

财政项目支出绩效评价报告

项目名称：2018年上海世界城市日宣传推广

项目单位：上海世界城市日事务协调中心

主管部门：上海市住房和城乡建设管理委员会

委托单位：上海市住房和城乡建设管理委员会

评价机构：上海丛鑫建设咨询有限公司

二〇一九年六月

目 录

摘要.....	1
一、概述.....	1
二、评价结论和绩效分析.....	1
三、经验教训和建议.....	2
（一）主要经验及做法.....	2
（二）存在问题.....	4
（三）建议和改进措施.....	4
前言.....	6
一、项目基本情况.....	7
（一）概况.....	7
1、立项背景及目的.....	7
2、预算资金的来源及使用情况.....	9
3、实施情况.....	11
4、组织及管理.....	19
（二）绩效目标.....	26
1、总目标.....	26
2、阶段性目标.....	26
二、绩效评价工作情况.....	28
（一）绩效评价目的.....	28
（二）绩效评价工作方案制定过程.....	28
（三）绩效评价原则、评价方法.....	29
1、绩效评价原则.....	29
2、评价方法.....	30
（四）数据采集方法及过程.....	30

三、绩效评价结论.....	33
(一) 评价结论.....	33
1、评价结论.....	33
2、主要绩效.....	34
(二) 具体绩效分析.....	36
1、项目决策.....	36
2、项目管理.....	39
3、项目绩效.....	43
四、主要经验及做法、存在的问题和建议.....	48
(一) 主要经验及做法.....	48
(二) 存在问题.....	49
(三) 建议和改进措施.....	49

摘 要

一、概述

为了提高财政预算资金的使用效益,根据财政部预算支出绩效考评的有关规定,上海市住房与城乡建设管理委员会对使用 2018 年度财政资金的部分项目开展绩效评价工作。本次绩效考评项目为 2018 年城市日宣传推广项目(以下简称“本项目”),拟通过刊登公益广告、播放公益宣传片、设置高架道旗和工地围挡广告、开通地铁文化专列、组织城市日城市公益定向赛活动等一系统活动,吸引、鼓励市民群众积极参与“世界城市日”活动,以扩大宣传范围,营造宣传氛围。本次评价主要根据《上海市预算绩效管理实施办法》(沪财绩〔2014〕22 号)的相关要求,结合本次绩效评价的目标和基本内容,设计评价工作方案,包括评价指标体系、评价方法等,并根据工作方案开展评价工作。根据本项目在评价时段内项目管理和制度保障项目进行、经费支出、质量验收等,对财政资金使用的合规性、项目管理状况、宣传效果作出分析,总结项目取得的成果及存在的问题,提高财政资金的使用质量与效率。

二、评价结论和绩效分析

绩效目标完成情况总体较好,2018 年“世界城市日”宣传推广工作继续保持既有的宣传力度,通过广告、道旗、电视等传统平台扩大宣传范围,策划并实施了世界城市日的社会推广活动,如青少年公益活动、城市日主题(优秀案例)国内巡展、工地围挡宣传等活动,提高“世界城市日”社会知晓度。同时,通过微博、微信等各项新媒体平台运营,对城市日事务协调中心各项工作进行线上推广,有效提高了“世界城市日”的国内外影响力,基本实现了预定目标。

本项目管理制度健全,针对政府采购管理有《上海世界城市日事务协调中心

政府采购管理制度》，针对项目管理有《上海世界城市日事务协调中心项目管理制度》、《上海世界城市日事务协调中心合同管理制度》，针对财务管理有《上海世界城市日事务协调中心财务管理制度》、《上海世界城市日事务协调中心财务支出审批制度》，有关事务协调中心内部管理有《上海世界城市日事务协调中心廉政风险防控手册》等。

上海世界城市日事务协调中心在项目实施过程中严格按照《上海世界城市日事务协调中心财务管理制度》及《上海世界城市日事务协调中心财务支出审批制度》。2018 年度预算资金为 322.4 万元，实际支出 321.1206 万元，预算执行率为 99.6%。

本项目立项指标满分 10 分，得分率 82%；项目管理指标满分 30 分，得分率 83.33%；项目绩效指标满分 60 分，得分率 96.67%。经全面深入分析与评价，本项目绩效最终评分为 90.2 分，绩效评级为“优”。

三、经验教训和建议

（一）主要经验及做法

1、统筹协调、多方参与，共助宣传推广工作顺利进行

2018 年世界城市日中国主场活动在徐州举行，徐州也是今年联合国人居奖的获得城市。此次中国主场活动由住建部、江苏省人民政府和联合国人居署共同主办，由徐州市负责承办。在住建部领导下多次举办筹备会议，明确分工，部署相关工作，促成部分中央媒体、上海主流媒体和江苏省以及徐州市主流媒体参与报道此次活动，形成规模性效应。

2、建立宣传推广工作审查制度，避免工作失误

为达到预期宣传效果和避免重大失误，城市日中心成立了由住建委领导监督、城市日中心主任负责、宣传推广部落实的宣传三级审查制度，对各个方面的宣传推广工作进行监督审查。

3、为宣传推广工作做好了基础性保障工作

上海世界城市日事务协调中心分别制定世界城市日国内外主场活动宣传方案，并及时跟进住建部等领导单位最终确定的宣传工作口径和内容，按会前、会中、会后三个时间节点细化宣传方案，确保活动宣传顺利进行。与此同时，在推进宣传工作中，协调各方制定好配套活动的宣传方案和宣传通稿，及时协调各个媒体渠道播发新闻。制作世界城市日的公益宣传片和文字资料，并全部上传至公共云盘，便于媒体查阅，保障了宣传工作的有效开展。城市日中心及时对接和保障各种媒体的宣传报道，从提供宣传资料、安排采访对象、宣传文稿把关等一一有序进行，宣传活动达到了预期效果。

4、宣传推广工作接地气、深入基层，真正做到了群众参与、群众共享

以拍摄世界城市日“V+V=W”系列摄影作品为例，城市日中心邀请到了来自身边的家人、同事、邻里，还有涉及日常出行的校车司机和小朋友、地铁工作人员和乘客等，选取城市中的工地、社区以及办公场所等，使不同年龄、不同社会角色、不同性别的人都可以参与到这项活动中。“V+V=W”系列摄影作品，是对今年世界城市日主题最接地气的宣传贯彻，也向传达了每个人都可以尽自己的一份力量去共建美好城市的理念，一起共享美好城市。

（二）存在问题

1、绩效申请表中个别指标归类有误，绩效申报表指导性不强

本项目总目标为“通过 2018 年世界城市日一系列宣传推广工作，提高世界城市日的社会知晓度，提高其国内外影响力”，年度绩效目标设定内容详细但缺乏数据指标，仅有服务对象满意度达到 30%这一数据指标；产出目标中未包含完整此次世界城市日宣传推广活动需要完成的数量目标；影响力目标中“项目立项规范性”及“人员到位率”应放入管理目标中。

2、项目验收管理制度执行不严格，验收标准有待明确

根据上海世界城市日事务协调中心提供的项目验收记录，其中有部分项目验收单中验收标准不够详尽，另有部分验收单验收时间未明确，比如“世界城市日宣传品制作”验收记录、“优秀案例巡展”验收记录等。

（三）建议和改进措施

1、加强绩效目标管理，细化财政项目支出绩效目标

项目单位应根据沪财〔2014〕14 号文《上海市预算绩效管理实施办法》的有关规定，在编制项目绩效目标时，编制《财政项目支出绩效目标申报表（项目总体情况）》，并依据项目的特点及单位管理的实际情况编制《财政项目支出绩效目标申报表（绩效目标）》、《财政项目支出绩效目标申报表（工作程序和制度保障）》。在细分“投入和管理目标”、“产出目标”、“效果目标”、“影响力目标”时，正确细分目标类别，指标目标值与项目完成目标相匹配，例如“产出”目标中将当年所有子项目的完成数量、完成质量及完成时间是否符合合同规定；影响力目标中加入相关社会效益及经济效益指标等。

2、严格项目验收管理制度，完整反映项目完成情况

首先建议在合同中必须明确数量、规格、质量等重要的验收要素，例如宣传品制作所使用物料，工艺；宣传视频制作合同中，规定视频中需要体现主题、规

范字符等。其次建议在验收单中，所有验收项目写明验收时间及验收质量是否符合合同规定，便于绩效评价工作进行。

2018 年上海世界城市日宣传推广项目 绩效评价报告

(正文)

前言

为了提高财政预算资金的使用效益,根据财政部预算支出绩效考评的有关规定,上海市住房与城乡建设管理委员会对使用 2018 年度财政资金的部分项目开展绩效评价工作。本次绩效考评项目为 2018 年城市日宣传推广项目(以下简称“本项目”),拟通过刊登公益广告、播放公益宣传片、设置高架道旗和工地围挡广告、开通地铁文化专列、组织城市日城市公益定向赛活动等一系统活动,吸引、鼓励市民群众积极参与“世界城市日”活动,以扩大宣传范围,营造宣传氛围。

本次评价主要根据《上海市预算绩效管理实施办法》(沪财绩〔2014〕22 号)的相关要求,结合本次绩效评价的目标和基本内容,设计评价工作方案,包括评价指标体系、评价方法等,并根据工作方案开展评价工作。根据本项目在评价时段内项目管理和制度保障、经费支出、质量验收等,对财政资金使用的合规性、项目管理状况和宣传效果作出分析,总结项目取得的成果及存在的问题,提高财政资金的使用质量与效率。

一、项目基本情况

（一）概况

1、立项背景及目的

“世界城市日”作为上海世博会的精神传承，是联合国设立的首个以“城市”为主题的国际日，也是我国在联合国推动设立的唯一国际日。城市日的核心工作之一就是宣传推广“城市日”。

世界城市日，出自 2010 年 10 月 31 日上海世博会高峰论坛上发布的《上海宣言》中的倡议。倡议表示，将 10 月 31 日上海世博会闭幕之日定为世界城市日，让上海世博会的理念与实践得以永续，激励人类为城市创新与和谐发展而不懈追求和奋斗。12 月 6 日，第 68 届联合国大会第二委员会通过有关人类住区问题的决议，决定自 2014 年起将每年的 10 月 31 日设为“世界城市日”。这是中国首次在联合国推动设立的国际日，获得了联合国全体会员国的支持。

上海世界城市日事务协调中心（以下简称：城市日协调中心）根据上海市机构编制委员会“关于印发《上海世界城市日事务协调中心主要职责内设机构和人员编制规定》的通知”，承担了世界城市日宣传推广工作。其主要职责为承担世界城市日有关活动的协调、联络、组织，以及城市管理和可持续发展的研究、培训、宣传等事务性工作。对内方面，每年制订世界城市日的工作计划，征询有关部门意见，形成年度工作方案后上报市政府及住建部；对外方面，主要负责与联合国人居署就世界城市日工作的具体安排进行协商。

