

项目支出绩效评价报告

项目名称：2024 年普陀区产业活动工作经费

项目支出绩效评价

项目单位：上海市普陀区文化和旅游局（本级）

主管部门：上海市普陀区文化和旅游局

委托单位：上海市普陀区财政局

评价机构：上海熙邑管理咨询有限公司

二〇二五年七月

● 评价机构：上海熙丞管理咨询有限公司

单位地址：上海市闵行区园文路 28 号世宏金源中心 322

邮政编码：201199

统一社会信用代码：91310112MA1GB264XK

● 评价机构负责人：卢志华

联系方式：158 0059 4368

● 项目主评人：秦媛珂

联系方式：183 0215 3565

● 评价报告撰稿人：王 泉、雷欣桐

联系方式：198 2182 3475、166 0273 4369

目 录

前 言.....	1
摘 要.....	3
正 文.....	13
一、基本情况.....	13
（一）项目实施背景	13
（二）实施内容	19
（三）业务管理	32
（四）资金安排及执行情况	41
（五）项目绩效目标	45
二、工作开展情况	48
（一）分析目的、对象和范围	49
（二）分析思路 and 关注点	49
（三）分析方法	54
三、评价指标体系	58
（一）指标设计思路 and 依据	58
（二）权重设置 and 评分方法	60
四、评价结论及绩效分析	63
（一）评价结论	63
（二）绩效分析	66
五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析	82
（一）主要经验及做法	82
（二）存在的问题以及原因分析	84
六、有关建议	86

前 言

为深入贯彻落实《中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34号）、《国务院关于进一步深化预算管理制度改革的意见》（国发〔2021〕5号）要求，进一步加强成本预算绩效管理，依据《上海市市级财政支出成本预算绩效分析操作指引》《上海市市级财政项目成本预算绩效分析操作指引（试行）》（沪财绩〔2025〕8号）《上海市普陀区2025年度成本预算绩效管理提质增效工作方案》（普财发〔2025〕5号）等文件要求，上海熙丞管理咨询有限公司（以下简称“熙丞公司”）受上海市普陀区财政局（以下简称“区财政局”）委托，我司成立评价工作小组，通过对项目资金使用情况核查、项目数据采集、实地踏勘、对相关部门进行访谈、社会调查等必要的评价程序，运用绩效原理和统计方法，在梳理、分析评价数据资料的基础上，形成本评价报告。

摘 要

一、项目概述

为加快推进区域内文化创意产业的发展，以促进区域经济转型，吸引优质企业入驻普陀区，进一步推动形成规模以上文化创意产业集群，普陀区根据《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》《上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金管理办法》等文件精神，制定《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》（普文旅规范发〔2021〕4号）¹，重点聚焦数字广告、游戏电竞、影视演艺、创意设计产业发展。并通过举办产业活动的方式进一步扩展数字广告、游戏电竞、影视演艺三项重点发展产业，以发挥政府资源整合力，协调区域发展需求，激发市场活力。

基于上述背景情况，普陀区文化和旅游局（以下简称“区文旅局”）继续开展产业活动工作经费项目，通过购买第三方专业服务，以保障活动各个环节实施与落地，同时区文旅局在活动举办各个阶段协同完成宣传推广等业务，以发挥政府资源整合等职能，助力产业活动的高质量完成。项目囊括影视演艺、游戏电竞以及数字广告（即 MCN²）三项产业，联合上海市委 XX 部、上海市 XX 局、上海市 XXXX 会，协同开展上海国际电影节（未来影院）、电竞上海全民锦标赛、上海国际 MCN 大会三项产业活动，上述活动分别于 2018 年、2020 年以及 2022 年起办，立项目的为提升普陀“半马苏河”

¹ 本文件有效期至 2024 年 12 月 31 日，由《普陀区加快发展文化创意产业实施意见》（普文旅规范发〔2024〕2 号）替代

² 多频道网络（Multi-Channel Network, MCN）是与内容创作者合作或直接生产各种独特内容的任何实体或组织。

文化文旅 IP 在全市甚至全国的影响力。从项目成效上，2024 年普陀区广告业营收增幅在 22%左右，营收数据持续增长且增速较高，其中文化体育行业增速达到 32.5%，项目核心定位和价值定位是深化落实上海市与普陀区整体推动数字广告产业的发展。

项目 2024 年的年初预算安排为 1392 万元，调整后预算为 1140 万元，预算执行数为 1130.06 万元，预算执行率为 99.13%，其中重大产业活动经费 1049 万元，文创产业宣传推广对接、审计、监理、绩效评估等产业活动经费 81.06 万元。2024 年项目重大产业活动赛事整体合同金额为 1301 万元，其中，上海国际电影节合同金额为 630 万元，电竞上海全民锦标赛合同金额为 199 万元，上海国际 MCN 大会合同金额为 472 万元。

在活动举办成效上，电影方面，2024 年成功举办上海国际电影节“未来影院”系列活动，线上曝光量超 4300 万人次³，并聚集数百个行业影视与科技企业交流未来影视发展前景。电竞方面，2021 年至 2024 年每年均举办一次电竞上海全民锦标赛，赛事预热覆盖全上海，参与报名人员超过 3000 人，赛事持续 2 个月左右，期间线上曝光量超 3500 万人次。数字广告方面，区文旅局通过举办第三届上海国际 MCN 大会，发挥 MCN 作为数字广告和直播经济新业态“赋能千行百业”的重要作用，线上曝光量约 1400 万人次。近年来产业活动的覆盖人群和企业数量不断提升，活动宣传力度不断增强，但在产业活动辐射人群和宣传传播成效上仍存在较多提升

³ 线上曝光量是指，在指定时间段内活动目标人群在使用线上社交软件时活动宣发内容出现的次数。

空间。

二、评价结论和绩效分析

（一）评价结论

评价小组根据设计的评价指标体系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、问卷调查及访谈，对 2024 年普陀区产业活动工作经费项目绩效进行客观评价。最终评价得分为 89.9 分，评价等级为“良”。

（二）绩效分析

在项目决策方面，项目立项均根据上海市以及普陀区相关政策文件要求，且与普陀区文旅局职责高度契合，无同类型重复项目，政策依据充分。在立项程序上，三个子项目均按经常性常规项目流程执行，但绩效目标设计存在优化空间，预算编制本身符合政策要求，内容细化至单价与数量，与项目匹配度较高。但在绩效目标设置上，尽管项目设置了数量、质量、时效等基础指标，但部分目标值设定与业务实际情况较为不符，未完整反映实际预期效益。同时，绩效指标量化程度不足，绩效目标未针对关键环节设计量化指标，弱化预算执行的约束效力。

在项目过程方面，预算执行与资金管理成效较好。2024 年项目预算执行率达 99.13%，符合 $\geq 95\%$ 的考核标准。资金使用规范，财务制度健全。合同管理严谨，采购方式合规，单一来源采购均在合同中说明依据。然而绩效管理制度未完全执行，在业务环节缺乏成文制度。具体表现为：未建立服务单位监管制度文件，项目实施过程中未设置考核台账，导

致业务管理健全性不足。虽财务控制有效，但业务全流程的标准化、制度化建设需进一步加强。

在项目产出方面，在产出数量上，上海国际电影节展映 26 部主题作品、举办"科技+文商旅"洽谈会并完成 10 个合作项目；全民电竞锦标赛吸引 3128 人报名，418 家媒体参与推广；MCN 大会汇聚 2000 余家企业，促成 40 余项合作。在质量与时效方面：在活动主题契合度、宣传渠道多样性、安全零事故率均达标完成，同时活动各个环节均按时及时完成。此外，电竞锦标赛未能按计划邀请具有影响力的电竞俱乐部参赛，对活动热度提升受限；赛事仅在 5 个高粉丝量的账号推广，未完成 63 个账号的计划目标且活动线上阅读量未达 1000 万人次要求。

在产出效益方面，经济指标上，2024 年上海国际电影节和上海国际 MCN 大会的品牌效益均得到有效提升，曝光量、讨论度以及参与人数均有所上涨，本地企业参与度等指标均有所提升，但电竞上海全民锦标赛的品牌效益上涨情况未能有效提升，尽管整体曝光量人次达标，但因缺乏消费端反馈数据及头部资源参与，活动成效提升有限；同时缺少对服务供应商的质量考核制度。满意度方面，参与企业满意度为 92.26%，工作人员满意度 96.75%。

三、主要经验及做法

（一）主要经验及做法

1.MCN 产业国际化与生态构建成效显著

在 2024 上海国际 MCN 大会中，普陀区文旅局联合市级部门搭建政产学研协同的国际化交流平台。大会吸引了 2000 余位行业代表参会，150 余家 MCN 机构及 30 余家品牌方参展，覆盖人群约 3500 万人次。会上发布了《上海市推动直播经济高质量发展三年行动计划（2024-2026 年）》，明确提出至 2026 年实现直播电商零售额 6000 亿元、培育 10 家头部直播平台等目标。同时，牵头成立全国首个省市级"国际 MCN 发展与服务联盟"，首批吸纳 24 家成员单位（如 XX、XXX 等），并通过评选 46 家优秀 MCN 机构榜单强化行业标杆作用。此外，大会促成 30 余个合作项目落地，涵盖文商旅及品牌出海领域，并吸引 60 位国际行业领袖参与，为跨境合作奠定基础。

2.电竞产业规范与区域协同取得进展

第五届电竞上海全民锦标赛总决赛期间，通过统一参赛标准、办赛手段，以推动普陀区电竞类赛事标准化。活动期间，在活动现场设立电竞装备与文创展区，并邀请 XXXX、XX 等各类企业参展，成功吸引各类电竞爱好者参与赛前预热活动，提高赛事知名度。

3.影视科技融合与惠民体验实现突破

未来影院单元作为上海国际电影节的重要板块，通过沉浸式技术呈现四大主题数字内容（如《隐秘的秦陵》《三体 VR 体验版》等），打造国内最大数字化交互视觉展映平台。活动在普照金融广场举办 10 天，共开放 31 场次，累计观影人次达 1622 人（其中大麦平台核销 1298 人，特邀嘉宾 223

人，实体票观众 101 人），大麦评分达 9.1 分。活动设计突出惠民性，通过"科技+文商旅"消费场景推介会及 VR 音乐会等形式增强公众参与，同时严格管控票务核销与动线规划（如领导、嘉宾、媒体分设 6 条独立动线），保障运营效率与体验品质。

4.活动品牌辐射力持续提升，活动举办成效较为显著

部分活动品牌的影响力有所提升，MCN 大会响应上海建设"国际数字广告之都"的要求，活动期间集聚数字广告企业上千家；上海国际电影节未来影院单元则依托普陀金融广场艺术中心，通过电影+科技的模式提高活动创新程度，不断吸引电影与科技爱好者与相关企业参与活动，提高活动的影响力。

四、存在的问题及原因分析

1.电竞赛事缺少曝光转换率指标，成本收益转化不明晰

近三年电竞赛事的整体线上曝光量由 2021 年 1000 万线上曝光量上涨至 3500 万线上曝光量，但是缺少 2024 年线上曝光量投入后的收益性指标的完成情况，线上曝光量增高仅能代表投入相应成本完成不同平台的宣发量较多以外，无法完全代表该子项项目目标完成情况，即通过举办赛事以提升电竞相关产业影响力，缺少如话题热度、内容产出播放量以及宣发材料点击率等收益性指标，该子项缺少线上曝光量转换效益。此外，2024 年缺少赛事直播观看人数等指标的完成情况，成本收益转化不明晰。

2.电竞赛事未完成头部战队邀约，优质宣发完成度低

根据 2024 年该子项的计划实施方案，服务供应商计划邀请两支头部电竞战队参与赛事，同时拟计划在赛事前后在 63 个头部优质账号投放相关宣发材料，以提高该子项在赛前预热以及赛后的影响力，但评价小组通过查看完成情况后发现，该子项 2024 年未完成头部电竞战队邀约，同时仅完成 5 个头部、优质账号的投放工作。

3.项目绩效目标未细化，绩效管理体系有待完善

评价小组通过查阅项目绩效目标后发现，该项目未根据项目实际情况和业务特点设立可量化的绩效指标，如 2024 年项目中，产出数量指标中仅设置项目活动举办次数，未根据活动各项环节设计相应的绩效目标，如上海国际电影节活动每年合同中均设置有对《每日新闻》上应发两篇及以上报道，无法充分发挥绩效目标对预算编制执行的引导约束和控制作用。

4.业务管理机制不够完善，考核监督未能覆盖整个活动周期

当前区文旅局仅通过活动是否按计划和合同约定完成，以及活动结束后的审计环节对项目进行验收考核，缺失对各个活动的举办成效和执行过程的考核机制，一方面未对活动策划过程，活动执行以及活动成效等形成全流程的考核机制，导致“目标-考核-评估”的业务管理机制存在缺失。另一方面，预算单位未根据活动实际需要达成的成效（如活动传播度、活动影响力、参与活动企业满意度等）以及各项活动的关键环节必须达成目标（如活动初期的“参与活动人数”和“活动宣

传工作完成情况”等)形成考核指标评分体系。活动完成质量的保障体系需要进一步完善和优化,考核监督未能覆盖整个活动周期,且未形成考核记录台账,考核台账管理需要进一步优化。

五、有关建议

1.电竞活动增加消费端指标,提高与成本效益的匹配度

由于电竞活动主要是针对电竞爱好者和观赛观众,即主要针对消费端,为提高成本与效益之间的匹配度,建议在电竞赛事增加相关消费端指标,如在活动过程中增加关注官方活动赛事账号、公众号的环节,通过设立官方账号粉丝量增加指标以及公众号阅读转发量指标,衡量整体赛事举办过程的活动完成质量,同时要求服务供应商提供活动宣传视频后续播放量、转发量、线上全平台衍生创作内容等数据,并建立合适的指标与目标值,用消费端反馈衡量整个活动期间电竞活动宣传推广质量。

2.加强对活动策划的审核,提高活动实施的可行性

建议区文旅局在电竞上海全民锦标赛的实施过程中加强与电竞赛事服务供应商的协调工作,提高对活动策划的审核,综合考量各项活动实施难度,增加活动实施的可行性,并避免出现沉没成本。同时通过设置合适的考核机制,对服务供应商的活动实施过程中进行约束,例如要求其在赛事宣发过程中,提供符合电竞赛道的账号对活动的情况进行传播,并对不符合预期情况的设置相应的惩罚机制或者扣分机制。

3.设定合理且可量化绩效指标,使目标覆盖业务实际情

况

建议预算单位合理编制绩效目标申报表，严格按照申报表的格式填写，指标设置进一步分类、细化，完整体现项目实施目标，按照部门整体的重点工作内容和各个项目情况设置可量化绩效目标，如根据实际活动开展数量、活动按要求完成率、活动线上宣传曝光量，线下企业参与数量，线上直播有效观看人数等产出指标科学设置绩效目标，全面涵盖管理投入、产出、效益三方面的目标任务，通过针对性地量化指标，加强绩效目标管理，全面反映出项目各个活动的核心任务和活动完成。

4.增加对项目各项业务环节的管理机制，提高考核台账管理

建议区文旅局基于活动的各项实施环节以及历史完成情况，增加对各个业务环节的具体管理制度，如在活动前期宣传过程中，服务供应商应提供适合活动主题的活动策划方案，策划方案中应该包括活动期间的各项宣传推广方案、活动执行方案以及各类应急保障方案等。同时，区文旅局应基于以上方案设置相应的关键性指标，如电竞赛事报名人数、上海国际电影节和上海国际MCN大会企业参与人数等，在活动实行期间，监督服务供应商的完成过程，考核其是否根据活动策划方案以及工作计划的要求推动活动，并记录关键性指标的达成情况。并在活动完成后，综合考量活动各个阶段关键指标的完成情况，进行评分考核，并对各个环节记录相应的考核管理台账，不断完善项目的业务管理机制。

六、其他需要说明的情况
无。

正文

一、基本情况

（一）项目实施背景

1.项目背景

文化创意产业是指以科技创新为核心驱动力，以数字化转型为路径，以社会效益与经济效益统一为原则，在产业类型上涵盖数字内容、影视演艺、电竞游戏、创意设计、文化装备、艺术品交易等多元业态，并通过政策引导、财税支持、区域协同、知识产权保护等机制，构建具有国际竞争力和市场活力的现代文化产业体系。

上海市在文化创意产业布局上，通过中共上海市委、上海市人民政府在 2017 年发布《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》（2017）发挥市场在文化资源配置中的积极作用，推动影视、演艺、动漫游戏、网络文化、创意设计等重点领域保持全国领先水平，并要求在未来五年上海市文化创意产业增加值占全市生产总值比重达到 15% 左右，到 2030 年达到 18% 左右，到 2035 年全面建成具有国际影响力的文化创意产业中心。上海作为全国文化创意产业高地，在数字广告、电竞与电影三大领域协同发力。目前，上海在数字广告领域集聚超 2.4 万家机构，其中全国头部机构共有 17 家在上海，并不断推动“MCN+企业”跨境合作。电竞产业方面，上海凭借全球领先的用户规模，通过承办三类国际顶级电竞赛事，构建完整产业链。上海电影产业则通过 IP 全产业链开发、AI 技术赋能及沉浸式影旅融合项目，推动营收增

长超 143%并实现文旅消费创新突破。上海市通过政策扶持、资源整合及生态优化，推动产业向品牌化、国际化进阶。但目前，上海市仍然面临高端人才短缺与原创 IP 不足的挑战，在产业集中度上仍有进一步提升的空间，此外，在文化创意产业扶持的政府参与度上，各区域较多采取经济、税收、园区以及人才培养等多项经济政策扶持的方式，在政府公信力、企业产业创造以及群众对产业文化的需求三者之间尚未形成较为成熟的文化创意产业孵化模式。

