

项目支出绩效自评表
(2025年度)

项目名称			广告宣传推广费						
主管部门			311-安徽省体育彩票管理中心		实施单位	311001-安徽省体育彩票管理中心本级			
项目期限			7年	其中：建设期限		运营期限			
资金投向领域									
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：	2297.91	2297.91	1803.41	10	78.48%	7.85
			其中：本年财政拨款	1915.60	1915.60	1424.60	—		
			专项债券资金	0.00	0.00	0.00	—		
			上年结转资金	382.31	382.31	378.81	—		
			其他资金	0.00	0.00	0.00	—		
年度总体目标	预期目标					实际完成情况			
	目标1：将重点强化“责任为先、公益公信”体彩品牌价值，在安徽省内的深度覆盖与传播，配合总局中心、省中心开展超级大乐透、七星彩、即开票等玩法营销活动 目标2：加强品牌与产品连接，丰富传播内容与形式，引导更多人群参与体彩公益；结合各类体育赛事，策划主题活动，加强品牌地推活动 目标3：提升客户互动性传播强化体彩与体育赛事联结，进一步提升体彩的公益影响力、文化传播力和社会助推力，促进体彩事业健康高质量发展，为体育强省建设作出更大的贡献。					1、全省已构建起多维度的品牌公益责任彩票体系，较好配合总局中心“大乐透8.8亿派奖”、省中心“金秋送手机”，实现从“广泛传播”向“深度渗透”转变，并有效结合各玩法营销活动进行推广；2、通过“世俱杯主题活动”等跨界融合，传播形式极大丰富，成功将品牌触角延伸至文旅、传统文化等多个领域，有效引导年轻群体和新人群众参与公益；3、通过举办参与度高、互动性强的“马拉松”品牌赛事和主题活动，不仅强化了与体育赛事的联结，更提升了体彩的社会助推力，直接服务于体育强省建设。			
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	数量指标	短视频制作数量		≥100条	105条	3	3	
			大型品牌活动		≥5场	5场	3	3	
			安徽体彩自媒体新增粉丝数量		≥5万	5.13万	3	3	
			公信力建设活动		≥2场	3场	3	3	
			省级主流广播广告投放数量		≥9000条	11235条	3	3	
	质量指标	自媒体发布内容阅读量超1万篇数		≥3篇	6篇	3	3	自媒体发布内容质量较高，阅读量超1万篇数超预期。今后在设置指标值时，加强调研，提高指标值设置准确性。	
		安徽体彩网全年可用性		≥99%	100%	3	3		
		安徽体彩网开奖数据准确率		≥99%	100%	3	3		
		短视频发布内容点赞数超1万个数		≥5个	2个	5	2	2025年短视频项目自2025年5月开始实施，2025年实施了7个月，因此2025年短视频发布内容点赞数超1万数量较少。今后在规划预算时需要加强前瞻性，提高指标值设置准确性。	
		舆情监测服务		7×24 小时	达成预期指标	3	3		

标		时效指标	公众号更新频率	每周≥4次	达成预期指标	3	3	
			实体渠道宣传海报、桌贴、DM单以及宣传册页等印刷品制作支付完成	12月15日前	达成预期指标	3	3	
			常规舆情及危机报告	确认舆情后一小时之内	达成预期指标	3	3	
		成本指标	安徽体彩第六届彩民运动会	≤200万元	0万元	3	3	
			实体渠道宣传海报、桌贴、DM单以及宣传册页等印刷品制作	≤200万元	194.28 万元	3	3	
			合肥地铁品牌宣传	≤380万元	379.90 万元	3	3	
	效益指标	经济效益	经济效益指标不适用	不适用	达成预期指标		0	
		社会效益	社会效益指标不适用	不适用	达成预期指标		0	
		生态效益	生态效益指标不适用	不适用	达成预期指标		0	
		可持续影响	项目持续发挥作用的期限	1年	达成预期指标	30	30	
	满意度指标	服务对象满意度	代销者满意度	≥90%	99.21%	10	10	
	总分					100	94.85	