


存

**梅州市商务局**  
**2021年度春季促文旅消费活动项目资金使用情况绩效**  
**评价报告**  
**（交换意见稿）**



**评价机构：梅州市恒泰会计师事务所有限公司**

**评价日期：2022年11月7日**

## 目录

一、基本情况	1
(一) 项目概况	1
1. 项目背景	1
2. 项目主要内容	2
3. 资金投入和使用情况	4
(二) 项目绩效目标	5
1. 总体目标	5
2. 具体目标	5
二、绩效评价工作开展情况	6
(一) 绩效评价目的、对象和范围	6
1. 绩效评价目的	6
2. 绩效评价对象	6
3. 绩效评价范围	6
(二) 绩效评价依据和评价方法	6
1. 评价依据	6
2. 评价方法	7
(三) 绩效评价工作过程	7
三、综合评价情况及评价结论	8
四、绩效评价指标分析	9
(一) 决策分析	9
(二) 管理分析	9
(三) 产出分析	10
(四) 效益分析	11
五、主要绩效	11
(一) 项目产出方面	11
(二) 项目效果性方面	12
六、存在的主要问题及相关建议	13
(一) 项目保障措施和计划不完善	13
(二) 协办单位项目支出规范性管理有待加强	14
(三) 项目实施程序规范性有待加强	14
(四) 事项管理不规范，监督管理机制有待加强	15
(五) 项目产出方面，项目的成本控制、完成质量有待提高	16
七、其他需要说明的事项	17
附件：梅州市商务局 2021 年度春季促文旅消费活动项目绩效评价指标评分表（交换意见稿）	18

为检验财政资金预期目标实现程度，考核财政资金支出经济性、效率性和效益性，强化项目单位绩效观念，根据《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）、《广东省财政厅关于印发〈广东省省级财政绩效评价指南〉的通知》（粤财绩〔2021〕1号）、《梅州市财政局关于印发〈梅州市财政支出绩效评价实施办法〉的通知》（梅市财评〔2015〕9号）、《梅州市财政局关于做好2022年市级财政重点绩效评价工作的通知》（梅市财评〔2022〕5号）等有关规定，受梅州市财政局委托，梅州市恒泰会计师事务所有限公司组成评价工作组（以下简称“评价工作组”），对梅州市商务局（预算申请单位）2021年度春季促文旅消费活动项目资金使用绩效情况实施绩效评价，形成本绩效评价报告。现将评价情况表述如下：

## 一、基本情况

### （一）项目概况

#### 1. 项目背景

为全面贯彻落实习近平总书记关于“要把复工复产与扩大内需结合起来，把被抑制、被冻结的消费释放出来、把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来，使实物消费和服务消费得到回补”重要指示精神，充分认识消费对拉动经济增长的重要意义，提振消费信心，激活消费活力，释放消费潜力，繁荣消费市场。为统筹疫情防控和经济社会

发展，进一步贯彻落实《国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见》（国办发〔2019〕42号）、国家发改委等23个部门联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》（发改就业〔2020〕293号）精神，梅州市商务局在2020年促文旅消费活动良好的社会影响和强劲的行业复苏效果的基础上，再次通过财政激励扶持、企业和第三方配套让利等方式，启动2021年度春季促文旅消费活动，满足2021年春节期间市民及在梅工作者就地过年的需求，实现关怀留梅人员、刺激文旅消费、拉动经济增长。

## 2. 项目主要内容

活动由梅州市人民政府主办，梅州市商务局、梅州市财政局、梅州市文化广电旅游局承办，梅州市商务局负责审核“智游梅州”平台提交的促文旅消费活动申请材料并公示，向市财政局申请资金拨付，广东客都文旅有限公司协办（负责项目方案的组织实施等工作），采用“政府提供支持、平台提供支撑、企业提供资源”的方式，以让利于民、惠民惠企的形式，推动消费服务业复苏。

该项目遵循突出主题、因地制宜、形式多样等活动原则，在“智游梅州”平台向消费者推出4款主题套餐，满足消费群体吃、住、游、娱的需求，同时针对在梅过年的外地务工人员推出“春节专属礼包券”，更好的关怀留梅务工人员，实现放大刺激文旅消费作用，拉高在梅人员及周边城市消费群

