

中共上海市松江区委宣传部（本级）2024 年 财政支出项目绩效目标申报表

绩效目标设置情况

按照本市预算绩效管理工作的总体要求，本单位开展了 2024 年项目预算绩效目标编报工作，编报绩效目标的项目 18 个，涉及项目预算资金 5057.83 万元。

项目经费情况说明 1 党报党刊

一、项目概述

松江区委宣传部拟于 2024 年 1 月至 2024 年 12 月实施党报党刊征订项目，主要实施内容为根据《中共上海市委办公厅关于做好我市 2024 年度党报党刊发行工作的通知》（沪委办[2023]28 号）的要求，统一思想认识，加强组织领导，切实把党报党刊发行推广工作作为一项重要政治任务抓紧抓好，重点做好《人民日报》、《求是》、《解放日报》、《文汇报》、《光明日报》、《党建》等党报党刊发行工作。

二、立项依据

根据《中共中央办公厅关于做好 2024 年度人民日报、〈求是〉杂志发行工作的通知》、《中共上海市委办公厅关于做好我市 2024 年度党报党刊发行工作的通知》（沪委办[2023]28 号）。

三、实施主体

松江区委宣传部。

四、实施方案

实施内容和计划：2023 年 10 月—2023 年 12 月，根据市委宣传部 2024 年度党报党刊征订要求，梳理党报党刊征订种类和数量，及早部署、及早动员、合理分解至各党委、党组。同时，以最优化方式将部分党报党刊赠送给退休老同志、志愿者、先进单位、志愿者基地、居委会等相关单位和个人，及早确保完成党报党刊征订任务。2024 年 1 月—2024 年 9 月，通过设立党报党刊专项和往来专户，集中收支征订款，确保党报党刊征订款项收支及时无误。2024 年 10 月—12 月，继续督促各部门落实落细征订推广工作，确保党报党刊有效覆盖，提升党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

经测算，根据市委宣传部下发 2024 年的征订数和各党报党刊征订单，主要用于《解放日报》1800 份，每份 450 元，81 万元；《人民日报》50 份，每份 288 元，1.44 万元；《文汇报》950 份，每份 360 元，34.2 万元；《新华每日电讯》550 份，每份 324 元，17.82 万元；《东方城乡报》100 份，每份 120 元，1.2 万元；《光明日报》330 份，每份 360 元，11.88 万元；《新民周刊》50 份，每份 408 元，2.04 万元；《环球人物》210 份，每份 480 元，10.08 万元；《上海宣传通讯》6 份，每份 264 元，0.1584 万元；《经济参考报》40 份，每份 360 元，1.44 万元；

《瞭望新闻周刊》40 份，每份 360 元，1.44 万元；《经济日报》310 份，每份 365 元，11.315 万元；《雷锋杂志》500 份，每份 192 元，9.6 万元；《网络舆情》4 份，每份 3800 元，1.52 万元；《中国经济导报》500 份，每份 320 元，16 万元；求是 10 份，每份 264 元，0.27 万元；《新民晚报》100 份，每份 360 元，3.6 万元；《瞭望》40 份，每份 353.6 元，1.4144 元；《机要内刊》5 份，0.299 万元；高管信息 3 份，每份 0.5 万元，1.5 万元；相关学习刊物 1.7 万元；总计 209.91 万元。预算执行计划，一季度预算执行率完成 30%，二季度完成预算执行率 80%，三季度预算执行率完成 100%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	党报党刊	项目性质	其他经常性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部	实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）		
计划开始日期	2024-01-01	计划完成日期	2024-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额	2,099,100.00	年度资金申请总额	2,099,100.00	
	其中：财政资金	2,099,100.00	其中：当年财政拨款	2,099,100.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	党报党刊是党指导工作的重要思想舆论阵地，充分认识党报党刊发行工作的重要性，扎实落实党报党刊发行工作，保证党报党刊的覆盖面，进一步加强市委机关报和机关刊物在意识形态领域的主导地位，提升党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，切实肩负起举旗帜、聚民心、育新人、兴文化展形象的使命任务。		1、统一思想认识，加强组织领导，切实把党报党刊发行推广工作作为一项重要政治任务抓紧抓好，重点做好《人民日报》、《求是》、《解放日报》、《光明日报》《党建》等发行工作。2、把握关键环节，精准高效，落实订阅任务。3、科学有序分解征订任务，保障订阅经费。4、强化学习应用，做好传播覆盖，提升党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，教育引导全区广大干部群众为实现“科创、人文、生态”的现代化新松江作出新的贡献。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本 指标	《解放日报》征订价		=450.00(份/元)
			《文汇报》征订价		=360.00(份/元)

			《人民日报》征订价	=288.00(份/元)
			《新华每日电讯》	=324.00(份/元)
	产出指标	数量指标	征订任务数	≥3.00(万份/年)
			征订单位	≥30.00(个/年)
		质量指标	发行个人先进者	=2.00(人/年)
		时效指标	党报党刊发行及时性	=100.00(%)
	效益指标	社会效益指标	传播力、引导力、影响力公信力提升	提升
		可持续影响指标	读者征订年限	≥5.00(年)
	满意度指标	服务对象满意度指标	征订对象满意率	≥98.00(%)

项目经费情况说明 2 第六届进博会 G60 科创走廊公益广告宣传经费（尾款）

一、项目概述

松江区委宣传部于 2023 年 6 月（至 2024 年 3 月）实施第六届进博会 G60 科创走廊公益广告宣传经费项目，主要实施内容为第六届进博会前后和召开期间，开展长三角 G60 科创走廊宣传推广工作。主要通过媒体宣传辐射全球五大洲、24 城、8 大高铁、12 大机场、10 大地标，1000 家网络新闻媒体，共 12129 个广告点位，投放周期国内机场以 2-4 周为主，国内高铁以 2-4 周为主，全球机场以 4 周为主，全球地标以 1-2 周为主。资金支付比例为 2023 年首款（合同总价的 50%），2024 年 1 月已完成项目验收，拟申请支付尾款（合同总价的 50%）。

二、立项依据

根据《科技部国家发展改革委工业和信息化部人民银行银保监会证监会关于印发〈长三角 G60 科创走廊建设方案〉的通知》的要求，“营造良好氛围。加强宣传引导，彰显品牌效应和资源集聚能力。创新宣传方式，提高公众参与度，营造全社会关注支持推动 G60 科创走廊建设的浓厚氛围。”

三、实施主体

松江区委宣传部宣传科，主要负责根据中央、市委、区委重点中心工作宣传，重大时间节点、重大会议、活动营造社会氛围，开展形势任务教育，组织开展全民国防教育，加强红色

资源保护利用，培育和践行社会主义核心价值观，爱国主义教育基地、全民国防教育基地等阵地管理和使用，促进公益广告发展，推动科技文化卫生“三下乡”等。

四、实施方案

实施内容和计划：2023 年度，6 月启动政府采购流程；8 月，完成招投标工作；9 月，做好版面的设计；10 月-11 月，投放长三角机场、高铁，国内重点商业区机场、电视，航空群媒体，国外主流机场媒体；全球知名地标投放，占据影响力制高点，聚焦热点话题；11 月，国内外互联网新闻端媒体，通过网络二次传播，深度发酵 G60 科创走廊的影响力；9-12 月，新媒体内容推广及运营，短视频形式全网平台个性化运作。2024 年，1-3 月撤展及项目验收，支付尾款。

五、实施周期

2023 年 6 月—2024 年 3 月

六、年度预算安排

此项目 2023 年通过公开招标，中标价为 477.8 万元，按照合同约定，2023 年已执行 238.9 万元，剩余 50%尾款待项目验收合格后支付。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	第六届进博会 G60 科创走廊公益广告宣传经费（尾款）		项目性质	其他一次性项目	项目类别 其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部		实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）	
计划开始日期	2024-01-01		计划完成日期	2024-12-31	
项目资金 (元)	项目资金总额	2,389,000.00	年度资金申请总额	2,389,000.00	
	其中：财政资金	2,389,000.00	其中：当年财政拨款	2,389,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金		其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	四维媒体立体组合，全方位覆盖目标受众，包括进博会的展商、采购商及高端参观者，全面介绍长三角 G60 科创走廊建设情况、优质资源及优惠政策，充分吸纳来自国内国际的社会关注度，展现我区优势形象，打造 G60 科创走廊品牌形象高度。		为充分借助第六届进博会的辐射效应和全球热点效应，牢牢把握进博会机遇，充分展现我区优势形象，于第六届进博会期间开展长三角 G60 科创走廊宣传推广工作。宣传宗旨重点立足上海，链接长三角，辐射全国，走向国际。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效指标	成本指标	经济成本指标	国内机场刊例		≤220000.00(元/周/10秒)
			国内高铁刊例		≤800000.00(元/4周/10秒)

			国际地标刊例	≤1650000.00(元//周/10 秒)
产出指标	数量指标		宣传覆盖五大洲主要城市	≥24.00(个)
			广告阵地点位	≥1000.00(个)
			网络媒体（广泛报道）	≥1000.00(家)
	质量指标		确保宣传画面、视频及文字符合国家战略平台定位	符合要求
	时效指标		宣传投放按时	=100.00(%)
效益指标	社会效益指标		进一步提升长三角 G60 科创走廊在全球范围的知名度和影响力	提升
	可持续影响指标		连续多年持续投放，进一步提升企业等对国家战略平台的稳定预期	提升
满意度指标	服务对象满意度指标		群众满意度	满意

项目经费情况说明 3 第七届进博会 G60 科创走廊公益广告宣传经费（首款）

一、项目概述

充分借助第七届进博会的辐射效应和全球热点效应，牢牢把握进博会机遇，全方位覆盖目标受众，包括进博会的展商、采购商及高端参观者，全面介绍长三角 G60 科创走廊建设情况、优质资源及优惠政策，充分吸纳来自国内国际的社会关注度，展现我区优势形象，打造 G60 科创走廊品牌形象高度。宣传点位包括长三角机场、高铁，国内重点商业区机场、电视，航空群媒体，国外主流机场媒体；全球知名地标投放；国内外互联网新闻端媒体；新媒体内容推广及运营，短视频形式全网平台个性化运作。

