

财政项目支出绩效评价报告

评价类型：实施过程评价 完成结果评价

项目名称：2022 百花洲金秋购物节工作经费

项目单位：南昌市东湖区商务局

主管部门：南昌市东湖区商务局

评价时间：2022 年 1 月 1 日 至 2022 年 12 月 31 日

评价机构：第三方机构 专家组 部门评价组

江西正效咨询管理有限公司

2023 年

目 录

一、项目基本情况	1
(一) 项目概况	1
(二) 绩效目标	4
二、绩效评价工作情况	5
(一) 绩效评价目的、对象和范围	5
(二) 绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准	7
(三) 绩效评价工作过程	15
三、综合评价情况和评价结论	17
(一) 评价情况	17
(二) 评价结论	18
四、绩效评价指标分析	18
(一) 项目决策	18
(二) 项目过程	21
(三) 项目产出	23
(四) 项目效益	29
五、存在的问题及原因分析	32
(一) 存在问题及原因分析	32
六、有关建议和改进措施	34
(一) 增强绩效管理意识, 加强部门绩效管理	34
(二) 完善资金使用审批手续、加强资金管理工作	34
(三) 加强合同管理工作、增强风险防范意识	34

七、其他需说明的问题	35
附件一：东湖区商务局 2022 百花洲金秋购物节工作经费项目支出绩效评分表	36

南昌东湖区商务局 2022 百花洲金秋购物节 工作经费项目支出绩效评价报告

财政支出绩效评价从深化部门预算改革，加强预算绩效管理的实际需要出发，通过科学合理的方法，客观公正地评价财政资金使用的经济性、效率性和效益性，是强化部门预算支出责任、改善财政支出管理、优化资源配置以及提高公共服务水平的重要手段。

为深入贯彻落实财政部《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）、《中共南昌市委、南昌市人民政府关于全面实施预算绩效管理的意见》（洪发〔2019〕13号）、《中共东湖区委 东湖区人民政府关于全面实施预算绩效管理的意见》（东发〔2019〕12号）、《东湖区财政局关于开展 2022 年度单位自评及部门评价工作的通知》等文件精神，强化部门预算支出主体责任，提高财政资源配置和使用效率；东湖区财政局（以下简称“东湖财政”）委托江西正效咨询管理有限公司（以下简称“正效咨询”）以第三方身份独立开展了南昌市东湖区商务局（以下简称“区商务局”）2022 百花洲金秋购物节工作经费项目支出绩效评价工作。正效咨询评价组根据各级财政部门绩效评价有关文件及相关规定，结合项目实施的实际情况，按照绩效评价工作的一般准则，对专项资金使用及其效果开展部门绩效评价工作并形成绩效评价报告如下：

一、项目基本情况

（一）项目概况

1.项目背景

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，国务院办公厅发布《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）。

为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署和省委、省政府工作要求，坚持稳字当头、稳中求进，统筹疫情防控和经济社会发展，更大力度帮助中小企业特别是服务业中小企业、个体工商户渡过难关、恢复发展，江西省人民政府发布《关于有效应对疫情帮助中小企业纾困解难的若干政策措施》（赣府字〔2022〕14号），江西省委书记在2022年4月2日主持召开的应对新冠肺炎疫情工作领导小组会议上提出了“始终坚持两手抓、两手硬，统筹推进‘战疫情’‘促发展’，最大限度减少疫情对经济社会发展的影响、对人民生活秩序的影响”的具体工作要求。

为贯彻落实省商务厅、市商务局关于“促进消费升级、推动扩大消费”的工作部署，区商务局依据上级政策和工作安排设立“2022 百花洲金秋购物节工作经费”项目。

2.项目主要内容及实施情况

(1) 项目主要内容

区商务局在 2022 年 5 月 1 日与江西合亦载道文化传媒有限公司签订合同，于 5 月 9 日至 6 月 9 日期间，通过东湖区新搭建的“东东游”微信小程序平台，开展“2022 东湖百花洲购物节线上促销活动”和线下汽车消费节活动。具体工作内容如下：

①消费券活动（线上）：投入线上消费券 250 万元，5 月 13 日至 6 月 9 日共举办 12 场次发放辖区内指定的 7 家大型商超的消费券活动。

②汽车消费节（线下）：投入 150 万元，5 月 6 日至 6 月 9 日对在辖区内指定的 6 家汽车销售企业购买汽车并成功上牌上保的车主，进行直补。

③线上服务推广：2022 年 5 月 6 日，投入 33 万元，完成消费券和汽车补贴活动的整体策划、宣传片制作、线上流量宣发、消费券制券活动和整体活动的审计工作。

(2) 项目实施情况

2022 年南昌市东湖区商务局基本完成项目实施工作，具体情况如下：

①5 月 13 日至 6 月 9 日共举办 15 场次发放辖区内指定的 6 家大型商超（沃尔玛商业零售有限公司 - 江西、江西财富广场有限公司、南昌百货大楼股份有限公司、江西鹏润国美电器有限公司、江西百盛中山城百货有限公司、江西长申商贸有限公司）的消费券活动，实际发放消费券 2,465,427.75

元。

②5月6日至6月30日对在辖区内6家汽车销售企业(江西运通汽车技术服务有限公司、南昌智敏通汽车销售服务有限公司、江西国力汽车贸易有限公司、江西省鸿运汽车有限公司、南昌美乘汽车销售服务有限公司、江西协众汽车发展有限公司)购车并成功上牌上保的车主发放消费补贴,补贴符合申领条件的车辆706台,共计发放1,435,000元。

③2022年区商务局委托江西合亦载道文化传媒有限公司完成了消费券和汽车补贴活动的整体策划、宣传片制作、线上流量宣发、消费券制券活动和整体活动的审计工作,项目工作完成情况较好。

3.资金来源及使用情况

(1)项目预算及资金来源

根据2022年5月7日南昌市东湖区人民政府《关于同意拨付2022东湖百花洲购物节线上促销活动经费的复函》(东府办函〔2022〕87号),区财政局批复同意区商务局“2022百花洲金秋购物节工作经费”项目预算数为349.85万元。2022年6月15日南昌市东湖区人民政府《关于同意拨付2022东湖百花洲购物节购车补贴活动补充经费的复函》(东府办函〔2022〕158号),追加购车补贴预算数为100万。2022年项目总预算为449.85万元,资金全部为区级资金。

(2)资金使用情况

2022年项目实施单位区商务局实际到账资金为426.5万

元，实际支出 423.04 万元，具体资金使用明细如表 1 所示：

表 1 区商务局 2022 百花洲金秋购物节工作经费项目资金使用明细

序号	支付内容	付款（元）
1	付“2022 东湖百花洲购物节活动”消费券	2,500,000.00
2	付 2022 年百花洲购物节委托服务费	330,000.00
3	付 2022 百花洲购物节汽车补贴	1,435,000.00
4	商超消费券结余“-”	34,572.25
总计		4,230,427.75

（二）绩效目标

1.项目总目标

区商务局 2022 百花洲金秋购物节工作经费项目总目标为“帮助辖区企业开展‘线上’消费升级，克服疫情时艰，促进东湖城区消费新活力，满足人民群众对美好生活向往的消费需求”，但其项目绩效目标总目标仅与“线上”发放商超消费券相关，不能反映购车补贴的工作内容，不具有全面性。评价组依据现场调研、项目立项材料、项目总结等材料完善项目绩效目标，具体为：“委托江西合亦载道文化传媒有限公司，通过东湖区新搭建的‘东西游’微信小程序平台，举办‘2022 东湖百花洲购物节线上促销活动’和线下汽车消费节活动，提振居民消费信心，激发辖区消费市场活力，带动相关企业的经济发展”。

