

南召县商务局

南召县2022年“畅享南召”促消费活动

项目绩效评价报告

项目名称：南召县 2022 年“畅享南召”促消费活动项目

主管单位：南召县人民政府

实施单位：南召县商务局

评价机构：河南德盈会计师事务所（普通合伙）

2023 年 12月

目 录

一、项目概况	1
（一）项目背景和目的	1
（二）项目立项依据	2
（三）项目目前实施情况	3
（四）项目预算及资金安排、已支付情况	3
（五）项目的组织及管理	4
（六）项目绩效目标	5
二、绩效评价的开展情况	5
（一）评价目的	5
（二）评价对象、范围、涉及期间、基准日	6
（三）评价依据	6
（四）评价方法	6
（五）评价原则	8
（六）评价指标体系设计思路及主要指标内容	9
（七）评价过程	10
三、综合评价情况及评价结论	11
四、绩效评价指标分析	12
（一）项目决策情况	12
（二）项目管理情况	15
（三）项目产出情况	16

（四）项目效益情况	18
五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析	19
（一）主要经验及做法	19
（二）存在的问题及原因分析	19
六、相关建议	21
相关附件	21

南召县2022年“畅享南召”促消费活动项目 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号等文件精神，受南阳市财政局委托，按照《南召县财政局关于展开2022年度县级财政重点项目和部门（单位）整体资金绩效评价工作的通知》召财〔2023〕127号，河南德盈会计师事务所（普通合伙）对南召县商务局2022年“畅享南召”促消费活动项目开展绩效评价，项目组遵循独立、客观、公正的原则，通过审核资料、实地调研、数据分析、综合评价等工作程序，形成本评价报告。

一、项目概况

（一）项目背景和目的

2022年初，受新冠肺炎疫情等因素影响，消费特别是接触型消费恢复较慢，中小微企业、个体工商户和服务业领域面临较多困难。为深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，完整、准确、全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，协同发力、远近兼顾，综合施策释放消费潜力，促进消费持续恢复，国家及省委省政府制定多项措施应对疫情影响，促进消费有序恢复发展，如：《国务院关于扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》中的要充分挖掘县乡消费潜力；《国务院关于扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》（国发〔2022〕12号）中高效统筹疫情防控和经济社会发展，最大限度减少疫情对经济社会

发展的影响，提出稳投资促消费等政策；《河南省人民政府关于贯彻落实稳住经济一揽子政策措施实施方案的通知》（豫政〔2022〕19号）文中组织开展全省性消费促进活动等文件精神的要求；南阳市人民政府办公室《关于印发〈南阳市进一步扩大消费的若干措施〉和〈南阳市2022年“惠享南都”促消费活动方案〉的通知》文中要求持续开展全市性消费促进活动，开展专项促消费行动，鼓励企业联合银联等线上平台发放吃住游购娱等消费券，实现商家让利、百姓得利、企业获利，活动各县（市、区）政府（管委会）按职责分工负责；南召县人民政府根据国家、省、市文件精神要求制定《关于印发南召县2022年“畅享南召”活动方案的通知》，明确规定由县商务局负责该次活动的统筹协调。

消费券计划是一项能够在短期内对消费和经济产生强烈刺激的政策措施。消费券通过短期增加社会总需求和有效需求，并通过乘数效应拉动更大规模的消费与投资，吸引商家和企业纷纷推出个性化的让利促销活动，以及带动上下游产业链复苏，推动企业扩大生产和投资，从而实现良性循环和撬动经济增长。通过发放消费券方式带动住宿、餐饮等服务业、商超、家电等商贸行业消费收入的增长，提振消费信心，促进经济增长。

（二）项目立项依据

1. 《南阳市人民政府办公室关于印发〈南阳市进一步扩大消费的若干措施〉和〈南阳市2022年“惠享南都”促消费活动方案〉的通知》（宛政办明电〔2022〕35号）精神》宛政办明电〔2022〕35号；

2. 《河南省商务厅 河南省财政厅关于促消费加快回升若干措施的通知》豫商运〔2022〕22号；

3. 《河南省财政厅 河南省商务厅关于2022年下半年促消费有关事项的通知》豫财贸〔2022〕80号；

4. 《南召县人民政府办公室关于印发南召县2022年“畅享南召”促消费活动方案的通知》召政办〔2022〕76号；

5. 《国务院关于扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》（国发〔2022〕12号）；

6. 《河南省人民政府关于贯彻落实稳住经济一揽子政策措施实施方案的通知》（豫政〔2022〕19号）；

7. 《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》（国办发〔2022〕9号）等。

（三）项目实施情况

依据2022年6月25日《南召县人民政府办公室关于印发南召县2022年“畅享南召”促消费活动方案的通知》召政办〔2022〕76号文件精神，南召县2022年“畅享南召”促消费活动活动时间为2022年6月30日-2022年12月30日，项目资金100万元，其中：“乐享”消费活动资金60万元、“爱家”消费活动资金40万元，重点针对零售、餐饮、文化用品、商超等方面采用“政府+企业消费券+满减优惠券”的方式，全力推进消费回补和潜力释放。

2022年8月26日，南召县商务局与中国银联股份有限公司河南分公司签订《南召县政府消费券合作协议》。

截至2022年12月31日，该活动共累计兑付消费券96.97万元，优惠23616笔，带动消费金额703.65万元，消费券核销率96.97%。

（四）项目预算及资金安排、已支付情况

2022年8月10日南召县商务局收项目款100万元。

2022年8月29日县商务局向中国银联股份有限公司河南分公司拨付资金100万元。

该活动截至2022年12月30日共累计兑付消费券96.97万元，其中“乐享”消费59.57万元、“爱家”消费活动37.40万元。

2023年3月9日中国银联股份有限公司河南分公司向南召县财政局转回项目余额3.03万元。

（五）项目的组织及管理

县商务局：负责活动统筹协调，制定总体工作方案，统计促消费活动成果，收集保存促消费活动有关资料。督促和指导河南银联履行工作职责，保质保量完成相关任务事项，会同促消费活动参与企业名单，督促促消费参与商家落实配套优惠措施。