二、立项依据

根据《科技部国家发展改革委工业和信息化部人民银行银保监会证监会关于印发〈长三角 G60 科创走廊建设方案〉的通知》的要求，“营造良好氛围。加强宣传引导，彰显品牌效应和资源集聚能力。创新宣传方式，提高公众参与度，营造全社会关注支持推动 G60 科创走廊建设的浓厚氛围。”

三、实施主体

松江区委宣传部宣传科，主要负责根据中央、市委、区委重点中心工作宣传，重大时间节点、重大会议、活动营造社会氛围，开展形势任务教育，组织开展全民国防教育，加强红色

资源保护利用，培育和践行社会主义核心价值观，爱国主义教育基地、全民国防教育基地等阵地管理和使用，促进公益广告发展，推动科技文化卫生“三下乡”等。

四、实施方案

实施内容和计划：6月启动公开招投标工作，8月完成招投标工作，9月做好版面的设计，10月-11月投放长三角机场、高铁，国内重点商业区机场、电视，航空群媒体，国外主流机场媒体；全球知名地标投放，占据影响力制高点，聚焦热点话题。11月国内外互联网新闻端媒体，通过网络二次传播，深度发酵G60科创走廊的影响力。9-12月新媒体内容推广及运营，短视频形式全网平台个性化运作。

五、实施周期

2024年1月1日—2024年12月31日

六、年度预算安排

（1）通过长三角机场、高铁，国内重点商业区机场、电视，航空群媒体，国外主流机场媒体，聚焦核心目标区域和目标受众，贴合科创定位高度，300万。

（2）全球知名地标投放，占据影响力制高点，聚焦热点话题，50万。

（3）国内外互联网新闻端媒体，通过网络二次传播，深度发酵G60科创走廊的影响力，50万。

（4）新媒体内容推广及运营，短视频形式全网平台个性化

运作，80 万。

执行计划：6 月启动公开招投标；8 月完成招投标，支付 50%经费；11 月底完成项目，支付 100%经费。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	第七届进博会 G60 科创走廊公益广告宣传经费（首款）		项目性质	其他一次性项目	项目类别 其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部		实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）	
计划开始日期	2024-01-01		计划完成日期	2024-12-31	
项目资金 (元)	项目资金总额	2,400,000.00	年度资金申请总额	2,400,000.00	
	其中：财政资金	2,400,000.00	其中：当年财政拨款	2,400,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	四维媒体立体组合，全方位覆盖目标受众，包括进博会的展商、采购商及高端参观者，全面介绍长三角 G60 科创走廊建设情况、优质资源及优惠政策，充分吸纳来自国内国际的社会关注度，展现我区优势形象，打造 G60 科创走廊品牌形象高度。		宣传点位包括：（一）长三角地区、京津冀、大湾区机场、高铁；（二）国内商业商业地标，航空群媒体，国外主流机场媒体；（三）全球知名地标投放；（四）国内外互联网新闻端媒体；（五）新媒体内容推广及运营，短视频形式全网平台个性化运作。媒体投放方案辐射 2023 年全球媒体方案辐射全球五大洲、24 城、8 大高铁、12 大机场、10 大地标，1000 家网络新闻媒体，共 12129 个广告点位。投放周期国内机场以 2-4 周为主，国内高铁以 2-4 周为主，全球机场以 4 周为主，全球地标以 1-2 周为主。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度（/项目）指标值
绩效	成本指标	经济成本指标	国内机场刊		≤220000.00（元/周/10 秒）

指标			国内高铁刊例	≤800000.00(元/4 周/10 秒)
			国际地标刊例	≤1650000.00(元/周/10 秒)
	产出指标	数量指标	宣传覆盖五大洲主要城	=24.00(个)
			广告阵地点位	≥1000.00(个)
			网络媒体（广泛报道）	≥1000.00(家)
		质量指标	宣传画面、视频及文字符合国家战略平台定位符	合格
		时效指标	宣传时间	=100.00(%)
	效益指标	社会效益指标	进一步提升长三角 G60 科创走廊在全球范围的知名度和影响力	提升
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥85.00(%)

项目经费情况说明 4 非编人员经费

一、项目概述

根据《中共上海市松江区委宣传部关于申请补充编外用工的请示》及区人社局编外科工作要求，招录非编辅助管理人员 1 名，通过从人员审批、人员聘用、薪酬发放、考核管理等方面加强非编人员管理，以此充分保障编外人员福利待遇，同时高效保障单位工作运行，充实人员力量，协助本单位开展其它工作，有效促进行政事业单位公共服务市场化改革。

二、立项依据

根据区人社局编外科工作要求、《中共上海市松江区委宣传部关于申请补充编外用工的请示》。

三、实施主体

松江区委宣传部办公室，主要负责在职在编在岗人员和其他相关人员的人事管理，按管理权限做好职务职级晋升、科级干部提拔使用、日常考评等工作。

四、实施方案

根据人社局的要求做好非编人员按月薪资（工资、社保、公积金等）发放及绩效考核管理，同时做好编外人员福利待遇保障。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

编外人员工作经费项目，15.74 万元。主要用于人工成本为 15.17 万元/年(工资、社保、公积金等)、体检 0.09 万元、饭贴 0.48 万元。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	非编人员经费	项目性质	其他经常性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部		实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）	
计划开始日期	2024-01-01		计划完成日期	2024-12-31	
项目资金 (元)	项目资金总额	157,418.00	年度资金申请总额	157,418.00	
	其中：财政资金	157,418.00	其中：当年财政拨款	157,418.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	通过从人员审批、人员聘用、薪酬发放、考核管理等方面加强非编人员管理，以此充分保障编外人员福利待遇，同时高效保障单位工作运行，充实人员力量，促进行政事业单位公共服务市场化改革。		通过从人员审批、人员聘用、薪酬发放、考核管理等方面加强非编人员管理，以此充分保障编外人员福利待遇，同时高效保障单位工作运行，充实人员力量，协助本单位开展其它工作，有效促进行政事业单位公共服务市场化改革。		
	一级指标	二级指标	三级指标	年度(/项目)指标值	
绩效 指标	成本指标	经济成本 指标	人工成本	≥151718.00(元/年)	
			体检费	≥900.00(元/年)	
			餐费	≥4800.00(元/年)	

	产出指标	数量指标	人数	=1.00(人)
			工资发放	=12.00(月)
		质量指标	工作态度	良好
			专业能力	≥98.00(%)
		时效指标	业务工作	提高
	效益指标	社会效益指标	公共服务	提升
	满意度指标	服务对象满意度指标	单位满意度	≥98.00(%)

项目经费情况说明 5 广播专题宣传

一、项目概述

为全面落实市委、市政府“五个新城”部署，加快建设“科创、人文、生态”现代化新松江，围绕松江“科创、人文、生态”的战略定位，借助上海人民广播电台广泛深远的传播力，对长三角 G60 科创走廊、松江新城建设、人文松江建设等高质量发展的亮点、着力点进行持续宣传，拟与上海人民广播电台合作开展 2024 年“人民向往的新城”广播专题宣传。专题宣传节目播出将覆盖全年，具体包括：730 黄金点位 60 秒音频宣传、长三角一体化科创资讯推送、《人民向往的新城》定制专栏节目等。

二、立项依据

根据党的二十大报告、上海市第十二次党代会报告、《关于本市“十四五”加快推进新城规划建设工作的实施意见》、十二届上海市委三次全会精神、推进长三角 G60 科创走廊科创生态建设大会精神、六届区委三次全会精神等。

三、实施主体

松江区委宣传部新闻科，主要负责开展新闻、对外宣传和网络传播等。

四、实施方案

(1) 730 黄金点位 60 秒音频宣传内容：宣传“科创、人文、生态”现代化松江建设成果，展现现代化松江新城的“新

实践、新标杆、新示范”形象。点位：上海新闻广播早新闻黄金时段 7:30 播出。形式：内容涵盖 20 秒宣传口号+40 秒松江优质营商环境介绍实况。数量：212 天，同步新媒体平台推送音频+图文。（2）长三角一体化科创资讯推送内容：制作播出时长 90 秒的《长三角一体化科创》资讯音频及新媒体推文，内容包含 G60 科创走廊发展最新动态，以及引领长三角的创新成果、大事件。数量：全年拟推送 50 次。（3）《人民向往的新城》话匣子平台系列直播围绕松江宣传需求，结合松江重要新闻事件节点，拟策划 6 次大型融媒体直播。直播平台：话匣子矩阵及松江融媒体平台活动形式：每期结合主题内容策划直播方案，通过相关新媒体平台全程直播。包括但不限于：建设“松江枢纽”门户功能、坚定“上海之根、人文松江”文化自信、扎实推进高质量充分就业、率先启动松江新城绿环规划建设、推进优质教育资源落地、打响“幸福养老”松江品牌、探索超大城市乡村振兴之路等。二次传播：直播结束后，剪辑、推送配套音频节目及短视频，全媒体二次传播扩大影响力。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

人民向往的新城广播专题宣传，300 万元。资金测算：7:30 硬广套装刊例价：38400 元/次*180 次=691.2 万元；《松江 G60 科创走廊》资讯推送刊例价：30000 元/期*50 期=150 万元；