2.项目阶段性目标

区商务局 2022 百花洲金秋购物节工作经费项目阶段性目标为“帮助辖区企业开展‘线上’消费升级，克服疫情时艰，促进东湖城区消费新活力，满足人民群众对美好生活向往的消费需求”，但其项目绩效目标阶段性目标仅与“线上”发放商超消费券相关，不能反映购车补贴的工作内容，不具有全面性。评价组依据现场调研、项目立项材料、项目总结等材料完善项目绩效目标，具体为：“区商务局计划投入 2022 百花洲金秋购物节工作经费 433 万元，委托江西合亦载道文化传媒有限公司组织举办‘2022 东湖百花洲购物节线上促销活动’和线下汽车消费节活动，发放辖区内指定的 7 家大型商超消费券和对在辖区内指定的 6 家汽车销售企业购车并成功上牌上保的车主进行消费直补，改善企业经营状况，加快疫情后的恢复发展，提振居民消费信心，稳定居民消费预期，促进东湖区消费活力。”

二、绩效评价工作情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

1.评价对象

2022 百花洲金秋购物节工作经费项目由区商务局部门负责组织实施，本次评价对象为项目 2022 年度预算资金 449.85 万元。

2.绩效评价目的

根据编制项目设定的预期目标，选择合适的评价指标和标准，运用科学的评价方法，对资金使用全过程及其支出的经济性、效率性和效益性进行客观公正的综合评价，以衡量财政资金使用绩效，分析支出项目是否达到预期目标。同时，及时总结经验，分析存在问题，进一步改进和加强资金管理，提高财政资金使用效益。

根据财政绩效评价要求和项目实际情况，本次绩效评价的目的主要是为了探寻 2022 百花洲金秋购物节工作经费项目资金使用的效率和效益，通过资料收集、基础表填写、访谈、数据分析等形式，深入了解项目组织实施过程、资金使用与管理情况、项目完成情况及项目实施产生的经济效益、社会效益，以及相关群体的满意度等方面，及时总结经验，发现问题，并提出项目管理、资金管理、绩效改善等方面的相关措施与建议，为后续项目实施、资金管理、提高财政资金使用效益等提供依据。

3.评价范围

2022 百花洲金秋购物节工作经费项目预算为 449.85 万元。评价项目时段为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。

(二) 绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准

1.绩效评价原则

绩效评价遵循以下基本原则：

(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.评价指标体系

根据财政部《项目支出绩效评价管理办法》中《预算绩效评价共性指标体系框架》等文件精神，确定本次绩效评价指标的整体框架。针对项目构建一套指标体系，项目指标包括项目决策（项目立项、绩效目标、资金投入），项目过程（资金管理、组织实施），项目产出（产出数量、产出质量、产出时效、产出成本），项目效益（社会效益、可持续影响、

服务对象满意度)。结合项目实施方案、可行性研究报告等内容,确定本次绩效评价指标体系的个性指标,设置项目绩效评分指标表,涵盖三级指标 37 个。指标数据来源于相关法规、政府文件、基础数据采集、问卷调查和访谈等。具体详见表 2 所示。

(1) 项目决策: 占权重 20 分,用于考核项目立项依据规范性、绩效目标编制合理性、预算资金编制分配合理性等情况。

(2) 项目过程: 占权重 20 分,用于考核预算资金到位及执行使用的合规性、项目管理制度健全及有效性等情况。

(3) 项目产出: 占权重 30 分,分为产出数量、产出质量、产出时效、产出成本四个方面,用于衡量实际工作成果。

(4) 项目效益: 占权重 30 分,分为经济效益、社会效益、可持续影响、满意度等方面,用于展现项目实施效果及群众对项目实施后的满意度情况。

表 2 绩效评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	评分标准
决策指标 (20 分)	项目立项 (6 分)	立项依据充分性 (3 分)	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符合行业发展规划和政策要求;③项目立项与部门职责相符,属于部门履职所需;④项目未与相关部门同类项目或部门相关项目重复。以上均符合得 100%权重分,否则 每一项不符合扣除 25%权重分,扣完为止。
		立项程序规范性 (3 分)	①项目按规定的程序申请设立;②审批文件、材料符合相关要求;③事前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。以上均符合得 100%权重分，否则每一项不符合扣除 100%权重分，扣完为止。
	绩效目标 (8分)	绩效目标合理性 (4分)	①项目设定有绩效目标；②项目绩效目标与实际工作内容具有相关性；③项目预期产生效益和效果符合正常的业绩水平；④项目绩效目标与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。每项占 20%、20%、20%、40%权重分；以上均符合得 100%权重分，否则扣除相应权重分。
		绩效指标明确性 (4分)	①将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标；②绩效指标通过清晰可衡量的指标予以体现；③绩效指标与项目目标任务数或计划数相对应。每项占 30%、30%、40%权重分，以上均符合得 100%权重分，否则扣除相应权重分。
	资金投入 (6分)	预算编制科学性 (4分)	①项目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，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。每项占 25%权重分，以上均符合得 100%权重分，否则扣除相应权重分。
		资金分配合理性 (2分)	①项目资金分配依据充分；②资金分配额度合理，与项目实际相适应。以上均符合得 100%权重分，否则扣除 50%权重分，扣完为止。
过程指标 (20分)	资金管理 (10分)	资金到位率 (2分)	①资金到位率= (实际到位资金/预算资金) *100%，资金到位率达 100%，得 2分，否则按实际资金到位率*指标权重得分。
		预算执行率 (3分)	①预算执行率 = (实际支出资金/实际到位资金) *100%，预算执行率 ≥95%，得 3分，否则按实际预算执行率*指标权重得分。

		资金使用合规性 (5分)	①资金使用符合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；② 资金拨付有完整的审批程序和手续；③资金 使用符合项目预算批复或合同规定的用途； ④不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情 况。以上均符合得 100%权重分，否则每发 现 1 处不符合扣 25%权重分，扣完为止。
	组织实施 (10分)	管理制度 健全性 (4分)	①制定或具有相应的财务管理制度；②制定 或具有相应的业务管理制度；③财务和业务 管理制度合法、合规、完整。每项分别占 30%、30%、40%权重分，以上均符合得 100% 权重分，否则扣除相应权重分。
		制度执行 有效性 (6分)	①遵守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项目合同 书、验收报告、技术鉴定等资料齐全并及时 归档；④项目实施的人员条件、场地设备、 信息支撑等落实到位。以上均符合得 100% 权重分，否则每发现 1 处不符合扣 20%权重 分，扣完为止。
产出指标 (30分)	产出数量 (10分)	完成车辆 补贴工作 (1分)	车辆补贴工作完成率 100%得满分，否则按 实际完成率计算相应得分。
		完成商超 消费券发 放工作(2 分)	商超消费券发放工作完成率 100%得满分， 否则按实际完成率计算相应得分。
		汽车企业 补助对象 数(1分)	完成对 6 家汽车企业的补助得满分，否则每 少一家扣除 20%权重分，扣完为止。
		商超补助 企业数量 (2分)	完成对 7 家商超企业的补助得满分，否则每 少一家扣除 20%权重分，扣完为止。
		发券活动	完成 12 场发放消费券的活动得满分，否则

