

2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸
消费节活动保障经费项目
绩效评价报告

评价机构：江西源起思成管理咨询有限公司

2022 年 10 月 3 日



目 录

一、项目基本情况	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	5
(三) 评价过程	6
三、评价结论和指标分析	7
(一) 评价结论	7
(二) 绩效分析	8
(三) 具体指标分析	8
四、主要经验及做法、存在的问题及原因分析	13
(一) 主要经验及做法	13
(二) 存在问题	14
(三) 相关建议	14
附件 1 绩效得分表	15
附件 2 满意度报告	23

2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节

活动保障经费项目绩效评价报告

受西湖区财政局委托,江西源起思成管理咨询有限公司根据《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实施意见》(洪发〔2019〕13 号)、《中共西湖区委 西湖区人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》(西发〔2019〕11 号)等文件精神,为提高资金使用效益和项目实施效果,提升预算绩效管理水平,对 2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动保障经费项目进行绩效评价,项目起止日期为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日,评价时段为 2022 年 10 月 15 日至 11 月 15 日。项目组严格按照绩效评价文件的要求对项目进行取数、调研和分析,形成本报告。

一、项目基本情况

(一) 项目概况

1. 项目立项背景和目的

为全面落实全省商贸消费工作调度会议精神和市委市政府关于扩内需促消费的决策部署,全力以赴打好商贸消费升级三年行动收官战,进一步释放商贸消费潜力,提升商贸消费水平,以旺盛的商贸消费拉动西湖区经济高质量跨越式发展,经南昌市西湖区人民政府第 108 次常务会议研究,决定开展 2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动。

2021 年系列活动按照“政府引导、企业组织、社会参与、

优中选优”的原则，引导辖区各类商贸企业开展让利促销、优质服务、品牌营销活动，通过第三方平台面向社会发放消费补贴，政府相关部门提供配套保障，营造“齐消费、惠消费、乐消费”良好的消费环境和氛围。

本次评价的项目即为“2021年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动保障经费项目”，由西湖区商务局具体实施。

2. 项目主要内容及实施情况

本项目包含重点商贸企业和商业街区消费专项活动、西湖商贸消费季两部分内容，具体如下：

计划实施内容		实际实施情况	
2021 年 10-12 月	利用国庆、店庆、开业庆典等时机，适时启动第二届西湖区商贸消费节，联合辖区重点商贸企业和商业街区采取直接让利、满额送好礼等现场促销方式，开展沉浸式、参与式等多类型消费互动活动，同时发起总额为200万元的消费补贴，通过大南昌都市圈进行全覆盖宣传推广和引流，刺激商贸消费，助力商贸企业发展，提升西湖区商贸消费水平。	2021 年 10 月 1 日-7 日	中国银联股份有限公司江西分公司作为活动承办机构，承办西湖区金秋购物季暨第二届商贸消费节大型促消费活动，活动时间为2021年10月1日至10月7日共7天，活动主题为“乐购西湖 约惠金秋”，活动期间，在南昌市西湖区的天虹商场中山店、朝阳店、天虹超市桃苑店与万寿宫旅游文化街区内商户开展活动，活动规则具体为客户使用云闪付在上述商圈内百货类商户消费满300元立减100元，超市类商户消费满100元立减20元，餐饮、娱乐类商户消费满100元立减50元。活动期内，单用户可分别使用以上三档营销活动各一次。 活动周期内的7个活动日累计交易笔数26546笔（含消