(单条 90 秒)直播费用: 1 万元/场*10 场=60 万元; 总计 851.2 万, 政务公益价 300 万。 预算执行计划: 1-4 月份完成总额的 30%; 5-8 月份完成总额的 40%; 9-12 月完成总额的 30%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	广播专题宣传	项目性质	其他一次性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部	实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）		
计划开始日期	2024-01-01	计划完成日期	2024-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额	3,000,000.00	年度资金申请总额	3,000,000.00	
	其中：财政资金	3,000,000.00	其中：当年财政拨款	3,000,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	全面落实市委、市政府“五个新城”部署，加快建设的“科创、人文、生态”现代化新松江，让G60 科创走廊建设从秉持新发展理念的基层生动实践上升为国家战略重要平台,成为上海科创中心和长三角一体化高质量发展两大国家战略的交汇点，呈现松江城市软实力和引领力，彰显新时代松江精神。		借助上海人民广播电台权威主流的广播平台声音，广泛提升松江故事传播力和影响力，围绕松江“科创 人文 生态”的战略定位，对长三角 G60 科创走廊、松江新城建设、人文松江建设等松江高质量发展的亮点和着力点，展开覆盖全年的深度宣传合作，传递好松江声音。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本 指标	《人民向往的新城》话匣子平台系列直播		≥10.00(次/万元)
			长三角一体化科创资讯推送		≥3.00(条/万元)
			730 档 60 秒宣传		≥3.84(次/万元)

	产出指标	数量指标	广告宣传	=180.00(次)
			咨询推送	=50.00(期)
			直播节目	=6.00(次)
		质量指标	广播音频制作	=100.00(%)
			直播服务	=100.00(%)
		时效指标	播报时段	=100.00(%)
	效益指标	社会效益指标	广播听众	持续提升
	满意度指标	服务对象满意度指标	听众满意度	满意

项目经费情况说明 6 精神文明建设经费

一、项目概述

松江区委宣传部创建科、未成年人工作科拟于 2024 年 1 月（至 2024 年 12 月）实施精神文明建设项目，主要实施内容为根据全面落实中央、市委、区委对精神文明建设的各项要求，以培育和践行社会主义核心价值观为根本任务，全面推进文明实践、文明培育、文明创建，广泛开展公民思想道德教育、系列文明创建指导、未成年人思想道德建设等各类活动，厚植城市精神、彰显城市品格，着力提升城市软实力

二、立项依据

根据《新时代公民道德建设实施纲要》、《中共中央国务院关于进一步加强和改进未成年人思想道德建设的若干意见》、《全国文明城市测评体系及操作手册》、《全国未成年人思想道德建设工作测评体系》、《上海市精神文明建设“十四五”发展规划》、《关于深化市民修身行动塑造新时代市民新形象的实施意见》、《上海市精神文明建设工作要点》、《松江区精神文明建设工作要点》等文件要求。

三、实施主体

松江区委宣传部创建科、未成年人工作科，主要负责开展公民思想道德教育、群众性精神文明创建、未成年人思想道德建设、做好网络精神文明建设，加强精神文明氛围营造等。

四、实施方案

根据中央、市委、区委对区精神文明建设工作具体要求，围绕重点工作、重要节点有序推进。全年常态开展的项目，城市文明进步指数测评、问卷调查及线上宣传、社会文明风尚行动等项目按季度开展相关工作、区新时代文明实践中心日常运行管理；创全办办公经费、创全复评检查租车费按实际产生费用结算；点赞松江人宣传活动每月开展；公益广告阵地维护和更新按照画面更新计划及破损版面更新推进项目。围绕重要节点开展的项目，精神文明社会面动员、“我们的节日”系列活动等围绕春节、元宵、清明、端午等重点传统节日节点推进线上线下相关活动项目；区公益广告大赛预计在二季度启动，下半年执行完成；移风易俗文艺巡演下半年移风易俗主题宣传月前后推进项目；文明家庭礼遇关爱结合全国家庭日、家庭文化节等相关节点开展；未成年人活动重点围绕寒假、暑假等节点开展相关活动、新时代文明实践和学雷锋志愿服务“六个最美”先进典型推选活动、文明实践主题活动、志愿服务主题活动、新时代文明实践优秀项目扶持等。根据上级具体工作要求开展的项目，创全专项保障、创全宣传品制作、创全道旗制作安装根据创建工作具体推进安排执行项目；系列创建成果展示宣传计划在 2021-2023 年度全国级、市级创建成果公布后执行；公益动画/平面通稿设计根据相关活动要求执行；道德模范选树、未成年人阵地宣传等。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

精神文明建设经费 625 万元。主要用于城市文明进步指数测评 70 万元，问卷调查及线上宣传 20 万元，创全办办公经费 5 万元，创全复评检查租车费 2 万元，创全专项保障费用 20 万元，创全宣传品制作 87.6 万元，创全道旗制作安装 28.4 万元，系列创建成果展示宣传 18 万元，文明家庭礼遇关爱 3 万元，公益广告阵地维护和更新 80 万元，精神文明社会面动员 40 万元，公益动画、平面通稿设计 10 万元，区公益广告大赛 30 万元，社会文明风尚行动 25 万元，移风易俗文艺巡演 20 万元，“我们的节日”系列活动 70 万元，点赞松江人宣传活动 40 万元，道德模范选树 1 万，开展未成年人活动 45 万元，未成年人阵地宣传 10 万。预算执行按照全年工作计划，大体执行进度为：1-6 月份预计执行 50%，7-9 月份预计执行 80%，10-11 月份预计执行 100%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	精神文明建设经费		项目性质	其他经常性项目	项目类别 其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部		实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）	
计划开始日期	2024-01-01		计划完成日期	2024-12-31	
项目资金 (元)	项目资金总额	6,250,000.00		年度资金申请总额	6,250,000.00
	其中：财政资金	6,250,000.00	其中：当年财政拨款		6,250,000.00
			上年结转资金		0.00
	其他资金	0.00		其他资金	0.00
项目 绩效 目标	项目总目标			年度总体目标	
	不断深化群众性精神文明创建工作，全国级、市级系列文明创建规模稳步增加，城市文明程度和市民文明素质不断提升；通过道德模范和身边好人选树宣传，发挥榜样示范引领作用，加强文明培育，推进本区公民道德建设；进一步加强松江区未成年人思想道德建设，为未成年人健康成长营造良好社会环境。			不断深化群众性精神文明创建工作，全国级、市级系列文明创建规模稳步增加，城市文明程度和市民文明素质不断提升；更新维护好区内公益广告阵地，选树宣传本区在经济社会发展中涌现的敬业奉献、乐于助人、见义勇为等先进典型，发挥道德模范、身边好人示范引领作用；不断提升加强松江区未成年人思想道德建设。	
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本指标	创全入户宣传品单价每份		≥12.00(元/份)
	产出指标	数量指标	组织专题会议		≥4.00(次)
			文明城区创建模拟测评		=2.00(次)

			开入户问卷调查	=2000.00(户)
			未成年人活动（线上线下）	=2000.00(人次)
			道德模范	=20.00(人)
		质量指标	宣传品制作质量	=100.00(%)
			公益广告制作质量	=100.00(%)
		时效指标	项目完成及时性	及时
	效益指标	社会效益指标	城市文明指数	提升
			市民文明素质	提升
	满意度指标	服务对象满意度指标	市民对开展文明城区创建活动成效的满意度	≥90.00(%)

项目经费情况说明 7 理论宣传工作经费

一、项目概述

区委宣传部拟于 2024 年 1 月（至 2024 年 12 月）实施理论宣传工作经费项目，主要实施内容为组织党委中心组学习、理论线上线下宣讲、“云间理堂”建设、“学习强国”学习平台线上线下活动、意识形态工作、思想政治工作等，持续推动各级党员领导干部加强理论学习、厚实理论功底，自觉用新时代党的创新理论观察新形势、研究新情况、解决新问题，不断提升意识形态和思想政治工作能力水平。

二、立项依据

根据《中国共产党宣传工作条例》（中共中央印发）、《关于新时代加强和改进思想政治工作的意见》（中共中央、国务院印发）、《党委（党组）意识形态工作责任制实施办法》（中央办公厅印发）等文件，均要求指导协调理论研究、学习、宣传工作，落实意识形态工作责任制，做好新时代思想政治工作。

三、实施主体

松江区委宣传部理论科，主要负责从事理论宣传、理论学习及意识形态等工作。

四、实施方案

实施内容和计划：区委中心组学习、党委中心组专刊、特刊编纂、二十届三中全会主题宣讲、“青年说”新媒体宣讲、“云间理堂”建设、理论书籍购买、“学习强国”推广活动、

思想政治工作、意识形态工作等。区委中心组学习实施方式和计划主要是根据中央、市委和区委有关中心组学习要求，制定全年中心组学习计划，原则上每月安排一次集中学习，邀请专家为区委中心组成员授课，支付专家讲课费以及外省市专家食宿交通费；党委中心组专刊、特刊编纂实施方式和计划主要是为提升领导干部的理论水平，服务各级党委中心组学习，与相关机构或单位合作定期（不定期）编写党委中心组专刊、特刊，发放至全区处级及以上领导干部；二十届三中全会主题宣讲实施方式和计划主要是根据党的二十届三中全会精神，组织以“松江三人行”“云间讲习堂”“国政讲习堂”“思政讲习堂”等形式深入农村、学校、企业、社区、网络等开展党的二十届三中全会精神宣讲，同时拍摄系列宣讲微视频在“学习强国”学习平台、上海松江 APP 等平台传播（该项工作属于跨年度工作，时间跨度一般为 2023 年 11 月—2024 年 3 月）；“青年说”新媒体宣讲实施方式和计划主要是围绕学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，紧密联系松江实际，以新媒体宣讲方式，用青年视角、青年语言讲好党的创新理论在松江的生动实践，2024 年拟开展“青年说”第五季；“云间理堂”建设实施方式和计划主要是一方面继续整合各方面资源，持续打造“松江三人行”“青年说”以及“云间讲习堂”“思政讲习堂”“国政讲习堂”等区级宣讲品牌，同时立足一地区一特色、一领域一团队，全方位多渠道挖掘培育个性化多样化基层理论宣讲骨干

