

2025 年大阪世博会北京周 项目绩效评价报告

主管部门 中国国际贸易促进委员会北京市分会
项目单位 中国国际贸易促进委员会北京市分会
项目名称 2025 年大阪世博会北京周
评价机构 中国国际贸易促进委员会北京市分会

二〇二六年五月

目 录

一、基本情况	3
（一）项目概况	3
（二）项目绩效目标	4
二、绩效评价工作开展情况	5
（一）绩效评价目的、对象和范围	5
（二）绩效评价原则、指标体系、方法、标准	5
（三）绩效评价工作过程	6
三、综合评价情况及评价结论	7
四、绩效评价指标分析	8
（一）项目决策情况	8
（二）项目过程情况	9
（三）项目产出情况	10
（四）项目效益情况	10
五、存在的问题	12
六、改进措施和建议	14

2025 年大阪世博会北京周项目 绩效评价报告

一、基本情况

（一）项目概况

1.项目背景

立足于中国式现代化引领强国建设、助推民族复兴的全局战略，党的二十大及二十届二中、三中全会相继作出一系列重大部署，明确提出持续推进高水平对外开放，为新时代我国对外开放工作划定发展主线、提供根本遵循。习近平总书记在庆祝中国国际贸易促进委员会建会 70 周年大会暨全球贸易投资促进峰会上发表重要视频致辞，明确提出“织密服务企业网，扩大国际朋友圈”的工作要求，为新时代贸促事业高质量发展锚定前进方向、明晰实践路径。

北京市紧扣中央改革发展部署，结合首都实际出台专项实施意见，聚焦全面深化改革、推进中国式现代化，将健全高水平对外开放制度体系、优化体制机制列为重点改革任务，落实中央对外开放战略部署。中国国际贸易促进委员会北京市分会（以下简称北京市贸促会）作为首都统筹推进国际贸易与投资合作的公共服务专属机构，肩负衔接境内外工商资源、搭建经贸交流桥梁、深化双边多边经贸合作的职能。世博会由一国政府主办，多个国家或国际组织参加，是全球最高级别的博览会，也是展示国家形象、提升软实力、加强国际合作、对外宣传的重要机会。受国务院委托，中国国际贸易

易促进委员会（以下简称中国贸促会）负责中国参加国展局和世博会的管理协调工作。受中国贸促会邀请，北京市贸促会在大阪世博会期间举办中国馆北京周活动，提升北京国际知名度与全球影响力，深化与各国商协会互联互通与协作，搭建工商合作平台、构建全球商协会合作体系。

2.项目内容

2025 年大阪世博会北京周项目预算用于保障北京周开幕式举办及新闻宣传工作。其中，开幕式涉及活动策划组织、流程执行、嘉宾邀请与接待、文艺演出安排等，确保开幕式规范、顺畅、有序举办；新闻宣传主要是构建全方位、立体化的传播矩阵，统筹境内外主流媒体及新媒体平台资源，围绕“美丽北京 绽放世博”主题开展预热、现场及后续宣传报道，提升北京国际知名度与影响力。

3.资金投入和使用情况

该项目年初预算批复金额为 280 万元，均为财政资金。截至 2025 年 12 月 31 日，项目实际支出 261.68325 万元，结余 18.31675 万元，预算执行率 93.46%。

（二）项目绩效目标

根据绩效目标申报表，该项目年度总体绩效目标如下：

1.活动吸引国际嘉宾游客，展示北京城市魅力，宣传北京开放形象。

2.利用世博会国际多边平台，做好对外交流，促进我市政府、企业、商协会的对外交往。

3.做好新闻宣传推广工作，助力北京国际交往中心建设，

提升国际影响力。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

北京市贸促会为提高科学决策水平、规范项目管理，保证项目资金使用的规范性、安全性，为下一步预算资金安排提供重要参考，委托评价机构成立绩效评价工作组，对 2025 年大阪世博会北京周项目的绩效情况实施综合评价。通过本次绩效评价，总结经验，分析项目的经济性、效率性和效果性，发现项目决策、项目过程、项目产出和项目效益中存在的问题，为项目单位后续改进工作提供决策建议和依据，促进项目单位树立以结果为导向的绩效管理理念。

（二）绩效评价原则、指标体系、方法、标准

1.评价原则

根据《北京市财政局关于印发<北京市项目支出绩效评价管理办法>的通知》（京财绩效〔2020〕2146 号）文件规定，按照科学规范、绩效相关、政策相符、独立评价的原则实施评价。

2.评价指标体系

根据《北京市财政局关于印发<北京市项目支出绩效评价管理办法>的通知》（京财绩效〔2020〕2146 号）的相关要求，结合项目特点，评价机构研究并细化了包括决策、过程、产出和效益 4 个一级指标，12 个二级指标和 19 个三级指标。

