2020年度河南省福利彩票发行中心
彩票市场宣传营销运行管理经费
绩效评价报告

河南律信绩效评价咨询有限公司

2021年6月

目　录

一、基本情况.....1
（一）项目概况.....1
（二）项目绩效目标.....5
二、绩效评价工作开展情况.....7
（一）绩效评价的目的、对象和范围.....7
（二）绩效评价依据.....7
（三）评价指标体系.....8
（四）绩效评价原则、评价方法.....9
（五）绩效评价工作过程.....9
三、综合评价情况及评价结论.....10
（一）整体评价结论.....10
（二）整体评分与绩效等级.....10
四、绩效评价指标分析.....11
（一）决策指标情况.....11
（二）过程指标情况.....13
（三）产出指标情况.....16
（四）效益指标情况.....19
五、主要经验及做法、存在问题及原因分析.....22
（一）主要经验及做法.....22
（二）存在问题与原因分析.....25
六、有关建议.....27

（一）提升预算编制的科学性，提高预算绩效管理水平.....27
（二）健全项目各项管理制度，提高日常监督管理水平.....28
（三）加大销售网点扶持力度，稳定福利彩票销售水平.....28
七、其他需要说明的问题.....29
附件 1：评价依据.....30
附件 2：绩效评价体系综合评分表.....32
附件 3：调查问卷报告.....49

2020年度河南省福利彩票发行中心彩票市场宣传营销运行管理经费绩效评价报告

为贯彻落实《中共河南省委 河南省人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（豫发〔2019〕10号），扎实推进省级预算绩效管理，提高财政资金配置效率和使用效益，按照《河南省财政厅关于开展2020年度省级预算绩效自评工作的通知》（豫财效〔2021〕1号）文件要求，河南律信绩效评价咨询有限公司受河南省福利彩票发行中心委托，于2021年5月至6月对2020年彩票市场宣传营销运行管理经费开展绩效评价。评价组遵循独立、客观、公正的原则，通过审核资料、数据收集和分析、综合评价等工作程序，并与委托单位充分沟通，形成如下绩效评价报告。

一、基本情况

（一）项目概况

1.项目背景

中国福利彩票始于1987年，以“团结各界热心社会福利事业的人士，发扬社会主义人道主义精神，筹集社会福利资金，兴办残疾人、老年人、孤儿福利事业和帮助有困难的人”、即以“扶老、助残、救孤、济困”为宗旨。为保障中国福利彩票事业的健康发展，《彩票管理条例实施细则》中

明确规定“彩票发行机构、彩票销售机构可按照彩票销售额一定比例提取业务费，专项用于彩票发行销售活动”。2019年全国福利彩票销售额为1912.38亿元，筹集福彩公益金557.28亿元，公益金筹集率达29.14%，为近5年最高，有力地推动了我国社会福利、社会保障和公益事业的发展。

河南省福利彩票事业是我省筹集社会福利和公益事业发展资金的重要渠道，受到全省各级党委政府的重视。当前河南省福利彩票仍存在渠道单一、管理不够先进等发展不平衡不充分问题，为提高福利彩票发展质量和效益，全省民政工作会议指出，要加强福利彩票发行销售管理，拓展销售渠道，创新营销宣传方式，防范化解福彩系统各类风险隐患，塑造福彩公益形象。河南省财政厅每年安排河南省福利彩票发行中心彩票市场宣传营销运行管理经费，用于营销宣传、保障机构运营、销售渠道建设和运行维护等，一定程度上促进了河南福利彩票事业的健康发展。2020年全省福利彩票销售额为40.60亿元，筹集公益金约13亿元，创新推出各类福彩公益金项目，让公益之光照亮社会更多角落，把参与慈善的理念根植亿万中原儿女心中。

2.项目主要内容及实施情况

河南省福利彩票发行中心2020年彩票市场宣传营销运行管理经费主要用于广告宣传、营销推广、彩票销售渠道建设和运行维护3个子项目，具体内容见表1-1。

表 1-1　2020 年彩票市场宣传营销运行管理经费实施内容

子项目名称	项目计划实施内容	项目实际完成情况
广告宣传	在电视节目、电视广播、新媒体、户外媒体等渠道上宣传福利彩票	1.在三家省级电视台分别开辟《福彩益起来》等 3 类公益栏目，共播出 41 期； 2.在三个广播电台投放 1 年度的广告； 3.在今日头条 APP、百度 APP 和福彩官微三家新媒体上分别投放广告； 4.在中原福塔、郑州火车站进站通道、地铁站地铁频道、绕城高速等处投放户外广告； 5.在河南日报头版专栏上发布 2 篇专刊； 6.在河南福彩官网上进行了 1 年期的综合报道等。
营销推广	开展促销活动、购小型设备、开奖栏目	1.开展了 6 次促销活动：1 次传统电脑票促销活动、1 次在线票促销活动和 4 次即开部促销活动； 2.购置 50 台小型兼营投注机设备； 3.在河南电视台都市频道上录制了 313 期的开奖栏目。
彩票销售渠道建设和运行维护	开展培训活动、保障部分机构的正常运行、完成仓储物流工作等	1.开展了 4 次培训活动，分别为全省即开票业务培训、全省电脑票管理提升暨 “双色球”12 亿派奖活动培训、全省福乐彩销售厅人员业务培训、全省“快乐 8”新游戏培训； 2.保障了省直管销售厅和港区分中心的正常运行； 3.保障福彩的电脑票系统专线和在线票系统专线的正常运行； 4.电脑票部、即开票部和政策法规部的仓储物流工作正常开展； 5.技术部和即开票部完成质保金支付；政策法规部和财务部完成了相关诉讼案件、资产评估，财务绩效评估、决算、审计、内审和资产年报编报等工作。

3.资金投入和使用情况

根据《河南省财政厅关于批复 2020 年省直部门收支预算的通知》（豫财预〔2020〕6 号），彩票市场宣传营销运行管理经费已到达河南省福利彩票发行中心。根据《河南省财政厅关于调整省福利彩票发行中心 2020 年彩票业务费的通知》（豫财综〔2012〕40 号），2020 年 8 月，彩票市场宣传营销运行管理经费预算由 8859.52 万元调整为 4731.02

万元，资金到位率为100%。

根据财务部提供的2020年福彩中心支出情况汇总表，截至2020年12月31日，彩票市场宣传营销运行管理经费支出4731万元，预算执行率约为100%。具体内容见表1-2。

表1-2　2020年彩票市场宣传营销运行管理经费支出情况表

单位：万元

项目名称	项目具体明细	执行部门	支出金额
广告宣传费	电视节目类	宣传部	74.95
	电台广播类		59.71
	新媒体类		19.88
	其他类		39.01
	临时宣传费		367.75
	小计		**561.30**
营销推广费	传统电脑票促销活动	电脑票部	1600.59
	购小型设备（中心机动费用）		24.75
	开奖费		359.90
	即开票促销活动	即开票部	115.14
	在线票促销活动	在线即开部	28.95
	省直营厅促销费	市场发展部	40.00
	小计		**2169.33**
彩票销售渠道建设和运行维护费	省直管在线销售厅业务运营费	市场发展部	294.87
	港区分中心业务运营费	港区分中心	20.20
	系统维护费	技术部、电脑票部	1210.20
	系统专线通讯费	技术部、在线即开部	92.47
	仓储物流	即开票部、电脑票部、政策法规部	166.41
	培训费	培训中心	40.11
	质保金	技术部、即开票部	111.21
	律师费	政策法规部	14.38
	项目招标评审劳务费	资产管理部	1.52
	审计费	财务部、资产管理部	49.00
	小计		**2000.37**
合计			**4731.00**

（二）项目绩效目标

1.项目总体目标

通过营销宣传完成年度销售任务目标。做好新闻资讯发布、发布开奖公告、福彩主题，创新活动，践行“扶老、助残、救孤、济困”的发行宗旨，用节目传播福彩的公益精神。通过培训，配合其他部门完成中心年度目标，提升福彩从业人员业务能力。

2.项目年度绩效目标

河南省福利彩票发行中心对2020年彩票市场宣传营销运行管理经费设置了绩效目标，具体内容见表1-3。

表1-3　2020年彩票市场宣传营销运行管理经费绩效目标表

一级指标	二级指标	三级指标	目标值
产出指标	数量指标	促销活动次数	=20次
		宣传活动种类	=6种
		培训场次	=8次
	质量指标	促销活动区域覆盖率	全覆盖
		培训考评合格率	=100%
		视频票促销项目完成率	=100%
		宣传活动审查合格率	=100%
	时效指标	培训活动完成及时性	及时
		促销活动完成及时性	及时
		宣传活动完成及时性	及时
效益指标	社会效益指标	促进福彩业务的发展	促进
	可持续影响指标	提升体彩品牌的影响力	提升
满意度指标	服务对象满意度指标	购彩者满意度	=80%
		网点代销者满意度	=80%
		培训对象满意度	=80%

评价组通过翻阅项目资料及访谈，对项目绩效目标进行了梳理、完善，形成3个一级指标，7个二级指标，19个三级指标，具体内容见表1-4。

表1-4　2020年彩票市场宣传营销运行管理经费梳理完善后的绩效目标表

一级指标	二级指标	三级指标	目标值
产出指标	数量指标	广告宣传活动完成情况	在电视节目、广播电台、户外等6种渠道上进行宣传
		营销推广活动完成情况	开展20次促销活动、录制开奖栏目、购置50台小型兼营投注设备
		彩票销售渠道建设和运行维护完成情况	培训8次、保障仓储物流、系统设备等的正常运行
	质量指标	广告宣传活动开展达标率	100%
		促销活动区域覆盖率	100%
		彩票销售渠道建设和运行维护质量达标率	100%
	时效指标	广告宣传活动完成及时率	100%
		促销活动完成及时率	100%
		培训活动开展及时率	100%
效益指标	经济效益指标	福利彩票销售额	≥60亿元
	社会效益指标	公益金筹集金额	≥13亿元
		福彩品牌的影响力提升情况	提升
		网点营销能力提升情况	提升
	可持续影响指标	投注终端数量	≥上年数量的80%
		彩票销售网点数量	≥上年数量的80%
		信息化建设健全情况	健全
满意度指标	服务对象满意度指标	购彩者满意度	=80%
		网点代销者满意度	=80%
		培训对象满意度	=80%

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价的目的、对象和范围

1.评价目的

本次绩效评价的目的是通过对项目决策、管理、产出和效益的梳理、分析，找出项目实施过程中积累的经验，发现项目实施过程中存在的不足，协助河南省福利彩票发行中心进一步了解项目具体实施和资金使用情况，便于合理安排以后年度的项目资金，提高项目管理的科学性；同时帮助各部室项目负责人增加“花钱必问效，无效必问责”的预算绩效理念，强化支出责任，及时完善项目中存在的不足，提高项目管理水平，从而提高财政资金的使用效益。

