

稳外贸促消费活动配套经费  
项目支出绩效评价报告

2021 年 12 月

## 目录

一、基本情况.....	3
(一) 项目概况.....	3
(二) 专项资金使用情况.....	3
(三) 绩效目标设定情况.....	3
二、绩效评价工作开展情况.....	5
(一) 绩效评价目的、对象和范围.....	5
(二) 绩效评价原则与方法.....	5
(三) 绩效评价指标体系.....	7
(四) 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) 项目决策情况.....	9
(二) 项目过程情况.....	13
(三) 项目产出情况.....	15
(四) 项目效益情况.....	17
五、主要经验及做法.....	18
(一) 依托线上平台，提高企业抗风险能力.....	18
(二) 对接电商平台，助力企业拓展新业态.....	18
(三) 深化贸易合作，构建国际营销新渠道.....	18
(四) 加强政策扶持，全力稳外贸稳外资.....	18
六、存在的问题.....	19
(一) 项目预算执行率较低，线下活动实际完成率较低.....	19
(二) 制度建设不完善，项目监督管理有待加强.....	19
(三) 绩效指标不明确、目标协商讨论不充分.....	19
七、有关建议.....	20
(一) 制定灵活的活动方案，进一步丰富线上促消费活动.....	20
(二) 完善制度体系，建立项目跟踪、检查和内控机制.....	20
(三) 科学规范设置，确保指标（含目标值）清晰、细化、可衡量.....	20
附件.....	22

## 一、基本情况

### （一）项目概况

为全力稳住清溪镇外贸外资基本盘，促进经济发展，根据《“乐购东莞”2020年第二季度总体工作方案》文件精神和工作部署，清溪镇人民政府制定了《清溪镇2020年“稳外贸·促消费”专项行动工作方案》。该专项行动以稳外贸、稳外资、促消费为基本点，以贯穿全年为时间轴，策划开展“乐购东莞·最美清溪活动”。计划主要开展八大主题活动：“清溪圩五一乐购周”、“乐购东莞平台发放电子优惠券”、“清溪5G智能体验节”、“2020年度520主题表白购房节”、“清溪优品”、“乐购清溪消费嘉年华”、“一元享尽客家名菜”、“网红直播带货”。

### （二）专项资金使用情况

清溪镇2020年稳外贸促消费专项行动，申请资金300万，2020年实际到达项目单位的资金295.08万元，2020年实际支出金额60.15万元。

### （三）绩效目标设定情况

#### 1. 项目总目标

完善经济监测体系，夯实企业服务基础，促进外贸内销双线发展，以促消费为抓手，积极组织启动中小微企业线上线下双线促销联动，进一步拉动内需。

#### 2. 项目分目标

- （1）计划举办展览会10场；
- （2）计划惠及群众数量20000人以上；
- （3）计划完成八大主题活动；

(4) 计划通过电视广播媒体、新媒体、平面媒体、户外广告四种渠道对活动进行多方位宣传；

(5) 商户对促消费活动满意率 90%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

通过开展第三方绩效评价工作，独立、客观、公正地核查专项资金支出项目的目标实现情况，系统、科学地考评项目资金支出效益及综合社会经济效果，总结项目实施过程中存在的问题，提出有针对性和可操作性的政策建议，不断提高财政资金管理水平和使用效益。

#### 2. 绩效评价对象

对2020年清溪镇稳外贸促消费活动配套经费进行评价。

### （二）绩效评价原则与方法

#### 1. 绩效评价原则

（1）科学规范原则。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）公正公开原则。绩效评价符合真实、客观、公正的要求，绩效评价过程及结果接受有关部门监督。

（3）分类评价原则。以绩效目标分析结果为前提，根据项目的具体特点，设计评价实施方案及评价指标。

（4）绩效相关原则。绩效评价根据项目预算及预期绩效目标进行，评价结果反映项目财政预算和绩效目标之间的紧密对应关系。

#### 2. 绩效评价方法

本次绩效评价基于简便有效的原则，采取定量与定性相结合的方式，以材料核查、访谈、座谈、选点抽查为基础，综合运用目标任务对比法、公众评判法、统计计算法、现场评价法进行综合评价分析，结合项目特点，实施分类评价。

