

北京市财政支出项目 绩效评价报告

主管部门	北京市红十字会
项目单位	北京市红十字会
项目名称	红十字宣传工程项目
评价机构	北京市红十字会
参与评价 中介机构	中源国财管理咨询（北京）有限公司



北京市红十字会

2023 年 5 月

红十字宣传工作项目 绩效评价结论

红十字宣传工作项目综合得分 86.62 分，其中，项目决策 8.92 分，项目过程 18.00 分，项目产出 35.20 分，项目效益 24.50 分，项目绩效评定结论为“良”。具体评分情况见附件专家评分汇总表。

北京市红十字会红十字宣传工作
项目绩效评价结论一览表

评价内容	分值	评价得分
项目决策	10	8.92
项目过程	20	18.00
项目产出	40	35.20
项目效益	30	24.50
综合得分	100	86.62
绩效评定级别	良	

目 录

一、基本情况	1
(一) 项目概况	1
(二) 项目绩效目标	4
二、绩效评价工作开展情况	5
(一) 绩效评价目的、对象和范围	5
(二) 绩效评价原则和方法	6
(三) 绩效评价指标体系和评价标准	6
(四) 绩效评价工作过程	7
三、综合评价情况及评价结论	9
四、绩效评价指标分析	9
(一) 项目决策情况	9
(二) 项目过程情况	11
(三) 项目产出情况	16
(四) 项目效益情况	18
五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析	19
(一) 主要经验及做法	19
(二) 存在的问题及原因分析	19
六、有关建议	21
七、其他需要说明的问题	22

北京市红十字会

红十字宣传项目

绩效评价报告

为进一步提高财政支出管理水平，检验财政支出预期目标实现程度，考核财政支出效率和综合效果，为以后年度财政资金安排提供重要依据，根据《北京市财政局关于开展2023年全面预算绩效管理工作的预通知》和《北京市项目支出绩效评价管理办法》（京财绩效〔2020〕2146号附件）等文件要求，北京市红十字会（以下简称“市红十字会”）成立项目绩效评价工作组，对市红十字会2022年度红十字宣传项目实施绩效评价，形成本绩效评价报告。

一、基本情况

（一）项目概况

1. 项目立项背景

根据《中华人民共和国红十字会法》和《中国红十字会章程》，红十字会应履行以下职责：宣传《中华人民共和国红十字会法》和《中华人民共和国红十字标志使用办法》，宣传应急救护、防灾避险和卫生健康知识，开展捐献造血干细胞的宣传动员工作，开展无偿献血的宣传推动工作，与各级人民政府共同对先进单位和个人进行表彰奖励，开展艾滋病预防控制宣传，宣传国际人道法、国际红十字和红新月运

动的基本原则和日内瓦公约及其附加议定书。

为履行红十字会与宣传相关的法定职责、落实《中国红十字会章程》相关规定，市红十字会积极开展各项宣传工作，对红十字会主责主业进行多渠道、多媒体、多形态的宣传，提升红十字会及其主责主业在群众中的知晓度，从而提高社会公众对红十字会相关工作的参与度。

2. 项目主要内容

2022 年，该项目主要包括以下内容：

（1）世界红十字日主题宣传活动

为纪念第 75 个世界红十字日，传播红十字文化，讲好红十字故事，展现红十字工作者、志愿者精神风貌和工作成绩，凝聚社会力量参与和支持红十字事业，推动首都红十字工作高质量发展，市红十字会原计划举办参与人数 400 人左右的线下主题宣传活动，拟以举办文艺晚会的形式，对红十字会参与北京冬奥和冬残奥会保障工作、2022 年“三救”“三献”工作进行回顾，对优秀红十字志愿者、红十字会员之星等个人和团体进行表彰，举办 2022 年公益募捐项目发布仪式等，并在《北京日报》刊登宣传专版。

项目执行过程中，为落实北京市新冠肺炎疫情防控要求，暂停线下大规模聚会活动，纪念第 75 个世界红十字日主题活动更改为无观众网络直播，通过中国教育网络电视

台、长安书院 APP、北京时间 APP、抖音 APP、目睹直播等进行网络直播。

（2）主流媒体公益宣传合作

与北京日报社、北京电视台生活频道（京视电广传媒有限责任公司）开展宣传合作，合作形式包括刊登专版、播出专题节目、摄制短视频、制作公益宣传片等。

（3）开展北京市红十字系统宣传骨干培训班

为提升北京市红十字系统宣传人员业务水平，提高宣传工作质量，市红十字会邀请新闻写作、手机新闻摄影相关讲师，通过线上线下结合的方式，面向全市红十字宣传工作人员进行业务培训。

