

北京市市级财政支出项目 绩效评价报告

主管部门 北京市市场监督管理局
项目单位 北京市消费者协会
项目名称 消费维权社会调查
评价机构 北京市市场监督管理局
参与评价 北京中润达会计师事务所有限公司
中介机构

北京市财政局
二〇二三年五月

北京市市场监督管理局
“消费维权社会调查”绩效图片



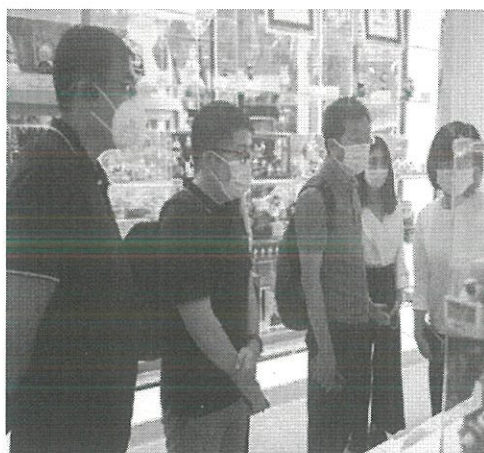
项目前期调研



项目决策会议



项目实施过程指导



盲盒市场调研—泡泡玛特



专家验收



约谈滴滴

目 录

一、基本情况	1
(一) 项目概况	1
(二) 项目绩效目标,	4
二、绩效评价工作开展情况	4
(一) 绩效评价目的、对象和范围	4
(二) 绩效评价原则、评价指标体系(附表说明)、评价方法、 评价标准等	5
(三) 绩效评价工作过程	13
三、综合评价情况及评价结论(附相关评分表)	14
四、绩效评价指标分析	15
(一) 项目决策情况	15
(二) 项目过程情况	17
(三) 项目产出情况	19
(四) 项目效益情况	20
五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析	23
(一) 主要经验及做法	23
(二) 存在的问题	23
六、有关建议	23
七、其他需要说明的问题	24

北京市市场监督管理局

2022 年“消费维权社会调查”项目绩效评价报告

为进一步提高财政支出管理水平，评价财政支出预期目标实现程度，考核财政支出效率和综合效果，为以后年度财政资金安排提供重要依据，根据《北京市项目支出绩效评价管理办法》（京财绩效〔2020〕2146 号）和《北京市财政局关于 2023 年推进全面实施预算绩效管理工作的预通知》等文件规定，北京市市场监督管理局成立绩效评价工作组对 2022 年“消费维权社会调查”项目决策、管理及绩效情况开展整体评价，形成本绩效评价报告。

一、基本情况

（一）项目概况

1、项目背景和实施主体

近年来，尽管有关法律法规越来越健全，市场监管和消费者权益保护力度也越来越强化，但有关消费者投诉不仅数量一直居高不下，而且投诉问题也越来越复杂，尤其是各种新型互联网消费模式和新型业态带来了很多新的消费维权问题。面对这些新型消费模式和新型业态以及当前存在的热点难点消费维权问题，必须加强事前的研究预判，而不能一味地强调事后的调解救济，力争从根源上解决问题。

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第三十六条“消费者协会和其他消费者组织是依法成立的对商品和服务进行社会监督

的保护消费者合法权益的社会组织”和第三十七条赋予消协组织的八项公益性职责，消费者协会围绕商品与服务的经营状况及消费者关心的问题，借助问卷设计、科学抽样、实施访问和统计分析的方法而开展调查。通过开展消费调查对商品和服务进行社会监督，是《中华人民共和国消费者权益保护法》赋予消协组织的法定职责，也是消协组织的重要工作职责。因此，消费组织有责任有义务依据《中华人民共和国消费者权益保护法》对有关新型模式和新兴业态以及有关热点难点消费维权问题开展消费调查研究工作。这样既可以了解消费维权情况，发现问题并督促经营者整改落实，又可以向消费者提供客观、详实的消费信息和咨询服务，还可以向国家相关部门就消费领域有关问题提供参考或提出建议。

本项目由北京市消费者协会服务监督部负责具体实施。

2、主要内容及实施情况

项目围绕消费者关心的互联网消费、预付款式消费、旅游消费、网约车消费、盲盒消费等 5 方面问题为研究对象，聚焦广大消费者关注的热点难点消费问题，分析当前投诉量居高不下的消费行业现状与问题，最终提出改进策略建议。具体内容包括：一是围绕一日游、自驾游、周边游消费全过程的维权问题持续开展北京旅游消费体验式调查；二是针对互联网购物、外卖等消费重点领域涉及直播带货、大数据杀熟、砍单、捆绑销售等热点问题开展调查；三是为贯彻落实《北京市单用途预付款管理条例》这一地方法规，开展预付款式消费维权问题调查；四是以问题为导向，查摆各种网约车平

台和企业消费现状和存在问题，开展网约车消费维权问题调查，提出规范行业建议；五是针对“万物皆盲盒”现象，就当前新的商业模式和新业态，开展盲盒消费现状和维权问题调查，达到厘清法律属性，助力市场健康发展。