县发改委：统筹做好全县促消费综合协调，加强价格监管工作。

县财政局：负责落实本级财政促消费资金，会同商务局对本级促消费资金使用情况进行监管。

县市场监管局：严厉打击活动期间相关企业哄抬物价、变相加价、假冒伪劣、违规促销等不法行为，加强对活动参与商家服务质量的监管，负责食品安全和消费者权益保护等工作。

县公安局：负责场外活动安保维稳及交通秩序管理。联合县中国

人民银行南召支行等部门加强对各类消费券使用的监督管理，确保消费券在使用过程中的安全，严禁倒卖、套现行为出现。

县城管局：负责场外活动有关审批、城管费用减免、活动秩序维护和启动仪式场地保障。

县统计局：负责核实确认参与企业的限上企业资格。

县融媒体中心：具体负责活动的宣传报道。

中国人民银行南召县支行：负责金融机构完善受理市场建设。

中国银联股份有限公司河南分公司：负责消费券设计、投放、资金结算、活动宣传、商家衔接、信息汇总、结果报送等工作，提供促消费及消费券发放全套物料设计（含电子版），负责消费券发放使用方面说明、解释、宣传。

各乡镇人民政府：负责本次活动的宣传，组织开展本地各项促消费活动，鼓励本地消费者和限上商贸企业积极参与各项消费活动。

（六）项目绩效目标

该项目绩效总目标：通过发放消费券等惠民补贴政策，贯彻落实国家、省、市纾困政策和相关促消费政策，围绕我县商务领域受疫情影响较大的商超、零售、餐饮住宿等行业开展促销费活动，提振消费信心和市场主体信心。

二、绩效评价的开展情况

（一）评价目的

本次绩效评价的目的：通过对项目决策、过程、产出和效益方面资料的整理、分析，完成该项目的绩效评价工作，贯彻落实全面实施绩效管理要求，建立健全地方项目资金绩效管理机制，强化支出责任。

依据项目绩效目标的完成情况，掌握项目资金的绩效情况，查找资金在效率效益、支撑能力和风险方面存在的问题，规范资金管理，强化资金使用效益意识，提升资金管理水平和工作质量。

（二）评价对象、范围、涉及期间、基准日

本次绩效评价对象：南召县 2022 年“畅享南召”促消费活动项目。

评价范围：项目资金涉及的整个项目的实施情况。

评价涉及期间：本次项目的评价期间为2022年7月至2022年12月。

绩效评价基准日：2022年12月31日。

（三）评价依据

（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）《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）；

（4）《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）；

（5）《南阳市人民政府办公室关于印发〈南阳市进一步扩大消费的若干措施〉和〈南阳市2022年“惠享南都”促消费活动方案〉的通知》（宛政办明电【2022】35号）精神》宛政办明电〔2022〕35号；

（6）《河南省商务厅 河南省财政厅关于促消费加快回升若干措施的通知》豫商运〔2022〕22号；

(7) 《河南省财政厅 河南省商务厅关于2022年下半年促消费有关事项的通知》豫财贸〔2022〕80号;

(8) 《南召县人民政府办公室关于印发关于南召县2022年“畅享南召”促消费活动方案的通知》召政办〔2022〕76号。

(四) 评价方法

绩效评价方法主要包括成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法、标杆管理法等。根据评价对象的具体情况,可采用一种或多种方法。

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. 最低成本法。是指在绩效目标确定的前提下,成本最小者为优的方法。

5. 公众评判法。是指通过专家评估、公众问卷及抽样调查等方式进行评判的方法。

6. 标杆管理法。是指以国内外同行业中较高的绩效水平为标杆进行评判的方法。

7. 其他评价方法。

为确保绩效评价工作的专业性和公平性,结合项目的特点和绩效

评价指标，本次评价选用比较法、因素分析法和公众评判法作为主要评价方法，其他评价方法作为辅助方法。

（五）评价原则

1. 客观公正原则。

基于被评价单位在资金管理过程中的真实情况及客观产出，采用公开、透明的评价方法获取评价相关资料。评价小组保证中立、实事求是地开展绩效评价，形成的评价意见及报告符合客观、公正的要求，按规定公开并接受监督。

2. 科学规范原则。

本次绩效评价严格按照《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）、《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）等文件规定的程序，制定合理、可行的绩效评价方案，并综合运用定量与定性相结合的方法，结合项目的实际情况，合理确定绩效评价标准和评分规则。

3. 突出绩效原则。

从项目实施的产出、效益出发，对南召县2022年“畅享南召”促消费活动项目的整体情况进行系统评价，重点关注通过财政资金推动提高提振消费市场，推动全县社会消费品零售额稳步增长的能力，资金是否发挥成果和成效，为资金的合理利用和资源合理配置提供决策依据。

4. 问题导向原则。

通过对项目决策、管理、产出、效益等方面进行分析和评价，梳理项目的“决策”、“管理”环节各项指标与“产出”、“效益”结果指标的逻辑关系，找出项目实施过程中在整体规划（计划）、具体实施过程中存在的问题，提出相关建议。

（六）评价指标体系设计思路及主要指标内容

1. 评价指标设计的总体思路

本次绩效评价以南召县2022年“畅享南召”促消费活动项目的实施目的、实施内容、开展情况、资金管理办法、资金管理情况等为基础，收集该项目的相关资料，在对资料进行整理分析的基础上，围绕决策、管理、产出和效益四方面设计评价指标体系。

