

项目绩效自评报告

资金名称：体育彩票形象宣传及责任彩票建设项目

预算单位：广东省体育彩票中心

填报人姓名：

联系电话：

填报日期：

目录

一、基本情况	- 1 -
(一) 项目背景	- 1 -
(二) 项目内容	- 1 -
(三) 预算管理情况	- 1 -
(四) 项目绩效目标设置情况	- 3 -
(五) 项目实施情况	- 4 -
二、自评情况	- 4 -
(一) 自评分数	- 4 -
(二) 项目资金使用绩效	- 5 -
(三) 项目存在的问题	- 11 -
三、改进意见	- 12 -
(一) 制定各地市责任彩票建设任务和激励措施，提高 责任彩票培训组织力度	- 12 -
(二) 加强项目采购管理，提升采购工作效率 .	- 12 -
(三) 增强绩效管理意识，优化绩效目标设置 .	- 13 -

根据《广东省财政厅关于开展2023年省级财政资金绩效自评工作的通知》要求，广东省体育彩票中心（以下简称我中心）对2022年度“体育彩票形象宣传及责任彩票建设项目”资金的管理使用情况进行了绩效自评，现将自评情况报告如下：

一、基本情况

（一）项目背景

为了认真贯彻落实全国体育彩票工作会议精神和省体育局对彩票工作部署要求，紧紧围绕“建设负责任、可信赖、高质量发展的国家公益彩票”总体目标，我中心设立“体育彩票形象宣传及责任彩票建设项目”，以责任为先导，以品牌建设为引领，全面加强责任彩票、队伍、渠道、品牌、产品建设，深化“公益公信双主线”形象，推动广东体彩高质量发展走在全国前列。

（二）项目内容

本项目内容主要为推动广东责任彩票建设和品牌宣传，树立我省体育彩票的良好形象，保障本级体育彩票销售业务工作的顺利开展。主要包括体育彩票品牌形象宣传、宣传品印刷及责任彩票建设等工作。

（三）预算管理情况

1. 2022年项目预算安排情况

根据《2022年广东省体育彩票中心部门预算》和《2022

年1-12月预算执行情况表》，本项目2022年初预算安排1,053.50万元，全年未进行预算调整。根据《2022年省体彩中心各部门预算批复表（三级项目及目标）》，本项目包含公益形象建设等10个子项目，各子项目资金分配情况如下表1-1所示：

表1-1 项目资金分配情况

序号	子项目名称	预算金额（万元）
1	公益形象建设	280.00
2	公益活动	237.50
3	平面媒体合作	215.00
4	宣传印刷品	144.00
5	新媒体及舆情合作	65.00
6	自媒体建设	48.00
7	责任彩票报告宣传	28.00
8	责任彩票调研	20.00
9	责任彩票评级	10.00
10	劳务费	6.00
合计		1,053.50

2. 预算执行情况

根据《2022年1-12月预算执行情况表》和《2022年序时账》，本项目2022年实际支出1,053.50万元，预算执行率100%。项目资金主要用于公益形象建设、公益活动、宣传印刷品、新媒体及舆情合作、自媒体建设、责任彩票宣传、劳务费、广东体彩官微官网运维等方面的支出。

3. 资金管理情况

本项目严格依据《彩票管理条例》《关于印发〈广东省体育彩票中心预算管理制度〉（2021年修订）的通知》（粤

体彩财〔2021〕24号）、《关于印发〈广东省体育彩票中心经费支出管理制度〉（2020年修订）的通知》（粤体彩〔2020〕11号）、《广东省体育彩票中心财务管理制度》《广东省体育彩票中心采购工作管理办法》以及省级财政的相关规定执行，确保体育彩票销售资金管理使用依法依规。

