

苏州市级财政支出项目绩效自我评价报告

苏州市级财政支出项目绩效自评表						
项目名称		美术馆、名人馆、文化馆展演及公教等活动经费			项目年份	2025
项目主管部门(单位)		苏州市公共文化中心				
市级预算执行情况(万元)	年初预算数	当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数		财政拨款数	指标结余数	指标结余收回数
	60			60	0	
市级财政资金使用情况(万元)	财政拨款数	实际支付数	资金结余、结转数	其中：		
				结转数		财政收回数
	60	60	0			
项目资金构成（详细列出各子项目名称和金额）						
子项名称		调整预算数（万元）		实际支出数（万元）		
合计		60		60		
美术馆管理部展演及公教等活动经费		15		15		
文化馆管理部展演及公教等活动经费		15		15		
开放服务部展演及公教等活动经费		15		15		
名人馆管理部展演及公教等活动经费		15		15		
项目	类别	指标名称	目标值	权重	实际完成值	自评分
项目绩效实现情况（72分）	决策目标	立项依据充分性	充分	0.5	100%	0.5
		立项程序规范性	规范	0.5	100%	0.5
		绩效目标合理性	合理	0.5	100%	0.5
		绩效指标明确性	明确	0.5	100%	0.5
		预算编制科学性	科学	0.5	100%	0.5

		资金分配合理性	合理	1	100%	1
	过程目标	预算执行率	=100%	8	100%	8
		资金到位率	=100%	0.5	100%	0.5
		资金使用合规性	合规	2	100%	2
		制度执行有效性	有效	2	100%	2
		管理制度健全性	健全	1	100%	1
	产出目标	举办活动类型数量	=18 种	6.25	18 种	6.25
		文创数量	=3 件	6.25	3 件	6.25
		顺利举办活动情况	顺利	6.25	100%	6.25
		活动举办及时性	及时	6.25	100%	6.25
	效益目标	参与人次	>=550 人次	10	620 人次	10
		文化活动推广情况	>=17 次	10	30 次	10
	满意度目标	活动服务对象满意度	>=90%	10	90%	10
	合计					72

填表说明：1. “年初预算数”填预算批复数；“当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数”填当年使用上年结余、结转数以及追加或追减预算数；“财政拨款数”填财政部门实际拨付的款项数；“实际支付数”填资金实际支付到最终使用者的数额；“结转数”填结转以后年度使用的资金数；“财政收回数”填财政部门收回的资金数。指标结余数=年初预算数+当年使用上年结余、结转及当年预算追加追减数-财政拨款数；计划结余数=财政拨款数-实际支付数=计划结转数+财政收回数。**2.** “决策”、“过程”类指标每个指标的权重值固定，“产出”、“效益”、“满意度”指标权重值是根据指标数量将每类指标总分值分摊到各项指标，即各项指标分值=每类指标总分值/该类指标个数。**3.** 各项数据采集的时间节点均为 2025 年 12 月 31 日。**4.** 定性指标根据实际情况按照 100%、80%、60%、40%、20%、0 六级权重予以评分。定量指标评分规则：“产出”类每项指标的实际完成值对应预期设定的目标值，完成 100%~130%得权重值满分，超过 130%的每超过 1%扣权重值 1%；“决策”、“过程”、“满意度”类指标以 100%为满分；“效益”类每项指标的实际完成值对应预期设定的目标值，完成 100%~200%得权重值满分，超过 200%的每超过 1%扣权重值 1%；五类指标的所有指标实际完成值每低于目标值 1 个百分点相应扣减权重值的 5%；某项指标无法提供具体数值，且无说明，得 0 分。