2.评价对象和范围

绩效评价对象：河南省福利彩票发行中心彩票市场宣传营销运行管理经费。

绩效评价范围：2020 年度彩票市场宣传营销运行管理经费 4731.02 万元。

（二）绩效评价依据

本次绩效评价主要依据《中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》《中共河南省委 河南省人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》《河南省省级预算项目支出绩效评价管理办法》《彩票机构财务管理办法》等。详细评价依据见附件 1。

（三）评价指标体系

本次绩效评价以2020年彩票市场宣传营销运行管理经费项目的开展情况为主要依据，收集并梳理项目相关资料，在对资料进行整理分析的基础上，围绕决策、过程、产出和效益四方面设计评价指标体系。2020年彩票市场宣传营销运行管理经费绩效评价指标体系依据《河南省省级预算项目支出绩效评价管理办法》（豫财效〔2020〕10号）进行设置，其中决策指标完全参照文件附件3项目支出绩效评价指标体系框架中的指标进行设置，过程指标在框架的基础上根据项目具体实施过程中的管理要求进行设置，产出指标参照项目绩效目标及根据项目资金具体支出明细进行设置，效益指标根据项目绩效目标及中央转移支付市场调控资金的绩效目标中的效益指标进行设置。

2020年彩票市场宣传营销运行管理经费绩效评价指标体系从决策、过程、产出和效益四个方面进行设置，由4个一级指标、12个二级指标、29个三级指标构成，指标权重共计100分。其中：一是决策指标（15分），主要评价项目立项情况、绩效目标设定情况以及资金投入情况；二是过程指标（25分），主要评价资金管理和组织实施；三是产出指标（30分），主要评价产出数量、产出质量、产出时效；四是效益指标（30分），主要评价经济效益、社会效益、可持续影响和服务对象满意度，指标体系具体内容见附件2。

（四）绩效评价原则、评价方法

本次绩效评价采取定量优先、定性与定量相结合的方式，始终遵循科学规范、全面系统、公正客观、合规合法、绩效相关的基本原则。评价组通过翻阅资料、访谈、发放基础数据表及问卷调查等方式采集基础数据，以具有代表性与广泛性的数据，支撑指标体系的评分，实现客观科学的评价，全面反映河南省福利彩票发行中心彩票市场宣传营销运行管理经费的使用、管理和实施效益情况。

（五）绩效评价工作过程

根据《河南省省级预算项目支出绩效评价管理办法》（豫财效〔2020〕10号）的相关要求，评价组从准备阶段、实施阶段及报告撰写和提交三个阶段开展2020年彩票市场宣传营销运行管理经费绩效评价工作，评价期间为2021年5月至2021年6月。

首先是准备阶段（5个工作日）。一是组建绩效评价工作组，梳理评价所需资料清单，向财务部发放绩效评价所需资料清单。二是制定评价组开展绩效评价的各阶段工作计划，指导相关部室按照资料需求清单及时提供评价所需资料，向项目对应部室的相关负责人了解项目基本情况。三是根据提供的资料，制定项目绩效评价的指标体系，并征求省福彩中心对绩效评价指标体系的意见，修改完善后确定。

其次是实施阶段（10个工作日）。一是根据绩效评价指

标打分需求，设置相关部室需要填报的基础数据表。二是评价组对回收的基础数据表进行汇总、分析。三是根据确定的评价指标、评价标准和评价方法，对评价对象进行全面的定量定性分析和综合评价。

最后是报告撰写和提交阶段（7 个工作日）。一是依据综合评价及项目相关资料，形成绩效评价报告初稿。二是向省福彩中心征求意见，修改完善，形成绩效评价报告定稿。三是评价组整理资料，进行归档。

三、综合评价情况及评价结论

（一）整体评价结论

总体上看，2020 年河南省福利彩票发行中心依据《彩票机构财务管理办法》（财综〔2012〕89 号）等文件，认真贯彻实施彩票市场宣传营销运行管理项目，采用多种渠道对福彩游戏及福彩公益形象进行宣传，开展了促销活动和培训活动，保障了省直管在线销售厅等的正常运转，一定程度上保障了全省福彩事业的稳步发展，品牌形象的稳步提升。

但是，从项目实施的全过程来看，仍存在一些问题绩效和不足，如：个别指标设置不够合理，制度执行有效性有待提升，个别效益指标不达标等。

（二）整体评分与绩效等级

根据《河南省省级预算项目支出绩效评价管理办法》（豫财效〔2020〕10 号），评价组构建了彩票市场宣传营销运行

管理经费的绩效评价指标体系，经过客观评价，项目综合评价得分为 85.13 分，绩效评价等级为“良”，各项目具体得分情况见表 3-1 所示。具体得分及分析情况见附件 2。

表 3-1　彩票市场宣传营销运行管理经费绩效评价得分情况表

一级指标	决策指标	过程指标	产出指标	效益指标	总分
分值	15	25	30	30	100
得分	12.78	21.50	25.50	25.35	85.13
得分率	85.20%	86.00%	85.00%	84.50%	85.13%

四、绩效评价指标分析

本项目绩效指标体系共包括 4 个一级指标、12 个二级指标，29 个三级指标，具体分析情况如下：

（一）决策指标情况

决策指标包括 3 个二级指标和 5 个三级指标，总分值 15.00 分，得 12.78 分，得分率 85.20%。各指标得分见表 4-1。

表 4-1 决策部分各指标得分情况

一级指标	二级指标	三级指标	指标分值	得分分值	得分率
A 决策	A1 项目立项	A101 立项依据充分性	3.00	3.00	100%
		A102 立项程序规范性	2.00	2.00	100%
	A2 绩效目标	A201 绩效目标合理性	3.00	2.63	87.67%
		A202 绩效指标明确性	2.00	1.40	70%
	A3 资金投入	A301 预算编制科学性	5.00	3.75	75%
合计			**15.00**	**12.78**	**85.20%**

1.项目立项情况分析

依据《彩票管理条例》《彩票管理条例实施细则》、《彩

票机构财务管理办法》及中国福利彩票发行中心的部门职责，彩票市场宣传营销运行管理经费项目立项依据充分。根据《河南省财政厅 关于调整省福利彩票发行中心2020年彩票业务费的通知》（豫财综〔2020〕40号），彩票市场宣传营销运行管理项目按照规定的程序申请设立，审批文件符合相关要求；同时，根据访谈，项目立项前通过了上会讨论和集体决策，项目立项程序规范。

2.项目绩效目标

根据项目绩效目标表，彩票市场宣传营销运行管理经费设有绩效目标，且绩效目标与实际工作内容相关，年度总体目标“通过营销宣传完成年度销售任务目标；通过广告宣传，用节目传递福彩的公益精神；通过培训，配合其他部门完成中心年度目标，提升福彩从业人员业务能力”，预期产出和预期效益符合正常的业绩水平，但预期产出的数量不够明确，无法判定其是否与预算确定的项目资金量相匹配。同时，绩效目标中大部分指标的可衡量性较好，但是个别指标设置不够合理，如时效指标“培训活动完成及时性”（指标值为“及时”），可衡量性较差；数量指标“促销活动次数”（指标值为“20次”），实际开展促销活动6次，指标值设置过高。

3.预算编制情况分析

根据预算编制说明、访谈及《河南省财政厅 关于调整

省福利彩票发行中心2020年彩票业务费的通知》（豫财综〔2020〕40号），河南省福利彩票发行中心将本级支出预算分解为基本支出和项目支出，其中项目支出细化为公用经费支出、彩票市场宣传营销运行管理经费支出、聘用人员工资及绩效专项支出和设备设施购置及修缮支出，预算编制经过了论证，预算内容与实际实施内容匹配，预算确定的项目资金量与工作任务相匹配，但预算额度测算过程不够充分，编制标准不够清晰。

综上，彩票市场宣传营销运行管理经费项目立项依据充分、程序规范；有绩效目标，明确了产出和效益，但预期产出不够具体；同时将绩效目标细化分解为具体的指标，大部分指标清晰、可衡量，但个别指标设置的不够合理；项目有预算编制说明，但预算额度测算的科学性有待提升，编制标准有待明确。

（二）过程指标情况

过程指标包括2个二级指标以及5个三级指标，总分值25.00分，得21.50分，得分率86.00%。各指标得分见表4-2。

表4-2 过程部分各指标得分情况

一级指标	二级指标	三级指标	指标分值	得分分值	得分率
B 过程	B1 组织实施	B101 管理制度健全性	3.00	2.25	75%
		B102 制度执行有效性	9.00	6.75	75%
	B2 预算管理	B201 资金到位率	4.00	4.00	100%
		B202 预算执行率	4.00	4.00	100%

一级指标	二级指标	三级指标	指标分值	得分分值	得分率
		B203 资金使用合规性	5.00	4.50	90%
合计			**25.00**	**21.50**	**86.00%**

1.项目组织实施情况分析

根据《河南省福利彩票发行中心工作手册》，办公室、财务部、宣传策划部、电脑票部等 10 个部室均在《彩票管理条例》《彩票管理条例实施细则》等政策文件的指导下制定了相应的财务制度和项目管理制度，项目管理制度总体健全，但部分管理制度制定时间过早，有效性和完整性有待提升。各部室在日常工作中均有各自明确的工作职责，但在项目实施过程中的职责划分不够明确，存在两个部室完成一个子项目的情况。根据《河南省福利彩票发行中心关于调减 2020 年度预算的申请》《河南省财政厅关于调整省福利彩票发行中心 2020 年彩票业务费的通知》、相关资料及访谈，项目实施遵循相关法律法规和相关管理规定，项目支出调整手续完备，各部室在项目实施过程中按照先确定合同方、签订合同、督促实施、验收等的流程开展项目，项目实施人员条件、场地设备、信息支撑落实到位。但各部室对于预算资金的调整和剩余情况未进行记录，使得项目虽完成但子项目的资金支出和实施内容不够明晰；部分资料留存不够完整，如相关业务部室将合同等资料用于报账，未在本部室进行备份留存，后期不便于按合同监管项目的实施。另外，河南省

福利彩票发行中心对彩票市场宣传营销运行管理经费进行了中期绩效监控，但未及时在经费被压减的情况下，将不再开展的项目及时进行预算调整，导致预算调整后的项目情况不明确，监控结果没有得到有效地运用。

2.预算管理情况分析

根据《河南省财政厅关于批复2020年省直部门收支预算的通知》（豫财预〔2020〕6号）），2020年2月，彩票市场宣传营销运行管理经费到位8859.52万元；根据《河南省财政厅 关于调整省福利彩票发行中心2020年彩票业务费的通知》（豫财综〔2020〕40号），2020年8月，项目经费调整为4731.02万元，资金到位率为100%。根据财务部提供的项目经费支出情况汇总表，截至2020年12月31日，彩票市场宣传营销运行管理经费实际支出4731.00万元，预算执行率约为100%。根据查看的项目部分凭证，各部室使用资金时先请示、审核通过后拿合同等资料进行报账，项目资金使用有完整的审批程序和手续；项目采购方式有招标、单一来源采购等形式，资金使用符合政府预算管理要求；但存在业务部室项目经费实际支出方向与财务部室记录的支出方向不一致的情况，如根据宣传部填报的基础数据表，广告宣传费用于电视节目宣传、电台广播宣传、新媒体宣传、其他宣传、户外宣传、报纸类宣传、网站类宣传，共计546.99万元，但财务部的中心支出情况汇总表中，广告宣传费用于