体的消费热情，将 2021 年春季促文旅消费各项工作落到实处。

项目内容详见表 1:

表 1 2021 年促文旅消费活动实施方案概览

主题	活动特色	补贴政策
春节 特惠 大礼包	采用“优惠促销+政府补贴”的形式，农产品企业以最低优惠价推出“客都优选，送爱回家”年味礼包（3款）。 一是面向大众销售客都优选年味礼包，消费者可享受财政补贴，补贴总额 10 万元； 二是由政府为外来务工人员发放 90 万元（总数 3000 份，每份价值 300 元的“春节专属礼包券”）。	1. 消费者在“智游梅州”平台购买年味礼包，可领取面值 20 元的优惠券，每满 100 元使用一张。 2. 外来务工人员通过扫描抵用券二维码进入“智游梅州”平台激活抵用券后，即可获得 300 元资金，其中 100 元可用于购买客都优选年味礼包，200 元可用于购买平台内的所有旅游产品。
畅生游 想态	<b>景区+酒店/民宿：</b> 联合全市优质景区推出优惠旅游套餐，丰富促消费活动产品，景区两日成人门票两张（儿童免票）+一晚酒店/民宿+旅游手信。	购买“酒店+景区/民宿”旅游套票，每套 200 元或以上的，每套补贴 100 元；每套 100—199 元的，每套补贴 50 元。
	<b>演艺门票：</b> 演艺门票一（儿童免票）。	在“智游梅州”平台购买演艺门票，门票每张补贴 70 元。
精路游 品线	整合梅州优质景区、客都胜地新标杆——客都人家、客家特色美食及梅州客家非物质文化遗产资源等，推出 1-3 日游等多条线路。	购买“精品线路一日游”旅游产品，补贴 100 元/人； 购买“精品线路二、三日游”旅游产品，补贴 200 元/人。

主题	活动特色	补贴政策
休 闲 美 食 汇	“券”享“食”惠：联合大型综合体餐饮企业，推出系列美食及套餐，为促消费活动期间消费人群出门畅玩散心的同时，能够随心选择美味佳肴。	在“智游梅州”平台购买电子抵用券： 面值 100 元补贴 30 元； 面值 300 元补贴 100 元； 面值 500 元补贴 170 元。
	佳“影”相伴：为满足广大群众对文娱消费的需求，推出政府补贴观影活动，鼓励大家走进影院，放松自我。	在“智游梅州”平台购买万达电影票兑换券： 每张兑换券政府补贴 20 元。

### 3. 资金投入和使用情况

活动计划财政补助 300 万元（含 2020 年下半年促消费活动剩余政府补贴资金 1.03 万元，柚子宴专题活动剩余政府补贴资金 79.72 万元，合计 80.75 万元）。

账列项目资金支出 297.69 万元，其中：梅州市商务局依协办单位广东客都文旅有限公司（以下简称协办单位）资金申请，已向市财政申请 216.94 万元拨付给协办单位，协办单位账上结余 2020 年下半年促消费活动剩余政府补贴资金 1.03 万元，柚子宴专题活动剩余政府补贴资金 79.72 万元，合计支出 297.69 万元。

依协办单位账列数据，项目资金支出 297.69 万元、未安排使用财政补助 2.31 万元。资金支出率 99.23%。各大类支出见表 2 汇总表：

表 2 协办单位账列资金支出汇总表 单位：万元

序号	支出项目	支出金额
1	春节特惠大礼包	90
2	畅想生态游	82.06
3	精品路线游	71.38
4	休闲美食汇	54.25
	合计	297.69

## （二）项目绩效目标

### 1. 总体目标

在做好疫情防控工作的前提下，采用“政府提供支持、平台提供支撑、企业提供资源”的方式，以让利于民、惠民惠企形式，推动消费服务业复苏。通过政府补贴持续放大刺激文旅消费。

### 2. 具体目标

通过 2021 年度春季促文旅消费活动，满足今年春节期间市民及在梅工作者就地过年的需求，实现对留梅人员的人文关怀。

刺激旅游产业、餐饮行业消费、提升消费者幸福感以及消费信心，拉动经济增长。预计直接带动 12 万名游客，带动消费金额（即景点、美食、特产、交通、酒店等方面的附属消费）1.2 亿元以上。

