2020年朔州市第一、二批电子消费券项目支出绩效评价报告

主管部门：朔州市商务局

实施单位：朔州市商务局

委托单位：朔州市财政局

评价机构：山西嘉禾信会计师事务所有限公司

2021年 12 月 17 日

目　录

摘　要 1
一、项目基本情况 8
（一）项目概况 8
（二）资金投入和使用情况 12
（三）项目绩效目标 13
二、绩效评价工作开展情况 14
（一）绩效评价目的、对象和范围 14
（二）绩效评价原则及方法 16
（三）绩效评价指标体系 19
（四）绩效评价工作过程 21
三、综合评价情况及评价结论（附相关评分表） 23
四、绩效评价指标分析 24
（一）项目决策情况 24
（二）项目过程情况 27
（三）项目产出情况 29
（四）项目效益情况 31
五、项目主要绩效及经验做法 33
六、项目实施及管理过程中存在的问题及原因分析 33
七、下一步改进意见及政策建议 34
（一）科学合理编制预算 34
（二）加大对电子消费券使用过程的监管力度 34

（三）调整使用规则，增加消费券核销率 35
八、绩效评价结果应用建议 35
附件 1 指标评分体系表 36
附件 2 受益对象满意度调查报告 42
附件 3 满意度调查问卷 50

摘　要

山西嘉禾信会计师事务所有限公司受朔州市财政局的委托，于2021年11月至12月对2020年朔州市第一、二批电子消费券项目支出进行绩效评价。

一、概述要素

（一）项目概况

为响应和落实党中央国务院“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”的指示，按照省委第21次专题会议暨省疫情防控工作领导小组会议和市疫情防控工作指挥部专题会议精神，朔州市政府面向朔州市居民和外地籍在朔人员发放电子消费券，来提振我市消费信心，促进消费回暖。根据部署和实际情况，电子消费券共计2700万元分两个阶段进行发放。

第一批消费券活动时间为2020年5月1日到2020年5月31日，与中国银联山西分公司合作（以下简称“云闪付平台”），由中国银联山西分公司提供技术服务、分批次定期在“云闪付”APP面向在朔人员投放，可在符合条件的实体商家进行消费，满足消费券使用金额条件，消费券自动抵减相应金额。消费券为通用券(消费满100元减10元，消费满200元减20元，消费满500元减50元 消费满1000元减 100元）。

第二批消费券活动时间为2020年10月到2020年12月，

与支付宝（中国）网络技术有限公司合作（以下简称“支付宝平台”），由支付宝平台提供技术服务，发放形式为用户通过支付宝客户端参与领取，用户领取消费券后可在活动商家处享受交易优惠。消费券分为:通用券(消费满30元减10元，消费满60元减20元，消费满200元减50元，消费满500元减80元，消费满1000元减100元)，家电及电子产品专用券(消费满2000元减300元，消费满3000元减400元，消费满4000元减500元)，扶贫专用券(消费满50元减20元，消费满100元减40元)。

（二）项目绩效目标

1、绩效总目标

提振我市消费信心，促进消费回暖。

2、绩效分目标

（1）产出目标

产出数量指标：

电子消费券预计领取率达95%及以上（消费券领取率=实际领取消费券数量/消费券投放数量）

产出质量指标：

①优化建设资金管理，确保资金切实合规使用；

②预计消费券核销率达85%及以上（消费券核销率=实际支出资金/实际到位资金）。

产出时效指标：

①财政拨付补贴资金及时、平台按合同约定时点准时发放、核销消费券；

②消费券结余资金按合同约定及时退回。

（2）效益目标

社会效益指标：

达到对冲新冠疫情影响，繁荣商贸流通市场，提振消费信心等社会效益。

经济效益指标：

预计带动住宿餐饮、零售等行业的消费热情同时促进消费增长且效果显著。

社会公众及服务对象满意度指标：

社会公众满意度达90%以上

（三）资金收支、结余及结转情况

1、资金投入情况

2020年4月27日，根据（朔财建二〔2020〕21号）朔州市财政局向云闪付平台拨付第一批电子消费券经费1000万元；2020年10月23日，根据（朔财建二〔2020〕101号）朔州市财政局向支付宝（中国）网络技术有限公司第一次拨付第二批电子消费券经费1000万元，11月23日根据（朔财建二〔2020〕101号）朔州市财政局向支付宝（中国）网络技术有限公司第二次拨付第二批电子消费券经费200万元；11月23日根据（朔财