电视节目宣传、电台广播、新媒体、其他类宣传和临时宣传，共计 561.30 万元，可能存在把其他类项目的支出计入了该项目中，不完全符合专项资金管理办法的专项核算规定。

综上所述，河南省福彩发行中心管理制度健全、项目及支出调整手续完备，开展了中期监控，资金到位及时，预算执行率为 100%，资料归档及时、齐全，但是业务部室部分资料留存不够完整，资金使用不够符合专项核算的规定，项目日常监督管理水平有待提高。

（三）产出指标情况

产出指标包括 3 个二级指标以及 9 个三级指标，总分值 30.00 分，得 25.50 分，得分率 85.00%。各指标得分情况见表 4-3。

表 4-3 产出部分各指标得分情况

一级指标	二级指标	三级指标	指标分值	得分分值	得分率
C 产出	C1 产出数量	C101 广告宣传活动完成情况	2.00	2.00	100%
		C102 营销推广活动完成情况	7.00	3.50	50%
		C103 彩票销售渠道建设和运行维护完成情况	7.00	6.50	92.86%
	C2 产出质量	C201 广告宣传活动开展达标率	2.00	2.00	100%
		C202 促销活动区域覆盖率	4.00	4.00	100%
		C203 彩票销售渠道建设和运行维护质量达标情况	3.00	2.50	83.33%
	C3 产出时效	C301 广告宣传活动完成及时性	2.00	2.00	100%
		C302 促销活动完成及时率	2.00	2.00	100%
		C303 培训活动开展及时率	1.00	1.00	100%

一级指标	二级指标	三级指标	指标分值	得分分值	得分率
合计			**30.00**	**25.50**	**85.00%**

1.产出数量情况分析

根据基础数据表及访谈，彩票市场宣传营销运行管理项目的完成情况具体如下：

“广告宣传活动完成情况”：2020 年，河南省福彩发行中心开展了公共频道福彩公益专栏、民生频道福彩公益专栏、都市频道福彩公益专栏；在河南电台教育广播、音乐广播上发布过 2 次广告，在交通广播上发布过 1 次广告，在河南广播电视台信息广播上开展了福彩专题栏目；在百度 APP、今日头条、福彩官微上发布广告；在河南日报头版专栏上发布 2 篇专刊，在河南福彩官网上进行综合报道；在高铁东站进站口、中原福塔广场两侧、郑州火车站进站口、地铁站地铁频道、绕城高速路口、紫荆山广场大屏幕上进行广告宣传等。

“营销推广活动完成情况”：2020 年期间省福彩发行中心开展了 1 次传统电脑票促销活动、1 次在线票促销活动和 4 次即开部促销活动，未达到开展 20 次促销活动的计划目标值；购买了 50 台小型兼营投注机设备；在河南电视台都市频道上录制了 313 期的开奖栏目。

“彩票销售渠道建设和运行维护完成情况”：保障了省直管销售厅和港区分中心在 2020 年期间的正常运行；2020

年期间维护了福彩内部系统和设备、电脑票系统专线和在线票系统专线，达到了正常运行的目标；2020 年电脑票部、即开票部和政策法规部的仓库和物流都能够正常运行；培训中心共开展了 4 次培训活动，未达到开展 8 次培训活动的目标值；技术部和即开票部都已经完成质保金的支付工作，政策法规部和财务部完成了相关诉讼案件、资产评估，财务绩效评估、决算、审计、内审和资产年报编报等工作。

2.产出质量情况分析

根据基础数据表，彩票市场宣传营销运行管理经费项目中的“广告宣传活动开展达标率”“促销活动区域覆盖率”以及“彩票销售渠道建设和运行维护质量达标情况”中的电脑票系统专线和在线票系统专线建设以及系统维护验收均按计划标准完成相关工作，质量达标率为 100%。虽然每次培训都进行了考核，且培训合格率都达到了既定的标准，但没有相关资料进行支撑。

3.产出时效情况分析

根据相关播出证明和验收资料，截至 2020 年 12 月 31 日，电视类、电台广播类、新媒体类、其他宣传、户外宣传、报纸类和网站类宣传活动均已按照合同规定开展，部分宣传活动已实施完成，如：公共频道福彩公益专栏等，还有一些宣传活动按照合同规定正在开展直至合同期结束，如：河南广播电视台信息广播福彩专题栏目《福彩大赢家》等；根据

2020年双色球增票促销活动情况报告、即开票部2020年工作总结及2021年工作安排、中福在线促销活动总结考核表和基础数据表，2020年期间省福彩发行中心开展的6次促销活动（1次传统电脑票促销活动、1次在线票促销活动和4次即开部促销活动）均在计划时间内完成，另外，“庚子鼠”即开型福利彩票促销活动为减轻疫情对销售网点的影响，时间延长至4月15日24:00;根据培训中心的基础数据表，2020年度共开展的4次培训活动均在计划时间内开展。

（四）效益指标情况

效益指标包括4个二级指标以及10个三级指标，总分值30.00分，得25.35分，得分率84.50%。各指标得分情况见表4-4。

表4-4 效益部分各指标得分情况

一级指标	二级指标	三级指标	指标分值	得分分值	得分率
D 效益	D1 经济效益	D101 福利彩票销售额	4.00	1.35	33.75%
	D2 社会效益	D201 公益金筹集金额	4.00	2.00	50%
		D202 福彩品牌的影响力提升情况	3.00	3.00	100%
		D203 网点营销能力提升情况	4.00	4.00	100%
	D3 可持续影响	D301 投注终端数量	2.00	2.00	100%
		D302 彩票销售网点数量	2.00	2.00	100%
		D303 信息化建设健全情况	4.00	4.00	100%
	D4 服务对象满意度	D401 购彩者满意度	2.00	2.00	100%
		D402 网点代销者满意度	3.00	3.00	100%

一级指标	二级指标	三级指标	指标分值	得分分值	得分率
		D403 培训对象满意度	2.00	2.00	100%
合计			**30.00**	**25.35**	**84.50%**

1.经济效益情况分析

根据河南省福利彩票发行中心2020年工作总结及2021年工作安排，2020年福利彩票销售额为40.60亿元，未达到既定目标值60亿元；2019年和2020年我省福利彩票销售额分别为64.70和40.60亿元，2020年福利彩票销售额为2019年的62.75%，未达到既定目标值上年销售额65%。

2.社会效益情况分析

根据河南省福利彩票发行中心2020年工作总结及2021年工作安排，2020年河南省福彩公益金筹集金额为13亿元，2019年和2020年我省福利彩票筹集公益金分别为19亿元和13亿元，2020年福利彩票公益金筹集量为2019年的68.42%，未达到既定目标值上年筹集量的70%。福彩品牌形象得到提升：2020年省福彩中心在三家省级电视台分别开辟《福彩益起来》《豫爱福彩》《福彩益站》公益栏目，为急需救助的贫困群体提供救助资金140多万元，传播福彩公益精神；发布《2019河南福利彩票社会责任报告》，展示了福彩文化内涵，通过展示阳光福彩、特色活动、诚信站点等，让更多人了解福彩、参与福彩公益；河南省福利彩票发行中心开展资助贫困母亲、慈善助学等活动13项。网点营销能力得到了

提升：全省福利彩票销售场所稳定；网点标准化建设能力提升；严格规划了全省福彩市场；不断拓展了全省福利彩票的销售渠道。

3.可持续影响情况分析

根据省福彩发行中心提供的资料，2020 年底投注终端机数量和彩票销售网点数量均是 2019 年的 94.87%；根据河南省福利彩票发行中心 2020 年工作总结及 2021 年工作安排，福彩建成较为先进的集群分布式销售管理系统，构建信息中心安全服务体系，切实保障系统安全运行，完成了信息中心建设一期工程，建成了业务级主备模式电脑票生产系统，根据 2020 年巡检及维护数据汇总，机房设备做到了定期到现场维护巡检一次，全年巡检 48 次，处理紧急设备故障 12 次，更换配件 10 次，对于长假前后都提前做好安全检查，以便确保设备运行正常，根据办公系统巡检记录，福彩每月都对办公系统进行巡检，且办公系统中的短信收发、Web 版三方服务、数据库运行环境等均无异常。

4.服务对象满意度情况分析

依据电子调查问卷，实际回收购彩者有效问卷 2494 份，满意度问题共计 12470 题，其中：非常满意题数为 9617 题，一般满意题数为 2279 题，无感题数为 385 题，不太满意题数为 142 题，非常不满意题数为 47 题，经计算，购彩者整体满意度为 92.66%。依据电子调查问卷，实际回收网点代销

者有效问卷3163份，满意度问题共计15815题，其中：非常满意题数为11113题，一般满意题数为3781题，无感题数为352题，不太满意题数为448题，非常不满意题数为121题，经计算，网点代销者整体满意度为90.02%。依据电子调查问卷，实际回收工作人员有效问卷73份，其中关于对所在单位组织开展的培训工作是否满意这一个满意度问题共计73题，其中：非常满意题数为47题，一般满意题数为18题，无感题数为7题，不太满意题数为1题，非常不满意题数为0题，经计算，培训对象满意度为88.01%。

综上，彩票市场宣传营销运行管理项目实施后，产生了相应的经济效益、社会效益，可持续保障措施健全，服务对象满意度较高。但是，彩票公益金筹集量和福利彩票销售额有待进一步提高。

五、主要经验及做法、存在问题及原因分析

（一）主要经验及做法

1.市场基础不断夯实，实现平稳发展

一是千方百计保销售场所稳定。开展网点星级评定、销售竞赛等活动，全年奖励先进销售网点2134个，采取以奖代补的措施让利基层，进一步稳固销售队伍。编制印发《销售员培训手册》发放网点，提升网点营销能力。**二是**持续网点标准化建设。在近年来统一对网点门面标准化建设基础上，2020年重点对内部背景墙、票种专区、公益专区等统一规划

建设。新建智慧投注站245个，累计建设1066个；累计布设电子宣传屏7121个，进一步提升站内宣传实效。**三是**严格规范市场管理。根据市场新形势，修订了即开票网点管理、户外销售及销售展示柜管理办法，严格票种展示、目标考核，全省即开票进站率达100%。研发电子年审模块，提高投注机年审效率，有效避免僵尸站等情况的发生。同时，可通过此模块实现站点管理责任到人，管理工作精细化更进一步。**四是**积极拓展销售渠道。投放自主终端或兼营设备共189个，在机场、超市及餐饮店等共布设即开票展示柜414台，填补传统销售渠道空白。试点开展销售网点与速递叠加业务，引入新客流，增加销售网点收入，缓解网点经营压力。各地积极响应“地摊经济”号召，推出即开票小推车、地摊桌等出站销售。

