

苏州市市级预算部门（单位）整体支出预算绩效自评报告

（2025 年度）

一、预算部门名称：苏州市体育彩票管理中心

二、年度履职目标完成情况：

2025 年，苏州体彩累计销售 65.76 亿，同比增幅-1.48%，全省销量贡献率达 19.77%。其中市直辖销量 22.26 亿，同比增幅-1.48%；昆山销量 12.79 亿，增幅 3.34%；吴江销量 7.53 亿，同比增幅-6.20%；张家港销量 6.47 亿，同比增幅-8.55%；常熟销量 6.55 亿，同比增幅-3.40%；吴中销量 6.24 亿，同比增幅 2.41%；太仓销量 3.93 亿，同比增幅 3.07%。苏州全市筹集体彩公益金约 15 亿元。

全市体彩渠道建设规模实体代销网点总数共 3038 家，较去年同期 2842 家（净增 196 家、增长率 6.8%）；全省实体代销网点总数为 20977 家，苏州网点数占 14.63%。其中传统网点 1723 家、展示体验中心门店 64 家、便利及小微店 1281 家。

责任彩票建设是体育彩票事业可持续发展的根本保障，苏州体彩将责任理念贯穿于渠道管理、营销宣传、队伍建设等各个环节。

一是系统构建责任体系，联合苏州大学王健法学院赵毅教授团队，共同编写完成《2024 年苏州体彩社会责任报告》，于 2025 年“616 江苏彩民节”活动现场正式发布，面向全社会报告苏州体彩在社会责任建设方面的工作与收获；同时开展防范未成年人涉彩课题研究，主动承担社会责任，守护未成年人健康成长。

二是发挥公益示范引领，积极发挥“苏州体彩追梦人郑惠君公益小队”引领作用，发动销售网点积极参与，全年开展了桑田岛国家实验室项目工地“体彩新春季”地推、苏州马拉松地推、端午节金鸡湖龙舟赛地推等活动；公益善款捐赠的舞蹈教室于 2025 年 3 月 16 日在四川绵阳梓潼中心小学正式揭牌，切实将公益落到实处。

三是强化合规销售监管，通过专项培训、专项巡检、物料宣传等方式，持续强调合规销售要求，开展网点安全专项检查，督促网点做好每日安全自查；处理各类投诉及询问 150 起，对技术人员外出维修电话回访 180 家，对专管员网点现场督查 200 家，电话回访 20 家，确保体彩销售工作安全平稳运行。

优化渠道结构是增强市场竞争力的关键举措，苏州体彩坚持质效并重、优胜劣汰的原则推动渠道高质量发展。

一是完善渠道管理制度，严格执行《2025 年苏州市体彩便利、小微渠道网点管理办法》，制定出台《2025 年苏州市体育彩票传统型销售网点增设工作方案》《苏州市直辖体育彩票销售网点移机管理规定》等文件，为苏州体彩的平稳运行、销量提升、多渠道发展保驾护航；淘汰落后小微便利门店 78 家，返还原渠道方 25 家，其他优秀渠道方新建 23 家，有效优化渠道资源。

二是创新渠道发展模式，10 月份携手市退役军人事务管理局，在市直辖范围内（姑苏区、相城区、高新区、工业园区）征召退役军人代销者，组织专人赴张家港市永联乡村振兴学堂开展宣传推介；市直辖全年共计完成六批次 37 家新门店征召（其中传统门店 31 家、展示体验中心 6 家），自然人申请占比 88.1%，其中 1 家为退役军人特定征召。

三是推进网点形象升级，根据市场实际需求，推出形象升级门店建设，今年在市直辖范围内建成 300 家；建设省级便利小微明星店 10 家，另配套出台市级便利小微明星店建设计划，额外增加 10 家门店的建设指标，通过在店内设置电子显示宣传设备的方式，更好地宣传体育彩票公益、品牌、产品、责任建设等内容，全面提升网点形象和服务能力。

品牌推广是体育彩票连接公众的重要纽带，苏州体彩始终坚持公益属性与市场营销有机结合，通过多元化的推广方式提升品牌影响力。

一是打造核心品牌 IP 矩阵，一季度结合“体彩新春季”主题，与苏州一建等合作开展新春季“心相聚 梦同圆”主题地推活动，助力城市复工复产；二季度结合 616 江苏彩民季及体育惠民消费行动，在苏州高新区狮山广场举办“2025 年 616 江苏彩民季苏州活动启动暨体育消费夜市”活动，同步开展苏超观赛活动；三季度落实总局体彩中心体育强国季宣传工作要求，借助苏州市体育局全民健身日主题活动，在观前街开展品牌落地活动；四季度开展第十一季江苏体彩爱行走苏州活动，活动现场发布防范未成年人涉彩试点工作，不断扩大品牌覆盖面。

