

刘海粟美术馆2023年度项目绩效目标汇总表

财政项目支出绩效目标申报表

(2023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	刘海粟美术馆		
计划开始日期	2023-01-01	计划完成日期	2023-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额		年度资金申请总额	499,277.00	
	其中：财政资金		其中：当年财政拨款	499,277.00	
			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		
			项目大部分目标已完成，相对建设成本而言，项目达到了预期的效益和影响。		
	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	软件维护数量	≥12(套)	
			硬件维护数量	≥52(台)	
		质量指标	运维验收合格率	≥100(%)	
		时效指标	运维完成及时性	12月底	
	效益指标	社会效益指标	资源开放目录共享	≥95(%)	
			网站正常开放天数	≥360(天)	
			数据有效录入	≥95(%)	
	满意度指标	服务对象满意度	市民满意度	≥95(%)	

	满意度指标	指标	系统操作人员满意度	≥80(%)
--	-------	----	-----------	--------

财政项目支出绩效目标申报表

(2023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	刘海粟美术馆		
计划开始日期	2023-01-01	计划完成日期	2023-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额		年度资金申请总额	1,050,000.00	
	其中：财政资金		其中：当年财政拨款	1,050,000.00	
			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		
			计划收藏上海美专教师及优秀学生作品、海派绘画作品、现当代优秀画家作品以及部分个性突出较有潜力的青年优秀画家作品等等。严格按照艺术委员会制度，对收藏作品进行专家论证及讨论，以投票方式进行打分评审。		
	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	藏品装裱数量	≥50(件)	
			藏品收藏数量	≥2(批次)	
		质量指标	装裱合格率	=100(%)	
			藏品收藏艺委会专家通过率	通过三分之二，方可入藏	
		时效指标	藏品收藏完成及时性	及时	
			藏品装裱完成时间	及时	
	效益指标	社会效益指标	藏品数量增加率	同比提升	
			藏品利用率	≥90(%)	
	满意度指标	服务对象满意度指标	大众对藏品满意度	≥85(%)	

财政项目支出绩效目标申报表

(2023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	刘海粟美术馆		
计划开始日期	2023-01-01	计划完成日期	2023-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额		年度资金申请总额	941,900.00	
	其中：财政资金		其中：当年财政拨款	941,900.00	
			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		
			<p>1、做好一年两期刘海粟美术馆馆刊的研究编辑出版工作、2、完成美术馆年度新媒体发布工作，保持公众号每年逐步增长，3、充分发挥新媒体特性，通过，直播、小视频等形式策划美术馆新闻传播，4、积极与主流媒体合作沟通，保持刘海粟美术馆在专业媒体领域的活跃度。5通过馆内的固定资源（长期陈列展）转变为观众能够认知的方式，着重强调美术馆的“体验性”“娱乐性”，以美术史作为脉络，有战略性的系统化的设计活动。比如：与跨界的结合（音乐、戏剧、舞蹈、科技等等）。故事化（启发性教育）的带入知识，情境化的设计课程，让观众们了解艺术的独特性、创新性、前沿性以及国际性，培养观众对艺术活动的理解，提升观众对艺术的兴趣和爱好，从而扩大馆的教育普及层面和影响力。</p>		
	一级指标	二级指标	三级指标	年度(/项目)指标值	
		数量指标	公共文化讲座、活动数量	≥50(场)	
			参与志愿服务人数	≥500(人)	
			展览、公共教育活动完成率	=100.00(%)	
			发布展览信息稿件数量	≥50.00(次)	
			公众号更新发布	≥100.00(次)	

绩效 指标	产出指标	质量指标	讲座及活动上座率	≥85.00(%)	
			展览、活动前期培训审核通过率	≥100.00(%)	
			导览讲解流程和接待的规范率	≥99.00(%)	
			展览信息发布合格率	=100.00(%)	
		时效指标	活动信息发布时效	及时	
			讲座活动开展及时性	及时	
			展览、公教活动完成及时性	及时	
		成本指标	公益讲座人均成本	≤70.00(元)	
		效益指标	社会效益指标	活动受益人数(线下)	≥3000.00(人次)
				直拨点击率	≥100.00(万人次)
	公益活动占比			=100.00(%)	
	活动受益人数(线上)			≥100.00(万人次)	
	传播推广次数			≥100.00(个)	
	公众号订阅增长			≥8.00(%)	
	公众号互动率			≥90.00(%)	
	主流媒体报道次数			≥20.00(次)	
	可持续影响指标		志愿者对于展览的配合度	≥98.00(%)	
			对提高公众艺术欣赏水平的促进作用	提升大众审美水平, 拉近他们与美术馆的距离	
	满意度指标	服务对象满意度指标	活动观众满意度	≥85(%)	
			参观者满意度	≥98.00(%)	

财政项目支出绩效目标申报表

(2023年度)

项目名称	布展、陈列经费	项目性质	其他经常性项目	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	刘海粟美术馆		
计划开始日期	2023-01-01	计划完成日期	2023-12-31		
项目资金 (元)	项目资金总额		年度资金申请总额	2,520,000.00	
	其中：财政资金		其中：当年财政拨款	2,520,000.00	
			上年结转资金	0.00	
	其他资金		其他资金	0.00	

	项目总目标	年度总体目标
项目 绩效 目标		<p>通过二年一届上海的青年美术大展征集、评奖、展示、交流，构建青年艺术人才的挖掘、培养、孵化和推广的平台；展览展示在党的领导下日新月异的发展成就，反映人民群众在党的领导下艰苦奋斗、锐意进取的精神风貌；上海当代海派雕塑展则从收藏与留存、策展与规划，从经济、文化、公共关系、社会学等方面，以学术的方式由浅入深，系统研究、发掘、展示海派美术，力争打响海派美术的全国品牌；紧紧围绕“上海文化”品牌建设，坚持在展览中着重突出学术定位，不断加大自主策划和学术研究力度，丰富展陈形式，加强展览宣传力度，拓展对外交流渠道，提高公共文化服务水平，打造精品展览品牌，而以长三角美术馆跨区域合作为背景的玉山雅集特展则着力长期打造江南文化品牌。通过美术馆的展览展示进一步扩大“海派文化”“红色文化”“江南文化”社会影响力。</p> <p>我们希望通过馆内的固定资源（长期陈列展）转变为观众能够认知的方式，着重强调美术馆的“体验性”“娱乐性”，以美术史作为脉络，有战略性的系统化的设计活动。比如：与跨界的结合（音乐、戏剧、舞蹈、科技等等）。故事化（启发性教育）的带入知识，情境化的设计课程，让观众们了解艺术的独特性、创新性、前沿性以及国际性，培养观众对艺术活动的理解，提升观众对艺术的兴趣和爱好，从而扩大馆的教育普及层面和影响力。</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	展览项目数量	≥10(个)
			发布展览信息稿件数量	≥50.00(次)
		质量指标	展览评审通过率	=100(%)
			展览观众投诉率	≤2.00(%)
		时效指标	展览持续时间	≥200.00(天)
	效益指标	可持续影响指标	推动上海及长三角地区的美术交流与沟通	有效推动
	满意度指标	服务对象满意度 指标	展览观众满意度	≥85(%)
			展览专家满意度	≥90.00(%)