

上海美术馆 2026 年度项目绩效目标汇总表

财政项目支出绩效目标申报表						
(2026 年度)						
项目名称	场馆基本运行	项目性质	其他一次性项目	项目类别	特定目标类	
主管部门	上海市文化和旅游局	实施单位	上海美术馆			
计划开始日期	2026-01-01	计划完成日期	2026-12-31			
项目资金 (元)	项目资金总额:		年度资金申请总额:	61,929,949.00		
	其中: 财政资金		其中: 当年财政拨款	61,929,949.00		
			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			
			为场馆日常工作、展览、公教活动、学术交流等相关活动的正常运行提供安全保障、功能提升。			
	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	场馆运行平均成本	≤400.00(元/平方米)		
		社会成本指标	提升观众入馆体验度	有效改善		
		生态环境成本指标	能源节约率	≥90.00(%)		
	产出指标	数量指标		年均直接受益人数	≥100.00(万人)	
				全年场馆开放天数	≥300.00(天)	
		质量指标		项目验收合格率	=100.00(%)	
				项目质量达标率	=100.00(%)	
	时效指标		项目完成及时率	=100.00(%)		
	效益指标	经济效益指标		特展门票收入	增长	
		社会效益指标		重大安全责任事故发生数	=0.00(次)	
		生态效益指标		空气质量优良率	≥95.00(%)	
		可持续影响指标		长效管理机制健全性	建立健全	
	满意度指标	服务对象满意度指标		市民满意度	≥90.00(%)	

财政项目支出绩效目标申报表						
(2026 年度)						
项目名称	文化创作研究与保护		项目性质	其他一次性项目	项目类别	特定目标类
主管部门	上海市文化和旅游局		实施单位	上海美术馆		
计划开始日期	2026-01-01		计划完成日期	2026-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额:		年度资金申请总额:		538,536.00	
	其中: 财政资金		其中: 当年财政拨款		538,536.00	
			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		
				通过该项目的实施, 全面贯彻“高质量收藏、高水平利用、高质量服务”的美术馆藏品保管工作方针, 完成藏品维护与收藏工作。根据馆藏藏品展览和保存情况, 开展藏品维护工作, 保护珍贵艺术品资源, 从而更好的满足各类学术研究、展览展示活动需求, 进一步拓展美术馆藏品资源, 更好的地发挥上海美术馆在美术事业发展领域的国有航母引领作用, 为文旅卓越实践添砖加瓦。		
	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	藏品维护成本		同比持平	
		社会成本指标	征集藏品		符合相关文件	
		生态环境成本指标	库房卫生维护		符合相关文件	
	产出指标	数量指标	藏品装裱情况改善		≥2.00(件)	
			新增收藏作品		≥5.00(件)	
			藏品金库门维护		≥3.00(樘)	
			收藏作品安全		≥100.00(百分比)	
		质量指标	藏品完好率		完好	
		时效指标	捐赠藏品入藏完成及时性		及时	
	效益指标	经济效益指标	库房硬件维护质量		质量安全可控	
			藏品归属明确		明确	
		社会效益指标	藏品参展比例		≥50.00(百分比)	
			年度藏品使用量		≥300.00(件)	
生态效益	藏品破损率		无			

		指标		
		可持续影响指标	藏品管理制度	完善
	满意度指标	服务对象满意度指标	观众满意度	≥85.00(百分比)

财政项目支出绩效目标申报表					
(2026 年度)					
项目名称	公益性服务	项目性质	其他一次性项目	项目类别	特定目标类
主管部门	上海市文化和旅游局	实施单位	上海美术馆		
计划开始日期	2026-01-01	计划完成日期	2026-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额:		年度资金申请总额:	421,700.00	
	其中: 财政资金		其中: 当年财政拨款	421,700.00	
			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		
			上海美术馆通过开展各类线上线下公益性公共教育业务活动, 为社会各界的广大民众提供优质的文化服务, 丰富人们的精神生活, 提升民众的创造力和艺术素养。		
	一级指标	二级指标	三级指标	年度(/项目)指标值	
绩效 指标	产出指标	数量指标	专业业务活动数量	>180.00(项)	
		质量指标	专业业务活动达标率	满意	
		时效指标	专业业务活动开展及时性	及时	
	效益指标	社会效益指标	活动参与人数	满意	
满意度指标	服务对象满意度指标	参与观众的满意率	>=90%		

财政项目支出绩效目标申报表						
(2026 年度)						
项目名称	布展与陈列经费		项目性质	其他一次性项目	项目类别	特定目标类
主管部门	上海市文化和旅游局		实施单位	上海美术馆		
计划开始日期	2026-01-01		计划完成日期	2026-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额:		年度资金申请总额:		3,916,057.00	
	其中: 财政资金		其中: 当年财政拨款		3,916,057.00	
			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		
				围绕上海文化品牌建设, 落实“大美术馆计划”, 促进国内外文化艺术交流, 策划完成好年度各项展览, 切实履行国家重点美术馆职能, 持续通过学术积淀和展览成果, 实现国家重点美术馆的责任担当, 奋力推进文旅深度融合高质量发展的卓越实践。在办好馆内展览的基础上, 贴近群众, 满足广大市民的精神文化需求; 走出国门, 走向世界展示中国艺术的风采; 通过在馆内重要展厅的展示位设置多媒体沉浸式体验的设施设备来为观众提供丰富多样的数字艺术展品。		
	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	编辑印制 (图录、文集印刷)		≤152.00(元/本)	
			布展制作		≤141.00(元/平方)	
			折页		≤2.00(元/份)	
			年鉴		≤500.00(元/本)	
			馆刊		≤230.00(元/本)	
			馆介		≤39.00(元/本)	
			馆庆文集		≤134.00(元/本)	
			稿酬		≤300.00(元/千字)	
			宣传费		≤48000.00(元/个)	
			专家现场评审、速记费		≤2600.00(元/人)	
			运输保险		≤3326.00(元/件)	
			装裱装框		≤1759.00(元/个)	
		社会成本 指标	社会负面舆论影响率		=0.00(%)	
	生态环境 成本指标	对周边环境影响率		=0.00(%)		

