

## 项目绩效自评报告

资金名称：体育彩票市场营销及渠道建设项目

预算单位：广东省体育彩票中心（公章）

填报人姓名：

联系电话：

填报日期：

## 目录

一、基本情况.....	- 1 -
(一) 项目背景.....	- 1 -
(二) 项目内容.....	- 1 -
(三) 预算管理情况.....	- 2 -
1. 2021年项目预算安排情况.....	- 2 -
2. 预算执行情况.....	- 3 -
3. 资金管理情况.....	- 4 -
(四) 项目绩效目标设置情况.....	- 4 -
1. 项目绩效目标.....	- 4 -
2. 项目绩效指标.....	- 5 -
(五) 项目实施情况.....	- 6 -
1. 彩票游戏营销.....	- 6 -
2. 彩票销售渠道建设.....	- 7 -
(一) 自评分数.....	- 8 -
(二) 项目资金使用绩效.....	- 8 -
1. 项目资金支出情况.....	- 8 -
2. 项目绩效目标完成情况.....	- 9 -
3. 项目分用途使用绩效.....	- 13 -
(三) 项目存在的问题.....	- 15 -
1. 预算调整幅度大，项目统筹力度不足.....	- 15 -
2. 销售渠道建设可持续效果不理想.....	- 16 -

3. 项目绩效目标设置不够科学、有效...	19	-
三、改进意见.....	20	-
(一) 加强统筹规划，提升预算编制科学性	20	-
(二) 多措并举帮扶销售机构健康稳定发展	20	-
(三) 优化绩效目标设置，加强绩效约束...	20	-
附件1 项目绩效自评指标评分表.....	22	-

## 一、基本情况

### （一）项目背景

依据《彩票管理条例》，省、自治区、直辖市人民政府民政部门、体育行政部门依法设立的福利彩票销售机构、体育彩票销售机构，分别负责本行政区域的福利彩票、体育彩票销售工作。为保障体彩销售机构运行和发展的需要，广东省体育彩票中心（以下简称“我中心”）依据年度工作计划、《广东省体育彩票星级网点管理暂行办法》、《广东体育彩票星级网点评定方案》等文件，设立体育彩票市场营销及渠道建设项目（以下简称“项目”）。主要目的在于深入推进体育彩票销售渠道转型升级，进一步稳定销售规模、提升渠道效益，从而为体育彩票事业高质量发展奠定基础。

### （二）项目内容

根据《项目绩效目标申报表》，项目内容主要包括以下三大类：

一是根据年度电脑型体育彩票游戏销售计划，结合上级相关要求，开展相关电脑型体育彩票营促销活动。主要由电彩部负责开展，具体包括积极应对高频游戏退市、竞彩强化监管、竞彩销售名额缩减等市场变化，组织“体彩大乐透1500万元大赠票”等大乐透销售促销活动等。

二是根据年度即开型体育彩票游戏销售计划，结合上级相关要求，开展相关即开型体育彩票营促销活动。主要由即

开部负责开展，具体包括开展“金牛贺岁”即开促销活动等赠票活动及“即开票品牌推广活动暨中国体育彩票·2021广东省三人篮球联赛”、“第三届广东体彩即开票手工艺作品创意制作大赛”等宣传活动。

三是根据近三年广东省体育彩票销售渠道建设情况，如促销活动数量、物资供应数量、服务保障措施需求等，开展销售网店建设、扶持工作，推进销售渠道稳定提质增效。主要由市场部开展，具体包括星级实体店评定、优秀实体店评选、2021年“送温暖”困难业主销售员慰问等活动。

### （三）预算管理情况

#### 1. 2021年项目预算安排情况

根据《2021年度省体彩中心部门预算批复表-部门预算项目支出及其他支出预算表》，该项目2021年初预算安排8,047.00万元。根据《广东省财政厅关于调剂安排省体彩中心2021年部门预算项目支出的通知》（粤财综〔2021〕42号），项目于2021年10月调减预算1,742.41万元，实际下达项目年度预算6,304.59万元。调整后各子项目的预算情况如下表。

表1-1 项目预算安排表

单位：万元

部门	明细项目名称	年初预算金额	年度预算金额	预算调整比例
体彩部	北京单场游戏营销活动	2,000.00	0.00	-100.00%
	大乐透游戏营销活动	2,500.00	3,035.39	21.42%

	新人群赠票拓新	500.00	39.23	-92.15%
	广东体彩服务号运维	40.00	40.00	0.00%
	7星彩赠票活动	-	614.01	100%
	补结算营销活动资金	-	0.96	100%
即开部	全省即开票促销活动费用	1,000.00	960.00	-4.00%
	“中国体育彩票”广东三人篮球赛暨即开票品牌推广活动	150.00	150.00	0.00%
市场部	彩票销售渠道建设费	100.00	78.70	-21.30%
	彩票销售渠道建设费——95086客服中心	57.00	57.00	0.00%
	2020年优秀实体店评选	575.00	575.00	0.00%
	星级网点扶持	1,125.00	754.30	-32.95%
合计		8,047.00	6,304.59	-21.65%

