

# 财政项目支出绩效自评表

(2023 年度)

项目名称		事业发展专项经费						
主管部门		上海市文化和旅游局		实施单位		上海交响乐团		
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分	
		年度资金总额:	316.74	436.74	436.74	10.00	100.00	10.00
		其中: 当年财政拨款	316.74	436.74	436.74	-	100.00	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况				
	乐团将继续邀请世界知名指挥、独奏、独唱、重奏组合等艺术家加盟团厅音乐季，并用乐团的大乐队编制的高质量演出吸引更多的市民走近古典音乐，提升广大市民的鉴赏水平。此外，乐团将坚持高水准、高品质的节目选取标准，利用上交在国际上的知名度引进全球顶尖音乐艺术团体和节目。打造音乐人才汇聚、艺术水平卓越、公共教育一流、管理模式先进、国际声誉良好的“亚洲顶尖、全球著名的世界优秀乐团”。			2023 年度上交举办安排七十余场团厅音乐季音乐会演出，持续大力开展线上直播间播放音乐会，线上线下观摩人次超过二十八万人次；观众回归剧场后，公益场上座率达到 85%；原发媒体累计报道量 860 篇。上交团厅音乐季演出质量优秀，以精彩多样的演出成果丰富人民群众文化生活，普及高雅艺术、提高人民群众文化素养。并在 2023 年度成功委约并演出两部优秀作品，以中国精神为灵魂、用向上向善的作品增强人民精神力量。				
一级 指标	二级 指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析 及改进措施	
产出 指标	数量 指标	委约创作作品部数	≥2(部)	2.00(部)	4.00	4.00		
		邀请驻团艺术家人数	=1.00(人)	1.00(人)	4.00	4.00		
		公益票专场场次	≥10(场)	11.00(场)	4.00	4.00		
		音乐会线上直播场次	≥10.00(场)	18.00(场)	4.00	4.00		
		团厅音乐季音乐会场次	≥60.00(场)	73.00(场)	4.00	4.00		
		海报设计制作数量	≥60.00(幅)	76.00(幅)	4.00	4.00		
		自媒体(官方微博、官方微信)信息推送篇/次	≥330.00(篇/次)	388.00(篇/次)	4.00	4.00		
质量 指标	质量 指标	音乐季音乐会内容与演出计划匹配度	=100(%)	100.00(%)	2.00	2.00		
		委约创作作品发布率	≥90(%)	100.00(%)	2.00	2.00		
		驻团艺术家演出指标完成率	≥80(%)	90.00(%)	2.00	2.00		
		公益演出观众上座率	≥70(%)	85.00(%)	2.00	2.00		
		海报制作完成率	=100.00(%)	100.00(%)	2.00	2.00		
		信息推送准确率	准确	达成指标	2.00	2.00		
时效 指标	时效 指标	次年新乐季相关信息发布及时性	及时	达成指标	5.00	5.00		
		音乐会演出及时性	及时	达成指标	5.00	5.00		

		艺术家驻团按合同完成	根据实际演出时间安排	部分达成指标并具有一定效果	5.00	4.00	2023年初两场含住团艺术家音乐会因众多艺术家感染新冠，演出因故取消。
		海报设计制作及时性	及时	达成指标	5.00	5.00	
效益指标	社会效益指标	全年观看演出观众人次数	≥10000(人次)	288000.00(人次)	5.00	5.00	
		注册会员增长率	≥8(%)	22.00(%)	5.00	5.00	
		委约创作作品提升交响乐普及度	逐年提升	达成指标	5.00	5.00	
		自媒体平台转发量	≥3000.00(次)	5422.00(次)	5.00	5.00	
		原发媒体累计报道量	≥600.00(篇)	860.00(篇)	5.00	5.00	
满意度指标	服务对象满意度指标	观众满意度	≥85(%)	90.00(%)	5.00	5.00	
总分					100.00	99.00	
评分等级	优						

## 财政项目支出绩效自评表

(2023 年度)

项目名称		场馆基本运行						
主管部门		上海市文化和旅游局		实施单位		上海交响乐团		
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分数	执行率(%)	得分	
		年度资金总额:	1,552.29	1,552.29	1,549.31	10.00	99.80	9.98
		其中: 当年财政拨款	1,552.29	1,552.29	1,549.31	-	99.80	-
		上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
		其他资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况				
	保障上海交响乐团音乐厅做好疫情防控工作; 保障上海交响乐团音乐厅成为世界古典音乐新中心和上海文化重要地标之一, 成为上海交响乐团实现实现“亚洲顶尖、世界一流”发展目标的重要基础保障; 保障上海交响音乐博物馆成为上海音乐艺术普及教育的一张名片。			2023 年度, 安全保障上海交响乐团(上海交响乐团音乐厅)日常办公及排练演出、教学等业务有序开展, 并积极协助拓展演出等其他多元化演出内容的配合工作。2023 年上海交响音乐博物馆参观人数开始逐渐回升, 线下参观人数达到 12357 人, 博物馆采取的严格防控措施让观众们逐渐恢复了对于参观文化场所的信心。线上版本总共浏览次数为 18651 次, 总共访客数为 13936 人, 覆盖全国 33 个省市, 打破了地域限制, 为全国人民了解交响乐艺术提供了窗口。				
一级 指标	二级 指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析 及改进措施	
产出 指标	数量 指标	物业人员到位率	≥95(%)	100.00(%)	7.00	7.00		
		整体舞台系统	=1(套)	1.00(套)	7.00	7.00		
	质量 指标	整体舞台设备完好率	≥90(%)	90.00(%)	7.00	7.00		
		物业服务考核合格率	≥90(%)	95.00(%)	7.00	7.00		
	时效 指标	物业全年服务时间	=365(天)	365.00(天)	6.00	6.00		
		故障第一次响应时间	≤30(分钟)	30.00(分钟)	6.00	6.00		
效益 指标	社会 效益 指标	重大消防安全责任事故	=0.00(次)	0.00(次)	6.00	6.00		
		重大演出责任事故	≤3(次)	0.00(次)	6.00	6.00		
		重大疫情防控责任事故	=0(次)	0.00(次)	6.00	6.00		
	上海交响音乐博物馆参观观众人次(线上)	≥6000.00(人次)	18651.00(人次)	6.00	6.00			
	上海交响音乐博物馆线上馆服务人群分布数	≥10.00(个(市/地区))	33.00(个(市/地区))	6.00	6.00			
	上海交响音乐博物馆参观观众人次(线下)	≥7000.00(人次)	12357.00(人次)	6.00	6.00			
	上海交响音乐博物馆年度内容更	=1.00(次/年)	1.00(次/年)	6.00	6.00			

		新及扩充次数					
	可持续影响指标	物业长效管理制度	建立完善	部分达成指标并具有一定效果	4.00	3.00	演出服务根据实际演出情况需做适当调整
满意度指标	服务对象满意度指标	观众满意率	≥85(%)	96.50(%)	4.00	4.00	
总分					100.00	98.98	
评分等级	优						