（4）红十字标识物品

制作具有红十字标识的家庭健康套装，计划在红十字志愿者等群体中发放，树立红十字形象。

（5）参与中国红十字报刊社生命教育防灾避险知识竞赛

组织市红十字会机关全体人员及部分应急救护培训讲师共 200 人参与中国红十字报刊社举办的 2022 年生命教育防灾避险知识竞赛答题活动。

（6）“红十字与冬奥同行”主题系列宣传报道

按照中国红十字会总会对“红十字与冬奥同行”主题系列宣传报道的要求，市红十字会联络中央级和北京市级多

家主流媒体记者，对市红十字会及各区红十字会参与北京冬奥会和冬残奥会工作进行多次报道。

3. 项目资金情况

项目年初预算批复金额 168.78 万元，其中：与京视广电传媒有限责任公司开展红十字主题宣传合作经费 80 万元；主题宣传活动（包括世界红十字日主题活动和世界红十字日《北京日报》宣传专版）60 万元；主流媒体宣传专栏专版 20 万元；北京市红十字系统宣传骨干培训费 2.28 万元，讲师劳务费 1.5 万元；红十字标识应急救援物品制作费 5 万元。项目年中预算调整为 155.8 万元，调减金额 12.98 万，其中：日常宣传项目经费返还财政 10 万元，红十字系统宣传骨干培训费返还财政 2.28 万元，红十字系统宣传骨干培训讲师劳务费返还财政 0.7 万元。

（二）项目绩效目标

1. 总体目标

与北京电视台生活频道和北京日报社等北京市的重要媒体开展持续宣传合作，在北京冬奥会和冬残奥会、世界红十字日等重要活动时间节点通过中央电视台、中国日报、工人日报、中国红十字报、人民政协报、北京日报、新京报、澎湃新闻等中央和各省级主流媒体的宣传报道，提高公众对红十字组织和红十字会相关业务的了解，提升“三救三献”

“红十字村”等市红十字会重点工作在群众中的知晓度，提

升红十字会的社会形象。通过在北京市红十字志愿者群体中发放红十字标识急救物品，宣传应急救护知识，落实红十字生命教育工作。

2. 项目阶段性目标

红十字与冬奥同行宣传活动完成时间：2022 年 3 月；

纪念世界红十字日主题活动完成时间：2022 年 5 月；

公益宣传片拍摄完成时间：2022 年 5 月；

与北京日报社宣传合作完成时间：2022 年 5 月；

生命教育防灾避险知识竞赛完成时间：2022 年 9 月底前；

举办宣传骨干业务培训时间：2022 年 10 月；

与京视电广传媒有限公司进行宣传合作的时间：2022 年 12 月底前。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

1. 绩效评价目的

通过绩效评价，衡量和考核市红十字会使用财政资金的绩效实现情况，了解、分析和检验资金使用是否达到预期目标，资金管理是否规范，资金使用是否有效，通过总结经验，分析问题，采取切实措施进一步改进和加强财政支出项目管理，提高财政资金使用效益。

2. 绩效评价对象和范围

本次绩效评价对象为市红十字会 2022 年度红十字宣传工作项目，评价范围包括项目总体绩效目标、各项绩效指标完成情况以及预算执行情况。项目年初预算资金 168.78 万元，年中预算调整为 155.8 万元。

（二）绩效评价原则和方法

本次评价工作遵循“客观、公正、科学、规范”的原则，在评价过程中，依据项目总体绩效目标，评价本年度项目阶段目标任务的执行情况，以及效益的实现情况。结合本项目特点，评价方法主要采用非现场评价形式，审核、分析和评价项目的实施情况，其间结合了比较分析法、因素分析法、成本效益分析法等评价方法进行定性分析和定量分析，上述评价环节同时借助专家工作进行指导。评价基准日为 2022 年 12 月 31 日。

（三）绩效评价指标体系和评价标准

根据《北京市项目支出绩效评价管理办法》，评价工作组结合项目资金使用的具体情况，以资金使用结果为导向，设定了本次评价指标内容和权重，重点对项目决策、过程、产出及效益进行综合评价，详见下表。