普陀区为加快推进区域内文化创意产业的发展，以促进区域经济转型，吸引优质企业入驻普陀区，进一步推动形成规模以上文化创意产业集群，根据《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》《上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金管理办法》等文件精神，制定《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》（普文旅规范发〔2021〕4号），文件要求支持《上海市文化创意产业分类目录（2018）》中列明的行业，重点聚焦数字广告、游戏电竞、影视演艺、创意设计产业发展。并通过举办产业活动的方式进一步扩展数字广告、游戏电竞、影视演艺三项重点发展产业，以发挥政府资源整合力，协调区域发展需求，激发市场活力。目前，普陀区在以上三项产业中已具成效，文化创意产业作为普陀区创新驱动的重要引擎，基于"3+5+X"产业政策体系，成为服务业高质量发展的核心动力之一。在游戏电竞产业方面，集聚波克城市、耀竞文化等超 200 家网络游戏企业，2023 年产值超 300 亿元。区域内电竞馆每年举办赛事超 200 场，接

待观众超 25 万人次。电影产业方面，在阿里影业、淘票票等企业基础上，不断引入电影企业，已有多家企业参与热门影片出品发行。数字广告产业方面，普陀区作为上海数字广告产业标杆示范区，主动对接上海建设“国际数字广告之都”的战略目标，区域内已有上千家数字广告企业，全区规模以上广告企业营收近 300 亿元。普陀区通过积极探索“政府引导、市场运作、企业主体”的模式，通过举办产业相关活动的形式，以推动产业发展。

基于上述背景情况，为进一步提高活动举办效率和效益、推动活动模式创新和发展，普陀区文化和旅游局（以下简称“区文旅局”）继续开展产业活动工作经费项目，通过购买第三方专业服务，以保障活动各个环节实施与落地，同时区文旅局在活动举办各个阶段协同完成宣传推广等业务，以发挥政府资源整合等职能，助力产业活动的高质量完成。项目囊括影视演艺、游戏电竞以及数字广告（即 MCN⁴）三项产业，联合上海市委 XX 部、上海市 XX 局、上海市 XXXX 会，协同开展上海国际电影节（未来影院）、电竞上海全民锦标赛、上海国际 MCN 大会三项产业活动，以提升普陀“半马苏河”文化文旅 IP 在全市甚至全国的影响力。通过开展品牌活动的方式赋能产业发展，产业活动通过结合现有各类线上社交媒体平台的宣发模式，以打造高度集聚、持续增长的“新业态集群”，为企业和消费者提供更优质的服务，并依托活动向外界介绍普陀区产业发展优势，充分发挥活动溢出效应，实现活

⁴ 多频道网络（Multi-Channel Network，MCN）是与内容创作者合作或直接生产各种独特内容的任何实体或组织。

动资源集聚带动作用。区文旅局通过联合上海市 XX 局、上海市委 XX 部、上海市 XXXX 会，举办三项产业活动，结合现有各类线上社交媒体平台的宣发模式，以打造高度集聚、持续增长的“新业态集群”，为企业和人才发展提供更优质的服务，并依托活动向外界介绍普陀区发展优势。充分发挥活动溢出效应，结合普陀区特色、实现活动资源集聚带动作用，助力营造良好商业环境，强化安全保障、加强统筹协调、坚持“勤俭节约、必要”的办会原则，做细做实做精各项筹备工作。

在活动举办成效上，电影方面，2024 年成功举办上海国际电影节“未来影院”系列活动，线上曝光量超 4300 万人次⁵，并聚集数百个行业影视与科技企业交流未来影视发展前景。电竞方面，2021 年至 2024 年每年均举办一次电竞上海全民锦标赛，赛事预热覆盖全上海，参与报名人员超过 3000 人，赛事持续 2 个月左右，期间线上曝光量超 3500 万人次。数字广告方面，区文旅局通过举办第三届上海国际 MCN 大会，发挥 MCN 作为数字广告和直播经济新业态“赋能千行百业”的重要作用，线上曝光量约 1400 万人次。近年来产业活动的覆盖人群和企业数量不断提升，活动宣传力度不断增强，但在产业活动辐射人群和宣传传播成效上仍存在较多提升空间。

目前三个子项通过开展不同活动的形式以提高项目整体知名度，评价小组根据活动开展的前中后期，将项目的实施内容分为组织策划预热、活动宣发与执行以及复盘与内容

⁵ 线上曝光量是指，在指定时间段内活动目标人群在使用线上社交软件时活动宣发内容出现的次数。

产出 3 项，其中，组织策划预热包括确定方案与宣发策略、活动参与名单确认以及活动场地设计方案 3 项；活动宣发与执行则包括现场活动执行、线上线下宣传与推广、推动各企业磋商合作并维持场地设施秩序维护 4 项；最后是复盘与内容产出，包括数据分析整理与内容成果产出 2 项。

本次将通过梳理三个子项在 2021 年、2023 年、2024 年⁶共计三年实施内容、具体业务流程，以理清关键绩效指标、优化各项投入成本，匹配项目整体投入与绩效效益。项目 2024 年的年初预算安排为 1392 万元，调整后预算为 1140 万元，预算执行数为 1130.06 万元，预算执行率为 99.13%，其中重大产业活动经费 1049 万元，文创产业宣传推广对接、审计、监理、绩效评估等产业活动经费 81.06 万元。2024 年项目重大产业活动赛事整体合同金额为 1301 万元，其中，上海国际电影节合同金额为 630 万元，电竞上海全民锦标赛合同金额为 199 万元，上海国际 MCN 大会合同金额为 472 万元。

2.立项目的

通过举办三项文化创意产业活动，依托活动的溢出效应，通过完善活动举办流程、活动策划内容、活动宣发力度，保障产业活动顺利进行，不断扩大各个活动的影响力，提高活动举办的效率与效益，逐步提高普陀区文化内涵的丰富程度。

3.立项依据

⁶ 由于 2022 年存在特殊原因，影响数据的有效性，本次分析范围为 2021 年、2023 年以及 2024 年。

表 1-1-1 项目立项依据

序号	文件名称	关键内容	衔接说明
1	《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》（文旅产业发〔2020〕78号）	其总体要求包括指导思想、基本原则和发展目标，到 2025 年要培育 20 家领军企业，打造 5 个产业集群，建设 200 个数字文化产业项目等。还从加强内容建设、加快新型基础设施建设、推动技术创新和应用、激发数据资源要素潜力、培育市场主体等方面夯实数字文化产业发展基础。	此文件说明了国家层面对文化产业发展方向和主要任务目标
2	《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》（2017）	文化是城市建设的灵魂和根基，是提升城市吸引力、竞争力、影响力和软实力的核心要素。文化创意产业是国民经济和社会发展的重要支柱产业，是推动上海创新驱动发展、经济转型升级的重要动力。为深入贯彻落实党的十九大精神，落实《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》，贯彻市委、市政府决策部署和《上海市“十三五”时期文化改革发展规划》，坚持文化强市，加快建设国际文化大都市，大力提升城市文化软实力，现就加快本市文化创意产业创新发展提出如下意见。	该文件明确了上海市对文化创意产业的资金支持方向和范围，以及具体的发展方向
3	《上海市推进直播电商高质量发展三年行动计划（2021—2023 年）》（沪商电商〔2021〕99 号）	发挥上海产业优势，集聚培养一批引领行业发展的直播电商平台。形成一批国内领先、具备国际影响力的工业品、农产品、日用消费品和生活服务直播电商平台。推动直播电商头部平台在沪设立功能性总部或地区总部。支持电商平台做大做强直播业务，推出高品质直播内容。推进跨境电商开展国际直播业务，拓宽全球商品贸易渠道。	此文件聚焦直播经济，普陀区文化创意产业活动可能涉及直播经济相关内容，该文件为分析直播经济领域的活动经费成本预算和绩效提供了目标和任务参考。
4	《关于促进上海电竞产业健康发展的若干意见》	建立健全电竞产业发展标准化体系，构建资源要素集聚、基础设施完善、营商环境良好的电竞产业生态圈。发挥市场主体作用，开发一批形态丰富、社会效益和经济效益相统一的电竞产品，集聚一批创新发展、具有核心竞争力的头部电竞企业和战队，举办一批专业性强、认可度高、具有国际影响力的电竞顶级赛事，建成一批业态集聚的电竞园区和功能健全的电竞赛场，培育一批创新引领、专业技能突出的电竞高端人才。力	此文件聚焦电竞行业，上海市聚焦培育上海本土品牌赛事，为电竞赛事举办提供了目标和依据。

序号	文件名称	关键内容	衔接说明
		争 3-5 年内，全面建成“全球电竞之都”	
5	《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》（普文旅规范发〔2021〕4 号）	重点聚焦数字广告、游戏电竞、影视演艺、创意设计产业发展等，	该文件为普陀区文化创意产业发展提供了全面的政策支持和资金扶持，与报告中文化创意产业活动经费的成本预算绩效分析密切相关，可作为经费投入和绩效评估的重要依据。
6	《上海市普陀区加快发展电竞产业实施意见（试行）》（普文旅规范发〔2021〕3 号）	加快普陀区电竞产业发展，推动电竞产业集聚和创新。	为电竞产业活动经费的预算和绩效评估提供了政策导向，有助于明确经费投入方向和预期绩效目标。
7	《普陀区加快发展数字广告产业实施意见》（普文旅规范发〔2021〕2 号）	适用于工商税务注册登记在普陀区，具有独立法人资格，信用记录良好，符合区域数字广告产业发展方向的企业和园区。扶持内容包括落户支持、场地支持、园区支持等。	为数字广告产业活动经费的预算和绩效评估提供了具体的政策依据，可根据文件中的扶持内容来确定经费的分配和绩效评估的重点。
8	《普陀区推动数字广告产业高质量发展实施方案》	对在普陀区依法设立、信用记录良好，并符合区域产业导向的数字广告企业或机构，给予促进集聚发展、鼓励新型业态、提升创意水平等多方面政策支持。	与报告中数字广告行业的活动经费成本预算绩效分析直接相关，可依据方案中的政策支持内容来规划经费使用和评估绩效。

（二）实施内容

本项目根据文化创意产业类型共分为三个子项，分别为上海国际电影节、电竞全民锦标赛以及上海国际 MCN 大会，区文旅局协同各子活动的服务供应商，共同负责活动整体筹划和落地执行，区文旅局主要承担宣传视频素材制作，与服务供应商共同确认活动参与企业名单，聘请第三方对活动实施过程进行监理以及活动结束后的审计工作。评价小组根据活动的举办周期的前中后期，将各子项实施内容主要分为组织策划预热、活动宣发与执行以及复盘与内容产出 3 类，以上实施内容仅由各活动的服务供应商提供。

本次分析的三个子项目，分别基于电影、电竞以及数字广告三种文化创意产业活动类型，结合所属行业特色开展相应的活动，活动主要覆盖政府，企业，群众三种人群，通过举办活动的形式加强企业间合作，并不断丰富群众产业活动生活，以孵化出高质量、有广泛影响力且具有普陀特色的活动 IP。后续将分别根据三个子项，对其具体实施内容、计划安排以及完成情况进行描述。

1.上海国际电影节

(1) 实施范围

上海国际电影节由文旅局与上海 XXXXX 中心合作举办的产业活动，采用线下举办和线上宣发的活动模式，覆盖普陀区相关企业、全国电影行业企业以及相关消费者。上海国际电影节主要由区文旅局和上海 XXX 中心共同负责承办与执行，其中上海 XXX 中心为主要执行方，区文旅局采用单一来源采购方式⁷，向上海 XXX 中心购买专业活动举办服务。活动实施范围如下表所示：

表 1-2-1 上海国际电影节实施范围与项目概括

子项名称	产业活动类型	活动覆盖人群	活动概况	活动模式	主办方	承办方
上海国际电影节	电影	普陀区相关企业以及全国行业内企业、相关消费者	采用“电影+科技”的活动主题选择模式，根据活动主题邀请普陀区各个与电影相关的企业以及行业内领头，于线下进行现场技术交流合作，活动内容包括启动仪式、相关技术展览体验，全民电影体验活动。	线下举办+线上宣发	普陀区文化和旅游局、上海 XXXXX 中心	上海 XXXXX 中心

⁷ 采用该方式的原因，本项目由普陀区文旅局和中共上海市委 XX 部联合举办，而上海 XXXXX 中心是隶属中共上海市委 XX 部的独立事业法人单位，是上海国际电影节的独家组织实施方，故采用单一来源的采购方式。

（2）具体实施内容

本子项由 2018 年起开始举办，为上海国际电影节下附属子活动之一⁸，区文旅局与上海国际电影节连续多年合作举办“互联网影视峰会”，2023 年本子项根据未来电影行业的发展方向，升级为“电影+技术”系列活动，同时，受众群体逐渐由 B 端逐步拓展至 C 端，面向市民群众全面呈现 VR、AR、影视装备等数字技术与电影、戏剧及其他艺术门类的结合，展示数字技术对影视领域产生的积极引领和深远影响。

通过分析 2021 年、2023 年以及 2024 年的活动实施流程，根据活动前期、活动举办中期以及活动结束后期三个环节的实际工作内容进行划分，具体实施内容如下：①在前期组织策划预热阶段，明确活动实施方案流程与宣发节奏，设计宣传物料；与区文旅局确定参与企业名单，优先考虑普陀区内注册企业，并确保与活动契合；落实活动场地，租赁相关设施设备。②活动宣发与执行期，与区文旅局共同推动保障现场活动开展，维护现场秩序。宣传推广方面，通过社交媒体多矩阵投放文案、视频等，提升活动热度；邀请企业探讨电影发展方向，促进交流合作。③复盘与内容产出：整理宣发数据总结投放平台、次数、流量等指标；根据活动视频产出优质内容，分享成功案例与荣誉，增强活动影响力。具体明细如下表所示：

⁸ 上海国际电影节共有四个子板块，本次分析的上海国际电影节为其中之一，由于每年活动名称有所不同，故以上海国际电影节代称。

表 1-2-2 上海国际电影节实施内容

实施内容	实施子项	具体执行情况
组织策划预热	确定方案与宣发策略	确认活动实施方案流程、各环节的宣发节奏，设计相应宣传海报以及视频
	活动参与名单确认	与区文旅局共同确认此次活动参与企业名单，根据合同要求，需要优先考虑在普陀区内注册的企业，同时服务方需要确认是否与活动契合
	活动场地设计方案	确认活动举办场地，根据活动方案租赁场地以及相应的设施设备。
活动宣发与执行	现场活动执行	基于活动的实施方案，与区文旅局一起推动现场活动执行
	线上线下宣传与推广	根据活动方案，在各个社交媒体多矩阵投放相应的文案、视频、宣推图等对活动进行宣传与推广，通过吸引线上线下的消费者参与，提高本活动的热度与价值
	各企业磋商合作	配合活动内容，邀请各方企业针对此次上海国际电影节活动的主题，探讨未来电影的发展方向，交流电影与技术的结合方式，投融资与合作。
	场地设施秩序维护	根据活动方案，设计搭建现场、并根据活动流程搭配场地的灯光、音响、收音、直播设备等设施设备，最后维护现场的秩序，保证活动顺利进行。
复盘与内容产出	数据分析整理	对活动宣发后的数据进行整理，包括投放平台种类，平台投放次数，流量规模、整体线上曝光量以及相应的点击率和讨论度。
	内容成果产出	根据活动的视频内容，配合活动主题，产出优质内容，并通过社交媒体、行业媒体等渠道分享活动的成功案例、获得的荣誉等成果，增强活动的热度，提高活动 IP 的影响力

（3）项目计划安排

2021 年、2023 年以及 2024 年上海市国际电影节均在年初启动各项筹备工作，整体持续时间有所缩减，由 2021 年的 11 天缩减至 10 天，2021 年和 2024 年两年活动下设二级子活动数量均为 4 项，而 2023 年的活动计划安排的类别相对较多共计 8 项，除三年均包含的启动仪式以外，2023 年活动类型以体验和观影类项目为主，2021 年和 2024 年则以座谈会、电影行业探讨为主。具体明细如下表所示：

表 1-2-3 上海国际电影节活动计划明细表

年份	活动名称		活动时间	持续时间
	一级名称	二级名称		
2024	上海国际电影节“未来影院系列”	启动仪式	6月16日	10天
		“科技+文商旅”洽谈会	6月14日	
		未来影视产业分享会—人工智能时代的影像探索	6月17日	
		未来影视产业分享会--科技赋能线下沉浸式影视娱乐	6月19日至6月25日	
2023	数字影视体验展——超感试验场	启动仪式	6月9日	15天
		VR交互体验项目	6月9日至18日	
		XR体验项目	6月9日至18日	
		影视装备体验项目	6月9日至18日	
		影视主题衍生品展示及售卖	6月9日至18日	
		中外海报展	6月9日至18日	
		青年艺术家快闪活动	6月9日至18日	
		“半马苏河影视行”打卡线	6月9日至23日	
2021	互联网影视峰会	互联网影视峰会高层座谈会	6月8日	11天
		互联网影视峰会主旨论坛	6月8日	
		互联网影视精品盛典	6月9日	
		上海国际电影节露天展映	6月11日至6月20日	

（4）项目完成情况

本子项于 2023 年后则升级为“电影+科技”主题，通过开展未来影院系列活动，将各领域、产业链各环节的专业人员聚集到一起，以市场为主导，深化“文商旅”融合，助力参与活动的项目成功落地，并通过举办未来影院影视体验展，吸引电影消费者参加活动。相较于 2021 年与 2023 年，2024 年该活动在主题上更具有专业性，其中 2024 年除针对企业端以外同时融合 2023 年活动优点，不断吸引消费者参与活动，提高大众参与度，且在新媒体传播成效方面表现突出。该子项均已按工作计划要求完成活动，具体明细如下表所示：

