

菏泽市首届大学生汉服嘉年华暨和菏之美·同袍共泽——曹县汉服进景区活动项目

绩效评价报告

北京思泰工程咨询有限公司



2025年11月

目 录

一、项目基本情况	1
(一) 项目概况	1
(二) 项目绩效目标	2
二、评价结论及分析	3
(一) 评价结论	3
(二) 指标分析	4
三、项目实施成效	7
四、存在的问题及原因分析	8
(一) 管理制度不健全，制度执行不规范	8
(二) 项目预算与实际支出偏差较大，科学论证不足 ...	8
(三) 部分活动环节考虑不够周全，活动趣味性不足 ...	9
(四) 绩效目标设置不规范，难以发挥引导约束作用 ...	9
五、有关建议	9
(一) 健全管理制度，规范项目实施	9
(二) 建立预算编制前期调研与论证机制	10
(三) 优化活动环节设计，提升活动趣味性与参与度 ..	10
(四) 规范设置绩效目标，充分发挥目标引导约束作用	11

菏泽市首届大学生汉服嘉年华暨和荷之美·同袍共泽——曹县汉服进景区活动项目 绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目概况

1.项目背景

近年来，国潮文化强势崛起，汉服作为中华优秀传统文化的重要载体，正从小众圈层走向大众视野，成为连接传统与现代、文化与消费的重要纽带。曹县作为菏泽文化与产业发展的核心支点，素有“华夏第一都”之称，承载着千年商汤文化底蕴，更凭借完整的汉服产业链跻身“中国原创汉服产业集群”核心地带。

当前，曹县汉服产业正朝着品牌化、高端化方向升级，亟需通过多元化活动提升原创价值与文化内涵。大学生群体是国潮文化的核心传播者与践行者，更是汉服文化的积极推动者。在此背景下，本次活动以“和荷之美·同袍共泽”为主题，将大学生青春活力与汉服文化、景区资源深度绑定，通过巡游展演、文创市集、沉浸式体验等多元形式，搭建“产业+文化+青年+旅游”的融合平台。项目的实施，一方面有助于曹县汉服从产品销售向文化传播升级，强化原创品牌影响力；另一方面引导青年群体坚定文化自信，实现传统文化传承、产业赋能与文旅发展的多方共赢，为汉服产业高质量发展注入青春动能与文化活力。

2.主要内容及实施情况

2025年菏泽市首届大学生汉服嘉年华暨和菏之美·同袍共泽——曹县汉服进景区活动项目计划举办现场节目演艺12场，开展活动展演、巡游及宣传800人次，制作文创产品1500个；实际举办曹韵新风·中式婚礼演出12场次，累计邀请展演大学生1600余人，文创产品验收2000个。2025年通过项目实施，曹县汉服的知名度得以提升，品牌影响力也进一步扩大。

3.项目预算资金和使用情况

2025年度菏泽市首届大学生汉服嘉年华暨和菏之美·同袍共泽--曹县汉服进景区活动项目预算68.9万元，资金来源为县级财政资金。2025年度实际支出44.84万元，预算执行率为65.08%。

（二）项目绩效目标

在老城曹州开展以“穿曹县汉服 游老城曹州 展青春风采”为主题的菏泽市首届大学生汉服嘉年华暨曹县汉服进景区活动，3月23日，在老城曹州举办菏泽市首届大学生汉服嘉年华启动仪式，邀请大学生1600余人参与活动展演。与8所驻菏高校联合，各个院校利用每周周末两天时间，发动学生参与各具特色的社团活动，计划先后开展汉服巡游、汉服打卡、汉服展演、汉服最美瞬间等一系列精彩活动不少于50场次，吸引大学生积极参与并推出优秀视频作品参与打卡投票，并举办曹韵新风·中式婚礼演出不少于12场次；4月27日，在菏泽学院举办2025菏泽市五四青年节主题活动暨首届大学生汉服嘉年华颁奖仪式，为曹县汉服进景

