

# 财政项目支出绩效评价报告

项目名称：2023 年设计之都大会经费

项目单位：上海市经济和信息化委员会

主管部门：上海市经济和信息化委员会

委托单位：上海市财政局监督检查局

评价机构：上海云拓管理咨询有限公司

2024 年 6 月

主评人：刘美红

项目组成员：陆佳琳、秦博韬、廖文芳、史晓雪

评价时间：2024年3月-6月

主评人签章：

## 目 录

摘要 .....	1
一、 基本情况 .....	6
(一) 项目概况 .....	6
(二) 项目绩效目标 .....	31
二、 绩效工作开展情况 .....	34
(一) 绩效评价目的 .....	34
(二) 绩效评价原则和方法 .....	37
(三) 绩效评价工作过程 .....	42
三、 综合评价情况及评价结论 .....	44
(一) 综合评价情况 .....	44
(二) 评价结论 .....	46
四、 绩效评价指标分析 .....	49
(一) 项目决策情况 .....	49
(二) 项目过程情况 .....	52
(三) 项目产出情况 .....	55
(四) 项目成本情况 .....	60
(五) 项目效益情况 .....	68
五、 主要经验及做法、存在的问题及原因分析 .....	71
(一) 主要经验及做法 .....	71
(二) 存在问题及原因分析 .....	72
六、 有关建议 .....	73



# 2023 年设计之都大会经费绩效评价报告摘要

## 一、项目概况

为了更好完成《上海建设世界一流“设计之都”的若干意见》要求，扎实推进上海世界一流“设计之都”建设，提升关键环节设计创新能力和系统集成设计能力，持续打造“上海设计100+”“上海设计周”等IP，营造全城设计良好氛围，上海市经济和信息化委员会（以下简称“市经信委”）牵头2023年继续开展“设计之都大会”。设计之都大会于2023年9月26日-10月2日在黄浦滨江举办，市经信委是大会的承办方之一，主要承担主会场搭建、开幕式组织及大会运营等相关工作，大会其他场馆建设以及活动组织均由其他承办单位自行实施。

2023年设计之都大会经费项目主管部门为市经信委，项目中标实施单位为上海设计周投资管理有限公司（以下简称“设计周公司”），资金来源为市财政一般公共预算，项目预算资金1200万元，实际执行金额为1,196.09万元，执行率99.67%。

## 二、绩效分析

2023年项目完成主舞台、灯光、LED屏区、控台、序厅、二层VIP室及媒体采访室的搭建，顺利召开了设计之都大会开幕式，开幕式国际嘉宾涉及美国、英国等18个国家和地区，较2022年增加200%。完成开幕式活动统筹、现场执行、开幕式录制转播以及线上推流等工作，开幕式直播在上海热线、央视新闻、央视

网等 19 个平台上播出，观看人数 7,544,305 人。完成地铁 1、2、7、8、9、13 号线、延安路高架、上海中心大厦等广告宣传工作，在全网相关话题阅读（观看）量超过 20.3 亿，较 2022 年提升约 182%。主会场设施布置方面平均满意率为 85.17%。主会场运营方面平均满意率为 86.47%。成本方面，评价组根据实施单位提供的明细，参考专家意见以及市场价格，从必要性、合理性等方面进行核定，项目实际支出 1196.09 万元，共计核减 122.53 万元，核减率 10.24%。

但项目在绩效方面仍存在不足：主要为项目绩效目标设置不够合理，预算精细化管理程度不够，合同转委托合规性不足，项目核心内容均委托第三方公司执行但未获得市经信委书面同意，未留存相关验收资料，部分成本费用较高等，通过满意度问卷部分主会场使用单位反映休息室并不是开放的，利用率不高、大屏的视觉指示系统不明显、临时流动厕所体验不好等问题。

### 三、主要经验及做法

2023 年设计之都大会开幕式以 LANVIN 全球时尚品牌的时装首秀为亮点，展示了上海设计之都的特色，将时尚与设计相融合，突显了上海“首发经济”的独特魅力，此举为开幕式增添了时尚元素，为设计之都大会注入更多创意与活力。此外，开幕式现场布置具有强烈的设计感，270° 环幕设计给观众带来身临其境的体验，提升了视觉效果，也为与会嘉宾带来沉浸式的视听享受，使他们更深入地感受到上海设计的魅力和力量。

## 四、主要问题

### （一）预算精细化程度不够完善。

2023 年世界设计之都大会市政府确定的预算控制数为 1200 万，但是市经信委未落实预算精细化管理要求，在市政府预算控制的基础上按照一级项目、二级构成、三级明细的要求对预算进行细化，不利于市经信委后续对大会各子项的执行情况的跟踪以及考核，整体预算细化程度有待提升。

### （二）合同管理规范性有待加强。

一是合同转委托合规性有待加强，市经信委与设计周公司签订的委托合同规定“乙方应当亲自处理委托事项，未经甲方书面同意，不得擅自转委托第三人”，但是在实际执行中设计周将展台搭建、舞美、媒体宣传等专业活动委托相关行业公司负责，且未有市经信委的书面转委托同意。二是合同付款条款设置过于宽松，市经信委与设计周公司签订的合同中，付款方式为自合同签署之日起 30 个工作日内支付合同签订款项，未将资金支付与项目完成进度进行挂钩，无法有效约束设计周公司提供的服务质量。

### （三）部分成本费用合理性有待提升。

评价组对项目实施单位的成本进行了分析，一是部分费用支出合理性有待提升，如主会场运营费中包含 12 名大会组委会兼职人员 14 天人员费用，设计之都大会组委会是由各承办单位组成，主要是对大会进行统筹协调推动，组委会中安排兼职人员的合理性不够充分。二是部分单价高于市场价格，如主会场地面找平，

供应商报价 70 元每平方米，根据市场询价以及专家意见，一般找平约在 25 元每平方米。

## **五、评价结论**

运用评价组设计并经专家组论证的绩效评价指标体系及评分标准，本项目绩效评价得分为 84.09 分。鉴于评价过程中发现涉及违规行为，经市财政局会议会商，该项目违规违约分包，建议作为特殊扣分事项（扣减 5 分）处理。该问题在绩效评价指标体系中已扣减相应分数 1 分，另行扣减 4 分，最终得分为 80.09 分，绩效评价为“良”。

## **六、有关建议**

### **（一）加强预算精细化管理。**

建议市经信委根据《上海市市本级项目支出预算管理办法》要求，依照项目预算标准，结合项目历年实际执行情况对预算进行精细化管理，对于部分有标准文件可以参照的费用如志愿者，应基于标准按照每人每天进行编制，以加强预算准确性。

### **（二）加强合同审核管理。**

一是建议市经信委与设计周公司根据会展实际情况，重新审视合同条款，严格按照采购管理办法进行招标，以确保合同执行时符合政府采购相关规定。二是建议市经信委优化调整付款方式，将资金支付与项目完成进度挂钩，设立阶段性付款节点，并结合验收工作进行付款，对设计周公司提供的服务质量进行有效约束，确保达到预期标准。

### **（三）降本增效提升成本效益。**

一是建议市经信委与项目实施单位进行深入沟通和协商，明确与会参与人员的角色与职责，并确保其工作内容与时长与实际费用相符。二是建议市经信委在会议结束后请专业的第三方机构进行评估或审价，确保实际支出的合理性和公正性，以提高财政资金使用效率。

# 2023 年设计之都大会经费绩效评价报告

为切实加强本市财政项目支出预算绩效管理，提高财政资金使用效益，根据《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）的要求，上海云拓管理咨询有限公司受上海市财政局监督检查局委托，对2023年设计之都大会经费（以下简称“本项目”）实施绩效评价。

## 一、基本情况

### （一）项目概况

#### 1. 项目背景

中国共有5座被命名为“设计之都”城市，分别为深圳、上海、北京、武汉以及重庆，上海自2010年当选以来，随着产业发展向纵深推进，建设世界一流“设计之都”、发展高附加值、高品牌价值的创意设计产业，需要有一个国际化、专业化、市场化的平台，也需要依靠国际国内的广大专家学者和业界人士出谋划策、招才引智。因此，上海市委、市政府决定举办世界设计之都大会，旨在打造一场国际设计领域的合作交流盛会，助力构建更具创造力、创新力、竞争力、影响力的上海创意设计产业。

在此背景下，2022年上海首届设计之都大会应运而生，以“设计无界，相融共生”为主题于9月15—18日在黄埔滨江船舶馆及周边举办，举办内容包含开幕式、国际设计百人尖峰论坛和联合国教科文组织设计之都峰会等2场尖峰论坛，2场展览，以及50

余场高峰论坛和设计活动。主展围绕设计赋能产业创新发展、打造活力城市空间、优化社会公共服务、点亮民众美好生活、聚力共铸城市品牌等“设计创新型城市”五维架构展开，特设法国专区和意大利专区。展览总面积超 6000 平方米，展出品牌总数超过 150 个，展品系列超过 800 个，其中国际品牌占比 20%。在首届世界设计之都大会的效应下，上海加快培育设计骨干力量，截至 2022 年底市级设计创新中心 182 家，设计引领示范企业 92 家，其中 12 家获评国家级工业设计中心；环同济建筑和创意设计、环东华时尚设计、环华理工业设计、环交大数字设计、“江南智造”国际设计港等集聚区加速建设，众多创意设计产业和国际合作项目落地生根、发展壮大。由于首届展会效果较好，且为了更好地完成《上海建设世界一流“设计之都”的若干意见》要求，到 2025 年基本构建设计产业蓬勃发展、品牌卓越突出、生态环境活跃、设计氛围浓厚的“设计之都”格局。在联合国“创意城市网络”中，积极展现上海的设计理念与城市风貌，扩大上海的国际影响力与知名度。

基于以上目的 2023 年继续开展设计之都大会。本项目预算单位为上海市经济和信息化委员会（以下简称“市经信委”），由于设计之都大会采取市场化运作的模式，本项目评价范围为市经信委申报的 1200 万元预算金额，主要包括主会场搭建、直播导播、视频制作、媒体宣传、主会场运营等相关工作。

## 2. 项目目的

通过对大会主会场搭建以及开幕式议程等进行安排，保障开幕式各个环节能够有序进行，助力设计之都大会顺利开展，大会开展助于推动创意和设计产业的发展，提升城市的文化软实力和国际影响力。

### 3. 立项依据

(1) 《上海建设世界一流“设计之都”的若干意见》（沪经信都〔2022〕15号）提出：践行“人民城市人民建、人民城市为人民”重要理念，充分发挥上海产业要素集聚、应用场景开放、国际合作广泛等优势，以设计创新生态体系为支撑，以“设计创新型城市为具体呈现，将设计理念和设计服务全面融入贯穿于城市的产业发展、空间环境、公共服务、民众生活和城市品牌五个维度”，全面贯彻新发展理念，服务构建新发展格局。

(2) 《上海市经济信息化委关于申请举办“2023 世界设计之都大会”的请示》于2023年4月13日经市政府专题会议审议原则通过，并已报市政府主要领导圈阅。

### 4. 设计之都大会的内容

主题：设计无界，造化万象。

时间：2023年9月26日-10月2日，其中大会主会期为9月26—28日，展览和活动延续至10月2日。

地点：主会场坐落于黄浦滨江。

内容：上海市2023世界设计之都大会（WDCC2023）大会总体呈现为“1+2+3+10+X”的活动架构，即1场开幕式，2场展

览（主场展和海外展），3场峰会，10大设计领域高峰论坛、发布盛典、时尚秀演和设计嘉年华活动，X场全城、海外和线上联动活动。

### **（1）大会开幕式**

邀请相关领导，联合国教科文组织助理总干事 Ernesto Ramirez 致辞，相关设计之都城市视频祝贺；发布创意设计产业项目和国际合作项目，如上海智慧出行设计谷、NICE2035 赤峰路国际设计街、东华大学可持续时尚战略、上大美院主校区、艾为芯片设计测试中心、张园城市更新项目二期、“创链中银”设计产业金融服务平台等创意设计产业和平台项目发布；颁发第二届前沿设计创新奖；邀请国际国内设计领域领军人物作主旨演讲，并穿插 AIGC 数字时尚秀演。

### **（2）主场展与海外展**

主场展围绕世界“设计之都”和“设计创新型城市”展开，重点提升国际品牌和长三角品牌占比；海外展则在英国伦敦、意大利米兰等城市展示上海设计之都理念和上海时尚消费佳品，如在伦敦举办“设计沪航”系列活动，在米兰举办“上海时尚日”秀演和展览。

### **（3）3大峰会**

分别为“国际设计百人”尖峰论坛、全球“设计之都”峰会、“未来设计”峰会。其中“国际设计百人”尖峰论坛，邀请“国际设计百人”智库专家，共论设计创新型城市建设，邀请上海市