表 1-2-4 上海国际电影节完成明细表

年份	参与活动的人数	线上媒体覆盖人群	行业成果
2024 年	20 位嘉宾外来嘉 宾，共有 803 个企 业嘉宾参与活动	活动短视频观看量达到 1345W+， KOL 线上曝光量达到 4300W+	将各领域、产业链条各环节的专业人 员聚集到一起，以市场为主导，深化 “文商旅”融合，助力参与活动的项目成 功落地。
2023 年	活动共 10 天，工作 日每天三场、双休 日每天四场，每场 100 人，参与人数 将近 4000 人	媒体官方撰稿共计 6 篇、混剪视频 4 条，后续报道共计 232 篇；市民 在 34 家平台完成短视频发布，短 视频线上曝光量达 7600 万+	活动热度高，陆续登上大麦网 APP 多 个榜单第一名，以寓教于乐的展示方 式科普了 XR 技术，展示中国电影发展 及平面设计水平，制造多元文化产品
2021 年	互联网领军企业高 层 20 余位	分别传统媒体、新媒体和垂直媒体 发稿 114 篇以上(不包含转载及普 陀区发稿)，媒体朋友圈投放相关 信息近 400 条，覆盖重点媒体超过 80 家，垂直微信号头条位置 18 个， 微信次条位置 5 个	高层座谈会和主旨论坛从现状到未来 趋势，多方面维度为行业指明方向

2.电竞上海全民锦标赛

(1) 实施范围

电竞上海全民锦标赛由上海市 XXXX 协会、上海市普陀区文化和旅游局、上海市普陀区 XX 局三方共同主办，该子项通过竞争性磋商的方式进行采购，2024 年服务供应商为上海市 XXX 有限公司，主要负责赛事执行，以保障各个环节的顺利开展，并负责活动前中后期的宣传与推广事项。活动赛事覆盖普陀区以及全国电竞企业、电竞参赛选手以及电竞爱好者。具体明细如下表所示：

表 1-2-5 电竞上海全民锦标赛实施范围与项目概括

子项名称	产业活动类型	活动覆盖人群	活动概况	活动模式	主办方	承办方
电竞上海全民锦标赛	电竞	普陀区相关企业以及全国行业内企业、相关消费	基于电竞赛事模式，选取热度较高的电竞游戏作为载体吸引全上海市范围内电竞热	采取线上海选+线下淘汰赛以及总决赛	上海市普陀区文化和旅游局和上海市	上海市 XXX 有限公司

子项名称	产业活动类型	活动覆盖人群	活动概况	活动模式	主办方	承办方
		者	爱者到普陀区参与比赛，并邀请各电竞企业以及游戏公司到现场进行行业交流。	的模式+同步直播+线上宣发	XXXX 协会、上海市普陀区 XX 局	

(2) 具体实施内容

该子项自 2020 年起举办第一届，目前已举办至第五届，根据上海市打造电竞之都的目标，本项目区别于职业赛道，更多的强调普通市民参与，市电竞协会在海选招募时进行筛选，避免职业队、青训队过多参与，尽可能将机会留给业余选手或者电竞爱好者。通过推动各企业间交流合作，不断拉动普陀区内电竞市场规模。该活动的赛程主要包含线上海选、小组赛、外卡赛、淘汰赛、总决赛。根据实施内容，该子项具体划分为①组织策划预热阶段，筹备确定游戏、赛程、人员及场地设施；②活动宣发与执行阶段，活动承办方与区文旅局一同协作保障活动有序，通过多矩阵推广宣传，在总决赛阶段邀请企业探讨合作；③复盘与内容产出阶段，整理数据，产出内容分享成果提升影响力。具体明细如下表所示：

表 1-2-6 电竞上海全民锦标赛实施内容

实施内容	实施子项	具体执行情况
组织策划 预热	确定方案与宣发策略	确认本次电竞活动的游戏内容，比赛赛程与模式等。
	活动参与名单确认	确认总决赛当天来参与的企业名单；确认活动主持人、解说以及裁判等。
	活动场地设计方案	确认活动举办场地，根据活动方案租赁场地以及相应的设施设备。
活动宣发 与执行	现场活动执行	基于活动的实施方案，与区文旅局一起推动现场活动执行
	线上线下宣传与推广	根据活动方案，在各个社交媒体多矩阵投放相应的文案、视频、宣推图等对活动进行宣传与推广，通过吸引线上线下的消费者参与，提高本活动的热度与价值
	各企业磋商合作	邀请各游戏企业、电竞企业以及互联网企业，结合活动主题与电竞行业前景，对电竞行业的现状与前景进行探讨，并依托本次活动提供一个合作的平台。

实施内容	实施子项	具体执行情况
	场地设施秩序维护	根据活动方案，设计搭建现场、并根据活动流程搭配场地的灯光、音响、收音、直播设备等设施设备，最后维护现场的秩序，保证活动顺利进行。
复盘与内容产出	数据分析整理	对活动宣发后的数据进行整理，包括投放平台种类，平台投放次数，流量规模、整体线上曝光量以及相应的点击率和讨论度。
	内容成果产出	根据活动的视频内容，配合活动主题，产出优质内容，并通过社交媒体、行业媒体等渠道分享活动的成功案例、获得的荣誉等成果，增强活动的热度，提高活动 IP 的影响力

（3）项目计划安排

自 2021 年开办以来，电竞上海全民锦标赛主要于 7 月初启动策划，活动宣发与执行过程共计持续 53 天左右，包括其中现场活动均为主赛事和约战普陀两类，在经过前期的宣发和推广后，总决赛当天整体流量与热度最高，将企业磋商合作安排于此，以保障对于电竞产业扶持政策的宣传广度，打通电竞行业招商引资渠道，电竞上海全民锦标赛均根据当年电竞赛事热度选取相应的电竞游戏。具体明细如下表所示：

表 1-2-7 电竞上海全民锦标赛活动计划明细表

实施内容	赛事阶段		持续时间
	一级分类	二级分类	
现场活动执行	主赛事	活动报名	10 天
		线上海选（N 进 18）	2 天
		小组赛（18 进 12）	2 天
		淘汰赛（12 进 4）	2 天
	约战普陀（外卡赛）	报名	10 天
		淘汰赛（64 进 2）	2 天
各企业磋商合作	总决赛		1 天
线上线下宣传与推广	赛事宣发		整个赛事周期
	赛后内容产出		比赛结束后一周内

（4）项目完成情况

2024 年文旅局通过开展电竞上海全民锦标赛不断推动普陀区电竞赛事举办模式规范化,并提升上海“全球电竞之都”的影响力，电竞赛事整体线上曝光量累计 4000 万人次以上，

达成项目工作计划要求参赛人数达到 1000 人次以上，2021 年、2023 年以及 2024 年在参赛规模、线上曝光量以及传播渠道上均有所提升，但赛事完成效益仅有投入类指标（如曝光量、宣传文稿发布账号数量等），缺少收益类指标（如点击量，话题热度以及官方账号在赛事期间的涨粉情况等），缺少投入后续转化类指标的完成情况。同时评价小组通过对比 2024 年项目实施方案以及完成情况后发现，原本预估完成 63 个头部账号进行宣传推广，但仅有 5 个账号按预期完成宣传推广工作，同时计划要求达成 1000 万人次阅读量，实际仅完成 749.6 万人次阅读量。具体完成明细如下表所示：

表 1-2-8 电竞上海全民锦标赛完成明细表

年份	参赛规模	线上曝光量	传播渠道	社会效益
2024	参赛人数超 1000 人	累计 4000 万+（含直播曝光 150 万+）	B 站、虎牙、斗鱼直播平台；100+游戏垂直领域媒介（如搜狐、新浪、今日头条）；品牌展位互动传播	推动电竞产业规范化、跨区域合作,提升上海“全球电竞之都”普陀样本影响力，促进电竞与科技、文旅融合
2023	超千人报名，上百支战队参赛	累计 3500 万+	线上渠道（网络媒体、视频号直播）、私域流量；覆盖 50 个游戏垂直领域媒介	上海首个以职业化水准打造的全民赛事，推动电竞与文旅场景融合，提升普陀区影响力
2021	参赛人数超 700 人，上百支战队参与	累计 1000 万+	覆盖全国区域媒介 20 个、游戏垂直领域媒介 50 个；微博、微信、游戏垂直网站等	政府主导的全民赛事平台，推动电竞与商业融合，提升普陀区电竞氛围

3.上海国际 MCN 大会

（1）实施范围

上海国际 MCN 大会采用单一来源采购方式⁹，由区文旅局向上海 XXX 有限公司购买专业大会举办服务，采取线下

⁹ 由于上海 X X X X 有限公司是直属于上海市 XXXX 会的国有企业，该企业为上海会展行业协会理事单位，故采用单一来源的采购方式。

举办+线上电商模式+同步线上宣发的活动模式，活动覆盖人群为普陀区 MCN 企业以及全国数字广告类企业。活动的具体实施范围如下：

表 1-2-9 上海国际 MCN 大会实施范围与项目概括

子项名称	产业活动类型	活动覆盖人群	活动概况	活动模式	主办方	承办方
上海国际 MCN 大会	数字广告	普陀区相关企业以及全国行业内企业	活动定位为‘顶级会展、战略平台、流通引擎’，聚焦提升‘品质直播第一城’品牌，推动城市数字化转型与国际消费中心城市建设，发挥 MCN 产业优势，并增设特色服务板块强化产业合作。	线下举办+线上电商模式+线上宣发	上海市 XXXX 会、上海市普陀区 XXX	普陀区文旅局、上海 XXX 有限公司

（2）具体实施内容

该子项目于 2022 年开始启动，以重磅发布、主题分论坛、特色选品会为亮点，通过邀集国内外顶尖 MCN 机构、品牌方和行业专家参与活动，围绕国家和上海的战略部署，为各 MCN 企业带来具有专业性、引领性的内容研究，助力城市数字化转型与国际消费中心城市建设。根据实施内容，该子项具体划分为①组织策划预热阶段，筹备确定大会主题、会议议程、MCN 参与人员及场地设计准备；②活动宣发与执行阶段，活动承办方与区文旅局协作保障活动有序，通过多矩阵推广宣传，邀请企业探讨合作、并为各 MCN 机构提供特色选品；③复盘与内容产出阶段，整理数据，产出内容分享成果提升影响力。具体实施明细如下表所示：

表 1-2-10 上海国际 MCN 大会实施内容

实施内容	实施子项	具体执行情况
组织策划 预热	确定方案与宣发策略	确认本次电竞活动的游戏内容，比赛赛程与模式等。
	活动参与名单确认	确认总决赛当天来参与的企业名单；确认活动主持人、解说以

实施内容	实施子项	具体执行情况
		及裁判等。
	活动场地设计方案	确认活动举办场地，根据活动方案租赁场地以及相应的设施设备。
活动宣发与执行	现场活动执行	基于活动的实施方案，与区文旅局一起推动现场活动执行
	线上线下宣传与推广	根据活动方案，在各个社交媒体多矩阵投放相应的文案、视频、宣推图等对活动进行宣传与推广，通过吸引线上线下的消费者参与，提高本活动的热度与价值
	各企业磋商合作	邀请各游戏企业、电竞企业以及互联网企业，结合活动主题与电竞行业前景，对电竞行业的现状与前景进行探讨，并依托本次活动提供一个合作的平台。
	场地设施秩序维护	根据活动方案，设计搭建现场、并根据活动流程搭配场地的灯光、音响、收音、直播设备等设施设备，最后维护现场的秩序，保证活动顺利进行。
复盘与内容产出	数据分析整理	对活动宣发后的数据进行整理，包括投放平台种类，平台投放次数，流量规模、整体线上曝光量以及相应的点击率和讨论度。
	内容成果产出	根据活动的视频内容，配合活动主题，产出优质内容，并通过社交媒体、行业媒体等渠道分享活动的成功案例、获得的荣誉等成果，增强活动的热度，提高活动 IP 的影响力

（3）项目计划安排

上海国际 MCN 大会近三年，每年的持续时间共计 2 天左右，2024 年 5 月启动策划，主要从全球视野分析中国直播经济的特点和优势，总结中国 MCN 机构的合作机遇与挑战。探讨 MCN 机构在全球化进程中的品牌定位、内容创新及市场策略。同时针对上海建设国际直播经济高地的战略目标，结合普陀区作为数字广告新业态与 MCN 产业的集聚优势，分析相关的产业生态构建与政策支持效果。通过案例分析、数据对比等方式，为政府提供在产业政策、营商环境优化、人才引进与培养等方面的前瞻建议。具体活动计划与安排内容如下表所示：

表 1-2-11 上海 MCN 国际大会活动计划明细表

年份	项目时间	活动子项	活动计划安排内容
2024	9 月 26 日	启动仪式	由市委 XX 部、市 XX 委、市文旅局及主办方代表发言；发布《中国

年份	项目时间	活动子项	活动计划安排内容
年			MCN 发展报告（2024 年）》聚焦产业集群研究及丝路电商、文化出海案例分析；聚焦行业交流；颁布八大年度榜单；最后将举行上海国际 MCN 发展与服务联盟揭牌仪式。活动整体涵盖政策解读、学术研究、行业对话、表彰激励及组织建设等多维度内容。
	9 月 27 日	重磅发布	1.集中展示三年来的合作成果；2.以 BtoB 行业需求为导向，邀请地方政府、对口合作地区及品牌项目方等约 20 家单位发布项目服务需求，涵盖文旅项目、品牌新品秀、“新国潮”主理人品牌推介会、老字号焕新、海外平台玩法解析、海外（“一带一路”）特色产品发布及出海服务推介七大方向，旨在为 MCN 机构搭建多元化合作平台，拓展业务机遇。
	9 月 27 日	主题论坛	1.IP 塑造分论坛：以“IP 无国界”为主题，探讨文化 IP 价值传承与产业链协同，邀请知名 IP 主理人分享城市文化品牌建设；2.文化旅游分论坛：聚焦“文旅爆火的流量密码”，解析 AI、元宇宙及大数据技术对文旅传播、场景创新的赋能路径；3.出海分论坛：以“数智能能·品牌扬帆”为核心，联合行业专家，探讨中国品牌全球化布局、数字化转型与本土化策略；4.丝路电商论坛：围绕“一带一路”机遇，联合头部机构，解读丝路电商政策趋势
	9 月 27 日	丝路电商选品会	以“丝路电商”机遇为纽带，聚焦“国货出海”与“一带一路”主题，精选新国货、新国潮、老字号及沿线国家特色产品进行展示，并广泛邀请海内外 MCN 机构、达人、电商平台、服务商、投资方及买家团参与选品对接，搭建跨域商贸合作桥梁，推动供需精准匹配与资源高效整合。
2023 年	6 月 16 日	启动仪式	本届大会主旨论坛设置五大核心环节：启动仪式奠定政策基调；主旨发言聚焦在线新经济 MCN 赋能城市经济、乡村振兴，邀请全国专家深度解读；白皮书发布系统剖析行业现状与挑战；主题演讲与圆桌讨论汇聚互联网头部企业探讨城市活力焕新；榜单表彰树立行业标杆。活动全方位链接政策、学术与产业实践，推动 MCN 业态高质量发展。
	6 月 16 日	重磅发布	本届大会“重磅发布”环节紧扣 MCN 行业跨界赋能价值，双向链接供需两端：需求侧广泛邀请地方政府、品牌企业及媒体发布文旅宣传、农产品营销、新媒体培训等需求，重点服务城市经济与乡村振兴；供给侧组织全国头部互联网平台、MCN 机构及服务商，针对性提供解决方案。
	6 月 17 日	主题论坛	本届大会围绕 MCN 行业新趋势设置三场主题研讨：直播电商专场聚焦扩大内需战略，联合 MCN 机构，探索直播新业态与模式创新，助力内循环经济。活动通过细分赛道深度研讨，链接行业资源，推动 MCN 在电商、营销及全球化领域的多元突破。
2022 年	11 月 15 日至 11 月 16 日	大会峰会	播放普陀区数字广告园宣传视频，邀请指导单位代表、主办单位代表、行业代表参与“上海国际 MCN 大会暨品质生活直播节”开幕启动仪式；邀集行业机构和头部企业围绕“MCN 千帆出海”、“流量经济新趋势”、“元宇宙”、“行业合规”等热门话题展开研讨。
	9 月至 12	品质生活	1.“魅力普陀”专题活动，组织达人、KOL 以多种形式推广苏河两岸文

年份	项目时间	活动子项	活动计划安排内容
	月	直播节	旅。2. 上海对口支援云南 MCN 赋能行动，组织普陀对口区县参与，打造“我的心动云南”计划，形成系列专题。3“进博会·进直播”系列活动，为第五届进博会打造两场直播活动。4.“新江南·一川烟雨路跑快乐营”活动，用 MCN 赋能上海新城文旅推广，输出优质图文视频。5.“百本好书在书展”直播售书活动，联合 XX 和 XXXX，整合带货主播矩阵策划官方荐书直播。

（4）项目完成情况

2024 年上海国际 MCN 大会以“赋能百业，建设国际直播经济新高地”为主题，大会聚焦 MCN 行业在上海建设具有国际影响力的直播经济高地中的核心作用，通过一系列活动和交流，促进了在线新经济与文化新媒体的融合。同时，大会致力于赋能百业，通过推动 MCN 机构与各行业的深度合作，以搭建沟通平台的形式，促进数字经济与实体经济的结合。

相较于 2022 年直接进行线上直播的活动模式，该子项的活动模式从直播转为线下交流会,主要为各机构提供 MCN 行业发展前景交流平台，由于 2024 年后该子活动由消费端聚焦于企业端，在参会人数和参与人员类型上较 2023 年有所提升，覆盖人群、媒体传播度上均有所提升，活动完成情况均按工作计划要求完成活动执行。具体完成情况如下：

