

财政项目支出绩效自评表
 (2024 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	1,551.06	10.00	99.92	9.99
	其中: 当年财政拨款	1,552.29	1,552.29	1,551.06	-	99.92	-
	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	预期目标			实际完成情况			
总体目标	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。			2024 年度上海交响音乐厅总体平稳有序, 安全运营。未发生影响政治稳定、治安安定的重大敏感案事件; 未发生责任性治安灾害事故以及重大消防事故。全年配合完成了乐团音乐季、上海夏季音乐节、上海乐队学院、经营项目演出、各类线上直播、录音、拍摄等排练、演出、教学相关活动。 一、物业工程: 接内部报修合计: 1148 次, 接报修时间控制落实在 15 分钟内达到, 接报修完工率 99.9%。除常规维修维保外, 今年对音乐厅又进行了全方面的提升改造, 对团内部门提出的民生需求, 解决了包括: B2 层乐队办公室进行通风管道改造, 加装排风, 确保空气流通; 2 楼户外天桥下雨提供便捷的雨篷。 二、物业保洁: 全年全面消毒大保洁、虫控防治、外墙清洗各 2 次, 除此之外每月定期常规消杀 1 次。户外种植草坪 2 次, 绿化大修剪 1 次。大理石地砖晶面 5 次, 地毯清洗 2 次, B1 层音乐弄堂顶面清洗 3 次, 平均每月清运垃圾约 138.5 桶。除常规保洁工作外, 今年对音乐厅主厅进行了高空清洁, 对厅内反声板玻璃罩进行内外深度清洗; 所有公共区域的地毯进行了换新工作; 对音乐厅南绿化添置了公共座椅, 提供观众可亲近的文化空间和休憩场所。 三、物业安保: 物业对音乐厅范围内的灭火器进行每五年一次的更替, 并完成消防设备年检工作;B1 乐弄堂新增喷淋系统和烟感对射探测器, 确保该区域进行活动的安全保障;西广场户外停车棚添置烟感对射探测器、顶挂式灭火器和手推式水基型灭火装置, 确保音乐厅及隔壁居民住宅的消防安全; 乐团非机动车棚进行了安全提升: 按消防标准要求、安装漏电保护开关, 同时配备时控开关控制充电时间段等。现场加装			

				烟感探测器、悬挂式灭火器，地面配备消火栓、泡沫水基二氧化碳灭火器等，同时加强了人防管理，确保电动自行车棚的使用安全。 四、物业服务：物业快递收件共计 10370 件，快递发件 10261 件，电话接待 603 次，会务接待 504 次，访客接待 304 次，证件制作及发放共计 14571 张，报纸发放 5144 份。除日常行政工作外，今年礼宾共接待演出 319 场，现场观众超 17.6 万人次。 五、舞台设备设施运维：上海交响乐团坚持舞台每周巡检，每月总结记录，一年 1、2 次舞台设备大保养。			
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
成本指标	经济成本指标	场馆运维单位成本	≤50.00(元/平方米)	45.42(元/平方米)	15.00	15.00	
产出指标	数量指标	场馆运维面积	=21045.12(平方米)	21045.12(平方米)	5.00	5.00	
		整体舞台系统	=1(套)	1.00(套)	5.00	5.00	
	质量指标	整体舞台设备完好率	≥90(%)	90.00(%)	5.00	5.00	
		物业服务考核合格率	≥90(%)	95.00(%)	10.00	10.00	
	时效指标	应急响应及时率	=100.00(%)	100.00(%)	5.00	5.00	
		故障首次响应时长	≤30(分钟)	30.00(分钟)	10.00	10.00	
效益指标	社会效益指标	场馆安全运行率	=100.00(%)	100.00(%)	10.00	10.00	
		重大演出责任事故发生数	≤3(次)	0.00(次)	10.00	10.00	
	可持续影响指标	长效管理机制健全性	建立健全	达成指标	5.00	5.00	
满意度指标	服务对象满意度指标	观众满意率	≥85(%)	98.00(%)	10.00	10.00	
总分					100.00	99.99	
评分等级		优					