## 2. 预算执行情况

根据《2021年项目预算执行情况表》，该项目2021年实际支出5,941.96万元，结余资金362.62万元，预算执行率为

94.20%。项目资金主要用于营销活动费用及渠道建设费用。其中，营销活动费用支出4,418.35万元，占比74.36%；渠道建设费用支出1,523.61万元，占比25.64%。

### **3. 资金管理情况**

该项目严格依据《彩票管理条例》、《广东省体育彩票中心预算管理制度》（2021年修订）、《关于印发〈广东省体育彩票中心票据管理制度〉的通知》（粤体彩财〔2021〕21号）、《广东省体育彩票中心经费支出管理制度》（2020年修订）等相关规定执行，确保体育彩票市场营销及渠道建设项目资金管理使用依法依规。

#### **（四）项目绩效目标设置情况**

##### **1. 项目绩效目标**

该项目2021年度绩效目标为：围绕“做负责任的、可信赖的、健康持续发展的国家公益彩票”发展目标，结合总局体彩中心的整体部署，加强责任彩票的建设，树立体育彩票的良好形象，做负责任的公益彩票。保障本省销售系统及各业务系统平台运转顺畅，彩票物资、宣传物料等供应顺利，保障和规范销售网点合法销售体育彩票，保证我省体育彩票销售业务工作的顺利开展。完成年度销量目标任务160亿元，筹集彩票公益金41亿元，完成体彩销售网点年末数量达到13,000个，预算支出率达到90%，支出及时率达到80%。使我

省体育彩票保持良好、健康的发展。

## 2. 项目绩效指标

根据《项目绩效目标申报表》，该项目2021年度共设置7个产出指标，4个效果指标，具体情况如下表1-2所示：

表1-2 项目绩效指标表

一级指标	二级指标	三级指标	当年度指标值
产出指标	数量指标	体育彩票年销售量（亿元）	160
		支出率	90%
		支出及时率	80%
		体育彩票年公益金筹集量（亿元）	41
		体育彩票销售网点年末数量	1,3000
	质量指标	机构正常运行	保障本省销售系统及各业务系统平台运转顺畅，彩票物资、宣传物料等供应顺利，保障和规范销售网点合法销售体育彩票，保证我省体育彩票销售业务工作的顺利开展
时效指标	开设、调整、停止彩票游戏前向社会发布公告及时率	100%	
效益指标	经济效益指标	体育彩票年公益金筹集量	≥ 上年筹集量85%
	社会效益指标	安全责任事故	≤ 0.1%
	可持续性影响指标	对我省体彩事业发展的影响	积极
	服务满意度指标	彩民满意度	≥ 90%



## **（五）项目实施情况**

### **1. 彩票游戏营销**

#### **（1）电脑型**

一是结合总局中心的派奖活动，于2021年4月14日（开售）至5月19日实施了“体彩大乐透1,500万元大赠票”自主营销活动。购彩者购买超级大乐透彩票，单张单期彩票票面金额符合指定条件的（分三档次），即可获得对应的超级大乐透机选赠票奖励（分别为6元/18元/63元）。

二是结合总局中心“体彩新春季”主题品牌营销活动部署，于2021年12月27日至2022年2月19日开展“体彩大乐透不中奖也有奖全新升级”活动。活动期间，购彩者在广东体彩实体店购买超级大乐透彩票，单票单期票面金额符合指定条件且不中奖的，可获得对应金额的赠票。

三是根据2021年中国体育彩票品牌营销整体规划，于2021年8月27日至2021年10月10日开展“7星彩派奖和450万元大赠票”活动，省内购彩者可享受双重回馈，购买指定金额单期单票不中奖，皆可获得相应赠票，购买指定金额单期单票中奖金低于活动赠票金额，亦可补足差额赠票。

#### **（2）即开型**

营销活动方面，根据《广东省体育彩票中心关于开展“新春购彩季广东体彩送双重好礼”营销活动的请示》（粤体彩电〔2021〕24号）等文件，我中心开展了“体彩新春季广东

体彩送双重好礼营销”、“顶呱刮经典大团圆，千万元赠票来加料”、“顶呱刮虎虎生威迎亚青400万元彩票大赠送”等活动，向购彩者发放赠票，带动总体销量的提升。

宣传活动主要借助体育赛事和公众活动进行宣传，开展了即开票品牌推广活动暨中国体育彩票·2021广东省三人篮球联赛，累计完成赛事3,059场，覆盖全省21个地市。通过现场体验和线上宣传，推动体彩公益形象和篮球运动的普及推广。并结合即开型彩票独特载体优势，组织开展了第三届广东体彩即开票手工艺作品创意制作大赛。各市分区赛活动共收到237个作品，各市最终报送参加全省赛的作品共62件。