项目由北京市消费者协会秘书长办公会负责领导管理。为加强组织领导，凸显公平公正，明确绩效运行监控工作由单位秘书长担任第一责任人，部门主任具体负责职权范围内的项目运行，绩效运行监控日常工作由服务监督部承担。项目通过竞争性磋商采购方式确定专业调查机构，要求受托调查机构具备相应的专业人员团队，并组建包括专家、学者、消费者代表等专业团队负责项目的具体实施，相关人员必须具备相应的学历和技能技术，具有同类项目执行经验。同时要对团队人员尤其是执行人员加强培训和管理，对调查过程进行全方位、全流程监控，确保调查数据的准确性、客观性。

服务监督部承担分项采购、项目合同、验收等不同阶段均上报消协支委会和秘书长办公会审议通过，及时跟进了解项目进度、年度目标及执行情况、考核及验收工作，督促项目计划和任务落实，并对绩效指标进行量化评价。

截至2022年12月31日，服务监督部完成对互联网消费、预付卡消费、旅游消费、网约车消费、盲盒消费等5项社会调查内容的验收工作，出具5份调查报告（其中互联网4个调查报告）并报秘书长办公会审议通过。

3、资金投入和使用情况

项目 2022 年预算批复资金 201.52 万元,已于 2022 年 1 月到位; 2022 年实际支付资金 201.3552 万元,其中 2022 年 6 月支付 140.94864 万元、11 月支付 60.40656 万元。项目预算执行率 99.92%。

(二) 项目绩效目标

1、总体目标

通过消费维权社会调查,全面了解我市消费维权情况,及时发现损害消费者权益的有关问题,并对发现的问题进行深入分析,然后提出解决问题的思路和建议。根据调查研究结果,完成高质量的 5 份调查报告,另外依据调查报告结果,开展以下工作:一是向社会宣传普及《消费者权益保护法》及相关法律法规,督促经营者诚信守法经营,提升消费者的理性消费、依法维权意识和能力;二是通过约谈或座谈方式将调查发现的问题反馈给相关企业,督促和监督企业整改落实,促进有关行业健康规范发展,维护消费者的合法权益;三是依据调查结果,向国家立法和出台相关政策提供决策依据;四是通过媒体公开报道等方式,提高消协组织的社会监督效能和社会影响力、公信力,提升消费信心,促进消费。

二、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

通过对北京市市场监督管理局 2022 年“消费维权社会调查”项目进行绩效评价,全面、客观地反映项目绩效,对预算管理执行过程中存在的不足提出合理化建议,使预算管理更加科学、规范,提

高资金使用效率和效益。

2、评价对象和范围

(1) 本次绩效评价对象为北京市市场监督管理局 2022 年“消费维权社会调查”项目。

(2) 评价范围包含项目的决策情况、资金投入管理和使用情况、相关管理制度办法的健全性及执行情况、实现的产出情况、取得的效益情况、其他相关内容。具体内容如下：

①项目决策。主要是对项目立项、绩效目标、资金投入进行评价，包括立项依据充分性、立项程序规范性、绩效目标合理性、绩效指标明确性、预算编制科学性、资金分配合理性等。

②项目管理。主要是对项目资金管理及组织实施过程进行评价，包括资金到位、预算执行、资金使用合规性及管理制度健全性和执行的有效性等。

③项目绩效。主要是对项目产出、效果及满意度进行评价，包括项目产出数量、产出质量、产出时效、产出成本是否与目标一致；项目实施产生的经济效益、社会效益、可持续影响和服务对象满意度是否达到目标。

(二) 绩效评价原则、评价指标体系（附表说明）、评价方法、评价标准等

1、绩效评价原则

本次绩效评价工作遵循“科学规范、公开公正、分级分类、绩效相关”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、公正的反映。

（2）统筹兼顾。单位自评、部门评价和财政评价应职责明确，各有侧重，相互衔接。单位自评应由项目单位自主实施，即“谁支出，谁自评”。部门评价和财政评价应在单位自评的基础上开展，必要时可委托第三方机构实施。

（3）激励约束。绩效评价结果应用与预算安排、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、低效要减压、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、评价指标体系（附表说明）

评价工作组根据《北京市项目支出绩效评价管理办法》（京财绩效〔2020〕2146号），结合评价对象特点及具体实施情况，围绕项目决策、项目管理及项目绩效，制定了本项目绩效评价指标体系和指标权重，依据突出结果导向原则，项目决策权重占 15%，项目管理权重占 25%，项目产出权重占 30%，项目效益权重占 30%。在咨询专家组意见后，确定为该项目最终绩效评价指标体系。