领导致辞。并邀请市领导与“国际设计百人”专家代表交流，听取建言献策；全球“设计之都”峰会，在联合国教科文组织支持下举办，邀请多国“创意城市”代表线上线下参会，共商“设计之都”发展之路，邀请上海市领导、联合国教科文组织领导致辞；“未来设计”峰会，聚焦五大未来产业，邀请中外院士专家共论设计洞见未来、促进科技创新产业化等议题。

#### **（4）10大设计领域的高峰论坛、发布盛典、时尚秀演、设计嘉年华等，以3X10设计矩阵呈现**

十大领域高峰论坛，围绕“工业设计、建筑设计、时尚设计、数字设计、服务设计、绿色设计、融合创新、青年创意/女性力量、设计教育、设计生态”十大领域（及其细分专业）议题，举办一系列高峰论坛，探讨设计产业前沿发展趋势。

新品发布，在黄浦滨江举办 Shanghai Gala，呈现 2023 上海设计 100+集中发布，业内领军企业专场发布/联合发布；徐汇西岸发挥场馆条件优势，吸引国际一线品牌首发首秀。

时尚秀演和主题活动，组织“衣尚东方”、上海高定周“东方美学”等秀演。9月29日-10月2日假期，在主场举办“设计in中秋、国庆、户外、潮玩、美食、汽车、手工艺”等主题活动，打造市民设计嘉年华。

#### **（5）X场全城联动、线上联动以及AIGC共创活动**

各区、相关文创园区和行业协会举办 50+设计类特色活动，向人民群众释放上海设计之魅力。如虹口区举办第三届“设计寰

宇”创意营暨北外滩国际创意节，联合 14 个设计创新实验室和 4 个大师工作室打造多元产业创新生态；松江区举办“松江智造视觉绽放”设计展览，展出 27 家单位、160 余组优秀设计作品。

2023 年设计之都大会展览总面积达 2 万平方米，超 300 家国际国内企业参展，大会各类活动参与人数达 13.8 万人，其中主场展览参观人数超 8 万人，全网相关话题阅读（观看）量突破 20.3 亿人次，较 2022 年提升约 182%；海内外媒体报道数超 8000 篇，央媒占比约 11%，外媒占比约 20%。

## **5. 本项目计划实施内容**

本次被评价的单位上海市经济和信息化委员会（以下简称“市经信委”），市经信委是大会的承办方之一，主要承担主会场搭建、开幕式组织及大会运营等相关工作，涉及预算资金 1200 万元，大会其他场馆建设以及活动组织均由其他承办单位自行实施。本项目的内容包含主会场整体舞美设计及搭建、直播导播、视频制作、宣传推广媒体投放、主会场运营 5 个方面，具体实际内容如下。

### **（1）主会场整体舞美设计搭建**

满足大会开幕式（市主要领导出席）以及若干场高峰论坛活动的需求搭建。地台结构需为钢龙骨。地台为双层板，阻燃级别为 B1 级；舞台周边需要双层遮光布；大屏幕：主屏幕、返看屏幕，打造沉浸式体验；灯光：领导区域面光，舞台区域面光、侧

光、效果光；音响，现场所需的话筒和扩声系统及以上技术服务保障。

## **（2）直播导播**

注重大会设计元素体现，线下注重直播和现场体验。开幕式视频内容符合大会调性，确保大会开幕式顺利、稳定、有序召开。开幕式导演组策划及执行：负责开幕式等内容策划、执行、运维。

## **（3）开幕式相关视频制作**

大会流程画面及视频（包括开场和大屏幕短片）、致辞嘉宾视频剪辑、项目发布等串场视频制作。

## **（4）宣传推广媒体投放**

全市氛围营造，在上海重点地区（高架、机场、地铁、地标建筑等）发布灯箱、刀旗、LBD屏等广告；线上宣传推广，包括：视频专访、短视频、H5页面、大会纪录片、金句海报、人物专访、微博抖音等APP客户端信息流推送等。

## **（5）大会主会场运营**

开幕式管理与服务，满足大会需求的统筹运营；管理开幕式现场各区域，不限于座席区域划分、路线指引等；开幕式嘉宾邀约、内容对接及现场服务；参与开幕式且上台的嘉宾，包括不仅限相关事宜沟通、现场对接、重要行程陪同，及到场嘉宾相关事务对接；会场内外所需相关物料的准备；现场参会人员管理；各活动区域内的人员安排和保障。

# **6. 项目实际实施内容**

设计之都开幕式实际于9月26日（周二）9:30-12:00在主会场顺利举办。各部分具体实施内容如下。



图 1-1 大会场地示意图

### (1) 主会场整体舞美设计及搭建

主会场整体舞美设计与搭建内容包含创意设计、舞美搭建。展台搭建于2023年9月12日正式开始，于2023年9月20日完成搭建和布置工作，包含主会场搭建工作、全场所有网络架设，主会场调试设备，开幕式办公室布置，开幕式车证、团签手环、活动期间证件制作，停车方案确认、市场所餐饮科备案工作。9月24日完成团市委志愿者对接并培训、主会场座椅摆放、电梯画面张贴完成、主会场外立面画面张贴、场馆外铁栏杆画面张贴。具体工作内容如下：

#### ①创意设计

A. 主会场整体舞美设计，包含舞台设计理念、舞台使用方式、内场座位安排、人员动线及功能间使用规划，舞美设计考虑到各个区域的拍摄，为摄像机预留位置和空间。

B. 主会场及相关功能间使用规划，包含 VIP 休息室、演职人员后台、媒体办公区域、影像采集间、媒体群访问间、媒体专访间、物料仓库、各职能板块工作人员办公区及用餐区域、摄影摄像团队及导演团队工作间等。

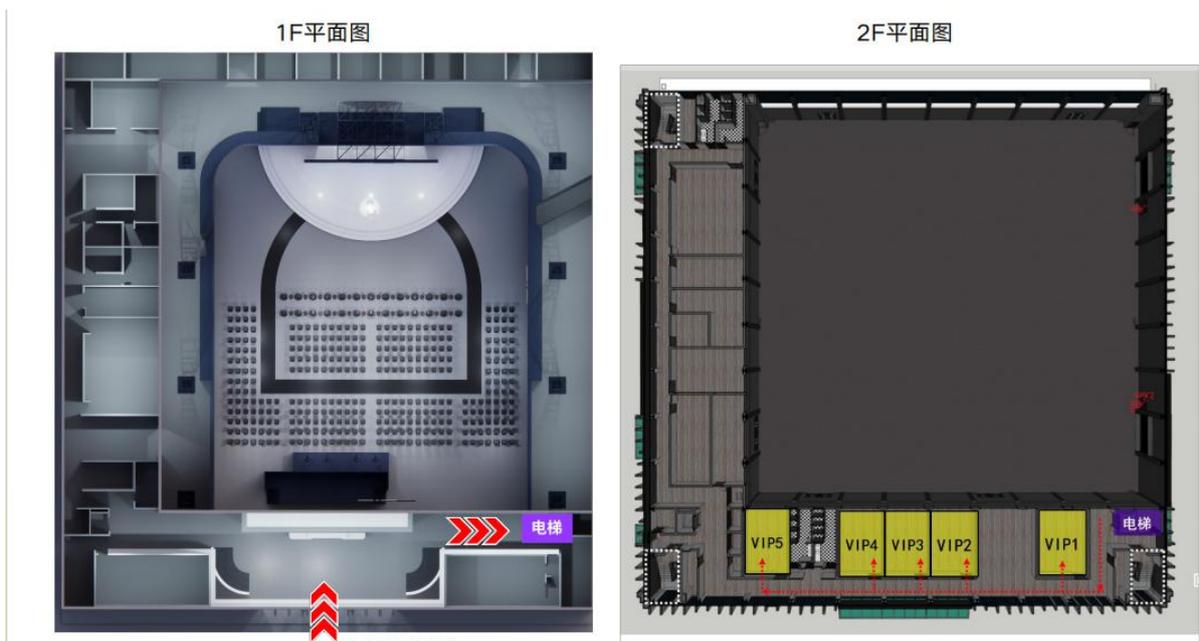


图 1-2 主会场平面示意图

## ②舞美搭建

A. 结构搭建，包含主会场场馆外观美化（如 LED 画面/楼体挂画/灯光/立牌等烘托氛围的装饰）；地台结构按双层板钢龙骨搭建；VIP 入场通道及休息区搭建布置；后台区域搭建（如导播、同传、速记、摄影摄像、AVL 控台、后场物料区等）。

B. AVL 搭建，包含屏幕搭建（如主屏幕、返看屏幕）；灯光搭建（如领导区域面光、舞台区域面光、侧光、效果光以及配合秀演效果灯光布局设置等）。

C. 音响搭建，现场所需的话筒和控声系统搭建等。



图 1-3 主舞台搭建效果图

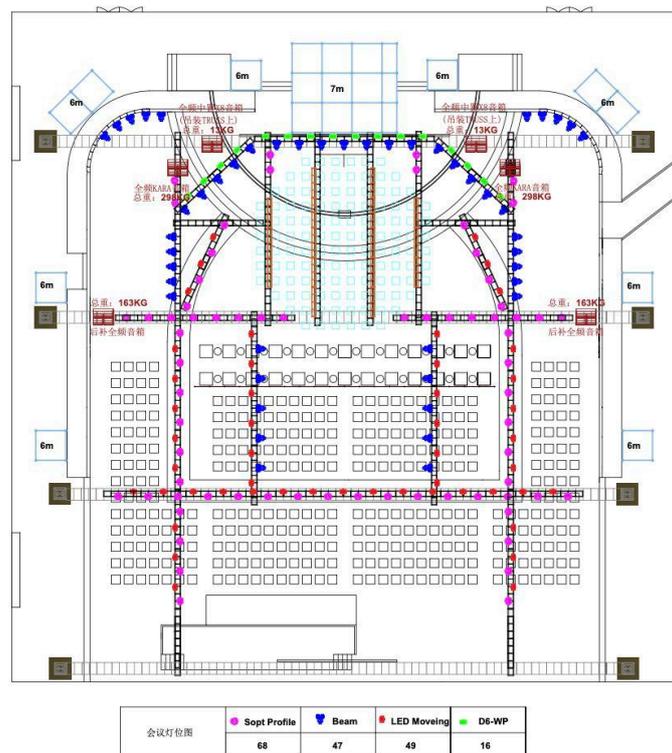


图 1-4 音响及灯光点位图

## (2) 直播导播

直播导播包含录制转播、开幕式线上播出推流、中英双语线上服务、扩音设备及技术服务等，涉及的设备设施均采用租赁的形式。

①录制转播：涉及设备包含 6 台有线频道摄像机转播车（切换台、调音台）等设备；涉及人员包含转播工程师（录制、设备调试、调音师、信号处理等）、安装工人、导播助理、字幕员、放像员等，保障现场录制转播正常开展。

②开幕式线上播出推流：开幕式现场配备中、英、原声，一主一备推流设备，并有技术统筹进行设备调试、直播推流工程进

行操作与监看、网络工程师进行网络信号调试与保障、工人负责设备运输，保障线上播出推流情况正常。

③中英双语线上服务：配置 2 套语音识别/翻译转写引擎软件、2 套应用终端软件，2 台便携式智能会议主机、2 台声音采集工作站，以及系统工程师负责主控台音频连接线/视频 HDMI 进行中英双语线上服务。

④扩音设备及技术服务：安排项目经理、调音师、音频工程师、助理音频工程师以及劳务工负责处理 2 台 64 路数字调音台、7 台数字音响功效、4 台音频混合器、5 台数字无线手持话筒系统、12 台线阵列全频音箱、6 台舞台监听音响、2 台 MAC 电脑等，以保障现场效果。

### （3）视频制作

视频制作包含开幕式/发布环节屏幕内容制作、WDCC2023 宣传片制作、暖场视频制作等。

①开幕式/发布环节屏幕内容制作，包含动态 KV、领导上台动态背景、项目发布介绍片、项目发布仪式动画、联合国启动仪式+启动球动画、开幕式启动仪式、圆桌对话视频适配等。

②WDCC2023 宣传片制作，包含分镜脚本及创意策划、三维 CG 制作、AIGC 制作、二维图形动画制作、剪辑合成及配音配乐等。

③暖场视频后期适配大屏制作，包含 ADCC2023 元宇宙平行分会场、依好伦敦数字技术全新视觉设计视频、WDCC2022 回顾

视频等。

#### (4) 宣传推广媒体投放

宣传推广媒体投放包含全市氛围营造以及线上宣传推广内容。

##### ①全市氛围营造

从2023年9月18日起，依照市监局广告处协调指定的时间节点，分批完成各类广告媒体的宣传上刊，宣传活动发布结束时间2023年10月2日。在地铁、虹桥高铁站，虹桥、浦东机场安装灯箱广告；在机场、高铁出入通道、地铁通道安装显示屏，在梅隆镇广场、正大广场、来福士、静安寺百乐门、震旦大厦等地安装户外显示屏；在出租车后窗投屏；在高架投放170组道旗等。