	场次（1分）	每少一次扣除 0.1 分，扣完为止。
	活动宣传片制作数量（1分）	完成 2 个活动宣传片的制作得满分，否则每少一个扣除 50%权重分。
	信息流广告投放量（1分）	①完成腾讯广告（微信）东湖发布活动公众号推文 2 篇得 30%权重分，否则每少一篇扣除 15%权重分；②完成小红书活动推文及视频得 30%权重分，否则不得分；③完成东湖发布抖音活动视频 2 个得 40%权重分，否则每少一个扣除 20%权重分。
	达人采买笔记发布数（1分）	①完成小红书头部达人（2w-5w 粉丝）12 篇笔记的发布得 25%权重分，否则不得分；②完成小红书尾部达人（5000-2w 粉丝）12 篇笔记的发布得 25%权重分，否则不得分；③完成抖音头部达人（10w-30w 粉丝）8 篇笔记的发布得 25%权重分，否则不得分；④完成抖音尾部达人（2w-10w 粉丝）12 篇笔记的发布得 25%权重分，否则不得分。
产出质量（10分）	商超消费券核销率（3分）	商超消费券核销率=实际核销金额/累计发放金额*100%，核销率 100%得满分，否则每低于目标值 1%（含不足 1%部分）扣除 5%权重分。
	商超退货退券率（2分）	商超退货退券率=消费者退货退券金额/消费者已领取并使用消费券金额*100%，退货退券率 0%得满分，否则每超出 1%（含不足 1%部分）扣除 5%权重分。
	汽车补贴准确率（3分）	汽车补贴准确率=审计认定符合申请条件享受补贴的车辆台数/申领汽车补贴车辆数*100%，汽车补贴准确率在 ±5%区间，得满分；否则每超出区间范围 1%（含不足 1%部分）扣 5%权重分，扣完为止。
	宣传内容	“宣传内容达标率=达标的线上宣发作品数

		达标率（1分）	量/线上宣发总量*100%”，宣传内容达标率100%，得满分；否则每低于目标值1%（含不足1%部分）扣除5%权重分。
		活动主题符合率（1分）	线上宣发宣传片和信息流广告均符合活动主题得满分，否则每发现一处不合格扣0.1分，扣完为止。
	产出时效（5分）	项目各项工作完成及时性（5分）	①商超消费券发放及时；②汽车补贴发放及时；③线上宣发及时；每项占40%、30%、30%权重分，以上均符合得100%权重分，否则扣除相应权重分。
	产出成本（5分）	商超消费券经费成本节约率（2分）	成本节约率=[（计划成本-实际成本）/计划成本]×100%。成本节约率在±5%区间，得满分；超出区间范围，按每超出1%扣0.1分，扣完为止。
		汽车补贴经费成本节约率（2分）	成本节约率=[（计划成本-实际成本）/计划成本]×100%。成本节约率在±5%区间，得满分；超出区间范围，按每超出1%扣0.1分，扣完为止。
		宣传推广等服务经费成本节约率（1分）	成本节约率=[（计划成本-实际成本）/计划成本]×100%。成本节约率在±5%区间，得满分；超出区间范围，按每超出1%扣0.1分，扣完为止。
效益指标（30分）	经济效益	改善企业经营状况，加快恢复发展（3分）	有效改善参与商户经营状况得满分，否则酌情扣分。
		实现带动消费金额（3分）	通过消费券实现直接拉动消费金额≥1624万元，汽车补贴直接拉动消费金额≥11310万元，两项均达标得满分，否则每少1%（含不足1%部分）扣5%权重分。

		活动覆盖人次 (2 分)	活动覆盖人次 ≥ 70000 (人次) 得满分, 否则每低于目标值 1% 扣 10% 权重分, 扣完为止。
社会效益		达到信息流广告投放曝光量目标 (3 分)	①腾讯广告 (微信) 信息流投放目标曝光量达到 500cpm; ②小红书信息流投放目标曝光量达到 300cpm; ③抖音信息流投放目标曝光量达到 500cpm。每项分别占 30%、30%、40% 权重分, 以上每项均达标得满分, 否则扣除相应权重分。
		有效保障和改善民生 (2 分)	有效保障和改善民生得满分, 否则酌情扣分。
		提振居民消费信心, 稳定居民消费预期 (3 分)	有效提振居民消费信心得满分, 否则酌情扣分。
可持续影响		促进东湖区消费活力 (4 分)	持续促进东湖区消费活力, 长久有效得满分, 否则酌情扣分。
服务对象满意度 (10 分)		扶持企业满意度 (5 分)	满意度 $\geq 95\%$ 得满分, 否则每低于目标值 1% (不足 1% 的部分视为 1%) 扣 5% 权重分。
		消费者满意度 (5 分)	满意度 $\geq 95\%$ 得满分, 否则每低于目标值 1% (不足 1% 的部分视为 1%) 扣 5% 权重分。

3.评价方法

(1) 主要采用因素分析法和数据对比法。因素分析法评价项目实施的整体情况是否符合实际需要, 数据对比法则反映的是项目运行的持续性和质量的可控性。

(2) 本次绩效评价采取随机抽样的方式完成群众的满意度问卷调查。

4. 评价标准

绩效评价标准是指财政支出绩效目标完成程度的衡量尺度。通过评价标准判断评价指标的合理与重要性程度，作为评价工作的基本准绳和标尺，决定了评价目标实现与否以及评价结果准确与否，并作为评价计分的依据。绩效指标评价标准主要有：

(1) 计划标准

以预先制定的规划、计划、目标、预算或定额等数据作为绩效评价标准。计划值作为评价指标的预计完成值，旨在通过与实际完成值进行比对，通过测算计划值完成比例，达成绩效评价目的。

(2) 行业标准

以某一具体行业许多个体或相关财政经费的相关指标数据为基准，充分挖掘数据中蕴含的信息，从而制定相适应的行业评价标准。行业标准的充分应用需要充足的样本数据库做支撑，具备一定的权威性、客观性与真实性，便于财政项目支出绩效评价情况纵向和横向分析与对比。

(3) 历史标准

以绩效评价指标的历史数据作为样本，运用一定的统计学方法，计算出各类指标的平均历史水平。在运用历史标准进行评价时，要对其根据价格指数、统计口径或核算方法的变化对历史标准进行修订和完善。

(4) 经验标准

以长期从事财政经济活动领域的专家学者的参考意见为基础，通过严谨地分析与研究，结合其管理实践，确定相关指标标准。该项标准与行业标准存在优先选择的情况，即行业标准权威性不足或缺乏同行业标准时，采用经验标准。

(三) 绩效评价工作过程

本次项目的评价实施时间为 2023 年 5 月至 2023 年 8 月，评价组由第三方机构人员以及组织实施单位人员组成，评价组通过开展项目调研，了解项目基本情况，研发设计绩效指标体系、设计基础数据报表体系和调研方案，数据采集，评价基础资料完善等流程；通过对基础数据进行查验，对项目目标及实施效果等做深入了解，组织开展访谈等调研工作后，汇总分析评价数据，依据事前制定的评价标准和评分规则，对项目投入产出绩效进行量化评分。依据项目立项、项目执行、项目管理、项目资金运用及使用情况，以及项目投入产出绩效，撰写绩效评价报告，针对存在问题提出改进建议。

1. 基础信息采集

在项目实施单位的配合下，评价组完成了基础材料的收集工作，随后评价组对材料复核，结合现场调研及访谈了解项目具体内容。

2. 问卷调研

评价组采用随机抽样方式向项目相关群体开展问卷调

查。主要从项目实施情况、项目管理情况、项目实施后产生效益情况等方面开展满意度调查。了解其对项目工作开展期间及项目开展后产生效益的满意程度。

3.访谈调研

评价组对项目业务以及财务人员进行了现场访谈，对业务和财务相关负责人就项目整体实施情况及背景，项目预算测算依据，项目资金拨付、支出流程，保障项目实施的相关制度及措施，项目的组织架构与管理等内容进行详细了解。