北京市市场监督管理局 2022 年“消费维权社会调查”项目绩效评价报告

一级	二级	三级	四级	分值	评分规则及评分标准		
					评分规则	分值	评分标准
项目决策 (15分)	项目立项 (5分)	立项依据充分性 (3分)	项目与项目单位部门职能的相符性	1	相符	0.9-1.0	A. 该项目本身与项目单位部门职能完全相符
					较相符	0.7-0.9	B. 该项目本身与项目单位职能较相符
					基本相符	0.6-0.7	C. 该项目本身与项目单位职能基本相符
					不相符	0-0.6	D. 该项目本身与项目单位职能不相符
		立项依据充分性 (3分)	项目与相关政策、规划相符性	2	相符	1.8-2.0	A. 项目与相关政策要求、单位长期事业发展规划及年度工作计划完全相符, 前瞻性和可实施性强
					较相符	1.5-1.8	B. 项目与相关政策要求、单位长期事业发展规划及年度工作计划较相符, 前瞻性和可实施性较强
					基本相符	1.2-1.5	C. 项目与相关政策要求、单位长期事业发展规划及年度工作计划基本相符, 可实施性较差
					不相符	0-1.2	D. 项目与相关政策要求、单位长期事业发展规划及年度工作计划不符, 可实施性差
		立项程规范性 (2分)	项目立项论证的充分性	1	充分	0.9-1.0	A. 项目开展了前期调研或可行性研究, 对项目实施背景、现状、需求、风险了解充分, 对项目的可行性进行了充分论证
					较充分	0.7-0.9	B. 项目开展了前期调研或可行性研究, 对项目实施背景、现状、需求、风险了解比较深入, 对项目的可行性论证比较充分
					不充分	0.6-0.7	C. 项目立项前, 对项目实施背景、现状、需求、风险进行了一定程度的了解, 对项目可行性进行了简单的分析
					无	0-0.6	D. 未开展前期调研或可行性研究, 对项目实施背景、现状、需求、风险缺乏了解, 未进行项目可行性分析、论证
			项目立项决策程序的规范性	1	合规	0.9-1.0	A. 完全履行了相关必要的申请、批复审批程序, 且完全合规
					较合规	0.7-0.9	B. 履行了相关必要的申请、批复审批程序, 且较合规
					基本合规	0.6-0.7	C. 履行了基本的申请、批复审批程序, 且基本合规
					不合规	0-0.6	D. 未履行必要的申请、批复审批程序

北京市市场监督管理局 2022 年“消费维权社会调查”项目绩效评价报告

绩效目标 (5 分)	目标内容(5 分)	绩效目标合理性	2	合理	1.8-2.0	A.立项目标全面、客观、严谨
				较合理	1.5-1.8	B.立项目标比较全面、客观、严谨
				基本合理	1.2-1.5	C.立项目标基本全面、客观、严谨
				不合理	0-1.2	D.立项目标不够全面、不客观、不严谨
		绩效指标明确性	3	明确	2.7-3.0	A.立项目标明确、细化、量化,可准确衡量和评价
				较明确	2.25-2.7	B.立项目标较为明确、细化、量化,能够衡量和评价
				基本明确	1.8-2.25	C.存在个别绩效指标不够具体细化、难以衡量和评价
				不明确	0-1.8	D.目标不够清晰、不够具体、量化,无法衡量和评价
资金投入 (5 分)	预算编制、资金 分配 (5 分)	预算编制科学性	2	高	1.8-2.0	A.项目预算与业务内容完全匹配,预算标准适当,计算方法科学,项目预算细化
				较高	1.5-1.8	B.项目预算与业务内容比较匹配,预算标准较适当和计算方法较科学,项目预算较 细化
				一般	1.2-1.5	C.项目预算与业务内容基本匹配,预算标准基本适当和计算方法基本正确,项目预 算细化不充分
				低	0-1.2	D.项目预算与业务内容不匹配,缺少预算标准和明确的计算方法,项目预算不细化
		资金分配合理性	3	合理	2.7-3.0	A.预算资金分配依据充分,资金分配额度合理,与项目单位实际相适应
				较合理	2.25-2.7	B.预算资金分配依据较充分,资金分配额度较合理,与项目单位实际比较适应
				基本合理	1.8-2.25	C.预算资金分配依据基本充分,资金分配额度基本合理,与项目单位实际基本相适 应
				不合理	0-1.8	D.预算资金分配依据不充分,资金分配额度不合理,与项目单位实际不适应
项目管理 过程 (25 分)	项目资金 (10 分)	资金管理 (10 分)	2	到位	1.8-2.0	A.资金到位率 90%以上
				较到位	1.5-1.8	B.资金到位率 80%-90%
				基本到位	1.2-1.5	C.资金到位率 60%-80%
				不到位	0-1.2	D.资金到位率 60%以下