表 1-1 媒体广告投放情况

媒体位置	媒体形式	规格（宽×高）
高架道旗	道旗	1000mm*2500mm
地铁	灯箱广告	3000mm*1500mm
虹桥高铁站	灯箱广告	3500mm*1700mm
虹桥、浦东机场	灯箱广告	4800mm*5500mm
公交候车亭	灯箱广告	1850mm*1200mm
机场、高铁显示屏	出入通道	比例：4:3
地铁显示屏	地铁通道	比例：4:3
分众楼宇显示屏	电梯口	比例：4:3
梅隆镇广场、正大广场、来福士、静安寺百乐门等	户外显示屏	比例：4:3
震旦大厦	户外显示屏	最佳尺寸：456*567 像素
出租车后窗投屏	投影	1600*750 像素

## ②线上宣传推广

提供 WDCC 垂类媒体和外媒推广服务，包含负责管理媒体 35 家，其中深度合作 11 家，通稿 24 家。内容有视频专访、短视频、大会纪录片、人物专访、微博抖音等 APP 客户端信息流推送等。

根据合同梳理，设计周公司在上海中心大厦、高架道旗、地铁等区域投放了广告。高架道旗广告区域由市经信委根据受众人群进行选定，地铁的广告投放由上海市市场监督管理局广告处根据排期确定广告投放点位以及涉及路线。其他广告投放根据大会的各承接方有要求进行确定。实际具体投放内容和投放时间如下。

表 1-2 广告投放情况

负责企业	工作内容	服务周期
上海中心大厦商务运营有限公司	上海中心于服务周期内在塔冠 V 槽滚动播放项目实施单位素材。	9 月 26 日—9 月 27 日 19 点-23 点
上海向日葵广告有限公司	负责公益宣传画面的制作，用于服务周期内宣传	9 月 18 日—2023 年 10 月 2 日
上海致欣广告设计有限公司	负责上海中心滚动画面制作	9 月 19 日—2023 年 9 月 20 日
上海电力广告有限公司	负责黄浦区龙华东路、苗江路等发布户外广告	9 月 23 日—2023 年 10 月 2 日
上海有帮商贸有限公司	负责管理媒体共计 35 家，其中深度合作 11 家，通稿 24 家，垂类媒体露出链接不低于 100 条，外媒露出链接不低于 1000 条。负责对接垂类媒体与 WDCC 大会嘉宾需求，安排深度内容专访，深度合作发稿媒体	9 月 20 日—10 月 2 日

负责企业	工作内容	服务周期
	数量为 11 家。负责邀请垂类媒体主编拍摄采访视频，并进行 1 篇公众号推文文案撰写。	

### (5) 主会场运营

主要负责开幕式管理与服务，满足主会场需求的统筹运营。包含管理开幕式现场各区域，不限于座席区域划分、路线指引等；对开幕式嘉宾的全流程进行动线设计，保障各个时间段嘉宾对VIP休息室等空间的使用；为参与开幕式且上台的嘉宾提供服务保障，包括相关事宜沟通、现场对接、重要行程陪同以及到场嘉宾相关事务对接；配备专业团队对各单位在主会场空间的使用时间进行合理的安排，确保搭建、彩排、现场运营执行等能有序高效的执行，对突发事件进行预案解决；开幕式相关物料设计制作，包含桌椅、水、席卡等；各活动区域内的人员安排和保障等，对现场交通、停车进行合理分配，与各支持部门对接协调包括但不限于电力、卫生、信号、安全、应急等。

表 1-3 主会场活动举办情况表

日期	活动名称	活动时间
2023 年 9 月 26 日	2023 世界设计之都大会开幕式	9: 30-11: 45
	国际设计百人峰会	14: 00-17: 15
2023 年 9 月 27 日	国际建筑设计高峰论坛	9: 00-11: 30
	时尚秀演：衣尚东方-2023 东华大学新锐设计师创意时装作品发布会	14: 00-16: 00
	时尚设计：科技时尚高峰论坛	
2023 年 9 月 28 日	2023 上海设计 100+发布会暨设计创新	9: 30-11: 35

日期	活动名称	活动时间
	型城市论坛	
	SHANGHAI GALA 时尚盛典	18: 00-21: 00
2023 年 9 月 29 日	长江流域非遗传承与创新设计论坛	9: 00-12: 00
	上海 米兰 双城映画	19: 30-20: 30

## 7. 资金投入和使用情况

### (1) 预算安排及资金来源

本项目为经常性项目，预算单位为上海市经济和信息化委员会，资金来源为市财政一般公共预算。

2022 年，本项目经过市财评中心评审后预算金额为 858.66 万元，最终经过财政统筹安排，实际预算下达数为 832.4 万元，具体见下表。

表 1-4 项目预算情况表

单位：万元

序号	支出结构	评审后金额	项目下达预算
1	主会场整体舞美学设计及搭建	455.73	832.4
2	直播导播	126.10	
3	视频制作	83.69	
4	宣传推广媒体投放	67	
5	主会场运营	126.14	
合计		<b>858.66</b>	

2023 年，本项目的预算总金额由上海市政府在专题会议中确定，项目采取市场化参与的形式，各承办单位分别承担大会支出，市经信委在本次世界设计之都大会的职责范围所对应的预算控制

总额为 1,200 万元，无具体预算明细。较上年度预算总金额同比增长 39.75%，主要是因为疫情结束、展会规模扩大等原因。

## （2）预算资金执行情况

2022 年第一届世界设计之都大会的项目预算金额 832.4 万元，市经信委通过公开招标形式确定上海艾德韦宣策划有限公司作为大会具体实施单位，实际执行金额 828 万元，执行率 99.47%。

2023 年第二届世界设计之都大会的项目预算金额为 1,200 万元，市经信委通过公开招标形式确定上海设计周投资管理有限公司（以下简称“设计周公司<sup>1</sup>”）作为大会实施单位，实际执行金额为 1,196.09 万元，执行率 99.67%。具体预算情况如下。

表 1-5 项目预算支出明细

单位：万元

年份	预算金额	实际执行金额	执行率
2022 年	832.4	828	99.47%
2023 年	1200	1196.09	99.67%

评价组对实际支出进行了分类，根据支出内容对应到 5 大类别中，项目实施单位主要负责世界之都大会的开幕式设计、策划、沟通协调等工作，把展台搭建、舞美、媒体宣传等专业活动转委托相关行业公司负责。根据项目实施单位提供的资金支出明细，第一届设计之都大会转委托支出 813.68 万元。第二届设计之都大会转委托支出 994.64 万元。具体支出情况如下，具体涉及的第三方专业服务公司和支出对比详表见附件 9：

<sup>1</sup> 设计周公司的投资方为艾德韦宣集团（占 49%股份），两届活动的执行团队均来自艾德韦宣集团。

表 1-6 项目转委托情况

单位：万元

序号	支出结构	2022 年（会期 4 天）			2023 年（会期 7 天）		
		中标金额	转委托金额	转委托占比	中标金额	转委托金额	转委托占比
1	主会场整体舞美学设计及搭建	449.48	500.00	111.24%	645.31	508	78.72%
2	直播导播	66.83	111.9	167.44%	84.72	120	141.64%
3	视频制作	61	92.77	152.08%	137.8	100	72.57%
4	宣传推广媒体投放	127	0	0%	191.63	94.74	49.44%
5	主会场运营	123.68	109.01	88.14%	136.63	171.9	125.81%
	合计	828	813.68	98.27%	1,196.09	994.64	83.16%

2022 年部分费用支出减少，主要媒体投放安排 127 万元预算，用于大会户外媒体投放中的高架、上海中心顶楼、地铁灯箱、机场 LED 广告等媒体投放，但是根据设计周公司提供的预算支出对比表，实际支付了上海第一财经传媒有限公司的音响费用以及看东方（上海）传媒有限公司的主持费用共计 56.6 万元，未按照预算内容支出相关媒体费用，评价组重新根据支出内容进行梳理归集于直播导播费用中。

2023 年部分费用增加，①宣传推广媒体投放增加是因为第一届大会未有广告宣传等开支，第二届大会增加了广告投放和媒体宣传的内容，如高架道旗、地铁等。②主会场运营费用增加主要是因为会议周期较长，且横跨中秋国庆 2 个假期，现场运营人员劳务费、住宿费以及部分嘉宾的住宿费有所增加。

从转委托资金体量来看，第一届大会 98.27%的资金是设计周公司支付第三方专业公司，设计周公司非转委托金额仅为 14.32 万元。第二届大会项目设计周公司的非转委托比例提高至 16.84%。虽然第二届展会较第一届展会时间和展会面积有明显增加，但从转委托资金体量上说除主会场运营部分之外，其他并未有太大的差别，支付给第三方专业服务公司的金额和展会时间、面积改变关联度并不大。

### **（3）资金拨付流程**

上海市经济和信息化委员会根据项目实施计划以及项目预算情况，向上海市财政局申请预算额度，上海市财政局下达额度后，上海市经济和信息化委员会按流程委托第三方“上海欣声招标”进行公开招投标，招标结束后根据招标需求签订合同，按合同向项目中标方“上海设计周投资管理有限公司”一次性支付合同金额。上海设计周投资管理有限公司根据策划方案和需求，委托相应服务公司负责项目部分工作，具体流程如下：

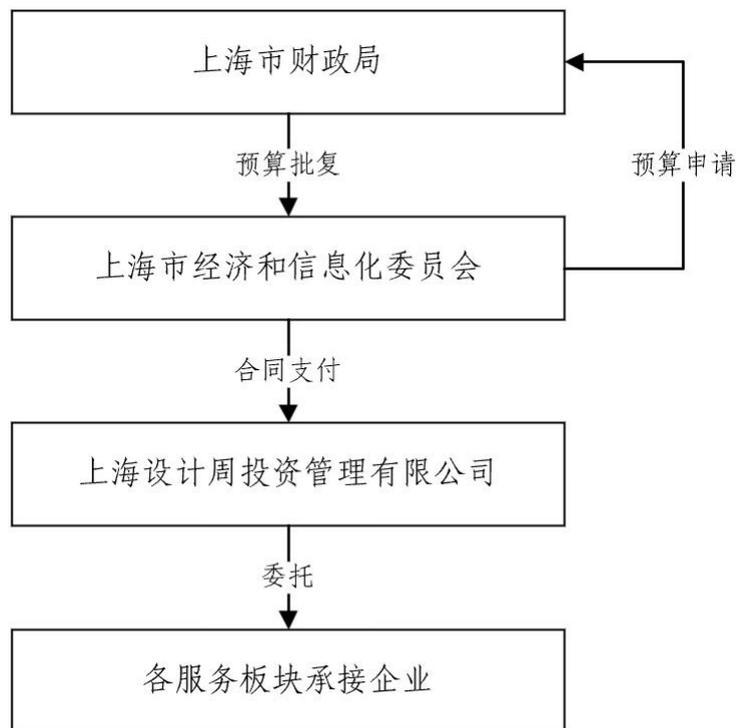


图 1-5 资金拨付流程图

## 8. 项目组织情况

### (1) 设计之都大会组织架构

本次世界设计之都大会，由上海市政府作为主办方，负责审批大会举办请示审批以及协调相关单位组织开展工作。由上海市经济和信息化委员会、同济大学、东华大学等 11 家承办单位共同组成大会筹备组负责大会的各项工作统筹推进。

其中，上海市经济和信息化委员会负责设计之都大会举办的流程报批、整体运营及管理工作；负责开幕式的项目实施方采购以及设计之都大会开幕式的内容策划及审核。同济大学、东华大学以及上海大学负责完成国际峰会及主要论坛的组织、展览规划

的设计和统筹工作。相关领域的论坛、联动及展览由各相关参与单位各自负责协同推进。

大会虽然由筹备组共同负责开展和实施，但实际过程中由各成员以领任务的形式，各自开展招展、活动、论坛等工作。

表 1-7 大会举办组织架构

架构分类	单位名称	职责
主办单位	上海市人民政府	负责设计之都大会主办
支持单位	联合国教科文组织	设计之都的授予单位
	中国联合国教科文组织全国委员会	设计之都建设的业务指导单位
承办单位 (世界设计之都大会筹备组成员)	上海市经济和信息化委员会	负责大会举办的申请、整体管理工作；负责项目实施方采购工作；负责大会开幕式的内容策划及审核；负责各部门间的协调工作
	同济大学、东华大学、上海大学、上海市教育委员会、上海市住房和城乡建设管理委员会、上海市文化和旅游局、上海市市场监督管理局、共青团上海市委员会以及华建集团	负责各自承办活动/论坛的组织、设计以及搭建工作
	黄浦区人民政府	负责提供场地、安保、水电等支持
特别贡献	上海交通大学	负责未来设计论坛的组织；相关展览设计和布置