2.营销宣传不断创新，品牌形象稳步提升

一是围绕公益宣传，构建覆盖电视台、电台、纸媒、网络等综合性宣传渠道，全年累计刊发报道2000余篇。在三家省级电视台分别开辟《福彩益起来》《豫爱福彩》《福彩益站》公益栏目，共播出41期，为急需救助的贫困群体提供救助资金140多万元，传播福彩公益精神。河南福彩微信公众号粉丝量增长到49万，阅读量达500万；抖音号粉丝20.2万，累计点击量1.5亿。连续五年发布社会责任报告，福彩文化逐步走进百姓生活。**二是**营销活动效果显著。全年开展

8 次营销活动。其中，首次以大宗促销品开展“福彩双色球，每周送汽车”活动，期均销量增长近 10%；开展了 1000 万元赠票促销活动，环比增长 43.62%，单期最高销量 2300 万元，创全省双色球历史新高，活动孵化销量持续稳定。**三是**助力脱贫攻坚。“十三五”期间，省中心开展资助贫困母亲、慈善助学、结对帮扶及“手拉手”共建等活动 13 项，共投入资金 1070 万元。其中，中心党员自发捐款 1.33 万元、自发采购贫困地区农产品 0.7 万元，以实际行动贡献脱贫攻坚福彩力量。

3.管控措施逐步健全，保障全省福彩事业健康发展

一是制定印发《福利彩票重大风险防范化解工作实施方案》，全面梳理了福彩领域各业务、各环节工作，列出了风险描述，制定了 6 类 19 项风险预防和处置措施，有效防范福利彩票重大风险，保障新时代福彩事业健康发展。**二是**持续加强技术系统安全建设。建成较为先进的集群分布式销售管理系统，构建信息中心安全服务体系，切实保障系统安全运行。完成了信息中心建设一期工程，建成了业务级主备模式电脑票生产系统。研发使用“豫彩通”APP，完成电话语音和微信小程序上线工作，支持各票种营销和交叉营销活动创新开展。**三是**严格规范财务管理。按照“保基本、保运转”的原则，精打细算、严把关口过紧日子，把有限的资金用在重点业务。开展 2019 年度全省预算绩效评价，积极配合审

计厅网审、延伸审计，切实提高资金使用效益。开展福彩资金防控机制、内部控制建设情况评价工作，形成《内控评价报告》，并逐一制定了改进措施。同时，河南省福利彩票发行中心被评为省直决算先进单位。

（二）存在问题与原因分析

1.预算编制完整性有待提高，个别绩效指标不够合理

项目预算编制时，子项目预算额度的测算过程不够详细，编制标准不够清晰，如促销活动未明确其编制的标准及项目金额的测算。个别绩效指标设置的不够合理，如时效指标中“宣传活动完成及时性”的指标值为“及时”，不够具体、可衡量性较差；“促销活动次数”（年度指标值为 20 次），实际开展 6 次，指标值设置过高。

原因分析：河南省福利彩票发行中心编制 2020 年彩票市场宣传营销运行管理经费项目预算时，根据历史经验，明确各子项目的资金额度，但未进一步对子项目预算进行细化测算。个别绩效指标设置不够合理的原因：一方面是对于绩效指标的设置原则不够了解，另一方面是受疫情和福彩政策影响，部分项目无法开展，调整为实施其他项目。

2.项目管理制度不够完整有效，制度执行不够合理

根据《河南省福利彩票发行中心工作手册》，省中心依据《彩票管理条例》《彩票管理条例实施细则》，在 2015 年前制定了相应的财务制度和项目管理制度，但缺少对于一

般性项目中4大类项目管理的规定，及未明确绩效评价主体责任的划分情况。各部室在日常工作中均有各自明确的工作职责，但在项目实施时没有明确的职责划分，存在两个部室共同完成一个子项目的情况，如购置小型兼营投注机设备项目由技术部负责购置，电脑票部负责分发，如若项目实施出现问题时无法精准追责。各部室在项目实施过程中会对预算资金进行调整，但未对于预算资金的调整和剩余情况进行记录，使得项目虽已完成但子项目的资金支出和实施内容不够明晰。部分业务部室将合同等相关资料作为报账支撑材料，未备份留存，不便于后期监管合同方是否按约定执行。

原因分析：管理制度的修订完善需要经过不断地征集意见、论证等环节，时间较长，河南省福利彩票发行中心当前正在谋划修订相关管理制度。各业务部室会在本部室预算资金不足的情况下，与财务部沟通，获取更多的项目资金，一般情况下不会关注预算资金是否有剩余的情况。相关部室之前未形成部室要留存完整项目资料的理念，仅关注报账材料是否完整，2021年业务部室已经开始注重留存项目实施的完整资料。

3.受疫情和政策调整影响，个别效益指标不达标

2020年福利彩票销售额为40.6亿，是2019年销售额的62.75%，未达到目标值60亿元及上年销售额的65%；福彩公益金筹集金额为13亿元，是2019年的68.42%，未达到目

标值上年筹集量的70%。

原因分析：受疫情影响，2020年彩票休市时间延长，当年电脑票实际销售天数比2019年减少55天，受疫情管控等客观因素制约，直至彩票复市2个月后所有网点才达到正常开机，恢复日常销售；同时，受政策原因限制，中福在线视频票游戏停售、快开游戏规则大幅度调整、停售，与2019年相比我省福利彩票销量锐减25亿元；另外，2020年经济形势严峻，居民个人可支配收入减少，消费水平降低，个别网点业主无法承担房租费用造成部分站点流失等多种因素叠加，导致彩票销售额下降、彩票公益金筹集量下降。

六、有关建议

（一）提升预算编制的科学性，提高预算绩效管理水平

一是建议各部室在项目预算编报前增加对销售网点、彩民等受益群体的调研次数，加大项目立项前的论证力度，提高项目实施的必要性和合理性，并有依据地编制各类项目预算，提高预算编制的科学性和完整性。**二是**建议省中心一方面要加强各部室业务人员对预算绩效管理的认识，组织相关业务人员学习财政部和省财政厅出台的有关预算绩效的政策文件，提高项目绩效目标的设置水平，达到“谁使用资金，谁编制绩效目标”的目标；另一方面要加强绩效评价的结果应用，积极督促项目实施主体责任，整改项目中存在的不足，同时可以将评价结果应用到以后年度的资金安排中，提高资

金的使用效益。

（二）健全项目各项管理制度，提高日常监督管理水平

一是尽快制定出符合当前项目需求和管理需要的各项管理制度，明确绩效评价工作的职责分工和各部室在项目中的分工情况，从源头上提高财政资金的监管使用水平。**二是**建议各业务部室在预算费用使用的请示中，标明部室计划使用哪类项目资金，及资金预算总额和剩余预算额，便于后期明确项目预算资金的流向。**三是**建议各部室对项目实施资料进行全面、完整的留存档案，包括合同方的确定内容（招标资料或询价资料等）、合同、监管资料、验收及总结资料等。

（三）加大销售网点扶持力度，稳定福利彩票销售水平

一是建议健全培训体系，着重营销能力培训，增强网点营销和自我发展能力。加强对绩差站点整顿，促进网点提档升级。全面梳理网点布局，出现退机时，能及时公召补入，防止大量退机给销量带来影响。**二是**提高网点服务质量。进一步完善公开行为规范和服务承诺，对服务态度、服务能力、服务质量等方面可制定量化考核标准，提升全系统服务质量。加大服务站点力度，指导帮助网点提升营销能力。**三是**从根源上让利基层。在资金使用方面向业务、网点倾斜，可综合运用直补、以奖代补以及配备销售配套设施等措施支持网点发展。

七、其他需要说明的问题

受疫情和福利彩票政策影响，各部室年初预算中设定的项目会有所调整，但未记录相关的增减变动内容，致使无法从项目预算资金的角度开展绩效评价，因此，评价组从项目资金支出的角度开展绩效评价工作。

由于彩票市场宣传营销运行管理经费的支出内容基本上为促销活动、宣传项目及培训活动等的实施，不适宜开展实地调研，因此此次绩效评价工作以核查资料、相关部室基础数据表填报和问卷调查等为主，各部室对所填写基础数据表和提供资料的真实性、准确性负责。

附件：1.评价依据

2.绩效评价指标体系评分表

3.调查问卷报告

2021 年 6 月 8 日

附件 1：评价依据

一、预算绩效类

1.《中华人民共和国预算法》（2018 年修正）；

2.《中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34 号）；

3.《财政部关于印发项目支出绩效评价管理办法的通知》（财预〔2020〕10 号）；

4.《中共河南省委 河南省人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（豫发〔2019〕10 号）；