表 1-2-12 上海国际 MCN 大会完成情况明细表

年份	参会人数	覆盖人群	线上媒体传播度	项目成效情况	行业成果
2024	2000 余企业家专家参会、约 90 家媒体参与、新增 100KOL/	约 3500 万人次	约 100 家主流媒体及门户网站参与宣传报道，全网阅读数和线上曝光量数据超 1300 万；约 30 家行业媒体参与宣传发布；约 80 位	发布 30+合作项目，重点是上海市重点文商体旅项目、外省市特色产业项目、品牌出海专题及品牌优质产品专题项目，展现 MCN 行业赋能百业，以及在响应国家发展战略、推动区域经济发展等领域中的强大推动力。吸	成立国际 MCN 联盟，发布权威产业报告，评选 46 家机

年份	参会人数	覆盖人群	线上媒体传播度	项目成效情况	行业成果
	KOC		KOL 及 KOC 主播参与现场宣传打卡活动，在社交平台上辐射覆盖人群约 1400 万人次。	引了近 200 名来自品牌方、MCN 机构、第三方服务、外省市文旅单位、海外 MCN 机构、出海业务等相关主体参与。	构。
2023	1500 余专业人士参会	约 3200 万人次	与 8 家平台、5 家头部 MCN 机构、150 名主播达人、20 个本地公众号进行宣发；线上媒体发布 2 万余文章，曝光 17.4 亿次；专业媒体稿件 58 篇，	在广大市民和旅游者心目中根植了上海咖啡文化的品牌，以线上咖啡文化的传播，促进了线下咖啡销售的提升；栏目总计直播 12 小时，在线收看总人数 386 万人次。合作行业自媒体人账号 28 个，覆盖行业精准人群超 300 万；百度搜索页面大会相关搜索词条数约 241 万个。	发布《中国 MCN 行业发展白皮书》，评选 48 家优秀机构。
2022	线下 50 人 ¹⁰	约 935.6 万（含媒体、线上）	媒体稿件 50 余篇，覆盖 10 类社交媒体	共完成 4 类直播活动，与多家 MCN 机构联动，组织数百名 KOL，以图文、短视频、种草打卡、直播带货等形式，赋能文旅宣传、图书销售和重点展会；打卡 16 个普陀区特色文旅景点，图书销售直播累计观看人数超过 700 万人次，销售额度共计 390 万元。	成立“上海国际 MCN 发展服务联盟”，赋能文旅。

（三）业务管理

1.项目组织管理

上海市普陀区文化和旅游局，预算与实施单位，负责项目的立项申请，负责预算编制申报负责产业活动的组织指导协调，负责活动整体筹划和落地执行，对在具体推进过程中需要区内各相关部门支持工作进行协调，负责管理监督提供活动的第三方供应商，各环节责任人均正常履行项目职责。

上海市普陀区人民政府：负责项目上会审核、立项审批、负责项目监管等职责。

上海市普陀区财政局：财政单位，负责对普陀区产业活

¹⁰ 因特殊原因参与人数相对较少。

动工作经费项目的预算资金进行安排、拨付、管理及监督。负责编制各街道的项目年度财政预决算草案，经批准后组织各街道执行；接受预算执行部门提出的款项拨付申请，报预算部门、科室领导、分管领导审核资金申请，根据审核意见按程序拨付资金。

活动承办单位: 上海 XXX 中心、上海市 XXX 有限公司、上海市 XXXX 公司，负责按照合同约定的服务内容、服务要求、服务标准提供活动策划、承办、准备活动场地以及活动宣传等工作，在活动期间维持各项活动环节有序推进、保障设备、场地的安全与秩序，接待活动参与活动的各类人员，并且根据活动举办的情况汇报活动的总结情况，接受普陀区文旅局的审计。

具体组织架构见下图：

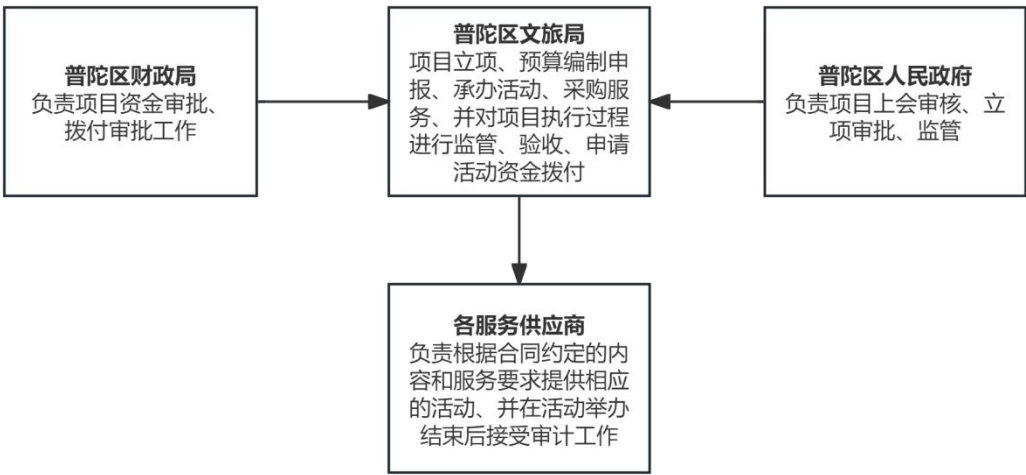


图 1-3-1：组织架构图

2.项目财务管理

①预算申报

本项目由普陀区文旅局财务部门根据预算管理的相关要求，根据《普陀区文旅局财务管理制度》要求，并依据预算编制标准编制项目预算，上报区政府及区财政局，审核批准后纳入单位预算中。

②政府购买服务

区文旅局根据《普陀区政府购买服务管理办法》进行采购，根据文件要求，政府购买服务项目购买环节的执行、资金支付和监督管理，包括集中采购目录及限额标准、采购政策、采购方式和程序、信息公开、质疑投诉、失信惩戒等，按照政府采购、国库集中支付和其他相关法律法规制度执行。对于集中采购目录以外限额标准以下的政府购买服务项目，购买主体应当按照预算安排和内控制度实施，可以参照竞争性磋商、单一来源采购等政府采购非招标方式执行。

③合同签订

由区文旅局根据内部控制采购规程等管理办法确定服务项目承接主体，双方洽谈确认项目的各项细则，签订合同并根据区文旅局合同管理办法进行合同管理。

④资金拨付流程

项目达到服务期限通过第三方单位审计，并经过区文旅局验收后，中标单位根据合同约定金额与审计结果向区文旅局出具发票。区文旅局根据发票申请资金拨付，最终由区文旅局财务部门向中标单位支付资金。根据合同规定以及相关

政策规定，本项目所有合同资金支付方式均为先拨付 60%，待活动结束后再根据审计情况拨付剩余 40%，评价小组根据区文旅局的财务管理制度以及合同内容，本项目的资金拨付流程如下：

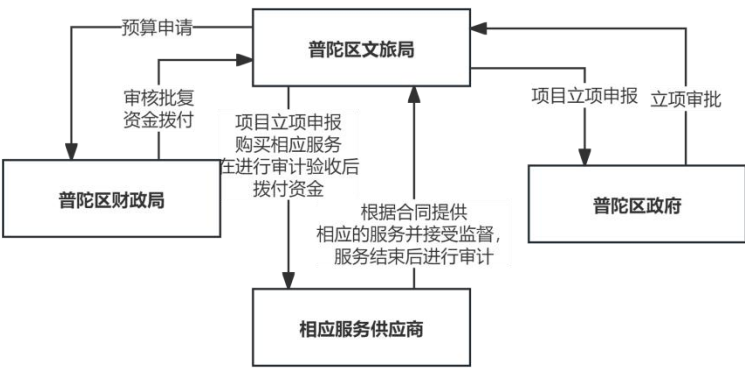


图 1-3-1 资金拨付流程

3.项目业务管理

本项目活动执行主要通过委托第三方机构开展，此外，在各子项在活动开展过程中，区文旅局与普陀区各单位均参与活动各项业务环节，共同推进活动实施，由于不同活动合作方和协同执行单位存在较多不同，故对各子项分别进行阐述：

（1）上海国际电影节

为延续和保障 2024 年上海国际电影节“未来影院”的正常有序开展,活动由上海 XXXXXX 中心具体负责组织和实施。在业务职责类别上主要分为活动主办、财务相关、活动执行以及活动协助执行 4 类，该子项共计涉及 12 个单位，在实际活动中均按职责要求进行履职：区人民政府与上海市电影局统筹监督项目推进；区财政局保障经费拨付与采购合规；市 XXX 中心、区文旅局完成活动策划执行；区 XX 落实启

动仪式人员管理，区委 XX 部负责宣传报道、现场直播及舆情处置，区委 XX 委保障现场及周边安全维稳，区 XX 确认邀请人员出席情况，区 XX 局提供嘉宾会务保障，区 XX 确保现场网络稳定，区 XX 局指导安保工作。具体单位名称与负责职责明细如下表所示：

表 1-3-1 上海国际电影节业务负责职责明细表

职责类别	单位名称	负责职责
活动主办	区 XXX、上海市电影局	负责项目统筹工作，监督指导工作
财务相关	区财政局	指导政府采购流程推进和活动经费拨付
活动承办执行	市 XXX 中心、区文旅局	负责活动整体筹划和落地执行，在具体推进过程中需要区内各相关部门支持。
活动协助执行	区委办	区委办负责启动仪式人员参与情况
	区委 XX 部	负责落实活动宣传报道，融入市 XXX 中心宣传矩阵，共同做好宣传联动；落实启动仪式现场直播、摄影摄像等；协调落实道旗等公益宣传；应对活动举办期间内的各类突发事件舆情处置。
	区委 XX 委	负责落实启动仪式现场和周边区域的安全维稳工作。
	区 XX	负责启动仪式邀请人员确认出席情况。
	区 XX 局	负责落实启动仪式现场休息室和会场内嘉宾会务保障。
	区 XX	负责保障活动现场网络信号稳定。
	区 XX 局	负责指导活动现场安保工作。

（2）电竞上海全民锦标赛

电竞上海全民锦标赛子项主要由上海市 XXX 会、普陀区文旅局、普陀区 XX 局负责赛事整体筹划和落地执行，在业务管理上主要分为活动主办、财务相关、活动承办与执行以及活动协助执行 4 类，共计涉及 15 个单位，各单位已按职责完成履职：上海市 XXX 会、普陀区文旅局及 XX 局共同筹划并落地执行赛事；普陀区财政局指导采购流程推进与经费拨付；上海市 XXX 有限公司负责赛事整体运作、筹划及执行落地；普陀区 XX 部落实新闻宣传报道及突发事件与舆情处置；普陀区 XX 委保障总决赛现场安全维稳；普陀区

XX 办完成参赛人员邀请与出席确认；普陀区 XX 局指导下赛场安全保障；普陀区 XXX 设置现场临时医疗点；普陀区 XXX 队落实赛场搭建安全；XX 街道配合做好属地安全维稳与市容保障；XX 中心、XX 港、XX 商场承担场地安保、保洁、停车等工作并完善应急预案。具体单位名称与负责职责明细如下表所示：

表 1-3-2 电竞上海全民锦标赛业务职责明细

职责类别	单位名称	负责业务职责
活动主办	上海市 XXX 会、普陀区文旅局、普陀区 XX 局	共同负责赛事整体筹划和落地执行
财务相关	普陀区财政局	负责指导政府采购流程推进和赛事经费拨付。
活动承办与执行	上海市 XXX 有限公司	负责赛事整体运作和筹划，以及具体执行落地。
活动协助主办	普陀区 XX 部	负责落实赛事整体新闻宣传报道；应对突发事件舆情处置
	普陀区委 XX 委	负责落实总决赛环节现场的安全维稳工作
	普陀区 XX 办	负责总决赛环节邀请参赛人员并确认出席情况
	普陀区 XX 局	负责指导落实线下赛现场安全保障工作
	普陀区 XXX	负责落实总决赛环节现场临时医疗点设置。
	普陀区 XXX 队	落实线下赛现场搭建整体安全。
	XX 街道	落实属地责任，配合落实线下赛现场安全维稳，做好市容市貌等方面的保障工作。
	XX 中心、XX 港、XX 商场	落实场地主体责任，负责赛事现场安保、保洁、停车等工作；制定完善各类应急预案。

（3）上海国际 MCN 大会

上海国际 MCN 大会由区文旅局与 XX 促会负责承办与执行，通过反复商讨活动方案，多次向市委 XX 部、市 XX 委、市文旅局等市级指导单位汇报大会方案和联盟筹备事宜。该子项在职责类别上分为财务相关、活动执行与活动协助执行 3 项，共计涉及 19 个单位，各单位已按职责完成履职：普陀区财政局指导政府采购流程推进和经费拨付；上海市

XXXX 公司、普陀区文旅局完成上海国际 MCN 大会策划与落实；普陀区 XX 落实人员邀请，区委 XX 部对接媒体宣传报道，区委 XX 委保障现场及周边安全维稳；区 XX 协助外籍嘉宾报审，区 XX 局提供嘉宾会务保障，区 XX 委对接市 XX 委并做好配套宣传，区 XX 确保现场网络稳定，区 XX 局指导安保及道路交通，区 XXXX 委设置临时医疗点，区 XXX 局协调道旗、绿化等公益宣传，区 XXXX 委指导现场搭建安全，区 XXXX 委保障场地环境整洁；XX 街道落实属地责任配合安全维稳与市容保障；XX 集团、上海 XXX 中心承担场地安保、保洁等工作并完善应急预案；XXX 中心宣传推广上海市数字广告园并协调邀请相关企业参会。具体明细如下表所示：

表 1-3-3 上海国际 MCN 大会业务职责明细

职责类别	单位名称	负责职责
财务相关	普陀区财政局	指导政府采购流程推进和活动经费拨付
活动执行	上海市 XXXX 公司、普陀区文旅局	上海国际 MCN 大会的策划与落实
活动协助执行	普陀区 XX	负责落实邀请人员情况
	普陀区委 XX 部	负责对接市级主流媒体宣传报道、指导相关自媒体参与报道等；负责活动期间内的突发事件舆情处置。
	普陀区委 XX 委	负责落实活动现场和周边区域的安全维稳工作。
	普陀区 XX	协助指导参会外籍嘉宾的报审工作。
	普陀区 XX 局	负责落实大会现场休息室和会场内嘉宾的会务保障
	普陀区 XX 委	负责对接市 XX 委，做好配套宣传
	普陀区 XX	保障活动现场网络信号稳定
	普陀区 XX 局	指导活动现场安保、道路交通等工作
	普陀区 XXX	负责落实活动现场临时医疗点设置
	普陀区 XXX 局	发展协调落实活动期间道旗、绿化、灯光等公益宣传
	普陀区 XXXX 委	负责指导落实活动现场搭建整体安全
	普陀区 XXXX 委	负责保障活动场地公共环境和市容市貌整洁
	XX 街道	负责落实属地责任，配合活动现场安全维稳，做好市容市貌等方面的保障工作。
	XX 集团、上海	落实场地主体责任，负责活动现场安保、保洁、停车、氛围宣

职责类别	单位名称	负责职责
	XXX 中心	传等保障工作；制定完善各类应急预案，配合承办单位做好活动现场各项准备工作。
	XXX 中心	负责宣传推广上海市数字广告园，协调市广告协会等机构平台邀请广告企业、MCN 机构参会。

4.项目考核方式

项目各个活动的考核方式主要通过合同约定双方在活动执行过程中的负责事项，供应商需按约定完成活动安排，并通过审计完成活动资金审核工作，2024 年三个活动均按合同约定执行各个环节，活动顺利举办完成，但各项活动均缺少考核台账，且缺少对活动完成成效的评估。具体情况如下：

（1）上海国际电影节

普陀区文旅局委托第三方对活动过程中的经费进行审计，合同约定双方在该活动执行过程中的主要负责事项，区文旅局按进度分阶段对项目的实施情况、项目资金使用情况等进行监督，主要考核方式和内容为第三方按合同约定完成活动各个阶段的执行落地，通过审计对活动资金使用进行验收，活动按时完成即为考核完成。目前该活动顺利完成各环节的活动参加和审计工作，但该子项缺少考核台账和对实施情况监督情况的记录。具体明细如下表所示：

表 1-3-4 上海国际电影节监督考核内容

主体	负责事项	验收方式
上海市普陀区文化和旅游局	1.协调活动场地（普熙金融广场等）及提供支持（交通、安保、观众组织等）。2.保障活动全程安全，协调周边宣传资源（制作费用另计）；3.组织产业活动；4.要求服务供应商在《每日新闻》等刊物刊登硬广告，电影节展映前播放区文旅局视频。6.严格保密协议及活动信息，提供资料真实合法。	活动各环节达成合同要求事宜，在审计通过后完成验收。
上海 XXXXX 中心	1.负责活动全流程策划执行（设计、嘉宾邀请、舞台搭建等），提前提交方案并确保政府许可。2.保障现场安全及秩序，承担事故责任。3.播放区文旅局 30 秒视频并审核内	/

主体	负责事项	验收方式
	容，可拒绝不合格内容。4.在 6 本刊物各刊登 2 页区文旅局硬广告，内容仅供区文旅局使用。5.优先安排普陀区影视企业参与活动，拒绝不合规企业。6.活动后提交照片、文字记录等成果，配合资金审计（活动后 12 个月内一次）。7.严格保密协议及活动信息，提供资料真实合法。	

（2）电竞上海全民锦标赛

在工作统筹与监督方面，普陀区文旅局负责本项目的工作统筹及全权监督，并在合同中约定双方的负责事项和违约事项。主要的考核方式为活动按合同约定执行，且顺利举办完成，并通过审计核验资金使用情况。目前该活动顺利完成各环节的活动参加和审计工作，但该子项缺少考核台账，缺少对服务供应商提交方案的审批记录。合同约定负责事项如下表所示：