### （1）目标任务对比法

通过对绩效目标与实际实施效果的对比，综合分析绩效目标实现程度。绩效评价工作小组根据收集的被评价项目支出的资料 and 进行实地调研，了解被评价项目支出的实际情况，与被评价项目支出申报时确定的绩效目标进行对比，评价绩效目标的实现程度。

### （2）公众评判法

通过专家评估及抽样调查等对财政支出效果进行评判，评价绩效目标实现程度。绩效评价工作小组对项目实施单位进行现场访谈，收集相关证据，为绩效分析结论提供有力支撑。

### （3）统计计算法

采用各种专业（或专门）指标的计算方法，通过收集项目支出的相关数据，采用统计或核算等方式计算实际完成或达到的结果，评价绩效目标实现程度。绩效评价工作小组根据相关文件依据，设计符合项目特点的评价指标体系，然后采集数据按照计算公式进行计算分析，并根据计算结果分析被评价对象的绩效目标实现程度。

### （4）现场评价法

根据项目分布区域，科学确定现场核查方案，组织绩效评价工作小组专家赴项目现场核查，通过现场答辩、实地勘验、调研访谈等方式核实项目实施基本情况，形成现场评价意见。

## 3. 绩效评价分数与等级

绩效评价结果采取评分和评级相结合的方式，具体分值和等级根据不同评价内容设定。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。

### （三）绩效评价指标体系

绩效评价工作小组根据《项目支出绩效评价管理办法》要求，深入研究“稳外贸促消费活动配套经费”项目的特点，优化设计指标体系，本项目的绩效指标体系包含决策、过程、产出和效益4个一级指标，并设立了8个二级指标，16个三级指标（具体见附件）。

### （四）绩效评价工作过程

评价工作流程如下：

1. 成立绩效评价工作小组。绩效评价工作小组由相关领域的专家组成。

2. 评价计划。绩效评价工作小组根据项目特点开展前期案卷研究，研究项目绩效特点，结合初次面谈结果，布置绩效评价工作，并制定绩效评价工作计划，设计绩效指标体系、资料清单、调研提纲等。

3. 材料收集。收集并整理开展绩效评价的相关基础信息资料、项目实施单位资料以及相关政策、法规文件。

4. 材料审核。审核收集的绩效评价材料，提出审核发现的问题，与项目实施单位沟通确认。

5. 现场考察。绩效评价工作小组与项目负责人及相关工作人员进行深入的沟通和交流，并抽查与评价项目相关的档案资料。

6. 综合分析评价。根据基础信息资料，按照评价指标、评价标准和评价方法，进行全面定量、定性分析和综合评价。根据项目的综合分析评价结果，完成绩效评价报告（初稿），并送达清溪镇财政分局及相关单位征求意见。

7. 形成绩效评价报告。绩效评价工作小组根据相关单位的反馈意见，修订绩效评价报告（初稿），经清溪镇财政分局确认后，形成最终绩效评价报告。

### 三、综合评价情况及评价结论

根据项目单位提交的项目相关材料，绩效评价工作小组对相关材料进行了审核和评议，并依据建立的绩效评价指标进行打分。清溪镇稳外贸促消费活动配套经费绩效评价的最终得分为 80.06 分，绩效评价等级为“良”。各指标得分见下表 1：

表 1 稳外贸促消费活动配套经费评价结果

一级指标	二级指标	三级指标	权重	实际得分
决策	项目立项	立项依据充分性	2	2
		立项程序规范性	2	2
	绩效目标	绩效指标的明确性	5	2
		绩效目标合理性	5	4
	资金投入	预算编制科学性	4	4
		资金分配合理性	2	2
过程	资金管理	资金到位率	3	2.95
		预算执行率	3	0.61
		资金使用合规性	4	4
	组织实施	管理制度健全性	5	3
		制度执行有效性	5	4
产出	产出数量	展览会举办场次	12	9
		受惠群众人数	12	12
	产出质量	主题活动举办完成率	12	7.5
		宣传推广情况	12	9
效益	项目效益	群众对促消费活动满意度	12	12
得分合计			100	80.06
等级			良	



