 年）增长到了 78 集（2017 年），项目计划 2017 年 11 月上海健康产业博览会期间启动开播仪式，共拍摄栏目 78 集，制作栏目 78 集，播出 78 集，每集 8 分钟。其中 39 集由健促中心制作，39 集通过政府采购选取第三方制作。2017 年确定五个选题方向：包括营养知识、科学健身、慢病防护、家居护理和母婴健康。自 2017 年 7-12 月在上海教育电视台播出，一周 3 集，共 26 周。首播每周一三五下午 4 点 50 分，重播每周二四六下午 4 点 50 分。另外自 2013 年起，以援助形式，免费提供给新疆人口计生健促中心电视栏目，供其在新疆电视台汉语、维语、哈语三个频道中播出。

2017 年实际完成情况：健促中心制作拍摄完成 39 集栏目，与上海教育电视台合作 11 月完成 39 集栏目拍摄。2017 年《幸福延长线》节目因上海教育电视台与健促中心签订播出合同较晚，加之排片需

要，节目在 2017 年 11 月-2018 年 5 月播出（具体栏目内容及播出时间见附件）。

### （五）项目的组织及管理

上海市健康促进中心（以下简称“健促中心”）负责实施本项目。健促中心主要承担组织指导全市健康教育和健康促进工作，本市计划生育方针政策及科学知识的宣传教育工作、卫生计生公共服务热线日常管理 etc 职能。2017 年起根据上海市健康促进中心《关于印发上海市健康促进中心（上海市卫生计生公益咨询服务中心）部室职责的通知》（沪健促[2017]8 号），确定本项目涉及健促中心的科普传播部、新闻宣传部、科普资料开发部。

#### 1、业务管理

健促中心为保障本项目的顺利实施，明确责任并规范项目实施流程。健促中心通过主任办公会议研究履行，确定项目立项和审核结项；检查、评估和验收项目，审定项目相关的各类报告材料；根据项目实施进展情况，提出项目调整、撤销或追加经费等意见。办公室为项目具体实施部门，负责牵头组织项目申请、实施、检查评估、验收归档等管理和协调工作；提交项目进展的阶段报告和评估报告等汇报材料；管理、审查和监督项目经费使用等。部门管理的主要职责负责统筹管理本部门范围内各类项目申请和实施，协助健促中心明确各个项目负责人，参与人的职责，掌握并督促各项目按期实施等。项目负责人全程负责项目实施，接受各级组织对项目进展、经费使用经费进行的检查和评估等。

项目管理上分为项目申请、立项论证、检查评估及结项验收四个阶段。

项目申请：财政类项目由各相关部门根据要求以竞争方式产生项目负责人，涉及合作项目的必须签订合作协议，明确参加单位、项目内容和分工、经费来源与分配比例等。

立项论证：由办公室牵头组织，必要时邀请相关专家参与，由主任办公会审定，批准上报。项目一经确立，由办公室设立项目编号，经健促中心财务统一办理收支业务。

检查评估：项目负责人填报的《项目计划任务书》作为项目检查、评估和经费划拨的主要依据，项目评估的内容包括项目进展、项目经费使用情况、阶段性成果等。每年6月和11月组织项目的中期和终期评估，向主任办公会汇报项目开展情况。

结项验收：项目验收以批准的《项目计划任务书》或合同文本所约定的内容为依据，验收总结材料，经部门审核后，由办公室报主任办公会审定。

#### (1)、广播宣传

《名医坐堂—健康人生》广播宣传由健促中心科普传播部负责实施。健促中心与上海东方广播有限公司签订合作协议，合作期限2017年3月10日至2018年3月9日。双方共同制作栏目，由健促中心根据市卫生计生委每一阶段的宣传重点来安排话题、提供稿件并邀请主讲专家，将主讲专家的资质交上海东方广播有限公司审查确定并备案。上海东方广播有限公司负责做好录播工作，并向健促中心提供每期节目的录音带或光盘等以备存档。健促中心全年向上海东方广播有限公司支付节目制作费15万元。

#### (2)、期刊宣传

《健康上海》期刊宣传由健促中心新闻宣传部负责实施：从组稿、

编辑、三审、定稿，并委托印制成册，到期刊发放。

### (3)、电视宣传

《幸福延长线》电视宣传由健促中心科普资料开发部牵头负责实施。以前整个节目从选题策划、拍摄制作、后期执行均由科普资料开发部工作人员完成。从2017年起由于人力不足，将50%的工作委托第三方专业机构制作播出。健促中心与上海教育电视台签定首播及重播合同。