			费、撤销、退货交易)，其中有效交易笔数 26366 笔(消费交易与撤销和退货交易正负相抵后为有效交易)；总交易金额为 8773276.78 元，其中百货活动补贴金额 1444276.1 元，超市活动补贴金额 440200 元，餐饮娱乐活动补贴金额 62408.28 元，合计补贴金额 1946884.38 元。
2021 年 10-12 月	联合辖区商超、百货、餐饮企业、汽车 4S 店等商贸企业开展特价促销活动，面向社会发放总额 300 万元的消费补贴，采用网红直播、微商、社群营销、短视频等各种营销方式精准引流，直接触达消费者，最大范围覆盖消费者，充分调动消费者的购物积极性，打造西湖区商贸消费季。	2021 年 12 月 25 日 -2022 年 4 月 30 日	<p>云上(南昌)大数据运营有限公司作为活动承办机构。2021 年 12 月 25 日至 2022 年 1 月 3 日期间发放百货券、超市券、餐饮券、家电券、绿地井象米粉街门店消费券；2021 年 12 月 25 日至 2022 年 1 月 31 日，发放绿地井象米粉街门店消费券。个人消费者通过“i 南昌”客户端进行领券，通过支付宝平台进行核销支付。</p> <p>百货券为消费满 300 元立减 100 元；超市券为消费满 100 元立减 20 元；餐饮券为消费满 100 元立减 50 元；家电券为消费满 3000 元立减 300 元；绿地井象米粉街门店消费券为消费满 20 元立减 10 元、满 50 元立减 25 元、满 100 元立减 50 元。</p> <p>活动期间累计发放消费券 2623101.67 元。</p>

3. 资金投入和使用情况

(1) 预算安排

2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动保障经费项目预算安排共计 500 万元，其中 2020 年度资金 207 万元、2021 年度资金 293 万元。

（2）支出情况

重点商贸企业和商业街区消费专项活动安排预算 200 万元，实际支出 194.69 万元；西湖商贸消费季安排预算 300 万元，实际支出 262.31 万元。本项目累计支出 457 万元，资金使用率为 91.4%。

（二）项目绩效目标

1. 总体目标

引导辖区各类商贸企业开展让利促销、优质服务、品牌营销活动，通过第三方平台面向社会发放消费补贴，政府相关部门提供配套保障，营造“齐消费、惠消费、乐消费”良好的消费环境和氛围。

2. 年度目标

消费节活动计划完成率为 100%；消费节活动完成质量较高；消费节活动完成及时。

较大幅度带动消费；市民的消费积极性有所提升；市民满意度 $\geq 90\%$ 。

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

（1）根据《中共西湖区委、西湖区人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（西发〔2019〕11 号）、《西湖区财政局关于开展 2021 年度预算绩效管理有关工作的通知》（西财字〔2021〕25 号）等文件要求，对本项目产出、

效益、可持续性等进行客观、公正的评价。

(2) 总结项目实施过程中的经验，及时发现项目建设过程中存在的问题，进一步加强本项目的自主监督和管理，为可持续性发展提供建设性意见。

(3) 促使区商务局进一步建立财政方面的管理措施和管理机制，建立健全绩效评价考核机制，加强项目管理，提高预算绩效管理水平。

2. 评价对象和范围

本次绩效评价对象为 2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动保障经费项目，评价对象涉及西湖区商务局。评价范围包含“项目决策”“项目过程”“项目产出”和“项目效益”。

(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

1. 评价原则

(1) 规范性原则。本次绩效评价严格执行规定的程序，按照科学可行的要求，采用定量与定性分析相结合的方法。

(2) 客观性原则。本次绩效评价符合真实、客观、公正的要求，在项目评估中尊重客观规律，深入调查研究，不带主观随意性，讲求科学性。

(3) 系统性原则。本次绩效评价针对 2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动保障经费项目投入及其产出绩效进行评价，评价结果清晰反映投入和产出绩效之间的

紧密对应关系。

2. 评价指标体系

本项目评价指标包括决策、过程、项目产出、项目效益 4 个一级指标；包含项目立项、绩效目标等 11 个二级指标；包含立项依据充分性、立项程序规范性等 17 个三级指标。

3. 评价方法和标准

（1）评价方法

本次绩效评价主要采用比较分析法，将年度实际实施情况与预期目标进行比较，通过资料分析、现场核验、满意度调查等开展绩效评价。项目产出指标及目标值主要以预算数据为准，完成值以核查的实施内容及完成情况为依据等，采用定量与定性相结合的方式评价。