队伍，不断打造越来越多的基层理论宣讲“金字招牌”“百姓名嘴”、特色团队，进一步做实做优做强理论宣讲矩阵；理论书籍购买实施方式和计划主要是根据市委宣传部以及区委工作要求，购买相关理论书籍，发放对象主要为党员领导干部；“学习强国”推广活动实施方式和计划主要是通过举办学习达人沙龙活动、打造“学习强国”线下体验空间、定期组织管理员、供稿员经验交流活动、结合松江特色制作一批学习推广品等开展“学习强国”线下线上推广活动，不断扩大“学习强国”学习平台的覆盖面和影响力；思想政治工作实施方式和计划主要是以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持守正创新，推进理念创新、手段创新、基层工作创新，加强企业思想政治工作、农村思想政治工作、机关思想政治工作、学校思想政治工作、社区思想政治工作、网络思想政治工作以及各类群体的思想政治工作，不断提升基层思想政治工作质量和水平；意识形态工作实施方式和计划主要是统筹协调意识形态工作，组织协调意识形态工作责任制落实情况日常监督检查，结合巡察工作开展专项检查，牢牢掌握意识形态工作领导权，落实意识形态工作责任制。

五、实施周期

2024年1月1日—2024年12月31日

六、年度预算安排

经测算，区委中心组学习经费12万元，按照每月开展1次，

平均每次支付专家讲课费、餐费、交通费、住宿费（外省市专家）1 万元计算；党委中心组专刊、特刊编纂经费 6 万元，按照一年 4 期，每期 1.5 万元计算；二十届三中全会主题宣讲经费 40 万元，按照开展 400 场，平均每场支付老师 1000 元计算；“青年说”新媒体宣讲经费 10 万元，按照拍摄 20 个视频，平均每个视频 0.5 万元计算（同时还包括启动仪式以及总结展示部分）；“云间理堂”建设经费 50 万元，包括线下空间打造（10 万元）、各基层宣讲团队培育（5 万元）、各类宣讲微视频拍摄制作（15 万元）、各类主题宣讲活动举办（20 万元）等费用；理论书籍购买经费 20 万元，按照每年需要购买 5000 册，每册平均 40 元计算（市委宣传部每年下发红头文件，具体数量和价格会有所变动）；“学习强国”推广活动经费 15 万元，包括每年至少开展线下活动 4 次、每次 1 万元共 4 万元，线下空间打造 3 万元，宣传推广品 1600 份、每份 50 元，合计 8 万元；思想政治工作经费 15 万元，包括每年开展政工师评审产生费用（1 万元）、广泛开展各领域思想政治工作调研、经验总结、成果展示产生费用（14 万元）；意识形态工作经费 10 万元，包括意识形态检查、巡察，召开分析研判会，加强意识形态阵地管控等。预算执行计划，资金总体按照项目的进度情况执行，1-6 月份预计执行 60%，7—9 月份预计执行 80%，10—11 月份预计执行 100%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	理论宣传经费	项目性质	其他经常性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部	实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）		
计划开始日期	2024-01-01	计划完成日期	2024-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额	1,780,000.00	年度资金申请总额	1,780,000.00	
	其中：财政资金	1,780,000.00	其中：当年财政拨款	1,780,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	通过组织开展内容丰富、形式多样党委中心组学习，持续打造“云间理堂”全域化、标识化理论宣讲品牌，广泛开展“学习强国”学习平台线上线下推广活动和学习活动，不断完善思想政治工作体系，全面落实意识形态工作责任制，切实让党的创新理论深入基层、深入人心，不断增进党员干部群众对党的创新理论的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，深刻领悟“两个确立”的决定性意义,增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，着力把党的创新理论转化为推动“科创、人文、生态”现代化新松江高质量发展的强大动力。		通过组织开展内容丰富、形式多样党委中心组学习，持续打造“云间理堂”全域化、标识化理论宣讲品牌，广泛开展“学习强国”学习平台线上线下推广活动和学习活动，不断完善思想政治工作体系，全面落实意识形态工作责任制，切实让党的创新理论深入基层、深入人心，不断增进党员干部群众对党的创新理论的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，深刻领悟“两个确立”的决定性意义,增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，着力把党的创新理论转化为推动“科创、人文、生态”现代化新松江高质量发展的强大动力。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效	成本指标	经济成本指标	宣讲活动		≤2000.00(元/场次)

指标			动漫宣讲视频制作	≤8000.00(元/分钟)
	产出指标	数量指标	宣讲场数	≥500.00(次/年)
			区委中心组学习次数	≥10.00(次/年)
		质量指标	理论视频制作质量	=100.00(%)
			理论宣讲活动验收合格	=100(%)
		时效指标	主题宣讲完成	=100.00(%)
	效益指标	社会效益指标	理论视频线上传播影响力	≥8000(人次)
	满意度指标	服务对象满意度指标	中心组授课学员满意度	≥85.00(%)

项目经费情况说明 8 上海松江 app 志愿者激励平台

一、项目概述

根据中央文明委《关于推进志愿服务制度化的意见》，中宣部、中央文明办、民政部等 8 部门《关于支持和发展志愿服务组织的意见》，以及《志愿服务条例》、《上海市志愿服务条例》和《上海市学雷锋志愿服务激励嘉许实施办法（试行）》等规定，健全完善志愿服务激励兑换和嘉许办法，向注册志愿者提供志愿服务时长兑换服务，加大志愿者服务激励嘉许力度，鼓励和引导志愿者、志愿服务组织更好地支持和参与志愿服务，形成“我为人人，人人为我”的良好氛围。

二、立项依据

根据中央文明委《关于推进志愿服务制度化的意见》，中宣部、中央文明办、民政部等 8 部门《关于支持和发展志愿服务组织的意见》，以及《志愿服务条例》、《上海市志愿服务条例》和《上海市学雷锋志愿服务激励嘉许实施办法（试行）》等规定。

三、实施主体

松江区委宣传部志愿服务工作科。

四、实施方案

针对 2022 年开发的平台进行运维和服务。主要实施内容为松江志愿者激励平台通过接口获取在中国志愿服务联合会注册的志愿者信息及志愿服务时长等数据。松江志愿者可以通过登

录上海松江 APP 并点击平台链接跳转至松江志愿者激励平台，志愿者可在该平台使用志愿服务时长兑换志愿币之后在激励商城里购买商品。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

经科委科委审核运维经费 0.61 万元，三季度完成 100%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	上海松江 app 志愿者激励平台		项目性质	其他经常性项目	项目类别 其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部		实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）	
计划开始日期	2024-01-01		计划完成日期	2024-12-31	
项目资金 (元)	项目资金总额	6,020.00	年度资金申请总额		6,020.00
	其中：财政资金	6,020.00	其中：当年财政拨款		6,020.00
			上年结转资金		0.00
	其他资金	0.00	其他资金		0.00
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	健全完善志愿服务激励兑换和嘉许办法，向注册志愿者提供志愿服务时长兑换服务，加大志愿者服务激励嘉许力度，鼓励和引导志愿者、志愿服务组织更好地支持和参与志愿服务，形成“我为人人，人人为我”的良好氛围。		通过上海松江 app 志愿者激励平台，实现志愿者注册率达 26.8%，志愿云活跃率达 77.54%，对全区现有和每年新增的志愿者开展志愿服务时长完成兑换激励工作，兑换达 1000 余次。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本指标	平台维护		≤6020.00(元/年)
	产出指标	数量指标	全区注册志愿者		≥500000.00(人次)

			新增志愿者	≥6.00 (%)
		质量指标	运维服务	=100.00 (%)
			志愿者兑换激励志愿币	≥40000.00 (个)
	效益指标	社会效益指标	志愿服务	提高
		可持续影响指标	激励制度	建立健全
	满意度指标	服务对象满意度指标	志愿者满意度	≥95.00 (%)

项目经费情况说明 9 社会宣传工作经费

一、项目概述

松江区委宣传部拟于 2024 年 1 月（至 2024 年 12 月）实施社会宣传工作项目，主要实施内容为根据中央、市委、区委重点中心工作进行对外宣传；围绕重大时间节点、重大会议、活动营造社会氛围；开展形势任务教育；组织开展全民国防教育；加强红色资源保护利用；培育和践行社会主义核心价值观；爱国主义教育基地、全民国防教育基地等阵地管理和使用；促进公益广告发展；推动科技文化卫生“三下乡”等。

二、立项依据

根据《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》《新时代爱国主义教育实施纲要》《关于加强和改进新时代全民国防教育的意见》《上海市红色资源传承弘扬和保护利用条例》《关于印发〈关于加强本市节假日室外国旗升挂使用工作的方案〉的通知》《公益广告促进和管理暂行办法》相关要求。

三、实施主体

松江区委宣传部宣传科，主要负责根据中央、市委、区委重点中心工作宣传，重大时间节点、重大会议、活动营造社会氛围，开展形势任务教育，组织开展全民国防教育等。

四、实施方案

实施内容和计划：形势任务教育贯穿全年，年初以两会社会氛围营造为主，年中根据重要时间节点、重大会议、活动开

展社会宣传；年底以全会精神宣贯为主。社会主义核心价值观教育，一方面根据创全工作要求，做好爱国主义教育基地及公共文化设施社会主义核心价值观宣传；另一方面根据全国级先进典型（时代楷模、感动中国）和市级先进典型（感动上海、温暖瞬间）宣传节奏开展宣传。爱国主义教育基地管理及利用工作，于4-5月，开展爱国主义教育基地宣介；于7-9月开展爱国主义教育基地暑期未成年人专题活动，红色资源保护利用工作，于3月份启动市级名录红色资源统一标识制作及安装，11月前完工；于3月份组织开展“红途”系列活动，11月前完成验收。群众性主题活动根据中央、市委有关文件精神开展。各类主题道旗制作安装根据各条线创建实际实施。“五一”购买悬挂国旗，于4月中旬启动，5月中旬完成验收。（8）“十一”购买悬挂国旗，于9月中旬启动，10月中旬完成验收。第七届进博会道旗制作安装，于10月中旬启动，11月中旬完成验收。公益广告阵地租赁，于2023年12月启动，贯穿全年。先进典型宣传，于3月启动，8月完成验收。“科技、文化、卫生”三下乡，于2月启动，3月完成启动仪式，常项目贯穿全年。全民国防教育，于3月启动，5月完成启动仪式，7-9月开展暑期未成年国防教育专场活动。

