

陕西省福利彩票发行中心

2024年度部门决算

保密审查情况：已审查

主要负责人审签情况：已审签

目 录

第一部分 部门概况

- 一、部门主要职责及内设机构
- 二、部门决算单位构成
- 三、部门人员情况

第二部分 2024年度部门决算情况说明

- 一、收入支出决算总体情况说明
- 二、收入决算情况说明
- 三、支出决算情况说明
- 四、财政拨款收入支出决算总体情况说明
- 五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明
- 六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明
- 七、政府性基金预算财政拨款收入支出决算情况说明
- 八、国有资本经营预算财政拨款支出决算情况说明
- 九、财政拨款“三公”经费及会议费、培训费支出决算情况说明
- 十、机关运行经费支出情况说明
- 十一、政府采购支出情况说明
- 十二、国有资产占用及购置情况说明
- 十三、预算绩效情况说明

十四、其他需要说明的情况

第三部分 2024年度部门决算表

一、收入支出决算总表

二、收入决算表

三、支出决算表

四、财政拨款收入支出决算总表

五、一般公共预算财政拨款支出决算表

六、一般公共预算财政拨款基本支出决算明细表

七、政府性基金预算财政拨款收入支出决算表

八、国有资本经营预算财政拨款支出决算表

九、财政拨款“三公”经费及会议费、培训费支出决算表

第四部分 专业名词解释

第五部分 附件

第一部分 部门概况

一、部门主要职责及内设机构

本部门围绕“扶老、助残、救孤、济困”发行宗旨和“公益、责任、阳光”品牌价值，立足福利彩票的人民属性、国家属性、公益属性，建设责任彩票，致力于做好公益贡献，着力于补短板、强弱项、固底板、扬优势，不断推动全省福利彩票事业高质量发展健康。

（一）主要职责。

陕西省福利彩票发行中心隶属于陕西省民政厅，为正处级公益二类事业单位。负责在全省区域内销售中国福利彩票，按照国务院《彩票管理条例》及其《实施细则》等相关法律法规，依法销售中国福利彩票，并对其实施管理和结算。

陕西省福利彩票发行中心主要负责全省福利彩票事业战略性发展规划，接受中国福利彩票发行管理中心及上级相关部门的业务指导和监督。具体负责全省福利彩票系统销售渠道的建设、管理及运行，制定全省福利彩票销售和管理工作的规章制度并督查落实，负责全省性营销、宣传、培训、技术、财务等工作，不断提高全省福彩系统人员的服务水平，不断扩大彩民群体，拓展福利彩票市场。通过发行福利彩票，为我省社会福利和社会公益事业筹集资金。

（二）内设机构。

陕西省福利彩票发行中心设有综合部、财务部、宣传培训部、党务人事部、技术部、市场一部、市场二部、市场运维部、

数据分析部九个部门以及客服中心、兑奖中心。设立全资子公司陕西省福利彩票销售服务有限责任公司和两个直属销售大厅。

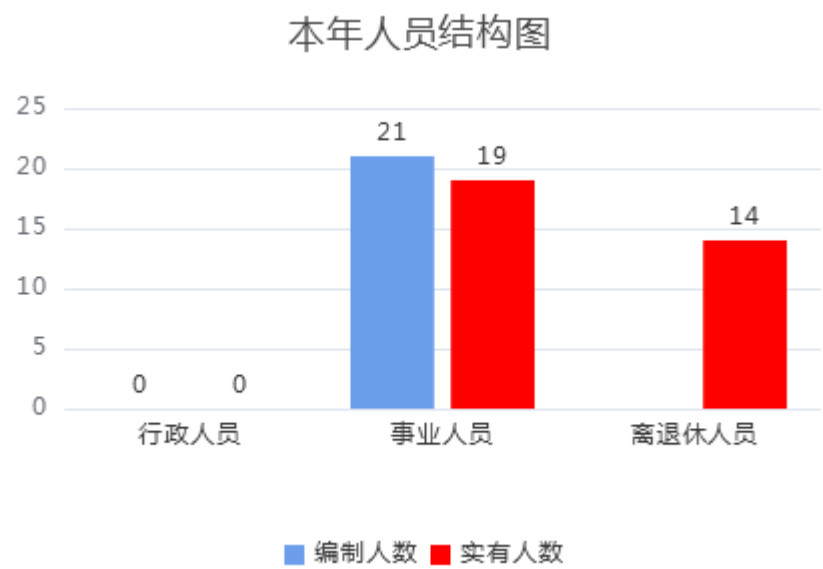
二、部门决算单位构成

纳入2024年度本部门决算编制范围的单位共1个，包括本级及0个所属预算单位：

序号	单位名称
1	陕西省福利彩票发行中心本级

三、部门人员情况

截至2024年底，本部门人员编制21人，其中行政编制0人、事业编制21人；实有人员79人，其中行政0人、事业19人。单位管理的离退休人员14人。

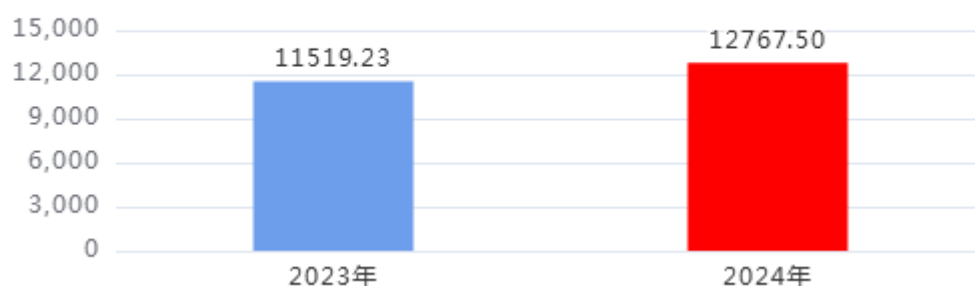


第二部分 2024年度部门决算情况说明

一、收入支出决算总体情况说明

2024年度收入总计、支出总计均为12,767.50万元，与上年相比收入总计、支出总计均增加1,248.27万元，增长10.84%，增长的主要原因是：福利彩票销售机构的业务费收支增加。

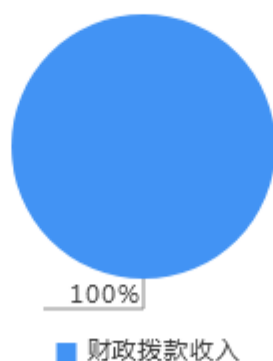
收入、支出决算总计对比图（单位：万元）



二、收入决算情况说明

2024年度本年收入合计12,767.50万元，其中：财政拨款收入12,767.50万元，占100%。

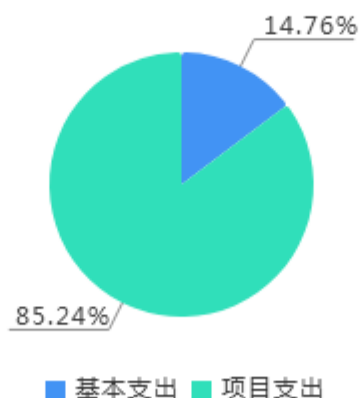
收入结构图



三、支出决算情况说明

2024年度本年支出合计12,767.50万元，其中：基本支出1,884.26万元，占14.76%；项目支出10,883.24万元，占85.24%。

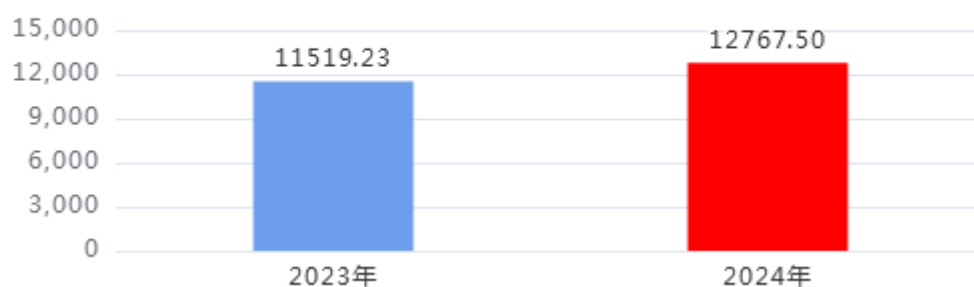
支出结构图



四、财政拨款收入支出决算总体情况说明

2024年度财政拨款收入总计、支出总计均为12,767.50万元，与上年相比收入总计、支出总计均增加1,248.27万元，增长10.84%，增长的主要原因是：本年度福利彩票销售机构的业务费收支增加。

财政拨款收入、支出总计对比图（单位：万元）



五、一般公共预算财政拨款支出决算情况说明

本部门2024年度无一般公共预算财政拨款收支，已公开空表。

财政拨款支出对比图（单位：万元）



六、一般公共预算财政拨款基本支出决算情况说明

本部门2024年度无一般公共预算财政拨款基本支出，已公开空表。

七、政府性基金预算财政拨款收入支出决算情况说明

2024年度政府性基金预算财政拨款年初结转和结余0万元，收入决算12,767.50万元，支出决算12,767.50万元，年末结转和结余0万元。具体支出情况如下：

1. 其他支出（类）彩票发行销售机构业务费安排的支出（款）福利彩票销售机构的业务费支出（项）。本年支出决算12,767.50万元，主要用于：全省福利彩票销售管理业务活动支出，包括本部门正常运行支出、各类福利彩票玩法营销、宣传推广活动支出等。

八、国有资本经营预算财政拨款支出决算情况说明

本部门2024年度无国有资本经营预算财政拨款收支，已公开空表。

九、财政拨款“三公”经费及会议费、培训费支出决算情况说明

（一）“三公”经费支出决算情况说明。

2024年度财政拨款安排“三公”经费支出预算33万元，支出决算10.94万元，完成预算的33.15%，决算数小于预算数的主要原因是：本部门对“三公”经费加强管理，严格控制“三公”经费支出，建设节约型单位。决算数较上年增加的主要原因是：本年度公务用车运行维护费增加。

1. 因公出国（境）费支出情况说明。

本部门2024年度无财政拨款因公出国（境）费支出。

2. 公务用车购置费支出情况说明。

本部门2024年度无财政拨款公务用车购置费支出。

3. 公务用车运行维护费支出情况说明。

2024年度财政拨款安排公务用车运行维护费预算28万元，支出决算9.64万元，完成预算的34.43%。决算数较预算数减少18.36万元，主要原因是：本部门认真贯彻落实中央关于厉行节约等有关规定，遵循厉行勤俭节约原则，严格控制公务用车经费。主要用于：本部门公务用车燃料费、维修费、保险费、过路过桥费和其他相关费用等。

4. 公务接待费支出情况说明。

2024年度财政拨款安排公务接待费预算5万元，支出决算1.30万元，完成预算的26%。决算数较预算数减少3.70万元，主要原因是：本部门严格按要求认真贯彻落实中央八项规定精神，减少不必要的开支，非必要不接待。其中：

外宾接待支出0万元。共接待来访团组0个，来访外宾0人次。

国内公务接待支出1.30万元。主要是接待其他省份福彩中心来我中心交流工作。共接待国内来访团组7个，来宾86人次。

（二）培训费支出情况说明。

2024年度财政拨款安排培训费预算153.08万元，支出决算116.09万元，完成预算的75.84%。决算数较预算数减少36.99万元，主要原因是：本着勤俭节约简单务实的原则，对各项经费进行了压缩和精简。决算数较上年减少的主要原因是：将部分培训改为线上培训，减少了培训成本。主要用于：开展福彩各类业务培训项目，提升全省福彩管理人员和销售人员的理论知识、销售技巧及综合能力。

（三）会议费支出情况说明。

2024年度财政拨款安排会议费预算21.78万元，支出决算8.49万元，完成预算的38.98%。决算数较预算数减少13.29万元，主要原因是：严格控制会议时间、人数，以减少会议费支出。决算数较上年减少的主要原因是：本年度部分会议为线上会议，因此会议费减少。主要用于：全省福彩系统季度、年度业务研讨会。

十、机关运行经费支出情况说明

本部门2024年度无机关运行经费支出。

十一、政府采购支出情况说明

（一）2024年度政府采购支出总额共5,779.88万元，其中：政府采购货物支出3,637.08万元、政府采购工程支出0万元、政府采购服务支出2,142.80万元。