北京市市场监督管理局 2022 年“消费维权社会调查”项目绩效评价报告

				预算执行率	4	一致	3.5-4.0	A. 预算执行与预算规划及批复相符,符合相关项目资金管理制度规定,支出进度与预期一致
								B. 预算执行与预算规划及批复较相符,支出进度较为合理,不存在虚列支出、支出依据不充分等情况
								C. 预算执行与预算规划及批复基本相符,支出进度基本合理,存在个别虚列支出、支出依据不充分情况
								D. 预算执行与预算规划及批复不符,支出进度不合理,存在虚列支出、支出依据不充分等情况
				资金使用合理性	4	合理	3.5-4.0	A. 严格执行有关财务管理制度,财务运行协调;资产管理制度执行很好,项目资金使用高效
								B. 较好地执行有关财务管理制度,财务运行较协调;资产管理制度执行较好,项目资金使用较高效
								C. 基本上执行了有关财务(资产)管理制度,存在个别未执行情况,项目资金使用效率一般
								D. 未执行有关财务(资产)管理制度,财务运行不协调,项目资金使用低效
				财务管理制度健全性	1	完备	0.9-1.0	A. 项目单位建立起十分健全、有很强针对性的项目财务、业务管理制度,足以保证项目的顺利实施
								B. 项目单位建立健全了项目财务、业务管理制度,有一定的针对性,能较好地保证项目的顺利实施
								C. 项目单位基本上建立了项目财务、业务管理制度,一定程度上有助于项目的开展
								D. 项目单位未建立项目财务、业务管理制度或项目管理制度缺乏针对性,无法保证项目的顺利实施
	项组织实施(15分)	管理制度健全性(3)		业务管理制度健全性	2	完备	1.8-2.0	A. 项目单位建立起十分健全、有很强针对性的业务管理制度,足以保证项目的顺利实施

北京市市场监督管理局 2022 年“消费维权社会调查”项目绩效评价报告

项目产出 (30 分)	产出数量 (10 分)	实际完成率 (年初数量指标: 对互联网消费、预付卡消费、旅游消费、网约车消费、盲盒消费等 5 项内容进行调查, 并出具 5 份调查报告。)	10	高	9.0-10.0	A. 实际产出数与计划产出数比率 90%-100%
						B. 实际产出数与计划产出数比率 80%-90%
						C. 实际产出数与计划产出数比率 60%-80%
						D. 实际产出数与计划产出数比率 60%以下
	产出质量 (10 分)	质量达标率 (年初质量指标: 项目调查方法、调查内容、验收、调查报告及相关成果符合《消费维权社会调查项目方案》等文件规定)	10	高	9.0-10.0	A. 质量达标率 90%-100%
						B. 质量达标率 80%-90%
						C. 质量达标率 60%-80%
						D. 质量达标率 60%以下
	产出时效(5 分)	完成的及时性 (合同期内完成)	5	及时	4.5-5.0	A. 项目实施进度非常及时, 完全符合目标和方案要求
						B. 项目实施进度较及时, 接近目标和方案要求
						C. 项目实施进度基本及时, 基本符合目标和方案要求
						D. 项目实施进度不及时, 与目标和方案差距较大
	产出成本(5 分)	成本控制程度 (201.52 万元)	5	符合	4.5-5.0	A. 项目支出与实施方案中设定的标准、项目预算金额相符
						B. 项目支出与实施方案中设定的标准、项目预算金额比较相符
						C. 项目支出与实施方案中设定的标准、项目预算金额基本相符
						D. 项目支出与实施方案中设定的标准、项目预算金额不符

北京市市场监督管理局 2022 年“消费维权社会调查”项目绩效评价报告

项目效益 (30 分)	项目效果 (25 分)	社会效益 (25 分)	督促和监督企业整改落实，促进有关行业健康规范发展；维护消费者的合法权益；向国家立法等相关机构提供决策依据；通过媒体公开报道调查结果等方式，有效提升消协组织的社会监督效能和社会影响力，提升消费信心，促进消费。	25	显著	23.0-25.0	A. 项目在充分发挥督促和监督企业整改落实，促进有关行业健康规范发展；维护消费者的合法权益；向国家立法等相关机构提供决策依据；有效提升消协组织的社会监督效能和社会影响力等方面的作用显著
					较显著	20.0-23.0	B. 项目在充分发挥督促和监督企业整改落实，促进有关行业健康规范发展；维护消费者的合法权益；向国家立法等相关机构提供决策依据；有效提升消协组织的社会监督效能和社会影响力等方面的作用较显著
					一般	16.0-20.0	C. 项目在充分发挥督促和监督企业整改落实，促进有关行业健康规范发展；维护消费者的合法权益；向国家立法等相关机构提供决策依据；有效提升消协组织的社会监督效能和社会影响力等方面的作用一般
					不明显	0-16.0	D. 项目在充分发挥督促和监督企业整改落实，促进有关行业健康规范发展；维护消费者的合法权益；向国家立法等相关机构提供决策依据；有效提升消协组织的社会监督效能和社会影响力等方面的作用不明显或没有作用
	服务对象满意度指标 (5 分)	根据调查报告完成情况及报告产生的效能评定 (5 分)	根据调查报告完成情况及产生的效能评定。	5	满意	4.5-5.0	A. 根据调查报告完成情况以及产生的效能评定满意度高
					较满意	3.75-4.5	B. 根据调查报告完成情况以及产生的效能评定满意度较高
					一般	3.0-3.75	C. 根据调查报告完成情况以及产生的效能评定满意度一般
					不满意	0-3.0	D. 根据调查报告完成情况以及产生的效能评定满意度不高