五、实施周期

2024年1月1日—2024年12月31日

六、年度预算安排

经测算，经费主要用于形势任务教育预算 60 万，社会主义核心价值观教育预算 5 万，爱国主义教育基地管理及利用工作预算 20 万元，红色资源保护利用工作预算 20 万元，群众性主题活动预算 50 万元，各类主题道旗制作安装预算 50 万元，“五一”购买悬挂国旗预算 20 万元，“十一”购买悬挂国旗预算 20 万元，第七届进博会道旗制作安装预算 25 万元，公益广告阵地租赁预算 50 万元，先进典型宣传预算 35 万元，“科技、文化、卫生”三下乡预算 30 万元，全民国防教育经费预算 70 万元，预算执行计划，预算执行按照全年工作计划，大体执行进度为：1-6 月份预计执行 50%，7-9 月份预计执行 80%，10-11 月份预计执行 100%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	社会宣传工作经费		项目性质	其他经常性项目	项目类别 其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部		实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）	
计划开始日期	2024-01-01		计划完成日期	2024-12-31	
项目资金 (元)	项目资金总额	4,550,000.00	年度资金申请总额	4,550,000.00	
	其中：财政资金	4,550,000.00	其中：当年财政拨款	4,550,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，根据中央、市委、区委要求，完成重点中心工作、重大时间节点宣传工作，营造浓厚宣传氛围。有序开展形势任务教育、社会主义核心价值观教育、全民国防教育。管好用活红色资源、爱国主义教育基地、国防教育基地。开展“科技、文化、卫生”三下乡活动，服务乡村振兴。		以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，根据中央、市委、区委要求，完成重点中心工作、重大时间节点宣传工作，营造浓厚宣传氛围。有序开展形势任务教育、社会主义核心价值观教育、全民国防教育。管好用活红色资源、爱国主义教育基地、国防教育基地。开展“科技、文化、卫生”三下乡活动，服务乡村振兴。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本 指标	国旗悬挂成本		≤190.00(元/对)
			道旗悬挂成本		≤210.00(元/对)

	产出指标	数量指标	各类主题氛围营造涵盖街镇数	≥17.00(个)
			群众性主题活动数	≥2.00(场)
			全民国防教育活动数	≥2.00(场)
			五一、十一悬挂国旗数量	≥1600.00(对)
			公益广告播放小时数	≥1095.00(小时)
			爱国主义教育基地开展活动数	≥16.00(场)
			“三下乡”项目数	≥20.00(个)
		质量指标	国旗、道旗悬挂服务达标率	≥98.00(%)
			公益广告制作及投放达标率	≥98.00(%)
		时效指标	重要节点宣传	=100.00(%)
	效益指标	社会效益指标	社会主义核心价值观深入人心	提升
			市民国防意识和国防素质	逐步提升
	满意度指标	服务对象满意度指标	爱国主义基地满意度	≥90.00(%)
			国防教育基地满意度	≥90.00(%)

项目经费情况说明 10 松江“一典六史”编篆（尾款）

一、项目概述

为充分挖掘民俗、民风、名人、名作和历史名胜等方面的丰厚文化底蕴，打造一批“江南文化”特色鲜明、内含价值丰富，识别度感知度高的文化项目，进一步醇厚“江南文化”底蕴。由此，松江区委宣传部于2020年-2024年实施编纂“一典六史”项目，（即8卷本《松江人文大辞典》和《松江文学史》《松江诗歌史》《松江戏剧史》《松江书法史》《松江绘画史》《松江简史》）。

二、立项依据

为深入贯彻落实党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚定文化自信，对接上海市委、市政府全面打响“上海文化”品牌行动计划，体现松江享有“上海之根”美誉的历史文化优势，充分挖掘民俗、民风、名人、名作和历史名胜等方面的丰厚文化底蕴，打造一批“江南文化”特色鲜明、内含价值丰富，识别度感知度高的文化项目，进一步醇厚“江南文化”底蕴。

三、实施主体

松江区委宣传部。

四、实施方案

《松江人文大辞典》第三期编纂和《松江“六史”》第三期编纂合卷工作。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

实施内容和计划：松江区委宣传部于 2020 年 5 月通过上海政府采购网公开招标实施编纂“一典六史”项目，因受疫情等主要因素，编纂完成时间延迟，于 2021 年 6 月与中标方在原合同的基础上签订了线下补充协议。根据松江“一典六史”编纂项目中期报告，目前大辞典第一卷已正式由上海辞书出版社出版，其余七卷已进入编纂合拢的重要阶段，截至 2023 年 12 月，已全部完成文字撰写。松江“六史”编纂工作进展顺利，已完成初稿的有《松江诗歌史》《松江简史》《松江书法史》《松江文学史》，《松江绘画史》《松江戏剧史》也于 2023 年 12 月基本全部完成文字撰写任务。为了规范履行合同条约，项目将于 2024 年底全部结项验收合格后支付剩余尾款。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	松江“一典六史”编纂（尾款）		项目性质	其他一次性项目	项目类别 其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部		实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）	
计划开始日期	2024-01-01		计划完成日期	2024-12-31	
项目资金 (元)	项目资金总额	476,000.00	年度资金申请总额		476,000.00
	其中：财政资金	476,000.00	其中：当年财政拨款		476,000.00
			上年结转资金		0.00
	其他资金	0.00	其他资金		0.00
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	为深入贯彻落实党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚定文化自信，对接上海市委、市政府全面打响“上海文化”品牌行动计划，体现松江享有“上海之根”美誉的历史文化优势，充分挖掘民俗、民风、名人、名作和历史名胜等方面的丰厚文化底蕴，打造一批“江南文化”特色鲜明、内含价值丰富，识别度感知度高的文化项目，进一步醇厚“江南文化”底蕴。		聚焦学术研究，梳理松江文脉，高标准、高质量完成编纂《松江人文大辞典》（8卷）和松江六史包括《松江诗歌史》《松江简史》《松江书法史》《松江文学史》，《松江绘画史》《松江戏剧史》。打造一个历史人文内涵与现代人文价值的项目，并衍生多个乃至一批精神文化成果。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本指标	《松江六史》出版经费（精装）		≥12.00(套/万元)
			专家审核修订费（三审制）		≥1.00(次/万元)
	产出指标	数量指标	编纂数量		=8.00(卷)

			编纂专题会	≥10.00(次)
			编纂印数	≥1000.00(卷/册)
		质量指标	书稿容量	丰富广泛
			出版质量	=100(%)
	效益指标	社会效益指标	松江历史文化	扩大
	满意度指标	服务对象满意度指标	评审专家满意度	≥95.00(%)

项目经费情况说明 11 松江文明网（运维）

一、项目概述

根据松江文明网现有基础资源对其进行监控和管理，及时掌握网络信息系统资源现状和配置信息，反映信息系统资源的可用性情况和健康状况，创建一个可知可控的 IT 环境，从而保证用户信息系统的各类业务应用的可靠、高效、持续、安全运行。

二、立项依据

《松江区信息化项目管理办法》

《国务院办公厅关于印发政府网站发展指引的通知》

《信息安全技术信息系统安全等级保护基本要求》

三、实施主体

松江区委宣传部（区文明办）主要承担统筹指导精神文明建设建设工作职能，具体由创建科、未成年人工作科、志愿服务工作科负责开展公民思想道德教育、群众性精神文明创建、未成年人思想道德建设、做好网络精神文明建设，加强精神文明氛围营造、新时代文明实践中心建设工作等。

四、实施方案

实施内容和计划：根据科委和财政要求于 2023 年 8 月底完成松江文明网(运维)、项目申报。2024 年 5 月至 2025 年 5 月有序对审核通过的信息化项目的运维内容、运行状况、安全技术、运维报告、竣工验收、费用管理等实施全程监督和管理。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

根据历年运维实际状况和科委审核，2024 年度松江文明网运维费 1 万元，年底项目完成验收后，预算执行率 100%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	松江文明网（运维）		项目性质	其他经常性项目	项目类别 其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部		实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）	
计划开始日期	2024-01-01		计划完成日期	2024-12-31	
项目资金 (元)	项目资金总额	10,000.00	年度资金申请总额		10,000.00
	其中：财政资金	10,000.00	其中：当年财政拨款		10,000.00
			上年结转资金		0.00
	其他资金	0.00	其他资金		0.00
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	根据松江文明网现有基础资源对其进行监控和管理，及时掌握网络信息系统资源现状和配置信息，反映信息系统资源的可用性情况和健康状况，创建一个可知可控的 IT 环境，从而保证用户信息系统的各类业务应用的可靠、高效、持续、安全运行。		通过对松江文明网现有基础资源进行监控和管理，及时掌握网络信息系统资源现状和配置信息，反映信息系统资源的可用性情况和健康状况，创建一个可知可控的 IT 环境，从而保证用户信息系统的各类业务应用的可靠、高效、持续、安全运行。该项目年度绩效目标为，日常运维完成率 100%，运维服务及时率 100%，用户满意率 100%，系统平稳运行时间≥99%，在 2024 年 5 月初前完成运维项目的采购，预算执行率达到 100%以上。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本指标	项目总费用		≤10000.00(元/年)
	产出指标	数量指标	系统使用人数		≥500.00(人次/年)

			运维内容	≥5.00(项)
		质量指标	系统软硬件平稳运行	≥99.00(%)
			人员服务	合格
		时效指标	系统故障解决	=100.00(%)
	效益指标	社会效益指标	信息公开化	公开
		可持续影响指标	设备使用年限	≥3.00(年)
	满意度指标	服务对象满意度指标	系统用户	=100.00(%)

项目经费情况说明 12 网信工作经费

一、项目概述

监测、防御、处置网络安全风险和威胁，维护网络数据的完整性、保密性和可用性，确保支持业务稳定、持续运行的性能。维护网络空间安全和秩序，提高网络安全意识和水平，履行网络安全保护义务。