## 2、采购管理

健促中心采取政府采购招投标等方式委托第三方服务组织承建实施，完成主流文化宣传计划。由健促中心下拨项目经费，按照政府采购程序，实施政府采购，与中标单位签订服务合同，按照合同约定条款督促项目的实施和完成，对项目做好评估工作。本项目涉及政府采购项目如下：

### 2017年幸福延长线招标内容及结果：

(1) 播出费 60 万元，单一来源采购，中标单位上海教育电视台，中标内容：78 集栏目，播一复一。

(2) 制作费 65 万元，单一来源采购，中标单位上海教育电视台，中标内容：39 集栏目拍摄制作费用。

(3) 公益广告视频制作 59.5 万元，公开招标，中标单位上海教育电视台，中标内容：5 部公益广告片拍摄制作。

## 3、资金管理流程

项目的资金管理主要为项目资金的拨付和预算管理等，由健促中心职业社会工作和志愿服务处按照资金支付管理的有关规定办理内部项目资金的申请、审核等流程，再根据集中支付管理办法向市财政

局提出资金申请，由主管部门审核、最后由市财政局审核同意后，直接支付或授权方式拨付资金。

本项目资金涉及政府采购的采用直接支付方式，其余资金为授权支付方式。直接支付及授权支付资金流程图如下图：

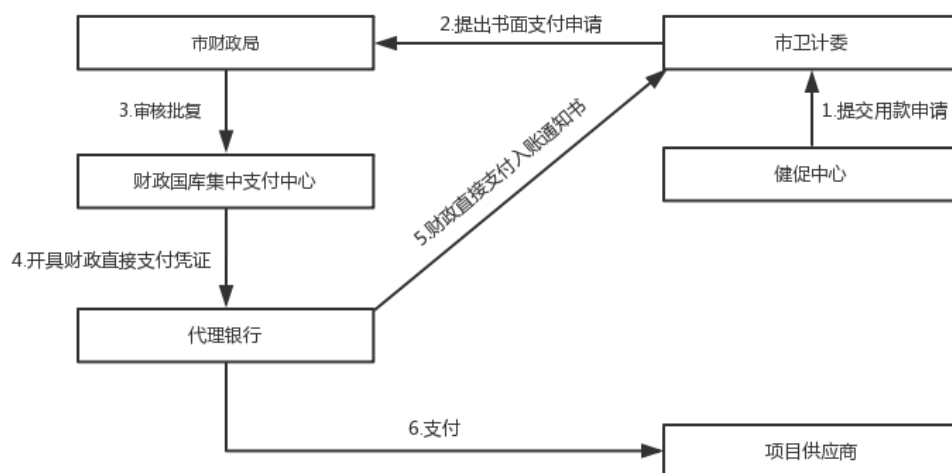


图 3-1 项目资金直接支付流程图

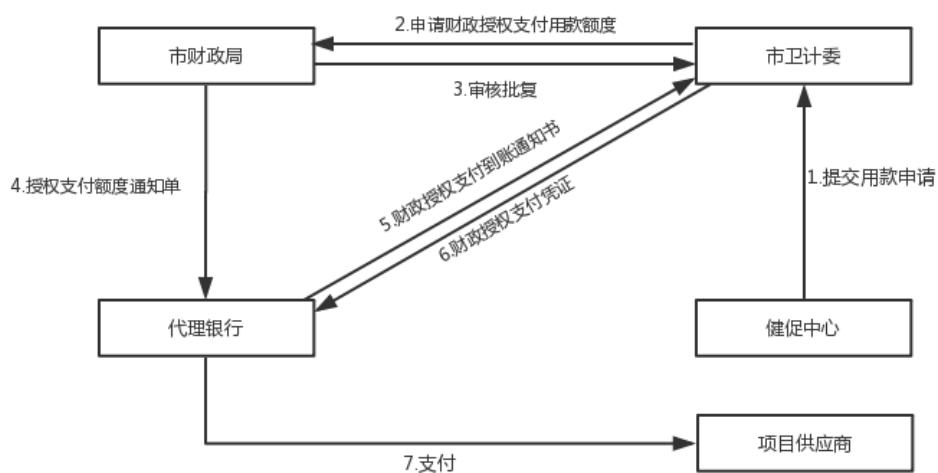


图 3-2 项目资金授权支付流程图

## （六）利益相关方

本项目涉及的利益相关方包括：上海市财政局、健促中心、上海东方广播有限公司、上海教育电视台以及项目受益者。

资金审批单位：上海市财政局；

项目实施部门：健促中心；

项目参与单位：上海东方广播有限公司、上海教育电视台；

项目主管部门：市卫生计生委；

项目受益者：社会公众。

## （七）项目绩效目标

本项目市卫生计生委未在预算申报时制定的项目绩效目标，本次绩效评价结合上海市财政支出绩效评价指标框架，项目组在调研论证、对照上海市财政局《关于印发《上海市预算绩效管理实施办法》的通知》（沪财绩〔2014〕22号文）等相关文件精神及分析项目执行情况后，确定项目绩效总目标。

开展2017年主流媒体宣传项目，通过报刊、电视、广播、互联网等传播媒体，采取多种形式，加大健康促进和健康教育的宣传力度，动员社会各方面和市民关注自身的健康，养成良好的健康生活方式，营造全社会共同参与的良好氛围。

项目绩效细化如下：

根据项目的绩效目标，对能够量化的目标细化如下：

1、产出目标：广播、电视播出及期刊制作目标全面完成；宣传工作按计划完成，媒体宣传项目审核全部合格；建立健全项目实施机制并有效执行。

2、效果目标：电视收视率、广播收听率较上年度有所增长；期刊发放在计划范围内达到全覆盖；电视收视率较上年度有所提高。

3、影响力目标：公众对以传媒方式进行健康教育的需求度较高、公众满意度较高，项目对公众的影响程度及接受程度较好。