4.撰写绩效评价初稿

评价组根据前述绩效分析和评价结论，按照要求提炼撰写绩效报告，并在项目组内部进行审核，主要关注报告格式是否规范，内容是否完整；绩效数据是否真实、可靠，是否进行了必要的核实工作；报告逻辑是否清晰，分析问题是否透彻。

5.绩效评价报告复核

绩效评价组负责人将对评价团队提交的评价报告初稿进行复核，主要关注报告结论是否全面、准确；经验、教训的总结是否深刻，建议是否可行等。

6.形成评价报告终稿

在绩效评价组负责人对评价报告意见和建议的基础上，修改并完善形成征求意见稿评价报告。将征求意见稿提交至

客户，根据客户对征求意见稿的反馈以及结合实际情况，修改并完善形成绩效评价报告终稿。

三、 综合评价情况和评价结论

(一) 评价情况

运用由评价组研发并通过内部论证的评价指标体系及评分标准，通过数据采集、问卷调查及访谈等方法，对 2022 百花洲金秋购物节工作经费项目进行客观评价，最终评分结果：项目总得分为 **86.25** 分，绩效评级为“良”。

表 3 2022 百花洲金秋购物节工作经费项目绩效评价得分一览表

一级指标	二级指标	权重	得分
决策指标	项目立项	6	6
	绩效目标	8	4.4
	资金投入	6	5
过程指标	资金管理	10	8.65
	组织实施	10	8.8
产出指标	产出数量	10	9.6
	产出质量	10	9.3
	产出时效	5	3.5
	产出成本	5	5
效益指标	经济效益	8	7
	社会效益	8	7
	可持续影响	4	2
	满意度指标	10	10

合计	100	86.25
----	-----	-------

（二）评价结论

评价组通过资料收集、财务核查、现场调研等方式了解 2022 百花洲金秋购物节工作经费项目基本情况及实施情况，2022 年该项目向 6 家大型商超发放了消费券 70593 张，实际投入 2,465,427.75 元；向 6 家汽车销售企业投入 1,435,000 元，直补给购车消费者，共计补贴 706 台车辆；另使用 330,000 元作为该项目的活动经费，扩大内需，提高居民购买力，拉动消费，有效改善商户经营状况，提高了居民消费信心，对改善和保障民生起到了一定的作用。但存在资金使用不规范，项目绩效目标宽泛、未细化，产出指标设置不够细化，绩效指标与项目实际情况相关性不强，项目预期产出效果与项目实际情况不符的情况。

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策

项目决策指标总分为 20 分，得分为 15.4 分，得分率 77%，具体得分情况如下表 4 所示。满分指标有立项依据充分性、立项程序规范性和资金分配合理性。

表 4 项目决策指标得分表

指标	权重（分）	目标值	完成值	得分	得分率
项目决策	20	-	-	15.4	77%

项目立项	6	-	-	6	100%
立项依据充分性	3	充分	充分	3	100%
立项程序规范性	3	规范	规范	3	100%
绩效目标	8	-	-	4.4	55%
绩效目标合理性	4	合理	不合理	3.2	80%
绩效指标明确性	4	明确	不明确	1.2	30%
资金投入	6	-	-	5	83.33%
预算编制科学性	4	科学	不科学	3	75%
资金分配合理性	2	合理	合理	2	100%

1.项目立项

（1）立项依据充分性

2022 百花洲金秋购物节工作经费项目由区商务局依据《江西省人民政府印发关于有效应对疫情帮助中小企业纾困解难若干政策措施的通知》（赣府字〔2022〕14 号）文件要求立项，项目立项依据充分，与区商务局职能相符，且无重复项目。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 100% 权重分 3 分。

（2）项目立项规范性

项目按照既定程序申请立项，项目依据省政府相关文件立项，2022 年项目设立按照财政部门预算项目入库流程要求申请，材料符合相关要求，事前已经过集体决策，项目资金批复文件完整。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 100% 权重 3 分。

2. 绩效目标

（1）绩效目标合理性

2022 百花洲金秋购物节工作经费项目设定有绩效目标，项目绩效目标与预算确定的项目投资额或资金量相匹配，但“帮助辖区企业开展“线上”消费升级，克服疫情时艰，促进东湖城区消费新活力，满足人民群众对美好生活向往的消费需求”的项目绩效目标仅与“线上”发放商超消费券相关，不能反映购车补贴的工作内容，不具有全面性。根据评分标准，本项分值 4 分，该指标得 80%权重分 3.2 分。

（2）绩效指标明确性

区商务局将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标；但是绩效指标未能与项目目标任务数或计划数相对应，如无线上宣发，发券活动等相关内容的指标，指标设置不全面；数量指标未能与质量指标相互对应，如数量指标“汽车企业补助对象数（家）”和“商超补助企业数量（家）”未有相对应的质量指标，指标设置不合理；效益指标均为定性指标，未量化，难以衡量。根据评分标准，本项分值 4 分，该指标得 30%权重分 1.2 分。

3. 资金投入

（1）预算编制科学性

2022 百花洲金秋购物节工作经费项目预算内容与项目内容匹配，预算额度测算依据充分，均按照标准编制，预算确定的项目投资额或资金量与工作任务相匹配，但是存在项

目资金结余，预算编制科学性不足，忽略了商超退券和汽车补贴申领条件不合格的情况。根据评分标准，本项分值 4 分，该指标得 75%权重分 3 分。

（2）资金分配合理性

根据南昌市东湖区商务局《关于恳请拨付举办 2022 东湖百花洲购物节线上促销活动所需经费的请示》（东商文〔2022〕17 号）和《关于提请审议拨付 2022 东湖百花洲购物节购车补贴活动补充资金的请示》（东商文〔2022〕20 号）文件，本项目资金分配依据充分，资金分配额度合理，与项目实际相适应。根据评分标准，本项分值 4 分，该指标得 100%权重分 4 分。

（二）项目过程

项目过程指标总分为 20 分，得分为 17.45 分，得分率 87.25%，具体得分情况如下表 5 所示。其中，满分指标有预算执行率和管理制度健全性。

表 5 项目过程指标得分表

指标	权重（分）	目标值	完成值	得分	得分率
项目过程	20	-	-	17.45	87.25%
资金管理	10	-	-	8.65	86.5%
资金到位率	2	100%		1.9	95%
预算执行率	3	≥95%		3	100%
资金使用合规性	5	合规	不合规	3.75	75%
组织实施	10	-	-	10	88%
管理制度健全性	4	健全	健全	4	100%

制度执行有效性	6	有效	-	4.8	80%
---------	---	----	---	-----	-----

1.资金管理

(1) 资金到位率

2022 年该项目年度预算总额为 449.85 万元。2022 年收到财政拨款 426.5 万元，资金到位率=（实际到位资金/预算资金）*100%=（426.5 万元/449.85 万元）*100%=94.81%。根据评分标准，本项分值 2 分，该项指标得 94.81%权重分 1.9 分。

(2) 预算执行率

2022 年项目实施单位区商务局实际到账资金为 426.5 万元，实际支出 423.04 万元。预算执行率 =（实际支出资金/实际到位资金）*100%=（423.04 万元/426.5 万元）*100%=99.19%，预算执行率 ≥ 95%。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 3 分。

