北京市福利彩票发行中心

2022年项目支出绩效评价报告

一、基本情况

（一）项目概况

1.项目背景

随着福利彩票发行销售事业和大众媒体的飞速发展，丰富多样的广告媒介形式给北京福利彩票销售工作提出了更高的要求。为贯彻落实《关于进一步加强中国福利彩票营销宣传工作的指导意见》（中彩发字〔2020〕100 号）中关于突出品牌价值、丰富宣传元素、统筹宣传资源，力争实现“擦亮公益底色，照亮‘福’‘彩’生活、点亮全国市场”彩票宣传工作目标的精神，2022年为扩大北京福彩的品牌影响力，北京市福利彩票发行中心（以下简称“福彩中心”或“中心”）拟通过加强广播广告、探索公交车身广告、组织开展系列社区公益地推活动和建设福彩示范店等形式，整合社会公众信息获取、出行、娱乐和购物四方面，优化线下高覆盖率媒体宣传结构，精选具有公信力和权威性的地域官方媒介，丰富北京福彩展示与互动形态，进一步将福彩信息融入大众生活圈，提高信息及服务的便利性和创新性，强化福彩品牌对于非购彩人群推介的主动性，将北京福彩公益品牌形象植入大众视野，助力提升北京福彩的品牌影响力和市场占有份额。

作为“北京福彩公益及游戏宣传项目”的四个子项目之一，为丰富户外宣传形式，中心2022年试水公交车身广告，进行首次投放项目探索及宣传，通过公交车身户外媒体展示北京福彩公益形象、品牌宣传及营销活动，发挥公交车身户外广告创意表现力强，线路覆盖精准，串联终端消费，主动传播等优势，通过公交车身户外媒体的大画面吸引受众人群的关注度，拓展新的购彩人群，将北京福彩的公益和营销信息展现于京城核心大街小巷。

2.主要内容及实施情况

（1）主要内容。2022 年，通过双层加单层公交车身媒体展示北京福彩公益形象、品牌宣传及营销活动，精选 2-3条线路，不低于 14 辆公交车实现全年投放。

（2）实施情况。为确保项目保质保量地完成，福彩中心严格按照操作程序实施项目管理。

①项目组织情况

根据年度预算批复情况，项目执行部门按照福彩中心年度采购计划组织采购立项，拟定采购需求、合同协议等。鉴于“北京公交集团控股（集团）有限公司” （以下简称“北京公交集团”）是经北京市人民政府批准经营北京地区地面公共交通客运业务的公司，“北京巴士传媒股份有限公司”是北京公交集团车身使用代理授权公司，享有独家及排他的车身使用权，“北京巴士传媒股份有限公司”授权其分公司 “北京巴士传媒股份有限公司广告分公司”（以下简称“巴士传媒”）全权经营管理其合法拥有的全部北京公交车身广告媒体，经聘请专家论证，确认“巴士传媒”拥有服务供应福彩中心2022年公交车身户外媒体宣传项目的唯一性，符合《政府采购法》单一来源政府采购方式规定，经报财政部门批准，确定该项目采用单一来源采购方式。项目按规定程序在中国政府采购网开展招标工作，并在项目开展前后实行公示，自觉接受群众监督，切实保证项目质量。

本项目服务合同经法律顾问审核后，报经部门领导、资金管理部、项目管理部门、组织人事部、主管领导和中心主任逐级审批，2022年6月21日与“巴士传媒”签订《2022年北京福彩公交车身户外媒体宣传项目合同》，合同约定内容与招标需求相符。

②项目实施情况

规范管理流程。项目实施过程中主要采取集中管理、全程监管的模式，严格按照单位财务管理和预算范围要求，科学有效开展项目专项管理。在2022年7月-12月期间，根据福彩中心宣传工作计划和合同约定，由业务部门将确认的广告样稿及相关文件及时提供给“巴士传媒”，项目实施单位提报审核确认的广告小样及“公交车身平台内容发布月度审批表”，明确上刊平台、上刊线路、上刊车辆数、上刊内容及上刊时间，经业务人员、部门负责人、主管领导、中心主任审批后投放，在指定车辆进行上刊发布。