表 1-3-5 电竞上海全民锦标赛监督考核内容

主体	监督事项	活动期间负责事项	视为违约事项	验收方式
上海市普陀区文化和旅游局	1.负责项目统筹及监督，要求服务供应商纠正不符合要求的执行事项。2.可调整活动时间、地点或内容，并及时审批服务供应商提交的方案。	1. 明确活动目标并提供必要资料(文字、标识等)。2. 按合同约定支付执行费用，逾期每日支付 0.3% 违约金(上限 5%)。3. 协调相关部门关系，指定专人对接。	1. 逾期付款需支付违约金(每日 0.3%，总额不超过 5%)。2. 违约需赔偿直接损失、间接损失及法律费用。	活动各环节达成合同要求事宜，在审计通过后完成验收。
上海 XXX 有限公司	/	1. 确保活动资质合规，按计划高质量执行并提交方案经区文旅局确认。2. 活动现场安全责任自负，配合区文旅局调整活动安排。3. 招商活动需报区文旅局备案，使用物料自行筹备(区文旅局提供除外)。4. 严格保密区文旅局商业秘密。	1. 擅自转包合同义务需支付 20%违约金。2. 未按合同执行且两次催告未整改，区文旅局可收回款项并要求 20%违约金。3. 违反保密或知识产权条款需退还费用并支付 20%违约金，并承担全部法律责任。	/

(3) 上海国际 MCN 大会

在该活动中，区文旅局通过合同约定监督管理内容主要包括：①监督服务供应商资金使用情况，要求服务供应商按照国家法律、法规和有关政策的要求使用各项资金，确保资金全部用于大会举办，区文旅局负责对大会资金的使用情况进行审计；②对服务供应商活动执行情况的监督，服务供应商未按安排时间节点履行策划、执行义务。2024 年活动均按计划执行各个环节，完成资金审计工作，但活动缺少管理台账，未记录供应商在活动安排时间节点的履行情况。合同约定具体事项如下表所示：

表 1-3-6 上海国际 MCN 大会监督考核内容

主体	约定事项	负责事项	验收方式
上海市普陀区文化和旅游局	1.有权在协议范畴内使用大会标识、LOGO 及服务供应商工作报告；	1.作为大会协办单位，负责政府机关报批工作，为大会活动提供场地宣传资源支持。2.成立工作小组协调事宜，尊重服务供应商专业决策。4.付款前需服务供应商提供增值税普通发票，否则可顺延付款。5.严格保密协议条款及大会相关信息，限制信息披露范围至必要人员。	活动各环节达成合同要求事宜，在审计通过后完成验收。
上海 XXX 有限公司	享有大会相关资料、LOGO 的著作权及商标权	1.负责大会全流程策划执行，包括方案设计、嘉宾邀请、舞台搭建等，并于 2024 年 9 月 26/27 日前提交区文旅局确认。2.确保活动取得政府许可（区文旅局报批事项除外），并保障政治文化安全。3.优先安排普陀区数广企业参与大会活动，双方协商确定参与资格。4.活动后提交工作报告，配合第三方资金审计。5.统一管理经费收支，配合区文旅局及赞助商工作。6.严格保密协议内容及大会信息，限制信息披露范围。	/

(四) 资金安排及执行情况

1.项目资金来源及预算编制情况

本项目资金均来源于本区区级一般公共预算。

预算编制依据：近三年普陀区产业活动经费项目主要包含产业活动经费及重大文化产业活动，其中重大文化产业活动包含三个大型活动为上海国际电影节、电竞全民锦标赛以及上海国际 MCN 大会，均采用历史成本法进行编制，依据上一年历史情况、工作任务安排等情况综合测算各子项经费。产业活动经费主要包括三个重大产业活动的审价及绩效评估等二类费用以及单位全程参与管理三个重大产业活动过程中的零星支出和其他产业推广零星费用。具体编制明细如下表所示：

表 1-4-1 2024 年预算编制明细

项目构成	明细内容	单价	数量	总金额	编制说明
产业活动经费	MCN 大会	20.00	1.00	20.00	道旗制作铺设，XX 港幕墙广告，宣传展板、海报设计制作，贴片视频制作：文创品设计制作：文创企业沙龙：文创园区考察交流活动：政策折页设计制作：文旅宣传片制作
	上海国际电影节普陀系列活动	25.00	1.00	25.00	
	文创产业宣传推广及对接	10.00	1.00	10.00	
	其他产业经费	35.00	1.00	35.00	
小计		/	/	90.00	
重大文化产业活动	上海 MCN 大会	472.00	1.00	472.00	采用历史成本法进行编制
	上海国际电影节	630.00	1.00	630.00	
	电竞全民锦标赛	200.00	1.00	200.00	
小计		/	/	1,302.00	
合计		/	/	1,392.00	

2.近三年预算执行情况

普陀区产业活动经费项目 2022 年年初预算为 776.03 万元，调整后预算为 755.03 万元，执行金额为 753.51 万元，预算执行率为 99.80%；2023 年年初预算为 1,551.00 万元，年中预算金额未进行调整，执行金额为 1,550.87 万元，执行率为 99.99%；2024 年年初预算 1,392.00 万元，调整后金额为 1,140.00，实际执行金额为 1,130.06 万元，预算执行率为 99.13%。近三年预算执行率均较高。

2024 年预算调整较高：近三年仅 2024 年预算调整率较高，主要由于 2024 年上海国际电影节子项目未完成审计，根据合同约定，尾款支付需要提供项目审计报告，故调减重大文化产业活动 252 万元。

表 1-4-2 近三年预算执行情况表

年份	预算项目	年初预算 金额	调整后预算 金额	执行金额	预算执行 率	结构占比
2024 年	产业活动经费	90.00	90.00	81.06	90.07%	7.17%
	重大文化产业活动 ¹¹	1,302.00	1,050.00	1,049.00	99.90%	92.83%
	小计	1,392.00	1,140.00	1,130.06	99.13%	100.00%
2023 年	产业活动经费	90.00	90.00	89.87	99.85%	5.79%
	重大文化产业活动	1,461.00	1,461.00	1,461.00	100.00%	94.21%
	小计	1,551.00	1,551.00	1,550.87	99.99%	100.00%
2022 年	产业活动经费	90.00	69.00	67.48	97.80%	8.96%
	重大文化产业活动	686.03	686.03	686.03	100.00%	91.04%
	小计	776.03	755.03	753.51	99.80%	100.00%

3.资金支出结构

近三年普陀区产业活动工作经费呈现先增长后下降的趋势，近三年年支出金额分别为 753.51 万元、1,550.87 万元以及 1,130.06 万元，年均支出金额为 1,144.81 万元，年均上涨比例为 14.5%。主要上涨原因为 2022 年上海国际 MCN 大会项目尾款于 2023 年上半年支付，导致 2023 年支出金额增长较高。

产业活动经费近三年支出分别为 67.48 万元、89.87 万元以及 81.06 万元，年均支出金额为 79.47 万元，年均增长比例为 6.3%。本子项是由单位自行承担开展的围绕 3 个重大产业活动相关的费用。经费增长主要是由于从 2023 年开始新增上海国际电影节普陀系列活动支出，用于电影节贴片广告

¹¹ 重大文化产业活动经费于 2024 年起纳入文旅局产业活动工作经费中，2024 年之前由企业科负责管理

30 秒宣传片制作、XX 港 LED 幕墙广告、未来影院展板道旗设计、电影节矿水纸巾。

从结构上看，产业活动经费中 50%以上用于支付其他产业经费，涉及电竞大赛相关宣传（道旗制作铺设、XX 港幕墙广告、宣传展板、海报设计制作，贴片视频制作）、文创品设计制作、文创企业沙龙等。

表 1-4-3 近三年资金支出情况表

项目构成	项目构成	2024 年	2023 年	2022 年	三年均值	年均增长率
产业活动经费	其他产业经费	25.92	55.38	39.59	40.30	-13.2%
	文创产业宣传推广对接	5.55	6.56	-	4.04	-8.0%
	文创产业宣传推广对接（差旅费）	1.37	0.66	0.37	0.80	53.9%
	上海国际电影节普陀系列活动	17.73	16.79	-	11.51	2.8%
	上海国际 MCN 大会	17.50	10.48	21.52	16.50	-6.7%
	电竞全民锦标赛监理审计费	1.60	-	-	0.53	-
	互联网电影系列活动审计费用及绩效评估费用	-	-	6.00	2.00	-100.0%
	“十五五”数字广告产业专项课题研究	11.40	-	-	3.80	-
	小计	81.06	89.87	67.48	79.47	6.3%
重大文化产业活动	上海国际 MCN 大会	472.00	632.00	240.00	448.00	25.3%
	上海国际电影节	378.00	630.00	247.43	418.48	15.2%
	电竞上海全民锦标赛	199.00	199.00	198.60	198.87	0.1%
	小计	1,049.00	1,461.00	686.03	1,065.34	15.2%
合计		1,130.06	1,550.87	753.51	1,144.81	14.5%

4.合同执行情况

近三年普陀区产业活动经费项目中重大文化产业活动共涉及三个活动，分别为上海国际电影节、电竞全民锦标赛以及上海国际 MCN 大会，并由三个不同的供应商提供相关服务，活动定价方式均由服务供应商提供资金使用编制明细，采购方式主要为单一来源以及竞争性磋商，支付方式均为分两期支付，第一期支付合同金额的 60%；第二期拨付合同金

额的 40%。截止 2024 年 12 月 31 日，上海国际电影节仅支付合同金额的 60%，其余活动合同金额均已全部支付。

具体近三年合同执行情况详见下表：

表 1-4-4 近三年合同执行情况表

活动名称	年份	服务供应商	采购方式	合同金额 (万元)	支付方式	实际支付情况
上海国际电影节	2024 年	上海 XXXXX 中心	单一来源	630	分两期支付，第一期支付合同金额的 60%；第二期拨付合同金额的 40%；	24 年已支付 378 万元
	2023 年			630		完成支付 630 万元
	2021 年			800		实际完成支付 496.35 万元
上海国际 MCN 大会	2024 年	上海 XXX 有限公司	单一来源	472		2024 年完成支付 472 万元
	2023 年			472		2023 年完成支付 472 万元
	2022 年			400		2022 年支付首付款 240 万元，2023 年支付尾款 160 万元
电竞全民锦标赛	2024 年	上海 XXX 有限公司	竞争性磋商	199		2024 年支付首付款 119.4 万元，2025 年支付尾款 79.6 万元
	2023 年			199		2023 年支付首付款 119.4 万元，2024 年支付尾款 79.6 万元
	2022 年	上海 XXXX 有限公司	非公开招标	199		完成支付 199 万元
	2021 年			198		完成支付 198 万元

（五）项目绩效目标

1.绩效目标设定

评价小组结合项目实际情况，通过收集和查阅相关政策、文献，包括国家或本市已出台的相关行业标准、有关法律法规、政策要求、相关历史数据等，了解项目概况，通过前期调研分析，运用基线比较等方法，充分考虑项目近三年的实施目标和标准，结合各单位的实际情况，明确项目支出拟达到的社会效益水平和运营费用开支，确定的绩效目标如下：

（1）项目总目标

通过举办 2024 年产业活动，推动文化创意产业发展，并不断提高文化创意产业集中度，通过政策扶持与活动举办

的方式，吸引各行业企业入驻普陀区，提高招商引资效率与产业效能。

(2) 项目具体目标

通过举办上海国际电影节普陀系列活动、电竞上海全民锦标赛及上海国际 MCN 大会等品牌活动，有效推动文化产业链资源要素集聚，逐步形成具有规模效应与成长潜力的新型业态集群。在产业培育层面，着力构建精准服务企业需求、优化创新创业环境、拓展多元发展平台的三维支撑体系，通过系统推介区域配套扶持政策、搭建综合性服务平台、展示特色文化发展优势等举措，精准对接文化企业与人才发展诉求，为区域文化产业升级注入新动能。此类实践不仅强化了普陀在电竞、数字内容、影视制作等新兴领域的产业聚合优势，更通过政策引导与产业生态优化双轮驱动，对提升区域文化经济竞争力产生持续推动作用。

(3) 项目年度目标

经过调整后绩效目标申报表如下表所示：

表 1-5-1 完善后的绩效目标申报表

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	目标值	完成值
产出指标	产出数量	上海国际电影节	按计划完成率	100%	100%
			《每日新闻》开展活动专题报道数	≥2 篇	2 篇
			开放式活动门票预约率	100%	100%
		电竞上海全民锦标赛	电竞赛事数	2 项	2 项
			电竞赛事参与人数	≥3000 人	3128
			线上媒体宣发广度	≥100 家	418 家
			线上平台宣发力度	≥600 万人次	3500 万

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	目标值	完成值
		上海国际 MCN 大会	大会参与人数	≥1000 人	2000 余人
			大会企业合作数	≥40 家	超过 200 家
		产业活动经费	产业活动经费保障事项数	3 项	3 项
	产出质量	上海国际电影节	活动内容与主题契合度	100%	100%
			宣传与推广涉及社媒种类	4 种	4 种
			活动宣传质量有效提升	提升	提升
		电竞上海全民锦标赛	具有影响力的电竞俱乐部参与数	2 个	0
			平台宣发质量	≥63 个	5 个
			平台宣发点击量	≥1000 万	<1000 万
		上海国际 MCN 大会	宣传与推广覆盖提升	提升	提升
		产业活动经费	产业活动经费支出准确性	准确	准确
	产出时效	上海国际电影节	活动开展及时性	及时	及时
		电竞上海全民锦标赛	赛事开展及时性	及时	及时
		上海国际 MCN 大会	大会开展及时性	及时	及时
		产业活动经费	产业活动经费支出及时性	及时	及时
	产出成本	整体成本控制有效性	/	合理	不够合理
效益指标	社会效益	市民文化活动的丰富提升度	/	提升	提升
		区域曝光量提升度	/	提升	提升
		有责安全事故发生数	/	0 起	0 起
	经济效益指标	本地企业参与提升度	/	提升	提升
		电影活动品牌效益提升	/	提升	提升
		上海国际 MCN 大会品牌效益提升	/	提升	提升
		电竞上海全民锦标赛品牌效益提升	/	提升	未有效提升
	可持续影响	活动现场安全保障方案健全性	/	健全	健全

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	目标值	完成值
		长效管理制度健全性	/	健全	不够健全
	满意度	企业满意度	/	≥95%	92.26%
		业务单位工作人员满意度	/	≥95%	96.75%

2.绩效指标分析

本次绩效指标分析将从项目产出指标及项目效益指标两方面进行分析，主要通过资金使用情况核查、数据采集、问卷调查及访谈等评价方式，对本项目进行客观评价。部分涉及满意度指标本次方案阶段未进行分析，待报告阶段开展问卷调查后进行评价分析。同时绩效分析部分数据和结论还会随着分析工作的深入，在报告阶段发生变化和调整。

从产出指标方面，上海国际电影节在产出数量上按计划完成、《每日新闻》专题报道达标且门票预约率达标；在产出质量上活动内容契合主题、宣传社媒种类达标且宣传质量提升；在产出时效上活动开展及时。电竞上海全民锦标赛在产出数量上电竞赛事、参与人数、平台宣发广度和力度均达标；产出时效上赛事开展及时，但产出质量方面，具有影响力的电竞俱乐部参与数为 0，平台宣发质量未达标，且平台宣发点击量无统计数据。上海国际 MCN 大会在产出数量上参与人数和企业合作数达标；在产出质量上宣传与推广覆盖提升；产出时效上大会开展及时。

从效益指标方面，在社会效益上，市民文化活动的丰富提升度、区域曝光量提升度均有效提升，有责安全事故发生数为 0，在经济效益上，电影产业、数字广告产业均得到有效提升；在可持续影响上活动现场安全保障方案健全，但长

效管理制度不够健全，电竞活动品牌效益未有效提升，企业满意度未达到标杆值。

二、工作开展情况

（一）分析目的、对象和范围

1.分析目的

本次普陀区产业活动工作经费项目成本预算绩效分析旨在通过系统梳理三个重大赛事活动的细分支出事项，科学界定项目成本构成范围，建立共性事项的支出标准体系，为后续同类活动的预算编制和执行提供制度依据，保障以后年度该类型活动有章可依、有序开展。具体分析目的包括：①明确活动开展的支出事项范围（如搭建费、宣传推广费用、安保费用、会务费用等），结合活动目标分析各项支出是否为实现效益的关键投入，确保与公共服务目标匹配；②将基于三个活动的历史项目数据，结合成本效益分析方法，对各项支出的合理性与必要性进行量化评估，剔除冗余成本，形成开展活动的共性支出事项范围和个性支出事项范围，并设定相应的成本基线；③构建共性支出事项分类分档的支出定额标准，为后续同类型项目提供可参考的依据。

2.分析对象和范围

本次项目支出绩效评价的对象为上海市普陀区产业活动工作经费项目，涉及资金 1,382.06 万元（2024 年），分析时段自 2021 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。

（二）分析思路和关注点

1.分析思路

根据分析目的，经过分析小组研讨最终形成本项目的分析思路如下：

（1）产出和效益水平分析思路

分析小组通过系统梳理各活动的战略定位与支出边界，基于普陀区“十四五”规划中打造“文化强区”与“数字经济高地”的目标，明确 MCN 大会、上海国际电影节和电竞大赛的核心诉求，如资源集聚、品牌传播或产业融合，结合三个活动各自的特点、活动开展的目的、功能设计及活动计划等信息，将抽象目标转化为可量化的绩效指标（如企业入驻数量、活动线上曝光量），同时依据三个活动 2021 年-2024 年间的产出数量、质量、时效以及效益指标，形成项目绩效目标表；

评价小组通过梳理普陀区产业活动经费中各子项计划安排情况及规模大小，对各子项目的各个实施环节产出数量、时效及配比（效率）的绩效完成情况进行分析，运用目标和效果比较等方法，明确各子项目支出应达到的社会效益水平，形成不同事项的服务绩效基线。