5.河南省财政厅关于印发《河南省省级预算项目政策事前绩效评估管理办法》等 6 个办法的通知（豫财预〔2019〕176 号）；

6.《河南省省级预算项目支出绩效评价管理办法》（豫财效〔2020〕10 号）；

7.《河南省财政厅关于开展 2020 年度省级预算绩效自评工作的通知》（豫财效〔2021〕1 号）。

二、项目类

1.《彩票管理条例》；

2.《彩票管理条例实施细则》；

3.《国务院关于进一步规范彩票管理的通知》（国发〔2001〕35 号）；

4.《彩票发行销售管理办法》（财综〔2012〕102 号）。

三、资金类

1.《彩票机构财务管理办法》（财综〔2012〕89 号）；

2.《河南省财政厅关于批复 2020 年省直部门收支预算的通知》（豫财预〔2020〕6 号）；

3.《河南省财政厅关于调整省福利彩票发行中心 2020 年彩票业务费的通知》（豫财综〔2012〕40 号）。

附件 2：绩效评价体系综合评分表

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
A 决策 15 分	A1 项目立项 5 分	A101 立项依据充分性	3	项目立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及单位职责，用以反映和考核项目立项依据情况。	评价要点： ①项目立项符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策； ②项目立项符合行业发展规划和政策要求； ③项目立项与职责范围相符，属于单位履职所需； ④项目属于公共财政支持范围，符合省级事权支出责任划分原则； ⑤项目与单位内部相关项目不存在交叉重复。	具备一个得分要素，得到指标分值的 20%。	充分	通用标准	3.00	依据《彩票管理条例》、《彩票管理条例实施细则》、《彩票机构财务管理办法》（财综〔2012〕89 号），彩票资金是彩票销售实现后取得的资金，包括彩票奖金、彩票发行费和彩票公益金，其中彩票机构开展彩票发行销售业务的资金可以用于彩票销售渠道建设、市场宣传推广、广告宣传等，项目立项符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策，符合评价要点①；根据《彩票管理条例实施细则》，河南省福利彩票发行中心负责本行政区域福利彩票销售系统的建设、运营和维护，因此彩票市场宣传营销运行管理经费项目立项符合行业发展规划和政策要求，符合评价要点②；中国福利彩票发行中心的部门职责是实施河南省福利彩票销售系统的建设、运行、维护、数据管理、资金归集结算、销售渠道、场所规划、物流管理和开奖兑奖，以及组织实施河南省福利彩票的形象建设、彩票代销、营销宣传业务，项目立项与职责范围相符，属于单位履职所需，符合评价要点③；根据《彩票管理条例实施细则》，彩票发行机构、彩票销售机构的业务费按月缴入财政专户，实行“收支两条线”管理，其业务费实行省级集中统一管理，符合评价要点④；根据与河南省福利彩票发行中心的访谈，项目与其单位内部相关项目不存在交叉重复，符合评价要点⑤。该指标得满分分值 3 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
A 决策 15 分	A1 项目立项 5 分	A102 立项程序规范性	2	项目的申请、设立过程是否符合相关要求，用以反映和考核项目立项的规范情况。	评价要点： ①项目按照规定的程序申请设立； ②申请、批复的资料符合相关要求； ③事前已经过必要的可行性研究、专家论证、风险评估、绩效评估、集体决策等。	具备要素①和②之一的，得到指标分值的30%；具备要素③，得到指标分值的 40%。	规范	通用标准	2.00	依据《河南省财政厅 关于调整省福利彩票发行中心 2020 年彩票业务费的通知》（豫财综〔2020〕40 号），项目按照规定的程序申请设立，审批文件符合相关要求，符合评价要点①和②；根据访谈和相关会议纪要，事前已经经过了上会讨论、集体决策等，符合评价要点③，该指标得满分分值 2 分。
	A2 绩效目标 5 分	A201 绩效目标合理性	3	项目所设定的绩效目标是否符合实际、切实可行，用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	评价要点： ①项目有绩效目标； ②项目绩效目标与实际工作内容具有相关性； ③项目预期产出和效果符合正常的业绩水平； ④与预算确定的项目资金量相匹配。	具备一个要素得 25%的指标分值；如不具备要素①，该指标分值为0。	合理	通用标准	2.63	根据项目绩效目标表，彩票市场宣传营销运行管理经费有绩效目标，且与实际工作内容相关，符合评价要点①和②；年度总体目标“通过营销宣传完成年度销售任务目标；通过广告宣传，用节目传递福彩的公益精神；通过培训，配合其他部门完成中心年度目标，提升福彩从业人员业务能力”，预期产出和预期效益符合正常的业绩水平，符合评价要点③，但预期产出的数量不够明确，无法判定其是否与预算确定的项目资金量相匹配，扣除评价要点④50%的指标分值，该指标得 2.63 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
A 决策 15 分	A2 绩效目标 5 分	A202 绩效指标明确性	2	依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量等，用以反映和考核项目绩效目标的明细化情况。	评价要点： ①项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标； ②通过清晰、可衡量的指标值予以体现； ③绩效指标的指标值设置符合正常业绩水平，不应设置过高或过低。	具备得分要素①，得到指标分值的40%；具备得分要素②和③，各得到指标分值的 30%。	明确	通用标准	1.40	根据彩票市场宣传营销运行管理经费项目的绩效目标表，项目绩效目标细化分解为 3 个一级指标，6 个二级指标，15 个三级指标，符合评价要点①；绩效目标中大部分指标的可衡量性较好，但是时效指标中“宣传活动完成及时性”的指标值为“及时”、可持续指标中“提升体彩品牌的影响力”的指标值为“提升”，不够具体、可衡量性较差，扣除评价要点②50%的分值；个别指标的指标值设置得较高，如“促销活动次数”，年度指标值为“=20”，主要是受疫情影响，年初预算压减，促销活动次数减少，实际完成值为“6”，指标值设置过高，扣除指标要点③50%的分值。该指标得 1.4 分。
	A3 资金投入 5 分	A301 预算编制科学性	5	项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标是否相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	评价要点： ①预算编制经过科学论证； ②预算内容与项目内容匹配； ③预算额度测算依据充分，且按照标准编制； ④预算确定的项目投资额或资金量与工作任务相匹配。	具备一个得分要素，得到指标分值的 1/4。	合理	通用标准	3.75	根据预算编制说明、访谈及《河南省财政厅 关于调整省福利彩票发行中心 2020 年彩票业务费的通知》（豫财综〔2020〕40 号），河南省福利彩票发行中心将本级支出预算分解为基本支出和项目支出，其中项目支出细化为公用经费支出、彩票市场宣传营销运营经费支出、聘用人员工资及绩效专项支出和设备设施购置及修缮支出，预算编制经过了论证，预算内容与实际实施内容匹配，预算确定的项目资金量与工作任务相匹配，符合评价要点①②③；但预算额度测算过程不够充分，编制标准不够清晰，不符合评价要点④，该指标得 3.75 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
B 过程 25 分	B1 组织实施 12 分	B101 管理制度健全性	3	项目实施单位的财务和业务管理制度是否健全，用以反映和考核财务和业务管理制度对项目顺利实施的保障情况。	评价要点： ①具有相应的财务制度和项目管理制度； ②财务和业务管理制度合法、合规、完整、有效； ③项目实施中各部室职责划分明确、清晰。	具备一个评价要点，得该指标 1/3 的分值。	健全	通用标准	2.25	根据《河南省福利彩票发行中心工作手册》，办公室、财务部、宣传策划部、电脑票部等 10 个部室均在《彩票管理条例》《彩票管理条例实施细则》等政策文件的指导下制定了相应的财务制度和项目管理制度，符合评价要点①，但部分管理制度制定时间过早，需要完善以提高有效性和完整性，扣除评价要点②25%的指标分值；河南省福彩发行中心的各部室在日常工作中均有各自明确的工作职责，但在彩票市场宣传营销运行管理经费等项目实施过程中的职责划分不够明确，存在两个部室完成一个子项目的情况，扣除评价要点③50%的指标分值。该指标得 2.25 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
B 过程 25 分	B1 组织实施 12 分	B102 制度执行有效性	9	项目实施是否符合相关业务管理规定，用以反映和考核业务管理制度的有效执行情况。	评价要点： ①项目实施遵循相关法律法规和相关管理规定； ②项目调整及支出调整手续完备； ③各部室按相关流程实施，清晰了解部室预算资金的使用、调整和剩余情况； ④项目进行有效监控； ⑤各子项目的合同书、验收报告、技术鉴定等资料齐全并及时归档； ⑥项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑落实到位。	具备一个评价要点，得该指标 1/6 的分值。	有效	通用标准	6.75	根据相关资料，项目实施遵循相关法律法规和相关管理规定，符合评价要点①；根据《河南省福利彩票发行中心关于调减 2020 年度预算的申请》《河南省财政厅 关于调整省福利彩票发行中心 2020 年彩票业务费的通知》，项目支出调整手续完备，符合评价要点②；根据访谈，大部分各部室在项目实施过程中按照先确定合同方、签订合同、督促实施、验收等的流程开展项目，但各部室对于预算资金的调整和剩余情况未进行记录，使得项目虽完成但子项目的资金支出和实施内容不够明晰，扣除评价要点③50%的指标分值；根据中期绩效监控表，项目进行了中期监控，但未及时在经费被压减的情况下，将不再开展的项目及时进行预算调整，导致预算调整后的项目预算情况不明确，监控结果没有得到有效的运用，扣除评价要点④50%的指标分值；根据对各部室提供的资料，部分资料留存不够充足，如相关业务部室将签订合同等资料用于报账，未在本部室进行备份留存，后期不便于按合同监管项目的实施，扣除评价要点⑤50%的指标分值；根据相关总结，项目实施人员条件、场地设备、信息支撑落实到位，符合评价要点⑥，该指标得 6.75 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
B 过程 25 分	B2 预算管理 13 分	B201 资金到位率	4	考核有无足额将资金拨付，用以反映和考核资金落实情况对项目实施的总体保障程度。	资金到位率=（实际到位资金/计划投入资金）×100%	资金到位率≦100%，且未对项目开展造成不良影响，得分等于指标分值×资金到位率；资金到位率＜100%，且对项目开展造成不良影响，得分等于 0。	100%	计划标准	4.00	根据《河南省财政厅关于批复 2020 年省直部门收支预算的通知》（豫财预〔2020〕6 号））、《河南省财政厅 关于调整省福利彩票发行中心 2020 年彩票业务费的通知》（豫财综〔2020〕40 号），2020 年 2 月，彩票市场宣传营销运行管理经费到位 8859.52 万元；2020 年 8 月，项目经费调整为 4731.02 万元，资金到位率为 100%，该指标得满分分值 4 分。
		B202 预算执行率	4	项目预算资金是否按照计划执行，用以反映和考核项目预算执行情况。	预算执行率=（实际支出资金/实际到位资金）×100%。	得分等于指标分值×预算执行率	100%	计划标准	4.00	根据财务部提供的项目经费支出情况汇总表，截至 2020 年 12 月 31 日，彩票市场宣传营销运行管理经费实际支出 4731.00 万元，预算执行率约为 100%，该指标得满分分值 4 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
B 过程 25 分	B2 预算管理 13 分	B203 资金使用合规性	5	项目资金使用是否符合相关的财务管理制度规定，用以反映和考核项目资金的规范运行情况。	评价要点： ①按照国家财经法规和财务管理制度以及有关专项资金管理办法的规定进行专项核算； ②资金的使用有完整的审批程序和手续； ③项目开支符合政府预算管理要求； ④符合项目预算批复的用途； ⑤不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。	具备一个评价要点，得到指标分值的 20%。但如不符合评价要点⑤，该指标得分为 0。	合规	通用标准	4.50	根据抽查项目部分凭证和翻阅资料，业务部室项目经费实际支出方向与财务部室记录的支出方向不一致的情况，如根据宣传部填报的基础数据表，广告宣传费用于电视节目宣传、电台广播宣传、新媒体宣传、其他宣传、户外宣传、报纸类宣传、网站类宣传，共计 546.99 万元，但财务部的中心支出情况汇总表中，广告宣传费共计 561.30 万元，可能存在把其他类项目的支出计入了该项目中，不够符合专项资金管理办法的专项核算规定，扣评价要点①50%的分值；资金的使用有完整的审批程序和手续；项目采购方式有招标、单一来源采购等形式，符合政府预算管理要求和项目预算批复的用途，暂未发现截留、挤占、挪用、虚列支出等情况，符合评价要点②③④⑤，该指标得 4.50 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
C 产出 30 分	C1 产出数量 16 分	C101 广告宣传活动完成情况	2	考察是否按计划完成电视节目类、电台广播类、新媒体类、其他类、临时宣传类工作，反映产出数量的实现程度。	评价要点： ①完成电视频道福彩公益栏目≥3 档； ②在广播电台上发布广告的次数≥6 次； ③发布广告的新媒体软件≥3 家； ④完成其他宣传活动； ⑤开展户外宣传类活动的次数≥6 次； ⑥开展宣传活动的报纸≥1 种； ⑦开展宣传活动的网站≥1 个。	具备一个评价要点，得该指标的 1/7 分值。	完成	计划标准	2.00	根据宣传部提交的基础数据表，2020 年期间省福彩发行中心开展了公共频道福彩公益专栏、民生频道福彩公益专栏、都市频道福彩公益专栏，符合评价要点①；在河南电台教育广播、音乐广播上发布过 2 次广告，在交通广播上发布过 1 次广告，并在河南广播电视台信息广播上开展了福彩专题栏目，符合评价要点②；在百度 APP、今日头条、福彩官微上发布广告，符合评价要点③；也完成了其他宣传活动，符合评价要点④；在高铁东站进站口、中原福塔广场两侧、郑州火车站进站口、地铁站地铁频道、绕城高速路口、紫荆山广场大屏幕上进行广告宣传；符合评价要点⑤；在河南日报头版专栏上发布 2 篇专刊，符合评价要点⑥；在河南福彩官网上进行综合报道，符合评价要点⑦。该指标得满分分值 2 分。
	C1 产出数量 16 分	C102 营销推广活动完成情况	7	考察是否按计划完成传统电脑票促销活动、购买小型设备、开奖、即开票促销活动、在线票促销活动、省直营厅促销活动工作，反映产出数量的实现程度。	评价要点： ①开展促销活动次数≥20 次； ②购买小型兼营投注设备≥50 台； ③在电视栏目上录制开奖栏目。	具备评价要点①，得指标分值的 5/7，具备评价要点②③之一的，得指标分值的 1/7。	完成	计划标准	3.50	根据各部室提交的基础数据表，2020 年期间省福彩发行中心开展了 1 次传统电脑票促销活动、1 次在线票促销活动和 4 次即开部促销活动，扣除评价要点①14/20 的指标分值；购买了 50 台小型兼营投注机设备，符合评价要点②；在河南电视台都市频道上录制了 313 期的开奖栏目，符合评价要点③。该指标得 3.5 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