（四）项目绩效目标设置情况

1. 项目绩效目标

本项目2022年度绩效目标为：全面加强责任彩票、队伍、渠道、品牌、产品建设，完成年度销售量，树立体育彩票的良好形象，保障本级体育彩票销售业务工作的顺利开展。

2. 项目绩效指标

本项目2022年度共设置5个产出指标，4个效果指标，具体情况如下表1-2所示：

表1-2 项目绩效指标表

一级指标	二级指标	三级指标	当年度指标值
产出指标	数量指标	体育彩票年销售量（亿元）	≥ 上年销售量*0.85
		体育彩票投注终端数量（个）	≥ 上年数量*0.80
	质量指标	机构正常运行	保障本省销售系统及各业务系统平台运转顺畅，彩票物资、宣传物料等供应顺利，保障和规范销售网点合法销售体育彩票，保证我省体育彩票销售业务工作的顺利开展
	时效指标	开设、调整、停止彩票游戏前向社会发布公告及时率（%）	100

一级指标	二级指标	三级指标	当年度指标值
		项目计划完成时间	2022年12月31日前
效益指标	经济效益指标	体育彩票年公益金筹集量（亿元）	≥ 上年筹集量*0.85
	社会效益指标	安全责任事故发生率（%）	≤ 0.1
	可持续影响指标	对我省体彩事业发展的积极影响	长期
	服务对象满意度指标	彩民满意度（%）	≥ 90

（五）项目实施情况

本项目主要通过购买服务的方式实施。首先，我中心结合部门职责和“加强责任彩票体系建设、加强品牌、渠道、产品统筹推进”两项年度重点工作，明确公益形象、责任彩票建设等内容宣传需求，通过公开招标等方式委托第三方供应商实施。其次，通过项目合同条款约束供应商服务质量，如各子项目实施内容、实施要求、成果验收要求等。最后，根据合同约定的付款方式，按时完成合同款项的支付。

二、自评情况

（一）自评分数

基于《项目支出绩效自评表》，我中心认为，本项目绩效自评评分为**97分**，自评等级为“**优秀**”。项目总体完成了预期绩效目标和指标，资金使用合规，受益群众满意度达到98.20%。但不足的是，个别地市责任彩票培训组织能力有待提升，采购管理规范性有待加强，绩效目标设置有待优化。

针对上述问题，我中心将持续监督地市责任彩票培训落实情况，规范政府采购管理，优化项目绩效目标设置，将绩效管理的要求落实落细落到位，切实增强本单位的绩效管理效果。

（二）项目资金使用绩效

1. 项目资金支出情况

2022年，本项目实际支出1,053.50万元，预算执行率为100%。资金主要用于体育彩票公益形象建设、媒体宣传服务、宣传品印刷、公益活动、责任彩票报告编制和宣传等方面的支出。

2. 项目绩效目标完成情况

（1）总体绩效目标完成情况分析

从绩效自评结果来看，本项目绩效目标基本达成。2022年，我省责任彩票、队伍、渠道、品牌、产品建设全面推进，全省销售体育彩票销售量为269.73亿元，完成目标的146.34%，为筹集公益资金，促进体育、公益事业发展，带动和服务经济社会发展作出了积极贡献。

（2）绩效指标完成情况分析

①产出指标

一是数量指标。2022年全省体育彩票销售额为269.73亿元，超额完成不低于184.31亿元的目标，目标完成率为146.34%；体育彩票投注终端数量为16339个，超额完成不低于12465个的目标，目标完成率为131.08%。

二是质量指标。2022年本项目顺利完成部门全年既定目标，在责任彩票建设、品牌宣传等工作上取得了一定的成效，但个别地市未达到我省划定的责任彩票培训子项目考核要求。我中心组织全省从业人员参加的线上责任彩票学习中，广州等18个地市达到培训考核要求，茂名、河源和清远等3个市中心未达到培训考核要求。

三是时效指标。2022年开设、调整、停止彩票游戏前向社会发布公告及时率为100%，大部分工作均在2022年12月31日前完成，但个别地市未完成全年开展不少于10场“公益体彩进社区”活动的工作。2022年全省19个市中心共举办158场“公益体彩进社区”活动，但清远未开展活动，珠海完成项目采购但因行政部门要求未开展活动，茂名、梅州受疫情影响只开展2场活动。