表 1：北京市红十字会
红十字宣传工作项目指标体系

一级指标	二级指标	分值	三级指标	分值
决策 (10 分)	项目立项	3	立项依据充分性	1.5
			立项程序规范性	1.5

	绩效目标	3	绩效目标合理性	1.5
			绩效指标明确性	1.5
	资金投入	4	预算编制科学性	2
			资金分配合理性	2
过程 (20 分)	资金管理	12	资金到位率	4
			预算执行率	4
			资金使用合规性	4
	组织实施	8	管理制度健全性	4
			制度执行有效性	4
产出 (40 分)	产出数量	10	实际完成率	10
	产出质量	10	质量达标率	10
	产出时效	10	完成及时性	10
	产出成本	10	成本节约率	10
效益 (30 分)	项目效益	30	实施效益	20
			满意度	10

(四) 绩效评价工作过程

1. 前期准备

(1) 组建评价工作组

参与评价的中介机构根据任务分工，组成评价工作组，工作组成员 5 名，其中设组长 1 名，成员 4 名，明确了组长及成员职责。

(2) 制定项目评价工作方案

评价工作组首先与市红十字进行初步沟通，了解项目的立项背景及具体内容，以及项目基本情况，在此基础上，形

成项目绩效评价工作方案。

2. 现场核查

（1）了解绩效目标设立及完成情况

了解绩效目标的设立情况，主要是参考市红十字会的项目申报书，以及根据项目总体绩效目标设立的年度阶段目标；对于绩效目标的完成情况，评价工作组详细了解项目各个环节的具体实施情况，重点核实项目完成后所有备案的相关资料。

（2）了解项目效益实现情况

了解项目效益实现情况，主要是了解通过项目实施，开展红十字宣传工作，是否能够提升红十字会的社会形象，提高公众对红十字组织的知晓度，提升“三救三献”“红十字村”等红十字会重点工作在群众中的知晓度。

3. 专家评价

（1）进行资料信息汇总。评价工作组在充分调研的基础上，对项目资料进行逐一核实，按照指标体系内容和评价重点，对资料进行分类整理，形成专家资料手册，供专家审阅评议。

（2）召开专家评价会。根据项目特点，评价工作组遴选5名专家（其中业务专家2名，管理专家2名，财务专家1名），组成评价专家组。2023年5月12日，评价工作组组织召开专家评价会。评价会上，针对关注的问题，专家与

市红十字会进行充分讨论和沟通。专家就指标体系内容进行评分，并出具了评价意见。

4. 评价报告

评价工作组根据专家意见，完成绩效评价报告初稿的撰写工作。报告初稿经市红十字会审核，并与项目执行部门沟通反馈后，形成评价报告终稿。

三、综合评价情况及评价结论

经专家评议，该项目综合得分 86.62 分，其中，项目决策 8.92 分，项目过程 18.00 分，项目产出 35.20 分，项目效益 24.50 分，绩效级别评定为“良”。

总体来看，红十字宣传工作项目的实施，能够在一定程度上提升红十字会的社会形象，提高公众对红十字组织的知晓度，提升“三救三献”“红十字村”等红十字会重点工作在群众中的知晓度。但该项目的实施存在前期需求调研分析不够充分、预算编制的合理性不足、过程管控有待加强等问题。

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况

1. 项目立项情况

（1）立项依据充分性分析

该项目由市红十字组织宣传部负责立项实施，其主要职责包括：负责有关红十字会法律法规和政策文件的宣传以及

红十字文化的传播工作；负责市红十字会重大宣传活动、新闻报道等工作。市红十字会组织宣传部根据部门职责实施红十字宣传工作项目，立项依据充分。

（2）立项程序规范性分析

项目已延续实施多年，市红十字 2022 年继续申请该项目。根据单位统一安排，2021 年 10 月，市红十字会开始研究制定下一年度项目预算，2021 年底通过市红十字会组织的预算评审工作，2022 年 2 月由市财政正式批复项目预算，2022 年 3 月，市红十字会组织宣传部将项目计划提交市红十字会执委会审议通过后，开始项目执行。项目立项程序符合市红十字会相关规定。