## (2) 本项目组织架构情况

**上海市经济和信息化委员会：**负责指导项目实施方开展本项目前期筹备规划，包含大会设计、方案制定、沟通统筹等工作。

**上海设计周投资管理有限公司：**负责协助市经信委完成大会开展前期筹备规划，并根据主题形成 2023 年的创意方案，和上海

市政府及市经信委沟通确定方案后对主舞台进行设计，包括开幕式流程以及开幕式所用的所有视频、图片文件（包含发言领导），并确定大会使用的 logo、会标等媒体宣传元素，制作媒体手册等；负责大会其他活动的排期、内容沟通确认。

**承建单位：**由设计周公司根据项目设计的情况以及需求委托。主要负责本项目的搭建、直播导播、视频制作、媒体宣传等工作。具体负责企业及工作内容如下：

表 1-8 各板块组织架构

序号	板块分类	负责公司	工作内容
1	主会场整体舞美学设计及搭建	上海恩驿文化传播有 限公司	负责主会场搭建、AV 以及提供 设备技术人员等
		月信文化传播（上海） 有限公司	负责主会场灯光搭建工作以及 提供灯光技术人员等
2	直播导播	上海一财万项信息科 技有限公司	负责提供会场音响设备及同声 传译设备。负责开幕仪式的导演 和统筹工作。
3	视频制作	上海迭宕文化传播有 限公司	负责现场播放的视频制作
4	宣传推广媒体投放	上海致欣广告设计公司	负责广告设计工作
		上海有帮商贸有限公司	负责媒体推广工作
		上海中心大厦商务运 营有限公司	负责亮灯展示工作
		上海向日葵广告有限 公司	负责广告投放工作
		上海电力广告有限公 司	负责户外广告投入工作
5	主会场运营	上海恩驿文化传播有 限公司	负责主会场整体运营工作

序号	板块分类	负责公司	工作内容
		上海康莱德酒店、上海 慕驿实业有限公司、 上海玥驿实业有限公司、 上海世茂国际广场有 限责任公司南京东路 分公司	负责参会人员酒店住宿、接待工 作

## 9. 管理流程及规范

### (1) 预算管理

市经信委财务审计处根据市财政局预算工作布置，结合自身工作职责和年度工作计划，由业务处室编制预算，汇总后由财务审计处审核和汇总平衡，形成年度预算计划（一上），经党委会审议后报送至上海市财政局；根据市财政局下发的“一下”控制数，财务审计处与各处室进行沟通协调，形成“二上”年度预算申报数，并报送至市财政局。市财政局批复后，由财务审计处将批复的预算按具体项目通知有关处室。

### (2) 采购管理

经了解，市经信委根据《上海市政府采购管理办法》《上海市财政局关于市级政府采购补充规程的通知》等文件要求开展采购工作。两届世界设计之都大会项目由市经信委委托上海欣声招标服务中心有限公司作为招标代理公司开展本项目的招标工作。

第一届世界设计之都大会项目于2022年11月21日发布公开招标工作，于同年12月26日完成招标工作。中标单位为上海艾德韦宣策划有限公司。

第二届世界设计之都大会项目于 2023 年 5 月 5 日发布公开招标工作，于同年 5 月 20 日完成招标工作。中标单位为上海设计周投资管理有限公司。

但是评价组通过对比项目实际实施情况，发现项目的采购流程存在倒置，如第一届世界设计之都大会开展时间为 2022 年 9 月 15 日至 9 月 18 日，而采购时间开展时间为 2022 年 11 月 21 日。

二是委托其他第三方的合规性，根据市经信委与上海设计周签订的委托合同规定“乙方应当亲自处理委托事项，未经甲方书面同意，不得擅自转委托第三人”，根据项目支出明细，上海设计周将展台搭建、舞美、媒体宣传等专业活动转委托相关行业公司负责，未经市经信委书面同意。

### **（3）合同管理**

为进一步做好合同管理工作，规范资金使用，市经信委制定了《上海市经济和信息化委关于进一步做好委内合同管理工作的通知》（沪经信研〔2020〕1118 号），明确了合同签订的流程和合同模板。

采购工作完成后，由负责处室根据法律法规，结合项目需求，如签订条件、履约规则、人员资质等要求，起草合同文本，后按照“一件一报”的要求，在 OA 系统中填报合同报批单，并上传合同文本以及有关附件，如费用构成明细、采购结果确认书、中标通知书等。经处室会签后，由财务审计处负责初步审核，如是

否符合资金使用要求、是否符合政府采购程序等，通过后由法律符合审核签订主体是否适合，合同条款是否完备，附件材料是否齐全等。通过后由分管委领导负责审签，由负责处室走后续签章用印流程。订立合同后，由办公室留存合同报批单及合同文本。

但是本项目合同的条款过于宽松，市经信委与设计周公司签订的合同中，付款方式为自合同签署之日起 30 个工作日内支付合同签订款项，未设置合同验收支付机制，合同条款过于宽松，无法保障受托方提供的服务质量。主会场的最终呈现经过了安监、公安、消防、警卫局等多部门的检查验收，但是未留存验收的资料。

其次是项目实施方的合同流程存在倒置情况，一是市经信委与项目实施方的合同签订时间为 2022 年 12 月 28 日，晚于第一届大会开展日期（2022 年 9 月）。二是项目实施方与上海恩驿文化传播有限公司签订活动现场运营合同日期为 2022 年 12 月 1 日，晚于第一届大会开展日期（2022 年 9 月）。三是第二届世界设计之都大会的项目实施方与上海有帮商贸有限公司签订的 WDCC 垂类媒体和外媒推广合同日期为 2023 年 11 月 10 日，晚于第二届世界设计之都大会开展时间（2023 年 9 月）。

此外，个别合同要素不全，第一届项目实施方与上海恩驿文化传播有限公司签订的现场搭建合同以及与上海维风影视传媒有限公司签订的拍摄合同均缺少签订日期。

## **10. 利益相关方**

- (1) 资金拨款单位：上海市财政局；
- (2) 项目主管单位：上海市经济信息委员会；
- (3) 项目执行单位：上海市设计周投资管理有限公司
- (4) 项目其他相关单位：

①主会场搭建单位：上海恩驿文化传播有限公司；

②主会场灯光搭建单位：月信文化传播（上海）有限公司；

③大会导播单位：上海一财万项信息科技有限公司；

④视频制作单位：上海迭宕文化传播有限公司；

⑤广告设计单位：上海致欣广告设计公司；

⑥广告（媒体）推广单位：上海有帮商贸有限公司、上海向日葵广告有限公司、上海电力广告有限公司、上海中心大厦；

⑦酒店提供单位：上海康莱德酒店、上海幂驿实业有限公司、上海玥驿实业有限公司、上海世茂国际广场有限责任公司南京东路分公司；

⑧项目招标代理公司：上海欣声招标服务中心有限公司。

## （二）项目绩效目标

市经信委制定了本项目绩效目标申报表，具体见附件4。设计之都大会由市人民政府主办，11个承办单位分别承担各自大会内容。市经信委作为承办单位之一，主要设计之都大会主会场搭建、媒体宣传、大会运营等内容，但是设定的绩效目标是根据整个设计之都大会设置的，如“高峰论坛和特色活动≥50场”“设计展览≥10000平方”等，绩效目标设定不够贴合实际资金使用

情况。

评价组结合项目实际情况，根据《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）对绩效目标内容的编制要求，结合绩效目标指向明确、具体细化、合理可行的原则，经市经信委确认后，设定的绩效目标如下：

### 1. 项目总目标

通过大会的举办，到2025年基本构建设计产业蓬勃发展、品牌卓越突出、生态环境活跃、设计氛围浓厚的“设计之都”格局。在联合国“创意城市网络”中，积极展现上海的设计理念与城市风貌，扩大上海的国际影响力与知名度。至2030年，进一步提升上海的国际竞争力和全球美誉度，全面建成具备世界一流水准的“设计之都”。

### 2. 年度目标

2023年设计之都大会通过构建全球设计合作与交流平台，探索设计引领高质量发展之路，推动城市和生活处处充满设计的使命，将进一步集聚全球创意设计资源，打造世界级设计前沿风向标、创新策源地、新品首秀场，实现以会聚人、以会促产、以会兴业。

### 3. 项目绩效目标

表 1-9 绩效目标表

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	目标值	数据来源
产出	产出数量	主会场搭建完成数		完成 2025 平方米主会场、主舞台、LED	合同、验收材料等

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	目标值	数据来源	
				屏区、控台、序厅、二层VIP室及媒体采访室、主会场灯光搭建		
		直播导播完成数		万能充开幕式活动统筹、现场执行、录制转播以及线上推流、中英同声翻译设备租赁	合同、验收材料等	
		视频制作完成数		完成6条开幕式屏幕、设计之都大会宣传片、3个版本设计之都大会户外大屏、3个暖场视频的后期制作。	合同、验收材料等	
		媒体投放完成数		完成地铁、高架道旗、上海中心广告投放以及35家媒体新闻宣传	合同、验收材料、媒体投放数据等	
		主会场运营保障完成率		完成设计之都大会期间运营保障工作以及各类保障物资购置	展会管理文件、台账等	
	产出质量	主会场搭建质量达标率		100%达标	合同、验收材料等	
		媒体投放精准度		精准覆盖	合同、媒体投放数据等	
		各类事故发生数		0起	展会管理文件、台账等	
	产出时效	项目完成及时性		及时	合同、验收材料等	
	成本	经济成本	主会场搭建成本合理性		合理	项目支出明细账、会计凭证
			直播导播单价合理性		合理	项目支出明细账、会计凭证
			视频制作成本合理性		合理	项目支出明细账、会计凭证
			媒体宣传投放单价合理		合理	项目支出明细账、

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	目标值	数据来源
		性			会计凭证
		营运成本合理性		合理	项目支出明细账、会计凭证
效益	社会效益	展会规模	主会场观众人数增长率	≥0%	统计数据
		国际化水平	开幕式参与国家和地区数增长情况	较 2022 年增长	统计数据
		媒体影响力	媒体宣传增长情况	较 2022 年增长	统计数据
			全网相关视频直播量增长情况	较 2022 年增长	统计数据
			广告发布效果增长情况	较 2022 年增长	统计数据
	满意度	主会场使用单位满意率		≥85%	问卷调查

## 二、绩效工作开展情况

### （一）绩效评价目的

#### 1. 绩效评价目的

本次评价旨在通过评价 2023 年设计之都大会经费项目改善财政支出管理，优化资源配置及提高项目管理水平。结合绩效评价基本原理和项目特点，本次绩效评价的目的主要包括以下四个方面：

（1）本项目主要内容是对设计之都大会主会场进行搭建，完成开幕式活动和相关媒体宣传，负责大会运营，评价组重点关注项目的立项和预算情况，包括项目立项的必要性依据是否充分，

与《上海建设世界一流“设计之都”的若干意见》等规划文件是否相符；是否有明确大会统筹管理部门及对应职责；项目预算编制是否合理；是否有明确的预期目标等。

(2)通过对项目进行成本分析。基于设计之都大会的目标及相关规划要求，通过政策文件梳理分析与访谈调研，全面梳理设计之都大会的绩效基线，如会展占地面积、观展人数等，确定绩效基线。根据绩效基线，结合历史成本以及同类展会或行业标准作为横向比较对象，对直播导播以及宣传推广媒体投放进行成本分析。

(3)通过对项目实施管理措施的评价，分析项目实施管理的有效性，进一步剖析管理中尚需改进之处，重点关注采购是否合规，合同内容是否完整、签订是否合规，展会运营管理是否完善，应急预案是否完善等。

(4)通过评价项目实际完成情况，以及设计之都大会的效益，考察大会是否有效帮助上海建成设计产业繁荣、品牌卓越、生态活跃、氛围浓郁的“设计之都”，重点关注项目是否按照方案要求开展主会场建设，是否按照要求开展直播导播、视频制作等工作，是否有效推动大会媒体宣传。效益方面主要从主会场观众人数增长率、开幕式参与国家和地区数增长情况、媒体宣传增长情况等方面考察开幕式效果，结合主会场使用单位的满意度，总结项目的经验做法和存在的问题，为今后完善设计之都大会的实施、管理提供切实可行的参考建议。