3.评价方法

（1）案卷研究法。对于项目有关的法规和批示文件、评审报告、工作方案、招投标和采购文件、资金支出过程文件、汇总成果及服务对象满意度调查等相关体现决策、管理和绩效的材料进行深入的研究和分析，提取相关信息，对照评价指标体系进行逐一评价。

（2）专家咨询法。在评价过程中，评价工作组通过邀请管理、财务和业务方面的专家，针对项目决策、实施过程、产出成果和实际效益这四个维度的完成情况进行评价和打分。最终根据专家的合议结果形成评价结论并提出建设性意见。

4.评价绩效级别

本次绩效评价总分为 100 分，其中项目决策分值 20 分，项目过程分值 20 分，项目产出分值 35 分，项目效益分值 25 分。参照《北京市财政局关于印发<北京市项目支出绩效评价管理办法>的通知》（京财绩效〔2020〕2146 号）文件，绩效评价结果实施百分制和四级分类。四个级别分别是：90（含）-100 分为优、80（含）-90 分为良、60（含）-80 分为中、60 分以下为差。

（三）绩效评价工作过程

1.组建工作组。评价机构按照评价项目的情况，委派专人组建绩效评价工作组。工作组在与项目单位沟通了解项目情况的基础上，明确评价重点、指标体系设计要点、数据获取方式及人员安排等内容。

2.初步审核项目资料。工作组对项目单位提交资料进行初步审核，围绕项目决策、项目管理和项目绩效进行梳理，提取相关信息，汇总相关数据。参照财政支出项目绩效评价指标体系框架，结合项目特点，形成项目绩效评价指标体系（初稿）。

3.组织召开专家预评价会。在对项目进行初步审核的基础上，工作组组织专家于5月11日就项目情况进行了初步讨论，形成专家组预评价意见，并对绩效评价指标体系进行了调整和完善。会后，评价工作组整理专家组意见并形成《绩效评价专家预评价意见反馈暨补充资料清单》反馈至项目单位。

4.组织召开专家正式评价会。结合评价工作组初审、专家预审及项目单位补充资料情况，评价工作组于5月18日组织召开了专家正式评价会，在项目单位进行项目情况汇报的基础上，由专家组组长组织专家就相关问题与项目单位进行沟通，形成专家组正式评价意见。

5.撰写绩效评价报告。评价工作组根据绩效评价报告的编写要求，以专家评价意见及项目单位提交的资料信息等为基础，撰写绩效评价报告。

三、综合评价情况及评价结论

2025年大阪世博会北京周项目综合评价得分为88.98分，绩效级别评定为“良”，各指标得分情况详见下表：

表 1 绩效评价得分情况表

一级指标	分值	得分	得分率
决策	20	17.26	86.30%
过程	20	18.64	93.20%
产出	35	32.90	94.00%
效益	25	20.18	80.72%
总分	100	88.98	88.98%

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况

1.项目立项

世界博览会作为全球最高级别的博览会，是展示人类发展新概念、新观念、新技术的特色平台。自 2005 年北京市贸促会代表北京市连续组织参与了六届世博会，以城市宣传为核心，围绕文旅展示和经贸交流展开，取得了良好的效果，积累了丰富的国际大型活动组织经验。2025 年日本大阪世博会于 2025 年 4 月 13 日至 10 月 13 日在大阪市“梦洲”人工岛世博园区举行。为进一步展示北京国际形象 and 高质量发展成就，促进各领域的国际交流，北京市贸促会于 2024 年向市政府提交了《北京市贸促会关于我市参加 2025 年日本大阪世博会有关工作的请示》，申请在大阪世博会中国馆举办北京周，获得市政府批准。评价认为，项目立项依据充分、程序规范。项目立项符合服务国家总体外交、展示中国式现代化成就的要求，符合《北京城市总体规划》中关于建设“国际交往中心”的战略定位，与北京市贸促会部门职责契合，立项依据充分。

2.绩效目标

北京市贸促会按照预算绩效管理要求填写了“2025 年大阪世博会北京周”项目绩效目标申报表,明确了项目总体目标和具体绩效指标。评价认为,一是年度总体绩效目标设置较为宏观,未充分聚焦开幕式和北京周整体宣传。二是个别指标设置不够合理,缺乏约束力或设定依据不清晰。

3.资金投入

北京市贸促会申报 2025 年大阪世博会北京周项目预算 280 万元,项目资金主要用于采购活动服务和新闻宣传服务。经北京市贸促会内部预算评审,预算核减至 278.8225 万元。评价认为,预算编制与项目内容较为贴合,资金投入较为合理。