区表现突出的单位及选手颁发了优秀组织奖、“汉服人气之星”、汉服最美瞬间、最美妆造、最佳创意、最佳故事等奖项，为青年志愿者代表颁发志愿服务证书，为大学生创新创业导师颁发聘书；团县委与8所驻菏院校团委签署校地合作协议；发布大学生汉服创业（助学）计划；联合商都公司在菏泽学院建立了第一个“大学生汉服文化推广研习基地”。

二、评价结论及分析

（一）评价结论

2025年菏泽市首届大学生汉服嘉年华暨和荷之美·同袍共泽--曹县汉服进景区活动项目举办曹韵新风·中式婚礼演出12场次，累计邀请展演大学生1600余人，文创产品验收2000个。通过项目实施，曹县汉服的知名度得以提升，品牌影响力也进一步扩大。但存在绩效目标设置不规范、预算申请与测算不够完善、管理制度体系建设有待优化、活动设置考虑不全面等问题，尚需加以改善。经综合评定，该项目支出绩效评价得分为86.24分，评价等级为“良”。2025年菏泽市首届大学生汉服嘉年华暨和荷之美·同袍共泽--曹县汉服进景区活动项目绩效评价得分情况详见表2-1。

表 2-1 2025 年菏泽市首届大学生汉服嘉年华暨和荷之美·同袍共泽--曹县汉服进景区活动项目绩效评价得分情况表

一级指标	分值	得分	得分率 (%)
决策	15	12	80
过程	25	20.24	80.96
成本	5	5	100
产出	25	25	100

一级指标	分值	得分	得分率(%)
效益	30	24	80
合计	100	86.24	86.24

(二) 指标分析

1.项目决策情况。决策指标分值15分，评价得12分，得分率80%。

(1) 项目立项。项目立项符合曹县文旅产业和汉服产业发展需求，结合本地特色，为扩大曹县汉服品牌影响力设立。项目立项与中国共产主义青年团曹县委员会“统筹协调服务青年和促进青年发展工作，参与制定全县青少年事业发展规划和青少年工作政策；对全县青少年活动阵地、报刊、服务机构的建设和青少年读物的出版等事务进行规划和管理”职责相符。项目未与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复。项目事前已经过集体决策，项目立项程序规范。

(2) 绩效目标。项目编制了绩效目标，绩效目标与曹县汉服进老城曹州活动相关，但年度绩效目标未明确项目总体效益，扣1分。绩效目标细化分解为具体的绩效指标，但存在两方面问题：一是部分指标设置不明确，扣0.5分。如产出时效指标设置为“活动开展及时率”“活动完成及时率”，未明确具体的完成时间或完成时限。二是部分指标量化不足，扣0.5分。如效益指标设置为“提升曹县汉服在大众群体中的知名度”，该指标未明确量化考核方式。

(3) 资金投入。该项目实施内容为举办活动产生的各项支

出，预算内容与项目内容匹配，预算确定的项目资金量与工作任务基本匹配。但该项目预算与实际支出偏差较大，预算确定的资金量与工作任务不相匹配，扣1分。

2.项目过程情况。过程指标分值25分，得分20.24分，得分率80.96%。

（1）资金管理。该项目批复预算68.9万元，资金来源为县级财政资金，资金已按时到位，资金到位率100%。2025年度实际支出44.84万元（其中该项目经费支出40万元，使用青少年传承优秀传统文化活动项目经费支付该项目4.84万元），预算执行率58.06%，扣1.26分。项目资金的拨付有完整的审批程序和手续，资金支出符合项目合同规定的用途，不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。

（2）组织实施。管理制度健全性方面，项目单位制定了《曹县团县委财务管理制度》《曹县团县委专项资金管理办法》《合同管理制度》。但存在以下两方面问题：一是制度内容不完整，如财务管理制度缺少违反制度相应责任等内容，扣0.5分。二是未制定与活动相关的业务管理制度，扣1分。制度执行方面，一是合同签订不规范，扣1分。如中国共产主义青年团曹县委员会与山东荷之美文化传媒有限公司合作协议主要存在以下三方面问题：其一，未约定具体的验收标准，如舞台搭建安全规范、视频制作画质/时长要求、宣传报道阅读量/转发量指标、物料质量标准等；其二，未明确验收期限与验收流程，无法界定服务是否