本项目是一个经常性项目，自 2014 年举办首届“世界城市日”以来，在住房城乡建设部、上海市委、市政府的指导下，在市建设交通工作党委、市住建委的领导下，在市委外宣办、市政府新闻办的大力支持下，在新闻媒体和各相关部门的协同配合下，通过在国际和国内开展丰富多彩的主题宣传活动，大力传播城

市宜居方式，积极倡导人与城市和谐发展理念。

本项目的实施是将城市日打造成一个在全球城市可持续发展领域发挥重要影响力的交流与合作平台，通过积极参与该平台建设，学习国际先进经验，促进我国新型城镇化工作，与此同时提高中国在全球城市化进程中的话语权，推动国家外交与地方公共外交的多层次协调发展。

2016 年世界城市日宣传推广工作以多角度方式全方位密集展开，主要包括：组织国内外主流纸质媒体重点报道和宣传；发挥本地电台、电视台作用，组织实施集体采访、专家访谈和公益性广告播放等活动，安排节奏做好视听宣传工作；发行宣传海报；制作与播放主题宣传片、宣传音频；充分挖掘普通百姓能接触到的各种媒介加以渗透，如利用户外绿化、道旗平台、开通“世界城市日”地铁文化专列等。一是宣传层次高。联合国官方网站登载了国际国内主场活动和各项主题活动的相关信息。宣传活动得到中央媒体的大力支持，中央电视台新闻联播节目进行了专题报道；二是传播范围广，在强化传统媒体宣传力度的基础上，充分发挥新媒体的功效，通过网站、微信、在线直播等方式加大宣传力度；三是国际影响深，联合国秘书长潘基文先生发来视频致辞，充分肯定设立“世界城市日”对推进城市发展的积极意义。

2017 年 10 月份期间，上海举办了一系列的社会推广活动，其中包括城市定向挑战赛、商场主题装置展、街头涂鸦墙创作、公益骑行等丰富多元的活动，同时还将通过 2017INNERSECT 全球潮流文化体验展、2017 英伦精选展等一系列国际活动，来体现世界各国城市生活的最佳实践案例，以呼应“世界城市日”的主题。2017 年也恰逢自行车诞生 200 周年，为鼓励广大公众关注和参与 2017 “世界城市日”，践行低碳环保的出行理念和生活方式，号召市民关爱自己所居住的城市，2017 年的“世界城市日”期间联合了思麦公益、摩拜单车、凯德集团和

外滩之窗等社会力量，共同发起“点亮城市”主题骑行活动。自 2015 年全球首个智能共享单车在上海诞生以来，这一创新的出行方式为城市居民提供了更智能、更便捷的骑行体验，致力于促进“世界城市日”所倡导的城市可持续发展理念，同时也是城市治理的开放性和创新性的体现。

2018 年“世界城市日”纪念活动于 10 月 31 日举行。经与联合国人居署、住建部磋商，2018 年的年度主题为“生态城市，绿色发展”，全球主场城市确定为英国利物浦，中国的主场城市确定为江苏省徐州市。10 月至 11 期间，上海也将举办“2018 全球城市论坛”、“2018 世界城市日-上海论坛”和“2018 上海国际城市与建筑博览会”等主题活动，为不断提升“世界城市日”在国内外的知晓度和影响力，设立城市日宣传推广项目，拟通过刊登公益广告、播放公益宣传片、设置高架道旗和工地围挡广告、开通地铁文化专列、组织城市日城市公益定向赛活动等一系统活动，吸引、鼓励市民群众积极参与“世界城市日”活动，以扩大宣传范围，营造宣传氛围。2018 年制作地铁公交车身广告及附属设计物、报纸广告及宣传折页、工地围挡广告、灯箱广告、高架道旗、陆家嘴地铁施工车间顶棚以及出租车电子屏 15 秒静止画面、纪念品类地铁票、公家卡及徽章等、楼宇大屏平面动画设计等宣传品设计；地铁灯箱 3 块、公益 LED 屏 5 块、定制 U 盘 200 个、布质定制手提袋 500 个、纸质定制手提袋 1200 个、世界城市日宣传折页 4000 册、社区文明用语灯箱 200 个、城市日手册 2000 册、世界城市日海报 48 份及楼宇大屏视频等宣传品制作。

2、预算资金的来源及使用情况

宣传推广费项目 2016 年年初预算经费 301.5 万元，预算调增地铁文化专列宣传制作费项目 3.69 万元，2016 年调整后预算经费 305.196 万元，项目资金来源均为市级财政资金。截止 2016 年 12 月 31 日，实际执行金额为 294.094 万元，

预算执行率为 96.36%。

2017 年城市日宣传推广项目年初预算经费 324.7641 万元，预算调增城市日主题推广策划实施活动 30 万元，2017 年调整后预算经费 354.7641 万元。截止 2017 年 12 月 31 日，实际执行金额为 352.7932 万元，预算执行率为 99.44%。

本项目 2018 年申请预算资金 322.40 万元。本项目预算包括 6 个子项目，包括宣传品设计、制作费，微博、微信等新媒体平台运营费，世界城市日主题推广策划实施活动，公益道旗制作安装广告费，报纸、地铁、广播电视等宣传广告费，城市研究信息数据收集整理费。资金来源为市级财政资金。2018 年预算批复数为 322.40 万元，与 2017 年调整前预算相比减少预算 2.36 万元，变动主要是：1) 世界城市日主题推广策划实施活动-城市日公益宣传活动减少 6.2 万元；2) 宣传品设计、制作费增加 3.84 万元，增加的费用主要要用制作城市日宣传推广用品。

表 1-1 2018 年城市日宣传推广预算执行明细表

金额单位：万元

序号	子项目	实施内容	预算金额	执行金额	执行率
1	宣传品设计、制作费	宣传品设计	15.00	15.00	100%
		宣传品制作印刷	19.00	18.9938	99.97%
2	微博、微信等新媒体平台运营费	新媒体平台运营信息服务费	60.00	58.7664	97.94%
3	世界城市日主题推广策划实施活动	策展咨询服务费	10.00	10.00	100%
		城市日公益宣传活动费	19.80	19.80	100%
		工地围挡宣传活动费	18.00	17.9604	99.78%
		优秀案例巡展活动费	48.00	48.00	100%
4	公益道旗安装广告	道旗安装广告费	30.00	30.00	100%
5	报纸、地铁、广播电	报刊广告费	20.00	20.00	100%

	视等宣传广告费	地铁文化专列广告制作费	19.00	19.00	100%
		车辆广告制作发布费	19.60	19.60	100%
		广播电视网络广告费	20.00	20.00	100%
6	研究信息收集费	信息数据整理	24.00	24.00	100%
合计			322.4	321.1206	99.60%

2018 年预算编制根据预算评审制度，对年度财政部门预算中安排经费的专项项目的必要性和可行性、项目支出安排的合理性等进行评审论证。市住房城乡建设管理委按照市财政预算管理要求，梳理预算项目实际情况，按行业或项目内容进行分类打包，制定年度预算项目评审计划；按照公开、公平、公正和竞争的原则，通过政府采购招标程序，建立市住房城乡建设管理委评审机构短名单。在短名单范围内委派第三方评审机构，根据委下达“预算项目支出专项评审通知”中的具体评审对象制定评审方案。项目单位填报《部门预算项目支出评审申报文本》，评审机构对项目单位填报的申报文本及其依据等附报资料进行审查核实，组织专家对项目进行评估论证，形成初步评审意见；评审机构将初审意见反馈项目单位，项目单位根据专家意见，进一步优化项目方案、明确绩效目标、细化项目预算，并将调整后的相关资料报送评审机构；依据评审意见和项目单位反馈意见及调整情况，评审机构出具正式的《预算项目支出评审报告》。评审报告客观、真实、全面反映被评审项目的全貌，主要包括项目概况、评审依据、评审内容、评审程序，绩效目标、评审结论、管理建议及其他重要事项说明等内容。

3、实施情况

(1) 宣传品设计、制作

宣传品设计工作由源创建企业形象策划（上海）有限公司进行，合同金额 15 万元，主要实施内容有：

- 1) 主形象设计：体现 2018 年世界城市日主题内涵的主形象设计工作；
 - 2) 交通工具类：地铁、公交车身广告及车门贴、车壁贴、拉手等附属设计物的设计工作；
 - 3) 平面媒体类：报纸广告、宣传折页设计工作；
 - 4) 户外广告类：工地围挡广告、灯箱广告、高架道旗、陆家嘴地铁施工车间顶棚以及出租车电子屏 15 秒静止画面；
 - 6) 楼宇大屏平面动画设计，长度为 15 秒；
 - 7) 为 2018 年 10 月上海举办的推广与纪念活动的背景板、导视系统设计提供审核意见；
 - 8) 为一条世界城市日的宣传音频提供脚本创意（制作除外），长度为 15 秒。
- 宣传品制作工作共签署 6 份合同，合同总金额为 18.9938 万元，主要实施内容有：
- 1) 与上海地铁公共文化发展中心签订世界城市日宣传品（地铁灯箱、视频）制作发布合同，合同金额 4 万元，合同主要内容为制作灯箱 3 块，发布期限为 2018 年 10 月 21 日至 2018 年 11 月 30 日；公益 LED5 块，发布期限为 2018 年 10 月 31 日起至 2018 年 11 月 30 日，验收一次性通过；
 - 2) 与上海汇网多媒体设计制作有限公司签订世界城市日宣传品制作合同，合同金额为 3.0488 万元，合同主要内容为定制 U 盘（16G）200 个、定制手提袋（布）500 个以及定制手提袋（纸）1200 个，验收一次性通过；
 - 3) 与上海笔克联动市场策划咨询有限公司签订世界城市日宣传品印刷合同，合同金额 1.55 万元，合同主要内容为制作世界城市日宣传折页 4000 页，验收一次通过；
 - 4) 与上海天月两德文化传播有限公司签订 2018 世界城市日宣传品（社区灯

箱广告)制作发布合同,合同金额6万元,合同主要内容为制作200个尺寸为1米×1.5米的社区灯箱200个,验收一次通过;

5)与上海同昆数码图文有限公司签订图文制作合同,合同金额2.895万元,合同主要内容为制作尺寸为100*216毫米胶装世界城市日手册2000册、尺寸为50*70厘米世界城市日海报48份以及光盘两张,验收一次通过;