本次绩效评价指标体系依据《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）、《南阳市市级预算项目支出绩效评价管理办法》（宛财办〔2020〕35号）等文件进行设置，其中决策、管理指标主要参照文件中项目支出绩效评价指标体系框架中的指标进行设置；产出指标参照项目绩效目标及项目主要目的等进行设置；效益指标则是依据项目预期效益等进行设置。

在设计指标体系的同时，评价组充分考虑评价指标数据来源。评价指标体系的数据来源包括南召县商务局提供的资料、基础数据表以及实地调研资料（包含问卷调查和访谈）。其中，基础数据表、访谈、调查问卷作为支撑评价结论的关键性依据资料，由被评价单位负责组织相关部门或人员进行填报，并对真实性、准确性负责。

2. 评价指标主要内容

本项目指标体系从决策、管理、产出、效益四个方面进行设置，

由4项一级指标、9项二级指标、16项三级指标构成。指标体系权重共计100分。其中决策20分、管理20分、产出30分、效益30分。指标体系大致内容如下，具体情况见附件1。

（1）决策类指标权重20分，包括项目立项、绩效目标二个指标。其中项目立项包括立项依据充分性、立项程序规范性2个指标；绩效目标包括绩效目标合理性、绩效指标明确性2个指标。

（2）管理类指标权重20分，包括资金管理、组织实施两个指标。其中资金管理包括资金到位率、预算执行率、资金使用规范性3个指标，组织实施包括管理制度健全性、制度执行有效性2个指标。

（3）产出类指标权重30分，包括产出数量、产出质量、产出时效三个指标。其中产出数量包括消费券的投放量1个指标；产出质量包括消费券发行种类符合协议约定种类、消费券核销率2个指标；产出时效包括消费券在规定时间内发放完毕1个指标。

（4）效益类指标权重30分，包括社会效益、满意度两个指标。其中社会效益包括带动住宿、餐饮等服务业、商超、家电等商贸行业消费收入的增长，提振消费信心、促进经济增长情况2个指标；满意度包括服务对象满意度1个指标。

（七）评价过程

此次评价程序共包括准备阶段、现场实施、分析评价、形成报告四个阶段，评价期间为2023年10月至2023年12月。

第一阶段：前期准备。10月15日至10月31日，接受南召县财政局委托，根据项目绩效评价的实际需要，成立评价组，对项目进行绩效评价。准备阶段的主要内容包括收集政策文件和相关资料信息、与项

目主管部门进行沟通、对项目进行初步了解，明确绩效评价工作任务、制定评价方案和指标体系等。

第二阶段：现场实施。11月1日至11月15日，采取实地勘察、问询、复核等方式，核实项目单位提供的绩效材料的真实性，并就有关问题进行沟通探讨，发放调查问卷。关注项目业务执行情况，现场查看项目文件、工作计划和总结、项目建设过程和验收等相关业务资料；同时关注资金使用情况，对资金到位凭证、资金支付凭证等财务资料进行现场查看。

第三阶段：分析评价。11月16日-11月30日，对获取的各类资料及数据进行综合分析，对指标评分、分析、形成初步评价结论。

第四阶段：形成报告。12月1日-12月15日，提交报告初稿，根据委托方及项目单位反馈意见，修改完善评价报告，形成最终评价报告。

三、综合评价情况及评价结论

本次评分依据绩效评价工作小组制定并经南召县财政局、项目单位确认的指标评价体系及评分标准确定（详见附件1），利用现场收集、问卷调查和访谈等途径获取的数据，评价小组对南召县2022年“畅享南召”促消费活动项目进行了独立客观的评价。通过评价分析，南召县2022年“畅享南召”促消费活动项目立项依据充分、目标明确，在项目实施方面基本规范，该项目的顺利实施取得了良好的社会效益，但在资金管理、制度完善和执行方面仍存在不足之处，后续工作中应提升项目精细化管理水平、健全制度强化管控体系、不断提高保障水平和能力。最终评分结果为84.64分，绩效评价等级为“良”。各部分权重和得分情况见下表：

南召县2022年“畅享南召”促消费活动项目绩效评分表

一级指标	权重	得分	得分率
A. 决策	20	17	85.00%
B. 管理	20	14.94	74.70%
C. 产出	30	27.7	92.33%
D. 效益	30	25	83.33%
合计	100	84.64	84.64%

四、绩效评价指标分析

本部分从决策、管理、产出和效益四个方面对南召县2022年“畅享南召”促消费活动项目进行打分。

（一）项目决策情况

项目决策类指标包括项目立项、绩效目标和资金投入三方面的内容，由4个三级指标构成，权重分为20分，实际得分17分，得分率85.00%。各部分权重和得分情况见下表：

项目决策类指标评分结果汇总表

指标名称	指标权重	绩效值	得分率
A11. 立项依据充分性	5	5.00	100.00%
A12. 立项程序规范性	5	5.00	100.00%
A21. 绩效目标合理性	4	3.00	75.00%
A22. 绩效指标明确性	6	4.00	66.67%
小计	20	17	85.00%