（2）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，用于对绩效指标的完成情况进行比较。本次绩效评价拟采用的标准包括计划标准、行业标准、历史标准等。

（三）评价过程

1. 项目启动与对接：2022 年 10 月上旬，项目组与区商务局完成对接，通过发放材料收集函，完成了初步的资料收集工作。

2. 材料梳理与访谈：2022 年 10 月中旬，对已收集的材料进行梳理，并就项目背景、实施内容和项目管理上的经验、困难等问题对业务管理人员及财务管理人员进行访谈。

3. 社会调查：2022 年 10 月下旬，为客观测定财政资金的使用效率和效果，依据公共支出绩效评价使用“满意度”指标，对西湖区市民展开满意度问卷调查。项目组对回收上来的问卷进行汇总、统计，保证社会调查信息的有效性后，对其进行数据分析，并出具满意度报告。

4. 资料分析及撰写报告：2022 年 11 月上旬开始，项目组根据绩效评价的原理和规范，对采集的数据进行整理，对绩效指标进行评分，按照绩效评价规范和委托方的要求，撰写并完成绩效评价报告初稿。

5. 报告修改及定稿：报告初稿通过公司内部审核后，递交至区商务局，征求意见，根据反馈意见对报告内容进行修改。2022 年 11 月中旬向区财政局出具正式的绩效评价报告。

三、评价结论和指标分析

（一）评价结论

项目组通过数据采集、访谈等方式，对 2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动保障经费项目绩效进行客观评价，最终评分结果：综合得分为 88.35 分，属于“良”¹。其中，决策类指标权重共 16 分，得 11.5 分，得分率为 67.19%；项目管理类指标权重共 24 分，得 20.85 分，得分率为 86.88%；项目产出类指标权重共 30 分，得 26 分，得分率为 86.67%；项目绩效类指标权重共 30 分，得 30 分，得分率为 100%。绩效得分情况详见下表。

¹绩效得分 90 分以上为“优”，75 分-90 分为“良”，60-75 分为“合格”，60 分以下为不合格。

**表 2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动
保障经费项目绩效得分表**

一级指标	二级指标	三级指标	权重	业绩值	得分
决策	项目立项	立项依据充分性	3	充分	3
		立项程序规范性	3	规范	3
	绩效目标	绩效目标合理性	3	不够完善	1.5
		绩效指标明确性	3	未设指标	0
	资金投入	预算编制科学性	3	科学	3
		资金分配合理性	1	合理	1
过程	资金管理	资金到位率	1	100%	1
		预算执行率	4	91.4%	2.85
		资金使用合规性	4	合规	4
	组织实施	管理制度健全性	5	健全	5
		管理制度执行有效性	10	基本有效执行	8
项目产出	产出数量	消费节活动计划完成率	12	100%	12
	产出质量	消费节活动开展质量情况	10	良好	10
	产出时效	消费节活动完成及时性	8	有 1 项不够及时	4
项目效益	社会效益	带动消费情况	15	带动消费	15
		消费积极性提升情况	5	有所提升	5
	满意度	市民满意度	10	87.58%	10
绩效总分			100	——	88.35

（二）绩效分析

产出方面：2 项活动按照计划完成；完成质量较好；但其中 1 个项目活动期限有所延长。

效益方面：通过项目实施，极大地带动了商贸消费；消费者积极性有所提升；市民满意度为 94.67%。

（三）具体指标分析

1. 项目决策情况

立项依据充分性 权重 3 分，得 3 分

为全面落实全省商贸消费工作调度会议精神和市委市政府关于扩内需促消费的决策部署，全力以赴打好商贸消费升级三年行动收官战，进一步释放商贸消费潜力，提升商贸消费水平，以旺盛的商贸消费拉动西湖区经济高质量跨越式发展，经南昌市西湖区人民政府第 108 次常务会议研究，决定开展 2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动，项目的设立符合相关政策要求；本项目与区商务局职责范围相符，属于部门履职所需；项目属于公共财政支持范围，符合中央、地方事权支出责任划分原则；项目未与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复。根据评分标准，该指标得满分。

