

上海市规划和国土资源管理局
2017 年上海城市空间艺术季
财政项目支出绩效评价报告

项目名称：2017 年上海城市空间艺术季

项目单位：上海城市公共空间设计促进中心

主管部门：上海市规划和国土资源管理局

委托单位：上海市规划和国土资源管理局

评价机构：上海沪中会计师事务所有限公司

二〇一八年六月

目 录

摘 要.....	1
前 言.....	6
一、项目基本情况.....	6
(一)项目概况.....	6
(二)项目绩效目标.....	20
二、绩效评价工作情况.....	22
(一)绩效评价目的.....	22
(二)绩效评价工作方案制定过程.....	23
(三)绩效评价框架.....	24
(四)数据采集方法及过程.....	25
(五)绩效评价实施过程.....	26
三、绩效分析及评价结论.....	27
(一)评价结论.....	27
(二)具体绩效分析.....	29
四、主要经验及做法、存在的问题和建议.....	46
(一)主要经验及做法.....	46
(二)存在的问题.....	48
(三)建议和改进举措.....	49

摘 要

一、概述

上海经过二十多年的快速发展，城市面貌焕然一新，市民生活明显改善，城市经济和活力令人瞩目。然而，与世界上很多大城市一样，由于人口加速集聚和城市快速扩张，环境、交通、安全等大城市的通病日益凸显，城市的发展已经到了一个关键的历史性时期。上海城市面临的困难和挑战，城市未来的发展方向和发展方式，迫切需要得到社会各界的关注和积极参与。

2014年10月21日，《关于举办上海城市空间艺术展示活动的请示》（沪规土资风〔2014〕641号）经市政府批准，明确“上海城市空间艺术季”活动每两年举办一次，历时约3个月，由上海市城市雕塑委员会主办，市规土局、上海市文化广播影视管理局（以下简称“市文广局”）及当届主展览所在区人民政府共同承办。空间艺术季以“文化兴市，艺术建城”为理念，开展具有“国际性、公众性、实践性”的城市空间艺术展示活动，以实现“城市艺术化，艺术生活化”的目标，通过实践与展览相结合的方式，将城市实践项目引入展览，将展览成果应用于城市建设中的实践项目，为上海在城市品位、文化内涵和公共环境等方面取得提升。

2017空间艺术季，是继2015年首届空间艺术季后第二次举办，由上海城市公共空间设计促进中心负责实施，艺术季主题为“连接-共享未来的公共空间”，于2017年10月15日开幕，2018年1月15日闭幕。艺术季的主展场定在上海市浦东新区民生码头8万吨筒仓、周边257库为核心的室内外为一体的区域，结合民生码头的转型及功能升级，借助“空间艺术季”活动平台，推动民生码头的改造，激活民生码头区域的活力，形成新的文化热点。实现展示活动每举办一届，城市公共空间就美化一片，文化热点就传播一次，国内外大师作品就沉淀一批的目的。

2017空间艺术季项目的总目标是以“文化兴市，艺术建城”为理念，打造具有“国际性、公众性、实践性”的城市空间艺术品牌活动，通过艺术季活动达到改善生活空间品质、提升城市魅力的目标。通过活动的举办，促进城市建设逐步由刚性物质建设转向软性文化建设，由生产型建设转向生态型城市建设，由粗放型发展转为精致型管理，提升城市环境、城市品质和城市魅力，打造城市品牌。

2017 空间艺术季项目申请市专项资金 1,800 万元。

2017 空间艺术季项目预算明细和执行情况如下：

单位：万元

序号	项目构成	预算金额	调整后预算金额	比重	实际支出金额	预算执行率
1	主展览执行费	1150	1150	63.89%	1150	100.00%
2	实践案例展示板块	105	35	5.83%	33.64	96.11%
3	公众参与活动和宣传	475	545	26.39%	482.99	88.62%
4	组织执行管理	70	70	3.89%	70	100.00%
	合计	1800	1800	100.00%	1736.63	96.48%

注：1、上述预算在策划执行过程中其三级明细依据项目实际开展情况予以调整，并经市财政局同意于项目跟踪评价时调整。

2、上述执行情况统计截止时间为2018年4月30日。

二、评价结论和绩效分析

运用由项目组研发并通过专家组论证的评价指标体系及评分标准，通过数据采集及访谈，对2017上海城市空间艺术季项目资金投入绩效进行客观评价，最终评分结果：总分为90.86分，属于“优”。其中项目决策（A）评价指标权重为10分，得分10分，得分率为100%；项目管理（B）评价指标权重为25分，得分20.50分，得分率为82%；项目绩效（C）评价指标权重为65分，得分60.36分，得分率为92.86%。各部分权重和绩效分值如下表所示：

指标	合计分值	A 项目决策	B 项目管理	C 项目绩效
权重	100	10	25	65
绩效分值	90.86	10	20.5	60.36
得分率	90.86%	100%	82%	92.86%

三、主要经验及做法、存在的问题和建议

(一)主要经验及做法

通过城市大事件促进城市更新，激活城市复兴地区的活力，是国际上各大全球城市的惯例和经验，是一种有效的城市营销方式，如举办各类文化艺术活动。

通过持续性的活动举办，有利于进一步提高上海城市的国际化水平，落实打造上海品牌的战略。同时有别于其他已有的城市大事件，上海城市空间艺术季是为进一步促进上海的转型发展，提升城市公共空间品质，推动城市更新工作开展而设立的。艺术季注重城市更新的实践性，通过“展览与实践”相结合的方式，将城市建设中的实践项目引入展览，将展览成果应用于城市建设中的实践项目。

第一届 2015 上海城市空间艺术季激活了全市多片城市更新地区的活力，各项实践案例获得了行业内的高度关注和肯定。如主题活动在徐汇区西岸艺术中心成功举办，突出其文化特色定位，为打造“西岸文化长廊”打下了坚实的基础；历史风貌街区实践案例展促进了区域业态提升，实现了其自身公共空间与城市共享；“重新装载”陆家嘴老白渡码头城市更新实践案例展有效地推动了公共文化场所“艺仓美术馆”的建设；“古镇·新场：回归传统与自然”浦东新场实践案例展提升了新场古镇在历史保护领域的知名度。

本届 2017 上海城市空间艺术季则更加加强了活动的立意，更加面向公众。举办的一系列的活动，包括主题活动、实践案例展和联合展等，获得了社会各界的热烈支持和积极参与，在受到业界较高评价的同时，更激发市民对城市公共空间的热情参与和高度关注，激活点亮了沉寂多时的民生码头地区，生动诠释了两岸贯通的重大意义。同时，活动通过宣传推广，进一步树立了 SUSAS 品牌形象。具体经验如下所述：

1、探索公众参与的多种形式和多种渠道，扩大和深化宣传

以为公众提供“城市是可阅读的”中基本的“阅读”技能为目标。转变城市规划管理的理念，体现“服务型”政府的特色。通过丰富而又具有价值的公众活动内容，使参与者收获阅读城市的经验，从各个方位加深其对城市公共空间这一领域的基本认知。同时，通过活动的趣味性和高频次的曝光量及活跃度，进一步提高艺术季的影响力，宣传城市规划及其管理的先进理念，提升公众有关城市空间的艺术修养。

2017 空间艺术季活动辐射人群更广，体验更丰满，突出公众活动的可参与性。如将活动与空间紧密结合，举办定向和漫步活动，带领公众亲身体会城市空间的意义；与国际艺术节等活动互动，尝试艺术表演与公共空间结合，丰富城市空间的内涵；借助互联网新媒体，尝试学术论坛活动现场直播，实现跨时空共享。

2、聚焦城市公共空间，注重城市更新实践

以推进公共空间的更新实践作为空间艺术季有别于其他相似活动的独特标志，持续进一步树立品牌形象。

一是聚焦城市公共空间，2017 空间艺术季增加室外展示场地面积，以容纳更多室外公共艺术作品，为便于市民观展，提升观展效果，突出公共空间和艺术结合对“提高城市空间品质”的贡献。

二是注重城市更新实践，活动选址本身就推动了城市更新，提倡城市公共空间的提升，以实地展示城市更新的建设成果作为出发点，而且该成果本身就是活动的主要展示对象。如主题活动选址结合两岸贯通，推动了民生码头地区转型发展，八万吨筒仓改造作为工业遗产改造再利用的实践成果，是艺术季期间最为重要的艺术作品。

3、初步构建多领域交流平台，培育形成 SUSAS 品牌

城市规划管理工作涉及多领域的交融。艺术季活动致力于打破行业壁垒和工作瓶颈，以开放的格局，面向生态、社会、经济、艺术、建筑、景观和规划等多个领域，打造城市空间艺术领域研究及实践经验交流的平台，从而触发专业人士创作和开展更具创新精神的城市建设实践。

同时，发挥平台的公共教育作用，通过一系列论坛、讲座和市民体验、参与活动等，架起专业学者、政府管理者和广大市民间的桥梁，强化教育科普功能，带领公众更加了解城市规划，感染和激发市民更多地关注城市、公共空间和公共艺术的相关知识，并参与到城市更新中，进而引发市民社会的认同感和归属感。

2017 年空间艺术季策展人、参展人、参观者和活动参与者涉及社会各个行业，人员职业类型、关注领域、来源地等都较上一届更加趋于多元。同时，通过资源累积和整合，推出了类型多样、常态化运作的“SUSAS 学院”品牌活动。

(二)存在的问题

1、对参展作品的推广运用未制定相关措施和办法

对于参展主题活动和实践案例展示活动的城市公共空间，有待形成推广运用的说明材料，并形成相关的展后管理措施和办法，从而有效地对各实践成果进行管理，持续地发挥其积极的社会效应。对于参展的各项艺术展品等，在展览结束后都被撤离，建议形成一定的促进机制，从而调动和激励市场积极性。

2、部分合同尚未执行

截止 2018 年 4 月 30 日，2017 空间艺术季项目实际支出 1,736.63 万元，预算执行率为 96.48%，艺术季主展览、案例展的画册设计与出版等项目需延期完成，涉及项目金额为 63.37 万元。

3、相关核心业务制度不够健全

上海城市公共空间设计促进中心制定了《上海城市空间艺术季项目市级财政专项资金管理规定》，其中包括管理职责、预算编制和调整、预算执行、合同管理、预算监督等财务管理制度。同时针对 2017 空间艺术季项目制定有详细的工作方案、工作例会制度、活动安排时间节点表等，但对 2017 空间艺术季项目未形成核心业务管理制度，未建立艺术季作品质量标准、安全保障方案等形成相关业务制度和规定体系，应进一步完善。

4、财务核算有待规范

上海城市公共空间设计促进中心对项目中组织管理费 70 万元未按项目单独核算，与其他项目一并计入“其他应付款-其他”核算，对这部分的项目预算经费的使用未完整体现专款专用。

(三)建议和改进举措

1、建议重视对参展艺术作品的展后运用，为提高城市品位，对社会城市空间发展与革新起到更积极和促进的作用。

2、建议在预估分析各项目的完成时间节点与进度的前提下，合理安排预算和绩效目标，不断积累经验，多借鉴国内外先进经验，加强业务研究和项目管理，不断提高分析和评判能力，减少项目延期的状况。

3、建立健全各项业务管理制度，建立相应的岗位责任制，进一步完善空间艺术季项目的核心业务管理制度，确保二年一次的艺术季顺利开展。

4、建议市公共空间设计促进中心加强会计核算，对项目资金设立辅助明细账进行核算，以对项目整体预算执行情况全面掌控，确保项目资金专款专用。

前 言

根据财政部《财政支出绩效评价管理暂行办法》（财预[2011]285号）和市财政局关于印发《上海市预算绩效管理实施办法》的通知（沪财绩[2014]22号）等文件的规定，上海沪中会计师事务所（以下简称“沪中会计师事务所”）受上海市规划和国土资源管理局（以下简称“市规土局”）委托，对上海城市公共空间设计促进中心（以下简称“市公共空间设计促进中心”）的2017上海城市空间艺术季项目（以下简称“2017空间艺术季项目”）进行绩效评价。

一、项目基本情况

（一）项目概况

1、项目立项背景及目的

上海经过二十多年的快速发展，城市面貌焕然一新，市民生活明显改善，城市经济和活力令人瞩目。然而，与世界上很多大城市一样，由于人口加速集聚和城市快速扩张，环境、交通、安全等大城市的通病日益凸显，城市的发展已经到了一个关键的历史性时期。上海城市面临的困难和挑战，城市未来的发展方向和发展方式，迫切需要得到社会各界的关注和积极参与。

上海作为一个崛起中的国际化大都市，城市文化品质与艺术氛围对城市的吸引力和影响力起着越来越重要的作用。上海在未来城市转型中，应更加注重内涵式发展，借鉴国际国内先进经验，抓住机遇，应对挑战，不断促进城市软实力的提升，建设“魅力上海”。世界上许多著名的国际大都市如纽约、巴黎等在迈过城市快速发展阶段后，更多关注公共艺术活动对城市建设行为的改造和结合，在推进城市空间美化的同时，对提高城市的国际知名度起到了重大的推动作用。为进一步落实习总书记提出提升国家软实力要求，上海市规土局发起举办城市空间艺术活动，宣传城市更新理念，美化城市空间，提升城市品位，促进城市发展转型和文化软实力的综合提高。