## 2. 彩票销售渠道建设

一是为优化渠道管理体系，持续开展星级实体店评定，从规范、服务、销售三方面加强评定、考核。2021年评选出三星级以上实体店3,502个，比2020年增加247个，1,012个星级实体店公益金筹集量超过100万元。

二是为肯定贡献、树立典型、共同进步，组织优秀实体店评选活动。2021年设置公益贡献500强、大乐透销售100强、即开销售100强、连锁渠道公益贡献单位四个奖项。我中心全年下发扶持奖励560.10万元，并为全省8,000个公益贡献超过10万元的实体店颁发了公益证书。

## 二、自评情况

## （一）自评分数

基于《项目支出绩效自评表》，我中心认为，该项目绩效自评评分为**95.31分**，自评等级为“**优秀**”。项目总体完成了预期绩效目标和指标，资金使用合规，2021年广东省体育彩票销量和公益金筹集位居全国第一。但不足的是，项目预算调整幅度大、项目统筹力度不足，销售渠道建设可持续效果不理想。针对上述问题，我中心将加强项目统筹力度，加大对销售机构的扶持和引导力度。

## （二）项目资金使用绩效

### 1. 项目资金支出情况

该项目实际支出5,941.96万元，年度预算执行率为94.25%。从子项目支出情况来看，大部分子项目的预算执行情况较好，但“全省即开票促销活动费用”子项的预算执行率较低，仅有66.88%，结余预算资金317.97万元，占项目预算结余总资金的87.69%。

经分析，该部分资金预算执行率较低的原因主要为，预算实际支出情况受营销活动实际销量、赠票实际发生量影响较大，在预算编制阶段未能根据往期营销活动情况对预算支出规模进行合理测算。同时，未根据实际执行情况对预算规模进行有效调整。2021年9月，该子项的预算规模为1,000万元，实际支出338.41万元，序时预算执行率为33.84%，与序时进度的差异为-41.16%。但截至2021年底，该子项调剂后

的预算规模为960万元，实际支出642.03万元，未根据实际支出情况调整预算安排，预算执行情况不理想，主要原因是营销活动资金跨年度结算。

## 2. 项目绩效目标完成情况

### (1) 总体绩效目标完成情况

总体来看，项目绩效目标基本达成，2021年广东省体育彩票销量和公益金筹集位居全国第一。为筹集公益资金，促进体育、公益事业发展，带动和服务经济社会发展作出了积极贡献。一是2021年广东省销售体育彩票216.84亿元，完成目标的135.53%；筹集公益金55.33亿元，完成目标的134.95%；截至2021年底，全省体育彩票销售网点数量为13,305个，完成目标的102.35%。二是项目预算执行率94.25%，整体支出及时率达80%。

但个别子项目存在支出进度滞后的情况，如“全省即开票促销活动费用”，截至2021年12月底，预算执行率为66.88%。同时，社会网点频繁退站、经营效益一般、社会申请积极性不够高、网点拓展难的现象仍然存在，项目实施效益和可持续效果有待进一步提高。

### (2) 绩效指标完成情况

#### ① 产出指标

**数量指标。**一是2021年度全省体育彩票销售额216.84亿元，超额完成不低于160亿元的目标，目标完成率为135.53%；

二是项目预算执行率94.25%，整体支出及时率达80%，基本完成目标，但个别子项目预算执行情况不理想；三是2021年全省共计筹集公益金55.33亿元，超额完成筹集量不低于41亿元的目标，目标完成率为134.95%；四是2021年末全省体育彩票销售网点数量达到13,305个，超额完成不低于13,000个的目标，目标完成率为102.35%；

**质量指标。**2021年，全省销售系统及各业务平台运转较为顺畅，彩票物资、宣传物料等供应顺利。仓储中心安全管理到位，即开票配送效率稳步提升，管理服务系统平台功能完善。但社会网点频繁退站、经营效益一般、社会申请积极性不够高、网点拓展难的现象仍存在。受疫情及经济社会环境影响，2021年即开社会网点数量为696个，同比上年减少1,318个；电彩专营店数量对比2020年减少486个。

**时效指标。**2021年末未发生开设、调整、停止彩票游戏的相关事件，开设、调整、停止彩票游戏前向社会发布公告及时率100%，完成目标。

## ②效益指标

**经济效益指标。**2021年全省共计筹集公益金55.33亿元，2020年全省共筹集公益金44.24亿元，2021年公益金筹集量为2020年的125%。超额完成彩票公益金筹集量不低于上年筹集额85%的目标，目标完成率为147.06%。

**社会效益指标。**实现了零安全事故，完成了安全责任事故小于等于0.1%的目标，目标完成率为100%。

**可持续性影响指标。**2021年全省体育彩票销量和公益金筹集位居全国第一，省内彩票销售市场份额57.26%，创历史新高；销售实体店保持14,001个，提供就业岗位近3万个，创造就业收入17亿元，代扣代缴个人偶然所得税5.18亿元，为筹集公益资金，促进体育、公益事业发展，带动和服务经济社会发展作出了积极贡献。