项目基本情况

项目概况	苏州美术馆自 2011 年新馆建立以来，始终坚持“以美育人、以美化人”的美育理想，根植于本土文化沃土，不断探索公共教育在新时代的多元形态。结合当季展览、我市传统非遗项目与传统节日，我馆孕育了“美术馆里的美术课”“阳光美育计划”“开门迎课”“未成年人社会实践专题活动”等一系列涵盖馆内馆外、线下线上的特色公教品牌项目。苏州市文化馆推出的“美育大学堂”旗舰项目，“品苏·夜课堂”创办于 2022 年，将艺术普及、人文教育、市民素养提升融于一门门课程之中。聚焦下班后时段，充分满足“上班族”多样化的文艺充电、生活社交需求，让年轻人的工作日生活更美好。名人馆用名人资源服务公众、提升文化素养。开放服务部通过对中心开放场馆（含观众服务中心）室内外展示及时更新升级，为观众营造安全、有序、友好、整洁的参观环境，提升中心对外开放水平；通过加强开放服务岗位系统培训，提升总体服务水平，打造标准化、满意化、精细化的服务准则。
项目总目标	传扬名人精神，深耕传统文化，持续深化公共教育与社会影响；为观众营造安全、有序、友好、整洁的参观环境；让“美”的教育不局限于课堂、不局限于专业，成为人人可及、人人可享的公共文化资源；从儿童到长者，从社区到高校，从传统绘画到虚拟创作，不断拓展艺术教育的边界，让美育的种子在更广袤的社会土壤中生根发芽；进一步丰富高品质公共文化服务供给，用“闲暇美育”的公共文化服务新方式，不断培育创新土壤，让优质文化资源直达基层，充分满足市民多层次文艺充电、生活社交需求。
年度绩效目标	全面提档升级美育能力。推进全民艺术普及，提升市民文化艺术素养，高度重视青少年儿童美育工作，不断深入打造“品苏·美育”系列特色公共教育活动，全年组织实施不少于 20 场：举办“美术馆里的美术课”、“艺生活”、“未成年人社会实践专题”等普惠大众的美育活动，全年组织实施不少于 8 场；以低幼儿童及青少年为主要服务对象的“亲子工作坊”（含“一米绘”“绘本驿站”及“微展厅”）美育活动，全年组织实施不少于 4 场；充分采用“融合教育”继续重点打造针对特殊人群的“苏州美术馆阳光美育计划”，全年组织实施不少于 4 场；持续推动“开门迎课”项目服务距离苏州美术馆较偏远的苏州市各区范围的市民不少于 4 场。品牌活动全年完成不少于 24 场/次，配合市委宣传部、市文明办，完善苏州市名人馆“爱国主义教育基地”、“时代精神教育基地”、“未成年人社会实践基地”专题活动不少于 12 次，开展好苏州名人专题巡展和教育活动，组织到社区、青少年活动中心和学校等地开展相关专题巡展及活动 8 场以上，开展“走读苏州”研学活动不少于 4 场，策划开展“我们的‘清嘉录’”主题公教全年 12 场。提升中心对外开放水平。全市联动，全行业参与，确保优质文化资源能够直达基层，惠及广大市民。
项目实施情况	美术馆：馆内公教活动 54 场，分别是：“美术馆里美术课” 18 场；“艺生活”共 11 场；“未成年人社会实践专题”苏州美术馆文明小义工志愿导赏岗前培训共举办了三期 7 场活动（寒假期间举办 2 场，2025 年上半年举办 4 场，暑假期间举办 1 场）。“亲子工作坊”活动 14 场；“阳光美育计划”活动及展览共 4 场；另举办馆外“开门迎课”展课结合“颜文樑艺术观巡展”六场，配套馆外展览提供 6 场馆外油画棒教学活动。在《中国艺术报》、《文旅中国》、《光明日报》等媒体上进行宣传推广 6