2014年10月21日，《关于举办上海城市空间艺术展示活动的请示》（沪规土资风〔2014〕641号）经市政府批准，明确“上海城市空间艺术季”活动每两年举办

一次，历时约3个月，由上海市城市雕塑委员会主办，上海市规划和国土资源局（以下简称“市规土局”）、上海市文化广播影视管理局（以下简称“市文广局”）及当届主展览所在区人民政府共同承办。空间艺术季以“文化兴市，艺术建城”为理念，开展具有“国际性、公众性、实践性”的城市空间艺术展示活动，以实现“城市艺术化，艺术生活化”的目标，通过实践与展览相结合的方式，将城市实践项目引入展览，将展览成果应用于城市建设中的实践项目，为上海在城市品位、文化内涵和公共环境等方面取得提升。

在市规土局的领导、组织、策划下，主题为“城市更新”的首届“2015上海城市空间艺术季”（第一届城市空间艺术季）如期举办，主展览举办地为上海市徐汇区西岸艺术中心。通过三个月的活动，将“城市更新”这一未来城市发展导向进行了深入的诠释和定位，为徐汇西岸文化长廊的建设起到了积极的助推作用。

2017 空间艺术季项目由上海城市公共空间设计促进中心负责实施，于 2017 年 10 月 15 日开幕，2018 年 1 月 15 日闭幕。艺术季主题为“连接-共享未来的公共空间”，主展览场地定在上海市浦东新区民生码头 8 万吨筒仓及其周边 257 库为核心的室内外为一体的区域，结合民生码头的转型及功能升级，借助“空间艺术季”活动平台，推动民生码头的改造，激活民生码头区域的活力，形成新的文化热点。实现展示活动每举办一届，城市公共空间就美化一片，文化热点就传播一次，国内外大师作品就沉淀一批的目的。

2、项目的立项依据

(1)《国家新型城镇化规划（2014—2020 年）》

(2)《关于举办上海城市空间艺术展示活动的请示》（上海市规划和国土资源管理局沪规土资风[2014]641 号）

(3)《上海市城市总体规划（1999-2020 年）》

(4)《2015 上海城市空间艺术季后评估报告》

(5)《上海城市空间艺术季项目市级财政专项资金管理规定》

3、项目计划与实施情况

(1)项目计划内容

2017空间艺术季将沿袭首届艺术季的活动框架，活动内容由三大板块组成：主题活动、案例展示和市民活动。

①主题活动:

主题活动包括主展览和SUSAS学院及各类公众活动。

主展览是围绕策展主题发散的,聚合各种展示形式的展览,包括多形式的主题演绎、理论研究、国内外经典实践案例、大师级公共艺术作品、实践项目中的公共艺术与创意方案等。计划实施4个主题展及9个特展。

SUSAS学院及各类公众活动是“空间艺术季”打造的教育品牌,在展期整合各方资源,策划一系列课程/活动,强化展览教育的角色,在为专业人士提供一个交流的平台的同时也希望能够感染和激发市民更多地了解城市、公共空间、公共艺术的相关知识,带动市民加入到对城市的了解、规划和更新当中,塑造在上海生活工作的市民对城市的认同感和归属感。

②案例展示:

根据各区建设发展实际情况及近期工作重点,筛选与策展主题相契合的城市空间改造方案及改造成果,作为区实践案例展的展场,在展示城市建设实践成果的同时,组织各类公众参与活动(部分活动纳入SUSAS学院活动中)。

③市民文化活动:

包括联合展和群众文化活动。

整合目前现有的与艺术季主题相契合的“2017首届中国城市公共艺术展”、“第五届全国大学生公共视觉优秀作品双年展”、“陆家嘴滨江金融城公共景观装置展”等活动,形成一系列艺术展及市民文化活动。

(2)项目起止时间

2017空间艺术季项目实施时间为2017年1月至2018年1月。

(3)项目实施情况

①主展览

2017空间艺术季通过艺术介入城市,激活了沉寂多时的地区,曾经最大的亚洲粮仓,经过一期改造变身空间艺术季主展场,建筑内部改造最大限度的保留保护了原空间和结构,仅增加了交通、消防、配套等设施。

展览主题连接 THISCONNECTION——共享未来的公共空间 Sharing a Future Public Space, 展览时间: 2017年10月15日-2018年1月15日; 展览地点: 民生码头8万吨筒仓(民生路3号)及周边开放空间; 主策展人: 斯坦法诺博埃里 Stefano Boeri,

李翔宁，方振宁；展览板块设12个特展以及连接 THISCONNECTION，THIS拆解成的4个主题展，包括：1) T- Topology，公共空间形态；2) h-heterogeneity，社区文化多样；3) I- Infrastructure，技术设施连接；4) S- Shanghai Sample，上海都市范本。主展览共有218个展项，近235个参展艺术家及策展人，涵盖建筑、规划、景观、公共艺术等各种领域，来自17个国家和地区的235位规划师、建筑师、策展人、艺术家（或团体）共同参与，主展览历时3个月，其中公众开放日共81天，观展总人数13.4万人次。活动期间共组织412场公众导览，接待了国土资源部、浦东新区宣传部、挪威领事馆等108个单位或团队。

②SUSAS学院及各类公众活动

SUSAS（空间艺术季）学院整合各方资源，搭建公众参与平台，策划一系列课程与活动，发挥展览教育作用。三个月期间，共组织26场学术讲座、23场儿童教育活动、8场大型公众活动和3场开闭幕式活动，累计参加市民超过5200名。

具体如下：

序号	类型	活动时间	活动名称	活动地点	活动组织人/主持
1	学术讲座	10月21日 4:00-16:00	现代水岸设计	257 库论坛区	WEST8 设计总监：Christian Dobrick
2		10月21日 4:00-16:00	读城	7楼放映厅	庄慎、席子、俞挺、陈胤希
3		10月31日 0:30-12:30	水岸新生	7楼放映厅	章明、王卓尔等
4		11月1日 14:00-16:00	数字化生存 I	7楼放映厅	袁烽、Benjamin Dillenburger、Aghaei Meibodi Mania
5		11月4日 10:35-11:50	临港滴水湖景观七桥——21世纪的建筑、工程和景观设计	7楼放映厅	白德龙
6		11月4日 14:00-16:00	南京长江大桥的物质、记忆及其当代重连接	7楼放映厅	鲁安东
7		11月11日 3:30-15:30	如何成为国际策展人？	7楼放映厅	方振宁
8		11月25日 13:30-16:30	微空间复兴	7楼放映厅	俞挺、董明
9		11月26日 13:30-15:30	Garage 莫斯科当代艺术博物馆：艺术与建筑的十年	7楼放映厅	白雪（车库美术馆策展人）
10		12月3日 14:30-16:30	拉斯维加斯、电影及运动的凝视	257 库论坛区	Martino Stierli (MOMA 策展人)
11		12月9日 14:00-16:00	文化点亮城市	7楼放映厅	杨志刚

序号	类型	活动时间	活动名称	活动地点	活动组织人/主持	
12		12月15日 13:00-17:00	未来城市	257 库论坛区	博埃里	
13		12月23日 13:30-15:30	自由的建筑设计	7楼放映厅	王昀	
14		1月6日 14:00-16:00	上海新村研究	7楼放映厅	冯路、扬辰	
15		1月14日 14:00-16:00	数字化生存II	7楼放映厅	袁烽、吴迪、张周捷、Fablab	
16		1月7日 11:00-12:30	从乡村到野外	7楼放映厅	何崑	
17		11月12日 14:00-15:00	邬达克建筑	7楼放映厅	上海城市规划展示馆	
18		11月17日下午	天山西路城市慢行	7楼放映厅	长宁实践案例展策展团队	
19		11月25日下午	石库门	257 库	上海城市规划展示馆	
20		11月28日下午	意大利传统工艺复兴	7楼放映厅	let's talk	
21		12月3日 13:30-15:30	社区微更新：设计师来帮你们出主意	7楼放映厅	上海城市公共空间设计促进中心	
22		12月7日下午	智慧城市	7楼放映厅	市经信协会	
23		12月8日下午	浦东缤纷主题论坛	257 库	浦东新区实践案例展策展团队	
24		12月20日下午	日常融入：公众与滨水空间互动	7楼放映厅	H+A 华山论建	
25		12月28日 14:00-16:00	城市与自然	7楼放映厅	渡爱联合展策展团队	
26		1月7日下午	城市航拍日	257 库	复旦大学信息与传播研究中心	
1		儿童教育	10月29日全天	小小少年城市导赏员培训课	7楼放映厅	上海悦馨商务咨询有限公司
2-7			11月全月双休日	小小少年城市导赏员展场导览服务，小小观察员，6场	SUSAS 主展馆/7楼儿童区	上海悦馨商务咨询有限公司
8-13			11月双休日	趣城课堂“小小规划师”手作活动，上下午各开1小时，6场	7楼儿童区/7楼放映厅	促进中心、同济志愿者
14	11月12日下午		浦江两岸十二景——儿童插画长卷墙	257 库	那行	
15-16	11月18日、19日上午		城市与我：我的上海地图，2场	7楼放映厅	Jorge Raedo	
17-18	12月10日、17日下午		共享创意筒仓——小小设计师改造，2场	257 库	那行	

序号	类型	活动时间	活动名称	活动地点	活动组织人/主持
19		2017年12月2日 日下午	PLACES and SPACES 系列: 筒仓生日派对	7楼放映厅	卿微文化
20		2017年12月10日 日下午	PLACES and SPACES 系列: 城市, 连接你我他	7楼放映厅	卿微文化
21		12月24日 13:00-17:00	小小少年城市导赏员戏剧表演与颁奖	7楼放映厅	上海悦馨商务咨询有限公司
22		11月18日下午	手工传习所《衍纸贺卡》	257库	上海城市规划展示馆
23		11月19日下午	手工传习所《橡皮章》	257库	上海城市规划展示馆
1—3	公众活动	10月28日 14:45-17:00	上海国际艺术节演出,3场	257库	上海国际艺术节组委会
4		12月2日全天	未来之城大赛(少儿活动)	257库	未来之城上海地区组委会
5		12月15日上午	深沪互联: 专业媒体看深双	7楼放映厅	let's talk
6		1月6日下午	筒仓定向	主展场	促进中心
7		12月至1月	摄影大赛	主展场	促进中心
8		12月15日上午	黄浦江两岸贯通滨江漫步	滨江开放空间	促进中心
1	开闭幕	10月15日下午	小型学术沙龙	257库论坛区	空间艺术季执行团队
2		10月31日下午	世界城市日之高峰论坛	257库论坛区	空间艺术季执行团队
3		1月16日下午	闭幕活动	257库论坛区	空间艺术季执行团队

③案例展和联合展

本届空间艺术季还通过实践案例展和联合展两大板块,为市民感受和参与身边的城市更新和艺术创作提供了空间和平台。共设实践案例展8个,涉及社区、滨水及其他公共空间、历史风貌空间三类,选取与百姓生活密切相关的公共空间,从建设发展实际出发,通过策展与市民文化活动等多种方式,展示城市空间公共艺术改造方案及实施效果,吸引更多的市民关注城市空间的发展和变化,共同提升空间活力和品质。共设联合展5个,主要为6个国内或国际级别的城市公共艺术展览形成连接互动,并围绕主题开展一系列市民广泛参与互动的群众文化活动。

具体情况如下:

分类	序号	案例展名称	所在地区	进展情况
实践案例展	1	新业坊“双重曝光·旧厂新生”	静安区	2017年10月21日、2018年1月6日
	2	“符号上海”	市规划展示馆	2017年9月9日开幕
	3	新泾·新境	长宁区	2017年10月27日开幕
	4	缤纷社区实践案例展	浦东新区	2017年10月15日开幕
	5	2017城市微介入	虹口区	2018年1月11日开幕
	6	“融汇贯通”	徐汇区	2017年12月10日开幕
	7	“为风貌而设计”	徐汇区	2017年10月21日开幕
	8	西岸“双向辐射”	徐汇区	2017年11月开幕
联合展	1	陆家嘴滨江金融城公共景观装置展	浦东新区	2017年10月开幕
	2	第五届全国大学生公共视觉优秀作品双年展	黄浦区	2017年12月23日开幕
	3	临港新城与公共空间的未来链接展	浦东新区	2017年11月4日开幕
	4	外滩艺术计划	黄浦江两岸轮渡站	2017年8月开幕
	5	国际高等艺术学院公共视觉艺术交流展	青浦区	2017年10月21日开幕

④宣传与推广

2017空间艺术季的宣传与推广工作主要是从内容制作和传播平台两方面入手，为城市规划的宣传普及和“开门作规划”打下了良好的市民基础。

在宣传内容制作方面，除整体视觉设计、宣传物料编辑和衍生品设计外，还策划、拍摄、制作了主宣传片、专题纪录片、各类专题短片、线上展览短片等，打造和累积了全面丰富且立体形象的宣传素材。在传播平台方面，通过巩固传统媒体平台，完善线上平台建设，尝试新渠道投放，拓展了宣传受众面，提升了品牌知晓度。其中，官方网站（www.susas.com.cn）于主题活动开幕前完成改版、内容上线，截止2018年1月15日闭幕，总点击量超18万；微信公众号（上海城市空间艺术季）保持持续热度，原创推文130条，总粉丝量超2万。