②效益指标

一是经济效益指标。2022年全省体育彩票年公益金筹集量65.9亿元，超额完成不低于47.03亿元的目标，目标完成率为140.12%。

二是社会效益指标。2022年安全责任事故数为零，完成安全责任事故发生率 $\leq 0.1\%$ 的目标任务。

三是可持续影响指标。2022年本项目全面加强责任彩票、队伍、渠道、品牌、产品建设，顺利完成全年各项工作既定目标，有效促进责任彩票建设和品牌宣传，对我省体彩事业

发展产生长期积极影响，完成目标任务。

四是服务对象满意度指标。2022年彩民满意度为98.20%，超额完成不低于90%的目标，目标完成率为109.11%。

表2-1 项目绩效指标及完成情况

一级指标	二级指标	三级指标	当年度指标值	实际完成值	偏差说明	
产出指标	数量指标	体育彩票年销售量（亿元）	≥ 上年销售量 *0.85（184.31亿元）	269.73	完成率146.34%	
		体育彩票投注终端数量（个）	≥ 上年数量 *0.80（12465个）	16339	完成率131.08%	
	质量指标	机构正常运行	保障本省销售系统及各业务系统平台运转顺畅，彩票物资、宣传物料等供应顺利，保障和规范销售网点合法销售体育彩票，保证我省体育彩票销售业务工作的顺利开展	2022年度本项目全面加强责任彩票、队伍、渠道、品牌、产品建设，完成全年各项工作既定目标。	完成率100%	
	时效指标	开设、调整、停止彩票游戏前向社会发布公告及时率（%）		100	100	完成率100%
		项目计划完成时间		2022年12月31日前	2022年本项目实际完成时间与工作计划基本一致。	“公益体彩进社区”专项方案要求各市中心全年开展不少于10场活动。清远未开展活动，珠海完成项目采购但因行政部门要求未开展活动，茂名、梅州只开展2场活动。
效益指标	经济效益指标	体育彩票年公益金筹集	≥ 上年筹集量 *0.85（47.03亿）	65.9	完成率140.12%	

		量（亿元）	元）		
	社会效益指标	安全责任事故发生率(%)	≤ 0.1	0	完成率100%
	可持续影响指标	对我省体彩事业发展的积极影响	长期	长期	完成率100%
	服务对象满意度指标	彩民满意度(%)	≥ 90	98.2	完成率109.11%

3. 项目分用途使用绩效

整体上，本项目在责任彩票建设、品牌宣传等工作上取得了一定成效，始终坚持责任先导，推动了责任彩票工作的有序开展；强化品牌引领，不断提升体彩品牌宣传效能。各项工作的绩效目标与实际完成情况如下表2-2所示：

表2-2 资金使用绩效

序号	项目名称	绩效目标	实际完成值
1	公益形象建设	多渠道开展公益宣传，覆盖不同人群，宣传品牌公益公信力。	<p>1. 抓好自媒体宣传主阵地。全年广东体彩官微共发布稿件1805篇，阅读总量为755万人次；广东体彩网共发布稿件2454篇，总访问量为2604万人次；广东体彩视频号发布视频80条，阅读总量71.8万人次，平均每条浏览量为8975人次。2022年12月，广东体彩官微用户数达到162.7万人，年度增幅19万人，增长率13.2%。</p> <p>2. 积极开展品牌落地活动。根据总局体彩中心全年四个阶段品牌营销工作部署，落实“体彩新春季 虎虎生威开新局”“每一次 皆乐透”“我的两块 动出精彩”“快乐看球 体彩相守”等主题活动，并完成游戏营销活动户外LED、电台、报纸、网络媒体、海报等的广告投放工作。</p> <p>3. 拓展社会媒体。合作媒体有《中国体育报》《南方农村报》《信息时报》《羊城晚报》《新快报》《南方网》《凤凰网》《羊城交通台》《户外LED大屏》等资源，及时在多平台发布体彩资讯，每年覆盖人数达数亿人次。</p>