## 四、绩效评价指标分析

### （一）项目决策情况

#### 1. 项目立项

##### （1）立项依据充分性

绩效指标解释：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。

绩效指标分析：指标权重 2 分，得分 2 分，得分率 100%。

清溪镇“稳外贸·促消费”活动配套经费的设立与用途符合相关政策、发展规划以及部门职责的要求，且未发现该专项资金与部门内部相关项目以及相关部门同类项目重复的情况。

①本项目依据的发展规划、相关政策如下：《商务部关于应对疫情进一步改革开放做好稳外资工作的通知》、《广东省人民政府办公厅关于印发广东省进一步做好稳外资工作若干措施的通知》、《关于贯彻落实保订单、稳市场工作动员会议精神的讲话》、《在全市保订单、稳市场工作动员会上的讲话》、《关于保订单、稳市场工作情况的通报》、《“乐购东莞”2020 年第二季度总体工作方案》、《清溪镇 2020 年“稳外贸·促消费”专项行动工作方案》。

②本项目的设立符合部门职责第四条：“贯彻执行党和国家对外方针决策部署和有关法律法规，落实上级部门有关外事工作的指示和决定，承办和处理重大涉外经济工作和涉外经济活动”。

##### （2）立项程序规范性

绩效指标解释：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。

绩效指标分析：指标权重 2 分，得分 2 分，得分率 100%。

“稳外贸·促消费”项目按照规定的程序申请设立，项目审批文件、材料符合相关要求。

根据《关于贯彻落实保订单、稳市场工作动员会议精神的通知》以及《“乐购东莞”2020年第二季度总体工作方案》文件精神和工作部署，2020年4月20日清溪镇商务局制定了《清溪镇2020年“稳外贸·促消费”专项行动工作方案》送审稿，交镇委、镇政府审核，5月7日，经领导审核同意该工作方案。

## 2. 绩效目标

### (1) 绩效指标的明确性

绩效指标解释：依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量，用以反映和考核绩效目标的明细化情况。

绩效指标分析：指标权重5分，得分2分，得分率40%。

稳外贸促消费活动配套经费共设置绩效指标8个，符合“清晰、细化、可衡量”要求的绩效指标4个，符合要求的绩效指标比例50%。根据评分标准“ $40\% \leq \text{符合要求的绩效指标比例} < 60\%$ ，得2分”，本项得2分。具体指标分析见表2：

表2 项目实施单位提交的产出及效益绩效指标

一级指标	二级指标	三级指标	目标值	指标分析
预期产出指标	数量指标（或建筑规模指标）	举办活动场数、受惠群众人数	10场，约两万人	符合“清晰、细化、可衡量”原则
	质量指标	工作质量达标率	100%	不清晰，不明确什么是工作质量达标
	时效指标（工期指标、形象进度指标）	工作任务完成及时率	90%	不清晰，完成时间不具体
	预算（或投资规模）控制指标	预算执行率	$\geq 80\%$	符合“清晰、细化、可衡量”原则
效果指标	社会、经济、生态效益指标	对清溪商贸发展贡献	良好	过于笼统，没有明确具体的发展贡献
	可持续性影响	对清溪商贸企	良好	不清晰，没有明确具体

	指标	业发展影响		的预期影响效果
满意度指标	调查受益目标人群人数	调查受访商贸企业	≥60家	符合“清晰、细化、可衡量”原则
	受访人群满意度	群众对促消费活动满意度	100%	符合“清晰、细化、可衡量”原则

## (2) 绩效目标合理性

绩效指标解释：项目所设定的绩效指标目标值是否依据充分，是否经过充分协商讨论，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。

绩效指标分析：指标权重5分，得分4分，得分率80%。

本项目支出根据要求进行了绩效目标申报，填写了《项目支出绩效目标申报表》；

绩效目标的制定由相关人员初步拟定，交领导审批确定，但制定过程中的协商讨论不足；

绩效指标目标值制定考虑了实际情况，比如“举办活动场数、受惠群众人数”对应目标值“10场，约两万人”符合正常业绩水平；

绩效指标与项目实际内容具有一定的相关性，比如“举办活动场数、受惠群众人数”、“群众对促消费活动满意度”、“对清溪商贸发展贡献”。

## 3. 资金投入

### (1) 预算编制科学性

绩效指标解释：项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与项目目标是否相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。