建二〔2020〕128号）朔州市财政局向支付宝（中国）网络技术有限公司第三次拨付第二批电子消费券经费500万元。第一、二批电子消费券共拨付资金2700万元，其中，根据（朔财建二〔2020〕101号）1200万元为省级财政资金。资金到位率100%。

2、资金使用及结余结转情况

第一批电子消费券活动时间为2020年5月1日-2020年5月31日，分两轮发放，发放消费券266845张，发放金额1000万元，实际核销206595张，核销金额即政府补贴资金872.33万元，结余资金127.67万元于2020年8月21日退回朔州市财政局;第二批电子消费券活动时间为2020年10月1日-2020年12月31日,分两轮发放,发放消费券453300张,发放金额1700万元，实际核销321355张，核销金额即政府补贴资金1280.14万元，结余资金419.86万元于2020年12月26日退回朔州市财政局。

（四）综合评价情况及评价结论

依据项目基础信息统计，结合现场调查走访结果，按照评价指标体系，2020年电子消费券项目绩效评价综合得分92.99分，绩效评价等级为优。评价组认为，市商务局在实施过程管理方面较为规范，项目实施、专项资金的落实及项目实施效果显著。但同时也存在缺乏预算编制，电子优惠券使用过程监管不到位及资金使用规则不合理等不足，影响了资金使用效果，需要今后进一步提高运作的规范性。

二、项目绩效

为了贯彻落实山西省省委省政府、朔州市委市政府决策部署，充分发挥财政资金的杠杆作用，朔州市商务局按照市政府的批示，组织实施了第一、二批电子消费券的发放工作，通过银联云闪付、支付宝平台向在朔人员发放电子消费券。此次消费券活动共产生消费订单341950笔，实际核销2152.46万元，带动消费12810.86万元，拉动效应5.95倍，拉动消费杠杆效果明显。通过发放电子消费券活动和商家促销活动的结合，形成现实消费力，帮扶企业运营，帮助提振消费信心，营造良好消费环境，促进消费升级，有利推动全市商贸流通大循环，激发了受疫情影响被抑制和冻结的消费需求，起到了四两拨千斤的市场拉动作用，带动全市人流、商流、物流活跃度回暖提升，实现了提振消费的目的。

三、主要经验及做法

（一）高效推进项目有序实施

在项目实施之初制定活动方案，对参与消费券活动商家及平台给与严格把关，在项目实施阶段能积极配合活动参与各方使活动能够有序进行。

（二）消费券设计上综合考虑、因地制宜

市商务局结合我市实际消费现状，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，做出了针对我市经济市场的电子消费券活动方案。

