

## 项目支出绩效自评表

(2020年度)

项目名称		彩票公益形象宣传费(中央专款)项目							
市级主管部门		天津市体育局		项目实施单位	天津市体育彩票管理中心				
项目资金(万元)		年初预算数	全年预算数(A)	全年执行数(B)	分值	得分	执行率(B/A)	偏差原因分析及改进措施	
		年度资金总额	850	850	610.84	10	7.19	71.86%	受疫情影响部分媒体投放和落地公益活动延期,且项目需要在全部合同执行完毕后进行验收付款。截至2021年5月31日项目执行金额为754.48万元,执行率为88.76%
		其中:中央补助	850	850	610.84	—	—	71.86%	
		市级资金				—	—		
		其他资金				—	—		
年初预期目标				年度实际完成情况					
年度总体目标				<p>1. 进行了电视、广播、网络、户外、平面5种媒体投放工作,强化了责任、公益、公信为核心的品牌建设。</p> <p>2. 开展了健步行、大悦城落地活动、快乐操场、新长城助学、相约体彩、吉祥物征集、点亮健康中国、金手指大赛等公益活动,使公益体彩品牌形象深入人心。</p> <p>3. 进行了天津体彩微信订阅号、服务号和微博3个渠道运营,强化了责任、公益、公信品牌宣传力度。</p>					
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值(A)	实际完成值(B)	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
	产出指标(50分)	数量指标	电视广告投放数量	不少于1800次	1830次	4	4		
			广播广告投放数量	不少于3600次	4715次	4	3.88	设定指标按照刊例情况计算,后实施政府采购成本降低,且实际投放中选择了交通广播和音乐广播的最优组合,故投放次数增加。今后更加全面了解情况制定绩效指标	
			网络广告投放数量	不少于200次	202次	4	4		
			户外广告投放数量	1500块展板	1500块展板	4	4		
			《今晚报》专版数量	全年投放24个专版	每月2个专版,持续投放1年	4	4		
			自媒体渠道运营数量	3个	运营天津体彩微信订阅号、服务号和天津体彩微博共3个自媒体渠道	4	4		
		质量指标	监播合格率	≥95%	100%	4	4		
		时效指标	媒体公益宣传投放时间	2020年1月-12月	2020年1月-2021年6月	4	3	因2020年疫情原因,彩票市场休市,奥运会等赛事延期或休赛,为保证使用效益,电视台公益媒体投放延期至2021年6月	
	媒体公益宣传验收时间		2020年12月	2021年6月	4	3	受疫情影响,公益媒体投放延期,项目正在进行中,待6月播出完成后实施项目整体验收		

绩效指标	产出指标 (50分)	成本指标	媒体公益宣传投放费用	≤604.5万元	签订采购合同604.47万元，2020年实际执行501.59万元	5	5	
			新媒体公益宣传运营费用	≤15万元	签订采购合同14.83万元，2020年实际执行14.83万元	4	4	
			公益活动策划实施费用	≤230.5万元	公益活动策划实施费用230.5万元，2020年实际执行94.42万元	5	5	
	效益指标 (30分)	经济效益指标	销量和公益金	全年实现销量25亿元，筹集公益金6.8亿元	全年实现销量28.75亿元，筹集公益金7.57亿元	10	10	
		社会效益指标	建设负责任、可信赖、健康可持续发展的国家公益彩票	实现目标	2020年天津体彩严格防疫、积极复工复产、推进责任彩票建设，强化公益体彩品牌影响力，通过总局中心责任彩票三级认证	10	10	
		可持续影响指标	通过各媒体投放提高曝光量，推动体育彩票公益、公信、责任为核心的公益品牌深入人心	实现目标	根据2020年第三方营销效果评估结果：产品营销、品牌推广及公益活动的满意度为90.9%，活动开展数量满意度为91.5%，活动类型丰富满意度为92%，提升了体育彩票品牌影响力、知名度和美誉度；通过各媒体投放提高了曝光量，年度媒体投放满意度为91.2%	10	10	
	满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	购彩者满意度	≥90%	90.90%	10	10	
总分						100	95.07	