落实目标绩效。按照项目支出绩效管理要求对本项目开展绩效管理工作，结合项目实施目的和实际开展内容，研究设置绩效目标和产出、效益、满意度的一级绩效指标以及相应的二级、三级绩效指标，并委托第三方机构北京金凯伟业咨询有限公司开展事前绩效评价，于2021年10月出具了《北京福彩公益及游戏宣传项目事前绩效评估报告》。根据项目结项总结，广告发布内容、版面、上刊次数、时长等合同指标均满足约定，本项目的各项绩效目标均已实现，达到了预期目标。

严格监督验收。项目的实施进度均按项目计划节点或合同要求进度完成。资金管理部、项目管理部门、组织人事部、项目主管领导和中心主任在项目执行过程中对各项工作进行了审核把关，项目执行部门成立验收小组全程跟进项目组织实施情况，加强项目实施过程中的技术指导，进行项目日常检查监督管理，杜绝擅自调整项目计划现象，并严格按照合同约定和方案要求按时完成验收，确保项目实施效果。项目结束后及时进行结项总结，并委托第三方机构天圆全会计师事务所对项目的申报、执行、付款、绩效管理以及监督检查情况开展审计，出具《重点服务类项目审计监督报告-公交车身户外媒体宣传项目》，进一步规范重点项目管理，提高财政资金使用效益和管理效能。

3.资金投入和使用情况

（1）资金投入情况。根据2022年财政预算安排，“公交车身户外媒体宣传项目”当年财政资金下达186万元，资金拨付及时到位，保障了各项工作的顺利开展。

（2）资金使用情况。项目全年支出186万元，项目完成指标100%。在项目资金使用上，严格按照国库集中支付管理制度规定和财政下达资金的使用范围进行，项目执行部门严格执行预算，实行项目核算、随时掌握和监督项目资金开支情况，确保经费使用合法合规，专款专用，确保专项资金项目有效实施。此次绩效评价过程中未发现有截留、挤占或挪用项目资金的情况。

（二）项目绩效目标

1.总体目标

通过“公交车身户外媒体宣传项目”树立福彩品牌形象，以公交车为载体进行品牌传播和讯息传达，通过双层公交媒体的大画面吸引受众人群的关注度，配合单层公交媒体进行延展，公交车身广告的流动性和大画面带来的强制性，将北京福彩的公益和营销信息展现于京城核心大街小巷，让乘坐公交车出行、步行、骑行以及开车出行的北京市民持续增加接触和关注福彩信息的机会，持续宣传福彩品牌形象，强化品牌记忆。

2.阶段性目标

按照合同及刊期变更协议约定，合同期内完成12辆单层公交车（62路、604路、687路、688路各选择3辆车）、6辆双层公交车（368路、57路、44路各选择2辆）车身广告投放。双层公交车全车彩贴发布福彩广告，周期为5个月；单层公交条幅式发布福彩广告，周期为4个月；从广告内容确认上刊起至发布期满结束。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

1.评价目的

通过开展绩效评价工作，对“北京福彩公交车身户外媒体宣传项目”的项目管理、完成情况进行全面了解，针对项目支出的经济性、效益性、预算资金投入使用情况、产出效果等进行客观公正的测量、分析和评判，梳理总结项目决策、项目管理和项目绩效中存在的问题，并提出具有操作性的措施建议，将自评结果作为福彩中心完善政策和改进管理的重要依据，建立健全绩效评价机制，提高科学决策水平，促进项目单位树立以结果为导向的绩效管理理念，规范项目管理，保障财政资金使用的规范性、安全性，促进全市福彩事业稳步、健康发展。

2.评价对象和范围

本次绩效评价对象为“北京福彩公益及游戏宣传项目—北京福彩公交车身户外媒体宣传项目”。绩效评价范围为项目的决策、过程、产出、效益、满意度五个维度相关的项目资料，以纸质资料为主要评价依据。

1. 绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准

1.绩效评价的原则和方法

评价工作遵循“客观、公正、科学、规范”的原则，主要采用定量和定性评价相结合的方式，以预先制定的绩效指标作为评价标准，综合运用比较法、公众评判法、因素分析法、成本效益分析等方法，通过数据统计、实地调研、专题评价、满意度调查等开展评价工作，形成评价结论并提出建设性意见。