绩效指标分析：指标权重4分，得分4分，得分率100%。

2020 年清溪镇“稳外贸·促消费”活动配套经费经过了较为科学的论证,预算内容与项目内容相匹配,预算额度测算依据较为充分,且项目资金量与工作任务基本相匹配。

清溪镇经济发展局(原东莞市清溪镇人民政府商务局)根据清溪镇 2020 年“稳外贸·促消费”专项行动工作方案进行了预算编制,即“稳外贸·促消费”活动配套经费明细,该明细表详细列支了 9 个开支项目,“清溪圩五一乐购周”、“清溪 5G 智能体验节”、“520 表白购房节”、“乐活清溪消费嘉年华及一元尽享客家名菜线上消费券(满减)活动经费”、“打造线上清溪优品馆”、“直播带货活动经费”、“预留下半年促消费”、“促消费用”、“审计费用”,预算内容与项目《“稳外贸·促消费”专项行动》内容相匹配。

每个支出项具体用途明确,预算额度测算依据较为充分,比如对于“520 表白购房节”、“直播带货活动经费”等支出项预先进行了询价,“打造线上清溪优品馆”明确列明了每家企业补贴的额度和方式。具体见表 3:

表 3 清溪镇 2020 年“稳外贸·促消费”活动配套经费明细

序号	项目名称	项目内容	金额(共计 300 万元)
1	清溪圩·五一乐购周	活动现场布置、灯光音响及宣传品制作,表演活动补助;	5.2 万元
2	清溪 5G 智能体验节	活动现场布置、灯光音响及宣传品制作,表演活动补助;	6.8 万元
3	520 表白购房节	活动现场布置、灯光音响及宣传品制作,表演活动补助;	8 万元
4	乐活清溪消费嘉年华及一元尽享客家名菜线上消费券(满减)活动经费	1. 动员全镇纳统商家进驻乐购东莞平台,同时积极引导有意愿的中小微商家加入市乐购东莞平台,消费者可在指定时间在微信登陆乐购东莞小程序领取消费券(满 100-20 元优惠券),已领取的消费者按照电子消费券上的要求在清溪镇内指定商家消费;	20 万元

	费	2. 依托企通通“亿券通”微信小程序，将全镇消费现金券、优惠券大派送，推动实体商户线上线下双向促销拉内需。政府组织各类型中小微实体商户进驻“亿券通”平台，线上分批在该平台上派发满减消费券（满100-20元优惠券），鼓励消费者汇聚企通通平台上领券消费，实现政府、商户及平台三方优惠叠加，助力清溪镇的消费复苏；	60万元
5	打造线上清溪优品馆	对本镇企业、协会参与市政府签订的七大平台以及企通通平台开展参展、开店、培训等拓市场活动所发生的经费进行补助（对本镇行业协会、企业发生费用补助50%，每家参与协会和企业资助最少2000元，协会封顶10万元，企业封顶经费2万元，预计100家自有品牌企业参加）；	100万元
6	直播带货活动经费	开展20场直播带货活动，每场经费5000元；	10万元
7	预留下半年促消费	以“暑假、国庆、双十一、双十二”等重要时间节点，围绕突出重点领域、强化多方联动，鼓励全镇社消零纳统限额以上零售、餐饮、住宿企业以及外贸企业积极参与，充分调动社会各界力量，共同促进消费工作，进一步发挥消费对我镇经济增长的贡献度，不断提升我镇商业魅力；	80万元
8	宣传费用	清溪传媒有限公司策划费、宣传费；	4万元
9	审计费用	整个项目审计相关费用。	6万元

## （2）资金分配合理性

绩效指标解释：项目预算资金分配是否有测算依据，与项目实施单位实际情况是否相适应，用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性情况。

绩效指标分析：指标权重2分，得分2分，得分率100%。

清溪镇2020年“稳外贸·促消费”配套经费的预算资金分配围绕2020年“稳外贸·促消费”专项行动工作方案中八大主题活动进行分配，资金分配额度合理，且与项目实施单位实际情况相适应。

## （二）项目过程情况

### 1. 资金管理

#### （1）资金到位率

绩效指标解释：资金到位率=实际到达项目单位的资金额度/计划安排或下达的资金额度×100%，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。

绩效指标分析：指标权重 3 分，得分 2.95 分，得分率 98.36%。

“稳外贸·促消费”活动配套经费预算安排 300 万元，实际到达项目单位的资金 295.08 万元，资金到位率 98.36%。

## （2）预算执行率

绩效指标解释：预算执行率=实际支出金额/项目资金实际到位金额×100%，用以反映或考核项目预算执行情况。

绩效指标分析：指标权重 3 分，得分 0.61 分，得分率 20.38%。

“稳外贸·促消费”活动配套经费实际到位金额 295.08 万元，截止 2020 年 12 月 31 日，实际支出金额 60.15 万元，预算执行率 20.38%。