6)与上海灵狐广告有限公司签订世界城市日宣传品(楼宇大屏视频)制作合同,合同金额1.5万元,合同主要内容为楼宇大屏视频制作,验收一次通过。

(2) 微博、微信等新媒体平台运营

通过微博、微信等新媒体宣传,扩大世界城市日影响力,上海世界城市日事务协调中心与上海屹狮广告有限公司签订上海世界城市日事务协调中心新媒体平台运营项目合同,实施主要内容为:

2018年8月起至今运营“上海世界城市日事务协调中心”新媒体,工作内容及结果如下(见表),另完成微信二维码设计更新、顶部banner设计更新、微博封面及背景设计更新、知乎机构号、推特注册申请及运营等。

1) 常规运维-新媒体工作量概览

	微信	微博	知乎	推特
文章发布总数(篇) (2018.8.1-2019.6.18)	171(+)	104	39	131(+)
合同约定数量(篇) (2018.8.1-2019.7.31)	144	144	/	120

2) 线上媒介推广

推广日期	KOL 自媒体推广 (次)	传统媒体推广 (次)
2018/10/27	3	0
	上海今日关注、上海城市快报、乡村与城镇建设	
2018/11/1	4	23
	今日热点集、头条热议、今日热点、财经头条资讯	原发 3 次 (人民网、新民晚报、新华社) 转载 20 次
2019/3/14	4	0
	上海城市快报、上海每日资讯、上海大视野、头条新闻	

3) 线下活动联合推广

2018 年 10 月 27 日, 参与 2018 世界城市日主题活动-全球城市论坛, 进行新闻撰写及活动发布;

2018 年 10 月 31 日, 配合世界城市日前往徐州参与国内主场活动, 进行新闻撰写、活动报道、自媒体及传统媒体发布;

2018 年 10 月 31 日, 参与 2018 年世界城市日三大主题活动之一“上海论坛”, 进行活动发布;

2019 年 3 月 19 日, 分别组织 AECOM 及深蓝科技与城市日中心会面, 推动第三方合作;

2019 年 4 月 29 日, 配合世界城市日参与陪同联合国秘书长一行访沪调研

工作，进行新闻撰写、活动报导及摄影服务

预算金额 60 万元，实际支出 58.7664 万元。

(3) 世界城市日主题推广策划实施活动

1) 策展咨询服务：与上海笔克联动市场策划咨询有限公司及上海现代国际展览有限公司共签订 2 个合同，合同总金额为 10 万元，实际支出 10 万元，合同主要内容为对展览活动整体流程的策划，并提供相应的策划方案书、时间进度和分工安排表等书面材料；负责整体创意制作以及展品中文版脚本定稿的英文翻译和校对；以场地实际大小为依据对展览现场以及展览开幕式布置的构思，并提供相应的平面设计稿、三维效果图、物料清单等。策划设计作品的用途及使用范围为“2018 年实际城市日巡展（成都站/北京站/徐州站/上海站）”，包括 2018 成都国际城市可持续发展博览会城市日主题展区、2018 北京住博会城市日展台、2018 徐州中国城市发展成就展、2018 上海国际城市与博览会城市日展台。

2) 城市日公益宣传活动项目：与智令慧动体育文化发展（北京）有限公司签订“2018 穿越城市世界巡回赛—上海站合作协议”，上海世界城市日事务协调中心为项目主办单位，乙方为项目主承办方。双方合作办理“2018 穿越城市世界巡回赛—上海站”活动，作为“世界城市日系列活动”，比赛时间为 2018 年 10 月 27 日，比赛地点为上海市。合同费用主要用于活动策划、文案编写、工作人员 50 名、活动道具纪念品以及背包等制作、志愿者培训费用、活动宣传单页制作、开幕场地背景板含舞台搭建音响、活动综合执行费用、其他项目以及场外道旗、宣传音频制作以及 H5 页面制作等费用。合同金额为 19.8 万元。

3) 工地围挡宣传：与贞道广告传媒（上海）中心签订世界城市日公益围挡宣传活动合同，合同金额为 17.9604 万元，主要工作内容为在大世界地铁站、西藏中路 109 地块、南京西路 1225 号（锦沧文化楼宇）以及上海火车站北广场 D

地块项目灯箱布及方管的方式进行城市日宣传工作。

4) 优秀案例巡展：与上海笔克联动市场策划咨询有限公司签订“上海世界城市日事务协调中心优秀案例巡展活动项目合同”，合同金额 48 万元，项目主要实施内容为中国城市发展成就展(徐州)以及上海城博会世界城市日展台工作，合同费用主要用于场地费、物料制作、运输费、搭建安装及周边宣传等。

展台规划展区占地面积为 400 平方米，将分为接待区、多媒体展示区、中国城市发展成就案例展示区、互动区和世界城市日及《上海手册展示区》。根据展台和通道的位置，设计半开放式展位，最大程度平衡满足参观者进出便捷与展览内容的全面。展示内容有：各地在城市与区域空间协调发展、应对新型城镇化城镇格局动态变化等方面的新战略和新举措；各地在城市规划信息化与城市空间数据模型建立等领域的相关成果；各地在提升城市生态文明建设、提高城市文明对生态功能演变响应能力的新理念和新方法；各地在完善城市管理体系，发展不同空间尺度、不同运作形式的城市治理体制中涌现的优秀案例；各地在运用网格化智慧城市管理体系促进城市管理实现精细化和综合管理效能提升等反面的典型案例；各地在城市管理行政执法制度、运行模式、管理方法、执法机制等方面的创新案例；各地在“公众参与”为导向的主体多元城市管理机制的创新实践；各地在城市更新和城市历史文化遗产保护等方面的杰出案例。

预算金额 95.8 万元，实际支出 95.7604 万元。

(4) 公益道旗安装广告

与上海电力广告公司签订城市日道旗制作安装合同，合同金额为 30 万元，合同主要内容为制作灯杆广告旗，规格尺寸为 100×250cm 共 760 面，发布时间为 2018 年 10 月 27 日至 2019 年 10 月 31 日。

(5) 报纸、地铁、广播电视等宣传广告

1) 报纸发布服务：与上海屹狮广告有限公司签订“世界城市日媒体管理及报纸广告发布服务合同”，合同金额为 8 万元，主要内容为在各家报纸媒体投放广告，主要有《解放日报》、《文汇报》、《新民晚报》、《上海人民广播电视台》—市民与社会、《上海电视台》、新华网—上海、中新网—上海、CCTV 驻英国、《新华社》驻英国、媒体沟通会以及新民晚报一对一专访。与人民日报传媒广告有限公司签订“人民日报广告合同”，合同金额 12 万元，合同内容为 10 月 31 日人民日报广告半版彩色共 1 次。

2) 地铁文化专列广告制作服务：与上海地铁公共文化发展中心签订“世界城市日地铁文化列车广告制作服务合同”，合同金额为 19 万元，主要内容为发布世界城市日主题文化列车广告，布展方式为 4 号线文化列车（内+外）包车一列，发布期限为 2018 年 10 月 21 日起至 2018 年 11 月 30 日。经验收报告记录，已按照合同规定完成世界城市日地铁文化列车广告制作及发布。

3) 公交车及出租车身广告制作：与德高广告（北京）有限公司上海分公司签订申通德高媒体租赁合同，合同金额为 4.5 万元，合同内容为在上海 15 辆公交车三侧进行广告制作。与上海强生广告有限公司签订广告销售合同，合同金额为 15.1 万元，合同内容为出租车后窗静态轮播投影彩色画面（车投广告），广告发布日期为 2018 年 10 月 25 日起至 2018 年 10 月 31 日止共 7 天，每天播放时间为 18 点至第二天 3 点，广告发布数量为 4000 只流动屏，广告时长 10 秒/轮，广告发布规格为 1200×720 (h) px。

4) 公益广告制作和播出：与上海文化广播影视集团有限公司签订 2018 年公益广告制作和播出协议，合同金额为 20 万元，合同内容为制作并发布以“生态城市、绿色发展”为主题，创意制作公益广告做样品 1 件并在相应的媒体平台播出，时长为 30 秒，15 秒版本，2018 年 11 月 9 日组织验收，已在上海广播电视

台各个频道播放 1437 次，并按照合同规定在验收过后继续按照合同规定播放。

(6) 城市研究信息数据收集整理

与上海图书馆（上海科学技术情报研究所）签订“上海世界城市日事务协调中心城市研究信息收集整理项目的合同”，合同金额 24 万元，合同主要内容为对 40 种左右的城市研究核心期刊进行目次推送；全年共提供各类文献题录不少于 5000 篇；对挑选出的最多 400 篇文摘进行翻译；用户可以挑选最多 500 篇期刊论文提供全文。题录信息完整准确，包括题名、摘要、出处、日期、作者等属性内容；文摘翻译译文通顺流畅，没有明显语法错误，综合错误率不超过 5%。时效指标为目次推送每半个月更新一次，专题文献每个月更新一次。验收项目已按照计划完成。

表 1-2 合同汇总表

序号	合同名称	供应商	合同金额（万元）
1	宣传品设计	源创建企业形象策划有限公司	15
2	宣传品制作	上海地铁公共文化发展中心	4
3		上海汇网多媒体设计制作有限公司	3.0488
4		上海笔克联动市场策划咨询有限公司	1.55
5		上海天月两德文化传播有限公司	6
6		上海同昆数码图文有限公司	2.895
7		上海灵狐广告有限公司	1.5
8		新媒体宣传	上海屹狮广告有限公司
9	策展咨询服务	上海笔克联动市场策划咨询有限公司	10
10		上海现代国际展览有限公司	
11	城市日公益宣传活	智令慧动体育文化发展（北京）有限公	19.8

	动项目	司	
12	工地围挡宣传	贞道广告传媒（上海）中心	17.9604
13	优秀案例巡展	上海笔克联动市场策划咨询有限公司	48
14	公益道旗安装	上海电力广告公司	30
15	报纸发布服务	上海屹狮广告有限公司	8
16	地铁文化专列广告制作服务	上海地铁公共文化发展中心	19
11	公交车及出租车身广告制作	德高广告（北京）有限公司上海分公司	4.5
12	公益广告制作和播出	上海文化广播影视集团有限公司	20
13	城市研究信息数据收集整理	上海图书馆（上海科学技术情报研究所）	24
	合计		321.1206