## 二、绩效评价工作开展情况

### （一）绩效评价目的、对象和范围

#### 1. 绩效评价目的

全面检验财政资金使用绩效，考核资金预期绩效目标的实现程度、支出效率和综合效果，进一步提高财政支出的管理水平。

#### 2. 绩效评价对象

梅州市商务局 2021 年度春季促文旅消费活动项目。

#### 3. 绩效评价范围

2021 年度春季促文旅消费活动项目资金使用。

评价基准日为 2021 年 12 月 31 日。

### （二）绩效评价依据和评价方法

#### 1. 评价依据

（1）《中华人民共和国会计法》；

（2）《中华人民共和国预算法》；

（3）《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）；

（4）《广东省财政厅关于印发〈广东省省级财政绩效评价指南〉的通知》（粤财绩〔2021〕1 号）；

（5）《梅州市财政局关于印发〈梅州市财政支出绩效评价实施办法〉的通知》（梅市财评〔2015〕9 号）；

（6）《梅州市财政局关于做好 2022 年市级财政重点绩效



评价工作的通知》（梅市财评〔2022〕5号）；

（7）《关于印发〈2021 年春季促文旅消费活动实施方案〉的通知》（梅市商务〔2021〕11号）；

（8）其他相关材料。

## 2. 评价方法

为使绩效评价能充分反映成效，如实反映问题，结合“2021 年度春季促文旅消费活动”工作的特点，此次绩效评价遵循“实事求是、尊重客观、力求精准”的原则，并从决策、管理、产出、效益四个方面逐级分解，建立了由四个一级指标、八个二级指标、十七个三级指标以及二十个四级指标组成的评价指标体系，采用了目标预定与实施效果比较法和公众评判法相结合的评价方法，确定以计划标准作为评价标准，从定性与定量两个角度综合考量，对专项资金使用绩效进行评价。

### （三）绩效评价工作过程

评价工作组以项目为导向，研究设定项目评价指标体系，主要对项目决策（权重为 15%）、管理（权重为 25%）、产出（权重为 30%）、效益（权重为 30%）四个方面进行综合评价，形成评价报告。具体步骤如下：

1. 确定绩效评价对象和范围；
2. 研究制订绩效评价工作方案；
3. 到梅州市商务局、广东客都文旅有限公司调查了解

“2021 年度春季促文旅消费活动”的收支情况等，并审核项目相关资料、拨款和支出凭证等；

4. 审核“2021 年度春季促文旅消费活动”资金的使用情况，包括检查资金使用是否符合规定、审批手续是否健全，检查资金支出情况；

5. 实地询问、检查和核实有关项目实施的实际情况，并做现场调查问卷；

6. 汇总审核所获取的评审相关资料，分析评价项目实施效果；

7. 与被评价单位交换意见；

8. 综合分析并形成最终结论，出具绩效评价报告。

### 三、综合评价情况及评价结论

梅州市商务局 2021 年度春季促文旅消费活动项目基本能够按照相关文件的规定，较好地管理和使用项目财政专项资金。资金使用管控较好，未发现挤占、挪用和挥霍浪费资金等违规违纪行为。从整体上看，项目财政专项资金得到合理使用，并产生了应有效益，但存在绩效目标可衡量性设立不够完善、支出方面不够规范、程序规范性、监管有效性、完成数量、完成质量等方面问题。经综合分析本项目综合得分为 81.20 分，绩效评价结果为：“良”。评价总体得分情况如表 3 所示：

表 3 评价总体得分情况表

评价因素	分值	评价得分	得分率
评价总得分	100	81.20	81.20%
一、决策	15	13	86.67%
二、管理	25	16.98	67.92%
三、产出	30	24.22	80.73%
四、效益	30	27	90%

（详见附件：梅州市商务局 2021 年度春季促文旅消费活动项目绩效评价指标评分表）

## 四、绩效评价指标分析

### （一）决策分析

该指标分值 15 分，评价得分 13 分，得分率为 86.67%。从评价指标得分情况看，目标设置的合理性做得比较规范，项目立项决策贯彻中央精神，采取“政商合作”的形式，整合各项资源，重点关注旅游、餐饮、住宿等受疫情冲击较大的行业，拉动梅州经济复苏，持续刺激居民消费。目标设置：预计直接带动 12 万名游客，带动消费金额 1.2 亿元以上的目标测算依据不完善，此处扣 1 分；保障措施：未见项目实施的相关违约责任、追责措施制度等，此处扣 1 分。