绩效评价结果采取评分和评级相结合的方式衡量，具体分值和等级根据不同评价内容设定。总分设置为100分，等级一般划分为4档：90（含）-100分为优、80（含）-90分为良、60（含）-80分为中、60分以下为差。

2.指标体系和评价标准

评价工作组根据《北京市项目支出绩效评价管理办法》（京财绩效发〔2020〕2146号）中的绩效评价指标体系框架制定该项目绩效评价指标体系，并根据指标的重要性与相关性确定权重，参考历史数据及绩效评价等级要求确定评分标准。

本次项目支出绩效评价指标体系包括预算执行率、产出指标、效益指标、满意度指标4个一级指标，满分为100分。其中预算执行率10分，主要评价项目资金预算执行情况；产出指标50分，主要评价全市进行双层公交车身广告及单层公交车身广告投放数量、车身广告投放时长及合规性和广告投放成本；效益指标30分，主要评价助力提升北京福彩的品牌影响力和市场占有份额、提升福彩公益性属性；满意度指标10分，主要评价社会公众的满意度。

具体评价指标体系和标准如下：

| **一级指标** | **二级指标** | **三级指标** | **评价标准** |
| --- | --- | --- | --- |
| 产出指标 | 数量指标 | 车辆数量 | ≥18辆 |
| 质量指标 | 审查合格率 | ≥95% |
| 时效指标 | 完成时间是否符合要求 | ≥90% |
| 成本指标 | 合同约定金额 | 186万元 |
| 效益指标 | 经济效益指标 | 彩票销售增长率 | 正增长 |
| 社会效益指标 | 福彩社会公信力 | 增加 |
| 可持续影响指标 | 福利彩票品牌影响力 | 增加 |
| 满意度指标 | 服务对象满意度指标 | 社会公众满意度 | ≥95% |

（三）绩效评价工作过程

2022年度“北京福彩公交车身户外媒体宣传项目”绩效评价工作包括三个阶段：

**第一阶段：设计与启动**

项目预算上报初期，福彩中心对本年度项目绩效评价工作进行设计，包括评价内容、证据搜集途径、评价方法等，明确评价目的、方向，清晰实施路径。自项目执行起，福彩中心正式启动项目支出绩效评价工作。

确定项目绩效评价工作方案，成立项目绩效评价工作组。了解评价项目的背景，收集项目相关数据资料，资料提供包含项目决策资料、项目管理资料、项目绩效资料等。梳理项目绩效评价重点及关键点，形成绩效评价工作方案；确定绩效评价人员，成立项目绩效评价工作组，指定小组负责人，小组负责人负责领导绩效评价工作，向小组成员传达评价重点，对评价工作进行分工，定期或不定期组织讨论评价工作进展情况及问题。

**第二阶段：绩效监测与调研**

2022年7-12月，福彩中心对“北京福彩公交车身户外媒体宣传项目”实施绩效进行监测调研，包括开展数据整理分析、依托单位调研、满意度调查、项目抽样评价等。

**第三阶段：撰写绩效报告和绩效评价报告**

2023年5月，福彩中心组织撰写“北京福彩公交车身户外媒体宣传项目”项目支出绩效评价报告。

（1）对项目支出绩效进行评价，编制书面评审底稿。项目绩效评价工作组主要依据国家及北京市相关项目支出绩效评价管理办法、北京福彩中心预算资金管理办法等制度规定，结合该项目的决策资料、管理资料、绩效资料，采用科学的技术方法，评价绩效目标的完成情况。

（2）对评价结果进行汇总分析，得出初步评价结论。根据绩效评价情况，对分组审核的内容进行复审，确保数据真实准确；汇总分析数据，小组讨论，提炼亮点与问题。

（3）形成绩效评价最终报告。对照评审结果和待解决的疑问，通过访谈、走访等形式，梳理各类资料，形成绩效评价最终报告，并加强自评结果的整理、分析，将自评结果作为本部门、本单位完善政策和改进管理的重要依据。

三、综合评价情况及评价结论（附相关评分表）

福彩中心遵循独立、科学、规范的原则，对项目数据、 依托单位调研、项目抽样评价、满意度调查等各类绩效信息进行了整理分析，对项目2022年度的实施绩效进行了评价，经综合评价形成评价结论。