4、组织及管理

（1）项目组织情况

1) 相关政府部门、单位及其管理职责

①资金拨款单位：上海市财政局

主要职责：接受预算申请部门提出的款项拨付申请，财政专管员、科室领导、分管领导审核资金申请，提出审核意见，按程序拨付资金。

②项目主管部门：上海市住房和城乡建设管理委员会

主要职责：指导上海城市日事务协调中心各项工作，实施项目全面监督与检查，审核并上报项目的预算编制。

③项目实施部门：上海世界城市日事务协调中心

主要职责：编制项目预算、按程序完成预算申报、依据编办文件组织承担“世界城市日”运作的日常工作；负责“世界城市日”有关的庆典、论坛、展览等有关活动的策划、协调、联络、宣传和组织工作；负责组织与“世界城市日”相关的理论研究及培训工作，开展加强城市管理和促进可持续发展方面的知识分享和传播活动。

④其它相关指导、监管单位：市文明办、市政府新闻办、市建设交通工作党委宣传处等。

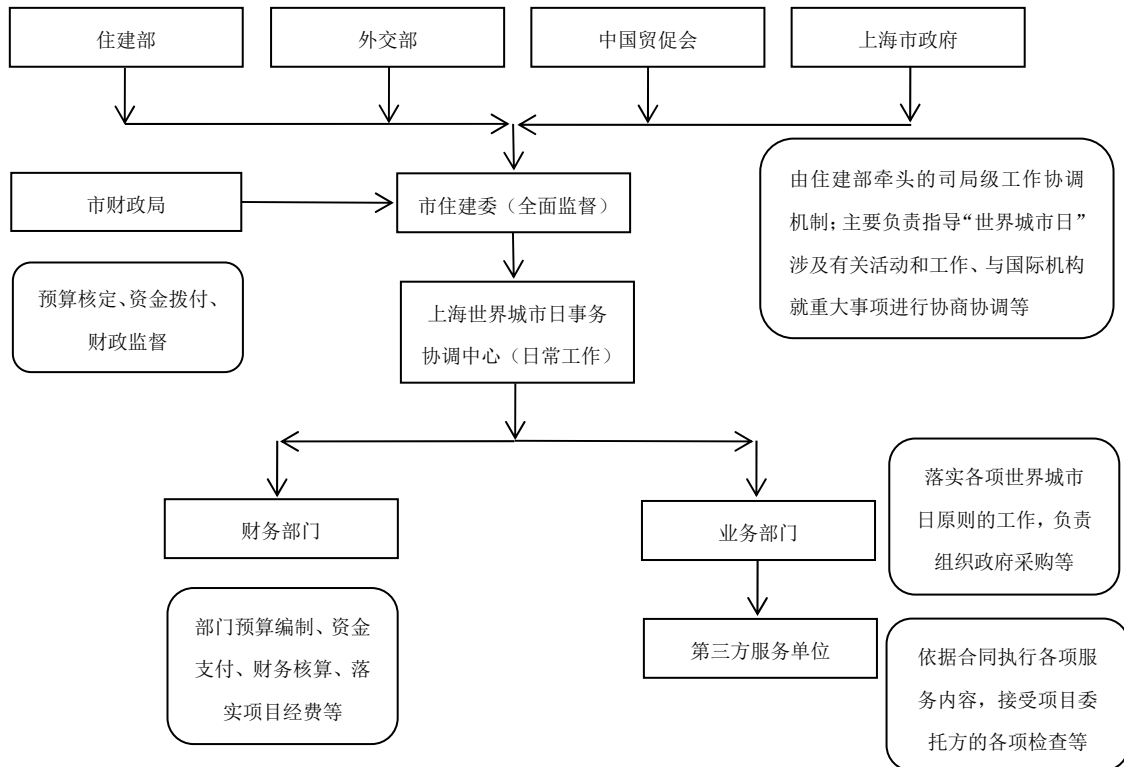
（2）项目管理情况

1) 项目组织架构

根据上海市人民政府、住房和城乡建设部、外交部和中国国际贸易促进委员会四部委联合发文（沪府（2014）36号文（秘））提出：为切实加强对“世界城市日”各项工作的支出，在各部门之间形成合力，建议成立由住房和城乡建设部牵头的司局级工作协调机制。协调机制主要负责指导“世界城市日”涉及我国有关活动和工作、与国际机构就重大事项进行协商协调等。具体事务工作由上海市政府相关部门承担，上海在相关部门设立“世界城市日”事务协调机构，承担“世界城市日”运作的日常工作。

根据上海市机构编制委员会《关于同意建立上海世界城市日事务协调中心的批复》（沪编[2014]347号），设立上海世界城市日事务协调中心，负责组织管理各项工作实施。项目组织结构图如下：

图 1-1 项目组织结构图



(2) 项目业务管理

采购管理：本项目涉及的新媒体平台运营信息服务费、道旗广告安装费、优秀案例巡展活动费、研究信息收集整理费采用公开招标方式实施。项目单位成立招标工作小组，负责协调、指导、监督采购工作，分析项目的需求，确定具体招标项目的服务内容、范围、方式及服务期限，提出项目质量等招标要求，委托上海中世建设咨询有限公司会同有关科室、部门按政府采购规定开展项目招标活动，采购工作通过上海市政府采购平台进行。除道旗广告安装项目因仅一家单位报名经公示后转为单一来源采购，其余项目均采用公开招投标方式选取实施单位。

新媒体平台运营信息服务采购流程：

上海世界城市日事务协调中心于 2018 年 6 月 25 日与上海中世建设咨询有限

公司签订《上海市政府采购委托协议书》，委托上海中世建设咨询有限公司针对“新媒体平台运营信息服务”项目进行招标代理工作，于2018年6月27日发出招标公告，本项目共有三家单位参与投标，分别是上海屹狮广告有限公司、上海咏蓝文化传播有限公司、上海瑞风广告传播有限公司，均通过资格性和符合性审查。经专家评阅投标文件及听取招标单位对项目情况介绍，三家公司对招标文件均响应，无偏离。上海屹狮广告有限公司提供的服务方案最优，类似业绩较多，人员配置最多，经验丰富，分工合理，特色增值服务和指标考核制度相对最优，报价最低。经综合打分，上海屹狮广告有限公司得分最高，为最终中标单位。

广告道旗制作发布安装项目采购流程：

上海世界城市日事务协调中心于2018年6月14日与上海中世建设咨询有限公司签订《上海市政府采购委托协议书》，委托上海中世建设咨询有限公司针对“道旗安装广告费”项目进行招标代理工作，发布招标公告后共有上海枷冠工程管理有限公司和上海电力广告有限公司进行投标，由于投标供应商不足3家，招标代理公司上海中世建设咨询有限公司于2018年7月6日发布招标终止公告，并且召集专家进行单一论证，本项目经网上公示，仅2家企业参与，经审核采购需求，并无排他性、歧视性条件，并且本项目的供应商具备广告宣传场地独有性，符合资源单一性原则，满足政府采购单一来源的要求，同意采用单一来源采购方式进行采购，经过初步评审，单一来源采购人员审阅了供应商响应文件，对采购中要求提供的响应书、授权书、报价文件、资格证明文件响应有效期进行了逐一检查，供应商均能满足要求；针对商务评议的内容及采购文件的要求，单一来源采购人员认真审阅了响应文件，认为供应商能响应采购文件的商务要求，认为是合格的供应商；单一来源采购人员对供应商的技术标书进行评审后认为：供应商在技术要求上能满足采购文件要求，根据上述评审意见及报价情况，单一来源采

购人员按照采购文件中成交结果确定原则的有关规定将上海电力广告有限公司推荐给采购人上海世界城市日事务协调中心作为本次上海世界城市日事务协调中心广告道旗制作发布安装项目的成交人，最终报价为 30 万元人民币。

城市研究信息数据收集整理采购流程：

上海世界城市日事务协调中心于 2017 年 3 月 9 日与上海中世建设咨询有限公司签订《上海市政府采购委托协议书》，委托上海中世建设咨询有限公司针对“关于城市研究信息收集的需求委托”项目进行招标代理工作，并随后发布招标公告，本项目共有 3 家供应商参与投标，均通过资格性符合性检查，均响应招标文件要求。其中上海图书馆（上海科学技术情报研究所）提供的方案较有针对性，有相关性较强的工作项目经验，人员素质较高，经按各项指标综合评分，上海图书馆（上海科学技术情报研究所）得分最高，具备完成本项目的实力，选为中标单位，中标价 24 万元人民币。

优秀案例巡展项目采购流程：

上海世界城市日事务协调中心于 2018 年 8 月 30 日与上海中世建设咨询有限公司签订《上海市政府采购委托协议书》，委托上海中世建设咨询有限公司针对“优秀案例巡展”项目进行招标代理工作，并随后发布招标公告，本项目共有上海笔克联动市场策划咨询有限公司、上海瑞尼展览服务有限公司、上海建发万达国际旅行社有限公司三家参与投标，经过三家的资质及符合性检查复核，均符合招标要求。其中笔克联动市场策划咨询有限公司的投标文件具备相应的类似业绩，方案相对比较完整，综合评分上海笔克得分最高，推荐上海笔克联动市场策划咨询有限公司为本项目的中标单位，中标金额为 48 万元人民币。

合同管理：市城市日中心制定了合同管理制度，严格按照合同管理要求实施合同管理，合同均由专人全面负责管理，对合同正本进行存档管理，按年度分类

编号进行管理，同时建立文档登记，以便核查。

进度管理：城市日中心年初按照项目计划制定详细的工作计划，1-2月编制各项目年度、月度工作计划，3月形成优秀案例工作方案。4月制定宣传推广方案；5月启动灯箱、道旗、广播电视等宣传内容设计、制作工作。7-10月围绕城市日主题活动完成落实各项目。11-12月对各项资料汇总、总结和效果评估。

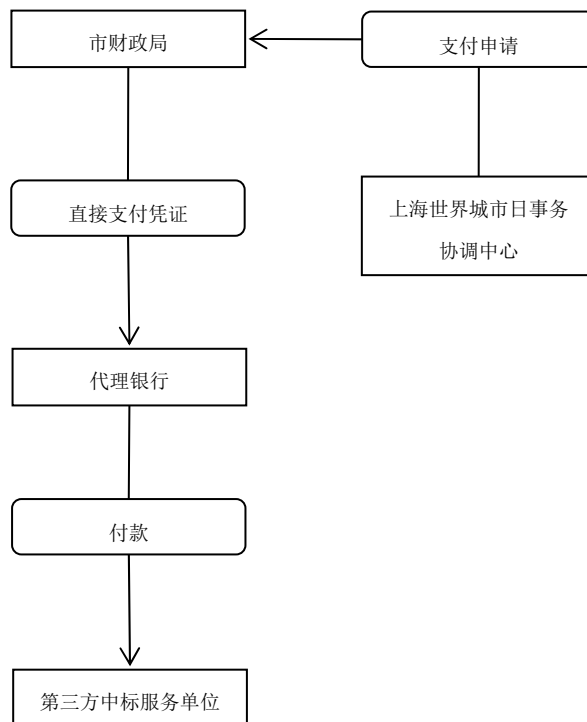
（3）项目资金管理流程

项目的资金管理主要为项目资金的拨付和预算管理等，由上海世界城市日事务协调中心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。