(3) 资金使用合规性

2022 百花洲金秋购物节工作经费项目资金根据《东湖区区级财政专项资金管理实施细则》（东府办发〔2019〕62 号）文件要求进行使用，不存在截留、挤占、虚列支出等情况。经现场核查该项目凭证，发现 7 月的 7 号凭证：付“2022 年百花洲购物节委托服务费” 330,000 元，未按合同约定的付款方式和付款日期付款，且合同没有签订日期。根据评分标准，本项分值 5 分，该项指标得 75%权重分 3.75 分。

2.组织实施

（1）管理制度健全性

区商务局依据关于印发《东湖区商务局财务管理制度》的通知（东商字〔2022〕13号）文件进行财务管理，依据《东湖区区级财政专项资金管理实施细则》（东府办发〔2019〕62号）文件对其项目专项资金进行管理，具有相应的财务管理制度和业务管理制度，并且财务和业务管理制度合法、合规、完整。根据评分标准，本项分值4分，该项指标得100%权重分4分。

（2）制度执行有效性

区商务局项目合同书、验收报告、技术鉴定等资料齐全并及时归档；项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等落实到位；但是10,000元的审计业务约定书为江西合亦载道文化传媒有限公司与江西惠普会计师事务所有限责任公司签订，审计报告委托方为南昌市东湖区商务局。审计业务约定书签约主体应为南昌市东湖区商务局（委托方）、江西合亦载道文化传媒有限公司（被审计方）和江西惠普会计师事务所有限责任公司（第三方审计机构），审计费用也应由区商务局直接支付给审计机构，制度执行有效性不足。根据评分标准，本项分值6分，该项指标得80%权重分4.8分。

（三）项目产出

项目产出指标总分为30分，得27.4分，得分率91.33%，

具体得分情况如下表 6 所示。除数量指标中的商超补助企业数量、质量指标中的商超消费券核销率、商超退货退券率、汽车补贴准确率以及产出成本指标不是满分指标，其余指标均为满分指标。

表 6 项目产出指标得分表

指标	权重（分）	目标值	完成值	得分	得分率
项目产出	30	-	-	27.4	91.33%
产出数量	10	-	-	9.6	96%
完成车辆补贴工作	1	100%	100%	1	100%
完成商超消费券发放工作	2	100%	100%	2	100%
汽车企业补助对象数	1	100%	100%	1	100%
商超补助企业数量	2	100%	85.71%	1.6	80%
发券活动场次	1	100%	100%	1	100%
活动宣传片制作数量	1	100%	100%	1	100%
信息流广告投放量	1	100%	100%	1	100%
达人采买笔记发布数	1	100%	100%	1	100%
产出质量	10	-	-	9.3	93%
商超消费券核销率	3	100%	98.8%	2.7	90%
商超退货退券率	2	0%	0.64%	1.9	95%
汽车补贴准确率	3	100%	93.63%	2.7	90%
宣传内容达标率	1	100%	100%	1	100%
活动主题符合率	1	100%	100%	1	100%
产出时效	5	-	-	3.5	70%
项目各项工作完成及时性	5	100%	70%	3.5	70%

产出成本	5	-	-	5	100%
商超消费券经费成本节约率	2	$\leq \pm 5\%$	1.38%	2	100%
汽车补贴经费成本节约率	2	$\leq \pm 5\%$	4.33%	2	100%
宣传推广等服务经费成本节约率	1	$\leq \pm 5\%$	0%	1	100%

1.数量指标

(1) 完成车辆补贴工作

区商务局实际完成汽车补贴车辆数 706 台，应补尽补，车辆补贴工作完成率 100%。根据评分标准，本项分值 1 分，该项指标得 100%权重分 1 分。

(2) 完成商超消费券发放工作

此次活动共计发放消费券 70593 张，应发尽发，商超消费券发放工作完成率 100%。根据评分标准，本项分值 2 分，该项指标得 100%权重分 2 分。

(3) 汽车企业补助对象数

2022 年百花洲金秋购物节工作经费项目应完成对 6 家汽车销售企业的补助，实际完成对江西运通汽车技术服务有限公司、南昌智敏通汽车销售服务有限公司、江西国力汽车贸易有限公司、江西省鸿运汽车有限公司、南昌美乘汽车销售服务有限公司和江西协众汽车发展有限公司的补助任务。根据评分标准，本项分值 1 分，该项指标得 100%权重分 1 分。

(4) 商超补助企业数量

2022 年百花洲金秋购物节工作经费项目应完成对 7 家大

型商超的补助，实际完成对沃尔玛（江西）商业零售有限公司、江西财富广场有限公司、南昌百货大楼股份有限公司、江西鹏润国美电器有限公司、江西百盛中山城百货有限公司、江西长申商贸有限公司的补助任务，共完成 6 家。根据评分标准，本项分值 2 分，该项指标得 80%权重分 1.6 分。

（5）发券活动场次

根据《2022 东湖百花洲购物节活动方案》，此次活动需完成 12 次发放消费券活动，根据 2022 年《百花洲购物节线上定向商圈满减券发券时间安排表》，实际完成 15 场次的发券活动，圆满完成发券任务。根据评分标准，本项分值 1 分，该项指标得 100%权重分 1 分。

（6）活动宣传片制作数量

区商务局 2022 年百花洲金秋购物节活动应完成 2 个活动宣传片的制作工作，根据验收报告及验收资料，实际完成 2 个活动宣传片的制作。根据评分标准，本项分值 1 分，该项指标得 100%权重分 1 分。

（7）信息流广告投放量

区商务局应完成腾讯广告（微信）东湖发布活动公众号推文 2 篇，小红书活动推文及视频，东湖发布抖音活动视频 2 个，实际全部完成。根据评分标准，本项分值 1 分，该项指标得 100%权重分 1 分。

（8）达人采买笔记发布数

区商务局应完成小红书头部达人（2w-5w 粉丝）12 篇笔记的发布，小红书尾部达人（5000-2w 粉丝）12 篇笔记的发

布，抖音头部达人（10w-30w 粉丝）8 篇笔记的发布和抖音尾部达人（2w-10w 粉丝）12 篇笔记的发布，均圆满完成任务。根据评分标准，本项分值 1 分，该项指标得 100%权重分 1 分。

2.质量指标

（1）商超消费券核销率

根据《2022 百花洲购物节消费券数据报表》的统计数据，商超消费券核销率=实际核销金额/累计发放金额*100%*权重=2,470,010.2/2,500,000*100%=98.8%。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 90%权重分 2.7 分。

（2）商超退货退券率

根据第三方审计认定的数据结果，可知，商超退货退券率=消费者退货退券金额/消费者已领取并使用消费券金额*100%=15,807.25/2,481,235*100%=0.64%。根据评分标准，本项分值 2 分，该项指标得 95%权重分 1.9 分。

（3）汽车补贴准确率

根据第三方审计认定的数据结果以及项目总结数据，可知，汽车补贴准确率=审计认定符合申请条件享受补贴的车辆台数/申领汽车补贴车辆数*100%=706/754*100%=93.63%。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 90%权重分 2.7 分。

（4）宣传内容达标率

宣传内容达标率=达标的线上宣发作品数量/线上宣发总

量*100%=51/51（宣传片 2 个、信息流广告 5 个、达人笔记 44 篇，合计数为 51）*100%=100%。根据评分标准，本项分值 1 分，该项指标得 100%权重分 1 分。

（5）活动主题符合率

经审核，线上宣发宣传片和信息流广告等均符合活动主题，无偏离情况。根据评分标准，本项分值 1 分，该项指标得 100%权重分 1 分。

3.产出时效

（1）项目各项工作完成及时性

商超消费券及汽车补贴发放均及时，但小红书 24 篇笔记发布无一篇早于活动开始时间，发布具有滞后性。根据评分标准，本项分值 5 分，该项指标得 70%权重分 3.5 分。