## 二、绩效评价工作情况

### （一）评价目的和依据

本次绩效评价目的是对该项目进展情况、资金使用、制度建设及执行情况和取得的成效进行评价，总结经验，发现问题，提出改进的意见和建议。

本次绩效评价依据上海市财政局《关于印发《上海市预算绩效管理实施办法》的通知》（沪财绩〔2014〕22号文）和上海市人民政府办公厅《上海市人民政府办公厅转发市财政局关于全面推进预算绩效管理意见的通知》（沪府办发〔2013〕55号）文件精神开展实施。

### （二）评价的对象和范围

本次评价对象为由上海市健康促进中心组织实施的预算资金为316.79万元的市级财政支出项目-2017年主流媒体宣传项目。

评价范围为3个2017年主流媒体宣传子项目-广播宣传、期刊宣传以及电视宣传。

### （三）评价时段的确定

本绩效评价时段拟确定为2017年1月1日至2017年12月31日。

#### **（四）评价关注重点**

评价小组充分了解项目背景及实施内容后，分析讨论本项目的关注重点如下：

##### **1、项目预算编制是否合理：**

本项目预算包括广播宣传、期刊宣传以及电视宣传三部分内容。预算编制要关注各子项目内容、数量、单价的合理性及依据充分性，通过核查项目的预算明细以及费用单价，从而判断其预算编制的合理性。

##### **2、项目资金使用是否合规：**

本项目应重点关注其资金使用的合规性，各类宣传项目的制作大部分为项目单位自己实施，需要考察项目资金使用是否符合项目预算批复或合同规定的用途，是否存在人员经费等日常支出内容。

##### **3、目标实现方式是否合理：**

本项目目标是加大健康促进和健康教育的宣传力度，动员社会各方面和市民关注自身的健康，养成良好的健康生活方式，营造全社会共同参与的良好氛围。目标实现方式是通过广播宣传、期刊宣传以及电视宣传途径，需要关注三方面宣传途径的有效性、可行性及覆盖面问题，是否有利于项目目标的实现。

##### **4、项目业绩效果是否实现：**

本项目的业绩效果方面除了关注广播、期刊、电视完成情况外，还应关注制作质量、社会大众的影响效果以及需求程度。故本次对于项目实施效果，评价小组开展现场调研，调研内容主要为社会公众对于电视、广播、期刊三种传播方式的需求度与满意度。对于需求度更



关注于项目的实现方式，对满意度更关注于节目内容、设计与播放时间等方面。

## （五）绩效评价指标体系

### 1、指标体系设计的总体思路

根据绩效评价的基本原理、原则和项目特点，结合绩效目标，评价小组按照逻辑分析法，独立编制科学的指标体系。

（1）指标设计思路：指标体系的共性指标从《财政项目支出绩效评价共性指标框架》中选择，个性指标则根据该项目的实践情况及所具有的特点制定。其中：

①项目产出指标中，分别设置了数量、时效和质量指标，分别为“广播播出完成率”、“期刊制作完成率”、“电视播出完成率”、“广播制作及时完成率”、“期刊制作及时完成率”、“电视制作及时完成率”、“广播审核合格率”、“期刊审核合格率”和“电视审核合格率”等；用以考察项目计划方案与实际使用适配度、项目计划完成的完整度及项目质量目标的实现程度。