项目立项规范性 权重 3 分，得 3 分

本项目由区商务局根据上级与本区相关政策和要求向区人民政府申请项目经费，由区人民政府同意后完成立项；相关审批文件、材料符合要求；项目事前经过可行性研究、集体决策。根据评分标准，该指标得满分。

绩效目标合理性 权重 3 分，得 1.5 分

区商务局填报了本项目绩效目标申报表，项目总目标为“增强西湖商贸消费吸引力和知名度”，总目标不够具体完善，且未将年度绩效目标细化为绩效指标。根据评分标准，该指标得 1.5 分。

绩效指标明确性 权重 3 分，得 0 分

本项目填报了绩效目标，但未设置绩效指标。因此根据评分标准，该指标得 0 分。

预算编制科学性 权重 3 分，得 3 分

本项目由区商务局根据实际活动计划和规模，测算资金量，报区政府审批；预算内容与项目内容相匹配；预算额度测算依据充分；预算资金量与工作任务相匹配。根据评分标准，该指标得满分。

资金分配合理性 权重 1 分，得 1 分

本项目资金按照两个项目的计划额度进行分配，分配依据充分，额度合理。因此根据评分标准，该指标得满分。

2. 项目过程情况

资金到位率 权重 1 分，得 1 分

2021 年，南昌市西湖区人民政府第 108 次常务会议同意安排 500 万元用于本项目，2021 年实际到位资金 500 万元，资金到位率为 100%。根据评分标准，该指标得满分。

预算执行率 权重 4 分，得 2.85 分

本项目预算安排 500 万元，实际支出 457 万元，预算执行率为 91.4%。根据评分标准，该指标得 2.85 分。

资金使用合规性 权重 4 分，得 4 分

本项目资金使用符合国家财经法规和财务管理制度的规定；资金的拨付有完整的审批程序和手续；符合项目预算批复或合同规定的用途；未发现截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。根据评分标准，该指标得满分。

管理制度健全性 权重 5 分，得 5 分

本项目主要依据区商务局的财务管理规定和项目管理相关制度执行。因此，管理制度健全。根据评分标准，该指标得满分。

管理制度执行有效性 权重 10 分，得 8 分

区商务局能够按照财务管理规定和项目管理办法进行申报审批、资金拨付等工作。各项管理制度基本能够有效执行。但“2021 年西湖区第二届商贸消费节活动（第二批）合作协议”约定的活动期限是 2021 年 12 月 25 日至 2022 年 1 月 31 日止，但实际活动举办至 2022 年 4 月份，但区商务局与承办方未签订补充协议，合同管理方面存在一定不足。根据评分标准，该指标得 8 分。

3. 项目产出情况

消费节活动计划完成率 权重 12 分，得 12 分

本项目包含 2 项活动，至 2022 年 4 月，2 项活动全部完成，消费节活动计划完成率为 100%。根据评分标准，该指标得满分。

消费节活动开展质量情况 权重 10 分，得 10 分

经调研，消费节活动期间，未发现商户单方面拒绝受理该活动、黄牛刷单套利等情况，消费节活动总体质量情况较好。根据评分标准，该指标得满分。

消费节活动完成及时性 权重 8 分，得 4 分

重点商贸企业和商业街区消费专项活动计划于 2021 年 10

月 1 日至 7 日举办，实际于 2021 年 10 月 1 日至 7 日举办。西湖商贸消费季活动计划于 2021 年 10 月至 12 月期间举办，根据实际情况，区商务局调整计划为 2021 年 12 月 25 日至 2022 年 1 月 31 日，但后又为支持米粉街发展，将活动期延长至 2022 年 4 月份。根据评分标准，该指标得 4 分。