财政项目支出绩效自评表

（2024 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：	316.17	316.17	316.17	10.00	100.00	10.00
	其中：当年财政拨款	316.17	316.17	316.17	-	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”。			音乐季是遵循国际乐团运营惯例，也是国际通用的衡量职业交响乐团水平的核心标准。上交将团厅音乐季作为最重要的品牌进行包装推广。2024 年团厅音乐季在上交 145 周年团庆之际，以“古典正青春”为主题，云集世界一流音乐家和中国古典音乐的中坚力量，梵志登、迪图瓦、刘晓禹、蒂博代、格罗夫纳、马萨利斯、曹秀美等音乐大师星光熠熠，李心草、黄屹、尹炯杰、罗维、李坚、陆轶文等中国音乐家也呈现了中国力量。音乐季全年演出 96 场，线下剧场观众近 6.3 万人次，原发媒体累计报道量 886 篇。线上直播 23 场，累计线上观众 58.65 万人次。 2024 年完成 3 部原创作品： 1.委约青年作曲家梁皓一创作《武侠》，于 7 月 15 日首演，用音乐表达中国民族英雄主义精神内涵和文化价值。 2.委约普利策奖获得者周龙，以楚辞为主题创作二胡与乐队协奏曲《九歌》，于 11 月 2 日首演，以富有人声色彩的中国传统乐器二胡为主角，对屈原《九歌》这部中华文明经典进行了全新而又深刻的诠释。 3.委约青年作曲家梁皓一以传统美食为主题创作《中国厨房》，于 11 月 23 日首演，用 10 个乐章的音乐描绘一场盛宴，传递了中华美食文化的精神力量。《中国厨房》，入选上海市庆祝中华人民共和国成立 75 周年“与时代同行 与人民同心”舞台艺术作品展演。交响诗篇《丝路颂》黑胶唱片荣获第 18 届“银鸽奖”最佳声音奖。			
一级	二级	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析

指标	指标						及改进措施
成本指标	经济	项目预算执行率	≥95.00(%)	100.00(%)	1.00	1.00	
	成本指标	绩效目标完成率	≥95.00(%)	100.00(%)	3.00	3.00	
		项目预算编审合规性	合规	达成指标	1.00	1.00	
产出指标	数量指标	委约创作作品部数	≥1.00(部)	2.00(部)	5.00	5.00	
		邀请驻团艺术家人数	=1.00(人)	2.00(人)	5.00	4.00	实际邀请 2 名驻团艺术家
		群文普及导赏	≥10(次)	12.00(次)	5.00	5.00	
		音乐会线上直播场次	≥10.00(场)	23.00(场)	5.00	5.00	
		团厅音乐季音乐会场次	≥58.00(场)	96.00(场)	5.00	5.00	
		海报设计制作数量	≥60.00(幅)	79.00(幅)	5.00	5.00	
		自媒体（官方微博、官方微信） 信息推送篇/次	≥330.00(篇/次)	420.00(篇/次)	5.00	5.00	
		音乐会线上评论	≥35.00(篇)	38.00(篇)	5.00	5.00	
		音乐会聆听导赏节目单设计制作	≥25.00(场)	101.00(场)	5.00	5.00	
	质量指标	音乐季音乐会内容与演出计划匹配度	=100(%)	100.00(%)	5.00	4.00	节目微调
		委约创作作品发布率	≥90(%)	100.00(%)	5.00	5.00	
		驻团艺术家演出指标完成率	≥95.00(%)	100.00(%)	5.00	5.00	
		海报制作完成率	=100.00(%)	100.00(%)	5.00	5.00	
		信息推送准确率	准确	达成指标	1.00	1.00	
	时效指标	次年新乐季相关信息发布及时性	及时	达成指标	1.00	1.00	
		音乐会演出及时性	及时	达成指标	1.00	1.00	
		艺术家驻团按合同完成	根据实际演出时间安排	达成指标	1.00	1.00	
海报设计制作及时性		及时	达成指标	1.00	1.00		
效益指标	社会效益指标	全年观看演出观众人次数	≥10000(人次)	62676.00(人次)	3.00	3.00	
		注册会员增长率	≥8(%)	20.00(%)	3.00	3.00	
		委约创作作品提升交响乐普及度	逐年提升	达成指标	1.00	1.00	
		自媒体平台转发量	≥3000.00(次)	5000.00(次)	3.00	3.00	
		原发媒体累计报道量	≥600.00(篇)	886.00(篇)	3.00	3.00	
满意度指标	服务对象满意度指标	观众满意度	≥85(%)	98.00(%)	2.00	2.00	
总分					100.00	98.00	
评分等级		优					

财政项目支出绩效自评表
 (2024 年度)