四、需关注的问题

（一）预算编制不到位

因本次电子消费券专项资金是在新冠肺炎疫情防控的特殊背景下设立的，没有出台相关的预算编制基础及依据，市商务局未编制预算。

（二）对电子消费券使用过程的监管力度不够

在活动开展过程中，市商务局缺乏对电子消费券使用过程的监管，这样会造成一些虚假交易套取、骗取补贴的乱象，使政府撬动消费的初衷也打了折扣，背离了民生的期待。

（三）电子消费券核销率偏低

经统计数据显示本次电子消费券活动核销率为79.72%，与其他城市同类活动的核销率85%相比核销率偏低，拉动消费的作用不够明显。

五、相关建议

（一）建议朔州市财政局将本次专项资金绩效评价情况、绩效评价结果、经验做法、问题和建议及时反馈给朔州市商务局，为其进一步改进专项资金的使用效益及使用效果提供参考。

（二）建议朔州市商务局就专项资金后续使用情况和朔州市财政局进行沟通，有效解决本次资金使用过程中出现的问题，明确后续资金使用，应完成的绩效目标，保障资金的安全。

（三）建议朔州市财政局在一定范围内公开评价结果，增强各级财政部门、主管部门、项目单位及社会各界对绩效评价

工作的认识，提高社会公众对绩效管理的知晓度、满意度和透明度。

2020年朔州市第一、二批电子消费券项目支出绩效评价报告

为深入贯彻落实《财政部关于贯彻落实<中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见>的通知》（财预〔2018〕167号）和《中共山西省委 山西省人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（晋发〔2018〕39号）、《中共朔州市委 朔州市人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施办法》（朔发〔2020〕9号）关于“全面实施预算绩效管理，提高财政资源配置效率和使用效益”的要求，依据《朔州市市级项目支出绩效评价管理办法》（朔财绩〔2021〕5号）、《朔州市财政局关于印发〈2021年度财政重点绩效评价实施方案〉的通知》（朔财绩〔2021〕9号），山西嘉禾信会计师事务所有限公司接受朔州市财政局的委托，于2021年11月至12月对2020年朔州市第一、二批电子消费券项目支出2700万元，进行绩效评价。

一、项目基本情况

（一）项目概况

1. 项目背景

为了响应和落实党中央国务院“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”的指示，扎实做好“六稳”工作，落实“六保”任务，按照省委第21次专题会议暨省疫情防控工作

领导小组会议和市疫情防控工作指挥部专题会议精神，朔州市政府面向全市居民和外地籍在朔人员发放消费券，提振消费信心，促进消费回暖。

2. 项目立项依据

本项目的主要立项依据有：

（1）《山西省人民政府办公厅关于印发加快促进服务业恢复稳定增长若干措施的通知》（晋政办发电〔2020〕45号）

（2）《2020年山西省消费券发放总体方案》（晋商流通函〔2020〕337号）

（3）《山西省财政厅关于下达电子消费券资金预算的通知》（晋财建二〔2020〕107号）

（4）《山西省商务厅 山西省财政厅关于印发<2020年山西省消费券发放总体方案>的通知》（晋商流通函〔2020〕337号）

（5）《朔州市财政局关于拨付“振兴消费 乐购朔州”消费暖心活动资金的通知》（朔财建二〔2020〕21号）

（6）《朔州市财政局关于下达电子消费券资金预算的通知》（朔财建二〔2020〕101号）

（7）《朔州市财政局关于拨付第二批电子消费券发放资金的通知》（朔财建二〔2020〕128号）

（8）《朔州市商务局关于发放电子消费券的请示》（朔商发〔2020〕24号）

（9）《朔州市商务局关于<朔州市“振兴消费 乐购朔州”消

费暖心活动方案>的请示》（朔商发〔2020〕26号）

（10）《朔州市商务局关于朔州市第二批电子消费券发放资金的请示》（朔商发〔2020〕65号）

（11）《朔州市商务局关于<朔州市第二批电子消费券发放方案>的请示》（朔商发〔2020〕69号）

3. 项目的主要内容

朔州市第一、二批电子消费券项目由朔州市商务局承办，第一批消费券活动时间为2020年5月1日到2020年5月31日，与中国银联山西分公司合作（以下简称“云闪付平台”），由中国银联山西分公司提供技术服务、分批次定期在“云闪付”APP面向在朔人员投放，可在符合条件的实体商家进行消费，满足消费券使用金额条件，消费券自动抵价相应金额。消费券为通用券(消费满100元减10元，消费满200元减20元，消费满500元减50元 消费满1000元减 100元）。

第二批消费券活动时间为2020年10月到2020年12月，与支付宝（中国）网络技术有限公司合作（以下简称“支付宝平台”），由支付宝平台提供技术服务，发放形式为用户通过支付宝客户端参与领取，用户领取消费券后可在活动商家处享受交易优惠。消费券分为:通用券(消费满30元减10元，消费满60元减20元，消费满200元减50元，消费满500元减80元，消费满1000元减100元)，家电及及电子产品专用券(消费满2000元减300元，消费满3000元减400元，消费满4000元