通过上述 4 个方面的分析,从加强财政资金管理的实际出发,对财政资金使用的经济性、效率性和效益性进行客观、公正地综合评价,为进一步强化部门预算支出责任、改善财政支出管理、优化资源配置和提高公共服务水平提供依据和参考。

## 2. 评价对象和范围

本次绩效评价的对象是 2023 年设计之都大会经费项目,项目预算金额为 1200 万元。

主要评价范围是对设计之都大会主会场整体舞美学设计及搭建、开幕式直播导播、大会视频制作、宣传推广媒体投放以及主会场运营等工作完成情况、预算执行与资金使用情况、组织管理实施情况、制度执行情况,以及取得的社会、经济效益情况进行评价。

## 3. 评价时段

本项目评价时段为 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。

## 4. 评价依据

(1)《关于全面实施预算绩效管理的意见》(中发〔2018〕34 号);

(2)《中共上海市委上海市人民政府关于我市全面实施预算绩效管理的实施意见》(沪委发〔2019〕12 号);

(3)《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);

(4)《上海市政府采购实施办法》;

- (5)《上海建设世界一流“设计之都”的若干意见》；
- (6)项目请示、批复等佐证材料；
- (7)项目实施方案、任务书及需求计划；
- (8)项目场景规划布局图或导览图；
- (9)项目媒体报道情况、客流量、展商名单等数据；
- (10)资金拨付明细和原始凭证等。

## **(二) 绩效评价原则和方法**

### **1. 绩效评价原则**

(1)科学规范原则。注重财政支出的经济性、效率性和有效性，采用定量与定性相结合的方法。

(2)公开公正原则。客观、公正，数据资料真实正确，标准统一，公开并自觉接受有关方面监督。

(3)绩效相关原则。针对具体支出及其产出绩效进行评价，评价结果清晰反映支出和产出绩效之间的对应关系。

绩效评价指标的制定遵循定量为主，定量及定性相结合的原则；参照承载力项目实际开展情况及采集的相关数据材料制订评价标准。

### **2. 评价方法**

#### **(1) 政策、文件研读**

评价组在市经信委、设计周公司的协助下，收集并研读国家、上海市关于设计之都建设、办展等政策文件以及请示文件等，了解项目立项背景、目的等信息。

## （2）实地调研

评价组前往市经信委、设计周公司，对项目以及财务负责人访谈，了解立项目的、展会管理流程、资金拨付流程以及项目的开展、完工、验收、效益的情况等。

## （3）问卷调查

评价组根据本项目的内容和特点对相关人员展开问卷调查。调查对象为本项目的受益方即主会场使用单位对大会设施设备以及运营的满意度，主要调查内容为对展会的舞台搭建、灯光、音响、休息室等设备设施的满意情况以及对展会后勤保障、志愿者服务、厕所等方面的满意程度。

2024年5月15日至2024年5月28日，评价组以发放问卷的形式开展问卷调研，共发放问卷21份，回收问卷19份，问卷回收率为90.48%。

## （4）统计分析

通过对回收的调查问卷、市经信委、设计周公司提供的相关数据资料进行统计分析，结合访谈及实地调研情况对指标进行打分。

## （5）逻辑分析

通过逻辑推理分析，设定条件与各种可能产出的相关性，以此来寻找财政资金投入与产出之间的内在联系，并进一步推断设计之都主会场建设是否满足相关方面要求，主会场使用单位意见等。根据项目执行情况，结合绩效评价指标进行分析，提炼项目

实施中的经验和不足，进而提出相关调整建议，为今后工作的开展提供参考。

### 3. 评价指标体系

#### (1) 指标设计思路

评价组基于《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）规定，并结合项目本身特点，客观设计本次绩效评价方案。

一是根据要求设计共性指标框架，整体指标框架主要分为决策类指标、过程类指标、产出类、成本类和效益类指标五类。

二是评价组围绕五大类框架指标进行各级指标设计，其中一级指标和二级指标基本按照共性框架指标内容，三级指标根据项目的特点进行具体设定，具体如下：

①在项目决策上，本项目从项目立项、绩效目标、资金投入三个方面设置，故重点考察项目立项依据充分性以及流程合规性、绩效目标设置合理性等。

②在项目过程上，一是资金管理类指标，重点关注预算执行率和资金使用合规性指标来考核项目预算的合理合规性及资金保障程度；二是组织实施管理指标，设计招标投标采购合规性、合同管理有效性、展会运营有效性、应急管理有效性和档案管理规范性等8个指标，来考核项目在实施过程中展会运营管理、项目招标投标采购及合同、档案的管理情况等。

③在项目产出上，由于市经信委仅负责主会场整体舞美学设

计及搭建、开幕式直播导播等内容，故主要根据主会场搭建完成数、直播导播完成数、视频制作完成数、媒体投放完成数、主会场运营保障完成率来考核项目产出数量是否完成，并分别设置主会场搭建质量达标率、媒体投放精准度、各类事故发生数来评价项目产出质量是否合格。

④在项目成本上，考虑到设计之都大会个性化程度比较强，评价组和专家沟通后，对项目5个支出内容分别进行成本指标设置，重点关注各类支出成本单价合理，与市场价相比在合理区间范围内（向上浮动5%）。

⑤在项目效益方面，项目主要为上海设计之都建设搭建宣传平台，为上海打造世界一流“设计之都”提供支持，故设计项目发布数量/投资金额增长情况、参展观众规模增长率、国外品牌参展企业占比提升情况、媒体宣传增长情况等来考核项目产生的效益，并对支持单位和主会场使用单位开展满意度调研来考核对设计之都大会是否满意。

## **（2）权重设计思路**

一是综合考虑财政支出绩效评价的整体可比性，为满足各类项目财政支出绩效评价结果的可比性，在一级指标权重的设计中评价组充分考虑了《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）共性指标框架以及《上海市加强成本预算绩效管理的实施方案》（沪府办发〔2023〕16号）要求，

一级指标权重设置为项目决策 20%，项目管理 20%，项目产出 20%，项目成本 15%，项目效益 25%。

二是结合项目内容，考虑到本项目的主要内容为会堂整体舞美学设计及搭建、开幕式直播导播等 5 块内容，评价组按照其资金使用占比设置产出指标权重，会堂搭建完成数以及媒体投放完成数等设置较高权重。效果指标根据专家意见，展会观众人数增长以及宣传媒体数量增加由于重要性较高，设置较高权重。具体见附件 1。

#### 4. 评价标准

本次评价标准首先以政府、主管部门颁布的国家、地方规范、行业标准及政策文件为首要评价标准；其次，以专家提供的行业标准作为专业技术指标评价标准。通过定量为主的评分方式进行评价，对于无法定量评价的指标采用定性分析的方法进行评价。

本次绩效评价结果采用综合评分定级的方法，根据项目相关资料、公众问卷统计分析、项目访谈以及相关的规定与标准，按照专家评议通过的指标体系进行评分，总分值为 100 分，评价等级分优、良、中、差四档：90（含）-100 分为优、80（含）-90 分为良、60（含）-80 分为中、60 分以下为差。具体如下表所示：

表 3-1 评价等级标准

绩效评价等级	分数
优	≥90

绩效评价等级	分数
良	[80,90)
中	[60,80)
差	< 60

### (三) 绩效评价工作过程

#### 1. 绩效评价工作方案制定过程

本次绩效评价自 2024 年 4 月开始，评价组对市经信委、设计周公司的业务负责人等项目相关方进行访谈，根据资料清单收集政策文件依据以及展会文件等，结合绩效目标，评价组确定了项目评价指标体系、评分标准、评价方法及相关的工作程序和步骤，制定了绩效评价方案。2024 年 4 月 28 日由云拓组织开展方案评议会，邀请市财政局监督局、财政专管员、项目单位市经信委、项目实施单位设计周公司以及专家对提交的评价方案进行了评议，项目组根据专家评议意见，对方案作进一步修改完善并最终定稿。

#### 2. 绩效评价实施过程

按照《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）的要求，评价组严格按照工作方案中确定的评价思路，通过开展前期调研、研读相关文件资料、填写基础数据表格、制定方案、问卷调查、访谈等方法收集相关数据。具体实施过程如下：

##### (1) 成立评价组

云拓咨询在 2024 年 3 月接受市财政局监督监察局的委托后，按照市财政局的要求成立了绩效评价组，负责本项目绩效评价工作。

## （2）前期调研及方案撰写

2024 年 4 月初，评价组与市经信委、设计周公司的项目负责人进行了访谈，初步了解了本项目的背景、项目特点、预算编制的方法等内容，根据访谈情况撰写了访谈汇总分析报告，详见附件 2。并于 4 月底形成工作方案初稿。后期按照专家评议意见，进一步修改确认，形成工作方案终稿。

## （3）数据填报和采集

2024 年 5 月，评价组就所需采集的数据与市经信委、设计周公司单位进行沟通，并收集项目资金使用情况、目标完成情况、项目管理制度与执行情况及项目效果等相关资料，所有数据经核查后汇总。

## （4）社会调查

主要针对主会场使用单位开展满意度问卷，2024 年 5 月，评价组开展满意度调查，其中共发放问卷 21 份，回收问卷 19 份，有效问卷回收率为 90.48%。问卷调查结果详见附件 8。

## （5）数据分析及撰写报告

2024 年 5 月底，评价组完成数据采集、现场核查和社会调查，对获取的数据进行汇总、整理和分析，对评价指标体系评分，分

析得失分原因，并提炼结论撰写报告。在规定时间内上报委托方，由委托方组织相关专家对报告进行评议。

### 三、综合评价情况及评价结论

#### (一) 综合评价情况

##### 1. 评价结果

根据《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），评价组对照项目绩效评价指标体系，从决策、过程、产出、成本和效益5个维度，通过数据采集、实地调研和问卷访谈等方式，进行客观公正的评价，本项目绩效评价得分为84.09分，评价等级为“良”。

其中，决策类指标权重为20分，得分为15.83分，得分率79.15%；过程类指标权重为20分，得分为16.15分，得分率80.75%；产出类指标权重为20分，得分为18.45分，得分率92.25%；成本类指标权重15分，得分为11.21分，得分率74.73%；效益类指标权重25分，得分为22.45分，得分率89.8%。具体如下表，具体指标得分详见附件1。

表3-2 项目绩效得分情况表

指标	A 项目决策	B 项目管理	C 项目产出	D 项目成本	E 项目效益	合计
权重	20	20	20	15	25	100
得分	15.83	16.15	18.45	11.21	22.45	84.09
得分率	79.15%	80.75%	92.25%	74.73%	89.80%	84.09%

需要说明的是，评价过程中发现违反相关规定的行为，经市财政局会议会商，作为特殊扣分事项扣减 5 分处理。该问题在绩效指标体系中已扣减相应分数 1 分，另行扣减 4 分，最终得分为 80.09 分。

## 2. 主要绩效

2023 年项目完成主舞台、灯光、LED 屏区、控台、序厅、二层 VIP 室及媒体采访室的搭建，顺利召开了设计之都大会开幕式，开幕式国际嘉宾涉及美国、英国等 18 个国家和地区，较 2022 年增加 200%。完成开幕式活动统筹、现场执行、开幕式录制转播以及线上推流等工作，开幕式直播在上海热线、央视新闻、央视网等 19 个平台上播出，观看人数 7,544,305 人。完成地铁 1、2、7、8、9、13 号线以及虹桥、浦东机场等地铁站投放灯箱广告，在延安路高架悬挂大会宣传道旗，在上海中心大厦亮灯 2023 世界设计之都大会、上海欢迎您等内容滚动播放，完成 35 家媒体投放工作，在全网相关话题阅读（观看）量超过 20.3 亿，较 2022 年提升约 182%。主会场设施布置平均满意率为 85.17%。主会场运营平均满意率为 86.47%。

但项目在绩效方面仍存在不足：主要为项目绩效目标设置不够合理，预算精细化管理程度不够，合同转委托合规性不足，项目核心内容均委托第三方公司执行但未获得市经信委书面同意，未留存相关验收资料，部分成本费用较高等，通过满意度问卷部

分主会场使用单位反映休息室并不是开放的，利用率不高、大屏的视觉指示系统不明显、临时流动厕所体验不好等问题。

## （二）评价结论

本次绩效评价从项目决策、项目过程管理、项目产出、项目成本和项目效益 5 方面，分别对 35 个三级指标进行评价，具体得分情况如表 3-3:

表 3-3 绩效指标得分汇总表

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	权重	得分	业绩值
A 决策	A1 项目立项	A11 立项依据充分性		5	5	立项依据充分
		A12 项目立项规范性		5	5	立项规范
	A2 绩效目标	A21 绩效目标合理性		2	1.5	部分指标设置不够合理
		A22 绩效指标明确性		2	1.33	与主会场搭建以及开幕式的匹配度不高
	A3 资金投入	A31 预算编制合理性		6	3	整体预算细化程度有待提升
B 过程	B1 资金管理	B11 预算执行率		3	3	99.67%
		B12 资金使用合规性		2	2	资金使用符合相关规定
	B2 组织实施	B21 项目管理制度健全性		3	1.65	未单独制定委内采购管理办法、验收办法
		B22 工作计划安排合理性		2	2	工作计划明确
		B23 政府采购规范性		2	2	转委托的合理性不够充分
		B24 合同管理规范性		4	2	转委托其他第三方公司

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	权重	得分	业绩值
						的合规性不足，合同的条款过于宽松
		B25 展会运营管理有效性		2	2	展会顺利运营，未发生有责投诉
		B26 竣工验收规范性		1	0.5	经过了相关部门的验收，但是未留存验收的资料
		B27 档案管理规范性		0.5	0.5	资料较为齐全
		B28 应急预案管理有效性		0.5	0.5	制定了应急预案
C 产出	C1 产出数量	C11 主会场搭建完成数		2	2	完成主舞台、休息室、灯光、大屏等的搭建
		C12 直播导播完成数		1	1	完成活动统筹、现场执行、各类直播设备、转播车等布置
		C13 视频制作完成数		2	2	完成动态KV、领导上台动态背景、大会宣传片等视频内容制作
		C14 媒体投放完成数		3	3	完成在地铁1、2、7、8、9、13号线以及虹桥、浦东机场、高架道旗、上海中心等广告投放
		C13 主会场运营保障完成率		2	2	运营公司人员和物资均配备到位
	C2 产出质量	C21 主会场搭建质量达标率		2	1.2	经过了多部门的检查验收，确认合格

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	权重	得分	业绩值
						后方可开展开幕式，但是未留存验收的资料
		C22 媒体投放精准度		3	2.25	各类广告投放涉及的人流量较大，但是部分投放站点的精准度有待加强
		C23 各类事故发生数		1	1	未发生事故
	C3 产出时效	C31 项目完成及时性		4	4	及时完成各项工作
D 成本	D1 经济成本	D11 主会场搭建成本合理性		4	3.04	部分细项存在重复计算的情况，部分工程单价高于市场价
		D12 直播导播单价合理性		4	2.67	灯光保障费用等部分费用支出合理性不足
		D13 视频制作成本合理性		2	1.4	部分视频制作等部分费用高于市场价格
		D14 媒体宣传投放单价合理性		2	2	报价基本在合理范围内
		D15 营运成本合理性		3	2.1	部分运营人员配置数量过高，部分费用支出不合理
E 效益	E1 社会效益	E11 展会规模	E111 主会场观众人数增长率	3	3	增长率为17.21%
		E12 国际化水平	E121 开幕式参与国家和地区数增长情况	2	2	地区国家增长了12个
		E13 媒体影响力	E131 媒体宣传增长情况	3	3	海内外媒体报道数超8000篇，央媒

一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	权重	得分	业绩值
						占比约 11%， 外媒占比约 20%
			E132 全网相关 视频直播量增 长情况	2	2	开幕式直播 人数增长了 210.33%，整 体直播人数 增长了 115.64%
			E133 广告发布 效果增长情况	2	1.40	2023 年全网 相关话题阅 读（观看）量 较 2022 年提 升约 182%， 但是广告位 整体曝光量 有所下降。
	E4 满意 度	E42 主会场使用 单位满意率		13	11.05	主会场设施 布置平均满 意率为 85.17%，主会 场运营平均 满意率为 86.47%
合计				100	84.09	

#### 四、绩效评价指标分析

##### （一）项目决策情况

A11 立项依据充分性：《上海建设世界一流“设计之都”的若干意见》要求：“到 2025 年，基本建成设计产业繁荣、品牌卓越、生态活跃、氛围浓郁的‘设计之都’。在联合国‘创意城市网络’中，展现上海理念，扩大上海影响。”2023 年设计之都大会的顺利举办有助于推动创意和设计产业的发展，提升城市的文

化软实力和国际影响力，加快推进上海设计之都建设。项目符合政府规划、有充分的立项依据。

根据《上海建设世界一流“设计之都”的若干意见》、市政府专题会议精神，以及深化推进上海“设计之都”建设、打造具有国际影响力的设计产业高地等指导思想，结合市经信委都市产业处的职责开展了设计之都大会，项目符合相关文件要求以及市经信委部门工作的职责，项目立项依据充分。

上海自 2010 年当选“设计之都”以来，随着产业发展向纵深推进，建设世界一流“设计之都”，需要有一个国际化、专业化、市场化的平台。首届设计之都大会于 2022 年举办。由于首届展会效果较好，且为了更好完成《上海建设世界一流“设计之都”的若干意见》要求，2023 年继续开展设计之都大会。未发现设计之都大会与其他同类项目重复，符合公共财政支持范围，符合市经信委的职责范围。

综上所述，根据评分细则，本项满分 5 分，得分 5 分。

**A12 项目立项规范性:** 2023 年设计之都大会项目经市政府外事办公室报批、市政府专题会议审议通过报市政府主要领导圈阅，项目由市经信委等 11 家承办单位共同筹备推进大会工作，项目立项程序规范。

综上所述，该指标权重分 5 分，根据评分标准得 5 分。

**A21 绩效目标合理性:** 根据市经信委提供的绩效目标申报表，本项目的总目标及阶段性目标为“2023 年世界设计之都大会拟通

过邀请国内外设计领军企业、知名设计师等参与，共论设计发展趋势、发布优秀原创设计、策源新业态新模式、促进产业交流合作”，项目总绩效目标与实际实施内容较为相符。但部分设定的绩效目标是根据整个设计之都大会设置的，如“高峰论坛和特色活动 $\geq 50$ 场”“设计展览 $\geq 10000$ 平方”等，绩效目标设定不够贴合实际资金使用情况；且部分指标设置不够合理，如质量指标设置“邀请国内外设计领域院士、大师、知名学者、重要设计奖项获得者 $\geq 20$ 人”“邀请设计企业负责人数 $\geq 50$ 人”，该指标应为数量指标作为质量指标设置不够合理。

综上所述，该指标权重分3分，根据评分标准得1.5分。

**A22 绩效指标明确性：**根据市经信委提供的绩效目标申报表，项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标，设置开幕式1场、高峰论坛1场、参展企业 $\geq 50$ 家等清晰、可衡量的指标值，但项目实施内容仅与开幕式以及主会场搭建相关，其绩效目标内容主要为整体设计之都大会相关，与主会场搭建以及开幕式的匹配度不高。

综上所述，该指标权重分2分，根据评分标准得1.33分。

**A31 预算编制合理性：**本项目为经常性项目，上海市经济和信息化委员会，资金来源为市财政一般公共预算。本项目预算金额、实施内容以及方案由上海市政府在专题会议中确定：大会采取市场化参与的形式，各承办单位分别承担大会支出，市经信委在本次世界设计之都大会的职责范围所对应的预算控制总额为

1,200 万元。但是整体预算细化程度有待提升，市经信委应在市政府预算控制的基础上按照一级项目、二级构成、三级明细的要求对预算进行细化，对于部分有标准文件可以参照的费用如志愿者，应基于标准进行编制，便于市经信委后续对项目各子项的执行情况的跟踪以及考核。

综上所述，该指标权重分为 6 分，根据评分标准得 3 分。

## **（二）项目过程情况**

**B11 预算执行率：**本项目 2023 年资金计划为 1,200 万元，由预算单位根据中标情况及合同签订情况，支出了 1196.09 万元，预算执行率为 99.67%。

综上所述，根据评分细则，本项满分 3 分，得 3 分。

**B12 资金使用合规性：**本项目资金使用符合相关规定，市经信委于 2023 年 7 月 4 日，拨付合同总金额 1196.09 万元给设计周有限公司，市经信委有完整的审批程序和手续资金，不存在截留、挤占、挪用、虚列支出以及账外设账等情况。

综上所述，根据评分细则，本项满分 2 分，得 2 分。

**B21 项目管理制度健全性：**评价组查阅相关资料，财务方面，市经信委制定了《中共上海市经济和信息化工作委员会上海市经济和信息化委员会财务管理办法》，从预算、支出、决算和绩效三个方面进行了规定。合同方面，市经信委发布了《上海市经济信息化委关于进一步做好委内合同管理工作的通知》（沪经信研〔2020〕1118 号），从合同的制定、审批、执行等方面制定了相

应的流程与负责岗位/职员。采购方面，市经信委主要是根据《上海市政府采购管理办法》《上海市财政局关于市级政府采购补充规程的通知》等文件要求开展采购工作，未单独制定委内采购管理办法。验收以及档案方面，市经信委未单独制定或在其他制度中对验收以及档案管理进行规定。项目方面，由于本项目作为经常性项目，市经信委制定了《“2023WDCC 世界设计之都大会”开幕式应急管理预案》，从小组成员、基本任务及应急措施等方面制定了详细的规定，设计周公司制定了各类使用手册，如《媒体使用手册》《主会场使用手册》《人员服务手册》等，对主会场的面积、设备情况、人员安排都进行了明确的规定。

综上，根据评分细则，本项满分 3 分，得 1.65 分。

**B22 工作计划安排合理性：**评价组查阅项目的工作计划、请示、合同等文件，从大会流程、参与单位、场地、时间等内容进行了详细的计划。为了更好的使参会单位使用主会场，市经信委及设计周公司制定了《世界设计之都大会主会场使用手册》，从场地规模、布置、平面局部效果图、日程安排、舞美尺寸、音响灯光点位等进行了介绍，方便各单位更好的使用主会场开展活动。

综上所述，根据评分细则，本项满分 2 分，得分 2 分。

**B23 政府采购规范性：**评价组查看了本项目的采购资料，本项目由市经信委委托上海欣声招标服务中心有限公司作为招标代理公司开展本项目的招标工作，本项目于 2023 年 5 月 5 日发布公开招标工作，于同年 5 月 20 日完成招标工作，中标单位为上海设

计周投资管理有限公司，采购符合相关的法律法规。但是委托其他第三方公司的合规性不足，根据市经信委与上海设计周签订的委托合同规定“乙方应当亲自处理委托事项，未经甲方书面同意，不得擅自转委托第三人”，根据项目支出明细，上海设计周将展台搭建、舞美、媒体宣传等专业活动转委托相关行业公司负责。

综上所述，根据评分细则，本项满分 2 分，得分 2 分。

**B24 合同管理规范性：**评价组查阅了本项目相关合同，各类合同条款齐全，包含当事人的名称、标的、数量、质量、价款、地点和方式、违约责任、解决争议的方法，合同内容与项目实施内容一致。

但是本项目合同的条款过于宽松，市经信委与设计周公司签订的合同中，付款方式为自合同签署之日起 30 个工作日内支付合同签订款项，未设置合同验收支付机制，无法有效保障设计周公司提供的服务质量。三是部分设计周公司与项目实施方签订的合同晚于实际开始时间，如设计周公司与上海有帮商贸有限公司签订的《WDCC 垂类媒体和外媒推广合同》，签订日期为 2023 年 11 月 10 日，此时第二届世界设计之都大会已经闭幕。

综上，根据评分细则，本项满分 4 分，得 2 分。

**B25 展会运营管理有效性：**市经信委作为主会场搭建以及开幕式运营单位，虽然未制定相关展会运营管理制度，但是经访谈了解以及资料核查，市经信委在前期策划上，根据市领导的要求确定展会的主题、目标、参展范围、市场定位。议程等计划内容，

在主会场的搭建以及现场舞美设计中也及时与设计周公司进行沟通。在媒体宣传上，根据实际现场情况，从地铁、高架、媒体等各个渠道进行宣传工作。开幕式筹备至收尾阶段均未出现安全事故的发生，也未发生有责投诉事故。