### （二）管理分析

该指标分值 25 分，评价得分 16.98 分，得分率为 67.92%。从评价指标得分情况看资金支付方面执行比较规范。根据《关于印发〈2021 年春季促文旅消费活动实施方案〉的通知》（梅市商务〔2021〕11 号）和《关于拨付 2021 年春季促文旅

消费活动补助资金的请示》（客都文旅报〔2021〕48 号），2021 年梅州市财政局共下达 2021 年度春季促文旅消费活动项目资金 300 万元（含 2020 年下半年促消费活动剩余政府补贴资金 1.03 万元，柚子宴专题活动剩余政府补贴资金 79.72 万元，合计 80.75 万元），截至 2021 年 12 月 31 日，项目资金账列支出专项资金 297.69 万元，未安排使用财政补助 2.31 万元。资金支出率 99.23%，此处扣 0.02 分。项目支出规范性：存在会计核算未按活动的四个项目设置明细、“春节特惠大礼包”发票明细和方案中礼包内含产品的数量及金额未能对应且未见发放明细和个别产品超方案单价等问题，此处扣 3 分。实施程序规范性：“春节特惠大礼包”和“精品路线游”活动存在部分未按方案要求的方式、方法及内容实施，且未履行方案变更报批手续，此处扣 2 分。监管有效性：未见管理机制应用及项目检查、监督的相关轨迹材料，此处扣 3 分。

### （三）产出分析

该指标分值 30 分，评价得分 24.22 分，得分率为 80.73%。从评价指标得分情况看，该项目在预算控制、项目完成数量方面做得比较好。梅州市商务局 2021 年度春季促文旅消费活动项目资金预算数为 300 万，账列支出 297.69 万元，支出未超预算。项目完成数量方面，2021 春季促文旅消费活动补贴使用情况：“春节特惠大礼包”共使用补贴 90 万元；“畅想生态游”共使用补贴 82.06 万元；“精品线路游”共使用补贴

71.38 万元；“休闲美食汇”共使用补贴 54.25 万元。该项目四大主题活动均有进行。成本节约：“春节特惠大礼包”内含商品存在关联交易，未见相关采购合同，此处扣 1.51 分；完成进度：“春节特惠大礼包”子项目面向大众销售客都优选年味礼包未见实施完成，此处扣 0.27 分；完成质量：“春节特惠大礼包”和“精品路线游”活动在具体实施时改成了线下渠道赠送以及销售，未按活动方案在“智游梅州”平台上实施。此处扣 4 分。

#### **（四）效益分析**

该指标分值 30 分，评价得分 27 分，得分率为 90%。从评价指标得分情况看，社会效益、项目总体实施可持续发展和满意度方面完成较好，但在经济效益方面仍有不足。经济效益：无相关资料佐证是否实现方案中预计直接带动 12 万名游客，带动消费金额 1.2 亿元以上的目标，此处扣 2 分；社会效益：发放调查问卷 189 份，认为提升消费信心，繁荣消费市场效果一般的 29 份，占比 15.34%，此处扣 1 分。

在实施效益分析过程中评价工作组向群众发放调查问卷 189 份，有效 189 份，其中：满意的 183 份，占比 96.83%，不满意的 6 份，占比 3.17%。总体满意度高。

### **五、主要绩效**

#### **（一）项目产出方面**

首先是该项目激发了政府补贴的“乘数效应”，此次活动

选择的合作企业多是产业链上、下游带动作用强或横向关联行业多的品类，例如旅游、住宿、休闲娱乐、饮食等。该项目实际带动了 15 家景区、4 家民宿、18 家餐饮、1 家影院以及精品线路游中各景区景点参与活动，带动的行业多，引起的“乘数效应”明显，既能达到定向帮扶特定行业的效果，也能吸引商家和企业推出更多个性化的让利优惠，进而带动上下游复苏，促进企业扩大生产和投资，实现经济和产业的良性循环。