（二）政府采购授予中小企业合同金额5,726.03万元，占政府采购支出合同总额的99.07%，其中：授予小微企业合同金额4,768.61万元，占授予中小企业合同金额的83.28%；货物采购授

予中小企业合同金额占政府采购货物支出合同金额的100.00%，工程采购授予中小企业合同金额占政府采购工程支出合同金额的0.00%，服务采购授予中小企业合同金额占政府采购服务支出合同金额的97.49%。

十二、国有资产占用及购置情况说明

截至2024年末，本部门共有车辆4辆，其中：其他用车4辆，其他用车主要是业务用车。单价100万元（含）以上设备（不含车辆）11台（套）。

2024年当年购置车辆0辆；购置单价100万元以上的设备0台（套）。

十三、预算绩效情况说明

（一）预算绩效管理工作开展情况说明。

根据预算绩效管理要求，本部门组织开展了2024年度部门整体支出绩效自评工作，从评价情况来看，本部门2024年在部门履职与项目管理方面均取得一定成效，目标任务完成情况良好。主要表现在：1. 通过全省范围开展的福利彩票各品牌游戏市场营销活动，提高了福彩各游戏品牌的影响力，巩固和扩大了购彩群体，提高了公益金筹集量；2. 通过福彩自有媒体以及公共媒体等宣传推广工作，提高了曝光量，增加用户数量，提升了福利彩票社会知名度，维护了福利彩票的社会声誉和品牌形象，增强了福彩社会责任建设，塑造福利彩票“公开、公平、公正”的品牌形象；3. 通过对各类软硬件系统运维，保障各类系统的正常运转，确保了福利彩票发行销售工作安全运行；4. 通过对从业人员专业

知识、业务水平、销售技巧、服务礼仪、新游戏推广等培训学习，提高了从业人员整体专业素质；5. 通过投注机的更新和新增，保障了全省投注站的正常运行，补充空白区域，为购彩者提供便利，扩大销售范围和购彩者群体；6. 保障了省中心日常运转需求。

本部门在部门决算中反映彩票销售管理等1个一级项目的绩效自评结果，涉及预算资金11,738.56万元，占部门预算项目支出总额的100.00%。

组织对本部门2024年度主管的彩票发行销售机构业务费安排的支出等1个省级专项资金进行自评，涉及预算金额14,010.56万元。

组织对2024年市场营销及宣传推广等1个项目开展了部门重点评价，涉及预算资金3,909.90万元，从评价情况来看，市场营销及宣传推广是提高社会对福利彩票事业认知度最直接、最有效的方法。通过全省范围开展福利彩票各品牌游戏市场营销活动，提高福彩各游戏品牌的影响力，巩固和扩大购彩群体，提高公益金筹集量。通过福彩自有媒体以及公共媒体等宣传推广工作，提高曝光量，增加用户数量，提升福利彩票社会知名度；维护福利彩票的社会声誉和品牌形象，增强福彩社会责任建设，塑造福利彩票“公开、公平、公正”的品牌形象。进一步提升福利彩票事业的公信力，使社会公众充分认识到福利彩票的发展与社会福利事业和社会公益事业的发展是紧密联系在一起的，是“来自社会，服务社会，取之于民，用之于民”，通过一系列的营销宣传推广活动使社会公众充分认识、广泛参与，保证福利彩票事业健康有序、安全运行、稳定发展。

（二）部门整体支出绩效自评结果。

根据年度设定的绩效目标，部门整体支出自评得分91.61分，全年预算数14,010.56万元，全年执行数12,767.50万元，预算执行率为91.13%。本年度本部门总体运行情况及取得的成绩：2024年，我部门紧密围绕“公益”核心，深入弘扬福彩文化。通过多元化营销宣传活动，有效汇聚社会爱心力量投身福彩公益事业，并着力吸纳新彩民群体特别是年轻群体关注福利彩票，成功营造了福彩健康、积极的销售氛围。2024年全省销售福利彩票83.42亿元，销量较上年增加了6.47亿元，同比增长8.41%。全年筹集公益金25.23亿元，较上年增加了1.68亿元，同比增长7.13%。发现的问题及原因：1. 部分项目绩效目标设立不科学。预算绩效管理专业性较强，业务部门相关工作人员缺乏绩效管理方面的专业知识，设立项目绩效目标时，部分指标太过笼统，不够细化、量化、清晰，绩效目标不能完整体现预算项目完成情况，使得绩效评价工作实施困难，无法对部分项目的完成情况进行深入的分析；2. 预算执行不均衡。我部门软、硬件运行维护项目大部分服务期到期时间为年末，集中在年末对其服务内容进行测评考核，考核合格后支付项目资金，导致预算执行不均衡，与序时支出进度差距较大。下一步改进措施：1. 加强培训和指导。采取培训、讲座、专题会议等方式，有重点、有侧重地对绩效管理工作开展学习培训。加大培训力度，提高工作人员专业素质，进一步充实业务知识，全方位的业务培训，不断提升预算绩效管理业务水平。2. 合理安排收支预算，严格预算管理。按照“以收定支，量入为出，保证重点，兼顾一般”的原则，充分考虑以往项目的实际支出和未来的支出计划，推进项目预算执行与项目进度相匹

配，统筹安排预算收支，对项目资金实行分年度编制，优化财政支出结构，提高预算编制的科学性和合理性。

陕西省福利彩票发行中心部门整体支出绩效自评表

(2024年度)

部门（单位）名称			陕西省福利彩票发行中									
年度 主要任务完成情况	任务名称	主要内容	完成情况	全年预算数（万元）			全年执行数（万元）			分值	执行率	得分
				总额	财政拨款	其他资金	总额	财政拨款	其他资金			
	市场营销宣传	加强市场营销，深挖市场潜力，开展福利彩票各品牌游戏市场营销活动；强化公益宣传，在自有媒体以及公共媒体等宣传推广工作树立国家公益福彩形象。	已完成	3,909.90	3,909.90	0.00	3,690.77	3,690.77	0.00	—	94.40%	—
	彩票市场运营及资产类购建	保障全省福利彩票销售正常运行，对各类软硬件系统运维，保障各类系统的正常运转。	已完成	7,692.80	7,692.80	0.00	7,079.06	7,079.06	0.00	—	92.02%	—
	业务培训	深化系统业务培训不断提高从业人员专业知识、业务水平。	已完成	135.86	135.86	0.00	113.41	113.41	0.00	—	83.48%	—
	基本支出	保障省中心日常运转需要。	已完成	2,272.00	2,272.00	0.00	1,884.26	1,884.26	0.00	—	82.93%	—
	金额合计			14,010.56	14,010.56	0.00	12,767.50	12,767.50	0.00	10	91.13%	9.11
年度 总体目标完成情况	预期目标（年初设定）						目标实际完成情况					
	目标1：通过全省范围开展福利彩票各品牌游戏市场营销活动，提高福彩各游戏品牌的影响力，巩固和扩大购彩群体，提高公益金筹集量。 目标2：通过福彩自有媒体以及公共媒体等宣传推广工作，提高曝光量，增加用户数量，提升福利彩票社会知名度；维护福利彩票的社会声誉和品牌形象，增强福彩社会责任建设，塑造福利彩票“公开、公平、公正”的品牌形象。 目标3：通过对各类软硬件系统运维，保障各类系统的正常运转，确保福利彩票发行销售工作安全运行。 目标4：通过对从业人员专业知识、业务水平、销售技巧、服务礼仪、新游戏推广等培训学习，提高从业人员整体专业素质。 目标5：通过投注机的更新和新增，保障全省投注站的正常运行，补充空白区域，为购彩者提供便利，扩大销售范围和购彩者群体。						目标1完成情况：通过全省范围开展福利彩票各品牌游戏市场营销活动，提高福彩各游戏品牌的影响力，巩固和扩大购彩群体，提高公益金筹集量。 目标2完成情况：通过福彩自有媒体以及公共媒体等宣传推广工作，提高曝光量，增加用户数量，提升福利彩票社会知名度；维护福利彩票的社会声誉和品牌形象，增强福彩社会责任建设，塑造福利彩票“公开、公平、公正”的品牌形象。 目标3完成情况：通过对各类软硬件系统运维，保障各类系统的正常运转，确保福利彩票发行销售工作安全运行。 目标4完成情况：通过对从业人员专业知识、业务水平、销售技巧、服务礼仪、新游戏推广等培训学习，提高从业人员整体专业素质。 目标5完成情况：通过投注机的更新和新增，保障全省投注站的正常运行，补充空白区域，为购彩者提供便利，扩大销售范围和购彩者群体。					
年度 绩效指标完成情况	一级指标	二级指标	指标内容		年度指标值		实际完成值		分值	得分		
	产出指标（50分）	数量指标	陕西福彩热敏纸数量（箱）		≥48600		51333		4	4		
			陕西福彩软、硬件维护数量（套）		≥22		22		4	4		
			陕西福彩电脑票营销活动数量（次）		≥3		6		4	4		
			陕西福彩APP及微信公众号主题营销活动数量（次）		≥2		2		4	4		
			陕西福彩省内传统广告发布数量（次）		≥30		70		4	4		
			陕西福彩全媒体公益宣传短视频（部）		≥30		45		4	4		
			陕西福彩全年业务培训（场次）		≥200		399		4	4		
			陕西福彩履职在编人数（人）		≥17		19		4	4		
			陕西福彩网络安全终端购置数量（台）		≥2600		0		3	0		
			陕西福彩投注机采购数量（台）		≥1080		1195		3	3		
		质量指标	系统正常运行率		≥99%		100%		3	3		
			设备验收合格率		100%		100%		3	3		
		时效指标	及时完成率		100%		90%		3	1.5		
		成本指标	热敏纸每箱金额（元）		<350		331.17		3	3		
	效益指标（30分）	经济效益指标	筹集公益金（亿元）		≥24		25.23		10	10		
		社会效益指标	带动就业，提供就业岗位(个)		≥12000		约13086		10	10		
可持续影响指标		树立品牌形象，提升福彩影响力，促进福彩事业健康稳定发展		有效保障		有效保障		10	10			
满意度指标（10分）	服务对象满意度指标	彩民满意度		≥80%		86.41%		5	5			
		业主满意度		≥90%		87.06%		5	2			
总分									100	91.61		

（三）项目绩效自评结果。

本部门在部门决算中反映彩票销售管理等1个一级项目的绩效自评结果。

具体见下：

彩票销售管理项目绩效自评综述：全年预算数11738.56万元，全年执行数10883.24万元，预算执行率为92.71%。项目绩效目标完成情况：各项目标任务按期完成，绩效目标总体完成较好。发现的问题及原因：1. 部分项目绩效目标设立不科学。预算绩效管理专业性较强，业务部门相关工作人员缺乏绩效管理方面的专业知识，设立项目绩效目标时，部分指标太过笼统，不够细化、量化、清晰，绩效目标不能完整体现预算项目完成情况，使得绩效评价工作实施困难，无法对部分项目的完成情况进行深入的分析；2. 预算执行不均衡。我部门软、硬件运行维护项目大部分服务期到期时间为年末，集中在年末对其服务内容进行测评考核，考核合格后支付项目资金，导致预算执行不均衡，与序时支出进度差距较大。下一步改进措施：1. 加强培训和指导。采取培训、讲座、专题会议等方式，有重点、有侧重地对绩效管理工作开展学习培训。加大培训力度，提高工作人员专业素质，进一步充实业务知识，全方位的业务培训，不断提升预算绩效管理业务水平。2. 合理安排收支预算，严格预算管理。按照“以收定支，量入为出，保证重点，兼顾一般”的原则，充分考虑以往项目的实际支出和未来的支出计划，推进项目预算执行与项目进度相匹配，统筹安排预算收支，对项目资金实行分年度编制，优化财政支出结构，提高预算编制的科学性和合理性。

省级项目绩效自评表

(2024年度)