4、项目预算及执行情况

(1)项目计划预算

相比第一届上海城市空间艺术季，第二届上海城市空间艺术季在项目数量，项目难度上有所增加，一是因为涉及到建筑物改造工作，二是因为重大会议和政策调整，三是在项目内容上增加了参展艺术作品的数量，增加了参展国际作品的数量。本届空间艺术季财政专项资金预算2,000万，2016年已提前拨付筹办经费200万元，2017年拨付项目资金1,800万元。2017年空间艺术季项目专项资金主要用于展览系列活动之主展分项策划与实施、展览系列活动之实践案例分项策划与推进、展览系列活动之公众参与活动 and 宣传推广及组织执行管理等。主要安排如下：

①主展板块1150万元，主要包括：主展览策划协调350万元；主展览特展板块策划制作实施279.17万元；主展览公共空间的形态板块策划制作实施208.84万元；主展览社会文化的多样板块策划制作实施59.29万元；主展览基础设施的连接板块策划制作实施87.05万元；主展览展望上海的未来板块策划制作实施80万元；主展览展场整体协调费用板块策划制作实施85.65万元。

主展板块预算金额较上一届项目预算增加200万元，主要原因：一是主要本届策展要求不少于100个展项，较上届数量有所增加；二是主策展人明确需通过政府采购，需增加代理招标服务等相关中介费用；三是海外策展人费用涉及外汇汇率因素等。

②实践案例展示板块35万元，主要为实践案例展策划设计费和优秀案例制作费。预算金额较上一届案例展与联合展两项项目预算减少625万元。

③公众参与活动和宣传推广545万元，包括：主展览论坛、SUSAS学院及其他公众活动组织执行220万元（包括滨江贯通案例展70万元）；活动衍生品设计制作60万元；宣传手册、导览手册、展览画册出版及艺术地图设计制作85万元；纪录片、宣传片、活动跟拍、线上展览等艺术季相关拍摄制作80万元；宣传广告95万元；新闻发布会、媒体通气会5万元（由上海市城市公共空间设计促进中心承担的部分）。

2015空间艺术季市民文化活动和宣传的相关费用由市文广局承担。由于市文广局经费申请原因，2017年空间艺术季的宣称与推广，如推出SUSAS学院品牌活动、扩大提高品牌的宣传广度、提升传播效果，包括电视、集散中心、地铁、道

路等广告投放、约稿、杂志、新媒体合作等费用，皆由市公共空间设计促进中心承担经费。故2017年项目经费中的案例展与公众参与活动和宣传推广的预算经费有所调整。

④组织执行管理70万元，主要用于项目实施管理费用。

(2)项目预算执行

2017上海城市空间艺术季展览系列活动于2017年10月举办，2017年申请市专项资金1,800万元。项目预算明细和执行情况如下：

单位：万元

序号	项目构成	预算金额	调整后预算金额	比重	预算执行金额	预算执行率
1	主展览执行费	1150	1150	63.89%	1150	100.00%
2	实践案例展示板块	105	35	5.83%	33.64	96.11%
3	公众参与活动和宣传	475	545	26.39%	482.99	88.62%
4	组织执行管理	70	70	3.89%	70	100.00%
	合计	1800	1800	100.00%	1736.63	96.48%

注：①上述预算在策划执行过程中其三级明细依据项目实际开展情况予以调整，并经市财政局同意于项目跟踪评价时调整。

②上述执行情况统计截止时间为2018年4月30日。

③尚未执行的63.37万元项目预算主要原因有：

a、合同已执行，尚未付款，系向上海融度商贸有限公司购买闭幕式物资，金额1.36万元。

b、合同未完全执行，需延期完成。具体如下：

单位：万元

合同类别	合同金额	合同内容	合同签订单位	已支付金额	未支付金额
艺术季主展览画册	18.00	画册出版	同济大学出版社有限公司	9.00	9.00
	7.00	设计排版	北京艾方环境艺术设计有限公司	3.50	3.50
案例展画册	14.00	画册印刷	北京大地盛世文化传媒有限公司	0.00	14.00
	11.00	设计排版	上海同济大学电子音像出版社有限公司	5.50	5.50

合同类别	合同金额	合同内容	合同签订单位	已支付金额	未支付金额
艺术季公众参与及推广	19.80	微信公众平台广告服务	上海微盟企业发展有限公司	18.00	1.80
案例展撰文	8.00	艺术季系列撰文	上海华都广告传媒有限公司	4.00	4.00
SUSAS 专刊文章约稿和统筹	12.00	主展览评论与专刊印刷排版	上海冶是建筑设计有限公司	6.00	6.00
SUSAS 专刊排版费用	18.21	SUSAS 专刊排版费用	上海煊赫文化传播有限公司	0.00	18.21
合计	108.01			46.00	62.01

5、项目的组织及管理

(1)项目组织与分工

根据市政府的相关批复，“2017 空间艺术季”项目由上海市城市雕塑委员会主办，市规土局、上海市文化广播影视管理局（以下简称“市文广局”）及当届主展览所在区人民政府共同承办。2016 年 4 月，经市规土局和浦东新区区政府领导讨论明确，2017 空间艺术季主展馆确定为浦东新区民生码头 8 万吨筒仓区域。

三家承办单位按各自工作职责和分工，分头编报预算，申请财政专项经费。工作开展中，三家单位各自制定工作计划并推进相关工作，定期召开工作例会，统筹工作部署、定期汇报工作、落实相关部门意见、推进实施进程、协调各类事务性工作。

①市规土局

市规土局作为空间艺术季的发起和牵头单位，负责活动的整体策划筹备和组织执行工作，具体包括制定工作方案和工作计划，组织召开各类工作会议，协调各单位和部门分工协作，综合比选并确定主展场，征选并确定主展览策展人/团队、活动主题、展览方案等，甄选案例展和联合展，跟踪并推进展馆改建和布展，统筹各类公众参与活动等。

②市文广局

市文广局负责整体宣传工作，利用广泛的宣传渠道和多元的宣传平台，扩大空间艺术季的社会知晓度和专业影响力，促进空间艺术季与市民文化活动的深度结合。负责审核参展艺术品意识形态，办理进口艺术品报关批文。

但本届活动市文广局未申请到市财政专项经费，大量宣传类具体工作由规土局落实完成，具体工作包括视觉艺术设计、宣传片制作、广告投放、举办新闻发布会等。

③浦东新区人民政府

浦东新区人民政府负责与主展场相关的工程和工作，具体包括开展主展场改建和场地及周边环境建设、加强交通及市政设施配套服务，完善餐饮、休闲、接待等服务设施，有序维护主展场正常运营，承办开闭幕式 and 主展览相关会议论坛等。

(2)项目管理架构

①执行团队

2017空间艺术季执行团队成员由市规土局、市文广局和浦东新区区政府共同承办。“空间艺术季”的具体工作以上海市城市雕塑委员会办公室为基础，由市规土局、市文广局、新区政府分管领导为主，在上海市城市雕塑委员会的统筹指导下推进开展。

市规土局内执行部门主要是风貌管理处、财务处和公众参与处，局属项目执行单位为上海城市公共空间设计促进中心。市文广局内执行部门为艺术处、国际处等，局属参与单位为上海国际艺术节中心。新区人民政府内执行部门为区政府办公室，下属主要执行单位为区规土局、区文化局。

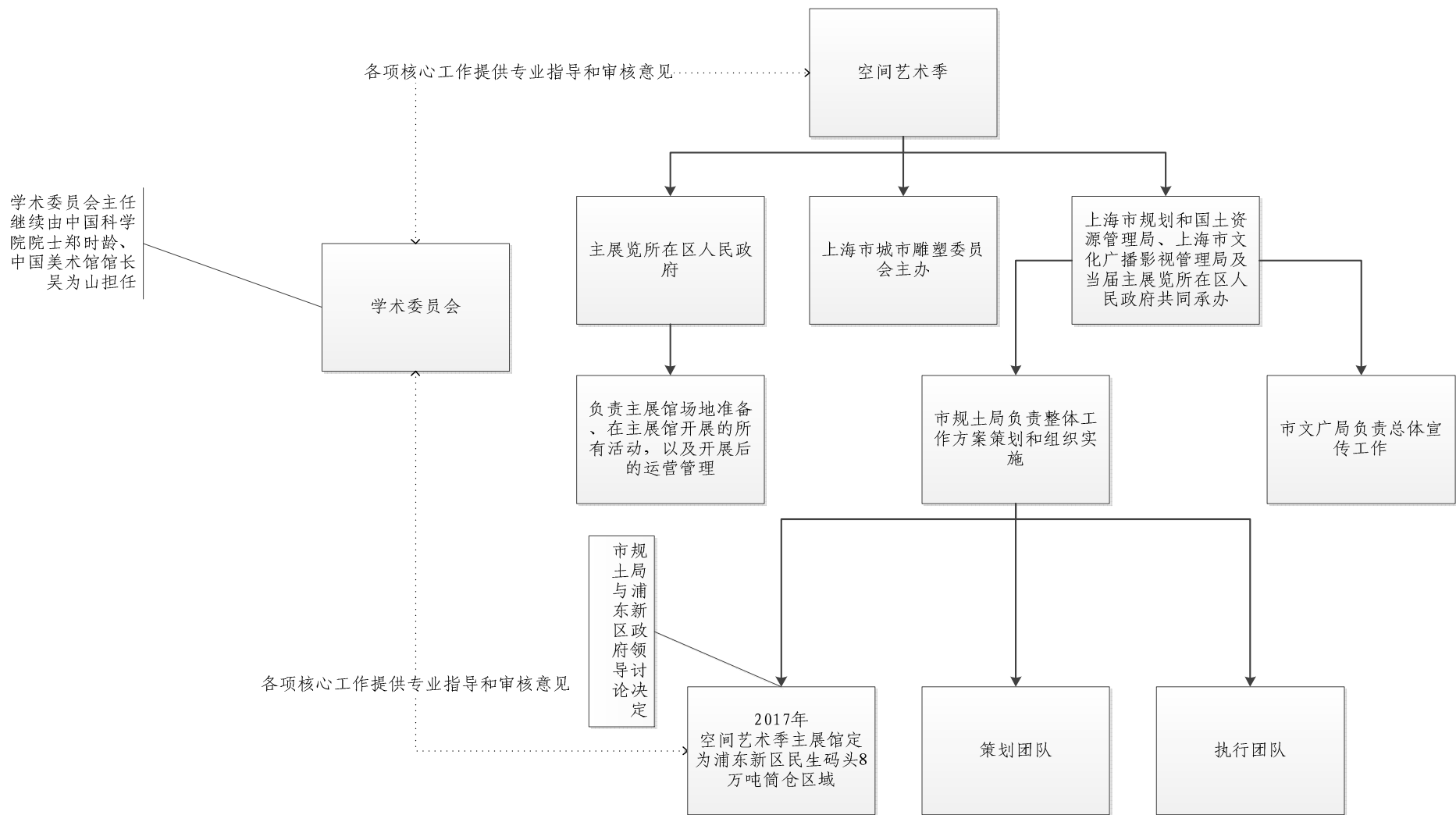
②学术委员会

按照“空间艺术季”最初设定的要求，艺术季成立了学术委员会，对艺术季的质量和水平进行指导和把关。2017艺术季学术委员会是在上一届艺术季学术委员会的基础上，进一步拓宽了专业领域，增加了景观、公共艺术、传播、评论、策展等领域，确定了31位国内外专家，由中国科学院院士郑时龄和中国美术馆馆长吴为山担任学术委员会主任，负责对“空间艺术季”各项核心工作提供专业指导和审核意见。

③策展团队

艺术季总策展团队采用全球公开征集的方式，确定由斯坦法诺·博埃里Stefano Boeri、李翔宁、方振宁担任。采用独立策展人和分策展人组成策展团队的模式，负责策展主题、策展方案、布展及展场活动设计和执行等具体工作。

具体情况组织管理情况详见下图：



空间艺术季组织管理图

(3)项目管理情况

①项目投入管理

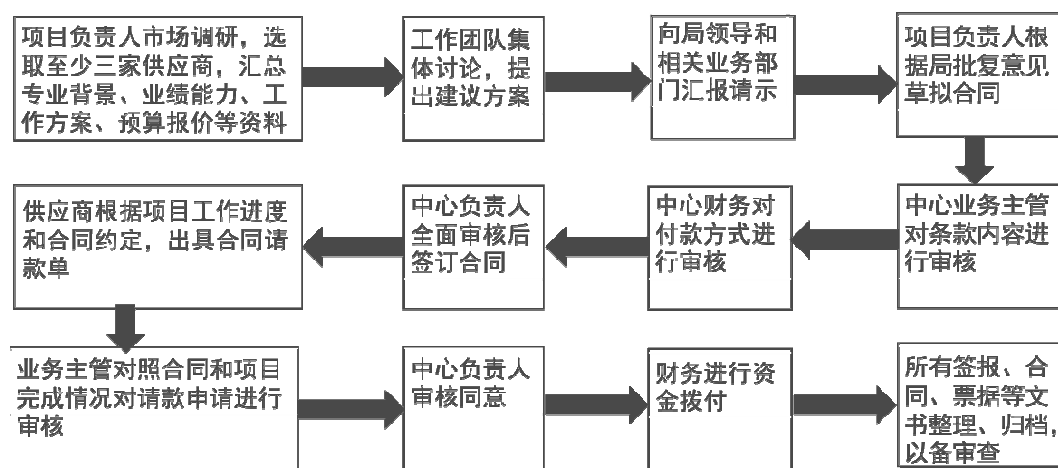
本项目每两年举办一次，项目资金按照筹办年、举办年具体工作推进进度分别投入。2017 空间艺术季项目经市财政审核批准后，为保证艺术季活动能够及时开幕，筹办期的资金 200 万元已于 2016 年先行拨付。2017 年共获得专项拨款 1800 万，其中 350 万由市规土局按照市财政局有关政府集中采购目录和采购限额标准的规定，由上海市政府采购中心在网上开展招投标工作，用于主展览策划协调，由市规土局与供应商签订合同。剩余 1450 万资金由市规土局于 2017 年 6 月通过指令性任务下达至上海城市公共空间设计促进中心，款项直接划拨至公共空间设计促进中心账户，由公共空间设计促进中心按项目合同金额及执行进度，合理合规，专款专用。