二、立项依据

《党委（党组）网络安全工作责任制实施办法》

《上海市 2024 年度网络安全管理工作考核指标评分细则》

三、实施主体

松江区委宣传部网络信息科、网络安全科，主要负责统筹全区网络信息安全工作，建立网络安全信息应急处置机制，维护网络安全稳定，及时发现和处理网络安全问题，组织实施网络安全宣传教育等。

四、实施方案

实施内容和计划：1-2 月，制定年度工作计划、目标，和实施方案，启动各项工作；3-4 月，召开年度网信委工作会议，发布相关文件；5-10 月，根据年度工作计划，重点开展网络安全、线上线下宣传等各项工作的具体实施；11-12 月，对相关工作开展情况进行总结验收。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

网络安全示范区建设：95 万元。经测算，用于网络安全宣传周 50 万元、数字素养与技能提升月活动 30 万元、网络安全“365”计划其余内容 15 万元（网络文明大使、网络文化宣传、网络普法宣传、进乡村、社区、学校、园区、机关、金融机构）。网络传播经费：110 万元。网络综合治理：160 万元。用于信息服务费支付 130 万元、应急演练 30 万元。网络应急指挥中心建设：66 万元。用于我区网络应急指挥中心、互联网违法和不良信息举报、网络执法、网络综合管理平台建设费用。网络安全检查：190 万元。用于网络安全专项检查 40 万元、关键信息基础设施检查 60 万元、网络安全应急演练 20 万元、网络安全攻防演练 40 万元，网络安全检查企业服务包 30 万。预算执行计划，1-3 月：项目预算经费总额的 15%，4-6 月：项目预算经费总额的 20%，7-9 月：项目预算经费总额的 45%，10-11 月：项目预算经费总额的 20%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	网信工作经费	项目性质	其他经常性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部	实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）		
计划开始日期	2024-01-01	计划完成日期	2024-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额	6,210,000.00	年度资金申请总额	6,210,000.00	
	其中：财政资金	6,210,000.00	其中：当年财政拨款	6,210,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	1. 深入开展网络安全示范区建设，推进网络综合治理体系建设；2. 完善网络应急指挥中心建设；3. 常态化开展网络安全宣传教育，提高全社会网络安全意识；4. 积极开展网上正能量传播；5. 统筹落实全区网络安全执法检查、关键信息基础设施检查，提高网络安全防护能力；6. 有效组织网络安全应急演练，加强网络应急处突能力；7. 强化互联网行业自律。		全年开展网络安全检查 300 次、全年开展关键基础设施检查 45 家、组织开展网络安全嘉年华活动、全年组织开展网络安全宣传直通车活动 30 场、组织开展网络安全应急演练 1 场、网络安全攻防演练 1 场、综合治理应急演练 1 场。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度 (/项目) 指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本 指标	关键单位安全监测		≥1.00 (万元/套)
			技术监测服务		≥5.00 (万元/套)

			全年开展网络安全检查	=300.00(次)
			全年组织开展网络安全宣传直通车活动	=30.00(场)
			组织开展网络安全应急演练	=1.00(场)
		质量指标	活动验收	合格
			网络安全检查报告	≥98.00(%)
		时效指标	全年开展网络安全检查	=100.00(%)
	效益指标	社会效益指标	加强习近平总书记网络强国战略思想宣传力度	提高
		可持续影响指标	网络安全宣传	提高
	满意度指标	服务对象满意度指标	网络生态治理满意度	≥90.00(%)

项目经费情况说明 13 文化宣传工作经费

一、项目概述

松江区文联拟于 2024 年 1 月至 2024 年 12 月实施文化宣传工作项目，主要实施内容为编印《云间文艺》会刊、松江文联《文化年刊》、《G60 报告文学集》、《元代松江名人文选》、《云间笔会》（2024 卷）、开展文联会员专业学习、松江区文联活动场所建设、推进全国书法城建设、举办 2024 上海国际青年自媒体影像展、2024 松江区美术大展、上海剪纸系列展、第五届“云间·影”－松江摄影艺术作品展、举办第三届“长三角地区舞蹈编导研讨班”、“歌唱新松江，赞颂好时代”原创音乐会、松江题材系列小戏创演等内容，

二、立项依据

根据《人文松江建设三年行动计划》、《关于印发<“上海文化”品牌建设重点项目 150 例工作目标及具体内容>的通知》和中国文联十一大、中国作协十大、“6.2”习近平总书记在文化传承发展座谈会上的讲话精神及区委、区政府、区委宣传部工作要求，及相关法律法规、政策文件、区级及以上决策会议纪要等。

三、实施主体

松江区文联主要负责文化宣传工作，严格按照《人文松江建设三年行动计划》和打响“四大品牌”要求积极发挥区文联桥梁纽带作用，持续倡导“云间风度”，精心培育“一招一品”，

扎实构筑松江文艺殿堂“四梁八柱”，为建设“科创、人文、生态”的现代化新松江提供文化支撑。

四、实施方案

实施内容和计划：编印《云间文艺》会刊、松江文联《文化年刊》、《G60 报告文学集》、《元代松江名人文选》、《云间笔会》（2024 卷）、开展文联会员专业学习、松江区文联活动场所建设、推进全国书法城建设、举办 2024 上海国际青年自媒体影像展、2024 松江区美术大展、首届上海剪纸展（系列展）、第五届“云间·影”－松江摄影艺术作品展、举办第三届“长三角地区舞蹈编导研讨班”、“歌唱新松江，赞颂好时代”原创音乐会、松江题材系列小戏创演等项目；2 月底前，各实施协会分别完成项目实施计划方案的制订，并做好全面启动工作相关准备；3-5 月份，全面启动各项工作，并采取公开招标、竞争性磋商、线下比价等形式确定具体服务单位和金额；6-10 月份，具体组织实施，确保 85% 的活动完成；11-12 月份，全面完成各项工作，并组织验收确认。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

经测算，经费主要用于编印《云间文艺》办刊费：45 万元，编印松江文联《文化年刊》：42 万元，开展文联各协会专业学习：66 万，编印出版《元代松江名人文选》《云间笔会》（2024

卷）、《G60 科创云廊》报告文学集等图书：45 万元，全国书法城市建设推进：40 万，举办 2024 上海国际青年自媒体影像展：30 万元，举办 2024 松江区美术大展：20 万元，举办首届上海剪纸系列展：29 万元，举办第五届“云间·影”－松江摄影艺术作品展：35 万元，第三届“长三角地区舞蹈编导研讨班”：22 万元，创作举办“歌唱新松江，赞颂好时代”原创音乐会：22 万元，松江题材系列小戏创演：20 万元。预算执行计划，根据预算资金情况和各协会实际，将以各协会为单位采取公开招标、竞争性磋商、比价等方式分别确定有执行能力的第三方服务单位和具体服务金额。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	文化宣传经费	项目性质	其他经常性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部	实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）		
计划开始日期	2024-01-01	计划完成日期	2024-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额	4,160,000.00	年度资金申请总额	4,160,000.00	
	其中：财政资金	4,160,000.00	其中：当年财政拨款	4,160,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	深入挖掘宣传松江深厚历史文化底蕴，弘扬松江历史名人事迹，促进松江文化事业繁荣发展，弘扬中华优秀传统文化，丰富松江人民群众精神文化生活，为构建松江“中国书法城”持续打基础、创新高，为持续学习贯彻宣传党的二十大精神营造良好文化氛围。		开展各类展览展示活动场次：不少于 12 场；召开专题座谈会或研讨会场次：不少于 5 场；开展采风创作等活动场次：不少于 9 场；编印出版各类刊物数量：约 2.2 万册；文艺演出场次：不少于 2 场；中华优秀传统文化：挖掘、弘扬；松江戏曲文化发展：促进；长效管理机制：建立健全；宣传机制：建立健全；群众满意度：90%；表演人员满意度：90%。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度（/项目）指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本指标	摄影作品征集		≤1000.00(元/幅)
			媒体宣传费		≤20000.00(元/次)
	产出指标	数量指标	开展各类展览展示活动		≥12.00(场)

			召开专题座谈会或研讨会	≥5.00(场)
			编印出版各类刊物	≥22000.00(元/册)
			文艺演出	≥2.00(场)
			开展采风创作等活动	≥9.00(场)
		质量指标	松江历史文化	扩大全上海乃至全国
		时效指标	重要节点文化活动的开展	=100.00(%)
	效益指标	社会效益指标	挖掘松江深厚历史文化	弘扬
	满意度指标	服务对象满意度指标	群众满意度	≥90.00(%)
			表演人员满意度	≥90.00(%)

项目经费情况说明 14 新时代文明实践中心建设经费

一、项目概述

松江区委宣传部拟于 2024 年 1 月至 2024 年 12 月实施新时代文明实践中心建设项目，主要实施内容为区新时代文明实践中心日常运行管理、文明实践主题活动、新时代文明实践优秀项目扶持和新时代文明实践和学雷锋志愿服务“六个最美”先进典型推选活动、区志愿服务指导中心日常运行管理、志愿服务主题活动，物资保障和市民巡访等工作。

二、立项依据

根据《中共上海市委办公厅印发〈关于建设新时代文明实践中心试点工作的实施意见〉的通知》、《关于深入推进 2021 年度新时代文明实践中心和社区志愿服务体系内涵建设的通知》、《松江区关于广泛动员机关企事业单位参与新时代文明实践活动的指导意见》、《松江区建设新时代文明实践中心试点工作的实施方案》和《关于深化拓展新时代文明实践中心建设的实施方案》的通知等相关文件精神。指导全区开展新时代文明实践实践活动，推进全区新时代文明实践资源调配、供需对接，建立健全新时代文明实践项目体系，推进全区新时代文明实践中心建设，推进全区志愿服务制度化常态化发展，推进志愿服务工作交流，加强志愿服务调研规划、宣传推广，指导促进松江志愿服务事业发展。