本项目资金支付方式有二种：政府采购资金（包括集中采购和分散采购）采用直接拨付方式，非政府采购资金采用授权支付方式。

图 1-2 项目资金授权拨付流程图

图 1-3 项目资金直接拨付流程图



（二）绩效目标

1、总目标

本项目设定绩效总目标为“2018 年世界城市日宣传推广工作计划继续保持既有的宣传力度，通过广告、道旗、电视等传统平台扩大宣传范围，策划并实施世界城市日的社会推广活动，以提高世界城市日的社会知晓度。同时，通过微博、微信等各项新媒体平台运营，对城市日事务协调中心各项工作进行线上推广，有效提高世界城市日的国内外影响力”。

2、阶段性目标

绩效目标申报表中又对投入管理、产出目标、效果目标、影响力目标作了进一步细化，内容如下：

投入和管理目标

二级目标	指标内容	指标目标值
投入管理	项目预算执行率	≥98%
投入管理	预算编制合理性	合理
财务管理	专项资金管理制度健全性和完善性	完善
财务管理	资金使用情况	合规
财务管理	财务监控有效性	有效
项目实施	服务合同执行有效性	有效
项目实施	采购规范性	合规
项目实施	质量管理有效性	有效
项目实施	进度管理有效性	有效

产出目标

二级目标	指标内容	指标目标值
数量	宣传品设计、制作完成情况	地铁灯箱 3 块、公益 LED 屏 5 块、定制 U 盘 200 个、布质定制手提袋 500 个、纸质定制手提袋 1200 个、世界城市日宣传折页 4000 册、社区文明用语灯箱 200 个、城市日手册 2000 册、世界

		城市日海报 48 份及楼宇大屏视频等宣传品制作全部完成
数量	微博、微信等新媒体平台运营信息服务完成情况	微博每日推送不少于 3 条信息共 12 个月；微信公众号每日推送 1 条信息共 12 个月；4 格漫画 4 条；第三方制作平台不少于 10 页的 HTML5 页面制作 2 个；根据客户要求定制有单独后台及数据库的不少于 10 页得活动页面 1 篇；6 篇新闻软文；6 篇论坛软文；4 次活动策划执行全部完成
数量	世界城市日主题推广策划实施活动完成情况	策展咨询服务、优秀案例巡展、公益宣传活动项目以及工地围挡推广宣传策划全部完成
数量	道旗广告制作安装广告完成情况	延安高架道路道旗广告发布规格尺寸为 100cm×250cm 的道旗共 760 面全部制作并发布
数量	报纸、地铁、广播电视等宣传广告完成情况	单层巴士三侧共 15 台车身广告；出租车后窗静态轮播投影彩色画面 4000 只流动屏；传统媒体报刊广告 15 家；人民日报半版；创意制作公益广告 1 件，有 30 秒和 15 秒版本并播出；上海地铁 4 号线文化列车内外包车一列全部完成
数量	城市研究信息数据收集整理完成情况	对 40 多种左右的的城市研究核心期刊进行目次推送；全年共提供各类文献题录不少于 5000 篇；对挑出的最多 400 篇文摘进行翻译；用户可以挑选最多 500 篇期刊论文提供全文
质量	宣传工作各类广告制作质量达标率	达标
时效	宣传推广工作及时率	及时

效益目标

二级目标	指标内容	指标目标值
效益	社会知晓度	≥10%
效益	服务对象满意度	≥80%
长效管理	长效管理制度建设	完善

产出与效果类目标根据《上海世界城市日事务协调中心 2018 年世界城市日宣传推广绩效目标申报表》确定，以上是本项目在绩效申报时设定的绩效目标，在本次绩效评价中，根据上海市预算绩效管理实施办法，在此基础上根据项目的特点作进一步的细化和归类。

二、绩效评价工作情况

（一）绩效评价目的

本次绩效评价目的是，通过全面摸排本项目的实施过程、项目管理和制度保障、经费使用等情况的基础上，对财政资金使用的合规性、项目管理状况和子项目完成质量、宣传效果作出分析，总结项目取得的成果及存在的问题，提高财政资金的使用质量与效率。

（二）绩效评价工作方案制定过程

通过走访上海世界城市日事务协调中心了解了项目绩效申报情况、项目组织管理机构、管理制度、财务制度制订情况及预算执行支付情况，了解项目概况、项目实施内容、项目过程管理情况，项目验收情况，通过实地调研，与实施部门的负责人员访谈，进一步了解项目的实施内容、项目特点，完善项目的基本情况描述、项目立项情况、并在此基础上，结合《上海市预算绩效管理实施办法》（沪财绩〔2014〕22 号文）的总体要求，对绩效评价的指标包括项目决策、项目管理、项目绩效等内容指标进行设置，初步确定各项指标的评价标准、评价依据。根据主管部门的时间要求，工作方案中制订各个主要节点的计划完成时间，并根

据上述工作内容及时间要求，配备工作组成员，明确各自的主要工作内容和职责。2019年3月中旬完成绩效评价的工作方案，并上报上海市住房和城乡建设管理委员会，由上海市住房和城乡建设管理委员会组织方案评审。对比原工作方案，依据方案评审意见，本次绩效考评报告在以下方面进行改进：

- 1、补充了预算主管部门、项目单位基本信息；
- 2、补充了近几年世界城市日项目的基本情况及其主要成果等内容；
- 3、补充说明了项目计划与主要时间节点等要求。
- 4、补充了近几年预算、预算执行的基本信息；
- 5、补充了预算编制的方法；
- 6、对涉及政府采购的信息及第三方中标服务单位进行了说明；
- 7、对产出类及效果类目标值的确认依据进行说明；
- 8、修改 B11 指标，使其与绩效目标中的预算执行率相同；
- 9、在前文增加优秀案例巡展等相关内容。
- 10、长效管理机制内容补充，使目标更详细，贴合项目实际。
- 11、增加市民对世界城市日的知晓度绩效目标。
- 12、补充知晓度定义，使知晓度定义更为完善。
- 13、增加第三方服务质量过程监管措施和结果考核等内容。

（三）绩效评价原则、评价方法

1、绩效评价原则

（1）科学规范。绩效评价注重财政支出的经济性、效率性和有效性，严格执行规定的程序，采用定量与定性分析相结合的方法。

（2）公正公开。绩效评价客观、公正，标准统一、资料可靠，依法公开并接受监督。

(3) 绩效相关。绩效评价针对具体支出及其产出绩效进行，评价结果清晰反映支出和产出绩效之间的紧密对应关系。

2、评价方法

绩效评价方法主要采用成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法等。根据评价对象的具体情况，可以采用一种或多种方法进行绩效评价。在本项目中，指标权重设计遵循了以结果为导向原则，并适度关注过程管理。

主要用到以下几种绩效方法，包括：

(1) 成本效益分析法，是指将一定时期内的支出与效益进行对比分析以评价绩效目标实现程度，例如在本项目中对成本控制的绩效目标用到此类方法。

(2) 因素分析法，是指通过综合分析影响绩效目标实现、实施效果的内外因素，评价绩效目标实现程度。例如对维修效果及适用性的绩效目标中用到此类方法。

(3) 公众评判法，通过专家评审、部门问卷调查等对财政支出效果进行评判，评价绩效目标实现程度。例如满意度等绩效目标用到此类方法。

(四) 数据采集方法及过程

根据财政绩效评价的总体要求，结合上海市住房和城乡建设管理委员会提出的项目评价重点和具体要求，按照 22 号文的相关规定，对本项目绩效申报时设定的绩效目标进行细化和分解，从而设计出绩效评价指标体系。指标体系共分三级指标，从项目决策、项目管理、项目绩效三方面具体详细评价。

在项目决策评价指标中，项目立项的数据采集从《中共中央国务院关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见》（中发〔2016〕6号）、上海市机构编制委员会《关于同意建立上海世界城市日事务协调中心的批复》（沪编[2014]347号）及上海市委市政府《关于深入贯彻中央城市工作会议精神进一步

加强本市城市规划建设管理工作的实施意见》（沪委发〔2016〕13号文）等有关政策文件，《关于下发〈上海世界城市日事务协调中心“三重一大”议事决策制度（试行）〉的通知》（沪城市日党支〔2018〕1号）等管理性制度文件及项目绩效申报表等立项申报审批资料、项目基础资料中收集分析。

在项目管理评价指标中，数据采集从项目的资金拨付计划、上海城市日相关财务支付数据、项目资金管理制度、会计核算制度、《上海世界城市日事务协调中心政府采购管理制度》、《上海世界城市日事务协调中心内部管理制度》、《上海世界城市日事务协调中心廉政风险防控手册》及《上海世界城市日事务协调中心合同管理制度》等项目单位项目管理制度、项目档案资料检查项目信息、采购资料等相关文件中收集分析。

项目绩效包括项目的产出与项目的效益，项目的产出指标主要是反映项目的实施内容，工作的完成情况、质量、时效的数据采集从各个项目的验收报告、与城市日相关调查访谈中收集。绩效指标中的项目效益、影响力等指标从城市日相关人员访谈、问卷调查、检查制度运用等方式获取。

（五）绩效评价实施过程

1、前期调研——2019年2月~3月

在接受绩效评价工作委托之后，与项目单位联系，通过走访上海城市日事务协调中心了解项目绩效申报情况、项目组织管理机构、管理制度、财务制度制订情况及预算执行支付情况，了解项目概况、项目实施内容、项目过程管理情况，项目验收情况，通过实地调研，与实施部门的负责人员访谈，进一步了解项目的实施内容、项目特点，完善项目的基本情况描述、项目立项情况。

2、工作方案初稿——2019年3月

在项目基础信息调研的基础上，明确评价的目的、方法、评价原则、指标体

系、评价标准、社会调查与访谈方案，在此基础上，结合《上海市预算绩效管理实施办法》（沪财绩〔2014〕22号文）的总体要求，对绩效评价的指标包括项目决策、项目管理、项目绩效等内容指标进行设置，初步确定各项指标的评价标准。3月中旬完成绩效评价的工作方案，并上报上海市住房和城乡建设管理委员会，由上海市住房和城乡建设管理委员会组织专家对方案评审。评审后，依据专家方案评审意见，对绩效工作方案进行完善，对评价指标进行调整修订。