②财务管理情况

公共空间设计促进中心制定了《内部控制规范》、《上海城市空间艺术季项目市级财政专项资金管规定》、《合同管理制度》、《收支管理制度》、《资产管理制度》等内部监督机制，规范项目资金的有效执行。

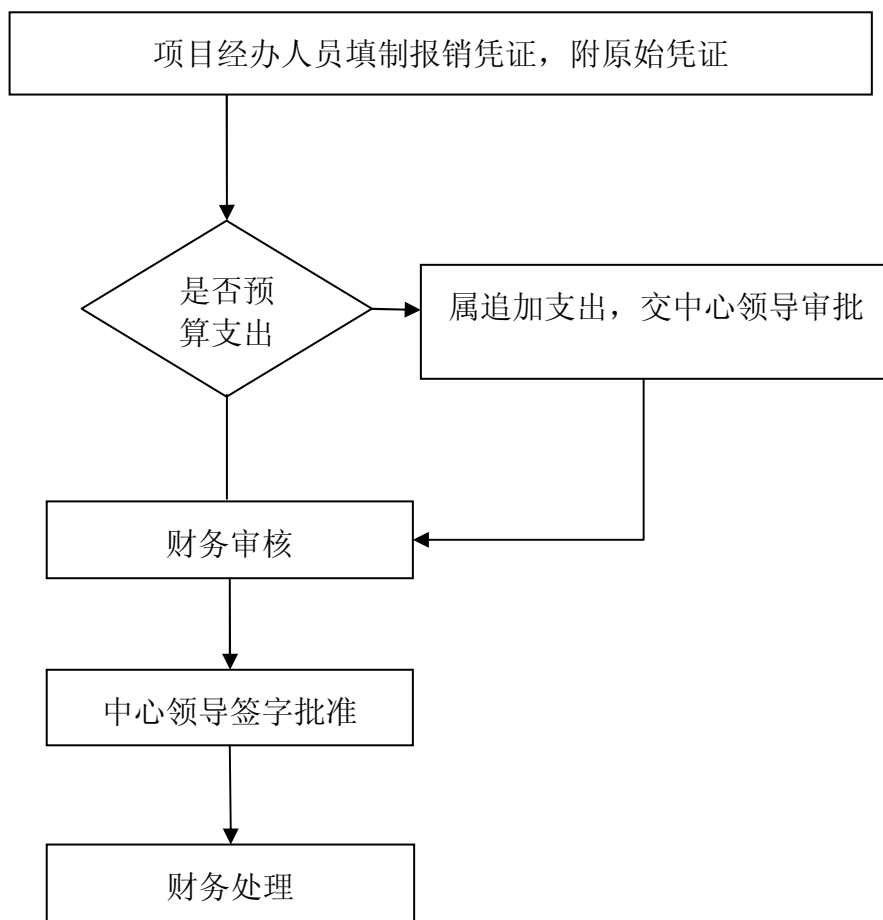
合同管理：公共空间设计促进中心对合同实施归口管理，由财务部门负责合同的统一管理，实现合同管理与预算管理、收支管理相结合。各项合同均通过评审，建立合同资金执行跟踪台帐，监督合同资金收付。

公共空间设计促进中心具体合同签订和履行路程图：



资金支付：对于非政府采购合同，按照公共空间设计促进中心支出、报销管理办法规定的报销流程，由业务科室根据合同履行进度提出资金支付申请，经财务处初审，由中心领导批准后支付；对于政府采购合同，由业务科室根据合同履行进度提出资金支付申请，交由中心财务统一报市财政局申请资金支付。

支出报销流程图



本项目资金使用符合国家财经法规和财务制度以及市规土局、公共空间设计促进中心的有关合同管理、资金管理规定的规定，资金拨付审批手续完整，符合项目预算批复的用途，财务管理制度健全完整，对“三重一大”事项应经单位集体决策，所有支出通过《上海市财政业务信息处理平台》进行，没有截留、挤占、挪用、虚列支出等情况发生。为保障资金安全运行，公共空间设计促进中心定期或不定期对本项目资金使用情况进行检查监督，及时纠正资金在使用过程中的不规范行为，确保资金安全合规，以保证财务监控的有效执行。

③项目实施管理

本项目由公共空间设计促进中心负责前期筹备和组织实施。项目主展览采取总策展人制度。由策展人提出展览案例及方案，经总策展人对案例进行审核通过后，报经 2017 上海城市空间艺术季学术委员会评审通过后，方可施行。

本项目属于市政府专门项目，由市规土局负责本项目的实施管理，市规土局制定保障项目实施的岗位责任制，各岗位应相互牵制，相互监督。公共空间设计促进中心制定了一系列项目管理工作机制，包括：

1) 联系人制度，各工作小组落实负责人和联系人，明确时间节点与工作任务，确保各项工作责任明晰、推进有序。

2) 工作例会制度，由各工作小组负责人组织相关参与单位召开工作例会，审议各阶段成果，明确下阶段推进要求。

3) 工作简报和专报制度，各工作小组定期将工作进展形成工作简报，向执行团队各成员单位领导汇报，并与宣传团队交流。

4) 平台沟通制度，以“空间艺术季”官方网站和公众微信号为平台，即时发布“空间艺术季”相关工作动态和工作内容，组织各种海报、视觉艺术等设计竞赛，起到招募、宣传等作用，进一步提升公众知晓度和公众参与互动程度。

本项目立项符合国家制定的有关政策，项目实施按计划执行，实施进度有监控，项目结束后进行总结和考核，以便及时发现项目实施过程中存在的问题并加以改善。为加强对项目的管理，有关项目的策划方案、图纸、作品、观众满意度调查等档案资料及时完整地归档，做到有据可查。在项目立项和计划阶段、项目实施阶段、项目收尾和完成阶段等工作流程中建立一定的保障措施，为实现本项目的绩效目标奠定基础。

(二)项目绩效目标

1、总目标

空间艺术季活动的总目标为以“文化兴市，艺术建城”为理念，打造具有“国际性、公众性、实践性”的城市空间艺术品牌活动，通过艺术季活动达到改善生活空间品质、提升城市魅力的目标。通过活动的举办，促进城市建设逐步由刚性物质建设转向软性文化建设，由生产型建设转向生态型城市建设，由粗放型发展转为精致型管理，提升城市环境、城市品质和城市魅力，打造城市品牌。

2、具体绩效目标

(1)产出目标

①数量目标

策划组织完成 4 个主题展和 9 个特展览情况；

SUSAS 学院及公众活动，策划组织系列讲座和活动不少于 47 场；

项目宣传渠道完成情况，包括艺术季衍生品制作、艺术季导览手册制作、艺术季主展览画册、案例展导览画册、微信改版项目服务、纪录片、宣传片、活动跟拍、线上展览等艺术季相关拍摄制作完成等情况。

②质量目标

主要展览作品质量达标率；

艺术季组织服务安全无事故达标情况。

③时效目标

主展览开幕及时性：通过主展览实施方案、工作进度、媒体报道等核实主展览的及时开幕情况。

展览举办期间合理性：查阅展览实施方案、实施总结等，反映举办期间计划与实施的合理性。

其他项目开展及时性：通过项目工作方案、工作进度、媒体报道等，核实项目进度及时间节点的执行情况。

(2)效果目标

①项目社会影响

项目社会参与度：主展览日均参观人数 ≥ 700 人；

艺术季魅力值：通过问卷调查，了解反映被调查游客参加下一届空间艺术季活动的意愿率。

项目与城市建设发展的关联度：通过问卷调查，反映本项目的开展与城市建设发展、提高城市艺术品位的关联度。

项目的国内外影响力：通过查阅国内外媒体报道以及项目总结和统计的国内外团队、知名专家参与展览的情况。

②项目持续影响力

项目对区县开展艺术季品牌活动的引领作用、企事业单位参与艺术季活动的积极性、对后期提升城市空间品质的指导作用以及人力资源对项目持续开展的影响。

③实施部门、专业人员、社会公众满意度 $\geq 80\%$ 。

二、绩效评价工作情况

(一)绩效评价目的

1、评价目的

(1)摸清本项目资金投入、产出及绩效状况，并提供科学决策的客观依据；

(2)通过绩效评价转变政绩观念，客观、公正地评价本项目绩效，总结项目开展的经验；

(3)通过绩效评价，完善本项目的管理制度，优化项目实施流程。

2、评价依据

(1)财政资金管理政策

①《中华人民共和国预算管理法》

②《关于印发〈财政支出绩效评价管理暂行办法〉的通知》（财预〔2011〕285号）

③上海市人民政府办公厅《关于转发市财政局制定的〈上海市财政支出绩效评价管理暂行办法〉的通知》（沪府办发【2011】1号）

④《关于贯彻落实〈上海市财政支出绩效评价管理暂行办法〉的实施意见》（沪财绩〔2011〕3号）

⑤上海市财政局关于印发《上海市预算绩效管理工作规划（2013-2015年）》的通知》（沪财绩[2013]1号）

⑥《关于本市全面推进预算绩效管理的意见》（沪府办[2013]55号）

⑦《上海市预算绩效管理实施办法》（沪财绩[2014]22号）

⑧《行政事业单位内部控制规范（试行）》

(2)业务性文件

①《国家新型城镇化规划（2014—2020年）》

②《关于举办上海城市空间艺术展示活动的请示》（上海市规划和国土资源管理局沪规土资风[2014]641号）

③《上海城市空间艺术季项目市级财政专项资金管规定》

④《上海市城市总体规划（1999-2020年）》

⑤《2015上海城市空间艺术季后评估报告》

⑥《内部控制规范制度》

⑦《合同管理制度》

⑧其他相关资料

（二）绩效评价工作方案制定过程

沪中会计师事务所接受委托后，立即成立绩效评价小组，明确了小组成员分工和职责。根据本项目具体情况，收集本项目立项、实施过程中有关的文件、资料，通过走访市公共空间设计促进中心、市规土局负责项目实施的人员，了解项目的实施范围和对象、项目组织和管理情况、项目的实施流程，并查阅了项目预算资金的批复和拨付情况。通过对本项目第一手资料的收集和调研，为评价本项目决策的战略性与可操作性、财政资金使用情况、财务管理状况、项目的组织实施情况，核实项目完成数量、完成质量、社会效益，调研该项目的受益人满意度等，来反映项目实施的效果及状况，按照上海市财政局《上海市预算绩效管理实施办法》（沪财绩〔2014〕22号）及其他有关绩效评价文件的要求，遵循绩效评价指标相关性、可比性、综合性、重要性和经济性等原则，设计本项目的绩效评价指标体系，确定各个评价指标的权重、评分标准和评价细则，明确社会调查的内容和范围，形成本项目绩效评价工作方案。

2018年6月1日，市规土局组织专家对本项目绩效评价工作方案进行了评审，同时专家和市财政局也提出了部分修改意见，根据专家和市财政局的意见逐项进行了修改，不存在与专家和市财政局修改意见不符的事项，方案符合绩效评价规范要求，内容完整，指标设计合理，操作性较强。本项目绩效评价工作方案经评审修改后正式实施。

主要思路如下：首先，根据绩效评价范围，指标体系主要集中体现项目管理、产出数量与效益等结果；其次，根据逻辑分析法，从“3E”（经济性、有效性和效果性）角度评价专项资金的使用情况、使用资金产出情况及这些资金使用后产生

的效果与影响等；最后，从项目决策、项目管理、项目绩效三方面制定 2017 空间艺术季项目绩效评价指标。

项目决策类指标设计思路：从两个方面来设计，一是项目立项类指标，设计战略适应性、立项依据充分性和立项规范性来考察项目立项与国家、本市及部门战略目标等的适应性；二是项目目标类指标，设计绩效目标合理性和绩效目标明确性来考察绩效目标是否符合实际、绩效指标是否清晰、细化。

项目管理类指标设计思路：从三个方面来设计，一是投入管理类指标，设计预算执行率和预算到位率来考核项目预算的准确性及资金保障程度；二是财务管理类指标，设计资金使用合规性和财务监控有效性指标来考察项目资金使用的管理情况；设计财务制度健全性指标来考察项目的财务管理情况；三是项目实施类指标，设计项目管理制度健全性指标来考察项目实施制度的建立健全情况，设计项目制度执行的有效性来考察项目的实施状况。