三、实施主体

松江区委宣传部（区文明办），主要承担统筹指导精神文明建设工作职能，具体由创建科、未成年人工作科、志愿服务工作科负责开展公民思想道德教育、群众性精神文明创建、未成年人思想道德建设、做好网络精神文明建设，加强精神文明氛围营造、新时代文明实践中心建设工作等。

四、实施方案

（1）区新时代文明实践中心日常运行管理费用：用于区新时代文明实践中心实体化运作，包含中心能源费、物业费、停车费、办公经费、网络、电话费、办公电子设施运维费、彩色打印机一体机租费和绿化租摆费等。

（2）文明实践主题活动费用：用于常态化开展百名志愿者访古城、百户家庭打卡 G60、文明实践主题月等特色品牌文明实践主题活动，预计全年共开展各类特色主题活动 25 余次。

（3）新时代文明实践优秀项目扶持经费：用于扶持驻松高校及社会组织的新时代文明实践优秀项目，计划全年扶持 40 余个。

（4）区志愿服务指导中心日常运行管理费用：区志愿服务指导中心实体化运作，实体化托管运营费、能源费（水费、电费、宽带费、电话费）、停车费、物业费、办公费、胡瑞麟宅维修费和志愿服务工作培训费等。

（5）志愿服务主题活动费用：结合中心工作，和重要节点

开展 4 次文明实践主题活动；承接市级主题活动。

（6）市民巡访费用：委托区市民巡访团开展系列文明创建巡访和区新时代文明实践和学雷锋志愿服务巡访活动。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

新时代文明实践中心建设经费 440 万元，主要用于区新时代文明实践中心日常运行管理 65 万元，新时代文明实践和学雷锋志愿服务“六个最美”先进典型推选活动 30 万元，文明实践主题活动 25 万元，新时代文明实践优秀项目扶持 120 万元，区志愿服务指导中心日常运行管理费用 95 万元，志愿服务主题活动 60 万元，物资保障 20 万元，市民巡访 25 万元。预算执行计划一季度完成预算执行率 15%，二季度完成预算执行率 50%，三季度完成预算执行率 80%，四季度完成预算执行率 100%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	新时代文明实践中心建设经费	项目性质	其他经常性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部	实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）		
计划开始日期	2024-01-01	计划完成日期	2024-12-31		
项目资金（元）	项目资金总额	4,400,000.00	年度资金申请总额	4,400,000.00	
	其中：财政资金	4,400,000.00	其中：当年财政拨款	4,400,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目绩效目标	项目总目标		年度总体目标		
	根据《中共上海市委办公厅印发<关于建设新时代文明实践中心试点工作的实施意见>的通知》、《松江区建设新时代文明实践中心试点工作的实施方案》和《关于深化拓展新时代文明实践中心建设的实施方案》的通知等相关文件精神，指导全区开展新时代文明实践活		建设完善全区新时代文明实践工作体系，广泛开展各类新时代文明实践志愿服务活动。运营区新时代文明实践中心、区志愿服务指导中心；开展区级“创新、创优”新时代文明实践和志愿服务示范中心创建，力争达到 30%；组织指导区新时代文明实践中心、分中心、点，开展好 3.5 学雷锋、12.5 国际志愿者日等各类新时代文明实践主题和志愿服务活动 240 余场；扶持区内优秀新时代文明实践项目 40 余个；完善、运维新时代文明实践平台，建设完善全区志愿服务工作体系，广泛开展各类志愿服务活动；组织指导社区志愿服务中心、站和市区两级志愿者服务基地；推进市民巡访、高温慰问、志愿服务培训等常规项目。		

	一级指标	二级指标	三级指标	年度 (/项目) 指标值
绩效指标	成本指标	经济成本指标	文明实践志愿服务主题活动	≥50000.00(元)
			开展 3.5 学雷锋日、12.5 志愿者日主题活动	≥400000.00(元)
	产出指标	数量指标	全年接待参观人数	≥45000.00(人)
			举办各类新时代文明实践和志愿服务活动	≥240.00(场)
			扶持新时代文明实践项目	≥40.00(个)
			全年开展新时代文明实践分中心、站、点巡访点位	≥500.00(个)
			慰问志愿者	≥2000.00(人)
		质量指标	志愿者宣传品制作合格率	=100.00(%)
		时效指标	全区志愿者服务活跃率	≥80.00(%)
			志愿者服务参与及时性	≥95.00(%)
	效益指标	社会效益指标	扩大新时代文明实践影响力	扩大
		可持续影响指标	持续扩大新时代文明实践和志愿服务的知晓率和参与率	持续
	满意度指标	服务对象满意度指标	各街镇新时代文明实践分中心、站和特色点以及全区志愿者、群众对新时代文明实践的满意度	≥85.00(%)

项目经费情况说明 15 新闻、对外宣传及网络传播工作经费

一、项目概述

松江区委宣传部拟于 2023 年 1 月至 2023 年 12 月，实施新闻、对外宣传及网络传播经费项目，主要实施内容为围绕中心服务大局，紧扣学习宣传贯彻党的二十大精神开局之年这条主线，认真贯彻落实中央、市委和区委一系列重要会议及文件精神，开展新闻、对外和网络宣传。

二、立项依据

《中共共产党宣传工作条例》、上海市第十二次党代会报告、《关于本市"十四五"加快推进新城规划建设工作的实施意见》。

三、实施主体

松江区委宣传部新闻科，主要负责强化正面宣传和舆论引导，聚焦区委、区政府重点工作，结合重大主题活动、重要时间节点，在中央、市级、区级媒体开展系类宣传报道活动。

四、实施方案

实施内容和计划：精心策划，围绕贯彻落实党的二十大精神、上海市第十二次党代会精神，推进长三角 G60 科创走廊科创生态建设大会精神，十二届市委三次全会精神，六届三次区委全会精神等，进一步深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和习近平总书记系列重要讲话精神；围绕区委、区政府“科创、人文、生态”的现代化新松江建设目标，结合重大主题活动、重要时间节点，在中央、市级、区级媒体开展

新闻报道、专题宣传等深度合作，主动开展和推进各项外宣工作，对外讲好松江高质量发展生动故事。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

经测算，主要经费用于新闻宣传经费 400 万元，对外宣传经费 220 万元，网络新媒体传播经费 180 万元。预算执行计划，1-3 月份完成总额的 20%，4-6 月份完成总额的 20%，7-9 月份完成总额的 30%，10-12 月完成总额的 20%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	新闻、对外宣传及网络传播工作经费	项目性质	其他经常性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部	实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）		
计划开始日期	2024-01-01	计划完成日期	2024-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额	8,000,000.00	年度资金申请总额	8,000,000.00	
	其中：财政资金	8,000,000.00	其中：当年财政拨款	8,000,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	坚持围绕中心服务大局，紧扣学习宣传贯彻党的二十大精神开局之年这条主线，认真贯彻落实中央、市委和区委一系列重要会议及文件精神，深入宣传松江秉持新发展理念，改革辟路、创新求实、唯实唯干、拼搏奋进，积极主动展现“科创、人文、生态”现代化新松江高质量发展新奇迹的精神面貌，扎实开展新闻宣传，有效提升上海松江的传播力、影响力，不断提升新闻舆论工作影响力。		围绕中心服务大局，紧扣学习宣传贯彻党的二十大精神开局之年这条主线，认真贯彻落实中央、市委和区委一系列重要会议及文件精神，深入宣传松江秉持新发展理念，改革辟路、创新求实、唯实唯干、拼搏奋进，积极主动展现“科创、人文、生态”现代化新松江高质量发展新奇迹的精神面貌，扎实开展新闻宣传，有效提升上海松江的传播力、影响力，不断提升新闻舆论工作影响力。		
	一级指标	二级指标	三级指标	年度(/项目)指标值	
绩效 指标	成本指标	经济成本 指标	解放日报跨版发布费	≥24.00(万元)	
			新民晚报版面发布费	≥20.00(万元)	

	产出指标	数量指标	主流媒体报道	≥500.00(篇)
		质量指标	宣传片制作	≥98.00(%)
			宣传册制作	≥98.00(%)
		时效指标	突发事件的舆论引导	及时有效
			重大会议活动节点宣传	精准及时
	效益指标	社会效益指标	对外传播力	持续增强
			新闻宣传受众口碑	显著提升
	满意度指标	服务对象满意度指标	报纸读者、广播听众、电视观众满意度	≥90.00(%)
			媒介满意度	≥90.00(%)

项目经费情况说明 16 宣传工作培训经费

一、项目概述

为了适应新时代宣传思想工作最新要求，面向各党委、党工委、党组主要负责同志、分管负责同志，宣传科室负责人等，开展形式多样的专业化培训，以此提升全区宣传系统干部综合能力。同时，遵循《上海市松江区行政事业单位培训管理办法》要求，制定有针对性的培训计划，保证培训质量，节约培训资源，提高培训经费使用效益。

二、立项依据

根据年度松江区宣传思想文化工作要点、松江区委宣传部年度培训计划。

三、实施主体

松江区委宣传部办公室，主要统筹负责面向各党委、党工委、党组主要负责同志、分管负责同志，宣传科室负责人，开展形式多样的专业化培训，以此增强全区宣传干部政治素养和业务能力。

四、实施方案

2024 年 1-3 月份，各业务科室落实制定培训计划、方案等；2024 年 4-10 月，分批安排举办线上线下培训班；2024 年 11 月，做好各培训班总结工作。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