## （3）资金使用合规性

绩效指标解释：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。

绩效指标分析：指标权重 4 分，得分 4 分，得分率 100%。

2020 年“稳外贸·促消费”活动配套经费拨付和支出的手续规范，且资金使用符合项目预算批复规定的用途。该专项资金由财政授权支付，每笔资金支付都经过审批，有审批表以及财政授权支付凭证。

## 2. 组织实施

### （1）管理制度健全性

绩效指标解释：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。

绩效指标分析：指标权重 5 分，得分 3 分，得分率 60%。

清溪镇经济发展局(原东莞市清溪镇人民政府商务局)制定了《商务局财务管理办法》，缺少“合同管理制度”、“项目管理制度”、“专项资金管理制度”等相关制度或办法；暂未发现制度存在不符合“合法、合规、完整”原则的情况。

## （2）制度执行有效性

绩效指标解释：项目实施是否符合相关业务管理规定，用以反映和考核业务管理制度的有效执行情况。

绩效指标分析：指标权重 5 分，得分 4 分，得分率 80%。

清溪镇经济发展局对相关的制度（如财务管理办法）进行了一定范围的传达；本项目（项目预算、内容等）未发生调整的情况；

本项目建立了联席会议制度，由镇商务局牵头，镇工信局、镇住建局、镇旅游办、镇宣教文体局、清溪市场监督分局、镇财政分局、清溪新闻传媒中心等部门为联席会议成员单位，确保稳外贸促消费活动的有序实施；

本项目未建立细化的资金支出台账（仅提供专项资金收入支出统计表），也未建立对项目实施过程的监督管理机制，缺乏对于资金支出进度以及项目开展情况的有效监督和及时反馈，对于资金支出缓慢以及项目开展较少的情况也并未采取有效措施改善现状；

本项目涉及的项目合同、活动策划方案、现场照片等资料比较齐全并进行了及时整理与归档。

## （三）项目产出情况

### 1. 产出数量

#### （1）展览会举办场次

绩效指标解释：清溪镇 2020 年“稳外贸促消费”专项行动计划举办展览会 10 场，以实际举办展览会数量进行考核。

绩效指标分析：指标权重 12 分，得分 9 分，得分率 75%。

清溪镇 2020 年实际举办促消费相关展览会 8 场，根据评分标准“实际举办展览会数量每减少 1 场，扣 1.5 分”，本项得分 9 分。

#### （2）受惠群众人数

绩效指标解释：清溪镇 2020 年“稳外贸促消费”专项行动计划惠及群众数量 20000 人以上，以实际惠及群众数量进行考核。

绩效指标分析：指标权重 12 分，得分 12 分，得分率 100%。

清溪镇 2020 年实际惠及群众数量 40180 人，根据评分标准“实际惠及群众数量 $\geq$ 20000 人，得满分”，本项得 12 分。

## 2. 产出质量

### (1) 主题活动举办完成率

绩效指标解释：清溪镇 2020 年“稳外贸促消费”专项行动计划完成八大主题活动，以实际完成率进行考核，实际完成率=（实际举办活动数/8） $\times$ 100%。

绩效指标分析：指标权重 12 分，得分 7.5 分，得分率 62.5%。

计划举办主题活动 8 场，实际了举办主题活动 5 场，实际完成率 62.5%。已举办的主题活动分别为：“清溪圩五一乐购周”、“乐购东莞平台发放电子优惠券”、“清溪 5G 智能体验节”、“520 表白购房节”、“网红直播带货”；未举办的主题活动分别为：“清溪优品”、“乐活清溪消费嘉年华”、“一元享尽客家名菜”。

### (2) 宣传推广情况

绩效指标解释：《清溪镇 2020 年稳外贸促消费专项行动工作方案》中计划通过电视广播媒体、新媒体、平面媒体、户外广告四种渠道对活动进行宣传，以实际宣传推广情况进行考核。