减500元)，扶贫专用券(消费满50元减20元，消费满100元减40元)。

4. 项目组织和管理

该项目的主管部门朔州市商务局，2020年4月24日朔州市商务局向市政府上呈了《朔州市商务局关于发放电子消费券的请示》经市领导同意确定了中国银联山西分公司为第一批消费券的活动平台单位，2020年9月28日，为了贯彻落实《山西省人民政府办公厅关于印发加快促进服务业恢复稳定增长若干措施的通知》（晋政办发电〔2020〕45号）精神和《山西省商务厅 山西省财政厅关于印发<2020年山西省消费券发放总体方案>的通知》（晋商流通函〔2020〕337号）的相关指导要求，市政府决定面向全市居民和外地籍在朔人员发放电子消费券，朔州市商务局向市政府上呈了《朔州市商务局关于朔州市第二批电子消费券发放方案的请示》，负责策划并拟制活动方案，经市领导同意确定了中国银联山西分公司为第一批消费券的活动平台单位，支付宝（中国）网络技术有限公司为第二批消费券的活动平台单位。

朔州市财政局：审核电子消费券项目支出资金计划、及时拨付资金、对专项资金使用情况进行检查，组织开展重点绩效评价。

5. 项目利益相关方

表 1-1　项目利益相关方

对象	内容
财政拨款部门	朔州市财政局
项目主管单位	朔州市商务局
项目协管单位	市委宣传部、市委网信办、市发改委、市公安局、市文旅局等部门
项目合作单位	中国银联山西分公司、支付宝（中国）网络技术有限公司
项目受益群体	朔州市常住人口及在朔工作学习、观光旅游人员

（二）资金投入和使用情况

1. 资金投入情况

2020 年 4 月 27 日，根据（朔财建二〔2020〕21 号）朔州市财政局向云闪付平台拨付第一批电子消费券经费 1000 万元；2020 年 10 月 23 日，根据（朔财建二〔2020〕101 号）朔州市财政局向支付宝平台第一次拨付第二批电子消费券经费 1000 万元，11 月 23 日根据（朔财建二〔2020〕101 号）朔州市财政局向支付宝平台第二次拨付第二批电子消费券经费 200 万元；11 月 23 日根据（朔财建二〔2020〕128 号）朔州市财政局向支付宝平台第三次拨付第二批电子消费券经费 500 万元。第一、二批电子消费券共拨付资金 2700 万元，其中，根据（朔财建二〔2020〕101 号）1200 万元为省级财政资金。资金到位率 100%。

2. 资金使用情况

在与平台签署合作协议后，由市财政将财政专项资金划拨

至平台专户后滚动使用，待活动结束后，结余资金原路退回。

第一批电子消费券活动时间为2020年5月1日-2020年5月31日，分两轮发放，发放消费券266845张，发放金额1000万元，实际核销206595张，核销金额即政府补贴资金872.33万元,结余资金127.67万元于2020年8月21日退回朔州市财政局，第二批电子消费券活动时间为2020年10月-2020年12月，分两轮发放，发放消费券453300张，发放金额1700万元，实际核销321355张，核销金额即政府补贴资金1280.14万元，结余资金419.86万元于2020年12月26日退回朔州市财政局。

（三）项目绩效目标

1. 绩效总目标

提振全市消费信心，促进消费回暖。

2. 绩效分目标

（1）产出目标

产出数量指标：

电子消费券预计领取率达95%及以上。

（消费券领取率=实际领取消费券数量/消费券投放数量）

产出质量指标：

①优化建设资金管理，确保资金切实合规使用；

②预计消费券核销率达85%及以上（消费券核销率=实际支出资金/实际到位资金）。

产出时效指标：

①财政拨付补贴资金及时、平台按合同约定时点准时发放、核销消费券；

②消费券结余资金按合同约定及时退回。

（2）效益目标

社会效益指标：

达到对冲新冠疫情影响，繁荣商贸流通市场，提振消费信心等社会效益。

经济效益指标：

预计带动住宿餐饮、零售等行业的消费热情同时促进消费增长且效果显著。

社会公众及服务对象满意度指标：

社会公众满意度达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. 绩效评价的目的

财政支出绩效评价旨在通过评价，改善预算部门的财政支出管理，优化资源配置及提高公共服务水平。本次绩效评价按照《财政部关于贯彻落实<中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见>的通知》（财预〔2018〕167号）和《中共山西省委 山西省人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（晋发〔2018〕39号）关于“全面实施预算绩效管理”的要求,根据《中共朔州市委 朔州市人民政府关于全面实施预算