②项目效果指标中，设置“广播收听增长率”、“期刊发放覆盖率”、“电视收视增长率”以及“收视排名增长率”进行考核。

另外对于社会声誉主要对“广播宣传需求度”、“期刊宣传需求度”、“电视宣传需求度”、“广播宣传满意度”、“期刊宣传满意度”以及“电视宣传满意度”等反映项目对公众的影响程度及接受程度。

（2）指标设计依据：对于定性指标，一般通过问卷及访谈采集相关数据，在实施过程中根据项目的符合度进行打分。对于计划标准，一般以达到设计要求为满分，对于其他指标，依据其特征给予增减计分。

(3) 权重设计思路：本方案综合评价表中各指标的权重由项目组根据绩效评价原理和评价需求，在调研基础上依据指标的重要性产生，专家论证后将根据专家意见，应用层次分析法重新测算。

(4) 数据来源及取数方式：指标体系包括基础表、案卷研究和财务资料等多方面来取数。基础表是支持评价的基础数据，除了根据被评价单位提供的相关文件、合同、凭证及报告等资料汇总分析数据，部分产出指标和效果指标均通过设计基础表，通过参考设计要求及行业标准作为参考值。

(5) 评价标准：依据绩效评价基本原理，按照上海市财政局《关于印发《上海市预算绩效管理实施办法》的通知》（沪财绩[2014]22号）和上海市人民政府办公厅《上海市人民政府办公厅转发市财政局关于全面推进预算绩效管理意见的通知》（沪府办发〔2013〕55号），分别按照计划标准、行业标准、历史标准等制定。

(6) 评价方法主要包括以下几方面：

①项目决策类指标，主要采取相关政策文件、预算文件的核查核对，收集与项目有关的政策文件作为评价证据；

②投入管理及资金使用合规性类指标，主要检查预算文件、预算批复、资金拨付原始凭证、发票、账簿账册、项目预算，以合规性、真实性检查为主，获取相关证据；

③产出与效果类指标，主要采用审案卷研究、数据归集方式，获取项目实施过程中、实施完成后相关指标的实际数值，通过编制评价工作基础底稿方式归纳运用相关证据；

④项目社会评价类指标，主要采用问卷调查方法和访谈调查方法，分别听取项目创建对象负责人及社会公众对项目的评价，编制问卷调查统计报告与访谈会议纪要，作为评价证据。

## 2、指标体系

该项目财政支出绩效评价指标体系包括项目决策、项目管理、项目绩效三部分。

项目决策指标设计思路：从项目与战略目标的适应性、立项依据的充分性和项目立项的规范性三方面来评价项目立项决策的优劣；从项目绩效目标合理性和绩效目标明确性两方面来评价项目绩效目标设定的优劣；项目立项和绩效目标是项目立项的前提和方向，权重为10%。

项目管理指标设计思路：从项目前期计划方案到实施、投入的全过程，包括投入管理、财务管理、项目实施等工作实绩开展全方位评价，这部分是项目建设内控制度执行力成绩，是保证项目获得效果的重要基础和前提。权重为30%。

项目绩效指标设计思路根据项目特点选择项目产出的数量、时效、质量以及项目实施后的社会、生态、经济效益、影响力和社会公众或服务对象满意度来综合评价。这部分是项目建设后的核心效果，也是项目建设要实现的目标内容。权重为60%。

### （六）绩效评价实施过程

自2018年5月项目布置会以来，申威评价小组在前期调研的基础上，完成了项目绩效评价工作方案，明确了评价的目的、方法、评价的原则、指标体系、评价标准、问卷调查方案及访谈方案等，并于6月12日通过了专家组评审，并根据专家评审意见进一步修改和完

善了工作方案。一个多月来，项目组严格按照工作方案，通过调研、相关文件的解读、数据采集、问卷调查、访谈、数据分析和报告撰写等环节，顺利完成了绩效评价报告工作。具体实施过程如下：

### **1. 数据填报和采集**

2018年6月中旬，申威绩效评价小组派出工作人员赴市卫计委收集数据，并对资金下拨单位进行数据采集，针对资金下拨单位进行抽取调研数据核实，所有采集的数据均经核查后汇总完成。