项目名称		彩票销售、管理						
主管部门		陕西省民政厅			实施单位		陕西省福利彩票发行中	
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数(A)	全年执行数(B)	分值	执行率(B/A)	得分	
	年度资金总额	11738.56	11738.56	10883.24	10	92.71%	9.27	
	其中:当年财政拨款	11738.56	11738.56	10883.24	—	92.71%	—	
	上年结转资金				—		—	
	其他资金				—		—	
年度总体目标 完成情况	预期目标(年初设定)			实际完成情况				
	目标1:通过全省范围开展福利彩票各品牌游戏市场营销活动,提高福彩各游戏品牌的影响力,巩固和扩大购彩群体,提高公益金筹集量。 目标2:通过福彩自有媒体以及公共媒体等宣传推广工作,提高曝光量,增加用户数量,提升福利彩票社会知名度;维护福利彩票的社会声誉和品牌形象,增强福彩社会责任建设,塑造福利彩票“公开、公平、公正”的品牌形象。 目标3:通过对各类软硬件系统运维,保障各类系统的正常运转,确保福利彩票发行销售工作安全运行。 目标4:通过对从业人员专业知识、业务水平、销售技巧、服务礼仪、新游戏推广等培训学习,提高从业人员整体专业素质。 目标5:通过投注机的更新和新增,保障全省投注站的正常运行,补充空白区域,为购彩者提供便利,扩大销售范围和购彩者群体。			目标1完成情况:通过全省范围开展福利彩票各品牌游戏市场营销活动,提高福彩各游戏品牌的影响力,巩固和扩大购彩群体,提高公益金筹集量。 目标2完成情况:通过福彩自有媒体以及公共媒体等宣传推广工作,提高曝光量,增加用户数量,提升福利彩票社会知名度;维护福利彩票的社会声誉和品牌形象,增强福彩社会责任建设,塑造福利彩票“公开、公平、公正”的品牌形象。 目标3完成情况:通过对各类软硬件系统运维,保障各类系统的正常运转,确保福利彩票发行销售工作安全运行。 目标4完成情况:通过对从业人员专业知识、业务水平、销售技巧、服务礼仪、新游戏推广等培训学习,提高从业人员整体专业素质。 目标5完成情况:通过投注机的更新和新增,保障全省投注站的正常运行,补充空白区域,为购彩者提供便利,扩大销售范围和购彩者群体。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施
	产出指标 (50分)	数量指标	陕西福彩热敏纸数量(箱)	≥48600	51333	4	4	
			陕西福彩软、硬件维护数量(套)	≥22	22	4	4	
			陕西福彩电脑票营销活动数量(次)	≥3	6	4	4	
			陕西福彩APP及微信公众号主题营销活动数量(次)	≥2	2	4	4	
			陕西福彩省内传统广告发布数量(次)	≥30	70	4	4	
			陕西福彩全媒体公益宣传短视频(部)	≥30	45	4	4	
			陕西福彩全年业务培训(场次)	≥200	399	4	4	
			陕西福彩网络安全终端购置数量(台)	≥2600	0	4	0	偏差原因:因本年度项目计划调整,经本部门研究决定,取消该项目。改进措施:充分考虑项目的实际支出和未来的支出计划,推进项目预算执行与项目进度相匹配
			陕西福彩投注机采购数量(台)	≥1080	1195	4	4	
		质量指标	系统正常运行率	≥99%	100%	4	4	
			设备验收合格率	100%	100%	4	4	
		时效指标	及时完成率	100%	90%	3	1	偏差原因:因本年度项目计划调整,经本部门研究决定,取消该项目。改进措施:充分考虑项目的实际支出和未来的支出计划,推进项目预算执行与项目进度相匹配
		成本指标	热敏纸每箱金额(元)	<350	331.17	3	3	
	效益指标 (30分)	经济效益指标	筹集公益金(亿元)	≥24	25.23	10	10	
		社会效益指标	带动就业,提供就业岗位(个)	≥12000	约13086	10	10	
		可持续影响指标	树立品牌形象,提升福彩影响力,促进福彩事业健康稳定发展	有效保障	有效保障	10	10	
	满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	彩民满意度	≥80%	86.41%	5	5	
			业主满意度	≥90%	87.06%	5	2	偏差原因:绩效目标设置不科学。改进措施:根据项目实施计划科学合理设定绩效指标。
	总分						100	90.27

（四）专项资金绩效自评结果。

组织对本部门2024年度主管的彩票发行销售机构业务费安排的支出等1个省级专项资金进行自评，涉及预算金额14,010.56万元。彩票发行销售机构业务费安排的支出省级专项资金绩效自评综述：全年预算数14,010.56万元，全年执行数12,767.50万元，预算执行率为91.13%。项目绩效目标完成情况：各项目标任务按期完成，绩效目标总体完成较好。发现的问题及原因：1. 部分项目绩效目标设立不科学。预算绩效管理专业性较强，业务部门相关工作人员缺乏绩效管理方面的专业知识，设立项目绩效目标时，部分指标太过笼统，不够细化、量化、清晰，绩效目标不能完整体现预算项目完成情况，使得绩效评价工作实施困难，无法对部分项目的完成情况进行深入的分析；2. 预算执行不均衡。我部门软、硬件运行维护项目大部分服务期到期时间为年末，集中在年末对其服务内容进行测评考核，考核合格后支付项目资金，导致预算执行不均衡，与序时支出进度差距较大。下一步改进措施：1. 加强培训和指导。采取培训、讲座、专题会议等方式，有重点、有侧重地对绩效管理工作开展学习培训。加大培训力度，提高工作人员专业素质，进一步充实业务知识，全方位的业务培训，不断提升预算绩效管理业务水平。2. 合理安排收支预算，严格预算管理。按照“以收定支，量入为出，保证重点，兼顾一般”的原则，充分考虑以往项目的实际支出和未来的支出计划，推进项目预算执行与项目进度相匹配，统筹安排预算收支，对项目资金实行分年度编制，优化财政支出结构，提高预算编制的科学性和合理性。

省级专项资金绩效自评表

(2024年度)

项目名称	彩票发行销售机构业务费安排的支出								
主管部门	陕西省民政厅				实施单位	陕西省福利彩票发行中心			
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数（A）	全年执行数（B）	分值	执行率（B/A）	得分		
	年度资金总额	14010.56	14010.56	12767.50	10	91.13%	9.11		
	其中：当年财政拨款	14010.56	14010.56	12767.50	—	91.13%	—		
	上年结转资金				—		—		
	其他资金				—		—		
年度总体目标完成情况	预期目标（年初设定）				实际完成情况				
	目标1：通过全省范围开展福利彩票各品牌游戏市场营销活动，提高福彩各游戏品牌的影响力，巩固和扩大购彩群体，提高公益金筹集量。 目标2：通过福彩自有媒体以及公共媒体等宣传推广工作，提高曝光量，增加用户数量，提升福利彩票社会知名度；维护福利彩票的社会声誉和品牌形象，增强福彩社会责任建设，塑造福利彩票“公开、公平、公正”的品牌形象。 目标3：通过对各类软硬件系统运维，保障各类系统的正常运转，确保福利彩票发行销售工作安全运行。 目标4：通过对从业人员专业知识、业务水平、销售技巧、服务礼仪、新游戏推广等培训学习，提高从业人员整体专业素质。 目标5：通过投注机的更新和新增，保障全省投注站的正常运行，补充空白区域，为购彩者提供便利，扩大销售范围和购彩者群体。				目标1完成情况：通过全省范围开展福利彩票各品牌游戏市场营销活动，提高福彩各游戏品牌的影响力，巩固和扩大购彩群体，提高公益金筹集量。 目标2完成情况：通过福彩自有媒体以及公共媒体等宣传推广工作，提高曝光量，增加用户数量，提升福利彩票社会知名度；维护福利彩票的社会声誉和品牌形象，增强福彩社会责任建设，塑造福利彩票“公开、公平、公正”的品牌形象。 目标3完成情况：通过对各类软硬件系统运维，保障各类系统的正常运转，确保福利彩票发行销售工作安全运行。 目标4完成情况：通过对从业人员专业知识、业务水平、销售技巧、服务礼仪、新游戏推广等培训学习，提高从业人员整体专业素质。 目标5完成情况：通过投注机的更新和新增，保障全省投注站的正常运行，补充空白区域，为购彩者提供便利，扩大销售范围和购彩者群体。				
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	年度指标值	实际完成值	分值	得分	偏差原因分析及改进措施	
	产出指标 (50分)	数量指标	陕西福彩热敏纸数量（箱）	≥48600	51333	4	4		
			陕西福彩软、硬件维护数量（套）	≥22	22	4	4		
			陕西福彩电脑票营销活动数量（次）	≥3	6	4	4		
			陕西福彩APP及微信公众号主题营销活动数量（次）	≥2	2	4	4		
			陕西福彩省内传统广告发布数量（次）	≥30	70	4	4		
			陕西福彩全媒体公益宣传短视频（部）	≥30	45	4	4		
			陕西福彩全年业务培训（场次）	≥200	399	4	4		
			陕西福彩履职在编人数（人）	≥17	19	4	4		
		质量指标	系统正常运行率	≥99%	100%	3	3		
			设备验收合格率	100%	100%	3	3		
		时效指标	及时完成率	100%	90%	3	1.5	偏差原因：因本年度项目计划调整，经本部门研究决定，取消该项目。改进措施：充分考虑项目的实际支出和未来的支出计划，推进项目预算执行与项目进度相匹配	
			成本指标	热敏纸每箱金额（元）	<350	331.17	3	3	
		效益指标 (30分)	经济效益指标	筹集公益金（亿元）	≥24	25.23	10	10	
			社会效益指标	带动就业，提供就业岗位(个)	≥12000	约13086	10	10	
	可持续影响指标		树立品牌形象，提升福彩影响力，促进福彩事业健康稳定发展	有效保障	有效保障	10	10		
	满意度指标 (10分)	服务对象满意度指标	彩民满意度	≥80%	86.41%	5	5		
			业主满意度	≥90%	87.06%	5	2	偏差原因：绩效目标设置不科学。改进措施：根据项目实施计划科学合理设定绩效指标。	
	总分						100	91.61	

（五）部门重点评价项目绩效评价结果。

2024年市场营销及宣传推广。本部门对2024年市场营销及宣传推广项目开展了部门重点绩效评价，评价得分90.55分，综合评价等级为“A”。详见所附报告《2024年市场营销及宣传推广项目绩效评价报告》。

（六）财政重点评价项目绩效评价结果。

本部门无财政重点评价项目。

十四、其他需要说明的情况

1. 决算公开表格中金额数值保留两位小数，公开数据为四舍五入计算结果；个别数据项之间，个别数据合计项与分项数字之和存在小数点后尾差。

2. 决算公开表格中部分数据约值万元时显示为零，实际不为零。

3. 陕西省福利彩票发行中心部门的决算数据反映1个预算单位的数据汇总情况。

4. 与年初预算单位相比，无预算单位调整。

5. 本部门所属单位只有部门本级，部门本级不再按单位重复公开。

6. 决算公开联系方式及信息反馈渠道。联系电话：（029）65652517。如电话号码发生变更，请通过其他公开渠道另行获取，本文本不再更新。

第三部分 2024年度部门决算表

目录

序号	内容	是否空表	表格为空的理由
表1	收入支出决算总表	否	
表2	收入决算表	否	
表3	支出决算表	否	
表4	财政拨款收入支出决算总表	否	
表5	一般公共预算财政拨款支出决算表	是	本部门不涉及故公开空表
表6	一般公共预算财政拨款基本支出决算表	是	本部门不涉及故公开空表
表7	政府性基金预算财政拨款收入支出决算表	否	
表8	国有资本经营预算财政拨款支出决算表	是	本部门不涉及故公开空表
表9	财政拨款“三公”经费及会议费、培训费支出决算表	否	