项目绩效类指标设计思路：评价小组围绕立项目的，设计了产出和效益二类指标。

(三)绩效评价框架

1、绩效评价原则

绩效评价应当遵循以下基本原则：

(1)相关性原则：与绩效目标有直接的联系，能够恰当反映目标的实现程度。

(2)重要性原则：优先使用最具评价对象代表性、最能反映评价要求的核心指标。

(3)可比性原则：对同类评价对象要设定共性的绩效评价指标，以便于评价标准的规范和评价结果可相互比较。

(4)系统性原则：将定量指标与定性指标相结合，定量指标应量化，定性指标可衡量，系统反映财政支出所产生的社会效益、经济效益、环境效益和可持续影响等。

(5)经济性原则：通俗易懂、简便易行，数据的获得应当考虑现实条件和可操作性，符合成本效益原则。

2、绩效评价指标体系

按照上海市财政局《上海市预算绩效管理实施办法》（沪财绩〔2014〕22号）的相关规定，本项目的指标体系由四级指标构成。其中，一级指标3个，二级指标7个，三级指标17个，四级指标18个。一级指标分为项目决策指标、项目管理指标、项目绩效指标三部分。

根据上述指标体系的确定方法，该项目指标体系构成中，指标体系的权重分配为：项目决策类指标占10%、项目管理类指标占25%、项目绩效类指标占65%。

详见本报告附件1：绩效评价指标体系

3、绩效标准

本次项目依据指标体系确定的规则，汇总形成总分，最终评价等级依据总分情况，根据《上海市预算绩效管理实施办法》（沪财绩〔2014〕22号）的规定，绩效项目评分90分-100分（含90分）为“优”；75分-90分（含75分）的为“良”；60分-75分（含60分）为“合格”；低于60分为“不合格”。

本项目的绩效评价标准详见本报告附件2：绩效评价指标综合表（一）和绩效评价指标综合表（二）。

4、绩效评价方法

绩效评价方法主要采用成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法等。

本项目绩效评价主要采用因素分析法、比较法和公众评判法。

④数据采集方法及过程

1、文献和资料研究：收集项目相关文献资料，进行研究；

2、访谈：组织相关各方集中访谈或座谈，同时针对某些重要人士进行面对面个别访谈。通过对利益相关方的细分，针对性地进行深入细致的访谈、了解，可以有效掌握项目情况、项目效果以及不足，尤其是各方关注的核心问题，进而得到相关各方如何改进后续项目质量、确保项目长效运行的各种意见和建议，并将这些情况，整理反映到评价报告中去；

3、现场考察和调研：根据评价需要，评价机构到项目主展览举办地进行了现场调研，针对访谈、座谈中所发现的成绩、问题以及各种情况，进行确认和详

细了解，并在现场考察中进行实地调研，进行现场访谈，从而真实、有效地掌握项目第一手资料；

4、公众问卷抽样调查：根据评价指标需要，有针对性地根据项目内容设计调查问卷，调查范围涉及参与展览活动的专业人士及实施单位。

(五)绩效评价实施过程

根据经过专家评审通过的本项目绩效评价工作方案，评价机构实施了如下绩效评价工作：

1、数据填报和采集

项目评价组将绩效评价所需资料清单提供给市公共空间设计促进中心，由市公共空间设计促进中心将所需资料交给绩效评价项目组，项目组经初步核实并填列基础表反馈给市公共空间设计促进中心相关条线负责人，对异常数据经解释或修改后重新反馈绩效评价项目组，绩效评价项目组对数据核查、确认完毕，并制作了相关的基础表和数据统计表。

2、访谈

根据本项目绩效评价工作方案中有关对市规土局进行访谈的要求，项目评价组与市规土局风貌管理处负责本项目实施的工作人员进行访谈，取得项目立项的依据并对项目立项依据的适应性、充分性和规范性进行评估，了解项目的组织管理情况，核实项目实施流程，检查保障项目实施的制度，对项目目标的合理性和明确性进行评价。同时，评价机构也与市规土局财务管理处负责项目资金管理的财务人员进行访谈，取得本项目预算批复及资金拨付资料，听取有关人员对本项目的意见及建议。

根据本项目绩效评价工作方案中有关对公共空间促进中心进行访谈的要求，项目评价组对负责项目执行的工作人员进行了访谈，详细了解项目实施流程及管理情况，抽查与策展单位签订的合同及相关审批手续，查阅本项目资金收付账簿，抽查相关支付凭证，检查财务管理制度的执行情况，核对实施方案中有关内容的完成情况，检查有关艺术季业务档案的保管情况，听取有关人员对本项目的意见及建议。

根据本项目绩效评价工作方案中有关对浦东新区人民政府相关部门进行访谈的要求，项目评价组对浦东新区负责项目实施的工作人员进行了访谈，了解项

目与新区城市发展的适应性、市民参与情况与积极性，听取有关人员对本项目的意见及建议。

3、问卷发放及回收

根据本项目绩效评价工作方案中有关对参展专业人员和社会公众进行问卷调查的要求，由市公共促进中心对当时参展相关人员发放问卷调查，回收有效问卷 421 份。

4、资料整理及综合分析，形成评价结论

通过现场访谈、问卷调查，取得了有关项目详实的资料，项目评价小组评价人员根据绩效评价的原理，经过对所掌握的项目第一手资料进行整理、分析和讨论，初步形成本项目的绩效评价结论。

5、撰写与复核绩效评价报告

项目评价小组根据对项目资料整理、分析形成的结论，撰写和提交绩效评价报告。按照评价机构绩效评价项目三级复核管理机制的要求，绩效评价报告必须从资料收集、数据分析、整理以及报告撰写等各方面采用内部复核程序，以避免舞弊及差错事项的产生，从而保证绩效评价工作顺利完成，并能够客观、公正、准确反映本项目的实际情况。

三、绩效分析及评价结论

(一)评价结论

1、评分结果

通过对本项目实施资料收集、现场访谈、问卷调查、分析和讨论等评价程序，评价组认为 2017 上海城市空间艺术季活动，全面打造上海既有浓郁地方特色又具有鲜明时代特征的现代化国际大都市文化景观形象，对社会城市空间发展与革新能起到促进作用，通过艺术季活动可以达到改善生活空间品质、提升城市魅力的目标。

运用由项目组研发并通过专家组论证的评价指标体系及评分标准，通过数据采集及访谈，对 2017 上海城市空间艺术季项目资金投入绩效进行客观评价，最终评分结果：总分为 90.86 分，属于“优”。其中项目决策（A）评价指标权重为 10 分，得分 10 分，得分率为 100%；项目管理（B）评价指标权重为 25 分，得分

20.50分，得分率为82%；项目绩效（C）评价指标权重为65分，得分60.36分，得分率为92.86%。各部分权重和绩效分值如下表所示：

指标	合计分值	A 项目决策	B 项目管理	C 项目绩效
权重	100	10	25	65
绩效分值	90.86	10	20.5	60.36
得分率	90.86%	100%	82%	92.86%

2、主要绩效

本项目主要绩效指标完成情况如下：

绩效指标名称	设定目标值	实际完成值	完成度
主展览活动策划组织完成率	100%	100%	100%
SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率	100%	100%	100%
项目宣传渠道建设完成	完成	基本完成	基本完成
主要展览作品质量达标率	100%	100%	100%
艺术季组织服务质量	达标	达标	达标
主展览及时开幕	及时开幕	及时开幕	完成
展览举办期间合理性	合理	合理	完成
其他项目开展及时性	及时开幕	及时开幕	完成
展览举办时期合理性	合理	合理	完成
项目社会参与度	主展览日均参观人数≥700人	1654人	完成
艺术季魅力值	≥80%	88.15%	完成
项目与城市建设的关联度	≥80%	85.42%	完成
项目的国内外影响力	达标	基本达标	基本完成
项目对区县开展艺术季品牌活动的引领作用	达标	达标	完成
企事业单位参与艺术季活动的积极性	达标	达标	完成
项目对提升城市空间品质的指导作用	达标	达标	完成
主管单位满意度	满意	满意	完成
专业人士满意度	≥80%	100%	完成
社会公众满意度	≥80%	97.15%	完成

(二)具体绩效分析

1、项目决策 A 类指标

项目决策评价是绩效评价的前提。本次项目决策(A)建立了项目立项(A1)、项目目标(A2) 2个二级指标。项目决策(A)权重 10 分，本项目得分 10 分（分指标评分情况详见下表）。

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	细化权重	得分	
A 项目 决策	10	A1 项目 立项	6	A11 战略目标适应性	2	2	
				A12 立项依据充分性	2	2	
				A13 项目立项规范性	2	2	
		A1 指标小计				6	6
		A2 项目 目标	4	A21 绩效目标合理性	2	2	
				A22 绩效指标明确性	2	2	
		A2 指标小计				4	4
A 类指标合计					10	10	

(1)A1 项目立项

该指标主要反映城市空间艺术季活动的目标与国家、上海市的城市发展战略规划相适应；项目立项是否有充分的依据，符合国家、上海市的相关规定；项目的申请、设立过程是否符合相关要求。包括 A11 战略目标适应性、A12 立项依据充分性和 A13 项目立项规范性 3 个三级指标。

①A11 战略目标适应性。标准分值 2 分，实得分 2 分。

该指标主要反映城市空间艺术季活动的目标与国家、上海市的城市发展战略规划相适应。

2017 空间艺术季项目的总目标为以“文化兴市，艺术建城”为理念，打造具有“国际性、公众性、实践性”的城市空间艺术品牌活动，通过艺术季活动达到改善生活空间品质、提升城市魅力的目标。通过活动的举办，促进城市建设逐步由刚性物质建设转向软性文化建设，由生产型建设转向生态型城市建设，由粗放型发展转为精致型管理，提升城市环境、城市品质和城市魅力，打造城市品牌。本项目符合国家有关上海城市发展的政策。

根据《关于举办上海城市空间艺术季展示活动的请示》中描述应借鉴“西方国家发达城市通过举办公共艺术活动对城市建设行为的改造和结合，在推进城市

空间美化的同时，促进城市发展转型和文化软实力的综合提高”的成功经验，2017空间艺术季项目实施能够支持上海城市发展目标的实现。

根据评分标准：项目符合国家有关上海城市发展的政策得 1 分，不符合得 0 分；项目能够支持上海城市发展目标的实现得 1 分，不符合得 0 分。

经评定，战略目标适用性指标实得 2 分。

②A12 立项依据充分性。标准分值为 2 分，实得分 2 分。

该指标主要用以反映项目立项是否有充分的依据，符合国家、上海市的相关规定。

项目的立项依据主要有：《国家新型城镇化规划（2014—2020 年）》、《关于举办上海城市空间艺术展示活动的请示》（上海市规划和国土资源管理局沪规土资风[2014]641 号）、《上海市城市总体规划（1999-2020 年）》等。项目立项依据充分、合理，符合国家、社会和民生的需要。

根据评分标准：符合相关国家或市级文件依据得 2 分，部分符合得 1 分，无法提供文件依据得 0 分。

经评定，立项依据充分性指标实得 2 分。

③A13 项目立项规范性。标准分值 2 分，实得分 2 分。

该指标主要考察项目的申请、设立过程是否符合相关要求，反映和考核项目立项的规范情况。

2014 年 10 月 21 日，《关于举办上海城市空间艺术展示活动的请示》（沪规土资风〔2014〕641 号）经市政府批准，明确“上海城市空间艺术季”活动每两年举办一次，历时约 3 个月。空间艺术季以“文化兴市，艺术建城”为理念，开展具有“国际性、公众性、实践性”的城市空间艺术展示活动，以实现“城市艺术化，艺术生活化”的目标，通过实践与展览相结合的方式，将城市实践项目引入展览，将展览成果应用于城市建设中的实践项目，上海在城市品位、文化内涵和公共环境等方面取得提升。

2017 上海城市空间艺术季项目经市政府批准后，上海城市公共空间设计促进中心于 2016 年编制了《财政专项资金评审项目申报文本》，汉华评估（上海）资产评估有限公司于 2017 年 5 月 31 日出具了“汉华审报字（2017）第 1003 号”《项目评审报告》，审核通过。立项文件齐全得。

根据评分标准：能提供立项文件（预算批复、政府采购资料等）得 2 分，不能完全提供得 1 分，无法提供立项文件不得分。

经评定，项目立项规范性指标实得 2 分。

(2)A2 项目目标

该指标主要考察指绩效目标的合理性和绩效指标的明确性，包括 A21 绩效目标合理性和 A22 绩效指标明确性 2 个三级指标。

①A21 绩效目标合理性。标准分值 2 分，实得分 2 分。

该指标主要考察项目是否为促进事业发展所必需，所设定的绩效目标是否依据充分，完成绩效目标所需资金是否与预算资金相匹配。

上海城市空间艺术季项目通过数年举办，将全面打造上海既有浓郁地方特色又具有鲜明时代特征的现代化国际大都市文化景观形象，对社会城市空间发展与革新能起到促进作用，预期的产出符合正常水平。

2017 上海城市空间艺术季项目由上海城市公共空间设计促进中心根据项目内容和绩效目标编制经费预算申请，报市财政局申请专项经费，绩效目标与预算紧密相连，项目完成后市财政局组织对项目进行绩效评价。

2017 上海城市空间艺术季项目符合市委、市府对项目的定位，符合财力和社会发展水平、符合正常的业绩水平，绩效目标与相应预算关联度较高。

根据评分标准：符合市委、市府对项目的定位，符合财力和社会发展水平、符合正常的业绩水平得 1 分，不符合得 0 分；绩效目标与相应预算关联度较高得 1 分，不符合得 0 分。

经评定，绩效目标合理性指标实得 2 分。

②A22 绩效指标明确性。标准分值 2 分，实得分 2 分。

该指标主要考察绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化，反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。