### **2. 问卷调查**

6月11日至6月15日，申威绩效评价小组对社会公众展开了问卷调查。共发放220份问卷，收回202份，问卷回收率达91.82%。

### **3. 访谈**

6月10日至19日根据工作方案，项目组对市卫计委项目负责人所采用上门访谈形式，此次访谈主要针对资金使用情况、财务管理及监控情况、项目管理、项目执行情况、长效管理机制建设及对今后工作的建议和意见等问题。

### **4. 数据分析及撰写报告**

项目组根据绩效评价的原理和规范，对采集的数据进行甄别、分析和评分，并提炼结论撰写报告，在规定时间内上报委托方，由委托方组织相关专家对报告进行评审。

### 三、评价结论与绩效分析

#### (一) 评价结论

##### 1. 评分结果

根据专家论证后的评价指标体系和评分标准，通过数据采集、问卷调查及访谈，对“2017 年主流宣传项目”项目绩效情况进行客观评价，本项目评价总得分 90.30 分，评价结论为“优”。各部分权重和绩效分值如下表 3-1 所示：

表 3-1 指标评分表

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分
<b>A 项目决策</b>			<b>10</b>	<b>10</b>
	<b>A1 项目立项</b>		<b>6</b>	<b>6</b>
		A11 战略目标适应性	2	2
		A12 立项依据的充分性	2	2
		A13 项目立项规范性	2	2
	<b>A2 项目目标</b>		<b>4</b>	<b>4</b>
		A21 绩效目标的合理性	2	2
		A22 绩效指标的明确性	2	2
<b>B 项目管理</b>			<b>30</b>	<b>26.5</b>
	<b>B1 投入管理</b>		<b>8</b>	<b>8</b>
		B11 项目预算执行率	4	4
		B12 预算编制合理性	4	4
	<b>B2 财务管理</b>		<b>7</b>	<b>7</b>
		B21 专项资金管理制度健全性和完善性	2	2
		B22 资金使用情况	3	3
		B23 财务监控有效性	2	2
	<b>B3 项目实施</b>		<b>15</b>	<b>11.5</b>
	B31 项目管理制度健全性	B311 范围管理制度健全性	1	1
		B312 质量管理制度健全性	1	1
		B313 采购管理制度健全性	1	1
		B314 进度管理制度健全性	1	1
		B315 信息沟通制度健全性	1	0.5
	B32 项目管理制度执行的有效性	B321 范围管理制度有效性	2	2
		B322 质量管理制度有效性	2	1
		B323 采购管理制度有效性	2	2
		B324 进度管理制度有效性	2	1
		B325 信息沟通制度有效性	2	1
<b>C 项目绩效</b>			<b>60</b>	<b>53.8</b>
	<b>C1 项目产出</b>		<b>30</b>	<b>28</b>
	数量指标	C11 广播播出完成率	4	4

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分
		C12 期刊制作完成率	4	4
		C13 电视播出完成率	4	4
	时效指标	C14 广播制作及时完成率	3	3
		C15 期刊制作及时完成率	3	3
		C16 电视制作及时完成率	3	1
	质量指标	C17 广播审核合格率	3	3
		C18 期刊审核合格率	3	3
		C19 电视审核合格率	3	3
	<b>C2 项目效益</b>		<b>30</b>	<b>25.8</b>
		C21 广播收听增长率	3	3
		C22 期刊发放覆盖率	3	2
		C23 电视收视增长率	2	2
		C24 收视排名增长率	2	2
		C25 广播宣传需求度	3	2.7
		C26 期刊宣传需求度	3	2.2
		C27 电视宣传需求度	3	2.7
		C28 广播宣传满意度	3	2.5
		C29 期刊宣传满意度	3	2.2
		C30 电视宣传满意度	3	2.5
		C31 长效反馈机制健全性	2	2
<b>合计</b>			<b>100</b>	<b>90.30</b>