绩效指标分析：指标权重 12 分，得分 9 分，得分率 75%。

针对清溪镇 2020 年稳外贸促消费相关活动，清溪镇通过电视广播媒体、新媒体、户外广告三种渠道对活动进行宣传：制作了“乐购东莞，最美清溪”活动电视宣传片通过电视广播媒体进行宣传；通过



微信公众号推送宣传软文；在清溪镇范围内悬挂海报、横幅，进行了户外广告宣传；未利用报刊等其他平面媒体进行宣传。

#### （四）项目效益情况

##### 1. 项目效益

###### （1）商户对促消费活动满意度

绩效指标解释：通过对参与本次促消费活动的商户发放问卷，调查商户对活动的满意度，以满意率进行考核，满意率=（选择满意或者基本满意的商户数/参与问卷调查总商户数）×100%。

绩效指标分析：指标权重 12 分，得分 12 分，得分率 100%。

经统计，本次共收集到有效问卷 16 份，其中选择满意或者基本满意的商户 16 家，满意率 100%。

## **五、主要经验及做法**

### **（一）依托线上平台，提高企业抗风险能力**

清溪镇政府牵头联合知名企业、学院，积极引导镇外贸外资企业参与线上平台、围绕外贸做专题讲座，全面指导疫情环境下外贸业务正常开展。

### **（二）对接电商平台，助力企业拓展新业态**

线上联合企通通(深圳)网络科技有限公司推动直播基地的落成，发展清溪镇直播产业，将传统制造企业连接到直播这个新兴行业，拓展销售渠道，实现商家去库存、创品牌、拓渠道等多种需求，助力本地企业开展新业态。

### **（三）深化贸易合作，构建国际营销新渠道**

与阿里巴巴国际站开展跨境贸易合作，帮助清溪制造打造线上国际营销终端；鼓励中小型企业入驻阿里巴巴国际站平台，有效触达海外终端消费者，通过联盟合作方式助力中小企业品牌出海，大力开拓非洲、拉美、东盟、中亚等新兴市场。

### **（四）加强政策扶持，全力稳外贸稳外资**

实行企业出口风险保障财政资助全覆盖，鼓励和支持外贸企业利用出口信用保险工具，引导企业用好用足出口信用保险政策，应对疫情引发的出口风险。

## 六、存在的问题

### （一）项目预算执行率较低，线下活动实际完成率较低

本项目预算执行率相对比较低，项目实际到位金额 295.08 万元，截至 2020 年 12 月 31 日，实际支出金额 60.15 万元，预算执行率 20.38%。

造成预算执行率较低的主要原因是受疫情影响许多线下活动未能举办，2020 年原计划举办主题活动 8 场，实际举办 5 场；原计划开展展览会 10 场，实际开展 8 场。

### （二）制度建设不完善，项目监督管理有待加强

项目实施单位专项资金管理、项目管理制度或办法缺失，在项目实施过程中缺乏对项目的监督管理。一方面，没有建立专项资金使用台账，缺乏对于资金支出进度进行有效监督和及时反馈，另一方面，本项目也未建立对项目实施过程的监督管理机制。

本项目开展过程中出现的线下活动举办减少、电子消费券核销率低、预算执行率低等现象没有得到及时的反馈，也没有及时采取措施改善这些问题。制度的缺失以及监督管理的不到位，一定程度上影响了项目实施的质量效果。

### （三）绩效指标不明确、目标协商讨论不充分

部分绩效指标的设计不符合“清晰、细化、可衡量”（SMART）的原则。比如，“对清溪商贸发展贡献”、“对清溪商贸企业发展影响”指标描述过于笼统，无法进行衡量。

在实际制定项目支出绩效目标时，一般由相关人员自行填写，单位内部协商、讨论不够充分；绩效目标的制定应作为项目实施单位（或业务股室）“集体”的大事，而不应被当成某个职工“独立”的工作。

## **七、有关建议**

### **(一) 制定灵活的活动方案，进一步丰富线上促消费活动**

针对疫情形势的不确定性，要尽可能的提前做好措施，尽量防止因疫情造成活动无法开展的情况。

首先，制定灵活的活动策划方案或者备选方案。对于同一主题活动可以策划线上及线下两套活动方案，面对疫情形势严峻的情况，可将线下活动向线上转移。

其次，探索和丰富线上促消费活动的形式和内容。以新模式、新方向带动消费，探讨筹备更具吸引力的消费活动；聚焦新兴热点消费，思考消费者更关注的消费内容，举办真正让企业和消费者双方受惠的消费活动，共同促进消费水平的提升。

