|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目支出绩效自评表** | | | | | | | | | | | | | | |
| （2023年度） | | | | | | | | | | | | | | |
| 项目名称 | | 市场营销费项目 | | | | | | | | | | | | |
| 主管部门 | | 北京体育彩票管理中心 | | | | | | 实施单位 | | 北京体育彩票管理中心 | | | | |
| 项目负责人 | | 刘欣然 | | | | | | 联系电话 | |  | | | | |
| 项目资金 （万元） | |  | | | 年初预算数 | 全年预算数 | | 全年执行数 | | 分值 | | 执行率 | | 得分 |
| 年度资金总额 | | | 2,200.000000 | 2,200.000000 | | 2,190.546000 | | 10 | | 99.57% | | 9.96 |
| 其中：当年财政拨款 | | | 2,200.000000 | 2,200.000000 | | 2,190.546000 | | 10 | | 99.57% | | 9.96 |
| 上年结转资金 | | |  |  | |  | | — | |  | | — |
| 其他资金 | | |  |  | |  | | — | |  | | — |
| 年度总体目标 | 预期目标 | | | | | | | 实际完成情况 | | | | | | |
| 根据总局中心“十四五”体育彩票发展规划要求，遵循“以客户为中心”的指导方针，完成北京地区中国体育彩票的品牌推广工作，传播“公益体彩 乐善人生”的品牌理念，提升中国体育彩票的“公益、健康、乐活、进取”的品牌形象，吸引更多北京市民关注中国体育彩票，吸纳更多的群体理性购买中国体育彩票，为国家公益事业和体育事业发展提供资金支持。 | | | | | | | 全年开展以中心2023年销售任务目标为核心的相关工作。完成乐透型、即开型、竞猜型体育彩票营销管理工作。通过全年营销工作，有效提升销量、提高品牌影响力。活动期间乐透型游戏同比销量增长29.8%，即开型游戏同比销量增长50%，竞猜型游戏同比销量增长25%。 | | | | | | |
| 绩 效 指 标 | 一级指标 | | 二级指标 | 三级指标 | | | 年度  指标值 | 实际  完成值 | 分值 | | 得分 | | 偏差原因分析及改进措施 | |
| 产出指标 | | 成本指标 | 竞猜型游戏营销费用 | | | ≤650万元 | 648.376万元 | 5 | | 5 | |  | |
| 乐透型游戏营销费用 | | | ≤700万元 | 694.17万元 | 5 | | 5 | |  | |
| 即开型游戏营销费用 | | | ≤850万元 | 848万元 | 5 | | 5 | |  | |
| 数量指标 | 每次参与实体店数 | | | ≥2850家 | 3500家 | 5 | | 5 | |  | |
| 促销活动次数 | | | ≥8次 | 9次 | 5 | | 5 | |  | |
| 每次拉新营销新增人数 | | | ≥10000人 | 10000人 | 5 | | 5 | |  | |
| 质量指标 | 活动方案有效性 | | | ≥95% | 99% | 5 | | 5 | |  | |
| 活动主题突出 | | | ≥95% | 100% | 5 | | 5 | |  | |
| 活动方案达标率 | | | =100% | 99% | 5 | | 5 | |  | |
| 时效指标 | 活动策划时效性 | | | ≥95% | 100% | 5 | | 5 | |  | |
| 活动达到的效果 | | | ≥98% | 99% | 5 | | 5 | |  | |
| 活动按时完成率 | | | =100% | 100% | 5 | | 5 | |  | |
| 效益指标 | | 经济效益指标 | 活动期间乐透型游戏同比销量增长 | | | ≥10% | 29.8% | 5 | | 5 | |  | |
| 活动期间即开型游戏同比销量增长 | | | ≥20% | 50% | 5 | | 5 | |  | |
| 活动期间竞猜型游戏同比销量增长 | | | ≥20% | 25% | 5 | | 5 | |  | |
| 社会效益指标 | 提升体育彩票公信度 | | | ≥80% | 90% | 2 | | 1.8 | | 项目取得较好效果，但佐证资料不充分。 | |
| 促进游戏产品认知度 | | | ≥80% | 90% | 3 | | 2.7 | | 项目取得较好效果，但佐证资料不充分。 | |
| 可持续影响指标 | 促进“十四五”体育彩票发展程度 | | | 100% | 100% | 2 | | 1.5 | | 项目取得较好效果，但佐证资料不充分。 | |
| 提升体育彩票品牌公益形象 | | | 100% | 100% | 3 | | 2 | | 项目取得较好效果，但佐证资料不充分。 | |
| 满意度  指标 | | 服务对象满意度指标 | 代销者满意度 | | | ≥90% | 100% | 2 | | 2 | |  | |
| 购彩者满意度 | | | ≥85% | 95% | 3 | | 3 | |  | |
| 总分 | | | | | | | | | 100 | | 97.96 | |  | |