

财政项目支出绩效自评表							
(2020 年度)							
项目名称	场馆演出、展览及讲座经费						
主管部门	上海市文化和旅游局			实施单位	上海市群众艺术馆		
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额	3811775.00	3811775.00	3,801,835	10	99.74%	10
	其中：当年财政拨款	3,811,775.00	3,811,775.00	3,801,835.00	—		
	上年结转资金				—		
	其他资金				—		
年度 目标 指标	预算目标			实际完成情况			
	1、丰富市民文化生活，引导大众文化休闲，于活动中贯穿社会主义核心价值观的培育。2、深入实践“开放办馆”理念，吸引和扶持各类社会主体参与和举办活动。3、做好场馆日常工作，并于五一、十一、元旦、春节、暑期等节庆假日举办主题活动。			2020年，场馆阵地活动除疫情期间闭馆外，在做好常态化疫情防控的基础上，重点围绕全面实现小康社会、传承推广中华优秀传统文化、市民美育等主题，策划相关活动内容，主题活动特色鲜明，品牌活动的影响力进一步提升。年内共举办节庆和专题活动6项，展览13个，讲座沙龙和相关公教活动50余场，放映公益电影近百场，线下活动参与人次约8万，线上近百万。一、节庆和专题活动 举办上海新年模型交流赛、“启程•回家•团圆年”第十三届海上年俗风情展及新春系列活动、市民文化节“328文化服务日”活动、“五一”小长假系列活动、“走进艺术之门”暑期系列活动、“十一、中秋”长假系列活动等节庆和专题活动。二、展览活动 两个展厅共举办展览13个，包括：“启程•回家•团圆年”第十四届海上年俗风情展、生肖有礼•鼠你红、“美好生活”长三角公共文化创新大赛案例精粹、云上的日子——扇面作品展、“最美守护者”——上海市群文干部抗疫主题书画作品展、人与环境历届生态摄影展优秀作品回顾展、拾城记疫、邮趣•极限片——三人联展、“小人书中的烽火岁月”纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利75周年连环画展、永恒的瞬间——上海世博十周年图片展、永恒的瞬间——上海世博十周年收藏展、金山漕泾书法展、上海新年模型交流展。三、讲座和沙龙活动 开展讲座与沙龙活动，重点包括：“光影之交”摄影系列讲座、“聆听上海”海派文化系列讲座、“艺术绘生活”美学系列讲座、single singers 阿卡贝拉沙龙、“秋霞圃”国学沙龙等，并对其中重点场次进行线上播放。此外，电影放映于9月起继续开放服务，“团团圆圆照相馆”拍摄、“艺起听书吧”等阵地固定项目使到馆市民可随时参与。			
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
	数量指标	活动计划完成率	>=95%	96	15	13	

产出指标	质量指标	活动完成达标率	>=95%	96	15	13	
	时效指标	活动举办及时性	>=95%		10	8	
绩效指标	社会效益指标	场馆活动达标情况	=良好		10	10	
	生态效益指标	安全事故发生率	=0		5	5	
	可持续影响指标	人员到位率	>=95%		10	10	
满意度指标	服务对象满意度指标	市民满意度	>=90%		15	11	
		管理人员满意度	>=90%		10	9	
总分					100	89	

财政项目支出绩效自评表							
(2020 年度)							
项目名称	群众文化活动创作及培训经费						
主管部门	上海市文化和旅游局			实施单位	上海市群众艺术馆		
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分
	年度资金总额	4340000.00	3739740.00	3,739,740	10	100.00%	10
	其中：当年财政拨款	4,340,000.00	3,739,740.00	3,739,740.00	—		
	上年结转资金				—		
	其他资金				—		
年度 总体 目标	预算目标				实际完成情况		
	创作部门在七个艺术门类全年完成不少于14个原创作品，作品内容要健康向上，形式要新颖多样，具有时代特征、民族特点和地方特色，效果要力求群众喜爱，雅俗共赏，便于推广，易于传唱。其中7个以上作品要争取获得省（市）级以上的奖项。七大艺术门类的创作、创作基地和创作活动示范点各项活动、“群星奖”获奖作品和优秀原创作品巡展巡演、“华东六省一市”“京津沪渝四直辖市”、江浙沪长三角等地区间的创作交流展演活动将贯彻全年。培训部门应提升本市群文骨干的业务技能,培育师资辅导基层团队举办骨干系列培训10期；提升本市市民文化艺术素养，举办市民艺术培训132期。				1、创作：全年共完成新作品创作25个。其中音乐5个，戏剧2个，舞蹈2个，曲艺1个，美术8幅，书法5幅。获奖作品12个，入展作品13个。线上指导基层创作作品约200余次，完成创作活动6个，发表论文1篇。 2、培训：全年共推进课程777期，服务受众逾655万人次，其中举办骨干及市民培训187期,培训学员30000余人次。开辟数字文化馆云课堂、文化云美育课程项目，并与信息苑合作美好生活系列课程，推进课程190期，服务市民150万人次，开展每日诗品栏目300期,服务市民90万人次，承担市民文化节启动日云讲堂项目,审核对接并推出课程近100期,服务市民400余万人次。部门培训项目主流媒体报道10次，微信新媒体发稿21次。 3、调研：完成全年《群文世界》共六期。总发表一百二十余篇文章		
绩效 指标	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
	产出指标	数量指标	活动计划完成率	>=95%	0	15	14
		质量指标	吸引社会群体计划完成率	>=95%	0	15	14
	社会效益指标	时效指标	活动举办及时性	>=95%	0	10	8
		组织人员到位率	获奖作品完成率	>=90%	0	5	4
				>=95%	0	15	15