C 产出 30 分	C1 产出数量 16 分	C103 彩票销售渠道建设和运行维护完成情况	7	考察是否按计划完成省直管在线销售厅业务运营、港区分中心运营、系统维护、专线通讯、仓储物流、培训、支付质保金、法律顾问与诉讼、项目招标评审、审计工作，反映产出数量的实现程度。	评价要点： ①保障省直管销售厅和港区分中心的正常运行； ②保障福彩内部系统和设备的正常运行； ③保障福彩的电脑票系统专线和在线票系统专线的正常运行； ④完成 2020 年度仓储物流工作； ⑤组织开展福彩培训活动的次数≥8 次； ⑥完成 2020 年度质保金支付的工作； ⑦完成相关诉讼案件、资产评估，财务绩效评估、决算、审计、内审和资产年报编报等工作。	具备一个评分要点，得该指标分值得 1/7。	完成	计划标准	6.50	根据访谈，省直管销售厅和港区分中心在 2020 年期间保持正常运行和完成各项工作，符合评价要点①；根据技术部、电脑票部和在线即开票部提供的验收资料，2020 年期间福彩维护并保障了内部系统和设备、电脑票系统专线和在线票系统专线能够正常运行，符合评价要点②③；根据各部室提供的基础数据表，2020 年电脑票部、即开票部和政策法规部的仓库和物流都能够正常运行，符合评价要点④；培训中心共开展了 4 次培训活动，扣除评价要点⑤50%的指标分值；根据基础数据表和相关资料，技术部和即开票部都已经完成了质保金的支付，政策法规部和财务部完成了相关诉讼案件、资产评估，财务绩效评估、决算、审计、内审和资产年报编报等工作，符合评价要点⑥⑦。该指标得 6.50 分。
	C2 产出质量 9 分	C201 广告宣传活动开展达标率	2	考察广告宣传活动是否按照合同规定进行开展，反映产出质量的实现程度。	评价要点： 广告宣传活动开展达标率率=按合同规定开展的广告宣传活动个数/广告宣传活动总数×100%	得分等于指标分值×广告宣传活动开展达标率	100%	计划标准	2.00	根据基础数据表，2020 年省福彩发行中心共开展了 25 个广告宣传活动，按合同规定开展的广告宣传活动有 25 个，广告宣传活动开展达标率=25/25×100%=100%，该指标得满分分值 2.00 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
C 产出 30 分	C2 产出质量 9 分	C202 促销活动区域覆盖率	4	考察促销活动的开展是否覆盖完全规定区域，反映产出质量的实现程度。	评价要点： 促销活动审查合格率=开展促销活动的网点个数/规定开展促销活动的网点总个数×100%	得分等于指标分值×促销活动区域覆盖率。	100%	计划标准	4.00	根据基础数据表，2020 年度福彩开展促销活动的网点所在区域共覆盖了 18 个省辖市，按规定开展促销活动的网点所在区域应覆盖 18 个省辖市，促销活动审查合格率=18/18×100%=100%，该指标得满分分值 4.00 分。
		C203 彩票销售渠道建设和运行维护质量达标情况	3	考察彩票销售渠道建设和运行维护工作是否按照既定的标准实施，反映产出质量的实现程度。	评价要点： ①电脑票系统专线和在线票系统专线建设达标率为 100%； ②培训合格率达到既定标准； ③系统维护验收合格率为 100%。	具备一个评价要点，得指标分值的 1/3。	100%	计划标准	2.50	根据电脑票系统专线的验收资料和在线视频监控通讯费实施方案及考核，电脑票系统专线和在线票系统专线达到使用标准，符合评价要点①；根据基础数据表，每次培训都进行了考核，且培训合格率都达到了既定的标准，但没有相关资料进行支撑，扣除评价要点②50%的指标分值，根据相关验收资料，生产系统、管理系统及终端设备、即开型福彩销售展示柜、运营管理系统（OMIS）、OA 办公系统、机房设备、信息中心安全服务均已验收且验收符合规定，符合评价要点③。该指标得 2.50 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
C 产出 30 分	C3 产出时效 5 分	C301 广告宣传活动完成及时率	2	考察广告宣传活动是否及时开展，反映产出时效的实现程度。	评价要点： ①电视节目类宣传活动及时开展； ②电台广播类宣传活动及时开展； ③新媒体类宣传活动及时开展； ④其他宣传活动及时开展； ⑤户外宣传活动及时开展； ⑥报纸类宣传活动及时开展； ⑦网站类宣传活动及时开展。	具备一个评价要点，得该指标的1/7 分值。	100%	计划标准	2.00	根据相关播出证明和验收资料，截至 2020 年 12 月 31 日，电视类、电台广播类、新媒体类、其他宣传、户外宣传、报纸类和网站类宣传活动均已按照合同规定开展，部分宣传活动已实施完成，如：公共频道福彩公益专栏等，还有一些宣传活动按照合同规定正在开展直至合同期结束，如：河南广播电视台信息广播福彩专题栏目《福彩大赢家》等，符合评价要点①②③④⑤⑥⑦，该指标得满分分值 2 分。
		C302 促销活动完成及时率	2	考察促销活动是否及时开展，反映产出时效的实现程度。	评价要点： 完成及时率=按计划开展的促销活动次数/开展的促销活动总次数×100%	得分等于指标分值×完成及时率	100%	计划标准	2.00	根据 2020 年双色球赠票促销活动情况报告、即开票部 2020 年工作总结及 2021 年工作安排、中福在线促销活动总结考核表和基础数据表，2020 年期间省福彩发行中心开展的 6 次促销活动（1 次传统电脑票促销活动、1 次在线票促销活动和 4 次即开部促销活动）均在计划时间内完成，另外，“庚子鼠”即开型福利彩票促销活动为减轻疫情对销售网点的影响，时间延长至 4 月 15 日 24:00，因此完成及时率为 100%，该指标得满分分值 2 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
C 产出 30 分	C3 产出时效 5 分	C303 培训活动开展及时率	1	考察培训活动是否按时开展，反映产出时效的实现程度。	评价要点： 开展及时率=按计划开展的培训活动次数/开展的培训活动总次数×100%	得分等于指标分值×开展及时率	100%	计划标准	1.00	根据培训中心的基础数据表，2020 年度共开展了 4 次培训活动，且均已按计划开展，开展及时率=4/4×100%=100%，该指标得满分分值 1 分。
D 效益 30 分	D1 经济效益 4 分	D101 福利彩票销售额	4	考察 2020 年度福利彩票销售额是否达到计划的销售额，反映经济效益的实现程度。	评价要点： ①2020 年福利彩票销售额≥60 亿元； ②2020 年销售额≥上年销售额 65%。	具备一个评价要点，得该指标分值的 50%。	≥60 亿元	计划标准	1.35	根据河南省福利彩票发行中心 2020 年工作总结及 2021 年工作安排，2020 年福利彩票销售额为 40.60 亿元，扣除评价要点①32.33%的分值；2019 年和 2020 年我省福利彩票销售额分别为 64.70 亿元和 40.60 亿元，2020 年福利彩票销售额为 2019 年的 62.75%，低于 65%，不符合评价要点②，该指标得 1.35 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
D 效益 30 分	D2 社会效益 11 分	D201 公益金筹集金额	4	考察公益金筹集金额是否达到预期水平，反映经济效益的实现程度。	评价要点： ①2020 年河南省福彩公益金筹集金额≥13 亿元； ②彩票公益金筹集量≥上年筹集量 70%。	具备一个评价要点，得该指标分值的 50%。	≥13 亿元	计划标准	2.00	根据河南省福利彩票发行中心 2020 年工作总结及 2021 年工作安排，2020 年河南省福彩公益金筹集金额为 13 亿元，符合评价要点①；2019 年和 2020 年我省福利彩票筹集公益金分别为 19 亿元和 13 亿元，2020 年福利彩票公益金筹集量为 2019 年的 68.42%，不符合评价要点②，该指标得 2 分。
		D202 福彩品牌的影响力提升情况	3	考察福彩对社会的影响力是否提升，反映可持续影响的实现程度。	评价要点： ①开辟《福彩益起来》等公益栏目，为急需救助的贫困群体提供救助资金； ②发布社会责任报告，福彩文化走进百姓生活； ③开展慈善救助活动。	具备一个评价要点，得该指标分值的 1/3。	提升	计划标准	3.00	2020 年省福彩中心在三家省级电视台分别开辟《福彩益起来》《豫爱福彩》《福彩益站》公益栏目，共播出 41 期，为急需救助得贫困群体提供救助资金 140 多万元，传播福彩公益精神，符合评价要点①；发布《2019 河南福利彩票社会责任报告》，展示了福彩文化内涵，通过展示阳光福彩、特色活动、诚信站点等，让更多人了解福彩、参与福彩公益，符合评价要点②；“十三五”期间，河南省福利彩票发行中心开展资助贫困母亲、慈善助学等活动 13 项，中心党员自发捐款 1.33 万元、自发采购贫困地区农产品 0.7 万元，以实际行动贡献脱贫攻坚福彩精神，符合评价要点③，该指标得满分分值 3 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
D 效益 30 分	D2 社会效益 11 分	D203 网点营销能力提升情况	4	考察网点营销能力是否提升，反映可持续影响效益的实现程度。	评价要点： ①全省福利彩票销售场所稳定； ②网点标准化建设能力提升； ③全省福彩市场严格规范； ④销售渠道不断拓展。	具备一个评价要点，得该指标分值的 25%。	提升	计划标准	4.00	2020 年河南省福彩机构开展网点星级评定、销售竞赛等活动，全年奖励先进销售网点 2134 个，采取以奖代补的措施让利基层，进一步稳固销售队伍；编制印发《销售员培训手册》发放网点，提升网点营销能力，全省福彩销售场所稳定，符合评价要点①；2020 年在近年来统一网点门面标准化建设基础上，重点对内部背景墙、票种专区、公益专区等统一规划建设；新建智慧投注站 245 个，累计建设 1006 个；累计布设电子宣传屏 7121 个，进一步提升站内宣传实效，符合评价要点②；2020 年河南省福利彩票发行中心修订了即开票网点管理、户外销售及销售展示柜管理办法，修订了即开票网点管理、户外销售及销售展示柜管理办法，严格票种展示、目标考核，全省即开票进站率达 100%，符合评价要点③；投放自主终端或兼营设备共 189 个，在机场、超市及餐饮店等共布设即开票展示柜 414 台，填补传统销售渠道空白；试点开展销售网点与速递叠加业务，引入新客流，增加销售网点收入，缓解网点经营压力；各地积极响应“地摊经济”号召，推出即开票小推车、地摊桌等出站销售，符合评价要点④，该指标得满分分值 4 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
D 效益 30 分	D3 可持续影响 8 分	D301 投注终端数量	2	考察 2020 年度福彩投注终端数量与上年的对比情况，反映可持续影响效益的实现程度。	评价要点： 2020 年投注终端数量≥上年数量的 80%	具备评价要点，该指标得满分分值，否则，每低于 80%一个百分点，扣除指标分值的 5%。	≥上年数量的 80%	绩效目标表	2.00	根据省福彩发行中心提供的资料，2019 年底和 2020 年底投注终端机数量分别为 9892 台和 9385 台，2020 年投注终端机数量是 2019 年投注终端机数量的 94.87%。该指标得满分分值 2 分。
		D302 彩票销售网点数量	2	考察 2020 年彩票销售网点数量与上年的对比情况，反映可持续影响效益的实现程度。	评价要点： 2020 年彩票销售网点数量≥上年数量的 80%	具备评价要点，该指标得满分分值，否则，每低于 80%一个百分点，扣除指标分值的 5%。	≥上年数量的 80%	绩效目标表	2.00	省福彩发行中心 2019 年底和 2020 年底彩票销售网点数量分别为 9892 个和 9385 个，2020 年彩票销售网点数量是 2019 年的 94.87%。该指标得满分分值 2 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
D 效益 30 分	D3 可持续影响 8 分	D303 信息化建设健全情况	4	考察福彩机构的信息化建设是否健全，反映可持续影响效益的实现程度。	评价要点： ①完成信息中心安全服务； ②完成信息中心系统建设； ③完成新机房系统建设； ④完成 OMIS 办公系统维护。	具备一个评价要点，得该指标分值的 25%。	提升	计划标准	4.00	根据河南省福利彩票发行中心 2020 年工作总结及 2021 年工作安排，福彩建成较为先进的集群分布式销售管理系统，构建信息中心安全服务体系，切实保障系统安全运行，完成了信息中心建设一期工程，建成了业务级主备模式电脑票生产系统，符合评价要点①②；根据 2020 年巡检及维护数据汇总，机房设备做到了定期到现场维护巡检一次，全年巡检 48 次，处理紧急设备故障 12 次，更换配件 10 次，对于长假前后都提前做好安全检查，以便确保设备运行正常，符合评价要点③；根据办公系统巡检记录，福彩每月都对办公系统进行巡检，且办公系统中的短信收发、Web 版三方服务、数据库运行环境等均无异常，符合评价要点④。该指标得满分分值 4 分。
	D4 服务对象满意度 7 分	D401 购彩者满意度	2	考察购彩者对福利彩票机构的满意度，反映服务对象满意指标的实现程度。	满意度=[(非常满意×100%+比较满意×75%+无感×50%+比较不满意×25%+非常不满意×0%)]/满意度问题回答总数×100%	满意度达到 80%得满分，每降低 1%扣除指标分值的 10%，直至扣完为止。	80%	计划标准	2.00	依据电子调查问卷，实际回收购彩者有效问卷 2494 份，满意度问题共计 12470 题，其中：非常满意题数为 9617 题，一般满意题数为 2279 题，无感题数为 385 题，不太满意题数为 142 题，非常不满意题数为 47 题，经计算，购彩者整体满意度为 92.66%，大于目标值 80%，该指标得满分分值 2 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值	指标解释	指标说明	评分标准及评分规则	目标值	目标值来源	得分	评价意见
D 效益 30 分	D4 服务对象满意度 7 分	D402 网点代销者满意度	3	考察网店代销者对福利彩票机构的满意度，反映服务对象满意指标的实现程度。	满意度=[(非常满意×100%+比较满意×75%+无感×50%+比较不满意×25%+非常不满意×0%)]/满意度问题回答总数×100%	满意度达到80%得满分，每降低1%扣除指标分值的10%，直至扣完为止。	80%	计划标准	3.00	依据电子调查问卷，实际回收网点代销者有效问卷 3163 份，满意度问题共计 15815 题，其中：非常满意题数为 11113 题，一般满意题数为 3781 题，无感题数为 352 题，不太满意题数为 448 题，非常不满意题数为 121 题，经计算，网点代销者整体满意度为 90.02%，大于目标值 80%，该指标得满分分值 3 分。
		D403 培训对象满意度	2	考察培训对象对福利彩票机构的满意度，反映服务对象满意指标的实现程度。	满意度=[(非常满意×100%+比较满意×75%+无感×50%+比较不满意×25%+非常不满意×0%)]/满意度问题回答总数×100%	满意度达到80%得满分，每降低1%扣除指标分值的10%，直至扣完为止。	80%	计划标准	2.00	依据电子调查问卷，实际回收工作人员有效问卷 73 份，其中关于对所在单位组织开展的培训工作是否满意这一个满意度问题共计 73 题，其中：非常满意题数为 47 题，一般满意题数为 18 题，无感题数为 7 题，不太满意题数为 1 题，非常不满意题数为 0 题，经计算，培训对象满意度为 88.01%，大于目标值 80%，该指标得满分分值 2 分。
整体评价			**100**						**85.13**	