**服务满意度指标。**在对各地市开展公共服务满意度问卷调查中，收回有效调查问卷321份，平均满意度评分为93.84分，彩民满意度达到了93.84%，目标完成率为104.27%。

**表2-1 项目绩效指标及完成情况**

一级指标	二级指标	三级指标	当年度指标值	实际完成值	偏差说明
产出指标	数量指标	体育彩票年销售量（亿元）	160	216.84	已完成
		支出率	90%	94.25%	已完成
		支出及时率	80%	整体预算支出较为及时，但个别子项目存在支出进度滞后的情况。如“全省即开票促销活动费用”，截至2021年12月底，预算执行率为66.88%。	“全省即开票促销活动费用”等部分子项目支出进度不理想。
		体育彩票年公益金筹集量（亿元）	41	55.33	已完成
		体育彩票销售网点年末数量	13,000	13,305	已完成

	质量指标	机构正常运行	保障本省销售系统及各业务系统平台运转顺畅,彩票物资、宣传物料等供应顺利,保障和规范销售网点合法销售体育彩票,保证我省体育彩票销售业务工作的顺利开展	全省销售系统及各业务平台运转较为顺畅,彩票物资、宣传物料等供应顺利。但社会网点频繁退站、经营效益一般、社会申请积极性不够高、网点拓展难的现象仍存在。	基本完成,销售机构运作质量、积极性和稳定性仍有待提高
	时效指标	开设、调整、停止彩票游戏前向社会发布公告及时率	100%	100%	已完成
效益指标	经济效益指标	体育彩票年公益金筹集量	≥ 上年筹集量85%	2020年全省共筹集公益金44.24亿元,2021年公益金筹集量为2020年的125%。	已完成
	社会效益指标	安全责任事故	≤ 0.1%	未发生安全责任事故	已完成
	可持续性影响指标	对我省体彩事业发展的影响	积极	2021年全省体育彩票销量和公益金筹集位居全国第一,省内彩票销售市场份额57.26%,创历史新高;销售实体店保持14,001个,提供就业岗位近3万个,创造就业收入17亿元,代扣代缴个人偶然所得税5.18亿元,为筹集公益资金,促进体育、公益事业发展,带动和服务经济社会发展作出了积极贡献。	已完成
	服务满意度指标	彩民满意度	≥ 90%	93.84%	已完成

### 3. 项目分用途使用绩效

#### (1) 彩票游戏营销

总体来看，全省全年销售体育彩票216.84亿元，较上年增长32.56%，高于全国平均增幅近十一个百分点，其中概率型彩票销售58.58亿元、竞猜型彩票销售129.26亿元、即开型彩票销售28.99亿元，除竞彩游戏外，其他游戏销售量创历史新高，游戏产品结构持续优化，全省完成体育彩票销售兑奖132.28亿元。

#### ① 电脑型彩票营销

2021年全省电彩销量187.19亿元，同比增长27.95%，增幅高于全国水平10.25个百分点。其中概率型销售58.6亿元，同比下降23.58%，竞猜型销售129.26亿元，同比增长82.9%。受高频退市影响，概率型彩票销量下降，但其它游戏销量均为正增长。全省7星彩销量3.04亿元，同比增长65.9%，在概率型游戏中增幅最高。并且在江苏、浙江等2020年没有销售7星彩的情况下，我省增幅仍高于全国水平5.62个百分点。销量占全国比例9.74%，排名全国第三名。且除竞彩以外，增幅都高于全国水平，电彩发展健康平稳。

从活动效益来看，“体彩大乐透1500万元大赠票”营销活动派奖期间，全省大乐透销量增长21.9%，单期、单周、单月销量再创新高。增幅排名全国第20名，对比2020年派奖提升4名。其中赠票期间，大乐透销量增幅23.35%，高于非



赠票期间水平5.22个百分点，可见即使在派奖推高了销量的情况下，赠票活动仍然进一步提升了大乐透的销量水平，起到良好的促进作用。8月27日开展了7星彩派奖，结合派奖的契机，我省配套同步开展了450万元赠票活动。活动期间我省7星彩累计销售2,902万元，环比大幅增长193.4%，增幅高于全国水平94.51个百分点，增幅排名全国第5名。7星彩票数增长49%，全省有81%的实体店销量正增长。

## ②即开型彩票营销

2021年广东省即开票销售28.99亿，占全国体彩即开票销售总量的11.06%，销量位居全国第一；销量同比增加12.75亿元，同比增长78%；广东市场占有率41.37%，同比下降1.14%。