北京福彩公益及游戏宣传项目—北京福彩公交车身户外媒体宣传项目设立依据充分，目标明确，符合福彩中心工作发展要求。

项目总体实现了年度绩效目标。2022年度项目支出中央财政预算186万元，预算执行率达到100%，项目资金按计划及时拨付到位。

项目决策与过程管理程序规范。福彩中心按期完成了发布年度项目的申报、接收申请并组织项目评审、对项目实施进行过程管理和结项等工作，符合项目管理规定。

项目实现预期目标，取得较好效益。项目实施按计划完成广告投放数量，确保广告质量和工作进度符合目标要求，有效控制项目成本，通过发布营销广告，有效拉动游戏销量，促进了福彩公益品牌形象和大众购彩热情的提升，取得了良好效果和影响。

项目综合评价得分为97分。

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况

公交车身户外媒体宣传项目为2022年度预算项目，是北京福彩公益形象、品牌宣传及营销活动在公交车身宣传的初步尝试。项目负责部门于2021年9月组织编写项目可行性研究报告，立足现状和实施基础，分析论证了项目实施可行性及预期效益；2021年10月，委托独立第三方机构北京金凯伟业咨询有限公司开展事前绩效评价，采用查阅资料、专家咨询、召开正式评估会议等方式对项目事前绩效进行评估论证。按照福彩中心2022年整体工作规划安排，该项目作为“2022年北京公益及游戏宣传项目”子项目向北京市财政局申请预算，项目立项依据充分明确，通过公交车身户外媒体的大画面吸引受众人群的关注度，发挥公交车身户外广告创意表现力强，线路覆盖精准，串联终端消费，主动传播等优势，达到提升福彩公益品牌和形象的目标要求；项目立项程序规范，福彩中心按制度规定要求完成项目评审和立项工作，并进行项目公示，项目申请受理和评审过程符合管理规定，保证了项目申请的规范性。

根据《北京市福利彩票发行中心项目采购管理办法》中“单项或批量采购金额一次性在100万元（含）以上的项目”采购的制度规定，项目执行部门拟定采购需求、合同协议、评分标准等相关材料，经2022年第1期采购领导小组会议审查确定后，由项目管理部委托北京汇诚金桥国际招标有限公司，通过财政部政府采购网招标组织采购，采购方式为单一来源采购，采购结果经福彩中心支部委员会批准，同意北京巴士传媒股份有限公司广告分公司为中标供应商，中标金额为186万元，项目决策民主、规范、科学。

（二）项目过程情况

项目执行过程中，福彩中心各项管理制度得到严格执行，项目实施监督主动性和针对性进一步增强，项目实施情况总体良好。

项目立项后成立验收小组，要求供应商巴士传媒缴纳履约保证金，根据合同约定的内容和期间，编制实施方案并在项目开始前提交审核；验收小组全程跟进项目组织实施情况，按照项目计划进行日常检查与监督管理，对过程中出现的问题及时记录并督促落实整改，根据合同约定按时完成验收。每次广告上刊需经业务人员、部门负责人、主管领导、发行中心主任审批后投放，将项目实施全过程检查与监督落实到位。

2023年1月18日，中心采购领导小组第1期会议审查了项目的执行情况，合同期内已完成12辆单层公交车、6辆双层公交车车身广告投放，广告发布内容、版面、上刊次数、市场等合同指标均满足约定，达到了预期目标，项目验收合格。

项目结束后及时进行了结项总结并委托第三方机构对项目执行情况进行监督审计。福彩中心资金管理部、项目管理部门、组织人事部、项目主管领导和中心主任在项目执行过程中对各项工作进行了审核把关。

（三）项目产出情况

2022年北京福彩公交车身户外媒体宣传项目按期完成项目计划和结项工作，项目产出情况良好。

1.项目产出数量指标

2022年7月8日-12月30日在北京发布双层巴士媒体，发布期为5个月，涉及3条线路（44路外、368外路、57路），2022年7月21日-11月20日在北京发布双层巴士媒体，发布期为4个月，涉及4条线路（62路、604路、687路、688路 ），合计18台车。覆盖北京城区城市交通主干道（二环、三环、两广路等）、交通枢纽、城市活力商圈、核心区域等。通过媒体发布，曝光总量达到200,237,411人次，月均到达职住人口3,147,301人。其中，月均到达工作人口2,233,803人、月均到达居住人口913,498人。