二是深化体旅文融合推广，落实 2025 年中国体育彩票全国民间象棋争霸赛活动，9 月与吴中区体彩中心合作开展苏州市级决赛，10 月承办江苏省省级比赛，活动落地吴江震泽古镇；与各类体育协会开展交流合作，联合举办中华垂钓大赛苏州赛区活动、苏州青少年皮划艇桨板联赛、苏州青少年羽毛球交流赛、气功展示、全民电子竞技大赛、自行车公益骑行等赛事活动；在苏州马拉松、金鸡湖端午龙舟赛、苏州 100 城市越野

赛等赛事现场开展品牌推广，进一步传播体彩公益形象。

三是构建全场景互动矩阵，结合中甲、“苏超”、中国足协杯等赛事热点，与苏州东吴足球俱乐部、苏州市足球协会、奥体中心等开展合作，利用赛事现场、线下观赛、客场观赛等契机，开展“江苏体彩百场看球”主题活动；上线苏州体彩服务号积分商城、“苏彩专区”“江苏省城市足球联赛猜猜乐”“大奖同欢”等线上平台，配套线下观赛网点、实体场馆合作，形成线上线下联动的品牌推广网络。

技术保障和财务管理是体育彩票业务正常运转的基础，始终统筹做好终端维护、网络安全、预算执行等工作，确保资金安全高效使用。

一是提升技术保障能力，加强终端维修和配件管理，建立快速响应机制，市直辖共接到各类故障报修电话计 724 次，其中电话解决类故障计 373 次，维修人员上门维修 358 次；与英特达厂家寄换终端机配件计 685 件，与省中心寄换配件 85 次、447 件；根据省中心统一部署，按时完成终端机更换 510 台，市直辖完成 102 台，实现市场在售传统网点机型均为 2019 年后生产的较新设备。

二是落实安全生产责任，严格执行安全责任要求，明确安全生产责任，定期召开安全例会，开展安全隐患排查十余次；针对消防、用电、特种设备等重点领域，组织专项检查 4 次，更换灭火器，维修应急照明系统；签订职工网络安全责任书，签订第三方服务数据安全承诺书，配合上级部门、体育信息中心及公安网安部门做好相关措施及防范处置。

三是规范财务管理工作，建立“月度跟踪、季度分析、年度总结”预算执行监控机制，规范兑奖业务流程，2025 年兑奖总人数为 1668 人，兑奖总金额为 8771.4 万元；完成省中心关于收回预付兑奖款的通知要求，完成 2024 年度资产管理绩效自评报告及复核工作，确保资产安全完整。

三、部门（单位）概况

一、主要职能组织和管理体育彩票销售工作；宣传和落实上级相关政策；指导县级体育彩票管理机构的业务工作；规划市直辖终端机设点布局；维护保障其正常运行；兑发购彩者中奖奖金；组织相关培训工作。二、单位机构设置及预算单位构成情况根据单位职责分工，本单位内设机构包括：党政综合部、财务部、责任彩票部、销售管理部、技术保障部、渠道发展部。本单位无下属单位。

四、部门（单位）整体支出绩效实现情况

各项目绩效指标完成较好，项目整体完成率达到 96.16%。

五、部门（单位）整体支出绩效中存在问题及改进措施

我单位项目经费占全年支出比重较大，整体支出绩效与实际业务支出相关指标关联度还需进一步提升。

六、绩效自评结果拟应用和公开情况

指标与业务关联度配比还有待在财政局指导下进一步提升，以便更好指导实际工作。

七、预算信息

本年度预算资金（万元）	年初预算数（万元）	上年度结转及当年 预算追加追减数(万元)	调整预算数（万元）	实际支出数（万元）	执行率（%）
预算总金额	2358.92	50.25	2409.17	2344.83	97.33%
基本支出	683.5	50.25	733.75	733.75	100.00%
项目支出	1675.42		1675.42	1611.08	96.16%
物业管理费	123		123	111.56	90.70%
委托业务费	342.16		342.16	319.26	93.31%
维修维护费	20		20	19.99	99.95%
租赁费	9.8		9.8	9	91.84%
慰问经费	263.96		263.96	240.76	91.21%
宣传广告费	418		418	417.67	99.92%
专设机构工作经费	498.5		498.5	492.84	98.86%