## 2. 主要绩效

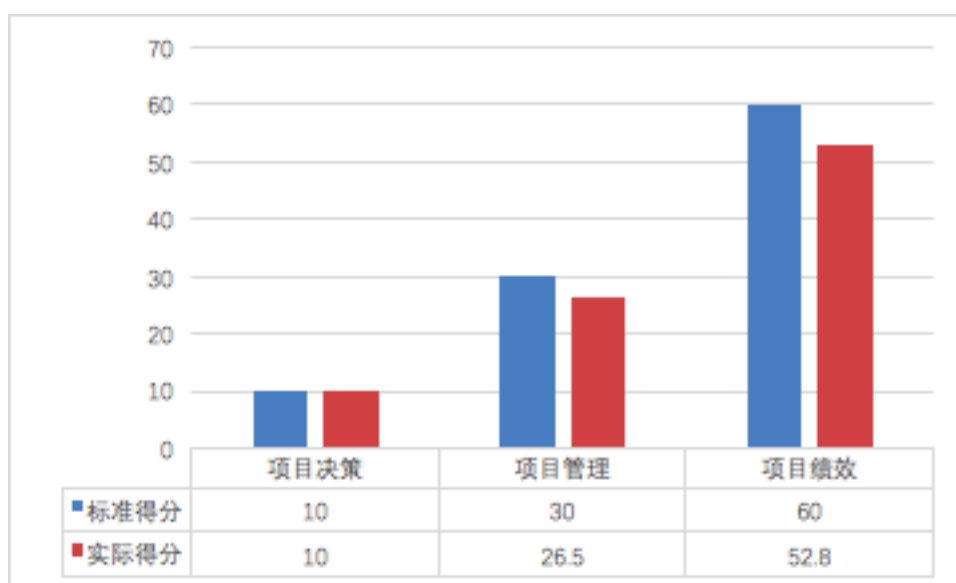
健康教育宣传工作按计划完成，预算编制合理，资金投入及时，项目实施规范。2017年电视《幸福延长线》共制作播出78期；2017年广播《名医坐堂》共播出53期；自2017年7月起改版制作印刷发放6期《健康上海》月刊，每月一期，每期发放7000本。

### （二）具体绩效分析

#### 1、项目绩效评价指标分类分析

共分为三个部分：项目决策、项目管理、项目绩效，见<图 3-1>。

图 3-1 指标得分情况：



**A 项目决策：标准分 10 分，实际得分 10 分。**

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分
<b>A 项目决策</b>			<b>10</b>	<b>10</b>
	<b>A1 项目立项</b>		<b>6</b>	<b>6</b>
		A11 战略目标适应性	2	2
		A12 立项依据的充分性	2	2
		A13 项目立项规范性	2	2
	<b>A2 项目目标</b>		<b>4</b>	<b>4</b>
		A21 绩效目标的合理性	2	2
		A22 绩效指标的明确性	2	2

考察项目的战略目标适应性和立项合理性，本项目得分较高说明项目决策方面目标明确，与国家、上海市的发展战略规划与战略高度一致，且大多数项目设置的绩效目标量化度高，明确体现了项目实施部门的中长期发展目标，有利于项目的可持续发展。

**B 项目管理：标准分 30 分，实际得分 26.5 分。**

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分
<b>B 项目管理</b>			<b>30</b>	<b>26.5</b>
	<b>B1 投入管理</b>		<b>8</b>	<b>8</b>
		B11 项目预算执行率	4	4
		B12 预算编制合理性	4	4
	<b>B2 财务管理</b>		<b>7</b>	<b>7</b>
		B21 专项资金管理制度健全性和完善性	2	2

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分
		B22 资金使用情况	3	3
		B23 财务监控有效性	2	2
	<b>B3 项目实施</b>		<b>15</b>	<b>11.5</b>
	B31 项目管理制度的健全性	B311 范围管理制度健全性	1	1
		B312 质量管理体系健全性	1	1
		B313 采购管理制度健全性	1	1
		B314 进度管理制度健全性	1	1
		B315 信息沟通制度健全性	1	0.5
	B32 项目管理制度执行的有效性	B321 范围管理制度有效性	2	2
		B322 质量管理体系有效性	2	1
		B323 采购管理制度有效性	2	2
		B324 进度管理制度有效性	2	1
		B325 信息沟通制度有效性	2	1

根据中长期具体量化的目标，从投入管理、财务管理、项目实施评价项目管理成效。具体量化为预算资金执行率、预算编制合理性、专项资金管理制度健全性和完善性、资金使用情况、财务监控有效性、项目管理制度的健全性以及项目管理制度执行的有效性。