合同期内，福彩广告发布方式、线路、数量、发布周期按照合同约定执行，具体执行情况如下：

| **线路** | **车牌号** | **车型** | **广告类型** | **投放时间** | **换版时间1** | **换版时间2** | **下刊时间** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 44外 | 京ABV511 | 双层 | 全车彩贴 | 2022年7月8日 | 2022年9月11日 | 2022年10月30日 | 2022年12月8日 |
| 京ABV611 | 双层 | 全车彩贴 |
| 368内 | 京AAV000 | 双层 | 全车彩贴 | 2022年7月8日 | 2022年9月11日 | 2022年10月30日 | 2022年12月8日 |
| 京ABB951 | 双层 | 全车彩贴 |
| 57 | 京A15010D | 双层 | 全车彩贴 | 2022年7月30日 | 2022年9月11日 | 2022年10月31日 | 2022年12月30日 |
| 京A26720D | 双层 | 全车彩贴 |
| 62 | 京A10361D | 单层 | 条幅式 | 2022年7月21日 | / | / | 2022年11月20日 |
| 京A10369D | 单层 | 条幅式 |
| 京A10385D | 单层 | 条幅式 |
| 604 | 京A00558D | 单层 | 条幅式 | 2022年7月21日 | / | / | 2022年11月20日 |
| 京A10091D | 单层 | 条幅式 |
| 京A40888D | 单层 | 条幅式 |
| 687 | 京A04141F | 单层 | 条幅式 | 2022年7月21日 | / | / | 2022年11月20日 |
| 京A12520F | 单层 | 条幅式 |
| 京A32449F | 单层 | 条幅式 |
| 688 | 京A02936D | 单层 | 条幅式 | 2022年7月21日 | / | / | 2022年11月20日 |
| 京A05610D | 单层 | 条幅式 |
| 京A12082D | 单层 | 条幅式 |

2.项目产出质量指标

项目实施全过程均经过周密计划，详细讨论，严格按照规章制度进行上报，在绩效评价范围内完成了预期的项目质量目标。车身广告发布内容、版面、上刊次数、时长等均满足合同约定，达到了预期目标。2022年12月7日，经采购领导小组审查，该项目预验收合格；2023年1月18日，根据项目履约整体情况，经采购领导小组审查，该项目验收合格。

3.项目产出时效指标

项目的实施进度均按项目计划节点或合同要求进度完成。全年共计投放18辆公交车，其中12辆单层公交车用于投放销售站申请信息，已于2022年11月20日完成投放；4辆双层公交车用于投放销售站申请信息、热销即开票及电脑票游戏宣传（黄色版、红色版）、2022年12亿元双色球派奖活动宣传，已于2022年12月8日投放完毕；2辆双层公交车用于投放销售站申请信息、热销即开票及电脑票游戏宣传（黄色版、红色版、蓝色版），已于2022年12月30日投放完毕。

4.项目产出成本指标

经市场调查，北京公交车身广告刊登由北京巴士传媒股份有限公司（以下简称“巴士传媒”）独家代理，因此中心对巴士传媒2020-2022年广告刊登报价进行了询问，了解到各类型公交车身广告报价均在刊例价格与底线价格之间，而底线价格已上报国资委进行备案，价格在合理可控范围内。同时，从2022年开始，巴士传媒对公交车身广告底线报价进行了调整，综合价格为三年中最低价，适合中心对公交车身广告进行首次尝试。中心选取了7条公交线路进行广告投放，根据2021年底线价格标准，合计广告费用为203.52万元，根据2022年底线价格标准，合计广告费用为194.32万元。通过双方反复议价，并经巴士传媒办公会决议后确定，最终合计广告费用为186万元。综上所述，公交车身广告费用合理，且最大限度地控制了成本。

2022年6月21日与北京巴士传媒股份有限公司广告分公司签订《2022年北京福彩公交车身户外媒体宣传项目合同》，约定合同总价款186万元，未超过预算金额。根据合同约定，2022年7月1日向巴士传媒支付合同首付款130.2万元。经中心采购领导小组会议预验收合格后，2022年12月16日向巴士传媒支付合同尾款55.8万元。