A11立项依据充分性。指标分值 5 分，得 5 分。

1. 该项目符合《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》（国办发〔2022〕9号）中消费是最终需求，是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎，对经济具有持久拉动力，事关保障和改善民生，要充分挖掘县乡消费潜力，《国务院关于扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》（国发〔2022〕12号）中高效统筹疫情防控和经济社会发展，最大限度减少疫情对经济社会发展的影响，提出稳投资促消费等政策，《河南省人民政府关于贯彻落实稳住经济一揽子政策措施实施方案的通知》（豫政〔2022〕19号）文中组织开展全省性消费促进活动等文件精神的要求；2. 南召县商务局工作职责中的负责全县市场体系建设工作，指导商业体系建设，执行国家服务业、服务贸易发展方针、政策，拟定县相关规划和政策性措施，该项目是根据省市相关政策，按照县政府统一部署由县商务局负责活动的统筹协调，属于南召县商务局的职责范围，属于部门履职所需；3. 该项目属于公共财政支持范围中的公共领域的支出；4. 该项目属于南召县政府统一安排，南召县商务局统筹协调，项目不存在交叉重复。该指标不扣分。

A12立项程序规范性。指标分值 5分，得 5 分。

南阳市人民政府办公室《关于印发<南阳市进一步扩大消费的若干措施>和<南阳市2022年“惠享南都”促消费活动方案>的通知》文中要求持续开展全市性消费促进活动，开展专项促消费行动，鼓励企业联合银联等线上平台发放吃、住、游、购、娱等消费券，实现商家让利、百姓得利、企业获利，活动各县（市、区）政府（管委会）按职责分工

负责；南召县人民政府办公室《关于印发南召县2022年“畅享南召”活动方案的通知》文中明确规定由县商务局负责该次活动的统筹协调，县商务局工作职责主要负责全县市场体系建设工作，指导商业体系建设，执行国家服务业、服务贸易发展方针、政策，拟定县相关规划和政策性措施，该项目是根据省市相关政策，按照县政府统一部署由县商务局负责活动的统筹协调，与南召县商务局的职责范围相匹配一致。该指标不扣分。

A21绩效目标合理性。指标分值 4 分，扣分 1 分，得分3分。

该项目的主要目的为：通过发放消费券方式带动住宿、餐饮等服务业、商超、家电等商贸行业消费收入的增长，项目单位绩效目标中的效益指标中促进全县提高消费水平反映了项目实施成效，但项目绩效目标中的数量指标设定为活动涉及人数大于等于10万人，根据该次活动消费券的设计规则，最多可发放消费券数量6.2万张，数量指标与实际可实现的业绩水平相差太大，该指标不符合计划的实施成效，扣1分；绩效目标与实际工作内容是否具有相关性，项目绩效目标是对项目目的的体现；项目绩效目标基本反映了实际工作中可实现的目标程度，符合正常的业绩水平；绩效目标与预算确定的项目资金量相匹配。该指标共扣1分，得分3分。

A22绩效指标明确性。指标值6分，扣分 2 分，得分 4 分。

根据绩效目标填报要求将绩效目标按照成本、产出、效益、满意度设定了具体的绩效指标；绩效指标中的质量指标设置值涉及范围为全县范围内，不符合该项目主要目的，应设置为消费券的合规性方面，数量指标与项目目标任务数或计划数不相对应，扣2分；已设置的绩效

目标与项目目标任务数或计划数相对应。该指标共扣2分，得分4分。

（二）项目管理情况

项目管理类指标包括资金管理、组织实施两方面的内容，由5个三级指标构成，权重分为20分，实际得分14.94分，得分率74.70%。各部分权重和得分情况见下表：

项目管理类指标评分结果汇总表

指标名称	指标权重	绩效值	得分率
B11. 资金到位率	2	2.00	100.00%
B12. 预算执行率	2	1.94	97.00%
B13. 资金使用规范性	6	5.00	83.33%
B21. 管理制度健全性	4	2.00	50.00%
B22. 制度执行有效性	6	4.00	66.67%
小计	20	14.94	74.70%

B11资金到位率。指标值 2 分，得分2 分。

截至2022年12月31日，该项目实际到位资金100万元，预算资金100万元，资金到位率100%。该指标不扣分。

B12预算执行率。指标值 2 分，得分 1.94 分。

2022年度实际到位资金100万元，实际支出资金96.97元，预算执行率96.97%，该指标得分=96.97%*2=1.94分。

B13资金使用规范性。指标值6分，扣分1分，得分5分。

资金的支付项目单位财务管理制度的规定，资金拨付有完整的审批程序和手续，符合项目预算批复的用途，不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况，但项目剩余资金3.03万元在2023年3月份由项目合作

方转回项目单位，该项目实施及合作协议均规定活动期限截止至2022年12月31日，无其他资料表明项目单位要延长活动期限，因此银联河南分公司未按合同约定在活动期限结束后或对账结束后的10个工作日内将剩余款项转回项目单位。该指标共扣1分，得分5分。

B21管理制度健全性。指标值4分，扣分 2分，得分 2分。

查看项目单位相关资料，项目制定有财务管理制度，但项目单位未制定与该次项目相关的项目管理制度或管理办法，该项扣1分；已制定的制度基本合法合规，但关于消费券发行方式双方未具体明细约定或通过补充协议约定，该项扣1分；项目单位成立领导小组，局长副局长业务科室成员共4名成员主要负责该项目的进展。该指标共扣2分，得分2分。

B22制度执行有效性。指标值6分，扣分 2 分，得分 4分。

项目实施过程中，基本按照合同要求进行，项目合同书、项目实施过程中的监督检查记录等资料齐全并及时归档，项目单位未制定相对全面的措施核查交易的真实性、防止利用虚假交易套取、骗取补贴，未对银联河南分公司的宣传方式的到位情况进行审查监督，该项扣2分；项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等落实到位。该指标共扣2分，得分4分。

（三）项目产出情况

项目产出类指标包括产出数量、产出质量、产出时效三方面的内容，由4个三级指标构成，权重分为30分，实际得分27.7分，得分92.33%。各部分权重和得分情况见下表：