### **(二) 完善制度体系，建立项目跟踪、检查和内控机制**

1. 建立项目管理制度、专项资金管理制度。对专项资金的使用以及项目实施的过程进行严格的规范，以提高项目实施效率。

2. 建立项目的跟踪反馈机制。以月度、季度、半年度为周期对项目进度开展检查、督促和通报的机制，对项目支出进度缓慢情况进行深入了解分析，提出解决方案，提高项目预算支出率。

3. 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，并完整保存检查资料底稿以作备查，督促项目乙方切实履行合约，确保项目实施的效果。

### **(三) 科学规范设置，确保指标（含目标值）清晰、细化、可衡量**

1. 绩效指标的设计应符合 SMART 原则，做到清晰、细化、可衡量。绩效指标可以从指导文件要求、项目总目标、项目目标任务数、部门职责等方面提取，从时间、数量、质量、成本四个维度提炼。时间维

度可以用及时性、及时率、延迟次数、延迟天数等词语反映；数量维度可以用次数、个数、收入、完成率、达成率、增长率等词语反映；质量维度可以用排名、满意度、使用率、投诉次数下降率等词语反映；成本维度可以用成本降低率、成本控制率、预算控制率等词语反映。

2. 绩效指标的设计不应只是相关办事员或项目负责人的“独立”工作，而应是整个部门（单位）的“集体”工作。绩效指标初稿完成后，牵头部门应组织相关领导、其他相关部门，展开讨论，进行头脑风暴。

附件

稳外贸促消费活动配套经费项目支出绩效评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	权重	指标说明	评分标准
决策	项目立项	立项依据充分性	2	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。	初始分为0分,根据以下条件的符合情况,实行加分制: 1、项目立项符合国家法律法规/国民经济发展规划/行业发展规划/相关政策要求,最高加1分; 2、项目立项与部门职责范围相符,属于部门履职所需,最高加0.5分; 3、项目属于公共财政支持范围,与相关部门同类项目或部门内部相关项目不重复,最高加0.5分。
		立项程序规范性	2	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	初始分为0分,根据以下条件的符合情况,实行加分制: 1、项目按照规定的程序申请设立,最高加1分; 2、项目审批文件、材料符合相关要求,最高加0.5分; 3、项目立项前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,具有可行性研究报告或政府指导文件或相关专家意见等,最高加0.5分。 备注:若项目不涉及立项,直接得2分。

	绩效目标	绩效指标的明确性	5	依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量，用以反映和考核绩效目标的明细化情况。	<p>根据符合“清晰、细化、可衡量”要求的绩效指标比例进行评分。符合要求的绩效指标比例=符合要求的绩效指标数量/设定的全部绩效指标数量*100%。评分标准如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 符合要求的绩效指标比例=100%，得5分；</li> <li>2. 80%≤符合要求的绩效指标比例&lt;100%，得4分；</li> <li>3. 60%≤符合要求的绩效指标比例&lt;80%，得3分；</li> <li>4. 40%≤符合要求的绩效指标比例&lt;60%，得2分；</li> <li>5. 符合要求的绩效指标比例&lt;40%，得1分及以下。</li> </ol>
		绩效目标合理性	5	项目所设定的绩效指标目标值是否依据充分，是否经过充分协商讨论，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。	<p>初始分为0分，根据以下条件的符合情况，实行加分制：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、项目支出根据要求进行了绩效目标申报，最高加1分；</li> <li>2、设定绩效目标时，部门(单位)内部进行了充分协商、讨论或论证，考虑了单位实际情况/历史数据/行业先进水平等信息，最高加2分；</li> <li>3、项目绩效目标与项目实际内容具有相关性，最高加2分。</li> </ol>
	资金投入	预算编制科学性	4	项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准，资金额度与项目目标是否相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	<p>初始分为0分，根据以下条件的符合情况，实行加分制：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、预算编制经过科学论证，最高加1分；</li> <li>2、预算内容与项目内容相匹配，最高加1分；</li> </ol>