4. 项目效益情况

带动消费情况 权重 15 分，得 15 分

重点商贸企业和商业街区消费专项活动期间，7 个活动日累计交易笔数 26546 笔（含消费、撤销、退货交易），其中有效交易笔数 26366 笔（消费交易与撤销和退货交易正负相抵后为有效交易）；总交易金额为 8773276.78 元，其中百货活动补贴金额 1444276.1 元，超市活动补贴金额 440200 元，餐饮娱乐活动补贴金额 62408.28 元。西湖商贸消费季活动期间，累计交易十几万笔，极大地带动了商贸消费。根据评分标准，该指标得满分。

消费积极性提升情况 权重 5 分，得 5 分

根据社会调查结果显示，在接受调查的 60 名人员中，有 55 人表示愿意继续使用消费券，占比 91.67%，说明了本项目的实施对刺激消费者消费积极性有一定的提升作用。根据评分标准，该指标得满分。

市民满意度 权重 10 分，得 10 分

根据对 60 份问卷进行统计分析，市民满意度为 94.67%，对消费券发放的通知和宣传的满意度为 95.67%，对电子消费

券的形式的满意度为 94.67%，对消费券申领的操作流程的满意度为 95%，对消费券发放规则的满意度为 94%，对消费券发放的时间点的满意度为 93.33%，对消费券抵扣金额的设置的满意度为 95.33%。根据评分标准，该指标得满分。

四、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. 商户选择点多面广接地气

消费节活动时间紧任务重，西湖区商务局迅速组织辖内知名商圈天虹商场、天虹超市，并将商圈内知名餐饮商户纳入活动范畴，还将万寿宫开街纳入本次活动启动内容，为活动造势，充分保障了乐购西湖活动的知名度与美誉度，选择中国银联为本次活动提供运行保障，确保了促消费资金每一分钱都用于促进商户真实消费。

2. 充分发挥地推点和地推人员引导作用

消费节活动共设地推点 4 个，选择西湖区重点商圈（天虹商场中山店、天虹商场朝阳店、天虹超市桃苑店超与万寿宫旅游文化街区）的流量入口，银联商务工作人员活动全程七天驻点，在参与活动的商场、超市等流量入口，设点摆放活动宣传展位，活动期间对客户展开营销。乐购西湖悦享金秋活动银联商务指定人员派驻商户门店，与商户店长、收银员一起主动向进店消费者宣传、告知营销活动。银联和银联商务策应西湖区商务局，联合指定商户布放、投入了广告宣传，商户在自身公众号、商场自有的 LED 屏幕进行了宣传，壮大了声势，提高了

传播效果。

（二）存在问题

1. 预算绩效管理工作不够到位

区商务局填报了本项目绩效目标申报表，项目总目标为“增强西湖商贸消费吸引力和知名度”，但总目标不够具体完善，且未将年度绩效目标细化为绩效指标。因此，预算绩效管理工作仍需加强。

2. 合同管理存在不足

“2021年西湖区第二届商贸消费节活动（第二批）合作协议”约定的活动期限是2021年12月25日至2022年1月31日止，但实际活动举办至2022年4月份，但区商务局与承办方未签订补充协议，存在一定风险。因此，合同管理工作仍需加强。