项目产出类指标评分结果汇总表

指标名称	指标权重	绩效值	得分率
C11. 消费券的投放量	10	8.00	80.00%
C12. 消费券发行种类符合协议约定种类	5	5.00	100.00%
C21. 消费券核销率	10	9.70	97.00%
C31. 消费券在规定时间内发放完毕	5	5.00	100.00%
小计	30	27.70	92.33%

C11消费券的投放量。指标值10 分，扣分2分，得分 8 分。

项目单位与合作单位未就消费券的发行制定明确的规划或管理办法，该项扣2分；经询问，项目单位及中国银联河南分公司叙述，消费券在截止时间2022年12月31日前使用且兑付金额不超过总资金100万的前提下达到消费条件即可使用消费券，可见项目开始则平台上已投放足量的消费券。该指标共扣2分，得分8分。

C21消费券发行种类符合协议约定种类。指标值 5 分，得分 5 分。

合同约定的“乐享”消费活动的消费券种类为“50元减10元，100元减20元，200元减50元”三类，“爱家”消费活动的消费券种类为“2000元减200元，3000元减300元”两类，经对项目单位提供的活动承兑的消费券记录进行查看，实际兑付的消费券种类符合协议约定种类。该指标不扣分。

C22消费券核销率。指标值 10 分，得分 9.7 分。

经对项目单位提供的活动承兑的消费券记录进行查看，在活动截至日期2022年12月31日，共兑付消费券金额96.97万，核销率为96.97%，该指标得分=10*96.97%=9.7分，该指标得9.7分。

C31消费券在规定时间内发放完毕。指标值 5 分，得分 5 分。

经询问，项目单位及中国银联河南分公司叙述，消费券在截止时间2022年12月31日前使用且兑付金额不超过总资金100万的前提下达到消费条件即可使用消费券，可见消费券在项目一开始即完成了消费券的投放。该指标不扣分。

（四）项目效益情况

项目效益类指标包括社会效益、满意度两方面的内容，由3个三级指标构成，权重分为30分，实际得分25分，得分率83.33%。各部分权重和得分情况见下表：

项目效益类指标评分结果汇总表

指标名称	指标权重	绩效值	得分率
D11. 带动住宿、餐饮等服务业、商超、家电等商贸行业消费收入的增长	10	7.00	70.00%
D12. 提振消费信心，促进经济增长情况	10	8.00	80.00%
D21. 服务对象满意度	10	10.00	100.00%
小计	30	25.00	83.33%

D11带动住宿、餐饮等服务业、商超、家电等商贸行业消费收入的增长。指标值 10 分，扣分 3 分，得分 7 分。

经对项目单位提供的活动承兑的消费券记录进行分析汇总，“爱家”消费活动参与的3家家电企业的消费商家均有使用消费券的记录，“乐享”消费活动参与的16家商家，其中有7家商家无消费券的使用记录，该活动带动消费703.65万元，其中带动家电销售企业消费401.33万元、商超企业消费189.3万、餐饮企业消费109.1万元、酒店企业消费0.08万元、海鲜等其他企业消费3.84万元，消费券使用记录主要集中在家电销售、餐饮、商超类企业中，住宿等消费金额很少，“乐享”

消费活动中的文化用品行业消费券未使用，可见该活动在宣传及后期管理上未做到全面管理，消费券在部分商家部分行业中未发挥效用，扣该项指标分值3分。该指标共扣3分，得7分。

D12提振消费信心，促进经济增长情况。指标值 10 分，扣分 2 分，得分 8 分。

新冠疫情以来县各行各业消费低迷，本次消费券的发放大大的提振了广大市民的消费信心，仅2022年9月份-12月份，在消费活动涉及的行业内，消费券使用记录达23616笔，带动消费金额703.65万元，促进消费潜能释放，提高城市生活的生机与活力，但通过对120份满意度调查问卷中“您认为该项目对改善带动社会消费情况情况是否明显”这一问题的回复中可见，100人认为该活动有明显作用，20人认为作用一般，扣该项指标分值2分。该指标共扣2分，得分8分。

D21服务对象满意度。指标值 10 分，得分 10 分。

根据满意度调查问卷的回复情况，获取满意度调查问卷120份，根据调查问卷计分规则，总体满意度为96.5%，该指标得满分10分。

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

1. 消费券设计上因地制宜，选择合适平台，为项目顺利进行提供保障

南召县商务局结合当地实际消费现状，因地制宜对消费券面额的设计及消费券的使用方法进行了综合考虑，做出针对当地经济市场的消费券活动方案，如针对不同的消费情况，设计出爱家”消费活动、

“乐享”消费活动及其相关的消费券种类；择优选择平台，为活动的开展提供了技术保障，消费券发放依托中国银联股份有限公司河南分公司的云闪付APP平台，充分利用了平台风控体系健全、技术能力突出、客户覆盖范围广等优势，并借助平台技术支撑、安全保障、流量支持等服务，确保了消费券在整个活动中能及时领取并使用，并在活动结束后能及时提供数据分析资料，保障整个活动的顺利进行。

2. 提振消费者信心，拉动消费增长

南召县人民政府及商务局在认真执行上级政策的基础上，结合当地实际情况，制定实施方案，采取“政府+企业消费券+满减优惠券”的方式，全力推进消费回补和潜力释放，盘活社会资源。该活动共使用财政资金96.97万元，实现优惠交易23616笔，带动消费金额703.65万元，其中带动家电销售企业消费401.33万元、商超企业消费189.3万、餐饮企业消费109.1万元、酒店企业消费0.08万元、海鲜等其他企业消费3.84万元。活动的顺利进行，对营造良好的消费环境，推动消费增长，惠及百姓生活，促进全县商超服务业、家电销售行业的经济收入增长，对餐饮服务等行业恢复发展起到了良好的推动作用。