综上，根据评分细则，本项满分 2 分，得 2 分。

**B26 竣工验收规范性：**本项目主会场的搭建经过了质检所、公安、消防、执法大队等多部门的检查验收，确认合格后方可开展开幕式，但是未留存验收的资料。

综上所述，根据评分细则，本项满分 1 分，得 0.5 分。

**B27 档案管理规范性：**虽然市经信委未制定相关档案管理制度，但是评价组从市经信委、设计周公司查阅了项目相关的资料，采购文件、采购文件、影像资料、设计资料等较为齐全。

综上，根据评分细则，本项满分 0.5 分，得 0.5 分。

**B28 应急预案管理有效性：**为保证活动的顺利进行，确保参赛人员、观众及场馆设备设施安全，市经信委以及设计周公司根据国务院《大型群众性活动安全管理条例》的要求以及特点，制定了“2023WDCC 世界设计之都大会”开幕式应急管理预案。

综上，根据评分细则，本项满分 0.5 分，得 0.5 分。

### **（三）项目产出情况**

**C11 主会场搭建完成数：**根据主舞台搭建日志，2023 年 9 月 12 日主会场进场，组委会办公室布置，证件中心布置；2023 年 9 月 13 日外场入场通道地面水槽警示，票务中心搭建、外围画面撤

除施工，主会场舞台雷亚架子及主 truss 搭建；2023 年 9 月 14 日主会场功能房沙发布置，后台功能房桌椅摆放及电源铺设，主会场吊顶放葫芦挂；2023 年 9 月 15 日地面木地板铺设，舞台搭建、立墙，门口序厅背景板框架搭建完成；2023 年 9 月 16 日 VIP 通道搭建，LED 环屏地台搭建，舞台地胶铺设，灯光吊顶矫正，设备调试；2023 年 9 月 17 日 LED 地台架设完毕，VIP 通道侧面画面绷设，舞台轨道调试，VVIP 休息室外延伸卫生间搭建；2023 年 9 月 18 日完成 LED 大屏组装；2023 年 9 月 19 日媒体直播间布置、VVIP 休息室玻璃贴膜完成，绿植就位、各后期保障房间标识张贴完成，T 字牌制作完成，保障楼布置；2023 年 9 月 20 日用餐区域布置完成并投入使用，序厅搭建完成，画面更换，主会场技术调试彩排；2023 年 9 月 21 日全场所有网络建设完毕，主会场调试设备，开幕式办公室布置完毕，开幕式车证、团签手环、活动期间证件制作完毕等。

综上所述，根据评分细则，本项满分 2 分，得分 2 分。

C12 直播导播完成数：通过查看合同、明细账等资料，项目完成了①活动统筹等相关工作，如协调开幕式相关事务执行落地、嘉宾邀请、跟进，嘉宾材料信息整理、修改、校对、汇总，嘉宾彩排对接、现场管理，发布仪式管理，内容对接、优化等；②现场执行包含导演、现场导演、文字编导、流程编导、主持人等人员以及灯光保障、多媒体视频保障、机械装置运行保障、主舞台及外区域协调等；③配置 6 台有线频道摄像机转播车包含切换台、

调音台等设备，开幕式现场配备中、英、原声，一主一备推流设备，并有技术统筹进行设备调试、直播推流工程进行操作与监看、网络工程师进行网络信号调试与保障、工人负责设备运输等完成开幕式录制转播以及线上推流工作；④配置 2 套语音识别/翻译转写引擎软件、2 套应用终端软件，2 台便携式智能会议主机、2 台声音采集工作站，以及系统工程师负责主控台音频连接线/视频 HDMI 等完成开幕式中英同声翻译设备租赁工作。

综上所述，根据评分细则，本项满分 1 分，得分 1 分。

C13 直视频制作完成数：评价组查看合同、项目视频等资料，①项目完成动态 KV、领导上台动态背景、项目发布介绍片、项目发布仪式动画、联合国启动仪式+启动球动画、开幕式启动仪式 6 条开幕式屏幕内容的后期制作；②完成设计之都大会宣传片 1 分钟的视频后期制作工作；③完成 3 个版本设计之都大会户外大屏制作，分别用于地铁、机场、车站等地；④完成 WDC2023 元宇宙平行分会场、“侬好伦敦”数字技术全新视觉设计视频、WDC2022 回顾视频制作。具体完成视频的情况见附件 5。

综上所述，根据评分细则，本项满分 2 分，得分 2 分。

C14 媒体投放完成数：评价组查看合同、广告投放日志等资料，①完成在地铁 1、2、7、8、9、13 号线以及虹桥、浦东机场等地铁站投放灯箱广告；②在延安路高架悬挂大会宣传道旗；③在上海中心大厦亮灯 2023 世界设计之都大会、上海欢迎您等内容滚动播放；④完成 35 家媒体投放工作，具体合作媒体名单如下表。

表 4-1 媒体投放名单

序号	媒体名单	序号	媒体名单
1	canu 可持续时尚	19	芭莎艺术
2	COGO SHANGHAI	20	凤凰艺术
3	Design Digest	21	富甲天下
4	Domus China	22	环球时报英文版
5	ELLE DECO	23	环球时报中文版
6	ELLE 中文网	24	建道筑格
7	Frame	25	建筑时报
8	INSTYLE	26	建筑中国
9	life & Arts 集锦	27	理想家
10	NOBLESSE	28	魔都生活 art
11	NOWNESE	29	品牌星球
12	SHANGHAI WOW	30	上海 Bang
13	Shanghai Daily	31	时代建筑
14	target	32	新浪家层
15	timeout 上海	33	艺厘米
16	trends	34	艺术与设计
17	WSJ	35	元邦
18	安邸 AD		

综上所述，根据评分细则，本项满分 3 分，得分 3 分。

C15 主会场运营保障完成率：经评价组查看资料，现场运营工作配置了 6 人负责 12 天（9 月 18—29 日）的主会场区域、8 人负责 12 天（9 月 21 日—10 月 2 日）的外场公共区域、8 人负责 21 天（9 月 12 日—10 月 2 日）的后勤保障区域，配置主会场

兼职人员，对主会场彩排、开幕式以及二楼功能间保障，配置证件中心、大会组委会以及餐饮区兼职人员保障大会期间运营工作。运营公司购置了VVIP席卡、打印机、打印纸张、货架、雨伞、安全帽、折叠椅、对讲机、垃圾桶等大会所需的保障物资。

综上所述，根据评分细则，本项满分2分，得分2分。

C21 主会场搭建质量达标率：经过对市经信委、设计周公司的访谈以及主会场搭建图片，展会搭建完毕后，根据重大会议活动举办流程，经过了质检所、公安、消防、执法大队等多部门的检查验收，确认合格后方可开展开幕式，但是未留存验收的资料。

综上所述，根据评分细则，本项满分2分，得分1.2分。

C22 媒体投放精准度：根据项目合同及公益广告投放日志等资料，广告投放在地铁、高架、上海中心等地，其中地铁广告以1、2、7、8、9、13号线为主，各类广告投放涉及的人流量较大，与设计相关产业的关联性也比较大。但经评价组查找发现其中16号线的华夏东路、6号线的华鹏路、7号线的潘广路、2号线的唐镇站以及川沙路附近均无设计相关的产业园区或设计相关单位，部分投放站点的精准度有待加强。

综上所述，根据评分细则，本项满分3分，得分2.25分。

C23 各类事故发生数：通过查看大会归档文件、搜索查找大会相关媒体报道以及访谈了解，大会在开展过程中未发生安全事故。

综上所述，根据评分细则，本项满分1分，得分1分。

C31 项目完成及时性：根据工作日志，根据合同约定，2023 年 6 月 20 日-9 月 11 日为大会筹备阶段，2023 年 9 月 11 日-9 月 25 日为大会搭建彩排阶段，2023 年 9 月 26 日-10 月 5 日为运行执行阶段，2023 年 10 月 6 日-10 月 15 日为大会撤场收尾及总结归档阶段。评价组经查看相关材料，项目实施单位于 2023 年 9 月 20 日完成主会场搭建和布置工作，并于 9 月 21 日-9 月 25 日完成全部彩排工作；媒体投放完成时间为 10 月 2 日；视频制作在 9 月 25 日前完成；主会场运营按计划及时开展。

综上所述，根据评分细则，本项满分 4 分，得分 4 分。

#### **（四）项目成本情况**

本项目的支出包含主会场整体舞美设计及搭建、直播导播、视频制作、宣传推广媒体投放、主会场运营 5 个方面。评价组根据实施单位提供的明细，参考专家意见以及市场价格，从必要性、合理性等方面进行核定，项目实际支出 1196.09 万元，共计核减 122.53 万元，核减率 10.24%。由于需要后续横向对比进博会、上交会以及人工智能大会，制定“一类事”会议的标准，故会议标准待与其他三项会议比较后再制定。

D11 主会场搭建成本合理性：主要委托上海恩驿文化传播有限公司（以下简称“恩驿文化”）、月信文化传播（上海）有限公司（以下简称“月信文化”）开展相关服务。

恩驿文化主要涉及主会场搭建及 AV 安装，根据报价明细实际支出 358 万，核减 46.5 万，核减率 12.99%。一是部分细项存

在重复计算的情况，如 9 月 21—29 日，需要主会场看场人工 7 人，也在同一时间段安排了 AV 守场人员 4 人，从工作内容上看，恩驿文化作为服务提供商，在场地和时间完全一致的情况下额外安排 AV 看守人员合理性不足，共涉及资金 1.44 万元。又如安排 4 辆 17.5 米大货车开展主会场的物料运输，但是又安排了 8 辆车进行设备运输，未说明具体运输设备和内容，无法体现必要性，共涉及资金 12 万元。二是部分工程单价高于市场价，如主会场地面找平，供应商报价 70 元每平方米，根据市场询价以及专家意见，一般找平约在 25 元每平方米，共核减 11.66 万元。又如木结构制作边做烤漆，供应商报价 300 元每平方米，根据市场询价以及专家意见，一般约在 200 元每平方米，共核减 6.75 万元。

表 4-2 主会场搭建核减情况表

项目	内容	申报单价 (元)	申报数量	单位	申报时间	单位	申报总价 (万元)	核定单价 (元)	核定数量	核定总价 (万元)	核减金额	备注
地面找平	18 厘阻燃板, 36000mm*36000mm, 双层	70	2592	平米	1	项	18.14	25	2592	6.48	11.66	报价较高
木结构制作边做烤漆	一层结构	300	200	平方	1	项	6.00	200	200	4	2.00	600mm(H)以上, 金属结构, 表面铺双层 12 厘多层板、四周封板(含异形)
	二层结构	300	225	平方	1	项	6.75	200	225	4.5	2.25	
	三层结构	300	250	平方	1	项	7.50	200	250	5	2.50	
观众座椅		150	380	个	2.5	展期	14.25	80	380	7.6	6.65	报价较高
视频系统	中间主屏-LED 背后整体框架	20000	1	套	1	次	2.00	0	0	0	2	在整体 led 报价中已经包含, 不应额外收取费用
	吊顶 LED Screen 显示屏 框架	40000	1	套	1	次	4.00	0	0	0	4	
看场人工	9 月 21-29 日	450	7	人/工	9	天	2.84	400	7	2.52	1.76	工作量有重复
AV 活动期间守场人员	9 月 21-29 日	400	4	人	9	天	1.44	400	0	0		
物料运输	4 辆 17.5 米大货车南通-上海来回 1 次, 共计 8 次	8000	8	次	1	项	6.40	8000	8	6.4	12.00	工作量有重复

项目	内容	申报单价(元)	申报数量	单位	申报时间	单位	申报总价(万元)	核定单价(元)	核定数量	核定总价(万元)	核减金额	备注
设备运输		2500	8	辆	6	天	12.00	600	0	0		
特种车辆-叉车		1500	4	辆	6	天	3.60	800	4	1.92	1.68	报价较高
合计							84.92				46.5	

月信文化主要负责灯光搭建,根据报价明细实际支出 150 万,核减 20.17 万,核减率 15.31%。一是部分费用超过市场均价,如灯光项目经理以及操作员均为 4000 元/天,助理 1500 元/天,电工 1200 元/天,但是经过专家意见以及市场询价,项目经理 1600 元/天,操作员 1400 元/天,助理 500 元/天,电工 400 元/天较为合理,共核减 11.88 万。又如 Cable Package & Power Distribution 电线,供应商报价 3 万元/天,根据市场询价以及专家意见,一般租赁一天 1.5 万元,共核减 5.25 万元。二是部分支出合理性不充分,在 4 次货车运输基础上又安排了 38 次面包车运输,考虑到面包车的装载容量有限,在有货车的情况下安排面包车的合理性不足,共核减 3.04 万元。

综上所述,根据评分细则,本项满分 4 分,得分 3.04 分。

D12 直播导播单价合理性:主要由上海一财万项信息科技有限公司提供开幕式活动统筹、导演组现场执行、录制转播、线上播出推流、中英双语线上服务以及扩音设备及技术服务。由于部分转播、直播设备以及现场人员均使用了 SMG 定制设备及服务,报价存在一定局限性。根据报价明细实际支出 120 万,核减 10.25 万,核减率 8.54%。一是部分费用支出合理性不足。如开幕式现场执行中列支了灯光保障费用,但是在主会场灯光安装中相关保障人员已经列支,共核减 1.5 万元。又如主持人现场保障费用主要涉及主持人现场主持稿修改、议程变动提醒等内容,与编导、编导流程编导以及主会场运营内容有重合,共核减 1.5 万元。二

是部分费用外包合理性不足，如活动统筹，主要包含活动总统筹、项目统筹、会前嘉宾对接以及嘉宾现场统筹等内容，具体见下面。部分费用属于设计周公司的范围，如统筹开幕式相关事务、协调开幕式相关事务执行落地等，共核减 7.25 万元。