	产出指标	数量指标	编辑印制（图录、文集印刷）数量	≥2300.00(本)
			宣传视频制作数量	≥1.00(个)
			馆刊年鉴等馆内印刷品数量	≥2600.00(本)
			展览配套折页印刷	≥16000.00(份)
			专家现场评审会议数量	≥4.00(次)
			自办主题展览	≤7.00(个)
			运输保险作品件数	≥190.00(件)
			装裱装框数量	≥293.00(个)
			展出面积	≤11613.00(平方)
		质量指标	每个展览搭建人工数	≥8.00(人)
	每个展览撤展人工数		≥6.00(人)	
	时效指标	每个展览现场撤展时长	≥5.00(天)	
		每个展览现场搭建时长	≥13.00(天)	
	效益指标	经济效益指标	全年观众参观人次	≥500000(人次)
		社会效益指标	每个展览活动参观人数	≥44000.00(人次)
		生态效益指标	对周边生态环境影响率	=0.00(%)
		可持续影响指标	展览管理制度健全性	健全
			展览信息公开有效性	有效
满意度指标	服务对象满意度指标	参观观众满意度	≥90.00(%)	

财政项目支出绩效目标申报表					
(2026 年度)					
项目名称	信息化运维项目	项目性质	其他经常性项目	项目类别	其他运转类
主管部门	上海市文化和旅游局	实施单位	上海美术馆		
计划开始日期	2026-01-01	计划完成日期	2026-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额:		年度资金申请总额:	1,600,682.00	
	其中: 财政资金		其中: 当年财政拨款	1,600,682.00	
			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		
			维护好现有中华艺术宫信息化系统和数字艺术资源管理库系统, 保证中华艺术宫日常工作, 为观众提供稳定服务, 为馆务工作提供强有力的信息化支撑。		
	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	中华艺术宫信息化系统工程(2026年运维项目)成本	≤140.86(万元)	
			中华艺术宫数字艺术资源管理库(2026年运维项目)	≤19.20(万元)	
	产出指标	数量指标	软件维护数量	>2.00(项)	
			软件维护天数	>365.00(天)	
			驻场运维配备人数	≥3.00(人)	
		质量指标	软硬件维护验收合格率	合格	
			应用系统测评合格率	合格	
	时效指标		故障维护响应及时性	≤4.00(小时)	
	效益指标	社会效益 指标	软件正常运行率	≥95.00(%)	
			内部业务办结率	≥95.00(%)	
		可持续影响 指标	软硬件系统应急长效机制	建立完善	
			软硬件系统应急响应机制健全性	建立健全	
	满意度 指标	服务对象 满意度指 标	使用人员满意度	≥90.00(%)	

财政项目支出绩效目标申报表					
(2026 年度)					
项目名称	宣传推广工作经费	项目性质	其他一次性项目	项目类别	特定目标类
主管部门	上海市文化和旅游局	实施单位	上海美术馆		
计划开始日期	2026-01-01	计划完成日期	2026-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额:		年度资金申请总额:	630,000.00	
	其中: 财政资金		其中: 当年财政拨款	30,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金		其他资金	600,000.00	
项目 绩效 目标	项目总目标		年度总体目标		
			<p>项目总体目标紧密围绕 2026 年上海美术馆核心展览和系列美育活动，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实文化和旅游融合发展战略，积极响应上海建设国际文化大都市和“大美术馆计划”、“社会大美育”计划的部署要求，通过系统化、多维度、全媒体的宣传推广，全面扩大上海美术馆品牌影响力与艺术传播效能。</p> <p>计划整合线上与线下资源，覆盖传统媒体、新媒体、城市公共空间、都市媒体资源及国际传播等至少 4 大类型渠道，构建高效协同的立体传播矩阵。确保年度宣传持续不少于 300 天，实现新媒体内容发布不少于 300 条，观众互动量超 100 万次，总宣传覆盖人数不低于 200 万。</p> <p>项目致力于显著提升重要展览、馆藏精品与文化服务的传播能级，强化上海美术馆作为国家美术殿堂和国际文化窗口的认知度与美誉度。切实优化观众服务体验，力争使观众总体满意率达到 90% 以上，形成具有广泛社会影响和专业认可的宣传成果，为上海城市文化软实力建设、文旅消费促进和高水平文化传播格局构建提供有力支撑。</p>		
	一级指标	二级指标	三级指标		年度(/项目)指标值

绩效 指标	产出指标	数量指标	新媒体观众互动数量	≥1000000.00(人)
			全年新媒体发布内容	≥300.00(条)
		质量指标	宣传覆盖人数	≥2000000.00(人)
			时效指标	覆盖宣传周期
	效益指标	社会效益 指标	传播效果	显著
	满意度指 标	服务对象 满意度指 标	观众满意度	≥90.00(百分比)