收入支出决算总表

公开01表

编制部门：陕西省福利彩票发行中心

单位：万元

收入			支出		
项目	行次	决算数	项目	行次	决算数
栏次		1	栏次		2
一、一般公共预算财政拨款收入	1		一、一般公共服务支出	31	
二、政府性基金预算财政拨款收入	2	12,767.50	二、外交支出	32	
三、国有资本经营预算财政拨款收入	3		三、国防支出	33	
四、上级补助收入	4		四、公共安全支出	34	
五、事业收入	5		五、教育支出	35	
六、经营收入	6		六、科学技术支出	36	
七、附属单位上缴收入	7		七、文化旅游体育与传媒支出	37	
八、其他收入	8		八、社会保障和就业支出	38	
	9		九、卫生健康支出	39	
	10		十、节能环保支出	40	
	11		十一、城乡社区支出	41	
	12		十二、农林水支出	42	
	13		十三、交通运输支出	43	
	14		十四、资源勘探工业信息等支出	44	
	15		十五、商业服务业等支出	45	
	16		十六、金融支出	46	
	17		十七、援助其他地区支出	47	
	18		十八、自然资源海洋气象等支出	48	
	19		十九、住房保障支出	49	
	20		二十、粮油物资储备支出	50	
	21		二十一、国有资本经营预算支出	51	
	22		二十二、灾害防治及应急管理支出	52	
	23		二十三、其他支出	53	12,767.50
	24		二十四、债务还本支出	54	
	25		二十五、债务付息支出	55	
	26		二十六、抗疫特别国债安排的支出	56	
本年收入合计	27	12,767.50	本年支出合计	57	12,767.50
使用非财政拨款结余（含专用结余）	28		结余分配	58	
年初结转和结余	29		年末结转和结余	59	
总计	30	12,767.50	总计	60	12,767.50

注：本表反映部门本年度的总收支和年末结转结余情况。本表金额转换为万元时，因四舍五入可能存在尾差。

收入决算表

公开02表

编制部门：陕西省福利彩票发行中心

单位：万元

项目		本年收入合计	财政拨款收入	上级补助收入	事业收入	经营收入	附属单位上缴收入	其他收入
科目代码	科目名称							
	栏次	1	2	3	4	5	6	7
	合计	12,767.50	12,767.50					
229	其他支出	12,767.50	12,767.50					
22908	彩票发行销售机构业务费安排的支出	12,767.50	12,767.50					
2290804	福利彩票销售机构的业务费支出	12,767.50	12,767.50					

注：本表反映部门本年度取得的各项收入情况。本表金额转换为万元时，因四舍五入可能存在尾差。

支出决算表

公开03表

编制部门：陕西省福利彩票发行中心

单位：万元

项目		本年支出合计	基本支出	项目支出	上缴上级支出	经营支出	对附属单位补助支出
科目代码	科目名称						
	栏次	1	2	3	4	5	6
	合计	12,767.50	1,884.26	10,883.24			
229	其他支出	12,767.50	1,884.26	10,883.24			
22908	彩票发行销售机构业务费安排的支出	12,767.50	1,884.26	10,883.24			
2290804	福利彩票销售机构的业务费支出	12,767.50	1,884.26	10,883.24			

注：本表反映部门本年度各项支出情况。本表金额转换为万元时，因四舍五入可能存在尾差。

财政拨款收入支出决算总表

公开04表

编制部门：陕西省福利彩票发行中心

单位：万元

收入			支出					
项目	行次	金额	项目	行次	合计	一般公共预算财政拨款	政府性基金预算财政拨款	国有资本经营预算财政拨款
栏次		1	栏次		2	3	4	5
一、一般公共预算财政拨款	1		一、一般公共服务支出	33				
二、政府性基金预算财政拨款	2	12,767.50	二、外交支出	34				
三、国有资本经营预算财政拨款	3		三、国防支出	35				
	4		四、公共安全支出	36				
	5		五、教育支出	37				
	6		六、科学技术支出	38				
	7		七、文化旅游体育与传媒支出	39				
	8		八、社会保障和就业支出	40				
	9		九、卫生健康支出	41				
	10		十、节能环保支出	42				
	11		十一、城乡社区支出	43				
	12		十二、农林水支出	44				
	13		十三、交通运输支出	45				
	14		十四、资源勘探工业信息等支出	46				
	15		十五、商业服务业等支出	47				
	16		十六、金融支出	48				
	17		十七、援助其他地区支出	49				
	18		十八、自然资源海洋气象等支出	50				
	19		十九、住房保障支出	51				
	20		二十、粮油物资储备支出	52				
	21		二十一、国有资本经营预算支出	53				
	22		二十二、灾害防治及应急管理支出	54				
	23		二十三、其他支出	55	12,767.50		12,767.50	
	24		二十四、债务还本支出	56				
	25		二十五、债务付息支出	57				
	26		二十六、抗疫特别国债安排的支出	58				
本年收入合计	27	12,767.50	本年支出合计	59	12,767.50		12,767.50	
年初财政拨款结转和结余	28		年末财政拨款结转和结余	60				
一般公共预算财政拨款	29			61				
政府性基金预算财政拨款	30			62				
国有资本经营预算财政拨款	31			63				
总计	32	12,767.50	总计	64	12,767.50		12,767.50	

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款、政府性基金预算财政拨款和国有资本经营预算财政拨款的总收支和年末结转结余情况。本表金额转换为万元时，因四舍五入可能存在尾差。

一般公共预算财政拨款支出决算表

公开05表

编制部门：陕西省福利彩票发行中心

单位：万元

项目		本年支出		
科目代码	科目名称	小计	基本支出	项目支出
	栏次	1	2	3
	合计			
229	其他支出			
22908	彩票发行销售机构业务费安排的支出			
2290804	福利彩票销售机构的业务费支出			

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款实际支出情况。本表金额转换为万元时，因四舍五入可能存在尾差。

一般公共预算财政拨款基本支出决算明细表

公开06表

编制部门：陕西省福利彩票发行中心

单位：万元

科目代码	科目名称	决算数	科目代码	科目名称	决算数	科目代码	科目名称	决算数
301	工资福利支出		302	商品和服务支出		307	债务利息及费用支出	
30101	基本工资		30201	办公费		30701	国内债务付息	
30102	津贴补贴		30202	印刷费		30702	国外债务付息	
30103	奖金		30203	咨询费		310	资本性支出	
30106	伙食补助费		30204	手续费		31001	房屋建筑物购建	
30107	绩效工资		30205	水费		31002	办公设备购置	
30108	机关事业单位基本养老保险缴费		30206	电费		31003	专用设备购置	
30109	职业年金缴费		30207	邮电费		31005	基础设施建设	
30110	职工基本医疗保险缴费		30208	取暖费		31006	大型修缮	
30111	公务员医疗补助缴费		30209	物业管理费		31007	信息网络及软件购置更新	
30112	其他社会保障缴费		30211	差旅费		31008	物资储备	
30113	住房公积金		30212	因公出国（境）费用		31009	土地补偿	
30114	医疗费		30213	维修（护）费		31010	安置补助	
30199	其他工资福利支出		30214	租赁费		31011	地上附着物和青苗补偿	
303	对个人和家庭的补助		30215	会议费		31012	拆迁补偿	
30301	离休费		30216	培训费		31013	公务用车购置	
30302	退休费		30217	公务接待费		31019	其他交通工具购置	
30303	退职（役）费		30218	专用材料费		31021	文物和陈列品购置	
30304	抚恤金		30224	被装购置费		31022	无形资产购置	
30305	生活补助		30225	专用燃料费		31099	其他资本性支出	
30306	救济费		30226	劳务费		312	对企业补助	
30307	医疗费补助		30227	委托业务费		31201	资本金注入	
30308	助学金		30228	工会经费		31203	政府投资基金股权投资	
30309	奖励金		30229	福利费		31204	费用补贴	
30310	个人农业生产补贴		30231	公务用车运行维护费		31205	利息补贴	
30311	代缴社会保险费		30239	其他交通费用		31206	其他资本性补助	
30399	其他对个人和家庭的补助		30240	税金及附加费用		31299	其他对企业补助	
			30299	其他商品和服务支出		399	其他支出	
						39907	国家赔偿费用支出	
						39908	对民间非营利组织和群众性自治组织补贴	
						39909	经常性赠与	
						39910	资本性赠与	
						39999	其他支出	
人员经费合计			公用经费合计					

注：本表反映部门本年度一般公共预算财政拨款基本支出明细情况。本表金额转换为万元时，因四舍五入可能存在尾差。

政府性基金预算财政拨款收入支出决算表

公开07表

编制部门：陕西省福利彩票发行中心

单位：万元

项目		年初结转和结余	本年收入	本年支出			年末结转和结余
科目代码	科目名称			小计	基本支出	项目支出	
	栏次	1	2	3	4	5	6
	合计		12,767.50	12,767.50	1,884.26	10,883.24	
229	其他支出		12,767.50	12,767.50	1,884.26	10,883.24	
22908	彩票发行销售机构业务费安排的支出		12,767.50	12,767.50	1,884.26	10,883.24	
2290804	福利彩票销售机构的业务费支出		12,767.50	12,767.50	1,884.26	10,883.24	

注：本表反映部门本年度政府性基金预算财政拨款收入、支出及结转和结余情况。本表金额转换为万元时，因四舍五入可能存在尾差。

国有资本经营预算财政拨款支出决算表

公开08表

编制部门：陕西省福利彩票发行中心

单位：万元

项目		本年支出		
科目代码	科目名称	合计	基本支出	项目支出
	栏次	1	2	3
	合计			
229	其他支出			
22908	彩票发行销售机构业务费安排的支出			
2290804	福利彩票销售机构的业务费支出			

注：本表反映部门本年度国有资本经营预算财政拨款支出情况。本表金额转换为万元时，因四舍五入可能存在尾差。

财政拨款“三公”经费及会议费、培训费支出决算表

公开09表

编制部门：陕西省福利彩票发行中心

单位：万元

项目	财政拨款“三公”经费					会议费	培训费	
	合计	因公出国（境）费	公务用车购置及运行维护费					公务接待费
			小计	公务用车购置费	公务用车运行维护费			
栏次	1	2	3	4	5	6	7	8
预算数	33.00		28.00		28.00	5.00	21.78	153.08
决算数	10.94		9.64		9.64	1.30	8.49	116.09

注：本表反映部门本年度财政拨款“三公”经费、会议费、培训费的支出预决算情况。其中，预算数为全年预算数，反映按规定程序调整后的预算数；决算数是包括当年财政拨款和以前年度结转资金安排的实际支出。本表金额转换为万元时，因四舍五入可能存在尾差。

第四部分 专业名词解释

1. 基本支出：指为保障机构正常运转、完成日常工作任务而发生的各项支出。

2. 项目支出：指单位为完成特定的行政工作任务或事业发展目标所发生的各项支出。

3. “三公”经费：指部门使用财政拨款安排的因公出国（境）费、公务用车购置及运行费和公务接待费支出。

4. 财政拨款收入：指本级财政当年拨付的资金。

5. 公用经费：指为完成特定的行政工作任务或事业发展目标用于设备设施的维持性费用支出，以及直接用于公务活动的支出，具体包括公务费、业务费、修缮费、设备购置费、其他费用等。

6. 工资福利支出：反映开支的在职职工和编制外长期聘用人员的各类劳动报酬，以及上述人员缴纳的各项社会保险费等。

7. 结转资金：即当年预算已执行但未完成，或者因故未执行，下一年度需要按原用途继续使用的资金。

8. 结余资金：即当年预算工作目标已完成，或者因故终止，当年剩余的资金。

第五部分 附件

陕西省福利彩票发行中心

2024 年度预算执行情况绩效自评报告

省财政厅：

为深入贯彻落实全面实施绩效管理的要求，切实提升财政资金使用效益，根据贵厅《关于开展 2024 年度预算执行情况绩效自评工作的通知》（陕财办绩〔2025〕2 号）要求，我单位结合实际情况，认真组织开展了绩效自评工作，现将自评工作情况及结果报告如下：

一、自评结论

我单位 2024 年度部门整体支出绩效自评得分为 91.61 分，自评等级为“优秀”。

二、部门概况

（一）部门基本情况

陕西省福利彩票发行中心隶属于陕西省民政厅，为正处级公益二类事业单位。负责在全省区域内销售中国福利彩票，按照国务院《彩票管理条例》及其《实施细则》等相关法律法规，依法销售中国福利彩票，并对其实施管理和结算。