3、开展绩效评价工作——2019年4月~5月

项目组成员在确定工作方案后，根据评审意见及工作方案对涉及各项数据、信息等基础资料进行收集。走访上海世界城市日事务协调中心收集项目申报报表、项目有关制度、掌握项目资金使用情况，调阅项目档案资料、服务过程文件。在此期间，对参展民众发放调查问卷，以了解受益群众对城市日的知晓情况。在此基础上，对所有数据进行整理和分析。

4、撰写绩效评价报告——2019年5月~6月

根据绩效评价的原理和规范，按工作方案的指标评价体系、评价标准、评价方法，对照采集的数据进行分析、计算、评分，并提炼结论撰写报告，提交至上海市住房和城乡建设管理委员会，并由委托方组织相关专家对报告进行评审。

（六）绩效评价的局限性

世界城市日宣传推广工作是每年常规性项目，且知晓度是体现宣传推广项目完成成果的重要体现，但2018年由于资金问题，并未委托专业机构针对知晓度进行调查，只有绩效评价机构对于知晓度进行浅度调查，对比专业机构的调查，其科学合理性相对不足。

三、绩效评价结论

(一) 评价结论

1、评价结论

根据绩效评价指标评分要求和标准，通过绩效分析和逐项打分，本项目绩效分值为 90.2 分，项目评价等级“优”。

2018 年上海世界城市日宣传推广工作绩效评价打分汇总表

表 3.1

一级指标	权重	二级指标	三级指标	参考分值	评分			
A 项目决策	10	A1 项目立项 (6)	A11 项目与战略目标的适应性	2	2			
			A12 立项依据的充分性	2	2			
			A13 项目立项规范性	2	2			
		A2 项目目标 (4)	A21 绩效目标合理性	2	1			
			A22 绩效指标明确性	2	1.2			
		B 项目管理	30	B1 投入管理 (8)	B11 预算执行率	4	4	
B12 预算编制合理性	4				3			
B2 资金使用情况 (7)	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			
B3 项目实施 (15)	B31 服务合同执行有效性			3	2			
	B32 采购规范性			4	4			
	B33 质量管理有效性			4	3			
	B34 进度管理有效性			4	2			
C 项目绩效	60			C1 项目产出 (40)	C11 数量完成情况	C111 宣传品设计制作完成情况	3	3
						C112 微博、微信等新媒体	3	3

				平台运营信息服务完成情况		
				C113 世界城市日主题推广策划实施活动完成情况	4	4
				C114 道旗广告制作安装广告完成情况	4	4
				C115 报纸、地铁、广播电视等宣传广告完成情况	3	3
				C116 城市研究信息数据收集整理完成情况	3	3
			C12 质量目标	C121 宣传工作各类广告制作质量达标率	10	10
			C13 时效目标	C131 宣传推广工作及时完成率	10	10
		C2 项目效益 (20)		C21 社会知晓度	10	10
				C22 服务对象满意度	5	4
				C23 长效管理机制的建立	5	3
	总计 100				100	90.2

2、主要绩效

(1) 广泛动员，整合资源，宣传推广进一步加强。

一是实现利物浦、徐州和上海三地协同推进世界城市日国内外主场期间新闻报道工作，在央视、新华社等中央媒体的支持下，利物浦国际主场活动内容相关内容由央视晚间新闻栏目播出，新华社驻英国分部做专题采访与报道；徐州国内主场活动内容相关内容由人民网、中国网、文汇 APP 等媒体进行发布；利物浦、徐州国内外主场相关报道由《上海发布》进行同步推送，阅读量超百万。二是在市府新闻办、市文明办、市绿化市容局、市城管局、申通地铁集团等单位的支持下，户外公共宣传和推广工作进展有序。

(2) 媒体宣传效果显著提高

首先是媒体层次高。2018 年世界城市日国内外主场活动举办期间，中央电

视台新闻频道播发相关报道，新华社、中国新闻社等中央新闻媒体刊发报道。

其次是媒体参与面广。新华社、中央电视台、人民网、中国网等中央媒体，解放日报、文汇报、新民晚报等上海主要媒体积极参与国内外主场采访报道活动，各类相关报道达 200 余篇；新华网、新浪网、凤凰网、搜狐网、腾讯网、和讯网、中新网等门户网站转载报道。

最后是媒体宣传形式新。2018 年宣传推广工作中充分发挥新媒体的功效，通过微信、微博以及在线直播等方式加大宣传力度。通过微博、微信等新媒体账号和城市日专题网站，及时向社会公众披露各类活动信息。据统计，仅 10 月 31 日当天，微信公众号环境内共有 2257 篇涉及“世界城市日”，其中提到“徐州”的共有 550 篇。此外，18 年继续同腾讯大申网展开合作，进行世界城市日“点亮城市”活动，参与人数达 171 余万人次。

(3) 社会宣传推广影响范围进一步扩大

一是借助广播电视媒体播放“世界城市日”主题宣传片，上海电视台各个频道播放总量 1500 次以上，其中新闻频道、财经频道、电视剧频道、少儿频道等均在黄金时期播放。

二是推动覆盖面广泛的公共交通线宣传。10 月 31 日前后在延安路高架全路段设置 780 面“世界城市日”主题高架道旗；开通“世界城市日”地铁文化专列，并安排在主要地铁站点广告屏播放相关宣传片，在地铁四号线开通“世界城市日”主题文化列车一列，上线时长达 30 天，累计受众超过 100 万人；投放公交广告、出租车背投广告，总计安排 15 条公交线路设置城市日公益广告，4000 辆出租车投放背投广告，宣传面积覆盖到黄浦区、静安区、普陀区、长宁区、徐汇区、宝山区、闵行区、杨浦区、青浦区以及浦东新区等区域，宣传品投放数量和覆盖范围进一步扩大。

三是社会宣传推广深入城市各个角落。组织了宣传灯箱“进小区”活动，总计投放 200 余块小区灯箱广告。动员地标性建筑如花旗大厦、震旦大厦、白玉兰广场等单位在城市日期间滚动播放“世界城市日”公益宣传素材。在全市重点路段的 5 个工地设置围挡广告，将社会宣传推广工作做到群众中去，更加“接地气”。

四是扩大穿越城市世界巡回赛规模。“穿越城市世界巡回赛”上海站活动于 10 月 27 日在世博会世博馆举行，来自社会各阶层、企事业单位、媒体、学生、亲子家庭、全国各地游客等各界人士参赛，赛事参与人数和影响范围进一步提高。

（二）具体绩效分析

本次绩效评价设置了三级评估指标体系。其中一级指标为：项目决策、项目管理和项目绩效，权重分别为 10%、30%和 60%。具体打分情况如下：

1、A 项目决策

（1）A1 项目立项

A11 项目与战略目标的适应性

本项目的实施是将城市日打造成一个在全球城市可持续发展领域发挥重要影响力的交流与合作平台，通过积极参与该平台建设，学习国际先进经验，促进我国新型城镇化工作，与此同时提高中国在全球城市化进程中的话语权，推动国家外交与地方公共外交的多层次协调发展。

完善城市治理机制。落实市、区、街道、社区的管理服务责任，健全城市基层治理机制。进一步强化街道、社区党组织的领导核心作用，以社区服务型党组织建设带动社区居民自治组织、社区社会组织建设。增强社区服务功能，实现政府治理和社会调节、居民自治良性互动。加强信息公开，推进城市治理阳光运行，开展世界城市日、世界住房日等主题宣传活动。积极适应和引领经济发展新常态，把城市规划好、建设好、管理好，对促进以人为核心的新型城镇化发展，建设美

丽中国，实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦具有重要现实意义和深远历史意义，符合《中共中央 国务院关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见》中关于“积极适应和引领经济发展新常态，把城市规划好、建设好、管理好，对促进以人为核心的新型城镇化发展，建设美丽中国，实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦具有重要现实意义和深远历史意义”的内容。

综上，本项目实施符合上海市发展战略目标，关联度高。本项目与战略目标的适应性评分 2 分（满分 2 分）。

A12 立项依据的充分性

世界城市日，出自 2010 年 10 月 31 日上海世博会高峰论坛上发布的《上海宣言》中的倡议。倡议表示，将 10 月 31 日上海世博会闭幕之日定为世界城市日，让上海世博会的理念与实践得以永续，激励人类为城市创新与和谐发展而不懈追求和奋斗。12 月 6 日，第 68 届联合国大会第二委员会通过有关人类住区问题的决议，决定自 2014 年起将每年的 10 月 31 日设为“世界城市日”。这是中国首次在联合国推动设立的国际日，获得了联合国全体会员国的支持。

本项目是一个经常性项目，自 2014 年举办首届“世界城市日”以来，在住房城乡建设部、上海市委、市政府的指导下，在市建设交通工作党委、市住建委的领导下，在市委外宣办、市政府新闻办的大力支持下，在新闻媒体和各相关部门的协同配合下，通过在国际和国内开展丰富多彩的主题宣传活动，大力传播城市宜居方式，积极倡导人与城市和谐发展理念。

综上，本项目立项依据充分。立项依据的充分性评分 2 分（满分 2 分）。

A13 项目立项规范性

根据《上海世界城市日事务协调中心“三重一大”议事决策制度》中的项目

报批管理规定，上海世界城市日事务协调中心在立项时要遵循“重大事项决策、重要干部任免、重大项目安排、大额资金使用”均需议事决策，由综合办公室向领导班子成员征询“三重一大”决策建议事项，汇总形成“三重一大”决策事项建议。领导班子成员提出决策建议前，应作广泛深入的调查研究，听取各方面的意见和建议，根据“三重一大”决策事项建议，领导班子应进行沟通，充分交换意见。个别酝酿时不得作出决定或影响集体决策。经过集体讨论决策后，实行过程监督制并进行监督检查。2018年世界城市日宣传推广经过“三重一大”流程后实施，符合议事决策制度。

综上，项目立项程序符合《上海世界城市日事务协调中心“三重一大”议事决策制度》中对项目实施的相关规定，项目立项规范性评分2分（满分2分）。

（2）A2 项目目标

A21 绩效目标合理性

上海世界城市日事务协调中心在预算申请时，已填报项目专项评审的《绩效申报表》，“申报表”对项目概况、项目绩效目标作了简单描述。本项目的绩效总目标是“2018年世界城市日宣传推广工作计划继续保持既有的宣传力度，通过广告、道旗、电视等传统平台扩大宣传范围，策划并实施世界城市日的社会推广活动，如青年公益活动、城市日主题（优秀案例）国内巡展、工地围挡宣传等活动，以提高世界城市日的社会知晓度。同时通过微博、微信等各项新媒体平台运营，对城市日事务协调中心各项工作进行线上推广，有效提高世界城市日的国内外影响力。”；年度绩效目标是“按照项目计划时限完成各项宣传推广工作，并争取通过活动策划及实施，为广大受众提供社会服务；通过多渠道、多角度、多方式传播城市可持续发展理念，落实国务院批准的四部委文的精神；吸引广大宣传受众，知晓度关注世界城市日的主要议题和各项活动，获得较好的宣传效果和积极的社会反响；积极探索新的传播推广途径，鼓励其他企事业单位积极参与

