苏州市市级部门整体预算绩效目标表

2025年度

单位名称		苏州市福利彩票发行中心			
单位 主要职能		1、草拟本行政区域福利彩票销售管理办法和工作规范。 2、向上级彩票发行、销售机构提出停止彩票品种或变更彩票品种审批事项的建议。 3、向同级财政部门提出本行政区域彩票销售实施方案，经审核后组织实施。 4、负责本行政区域福利彩票销售系统的建设、运营和维护。 5、负责实施本行政区域福利彩票的销售系统数据统计、资金归集结算、销售渠道和场所规划、物流管理、兑奖。 6、负责组织实施本行政区域福利彩票的形象建设、彩票代销、营销宣传、业务培训、人才队伍建设等工作。			
机构设置及 人员配置		单位内部有八业务科室：市场一科、市场二科、办公室、监督检查室（综合科）、财务科、安保科、市场发展科、管配站。 单位核定事业人员编制8名，单位领导职数为：主任1名，副主任1名，实有在职人数7名。 单位公益性岗位人员用工编制28名，实有公益岗人数24名。			
部门整体资金（万元）	收入				全年 预算数
		资金总额			2425.47
		财政拨款	小计		2425.47
			一般公共预算资金		0
			政府性基金		2425.47
			财政专户管理资金		0
		国有资本金			0
		社保基金			0
		上年结转资金			0
		其他资金			0
	支出			半年 计划执行数	全年 预算数
		基本支出		337.14	674.29
		项目支出		846.76	1751.18
		专项委托业务费1		258.97	498.15
		信息化维护费1		1.5	3
		专项维修维护费1		8.28	48.06
		专项业务用水用电用气1		8	16.2
		专设机构工作经费1		223	499
		慰问经费		49.35	129.35
		专项宣传广告费1		195.91	344.22
		物业管理费1		24.28	49.3
		办公设备购置1		0.65	0.65
		专项租赁费1		76.82	163.25
中长期目标		苏州市福彩中心负责本区域福利彩票的销售和管理，加强渠道服务，开展责任营销宣传，引导理性购彩。优化购彩环境，提升站点能力，为购彩者提供优质服务。以公益福彩理念融合彩票发行销售，严格履行中国福利彩票的本质责任，筹集更多公益金，扩大福彩的知名度与美誉度。			
年度目标		进一步加强制度体系建设，提高机构内部基础管理水平和执行力度。探索新型销售渠道模式，拓展新兴彩民群体。积极开展营销活动，帮扶困难站点，支持站点发展，帮助站点提升销量。做强机构公益品牌，做优社会公益事业，发挥好苏州福彩品牌公益项目的“金字招牌”效应。			
一级指标	二级指标		三级指标	半年指标值	全年指标值
决策	计划制定		中长期规划制定健全性	健全	健全
			工作计划制定健全性	健全	健全
	目标设定		绩效目标合理性	合理	合理
			绩效指标明确性	明确	明确
	预算编制		预算编制科学性	科学	科学
			预算编制规范性	规范	规范
过程	预算执行		预算调整率	＝0%	＝0%
			支付进度符合率	＝100%	＝100%
			预算执行率	＝100%	＝100%
			预算偏差率	≤10%	≤10%
			结转结余率	＝0%	＝0%
			公用经费控制率	≤100%	≤100%
			“三公经费”变动率	≤0%	≤0%
			政府采购执行率	＝100%	＝100%
			非税收入预算完成率	≥100%	≥100%
	预算管理		预算管理制度健全性	健全	健全
			资金使用合规性	合规	合规
			绩效管理覆盖率	＝100%	＝100%
			基础信息完善性	完善	完善
			预决算信息公开度	公开	公开
			非税收入管理合规性	合规	合规
	资产管理		资产管理制度健全性	健全	健全
			资产管理规范性	规范	规范
			固定资产利用率	＝100%	＝100%
	项目管理		项目管理制度健全性	健全	健全

	项目管理		项目管理制度执行规范性	规范	规范
	人员管理		人员管理制度健全性	健全	健全
			人员管理制度执行有效性	有效	有效
			在职人员控制率	＝100%	＝100%
	机构建设		组织建设工作及时完成率	＝100%	＝100%
			业务学习与培训及时完成率	＝100%	＝100%
			纪检监察工作有效性	有效	有效
一级指标	二级指标	重点工作	三级指标	半年指标值	全年指标值
履职	负责福彩形象宣传，做强机构公益品牌，对彩票各类营销活动进行宣传推广	拓宽宣传渠道，利用传统媒体和新媒体进行广告制作投放。	编印、印发和发放刊物、手册、宣传册质量达标率	≥95%	≥95%
			户外宣传推广活动场次	≤2次	≤4次
	实施区域站点考核、策划开展彩票营销活动，提高福彩销量	按月站点考核，进行彩票玩法促销营销。	营销活动场次	≥2场次	≥4场次
	拓展销售渠道，提升福彩形象，对站点进行运维管理。	通过运营公司做好站点服务，为站点配送彩票及机器维护，拓展销售渠道。	城区服务站点范围	≥270个	≥270个
一级指标	二级指标		三级指标	半年指标值	全年指标值
效益指标	经济效益		完成全年福彩销售计划	≥17.5亿元	≥35亿元
			全市福彩销量目标完成率	＝100%	＝100%
	社会效益		对促进社会福利事业发展	较高	较高
			福彩公益金项目对传播正能力的影响或提升程度	较强	较强
	生态效益				
	可持续影响		对提升福彩机构知名度和美誉度	较强	较强
			对单位履职、促进事业发展的影响或提升程度	有效	有效
满意度指标	服务对象满意度		职工满意度	较高	较高
			服务热线应答接起率	≥90%	≥90%