2. 项目绩效目标情况

（1）绩效目标合理性分析

该项目绩效目标的设定符合单位职能，与项目实际工作内容相关，但绩效指标设定的合理性有待提高，预期产出和效果的对应关系不足。主要表现为：效益指标设置为“通过红十字宣传工作的开展，提升社会对无偿献血、捐献遗体器官、捐献造血干细胞的关注度”，缺乏量化标准，不具有可考核性；服务对象满意度指标设置为“宣传骨干培训学员满意度 $\geq 95\%$ ”不全面，未全面涵盖项目实施的宣传受众。

（2）绩效指标明确性分析

市红十字会根据绩效管理要求，结合项目实施情况编制

了项目绩效目标申报表，将项目绩效目标细化分解为具体的产出指标和效果指标，包括数量指标、质量指标、进度指标、成本指标、效益指标和服务对象满意度指标等。项目绩效目标设置较细化，但绩效目标的明确性有待提高，围绕年度重点宣传工作的聚焦归纳不够清晰。

3. 项目资金投入情况

（1）预算编制科学性分析

项目 2022 年初预算批复金额 168.78 万元，预算内容包括媒体报道费用、主题宣传活动费用、宣传片制作费用、红十字标志应急救护宣传品费用、培训费和培训师资劳务费。项目预算与项目实施内容基本匹配，预算编制较细化。但预算编制的科学性有待提高，对于各分项支出的数量和单价缺乏具体的测算依据，支出标准定额和成本控制措施不够充分。

（2）资金分配合理性分析

该项目为延续性项目，根据以前年度项目实际执行情况，结合市场询价，编制 2022 年度项目预算，预算编制依据较充分。但项目资金分配的合理性有待提高，项目申报预算 168.78 万元，分为 7 项任务内容，资金预算总体需求规模在各子项目之间的分配依据和标准呈现不充分。

（二）项目过程情况

1. 项目资金管理情况

（1）资金到位率

项目 2022 年初预算批复资金 168.78 万元，实际到位资金 168.78 万元。项目资金到位率 100%。

（2）预算执行率

项目年中预算调整为 155.8 万元，调减金额 12.98 万，其中：日常宣传项目经费返还财政 10 万元，红十字系统宣传骨干培训费返还财政 2.28 万元，红十字系统宣传骨干培训讲师劳务费返还财政 0.7 万元。截至 2022 年 12 月 31 日，项目实际支出 153.69078 万元，结余资金 2.10922 万元，预算执行率 98.65%。

（3）资金使用合规性分析

在项目资金的管理方面，市红十字会依据单位制定的《财务管理规定》《财务审批管理规定》对资金进行管理，对项目资金进行了专项核算，资金支出履行了必要的审批程序。项目资金的使用全部通过电脑内控系统完成，包括前期预算编报，资金支出填写生成经费审批单，经组织宣传部负责人同意后，报筹资与财务部审核，并按不同金额的审批规则逐级履行申报审批程序。费用结算时，在系统中通过经费结算程序，生成报销单，由组织宣传部负责人审批签字完成报销程序。项目结算时附合同与增值税普通发票，部分项目按照合同约定视情况附验收报告、播出清单、收视率报告、学员调查报告、发行量说明等材料。课时费结算附讲师姓名、

身份证号、银行账户信息、课时金额等内容。物品制作结算时附合同发票、入库签收单。

2. 项目组织实施情况

（1）管理制度健全性分析

市红十字会按照《北京市红十字会采购需求管理办法》《北京市红十字会财务审批管理规定》进行项目事前、事中和结项管理。相关劳务费支出，按照《北京市市级党政机关事业单位培训费管理办法》（京财预〔2017〕1389号）执行。此外，组织宣传部牵头修订了《北京市红十字会新闻宣传工作的管理办法》，经市红十字会党组审议通过后下发，对新闻宣传工作进行进一步规范。修订后的《北京市红十字会新闻宣传工作的管理办法》对宣传工作人员安排、宣传工作相关责任归属、宣传事项流程均进行了规范，有利于日后更加有效、规范地持续开展新闻宣传工作。项目管理制度较健全。

（2）制度执行有效性分析

一是实施方案编制情况，为保障项目的顺利实施，市红十字会制定了《2022年红十字宣传工作项目执行方案》，明确了项目组织架构、职责分工，及各子项目的实施内容和时间安排等。在具体实施过程中，因涉及分项内容较多，各分项在实施过程中，要求制定必要的分项实施计划，有利于保证各项工作顺利完成。但个别分项活动的实施方案有待进一步完善，如5.8世界红十字日主题宣传活动实施方案和2022