（二）存在的问题及原因分析

1. 项目管理制度规划及核查监督措施待完善

该活动实施方案中的活动时间为2022年6月30日-2022年12月30日，但项目未制定具体完善的项目实施管理制度或办法，造成实际有效活动期间缩短、活动实施过程中的部分问题不能及时统筹解决、部分核查监督措施不完善情况，如（1）项目单位与合作单位中国银联股

份有限公司河南分公司的协议签订日期为2022年8月29日，活动实际的期间为2022年8月29日-2022年12月30日，实际活动期间比计划活动期间缩减1/3；（2）“爱家”消费活动参与的3家家电企业的消费商家均有使用消费券的记录，“乐享”消费活动参与的16家商家，其中有7家商家无消费券的使用记录，消费券使用记录主要集中在家电销售、餐饮、商超类企业中，住宿等消费金额很少，“乐享”消费活动中的文化用品行业消费券未使用，对于该7户商家，存在活动初期消费券合作商家的选择上未能统筹全面考虑商家配合程度的问题和处理该问题的措施不完善情况，影响该活动消费券效益的发挥；（3）项目实施过程中，项目单位未制定相对全面的措施核查银联河南分公司宣传的到位情况。

2. 绩效目标不够完善，绩效目标编制质量不高

项目单位编制的绩效目标存在产出和效果不符合正常的业绩水平、指标未设置可衡量的指标值等问题，如：数量指标设定为活动涉及人数大于等于10万人，根据该次活动消费券的设计规则，最多可发放消费券数量6.2万张，数量指标与实际可实现的业绩水平相差较大；质量指标设置值为涉及范围全县范围内，不符合该项目的主要目的，应设置指标值为消费券的合规性方面，项目单位未按项目特点进行科学合理设置，绩效管理工作质量有待提高。

六、相关建议

（一）完善活动管理制度和方式，加大对电子消费券使用过程的监管力度

项目开始准备阶段，项目单位应制定完善的管理制度和项目实施

规划，筛选合适的合作商家，增加宣传次数和力度，使活动中各行业都能享受消费券带来的优势，由于电子消费券具有准现金的作用，应加强对消费券发放、使用、核销及退回的管理，对发放规模和发放对象、使用期限和使用范围、限制条款、防止虚假交易等行为严格规范和监管，只有分配合理、使用到位，电子消费券才能达到预期的作用。

（二）强化预算绩效管理理念，合理设置绩效目标

项目单位应积极落实相关预算绩效目标管理办法的要求，深化预算资金绩效管理，完善和规范绩效目标及绩效指标的设置，提高绩效目标设置的合理性、科学性，切实发挥绩效目标对项目实施的引领作用。加强绩效管理知识培训，提高相关人员绩效管理技能，提升绩效管理理念，强化内部绩效管理机制，按照全过程预算绩效管理要求，建立完善内部绩效管理长效机制，提高预算绩效管理能力和水平。

附件1： 绩效评价指标体系

评价机构：河南德盈会计师事务所（普通合伙）

2023 年 12 月11 日

附件1

南召县2022年“畅享南召”促消费活动项目绩效评价指标体系

一级指标		二级指标		三级指标		指标解释	指标说明及评价要点	评价标准及评分规则	评价结论	得分
名称	分值	名称	分值	名称	分值					
决策	20	A1项目立项	10	A11立项依据充分性	5	项目立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核项目立项依据情况。	①项目立项是否符合国家法律法规、国民经济和社会发展规划和相关政策； ②项目立项是否符合行业发展规划和政策要求； ③项目立项是否与部门职责范围相符，属于部门履职所需； ④项目是否属于公共财政支持范围，是否符合中央、地方事权支出责任划分原则； ⑤项目是否不存在与相关部门同类项目或者部门内部相关项目交叉重复。	每具备一个要素，得到指标分值1分。	指标值5分，得分5分。 1. 该项目符合《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》（国办发〔2022〕9号）中消费是最终需求，是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎，对经济具有持久拉动力，事关保障和改善民生，要充分挖掘县乡消费潜力，《国务院关于扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》（国发〔2022〕12号）中高效统筹疫情防控和经济社会发展，最大限度减少疫情对经济社会发展的影响，提出稳投资促消费等政策，《河南省人民政府关于贯彻落实稳住经济一揽子政策措施实施方案的通知》（豫政〔2022〕19号）文中组织开展全省性消费促进活动等文件精神的要求，符合评价要点①②； 2. 南召县商务局工作职责中的负责全县市场体系建设工作，指导商业体系建设，执行国家服务业、服务贸易发展方针、政策，拟定县相关规划和政策性措施，该项目是根据省市相关政策，按照县政府统一部署由县商务局负责活动的统筹协调，属于南召县商务局的职责范围，属于部门履职所需，符合评价要点③； 3. 该项目属于公共财政支持范围中的公共领域的支出，符合评价要点④； 4. 该项目属于南召县政府统一安排，南召县商务局统筹协调，项目不存在交叉重复，符合评价要点⑤。	5