其次是该项目实现了政府补贴的“杠杆效应”，此次活动推出的补贴形式多种多样，且力度较大。各企业结合实际，为消费者提供特别优惠政策让利，带来了“杠杆效应”，极大的拉动了梅州市春季的消费增长，起到了刺激消费的明显成效，有力提升了人们的消费欲望，让人们能消费、愿消费、敢消费。

## （二）项目效果性方面

一是实现了人文关怀，传播了客家文化。以“春节特惠大礼包”的形式，将具有梅州特色、优质闻名的“客都优选”产品呈献给外来务工人员，营造了春节的喜庆氛围，提升了留梅群体尤其是外来务工人员的幸福感，同时也间接推广了梅州产品、传播了客家文化。

二是景区酒店游客稳步增长，文旅产业积极复苏。此次促文旅消费活动推出“景点+酒店”模式的补贴政策，一方面

能够满足旅客的多元化的需求，景区景点人流量稳步增长，另一方面可以拉动文旅产业上下游扩大产出，使得梅州文化旅游市场呈现积极向上的复苏态势。

三是推出多套极具梅州特色的“精品线路游”，提供了一批值得推广的高品质旅游目的地和旅游产品供游客选择，浓郁的客家文化旅游品牌特色尽显资源优势，持续拉高外地来梅游客的消费热情。

四是精准匹配居民需求，消费潜力不断释放。此次促文旅消费活动产品丰富，推出了配套的美食餐饮券和文娱活动消费券，既满足居民“必需型”消费场景，也能满足居民“享受型”消费场景。同时，消费券面额设计也充分考虑了居民多元化需求，消费潜力进一步得到释放。

## **六、存在的主要问题及相关建议**

### **（一）项目保障措施和计划不完善**

经核查发现，项目在实施过程中存在保障措施不够完善的问题：未见项目实施的相关违约责任、追责措施的制度等。

建议项目实施单位合理设立项目具体实施计划及资金分配，项目实施应按计划的内容和时间节点有序开展，保证项目进度按计划有序、高质量完成，以及合理编制项目资金分配表，合理分配专项资金，使资金效用最大化。制定对协办单位项目实施的监管及保障制度或办法，明确相关违约责任、追责措施等以保障项目的顺利进展。

## （二）协办单位项目支出规范性管理有待加强

经核查发现，2021 年度春季促文旅消费活动项目支出规范性存在以下问题：

1. “春节特惠大礼包”活动销售礼包内的产品，由客都农创（梅州）产业发展有限公司销售，提供的发票中列示的产品数量及金额与方案中礼包内含产品的数量及金额未能对应，且未见赠送礼包相关的产品明细，未能确定每份礼包价值。

2. “春节特惠大礼包”开具发票单个商品的单价超出方案每份价值 300 元规定。如：2021 年 6 月 30 日开具发票号：19587205，数量 304 盒，金额 99,712 元，茶叶一盒单价 328 元。发票号：19587207，数量 196 盒，金额 64,288 元，茶叶一盒单价 328 元。

3. 协办单位会计核算规范方面：未按活动的四个项目设置明细，未能从账上细化四个项目资金使用情况。

建议项目实施单位严格按照相关文件要求，对专项资金的使用以及项目实施的过程进行严格的规范，明确项目资金使用项目主体、内容、金额，合理使用资金，加强项目支出规范性。

## （三）项目实施程序规范性有待加强

1. 项目方案中四大主题活动的实施都要通过“智游梅州”平台进行，但“春节特惠大礼包”和“精品路线游”活动在



具体实施时改成了线下渠道赠送以及销售，进行了方案的调整，“春节特惠大礼包”中面向大众销售客都优选年味礼包，消费者可享受财政补贴 10 万元的子项目未见实施完成。上述未见调整工作实施方案相关资料，未按规定履行方案变更报批手续。

2. 原项目方案中外来务工人员“春节专属礼包券”中 100 元可用于购买客都优选年味礼包，200 元可用于购买“智游梅州”平台所有旅游产品。实际执行中全部换成价值 300 元的客都优选年味礼包的，未见相关申请和审批手续，且发放过程未见礼包数量、品种、价值相关依据，如：发放“春节特惠大礼包”未见 3000 份每份礼包中物品、品种明细和价值。