世界城市日的活动。”

从制定的绩效目标内容来看，无论绩效总目标或是年度绩效目标都表明项目设立目的是为提高世界城市日的知晓度。但在两个目标中都没有提及项目的预期产出效益及应达到的业绩水平。绩效目标设定的目标过于宽泛，特别是项目年度绩效目标与项目的特点，实施效果并不能清晰体现，不利于绩效目标的考核。

综上，绩效目标合理性评分 1 分（满分 2 分）。

A22 绩效指标明确性

根据《绩效申报表》，本项目按投入和管理目标、产出目标、效果目标、影响力目标四大类对项目的绩效目标进行分类，并在此基础上进一步分解了具体绩效指标，投入和管理目标中设立了二级项目实施管理指标，三级指标设立项目日常进度规范管理率、采购信息公开度及招标过程规范性，其中进度规范管理率指标目标值为 100%，规范管理率计算无详细实施过程；采购信息规范度及招标过程规范性均属于“采购规范性”指标，其余有关项目实施、过程规范性无相关指标，投入和管理目标过少且不详细；产出目标中三级指标只有“财政投入乘数”、“巡展项目个数”及“工地围挡活动数”作为产出目标，缺少 2018 年世界城市日宣传推广其他项目，产出目标不够详细；影响力目标中，加入了“项目立项规范性”及“人员到位率”两个三级指标，不符合影响力指标的定义。

综上，项目绩效指标明确性评分 1.2 分（满分 2 分）。

2、项目管理

(1) B1 投入管理

B11 预算执行率

本项目 2018 年申请预算资金 322.40 万元。本项目预算包括 6 个子项目，包括宣传品设计、制作费，微博、微信等新媒体平台运营费，世界城市日主题推广策划实施活动，公益道旗制作安装广告费，报纸、地铁、广播电视等宣传广告费，

城市研究信息数据收集整理费，资金来源为市级财政资金。结算金额 321.1206 万元，根据上海世界城市日事务协调中心财务部门提供的财务明细帐，经核实，费用全部支付完毕。**预算执行率为 99.6%。**

综上，依据评分细则，预算执行率评分 4 分（满分 4 分）

B12 预算编制合理性

2018 年预算编制根据预算评审制度，对年度财政部门预算中安排经费的专项项目的必要性和可行性、项目支出安排的合理性等进行评审论证，市住房城乡建设管理委按照市财政预算管理要求，梳理预算项目实际情况，按行业或项目内容进行分类打包，制定年度预算项目评审计划；按照公开、公平、公正和竞争的原则，通过政府采购招标程序，建立市住房城乡建设管理委评审机构短名单。在短名单范围内委派第三方评审机构，根据委下达“预算项目支出专项评审通知”中的具体评审对象制定评审方案。项目单位填报《部门预算项目支出评审申报文本》，评审机构对项目单位填报的申报文本及其依据等附报资料进行审查核实，组织专家对项目进行评估论证，形成初步评审意见；评审机构将初审意见反馈项目单位，项目单位根据专家意见，进一步优化项目方案、明确绩效目标、细化项目预算，并将调整后的相关资料报送评审机构；依据评审意见和项目单位反馈意见及调整情况，评审机构出具正式的《预算项目支出评审报告》。评审报告客观、真实、全面反映被评审项目的全貌，主要包括项目概况、评审依据、评审内容、评审程序，绩效目标、评审结论、管理建议及其他重要事项说明等内容。

知晓度调查作为项目总目标完成度的体现，但预算中并未加入知晓度调查相关预算。

综上，依据评分细则，预算编制合理性评分 3 分（满分 4 分）

(2) B2 财务管理

B21 专项资金管理制度健全性和完善性

预算单位单位、建设单位均建立财务（资产）管理制度，预算单位具体实行制度有《城市日中心财务管理制度》、《城市日中心财务支出审批制度》、《世界城市日事务协调中心 - 廉政风险防控手册》。财务制度内容全面，包括对预算管理、收入管理、支出管理、经费使用要求、报销程序、财务审计监督和责任追究、建设项目资金管理都有明确有规定，内容详尽，全面。针对政府采购项目，有专门的《城市日中心 政府采购管理制度》、《城市日中心项目管理制度》等规范采购流程。

综上，本项目财务管理制度齐全，能够保障资金的安全、规范运行，专项资金管理制度健全性和完善性评分 2 分（满分 2 分）。

B22 资金使用情况

本项目有明确的资金管理制度及申请支付流程，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，专帐核算，资金的拨付有完整的审批程序和手续，符合项目预算批复或合同规定的用途。经对上海世界城市日事务协调中心财务帐务抽查，所有支付信息均能得到真实、完整、有效的记录，没有发现项目资金有截留、挤占、挪用、虚列的情况。

综上，资金合规情况评分 3 分（满分 3 分）。

B23 财务监控有效性

上海世界城市日事务协调中心有关于城市日宣传推广项目的合同管理中，实行合同（协议）会签审批制度，审批单中明确填报合同名称、政府采购编号、乙方公司名称、项目价款、履约期等内容，并有三方签字认可；在合同中详细写明了项目合作事项及合同双方权利及义务；在项目完成时，上海世界城市日事务协调中心组织相关人员进行项目验收并填报项目验收单，针对项目完成内容、完成质量及完成时间，填写验收总金额；支付过程严格按照合同规定执行，财务监控有效性良好。

综上，财务监控有效性 2 分（满分 2 分）。

(3) B3 项目实施管理

B31 服务合同执行有效性

根据对上海世界城市日宣传推广项目签订的 21 个项目合同进行查阅，以及对项目完成验收单进行比对，2018 年上海世界城市日宣传推广项目均按合同规定执行，包括项目完成内容，合同规定完成时间。合同中规定的有关争议以及违约解决方式也做了详尽说明，项目款项均按合同规定进行支付。但在部分合同规定中，缺少详细的对于项目产出质量以及验收标准规定，服务合同内容及规定稍有欠缺。

综上，服务合同执行有效性评分 2 分（满分 3 分）。

B32 采购规范性

本次 2018 年上海世界城市日宣传推广项目共有 4 个项目采取政府采购流程，分别是“新媒体平台运营信息服务”、“广告道旗制作发布安装项目”、“城市研究信息数据收集整理”、“优秀案例巡展项目”，2018 年 3 月-8 月期间委托上海中世建设咨询有限公司作为招标代理，对 4 个项目进行招标工作，合计中标金额为 160.7664 万元，招投标程序符合招标投标法及相关法律法规规定。

综上，采购规范性评分 4 分（满分 4 分）。

B33 质量管理有效性

本项目管理按照《上海世界城市日事务协调中心项目管理制度》执行，项目开始前后均建有质量保障及管理相关措施，项目实施完成后也能根据规定对完成质量进行验收。但在项目实施过程中并未有相关的监管措施，例如对于项目过程中监督质量及进度的相关管理制度等，过程监督有利于保障项目按时间节点完成。

综上，质量管理有效性良，质量管理制度有待完善，评分 3 分（满分 4 分）。

B34 进度管理有效性

根据上海世界城市日事务协调中心财政支出项目绩效评价目标申报表，由保证项目实施的制度和措施在项目实施方面，城市日协调中心制定专人负责项目跟进，与委托方沟通，共同推进项目实施；项目监督方面，由城市日协调中心的主要领导负责，由定期监督项目实施情况，以及项目实施进度与付款安排是否相符；财务管理方面，由城市日协调中心会计和出纳工作人员负责，严格按照财政批复、预算管理制度、财务管理规定，以及合同规定得付款流程执行。

在项目实施计划中，世界城市日事务协调中心在 3 月形成了新媒体项目、巡展项目、城市研究数据收集整理项目等各项目年度及月度工作计划和方案，并按月度计划推进；4 月形成巡展项目工作方案，并在第二、三季度完成国内巡展工作；5 月在确定 2018 年度世界城市日年度主题的基础上，制定了宣传推广初步方案；6 月启动了道旗等宣传内容的设计和制作工作；8-10 月，形成具体的宣传推广方案报上级部门，并确定具体的项目执行计划；8 月完成了各项宣传品的设计工作，9 月完成了制作工作；运用新媒体平台结合城市日主题活动进行线上传播；实施各项宣传推广工作，包括：开通世界城市日主题地铁文化专列；在建筑工地围挡刊登城市日宣传内容；策划并实施城市公益定向赛活动；对接各项广告投放、并在 10 月份进行各项广告投放工作；11-12 月，对 2018 各项宣传推广活动进行资料汇总和效果评估。但对于项目过程中若发生变更的情况，例如交货延迟、供应商货物出现问题等情况，上海世界城市日事务协调中心并未有相关的应急措施及制度规定。

综上，进度管理有效性，评分 2 分（满分 4 分）。

3、项目绩效

(1) C1 项目产出

C11 数量完成情况

C111 宣传品设计、制作完成情况

根据合同规定项目完成事项以及项目验收单显示，2018 年世界城市日主题

内涵、地铁公交车身广告及附属设计物、报纸广告及宣传折页、工地围挡广告、灯箱广告、高架道旗、陆家嘴地铁施工车间顶棚以及出租车电子屏 15 秒静止画面、纪念品类地铁票、公家卡及徽章等、楼宇大屏平面动画设计等宣传品设计以及地铁灯箱 3 块、公益 LED 屏 5 块、定制 U 盘 200 个、布质定制手提袋 500 个、纸质定制手提袋 1200 个、世界城市日宣传折页 4000 册、社区文明用语灯箱 200 个、城市日手册 2000 册、世界城市日海报 48 份及楼宇大屏视频等宣传品制作全部完成。

综上，宣传品设计、制作全部完成，评分 3 分（满分 3 分）。

C112 微博、微信等新媒体平台运营信息服务完成情况

根据合同规定项目完成事项以及项目验收单显示，2018 年世界城市日主题微博每日推送不少于 3 条信息共 12 个月；微信公众号每日推送 1 条信息共 12 个月；4 格漫画 4 条；第三方制作平台不少于 10 页的 HTML5 页面制作 2 个；根据客户要求定制有单独后台及数据库的不少于 10 页得活动页面 1 篇；6 篇新闻软文；6 篇论坛软文；4 次活动策划执行等全部执行。

