

财政项目支出绩效目标表			
(2020年度)			
申报单位名称：上海交响乐团			
项目名称：	基本运行费	项目类别：	其他一次性项目
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	否	绩效类型：	其他类
项目概况：	上海交响乐团基本运行费用主要包括4项费用，即上海交响乐团（上海交响乐团音乐厅）的物业费用，能源费用，舞台智能化、数据支撑系统和通用设备设施维保专项经费以及上海交响音乐博物馆的展陈维护费用。上海交响乐团位于复兴中路1380号，主要建筑包括办公楼及所属音乐厅的主厅、演艺厅、入口大厅，总建筑面积21045.12平方米，承担办公、排练、演出、文化交流、艺术教育等功能。上海交响音乐博物馆由上海地产集团与上海交响乐团联合成立，位于宝庆路3号，由上海地产集团负责日常管理运营，上海交响乐团负责展陈维护。		
立项依据：	1.物业费用以政府采购招投标中标金额为基准；2.能源费用参考以往发生的费用及需要保障的相关活动估算；3.舞台智能化、数据支撑系统和通用设备设施维保专项经费以政府采购招投标中标金额为基准；4.上海交响音乐博物馆展陈维护费用由博物馆的定位及展陈设计决定，投入运营前经过多次专家咨询论证。		
项目设立的必要性：	上海交响乐团是上海国有文艺院团改革试点，在全国职业交响乐团范围内率先实现团厅一体发展运营模式。上海交响乐团音乐厅于2014年9月开幕，迅速成为世界古典音乐新的中心和上海具有国际意义的文化地标。经过五年多的运营，上海交响乐团音乐厅不但承担上海交响乐团服务上海、代言上海的主要舞台，而且成为世界优秀交响乐团来华演出的重要合作方。音乐厅承担了上海交响乐团音乐季、上海夏季音乐节、上海新年音乐会、上海新春音乐会、上海乐队学院、上海艾萨克·斯特恩国际小提琴比赛、MAP音乐地图、AEP中国艺术拓展计划等品牌活动，还邀请了纽约爱乐乐团、维也纳爱乐乐团、巴黎管弦乐团、慕尼黑爱乐乐团、北德广播易北爱乐乐团、伦敦交响乐团、马勒室内乐团等世界一流乐团进驻演出。基本运行费为上海交响乐团（上海交响乐团音乐厅）开展业务工作提供能源、舞台设备、办公场地等基本硬件保障和物业服务等软件保障，是乐团实现“亚洲顶尖、世界一流”改革发展目标的重要基础保障。上海交响音乐博物馆由上海地产集团与上海交响乐团联合成立，位于宝庆路3号，由上海地产集团负责日常管理运营，上海交响乐团负责展陈维护。博物馆展陈基本方案由上海交响乐团制定，经专家反复论证后予以实施。维护工作以保障展陈为主，同时根据年度目标进行调整补充，确保博物馆成为上海音乐艺术普及教育的一张名片。		
保证项目实施的制度、措施：	1.在财务管理上，严格执行《上海交响乐团财务报销制度》和《上海交响乐团内控手册》各项相关规范制度；2.在业务管理上，严格执行《排练演出工作流程》《音乐厅后台管理规定》《音乐厅报修管理办法》以及上海交响音乐博物馆展陈设计；3.加强对物业公司、维保单位等第三方供应商的管理，严格执行各项规范制度。		
项目实施计划：	1.按季度考核物业公司，执行合同，支付费用；2.按月支付水、电、天然气费用；3.按季度考核舞台智能化、数据支撑系统和通用设备设施维保单位，执行合同，支付费用；4.以年度工作计划为准，按实际需求进行上海交响音乐博物馆的展陈维护工作。		
总目标及阶段性目标：	总目标：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。阶段性目标：常年保障上海交响乐团（上海交响乐团音乐厅）办公及排练演出、教学等业务正常开展；常年保障上海交响音乐博物馆展陈符合博物馆定位。		

本项目上年度市级财政资金使用情况			
项目总预算（元）：	15,516,304	项目当年预算（元）：	15,516,304
同名项目上年预算额（元）：	17,770,569	同名项目上年预算执行数（元）：	14,214,068

2020年绩效目标

一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入与管理	投入管理	预算资金到位率	=100%
		预算执行率	=100%
	财务管理	财务管理制度健全性	健全
		财务监控有效性	有效
		资金使用规范性	规范
	实施管理	项目管理制度健全性	健全
		项目管理制度执行有效性	有效
		政府采购合规性	合规
		合同管理有效性	有效
	资产管理	设备设施管理规范性	规范
产出目标	数量	演出场次	>=110场
		公益票场次	不低于70场
		博物馆参观人次	>=12000人次
		物业服务工作完成率	=100%
		设备维修服务完成率	=100%
	质量	重大安全责任事故	无
		演出内容丰富度	丰富
		设备维修合格率	=100%
		物业服务考核达标率	=100%
	时效	项目完成及时率	=100%
效果目标	社会效益	音乐厅品牌形象提升效果	有效提升
		博物馆稳定运行	稳定
		博物馆影响力	显著提升
	满意度	观众满意度	>=90%
影响力目标	长效管理	长效管理机制健全性	健全