本项目扣分主要原因：宣教中心在项目管理制度执行有效性方面有待完善。

### **C 项目绩效：标准分 60 分，实际得分 53.8 分。**

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分
<b>C 项目绩效</b>			<b>60</b>	<b>53.8</b>
	<b>C1 项目产出</b>		<b>30</b>	<b>28</b>
	数量指标	C11 广播播出完成率	4	4
		C12 期刊制作完成率	4	4
		C13 电视播出完成率	4	4
	时效指标	C14 广播制作及时完成率	3	3
		C15 期刊制作及时完成率	3	3
		C16 电视制作及时完成率	3	1
	质量指标	C17 广播审核合格率	3	3
		C18 期刊审核合格率	3	3
		C19 电视审核合格率	3	3
	<b>C2 项目效益</b>		<b>30</b>	<b>25.8</b>
		C21 广播收听增长率	3	3
		C22 期刊发放覆盖率	3	2
		C23 电视收视增长率	2	2
		C24 收视排名增长率	2	2



一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分
		C25 广播宣传需求度	3	2.7
		C26 期刊宣传需求度	3	2.2
		C27 电视宣传需求度	3	2.7
		C28 广播宣传满意度	3	2.5
		C29 期刊宣传满意度	3	2.2
		C30 电视宣传满意度	3	2.5
		C31 长效反馈机制健全性	2	2

核查项目取得的成效，包括产出类广播播出完成率、期刊制作完成率、电视播出完成率、广播制作及时完成率、期刊制作及时完成率、电视制作及时完成率、广播审核合格率、期刊审核合格率、电视审核合格率以及效果类广播收听增长率、期刊发放覆盖率、电视收视增长率、收视排名增长率、需求调研结果应用度、广播宣传需求度、期刊宣传需求度、电视宣传需求度、广播宣传满意度、期刊宣传满意度以及电视宣传满意度。

本项目扣分的主要原因是期刊存在个别发放对象只提供寄送地址，未掌握联系人及联系电话，不利于监督期刊发放的准确性。

## 2. 评价指标目标值与实际值的差异程度及原因分析：

**B322 质量管理制度有效性：**标准分 2 分，实际得分 1 分。本指标考察项目实施单位是否为达到项目质量要求而采取了必需的措施。本项目内容一期刊通过邮局发放，对于各区爱卫办及疾控中心留存地址及联系人及电话，但对于其他发放对象只留存寄送地址。质量管理要求对签收情况进行核对，实际无法对其他发放对象进行确认。根据评分标准，该指标得 1 分。

**B324 进度管理制度有效性：**标准分 2 分，实际得分 1 分。本指标考察项目是否制定相应的进度管理制度，明确项目进度管理计划或措施是否明确；本项目由于 2017 年机构整合，项目计划进度未全面控制，导致部分延后的情况，根据评分标准，该指标得 1 分。

**B325 信息沟通制度有效性：**标准分 2 分，实际得分 1 分。本指标考察项目的信息沟通制度是否有效执行。期刊通过邮局发放，由于缺少其他发放对象联系人及联系电话等信息，无法进行有效沟通。根据评分标准，该指标得 1 分。

**C16 电视制作及时完成率：**标准分 3 分，实际得分 1 分。考核电视制作是否按计划时点完成，是否存在延误情况。《幸福延长线》自 2017 年起将部分制作工作委托第三方专业机构——上海教育电视台制作播出。由于前期政府采购时间预估不足，延长线节目与上海教育电视台签订播出合同较晚，原计划 2017 年 7-12 月完成的节目播出时间延后至 2017 年 11 月 27 日—2018 年 5 月 25 日。根据评分标准，该指标得 1 分。

**C22 期刊发放覆盖率：**标准分 3 分，实际得分 2 分。本指标考核期刊发放情况，反映项目实施效果。2017 年 1 月至 6 月原刊物停刊，自 2017 年 7 月起制作印刷发放 6 期《健康上海》月刊，每月一期，每期发放 7000 本，主要发放对象为市卫计委、各区爱卫办和区疾控中心（16 个区各 180 本，其中浦东新区各 370 本）、各区卫生计生委（16 个区各 1 本）、各大医院及部分外省市的疾控中心和健康教育所等。期刊通过邮局发放，对于各区爱卫办及疾控中心采用事后电话询问方式确认签收情况，但存在个别发放对象只提供寄送地址，未掌握联系人及联系电话，不利于监督期刊发放的准确性。根据评分标准，该指标得 2 分。