表 4-3 直播导播核减表

单位：万元

类型	项目	描述	工种	单位	申报单价	申报数量	申报天数	申报总价	核定数量	核定总价	备注
活动筹备	活动总统筹	统筹开幕式相关事务	总监	元	0.5	1	5	2.5	0	0	属于设计周公司的工作内容
	项目统筹助理	协调开幕式相关事务执行落地	总监助理	元	0.2	1	5	1	0	0	
	嘉宾对接（会前）	嘉宾材料信息等	客户总监	元	0.25	1	5	1.25	0	0	
		整理、修改、校对、汇总	项目总监	元	0.25	1	5	1.25	0	0	
		嘉宾邀请、跟进	项目总监	元	0.25	1	5	1.25	0	0	
现场执行	灯光保障	现场灯光的建议，方案优化，现场调节等		元	0.25	2	3	1.5	0	0	在主会场灯光安装中相关保障人员已列支
	主持人现场保障	主持人现场主持稿修改、议程变动提醒等		元	0.25	2	3	1.5	1	0.75	工作内容有重复
	编导（撰稿、场记）	撰稿、现场内容场记、与导播配合等		元	0.25	1	3	0.75			
合计								11	1	0.75	

综上所述，根据评分细则，本项满分 4 分，得分 2.67 分。

**D13 视频制作成本合理性：**主要由上海迭宕文化传播有限公司提供视频制作服务，由于主会场曲面大屏的精度较高，且规格为异形，视频要求 4k 清晰度，且中英双语版本，导致视频制作的费用较高。根据报价明细实际支出 100 万，核减 19.9 万，核减率 19.9%。一是部分费用高于市场价格，如动态 KV 制作，供应商报价 5 万元，根据市场询价以及专家意见，结合实际需求，一般约在 4 万元即可满足需求。又如 WDCC2022 回顾视频，供应商报价 8 万元，根据市场询价以及专家意见，结合实际需求，部分素材需要重新拍摄，一般约在 7 万元即可满足需求，以上共核减 3 万元。二是部分费用重复计算，如供应商在报价单中列明视频特效师、视频剪辑师、后期导演等人员费用，但是视频制作市场一般按照成果文件收费，视频制作的报价中均包含人工费，故不单独计算人工费用，共核减 16.9 万元。

表 4-4 视频制作核减表

类型	项目	申报单价(元)	申报数量	申报时间	申报总价(万元)	核定单价(元)	核定数量	核定总价(万元)	核减金额(万元)	备注
视频制作	动态 KV	50000	1		5.00	40000	1	4	1	对之前素材源文件的延展
	领导上台动态背景	12000	5		6.00	10000	5	5	1	对之前素材源文件的延展
	WDCC2022 回顾视频	80000	1		8.00	70000	1	7	1	根据之前素材剪辑合成
人工及	视频特效师	7000	2	6	8.40	5000	0	0.00	8.4	视频制作按照成果文件收费，报价中均包含人工费，故不单
	视频剪辑师	5000	1	5	2.50	3500	0	0.00	2.5	

类型	项目	申报单价(元)	申报数量	申报时间	申报总价(万元)	核定单价(元)	核定数量	核定总价(万元)	核减金额(万元)	备注
杂项	后期导演	10000	1	6	6.00	6000	0	0.00	6	独计算人工费用
合计					35.9			16	19.9	

综上所述，根据评分细则，本项满分 2 分，得分 1.4 分。

**D14 媒体宣传投放单价合理性:** 主要投放在延安高架的道旗、申通地铁 1、2、4、8、10 号线，虹桥、浦东机场等区域，由于供应商是唯一供应商，价格按照相关单位的报价执行，评价组与相关单位沟通询价后，广告报价基本在合理范围内。

综上所述，根据评分细则，本项满分 2 分，得分 2 分。

**D15 营运成本合理性:** 主要委托上海恩驿文化传播有限公司开展主会场的运营工作。根据报价明细实际支出 100 万，核减 25.71 万，核减率 25.71%。一是部分运营人员配置数量过高，恩驿文化在主会场区域、外场公共区域、后勤保障区域共配置了 24 名工作人员外，还在主会场配置了 12 名兼职工作人员以及 6 名礼仪人员，在证件中心配置了 4 名兼职工作人员，在大会组委会配置了 12 名兼职工作人员，在餐饮区配置了 8 名兼职工作人员。其中由于大会组委会是由各承办单位组成，主要是对大会进行统筹协调推动，组委会中安排兼职人员的合理性不够充分，共核减 7.56 万元。二是部分费用高于市场价格，如外搭厕所，供应商报价 1.4 万元，根据市场询价以及专家意见，结合实际需求，一般约在 1 万元即可满足需求。

表 4-5 主会场运营核减表

项目	内容	申报单价(元)	申报数量	申报时间(天)	申报总价(万元)	核单价(元)	核定数量	核定总价(万元)	核减金额(万元)	备注
大会组委会-兼职工作人员	9月20日-10月3日	450	12	14	7.56	300	0	0	7.56	必要性不足
国绒地毯	功能间-VVIP休息室	180	200		3.60	120	200	0	3.6	报价较高
外搭厕所	功能间-VVIP休息室	14,000	1	3	10.00	10000	1	3	7	报价较高
折叠椅黑布	功能房内,主会场控台、后台、二楼用餐区	80	400	3	9.60	50	400	6	3.6	租赁可复用
折叠椅	功能房内,主会场控台、后台、二楼用餐区	20	800	3	4.80	10	800	2.4	2.4	租赁可复用
对讲机	9月12日-10月2日	65	15	20	1.95	4000	1	0.4	1.55	无线对讲-主机/Clearcom Intercom Master, 按套租。
合计					37.51			11.8	25.71	

综上所述，根据评分细则，本项满分3分，得分2.1分。

### (五) 项目效益情况

E111 主会场观众人数增长率：根据人数统计数据，2022 年受疫情影响，主会场座位数为 258，共计举办 10 场相关活动，总参会人数为 2580 人。2023 年主会场座位数为 378，共计举办了 8 场活动，总参会人数为 3024 人，增长率为 17.21%。

综上所述，根据评分细则，本项满分 3 分，得分 3 分。

E121 开幕式参与国家和地区数增长情况：根据人数统计数据，2022 年开幕式国际嘉宾涉及美国、英国、法国、意大利、荷兰、日本等 6 个国家和地区，共计 11 人。2023 年开幕式国际嘉宾涉及美国、英国、法国、意大利、德国、荷兰、挪威、芬兰、以色列、澳大利亚、日本、韩国、泰国、新加坡、印度尼西亚、马来西亚、卡塔尔、黑山共和国等 18 个国家和地区，共计 50 人，较 2022 年有明显增长。

综上所述，根据评分细则，本项满分 2 分，得分 2 分。

E131 媒体宣传增长情况：根据流量运营工作报告显示，2022 年大会海内外媒体报道数超 3000 篇，央媒占比约 10.5%，外媒占比约 10%，2023 年大会海内外媒体报道数超 8000 篇，央媒占比约 11%，外媒占比约 20%。2023 年媒体数量较 2022 年上升 166.67%。

综上所述，根据评分细则，本项满分 3 分，得分 3 分。

E132 全网相关视频直播量增长情况：根据流量运营工作报告显示，2022 年开幕式视频流观看人数 2,431,089 人。整体直播观看人数 3,728,452 人，其中官方合作直播媒体观看人数 1,973,832 人，分论坛合作方直播观看人数 175,4620 人。2023 年开幕式视频

流观看人数 7,544,305 人。整体直播观看人数 8,040,190 人，其中官方合作直播媒体观看人数 8,035,971 人，分论坛合作方直播观看人数 4,219 人。开幕式直播人数增长了 210.33%，整体直播人数增长了 115.64%。

综上所述，根据评分细则，本项满分 2 分，得分 2 分。

E133 广告发布增长情况：根据流量运营工作报告以及话题数据显示，2022 年全网相关话题阅读（观看）量为 7.2 亿，2023 年第二届设计之都大会全网相关话题阅读（观看）量超过 20.3 亿，较 2022 年提升约 182%。2022 年产生广告监播截图 98 个，广告位整体曝光量 3348.81 万。2023 年共计产生广告监播截图 111 个，广告位整体曝光量 1352.34 万。

综上所述，根据评分细则，本项满分 2 分，得分 1.4 分。

E42 主会场使用单位满意率：评价组对使用过主会场的单位全部开展了满意度调研。对于主会场设施布置方面，平均满意率为 85.17%。其中受访者对 VIP 室/休息室满意度最低，主要是因为有单位表示休息室并不是开放的，利用率不高；大屏的视觉指示系统不明显；希望灯光可以再好点。

表 4-6 主会场搭建满意率

主会场设施内容	满意率
VIP 室/休息室	83.75%
舞台布置	84.21%
灯光效果	85.26%

音响效果	85.26%
大屏幕效果	87.37%

对于主会场运营方面，平均满意率为 86.47%。其中满意度最低的为厕所卫生，部分受访者表示厕所太少了、临时流动厕所体验不好；希望保安流程能简便点；周边服务可以更加健全。

表 4-7 主会场运营满意度

运营内容	满意率
厕所卫生	81.05%
流程安排	85.26%
后勤支持	86.32%
礼仪接待	87.37%
安全保障	88.42%
场地清洁	88.42%
志愿者服务	88.42%

综上所述，根据评分细则，本项满分 13 分，得分 11.05 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. 与“首发经济”相结合，展现上海设计之都魅力

2023 年设计之都大会开幕式以 LANVIN 全球时尚品牌的时装首秀为亮点，展示了上海设计之都的特色，将时尚与设计相融合，突显了上海“首发经济”的独特魅力，此举为开幕式增添了时尚元素，为设计之都大会注入更多创意与活力。此外，开幕式现场布置具有强烈的设计感，270° 环幕设计给观众带来身临其境

的体验，提升了视觉效果，也为与会嘉宾带来沉浸式的视听享受，使他们更深入地感受到上海设计的魅力和力量。

## **（二）存在问题及原因分析**

### **1. 预算精细化程度不够完善。**

2023 年世界设计之都大会市政府确定的预算控制数为 1200 万，但是市经信委未落实预算精细化管理要求，在市政府预算控制的基础上按照一级项目、二级构成、三级明细的要求对预算进行细化，不利于市经信委后续对大会各子项的执行情况的跟踪以及考核，整体预算细化程度有待提升。

### **2. 合同管理规范有待加强。**

一是合同转委托合规性有待加强，市经信委与设计周公司签订的委托合同规定“乙方应当亲自处理委托事项，未经甲方书面同意，不得擅自转委托第三人”，但是在实际执行中设计周将展台搭建、舞美、媒体宣传等专业活动委托相关行业公司负责，且未有市经信委的书面转委托同意。二是合同付款条款设置过于宽松，市经信委与设计周公司签订的合同中，付款方式为自合同签订之日起 30 个工作日内支付合同签订款项，未将资金支付与项目完成进度进行挂钩，无法有效约束设计周公司提供的服务质量。

### **3. 部分成本费用合理性有待提升。**

评价组对项目实施单位的成本进行了分析，一是部分费用支出合理性有待提升，如主会场运营费中包含 12 名大会组委会兼职人员 14 天人员费用，设计之都大会组委会是由各承办单位组成，

主要是对大会进行统筹协调推动，组委会中安排兼职人员的合理性不够充分。二是部分单价高于市场价格，如主会场地面找平，供应商报价 70 元每平方米，根据市场询价以及专家意见，一般找平约在 25 元每平方米。

## **六、有关建议**

### **（一）加强预算精细化管理。**

建议市经信委根据《上海市市本级项目支出预算管理办法》要求，依照项目预算标准，结合项目历年实际执行情况对预算进行精细化管理，对于部分有标准文件可以参照的费用如志愿者，应基于标准按照每人每天进行编制，以加强预算准确性。

### **（二）加强合同审核管理。**

一是建议市经信委与设计周公司根据会展实际情况，重新审视合同条款，严格按照采购管理办法进行招标，以确保合同执行时符合政府采购相关规定。二是建议市经信委优化调整付款方式，将资金支付与项目完成进度挂钩，设立阶段性付款节点，并结合验收工作进行付款，对设计周公司提供的服务质量进行有效约束，确保达到预期标准。

### **（三）降本增效提升成本效益。**

一是建议市经信委与项目实施单位进行深入沟通和协商，明确与会参与人员的角色与职责，并确保其工作内容与时长与实际费用相符。二是建议市经信委在会议结束后请专业的第三方机构

进行评估或审价，确保实际支出的合理性和公正性，以提高财政资金使用效率。