绩效评价报告

一级指标		二级指标		三级指标		指标解释	指标说明及评价要点	评价标准及评分规则	评价结论	得分
名称	分值	名称	分值	名称	分值					
				A12立项程序规范性	5	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。项目的立项是否经过主管部门、财政等部门的审核批复，程序完备。	①项目是否按照规定的程序申请设立，项目立项是否经过主管部门审核； ②审核程序、审批文件、材料是否符合相关要求。	每具备一个要素，得到指标分值2.5分。	指标值5分，得分5分。 南阳市人民政府办公室《关于印发〈南阳市进一步扩大消费的若干措施〉和〈南阳市2022年“惠享南都”促消费活动方案〉的通知》文中要求持续开展全市性消费促进活动，开展专项促消费行动，鼓励企业联合银联等线上平台发放吃住游购娱等消费券，实现商家让利、百姓得利、企业获利，活动各县（市、区）政府（管委会）按职责分工负责；南召县人民政府办公室《关于印发南召县2022年“畅享南召”活动方案的通知》文中明确规定由县商务局负责该次活动的统筹协调，县商务局工作职责主要负责全县市场体系建设工作，指导商业体系建设，执行国家服务业、服务贸易发展方针、政策，拟定县相关规划和政策性措施，该项目是根据省市相关政策，按照县政府统一部署由县商务局负责活动的统筹协调，与南召县商务局的职责范围相匹配一致，符合评价要点要求。	5
		A2绩效目标	10	A21绩效目标合理性	4	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。	①项目绩效目标是否反映了项目计划的实施成效； ②项目绩效目标与实际工作内容是否具有相关性； ③项目预期产出和效果是否符合正常的业绩水平； ④是否与预算确定的项目投资额和资金量相匹配。	每具备一个要素，得到指标分值1分。	指标值 4分，扣分1分，得分3分。 1. 该项目的主要目的为：通过发放消费券方式带动住宿、餐饮等服务业、商超、家电等商贸行业消费收入的增长，项目单位绩效目标中的效益指标中促进全县提高消费水平反映了项目实施成效，但项目绩效目标中的数量指标设定为活动涉及人数大于等于10万人，根据该次活动消费券的设计规则，最多可发放消费券数量6.2万张，数量指标与实际可实现的业绩水平相差太大，该指标不符合计划的实施成效，综上扣评价要点①③1分； 2. 绩效目标与实际工作内容是否具有相关性，项目绩效目标是对项目目的的体现，符合评价要点②要求； 3. 绩效目标与预算确定的项目资金量相匹配，符合评价要点④。	3

绩效评价报告

一级指标		二级指标		三级指标		指标解释	指标说明及评价要点	评价标准及评分规则	评价结论	得分
名称	分值	名称	分值	名称	分值					
				A22绩效指标明确性	6	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。	①是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标； ②是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现； ③是否与项目目标任务数或计划数相对应。	每具备一个要素，得到指标分值2分。	指标值6分，扣分2分，得分4分。 1. 根据绩效目标填报要求将绩效目标按照成本、产出、效益、满意度设定了具体的绩效指标，符合评价要点①； 2. 绩效指标中的质量指标设置值涉及范围为全县范围内，不符合该项目主要目的，应设置为消费券的合规性方面，数量指标与项目目标任务数或计划数不相对应，综上扣评价要点②③2分。	4
B 管理	20	B1资金管理	10	B11资金到位率	2	实际到位资金与预算资金的比率，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/预算资金）×100%。 实际到位资金：一定时期（本年度或项目期）内实际落实到具体项目的资金。 预算资金：一定时期（本年度或项目期）内预算安排到具体项目的资金。	资金到位率≥100%，得满分；否则，该指标得分=指标分值×资金到位率；	指标值2分，得分2分。 截至2022年12月31日，该项目实际到位资金100万元，预算资金100万元，资金到位率100%，该指标得满分2分。	2
				B12预算执行率	2	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%。 ①实际支出资金：一定时期（本年度或项目期）内项目实际拨付的资金； ②实际到位资金：一定时期（本年度或项目期）内实际落实到具体项目的资金。	预算执行率≥100%，得满分；否则，该指标得分=指标分值×预算执行率；	指标值2分，得分1.94分。 2022年度实际到位资金100万元，实际支出资金96.97元，预算执行率96.97%，该指标得分=96.97%*2=1.94分。	1.94

绩效评价报告

一级指标		二级指标		三级指标		指标解释	指标说明及评价要点	评价标准及评分规则	评价结论	得分
名称	分值	名称	分值	名称	分值					
				B13资金使用规范性	6	资金使用管理情况，用以反映项目单位对资金的使用是否合规。	①是否符合国家财经法规和财务管理制度、合作协议等文件的规定； ②资金的拨付是否有完整的审批程序和手续； ③是否符合项目预算批复或合同规定的用途； ④是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。	每具备一个要素，得到指标分值1.5分。	指标值6分，扣1分，得分5分。 资金的支付项目单位财务管理制度的规定，资金拨付有完整的审批程序和手续，符合项目预算批复的用途，不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况，但项目剩余资金3.03万元在2023年3月份由项目合作方转回项目单位，该项目实施方案及合作协议均规定活动期限截止至2022年12月31日，无其他资料表明项目单位要延长活动期限，因此银联河南分公司未按合同约定在活动期限结束后或对账结束后的10个工作日内将剩余款项转回项目单位，扣1分。	5
		B2组织实施	10	B21管理制度健全性	4	项目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。	①是否已制定或具有相应的财务和业务管理制度，与部门职责相匹配的管理制度或办法； ②各项制度或办法是否合法、合规、完整； ③项目单位是否建立相应的项目组织管理架构。	每具备一个要素，得到指标分值2分。	指标值4分，扣2分，得分2分。 1. 查看项目单位相关资料，项目制定有财务管理制度，但项目单位未制定与该次项目相关的项目管理制度或管理办法，扣评价要点①50%分值即扣1分； 2. 已制定的制度基本合法合规，但关于消费券发行方式双方未具体明细约定或通过补充协议约定，扣评价要点②50%分值即扣1分； 3. 项目单位成立领导小组，局长副局长业务科室成员共4名成员主要负责该项目的进展，符合评价要点③。	2
				B22制度执行有效性	6	项目实施是否符合相关管理规定，用以反映和考核相关管理制度的有效执行情况。	①是否遵守相关法律法规和相关管理规定； ②项目合同书、监督检查资料等资料是否齐全并及时归档； ③项目建设及运营实施的人员条件、场地设备、信息支撑等是否落实到位。	每具备一个要素，得到指标分值2分。	指标值6分，扣2分，得分4分。 1. 项目实施过程中，基本按照合同要求进行，项目合同书、项目实施过程中的监督检查记录等资料及时归档，项目单位未对银联河南分公司的宣传方式的到位情况进行审查监督，扣评价要点①②分值2分； 2. 项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等落实到位，符合评价要点③。	4