该项目的绩效目标：

I、产出目标

a、数量目标:策划组织完成 4 个主题展和 9 个特展览情况；SUSAS 学院及公众活动，策划组织系列讲座和活动不少于 47 场；项目宣传渠道完成情况，包括艺术季衍生品制作、艺术季导览手册制作、艺术季主展览画册、案例展导览画册、

微信改版项目服务、纪录片、宣传片、活动跟拍、线上展览等艺术季相关拍摄制作完成等情况。

b、质量目标:主要展览作品质量达标率;艺术季组织服务安全无事故达标情况。

c、时效目标:主展览开幕及时性:通过主展览实施方案、工作进度、媒体报道等核实主展览的及时开幕情况;展览举办期间合理性:查阅展览实施方案、实施总结等,反映举办期间计划与实施的合理性;其他项目开展及时性:通过项目工作方案、工作进度、媒体报道等,核实项目进度及时间节点的执行情况。

II、效果目标

a、项目社会影响:项目社会参与度:主展览日均参观人数 ≥ 700 人;艺术季魅力值:通过问卷调查,了解反映被调查游客参加下一届空间艺术季活动的意愿率;项目与城市建设发展的关联度:通过问卷调查,反映本项目的开展与城市建设发展、提高城市艺术品位的关联度;项目的国内外影响力:通过查阅国内外媒体报道以及项目总结和统计的国内外团队、知名专家参与展览的情况。

b、项目持续影响力:项目对区县开展艺术季品牌活动的引领作用、企事业单位参与艺术季活动的积极性、对后期提升城市空间品质的指导作用以及人力资源对项目持续开展的影响。

c、实施部门、专业人员、社会公众满意度 $\geq 80\%$ 。

根据评分标准:绩效目标清晰得1分,不清晰得0分;绩效目标细化得1分,未细化得0分。

经评定,绩效指标明确性指标实得2分。

2、项目管理B类指标

针对项目管理类指标建立了投入管理(B1)、财务管理(B2)、项目实施(B3)3个二级指标。项目管理(B)权重25分,本项目得分20.50分(指标评分情况详见下表)。

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	细化权重	得分
B 项目管理	25	B1 投入管理	6	B11 预算执行率	4	3
				B12 资金到位及时率	2	2
		B1 指标小计				6

	B2 财务管理	9	B21 财务制度健全性	4	4
			B22 财务监控有效性	5	4.5
	B2 指标小计			9	8.5
	B3 项目实施	10	B31 项目管理制度的健全性	5	3
			B32 项目管理执行的有效性	5	4
	B3 指标小计			10	7
B 类指标小计				25	20.5

(1)B1 投入管理

包括 B11 预算执行率和 B12 资金到位及时率 2 个三级指标。

①B11 预算执行率。标准分值 4 分，实得分 3 分。

该指标主要考察项目预算执行的情况。预算执行率=实际支出数÷实际到位预算×100%。实际支出数为市公共空间设计促进中心截止 2018 年 4 月 30 日已支付的项目金额，实际到位预算为本项目的预算申请金额。

经项目数据采集，核实确认，该项目预算执行率= $1,736.63 \div 1,800.00 \times 100\% = 96.48\%$ 。

根据评分标准：预算执行率：98%（含 98%）-100%的，得 4 分；95%（含 95%）-98%的，得 3 分；90%（含 90%）-95%，得 2 分；低于 90%不得分。

经评定，预算执行率指标实得 3 分。

②B12 资金到位及时率。标准分值 2 分，实得分 2 分。

该指标主要考察及时到位资金与应到位资金的比率，反映和考核资金落实情况对项目实施的总体保障程度。到位及时率=（及时到位资金÷应到位资金）×100%。

2017 空间艺术季经市财政审核后，共获得专项拨款 1800 万，其中 350 万已通过政府采购流程用于主展览策划协调。为加强资金保障工作，提高资金使用效率，市规土局于 2017 年 6 月将剩余 1450 万资金通过指令性任务下达至上海城市公共空间设计促进中心，款项直接划拨至促进中心账户，由促进中心在“合理合规、专款专用”的前提下直接统筹安排支出。

经项目数据采集，核实确认，该项目资金到位率= $1,800.00 \div 1,800.00 \times 100\% = 100\%$ 。

根据评分标准：到位及时率为 100%的，得 2 分；98%（含 98%）-100%的，得 1.5 分；95%（含 95%）-98%的，得 1 分；90%（含 90%）-95%，得 0.5 分；低于 90%不得分。

经评定，资金到位及时率指标实得 2 分。

(2)B1 财务管理

包括 B21 财务制度健全性和 B22 财务监控有效性 2 个三级指标。

①B21 财务制度健全性。标准分值 4 分，实得分 4 分。

该指标主要考察项目是否已制定或具有相应的财务管理办法；财务管理办法是否符合相关财务会计制度的规定。

上海城市公共空间设计促进中心制定了《上海城市空间艺术季项目市级财政专项资金管理规定》，其中包括管理职责、预算编制和调整、预算执行、合同管理、预算监督等。项目财务管理制度健全，内容全面。

根据评分标准：制定了或具有相应的项目预算制度、政府采购制度、财务收支制度、合同管理制度等制度得 2 分，每缺少一向扣 0.5 分，扣完为止；上述财务管理制度内容全面、规范，无重大缺陷得 2 分，每缺少一向扣 0.5 分，扣完为止。

经评定，财务制度健全性指标实得 4 分。

②B22 财务监控有效性。标准分值 5 分，实得分 4.5 分。

该指标主要考察项目资金使用是否符合国家财经法规和上海城市公共空间设计促进中心制定的有关财务管理制度以及有关管理办法的规定；是否存在违规使用或者没有按照规定及预算要求使用该笔专项资金的情况；资金的支出是否有完整的审批程序和手续。是否已制定或具有相应的工作费用监控机制；是否采取了相应的财务费用报销等必要的监控措施或手段；是否按项目专项列支。

上海城市公共空间设计促进中心制定了《上海城市空间艺术季项目市级财政专项资金管理规定》，其中包括管理职责、预算编制和调整、预算执行、合同管理、预算监督等。项目财务管理制度健全，内容全面。符合《政府采购法》、《合同法》等国家财经法规和财务管理制度以及有关资金管理规定的规定；资金的拨付有完整的审批程序和手续；符合项目预算批复及合同规定的用途；制定或具有财务监控机制；进行必要的财务监控。

根据评分标准：符合《政府采购法》、《合同法》等国家财经法规和财务管理制度以及有关资金管理规定的规定得 1 分，不符合得 0 分；资金的拨付有完整的审批程序和手续得 1 分，不符合得 0 分；符合项目预算批复及合同规定的用

途得 1 分，不符合得 0 分；制定或具有财务监控机制得 1 分，未制定得 0 分；进行必要的财务监控得 0.5 分，未进行得 0 分；按项目进行专项核算得 0.5 分，未进行得 0 分。

经评定，由于上海城市公共空间设计促进中心对项目资金中组织管理费 70 万元未按项目单独核算，计入“其他应付款-其他”与其他项目一并核算，主要用于项目管理费用。故根据评分标准需扣 0.5 分。财务监控有效性指标实得 4.5 分。

(3)B3 项目实施

包括 B31 项目管理制度的健全性和 B32 项目管理制度执行的有效性 2 个三级指标。

① B31 项目管理制度的健全性。标准分值 5 分，实得分 3 分。

该指标主要考察与项目直接相关的业务管理制度是否健全、完善和规范，用以反映和考核业务管理制度对项目顺利实施的保障情况。

针对 2017 空间艺术季项目制定了详细的艺术季工作方案、开幕式工作方案、工作例会制度、相关活动安排时间节点表等，但对安全保障方案等未形成核心业务制度、艺术季活动服务标准等相关业务制度。

根据评分标准：制定或具有艺术季工作方案、开幕式工作方案、工作例会制度、活动安排表、安全保障方案、艺术季活动服务标准、艺术季作品质量标准、作品及衍生品收发存管理制度及艺术季业务档案管理制度等相应的业务管理制度得 3 分，缺少一项业务管理制度扣 1 分，扣完为止；上述各项业务管理制度内容合法、合规、完整得 2 分，检查业务管理制度的内容发现一处缺陷扣 1 分，扣完为止。

经评定，由于上海城市公共空间设计促进中心未制定安全保障方案、艺术季活动服务标准等业务相关制度。相关制度有待完善，故根据评分标准需扣 2 分。项目管理制度的健全性指标实得 3 分。

②B32 项目管理制度执行的有效性。标准分值 5 分，实得分 4 分。

该指标主要考察项目实施是否符合相关业务管理规定，是否为达到项目质量要求而采取了必需的措施，用以反映和考核业务管理制度的有效执行和质量控制情况。

检查项目实施方案、实施进度、作品质量评审记录、项目总结、衍生品收发存记录、合同等业务资料。

根据评分标准：检查项目实施方案、实施进度、作品质量评审记录、项目总结、作品及衍生品收发存记录、安全措施落实情况、档案归档清册等业务资料，发现一处制度未有效执行扣1分，扣完为止。

经评定，审核发现由于未制定安全保障具体方案，在实际工作中未见相关安全监察记录等资料。根据评分标准，故根据评分标准相应需扣1分。项目管理制度执行的有效性指标实得4分。

3、项目绩效 C 类指标

针对项目绩效类指标设立了 C1 项目产出和 C2 项目效益 2 个二级指标。项目绩效 C 类指标权重 65 分，根据评分标准得分 60.36 分(指标评分情况详见下表)。

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	细化权重	四级指标	细化权重	得分			
C 项目绩效	65	C1 项目产出	29	C11 产出数量	12	C111 主展览策划组织完成率	6	6			
						C112 SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率	3	3			
						C113 项目宣传渠道完成率	3	2			
				C11 指标小计						12	11
				C12 产出质量	10	C121 主要展览作品质量达标率	5	5			
						C122 艺术季组织服务质量	5	5			
				C12 指标小计						10	10
				C13 产出时效	7	C131 主展览开幕及时性	3	3			
						C132 展览举办期间合理性	2	2			
						C133 其他项目开展及时性	2	2			
				C13 指标小计						7	7
				C1 指标小计						29	28
				C2 项目效益	36	C21 项目社会影响	15	C211 项目社会参与度	4	4	
		C212 艺术季魅力值	4					3.53			
		C213 项目与城市建设的关联度	4					3.42			
		C214 项目的国内外影响力	3					2.5			
		C21 指标小计						15	13.45		
		C22 项目持续影响力	8			C221 项目对区县开展艺术季品牌活动的引领作用	2	2			
				C222 企事业单位参与艺术季活动的积极性	2	2					

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	细化权重	四级指标	细化权重	得分
						C223 项目对提升城市空间品质的指导作用	4	2
				C22 指标小计			8	6
				C23 项目满意度	13	C231 主管单位满意度	5	5
						C232 专业人士满意度	5	5
						C233 社会公众满意度	3	2.91
				C22 指标小计			13	12.91
		C2 指标小计					36	32.36
C 类指标合计							65	60.36

(1)C1 项目产出

针对项目产出，我们设计了 C11 产出数量、C12 产出质量、C13 产出时效 3 个三级指标。

①C11 产出数量。标准分值 12 分，实得分 11 分。

包括 C111 主展览策划组织完成率、C112SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率、C113 项目宣传渠道完成率 3 个四级指标。

I、C111 主展览策划组织完成率。标准分值 6 分，实得分 6 分。

该指标考察反映主展览策划组织的完成情况。主展览活动策划组织完成率=实际主展览数量÷计划完成数量×100%。

2017 空间艺术季主展览活动包括主题展和特展。经对 2017 空间艺术季工作方案中主展览策划方案框架图与总体工作情况汇报中主展览完成数的对比计算，主展览计划完成 4 主题展、9 个特展，实际完成 4 个主题展、12 个特展，主展览活动策划组织完成率=实际活动数量÷计划完成数量×100%=16÷12=133.33%。

根据评分标准：主展览活动策划组织完成率=100%，6 分；80%≤主展览活动策划组织完成率<100%，4 分；60%≤主展览活动策划组织完成率<80%，2 分；主展览活动策划组织完成率<60%，0 分。

经评定，主展览策划组织完成率指标实得 6 分。

II、C112 SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率。标准分值 3 分，实得分 3 分。

该指标考察展览期间开展 SUSAS 学院及公众活动策划组织的完成情况。
 $\text{SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率} = \frac{\text{实际举办 SUSAS 学院及公众活动场次}}{\text{计划举办 SUSAS 学院及公众活动场次}} \times 100\%$ 。

经对 2017 空间艺术季工作方案中 SUSAS 学院排片表与总体工作情况汇报中 SUSAS 学院完成数的对比计算, SUSAS 学院计划完成 47 场, 实际完成 60 场, SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率 = $\frac{\text{实际举办 SUSAS 学院及公众活动场次}}{\text{计划举办 SUSAS 学院及公众活动场次}} \times 100\% = 60 \div 47 = 127.66\%$ 。

根据评分标准: SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率 = 100%, 3 分; $80\% \leq \text{SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率} < 100\%$, 2 分; $60\% \leq \text{SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率} < 80\%$, 1 分; $\text{SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率} < 60\%$, 0 分。