序号	项目名称	绩效目标	实际完成值
			4. 借助权威机构提升社会形象。积极参加权威机构组织的社会责任活动，2022年省中心以体育彩票责任传播的优秀实践获评第十四届中国企业社会责任年会的“年度杰出责任传播奖项”，品牌形象在30余家媒体平台得到曝光；爱心图书室公益项目获得第三届筑梦者公益大会“年度乡村振兴高质量项目”奖项。相关稿件在南方周末官网首页、微信订阅号次条、APP信息流和APP开机广告上同步发布，覆盖南方周末1543万用户，并被20余家媒体转发。
2	公益活动	通过公益活动回馈社会，履行社会责任，提升品牌社会影响力。	1. 开展10场“公益体彩 快乐操场”活动，以“体育+支教”形式支持梅州市五华县横坡镇增大小学等山区中小学教育和体育工作。 2. 开展6场“情系山区 送书助学”公益活动为所在学校建立“爱心图书室”。 3. 全省举办“民间棋王”争霸赛活动超70000余场，共2200余人参赛，参与人数与比赛场次均位全国前列。 4. 开展“广东公益体彩进社区”品牌活动，全省共举办158场活动。 5. 联合省文化学会等单位开展第四届“体育彩票·红色日记”征文大赛，收到来自全国二十多个省市来稿一万多篇。
3	宣传印刷品	加强网点公益、责任彩票及营销宣传	充分保障实体店责任彩票建设工作、公益宣传和品牌营销宣传的需求，2022年共提交10次印制需求，费用共计1846651.66元。
4	新媒体及舆情合作	加强新媒体合作，充分利用新媒体传播速度快的优势提升品牌影响力。落实体彩领域风险防控要求，加强舆情监控，通过大数据及时发现问题为决策提供参考	1. 与南方网开展新媒体合作，依据行业重要节点、重要事项、重点活动开展新媒体策划及宣传报道工作，打造广东体彩宣传新阵地，2022年合作期间，累计发布1892篇稿件，发布原创稿件15篇，开展3次线上活动，长图及H5共3个，发布44次每周传播榜单，并获得南方+颁发的“2022年度服务力”奖项。凤凰网对广东体彩的重要新闻在头条置顶，有效提升了阅读量，全年阅读量为3142万。 2. 2022年南方舆情在智能监测平台形成监测专题，对国内行业相关重大舆情、我省体彩相关舆情、涉省体彩中心职能部门相关舆情进行7*24小时的智能监控，截止至12月13日，全年累计提供各类舆情预警信息41条，日报237份，月报12份，责任彩票报道传播情况11份，重点监测事件共8条。

序号	项目名称	绩效目标	实际完成值
5	责任彩票报告宣传	宣传广东体彩责任彩票建设情况	<p>1. 编制并发布《广东省体育彩票2021年社会责任报告》，积极通过媒体向社会展示责任成果，全网共发布《报告》新闻信息74条，一图读懂广东社会责任报告信息10条，向媒体、实体店、体育行政部门、监管部门发放社会责任报告1.84万本。</p> <p>2. 2022年省中心自媒体共发布责任彩票稿件113篇，视频18条，海报20张，全网130家传播平台对相关内容进行传播，同时在全省156场“公益体彩进社区”品牌推广活动开展责任彩票宣传。</p> <p>3. 开展责任彩票调研工作。开展《责任彩票建设效果与评价研究》《购彩者的行为特征与理性购彩普及程度》2个课题的调查研究，线上问卷回收超1万余份，线下拦截500余份，到广州、深圳、惠州、肇庆等4个地市调研，开展4场针对代销者和购彩者的线下焦点小组访谈，形成调研报告两份，科学指导责任彩票工作。</p> <p>4. 策划组织责任彩票宣传月活动。11月18日，结合世界杯策划组织全省责任彩票宣传月活动，以“快乐看球 理性购彩”为主题开展专题培训、交流座谈、理性购彩代言、答题互动等系列活动，积极向社会传递责任彩票理念，营造健康购彩环境。宣传月期间，全省共开展培训21场，代言活动84场，交流座谈21场，稿件宣传31篇，视频12个，海报19张，其中广东体彩视频号世界杯期间发布责任彩视频总浏览量达53602人次。</p>
6	自媒体建设	加强自媒体建设，确保官网、官微安全运营及丰富体彩新闻表现形式	<p>1. 全年广东体彩官微共发布稿件1805篇，阅读总量为755万人次；广东体彩网共发布稿件2455篇，总访问量为2625.64万人次；广东体彩视频号发布视频80条，阅读总量71.8万人次，平均每条浏览量为8975人次。2022年12月，广东体彩官微用户数达到162.7万人，年度增幅19万人，增长率13.2%。</p> <p>2. 制定《广东体育彩票中心新媒体管理办法》，规范省中心新媒体管理工作，指导市中心规范新媒体运营。慎终如始做好新媒体运营工作，每月召开工作例会，开展值班值守，加强重保期间及特殊节点的安全保障，及时总结官微官网运营工作，督促服务方认真落实每日安全检查和月度安全运维巡检工</p>