从活动开展效益来看，“翻倍赢家送金条”促销活动3月15日开启，截止4月11日共中出金条49根（实际兑出47根），活动票销量7,276.44万元，带动总销量达到2.77亿元，日均销量988万元，环比增长55%。在促销活动的带动下，3月份广东顶呱刮销量达2.9亿元，创以往单月销量新高。4月29日至6月3日开展“顶呱刮经典大团圆，千万元赠票来加料”即开票营销活动。截至5月24日赠票金额达到1,019.052万元，活动根据规则提前结束。活动票销量2.30亿元，带动总销量达到2.71亿元，日均销量1,041万元，在活动前日均841万元高销量基础上环比增长24%。

## （2）彩票销售渠道建设

2021年全省电彩实体店13,305个,较2020年减少431个;其中专营9,368个、较2020年减少486个,兼营3,937个、较2020年增长55个,全省销售渠道基本维持了规模稳定。全省实体店合计代销收入达到17.01亿元,较2020年增长4.28亿元,为保就业、稳增长、促民生作出了体育彩票的社会贡献。

2021年共评选出三星级以上实体店3,502个,设置公益贡献500强、大乐透销售100强、即开销售100强、连锁渠道公益贡献单位四个奖项。优秀实体店成绩突出,全省700个优秀实体店销售37.38亿元,全省销量占比22.85%;公益500强店均公益金贡献163.80万元,大乐透100强店均销售大乐透148.21万元,即开票100强店均销售即开票144.93万元。在渠道日常管理中,优秀实体店发挥了引领带头作用;评优争先文化得到推崇与认同,带动大家你追我赶,促进了全省渠道质量的全面提升。

### **(三) 项目存在的问题**

#### **1. 预算调整幅度大,项目统筹力度不足**

一方面,项目总预算调整幅度较大。项目年初预算批复金额为8,047万元,2021年10月调减预算1,742.41万元,实际下达项目年度预算6,304.59万元,预算调整幅度为21.65%。且12个子项目中共有8个子项发生预算调整,占比66.67%。另一方面,子项目间预算调剂频繁。如“7星彩赠票活动”子项分别从“大乐透游戏营销活动”子项和“新人群赠票拓

新”子项中调剂了110万元和300万元，并从其他二级项目的子项“广东竞猜APP擂台赛项目”中调剂40万元。

**从客观原因上看**，由于部分活动如“7星彩赠票活动”是配合上级部门活动而开展的，活动计划具有临时性、创新性，过往没有本地同类活动的经验和预算编制情况作为参考，我中心在年初预算编制时无法准确测量该子项预算金额。**从主观原因上看**，我中心对项目统筹力度不足，营销活动预算编制的精细度有待提升。由于项目涉及即开部、电彩部和市场部三个部门，彩票游戏营销和彩票销售渠道建设两个支出方向，在工作方案制定和预算编制上的统筹难度较大。同时，赠票营销活动的实际支出规模与彩票销量挂钩，支出进度波动性较大，对预算编制科学性的要求较高。综上，导致各部门未能在年初根据上一年度各类型、各渠道彩票销售数据和营销活动支出规模，对当年度各类营销活动的预计发生费用进行合理测算。

## **2. 销售渠道建设可持续效果不理想**

一是专营店及社会网点经营压力大，开拓壮大效果不理想。2021年即开社会网点数量为696个，同比上年减少1318个；电彩专营店数量对比2020年减少486个。原因主要有二：一方面，实体店布局政策不明朗。随着未成年人保护法的实施、竞争启动行业连锁渠道的布局、各方关于彩票政策的调整等因素，渠道拓展的压力日益增加。另一方面，受疫情的

影响和经营成本的上升，加上各项游戏政策的调整，专营店缺少持续提升生存能力的支撑，专营店规模逐渐减少。即开票渠道特别是社会网点因单点盈利不高，同时又受网点与学校距离限制影响，各市社会网点开拓效果整体不佳，全年新建数量仅为154个。

二是区域间销售渠道发展不均衡，扶持奖励政策有待完善。在疫情时有反复和实体经济不够景气的环境下，尽管我中心开展了困难、低销量网点帮扶工作及网点销售扶持活动。但全省社会网点发展不均衡，频繁退站、经营效益一般、社会申请积极性不够高的现象仍然存在，阻碍彩票销售渠道的均衡、可持续发展。以各地市即开社会网点数为例，2020年东莞市共有即开社会网点580个，占全省比重的28.80%，但2021年骤减为20个，比重下降至2.87%；河源、汕头、潮州等地2021年的网点数量仅为1个，汕尾市2021年的网点数量为0，而深圳市的网点数量为133个，地区间发展差异明显，部分地区销售渠道发展困境突出。