				3、预算额度测算依据充分，最高加2分。
		资金分配合理性	2	项目预算资金分配是否有测算依据，与项目实施单位实际情况是否相适应，用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性情况。
过程	资金管理	资金到位率	3	资金到位率=实际到达项目单位的资金额度/计划安排或下达的资金额度*100%，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。
		预算执行率	3	预算执行率=实际支出金额/项目资金实际到位金额*100%，用以反映或考核项目预算执行情况。
		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。
	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。
				<p>初始分为0分，根据以下条件的符合情况，实行加分制：</p> <p>1、预算资金分配依据充分，最高加1分；</p> <p>2、资金分配额度合理，与项目实施单位实际情况相适应，最高加1分。</p> <p>得分=3分*资金到位率</p> <p>备注：因项目实施单位原因（如不积极作为、延迟提交相关申请等），导致资金不到位的均在考核范围内，否则视同资金到位。</p> <p>1、90%≤预算执行率≤100%，得分3分；</p> <p>2、支出率&lt;90%，得分=3分*预算执行率；</p> <p>3、支出率&gt;100%，每超1%，扣0.5分，直至扣完权重。</p> <p>1、项目资金的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，每笔资金的拨付均有完整的审批程序和手续，资金的使用均符合项目预算批复或合同规定的用途得分4分；</p> <p>2、每出现1笔不符合上述情况的支出或行为，根据金额大小或情节严重程度酌情扣0.5-4分，直至扣完权重。</p> <p>1、项目实施单位的业务管理制度、财务管理制度或相关资金管理办法健全，各项制度或办法均合法、合规、完整，得分5分；</p> <p>2、项目实施单位的制度或办法存在少量缺失，</p>



					扣 1 分；存在大量缺失扣 3 分； 3、每发现 1 项制度或办法不符合“合法、合规、完整”的原则，扣 1 分，直至扣完权重。
		制度执行有效性	5	项目实施是否符合相关业务管理规定，用以反映和考核业务管理制度的有效执行情况。	初始分为 0 分，根据以下条件的符合情况，实行加分制： 1、项目实施单位的相关管理制度传达及时、到位，最高加 1 分； 2、项目调整（如项目预算、内容、任务计划的调整等）手续完备，最高加 1 分（若项目未出现调整，直接加 1 分）； 3、项目实施单位制定了相应的质量控制方案/质量要求或标准，采取了相应的跟踪、监督检查、考核、反馈等措施，最高加 1 分； 4、项目合同、验收报告、技术鉴定等资料齐全并及时归档，最高加 1 分； 5、项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等落实到位，最高加 1 分。
产出	产出数量	展览会举办场次	12	清溪镇 2020 年“稳外贸促消费”专项行动计划举办展览会 10 场，以实际举办展览会数量进行考核。	实际举办展览会数量 $\geq$ 10 场，得满分； 实际举办展览会数量每减少 1 场，扣 1.5 分，直至扣完权重分。
	产出质量	受惠群众人数	12	清溪镇 2020 年“稳外贸促消费”专项行动计划惠及群众数量 20000 人以上，以实际惠及群众数量进行考核。	实际惠及群众数量 $\geq$ 20000 人，得满分； 实际惠及群众数量每减少 1000 人，扣 1 分，直至扣完权重分。

	产出时效	主题活动举办完成率	12	清溪镇 2020 年“稳外贸促消费”专项行动计划计划完成八大主题活动，以实际完成率进行考核，实际完成率=（实际举办活动数/8）×100%。	得分=实际完成率×12 分。
	产出成本	宣传推广情况	12	《清溪镇 2020 年稳外贸促消费专项行动工作方案》中计划通过电视广播媒体、新媒体、平面媒体、户外广告四种渠道对活动进行宣传，以实际宣传推广情况进行考核。	1. 制作并播放电视宣传视频，加 3 分； 2. 通过微信公众号推送宣传软文，加 3 分； 3. 通过清溪报刊登“乐购东莞，最美清溪”活动或其他平面媒体宣传，加 3 分； 4. 户外广告投放，加 3 分。
效益	项目效益	商户对促消费活动满意度	12	通过对参与本次促消费活动的商户发放问卷，调查商户对活动的满意度，以满意率进行考核，满意率=（选择满意或者基本满意的商户数/参与问卷调查总商户数）×100%。	满意率≥90%，得满分； 80%≤满意率<90%，得 9-11 分； 70%≤满意率<80%，得 6-8 分； 60%≤满意率<70%，得 3-5 分； 满意率<60%，得 2 分及以下。
合计			100		