4.产出成本

（1）商超消费券经费成本节约率

成本节约率=[（计划成本-实际成本）/计划成本]×100%=(2,500,000-2,465,427.75)/2,500,000*100%=1.38%。根据评分标准，本项分值 2 分，该项指标得 100%权重分 2 分。

（2）汽车补贴经费成本节约率

成本节约率=[（计划成本-实际成本）/计划成本]×100%=(1,500,000-1,435,000)*100%=4.33%。根据评分标准，本项分值 2 分，该项指标得 100%权重分 2 分。

（3）宣传推广等服务经费成本节约率

成本节约率=[(计划成本-实际成本)/计划成本]×100%=(330,000-330,000)/330,000*100%=0%。根据评分标准，本项分值 1 分，该项指标得 100%权重分 1 分。

(四) 项目效益

项目效益部分总分 30 分，得 26 分，得分率 86.67%，具体得分详见表 7。其中，除经济效益指标中的改善企业经营状况，加快恢复发展；社会效益指标中的提振居民消费信心，稳定居民消费预期和可持续影响指标外，其他均为满分指标。

表 7 项目效益指标得分表

指标	权重(分)	目标值	完成值	得分	得分率
项目效益	30	-	-	26	86.67%
经济效益	8	-	-	7	87.5%
改善企业经营状况，加快恢复发展	3	有效	-	2	66.67%
实现带动消费金额	3	-	-	3	100%
活动覆盖人次	2	≥20万	206,669	2	100%
社会效益	8	-	-	7	87.5%
达到信息流广告投放曝光量目标	3	-	100%	3	100%
有效保障和改善民生	2	有效	有效	2	100%
提振居民消费信心，稳定居民消费预期	3	有效	-	2	66.67%
可持续影响	4	-	-	2	50%
促进东湖区消费活力	4	有效	-	2	50%

满意度	10	-	-	10	100%
扶持企业满意度	5	95%	98.4%	5	100%
消费者满意度	5	95%	99.7%	5	100%

1.经济效益

(1) 改善企业经营状况，加快恢复发展

2022 百花洲金秋购物节工作经费项目对辖区内 6 家大型商超和 6 家汽车销售企业的补助，扩大了内需，提高了居民购买力，拉动了消费，在短期内改善参与商户的经营状况。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 2 分。

(2) 实现带动消费金额

通过发放消费券直接拉动消费额达 1624 万元，通过汽车补贴直接拉动消费额约 11310 万元，均达到目标值。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 100%权重分 3 分。

(3) 活动覆盖人次。

2022 百花洲金秋购物节工作经费项目消费券惠及 70593 人次，汽车补贴惠及 706 人次，活动覆盖人次合计数为 71299 人次，达到目标值。根据评分标准，本项分值 2 分，该项指标得 100%权重分 2 分。

2.社会效益

(1) 达到信息流广告投放曝光量目标

根据统计数据，通过线上宣发，腾讯广告（微信）信息流投放实际曝光量达到 539cpm、小红书信息流投放实际曝光量达到 600cpm、抖音信息流投放实际曝光量达到 612cpm，

曝光量均达到既定目标。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 100%权重分 3 分。

（2）有效保障和改善民生

通过对辖区内 6 家大型商超和 6 家汽车销售企业的补助，扩大了内需，提高了居民购买力，拉动了消费，改善了企业经营状况，同时，给居民的基本支出消费一定补贴，有效改善和保障民生。根据评分标准，本项分值 2 分，该项指标得 100%权重分 2 分。

（3）提振居民消费信心，稳定居民消费预期

2022 百花洲金秋购物节活动对消费者有临时的提振消费信心的作用，短时间内稳定了居民的消费预期。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 2 分。

3. 可持续影响

（1）促进东湖区消费活力

发放消费券和汽车补贴只能在短期内发挥拉动内需，促进消费市场活力的作用，可持续影响并长久。根据评分标准，本项分值 4 分，该项指标得 2 分。

4. 满意度

（1）扶持企业满意度

通过项目各项工作的开展，增强了东湖区居民的幸福感和获得感，拉动东湖区消费。通过对扶持企业发放调查问卷，调查其对项目各项工作的开展的满意程度，统计其满意度为

98.4%。根据评分标准，本项分值 5 分，该项指标得 100%权重分 5 分。

（2）消费者满意度

通过项目各项工作的开展，增强了东湖区居民的幸福感和获得感，拉动东湖区消费。通过对东湖区消费者发放调查问卷，调查其对项目各项开展的满意程度，统计其满意度为 99.7%。根据评分标准，本项分值 5 分，该项指标得 100%权重分 5 分。

五、 存在的问题及原因分析

（一）存在问题及原因分析

1.绩效目标设置不规范、绩效管理工作待加强

经现场核查，发现区商务局绩效目标及指标设置不规范，具体表现有：一是“帮助辖区企业开展‘线上’消费升级，克服疫情时艰，促进东湖城区消费新活力，满足人民群众对美好生活向往的消费需求。”的项目绩效目标仅与“线上”发放商超消费券相关，不能反映购车补贴的工作内容，不具有全面性；二是绩效指标未能与项目目标任务数或计划数相对应，如无线上宣发，发券活动等相关内容的指标，指标设置不全面；三是数量指标未能与质量指标相互对应，如数量指标“汽车企业补助对象数（家）”和“商超补助企业数量（家）”未有相对应的质量指标，指标设置不合理；四是效益指标均为定性指标，未量化，难以衡量。主要是部门绩效

管理意识不强和绩效管理工作认识不足造成的。

2.部分资金使用不合规、资金管理工作待加强

经查相关财务凭证，发现区商务局 2022 年 7 月的 7 号凭证：付“2022 年百花洲购物节委托服务费”330,000 元，未按合同约定的付款方式和付款日期付款，且合同没有签订日期。说明区商务区资金拨付的审批程序和手续还存在一定的不足之处。

3.制度监管不到位、执行有效性待提高

经查阅相关业务资料，发现 10,000 元的审计业务约定书为江西合亦载道文化传媒有限公司与江西惠普会计师事务所有限责任公司签订，审计报告委托方为南昌市东湖区商务局，存在合同签订不规范、付款方式不合规的问题。一是审计业务约定书是被审计单位与审计组织签订，但也存在委托人与被审计人不是同一方的情况，在这种情况下，签约主体通常还包括委托人；二是审计费用应由区商务局与第三方审计机构自行协商并在协议中约定，该项目审计费用却是由江西合亦载道文化传媒有限公司直接转账给江西惠普会计师事务所有限责任公司。说明区商务局制度执行有效性有待提高，出现此类问题的原因是职工相关方面的认识不足、合同管理和制度监管不到位。

六、有关建议和改进措施

(一) 增强绩效管理意识，加强部门绩效管理

预算绩效管理是优化项目实施，提升财政资金使用效益的重要手段和工具，建议区商务局进一步提升对预算绩效管理工作的认识，加强预算绩效目标管理，提升绩效指标完整性、合理性和科学性。强化绩效目标管理，提高预算项目绩效目标填报的完整性、合理性、科学性。项目所设定的绩效目标要依据充分，符合客观实际工作内容。绩效指标要与项目目标任务数或政府投资计划相对应，确保绩效目标的完整性、合理性、科学性。