**表2-2 2020-2021年广东省各地市即开社会网点数量情况**

序号	地市	2021年	占比	2020年	占比	较上年增减	2021年新建
1	潮州	1	0.14%	2	0.10%	-1	
2	东莞	20	2.87%	580	28.80%	-560	3
3	佛山	32	4.60%	142	7.05%	-110	25
4	广州	93	13.36%	407	20.21%	-314	36
5	河源	1	0.14%	1	0.05%	0	
6	惠州	64	9.20%	170	8.44%	-106	8
7	江门	21	3.02%	3	0.15%	18	20

8	揭阳	5	0.72%	10	0.50%	-5	1
9	茂名	16	2.30%	10	0.50%	6	10
10	梅州	7	1.01%	3	0.15%	4	5
11	清远	9	1.29%	28	1.39%	-19	7
12	汕头	1	0.14%	11	0.55%	-10	
13	韶关	3	0.43%	44	2.18%	-41	
14	深圳	133	19.11%	221	10.97%	-88	5
15	顺德	32	4.60%	60	2.98%	-28	2
16	阳江	3	0.43%	4	0.20%	-1	2
17	云浮	94	13.51%	91	4.52%	3	4
18	湛江	12	1.72%	44	2.18%	-32	7
19	肇庆	62	8.91%	52	2.58%	10	12
20	中山	12	1.72%	9	0.45%	3	7
21	珠海	75	10.78%	77	3.82%	-2	
22	汕尾	0	0.00%	45	2.23%	-45	
<b>合计</b>		<b>696</b>	<b>100.00%</b>	<b>2014</b>	<b>100.00%</b>	<b>-1318</b>	<b>154</b>

### 3. 项目绩效目标设置不够科学、有效

一是项目绩效指标设置未能充分反映项目实际，总体绩效目标设置较为笼统。由于该项目内容分为彩票游戏营销和彩票销售渠道建设两大方面，应分别从营销活动对销量的拉动作用和渠道建设工作对提升实体店销售积极性、经营水平的效果进行绩效考核。但项目所设置数量指标为“体育彩票年公益金筹集量”、“体育彩票销售网点年末数量”、“体育彩票年销售量”，时效指标为“开设、调整、停止彩票游戏前向社会发布公告及时率”，与项目实际实施内容关联度较低，绩效引导和约束作用不足。

二是部分绩效指标设置有效性不足，指标值设置偏低。一方面，“支出及时率”指标的目标值为“80%”、“预算支出率”指标的目标值为90%，即允许有20%的预算资金不按时支出、10%的资金不支出，容错范围过大。从实际情况来看，项目年度预算执行率为94.25%，“全省即开票促销活动费用”子项的预算执行率较低，仅有66.88%，结余预算资金317.97万元，绩效指标对资金支出的约束力度不足。另一方面，2021年度设置的绩效指标中，定量指标全部超额完成目标任务，其中年度体育彩票销量指标完成率为135.53%，体育彩票公益金筹集量指标完成率为134.95%。绩效指标的预期目标值设置偏低，不利于充分发挥绩效约束、引导作用。

### 三、改进意见

#### **（一）加强统筹规划，提升预算编制科学性**

在项目年初预算编制阶段，应根据上一年度营销活动实施情况和资金支出进度，对当年度营销活动销量进行测算，从而提高预算规模和支出进度计划的科学性。同时，对各部门的营销活动进行统筹规划，从活动形式、覆盖面、目标受众等角度出发，对全年度即开型、电彩型彩票的营销工作进行整体设计。进一步提升营销形式的丰富性、创新性，并从全年营销活动开展时间段布局合理性的角度，对各项营销活动进行排布、整合，营造良好的市场促销范围。

#### **（二）多措并举帮扶销售机构健康稳定发展**

一方面，进一步稳定渠道规模，积极向上级行政机关争取政策支持，做好《未成年人保护法》落地实施工作，尽可能降低对现有渠道的影响。另一方面，优化渠道结构，加强兼营渠道精细化管理，提升渠道效益，因地制宜推进优质兼营渠道和商业综合体实体店拓展。继续提升渠道质量，做好专营实体店帮扶工作，通过优化星级评定、举办年度评优、开展交流学习、游戏培训帮扶等措施，巩固专营店优势地位。

#### **（三）优化绩效目标设置，加强绩效约束**

一是从项目实际工作内容出发，设置充分反映项目产出及效益的总体绩效目标。建议将总体绩效目标调整为：围绕“做负责任的、可信赖的、健康持续发展的国家公益彩票”

发展目标，结合总局体彩中心整体部署，全面加强责任彩票、队伍、渠道、品牌、产品建设，树立体育彩票的良好形象。完成即开型、电彩型彩票营销活动，星级实体店评定、优秀实体店评选活动等销售渠道建设工作。保障本级体育彩票销售业务工作的顺利开展，促进各类彩票销量稳定提升，销售网点数量不出现大幅下降，使我省体育彩票保持良好、健康的发展。