年“红十字博爱周”活动方案，内容相对简单，缺少具体的实施步骤和管控措施，对项目实施的指导性和可操作性不足。

二是项目组织情况，市红十字会成立了项目实施小组，由组织宣传部部长担任组长，负责总体把关，并向分管会领导汇报；由组织宣传部副部长及具体项目负责人完成具体项目实施。项目具体组织情况如下：

1) 与京视电广传媒有限公司开展的公益活动电视新媒体宣传项目组织情况

2022年3月，组织宣传部将《关于与京视电广传媒公司开展红十字主题宣传合作的请示》以及相关合作计划提交执委会审议，经第十届理事会第48次执委会审议通过后，与京视电广传媒有限责任公司签订《合作合同》，就市红十字会公益活动宣传合作项目展开合作。合同原定有效期为2022年4月13日至2022年12月31日，受2022年底北京市新冠疫情影响，双方于2022年12月签订《北京市红十字会公益活动宣传合作合同补充协议》，将原合同有效期延长至2023年3月31日。

2023年3月22日，组织宣传部对合同执行情况进行验收，并完成验收报告，项目结项。

2) 主题宣传活动项目组织情况

2022年3月，组织宣传部将《关于举办2022年5·8世

界红十字日主题宣传活动的请示》以及相关活动和宣传方案提交市红十字会党组会议审议，经 2022 年 3 月 21 日党组第 5 次会议审议原则通过后执行项目。在经过三方比价流程后，市红十字会与北京峰艺时代文化有限公司签订《“关爱生命 保护健康——红十在行动”主题宣传活动项目委托合同书》，摄制主题晚会；与北京影汇聚文化传媒有限公司签订《直播合作合同》，对晚会进行网络直播；与北京日报社全资子公司京报传媒经营有限公司签订《宣传合作协议书》。组织宣传部于 2022 年 5 月对晚会文件进行存档，对网络直播数据进行验收，《北京日报》于 2022 年 5 月 7 日刊登专版《关爱生命 保护健康——红十字在行动》，项目结项。

2022 年 6 月，组织宣传部向分管会领导提交《关于组织参加总会 2022 年红十字生命教育防灾避险知识竞赛的请示》，获批后订阅答题试卷 200 份。2022 年 9 月出具验收说明，答题卡寄回中国红十字会报刊社，项目结项。

3) 日常宣传工作项目组织情况

2022 年 3 月，组织宣传部向执委会提交《关于在北京日报“冬奥专刊”开展红十字宣传的请示》及相关说明，经市红十字会第十届理事会第 48 次执委会审议通过后，与北京日报社全资子公司京报传媒经营有限公司签订《宣传合作协议书》。《北京日报》“冬奥专刊”于 2022 年 3 月 16 日刊登专刊《红十字与冬奥同行》，项目结项。

2022 年 10 月，组织宣传部举办北京市红十字系统宣传骨干培训班。通过线上线下结合的方式，组织市红十字会和各区红十字会宣传骨干参加培训。培训邀请中国社会科学院大学政府管理学院学科建设部主任白玲玲讲授新闻稿件写作基础，邀请外文出版社高级摄影师唐少文讲授手机摄影实务。课后部分学员参与了满意度调查问卷。

2022 年 11 月，组织宣传部经三方比价后，与北京鸿儒硕学广告传媒有限公司签订《订制合同》，订制家庭健康套装 200 个，验收后项目结项。

三是项目管理情况，为加强对项目实施过程的管理，市红十字会项目组成员监督项目进程，采取现场跟进、签到留痕、学员填写满意度调查表、项目验收等方式对项目质量进行监督指导。但项目过程管理中存在以下不足：

1) 项目合同管理规范不足，如与京视电广传媒有限公司签订的公益活动宣传合作项目合同，合同金额 80 万元，首付款和尾款比例分别为 70%和 30%，首付款比例偏高，未与项目进度和质量控制管理同步，存在一定的风险。

2) 项目涉及的宣传品购置管理方面存在不足，如红十字标志物品制作项目，购置 200 份家庭套装，单价 248 元，购置数量和分配对象不明确，对如何体现财政资金管理使用的公平性原则呈现不清晰。