绩效管理的实施办法》（朔发〔2020〕9号）、《朔州市市级项目支出绩效评价管理办法》（朔财绩〔2021〕5号）、《朔州市财政局关于印发〈2021年度财政重点绩效评价实施方案〉的通知》（朔财绩〔2021〕9号）客观、全面、公正地评价2020年朔州市第一、二批电子消费券项目在资金决策、资金管理和使用情况、项目组织实施开展情况，总结该项目实施中，在项目决策、资金落实、业务管理、财务管理、产生的效益以及保证项目有效实施，按期完成目标任务过程中主要经验做法和存在的问题，分析相关问题，并提出资金管理与使用绩效改善等方面的相关改进措施与政策建议。

2. 绩效评价的对象和范围

（1）评价对象

本次绩效评价对象为2020年朔州市第一、二批电子消费券项目专项资金2700万元。

（2）评价范围

本次绩效评价的范围是朔州市第一、二批电子消费券的发放及使用情况以及产生的社会、经济效益。

3. 绩效评价基准日

根据资金拨付进度要求、项目绩效显现、上级考核时间等因素，综合确定本次绩效评价基准日为2021年11月30日。

4. 绩效评价依据

绩效评价依据包括但不限于：

（1）《中华人民共和国预算法》（主席令第12号）；

（2）《中华人民共和国预算法实施条例》（国务院令第186号）；

（3）《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）；

（4）《财政部关于贯彻落实<中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见>的通知》（财预〔2018〕167号）；

（5）《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）；

（6）《中共山西省委 山西省人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（晋发〔2018〕39号）；

（7）《中共朔州市委 朔州市人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施办法》（朔发〔2020〕9号）；

（8）《朔州市市级项目支出绩效评价管理办法》（朔财绩〔2021〕5号）；

（9）《朔州市财政局关于印发〈2021年度财政重点绩效评价实施方案〉的通知》（朔财绩〔2021〕9号）

（二）绩效评价原则及方法

1. 绩效评价原则

此次绩效评价遵循“科学公正、统筹兼顾、激励约束、公开透明”，秉承相关性、重要性、可比性、系统性和经济性原则，科学设置评价指标体系，设计指标首选量化指标，对无法

量化的指标采取定性的方式，全面掌握项目管理和实施情况，真实、客观、公正评价财政支出的经济性、效率性和公平性。

科学公正：本次评价将严格执行国家、省、市相关文件等文件要求，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。

统筹兼顾：本次评价统筹兼顾项目各利益相关方，统筹兼顾与项目支出的绩效分析评价，统筹兼顾决策、过程、产出、效益四个方面的情况。

激励约束：在绩效评价过程中，严格规范各项工作的各个环节，更好地完成本次绩效评价任务，为财政部门制定和完善“激励约束”原则的预算安排提供参考依据。

公开透明：本次评价的全过程公开透明，在本次评价过程中，保证评价结果客观公正，并积极接受社会公开监督。

2. 绩效评价方法

本次绩效评价拟采用定性评价与定量评价相结合方法，以核实项目资料及实现的工作成果，工作效率提高情况等，以访谈、问卷调查为基础，综合应用对比分析，合理选用比较法、因素分析法、公众评判法，对项目进行评价。从决策、过程、产出、效益四个维度对财政资金使用管理的经济性、效率性、效益性和公平性进行综合评价。

（1）比较法

比较法，是指通过对绩效目标与项目实施效果、历史与当

期情况、不同地区同类支出的比较，综合分析绩效目标实现程度。本次绩效评价主要通过该项目立项时制定的绩效总目标和分项目标与项目实施后的产出、效果相比较，以综合分析绩效目标的实现程度。

（2）因素分析法

因素分析法，是指通过综合分析影响绩效目标实现、实施效果的内外因素，计算投入产出比的方法。本次绩效评价主要从项目立项、资金落实、业务管理、财务管理、产出情况、项目效益等因素进行分析评价。