(二) 项目过程情况

1.资金管理

项目年初预算批复金额为 280 万元。截至 2025 年 12 月 31 日,项目实际支出 261.68325 万元,结余 18.31675 万元,预算执行率 93.46%。结余原因:一是北京市贸促会通过内部预算评审和履行政府采购程序等,实现了资金节约;二是因活动场地面积和电力等情况变化,中国馆搭建的电子屏幕更换为室外防风背景板,活动执行成本降低。项目资金严格按照单位内部财务管理制度执行,支出审批和账务处理较为规范。评价认为,项目资金管理较为规范。

2.组织实施

项目由北京市贸促会牵头组织实施,围绕大阪世博会北

京周主题，组建了由相关单位参与的工作协调小组，协调市级部分单位开展辅助宣传推广工作，同时获得昌平区、大兴区等在经贸促进方面的支持。项目单位通过竞争性磋商方式分别确定活动执行与新闻宣传服务的服务商。评价认为，该项目总体组织实施较为规范，但存在以下不足：

一是项目整体实施方案不够完善。项目事前评估报告指出，实施方案不够细化，缺少明确的验收计划，建议项目单位在实施方案中明确各方的职责分工、验收标准、验收方式方法及时间节点，并制定各项风险应急预案。

二是对第三方服务的监管仍有优化空间，合同管理与验收工作可进一步规范。

（三）项目产出情况

在该项目资金保障下，2025年5月8日大阪世博会中国馆成功举办北京周开幕式，所有环节按预定时间节点推进，无任何延误，全部流程顺利完成，参加开幕式的外国嘉宾达70人次。开幕式前10天启动预热宣传，开幕式当天完成现场直播及即时宣传，活动结束后5天内完成后续宣传，提前完成全部宣传任务。根据项目成果总结及验收报告，各项活动举办场次、资料发放数量、嘉宾邀请规模、媒体报道数量等均达到或超过预期。评价认为，项目总体产出情况良好。

（四）项目效益情况

1.社会效益。开幕式方面，活动流程规范顺畅、文艺表演贴合主题、文化展示彰显北京特色，完成100名中外嘉宾全程接待，获得嘉宾好评，无投诉及不满反馈。开幕式期间，

北京市贸促会与日本国际贸易促进协会签署友好合作协议，为双方常态化经贸交流合作奠定了基础。新闻宣传方面，围绕“美丽北京 绽放世博”主题，构建了传统媒体与新媒体、境内与境外、线上与线下全方位、立体化的传播矩阵，互动声量 447.83 万，全球触达人次 7.56 亿；其中，300 余家主流媒体发布报道，CCTV-4《今日亚洲》及北京卫视多档新闻栏目进行专题报道，《北京日报》《北京晚报》等大幅版面报道，中央与地方主流媒体强势推广；抖音、微博、今日头条等新媒体平台发布图文视频 5000 余条，相关话题微博阅读量超 1 亿并登上热议榜，@北京贸促微博端视频播放量超 1000 万次；联动国内 KOL 发布二创视频，传播覆盖 3500 万人次，北京贸促账号各平台累计新增粉丝超过 1 万。境外传播方面，日本主流电视台 MBS《每日放送》报道北京周，美联社、雅虎财经、美国福克斯广播公司等 550 余家境外主流媒体及网络平台进行报道，总体覆盖 3 亿人次；CCTV Twitter、Beijing Daily Facebook 和 Twitter 发布活动资讯，国外 KOL 发布探访视频单期播放量 20 万+，整体传播覆盖超 100 万人次。通过开幕式与新闻宣传的协同发力，有效提升了北京国际知名度、文旅资源与营商环境的对外传播效果，助力北京国际交往中心建设，社会各界及中外媒体给予高度评价。

评价认为，该项目效益实现情况良好，但效益实现程度缺乏更加深入的量化追踪和分析，社会效益的含金量和可持续影响力尚未得到充分论证和精准展现。

2.经济效益。该项目属于城市形象推广与经贸交流公益

性外事活动，不以直接盈利创收为目的，无项目直接经营性经济收入。但通过开幕式的成功举办和新闻宣传的广泛传播，对经济效益的实现具有间接促进作用。具体体现在：一是开幕式期间，北京市贸促会与日本国际贸易促进协会签署友好合作协议，构建了常态化经贸交流合作机制，为后续双向投资促进、企业对接和跨境商贸合作奠定了组织基础，有利于长期吸引日方资本关注北京市场。二是新闻宣传有效提升了北京国际知名度、营商环境美誉度及海外影响力，有助于吸引境外客商关注北京投资贸易合作机会，带动后续外资意向投资、文旅入境消费及跨境商贸合作增量，间接助推北京外向型经济发展。评价认为，该项目虽未产生直接经济收益，但通过品牌形象塑造和合作机制建设，对长期间接经济效益的形成发挥了积极作用。