（三）相关建议

1. 强化预算绩效管理

建议区商务局要进一步强化预算绩效管理工作，加强项目绩效目标编报，结合项目计划实施内容设置指标，指标要全面、明确、合理、可衡量。

2. 强化合同管理

建议区商务局要在以后工作中，进一步强化合同管理力度，针对项目变更内容要及时签订补充协议，规避风险，保障合同双方的合法权益。

附件 1 绩效得分表

2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动保障经费项目绩效得分表

一级指标	二级指标	三级指标	权重	指标解释	评分标准	评分过程	得分
决策	项目立项	立项依据充分性	3	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、国民经济发展规划和环卫工作发展规划相关政策; ②项目立项是否符合行业发展规划和政策要求; ③项目立项是否与县城管局的部门职责范围相符,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项目是否与相关部门	为全面落实全省商贸消费工作调度会议精神和市委市政府关于扩内需促消费的决策部署,全力以赴打好商贸消费升级三年行动收官战,进一步释放商贸消费潜力,提升商贸消费水平,以旺盛的商贸消费拉动西湖区经济高质量跨越式发展,经南昌市西湖区人民政府第 108 次常务会议研究,决定开展 2021 年西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动,项目的设立符合相关政策要求;本项目与区商务局职责范围相符,属于部门履职所需;项目属于公共财政支持范围,符合中央、地方事权支出责任划分原则;项目	3

					同类项目或部门内部相关项目重复。 每有 1 项不符合,扣 0.6 分。	未与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复。根据评分标准,该指标得满分。	
	立项程序规范性	3	项目申请、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。	①项目是否按照规定的程序申请设立; ②审批文件、材料是否符合相关要求; ③事前是否已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。 每有 1 项不符合,扣 1 分。	本项目由区商务局根据上级与本区相关政策和要求向区人民政府申请项目经费,由区人民政府同意后完成立项;相关审批文件、材料符合要求;项目事前经过可行性研究、集体决策。根据评分标准,该指标得满分。	3	
	绩效目标合理性	3	项目所设定的绩效目标是否依据充分,是否符合客观实际,用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	①项目是否有绩效目标; ②项目绩效目标与实际工作内容是否具有相关性; ③项目预期产出效益和效果是否符合正常的业绩水平; ④是否与预算确定的项	区商务局填报了本项目绩效目标申报表,项目总目标为“增强西湖商贸消费吸引力和知名度”,总目标不够具体完善,且未将年度绩效目标细化为绩效指标。根据评分标准,该指标得 1.5 分。	1.5	

					目投资额或资金量相匹配。 每有 1 项不符合，扣 0.75 分。		
		绩效指标明确性	3	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。 每有 1 项不符合，扣 1 分。	本项目填报了绩效目标，但未设置绩效指标。因此根据评分标准，该指标得 0 分。	0
	资金投入	预算编制科学性	3	项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与年度目标是否相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	①预算编制是否经过科学论证； ②预算内容与项目内容是否匹配； ③预算额度测算依据是否充分，是否按照标准编制； ④预算确定的项目投资额或资金量是否与工作任务相匹配。	本项目由区商务局根据实际活动计划和规模，测算资金量，报区政府审批；预算内容与项目内容相匹配；预算额度测算依据充分；预算资金量与工作任务相匹配。根据评分标准，该指标得满分。	3

					每有 1 项不符合，扣 0.75 分。		
		资金分配合理性	1	项目预算资金分配是否有测算依据，与补助单位或地方实际是否相适应，用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性情况。	①预算资金分配依据是否充分； ②资金分配额度是否合理，与项目单位或地方实际是否相适应。 每有 1 项不符合，扣 0.5 分。	本项目资金按照两个项目的计划额度进行分配，分配依据充分，额度合理。因此根据评分标准，该指标得满分。	1
过程	资金管理	资金到位率	1	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%。	此项指标以 100% 为满分，每低于 1 个百分点，减少权重分的 1%。	2021 年，南昌市西湖区人民政府第 108 次常务会议同意安排 500 万元用于本项目，2021 年实际到位资金 500 万元，资金到位率为 100%。根据评分标准，该指标得满分。	1
		预算执行率	4	项目预算资金是否按照计划执行，用以反映或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）	此项指标以 100% 为满分，每低于 1 个百分点，减少权重分的 3.33%，低于 70% 不得分。	本项目预算安排 500 万元，实际支出 457 万元，预算执行率为 91.4%。根据评分标准，该指标得 2.85 分。	2.85