（3）综合指数评价法

综合指数评价法，是指把各项绩效指标的实际水平，对照评价标准值，分别计算各项指标评价得分，再按照设定的各项指标权数计算出综合评价得分，分析评价绩效目标实现情况的评价方法。本次绩效评价根据评价标准计算得出各项三级指标得分，经过汇总得出综合评价分值。

（4）公众评判法

公众评判法，是指通过第三方评价资质单位做评价、向政府相关负责人、项目负责人和受益群众发放问卷及现场调查等，对项目实施后，所呈现的经济、社会效益进行评判，评价绩效目标实现程度。本次绩效评价工作，将主要通过聘用第三方评价资质单位对电子消费券决策、管理、产出及效益方面进行综合判断与分析，并根据设定的评价指标，对项目进行定性和定

量分析。同时向政务服务中心相关负责人、软件操作人员和受益群众发放调查问卷，进一步了解项目实施效果，及其对项目实施后的整体满意程度。

（三）绩效评价指标体系

1. 指标设计思路

根据国家与山西省绩效评价文件的要求，按照“决策-过程-产出-效益”的逻辑思路对绩效目标进行分解，参考匹配性与适应性原则，结合计划标准、历史标准等制定指标的目标值，形成2020年朔州市第一、二批电子消费券项目绩效评价指标体系，包括决策、过程、产出、效益4大类别、11个二级指标、20个三级指标。

2. 指标评价体系

（1）指标体系框架说明

指标体系由4项一级指标、10项二级指标、19项三级指标构成。数据主要来源于政策文件、财经法规、定性、定量分析、材料核查、访谈、座谈、问卷调查等。

决策：占权重分20分，从项目立项、绩效目标、资金投入三个方面考察立项依据充分性、立项程序规范性、绩效目标合理性、绩效指标明确性、以及预算编制科学性、资金分配合理性。

过程：占权重分20分，从资金管理、组织实施两个角度考察项目资金到位率、预算执行率、资金使用合规性、管理制度

健全性、制度执行有效性、项目监控规范性。

产出：占权重分30分，用于考察专项资金投入使用后，项目产出的数量目标、时效目标、质量目标实现程度。

效益：占权重分30分，用于综合评估项目产生的经济效益、社会效益、社会公众满意度等情况。

（2）指标解释

权重

指标体系表中各指标的权重分值，根据各指标对专项资金管理与绩效目标实现的重要性，参考相关专家意见确定。

评分细则

各指标评分细则依据效益、效率和效应原则，参考计划标准、行业标准、历史标准等制定。

各指标评分细则依据效益、效率和效应原则，参考计划标准、行业标准、历史标准等制定。

参考《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）并综合考虑评价项目的专项个性特征，本项目绩效评价指标体系具体指标定义、评分细则见附件1。

3. 评价体系等级

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），本次绩效评价结果等级划分标准详见表2-1所示：

表 2-1　评价结果等级划分标准

分值范围	结果等级
100≥X≥90	优
90＞X≥80	良
80＞X≥60	中
X＜60	差

（四）绩效评价工作过程

1.评价组织及人员分工

根据本项目的特点，评价组设置 6 人，设组长 2 名，组员 4 名。评价组主要负责现场勘察，包括查阅收集相关的制度文件、财务资料等，开展问卷调查，撰写绩效评价工作方案和绩效评价报告等工作。具体人员及分工见表 1-1。

表 1-1 评价组工作人员分工表

职务	姓名	执业资格	职责分工
组长	王东燕	注册会计师	负责协调绩效评价整体工作
组长	廉怀更	注册会计师	负责绩效评价工作方案和报告审核工作
组员	王伟	中级会计师	负责实施方案和绩效评价报告的撰写、问卷调查、访谈、现场核实。负责评价资料的整理归档
组员	王涛	初级绩效评价师	负责本次绩效评工作的现场勘查及相关资料收集
组员	张微	初级绩效评价师	负责本次绩效评工作的现场勘查及相关资料收集
组员	郭李	初级绩效评价师	负责绩效评价报告的校对、问卷调查、现场核实

2. 工作计划安排

根据相关文件精神和朔州市财政局的总体要求，明确评价目的和工作思路，联系被评价的主管单位和项目实施单位开展实地调研考察工作。根据评价的具体要求，编制评价指标体系、评分标准和评价等级，撰写评价实施方案，形成实施方案初稿，经过专家评审后进行修改定稿。定稿后按实施方案组织现场实施，并撰写绩效评价报告。