经评定, SUSAS 学院及公众活动策划组织完成率指标实得 3 分。

III、C113 项目宣传渠道完成率。标准分值 3 分, 实得分 2 分。

该指标考察反映本项目宣传渠道建设的完成情况。

经查阅艺术季衍生品制作情况, 上海城市公共空间设计促进中心分别与上海艺尖广告有限公司签订合同, 制作胸针、回形针&冰箱贴礼盒、印章、纸胶带、涂绘卡、布袋、三用笔; 与深圳市创鼎工艺礼品有限公司签订合同, 制作移动电源、方巾、书签笔。与上海昱格广告有限公司签订合同, 制作手机壳套装、纸胶带外盒、晴雨伞、年历卡、笔记本。艺术季衍生品制作完成。

经查阅与上海晖恺贸易有限公司签订的导览手册制作合同、与上海嘉湃文化传播有限公司签订导览手册设计合同, 翻阅导览手册实物, 导览手册共印刷中文 2000 册, 英文 100 册, 用于艺术季的宣传。艺术季导览手册制作完成。

经查阅与同济大学出版社有限公司签订的主展览画册制作合同、与北京艾方环境艺术设计有限公司签订主展览画册设计合同, 截止 2018 年 4 月 30 日主展览画册校验稿已完成, 待最终审核后完成印刷。

经查阅与北京大地盛世文化传媒有限公司签订的案例展画册制作合同、与上海同济大学电子音像出版社有限公司签订案例展画册设计合同, 截止 2018 年 4 月底案例展画册在撰稿阶段, 未完成排版与制作。

艺术季微信平台委托佰路得信息技术（上海）有限公司改版，通过关注微信平台查看推送消息，艺术季微信平台运转正常。微信改版项目服务完成。

与上海唐城文化传播有限公司签订短片及纪录片剪辑合同、与国高（上海）网络科技有限公司签订拍摄制作线上展览及相关宣传合同、与禾力悦志文化传媒（上海）有限公司签订主宣传片策划及拍摄合同等。艺术季相关宣传完成。

根据评分标准：艺术季衍生品制作完成得 0.5 分，未完成得 0 分；艺术季导览手册制作完成得 0.5 分，未完成得 0 分；艺术季主展览画册制作完成得 0.5 分，未完成得 0 分；案例展画册制作完成得 0.5 分，未完成得 0 分；微信改版项目服务完成得 0.5 分，未完成得 0 分；纪录片、宣传片、活动跟拍、线上展览等艺术季相关拍摄制作完成得 0.5 分，未完成得 0 分；

经评定，由于艺术季主展览画册和案例展画册制作未完成，故根据评分标准需扣 1 分。项目宣传渠道完成率指标实得 2 分。

②C12 产出质量。标准分值 10 分，实得分 10 分。

包括 C121 主要展览作品质量达标率、C122 艺术季组织服务质量 2 个四级指标。

I、C121 主要展览作品质量达标率。标准分值 5 分，实得分 5 分。

该指标考察反映本项目主要展览作品质量符合实施方案要求的情况。主要展览作品质量达标率=实际展出作品数÷评审通过作品数×100%。

通过查阅艺术季学术委员会对参展作品进行评审的会议记录和艺术季工作总结，学术委员会评审通过 218 组作品，实际参展作品 218 组，主要展览作品质量达标率=实际展出作品数÷评审通过作品数×100%=218÷218×100%=100%。

根据评分标准：主要展览作品质量达标率=100%，5 分；80%≤主要展览作品质量达标率<100%，3 分；60%≤主要展览作品质量达标率<80%，1 分；主要展览作品质量达标率<60%，0 分。

经评定，主要展览作品质量达标率指标实得 5 分。

II、C122 艺术季组织服务质量。标准分值 5 分，实得分 5 分。

该指标考察反映项目的组织管理及协调服务质量。

经与市公共空间促进中心访谈，查阅工作总结，在主展览开幕前夕，公共空间促进中心派员前往主会场参与现场组织协调各方工作进度。

经查阅艺术季举办期间的媒体报道及展览期间安全记录，未发现有安全事故的发生。

根据评分标准：检查主展览工作进度、会议记录、工作总结等资料，参与现场组织协调得 2 分，未参与 0 分；查阅媒体报道及展览期间安全记录，未发生安全事故得 3 分，发生一起安全事故，扣 1 分，发生重大人员死亡事故，本项目得 0 分。

经评定，艺术季组织服务质量指标实得 5 分。

③C13 产出时效。标准分值 7 分，实得分 7 分。

包括 C131 主展览开幕及时性、C132 展览举办期间合理性、C133 其他项目开展及时性 3 个四级指标。

I、C131 主展览开幕及时性。标准分值 3 分，实得分 3 分。

该指标考核反映本项目主展览开幕的及时性。

经查阅主展览实施方案、工作总结等资料，本项目主展览计划于 2017 年 9 月 30 日开幕，后经会议通过，调整为 2017 年 10 月 15 日开幕，实际于 2017 年 10 月 15 日正式开幕。

根据评分标准：通过主展览实施方案、工作进度、媒体报道等核实主展览是否及时开幕。主展览按时开幕 3 分、未按时开幕 0 分。

经评定，主展览开幕及时性指标实得 3 分。

II、C132 展览举办期间合理性。标准分值 2 分，实得分 2 分。

该指标考核反映本项目展览举办时间及期限安排的合理性。

经与市规土局、上海城市公共空间设计促进中心访谈了解到，每年的 9-12 月是上海气候宜人、秋高气爽的时期，上海旅游节、世界城市日等活动都在这个时期举行，为提高艺术季的参与度、影响力，在综合考虑各方面因素并多次听取专家意见的基础上，将艺术季开幕时间定在 9 月份，时间 3 个月。

2017 空间艺术季展览实际于 2017 年 10 月 15 日正式对外开馆，2018 年 1 月 15 日闭幕，展期内公众开放运营共 81 天（含双休日 27 天，元旦假日 1 天，工作日 53 天）。

根据评分标准：查阅展览实施方案、实施总结，举办期间符合计划得 2 分，不符合得 0 分。

经评定，展览举办期间合理性指标实得 2 分。

III、C133 其他项目开展及时性。标准分值 2 分，实得分 2 分。

该指标考核反映本项目其他项目开展的及时性。

经查阅工作总结、活动安排表、媒体报道等资料，本项目案例展、联合展等活动陆续于 2017 年 9 月 9 日开始展出，与各项活动的实施方案计划的日期一致。

根据评分标准：通过工作方案、工作进度、媒体报道等核实项目进度是否按照时间节点执行。全部符合得 2 分，每有一项不符合，扣 0.5 分。

经评定，其他项目开展及时性指标实得 2 分。

(2)C2 项目效益

针对项目效益，我们设计了 C21 项目社会影响、C22 项目持续影响力、C23 项目满意度 3 个三级指标。

①C21 项目社会影响。标准分值 15 分，实得分 13.45 分。

包括 C211 项目社会参与度、C212 艺术季魅力值、C213 项目与城市建设发展的关联度、C214 项目的国内外影响力 4 个四级指标。

I、C211 项目社会参与度。标准分值 4 分，实得分 4 分。

该指标考察反映本项目展览社会公众参与程度。

2017 空间艺术季主展览于 2017 年 10 月 15 日正式对外开馆，2018 年 1 月 15 日闭幕，展期内公众开放运营共 81 天（含双休日 27 天，元旦假日 1 天，工作日 53 天）。经查阅工作总结报告，共有 133953 人参观了展览，主展览日均参观人数=主展览期间累计参观人数÷主展览对公众开放天数=133953÷81=1654 人≥700 人。

根据评分标准：主展览日均参观人数≥700 人得 4 分；700<主展览日均参观人数≤600 人得 3 分；600≤主展览日均参观人数<500 人得 2 分；500≤主展览日均参观人数<400 人得 1 分；主展览日均参观人数<400 人得 0 分。

经评定，项目社会参与度指标实得 4 分。

II、C212 艺术季魅力值。标准分值 4 分，实得分 3.53 分。

该指标考察被调查游客参加下一届空间艺术季活动的意愿。

经对参展公众问卷调查统计：

调查对象	题号	调查内容	发放数量	回收数量	有效回复	A.相当愿意		B.比较愿意		C.愿意		D.不愿意		E.相当不愿意	
						数量	百分比	数量	百分比	数量	百分比	数量	百分比	数量	百分比
参展公众	6	您是否愿意参观下一届上海城市空间艺术季?	421	421	421	275	100.00%	81	80.00%	59	50.00%	6	30.00%	0	0.00%
汇总			421	421	421	275	275.00	81	64.80	59	29.50	6	1.80	0	0.00%

经计算得分 = $((275 \times 1.0 + 81 \times 0.8 + 59 \times 0.5 + 6 \times 0.3 + 0 \times 0) / 421 \times 100\%) \times 4 = 3.53$

根据评分标准：魅力值 = \sum 样本数 (“相当愿意” $\times 1.0$ + “比较愿意” $\times 0.8$ + “愿意” $\times 0.5$ + “不愿意” $\times 0.3$ + “相当不愿意” $\times 0$) / 总样本数 $\times 100\%$

项目得分 = 艺术季魅力值 \times 项目分值

经评定，艺术季魅力值指标实得 3.53 分。

III、C213 项目与城市建设发展的关联度。标准分值 4 分，实得分 3.42 分。

该指标考察本项目的开展与城市建设发展的关联度。

经对参展公众问卷调查统计：

调查对象	题号	调查内容	发放数量	回收数量	有效回复	A 关联密切		B 较为关联		C 关联一般		D 较不关联		E 不关联	
						数量	百分比	数量	百分比	数量	百分比	数量	百分比	数量	百分比
参展公众	1	您认为空间艺术季活动的开展与城市建设发展有关联吗?	421	421	421	229	100.00%	124	80.00%	61	50.00%	3	30.00%	4	0.00%
汇总			421	421	421	229	229.00	124	99.20	61	30.50	3	0.90	4	0.00%

经计算得分 = $((229 \times 1.0 + 124 \times 0.8 + 61 \times 0.5 + 3 \times 0.3 + 4 \times 0) / 421 \times 100\%) \times 4 = 3.42$

根据评分标准：关联度 = \sum 样本数 (“关联密切” $\times 1.0$ + “较为关联” $\times 0.8$ + “一般关联” $\times 0.5$ + “较不关联” $\times 0.3$ + “不关联” $\times 0$) / 总样本数 $\times 100\%$ 。

项目得分 = 关联度 \times 项目分值

经评定，项目与城市建设发展的关联度指标实得 3.42 分。

IV、C214 项目的国内外影响力。标准分值 3 分，实得分 2.5 分。

该指标考察反映本项目国内外影响程度。

经查阅会议记录，2017 年 4 月 26 日，第一次媒体通气会，邀请了 20 几家媒体，发布了主策展团队、主题、主展场等等内容；2017 年 9 月 29 日与中国上

海国际艺术节联合召开了艺术季节的推介会，主策展人和改造建筑师与媒体和市民见面互动；2017年10月15日，开幕当天召开新闻发布会，由市政府新闻办和促进中心共同邀请媒体，到场媒体超40家。主策展团队由斯坦法诺·博埃里教授（意）与李翔宁教授、学者方振宁领衔，联合冯路博士、郭晓彦馆长、张利教授及托马索·萨基（意）先生组成，还有一大批国内知名的艺术家作品参与艺术季展览。国内影响力达到目标的。

2017空间艺术季举办期间没有国外主要媒体对艺术季的举办进行报道；主策展团队由斯坦法诺·博埃里教授（意）策划，同时邀请了多个国家和个人参与艺术季展览。

根据评分标准：国内主要媒体报道得1分、国内知名专家作品参与展览得0.5分、省部级以上政府官员参观展览得0.5分，若无，则子项得分0分；国外主要媒体报道得0.5分、国外知名专家作品参展得0.5分，若无，则子项得分0分。。

经评定，由于没有国外媒体对2017空间艺术季的举办进行报道，故根据评分标准需扣0.5分。项目的国内外影响力指标实得2.5分。

②C22项目持续影响力。标准分值8分，实得分6分。

包括C221项目对区县开展艺术季品牌活动的引领作用、C222企事业单位参与艺术季活动的积极性、C223项目对提升城市空间品质的指导作用3个四级指标。

I、C221项目对区县开展艺术季品牌活动的引领作用。标准分值2分，实得分2分。

该指标考察反映通过本项目的艺术品牌活动的引领作用。

2017空间艺术季通过SUSAS学院举行了多场内容丰富的讲座、教育活动与论坛，从味道、空间、声音和影像几个方面分享各自的研究，多角度解读上海城市发展趋势。SUSAS高峰论坛暨世界城市日上海论坛分论坛举办，论坛主题为《连接—公共空间和公共艺术》，由2017上海城市空间艺术季主策展人李翔宁、方振宁共同主持，参展艺术家、策展人、学委会专家等发表了精彩的演讲。

“城市之光——艺术点亮生活”系列讲座活动。提出“周而复始”的展览主题，强调提升当代城市公共生活，人与自热、人与社会和谐互生与永恒发展的东方思想核心。

本届艺术季共有 6 个区县参与，充分调动了区县艺术品牌建设的积极性，对区县开展艺术季品牌建设起到了引领作用。

根据评分标准：通过对项目主管部门和实施部门访谈打分。达到目标得 2 分、基本达到得 1 分、未达到得 0 分。

经评定，项目对区县开展艺术季品牌活动的引领作用指标实得 2 分。

II、C222 企事业单位参与艺术季活动的积极性。标准分值 2 分，实得 2 分。

该指标考察反应通过本项目实施调动相关企事业单位参与艺术季的积极性的情况。

2017 年 11 月 7 日，市规土局发放《关于邀请参观 2017 上海城市可空间艺术季的函》，邀请了各区人大办公厅、各区政协办公厅、市发展改革委、市经济信息化等为等机关事业单位参观展览。