财政项目支出绩效目标表			
(2020年度)			
申报单位名称：上海交响乐团			
项目名称：	艺术传承发展项目	项目类别：	其他一次性项目
计划开始日期：	2020-01-01	计划完成日期：	2020-12-31
是否含有政府购买服务：	否	绩效类型：	事业/专业类
项目概况：	上海交响乐团音乐季，是乐团遵循国际惯例运营、自当年9月至次年6月的年度演出计划。自2009年推出以来，已成为了中国顶级音乐水准的代表，奠定了上海交响乐团在业界的领军地位。如今，上海交响乐团音乐季不仅成为中外观众品鉴名家名作、品评中西文化内涵的重要平台，更展现了一个业内领先地位的中国乐团在艺术审美及运营策略上的高追求。该项目较大经济投入在：合作指挥家、独奏独唱家演出费、税费、机票、食宿费；国外大型艺术团体来沪演出费、税费、团队国际旅费、食宿费；演出录音及电视台转播制作费；艺术家录音录像版权费；场租费及市场推广费等。		
立项依据：	2015年9月11日，中共中央政治局审议通过《关于繁荣发展社会主义文艺的意见》，对于在新的历史条件下，文艺真正成为时代前进的号角、真正体现时代的风貌、真正引领时代的风气，具有指导意义。作为上海城市文化名片和国有文艺院团改革试点，上海交响乐团一直把自身的发展融入上海城市文化形象的发展。上交深谙中西融合的艺术表达，始终为音乐季在世界范围内甄选时代顶尖的音乐家和音乐作品。		
项目设立的必要性：	我团创办的一系列音乐演出不仅建立了跨洲际的文化交流，更助推了跨音乐领域的文化繁荣，实现了人与人、团与团乃至国与国间的音乐沟通。从1879年到2019年，上海交响乐团作为一个职业交响乐团，在中国最早广泛地把交响乐介绍给中国观众，最早发掘并演奏中国管弦乐作品，最早培养中国的音乐人才，最早登上琉森音乐节、爱丁堡国际艺术节、柏林爱乐大厅、卡内基音乐厅等等耀眼的国际舞台。上海交响乐团音乐季不仅成为中外观众品鉴名家名作、品评中西文化内涵的重要平台，更展现了一个中国乐团在艺术审美和运营策略上的高追求。从2010到2019年上半年的音乐季，共安排演出了近830场音乐会。最新2019-2020乐季安排了79场包含大乐队编制、室内乐、引进及合作在内的音乐会。		
保证项目实施的制度、措施：	上海交响乐团“三重一大”制度实施办法；上海交响乐团财务管理制度		
项目实施计划：	上海交响乐团在每年乐季开展中便实时开展小结讨论，听取各方意见反馈，召开团内艺术委员会会议，开启下一年度节目主要风格构思，与艺术家个人或艺术团体或经纪公司进行档期、曲目及经费等洽谈，初步安排演出日程，开展主视觉形象初稿设计，拟选宣传方案，规划统计各实施内容预算等一系列前期工作。2019-2020乐季（2019年9月至2020年6月）共安排27场本团大乐队编制音乐会、12场本团室内乐音乐会、9场引进乐团音乐会、25场引进及合作室内乐音乐会、6场学生教育导向讲座类音乐会。		
总目标及阶段性目标：	乐团将继续邀请世界知名指挥独奏独唱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、高品位的节目选取标准，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”。		

本项目上年度市级财政资金使用情况			
项目总预算（元）：	7,140,496	项目当年预算（元）：	7,140,496
同名项目上年预算额（元）：	8,495,724	同名项目上年预算执行数（元）：	10,667,925

2020年绩效目标

一级目标	二级目标	三级目标	指标目标值
投入与管理	投入管理	预算资金到位率	=100%
		预算执行率	=100%
	财务管理	财务管理制度健全性	健全
		财务监控有效性	有效
		资金使用规范性	规范
	实施管理	项目管理制度健全性	健全
		项目管理制度执行有效性	有效
合同管理有效性		有效	
产出目标	数量	大乐队编制音乐会演出场次	27场
		室内乐音乐会演出场次	12场
		引进乐团音乐会演出场次	9场
		学生教育导向讲座类音乐会演出场次	6场
		引进及合作室内乐音乐会演出场次	25场
	质量	演出内容丰富度	丰富
		创新作品质量	高标准
时效	各类演出及时率	=100%	
效果目标	经济效益	票房增长率	=10%
	社会效益	注册会员增长率	=10%
		观众席上座率	=70%
		音乐节知名度提升效果	有效提升
		市民音乐鉴赏能力	提高
满意度	观众满意度	>=90%	
影响力目标	长效管理	长效管理机制健全性	健全