				×100%。			
		资金使用合规性	4	项目资金使用是否符合相关的财务管理制度规定,用以反映和考核项目资金的规范运行情况。	①是否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。每有 1 项不符合,扣 1 分。	本项目资金使用符合国家财经法规和财务管理制度的规定;资金的拨付有完整的审批程序和手续;符合项目预算批复或合同规定的用途;未发现截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。根据评分标准,该指标得满分。	4
	组织实施	管理制度健全性	5	项目实施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; ②财务和业务管理制度是否合法、合规、完整。每有 1 项不符合,扣 1 分。	本项目主要依据区商务局的财务管理规定和项目管理相关制度执行。因此,管理制度健全。根据评分标准,该指标得满分。	5
		管理制度执行有效性	10	项目实施是否符合相关管理规定,用以反映和考核相关管	各项管理制度均有效执行; 每有 1 项不符合,扣 2	区商务局能够按照财务管理规定和项目管理办法进行申报审批、资金拨付等工作。各项管理制度基本能	8

				理制度的有效执行情况。	分。	够有效执行。但“2021年西湖区第二届商贸消费节活动（第二批）合作协议”约定的活动期限是2021年12月25日至2022年1月31日止，但实际活动举办至2022年4月份，但区商务局与承办方未签订补充协议，合同管理方面存在一定不足。根据评分标准，该指标得8分。	
项目产出	产出数量	消费节活动计划完成率	12	考察消费节活动完成情况。消费节活动计划完成率=实际开展活动数量/计划开展活动数量*100%。	此项指标以100%为满分，每低于1个百分点，减少权重分的1%。	本项目包含2项活动，至2022年4月，2项活动全部完成，消费节活动计划完成率为100%。根据评分标准，该指标得满分。	12
	产出质量	消费节活动开展质量情况	10	考察消费节活动开展质量情况，是否存在违规违法行为。	质量良好，得满分；出现1起违规违法行为，不得分。	经调研，消费节活动期间，未发现商户单方面拒绝受理该活动、黄牛刷单套利等情况，消费节活动总体质量情况较好。根据评分标准，该指标得满分。	10
	产出时效	消费节活动完成及时性	8	考察消费节活动是否及时完成。	及时完成，得满分；有个活动未及时完成，扣4分。	重点商贸企业和商业街区消费专项活动计划于2021年10月1日至7日举办，实际于2021年10月1日至7日举办。西湖商贸消费季活动计划于2021年10月至12月期间举	4

						办，根据实际情况，区商务局调整计划为 2021 年 12 月 25 日至 2022 年 1 月 31 日，但后又为支持米粉街发展，将活动期延长至 4 月份。根据评分标准，该指标得 4 分。	
项目效益	社会效益	带动消费情况	15	考察通过项目实施，是否明显带动消费。	明显带动消费，得满分；未明显带动消费，不得分。	重点商贸企业和商业街区消费专项活动期间，7 个活动日累计交易笔数 26546 笔（含消费、撤销、退货交易），其中有效交易笔数 26366 笔（消费交易与撤销和退货交易正负相抵后为有效交易）；总交易金额为 8773276.78 元，其中百货活动补贴金额 1444276.1 元，超市活动补贴金额 440200 元，餐饮娱乐活动补贴金额 62408.28 元。西湖商贸消费季活动期间，累计交易十几万笔，极大地带动了商贸消费。根据评分标准，该指标得满分。	15
		消费积极性提升情况	5	考察消费者消费积极性是否有所提升。	提升，得满分；未提升，不得分。	根据社会调查结果显示，在调查的 60 名人员中，有 55 人表示愿意继续使用消费券，占比 91.67%，说明了本项目的实施对刺激消费者消费积极性有一定的提升作用。根据评分	5

						标准，该指标得满分。	
	满意度	市民满意度	10	考察市民的满意度。	此项指标以 90%为满分；每低于 1 个百分点，扣减权重分的 3.33%，低于 60%不得分。	根据对 60 份问卷进行统计分析，市民满意度为 94.67%，对消费券发放的通知和宣传的满意度为 95.67%，对电子消费券的形式的满意度为 94.67%，对消费券申领的操作流程的满意度为 95%，对消费券发放规则的满意度为 94%，对消费券发放的时间点的满意度为 93.33%，对消费券抵扣金额的设置 的 满意度为 95.33%。根据评分标准，该指标得满分。	10
总分			100				88.35