(二) 完善资金使用审批手续、加强资金管理工作

区商务局的资金使用要符合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；应当完善资金使用相关审批手续，补全相关文件资料，资金的使用要符合项目预算批复或合同规定的用途，不断加强资金管理方面的工作。

(三) 加强合同管理工作、增强风险防范意识

区商务局要着力于建立健全内部控制制度和流程，选择专业人员负责合同签订，做好合同管理和风险防范工作，在合同签订之前，充分了解合同的背景信息，制定合理的风险防范措施；在合同签订后，要对合同的审查、履行、变更、

解除等过程进行严格监控和管理，提高合同签订规范性和安全性；同时，对工作人员加强业务管理培训，加强合同管理方面的认识，增强风险防范意识。

七、 其他需说明的问题

无。

附件一：东湖区商务局 2022 百花洲金秋购物节工作经费项目支出绩效评分表

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评分标准	得分	扣分原因
决策指标 (20分)	项目立项 (6分)	立项依据充分性 (3分)	3	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符合行业发展规划和政策要求；③项目立项与部门职责相符，属于部门履职所需；④项目未与相关部门同类项目或部门相关项目重复。以上均符合得 100%权重分，否则 每一项不符合扣除 25%权重分，扣完为止。	3	
		立项程序规范性 (3分)	3	①项目按规定的程序申请设立；②审批文件、材料符合相关要求；③事前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。以上均符合得 100%权重分，否则每一项不符合扣除 100%权重分，扣完为止。	3	
	绩效目标 (8分)	绩效目标合理性 (4分)	4	①项目设定有绩效目标；②项目绩效目标与实际工作内容具有相关性；③项目预期产出效益和效果符合正常的业绩水平；④	3.2	2022 百花洲金秋购物节工作经费项目设定有绩效目标，项目绩效目标与预算确定的项目投资额或资金量相

				项目绩效目标与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。每项占 20%、20%、20%、40%权重分；以上均符合得 100%权重分，否则扣除相应权重分。		匹配，但“帮助辖区企业开展“线上”消费升级，克服疫情时艰，促进东湖城区消费新活力，满足人民群众对美好生活向往的消费需求”的项目绩效目标仅与“线上”发放商超消费券相关，不能反映购车补贴的工作内容，不具有全面性。根据评分标准，本项分值 4 分，该指标得 80%权重分 3.2 分。
		绩效指标明确性 (4 分)	4	①将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标；②绩效指标通过清晰可衡量的指标予以体现；③绩效指标与项目目标任务数或计划数相对应。每项占 30%、30%、40%权重分，以上均符合得 100%权重分，否则扣除相应权重分。	1.2	区商务局将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标；但是绩效指标未能与项目目标任务数或计划数相对应，如无线上宣发，发券活动等相关内容的指标，指标设置不全面；数量指标未能与质量指标相互对应，如数量指标“汽车企业补助对象数（家）”和“商超补助企业数量（家）”未有相对应的质量指标，指标设置不合理；

						效益指标均为定性指标，未量化，难以衡量。根据评分标准，本项分值 4 分，该指标得 30% 权重分 1.2 分。
资金投入 (6 分)	预算编制 科学性 (4 分)	4	①项目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，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。每项占 25%权重分，以上均符合得 100%权重分，否则扣除相应权重分。	3	2022 百花洲金秋购物节工作经费项目预算内容与项目内容匹配，预算额度测算依据充分，均按照标准编制，预算确定的项目投资额或资金量与工作任务相匹配，但是存在项目资金结余，预算编制科学性不足，忽略了商超退券和汽车补贴申领条件不合格的情况。根据评分标准，本项分值 4 分，该指标得 75%权重分 3 分。	
	资金分配 合理性 (2 分)	2	①项目资金分配依据充分；②资金分配额度合理，与项目实际相适应。以上均符合得 100%权重分，否则扣除 50%权重分，扣完为止。	2		

过程 指标 (20 分)	资金 管理 (10 分)	资金到位 率 (2分)	2	①资金到位率=(实际 到位资金/预算资金) *100%，资金到位率 达 100%，得 2 分，否 则按实际资金到位率 *指标权重得分。	1.9	2022 年该项目年 度预算总额为 449.85 万元。2022 年收到财政拨款 426.5 万元，资金到 位率=(实际到位 资金/预算资金) *100%=(426.5 万 元/449.85 万元) *100%=94.81%。根 据评分标准，本项 分值 2 分，该项指 标得 94.81%权重 分 1.9 分。
		预算执行 率 (3分)	3	①预算执行率=(实 际支出资金/实际到 位资金)*100%，预 算执行率≥95%，得 3 分，否则按实际预算 执行率*指标权重得 分。	3	
		资金使用 合规性 (5分)	5	①资金使用符合国家 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； ②资金拨付有完整的 审批程序和手续；③ 资金使用符合项目预 算批复或合同规定的 用途；④不存在截留、 挤占、挪用、虚列支 出等情况。以上均符 合得 100%权重分，否 则每发现 1 处不符合 扣 25%权重分，扣完	3.75	2022 百花洲金秋 购物节工作经费项 目资金根据《东湖 区区级财政专项资 金管理实施细则》 (东府办发[2019] 62 号)文件要求进 行使用，不存在截 留、挤占、虚列支 出等情况。经现场 核查该项目凭证， 发现 7 月的 7 号凭 证：付“2022 年百 花洲购物节委托服

				为止。		务费” 330,000 元，未按合同约定的付款方式和付款日期付款，且合同没有签订日期。根据评分标准，本项分值 5 分，该项指标得 75%权重分 3.75 分。
组织 实施 (10 分)	管理制度 健全性 (4 分)	4		①制定或具有相应的财务管理制度；②制定或具有相应的业务管理制度；②财务和业务管理制度合法、合规、完整。每项分别占 30%、30%、40% 权重分，以上均符合得 100%权重分，否则扣除相应权重分。	4	
	制度执行 有效性 (6 分)	6		①遵守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项目合同书、验收报告、技术鉴定等资料齐全并及时归档；④项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等落实到位。以上均符合得 100%权重分，否则每发现 1 处不符合扣 20%权重分，扣完为止。	4.8	区商务局项目合同书、验收报告、技术鉴定等资料齐全并及时归档；项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等落实到位；但是 10,000 元的审计业务约定书为江西合亦载道文化传媒有限公司与江西惠普会计师事务所有限责任公司签订，审计报告委托方为南昌市东湖区商务局。审计业务约定

						<p>书签约主体应为南昌市东湖区商务局（委托方）、江西合亦载道文化传媒有限公司（被审计方）和江西惠普会计师事务所有限责任公司（第三方审计机构），审计费用也应由区商务局直接支付给审计机构，制度执行有效性不足。根据评分标准，本项分值 6 分，该项指标得 80%权重分 4.8 分。</p>
产出 指标 (30 分)	产出 数量 (10 分)	完成车辆 补贴工作 (1 分)	1	车辆补贴工作完成率 100%得满分，否则按实际完成率计算相应得分。	1	
		完成商超 消费券发 放工作(2 分)	2	商超消费券发放工作完成率 100%得满分，否则按实际完成率计算相应得分。	2	
		汽车企业 补助对象 数(1 分)	1	完成对 6 家汽车企业的补助得满分，否则每少一家扣除 20%权重分，扣完为止。	1	
		商超补助 企业数量 (2 分)	2	完成对 7 家商超企业的补助得满分，否则每少一家扣除 20%权重分，扣完为止。	1.6	2022 年百花洲金秋购物节工作经费项目应完成对 7 家大型商超的补助，实际完成对沃尔玛（江西）商业零售