(三) 项目产出情况

1. 项目产出数量分析

截至 2022 年 12 月 31 日，市红十字会在北京电视台生活频道《生活这一刻》栏目播出专题报道共 8 期，总时长 20 分钟；在《全民健康学院》节目播出一期合作节目，总时长 7 分钟；活动现场短视频拍摄及制作，共 16 次，每条视频时长最短 1 分 10 秒，最长 4 分 7 秒；策划、拍摄制作公益宣传片 1 条，时长 10 分钟；BRTVi 生活微博、BRTVi 生活今日头条号合计推送 16 次；《北京日报》刊登两期专版（“冬奥专刊”和世界红十字日宣传专版）；“红十字博爱周”期间举办主题宣传活动一场，开展一次网络直播（在中国教育网络电视台、长安书院 APP、北京时间 APP、抖音 APP、目睹直播等平台进行网络直播，共 33 万人观看）；参与中国红十字报刊社生命教育防灾避险知识竞赛一次；举办一场红十字系统宣传骨干培训；制作红十字标志应急救护物品 200 份；中央级和北京市级等各类主流媒体报道市红十字会相关工作和活动共 98 次，其中“红十字与冬奥同行”相关宣传报道 55 次。项目实际完成率较高。

2. 项目产出质量分析

2022 年项目实施过程中，制作的各种宣传品全部验收合格，红十字公益宣传片成片质量较好，纪念世界红十字日主题宣传活动等有序开展。项目完成质量较好。

3. 项目产出时效分析

除因受北京市 2022 年年底新冠疫情影响而延长合同执行期限至 2023 年 3 月的红十字宣传合作项目外，其他项目均按照计划的时间节点完成。项目执行效率较高。

4. 项目产出成本

截至 2022 年 12 月 31 日，项目实际支出 153.69078 万元，未超预算，成本控制情况较好。2022 年年中，市红十字会按要求将部分项目预算返回北京市财政局，其中红十字宣传工作项目返回 12.98 万元，并将宣传骨干培训改为线上培训，节约培训费 2.28 万元。

（四）项目效益情况

由央视索福瑞提供的收视数据显示，与北京电视台生活频道合作的专题报道和合作节目，收视率最高为 1.83，最低为 0.21。《生活这一刻》8 期栏目中有 4 期收视率超过 1.1，最低为 0.68，表明收视情况整体较好。《全民健康学院》收视率为 0.21，传播效果差强人意。

世界红十字日主题活动直播观看人数超过 33 万，传播效果良好。全年主流媒体报道市红十字会相关活动次数 98 次，获得了良好的社会传播效果。

市红十字会面向参加北京市红十字系统宣传骨干培训的学员开展的满意度调查结果显示，学员对培训课程内容的满意度为 98%。

针对 2022 年度 BRTV 生活频道宣传的市红十字会公益活

动内容进行的满意度调查报告显示，公众满意度平均分值为95.19%。

综上，项目实施发挥了较好的社会效益，部分实施内容的服务对象满意度较高，但反映项目实施效果的支撑材料仍不够充分，主要表现在：一是公众对红十字组织的知晓度、提升“三救三献”“红十字村”等红十字会重点工作的知晓度等分析数据不够充分，支撑材料不足；二是满意度调查不够全面，缺少对宣传品发放对象、主流媒体宣传对象、冬奥会相关红十字公益报道受众等服务对象的满意度调查。

五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析

（一）主要经验及做法

2022年，市红十字会按照年初预算制定时的进度目标，按时完成了各项工作。受新冠疫情影响，原计划举办的线下救在身边大讲堂拓展活动被取消，用于制作该活动配套使用的红十字标识应急救护物品的经费改用于制作红十字标识家庭健康套装。未来，在存在大概率不可控因素（如突发公共卫生事件）的情况下，应提前制定备用方案。

（二）存在的问题及原因分析

1. 绩效目标设定不够明确、合理

一是绩效目标的明确性有待提高，围绕年度重点宣传工作的聚焦归纳不够清晰。

二是绩效指标设定的合理性有待提高，预期产出和效果

的对应关系不足。主要表现为：效益指标设置为“通过红十字宣传工作的开展，提升社会对无偿献血、捐献遗体器官、捐献造血干细胞的关注度”，缺乏量化标准，不具有可考核性；服务对象满意度指标设置为“宣传骨干培训学员满意度 $\geq 95\%$ ”不全面，未全面涵盖项目实施的宣传受众。

2. 项目预算编制的合理性有待提高

项目申报预算 168.78 万元，分为 7 项任务内容，资金预算总体需求规模在各子项目之间的分配依据和标准呈现不充分。且对于各分项支出的数量和单价缺乏具体的测算依据，支出标准定额和成本控制措施不够充分。