陕西省福利彩票发行中心主要负责全省福利彩票事业战略

性发展规划，接受中国福利彩票发行管理中心及上级相关部门的业务指导和监督。具体负责全省福利彩票系统销售渠道的建设、管理及运行，制定全省福利彩票销售和管理工作的规章制度并督查落实，负责全省性营销、宣传、培训、技术、财务等工作，不断提高全省福彩系统人员的服务水平，不断扩大彩民群体，拓展福利彩票市场。通过发行福利彩票，为我省社会福利和社会公益事业筹集资金。

陕西省福利彩票发行中心下设综合部、财务部、宣传培训部、党务人事部、技术部、市场一部、市场二部、市场运维部、数据分析部九个部门以及客服中心、兑奖中心。

截至 2024 年底，我单位人员编制 21 人，其中行政编制 0 人、事业编制 21 人；实有人员 79 人，其中行政 0 人、事业 19 人、聘用人员 60 人。单位管理的退休人员 14 人。

（二）部门履职总体目标、工作任务

2024 年，全省福彩工作的主要思路是：党建引领、强管理、调结构、拓渠道、塑品牌、稳增长，坚持稳中求进总基调，确保全国第一方阵不掉队，确保高质量发展再上新台阶。

一是做优做强传统渠道，做大做精社会渠道。

二是加强市场营销，深挖市场潜力。

三是强化公益宣传，讲好福彩故事。

四是深化系统培训，提升人员素质。

五是优化体制机制，加强组织保障。

（三）部门年度整体支出绩效目标

我单位 2024 年整体支出绩效目标主要分为以下几方面：

1. 通过全省范围开展福利彩票各品牌游戏市场营销活动，提高福彩各游戏品牌的影响力，巩固和扩大购彩群体，提高公益金筹集量；

2. 通过福彩自有媒体以及公共媒体等宣传推广工作，提高曝光量，增加用户数量，提升福利彩票社会知名度；维护福利彩票的社会声誉和品牌形象，增强福彩社会责任建设，塑造福利彩票“公开、公平、公正”的品牌形象；

3. 通过对各类软硬件系统运维，保障各类系统的正常运转，确保福利彩票发行销售工作安全运行；

4. 通过对从业人员专业知识、业务水平、销售技巧、服务礼仪、新游戏推广等培训学习，提高从业人员整体专业素质；

5. 通过投注机的更新和新增，保障全省投注站的正常运行，补充空白区域，为购彩者提供便利，扩大销售范围和购彩者群体；

6. 保障省中心日常运转需求。

（四）部门预算绩效管理开展情况

我单位制定了《陕西省福利彩票发行中心预决算管理办法》《陕西省福利彩票发行中心预算绩效管理办法》及相关实施细则，涵盖了“预算管理执行部门职责”“预算绩效评估管理”“绩效目标管理”“绩效监控管理”“绩效评价管理”“绩效评价结果应用管理”等内容。建设了全方位、全过程、全覆盖的预算绩效管理体系。

（五）当年部门预算及执行情况

根据陕西省财政厅《关于批复 2024 年省级部门预算的通知》（陕财办预〔2024〕6 号），批复我单位 2024 年度预算资金为 14,010.56 万元，我单位所有预算资金均为省级专项资金“福利彩票销售机构的业务费支出”。2024 年本年度预算支出 12,767.50 万元，执行率为 91.13%，其中基本支出 1,884.26 万元，项目支出 10,883.24 万元。

三、部门整体支出绩效实现情况

（一）履职完成情况

1. 数量指标。

（1）热敏纸数量 $\geq$ 48600 箱。热敏纸是电脑福利彩票销售工作中必不可少的耗材，2024 年采购热敏纸 51333 箱，保障全

省福利彩票销售工作正常运行。

(2) 软、硬件维护数量 ≥ 22 套。围绕着省中心福彩业务系统、全省投注站销售网络、业务辅助系统等设备的安全开展，我单位技术人员及各项目服务商为全省福彩销售系统软、硬件提供 24 小时技术服务保障，共计维护软、硬件数量 22 套。

(3) 电脑票营销活动次数 ≥ 3 次。为进一步提高福利彩票品牌知名度，提升投注站的销售积极性，我单位 2024 年共开展营销活动 6 次，分别为：“周五快乐 8”活动，共开展 3 季；“福彩双色球 花样缤纷季”活动；“福彩快乐 8 盛夏欢乐送”及站点阶梯化奖励销售竞赛活动；“幸运快乐 8 畅享刮刮乐”活动；“福彩快乐 8 岁末欢乐季活动”。

(4) APP 及微信公众号主题营销活动 ≥ 2 次。我单位 2024 年使用 APP 及微信公众号营销推广资金开展“龙年行大运 福彩贺新春”主题营销活动；配合双色球开展“送你小红花 福彩伴你行”营销活动。全年开展陕西福彩 APP 及微信公众号日常回馈活动，增强新老彩民的体验感。在吸引新用户留住老用户的同时，进一步提升新老彩民购彩乐趣，增加用户数量，提升用户黏度，根据数据分析彩民用户规范参与积分活动。

(5) 省内传统广告发布数量 ≥ 30 次。2024 加大省级媒体合

作力度，围绕新年贺岁、3D 促销、快乐 8 以及双色球派奖活动，在广播、报纸等传统新闻媒体行业开展宣传推广 4 轮次，在陕西交通广播投放 33 天（次），陕西秦腔广播投放 15 天（次），在陕广新闻投放 10 天（次），在华商报、三秦都市报、西安晚报、阳光报投放报眼广告全年共 8 次。合计投放广告超 30 次。

（6）全媒体公益宣传短视频 ≥ 30 部。短视频制作与宣传，完成精品长视频 15 部与普通短视频 30 部的制作，共计 45 部。

（7）全年业务培训次数 ≥ 200 场。2024 年我单位坚持市场导向，坚持线上线下相结合、省外省内相结合、大课小课相结合的立体化培训模式，全年共开展线下集中培训 36 场、进站培训 363 场，累计培训约 1.2 万人次；组织线上直播培训 15 场，推送视频微课 92 部，开展新增站点岗前培训和上岗资格考核、全省福彩系统培训师培训等活动，为各级从业人员提供了便捷的学习环境和丰富的课程资源，为全省福彩工作平稳健康发展提供了有力保障。

（8）履职在编人数 ≥ 17 人。截至 2024 年底，我单位履职在编人数 19 人。

（9）网络安全终端购置数量 ≥ 2600 台。因本年度项目计划调整，经我单位研究决定，取消该项目。

(10) 投注机采购数量 ≥ 1080 台。为保障全省待报废投注机更新和新增投注站业务工作的正常开展,全年按计划采购投注机 1195 台。所采购设备已全部布设。

2. 质量指标。

(1) 系统正常运行率 $\geq 99\%$ 。我单位要求系统性故障率小于千分之一,出现故障修复率必须为 100%,技术服务响应时间为每周 7 天*24 小时服务响应,因此 2024 年度通过技术人员的不懈努力,达到全年安全无故障。

(2) 设备验收合格率 100%。2024 年采购设备通过专家论证和市场实践检验,质量及参数符合国家标准,未发生影响站点正常销售的情况。

3. 时效指标。

2024 年我单位除个别项目因计划调整取消,其余各项目均已按照年初设定执行进程完成。

4. 成本指标。

热敏纸每箱金额 < 350 元。我单位 2024 年度采购热敏纸共计 51333 箱,支出 1,699.98 万元,平均每箱金额 331.17 元。

(二) 履职效果情况

1. 经济效益。

2024 年全省销售福利彩票 83.42 亿元，销量较上年增加了 6.47 亿元，同比增长 8.41%。全年筹集公益金 25.23 亿元，较上年增加了 1.68 亿元，同比增长 7.13%。

2. 社会效益。

2024 年度，我单位通过各类营销宣传活动，使得福彩公益品牌形象更加深入人心，引流和传递作用持续得到增强，吸引更多的彩民群体了解福彩，关注福彩。一方面开发了彩民群体，稳固了福彩销售一线阵地，同时聚合更多爱心力量积极参与福彩公益事业，吸纳新的彩民群体尤其是年轻彩民关注福利彩票，最终提升福彩销量和公益品牌形象。

3. 可持续影响。

我单位围绕公益内核，弘扬福彩文化，通过报纸、网站、广播与传统新闻媒体，线上线下的联系和融合、公益内涵的挖掘和提炼、品牌形象的提升和深入，努力推动全省福彩向纵深推进，服务好事业转型发展大局。营造了福彩良好的销售氛围，夯实了公益福彩的品牌，弘扬了福利彩票“公益、慈善、健康、快乐、创新”的文化理念，多维度展示了陕西福彩责任彩票、公益彩票、阳光彩票、快乐彩票等积极正面形象。

（三）服务对象满意度情况

为全面了解全省福彩投注站运营状况，提升服务质量，优化管理机制，我单位通过实地走访和问卷调查等方式对投注站业主及销售人员、彩民群体进行了满意度调查，调查发现，在营销推广方面，各类形式的线上线下活动，营造了轻松愉悦的购彩氛围，极大地提升了彩民们的购彩体验。各类补助政策在投注站中的认可度和赞许度较高，对提升站点销售积极性、巩固销售阵地有着积极的意义。2024 年度，根据问卷调查结果统计，投注站业主满意度 87.06%，彩民群体满意度 86.41%。

四、主要问题及下一步改进措施

（一）主要问题及原因分析

通过逐项梳理本年度部门项目绩效指标完成情况，主要存在以下问题：

1. 部分项目绩效目标设立不科学。

预算绩效管理专业性较强，业务部门相关工作人员缺乏绩效管理方面的专业知识，设立项目绩效目标时，部分指标太过笼统，不够细化、量化、清晰，绩效目标不能完整体现预算项目完成情况，使得绩效评价工作实施困难，无法对部分项目的完成情况进行深入的分析。

2. 预算执行不均衡。

我单位软、硬件运行维护项目大部分服务期到期时间为年末，集中在年末对其服务内容进行测评考核，考核合格后支付项目资金，导致预算执行不均衡，与序时支出进度差距较大。

（二）下一步改进措施

1. 进一步加强预算绩效管理。

提升预算绩效意识。将预算绩效管理纳入年度考核内容，强化预算编制和执行主体责任，建立部门预算管理责任制度，形成“花钱必问效，无效必问责”的责任体系。对项目运行过程实施全方位监督管理，收集汇总数据资料，及时对内部绩效管理、工作成效和薄弱环节进行核查分析，确保了绩效目标任务的落实，将绩效目标完成情况作为安排以后年度预算的重要依据，进一步加强预算绩效管理。

2. 合理安排收支预算，严格预算管理。

按照“以收定支，量入为出，保证重点，兼顾一般”的原则，充分考虑以往项目的实际支出和未来的支出计划，推进项目预算执行与项目进度相匹配，统筹安排预算收支，对项目资金实行分年度编制，优化财政支出结构，提高预算编制的科学性和合理性。

3. 加强培训和指导。

采取培训、讲座、专题会议等方式，有重点、有侧重地对绩

效管理工作人员开展学习培训。加大培训力度，提高工作人员专业素质，进一步充实业务知识，全方位的业务培训，不断提升预算绩效管理业务水平。

五、绩效自评结果拟应用和公开情况

我单位将绩效评价结果作为以后年度预算安排的重要依据，为领导决策提供参考，逐步完善绩效评价结果运用，强化绩效评价结果的约束力，提高财政资金使用效率，并严格遵守公开及时、内容准确、形式规范的原则，将部门预算项目支出全部纳入绩效目标管理范围，在规定时间内，将部门预决算及绩效目标、绩效自评结果在省人民政府网站预决算公开平台与我单位门户网站同步公开，接受广大社会公众监督。