**C26 广播宣传需求度：**标准分 3 分，实际得分 2.7 分。该指标反映广播宣传需求度。根据问卷调查结果，广播宣传需求度为 82.5%。根据评分标准，该指标得 2.7 分。

**C27 期刊宣传需求度：**标准分 3 分，实际得分 2.2 分。该指标反映期刊宣传需求度。根据问卷调查结果，期刊宣传需求度为 78.30%。根据评分标准，该指标得 2.2 分。

**C28 电视宣传需求度：**标准分 3 分，实际得分 2.7 分。该指标反映电视宣传需求度。根据问卷调查结果，电视宣传需求度为 82.35%。根据评分标准，该指标得 2.7 分。

**C29 广播宣传满意度：**标准分 3 分，实际得分 2.5 分。该指标反映广播宣传满意度。根据问卷调查结果，广播宣传满意度为 80.83%。根据评分标准，该指标得 2.5 分。

**C30 期刊宣传满意度：**标准分 3 分，实际得分 2.2 分。该指标反映期刊宣传满意度。根据问卷调查结果，期刊宣传满意度为 78.26%。根据评分标准，该指标得 2.2 分。

**C31 电视宣传满意度：**标准分 3 分，实际得分 2.5 分。该指标反映电视宣传满意度。根据问卷调查结果，电视宣传满意度为 80.49%。根据评分标准，该指标得 2.5 分。

#### 四、主要经验及做法、存在的问题和建议

##### （一）主要经验及做法

##### 1、电视制作借助社会专业资源，打造全新《幸福延长线》栏目。

随着 2017 年上海人口和计划生育宣传教育中心整建制并入上海市健康教育所，更名为上海市健康促进中心，电视制作部项目组成员缩减，原先电视栏目制作模式面临更大挑战，2017 年起更好的借助社会专业机构-上海教育电视台资源来制作栏目，包括节目的继续改版策划，开发新的线下活动，栏目选题，制作流程规范化等，将《幸福延长线》打造成中心品牌。

## **2、广播电视收听收视率增长，在同档节目中排名靠前**

电视《幸福延长线》2015年首播平均收视率0.05%，在同台同时段播出节目中的收视排名第六。2016年首播平均收视率0.06%，在同台同时段播出节目中的收视排名第三。2017年首播平均收视率保持0.06%，在同台同时段播出节目中的收视排名第三，与上午档播出的《银龄宝典》节目持平。广播《名医坐堂》2015年在同台同时段的收听率是0.26%，2016年在同台同时段的收听率是0.31%，排名第五，2017年在同台同时段的收听率是0.51%。

### **(二) 存在的问题**

从绩效指标分析、问卷调查以及访谈中，发现在投入管理、项目管理和项目产出等中存在着一些问题。

#### **1、个别期刊发放对象信息缺失，不利于监督发放准确性。**

期刊宣传自2017年起由原上海市健康教育所内刊《上海健教通讯》与原上海人口和计划生育宣传教育中心内刊《健康上海之友》整合而成《健康上海》。2017年1月至6月原刊物停刊，自2017年7月起制作印刷发放6期《健康上海》月刊，每月一期，每期发放7000本，主要发放对象为市卫计委、各区爱卫办和区疾控中心（16个区各180本，其中浦东新区各370本）、各区卫生计生委（16个区各1本）、各大医院及部分外省市的疾控中心和健康教育所等。期刊通过邮局发放，对于各区爱卫办及疾控中心采用事后电话询问方式确认签收情况，但存在个别发放对象只提供寄送地址，未掌握联系人及联系电话，不利于监督期刊发放的准确性。

#### **2、政府采购时间预估不足，节目播出时间有所滞后**

《幸福延长线》自2017年起将部分制作工作委托第三方专业机

构—上海教育电视台制作播出。由于前期政府采购时间预估不足，延长线节目与上海教育电视台签订播出合同较晚，原计划 2017 年 7-12 月完成的节目播出时间延后至 2017 年 11 月 27 日—2018 年 5 月 25 日。

### **（三）建议和改进举措**

#### **1、完善期刊发放对象信息记录，定期了解基层需求。**

《健康上海》（月刊）在业务管理流程中完善期刊发放对象信息记录，定期了解基层需求，完善管理监督机制，从而保证项目实施有效性。

#### **2、完善电视栏目合作模式，提前实施政策采购流程。**

经过 2017 年电视栏目制作方式的探索，健康促进中心独立拍摄制作 39 集，健康促进中心与上海教育电视台联合制作 39 集，已初步形成基本合作模式，达到预期效果。今后在不断完善电视栏目合作模式的前提下，提前实施政策采购流程，保证项目的制作及播出的及时性。

上海申威资产评估有限公司

二〇一八年六月二十三日

