附件2

全省性社会组织服务品牌项目申报指标对照表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **二级指标** | **分值** | **三级指标** | **佐证材料** |
| **项目实施主体**  **（15分）** | 基础条件 | 10 | 法人资格完善，登记证书有效，无违法违规、失信行为；组织机构健全，内部制度完善，运作程序规范。 | 法人登记证书正副本复印件、内部管理制度 |
| 团队组成 | 5 | 项目团队人员构成合理，分工明确，配备符合项目需求的专业人员。 | 专业资格证明、人员分工说明等 |
| **项目设计**  **（20分）** | 使命一致 | 2 | 项目需求及目标与组织的使命、定位、业务范围一致。 | 项目计划书、目标与愿景分析等 |
| 公益性突显 | 3 | 围绕突出社会问题（如：社区治理、扶老助残、救孤济困、志愿服务、乡村振兴、行业支持等）开展社会服务项目。 | 项目计划书 |
| 需求界定 | 5 | 项目通过专业、科学方法进行项目需求调研，有明确的服务对象及准确的服务对象需求。 | 调查问卷、问卷分析、需求调研报告、调研现场照片等 |
| 目标清晰 | 5 | 围绕项目需求设置整体目标及分目标，目标满足可衡量、具体、可实现的特点。 | 项目计划书、目标设定等 |
| 需求回应 | 5 | 根据服务需求和目标，设计有针对性的服务内容，并注重专业技术、方法的运用。 | 项目计划书、专业技术方法介绍及运用情况、服务对象变化评估等 |
| **项目执行**  **（20分）** | 痕迹管理 | 5 | 项目开展服务有详细的活动方案、活动照片、服务对象变化评估、项目自我监测材料等完整的项目执行过程材料。 | 活动方案、活动照片、宣传材料、会议记录、项目节点报告等 |
| 资金规范 | 5 | 有针对项目经费使用的预算、决算、财务执行与审计等 | 项目资金使用明细、预决算表、财务凭证、审计报告等 |
| 信息公开 | 5 | 对项目进展、捐赠情况、经费使用情况等提供查询渠道或向利益相关方公布 | 公布平台截图 |
| 服务规范 | 5 | 针对项目实施制定并执行制度化的服务规范，并根据项目需要建立督导制度 | 服务规范文件、督导记录、督导照片等 |
| 社会评价 | 15 | 获得资助方、服务对象、利益相关群体的认可，社会对于项目关注问题的认识有一定改善，无社会不良反响 | 相关方面认可的证明材料，例如成功吸引社会力量加入、形成政策倡导以及媒体正向相关报道等 |
| 项目复制 | 5 | 项目已经在其他区域复制执行 | 项目在复制地的合作协议、活动方案及照片等 |
| 资源链接 | 5 | 项目撬动了多元资金，链接政府、企业、基金会、高校等及其他社会资源，促进服务对象问题改善、需求回应 | 购买服务协议书、捐赠证明等 |
| **项目传播** **（15分）** | 项目名称 | 6 | 项目名称中包含字号、服务对象、服务内容等要素，辨识度高 | 项目名称 |
| 形象识别 | 8 | 具有项目专属的相关形象，如LOGO或卡通形象等 | 形象图片 |
| 传播力度 | 6 | 借助网站、微博/微信/QQ群、报纸/杂志、电视/电台等多元媒体传播项目品牌；传播对象覆盖利益相关方，包括理事、内部员工、受益方、资助方、合作方、监管部门、志愿者、社会公众等 | 网站截图、链接、杂志复印件、相关媒体报道等 |
| **加分项 （10分）** | 产品化 | 5 | 项目形成模块化、标准化产品手册 | 产品简介、产品手册等 |
| 政策影响 | 5 | 向相关部门提出政策建议或意见，得到肯定或落实 | 政策建议或意见得到肯定或落实的证明材料等 |