附件 3：调查问卷报告

通过问卷调查，了解项目相关利益群体及工作人员对项目实施的真实感受，真正体现公共支出绩效评价“为群众服务”的理念。

一、调查对象

根据评价目的，本次问卷调查对象共分三类：购彩者、网点代销者和福彩工作人员。

二、调查内容

根据调研对象的不同，评价组分别设置问题，调查问卷可分为基础信息、基本问题、满意度问题及开放性问题四个部分。

购彩者调查问卷内容包括：

1.基础信息主要是考察购彩者性别、年龄、文化程度等情况；

2.基本问题主要是考察购彩频率、每次购彩费用、采购缘由、采购方式等情况；

3.满意度问题主要是考察对网点店面形象、宣传渠道和力度、彩票销售设备、销售人员服务态度以及所在地区福彩机构开展的营销活动的满意度等情况；

4.开放性问题是当前河南省福利彩票事业的发展还存在的问题以及改进建议。

网点代销者调查问卷内容包括：

1.基础信息主要是考察网点代销者性别、年龄、文化程度等情况；

2.基本问题主要是考察从事彩票销售的时间、所在网点购彩者的主要类型、所在网点销售量最多的福利彩票种类、所在网点销售量最少的福利彩票种类、所在网点福利彩票的月销售额等情况；

3.满意度问题主要是考察对2020年度的疫情防控补贴、福利彩票终端机的质量、所在地区福利机构工作人员的服务态度、所在地区福彩机构开展的营销活动以及所在地区福彩机构开展的宣传活动的满意度等情况；

4.开放性问题是当前河南省福利彩票事业的发展还存在的问题以及改进建议。

福彩工作人员调查问卷内容包括：

1.基础信息主要是考察福彩工作人员性别和职务等情况；

2.满意度问题主要是考察对所在单位的管理制度、办公类经费维持部门或单位正常运转情况、所在单位的职工等级评定、所在单位的工资待遇、所在单位组织开展的培训工作、所在单位的考核制度、所在单位购置设备的使用情况以及所在单位办公用品的使用情况的满意度等情况；

3.开放性问题是当前河南省福利彩票事业的发展还存在的问题以及改进建议。

三、调查方式与时间安排

本次调查采用网上电子问卷调查。采用网上问卷调查方式，向购彩者、网点代销者和福彩工作人员发放电子问卷，其次由调查对象进行在线填写并提交；最后回收电子问卷并进行统计分析。

根据评价进度，项目组将问卷调查的时间安排在 5 个工作日内。

四、调查结果分析

（一）被调查样本代表性分析

1、有效问卷回收率

本次调研发放购彩者问卷 2800 份，发放网点代销者问卷 2800 份，发放福彩工作人员问卷 100 份。购彩者实际回收有效问卷 2494 份，有效问卷回收率 89.07%，网店代销者实际回收有效问卷 3163 份，有效问卷回收率 112.96%，福彩工作人员实际回收有效问卷 73 份，有效问卷回收率 73%。在定量资料审核中，就问卷调查而言，有效问卷回收率在 30%左右的资料仅作参考；在 50%左右，可采纳建议；达到 70%，可作为得出研究结论的依据。据此，本次调研回收的有效问卷达 100%，具有较强的代表性与可信度，可作为研究报告的依据。

2、调查对象的多样性与广泛性

本次问卷调查对象具有广泛性的特征。

总数为2494的购彩者样本中，其中样本包含性别：男、女，占比分别是71.49%、28.51%；样本覆盖18-30岁、31-45岁、46-60岁、60岁以上，占比分别为15.92%、51.12%、30.51%、2.45%；样本的文化程度包括初中及以下、高中/中专、大专/本科、研究生及以上，占比分别是29.43%、47.71%、22.21%、0.64%。

总数为3163的网店代销者样本中，其中样本包含性别：男、女，占比分别是52.48%、47.52%；样本覆盖18-30岁、31-45岁、46-60岁、60岁以上，占比分别为8.06%、51.44%、38.32%、2.18%；样本的文化程度包括中专及以下、大专、本科、研究生及以上，占比分别是67.5%、27.03%、5.37%、0.09%。

总数为73的福彩工作人员的样本中，其中样本包含性别：男、女，占比分别是52.05%、47.95%；样本的职务包括业务人员、财务人员、其他人员，占比分别是34.25%、9.59%、56.16%。

综合以上分析，本次调研对象基本涵盖了不同年龄、不同性别、不同职务，同时具有较高的有效问卷回收率，说明此次调查样本具有足够的代表性，能够很好地反应总体特征。

（二）基本问题分析

1、购彩者基本问题分析

（1）针对购买福利彩票的频率，19.33%的购彩者会定期购买，47.59%的购彩者会经常购买，16.52%的购彩者会偶尔购买，16.56%的购彩者会天天购买。数据表明大多数购彩者的购彩频率相对较高。调查具有一定的代表性。详情见附表 1。