（2）业务流程分析思路

分析小组对普陀区三个活动的开展目的、活动规模、功能设计以及活动计划等信息进行梳理分析，并通过分解活动全流程（筹备、执行、收尾），界定具体支出事项和范围，例如电影节需涵盖场地租赁、嘉宾邀请、宣传推广等环节，梳理支出事项影响因子，建立支出事项与成本投入的定量关系，对非必要支出事项（如超标接待费用）进行剔除，确保

事项范围与区域战略及财政规范精准匹配，为后续项目成本结构梳理、项目成本核定理清思路。

通过拆解各实施环节的支出事项并结合各活动的计划安排情况、活动开展方式及人员配置情况，通过梳理作业成本因子，建立作业流程内容与成本投入的定量关系，并使用标杆管理法形成项目当前最优作业流程图和作业机制，设定形成最优作业流程与成本的（资源投入人、车、设备）的定量关系机制。

（3）成本核算分析思路

①梳理必要成本

在明确事项范围后，对采集的三个活动服务供应商成本数据进行重新核算，采用因素、结构、比较等分析方法，判断各项支出的合理性，按可控性将投入成本区分为固定成本（如场地租金、保安等）与可变成本（宣传物料），通过多源数据交叉验证（预算表、合同台账、行业报告）确保数据真实性，并剔除偶发干扰及不合理的成本项，最终确定应纳入项目支出范围的必要成本内容。

对于产业活动经费，将通过梳理的 2021 年-2024 年的历史支出情况，采用因素、趋势、结构等方法，判断各项支出的合理性。

②成本定额标准

逐项对三个活动各项支出的成本核算（单价、数量）计算依据、数据来源及计算口径采用最低成本法、比较法等修正方法进行核定，其中成本数量将根据活动安排、参加人员

数量、活动规模等因素进行确定，价格标准依据历史单价、市场价格采用最低成本法，形成成本定额单价，在此基础上从单价、数量、总金额等方面阐述确定的成本定额标准，对于项目涉及的非直接成本、费用和利润按照行业对比情况，基本保持现有水平，随高就低的原则进行核定，最终形成项目成本确定成本基线。

对产业活动经费各项支出依据历史支出情况进行核算，采用历史成本法、趋势分析法等方法，按照 2021 年-2024 年实际支出情况形成项目成本确定成本基线。

③支出标准制定

基于分析结果，形成“刚性+弹性”相结合的支出标准。对市场化程度高的支出（如赛事奖金、场地租赁、安保费用等），依据成本核算分析设定不同支出事项的财政支出标准；对浮动较大的项目（宣传费、搭建费等），设置比例区间（例如宣传占总金额比例 15%-20%）或动态调整机制。对于产业活动经费将主要依据历史支出情况设定财政预算控制标准。

（4）管理机制优化分析思路

①预算机制优化分析思路

根据本次成本预算绩效分析情况，确定可列入三个活动的事项范围，并梳理形成对应的财政支出标准，将其结果深入应用于后续预算管理中，在实际预算编制过程中，在实际预算编制过程中，依据实际三个活动的计划情况及事项范围安排预算。

②业务机制优化分析思路

梳理区文旅局内部关于三个活动的举办审批机制、规划设计、实施模式以及监管考核等，优化可改进的管理标准和实施模式，对其中存在的可改进之处提出建议与意见，进一步保障以后年度该类型活动有章可依、有序开展。

2.分析关注点

（1）重点关注三个活动的实施效果。关注效益达成情况是否与活动举办的目的相一致，如广告业营收有效提升，提升文化产业发展能级等；活动举办场次、参与人数、活动主题等是否与工作计划相符。

（2）重点关注效益类指标的设定。本项目三个活动的绩效目标指标将重点关注效益类指标，采用定量的效益指标衡量三个活动的实施效果及目标达成情况，例如媒体线上曝光量、广告业营收等。

（3）重点关注重大产业活动服务供应商服务事项的必要性

全面梳理分析服务供应商全流程的服务事项范围，结合活动实际需求、功能定位、活动特点，判断各项服务事项的合理性，判断服务事项是否冗余、不必要的情况，确定应纳入项目支出范围的必要成本内容。

（4）重点关注的区文旅局管理机制的合理性

重点梳理三个活动中区文旅局的筹备工作和任务分工，关注区文旅局对三个活动的管理机制和流程机制等是否合理，特别是在关键环节的实际执行情况以及在实施中是否存在模糊或者漏洞等方面。

（5）重点关注产业活动经费中事项的必要性。重点关注产业活动经费中的各支出事项的范围是否合理，是否与促进产业发展和创新相关，判断支出事项是否存在冗余或者不必要的情况。

（6）重点关注项目历史成本的合理性和必要性，历史成本支出是否边界清晰，实施内容是否与宣传主题相符合，是否严格贯彻落实“习惯过紧日子”原则，坚持节约举办活动，不得讲求排场，尽量节约活动支出。

（7）关注本项目的预算执行安排情况

预算管理范围上，明确三个活动具体涉及的支出事项单位、重点关注刚性保障性支出事项和弹性支出事项财政支出建议的设定，关注预算编制是否与成本投入机制相匹配。

（8）关注项目业务管理

建立普陀区产业活动经费项目的公共服务标准，在原有产出质量、效益考核指标上，梳理可量化的业务关键指标，明确活动类项目的效益水平、质量要求等，确定产出活动经费的支出事项单位的必要性及合理性；明确项目的审批机制、实施模式等，提升三个活动的有序开展。

（9）关注预算单位的政府采购和监管

重点关注预算单位在政府采购中的合法合规性及供应商的资质是否符合相关规定；对于供应商的监管考核制度是否完成有效，是否能够保障项目的执行、完成情况以及完成时间均符合相关规定。

（三）分析方法

根据《上海市市级财政支出成本预算绩效分析操作指引》、《上海市普陀区 2025 年度成本预算绩效管理提质增效工作方案》（普财发〔2025〕5 号）等文件要求，评价组对本次部门整体支出绩效评价将主要采取如下评价方法：

1.成本效益分析法：基于项目全成本核算，对照预设绩效基线，系统评估成本投入与效益产出的匹配性，深度解析偏差成因。

使用原因：解决“财政投入与效益产出不匹配”问题（如高成本低覆盖率、资源重复配置），需系统性评估资金使用效率，识别冗余环节并优化资源配置，将活动投入与效益（经济、社会）挂钩，验证必要性，并为高成本环节提供取舍依据。

使用方式：通过三个活动服务供应商的全部成本（供应商的人员成本、耗材成本、运营成本分摊成本等），结合确定的绩效基线（成本投入、活动规模、活动计划等方面），评估成本与效益间的匹配程度，结合绩效基线差异、成本单价投入差异、业务流程差异等因素分析差异原因，优化各子项目绩效基线、业务流程，以期实现用最小成本取得最大效益的目标。

预期效果：明确成本效益阈值，实现“投入-产出”精准对标，提升资金使用效率，降低项目成本等方面的建议。

2.作业成本法（ABC 法）：对三个活动各实施环节进行全成本分解，将支出细化为人工、材料、设备、管理等作业单元，通过成本动因分析明确各环节资源消耗量。结合历史

数据，剔除无效成本（如重复性支出），核定必要成本区间，最终形成分项成本定额标准。

使用原因：三个活动均涉及多环节，传统核算方式易模糊成本责任。作业成本法能精准定位高耗能环节，为优化资源配置提供数据支撑。

使用方式：首先收集三个活动近3年项目支出明细、业务量（活动天数，比赛场次）、人员配置等数据；作业划分：划分作业池，如策划设计（200工时）、现场执行（500工时）；成本归集：将直接成本（人工、材料）与间接成本（管理费、折旧）分配至各作业单元。定额核定：参考行业标准和市场化竞价数据，设定单耗成本。

预期效果：形成可量化、可比较的分项成本定额标准，提升预算编制的精细化水平。识别冗余环节。

3.因素分析法：将影响分析对象成本和效益的各项因素按重要性分别罗列，开展综合分析。对本项目的服务内容、计划情况要求等不同产出和效益水平的关键因素进行重要性排列，进而对其成本内容进行综合分析。

使用原因：项目成本与效益的关联性难以直接量化时（如品牌曝光、产业集聚效应），因素分析法通过分解影响绩效的内外因素（如政策调整、资源配置、管理效率），建立逻辑关系网络，识别核心成本驱动因素。

使用方式：分解成本效益指标，将综合性指标（如“单位成本拉动企业注册量”）分解为相互关联的子因素，如核心层：直接成本（奖金、场地租赁）、间接效益（企业注册量、税

收贡献)；中间层：政策支持力度(区域招商政策)、市场环境(行业竞争水平)；示例：电竞大赛奖金效益分解为“参赛队伍数量→赛事曝光度→企业落户意愿”三级逻辑链。

预期效果：剔除无效成本：通过因素影响排序(如电影节宣传费对品牌曝光的贡献度低于10%)，压缩非必要支出(如传统广告投放)；优化资源配置：识别高效益环节(如电竞大赛直播服务对观众吸引力的权重达40%)，优先分配预算。

4.最低成本法：通过市场询价、行业比较等方式，确定各项成本的单价范围，对比最低单价和历史成本，在效益既定的条件下分析其成本费用的高低，以成本最低为原则来确定最终的支出项目。

使用原因：成本压缩，在保证同等产出质量的前提下，选择最低可行成本方案；资源优化，优先采用性价比高的替代方案(如数字化宣传替代传统广告)。

使用方式：替代方案比选，例如电影节宣传可选择地铁广告(成本高、覆盖面广)或社交媒体精准投放(成本低、互动性强)，通过效果模拟选择最低成本方案。成本阈值设定，例如对可变成本(如人员配置)设定上限(如人均服务成本不超过500元/天)。

预期效果：降低无效成本，节省预算10%-20%(如电竞大赛裁判团队从50人精简至30人)；提升资金效率，确保每一分钱花在“刀刃”上。

5.公众评判法，根据专家评估、公众问卷及抽样调查等方式，对项目进行定性分析，主要运用于项目满意度调查等部分。

使用原因：弥补定量分析对“服务体验”的盲区，通过用户反馈优化服务供给，了解公众对于项目实施的满意程度，为提出意见与改进未来发展方向提供依据。

使用方式：从便利性、专业性、响应速度等维度设计调查问卷，通过区文旅局协助，按照简单随机抽样的方式发送至调查对象手中，对反馈的问卷开展分析，总结相关意见。具体满意度调查问卷见附件。

预期效果：了解活动举办过程的举办人和体验者的满意度；进一步改进服务内容，提升公众满意度。

三、评价指标体系

（一）指标设计思路和依据

1.指标设计思路

根据上海市财政局《上海市财政项目支出预算绩效管理办法（试行）》（沪财绩〔2020〕6号）相关规定的项目评价指标体系，设计产业活动工作经费项目支出绩效评价指标体系一级指标计划从项目决策指标、项目过程指标、项目产出指标、项目效益指标四部分设计。

根据上述确定的对此项目的评价思路，从区文旅局的业务管理情况、项目执行过程政策制度执行有效情况及项目各项实施内容三方面内容构建二级指标体系。评价小组认为项目业务管理和执行过程是该项目整体产出和效果的实现起

到关键性指标，而整体支出绩效情况为项目整体产出和效益的直接体现。因此，在共性指标框架的基础上，评价小组主要通过指标权重分配和个性指标设计来体现本次评价的重点，指标体系权重分别为：一级指标中，项目决策指标 13%，项目过程指标 19%，项目产出指标 39%，项目产出效益类指标 29%。

各类指标设计思路如下：

（一）项目决策指标，是指区文旅局在立项过程中开展的相关财政管理活动，评价小组根据项目绩效指标框架要求，并且结合区文旅局实际情况，设置了立项依据充分性、立项程序规范性、绩效目标合理性、绩效目标明确性、预算编制合理性等指标。

（二）项目过程指标，指项目在执行过程中，在资金管理和项目业务管理活动中，评价小组根据项目绩效指标框架要求，设置资金使用效率、进度控制、质量控制等指标。

（三）产出指标，指履职任务完成情况，包括数量指标，质量指标，时效指标以及成本指标。项目组通过收集项目的实施方案，对各项目近三年工作计划、工作总结，并对应项目的主要目标，并根据各子项的活动具体开展过程中的产出情况设立相应的绩效指标。

（四）效果指标，指体现单位职能履行要达到的效果。根据项目完成情况，并结合各个产业活动特点，主要从经济效益、社会效益以及可持续发展建设三个角度出发进行设置，其中经济效益分别按照项目的品牌效益、招商引资规模以及

三个子项的产业效能提升情况设置指标，社会效益则设置居民文化生活丰富度提升指标；可持续发展建设设置了长效管理制度建设、活动现场安全保障制度健全性等指标。

2.数据来源及取数方式

指标体系包括各项制度文件、项目实施方案、项目总结、公开行业资料等多方面来取数。

项目决策类指标通过访谈、实地考察、检查政策文件依据；检查项目申请设立过程及前期调研资料；检查预算内容、组织结构及运行机制；检查预算编制明细及依据、实施方案、进度计划等。

项目过程类指标通过检查财政拨款凭证；实际支出明细及相关凭证；访谈负责人及经办人，核查工作计划、相关合同等文件；复核资金使用规范性；检查服务合同执行有效性；检查跟踪监督机制落实有效性；检查项目工作量范围；了解各部门参与流程及人员职责范围。

项目产出和绩效类指标主要通过核对项目完成情况，通过采用数据核查、访谈、问卷等社会调查方式，分别听取社会各方对项目实施效果的评价。

（二）权重设置和评分方法

根据指标体系设计的总体思路，参考《上海市财政项目支出预算绩效管理办法（试行）》（沪财绩〔2020〕6号）文件及说明的要求进行细化设置。指标体系细化设计遵循“相关性、重要性、可比性、系统性、经济性、定量优先”原则，并按照财政部门规定的格式确定本项目评价指标体系。

本次项目支出绩效评价的结果采用综合评分结合定级的方法，确定绩效评级分优、良、合格、不合格。得分在 90 分（含 90 分）—100 分的为优；得分在 80（含 80 分）—90 分的为良；得分在 60（含 60 分）—80 分的为合格；得分在 60 分以下的为不合格。

具体各指标解释、标杆值、指标来源及标杆值依据、评分方法以及数据来源及取证方式见附件。指标体系及权重简表如下：

表 3-2-1 指标体系及权重简表

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	权重	得分
A 项目决策	A1 项目立项	A11 立项依据充分性	/	4	4
		A12 立项程序规范性	/	3	3
	A2 项目目标	A21 绩效目标合理性	/	2	1.5
		A22 绩效目标明确性	/	2	1
	A3 资金投入	A31 预算编制合理性	/	2	2
A 项目决策合计				13	11.5
B 项目过程	B1 资金管理	B11 预算执行率	/	2	2
		B12 预算调整率	/	2	2
		B13 财务管理制度健全性	/	2	2
		B14 财务管理制度执行有效性	/	2	2
		B15 资金使用合规性	/	2	2
	B2 组织实施	B21 合同管理规范性及执行有效性	/	3	3
		B22 项目管理制度健全性	/	2	1
		B23 项目管理制度执行有效性	/	2	1
		B24 政府采购流程规范性	/	2	2
B 项目过程合计				19	17
C 项目产出	C1 产出数量	C11 上海国际电影节	C111 按计划完成率	2	2
			C112 《每日新闻》开展活动专题报道数	2	2
			C113 开放式活动门票预约率	2	2
		C12 电竞上海全民锦标赛	C121 电竞赛事	2	2

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	权重	得分
			数		
			C122 电竞赛事参与人数	2	2
			C123 平台宣发广度	2	2
			C124 平台宣发力度	2	2
		C13 上海国际 MCN 大会	C131 大会参与人数	2	2
			C132 大会企业合作数	2	2
	C2 产出质量	C21 上海国际电影节	C211 活动内容与主题契合度	2	2
			C212 宣传与推广涉及社媒种类	2	2
			C213 活动宣传质量有效提升	2	2
		C22 电竞上海全民锦标赛	C221 具有影响力的电竞俱乐部参与数	2	0.5
			C222 平台宣发质量	2	0.5
			C223 直播平台观看人数	2	2
		C23 上海国际 MCN 大会	C231 宣传与推广覆盖提升	2	2
	C3 产出时效	C31 上海国际电影节	C311 活动开展及时性	1	1
		C32 电竞上海全民锦标赛	C321 赛事开展及时性	1	1
		C33 上海国际 MCN 大会	C331 大会开展及时性	1	1
	C4 产出成本	C41 整体成本控制有效性	/	4	3
C 项目产出合计				39	35
D 项目效益	D1 社会效益	D11 活动曝光量提升度	/	3	3
		D12 有责安全事故发生数		2	2
	D2 经济效益	D21 本地企业参与提升度	/	3	3
		D22 上海国际电影节活动品牌效益提升	/	3	3
		D23 上海国际 MCN 大会品牌效益提升	/	3	3

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	权重	得分
		D24 电竞上海全民锦标赛品牌效益提升	/	3	2
	D3 可持续影响	D31 活动现场安全保障方案健全性	/	2	2
		D32 长效管理制度健全性	/	2	1.5
	D4 满意度	D41 参与企业满意度	/	4	2.90
		D42 项目单位工作人员满意度	/	4	4.00
	D 项目效益合计				29
总计				100	89.9

四、评价结论及绩效分析

（一）评价结论

1.单位支出评价结果

评价小组根据设计的评价指标体系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、问卷调查及访谈，对 2024 年普陀区产业活动工作经费项目绩效进行客观评价。最终评价得分为 89.90 分，评价等级为“良”。

2024 年总指标体系各部分权重和绩效分值如下表所示：

表 4-1-1:2024 年项目绩效评价得分表

项目	项目决策	项目过程	项目产出	项目效益	合计分值
权重	13.00	19.00	39.00	29.00	100.00
分值	11.50	17	35.00	26.40	89.90
得分率	88.46%	89.47%	89.74%	91.04%	89.90%