二是优化绩效指标设置。建议将数量指标调整为：“营销活动次数”、“宣传活动参与人次”、“评选活动开展次数”等，依据当年度项目实施方案设定。建议质量指标调整为“营销计划完成率”、“网点数量稳定率”等，依据当年度项目实施子项目对应质量标准设定。建议将成本指标设置为“支出率”。建议将时效指标调整为“按期支付完成率”、“开设、调整、停止彩票游戏前向社会发布公告及时率”、“任务完成及时率”等，根据依据当年度项目实施对应时效标准设定。建议将经济效益指标调整为“体育彩票年公益金筹集量（亿元）”、“体育彩票年销售量（亿元）”、“营销活动提升销量情况”等，依据因项目实施产生的经济效益设定。并参考相关历史数据、行业标准、计划标准等，科学设定指标值。在考虑可实现性的基础上，尽量从严、从高设定指标值，充分发挥绩效目标对项目执行的引导约束和控制作用。



## 附件1 项目绩效自评指标评分表

项目绩效自评指标评分表						
填报单位名称：广东省体育彩票中心					金额单位：万元	
基本情况	项目名称	体育彩票市场营销及渠道建设项目	评价年度	2021	评价金额	5,941.96
	联系人		联系电话		联系邮箱	
	实施文件依据	《彩票管理条例》、《广东省体育彩票星级网点管理暂行办法》、《广东体育彩票星级网点评定方案》等文件			所属“财政事权”名称	彩票销售管理
资金情况	资金安排情况	预算计划安排	8,047			
		实际分配下达	省本级	6,304.59	转移支付至市县	
	资金使用情况	实际支出金额	省本级		转移支付至市县	

	绩效目标情况	预期总体目标	<p>围绕“做负责的、可信赖的、健康持续发展的国家公益彩票”发展目标，结合总局体彩中心的整体部署，加强责任彩票的建设，树立体育彩票的良好形象，做负责的公益彩票。保障本省销售系统及各业务系统平台运转顺畅，彩票物资、宣传物料等供应顺利，保障和规范销售网点合法销售体育彩票，保证我省体育彩票销售业务工作的顺利开展。完成年度销量目标任务160亿元，筹集彩票公益金41亿元，完成体彩销售网点年末数量达到13,000个，预算支出率达到90%，支出及时率达到80%。使我省体育彩票保持良好、健康的发展。</p>	是否如期实现预期总体目标	<p>2021年广东省销售体育彩票216.84亿元，筹集公益金55.33亿元，销量和公益金筹集位居全国第一。为筹集公益资金，促进体育、公益事业发展，带动和服务经济社会发展作出了积极贡献。截至2021年底，全省体育彩票销售网点数量为13305个，项目预算执行率94.25%，整体支出及时率达80%。但个别子项目存在支出进度滞后的情况，如“全省即开票促销活动费用”，截至2021年12月底，预算执行率为66.88%。同时，社会网点频繁退站、经营效益一般、社会申请积极性不够高、网点拓展难的现象仍然存在，项目实施效益和可持续效果有待进一步提高。</p>
--	--------	--------	--	--------------	---

指标评分表

评价指标						评价年度 预期 值	评价年度 实现值	自评分数	未达标原因分 析	评分标准	参考佐证材料
一级指标		二级指标		三级指标							
名称	权重 (%)	名称	权重 (%)	名称	权重(%)						
过程	20	资金管理	12	资金支出率	12			11.31	资金支出率为94.25%。	主要依据“支付额/预算额度*100*指标权重”计算核定得分，同时综合考虑工作进度，以及是否垫资或履行支付手续而影	1-1.《2021预算执行情况表》 1-2.《体育彩票市场营销及渠道建设项目-预算

										响支出率等因素适当调整最后得分。	执行情况表》
		事项管理	8	监管有效性	8			6	2021年，全省出现了三次网点即开票被盗事件，网点被盗仍未能杜绝，处理过程中也反映出地市应急意识不够强、上报省中心协助处理时效性不够、后续跟进不够重视等问题。2021年东莞网点还出现了保安区被二次覆膜的即开票，并被投诉至媒体报道，一定程度上影响到彩票的公信力及社会形象。	各级业务主管部门按规定对项目建设或方案实施开展有效的检查、监控、督促整改的，得满分；否则，视情况扣分。	1-3.《即开部2021年工作总结》
产出	40	数量指标	各项指标	体育彩票年销售量（亿元）	6	160	216.84	6	已完成	1.定量指标：自评分数=评价年度实现值/评价年	2-1.《广东体彩2021年工作总结
				支出率	6	90%	94.25%	6	已完成		