3. 项目实施方案有待完善

个别分项活动的实施方案有待进一步完善，如 5.8 世界红十字日主题宣传活动实施方案和 2022 年“红十字博爱周”活动方案，内容相对简单，缺少具体的实施步骤和管控措施，对项目实施的指导性和可操作性不足。

4. 项目过程管理不够严谨

一是项目合同管理规范不足，如与京视电广传媒有限公司签订的公益活动宣传合作项目合同，合同金额 80 万元，首付款和尾款比例分别为 70% 和 30%，首付款比例偏高，未与项目进度和质量控制管理同步，存在一定的风险。

二是项目涉及的宣传品购置管理方面存在不足，如红十字标志物品制作项目，购置 200 份家庭套装，单价 248 元，

购置数量和分配对象不明确，对如何体现财政资金管理使用的公平性原则呈现不清晰。

5. 反映项目实施效果的支撑材料不够充分

一是公众对红十字组织的知晓度、提升“三救三献”“红十字村”等红十字会重点工作的知晓度等分析数据不够充分，支撑材料不足。

二是满意度调查不够全面，缺少对宣传品发放对象、主流媒体宣传对象、冬奥会相关红十字公益报道受众等服务对象的满意度调查。

六、有关建议

（一）提高对规划目标指引和年度计划安排的重视程度，结合项目实际情况，优化提炼项目绩效目标和各项指标，使目标更加明确、合理、可衡量。

（二）加强项目预算管理和资金统筹，科学合理进行分类归集，明确预算编制依据和计算基础，严格规范项目资金使用。

（三）完善项目总体实施方案和分项具体实施方案，明确项目实施步骤和管控措施，提高实施方案的可操作性，有效指导项目实施。

（四）加强项目管理制度体系建设，将绩效管理要求通过制度建设加以明确，不断提升项目管理效能，最大限度发挥财政资金使用效益。进一步完善项目管理办法，补充对非

建设类项目验收流程及领用管理要求，规范项目采购和合同管理。

（五）及时总结项目实施成效和不足，深入开展社会需求调研分析，以需求必要性为导向制定年度工作计划和实施方案，以推陈出新、守正创新的思想把延续性项目做出新的亮点，并加强项目绩效资料的归集整理。

七、其他需要说明的问题

无。

附件：《评分表》

附件:

评分表

项目名称: 红十字宣传工作项目

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分	评价意见
决策 (10分)	项目立项 (3分)	立项依据充分性	1.5	1.5	项目立项的决策依据充分
		立项程序规范性	1.5	1.36	项目立项程序符合市红十字会相关规定
	绩效目标 (3分)	绩效目标合理性	1.5	1.36	绩效指标设定的合理性有待提高，预期产出和效果的对应关系不足
		绩效指标明确性	1.5	1.34	绩效目标的明确性有待提高，围绕年度重点宣传工作的聚焦归纳不够清晰
	资金投入 (4分)	预算编制科学性	2	1.68	对于各分项支出的数量和单价缺乏具体的测算依据，支出标准定额和成本控制措施不够充分
		资金分配合理性	2	1.68	资金预算总体需求规模在各子项目之间的分配依据和标准呈现不充分
过程 (20分)	资金管理 (12分)	资金到位率	4	4	资金到位率100%
		预算执行率	4	3.8	预算执行率98.65%
		资金使用合规性	4	3.6	资金使用合规性较好
	组织实施 (8分)	管理制度健全性	4	3.5	管理制度较健全
		制度执行有效性	4	3.1	项目合同管理规范性不足；宣传品购置管理方面存在不足
产出 (40分)	产出数量 (10分)	实际完成率	10	9.4	项目实际完成率较高
	产出质量 (10分)	质量达标率	10	8.6	项目完成质量较好
	产出时效 (10分)	完成及时性	10	9	基本按照年初设立的进度指标完成各项工作
	产出成本 (10分)	成本节约率	10	8.2	项目实际支出153.69078万元，未超预算，成本控制情况较好
效益 (30分)	项目效益 (30分)	实施效益	20	16.6	公众对红十字组织的知晓度、提升“三救三献”“红十字村”等红十字会重点工作的知晓度等分析数据不够充分，支撑材料不足
		满意度	10	7.9	满意度调查不全面
合计			100	86.62	