宣传工作培训项目，34.08 万元。经测算，经费主要用于宣传干部培训班，5.31 万元；新闻发言人培训班，10.97 万元；意识形态培训班，7.68 万元；网信专项工作培训，5.8 万元；精神文明建设工作培训，4.32 万元。执行计划：2024 年 1-3 月份，制定各培训班计划、实施方案、预算经费等；2024 年 4-10 月份，根据部务会审议通过后的培训计划，实施培训项目，完成项目预算执行率 80%。2024 年 11-12 月，完成预算执行率 98%，并做好各培训班总结工作。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	宣传工作培训经费	项目性质	其他经常性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部	实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）		
计划开始日期	2024-01-01	计划完成日期	2024-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额	340,800.00	年度资金申请总额	340,800.00	
	其中：财政资金	340,800.00	其中：当年财政拨款	340,800.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	通过开展以专家授课、现场点评、实例分析、小组交流讨论、实地参观考察等多种培训形式，进一步锤炼宣传干部以更加深刻的认识、更加开阔的思路、更加务实的举措，坚定政治信仰投入新形势下的宣传思想工作。同时，遵循《上海市松江区行政事业单位培训管理办法》要求，制定合理科学的培训计划，保证培训质量，节约培训资源，提高培训经费使用效益。		为了适应新时代宣传思想工作最新要求，面向各党委、党工委、党组主要负责同志、分管负责同志，宣传科室负责人等，开展以专家授课、现场点评、实例分析、小组交流讨论、实地参观考察等多种培训形式，以此提升全区宣传系统干部综合能力。同时，遵循《上海市松江区行政事业单位培训管理办法》要求，制定科学合理的培训计划，保证培训质量，节约培训资源，提高培训经费使用效益。		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本 指标	培训费标准		=550.00(元/人)
			师资费标准		≤1500.00(元/学时)

	产出指标	数量指标	全年培训	≥500.00(人)
			培训班次	=5.00(班次)
		质量指标	师资教育	=100.00(%)
			学员参训	≥98.00(%)
		时效指标	教学课程完成	=100.00(%)
	效益指标	社会效益指标	宣传人才队伍建设提升	提升
	满意度指标	服务对象满意度指标	参训学员	≥98.00(%)

项目经费情况说明 17 宣传工作印刷经费

一、项目概述

松江区委宣传部拟于 2024 年 1 月（至 2024 年 12 月）实施宣传工作印刷经费项目，主要实施内容为开展党委中心组专刊、特刊印刷以及理论宣传工作、意识形态工作、思想政治工作资料印刷。通过给全区各级领导干部配送党委中心组学习专刊、特刊以及理论宣传工作、意识形态工作、思想政治工作等学习资料，推动各级党员领导干部加强理论学习、厚实理论功底，自觉用新时代党的创新理论观察新形势、研究新情况、解决新问题，不断提升意识形态和思想政治工作能力水平。

二、立项依据

《中国共产党宣传工作条例》（中共中央印发）、《关于新时代加强和改进思想政治工作的意见》（中共中央、国务院印发）、《党委（党组）意识形态工作责任制实施办法》（中央办公厅印发）等文件，均要求指导协调理论研究、学习、宣传工作，落实意识形态工作责任制，做好新时代思想政治工作。

三、实施主体

松江区委宣传部理论科，主要负责理论宣传、理论学习及意识形态工作等。

四、实施方案

印刷业务项目实施内容和计划：结合重大专题或主题学习，组织编印党委中心组专刊、特刊，印发至全区处级以上领导干

部，作为各党委（党组）中心组学习辅导材料和各处级领导干部提升理论水平的辅助材料。根据工作需要，印制理论宣传工作、意识形态工作、思想政治工作等资料配送给相关单位。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

印刷业务项目，15 万元。经测算，经费主要用于党委中心组专刊、特刊印刷费 12.8 万元；理论宣传工作、意识形态工作、思想政治工作资料印刷费 2.2 万元。执行计划：资金总体按照项目的进度情况执行，1-6 月份预计执行 50%，7—9 月份预计执行 70%，10—11 月份预计执行 100%。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	宣传工作印刷经费		项目性质	其他经常性项目	项目类别 其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部		实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）	
计划开始日期	2024-01-01		计划完成日期	2024-12-31	
项目资金 (元)	项目资金总额	150,000.00	年度资金申请总额		150,000.00
	其中：财政资金	150,000.00	其中：当年财政拨款		150,000.00
			上年结转资金		0.00
	其他资金	0.00	其他资金		0.00
项目 绩效 目标	项目总目标			年度总体目标	
	通过给全区各级领导干部配送党委中心组学习专刊、特刊以及理论宣传工作、意识形态工作、思想政治工作等学习资料,推动各级党员领导干部加强理论学习、厚实理论功底,自觉用新时代党的创新理论观察新形势、研究新情况、解决新问题,不断提升意识形态和思想政治工作能力水平。			党委中心组专刊、特刊每年编印 4 期,发送至全区处级以上领导干部,作为各党委（党组）中心组学习辅导材料和各处级领导干部提升理论水平的辅助材料；印制理论宣传工作、意识形态工作、思想政治工作等资料配送给相关单位,不断提升全区各级领导干部理论思维以及意识形态、思想政治工作能力水平。	
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值
绩效 指标	成本指标	经济成本 指标	专刊、特刊每册制作成本		≤40.00(元/册)
			每页印刷成本（黑白）		≤0.20(元/页)
	产出指标	数量指标	每期印刷		≥700.00(期/册)

		质量指标	纸质及编排	合格
	效益指标	社会效益指标	领导干部理论水平	提高
	满意度指标	服务对象满意度指标	读者满意度	≥85.00(%)

项目经费情况说明 18 央级媒体平台主题宣传

一、项目概述

聚焦长三角 G60 科创走廊建设成果，充分借助央、市级主流媒体平台，通过定制节目、直播访谈、阵地推广、纪实作品、集中宣传等方式，深入开展系列策划，深刻阐释 G60 科创走廊底层逻辑和肌理脉络，讲好高质量发展故事和创新动能活力。

二、立项依据

党的二十大报告、上海市第十二次党代会报告、《关于本市"十四五"加快推进新城规划建设工作的实施意见》、十二届上海市委三次全会精神、推进长三角 G60 科创走廊科创生态建设大会精神；六届区委三次全会精神。

三、实施主体

松江区委宣传部新闻科，主要负责强化正面宣传和舆论引导，聚焦区委、区政府重点工作，围绕松江贯彻落实《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》，高质量推动长三角 G60 科创走廊建设，加大对外宣传报道。

四、实施方案

中国经济导报专题宣传项目实施内容和计划：借助《中国经济导报》在专业领域影响力，将选取重要时间节点，计划刊发 12 个彩色图文专版，围绕贯彻落实二十大会议精神、进博会配套活动、长三角 G60 科创走廊、松江新城、松江枢纽建设阶段性进展等重大时间节点和重点项目推进，聚焦我区在经济社

会发展中涌现的先进典型和经验举措，G60 沿线、乃至泛沿线城市一体化高质量发展的成果经验、G60 创造的引领性工程、G60 为国家攻破的脖子技术等等，开展成就回顾和发展阶段性成果宣传。并依托中国经济导报主办的新闻信息服务网站“中国发展网”，开设 G60 专题频道，频道将分设综合新闻、科创、人文、生态等专题板块，组织记者编辑围绕松江区委、区政府的中心工作开展采编，全面聚焦长三角 G60 科创走廊在实施创新驱动发展战略、落实《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》、促进长三角基层加强合作和跨行政区域协调联动、打造科技创新策源地、打造世界级产业集群、打造产城融合典范、打造一流营商环境等方面的成果和经验。人民日报社新城宣传项目实施内容和计划：借助人民日报的央媒权威性和影响力，全方位展示松江区在新时代新征程上，积极作为、奋力争先的形象，在重要时间节点，计划推出系列主题宣传内容，人民日报“1+1”专题版面、广告版 1 次（整版）4 次（半版）、人民日报客户端上海频信息流（3 次，24 小时/次）、人民日报新媒体端产品（推送短视频 5 个）。

五、实施周期

2024 年 1 月 1 日—2024 年 12 月 31 日

六、年度预算安排

中国经济导报专题宣传项目，230 万元。人民日报社新城宣传项目，190 万元。预算执行计划：根据政府采购管理办法

和内控要求，2024 年 1-3 月制定政府采购计划，并发布采购意向公示，合理规范完成系列政府采购流程。2024 年 3-12 月按照与中标单位双方拟定的合同支付比例执行预算分期付款，同时做好项目验收。

七、绩效目标

详见单位的项目绩效目标表

财政项目支出绩效目标申报表					
(2024 年度)					
项目名称	中央媒体平台主题宣传	项目性质	其他一次性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	中共上海市松江区委宣传部	实施单位	中共上海市松江区委宣传部（本级）		
计划开始日期	2024-01-01	计划完成日期	2024-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额	4,200,000.00	年度资金申请总额	4,200,000.00	
	其中：财政资金	4,200,000.00	其中：当年财政拨款	4,200,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金	0.00	其他资金	0.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
	依托中央媒体平台的权威性和影响力，全方位展示松江区在新时代新征程新方位上，积极作为、奋力争先的良好形象，反映松江在相关领域的最新谋划和亮点成果，讲述城市故事、见证城市成长，为松江区发展营造良好舆论环境、提供有力外部支撑。		依托中央媒体平台的权威性和影响力，全方位展示松江区在新时代新征程新方位上，积极作为、奋力争先的良好形象，反映松江在相关领域的最新谋划和亮点成果，讲述城市故事、见证城市成长，为松江区发展营造良好舆论环境、提供有力外部支撑。		
	一级指标	二级指标	三级指标	年度(/项目)指标值	
绩效 指标	成本指标	经济成本 指标	整版宣传	≥60.00(版/万元)	
			专版宣传	≥15.00(版/万元)	
			新媒体产品/个	≥6.00(个/万元)	

	产出指标	数量指标	广告版面宣传	≥10.00(版面)
			客户端推流	=4.00(次)
			短视频推送	=5.00(个)
		质量指标	版面编排	=100.00(%)
			新媒体产品内容	=100.00(%)
		时效指标	专版发布	=100.00(%)
	效益指标	社会效益指标	松江新城宣传影响力、传播力	扩大
	满意度指标	服务对象满意度指标	读者满意度	≥90.00(%)