			权重 =40/ 指标 总数	支出及时率	6	80%	整体预算支出较为及时，但个别子项目存在支出进度滞后的情况。如“全省即开票促销活动费用”，截至2021年12月底，预算执行率为66.88%。	5	“全省即开票促销活动费用”等部分子项目支出进度不理想。	度预期值*指标权重*100; 2.定性指标:根据指标完成情况分为“全部或基本达成预期指标”、“部分达成预期指标并具有一定效果”、“未达成预期指标且效果较差”三挡,分别按照80%(含)-100%、60%(含)-80%、0-60%填写完成比例。自评分数=完成比例*指标权重*100。	暨2022年工作计划》; 2-2.《广东体彩实体店建设情况(2021年12月)》; 2-3.《省中心即开部2021年中央转移支付项目执行调查问卷》
				体育彩票年公益金筹集量(亿元)	5	41	55.33	5	已完成		
				体育彩票销售网点年末数量	6	13,000	13,305	6	已完成		

		质量指标		机构正常运行	6	<p>保障省销售及业务系统平台运转顺畅,彩票物资、宣传物料等供应顺利,保障规范销售网点合法销售彩票,保证</p> <p>全省销售及业务平台运转较为顺畅,彩票物资、宣传物料等供应顺利。但社会网点频繁退站、经营效益一般、社会申请积极性不够高、网点拓展难的现象仍存在。</p>	5	基本完成,销售机构运作质量、积极性和稳定性仍有待提高。	
--	--	------	--	--------	---	---	---	-----------------------------	--

						我 省 体 育 彩 票 销 售 业 务 工 作 的 顺 利 开 展					
		时效指 标		开设、调整、停止彩票游戏 前向社会发布公告及时率	5	100%	100%	5	已完成		
效益	40	经济效 益指标	10	体育彩票年公益金筹集量	各项指 标权重 =40/指 标总数	≥上 年筹 集量 85%	2020年全 省共筹集 公益金 44.24亿 元，2021 年公益金 筹集量为 2020年的 125%。	10	已完成		
		社会效 益指标	10	安全责任事故		≤ 0.1%	未发生安 全责任事 故	10	已完成		

		可持续影响指标	10	对我省体彩事业发展的影响	积极	2021年全省体育彩票销量和公益金筹集位居全国第一，省内彩票销售市场份额 57.26%，创历史新高；销售实体店保持 14,001 个，提供就业岗位近3万个，创造就业收入17亿元，代扣代缴个人偶然所得税5.18亿元，为筹集公益资金，促进	10	已完成		
--	--	---------	----	--------------	----	---	----	-----	--	--

						体育、公益事业发展，带动和服务经济社会发展作出了积极贡献。				
		服务对象满意度指标	10	彩民满意度	≥90%	93.84%	10	已完成		
<b>合计:</b>	<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>95.31</b>			
<b>存在问题与改进措施:</b>										
<p>存在问题:</p> <p>1. 预算调整幅度大，项目统筹力度不足: 一方面，项目总预算调整幅度较大。项目年初预算批复金额为8,047万元，2021年10月调减预算1,742.41万元，实际下达项目年度预算6,304.59万元，预算调整幅度为21.65%。另一方面，子项目间预算调剂频繁。反映出项目统筹力度不足，营销活动预算编制科学性欠佳。</p> <p>2. 销售渠道建设可持续效果不理想: 一是专营店及社会网点经营压力大，开拓壮大效果不理想。2021年即开社会网点数量为696个，同比上年减少1318个；电彩专营店数量对比2020年减少486个。二是区域间销售渠道发展不均衡，扶持奖励政策有待完善。</p> <p>3. 项目绩效目标设置不够科学、有效 一是项目绩效指标设置未能充分反映项目实际，总体绩效目标设置较为笼统。二是部分绩效指标设置有效性不足，指标值设置偏低，不利于充分发挥绩效约束、引导作用。</p>						<p>改进措施:</p> <p>1. 加强统筹规划，提升预算编制科学性: 在项目年初预算编制阶段,应根据上一年度营销活动实施情况和资金支出进度,对当年度营销活动销量进行测算。同时,对各部门的营销活动进行统筹规划,从活动形式、覆盖面、目标受众等角度出发,对全年度即开型、电彩型彩票的营销工作进行整体设计。</p> <p>2. 多措并举帮扶销售机构健康稳定发展: 一方面,进一步稳定渠道规模,积极向上级行政机关争取政策支持,尽可能降低对现有渠道的影响。另一方面,优化渠道结构,加强兼营渠道精细化管理,提升渠道效益,因地制宜推进优质兼营渠道和商业综合体实体店拓展。</p> <p>3. 优化绩效目标设置,加强绩效约束: 一是从项目实际工作内容出发,设置充分反映项目产出及效益的总体绩效目</p>				



	<p>标。二是优化绩效指标设置。并参考相关历史数据、行业标准、计划标准等，科学设定指标值。在考虑可实现性的基础上，尽量从严、从高设定指标值，充分发挥绩效目标对项目执行的引导约束和控制作用。</p>
--	--