2.评分情况

评价小组根据产业活动各类活动的业务特性，结合三类活动在组织策划预热、活动宣发与执行、复盘与内容产出的业务内容，举办活动的目的，并结合活动类评价指标体系，设置活动内容与主题契合度、宣传与推广涉及社媒种类以及活动宣传质量有效提升等具有活动特色的指标。具体得分情况如下：

项目决策指标满分 13 分，实际得分为 11.5 分，得分率 88.46%，主要扣分原因为，在项目绩效目标设置的科学性上不够合理且不够明确，主要表现为项目预计举办 3 场活动，但绩效目标设置为 2 场，与项目预期情况以及资金投入情况不符，此外绩效目标设置不够量化细化，未能全面表现项目活动各个环节的关键成效。

项目过程指标满分为 19 分，得分 17 分，得分率 89.47%。主要扣分原因为：项目的业务管理制度不够健全，未能设置成文的项目业务管理制度，未根据活动各个环节，活动开展目的以及预期要达到的目标对活动承接服务方设置相应的考核管理制度，缺少考核管理台账，项目管理制度未有效执行。

项目产出指标满分 39 分，得分 34.5 分，得分率 88.46%。主要扣分原因为，2024 年电竞上海全民锦标赛在完成质量上未能按照项目实施方案邀请到 2 个具有影响力的电竞俱乐部参与比赛，且平台宣发质量方面，头部账号推广活动内容的数量未达到预计的 63 个，以及活动稿件的全网传播阅读量未达到预计的 1000 万。

产出效益指标满分 29 分，得 26.40 分，得分率 91.04%，主要扣分原因是通过对比电竞上海全民锦标赛 2024 年以及往年的完成情况后发现，项目整体宣传成效较差，活动品牌效益未能有效提升，由于缺少对服务供应商的服务质量的考核制度，长效管理机制不够健全，同时参与企业的满意度为 92.26%，未能达到 95%以上。

3.主要绩效

在项目决策方面，项目立项均根据上海市以及普陀区相关政策文件要求，且与普陀区文旅局职责高度契合，无同类型重复建设项目，政策依据充分。在立项程序上，三个子项目均按经常性常规项目流程执行，但绩效目标设计存在优化空间，预算编制本身符合政策要求，内容细化至单价与数量，与项目匹配度较高。但在绩效目标设置上，尽管项目设置了数量、质量、时效等基础指标，但部分目标值设定与业务实际情况较为不符，未完整反映实际预期效益。同时，绩效指标量化程度不足，绩效目标未针对关键环节设计量化指标，弱化预算执行的约束效力。

在项目过程方面，预算执行与资金管理成效较好。2024年项目预算执行率达99.13%，符合 $\geq 95\%$ 的考核标准。资金使用规范，财务制度健全。合同管理严谨，采购方式合规，单一来源采购均在合同中说明依据。然而过程管控中预算调整率达-18.10%，主要是由于未完成部分活动审计工作导致。且绩效管理执行未完全到位，在业务环节缺乏成文制度。具体表现为：未建立对服务单位监管考核制度文件，项目实施过程中未设置考核台账，导致业务管理健全性不足。虽财务控制有效，但业务全流程的标准化、制度化建设需进一步加强。

在项目产出与效益方面核心产出目标基本达成且部分领域成效较好。在产出数量上，上海国际电影节展映26部主题作品、举办"科技+文商旅"洽谈会并完成10个合作项目；

全民电竞锦标赛吸引 3128 人报名，418 家媒体参与推广；MCN 大会汇聚 2000 余家企业，促成 40 余项合作。在质量与时效方面：在活动主题契合度、宣传渠道多样性、安全零事故率均达标完成，同时活动各个环节均按时及时完成。此外，产出效益持续提升：2024 年 MCN 大会曝光量达 3500 万人次，较 2023 年增长 9.4%；本地企业参与度、短视频观看量（1245 万人次）等指标均有所提升。但部分关键产出未达预期。电竞锦标赛未能邀请头部电竞俱乐部参赛，导致影响力受限；赛事仅在 5 个高流量账号推广，未完成 63 个账号的计划目标，线上阅读量未达 1000 万人次要求。尽管整体曝光量达标（3500 万人次），但因缺乏消费端反馈数据（如点击率、转发量）及头部资源参与，活动成效提升有限，且缺少对服务供应商的质量考核制度。满意度方面，参与企业满意度为 92.26%，工作人员满意度 96.75%。

（二）绩效分析

1.项目决策指标

投入管理指标共由 3 个二级指标、5 个三级指标组成，权重分值为 13 分，实际得分为 11.50 分。其中满分指标 3 个，扣分指标 2 个。

（1）A1 项目立项

表 4-2-1 项目立项指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
A11 立项依据充分性	/	4	充分	充分	4	100.00%
A12 立项程序规范性	/	3	合规	合规	3	100.00%

A11 立项依据充分性：本指标考察①项目立项是否符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策；②项目立项

是否符合行业发展规划和政策要求；③项目立项是否与部门职责范围相符，属于部门履职所需；④项目是否属于公共财政支持范围，是否符合中央、地方事权支出责任划分原则；⑤项目是否与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复。分析小组通过查阅《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》（文旅产业发〔2020〕78号）、《关于加快本市文化创意产业创新发展的若干意见》（2017）、《上海市推动直播经济高质量发展三年行动计划（2021-2024年）》、《普陀区加快发展文化创意产业实施意见》（普文旅规范发〔2021〕4号）、《普陀区加快发展数字广告产业实施意见》（普文旅规范发〔2021〕2号）等相关文件，同时查阅普陀区文旅区的部门职责，项目立项均符合国家法律法规，符合行业发展规划和政策要求，且与区文旅局职责较为一致，未有同类型项目，本项得满分。

A12 立项程序规范性：本指标考察：①项目是否按照规定的程序申请设立；②审批文件、材料是否符合相关要求；③事前是否已经过必要的可行性研究、专家论证、风险评估、绩效评估、集体决策。分析小组通过查阅相关文件并梳理项目立项过程，本项目中的三个子项均为经常性常规项目，年初立项时由产业发展科提出项目的年度预算需求，并同步编制政府购买服务预算，经职能科室负责人审核通过后，由财务科室汇总整理，经党工委会议通过后报普陀区财政局审核，且项目通过区政府常务会议上汇报相关进展情况。在该项目

上立项遵循规定的程序，所提交的材料符合相关要求，项目立项规范。根据评分细则，本项得满分。

(2) A2 项目目标

表 4-2-2 项目目标指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
A21 绩效目标合理性	/	2	合理	不够合理	1.5	75.00%
A22 绩效目标明确性	/	2	明确	不够明确	1	50.00%

A21 绩效目标合理性：本指标考察①绩效目标与相应预算的匹配性；②项目预期产出效益和效果是否符合正常水平；③绩效目标标杆值依据是否充分；④绩效目标是否完整反映项目社会、经济、生态等效益；经评价小组查阅绩效目标申报表，本项目设置了数量、质量、时效、成本、效益和满意度指标。目标根据项目计划设置，项目预期产出效益和效果符合正常的业绩水平，但部分绩效目标标杆值依据缺乏充分考量，未能完整反映项目实际的效益。主要扣分原因为绩效目标标杆值依据不够充分，该项目预计举办 3 项活动，但项目产出数量目标设计为 2 项。根据评分细则，本项得 1.5 分。

A22 绩效目标明确性：本指标考察绩效指标清晰、细化、可衡量为最优，则表明项目绩效目标合理。分析小组通过查阅项目绩效目标申报表，本项目绩效目标分解为数量、质量、时效、效益目标，但该项目未根据项目实际情况和业务特点设立可量化的绩效指标，如 2024 年项目中，产出数量指标中仅设置项目活动举办次数，未根据活动各环节设计相应的绩效目标，如上海国际电影节活动中，每年在合同中均设置需在《每日新闻》上发两篇及以上报道，绩效目标申报表中未设立相应的绩效目标，无法充分发挥绩效目标对预算编制

执行的引导约束和控制作用，项目绩效目标未将项目绩效目标细化分解为具体绩效指标，且未根据工作计划进行细化、量化，根据评分细则，此项得 1 分。

（3）A3 资金投入

表 4-2-2 资金投入指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
A31 预算编制合理性	/	2	合理	合理	2	100.00%

A31 预算编制合理性：本指标主要考察①项目预算编制是否经过科学论证；②预算内容与项目内容是否匹配；③项目预算细化到单价、数量；④预算编制过程中是否有依据。评价小组通过查看项目预算编制情况，本项目预算编制根据《关于印发<上海市财政项目支出预算绩效管理办法（试行）>的通知》（沪财绩〔2020〕6号）要求项目实施内容进行编制，预算内容与项目内容相匹配，同时经过科学论证，且细化项目预算至单价、数量。受到项目各子项费用均采用历史成本法进行编制，且受举办实施方案等客观因素影响，现有编制方式已为较合理的模式，根据指标评分细则，本项得满分。

2.项目过程指标

投入管理指标共由 2 个二级指标、9 个三级指标组成，权重分值为 19 分，实际得分为 17 分。其中满分指标 6 个，扣分指标 3 个。

（1）资金管理

表 4-2-3 资金管理指标得分情况

二级指标	三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
B1 资金管理	B11 预算执行率	/	2	≥95%	≥95%	2	100.00%
	B12 预算调整率	/	2	调整幅度在±10%以内	-18.10%	2	100.00%
	B13 财务管理制度健全性	/	2	健全	健全	2	100.00%
	B14 财务管理制度执行有效性	/	2	有效执行	有效执行	2	100.00%
	B15 资金使用合规性	/	2	合规	合规	2	100.00%

B11 预算执行率：本指标考察项目对于财政预算管理的情况，评价小组通过查看项目预算执行情况后发现，项目2024年年初预算为1392万元，调整后预算为1140万元，预算执行金额为1130.06万元，预算执行率为99.13%，项目预算执行率≥95%。根据评分标准，此项得满分。

B12 预算调整率：本指标考察项目预算编制的准确性。评价小组通过查阅项目预算调整执行明细表，2024年的预算调整率为-18.10%，但主要原因为2024年部分子项审计工作尚未完成，根据合同约定以及财务管理制度，无法支付尾款，为客观原因导致，根据评分细则，此项得满分。

B13 财务管理制度健全性：此指标考察项目相关的财务管理制度是否健全，评价小组通过检查项目普陀区文旅局的财务管理制度后发现，财务制度按照《中华人民共和国会计法》、《中华人民共和国预算法》、《政府会计制度》以及《会计基础工作规范》等法律、法规和制度执行，包括专款

专用制度、付款审批制度、专项资金管理办法以及独立核算制度，财务管理制度基本健全。根据评分标准，此项得满分。

B14 财务管理制度执行有效性：本指标考察项目是否根据财务管理制度执行，评价小组通过查阅项目预算编制、绩效目标申报、预算调整等各个执行环节，在项目与财务相关的各个环节中，均根据财务制度对预算进行编制、根据项目预算和业务情况设立相应的预算申报表。根据评分标准，此项得满分。

B15 资金使用合规性：本指标考察项目资金是否使用合规，评价小组通过梳理项目 2022 年至 2024 年预算执行明细，项目资金的拨付审批程序完整、项目的重大开支经集体决策程序、资金实际用途与预算批复相一致、不存在截留、挤占、挪用、虚列支出，项目资金使用规范，符合财务管理相关规定。根据评分细则，此项得满分。

（2）组织实施

表 4-2-4 组织实施指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
B21 合同管理规范性及执行有效性	/	3	规范且有效执行	规范且有效执行	3	100.00%
B22 项目管理制度健全性	/	2	健全	不够健全	1	50.00%
B23 项目管理制度执行有效性	/	2	有效执行	未有效执行	1	50.00%
B24 政府采购流程规范性	/	2	规范	规范	2	100.00%

B21 合同管理规范性及执行有效性：本指标考察项目合同管理是否规范，且根据管理要求执行，评价小组通过梳理项目 2022 年至 2024 年的所有项目相关的合同，本项目均明

确合同双方应当履行的职责和违规事项，各项条款细化，合同签订严谨规范，并对合同采取特殊采购方式予以说明，合同执行有效。根据评分细则，此项得满分。

B22 项目管理制度健全性：本指标主要考察项目的管理制度是否健全，通过项目的业务管理制度等相关资料进行审阅分析以及现场调研访谈，目前普陀区文旅局未根据项目业务情况制定对服务单位的业务管理制度，未形成成文的制度文件，管理制度存在缺失，业务管理制度健全性有待提升。根据评分细则，本项得 1 分。

B23 项目管理制度执行有效性：本指标主要考察项目是否根据相应的管理制度执行，评价小组通过梳理项目业务全流程发现，预算单位未对本项目的各个实施环节设立相应的考核记录台账，未对项目的完成情况进行考核。根据评分细则，此项得 1 分。

B24 政府采购流程规范性：本指标主要考察项目政府采购流程是否符合规范要求。评价小组在分析项目采购情况后，发现项目符合上海市政府采购目录，并根据相应的政府采购管理要求选择相应的采购方式，对于两项单一采购来源，均在合同中进行解释说明。根据评分标准，此项得满分。

3.项目产出指标

投入管理指标共由 4 个二级指标、9 个三级指标组成，19 个四级指标组成，权重分值为 39 分，实际得分为 35 分。其中满分指标 17 个，扣分指标 3 个。

（1）产出数量

表 4-2-5 项目产出数量指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
C11 上海国际电影节	C111 按计划完成率	2	100%	100%	2	100.00%
	C112 《每日新闻》开展活动专题报道数	2	≥2 篇	2 篇	2	100.00%
	C113 开放式活动门票预约率	2	100%	100%	2	100.00%
C12 电竞上海全民锦标赛	C121 电竞赛事数	2	2 项	2 项	2	100.00%
	C122 电竞赛事参与人数	2	≥3000 人	3128	2	100.00%
	C123 平台宣发广度	2	≥100 家	418 家	2	100.00%
	C124 平台宣发力度	2	≥600 万人次	3500 万人次	2	100.00%
C13 上海国际 MCN 大会	C131 大会参与人数	2	≥1000 人	2000 余人	2	100.00%
	C132 大会企业合作数	2	≥40 家	超过 200 家	2	100.00%

C111 按计划完成率：本指标考察 2024 年上海市国际电影的未来影院活动是否按照计划完成，评价小组通过查阅项目的工作计划和实施方案，本子项均根据项目计划实施方案①“在规定时间内展映四种主题共计 26 部作品；②完成项目计划安排中“科技+文商旅”的产业合作洽谈会等；③合作项目数量按计划完成 10 个，根据评分细则，此项得满分。

C112 《每日新闻》开展活动专题报道数：本指标考察 2024 年上海市国际电影未来影院活动是否按照合同约定在《每日新闻》上开展专题报道。评价小组通过查阅项目的合同以及工作计划后发现，上海国际电影节期间在《每日新闻》发布 2 篇报道，符合工作计划要求。根据评分细则，此项得满分。

C113 开放式活动门票预约率：本指标考察 2024 年上海市国际电影未来影院活动中开放式活动项目是否达到 100% 预约率。评价小组根据 2024 年上海市国际电影的未来影院

活动完成情况，共计开放 6000 余张门票供群众进行预约，门票均预约完毕，活动宣传推广成效较好，根据评分细则，此项得满分。

C121 电竞赛事数：本指标考察电竞上海全民锦标赛是否根据活动方案完成相应的电竞赛事数量，评价小组通过查阅该子项 2024 年的完成情况后发现，该项目顺利完成主赛事的线上海选、线下淘汰赛以及总决赛；并邀约相应的战队，完成约战普陀赛事的报名以及淘汰赛，根据评分细则，此项得满分。

C122 电竞赛事参与人数：本指标考察电竞上海全民锦标赛整体报名参与赛事的人数是否达到预期的 3000 人，评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，项目报名人数为 3128 人，达到项目的计划目标，根据评分细则，此项得满分。

C123 平台宣发广度：本指标考察电竞上海全民锦标赛在线上平台的宣发数量是否达到 100 家，评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，2024 年上海全民电竞锦标赛共计有 418 家线上媒体对其进行短视频以及文案的宣传推广工作，根据评分细则，此项得满分。

C124 平台宣发力度：本指标考察电竞上海全民锦标赛在线上平台宣发力度是否达到 600 万人次，评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，2024 年上海全民电竞锦标赛赛事期间整体曝光量为 3500 万人次，根据评分细则，此项得满分。

C131 大会参与人数：本指标考察上海国际 MCN 大会在 2024 年的参与人数是否达到计划要求的 1000 人，评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，2024 年上海国际 MCN 大会共有 2000 多家企业、KOL/KOC 参加，根据评分细则，此项得满分。

C132 大会企业合作数：本指标考察上海国际 MCN 大会是否达成预计要求的企业合作数量，评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，2024 年上海国际 MCN 大会期间共有 40 家以上的企业达成相应的合作，根据评分细则，此项得满分。

(2) 产出质量

表 4-2-6 项目产出质量指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
C21 上海国际电影节	C211 活动内容与主题契合度	2	100%	100%	2	100.00%
	C212 宣传与推广涉及社媒种类	2	4 种	4 种	2	100.00%
	C213 活动宣传质量有效提升	2	提升	提升	2	100.00%
C22 电竞上海全民锦标赛	C221 具有影响力的电竞俱乐部参与数	2	2 家	0	0.5	0.00%
	C222 平台宣发质量	2	100%	25%	0.5	25.00%
	C223 直播平台观看人数	2	≥50 万人次	150 万人次	2	100.00%
C23 上海国际 MCN 大会	C231 宣传与推广覆盖提升	2	提升	提升	2	100.00%