3. 发放“春节特惠大礼包”名单中，出现“4414”梅州籍身份证号，与方案中发放给外来务工人员不符，未按方案要求执行。

建议及时根据适当方案调整程序调整工作实施方案，确保工作实施方案的及时性、动态性，以利于更有序的指导、推进项目工作进度、完成工作任务、实现工作目标。

#### **（四）事项管理不规范，监督管理机制有待加强**

项目方案中有各单位的职责分工，但未见管理机制应用及项目检查、监督的相关轨迹材料。

建议按相关文件要求，主管单位加强对项目管理，确保

管理机制有效运行。相关各级业务主管部门对项目实施过程开展有效的检查、监控，对未按方案要求实施和实施过程不合规的及时更正，对确需更改实施方案的及时报批，以保证项目合法合规实施。

### **（五）项目产出方面，项目的成本控制、完成质量有待提高**

1. “春节特惠大礼包”存在的问题：（1）受开工时间限制，线上“春节专属礼品券”领取情况未达到预期效果，广东客都文旅有限公司从而调整为线下直接赠送；（2）由关联公司客都农创（梅州）产业发展有限公司销售，存在关联交易，未见相关采购合同；（3）发放礼包未见每个礼包所含品种数量和金额，未能确定每个礼包价值；（4）礼包签领表存在部分未签名的情况且签领表中存在部分身份证号码为“4414”开头的梅州户籍人员，与项目方案礼包发放对象为外来务工人员的要求不符（方案中的定义：参加活动的外地务工人员指市级重点项目、重点工程、市属园区（东升工业园、畲江工业园）、A 级以上景区、星级酒店以及春节期间因防疫工作要求加班的企业外地务工人员）；（5）面向大众销售客都优选年味礼包，消费者可享受财政补贴 10 万元子项目未见实施完成。

2. 根据广东客都文旅有限公司提供的“智游梅州”导出数据显示，“智游梅州”未按方案中四大项目进行版面设计或实施，“智游梅州”平台未能体现四大项目的实施明细情况。

3. 针对“精品线路游”板块，根据项目方案，活动中所有精品线路游产品均应上线到智游梅州平台进行抢购，但是受成团条件限制，客人必须在平台挑选线路产品，然后具体咨询在线客服是否成团，否则下单付款未成团的话也无法出行，因此平台未开通付款渠道，是通过客服指引消费者线下付款。在方案制定时未考虑到该主题活动实际实施的有效性，导致后期实际实施时难以有效开展，降低了项目实施的效率。

建议建立项目实施的日常检查机制，对项目实施进度、合规性、效果性开展日常检查，确保项目实施的效果。项目立项前期充分考虑各种因素，按方案优化“智游梅州”平台，使平台体现四大项目的实施明细情况。针对疫情形势等不确定性因素，要尽可能的提前做好应对措施，制定灵活的活动策划方案或者备选方案，尽量防止活动难以有效开展的情况。

## 七、其他需要说明的事项

（一）绩效评价指标体系中部分评价点采用抽查的结果，由于受抽查范围的限制，评价情况与实际可能存在偏差。

（二）部分指标评价结果，其可靠性取决于项目执行单位提供的资料的真实性、有效性和正确性，同时也受绩效评价工作组人员专业判断能力的限制，可能会对评价结论产生一定影响。