为保证科学合理地安排绩效评价工作，保证绩效评价工作按时完成，特制定绩效评价进度表，详见下表2-4所示：

表2-4　项目实施进度安排表

阶段	工作内容	预计起止时间	备注
前期调研	政策背景、项目基本情况调研	11月16日-11月18日	嘉禾信
	评估目的沟通	11月16日-11月18日	嘉禾信
启动阶段	拟定工作方案、研制评估指标体系	11月19日-11月22日	嘉禾信
	方案评审、讨论修改并确认	11月23日-11月28日	嘉禾信
	完善考察方案，对各部门发放考察通知，准备或提交相关资料	11月23日-11月28日	嘉禾信
考察阶段	考察准备情况确认、有关资料汇总，评价组考察前就考察流程、有关问题集中与预算部门集中交流	11月29日-12月3日	财政局预算部门、实施单位、嘉禾信
	开展实地考察	11月29日-12月3日	嘉禾信
评价阶段	调研数据统计分析	12月4 日-12月7日	嘉禾信
	指标评分	12月4 日-12月7日	嘉禾信

阶段	工作内容	预计起止时间	备注
	总报告撰写	12月7 日-12月9日	嘉禾信
论 证 阶 段	报告评审、意见征询与反馈	12月10 日-12月20日	财政局
	报告修改定稿	12月21日-12月25日	财政局、嘉禾信

三、综合评价情况及评价结论（附相关评分表）

根据决策类、过程类、产出类、效益类三级指标分析得分情况，决策类指标得15.5分、过程类指标得19分、产出类指标得26.99分、效益类指标得30分，经汇总计算，本次评价涉及四项一级指标总得分91.49分。得分情况如下表：

表3-1　项目得分情况表

一级指标	权重	得分	得分率
A决策	20	15.5	77.5%
B过程	20	19	95%
C产出	30	26.99	89.97%
D效益	30	30	100%
合 计	100	91.49	91.49%

依据项目基础信息统计，结合现场调查结果，按照评价指标体系，2020年朔州市第一、二批电子消费券项目支出绩效评价综合得分91.49分，绩效评价等级为优。评价组认为，朔州市商务局实施过程管理方面较为规范，项目实施和专项资金的落实较及时，完成了一定的工作量，项目实施效果显著。但存在年初未编制预算，

资金分配欠合理，资金使用率较低，结余资金返还不及时的问题。需要今后进一步加大宣传，加强资金管理。

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况

决策类指标主要从政策设立、绩效目标、资金投入三个方面考察政策设立的必要性、政策设立依据的充分性、绩效目标合理性、绩效指标明确性、以及预算编制科学性、资金分配合理性。决策类指标权重分共20分，实际得分为15.5分，项目决策情况绩效为良。指标得分情况如表4-1所示：

表4-1　决策类指标得分情况表

二级指标	三级指标	权重	得分	得分率
A1政策设立	A11政策设立的必要性	6	6	100%
	A12政策设立依据的充分性	4	4	100%
A2 绩效目标	A21绩效目标合理性	2	2	100%
	A22绩效指标明确性	2	2	100%
A3 资金投入	A31预算编制科学性	3	0	0%
	A32资金分配合理率	3	1.5	50%
合 计		20	15.5	77.5%

A11政策设立的必要性：该指标主要考核项目立项是否符合国家相关法律法规；是否符合宏观经济背景下对冲新冠疫情影响，繁荣商贸流通市场的相关要求，是否符合朔州市社会经济发展目标，是否属于公共财政支持范围。新冠肺炎疫情发生后，消费需求被部

分冻结，消费券的发放，有利于激活处在休眠期的消费，在较短时期内激活消费市场，成为一种“催化剂”，在一定程度上提振消费信心，让消费先热起来，进而带动整个经济链条的复苏。因此该项目符合国家、山西省相关法律法规要求，符合宏观经济背景下对冲新冠疫情影响，繁荣商贸流通市场的相关要求，与朔州市社会经济发展目标一致，属于公共财政支持范围。根据评分标准，该指标满分6分，得6分。