效益指标	可持续影响指标	工作人员到位率	$>=95\%$	0	8	7	
		部门协调联动机制	=良好	0	5	4	
满意度指标	服务对象满意度指标	市民满意度	=90%	0	10	8	
		参与单位满意度	$>=90\%$		7	6	
总分				100	90		

财政项目支出绩效自评表								
(2020 年度)								
项目名称	非遗保护中心经费							
主管部门	上海市文化和旅游局			实施单位	上海市群众艺术馆			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	1800000.00	1600000.00	1,600,000	10	100.00%	10	
	其中：当年财政拨款	1,800,000.00	1,600,000.00	1,600,000.00	—			
	上年结转资金				—			
	其他资金				—			
年度 总体 目标	预算目标			实际完成情况				
	争取通过非遗办的努力，积极开展文化交流活动，以文化遗产日、重大节庆宣传活动、各类国际国内大型赛事和展演为载体；同时开展“非遗进校园”、“非遗在社区”、“非遗走出去”，参加文旅部“欢乐春节”、“非物质文化遗产博览会”等系列活动，提高上海市民对非物质文化遗产的保护意识，对非物质文化遗产所蕴含的文化价值、历史价值和审美价值的了解。对一些项目资源进一步充分挖掘与整合，同时对于已经进入名录的项目，通过制定中长期保护规划，明确保护范围、保护措施和目标，实施更切实有效的保护政策措施。			1.“文化遗产日”线上文化遗产普及活动 2.积极推进“挂牌100个社区项目代表性传承人工作室”工作 3.协助市新闻办和市文旅局，做好进博会媒体中心非遗客厅工作				
绩效 指标	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	活动计划完成率	>=95%		15	13	
		质量指标	活动完成达标率	>=95%		15	12	
		时效指标	活动计划举办及时性	>=90%		15	13	
	效益指标	生态效益指标	安全事故发生率	=0		10	10	
		可持续影响指标	项目长效管理机制建设	=良好		10	8	
			部门协调联动机制	=良好		10	8	
	满意度指标	服务对象满意度指标	项目保护单位满意度	>=90%		15	10	

总分	100	84
----	-----	----

财政项目支出绩效自评表								
(2020 年度)								
项目名称	市民文化节活动经费							
主管部门	上海市文化和旅游局			实施单位	上海市群众艺术馆			
项目资金 (元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分	
	年度资金总额	13000000.00	11000000.00	11,000,000	10	100.00%	10	
	其中：当年财政拨款	13,000,000.00	11,000,000.00	11,000,000.00	—			
	上年结转资金				—			
	其他资金				—			
年度 总体 目标	预算目标			实际完成情况				
	2020年上海市民文化节，立足上海城市发展定位和市民群众的美好生活新需要，切实将以人民为中心的思想贯穿于市民文化节全过程，推动其再出发、再创新、再超越。进一步深化“政府主导、社会参与、各方支持、群众受益”的长效办节机制，巩固“百个社区大展示、万支团队大竞技、社会各界齐参与、千万市民共享受”的丰硕成果。进一步发挥市民文化节的主题性、引领性，做强放大节的平台效应、社会效应、融合效应，挖掘、培育、遴选、服务一批新的社会主体成为市民文化节的合作伙伴和办节力量。进一步创新活动形式，打造互联网办节新平台，实现在场、在线、在播全天候，不断提升服务效能，提高市民大众参与度、获得感、满意度。1) 深化完善“政府主导、社会参与、各方支持、群众受益”的长效办节机制；2) 培育“百个社区大展示、万支团队大竞技、社会各界齐参与、千万市民共享受”的新成果，提升百姓文化、艺术、美学素养。3) 助推区域文化建设，使中华美学精神广泛弘扬，公共文化服务效能不断提升，市民文化素养逐步提高，城市文化氛围愈加浓郁。			2020年3月28日，上海市民文化节在疫情防控的特殊阶段，以“云上文化服务日”的特殊方式启动，此后立足疫情不同阶段积极拓展活动空间与平台，同时紧扣“我的小康我幸福”主题，提升活动品质，倡导健康生活，满足市民大众的精神文化需求和对美好生活的新期待。全年全市共举办28278项活动，吸引线上线下三千多万人次参与。				
产出 指标	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
	数量指标		活动计划完成率	=100%		10	9	
			市民参与人次	=1000万元		12	12	
			各界人员到位率	=100%		5	4	
	质量指标		活动举办方式多样化	=多样		5	5	
			活动覆盖率	=100%		6	6	

绩效指标		活动内容丰富度	=丰富		5	5	
		第三方巡查评估合格率	=100%		5	4	
	时效指标	活动举办及时性	=100%		5	4	
效益指标	社会效益指标	市民文化素质提升效果	=有效提升		5	4	
		区域文化氛围提升效果	有效提升		2	2	
		市民文化需求满足感	满足		5	4	
		增强活动平台效应	增强		5	4	
	可持续影响指标	长效管理机制健全性	健全		5	4	
满意度指标	服务对象满意度指标	部门协调联动机制	健全		5	4	
		参与群众满意度	>=90%		5	4	
		项目单位满意度	>=90%		5	4	
总分					100	89	