3.满意度。根据项目单位提供的总结报告及相关说明，活动现场未收到投诉及负面意见，参团单位、主办协办单位及参观人员对整体活动组织、服务质量和工作成效的评价整体良好，各服务对象对本次活动表示满意。活动开展后，项目单位针对参与活动的北京市单位和企业开展了满意度回访，评价认为满意度调查工作开展不够充分：其一，调查问卷的针对性和科学性不足。其二，调查样本的代表性不够充分。第三，调查结果的整理和分析不充分。

五、存在的问题

（一）绩效目标设置不科学，预算编制精细化程度不足
一是年度总体绩效目标较为宏观，未充分聚焦开幕式和

北京周整体宣传两项核心任务，目标与项目具体内容的对应关系不够清晰。二是个别绩效指标设置不合理，存在指标归类错误以及指标值缺乏可考核性等问题，部分数量指标的测算依据也不够清晰。三是预算编制准确性有待提升，印刷费等预算支出与实际存在偏差，成本测算依据不够充分。

（二）项目实施方案不够完善，过程管理与合同监管有待进一步加强

一是整体实施方案不够完善。工作方案以流程性安排为主，未明确各项产出的验收标准、验收方式及时间节点，也未制定针对突发情况的风险应急预案，方案的指导性和约束性不足。二是合同管理与验收工作有待进一步规范。合同中对“主流媒体”界定、宣传报道质量要求、活动现场布置标准等关键质量参数未作量化约定；验收报告内容较为笼统，缺乏对照合同条款的逐项核验记录，验收归档资料不够完整。三是风险防控意识不足，未针对境外活动的高风险特性制定书面应急预案。

（三）产出质量验收依据不够充分，效益量化追踪及满意度调查科学性不足

一是产出质量缺乏明确的验收标准。开幕式及宣传服务虽已执行完成，但事前质量标准不够细化量化，合同约定的部分任务缺少独立完整的验收依据，影响质量核验的充分性和结果呈现。二是社会效益缺乏深度量化分析。项目虽取得较亮眼的传播数据，但未进一步分析传播对入境游市场的实际拉动作用、对北京形象认知的提升效果，也未开展海外舆

论动态分析或受众调研，缺少报道正面率、情感倾向等分析指标，效益呈现停留在定性层面。三是满意度调查工作有待完善。问卷设计未针对开幕式、嘉宾接待等具体内容进行分层分类，调查样本量有限、代表性不足，未提供完整的统计分析报告，调查结果的深层价值未能有效挖掘。

六、改进措施和建议

（一）科学编制绩效目标，强化预算精细化管理

一是提升绩效目标与任务的契合度。建议今后根据项目内容和重点，设置差异化的、精准的绩效目标，确保总体目标能够完整覆盖全部核心工作任务。二是规范绩效指标设置。严格按照三级指标的要求，科学设置可量化、可考核的核心指标；明确数量指标与质量指标的边界，避免指标归类错误；指标的测算应基于历年数据、行业标准或翔实的调研测算过程，确保依据充分、具有约束力。三是夯实预算编制基础。建立成本绩效分析机制，对往届同类型活动的资金投入进行充分总结与分析，形成预算编制参照标准，提高预算编制的准确性。

（二）完善项目实施方案，强化过程管理与风险控制

一是针对境外重大活动，建议北京市贸促会在明确流程性安排的基础上，进一步明确各项产出的验收标准、验收方式及时间节点，区分分项验收与最终验收环节，使方案真正具备指导性和约束力。二是夯实合同管理的精细化水平。未来合同签订应明确约定服务质量标准、成果验收依据、关键质量参数及违约条款，使合同从付款依据真正转变为履约质

量标杆。三是强化过程监控与验收闭环。建立第三方服务商履约过程的定期沟通与留痕机制，并对照合同约定的质量要求进行逐项核验，出具内容翔实、有据可查的验收报告。四是健全风险防控预案。结合项目境外执行的特殊性，制定覆盖突发公共事件、外交关系波动等各类风险的书面应急预案，明确风险预警级别、处置流程与第一责任人，确保风险可防可控。

（三）健全产出质量验收标准，深化效益量化追踪，规范满意度调查工作

一是事前设定明确的产出质量评判标准。在项目启动阶段，应针对开幕式流程、文艺表演、文化展示、宣传报道等各项活动，制定可操作、可核验的质量标准清单或检查表，为后续的自我评价与验收提供客观依据。二是建立传播效果量化评估机制，定期分析报道正面率、受众情感倾向、关键信息传播到达率等深度指标，探索开展活动前后公众对北京形象认知的对比调研，推动效益评价从定性描述向定量分析转变。同时，应建立合作意向成果的动态跟踪台账，形成成果转化的闭环验证。三是规范开展满意度调查。设计科学的调查方案，明确调查对象、抽样方法及问卷设计，确保样本的合理性与代表性。对调查结果进行多维度的深度统计分析，形成有数据、有分析、有结论的详细满意度调查报告，并以此作为优化未来活动组织工作的重要依据。