八、年度重点任务

对应部门主要职责	任务名称	完成情况
彩票销售	通过销售员考核激励机制，提升传统网点销售员工作积极性	昆山销量 12.79 亿，增幅 3.34%；吴江销量 7.53 亿，同比增幅-6.20%；张家港销量 6.47 亿，同比增幅-8.55%；常熟销量 6.55 亿，同比增幅-3.40%；吴中销量 6.24 亿，同比增幅 2.41%；太仓销量 3.93 亿，同比增幅 3.07%。苏州全市筹集体彩公益金约 15 亿元。
	发挥星级评定对销售网点的正向激励作用，进一步提升网点精细化、规范化运营水平,促进体彩销售网点工作质量。	2025 年，苏州体彩累计销售 65.76 亿，同比增幅-1.48%，全省销量贡献率达 19.77%。
渠道优化、队伍建设	推动在线新型销售终端机规模持续增长	全市体彩渠道建设规模实体代销网点总数共 3038 家，较去年同期 2842 家（净增 196 家、增长率 6.8%）；全省实体代销网点总数为 20977 家，苏州网点数占 14.63%。其中传统网点 1723 家、展示体验中心门店 64 家、便利及小微店 1281 家。
责任彩票、品牌建设	开展中大型主题宣传地推活动，将体彩品牌推广至新购彩人群中	全年开展“体彩新春季”、“616 江苏彩民节”、“全民健身”等主题的大型推广活动，树立体彩公益品牌形象。
责任彩票建设	提升彩票品牌认知，树立公益公平形象	全年落实上级体彩中心工作部署，做好日常监督管理，对于发现的违规销售行为及时处理。

九、部门整体自评表

	类别	指标名称	指标目标值	指标完成值	完成值来源	偏差情况	原因分析
分解目标	决策	中长期规划制定健全性	健全	健全		0%	
		工作计划制定健全性	健全	健全		0%	
		绩效指标明确性	明确	明确		0%	
		绩效目标合理性	合理	合理		0%	
		预算编制科学性	科学	科学		0%	
		预算编制规范性	规范	规范		0%	
	过程	绩效管理覆盖率	=100%	100%		0.00%	
		非税收入管理合规性	合规	合规		0%	
		基础信息完善性	完善	完善		0%	
		预决算信息公开度	公开	公开		0%	

		资金使用合规性	合规	合规		0%	
		预算管理制度健全性	健全	健全		0%	
		资产管理制度健全性	健全	健全		0%	
		固定资产利用率	=100%	100%		0.00%	
		资产管理规范性	规范	规范		0%	
		项目管理制度健全性	健全	健全		0%	
		项目管理制度执行规范性	规范	规范		0%	
		人员管理制度执行有效性	有效	有效		0%	
		人员管理制度健全性	健全	健全		0%	
		在职人员控制率	=100%	100%		0.00%	
		纪检监察工作有效性	有效	有效		0%	

		业务学习与培训 及时完成率	=100%	100%		0.00%	
		组织建设工作及 时完成率	=100%	100%		0.00%	
		结转结余率	=0%	0%		0%	
		公用经费控制率	≤100%	100%		0.00%	
		预算偏差率	≤10%	10%		0.00%	
		预算执行率	=100%	97.33%		-2.67%	
		预算调整率	=0%	0%		0%	
		政府采购执行率	=100%	100%		0.00%	
		“三公经费”变动 率	≤0%	0%		0%	
		非税收入预算完 成率	≥100%	100%		0.00%	
		支付进度符合率	=100%	100%		0.00%	
	效益	对单位履职、促进 事业发展的影响	明显	明显		0%	

		或提升程度					
		减少项目运行成本、运维费用	明显	明显		0%	
		对体彩行业健康发展的影响程度	明显	明显		0%	
	满意度	彩民对兑奖、设备维护、网点管理满意度	明显	明显		0%	
	履职	彩票销售奖励发放人数	≥400 人	400 人		0.00%	
		报纸文章篇数	≥40 篇	44 篇		10.00%	
		体彩广告收听率	≥2%	2%		0.00%	
		五星级标准专营店比例	≥8%	8%		0.00%	
		主办的中大型地推活动场次	=2 场	2 场		0.00%	
		在线新型销售终端机规模增长率	=1%	1%		0.00%	

