

财政项目支出绩效自评表
 （2024 年度）

项目名称		艺术传承发展项目					
主管部门		中国共产党上海市委员会宣传部		实施单位	上海沪剧艺术传习所 （上海沪剧院）		
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	1,309.03	1,309.03	1,302.74	10.00	99.51	9.95
	其中：当年财政拨款	634.53	634.53	628.24	-	99.00	-
	上年结转资金	0.00	0.00	0.00	-	0.00	-
	其他资金	674.50	674.50	674.50	-	100.00	-
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况			
	弘扬海派文化，传播沪剧艺术，满足公众文化需求。作为上海唯一的本土地方戏剧种，上海沪剧院将以“上海的声音”这一标志性品牌进行推广，激发沪剧的创造活力，弘扬优秀传统文化，充分凸显红色文化、海派文化、江南文化特色，用上海的声音讲好中国故事。重点围绕“演出、创作、跨界、节展、新媒体、人才、传承”这七要素推动沪剧“沪剧-上海的声音”品牌发展，用传统、正宗的城市本土方言文化展现上海特色、中国故事、时代精神。 年度 目标：2024 年度将完成 1 部新创大戏的打磨上演，完成传承复排剧目 2 台，完成 190 场演出。维持“沪剧传习所（汾阳路）物业管理的及时、有效、并完成相关的考核要求；从而使得物业管理管理有序、财产和演出人员的人身安全得到有力保障。			上海沪剧院充分发挥文艺院团特色，深入挖掘演艺资源，积极开展演出活动。2024 年上海沪剧艺术传习所（上海沪剧院）共创作大型剧目一台：沪剧《苏河十八湾》；复排经典保留剧目 2 台：《芦荡火种》《日出》（环境式）；小戏 2 部：《探情》《家·凤殇》。2024 年上海沪剧院全年完成演出场次 254 场，其中本市演出 233 场（含五个新城演出 83 场）、国内外巡演 21 场；本市专业剧场演出 58 场，演艺大世界演出 68 场，下基层 112 场，学生场 15 场。线上演出：沪剧院官方抖音号、视频号共发布作品 28 个，演员个人抖音账号发布作品 142 个，抖音全年播放量为 46.82 万次。沪剧院公众号共发布 63 篇，总阅读量 15.39 万。			
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	成本测算合理性	合理	达成指标	5.00	5.00	
产出 指标	数量指标	沪剧演出场次	≥190.00(场)	254.00(场)	10.00	10.00	
		沪剧创作大戏	≥1.00(部)	1.00(部)	10.00	10.00	
	质量指标	演出上座率	≥85.00(%)	85.00(%)	10.00	10.00	
		演出质量保障性	可控	达成指标	15.00	12.00	需要精益求精
		物业考核良好率	≥90.00(%)	95.00(%)	5.00	5.00	
	时效指标	剧目创排工作及时率	良好	达成指标	5.00	4.00	部分项目申请了延期
效益 指标	经济效益 指标	演出收入	≥819.95(万元)	846.16(万元)	10.00	8.00	
	社会效益 指标	公益场（含学生场、下社区）完成率	≥90.00(%)	100.00(%)	10.00	10.00	
	可持续影响 指标	剧院人才培养稳定性	稳定	达成指标	5.00	5.00	
满意 度指 标	服务对象 满意度指标	观众满意度	≥85.00(%)	85.00(%)	5.00	5.00	
总分					100	93.95	
评分等级		优					