3、绩效评价方法

本次绩效评价方法主要有效益分析法、比较法、因素分析法、公众评判法。

（1）成本效益分析法。是指将投入与产出、效益进行关联性分析的方法。

（2）比较法。是指将实施情况与绩效目标、历史情况、不同部门和地区同类支出情况进行比较的方法。

（3）因素分析法。是指综合分析影响绩效目标实现、实施效果的内外部因素的方法。

（4）公众评判法。是指通过专家评估、公众问卷及抽样调查的方式进行评判的方法。

4、绩效评价标准

本项目采用计划标准、行业标准进行评价。

（1）计划标准。指以预先制定的目标、计划、预算、定额作为评价标准。

（2）行业标准。指参照国家公布的行业指标数据制定的评价标准。

（三）绩效评价工作过程

1、前期准备情况

一是接受委托方任务，拟定部门绩效评价工作方案，成立绩效评价工作组；二是开展工作培训并进行项目情况了解；三是收集整理资料。

2、资料信息汇总

评价工作组在充分调研的基础上，对收集资料进行逐一核实，相关各方签收确认。按照指标体系内容和评价重点，工作组进行分类整理并装订成册，供专家审阅评价。

3、召开绩效评价工作会，形成评价结论

评价工作组将项目资料汇编成为《资料手册》，供专家等项目情况进行详细的了解，并在评价会前 5 个工作日召开专家预备会。在此期间，评价工作组与五位专家就项目问题进行了详细的沟通与探讨。在资料收集齐全、问题相对清晰、指标体系完善的情况下，评价工作组于 2023 年 5 月 12 日召开评价会。会上专家就项目绩效情况进行评价和打分，并出具评价意见。

4、撰写绩效评价报告

评价工作组根据五位专家的问题、建议以及评价会的会议纪要，对该项目进行详细的分析总结，并根据项目实际情况撰写绩效评价报告。

5、沟通反馈初步评价意见

绩效评价报告初稿完成后，评价工作组就报告中反映的问题与项目单位进行沟通，获取反馈意见。

6、形成正式绩效评价报告，归档绩效评价资料

评价工作组在项目单位反馈意见的基础上，对报告内容进行完善，形成正式绩效评价报告；绩效评价工作结束后，整理归档绩效评价资料。

三、综合评价情况及评价结论（附相关评分表）

2022 年“消费维权社会调查”项目绩效评价综合得分 92.34 分，其中，项目决策 13.48 分，项目管理 23.56 分，项目产出 27.88 分，项目效益 27.42 分，项目综合绩效评定结论为“优秀”，具体情况详见下表。

2022 年“消费维权社会调查”项目综合评价结论一览表

评价内容	分值	评价得分
项目决策	15	13.48
项目管理	25	23.56
项目产出	30	27.88
项目绩效	30	27.42
综合得分	100	92.34
绩效评定级别	优秀	

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况

1、项目立项

《中华人民共和国消费者权益保护法》第三十六条和第三十七条规定，通过开展消费调查对商品和服务进行社会监督，是《中华人民共和国消费者权益保护法》赋予消协组织的法定职责，也是消协组织的重要工作职责。

2021 年 9 月 22 日北京市消费者协会 2021 年第 18 次秘书长办公会审议通过社会调查项目。2021 年 10 月根据北京市当前消费热点及消费投诉情况，北京市市场监督管理局向市财政局申报了 2022 年度消费维权社会调查项目，针对商品与服务的经营状况及消费者关心的热点难点问题开展消费调查研究。

2、绩效目标

依据《消法》赋予消协对商品和服务进行监督的职责，围绕消费者关心的互联网消费、预付卡消费、旅游消费、网络游戏消费、网约车消费、盲盒消费等 5 方面问题，分别通过开展问卷调查、科学抽样、体验调查、统计分析和专家研讨等方法开展消费维权社会调查，并针对调查结果以及发现问题提出解决思路和建议，完成《互联网消费热点、难点问题调查报告》、《预付卡消费问题调查报告》、《旅游消费问题调查报告》、《网约车消费问题调查报告》、《盲盒消费问题调查报告》5 份高质量调查报告。另外通过调查，一是向全社会普及《消法》等法规；二是约谈问题企业整改，促进行业健康发展；三是为相关政府部门提供决策依据；四是提高消协社会监督效能，促进消费。

具体绩效指标如下：

一是产出数量：对互联网消费、预付卡消费、旅游消费、网约车消费、盲盒消费等 5 项内容进行调查，并出具 5 份调查报告；

二是产出质量：按照项目调查方案中有关调查方法及调查内容等要求，对 5 份调查报告进行验收，调查报告及相关成果必须符合《消费维权社会调查项目方案》等文件规定，符合采购需求，方案报告齐全；