陕西省福利彩票发行中心

2025 年 4 月 10 日



陕西省福利彩票发行中心

2024 年市场营销及宣传推广项目绩效评价报告

陕益会综字（2025）10 号

陕西省福利彩票发行中心：

为进一步加强和规范财政资金使用效能及项目支出资金管理，强化支出责任和效率意识，优化资源配置，控制成本、提升专项支出资金保障的公共服务水平，提高财政资金使用效益，根据《预算法》第五十七条规定以及全面实施预算绩效管理的各项意见，按照陕西省财政厅《关于开展 2024 年度预算执行情况绩效自评工作的通知》（陕财办绩〔2025〕2 号）文件要求，陕西益友会计师事务所有限责任公司受托成立绩效评价小组，开展陕西省福利彩票发行中心（以下简称“陕西福彩”）2024 年市场营销及宣传推广项目绩效评价工作。项目预算、审批文件及会计资料由陕西福彩提供，并对其真实性、合法性、完整性负责。我们的责任是根据实施的评价程序，对该项目预算绩效管理、会计核算及内部控制提出意见。我们提供的这份绩效评价报告是根据评价过程中发现的问题而提出的。现将评价结果报告如下：

一、单位基本情况

陕西福彩成立于 1987 年，最初称为陕西省有奖募捐委员会办公室，1999 年经省编委批准正式更名为陕西省福利彩票发行中心，是省民政厅下属的正处级公益二类事业单位。截至 2024 年底，部门人员编制 21 人，全部为事业编制；实有人员 79 人，其中事业编 19 人，



聘用人员 60 人，单位管理的离退休人员 14 人。

陕西福彩下设综合部、财务部、宣传培训部、党务人事部、技术部、市场一部、市场二部、市场运维部、数据分析部等九个部门以及客服中心、兑奖中心。设立全资子公司陕西省福利彩票销售服务有限责任公司和两个直属销售大厅。

宗旨和业务范围：发行福利彩票，促进福利事业发展。全省福利彩票的管理、发行；筹集社会公益金，为社会福利事业提供资金支持。

二、项目基本情况

（一）项目概况

1. 项目背景

中国福利彩票从 1987 年诞生那天起，就以“扶老、助残、救孤、济困”为宗旨，以筹集大量公益金，帮助社会上众多生活在困顿、无望中的老幼孤残人士及社会弱势群体为使命。中国福利彩票的发行，使得我国曾经一度陷入困境的社会福利和公益事业发生了历史性的变化。

福利彩票发行和销售在社会保障和社会稳定方面发挥较大的作用。为进一步促进福利彩票事业的发展，筹集更多的社会福利资金，通过宣传推广，使广大的购买者充分认识、了解我国的福利彩票事业。市场营销及宣传推广是提高社会对福利彩票事业认知度最直接、最有效的方法。

近年来个别彩票舆情事件导致彩票发行的公信力受到一定程度

的影响，加大彩票宣传力度，进一步恢复和提升福利彩票事业的公信力意义重大。充分利用传统广告媒介宣传方式、新媒体灵活便捷的方式、宣传品促销的方式、走近福彩等宣传推广活动，使社会公众多角度、全方位了解福利彩票公平、公开、透明的发行方式，使社会公众充分认识到福利彩票的发展与社会福利事业、公益事业的发展紧密联系在一起，福利彩票“来自社会，服务社会，取之于民，用之于民”。通过一系列的宣传推广活动使社会公众充分认识、广泛参与，保证福利彩票事业健康有序、安全运行、稳定发展。

2. 项目内容

2024 年市场营销及宣传推广项目共包含 19 个子项，具体项目计划实施内容包括：《华商报阳光福彩》专栏、编辑配送《陕西福彩》、传统广告宣传投放及代理费、在《都市快报》栏目播出中奖号码、开展地铁等户外媒体公益宣传、电脑票营销等项目。

3. 资金投入和使用情况

陕西省财政厅《关于批复 2024 年省级部门预算的通知》（陕财办预〔2024〕6 号），下达 2024 年市场营销及宣传推广项目预算资金 3,332.90 万元。2024 年 10 月 31 日陕西福彩向陕西省财政厅发出《关于调整 2024 年度部门预算的请示》（陕彩发字〔2024〕77 号），申请调减项目政采预算资金 68.00 万元，调增项目非政采预算资金 645.00 万元，2024 年 12 月 19 日陕西省财政厅下发《关于调剂省福利彩票发行中心 2024 年部门预算的通知》（陕



财办综〔2024〕39号）后，批复该项目预算为3,909.90万元。截至2024年12月31日，项目支出资金3,690.77万元。

（二）项目绩效目标

1. 项目总目标

积极开展福利彩票市场宣传推广活动，利用传统媒体、新媒体及音视频录制及其他宣传推广活动，加强福彩品牌及公益宣传，弘扬福利彩票“扶老、助残、救孤、济困”的发行宗旨。

2. 项目年度目标

通过传统纸质媒体、新媒体、音（视）频宣传、宣传品的促销发放、组织彩民参与市场营销及宣传推广活动，全方位、多角度扩大彩票宣传范围、活跃市场，不断完善宣传渠道，提高社会公众对彩票销售业务的了解，推动福彩公益事业健康稳定可持续发展。年度具体目标（1）开展丰富多样的电脑票营销活动，提升福利彩票品牌知名度和影响力，提升公益金筹集能力；（2）在全省营销活动开展过程中，为投注站点设计印制宣传海报、宣传单、玩法介绍页等营销宣传物料；（3）在报纸、广播、网络及新媒体上投放广告，宣传福利彩票，提高福利彩票影响力。

三、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

1. 评价目的

本次绩效评价目的是全面评价陕西福彩2024年市场营销及宣传



推广项目的资金使用效率和效果、检查项目管理过程是否规范、实施的项目是否达到预期目的。同时，通过绩效评价总结经验和存在的问题，为今后提高管理水平提供参考。

2. 评价对象和范围

本次评价对象为：陕西福彩。

本次评价范围为：2024 年市场营销及宣传推广项目，评价资金 3,909.90 万元。

（二）绩效评价原则、评价方法

1. 绩效评价原则

绩效评价应当遵循以下基本原则：

（1）科学公正。绩效评价应当运用科学合理的方法，按照规范的程序，对项目绩效进行客观、公正地反映。在数据采集时，采取客观数据，主管部门审查、社会中介组织复查，与问卷调查相结合的形式，以保证各项指标的真实性。

（2）统筹兼顾。绩效评价应职责明确，各有侧重，相互衔接。保证评价结果真实性、公正性，提高评价报告的公信力。

（3）激励约束。绩效评价结果应与预算安排、政策调整、改进管理实质性挂钩，体现奖优罚劣和激励相容导向，有效要安排、低效要压减、无效要问责。

（4）公开透明。绩效评价结果应依法依规公开，并自觉接受社会监督。



2. 绩效评价方法

本次绩效评价采用的方法有指标评价法、问卷调查法、因素分析法、比较法等。2024年市场营销及宣传推广项目绩效评价指标体系依据绩效评价原理，结合项目实施内容和绩效目标，参照财政部关于印发《项目支出绩效评价管理办法》的通知（财预〔2020〕10号）文件中的项目支出绩效评价共性指标框架进行设计，包括项目决策、项目管理、项目产出、项目效益四类指标，主要围绕资金投入、资金管理、项目执行、产出效益等方面，客观分析项目的产出和效果，从而考察项目政策落实范围匹配性、预算编制与构成合理性，进而提出完善意见。整个评价框架构成体现从投入、组织实施到产出、效果和影响的绩效逻辑路径。

3. 绩效评价指标体系

指标体系评分，需要基础表、问卷调查和访谈的支持。综合评价表中各指标的权重由本项目绩效评价小组根据绩效评价原理和评价需求，在调研基础上依据指标的重要性制定形成。详见下表：

2024年市场宣传推广项目绩效评价体系表

一级指标	二级指标	三级指标	分值权重
决策 (20分)	项目立项(5分)	项目立项规范性	5.0%
	绩效目标(9分)	绩效目标合理性	5.0%
		绩效指标明确性	4.0%
	资金投入(6分)	预算编制科学性	3.0%
		资金分配合理性	3.0%
过程 (20分)	组织实施(9分)	管理制度健全性	3.0%
		制度执行有效性	6.0%



一级指标	二级指标	三级指标	分值权重
	资金管理（11 分）	资金到位率	1. 0%
		预算执行率	2. 0%
		资金使用合规性	6. 0%
		财务监控有效性	2. 0%
产出 （40 分）	产出数量（20 分）	实际完成率	20. 0%
	产出质量（8 分）	质量达标率	8. 0%
	时效指标（9 分）	完成及时性	9. 0%
	成本指标（3 分）	成本节约率	3. 0%
效益 （20 分）	项目效益（20 分）	经济效益	2. 0%
		社会效益	6. 0%
		可持续影响	4. 0%
		社会公众或服务对象 满意度	8. 0%
合计			100%

4. 绩效评价标准

绩效评价标准通常包括计划标准、行业标准、历史标准等，用于对绩效指标完成情况进行比较。

（1）计划标准：预先制定的目标、计划、预算、定额等作为评价标准。

（2）行业标准：参照国家公布的行业指标数据制定的评价标准。

（3）历史标准：参照历史数据制定的评价标准，为体现绩效改进的原则，在可实现的条件下应当确定相对比较高的评价标准。

（4）其他标准：财政部门 and 预算部门确认或认可的其他标准。

本次绩效评价采用“计划标准+历史标准”相结合的方式进行。

5. 绩效评价的局限性

本次绩效评价采用“定量的指标体系打分评价”+“定性的调查信息的归纳和提炼”两种方式互相补充，来构成对本次项目的完整评价。评价指标设置的科学合理程度会影响评价结果的科学性。另外，调查问卷和访谈的主观性会对此次绩效评价产生一定局限性。

（三）绩效评价工作过程

在对项目背景和执行过程进行调研的基础上，梳理本次绩效评价的内容和目标，并围绕项目绩效目标设计绩效评价指标体系、绩效评价所需资料清单、项目实施单位完成情况汇总表、访谈以及调查问卷。按照评价方案要求开展绩效评价工作，采集数据、分析项目绩效、撰写和提交报告。具体评价工作流程如下：

1. 前期准备

（1）成立评价小组，根据评价项目内容和实际情况，确定评价小组成员，并对项目组人员进行业务培训，包括对项目的理解，了解学习项目相关背景和内容、绩效目标和效果，统一评价思路和方法，落实评价任务；

（2）评价前调研，与项目相关部门工作人员联系，收集相关资料、政策法规和行业资料，准备评价实施阶段所需收集的资料清单；

（3）设计评价指标，编制项目评价方案和相关调查问卷；

（4）初步征求委托方和项目实施单位意见，完善指标体系；

（5）向委托方提交评价方案，并根据方案评审意见进行完善。

2. 现场评价

- (1) 收集数据，包括对基础数据、问卷调查和访谈等数据的收集;
- (2) 审核、分析数据，并计算评价结果;
- (3) 编制工作底稿;
- (4) 征求项目相关方的意见。

3. 撰写并提交评价报告

- (1) 撰写评价报告初稿;
- (2) 就评价报告初稿征求相关单位的意见;
- (3) 向委托方提交评价报告，并根据报告评审意见进行修订，形成正式报告;
- (4) 提交正式评价报告;
- (5) 资料归档。

四、综合评价情况及评价结论

(一) 综合评价

项目立项与陕西福彩彩票宣传推广活动战略目标相适应，立项依据充分，设置的绩效目标能够反映项目实施内容，指标设置较为明确、细化、量化。项目的财务管理制度健全；资金使用合法合规；项目单位管理制度执行比较有效，档案收集整理完整，项目手续完备。项目的产出数量、产出质量、产出时效基本达到要求，产出成本与预算批复略有差异。

(二) 评价结论

评价小组根据绩效指标体系及评分标准，通过查看相关资料、数



据采集、问卷调查以及访谈的方式，对 2024 年市场营销及宣传推广项目绩效进行客观评价，最终评价结果：总分 90.55 分，绩效评级为“优”。

2024 年陕西福彩市场营销及宣传推广项目绩效评价得分表

指标	决策	过程	产出	效益	合计
分值	20	20	40	20	100
得分	17.50	17.50	37.89	17.66	90.55
得分率	87.50%	87.50%	94.73%	88.30%	