	次，活动对象满意度较高。名人馆：品牌活动深度融合传统文化与红色教育：“我们的清嘉录”系列紧扣二十四节气，全年不间断开展压岁盘、端午、重阳等主题活动，已成为深受青少年喜爱的传统文化实践课堂。“走读苏州”研学活动聚焦寻访红色地标，成功将名人故事、革命历史与实地探访相结合，践行爱国主义教育基地的社会职能。馆校、馆社合作巩固拓展：“萤火虫儿飞”青少年实践活动在寒暑期常态化开展，招募学生志愿者超 80 人次，为未成年人提供了持续的社会实践平台。“红领巾讲解员”项目与“共建学校”深度合作，学生经培训后为来馆观众提供讲解服务，开创了“学生教学生”的社教新模式。全年新增多所馆校共建单位，并持续开展名人巡展巡讲进社区、进校园活动，有效拓宽了服务覆盖面与提高了影响力。文化馆：苏州美育大学堂“品苏·夜课堂”结合广大市民的需求，苏州市文化馆携手全市各县（区）文化馆联合筹备了近 100 门丰富多元的课程，教学点位遍布苏州全域，打造“市级引领+板块联动+全市 N 个教学点位”的苏州“市民夜校”总体格局。与常熟、昆山、吴江、太仓、吴中、相城、高新 8 馆联动，让市民群众在家门口就能享受到更加多元、更高品质、更可持续的公共文化服务。开放服务部：顺利完成活动，举办及时，参与人次达到预期目标，活动服务对象满意度符合指标，年度目标达成。
项目管理成效	本年度美术馆公教工作有所创新，结合展览内容引入 VR 虚拟绘画项目，拓展美育形式；举办公教展览，总结十多年的公教工作经验，探索公教未来发展走向。同时，大幅增量导赏工作，以量提质，拓展服务受众，提高服务质量。名人馆开展的公教活动，形式多样，内容丰富。根据不同学段学生的特点开展的未成年人体验课程，吸引了广大学生参加。“听老苏州讲苏州名人故事”结合互动环节，加强了同学们的参与感、体验感。配合院士展览策划推出的巡展巡讲和专题活动，面向本地市民、外地游客及大中小学校学生等，扩大了活动的覆盖面。新公教“我们的清嘉录”传播类名人文化与传统文化。开放服务部重视对外开放区域的管理、接待和观众引导工作，营造安全、有序、友好、整洁的参观环境，不断规范服务程序、服务承诺、服务言行，提升中心对外开放水平。文化馆以“江南艺周末”课程作为“美育苏州”文化惠民工程成功入选 2025 年苏州市民生实事项目，切实满足了群众多样化的文化艺术需求。
项目管理存在的问题及原因	美术馆在公教活动开展过程中，在宣传上仍需加大力度，社会影响有待提高。主要原因是经费预算非常紧张，文旅融合不够，还没有充分引入社会资本参与项目的策划与实施。名人馆开展的公教活动对公众尤其是青少年群体需求量大，我馆目前人手有限，缺乏专业人员立足本馆资源开发生动有趣的活动内容和形式。馆内开展的公教活动大多需要各展厅多媒体互动项目的配合。随着开馆年数的增加，展厅内一些多媒体展项无法开启或互动，较为影响活动人员的体验感。缺乏对公教活动结束后相关后续工作的反馈和整理。文化馆项目整体推进有序，但在细节管控上仍有不足，常态化督导和量化评估机制可进一步健全。
进一步加强项目管理的建议	合理配置人员资源。根据项目需求，合理安排分工，加强相关人员的培训和学习。重视馆内多媒体设备的日常维护，及时发现问题，与维保人员沟通。公教活动后积极收集参与者的意见和建议，与活动相关工作人员、志愿者一起总结活动中存在的问题，总结经验，改进不足。加强与

	社会平台和公众机构的合作，减少单打独斗的行为，以合作代替自主策划；在活动经费中增加在宣传推广上的资金投入，扩大影响力。加强与行业协会及社会优质机构的紧密合作，凝聚各方力量，形成强大合力，进一步提升项目的影响力和认可度。
--	--