（三）本绩效评价报告仅对项目财政支出绩效发表评价意见，不应视为对项目实施、管理单位工作的全面评价，也

不应视为对项目实施单位财务报表发表的审计意见。因使用不当造成的不利事项，与执行评价的第三方机构和评价人员无关。

附件：梅州市商务局 2021 年度春季促文旅消费活动项目绩效评价  
评价指标评分表（交换意见稿）

梅州市商务局2021年度春季促文旅消费活动项目绩效评价指标评分表（交换意见稿）



评价指标								指标说明	评分标准	指标得分		
一级指标		二级指标		三级指标		四级指标						
名称	权重(%)	名称	权重(%)	名称	权重(%)	名称	权重(%)					
决策	15	项目立项	12	论证决策	4	论证充分性	4	反映项目的论证是否充分；是否具有前期可行性研究报告或摸底调查工作总结等文字材料；是否经过集体会议协商并咨询相关专家意见，形成文字材料。	具有前期可行性研究报告或摸底调查工作总结等材料的，得2分；经过集体会议协商并咨询相关专家意见、且有文字材料的得2分。如无，则根据实际情况核定分数。	4		
				目标设置	6	完整性	2	完整性	2	反映目标设置是否包含总目标和阶段性目标，是否包括预期提供的公共产品或服务的产出数量、质量、成本指标，预期达到的效果性指标。	依据相关基础信息和证据判断目标设置的完整性，即是否包含总目标和阶段性目标，是否包括预期提供的公共产品或服务的产出数量、质量、成本指标，预期达到的效果性指标，据此核定分数。	2
						合理性	2	合理性	2	反映绩效目标是否与资金或项目属性特点、支出内容相关，体现决策意图，同时合乎客观实际。	依据相关基础信息和证据判断目标设置的相关性，即绩效目标是否与资金或项目属性特点、支出内容相关，体现决策意图，同时合乎客观实际，据此核定分数。	2
						可衡量性	2	可衡量性	2	反映绩效目标设置是否有数据支撑、是否有可衡量性的产出和效果指标。	依据相关基础信息和证据判断目标设置的可衡量性，即绩效目标设置是否有数据支撑、是否有可衡量性的产出和效果指标，据此核定分数。	1
				保障措施	2	制度合理性	1	制度合理性	1	反映制度的合理性。	依据相关基础信息和证据判断制度完整性和是否具备条件实施，根据实际情况核定分数。	0.5
						计划安排合理性	1	计划安排合理性	1	反映项目计划安排是否合理。	依据工作进度计划等相关基础信息和证据判断，并根据实际情况核定分数。	0.5
		资金落实	3	资金分配	3	资金分配合理性	3	反映资金分配是否合理，是否有助于实现资金的绩效目标。	依据相关信息和证据判断资金分配是否合理，是否有助于实现资金的绩效目标（全部资金均合理分配得3分，每存在1处资金分配不合理扣0.5分，该项目分值3分扣完为止）。	3		
		管理	25	资金管理	15	资金支付	3	资金支出率	3	反映资金的实际支出情况，以收款单位财政资金实际支出为依据。	主要依据“支付额/预算额度*100*指标权重”计算核定得分，同时综合考虑工作进度，以及是否垫资或履行支付手续而影响支出率等因素适当调整最后得分。	2.98
支出规范性	12					支出规范性	12	反映预算支出的规范性：预算执行是否规范，事项支出是否合规，会计核算是否规范。	1.预算执行规范性2分，按规定履行调整报批手续或未发生调整的，且按事项完成进度支付资金的得满分，否则酌情扣分。 2.事项支出的合规性8分，资金管理、费用标准、支付符合有关制度规定的得满分，超范围、超标准支出，虚列支出，截留、挤占、挪用资金的，以及其他不符合制度规定支出的，视情节严重程度从严扣分，可直接扣到0分。 3.会计核算规范性2分，规范执行会计核算制度得满分，未按规定设专账核算，或支出凭证不符合规定，或其他核算不规范的，可扣至0分。	9		
事项管理	10			实施程序	5	程序规范性	5	反映项目实施程序的规范性，包括项目调整是否按规定履行报批手续，方案实施是否严格执行相关制度规定。	项目或方案按规定程序实施，包括项目或方案调整按规定履行报批手续，方案实施严格执行相关制度规定的，得满分，否则酌情扣分（每存在1处不符合规定的，扣0.5分，该项分值5分扣完为止）。	3		
				管理情况	5	监管有效性	5	反映资金使用是否建立有效管理机制并执行情况良好，各级业务主管部门是否实施开展有效的检查、监控、督促整改。	1.资金使用单位或基层资金管理单位建立有效管理机制，且执行情况良好得2分，具体根据所提供的信息证据作出判断并核定分数。 2.具体根据所提供的信息证据作出判断，如各级业务主管部门按规定对项目建设或方案实施开展有效的检查、监控、督促整改的，得3分；否则，视情况扣分。	2		