五、绩效评价指标分析

通过调研、相关文件的解读、数据采集、问卷调查、访谈、数据分析，按照工作方案确定的指标体系及评分标准，对项目的各项指标完成情况进行分析，具体情况如下：

（一）决策类指标

主要评价项目立项、绩效目标和资金投入情况。指标赋值 20 分，综合得分 17.5 分，各指标预期值和绩效分值如下表所示：

一级指标	二级指标	三级指标	分值权重	得分	
决策（20分）	项目立项（5分）	项目立项规范性	5.0%	5.00	
		绩效目标合理性	5.0%	5.00	
	绩效目标（9分）	绩效指标明确性	4.0%	1.50	
		资金投入（6分）	预算编制科学性	3.0%	3.00
			资金分配合理性	3.0%	3.00
合计			20.0%	17.50	

1. 项目立项：主要评价项目立项的规范性，该指标满分 5 分，根据评分标准得 5 分

一是依据充分性：项目依据陕西省财政厅《关于编制省级部门



2024—2026 年支出规划和 2024 年部门预算的通知》（陕财办预〔2023〕32）、《彩票管理条例实施细则》第九条（六）“负责组织实施本行政区域福利彩票、体育彩票的形象建设、彩票代销、营销宣传、业务培训、人才队伍建设等工作”；《彩票管理条例》第十三条和《彩票管理条例实施细则》第二十条“彩票发行机构、彩票销售机构应当依照政府采购法律、行政法规的规定，采购符合标准的彩票设备和技术服务”；项目立项依据充分。

二是计划实施的内容明确：各业务部门根据 2024 年的市场营销及宣传推广工作，制定了详细的工作计划，将工作内容分解至各个具体的子项目上，对于各子项目实施活动的时间、内容进行了明确的计划。

三是决策程序合规：项目属于年度部门预算的重要项目，各业务部门预算经部门负责人审签后提交，经财务部汇总后上报财政，预算批复后财务部门根据批复预算进行分解，各部门在陕西福彩内部控制信息系统上查看其部门预算及项目，决策程序基本合规。

2. 绩效目标：主要评价绩效目标合理性和绩效指标明确性情况。指标赋值 9 分，评价得分 6.5 分

（1）绩效目标合理性：资金预算与项目计划基本匹配，绩效目标总体合理。指标赋值 5 分，评价得分 5 分

资金预算与项目计划基本匹配，绩效目标总体合理 具体表现在

①绩效目标的设置：根据市场营销及宣传推广项目开展的具体活动，设置与活动相关的绩效目标。②项目年度资金预算：财政批复的

项目预算 3,909.90 万元; 项目实际执行 3,690.77 万元, 预算与实际需求基本相符, 资金预算较为合理。③项目规划合理: 市场营销及宣传推广是提高社会对福彩彩票事业认知度最直接、最有效的方法, 近年来个别彩票舆情事件使得彩票发行的公信力受到影响, 加强彩票宣传力度, 充分利用传统广告媒介宣传方式、新媒体灵活便捷的方式、宣传品促销的方式等宣传推广活动, 使社会公众多角度、全方位了解福利彩票。

(2) 绩效指标明确性: 指标赋值 4 分, 评价得分 1.5 分

陕西福彩 2024 年对该项目设置了数量指标、质量指标、时效指标、成本指标、经济效益指标、社会效益指标、生态效益指标、可持续影响指标、服务对象满意度指标。基本按照年度目标任务设置各类产出绩效指标, 绩效考核指标比较明确。

存在问题: 项目绩效考核指标申报质量不高。主要表现为①个别项目申报时设置了生态指标, 该指标与行业不匹配, 如: “投注站销售奖励”项目、“走近双色球”项目及“开展地铁、户外等媒体营销宣传”“开展新媒体等营销宣传”等项目; ②个别项目指标值设置过于笼统, 实际评价时存在一定难度, 如: “投注站销售奖励”项目、“走近双色球”项目质量指标设置为提升投注站销售积极性或提升福利彩票社会影响力; ③个别项目的绩效指标内容有误, 如: “APP 及微信公众号营销推广”项目将“质量指标”申报内容设置为 APP 注册用户 ≥ 60 万及微信公众号用户数 ≥ 172 万, 与质量指标定义不符; ④个



别项目申报时效指标值与实际情况不相符，如：“回馈彩民新春套装”项目时效指标为项目周期 ≤ 1 年，与实际的新春期限不相符。⑤彩民满意度指标值设置较低，单位申报的彩民满意度指标值为80%，满意度指标值设置较低。

3. 资金投入：主要评价预算编制科学性和资金分配合理性情况。指标赋值6分，评价得分6分。

（1）预算编制的科学性：指标赋值3分，评价得分3分

各业务部门根据年度计划开展市场营销及宣传推广活动，对各子项实现的目标、必要性及实施的可行性进行充分讨论，针对每一项宣传推广活动制定详细的实施方案，参照上年度的支出情况及市场情况，测算项目预算金额，预算编制科学、合理。

（2）资金分配合理性：指标赋值3分，评价得分3分

项目预算资金根据各子项测算的金额汇总而来，分配依据充分，与实际情况基本相符，项目预算资金分配科学合理。

（二）过程类指标

主要评价资金管理和组织实施情况。指标赋值20分，综合得分17.5分。各指标预期值和绩效分值如下表所示：

一级指标	二级指标	三级指标	分值权重	得分
过程 (20分)	组织实施 (9分)	管理制度健全性	3.0%	3.00
		制度执行有效性	6.0%	4.50
	资金管理 (11分)	资金到位率	1.0%	1.00
		预算执行率	2.0%	1.50
		资金使用合规性	6.0%	5.50



一级指标	二级指标	三级指标	分值权重	得分
		财务监控有效性	2.0%	2.00
合计			20.0%	17.50

1. 组织实施：主要评价管理制度健全性、制度执行有效性。指标赋值 9 分，评价得分 7.5 分

（1）管理制度健全性：指标赋值 3 分，评价得分 3 分

2018 年单位编制了《陕西省福利彩票发行中心制度汇编》，制度汇编包含 34 项管理制度，如《陕西省福利彩票发行中心会议制度》《陕西省福利彩票发行中心财务管理办法》《陕西省福利彩票发行中心履职专项资金管理使用暂行办法》等内部控制制度。2021 年 5 月至 2024 年 7 月单位先后修订了《招标采购管理办法》《经济合同管理办法》《公务接待差旅费和交通费管理办法》及《陕西省福利彩票发行中心内部控制手册》，这些制度全面覆盖了单位日常运营活动。

（2）执行有效性：指标赋值 6 分，评价得 4.50 分

绩效评价组抽取部分金额较大项目，查看招投标情况及验收情况，结果表明项目在招标、执行、验收等重要工作环节执行规范，制度执行过程有效。

一是招投标程序执行规范。项目达到部门集中采购要求的，单位按照政府采购相关要求进行意向公开后办理招标手续，并依法在指定网站进行信息公示。

二是项目依规验收。项目支付进度款时，项目部门相关人员对项目进度及已完成项目进行验收，并提供相关项目成果文件；最终支付



质保金时有验收小组提供的验收资料，针对部分专业技术性强的项目聘请专家对项目进行验收。

存在问题：年末绩效自评时，将部分子项目合并在一张绩效自评表中进行了评价，导致项目评价指标未能实现与年初申报指标的逐项对应。

2. 资金管理：主要评价预算执行率、资金使用合规性、财务监控有效性。指标赋值 11 分，评价得分 10 分

（1）资金到位率：指标赋值 1 分，评价得分 1 分

2024 年项目预算资金 3,909.90 万元，实际到位资金 3,909.90 万元，资金到位率为 100%。

（2）预算执行率：指标赋值 2 分，评价得分 1.5 分

2024 年项目实际支付金额 3,690.77 万元，与实际到位资金 3,909.90 万元相比，预算执行率为 94.40%。

（3）资金使用合规性：指标赋值 6 分，评价得分 5.5 分

项目资金使用流程明确，核查未发现违规使用资金现象，资金使用整体合规。

一是资金支付审批程序合规：经抽查，项目开支符合国家财经法规、财务管理制度规定，项目资金支付由项目部门根据项目进度、合同付款条款提起支付申请，按照单位审批流程进行审批，符合规定的重要项目提交办公会进行决议，在审批手续及资料提供齐全的情况下办理支付手续。



二是资金支付基本符合预算批复的用途：绩效评价组对项目资金进行核对检查，结果如下：①项目资金依法纳入年度财政预算管理；②资金拨付严格履行审批程序；③资金基本执行专款专用，资金使用基本符合预算批复或合同用途。

存在问题：虽然“2024年市场营销及宣传推广项目”实际支出总额未超过预算总额，但存在个别项目挤占其他项目预算资金情况，如：“APP及微信公众号营销推广”项目预算资金140万元，实际使用资金209万元。

（3）财务监控有效性：指标赋值2分，评价得分2分

财务部门对单位所有支出安排专人审核相关资料的准确性、完整性，定期聘请第三方中介机构对全年账务、凭证进行核查，确保项目支付的合规性。

（三）产出类指标

主要评价产出数量、产出质量情况、时效指标、成本指标。指标赋值40分，评价得分37.89分。各指标预期值和绩效分值如下表所示：

一级指标	二级指标	三级指标	分值权重	得分
产出 (40分)	产出数量(20分)	实际完成率	20.0%	19.89
	产出质量(8分)	质量达标率	8.0%	8.00
	时效指标(9分)	完成及时性	9.0%	9.00
	成本指标(3分)	成本节约率	3.0%	1.00
合计			40.0%	37.89

1. 产出数量指标：主要评价项目实际完成率情况。指标赋值20

分，评价得 19.89 分

(1) 电脑票营销活动次数完成率：指标赋值 4 分，评价得 4 分

2024 年陕西福彩共开展电脑票营销活动 6 次，分别为“周五快乐 8”（共开展 3 季）“福彩双色球 花样缤纷季”“福彩快乐 8 盛夏欢乐送”“幸运快乐 8 畅享刮刮乐”及“福彩快乐 8 岁末欢乐季活动”，完成了年度营销活动次数 ≥ 3 次的任务；开展了站点阶梯化奖励销售竞赛活动一次，完成了年度投注站销售竞赛 ≥ 1 次的任务，全年电脑票营销宣传活动次数完成率 100%。

(2) 《华商报阳光福彩》专栏发布期数完成率：指标赋值 2 分，评价得 2 分

2024 年《华商报阳光福彩》专栏计划发布 25 期（每两周刊登一次，一般在周二刊登），实际发布 25 期，发布期数完成率 100%。

(3) 回馈彩民新春套装印刷数量完成率：指标赋值 2 分，评价得 2 分

2024 年陕西福彩按照合同约定印刷磁吸对联 2 千套，小对联 11 万套，福字 24.75 万张，红包 8.25 万个，袋子 2 千个。实际印刷磁吸对联 2 千套，小对联 11 万套，福字 24.75 万张，红包 8.25 万个，袋子 2 千个，印刷数量完成率 100%。

(4) 传统广告宣传次数完成率：指标赋值 2 分，评价得 2 分

2024 年陕西福彩为加强省级媒体合作力度，围绕新年贺岁、3D 促销、快乐 8 以及双色球派奖活动，在广播、报纸等传统新闻媒体行



业开展宣传推广 4 轮次，在陕西交通广播投放 33 次（天），陕西秦腔广播投放 15 次（天），在陕广新闻投放 10 次（天），在华商报、三秦都市报、西安晚报、阳光报投放报眼广告全年共 8 次。合计发布广告 77 次，完成了发布广告数量 ≥ 30 次目标任务，发布广告数量完成率 100%。

（5）地铁、户外及新媒体营销宣传次数完成率：指标赋值 3 分，评价得 3 分

2024 年陕西福彩在微信朋友圈、抖音、今日头条、央广网以及地铁语音、城市候车厅、电子显示屏、社区道闸灯箱、公交 LED 尾屏、社区智慧屏（增值）等 10 个平台投放福彩营销宣传广告，完成了投放量 ≥ 6 家媒体目标任务，任务完成率 100%。