（四）项目效益情况

1.项目的经济效益指标

项目通过在北京主要线路上行驶的双层车辆大画面的形象展示，凸显福彩公益形象及品牌，提升目标人群的关注度；在通过单层公交媒体贯穿城市主要道路的特点扩大影响面，使人们在出行的路上与福利彩票“不期而遇”，增加人们的购买欲望，并将北京福彩的营销派奖活动对受众广而告之，提升市民群众对福彩品牌的兴趣，拓展购彩人群构成，拓宽购彩人群的选择视野，促进北京福彩的发行销售。所选择的公交线路都独具特色，行驶地段覆盖北京重要的主干线及集散中心，如前门、西直门交通枢纽、动物园、地坛公园、北京南站、国贸、六里桥客运站、大北窑及四惠枢纽站等，既覆盖了平日通勤人员的出行路线，也兼顾到节假日北京市民出行娱乐购物的生活半径，受众人群包含且不限于行人、候车人、线路周边高层建筑内人群、私家车驾驶员及乘客等。借助本宣传项目的实施，有效促进了社会大众的购彩热情，在上半年受疫情影响停售1个月且市场依然低迷的情况下，2022年度即开票型福利彩票销售较上年度增长6.16%，2022年度北京市福利彩票销售总额较上年度增长0.03%，完成彩票销售增长率正增长目标，实现销售站净增长374个，增幅14.83%，项目经济效益显现。2023年市场逐步恢复平稳后，彩票销售在市场开拓、公益宣传推广等方面还需进一步探索规范市场管理、激发市场活力的新空间、新举措，将彩票销量提升一个新台阶。

2.项目的社会效益指标

项目实施通过网状的宣传路线，使福彩公益形象充分展示在政府、企业、各国记者及市民眼中，宣传内容制作推广以彰显公益品牌为原则，全面打造北京福彩的品牌公益性，展现品牌公正性、提高品牌认同感、增进品牌亲近感，将公开、公平、公正的福彩发行原则通过宣传内容的展示，准确透明地传达到社会大众，增进人们对福彩事业的感情，影响受众的选择行为，进一步提升了北京市福利彩票发行中心的知名度，强化了外界对“北京福彩”的品牌认知，增强了户外人群对福彩信息的关注和接触度，有效促进了品牌形象提升，社会效益得到提升。该项目系首次投放，社会效益初步显现，在路线选择、内容发布、宣传频次等方面还需进一步加强调研分析，在后续项目开展过程中不断完善和提高社会效益的实现效果。

3.项目的可持续影响指标

项目利用公交车体最具话题性的特点，配合福彩的营销活动，提升受众人群的关注度，实现了北京福彩品牌的良好传播，户外人群对福彩信息的关注和接触度增强，对“北京福彩”的品牌认知进一步强化，购彩人群持续增加，北京福彩品牌形象影响力持续增强，从稳步提升的销售额中提取的福彩公益金，也有力地支持和保障了我市公益福利事业的建设快速发展。应结合福彩营销工作需求，进一步考虑在公交车身宣传领域的投放力度和范围，确保持续增强受众对福彩信息的关注度和接触度。

五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析

（一）主要经验及做法

1.项目设立符合绩效要求

该项目以扩大福彩宣传范围，进一步提高福彩品牌影响力，助力北京福彩发行销售工作为目标，是贯彻落实中国福利彩票发行管理中心对进一步加强福利彩票营销宣传工作要求的体现，符合福利彩票发行销售事业和大众媒体飞速发展对北京福利彩票宣传工作的要求。公交媒体是北京市户外最大的展示平台，对比其他媒体具有受众人群大、覆盖面广、强制收看等特点，在368、44、57等多路公交车身投放福彩广告，拟定线路均独具特色，行驶地段覆盖北京重要的主干线及集散中心、主要繁华街道、CBD商圈等，既覆盖平日通勤人员的出行路线也兼顾节假日北京市民出行娱乐购物的生活半径，充分利用重点舆论宣传阵地，采用深受北京市民喜爱的广告发布形式及内容，通过户外的重复曝光，贴近市民反复宣传，实现“提升价值”“创造话题”“扩大影响”“传播理念”的传播作用，起到了立体式覆盖、扩大影响的效果，且媒体费用合理合规，车辆运营保证宣传频次（根据北京市政府要求，公交车全天候运行以保证北京市民的出行），可以确保广告车辆按照合同约定发布，项目实施条件充分，实施效果可以得到有效保障。