					有限公司、江西财富广场有限公司、南昌百货大楼股份有限公司、江西鹏润国美电器有限公司、江西百盛中山城百货有限公司、江西长申商贸有限公司的补助任务，共完成 6 家。根据评分标准，本项分值 2 分，该项指标得 80%权重分 1.6 分。
		发券活动场次（1 分）	1	完成 12 场发放消费券的活动得满分，否则每少一次扣除 0.1 分，扣完为止。	1
		活动宣传片制作数量（1 分）	1	完成 2 个活动宣传片的制作得满分，否则每少一个扣除 50%权重分。	1
		信息流广告投放量（1 分）	1	①完成腾讯广告（微信）东湖发布活动公众号推文 2 篇得 30%权重分，否则每少一篇扣除 15%权重分； ②完成小红书活动推文及视频得 30%权重分，否则不得分； ③完成东湖发布抖音活动视频 2 个得 40%权重分，否则每少一个扣除 20%权重分。	1

	达人采买笔记发布数（1分）	1	<p>①完成小红书头部达人（2w-5w 粉丝）12 篇笔记的发布得 25% 权重分，否则不得分；</p> <p>②完成小红书尾部达人（5000-2w 粉丝）12 篇笔记的发布得 25% 权重分，否则不得分；</p> <p>③完成抖音头部达人（10w-30w 粉丝）8 篇笔记的发布得 25% 权重分，否则不得分；</p> <p>④完成抖音尾部达人（2w-10w 粉丝）12 篇笔记的发布得 25% 权重分，否则不得分。</p>	1	
产出质量（10分）	商超消费券核销率（3分）	3	<p>商超消费券核销率=实际核销金额/累计发放金额*100%，核销率 100%得满分，否则每低于目标值 1%（含不足 1%部分）扣除 5%权重分。</p>	2.7	<p>根据《2022 百花洲购物节消费券数据报表》的统计数据，商超消费券核销率=实际核销金额/累计发放金额*100%*权重=2,470,010.2/2,500,000*100%=98.8%。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 90%权重分 2.7 分。</p>
	商超退货退券率（2分）	2	<p>商超退货退券率=消费者退货退券金额/消费者已领取并使用消费券金额*100%，退货退券率 0%得满</p>	1.9	<p>根据第三方审计认定的数据结果，可知商超退货退券率=消费者退货退券金额/消费者已领</p>

				分，否则每超出 1% (含不足 1%部分) 扣除 5%权重分。		取并使用消费券金额 $*100\%=15,807.25/2,481,235*100\%=0.64\%$ 。根据评分标准,本项分值 2 分,该项指标得 95%权重分 1.9 分。
		汽车补贴准确率(3分)	3	汽车补贴准确率=审计认定符合申请条件享受补贴的车辆台数/申领汽车补贴车辆数*100%，汽车补贴准确率在±5%区间，得满分；否则每超出区间范围 1%(含不足 1%部分)扣 5%权重分，扣完为止。	2.7	根据第三方审计认定的数据结果以及项目总结数据，可知，汽车补贴准确率=审计认定符合申请条件享受补贴的车辆台数/申领汽车补贴车辆数*100%=706/754*100%=93.63%。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 90%权重分 2.7 分。
		宣传内容达标率(1分)	1	“宣传内容达标率=达标的线上宣发作品数量/线上宣发总量*100%”，宣传内容达标率 100%，得满分；否则每低于目标值 1%(含不足 1%部分)扣除 5%权重分。	1	
		活动主题符合率(1分)	1	线上宣发宣传片和信息流广告均符合活动主题得满分，否则每发现一处不合格扣 0.1 分，扣完为止。	1	

产出 时效 (5 分)	项目各项 工作完成 及时性	5	①商超消费券发放及时；②汽车补贴发放及时；③线上宣发及时；每项占 40%、30%、30%权重分，以上均符合得 100%权重分，否则扣除相应权重分。	3.5	商超消费券及汽车补贴发放均及时，但小红书 24 篇笔记发布无一篇早于活动开始时间，发布具有滞后性。根据评分标准，本项分值 5 分，该项指标得 70%权重分 3.5 分。	
	产出 成本 (5 分)	商超消费 券经费成 本节约率 (2 分)	2	成本节约率=[(计划成本-实际成本)/计划成本]×100%。成本节约率在±5%区间，得满分；超出区间范围，按每超出 1%扣 0.1 分，扣完为止。	2	
		汽车补贴 经费成本 节约率(2 分)	2	成本节约率=[(计划成本-实际成本)/计划成本]×100%。成本节约率在±5%区间，得满分；超出区间范围，按每超出 1%扣 0.1 分，扣完为止。	2	
		宣传推广 等服务经 费成本节 约率(1 分)	1	成本节约率=[(计划成本-实际成本)/计划成本]×100%。成本节约率在±5%区间，得满分；超出区间范围，按每超出 1%扣 0.1 分，扣完为止。	1	

效益指标 (30分)	经济效益	改善企业经营状况，加快恢复发展（3分）	3	有效改善参与商户经营状况得满分，否则酌情扣分。	2	2022 百花洲金秋购物节工作经费项目对辖区内 6 家大型商超和 6 家汽车销售企业的补助，扩大了内需，提高了居民购买力，拉动了消费，在短期内改善参与商户的经营状况。根据评分标准，本项分值 3 分，该项指标得 2 分。
		实现带动消费金额（3分）	3	通过消费券实现直接拉动消费金额 ≥ 1624 万元，汽车补贴直接拉动消费金额 ≥ 11310 万元，两项均达标得满分，否则每少 1%（含不足 1%部分）扣 5%权重分。	3	
		活动覆盖人次（2分）	2	活动覆盖人次 ≥ 200,000（人次）得满分，否则每少于目标值 1 人次扣 0.1 分，扣完为止。	2	
	社会效益	达到信息流广告投放曝光量目标（3分）	3	①腾讯广告（微信）信息流投放目标曝光量达到 500cpm；②小红书信息流投放目标曝光量达到 300cpm；③抖音信息流投放目标曝光量达到 500cpm。每项分别占 30%、30%、40%权重	3	

				分，以上每项均达标得满分，否则扣除相应权重分。		
	有效保障和改善民生（2分）	2		有效保障和改善民生得满分，否则酌情扣分。	2	
	提振居民消费信心，稳定居民消费预期（3分）	3		有效提振居民消费信心得满分，否则酌情扣分。	2	2022 百花洲金秋购物节活动对消费者有临时的提振消费信心的作用，短时间内稳定了居民的消费预期。根据评分标准，本项分值3分，该项指标得2分。
可持续影响	促进东湖区消费活力（4分）	4		持续促进东湖区消费活力，长久有效得满分，否则酌情扣分。	2	发放消费券和汽车补贴只能在短期内发挥拉动内需，促进消费市场活力的作用，可持续影响并长久。根据评分标准，本项分值4分，该项指标得2分。
服务对象满意度（10分）	扶持企业满意度（5分）	5		满意度 ≥ 95%得满分，否则每低于目标值 1%（不足 1%的部分视为 1%）扣 5%权重分。	5	
	消费者满意度（5分）	5		满意度 ≥ 95%得满分，否则每低于目标值 1%（不足 1%的部分视为 1%）扣 5%权重分。	5	

东湖区商务局 2022 百花洲金秋购物节工作经费项目支出绩效评价报告

				重分。		
合计					86.25	
评价等级	<input type="checkbox"/> 优 <input checked="" type="checkbox"/> 良 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 差					
	90（含）-100 分为优、80（含）-90 分为良、60（含）-80 分为中、60 分以下为差					