附件 2 满意度报告

西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动项目

满意度调查报告

为客观测定西湖区金秋购物消费季暨第二届商贸消费节活动项目的综合效果,本次绩效评价根据公共财政理论原理引入“满意度”指标,对项目相关人员进行满意度调查。

一、研究设计

(一) 调查对象与调查方法

考虑到实际问卷调查可操作性,本次满意度社会调查问卷从消费券发放的通知和宣传的满意度,电子消费券的形式的满意度,消费券申领的操作流程的满意度,消费券发放规则的满意度,消费券发放的时间点的满意度,消费券抵扣金额的设置等方面的满意度进行了满意度调查。满意度问卷对象采用随机抽样方法选取参与对象进行问卷调查,发放问卷 60 份,回收问卷 60 份,问卷有效率 100%。

(二) 调查问卷设计

社会调查问卷主要分为三部分,第一部分为基本信息,主要了解受访对象对项目的知晓情况;第二部分为相关人员的满意度问题,包括对消费券发放的通知和宣传、电子消费券的形式、消费券申领的操作流程、消费券发放规则、消费券发放的时间点、消费券抵扣金额的设置等的满意度评价;第三部分为相关人员的意见和建议,通过开放式问答搜集,涵盖各个方面。

二、调查结果分析

（一）基本问题结果

1. 您觉得您认为消费券对居民消费意向是否有影响？

根据调查结果，在调查的60名人员中，有35人认为消费券对居民消费意向有影响。

2. 您觉得消费券的使用是否您增加了额外的消费？

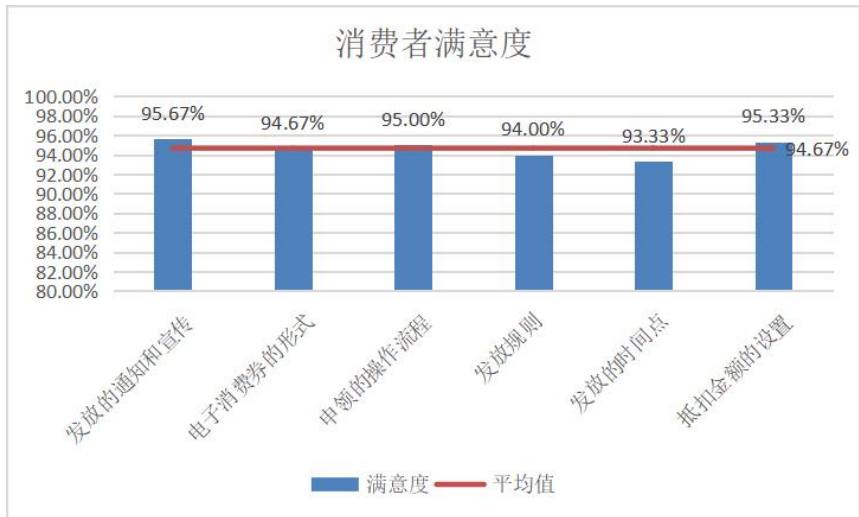
根据调查结果，在调查的60名人员中，有28人认为消费券的使用增加了额外的消费。

3. 您是否愿意继续使用消费券？

根据调查结果，在调查的60名人员中，有55人表示愿意继续使用消费券。

（二）满意度结果

根据对 60 份问卷进行统计分析，项目的总体满意度为 94.67%，对消费券发放的通知和宣传的满意度为 95.67%，对电子消费券的形式的满意度为 94.67%，对消费券申领的操作流程的满意度为 95%，对消费券发放规则的满意度为 94%，对消费券发放的时间点的满意度为 93.33%，对消费券抵扣金额的设置的满意度为 95.33%。满意度如下图所示：



消费者满意度情况