梅州市商务局2021年度春季促文旅消费活动项目绩效评价指标评分表（交换意见稿）

评价指标								指标说明	评分标准	指标得分
一级指标		二级指标		三级指标		四级指标				
名称	权重(%)	名称	权重(%)	名称	权重(%)	名称	权重(%)			
产出	30	经济性	10	预算控制	5	预算控制	5	反映预算控制的合理性，实际支出是否超过预算计划。	在预算执行进度与事项完成进度基本匹配的前提下，实际支出未超过预算计划的，得满分；实际支出超过预算的，或者支出未能保障事项相应完成进度的，酌情扣分（超出预算10%至20%或者支出保障事项完成进度不足90%的扣1分，超出预算20%至30%或者支出保障事项完成进度不足80%的扣3分，超出预算30%或者支出保障事项完成进度不足70%的不得分）。	5
				成本控制	5	成本节约	5	反映项目按照预算完成的前提下，成本是否在合理范围内。	在项目按照预算完成的前提下，与同类项目或市场价格比较，项目实施的成本（包括工程造价、物品采购单价、人员经费等）属于合理范围的（如与同类项目或市场价格大致相符的）得满分；成本不合理的（如明显高于或低于同类项目或市场价格的）酌情扣分。	3.49
		效率性	20	完成进度	8	主题活动完成数量	8	反映预期提供的政府补助活动数量，根据项目活动设定相应的指标内容。	“2021年春季促文旅消费活动”方案计划完成四大主题活动，以实际完成率进行考核，实际完成率=（实际举办大类主题活动数/4）×100%，得分=实际完成率*指标权重。其他情况，则酌情扣分。	7.73
				完成时间	4	项目完成时间	4	反映“2021年春季促文旅消费活动”项目完成的及时性。	四大主题活动按方案规定时间（2021年2月11日-2021年5月31日止）进行得4分；若有主题活动存在延期情况，按比例计算扣分。	4
				完成质量	8	项目执行有效性	8	反映“2021年春季促文旅消费活动”项目是否按方案有效执行。	该项目实施的形式是在“智游梅州”平台向消费者推出4款主题套餐，满足消费群体吃、住、游、娱的需求，同时针对在梅过年的外地务工人员推出“春节专属礼包券”。若活动与项目方案有出入，按比例计算扣分。	4
		效益	30	效果性	25	经济效益	10	增加社会消费零售额	10	反映项目的实施增加社会消费零售额的增长
社会效益	10					消费者幸福感以及消费信心的提振情况	10	反映项目实施的社会效益实现情况	达到提高返梅人员及留梅人员幸福感，繁荣商贸流通市场，提振消费者信心，得5分发放调查问卷，效果明显≥90%得5分；90%>效果明显≥80%得4分；以此类推实现效果每下降10%，扣1分，扣至0分为止。；其他情况，则酌情扣分。	9
可持续发展	5					可持续发展	5	项目完成后，后续政策、资金等影响项目持续发展	具备有关制度、组织机构、人员保障项目可持续的，得5分。	5
公平性	5			满意度	5	受益群体满意度	5	受益群体对项目实施效果的满意程度	满意度大于等于90%的，得5分；每减少10%，扣1分，直至扣完为止。	5
合计									81.20	
备注：总分设置为100分，等级划分为四档：90（含）-100分为优、80（含）-90分为良、60（含）-80分为中，60分以下为差。										

\*\*\*\*\*

### 梅州市商务局对 2021 年度春季促文旅消费活动项目资金使用 情况绩效评价报告交换意见稿的反馈意见

<p>上述项目资金绩效评价报告交换意见稿内容客观反映我局实际情况，我局对交换意见稿无异议。</p> <p>单位负责人（签字）：</p> <p>梅州市商务局（公章）</p> <p>2022 年 11 月 8 日</p>	<p>我局对上述项目资金绩效评价报告交换意见稿内容有异议，反馈意见将另行以书面形式于 2022 年 11 月 8 日前报送绩效评价组。</p> <p>单位负责人（签字）：</p> <p>梅州市商务局（公章）</p> <p>2022 年 月 日</p>
---	---

注：此反馈意见请于 2022 年 11 月 8 日前经单位负责人签名、盖公章后报送绩效评价组，如未提交视同无异议。