序号	项目名称	绩效目标	实际完成值
			作，提交《广东体彩官网官微运维情况月报》12份，2022年官网官微实现安全运营，未发生安全事故。
7	劳务费	记者更加深入了解体彩品牌	到3个地市与机构及专管员座谈、每季度与媒体沟通听取意见建议，为责任彩票建设出谋划策。

（三）项目存在的问题

1. 个别地市从业人员责任彩票培训组织不力，需持续跟进培训开展情况

2022年我省责任彩票培训机构人员考核率为100%，代销者和销售人员培训完成率和通过率为99.25%，位居全国前列，但个别地市对责任彩票培训组织不力，未达到我省划定的责任彩票培训考核要求。2022年共组织全省从业人员开展2次线上责任彩票学习，广州等18个地市达到培训考核要求，茂名、河源和清远等3个市中心未达到达到培训考核要求完成率分别为97.88%、97.35%和95.77%，需持续监督培训落实情况。

2. 个别子项目采购意向未及时公开

个别子项目的采购意向公开不够及时。根据《广东省财政厅关于开展政府采购意向公开有关事项的通知》（粤财采购〔2020〕5号），纳入部门预算支出范围的采购项目需在部门预算批复后60日内公开采购意向。我中心2022年部门预算批复时间为2022年2月7日，但本项目中“2022年广东省体育彩票中心户外LED广告牌宣传服务采购项目”和“广东体

彩新媒体宣传服务项目”2个子项目的采购意向公开时间分别为2022年6月10日、2022年7月27日，未满足“在部门预算批复后60日内公开”的要求。

3. 绩效目标设置不够合理，对项目实施的约束力不足

一是个别绩效指标与项目实际不够贴合。本项目主要是反映体育彩票品牌形象宣传、宣传品印刷、宣传冠名及责任彩票建设相关的支出，所设“体育彩票投注终端数量（个）”等指标与项目关联度较低，绩效引导和约束作用较弱。二是个别绩效指标分类不准确。数量指标“体育彩票年销售量（亿元）”与项目产出效益关联度大，应归类为经济效益指标。

三、改进意见

（一）制定奖惩机制，持续健全责任彩票建设体系

一是持续健全奖惩机制，将责任彩票落实情况纳入各市中心体育彩票工作评估内容与指标，对落实成效显著的地市和部门予以表扬；对落实措施不力、未按时间节点完成任务的地方和部门，在年度绩效考评中予以扣分；二是按照总局中心和省中心的工作部署，强化责任担当，着力健全责任彩票建设体系，持续巩固队伍责任意识，争取通过总局中心责任彩票四级认定。

（二）加强项目采购管理，提升采购工作效率

一是严格执行《广东省财政厅关于开展政府采购意向公开有关事项的通知》（粤财采购〔2020〕5号），对于纳入

部门预算支出范围的非涉密采购项目，在部门预算批复后60日内公开采购意向。二是加强政府采购基础管理，采取定期检查、不定期抽查等方式，对采购项目的各个环节进行合规性检查，发现问题及时整改，确保项目实施合法合规。

（三）增强绩效管理意识，优化绩效目标设置

在设定绩效目标时，应明确项目工作内容与工作意义，并从投入资源、开展活动、质量标准、成本要求、产出内容、产生效果等角度，设置与项目关联性较强的绩效指标。一是删除“体育彩票投注终端数量（个）”等指标与项目关联度较低的绩效指标；二是将数量指标“体育彩票年销售量（亿元）”调整为经济效益指标；三是设置“责任彩票专题研究成果数量”、“品牌宣传活动数量”、“责任彩票主题培训场次”、“宣传覆盖人群数”、“广东体彩网访问量/官微累计阅读量/粉丝数量”等与责任彩票品牌宣传及责任彩票建设密切相关的产出和效益指标。