项目名称		公益性服务					
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:	4,800.00	4,800.00	4,738.00	10.00	98.70	9.87
	其中: 当年财政拨款	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
	上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
	其他资金	4,800.00	4,800.00	4,738.00	-	98.70	-
年度	预期目标			实际完成情况			
总体目标	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”。			2024 年是上海交响乐团建团 145 周年、上海交响乐团音乐厅建成 10 周年，围绕重要节点已完成以下工作： 1.大力推广优秀的原创交响乐作品，包括赴纽约、德国等地演出作品清唱剧《上海！上海！》；完成 3 部新创作品，委约作曲家梁皓一创作《武侠》，于 7 月 15 日首演，用音乐表达中国民族英雄主义精神内涵和文化价值。委约作曲家周龙，以楚辞为主题创作二胡与乐队协奏曲《九歌》，于 11 月 2 日首演，以富有人声色彩的中国传统乐器二胡为主角，对屈原《九歌》这部中华文明经典进行了全新而又深刻的诠释。委约作曲家梁皓一以传统美食为主题创作《中国厨房》，于 11 月 23 日首演，用 10 个乐章的音乐描绘一场盛宴，传递了中华美食文化的精神力量。 2.2024 年 2 月 2 日完成 2024 上海新春音乐会演出；2024 年 7 月完成第 15 届上海夏季音乐节；2024 年 12 月 31 日进行上海新年音乐会演出，完成乐团 2023-24 年团厅音乐季演出，并于 2024 年 6 月 25 日发布 2024-25 年音乐季相关演出信息。 3.乐团邀请艾森巴赫、梵志登、哈丁、迪图瓦、邓泰山、刘晓禹、格内、以及纽约爱乐乐团、开普敦歌剧院合唱团等世界顶尖音乐家和音乐团体来厅演出；进一步打造智慧剧场，并保持稳定的演出上座率和观众满意度；持续更新乐团及音乐厅信息化建设工作。 4.与 DG 合作的第三张唱片《上海！上海！》1 月 24 日 Apple Musc 古典乐数字首发，2 月 2 日全球发行数字版，6 月发行实体版；9 月 14 日发布由 90 位艺术家收录近 10 年的室内乐作品集《在场》。 5.以“全程+全城”的理念，完成 13 场进校园及进社区演出、35 期“有准备的聆听”导赏活动，8 场“音乐			

				地图”课堂演出、8场“晚高峰音乐会”和7场“大师不在台上”，还进一步拓展艺术教育的覆盖面，组织17场“馄饨皮星舞台”并顺利完成首期“SSO重奏体验营”，创办“樱花树下音乐会”并在11个地标进行14场“全城交响”快闪演出。 6.全年共有境内155家报纸和网站的原发报道1120篇，其中在平面媒体中共有34篇头版、20篇整版；境外媒体原发报道100篇。			
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
成本指标	经济成本指标	音乐季演出成本	≥2400.00(万元)	4738.00(万元)	5.00	5.00	
产出指标	数量指标	委约创作作品部数	≥1.00(部)	2.00(部)	5.00	5.00	
		邀请驻团艺术家人数	≥1(人)	2.00(人)	5.00	5.00	
		群文普及导赏活动举办场次	≥10(场)	12.00(场)	5.00	5.00	
		团厅音乐季音乐会场次	≥58.00(场)	96.00(场)	5.00	5.00	
		海报设计制作数量	≥60.00(幅)	79.00(幅)	5.00	5.00	
		音乐会线上直播场次	≥10.00(场)	23.00(场)	5.00	5.00	
		自媒体（官方微博、官方微信）信息推送篇/次	≥330.00(篇/次)	420.00(篇/次)	5.00	5.00	
		音乐会线上评论推送数量	≥35.00(篇)	38.00(篇)	5.00	5.00	
		音乐会聆听导赏节目单设计制作数量	≥25.00(个)	101.00(个)	5.00	5.00	
	质量指标	委约创作作品发布率	≥90(%)	100.00(%)	5.00	5.00	
		海报制作完成率	=100.00(%)	100.00(%)	5.00	5.00	
		信息推送准确性	准确	达成指标	1.00	1.00	
	时效指标	次年新乐季相关信息发布及时性	及时	达成指标	1.00	1.00	
		音乐会演出及时性	及时	达成指标	1.00	1.00	
		海报设计制作及时性	及时	达成指标	1.00	1.00	
效益指标	社会效益指标	全年观看演出观众人次数	≥10000(人次)	62676.00(人次)	5.00	5.00	
		注册会员增长率	≥8(%)	20.00(%)	5.00	5.00	
		自媒体平台转发量	≥3000.00(次)	5000.00(次)	5.00	5.00	
		原发媒体累计报道量	≥600.00(篇)	886.00(篇)	5.00	5.00	
		长效管理机制健全性	建立健全	达成指标	1.00	1.00	
满意度指标	服务对象满意度指标	观众满意度	≥85(%)	98.00(%)	5.00	5.00	
总分					100.00	99.87	
评分等级		优					