绩效评价报告

一级指标		二级指标		三级指标		指标解释	指标说明及评价要点	评价标准及评分规则	评价结论	得分
名称	分值	名称	分值	名称	分值					
C产出	30	C1产出数量	10	C11消费券的投放量	10	项目按照计划实施并完成工作，用以反映和考核项目进展情况。	①是否制定明确的消费券发行规划； ②该促销活动的消费券发行数量是否符合计划或合同约定内容。	具备要素①得指标分值2分；具备要素②，得到指标分值8分。	指标值10分，扣2分，得分8分。 1. 项目单位与合作单位未就消费券的发行制定明确的规划或管理办法，该项扣2分； 2. 经询问，项目单位及中国银联河南分公司叙述，消费券在截止时间2022年12月31日前使用且兑付金额不超过总资金100万的前提下达到消费条件即可使用消费券，可见项目开始则平台上已投放足量的消费券，因此该项指标不扣分。	8
		C2产出质量	5	C21消费券发行种类符合协议约定种类	5	已发行消费券的种类符合协议约定种类。	已发行消费券的种类是否符合协议约定种类。	每具备一个要素，得到指标分值5分。	指标值5分，得分5分。 合同约定的“乐享”消费活动的消费券种类为“50元减10元，100元减20元，200元减50元”三类，“爱家”消费活动的消费券种类为“2000元减200元，3000元减300元”两类，经对项目单位提供的活动承兑的消费券记录进行查看，实际兑付的消费券种类符合协议约定种类，该指标不扣分。	5
			10	C22消费券核销率	10	考核项目资金的实际使用率。	消费券核销率=实际支出资金/实际到位资金。	消费券核销率=100%得满分，否则按比例得分。	指标值10分，得分9.7分。 经对项目单位提供的活动承兑的消费券记录进行查看，在活动截至日期2022年12月31日，共兑付消费券金额96.97万，核销率为96.97%，该指标得分=10*96.97%=9.7分，该指标得9.7分。	9.7
		C3产出时效	5	C31消费券在规定时间内发放完毕	5	项目在计划时间内完成计划的项目内容。	项目是否在计划时间内完成计划的项目内容。	每具备一个要素，得到指标分值5分。	指标值5分，得分5分。 经询问，项目单位及中国银联河南分公司叙述，消费券在截止时间2022年12月31日前使用且兑付金额不超过总资金100万的前提下达到消费条件即可使用消费券，可见消费券在项目一开始即完成了消费券的投放，因此该指标不扣分。	5

绩效评价报告

一级指标		二级指标		三级指标		指标解释	指标说明及评价要点	评价标准及评分规则	评价结论	得分
名称	分值	名称	分值	名称	分值					
D 效益	30	D1社会效益	20	D11带动住宿、餐饮等服务业、商超、家电等商贸行业消费收入的增长	10	项目的实施带动住宿、餐饮等服务业、商超、家电等商贸行业消费收入的增长情况。	项目的实施是否带动住宿、餐饮等服务业、商超、家电等商贸行业消费收入的增长情况。	每具备一个要素，得到指标分值10分。	指标值10分，扣3分，得分7分。 经对项目单位提供的活动承兑的消费券记录进行分析汇总，“爱家”消费活动参与的3家家电企业的消费商家均有使用消费券的记录，“乐享”消费活动参与的16家商家，其中有7家商家无消费券的使用记录，该活动带动消费703.65万元，其中带动家电销售企业消费401.33万元、商超企业消费189.3万、餐饮企业消费109.1万元、酒店企业消费0.08万元、海鲜等其他企业消费3.84万元，消费券使用记录主要集中在家电销售、餐饮、商超类企业中，住宿等消费金额很少，“乐享”消费活动中的文化用品行业消费券未使用，可见该活动在宣传及后期管理上未做到全面管理，消费券在部分商家部分行业中未发挥效用，综上扣3分。	7
				D12提振消费信心，促进经济增长情况	10	项目实施在提振消费信心，促进消费增长方面的作用。	项目实施是否在提振消费信心、促进经济增长方面起作用。	每具备一个要素，得到指标分值10分。	指标值10分，扣2分，得分8分。 新冠疫情以来县各行各业消费低迷，本次消费券的发放大大的提振了广大市民的消费信心，仅2022年9月份-12月份，在消费活动涉及的行业内，消费券使用记录达23616笔，带动消费金额703.65万元，促进消费潜能释放，提高城市生活的生机与活力，但通过对120份满意度调查问卷中“您认为该项目对改善带动社会消费情况情况是否明显”这一问题的回复中可见，100人认为该活动有明显作用，20人认为作用一般，综上扣2分。	8
		D2满意度	10	D21服务对象满意度	10	服务对象或项目相关方对项目目前效果的满意程度。	服务对象或项目相关方是指因该项目实施而受到影响的部门（单位）、群体或个人。一般采取社会调查的方式。	总体满意度≥95%，得满分；总体满意度小于95%，要素得分=总体满意度/95%×要素总分，最低得0分。	指标值10分，得分10分。 根据满意度调查问卷的回复情况，获取满意度调查问卷120份，根据调查问卷计分规则，总体满意度为96.5%，该指标得满分10分。	10
合计	100		100		100					84.64