三是产出进度：2022 年 1-3 月确定提供竞争性磋商服务公司，并开展竞争性磋商确定项目委托公司，4 月-6 月完成 2 个调查报告，2022 年 6 月-8 月完成 2 个调查报告，2022 年 8 月-10 月完成 1 个调查报告，2022 年 10 月-12 月完成全部调查项目验收工作；

四是产出成本：成本预算总计 201.52 万元，其中旅游消费体验式调查 29.8 万，互联网消费重点领域和热点问题调查（包括直播带货、砍单、大数据杀熟等 4 个专题调查）72 万，预付卡消费维权问题调查 37 万，网约车消费问题调查 32 万，盲盒消费维权问题调查 30.72 万；

五是效益：通过本项目的实施，一是全面了解当前消费重点领域和新兴消费模式的基本现状，以及发现在消费者权益保护方面存在的主要问题，并对发现的问题进行研究分析，二是通过约谈或座谈方式将调查发现的问题反馈给相关企业，督促和监督企业整改落实，促进有关行业健康规范发展，维护消费者的合法权益。三是充分利用调查结果，向国家立法和出台相关政策提供决策依据。此外，通过媒体公开报道调查结果等方式，有效提升消协组织的社会监督效能和社会影响力，提升消费信心，促进消费；

六是服务对象满意度：消协作为使用人，按照合同条款，参照磋商部分评分标准为指标，满意度达 100%。

项目绩效目标较为合理、明确，但服务对象满意度指标不够全面，缺少社会公众等相关成果应用群体的满意度情况。

3、资金投入

项目预算申报金额 201.52 万元，全部为财政资金。

（二）项目过程情况

1、资金管理

本项目严格按照《北京市消费者协会项目经费管理办法》要求，履行事前上会审议和验收审议程序，资金支付符合财务制度要求，全

部资金支付到位。

2022 年项目预算批复 201.52 万元，实际到位 201.52 万元，资金到位率 100%。截止 2022 年 12 月 31 日实际支出 201.3552 万元，共分二次付款：2022 年 3 月合同签订后 7 日内支付 70%预付款 140.94864 万元，其中北京中治平安商贸服务有限公司（网约车维权问题调查）22.3916 万元、北京数字一百信息技术有限公司（盲盒消费现状和维权问题调查）21.49 万元、北京金鼎影响力市场调查中心（旅游消费体验式调查）20.85804 万元、北京阳光消费大数据技术研究院（互联网消费重点领域和热点问题调查）50.344 万元和（预付卡消费维权问题调查）25.865 万元；2022 年 11 月支付合同尾款 60.40656 万元，其中北京数字一百信息技术有限公司（盲盒消费现状和维权问题调查）9.21 万元、北京阳光消费大数据技术研究院（互联网消费重点领域和热点问题调查）21.576 万元和（预付卡消费维权问题调查）11.085 万元、北京中治平安商贸服务有限公司（网约车维权问题调查）9.5964 万元、北京金鼎影响力市场调查中心（旅游消费体验式调查）8.93916 万元。全年共计支付消费维权社会调查费 201.3552 万元，较预算批复金额 201.52 万元节约 0.1648 万元。

2、组织实施

2022 年 1 月 27 日北京市消费者协会与北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司签订委托代理协议，委托该公司就“消费维权工作经费市场调查和民意测验服务采购项目（第 1~5 包）（项目编号：BJJQ-2022-093-01~05）”进行竞争性磋商采购。该项目磋商工作于

2022 年 02 月 22 日上午 10:00 开始在北京市东城区朝内大街南竹杆胡同 6 号北京 INN 3 号楼 9 层第四会议室进行，并于当日结束。

经市消协确认排名第一的北京金鼎影响力市场调查中心为本项目第1包(旅游消费体验式调查)成交供应商，排名第一的北京阳光消费大数据技术研究院为本项目第2包(互联网消费重点领域和热点问题调查)成交供应商，排名第一的北京阳光消费大数据技术研究院为本项目第3包(预付卡消费维权问题调查)成交供应商，排名第一的北京中治平安商务服务有限公司为本项目第4包(网约车消费问题调查)成交供应商，排名第一的北京数字一百信息技术有限公司为本项目第5包(盲盒消费维权问题调查)成交供应商。2022年3月与成交供应商签订合同。