根据市公共空间促进中心“团体接待情况”统计，在主展览开展期间，共接待企事业单位多达 91 批次，其中包括挪威领事馆、市住建委、市交通委、泰州市规划局等。

根据评分标准：有市规土局发放给各事业单位的邀请文件得 1 分，没有得 0 分；企事业单位团体参与批次>80，得 2 分； $80 \leq$ 企事业单位团体参与批次<60，得 1 分；企事业单位团体参与批次 \leq 60，得 0 分。

经评定，企事业单位参与艺术季活动的积极性指标实得 2 分。

III、C223 项目对提升城市空间品质的指导作用。标准分值 4 分，实得分 2 分。

该指标考察反映通过本项目的实施对今后提升城市空间品质的指导作用。

2017 空间艺术季在徐汇区西岸进行“双向辐射”实践案例展，联动西岸艺术季内相关展览和公众活动，引发社会各界对滨水公共空间整治、历史工业遗存保护等问题的重视。徐汇区 T20 大厦“融汇贯通”实践案例展，通过作品展览和系列活动等形式，将徐家汇城市空间的实践案例和优秀作品进行展示，体现徐家汇的更新所带来的空间多样性，以及未来的可变性。

联合展第五届全国大学生公共视觉优秀作品双年展，力求体现上海独到的艺术前瞻性和国际包容度，把城市公共艺术需求和大学生的艺术梦想串联，搭建起城市公共空间与大学生艺术创造的沟通桥梁。

2017 空间艺术季项目实施对提升城市空间品质的途径具有明显的指导作用。但是对参展展品尚未落实保留与运用的相关措施，从而更好地提升城市品质空间。

根据评分标准：通过审核该项目的具体实施过程，以及对主管部门和实施部门访谈打分。项目对提升城市空间品质的途径具有指导作用得 2 分；通过艺术季的实施长期保留一批提升公共空间品质的作品得 2 分。

经评定，项目对提升城市空间品质的指导作用指标实得 2 分。

③C23 项目满意度。标准分值 13 分，实得分 12.91 分。

包括 C231 主管单位满意度、C232 专业人士满意度、C233 社会公众满意度 3 个四级指标。

I、C231 主管单位满意度。标准分值 5 分，实得分 5 分。

该指标考察反映主管单位对本项目的满意度。

通过访谈了解到，项目主管单位对于项目立项、资金预算、项目实施、项目成果满意。

根据评分标准：通过对项目主管部门访谈打分。满意得 5 分、较满意得 3 分、基本满意 2 分、较不满意得 1 分、不满意得 0 分。

经评定，主管单位满意度指标实得 5 分。

II、C232 专业人士满意度。标准分值 5 分，实得分 5 分。

该指标考察反映专业人士对本项目的满意度。

经对专业公众问卷调查统计：

调查对象	题号	调查内容	发放数量	回收数量	有效回复	A 会推荐		B 不会推荐	
						数量	百分比	数量	百分比
参展公众中从事规划、建筑、艺术类专业专业人士	5	您参观完展览是否会主动推荐家人和朋友？	226	226	226	226	100.00%	0	0.00%
汇总			226	226	226	226	226.00	0	-

经计算得分 = $((226 \times 1.0 + 0 \times 0) / 226 \times 100\%) \times 5 = 5$

根据评分标准：满意度 = $\frac{\sum \text{样本数} (\text{“会推荐”} \times 1.0 + \text{“不推荐”} \times 0)}{\text{总样本数}} \times 100\%$

项目得分 = 项目满意度 × 项目分值。

经评定，专业人士满意度指标实得 5 分。

III、C233 社会公众满意度。标准分值 3 分，实得分 2.91 分。

该指标考察反映反映社会公众对本项目的满意度。

经对参与公众问卷调查统计：

调查对象	题号	调查内容	发放数量	回收数量	有效回复	A 会推荐		B 不会推荐	
参展公众	5	您参观完展览是否会主动推荐家人和朋友？	421	421	421	409	100.00%	12	0.00%
汇总			421	421	421	409	409.00	12	-

经计算得分 = $(409 \times 1.0 + 12 \times 0) / 421 \times 100\% \times 3 = 2.91$

根据评分标准：满意度 = $\sum \text{样本数}(\text{“会推荐”} \times 1.0 + \text{“不推荐”} \times 0) / \text{总样本数} \times 100\%$

项目得分 = 项目满意度 × 项目分值。

经评定，社会公众满意度指标实得 2.91 分。

四、主要经验及做法、存在的问题和建议

(一) 主要经验及做法

通过城市大事件促进城市更新，激活城市复兴地区的活力，是国际上各大全球城市的惯例和经验，是一种有效的城市营销方式，如举办各类文化艺术活动。通过持续性的活动举办，有利于进一步提高上海城市的国际化水平，落实打造上海品牌的战略。同时有别于其他已有的城市大事件，上海城市空间艺术季是为进一步促进上海的转型发展，提升城市公共空间品质，推动城市更新工作开展而设立的。艺术季注重城市更新的实践性，通过“展览与实践”相结合的方式，将城市建设中的实践项目引入展览，将展览成果应用于城市建设中的实践项目。

第一届 2015 上海城市空间艺术季激活了全市多片城市更新地区的活力，各项实践案例获得了行业内的高度关注和肯定。如主题活动在徐汇区西岸艺术中心成功举办，突出其文化特色定位，为打造“西岸文化长廊”打下了坚实的基础；历史风貌街区实践案例展促进了区域业态提升，实现了其自身公共空间与城市共享；“重新装载”陆家嘴老白渡码头城市更新实践案例展有效地推动了公共文化场所“艺仓美术馆”的建设；“古镇·新场：回归传统与自然”浦东新场实践案例展提升了新场古镇在历史保护领域的知名度。

本届 2017 上海城市空间艺术季则更加加强了活动的立意，更加面向公众。举办的一系列的活动，包括主题活动、实践案例展和联合展等，获得了社会各界的

热烈支持和积极参与，在受到业界较高评价的同时，更激发市民对城市公共空间的热情参与和高度关注，激活点亮了沉寂多时的民生码头地区，生动诠释了两岸贯通的重大意义。同时，活动通过宣传推广，进一步树立了 SUSAS 品牌形象。

具体经验如下所述：

1、探索公众参与的多种形式和多种渠道，扩大和深化宣传

以为公众提供“城市是可阅读的”中基本的“阅读”技能为目标。转变城市规划管理的理念，体现“服务型”政府的特色。通过丰富而又具有价值的公众活动内容，使参与者收获阅读城市的经验，从各个方位加深其对城市公共空间这一领域的基本认知。同时，通过活动的趣味性和高频次的曝光量及活跃度，进一步提高艺术季的影响力，宣传城市规划及其管理的先进理念，提升公众有关城市空间的艺术修养。

2017 空间艺术季活动辐射人群更广，体验更丰满，突出公众活动的可参与性。如将活动与空间紧密结合，举办定向和漫步活动，带领公众亲身体会城市空间的意义；与国际艺术节等活动互动，尝试艺术表演与公共空间结合，丰富城市空间的内涵；借助互联网新媒体，尝试学术论坛活动现场直播，实现跨时空共享。

2、聚焦城市公共空间，注重城市更新实践

以推进公共空间的更新实践作为空间艺术季有别于其他相似活动的独特标志，持续进一步树立品牌形象。

一是聚焦城市公共空间，2017 空间艺术季增加室外展示场地面积，以容纳更多室外公共艺术作品，为便于市民观展，提升观展效果，突出公共空间和艺术结合对“提高城市空间品质”的贡献。

二是注重城市更新实践，活动选址本身就推动了城市更新，提倡城市公共空间的提升，以实地展示城市更新的建设成果作为出发点，而且该成果本身就是活动的主要展示对象。如主题活动选址结合两岸贯通，推动了民生码头地区转型发展，八万吨筒仓改造作为工业遗产改造再利用的实践成果，是艺术季期间最为重要的艺术作品。

3、初步构建多领域交流平台，培育形成 SUSAS 品牌

城市规划管理工作涉及多领域的交融。艺术季活动致力于打破行业壁垒和工作瓶颈，以开放的格局，面向生态、社会、经济、艺术、建筑、景观和规划等

多个领域，打造城市空间艺术领域研究及实践经验交流的平台，从而触发专业人士创作和开展更具创新精神的城市建设实践。

同时，发挥平台的公共教育作用，通过一系列论坛、讲座和市民体验、参与活动等，架起专业学者、政府管理者和广大市民间的桥梁，强化教育科普功能，带领公众更加了解城市规划，感染和激发市民更多地关注城市、公共空间和公共艺术的相关知识，并参与到城市更新中，进而引发市民社会的认同感和归属感。

2017年空间艺术季策展人、参展人、参观者和活动参与者涉及社会各个行业，人员职业类型、关注领域、来源地等都较上一届更加趋于多元。同时，通过资源累积和整合，推出了类型多样、常态化运作的“SUSAS学院”品牌活动。

(二)存在的问题

1、对参展作品的推广运用未制定相关措施和办法

对于参展主题活动和实践案例展示活动的城市公共空间，有待形成推广运用的说明材料，并形成相关的展后管理措施和办法，从而有效地对各实践成果进行管理，持续地发挥其积极的社会效应。对于参展的各项艺术展品等，在展览结束后都被撤离，建议形成一定的促进机制，从而调动和激励市场积极性。

2、部分合同尚未执行

截止2018年4月30日，2017空间艺术季项目实际支出1,736.63万元，预算执行率为96.48%，艺术季主展览、案例展的画册设计与出版等项目需延期完成，涉及项目金额为63.37万元。

3、相关核心业务制度不够健全

上海城市公共空间设计促进中心制定了《上海城市空间艺术季项目市级财政专项资金管理规定》，其中包括管理职责、预算编制和调整、预算执行、合同管理、预算监督等财务管理制度。同时针对2017空间艺术季项目制定有详细的工作方案、工作例会制度、活动安排时间节点表等，但对2017空间艺术季项目未形成核心业务管理制度，未建立艺术季作品质量标准、安全保障方案等形成相关业务制度和规定体系，应进一步完善。

4、财务核算有待规范

上海城市公共空间设计促进中心对项目中组织管理费70万元未按项目单独核算，与其他项目一并计入“其他应付款-其他”核算，对这部分的项目预算经费的使用未完整体现专款专用。

(三)建议和改进举措

1、建议重视对参展艺术作品的展后运用，为提高城市品位，对社会城市空间发展与革新起到更积极和促进的作用。

2、建议在预估分析各项目的完成时间节点与进度的前提下，合理安排预算和绩效目标，不断积累经验，多借鉴国内外先进经验，加强业务研究和项目管理，不断提高分析和评判能力，减少项目延期的状况。

3、建立健全各项业务管理制度，建立相应的岗位责任制，进一步完善空间艺术季项目的核心业务管理制度，确保二年一次的艺术季顺利开展。

4、建议市公共空间设计促进中心加强会计核算，对项目资金设立辅助明细账进行核算，以对项目整体预算执行情况全面掌控，确保项目资金专款专用。

财政支出绩效评价评分表

绩效项目名称：2017上海城市空间艺术季项目

项目主管部门：上海市规划和国土资源管理局

项目单位：上海城市公共空间设计促进中心

项目具体实施单位：上海城市公共空间设计促进中心

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	细化权重	得分	
A项目决策	10	A1项目立项	6	A11战略目标适应性	2	2	
				A12立项依据充分性	2	2	
				A13项目立项规范性	2	2	
		A1指标小计				6	6
		A2项目目标	4	A21绩效目标合理性		2	2
				A22绩效指标明确性		2	2
A2指标小计				4	4		
A类指标小计					10	10	
B项目管理	25	B1投入管理	6	B11预算执行率	4	3	
				B12资金到位及时率	2	2	
		B1指标小计				6	5
		B2财务管理	9	B21财务制度健全性		4	4
				B22财务监控有效性		5	4.5
		B2指标小计				9	8.5
B3项目实施	10	B31项目管理制度的健全性		5	3		
		B32项目管理执行的有效性		5	4		
B3指标小计				10	7		
B类指标小计					25	20.5	
C项目绩效	65	C1项目产出		C111主展览策划组织完成率	6	6	
				C112SUSAS学院及公众活动策划组织完成率	3	3	
				C113项目宣传渠道完成率	3	2	
				C121主要展览作品质量达标率	5	5	
				C122艺术季组织服务质量	5	5	
				C131主展览开幕及时性	3	3	
				C132展览举办期间合理性	2	2	
		C133其他项目开展及时性	2	2			
		C1指标小计				29	28
		C2项目效益		15	C211项目社会参与度	4	4
					C212艺术季魅力值	4	3.53
					C213项目与城市建设的关联度	4	3.42
					C214项目的国内外影响力	3	2.5
				8	C221项目对区县开展艺术季品牌活动的引领作用	2	2
C222企事业单位参与艺术季活动的积极性	2				2		
C223项目对提升城市空间品质的指导作用	4				2		
13	C231主管单位满意度	5	5				
	C232专业人士满意度	5	5				
C233社会公众满意度	3	2.91					
C2指标小计				36	32.36		
C类指标小计					65	60.36	
得分总计					100	90.86	