综上，微博、微信等新媒体平台运营信息服务全部完成，评分 3 分（满分 3 分）。

C113 世界城市日主题推广策划实施活动完成情况

根据合同规定项目完成事项以及项目验收单显示，2018 年世界城市日主题策展咨询服务、优秀案例巡展、公益宣传活动项目以及工地围挡推广宣传策划全部完成。

综上，世界城市日主题推广策划实施活动全部完成，评分 4 分（满分 4 分）。

C114 道旗广告制作安装广告完成情况

根据合同规定项目完成事项以及项目验收单显示，2018 年世界城市日主题延安高架道路道旗广告发布规格尺寸为 100cm×250cm 的道旗共 760 面全部制作

并发布完成。

综上，道旗广告制作安装广告全部完成，评分 4 分（满分 4 分）。

C115 报纸、地铁、广播电视等宣传广告完成情况

根据合同规定项目完成事项以及项目验收单显示，2018 年世界城市日主题单层巴士三侧共 15 台车身广告；出租车后窗静态轮播投影彩色画面 4000 只流动屏；传统媒体报刊广告 15 家；人民日报半版；⑤创意制作公益广告 1 件，有 30 秒和 15 秒版本并播出；上海地铁 4 号线文化列车内外包车一列。以上内容全部完成。

综上，报纸、地铁、广播电视等宣传广告全部完成，评分 3 分（满分 3 分）。

C116 城市研究信息数据收集整理完成情况

根据合同规定项目完成事项以及项目验收单显示，2018 年世界城市日城市研究信息数据收集整理工作对 40 多种左右的城市研究核心期刊进行目次推送；全年共提供各类文献题录不少于 5000 篇；对挑出的最多 400 篇文摘进行翻译；用户可以挑选最多 500 篇期刊论文提供全文。以上项目全部完成。

综上，城市研究信息数据收集整理全部完成，评分 3 分（满分 3 分）。

C12 质量目标

C121 宣传工作各类广告制作质量达标率

2018 年世界城市日宣传推广项目中宣传品设计及制作；微博、微信等新媒体平台运营信息服务；世界城市日主题推广策划实施活动；道旗广告制作安装广告；报纸、地铁、广播电视等宣传广告；城市研究信息数据收集整理工作。全部验收合格，宣传工作各类广告制作质量达标率 100%。

综上，质量一次验收达标率 100%。评分 10 分（满分 10 分）。

C13 时效目标

C131 宣传推广工作及及时完成率

宣传品设计及制作；微博、微信等新媒体平台运营信息服务；世界城市日主题推广策划实施活动；道旗广告制作安装广告；报纸、地铁、广播电视等宣传广告；城市研究信息数据收集整理工作。验收完成均在合同规定日期内。

表 3-1 2018 年世界城市日宣传推广项目合同履行日期及验收日期汇总表

序号	子项目	实施内容	签订合同	合同期限	验收日期	
1	宣传品设计、制作费	宣传品设计	宣传品设计合同	2018年8月15日	2018年8月15日	
		宣传品制作印刷	地铁灯箱、视频		灯箱 2018年10月21日-2018年11月30日 公益 LED 2018年10月31日-2018年11月30日	2018年10月21日、2018年11月30日
			定制 U 盘及手提袋		2018年12月7日	2018年12月7日
			城市日宣传折页		2018年10月8日	2018年10月8日
			社区灯箱广告		2018年10月15日-2018年11月15日	2018年10月15日、2018年11月15日
			图文制作合同		2018年11月2日	2018年11月2日
			楼宇大屏视频制作		2018年10月15日	2018年10月15日
2	微博、微信等新媒体平台运营费	新媒体平台运营信息服务费	新媒体平台运营项目合同	2018年8月1日-2019年7月31日		
3	世界城市日主题推广策划实施活动	策展咨询服务	内容规划、展位设计合同	2018年10月20日	2018年10月20日	
			策展咨询服务合同	2018年11月15日	2018年11月15日	
		城市日公益宣传活动	公益宣传活动合同	2018年10月27日	2018年10月27日	
		工地围挡宣传活动	公益围挡宣传活动合同	2018年11月3日	2018年11月3日	
		优秀案例巡展活动	优秀案例巡展活动项目合同	2018年10月-2019年4月		

4	公益道旗安装广告	道旗安装广告	道旗广告发布合同	2018年10月27日-2018年10月31日	2018年10月31日
5	报纸、地铁、广播电视等宣传广告费	报刊广告	报纸广告发布服务合同	2018年10月31日	2018年10月31日
		地铁文化专列广告制作	地铁文化列车广告合同	2018年10月21日-2018年11月30日	2018年10月21日、2018年11月30日
		车辆广告制作发布	申通德高媒体租赁合同	2018年10月25日-2018年10月31日	2018年10月31日
		广播电视网络广告	公益广告制作和播出协议	2018年10月15日-2018年11月15日	2018年10月15日、2018年11月15日
6	研究信息收集费	信息数据整理	城市研究信息收集整理合同	2018年7月25日-2019年7月24日	2018年7月25日

综上，宣传推广工作及时完成率评分 10 分（满分 10 分）。

（2）C2 项目效益

C21 社会知晓度

绩效评价小组针对参与优秀案例巡展的相关与会人员进行了知晓度及满意度调查，共发放问卷 20 份，问卷中询问了有关世界城市日知晓度以及服务满意度等相关指标，根据社会知晓度调查及收集到的问卷显示，社会知晓度填写“非常了解”、“了解”选项的问卷达到 40%，超过目标值规定的 10%，得满分。

综上，社会知晓度，评分 10 分（满分 10 分）。

C22 服务对象满意度

绩效评价小组针对参与优秀案例巡展的相关与会人员进行了知晓度及满意度调查，共发放问卷 20 份，问卷中询问了有关世界城市日知晓度以及服务满意度等相关指标，根据服务对象满意度调查及收集到的调查问卷显示，填写“非常满意”、“满意”的问卷数量达到 70%，未达到设定的绩效目标值 80%，服务对象满意度目标扣 1 分。

综上，根据打分办法，服务对象满意度得分 4 分（满分 5 分）。

C23 长效管理机制的建立

上海城市日宣传推广项目属于经常性项目，项目的长效机制可以保证管理机制的决策的制度化、规范化、科学化水平，对于衔接本年度与下一年度的项目实施可以提供帮助，例如对于供应商建立三级考核机等，并且关于项目的中长期计划并未建立，扣 2 分。

综上，根据打分办法，长效管理机制的建立评分 3 分（满分 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、统筹协调、多方参与，共助宣传推广工作进行

2018 年世界城市日中国主场活动在徐州举行，徐州也是今年联合国人居奖的获得城市。此次中国主场活动由住建部、江苏省人民政府和联合国人居署共同主办，由徐州市负责承办。在住建部领导下多次举办筹备会议，明确分工，部署相关工作，促成部分中央媒体、上海主流媒体和江苏省以及徐州市主流媒体参与报道此次活动，形成规模性效应。

2、建立宣传推广工作审查制度，避免工作失误

为达到预期宣传效果和避免重大失误，城市日中心成立了由住建委领导监督、城市日中心主任负责、宣传推广部落实的宣传三级审查制度，对各个方面的宣传推广工作进行监督审查。

3、为宣传推广工作做好了基础性保障工作

分别制定世界城市日国内外主场活动宣传方案，并及时跟进住建部等领导单位最终确定的宣传工作口径和内容，按会前、会中、会后三个时间节点细化宣传方案，确保活动宣传顺利进行。与此同时，在推进宣传工作中，协调各方制定好配套活动的宣传方案和宣传通稿，及时协调各个媒体渠道播发新闻。制作世界城

市日的公益宣传片和文字资料，并全部上传至公共云盘，便于媒体查阅，保障了宣传工作的有效开展。城市日中心及时对接和保障各种媒体的宣传报道，从提供宣传资料、安排采访对象、宣传文稿把关等一一有序进行，宣传活动达到了预期效果。

4、宣传推广工作接地气、深入基层，真正做到了群众参与、群众共享

以拍摄世界城市日“V+V=W”系列摄影作品为例，城市日中心邀请到了来自身边的家人、同事、邻里，还有涉及日常出行的校车司机和小朋友、地铁工作人员和乘客等，选取城市中的工地、社区以及办公场所等，使不同年龄、不同社会角色、不同性别的人都可以参与到这项活动中。“V+V=W”系列摄影作品，是对今年世界城市日主题最接地气的宣传贯彻，也向传达了每个人都可以尽自己的一份力量去共建美好城市的理念，一起共享美好城市。

（二）存在问题

1、绩效申请表中个别指标归类有误，绩效申报表指导性不强

本项目总目标为“通过 2018 年世界城市日一系列宣传推广工作，提高世界城市日的社会知晓度，提高其国内外影响力”，年度绩效目标设定内容详细但缺乏数据指标，仅有服务对象满意度达到 30%这一数据指标；产出目标中未包含完整此次世界城市日宣传推广活动需要完成的数量目标；影响力目标中“项目立项规范性”及“人员到位率”应放入管理目标中。

2、项目验收管理制度执行不严格，验收标准有待明确

根据上海世界城市日事务协调中心提供的项目验收记录，其中有部分项目验收单中验收标准不够详尽，另有部分验收单验收时间未明确，比如“世界城市日宣传品制作”验收记录、“优秀案例巡展”验收记录等。

（三）建议和改进措施

1、加强绩效目标管理，细化财政项目支出绩效目标

项目单位应根据沪财〔2014〕14号文《上海市预算绩效管理实施办法》的有关规定，在编制项目绩效目标时，编制《财政项目支出绩效目标申报表（项目总体情况）》，并依据项目的特点及单位管理的实际情况编制《财政项目支出绩效目标申报表（绩效目标）》、《财政项目支出绩效目标申报表（工作程序和制度保障）》。在细分“投入和管理目标”、“产出目标”、“效果目标”、“影响力目标”时，正确细分目标类别，指标目标值与项目完成目标相匹配，例如“产出”目标中将当年所有子项目的完成数量、完成质量及完成时间是否符合合同规定；影响力目标中加入相关社会效益及经济效益指标等。

2、严格项目验收管理制度，完整反映项目完成情况

首先建议在合同中必须明确数量、规格、质量等重要的验收要素，例如宣传品制作所使用物料，工艺；宣传视频制作合同中，规定视频中需要体现主题、规范字符等。其次建议在验收单中，所有验收项目写明验收时间及验收质量是否符合合同规定，便于绩效评价工作进行。