2.项目过程管理严格规范

强化项目管理规范化建设，中心通过修订《北京市福利彩票发行中心预算资金管理办法》《北京市福利彩票发行中心合同管理办法》等，全面规范项目采购、绩效评价和资金支出。成立采购领导小组，加强对项目采购、执行、验收的全过程监督。该项目作为重点服务类项目之一，中心从项目需求制定入手，项目立项前，委托专业咨询机构对该项目进行论证，一定程度上保障了项目实施内容的必要性和可行性；项目立项后，对不同宣传渠道进行了市场询价，并结合询价情况及项目实际需求编制了项目预算，采取了一定措施控制项目成本，对项目预算进行评审，对申报预算的合理性进行论证，一定程度上保障了资金投入的经济性；实现合同签订流程电子化，全程留痕便于监管；对项目实施过程监督和绩效评价，建立预算执行季度通报机制，定期听取重点项目阶段性情况汇报，每次投放广告后都提供监测报告，展现真实投放情况，包括投放车号、周期、广告画面等内容，确保预算执行到位；项目结项后开展项目审计监督，确保项目各环节公开、公正、透明，保证了项目实施全过程的规范有效。

（二）存在的问题及原因分析

1.绩效目标设置有待完善

项目设置了绩效目标，并从数量、质量、时效、成本、效益和满意度等角度提炼了绩效指标，绩效目标和指标设置与项目内容基本匹配。但绩效指标设置的合理性仍需进一步提升，个别指标值设置宽泛、不具体，导致评价指标完成情况时具有较大的主观性。如效益指标中“福彩社会公信力”及“福利彩票品牌影响力”指标值均为“增加”，不够量化，可考核性不强；“彩票销售增长率”指标值为“正增长”，指标值范围不够明确，可衡量性不足。

2.项目执行需加强细节管控

一是项目实施方案编制缺少个别要素信息。项目招标需求中明确项目的实施要求为：供应商应根据本项目需求，提出具体实施方案，并严格执行。如需调整实施方案内容，须提前与采购人确认。实施方案中须明确投放时段/位置、频次、投放天数、价格等信息。在项目实际执行中，供应商提供的《项目实施方案》的内容并未完整涵盖以上要求的全部要素，例如缺少价格信息。

二是项目执行过程中资金支付节点未严格按照合同约定履行。项目合同对尾款的支付约定为：项目实施结束后15日内，项目服务单位提供项目结项报告，经福彩中心验收合格后15个工作日内支付项目尾款。实际执行中，中心2022年12月7日对项目开展预验收合格，于2022年12月16日支付合同尾款；项目2023年1月18日经中心采购领导小组会议验收合格。项目未经终验合格前即支付了合同尾款，未严格按合同约定执行付款。

六、有关建议

（一）合理设置绩效指标，提高绩效目标编报和评价质量

进一步强化绩效目标管理工作，结合项目具体内容，详细分析项目预期绩效目标，细化完善绩效指标设置，如效益指标建议明确“福彩社会公信力”及“福利彩票品牌影响力”增加的具体比率和区间范围，以及彩票销售的具体增长率等。

同时注意加强对品牌投放传播效果的量化评估，可采取聘请第三方专业机构的方式，对福彩品牌曝光率进行量化，衡量分析，获取准确有效的媒体投放效果，充分展现项目实施效益，构建定量为主、定性为辅的绩效目标和指标体系，实现目标和指标的可比可测。

（二）加强预算绩效管理的过程监管，提高规范化水平

加强对财务管理、项目管理、合同管理、档案管理等工作环节的统筹管理，针对项目材料中反映出来的执行过程中存在的问题，落实部门预算绩效管理主体责任，及时跟踪分析项目绩效运行信息，及时发现绩效目标执行偏差和管理问题并及时进行整改，确保项目能够严格按照既定标准要求和合同约定条款执行，有效实现绩效目标。

七、其他需要说明的问题

无。