截至2022年12月30日，北京市消费者协会服务监督部完成对所有社会调查项目的验收，并报秘书长办公会审议通过。

(三) 项目产出情况

1、产出数量

2022 年完成对互联网消费、预付卡消费、旅游消费、网约车消费、盲盒消费等 5 项内容进行调查，并出具 5 份调查报告（其中互联网 4 个调查报告）。

2、产出质量

调查报告及相关成果符合《消费维权社会调查项目方案》等文件规定，符合采购需求，方案报告齐全。各项内容均已达到项目合同要求及磋商部分评分标准。

项目邀请 3 名或以上来自高校、法院或消费维权实务机构的专家学者组成验收小组分别对报告的内容进行评审验收，所有项目均通过

专家验收。市消协服务监督部完成对所有社会调查项目的验收，并报秘书长办公会审议通过。

3、产出进度

本项目已于合同期内完成。

4、产出成本

2022 年共计支付消费维权社会调查服务费 201.3552 万元，较预算批复金额 201.52 万元节约 0.1648 万元，资金使用率达 99.92%。

（四）项目效益情况

1、社会效益

通过开展社会调查工作，对存在的问题向行业主管部门和相关机构通报，促进相关行业消费环境整体提升，维护消费者合法权益等方面发挥了积极作用。

（1）通过媒体报道，向社会宣传普及《消费者权益保护法》及相关法律法规，通过发布调查发现的问题，提高消费者依法维权意识和能力，提升消费者的理性消费观念。

约 10 家媒体对 2022 年北京旅游消费体验式调查发布新闻报道；约 20 家媒体对 2022 年大数据“杀熟”调查发布新闻报道；约 30 余家媒体对互联网不公平格式条款、网络直播业态、互联网搭售、盲盒、网约车、新能源汽车、婚介服务等主题发布调查。大大提高了消费者理性消费观念和依法维权意识和能力。

（2）对发现的问题进行研究分析，然后通过约谈或座谈方式将调查发现的问题反馈给相关企业，督促和监督企业整改落实，促进有关

行业健康规范发展，维护消费者的合法权益。

如，9 月底，砍单调查出台，对涉及 12 家平台涉嫌设立不公平不合理条款，要求相关平台限期确认问题并改正相关条款，服务监督部对改正情况实时跟踪；《网约车消费问题调查》涉及违法违规侵权等多类性质问题，目前正在与市场监管局、交通委、法律专家、部分企业协调沟通、研判中，拟定 2023 年 5 月底前约谈相关部门和企业。积极、有效的促进有关行业健康、规范、持续发展。

(3) 通过开展消费调查，向国家立法和出台相关政策提供决策依据。具体内容如下：

①8 月初，大数据杀熟调查接近尾声，今日舆情上领导对多个共享单车以优惠价“杀熟”的报道做出批示，市消协及时安排调查，并将结果并入调查报告中，8 月 11 日发布，为后续整改规范提供有利武器。

②盲盒问题调查期间对北京泡泡玛特创意文化有限公司进行了走访调研，就当前盲盒消费存在热点、难点问题进行了深入交流沟通，8 月下旬，盲盒问题调查基本结束，并于 8 月 30 日对市场监管总局相关征询意见提出规范建议。10 月 28 日市消协将盲盒调查撰写为《盲盒消费现状和热点问题》调研报告，呈递局长办公室，报市政府办公厅。

③在市场监管局领导指示下，在调查基础上，撰写砍单调研报告于 9 月 29 日报市政府办公厅。

④11 月 9 日，市消协就旅游调查中北京旅游整体环境、旅游签约率、夜间经济、直播带货旅游产品等问题、情况撰写调研报告报市政

府办公厅。

⑤2023 年 4 月 6 日，北京市消协作为法定参与立法立规的消费者组织代表应邀参加最高人民法院（以下简称高院）拟出台有关预付卡消费问题的司法解释研讨会，市消协把《2022 年预付卡消费问题调查报告》提供给高院。

（4）对调查中发现的违法企业有关情况函告市场监管或相关监管部门，并请依法查处，通过加大监管执法力度，助力首都市场消费环境规范健康发展。

如，2023 年 3 月 9 日，市消协和市局执法七队，（原商务局执法队），共同研判、了解商业预付费领域投诉情况，典型案例，存在问题，研究建立信息互通工作机制，将市消协预付卡消费调查转化为案件线索，促纠纷解决，惩戒违法行为。

（5）通过媒体公开报道等方式，提高消协组织的社会监督效能、履职能力和社会影响力，提升消费信心，促进消费。具体内容如下：

①2022 年 10 月 29 日市消协结合三年开展网络直播带货消费调查组织召开“聚焦网络直播新兴业态，促进行业规范健康发展”主题高端论坛会，来自监管部门、消协组织、学术机构、司法实务、新闻媒体和有关企业的领导、专家和专业人士进行研讨。

②2023 年 3 月 17 日，市消协在京津冀消费维权高端论坛上，以京津冀三地消协组织联合发布《盲盒消费调查结果》，各大媒体相继报道。

2、服务对象满意度

调查报告及相关成果各项内容均已达到项目合同要求及磋商部分

评分标准。消协作为使用人，各项调查均已达到预期效果，满意度达 100%。

五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析

（一）主要经验及做法

北京市消费者协会持续针对消费者关心的热点难点消费维权问题开展消费调查，并通过公开约谈、媒体曝光以及向经营者所在地监管部门反馈调查发现问题等方式，督促有关经营者整改落实调查发现的问题，维护消费者的合法权益。