C211 活动内容与主题契合度：本指标考察上海国际电影节的活动内容是否和活动主题契合，评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，2024 年上海市国际电影节：未来影院的活动内容以及展览设计概念符合未来科技主题；大部分企业所属行业为科技、电影影视行业

等；③展览电影类型三项要素均应契合科技概念的主题。根据评分细则，此项得满分。

C212 宣传与推广涉及社媒种类：本指标考察上海国际电影节的宣传与推广涉及社媒的种类是否达到合同约定的要求，评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，活动宣传推广的宣发社媒种类应达到分别为官方平台；各类社交平台；邀请主流媒体体验并进行专题报道；周边商圈宣发，共计 4 种。根据评分细则，此项得满分。

C213 活动宣传质量有效提升：本指标考察上海国际电影节的宣传推广质量相较于 2023 年是否有所提升，评价小组通过对比该活动 2022 年至 2024 年的完成情况，活动的宣传曝光人次、宣传渠道类型以及宣传视频的整体点击量均有效提升，根据评分细则，此项得满分。

C221 具有影响力的电竞俱乐部参与数：指标设置主要考察活动是否和 2024 年的计划一致，邀请到相应头部职业战队（XXXX 战队和 XX 战队）参与赛事环节，并考量活动是否通过头部战队的影响力带动活动整体热度。评价小组在查阅活动完成总结报告后发现，2024 年未能按照计划邀请到这些战队，未能有效通过电竞头部战队提升这项活动的影响力与热度，但根据调研发现活动中安排有其他头部职业战队参与颁奖环节，根据评分细则，此项得 0.5 分。

C222 平台宣发质量：本指标考察电竞上海全民锦标赛的宣发质量是否达标，为评价电竞活动的宣发质量评价小组从高粉丝量账号宣发完成数和活动话题阅读量两个维度判

断，两个维度分别占比 1 分。2024 年项目仅在 5 个粉丝量级相对较高或电竞赛事相关的账号上宣传推广此次赛事，未能达到计划要求的 63 个，且未达到目标值的 50%；同时查阅赛事 2024 年各类活动宣发文案以及宣传视频在线上的阅读量的统计情况，目前未达到工作计划要求的 1000 万人次的阅读量，但阅读量实际完成情况为 749.6 万人次，达到目标值的 50%，故整体达标度为 25%。根据评分细则，此项得 0.5 分。

C223 直播平台观看人数：本指标考察电竞上海全民锦标赛比赛期间线上直播平台观看人数是否达到实施方案的要求的 50 万人次。评价小组通过查阅活动宣传与推广的工作方案以及完成情况，2024 年赛事在线上直播平台的观看量达到 150 万人次，达到工作计划要求根据评分细则，此项得满分。

C231 宣传与推广覆盖提升：本指标考察上海国际 MCN 大会的宣传与推广覆盖力度是否得到有效提升。评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，活动宣传推广种类有所提升，且宣传整体曝光人次相较于 2023 年有所提升。根据评分细则，此项得满分。

（3）产出时效

表 4-2-7 项目产出时效指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
C31 上海国际电影节	C311 活动开展及时性	1	准确	准确	1	100.00%
C32 电竞上海全民锦标赛	C321 赛事开展及时性	1	及时	及时	1	100.00%
C33 上海国际 MCN 大会	C331 大会开展及时性	1	及时	及时	1	100.00%

C311 活动开展及时性：本项目考察上海国际电影节活动开展的及时性，评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，上海国际电影节：未来影院活动均按照工作计划要求开展活动，活动未出现逾期或未能成功开展的情况。根据评分细则，此项得满分。

C321 赛事开展及时性：本指标考察电竞上海全民锦标赛赛事开展的及时性，评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，电竞上海全民锦标赛的各项赛事以及各个赛程均按照工作计划要求开展，各项比赛环节未出现逾期、未能成功举办的情况，根据评分细则，此项得满分。

C331 大会开展及时性：本指标考察上海国际 MCN 大会开展的及时性，评价小组通过查阅该子项 2024 年的工作计划以及完成情况后发现，上海国际 MCN 大会均按照工作计划要求开展活动，活动未出现逾期或未能成功开展的情况，根据评分细则，此项得满分。

（4）产出成本

表 4-2-8 项目产出成本指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
C41 整体成本控制有效性	/	4	合理	合理	3	75.00%

C41 整体成本控制有效性：本指标考察项目整体成本控制是否有效，若三个子项目的开展过程中①各类费用结构以及三年变化趋势较为合理；②近三年历史数量情况较为合理；③项目历史成本与市场价相比较为合理，满足以上条件则得满分。评价小组通过梳理活动实施过程中的各项投入后发现，

目前项目三年变化趋势较为合理，同时历史数量情况符合业务流程需要，但是在费用结构上，差旅费占比相对较高，后续需要进行控制；在单价上，通过对比三个活动之间的同类型材料费等成本费用后发现，存在共性费用的单价不一致的情况，如保安费，三个子项的保安服务内容一致，但单价有所不同，需要统一单价支出标准，部分成本单价较为不合理。根据评分细则，此项得 3 分。

4.项目效益指标

项目效益指标共由 4 个二级指标、9 个三级指标组成，权重分值为 29 分，实际得分为 26.4 分。其中满分指标 7 个，扣分指标 3 个。

(1) 社会效益

表 4-2-9 社会效益指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
D11 活动曝光量提升度	/	3	提升	提升	3	100.00%
D12 有责安全事故发生数		2	0 起	0 起	2	100.00%

D11 区域曝光量提升度：本指标考察近几年举办活动的曝光量是否有所提升，评价小组通过梳理项目各项成本投入情况后发现，2022 年及 2024 年期间，三项活动的曝光人次均有所提升，根据评分细则，此项得满分。

D12 有责安全事故发生数：本指标考察活动举办过程中是否发生有责安全事故，评价小组查阅活动举办期间过程，近三年活动均未有相关有责安全事故的发生，根据评分细则，此项得满分。

(2) 经济效益

表 4-2-10 经济效益指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
D21 本地企业参与提升度	/	3	提升	提升	3	100.00%
D22 上海国际电影节活动品牌效益提升	/	3	提升	提升	3	100.00%
D23 上海国际 MCN 大会品牌效益提升	/	3	提升	提升	3	100.00%
D24 电竞上海全民锦标赛品牌效益提升	/	3	提升	未能有效提升	2	66.67%

D21 本地企业参与提升度：本指标主要考察近几年活动开展过程中普陀区企业参与数量是否得到提升。评价小组通过查阅活动邀请企业以及企业参与名单后发现，相较于 2023 年本地企业参与数量 160 家左右，2024 年普陀区本地企业活动参与数量为 300 家左右，普陀区企业有所提升，根据评分细则，此项得满分。

D22 上海国际电影节活动品牌效益提升：本指标主要考察上海国际电影节活动品牌效益是否得到有效提升，评价小组通过查看该活动的举办完成情况后发现，活动整体曝光量有所提升，仅各个 KOL 转发的宣传视频达到 4300 万人次的曝光量，项目共计参与企业数量达到 803 个，均高于 2022 年以及 2023 年的完成情况，同时活动短视频的观看量超过 1245 万人次，相较于 2023 年视频观看量 900 万人次有所提升，整体活动成效有所提升，根据评分细则，此项得满分。

D23 上海国际 MCN 大会品牌效益提升：本指标主要考察上海国际 MCN 大会活动品牌效益是否得到有效提升，评价小组通过查看该活动的完成情况后发现，2024 年活动共有 2000 余企业家专家参会、约 90 家媒体参与、新增 100 名

KOL/KOC 参与该活动，活动举办期间曝光量达到 3500 万人次，高于 2023 年的 3200 万人次，同时根据项目完成情况，共计达成 30+合作项目，根据评分细则，此项得满分。

D24 电竞上海全民锦标赛品牌效益提升：本指标主要考察电竞上海全民锦标赛品牌效益是否得到有效提升，评价小组通过查看该活动的完成情况后发现，2024 年活动相较于 2023 年在活动参与人数以及企业参与数量有所提升，但在项目整体宣传成效相对较弱，缺少消费端反馈性（如点击量、阅读量以及转发量等）指标，活动整体成效未能有效提升，根据评分细则，此项得到 2 分。

（3）可持续影响

表 4-2-11 可持续性指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
D31 活动现场安全保障方案健全性	/	2	健全	健全	2	100.00%
D32 长效管理制度健全性	/	2	健全	不够健全	1.5	75.00%

D31 活动现场安全保障方案健全性：本指标考察活动现场安全保障方案是否健全，评价小组通过查阅相关的活动安全保障制度，各项活动均具备①工作人员安全培训制度；②应急演练制度；③安保制度；④消防制度，活动安全实施方案健全且均有效执行，根据评分细则，此项得到满分。

D32 长效管理制度健全性：本指标考察项目的长效管理制度是否健全，评价小组通过查阅相关的制度文件，项目根据活动开展各个环节①根据项目制定部门内容职责和权限；②针对项目情况制定相应的舆情管理制度；③规范工作中数据与文档的整理收集；但缺少覆盖活动全流程的质量评

价体系，活动方案执行过程中的对活动质量未达标的反馈与调整缺少清晰明确的指标，导致反馈与整改机制不够明确，根据评分细则，此项得 1.5 分。

(4) 满意度

表 4-2-12 满意度指标得分情况

三级指标	四级指标	权重	目标值	完成值	得分	得分率
D41 参与企业满意度	/	4	≥95%	92.26%	2.90	72.57%
D42 项目单位工作人员满意度	/	4	≥95%	96.75%	4.00	100.00%

D41 参与企业满意度：本指标考察 2024 年参与各个活动的企业对于活动的满意度，评价小组根据问卷调查结果，实际收回企业调查问卷 226 份，问卷中共有 5 道题目涉及活动满意度的问题，故满意度样本共计 1130 份，其中非常满意样本数为 860 份，满意的样本数为 195 份，一般样本数为 70 份、不满意样本数为 5 份。根据满意度分数计算方式得到活动参与企业的满意度 92.26%，根据评分细则，此项得到 2.90 分。

D42 项目单位工作人员满意度：本指标考察 2024 年项目单位的工作人员对于活动的满意度，评价小组根据问卷调查结果，实际收回业务工作人员调查问卷 2 份，其中涉及满意度的问题共计 10 题，故满意度样本共计 20 份，其中非常满意样本数为 17 份，满意样本数为 3 份。工作人员满意度 96.75%，根据评分细则，此项得 4 分。

五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析

(一) 主要经验及做法

1.MCN 产业国际化与生态构建成效显著

在 2024 上海国际 MCN 大会中，普陀区文旅局联合市级部门搭建政产学研协同的国际化交流平台。大会吸引了 2000 余位行业代表参会，150 余家 MCN 机构及 30 余家品牌方参展，覆盖人群约 3500 万人次。会上发布了《上海市推动直播经济高质量发展三年行动计划（2024-2026 年）》，明确提出至 2026 年实现直播电商零售额 6000 亿元、培育 10 家头部直播平台等目标。同时，牵头成立全国首个省市级"国际 MCN 发展与服务联盟"，首批吸纳 24 家成员单位（如美团、无忧传媒等），并通过评选 46 家优秀 MCN 机构榜单强化行业标杆作用。此外，大会促成 30 余个合作项目落地，涵盖文商体旅及品牌出海领域，并吸引 60 位国际行业领袖参与，为跨境合作奠定基础。

2.电竞产业规范与区域协同取得进展

第五届电竞上海全民锦标赛总决赛期间，通过统一参赛标准、办赛手段，以推动普陀区电竞类赛事标准化。活动期间，在活动现场设立电竞装备与文创展区，并邀请波克科技、联想等各类企业参展，成功吸引各类电竞爱好者参与赛前预热活动，提高赛事知名度。

3.影视科技融合与惠民体验实现突破

未来影院单元作为上海国际电影节的重要板块，通过沉浸式技术呈现四大主题数字内容（如《隐秘的秦陵》《三体 VR 体验版》等），打造国内最大数字化交互视觉展映平台。活动在普照金融广场举办 10 天，共开放 31 场次，累计观影人次达 1622 人（其中大麦平台核销 1298 人，特邀嘉宾 223

人，实体票观众 101 人），大麦评分达 9.1 分。活动设计突出惠民性，通过"科技+文商旅"消费场景推介会及 VR 音乐会等形式增强公众参与，同时严格管控票务核销与动线规划（如领导、嘉宾、媒体分设 6 条独立动线），保障运营效率与体验品质。

4.活动品牌辐射力持续提升，活动举办成效较为显著

部分活动品牌的影响力有所提升，MCN 大会响应上海建设"国际数字广告之都"的要求，活动期间集聚数字广告企业上千家；上海国际电影节未来影院单元则依托普陀金融广场艺术中心，通过电影+科技的模式提高活动创新程度，不断吸引电影与科技爱好者与相关企业参与活动，提高活动的影响力。

（二）存在的问题以及原因分析

1.电竞赛事缺少曝光转换率指标，成本收益转化不明晰

近三年电竞赛事的整体线上曝光量由 2021 年 1000 万线上曝光量上涨至 3500 万线上曝光量，但是缺少 2024 年线上曝光量投入后的收益性指标的完成情况，线上曝光量增高仅能代表投入相应成本完成不同平台的宣发量较多以外，无法完全代表该子项项目目标完成情况，即通过举办赛事以提升电竞相关产业影响力，缺少如话题热度、内容产出播放量以及宣发材料点击率等收益性指标，该子项缺少线上曝光量转换效益。此外，2024 年缺少赛事直播观看人数等指标的完成情况，成本收益转化不明晰。

2.电竞赛事未完成头部战队邀约，优质宣发完成度低

根据 2024 年该子项的计划实施方案，服务供应商计划邀请两支头部电竞战队参与赛事，同时拟计划在赛事前后在 63 个头部优质账号投放相关宣发材料，以提高该子项在赛前预热以及赛后的影响力，但评价小组通过查看完成情况后发现，该子项 2024 年未完成头部电竞战队邀约，同时仅完成 5 个头部、优质账号的投放工作。

3.项目绩效目标未细化，绩效管理体系有待完善

评价小组通过查阅项目绩效目标后发现，该项目未根据项目实际情况和业务特点设立可量化的绩效指标，如 2024 年项目中，产出数量指标中仅设置项目活动举办次数，未根据活动各项环节设计相应的绩效目标，如上海国际电影节活动每年合同中均设置有对《每日新闻》上应发两篇及以上报道，无法充分发挥绩效目标对预算编制执行的引导约束和控制作用。

4.业务管理机制不够完善，考核监督未能覆盖整个活动周期

当前区文旅局仅通过活动是否按计划和合同约定完成，以及活动结束后的审计环节对项目进行验收考核，缺失对各活动的举办成效和执行过程的考核机制，一方面未对活动策划过程，活动执行以及活动成效等形成全流程的考核机制，导致“目标-考核-评估”的业务管理机制存在缺失。另一方面，预算单位未根据活动实际需要达成的成效（如活动传播度、活动影响力、参与活动企业满意度等）以及各项活动的关键环节必须达成目标（如活动初期的“参与活动人数”和“活动宣

传工作完成情况”等)形成考核指标评分体系。活动完成质量的保障体系需要进一步完善和优化,考核监督未能覆盖整个活动周期,且未形成考核记录台账,考核台账管理需要进一步优化。

六、有关建议

1.电竞活动增加消费端指标,提高与成本效益的匹配度

由于电竞活动主要是针对电竞爱好者和观赛观众,即主要针对消费端,为提高成本与效益之间的匹配度,建议在电竞赛事增加相关消费端指标,如在活动过程中增加关注官方活动赛事账号、公众号的环节,通过设立官方账号粉丝量增加指标以及公众号阅读转发量指标,衡量整体赛事举办过程的活动完成质量,同时要求服务供应商提供活动宣传视频后续播放量、转发量、线上全平台衍生创作内容等数据,并建立合适的指标与目标值,用消费端反馈衡量整个活动期间电竞活动宣传推广质量。

2.加强对活动策划的审核,提高活动实施的可行性

建议区文旅局在电竞上海全民锦标赛的实施过程中加强与电竞赛事服务供应商的协调工作,提高对活动策划的审核,综合考量各项活动实施难度,增加活动实施的可行性,并避免出现沉没成本。同时通过设置合适的考核机制,对服务供应商的活动实施过程中进行约束,例如要求其在赛事宣发过程中,提供符合电竞赛道的账号对活动的情况进行传播,并对不符合预期情况的设置相应的惩罚机制或者扣分机制。

3.设定合理且可量化绩效指标,使目标覆盖业务实际情

况

建议预算单位合理编制绩效目标申报表，严格按照申报表的格式填写，指标设置进一步分类、细化，完整体现项目实施目标，按照部门整体的重点工作内容和各个项目情况设置可量化绩效目标，如根据实际活动开展数量、活动按要求完成率、活动线上宣传曝光量，线下企业参与数量，线上直播有效观看人数等产出指标科学设置绩效目标，全面涵盖管理投入、产出、效益三方面的目标任务，通过针对性地量化指标，加强绩效目标管理，全面反映出项目各个活动的核心任务和活动完成。

4.增加对项目各项业务环节的管理机制，提高考核台账管理

建议区文旅局基于活动的各项实施环节以及历史完成情况，增加对各个业务环节的具体管理制度，如在活动前期宣传过程中，服务供应商应提供适合活动主题的活动策划方案，策划方案中应该包括活动期间的各项宣传推广方案、活动执行方案以及各类应急保障方案等。同时，区文旅局应基于以上方案设置相应的关键性指标，如电竞赛事报名人数、上海国际电影节和上海国际MCN大会企业参与人数等，以在活动实行期间，监督服务供应商的完成过程，对其是否根据活动策划方案以及工作计划的要求推动活动，并记录关键性指标的达成情况。并在活动完成后，综合考量活动各个阶段关键指标的完成情况，进行评分考核，并对各个环节记录相应的考核管理台账，不断完善项目的业务管理机制。