达标；其三，未约定违约责任条款，协议未约定任何一方违约的承担方式，无法约束双方履约行为，出现违约时难以追责。二是项目验收流程不规范，扣1分。如汉服采购验收环节，验收单上缺少项目负责人的签字确认。

3.项目成本情况。成本指标分值5分，得分5分，得分率100%。

2025年度项目预算68.9万元，实际支出44.84万元（其中该项目经费支出40万元，使用青少年传承优秀传统文化活动项目经费支付该项目4.84万元），2025年度支出未超预算。

4.项目产出情况。产出指标分值25分，得25分，得分率100%。

（1）产出数量。项目计划制作文创产品1500个，实际制作2000个，并通过验收，文创产品制作完成率133.33%。项目计划活动现场节目演艺场次12场，实际完成12场中式婚礼演出，中式婚礼演出完成率100%。

（2）产出质量。根据曹县汉服进景区活动文创产品采购验收单，制作并交付的2000个文创产品设计与材质均验收合格，文创产品验收合格率为100%。根据曹县汉服进景区活动汉服采购验收单，购置的117套汉服面料及刺绣工艺符合标准，无破损、污渍、版型缺陷，汉服款式贴合传统汉服形制，尺寸齐全，汉服验收合格率为100%。

（3）产出时效。根据活动实施方案，活动开幕式为2025年3月23日，启动后持续5周时间，每周周六开展活动。经查证相关新闻报道，2025年3月23日活动如期举行，节目演出均按计划完

成，相关活动举办及时。

5.项目效益情况。效益指标分值30分，得24分，得分率80%。

(1) 社会效益。根据问卷调查结果，仅61.19%的参与群众对活动汉服主题内容的适配度表示非常满意，扣4分。微信公众号“青春菏泽”中，本活动的阅读量为1339次，同期新闻阅读量为469次，新闻浏览量高于同期新闻。抖音“菏泽市广播电视台”新闻报道中，该项目活动开幕式的点赞量为53次，同期牡丹节开幕点赞量为35次，视频点赞量高于同期新闻。

(2) 可持续影响。项目实施过程中与汉服相关商家合作，提供打折或发放优惠券活动，明显提升了活动商家的销量。曹县汉服体验推广基地、菏泽市大学生社会实践基地同步揭牌，8名大学生获聘“曹县汉服大学生推广大使”。对于本次活动的开展，多数学生予以正面评价，且表示会积极参与此类活动。

(3) 满意度。本次绩效评价共发放满意度调查问卷3149份，收回有效调查问卷3149份。根据参与活动人员对活动举办的反馈，活动主要存在以下三方面问题：一是活动的趣味性不足；二是对学生而言，现场汉服妆造等价格偏高；三是活动规则不清晰，需有更专业的人员引导。参与活动群众对该项目实施综合满意度为88.72%，扣2分。

三、项目实施成效

2025年菏泽市首届大学生汉服嘉年华暨和菏之美·同袍共泽——曹县汉服进景区活动项目举办曹韵新风·中式婚礼演出12场次，

累计邀请展演大学生1600余人，文创产品验收2000个。2025年通过项目实施，线上吸引了上万名大学生参与，相关视频作品点击总量超千万次。同时，活动被山东新闻联播、闪电新闻客户端等媒体报道，切实提升了曹县汉服品牌的知名度和影响力。

四、存在的问题及原因分析

（一）管理制度不健全，制度执行不规范

一是财务管理制度缺少违反制度相应责任内容。二是未制定与活动相关的业务管理制度，活动开展缺乏制度约束。三是合同签订不规范。如中国共产主义青年团曹县委员会与山东荷之美文化传媒有限公司合作协议主要存在以下三方面问题：其一，未约定具体的验收标准，如舞台搭建安全规范、视频制作画质/时长要求、宣传报道阅读量/转发量指标、物料质量标准等；其二，未明确验收期限与验收流程，无法界定服务是否达标；其三，未约定违约责任条款，协议未约定任何一方违约的承担方式，无法约束双方履约行为，出现违约时难以追责。四是项目验收流程不规范。如汉服采购验收环节，验收单上缺少项目负责人的签字确认。