（二）存在的问题

1、技术方案尚需完备

项目的技术方案不够完善，抽样方法、调查技术与方案等内容不够明确。

2、个别合同条款不明晰

如，2022 年 3 月 8 日北京市消费者协会与北京阳光消费大数据技术研究院签订的互联网消费重点领域和热点问题调查合同，知识产权条款对服务第三方的技术方案、调查原始数据、报告等成果归属要求不明确。

3、满意度调查不够全面

项目实施完毕，仅仅调查消协自身的满意度，缺少社会公众、市场监管局、检察院等相关成果应用群体的满意度情况，满意度调查不够全面。

六、有关建议

1、完善技术方案相关内容，科学设计调查样本，进一步提升调查方案的有效性

明确、完善技术方案中抽样方法等相关内容，确保样本量的充分性和具有较强的代表性。比如问卷调查时，要充分考虑不同民族、性别、年龄、受教育程度、从事行业等等。针对调查目标的不同维度，赋予不同的权重并有科学数据支持。进一步提升调查方案的有效性、科学性，保障财政资金的使用效益。

2、加强合同条款的规范性和全面性

项目合同应明确第三方提供的成果及数量、知识产权归属等相关内容，进一步完善合同条款的规范性和内容的全面性。确保相关业务活动能够依法、持续、有效运行，保护当事人的合法权益。

3、不断提升满意度调查的充分性

项目应不断扩大满意度调查范围和调查方式，不仅对报告使用人消协进行满意度调查，还需对诸如各类消费者、市场监管局、检察院等相关成果应用群体实施满意度调查；不仅采用调查问卷的方式，还可以邀请消费者和专家代表座谈的形式听取对项目效果的意见等等。进一步提升满意度调查的充分性。

七、其他需要说明的问题

无。

附件：评分表

附件：

评分表

一级	二级	三级	四级	分值	专家评分	扣分原因
项目决策（15分）	项目立项（5分）	立项依据充分性（3分）	项目与项目单位部门职能的相符性	1	0.94	立项资料不够充分
			项目与相关政策、规划相符性	2	1.72	项目与相关政策、规划相符性程度较高
		立项程序规范性（2分）	项目立项论证的充分性	1	0.84	对于风险的论证较欠缺；调研论证资料提供不够充分；玩具项目取消未予说明
			项目立项决策程序的规范性	1	0.9	集体决策资料提供不够充分；决策程序尚需完善
	绩效目标（5分）	目标内容（5分）	绩效目标合理性	2	1.78	部分指标不够合理；部分指标还可以细化
			绩效指标明确性	3	2.72	部分指标可评价性不足；量化的目标性指标不够明确
	资金投入（5分）	预算编制、资金分配（5分）	预算编制科学性	2	1.78	编制科学性有待提升；预算有调整但未说明
			资金分配合理性	3	2.8	合理性依据不足
项目管理过程（25分）	项目资金（10分）	资金管理（10分）	资金到位率	2	2	
			预算执行率	4	3.9	
			资金使用合理性	4	3.78	需加强
	项目组织实施（15分）	管理制度健全性（3分）	财务管理制度的健全性	1	0.92	修订不及时
			业务管理制度健全性	2	1.9	需完善
		制度执行有效性（12分）	项目执行与实施方案、计划的吻合度	4	3.72	不够一致
			项目调整的规范性	2	1.82	立项为6个项目，但执行为5个项目，原因不明确；预算评审后十四号内容有调整，程序不规范
			项目执行的有效性	4	3.74	需提升
			项目执行资料完整性、归档及时性	2	1.78	执行资料不够详细
			项目产出（30分）	产出内容（30分）	产出数量（10分）	完成行政复议初审960件，代理行政诉讼案件120件，协助处理来信2500件次，来访200件次，信息公开160件；出具法律意见、合同审核意见90件
产出质量（10分）	质量达标率：符合《行政复议法》、《行政诉讼法》、《信息公开条例》等法律法规要求，过程完整，档案齐全，时限、结果合法	10	8.8		质量验收不充分；产出效果表达尚不够突出；报告的深度需要进一步提升	
产出时效（5分）	完成的及时性（合同期内完成）	5	4.86		产出时效性较高	
产出成本（5分）	成本控制程度（336万元内）	5	4.62		成本控制措施需加强	
项目效益（30分）	项目效果（25分）	社会效益（25分）	充分发挥法律顾问在推进依法行政中的积极作用，使我局依法行政水平得以进一步提高，涉法工作机构常年超负荷运转的工作状态得到缓解	25	23.4	社会效益比较显著但仍有不明确、不确定之处；向国家立法等相关机构提供决策依据方面未见详细正式文件
	服务对象满意度指标（5分）	根据全年工作情况以及各律所工作总结综合评定（5分）	根据全年工作情况以及各律所工作总结综合评定	5	4.02	利益相关群体不够全面；满意度三级指标还可以范围更广一些；服务对象满意度评价方式有欠缺

92.34