（6）全媒体公益宣传活动次数完成率：指标赋值：3 分；评价得分：2.93 分

为应对市场变化，提升品牌形象，围绕我省福彩百亿目标进一步提升福彩公益品牌形象，持续深化“公益、责任、阳光”核心价值。2024 年陕西福彩先后举办了如下活动：①2024 年 8 月 26 日至 8 月 29 日在渭南、西安两地组织了“爱在三秦 福满四季”公益行主题宣传活，活动已按照计划方案执行，任务完成率 100%；②截止 2025 年 4 月 30 日通过陕西福彩官方抖音账号及官方视频号共计完成直播活动 15 场，单次直播时长不低于 90 分钟，完成了年度直播 ≥ 15 场的目标任务，任务完成率 100%；③截止 2025 年 4 月 30 日制作公益短视频 28



部，与年度目标短视频 ≥ 30 部相比，任务完成率 93.33%。

(7) APP 及微信公众号营销推广活动数量完成率：指标赋值：3 分；评价得分：2.96 分

①2024 年陕西福彩使用 APP 及微信公众号开展“龙年行大运 福彩贺新春”主题营销活动；配合双色球开展“送你小红花 福彩伴你行”营销活动，完成了 APP 及微信公众号主题营销活动 ≥ 2 次的目标任务，活动次数完成率 100%。

②截至 2024 年 12 月 31 日，陕西福彩 APP 累计注册用户数 684344 人，已完成目标注册人数 ≥ 60 万人的任务，任务完成率 100%。

截至 2024 年 12 月 31 日，陕西福彩微信公众号关注度 1648604 人，已完成目标关注度 ≥ 172 万人任务的 95.85%。

(8) 投注站销售奖励发放数量完成率：指标赋值：1 分；评价得分：1 分

2024 年陕西福彩全年共发放投注站销售奖励 59 万元，其中 2023 年 12 月一等奖站点 1 个，2024 年一等奖站点 58 个，每个站点一等奖奖励 1 万。已按照年度申报数量进行了发放，奖励发放数量完成率 100%。

2. 产出质量指标 主要评价项目质量达标率情况。指标赋值 8 分，评价得分 8 分

(1) 电脑票市场营销量增长比：指标赋值 2 分，评价得分 2 分

2024 年全省投注站销售电脑彩票 60.72 亿元，较 2023 年电脑彩



票 56.65 亿元增幅 7.18%，大于年度销售量增长率 $\geq 5\%$ 的目标，任务完成率 100%。

(2) 《华商报阳光福彩》发布质量合格率： 指标赋值 0.5 分，评价得分 0.5 分

我们抽查了 2024 年 9 月至 10 月的《华商报阳光福彩》报刊，每期专栏面积 29X14cm（横 1/3 版）；版位为下版位，新闻边线框内；其发布范围为《华商报》，与 2024 年计划质量相符，验收合格率 100%。

(3) 回馈彩民新春套装印刷合格率：指标赋值 0.5 分，评价得分 0.5 分

经查 2024 年陕西福彩实际印刷磁吸对联 2 千套，小对联 11 万套，福字 24.75 万张，红包 8.25 万个，袋子 2 千个，全部验收合格，以上物品均已按照合同约定送至 11 个地市并用于春节贺岁活动。

(4) 传统广告发布质量合格率：指标赋值 1.5 分，评价得分 1.5 分

2024 年陕西福彩发布福彩传统广告共计 66 次，发布广告的内容及播出时段均按照陕西福彩要求进行，且已达到预期宣传效果，验收合格率 100%。

(5) 地铁、户外及新媒体营销宣传投放规格达标率：指标赋值 1.5 分，评价得分 1.5 分

评价组抽查微信朋友圈、抖音流量、今日头条 3 家新媒体平台广告投放资料，其在广告投放期间以每日以超过 200cpm 的投放量进行



广告投放，完成了 2024 年目标投放规格 200CPM/天的任务。

(6) 全媒体公益营销宣传投放规格达标率： 指标赋值：1.5 分；
评价得分：1.5 分

评价组抽查了制作的相关短视频，其播出时是 4K 高清画质，成片分辨率 $\geq 1080P$ ，符合播出标准。

(7) 投注站销售奖励发放合规性： 指标赋值：0.5 分；评价得分：0.5 分

评价组检查了 2024 年 4 月双色球一等站点奖励 9 万元，是按照陕西福彩《关于开展中出双色球等游戏一等奖投注站奖励活动的通知》（陕彩发字〔2024〕12 号）规定奖励标准进行发放。

3. 产出时效指标 主要评价项目完成及时率情况。指标赋值 9 分，
评价得分 9 分

(1) 电脑票营销活动按期完成率： 指标赋值：3 分，评价得分：3 分

评价组检查了 2024 年“福彩快乐 8 盛夏欢乐送” “福彩快乐 8 岁末欢乐季” “幸运快乐 8 畅享刮刮乐” 3 个主题营销活动计划、活动通知、活动总结及相关活动海报等资料，相关活动已经按期举办。

(2) 投注站奖励发放的及时性指标赋值：0.5 分；评价得分：0.5 分

经抽查相关凭证，所有的奖励均在中奖后 1 年内发放，奖励发放比较及时。



(3) 彩民新春套装发放的及时率：指标赋值 0.5 分，评价得分 0.5 分

经检查，彩民新春套装印刷品验收合格办理入库后，陕西福彩根据 11 个地市投注站所需的新春套装数量，在新春期间进行出库并分发至各地，新春套装印刷品发放及时。

(4) 传统广告宣传、新媒体及全媒体广告发布及时率：指标赋值 3 分，评价得分 3 分

评价组抽查了相关传统广告宣传、新媒体公益营销宣传、全媒体公益宣传活动资料，其相关活动是按照陕西福彩计划发布时间进行广告投放或举办活动的。

(5) APP 及微信公众号营销活动举办及时率：指标赋值：2 分；评价得分：2 分

评价组检查使用福彩 APP 及微信公众号开展“龙年行大运 福彩贺新年”及“送你小红花、福彩伴你行”营销活动的通知、活动方案、活动报告及相关活动图片资料，相关活动已按期举行。

4. 成本节约率指标 主要评价项目成本节约情况。指标赋值 3 分，评价得分 1 分

2024 年预算调整后财政批复项目预算成本 3,909.90 万元，实际支出 3,690.77 万元，成本节约率 5.60%。

(四) 效益类指标

主要评价经济效益、社会效益、可持续影响、社会公众或服务对



象满意度情况。指标赋值 20 分，综合得分 17.66 分。

一级指标	二级指标	三级指标	分值权重	得分
效益 (20 分)	项目效益 (20 分)	经济效益	2. 0%	2. 00
		社会效益	6. 0%	4. 00
		可持续影响	4. 0%	4. 00
		社会公众或服务对象满意度	8. 0%	7. 66
合计			20. 0%	17. 66

1. 经济效益指标: 主要评价电脑福利彩票销量增加情况。指标赋值 2 分，评价得分 2 分

2024 年全省投注站销售电脑彩票 60.72 亿元，较 2023 年电脑彩票 56.65 亿元增幅 7.18%，2024 年电脑彩票销售量有所增长。

2. 社会效益: 主要评价投注网点数量增加、陕西福彩 APP 注册人数、陕西福彩微信订阅号关注度情况。指标赋值 6 分，评价得分 4 分

(1) 陕西福彩 APP 关注度情况: 指标赋值 2 分，评价得分 2 分
截至 2024 年 12 月 31 日，陕西福彩 APP 累计注册用户数 684344 人，较 2023 年 APP 累计注册用户数 574964 人，新增注册人数 109380 人，增长率 19.02%，较上年有大幅增长。

(2) 陕西福彩微信订阅号关注度情况: 指标赋值 2 分，评价得分 0 分

截至 2024 年 12 月 31 日陕西福彩微信公众号关注度 1648604；较 2023 年微信公众号关注度 1716642，下降了 3.96%。

(3) 带动产业发展，提供就业岗位情况: 指标赋值 2 分，评价



得分 2 分

① 投注网点数量增加：指标赋值：1 分；评价得分：1 分

截至 2024 年 12 月 31 日全省投注网点数量 6539 个，较 2023 年 5689 个增长了 14.94%，投注网点数量较上年有较大增长。

② 提供就业岗位个数情况：指标赋值：1 分；评价得分：1 分

截至 2024 年 12 月 31 日全省投注网点数量 6539 个，按照一个网点提供 2 个工作岗位进行估算，全省投注网点可以为社会提供就业岗位 13078 人，大于年度提供就业岗位 ≥ 1.2 万人的目标。

3. 可持续影响：主要评价业主、彩民对福利彩票的认可程度，从而影响彩票销售的可持续发展情况。指标赋值 4 分，评价得分 4 分

（1）违规事件的发生概率情况：指标赋值：2 分；评价得分：2 分

2024 年陕西福彩共接收电话查询事项 3704 件，其中政策咨询 3275 件、中奖查询 27 件、投诉工单 393 件、建言献策 7 件、其他工单 2 件。总办结率为 99.51%，群众满意度为 96.36%，未发生重大违规事件。

（2）进一步提升社会公众对福彩工作的认可度：指标赋值：2 分；评价得分：2 分

通过各类营销宣传活动，使得福彩公益品牌形象更加深入人心，引流和传递作用持续得到增强，吸引了更多目标群体，让新老彩民更加关注、了解福彩。同时，也使得 2024 年投注站点及电脑福利彩票销售量得到大幅提升，为国家筹集了更多公益金。



4. 社会公众或服务对象满意度：主要评价业主满意度、彩民满意度。指标赋值 8 分，评价得分 7.66 分

（1）业主满意度：指标赋值：4 分；评价得分 3.66 分

我们通过问卷星软件发布调查问卷，收到回复 2405 份，经统计业主满意度平均为 88.28%。

（2）彩民满意度：指标赋值 4 分，得分 4 分

我们通过问卷星软件发布调查问卷，收到回复 4177 份，经统计彩民的满意度平均为 88.10%，已达到满意度 $\geq 85\%$ 的目标任务。

六、评价中发现的问题

（一）项目绩效考核申报指标质量不高

主要表现为：1. 个别项目申报时设置了生态指标，该指标与行业不匹配，如：“投注站销售奖励”项目、“走近双色球”项目及“开展地铁、户外等媒体营销宣传”“开展新媒体等营销宣传”等项目；2. 个别项目指标值设置过于笼统，实际评价时存在一定难度，如：“投注站销售奖励”项目、“走近双色球”项目质量指标设置为提升投注站销售积极性或提升福利彩票社会影响力；3. 个别项目的绩效指标内容有误，如：“APP 及微信公众号营销推广”项目将质量指标申报内容设置为 APP 注册用户 ≥ 60 万及微信公众号用户数 ≥ 172 万，与质量指标定义不符；4. 个别项目申报时效指标值与实际情况不相符，如：“回馈彩民新春套装”项目时效指标为项目周期 ≤ 1 年，与实际的新春期限不相符；5. 彩民满意度指标值设置较低，单位申报的彩民



满意度指标值为 80%，满意度指标值设置较低。

（二）内部控制在执行中存在疏漏

年末绩效自评时，将部分子项目合并在一张绩效自评表中进行了评价，导致项目评价指标未能实现与年初申报指标的逐项对应。

七、评价建议

（一）提高绩效考核指标申报质量

针对绩效考核指标申报质量不高的问题，建议陕西福彩采取以下措施：一是通过培训、编写操作指南等方式，提高各单位对预算绩效目标填报工作的重视度和操作水平，确保填报工作的准确性和规范性。从而达到结合福彩行业的特点，设置与实际情况相符的绩效考核指标，确保所有绩效考核指标都与组织的业务战略和目标有较强关联性；二是强化监督和评审机制，通过定期检查绩效考核流程和结果，进一步细化分解各类指标，使其明确、合理、可衡量，为项目后期监控、监督检查及绩效评价提供参考依据。

（二）加强单位内部控制制度执行力度

单位各项业务活动应按照内控制度规定的程序进行，并定期结合单位实际情况、外部环境的变化、单位管理要求的提高不断修订完善相关管理制度。全员应充分重视内部控制，加强学习和掌握与其相关的内控制度，在职责权限、范围和程序中工作，确保制度规定与实际执行过程的一致性。



陕西益友会计师事务所有限责任公司

二〇二五年五月三十日