（二）项目预算与实际支出偏差较大，科学论证不足

该项目预算68.9万元，实际支出44.84万元，预算执行率偏低，预算确定的资金量与工作任务不相匹配。主要原因为部分事项支出预算缺乏相关标准或询价资料，预算测算依据不够充分。

（三）部分活动环节考虑不够周全，活动趣味性不足

根据参与活动人员对活动举办的反馈，该活动主要存在以下三方面问题：一是活动的趣味性不足；二是对学生而言，现场汉服妆造等价格偏高；三是活动规则不清晰，需有更专业的人员引导。

（四）绩效目标设置不规范，难以发挥引导约束作用

一是项目绩效目标缺乏对项目总效益的清晰界定。二是部分指标设置不明确。如产出时效指标设置为“活动开展及时率”“活动完成及时率”，未明确具体的完成时间或完成时限。三是部分指标量化不足。如效益指标设置为“提升曹县汉服在大众群体中的知名度”，该指标未明确量化考核方式。

五、有关建议

（一）健全管理制度，规范项目实施

一是补充财务管理制度责任条款。明确经费审批、报销、使用等各环节违规行为的具体情形，以及对应的处罚措施，并将责任落实到具体岗位和人员，形成“制度-执行-追责”的闭环管理。二是结合活动开展的全流程，制定专项业务管理制度，涵盖活动策划、供应商遴选、项目实施、档案归档等环节。明确各环节的责任主体、操作规范和时间节点，确保活动开展有章可循、有据可依。三是规范签订合同。针对活动合作类合同，明确约定验收标准、验收期限、验收流程及违约责任等核心条款。四是优化项目验收流程。制定项目验收管理办法，明确验收主体、验收程序、

验收资料清单及签字要求。针对汉服采购等物资类项目，要求验收单必须包含项目负责人、验收人员、供应商代表三方签字确认，同时附物资清单、质量检测证明等佐证材料。

（二）建立预算编制前期调研与论证机制

开展全要素调研论证。针对活动场地租赁、物料采购、服务外包等核心支出事项，全面收集市场价格信息，通过实地询价、多方比价、参考同类项目历史数据等方式，形成详细的询价报告和成本测算依据。对于无明确支出标准的事项，结合项目实际需求和市场行情制定内部参考标准，确保预算金额与工作任务相匹配。

（三）优化活动环节设计，提升活动趣味性与参与度

一是开展需求调研与分析工作，综合运用问卷调查、深度访谈、实地考察等科学方法，全面掌握目标群体的实际需求，精准识别其核心诉求，为工作开展提供科学依据和方向指引。二是丰富活动内容与形式，科学设计活动方案，合理融入知识性、趣味性、实践性等要素，有效提升活动的吸引力和参与度。三是降低学生参与成本，扩大受众覆盖面。其一，针对学生群体推出专项优惠政策，联合妆造合作方协商学生专属折扣；对家庭经济困难学生，可免费提供基础汉服妆造服务。其二，增设公益妆造服务点，招募专业化妆、汉服造型志愿者，为学生提供平价或免费的简易妆造，减少学生的参与负担。四是明晰活动规则，强化现场专业引导。组建专业现场引导团队，选拔或培训一批熟悉活动流

程的工作人员、志愿者，在各环节区域提供引导服务，及时解答参与者疑问。对复杂互动环节，安排专人进行示范讲解，帮助参与者快速理解规则。

（四）规范设置绩效目标，充分发挥目标引导约束作用

一是明确项目绩效目标，结合项目核心任务，清晰界定项目总效益。二是明确设置产出时效指标。如设定活动开展起止时限、单场活动的筹备与执行周期，确保指标可衡量、可考核。三是强化效益指标量化设计。如设置“活动参与人次”“汉服相关话题线上曝光量”“媒体报道篇数”“汉服产品销售额环比增长率”等可量化、可考核的指标。