附表 1：购买福利彩票的频率

选项	小计	比例
A.定期购买	482	19.33%
B.经常购买	1187	47.59%
C.偶尔购买	412	16.52%
D.天天购买	413	16.56%
本题有效填写人次	2494	

（2）针对每次购买福利彩票的花费，81.92%的购彩者每次购彩时花费 2-50 元（含），14.07%的购彩者每次购彩时花费 50-100 元(含),2.17%的购彩者每次购彩时花费 100-200 元（含），1.84%的购彩者每次购彩时花费 200 元以上。数据表明大部分购彩者每次购彩时花费的金额并不太大。详情见附表 2。

附表 2：每次购买福利彩票的费用

选项	小计	比例
A.2-50 元（含）	2043	81.92%
B.50-100 元（含）	351	14.07%
C.100-200 元（含）	54	2.17%
D.200 元以上	46	1.84%

选项	小计	比例
本题有效填写人次	2494	

（3）针对购买福利彩票的理由，45.95%的购彩者是因为中大奖而购买福利彩票，36.41%的购彩者是为福利事业而购买福利彩票，9.54%的购彩者是因为从众心理而购买福利彩票，8.1%的购彩者则是因为其他原因而购买福利彩票。数据表明绝大多数的购彩者购彩的理由是中大奖或为福利事业做贡献。详情见附表 3。

附表 3：购买福利彩票的理由

选项	小计	比例
A.中大奖	1146	45.95%
B.为福利事业做贡献	908	36.41%
C.从众心理	238	9.54%
D.其他	202	8.10%
本题有效填写人次	2494	

（4）针对了解福利彩票的方式，88.69%的购彩者是通过彩票销售网点的方式来了解福利彩票，1%的购彩者是通过户外广告的方式来了解福利彩票，1.96%的购彩者是通过电视或广播的方式来了解福利彩票，3.05%的购彩者是通过网络的方式来了解福利彩票，1.6%的购彩者是通过线下营销活动的方式来了解福利彩票，3.69%的购彩者是通过其他的方式来了解福利彩票。数据表明彩票销售网点是绝大多数购彩者了解福利彩票的方式，也表明了彩票销售网点的营销活动

取得了一定的成效。详情见附表 4。

附表 4：了解福利彩票的方式

选项	小计	比例
A.彩票销售网点	2212	88.69%
B.户外广告	25	1.00%
C.电视或广播	49	1.96%
D.网络	76	3.05%
E.线下营销活动	40	1.60%
F.其他方式	92	3.69%
本题有效填写人次	2494	

2、网点代销者基本问题分析

（1）针对网点代销者从事福利彩票销售工作的时间，6.67%的网点代销者的从业时间为 1 年及以下，29.28%的网点代销者的从业时间为 1 年-5 年（含），29.91%的网点代销者的从业时间为 5 年-10 年（含），34.14%的网点代销者的从业时间为 10 年以上。数据表明问卷调查的网点代销者覆盖面较广，覆盖 1 年及以下、1-5 年、5-10 年、10 年以上的网点代销者，且 1 年以上的网点代销者较多，调研结果更能反映市场的真实性，具有一定的代表性。详情见附表 5。

附表 5：从事福利彩票销售工作的是时间

选项	小计	比例
A.1 年及以下	211	6.67%
B.1 年-5 年（含）	926	29.28%
C.5 年-10 年（含）	946	29.91%

选项	小计	比例
D.10 年以上	1080	34.14%
本题有效填写人次	3163	

（2）针对所在销售网点消费的购彩者的主要类型，15.59%的购彩者是熟客，1.83%的购彩者是散客，82.58%的购彩者是两者均有。以上数据表明所在销售网点消费的购彩者的主要类型大多同时包含熟客和散客两者。详情见附表 6。

附表 6：所在销售网点消费的购彩者的主要类型

选项	小计	比例
A.熟客	493	15.59%
B.散客	58	1.83%
C.两者均有	2612	82.58%
本题有效填写人次	3163	

（3）针对所在销售网点销量最多的福利彩票的种类，91.34%的代销者表明销量最多的福利彩票种类是电脑型，2.81%的代销者表明销量最多的福利彩票种类是中福在线型，5.85%的代销者表明销量最多的福利彩票种类是网点即开型。表明绝大多数的销售网点销售最多的是电脑型的福利彩票。详情见附表 7。

附表 7：所在销售网点销量最多的福利彩票的种类

选项	小计	比例
A.电脑型	2889	91.34%
B. 中福在线型	89	2.81%
C. 网点即开型	185	5.85%

选项	小计	比例
本题有效填写人次	3163	

（4）针对所在销售网点销量最少的福利彩票的种类，13.78%的代销者表明销量最少的福利彩票种类是电脑型，35.03%的代销者表明销量最少的福利彩票种类是中福在线型，51.19%的代销者表明销量最少的福利彩票种类是网点即开型。数据表明在大多数销售网点中，中福在线型和网点即开型的福利彩票销量较差。详情见附表 8。

附表 8：所在销售网点销量最少的福利彩票的种类

选项	小计	比例
A.电脑型	436	13.78%
B. 中福在线型	1108	35.03%
C. 网点即开型	1619	51.19%
本题有效填写人次	3163	

（5）针对所在销售网点福利彩票月均销售额，63.55%的销售网点福利彩票月均销售额是 5 万以下，31.96%的销售网点福利彩票月均销售额是 5-10 万，3.7%的销售网点福利彩票月均销售额是 10-15 万，0.79%的销售网点福利彩票月均销售额是 15 万以下。数据表明大多数的销售网点的月均销售额在 5 万一下。详情见附表 9。

附表 9：所在销售网点福利彩票月均销售额

选项	小计	比例
A.5 万以下	2010	63.55%
B.5-10 万	1011	31.96%

选项	小计	比例
C.10-15 万	117	3.70%
D.15 万以上	25	0.79%
本题有效填写人次	3163	

（三）满意度问题分析

根据调查问卷数据信息反馈，调查对象的满意度如下：

（1）购彩者总体满意度为 92.66%。分项来看，对福利彩票网点销售人员服务态度的满意度最高，为 96.72%，对福利彩票宣传渠道和宣传力度的满意度最低，为 90.26%。由此建议福彩机构在今后的年度里可以拓宽宣传渠道和加大宣传力度。各分项满意度情况详见附表 10。

附表 10：购彩者满意度分析

题号	购彩者满意度问题	非常满意	一般满意	无感	不太满意	非常不满意	满意度
1	您对所在地区销售网点的店面形象及环境是否满意？	2010	422	40	16	6	94.25%
2	您对福利彩票宣传渠道和宣传力度是否满意？	1765	558	111	48	12	90.26%
3	您对销售网点的彩票销售辅助设备是否满意？	1849	509	104	25	7	91.78%
4	您对福利彩票网点销售人员服务态度是否满意？	2202	259	31	2	0	96.72%
5	您对所在地区福彩机构开展的营销活动是否满意？	1791	531	99	51	22	90.28%
合计		9617	2279	385	142	47	92.66%

（2）网点代销者总体满意度为 90.02%。分项来看，对所在地区福彩机构工作人员的服务态度的满意度最高，为 94.72%，对 2020 年度的疫情防控补贴的满意度最低，为

86.56%。由此建议在今后的工作中，福彩机构可以优化相关的程序，适当缩减下达补贴的时间和增加补贴金额。各分项满意度情况详见附表 11。

附表 11：网点代销者满意度分析

题号	网点代销者满意度问题	非常满意	一般满意	无感	不太满意	非常不满意	满意度
1	您对 2020 年度的疫情防控补贴是否满意？	1989	864	129	146	35	86.56%
2	您对福利彩票终端机质量情况是否满意？	2054	923	42	110	34	88.36%
3	您对所在地区福彩机构工作人员的服务态度是否满意？	2664	406	38	34	21	94.72%
4	您对福彩机构组织开展的营销活动是否满意？	2181	811	69	83	19	89.93%
5	您对福彩机构组织开展的宣传活动是否满意？	2225	777	74	75	12	90.53%
合计		11113	3781	352	448	121	90.02%

（3）福彩工作人员总体满意度为 87.41%。分项来看，对办公类经费维持部门或单位正常运转的情况的满意度最高，为 92.12%，对所在单位的工资待遇的满意度最低，为 73.97%。由此建议福彩机构适当提高所在单位的工资待遇与增加福利。各分项满意度情况详见附表 12。

附表 12：福彩工作人员满意度分析

题号	福彩工作人员满意度问题	非常满意	一般满意	无感	不太满意	非常不满意	满意度
1	您对所在单位的管理制度是否满意？	49	20	3	1	0	90.07%
2	您对办公类经费维持部门或单位正常运转的情况是否满意？	51	21	1	0	0	92.12%
3	您对所在单位的职工等级评定是否满意？	44	24	1	4	0	86.99%
4	您对所在单位的工资待遇是否满意？	32	24	3	10	4	73.97%
5	.您对所在单位组织开展的培训工作是否满意？	47	18	7	1	0	88.01%

题号	福彩工作人员满意度问题	非常满意	一般满意	无感	不太满意	非常不满意	满意度
6	您对所在单位员工考核制度是否满意？	41	26	4	2	0	86.30%
7	您对所在单位购置设备的使用情况是否满意？	49	22	2	0	0	91.10%
8	您对所在单位办公用品的使用情况是否满意？	51	18	3	1	0	90.75%
合计		**364**	**173**	**24**	**19**	**4**	**87.41%**

（四）主观问题分析

对调查问卷中河南省福利彩票事业的发展还存在的问题以及改进建议进行汇总分析，主要概括如下：

问题：

1.快乐 8 没有全面普及和快开彩停售，导致站点销量下滑。

2.福彩机构的管理体制存在某些问题，比如专业技术岗绩效设置不合理，超过普通职工太高，甚至超过管理岗位。福彩中心是事业单位，不是科研单位，专业技术岗人员并没有发挥应有的作用和价值的体现。

3.品牌的知名度还有所欠缺。

建议：

1.希望加强年轻干部和业务骨干职业能力培养和培训。

2.希望增加宣传活动和营销活动的次数，加大宣传力度，同时加大宣传福利彩票公益金的社会意义和具体援助工作，提升福彩品牌知名度和社会认可度。

3.建议继续优化绩效考核制度，通过量化指标实实在在

做到按劳分配和平衡专业技术岗绩效设置。

4.建议加快福彩机构的管理体制改革步伐，建立能者上，庸者下机制，全省福彩系统管理人员尽快实施绩效挂钩。

5.希望能多出新票种，多了解一线员工和投注站人员的想法，对游戏的看法和出谋献策以便于提高销量。

6.建议让所有站点开展快乐 8 游戏，并增加彩票种类和玩法，打开市场，以便提高福彩销量。

7.建议提高福利彩票销售提点，加大奖励力度，多开展回馈彩民的活动，以提高代销者和购彩者的积极性。