A12政策设立依据的充分性：该指标主要考核项目申请、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。为了贯彻落实《山西省人民政府办公厅关于印发加快促进服务业恢复稳定增长若干措施的通知》（晋政办发电〔2020〕45号）精神，遵照省委第21次专题会议暨省疫情防控工作领导小组会议和市疫情防控工作指挥部专题会议精神和《2020年山西省消费券发放总体方案》（晋商流通函〔2020〕337号）相关指导要求，由朔州市商务局向市政府提出请示，批准后上报活动方案，方案明确了项目实施的内容；需要合作单位；参与商家范围；成立活动领导小组，明确各部门工作职责等，并经市政府批办。项目设立依据充分，程序规范。根据评分标准，该指标满分4分，得4分。

A21绩效目标合理性：该指标主要考察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。经现场核查相关资料，项目绩效目标为：提振消费信心，促进消费回暖，促进全市经济快速复苏，带动住宿

餐饮、文娱旅游等行业增加销售收入。项目绩效目标符合政策要求，绩效目标设置合理，根据评分标准，该项满分2分，得2分。

A22绩效指标明确性：该指标主要考核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。经现场核查资料，并与实施单位梳理绩效总目标和分项目标，项目绩效分项目标指标值明确，与项目目标任务相对应。绩效分项指标清晰、明确。根据评价标准，该项满分2分，得2分。

A31预算编制科学性：该指标主要考核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。经现场核查，因为新冠疫情发生的突然，消费券是政府推出的应急举措，所以市商务局年初没有编制这方面的预算。根据评价标准，该项满分3分，扣3分，得0分。

A32资金分配合理率：该指标主要考察项目预算资金分配是否有测算依据，与单位实际是否相适应，用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性情况。经现场核查，第二次消费券资金的分配是依据山西省商务厅、山西省财政厅《2020年山西省消费券发放总体方案》（晋商流通函〔2020〕337号）进行分配的，第一次消费券资金分配无依据；第一批消费券核销率87.23%，第二批消费券核销率75.30%，第二批消费券核销率未达到80%，资金分配额度欠合理，根据评价标准，该项满分3分，扣1.5分，得1.5

分。

（二）项目过程情况

过程类指标主要从资金管理、组织实施两个角度考察项目资金到位率、补贴资金发放工作保障率、资金使用合规性、管理制度健全性、制度执行有效性、项目监控措施。过程类指标权重共20分，实际得分为19分，项目过程情况绩效为优。指标得分情况如表4-2所示：

表4-2　过程类指标得分情况表

二级指标	三级指标	权重	得分	得分率
B1资金管理	B11资金到位率	3	3	100%
	B12 补贴资金发放工作保障率	3	3	100%
	B13 资金使用规范性	4	4	100%
B2 组织实施	B21 管理制度健全性	4	4	100%
	B22 制度执行有效性	3	3	100%
	B23 项目监控措施	3	2	66.67%
合 计		20	19	95%

B11资金到位率：该指标考核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。根据现场核查结果，第一批电子消费券的活动时间为2020年5月1日至5月31日，2020年4月28日朔州市财政局将1000万元付给中国银联股份有限公司，第二批电子消费券的活动时间为2020年10月至12月，朔州市财政局分别于2020年10月23日11月23日将

1000万元、500万元、200万元付给支付宝（中国）网络技术有限公司。资金到位率100%。根据评价标准，该项满分2分，得2分。

B12 补贴资金发放工作保障率：该指标考核项目预算资金是否按照计划发放，用以反映或考核项目资金发放情况。根据现场核查资料，第一、二批电子消费券资金均分两轮进行发放，各批资金第三方平台均以电子消费券的形式全额发放，发放工作保障率=消费券实际发放金额/财政拨付资金*100%=100%，根据评价标准，该项满分3分，得3分。

B13 资金使用规范性：该指标分析评价项目实施单位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。根据现场查看支付凭证，资金支付能够按照专项资金管理办法的规定执行，资金支付审批流程完整，经单位分管领导、财务负责人、部门负责人、经办人员签字，按照合同约定的付款节点申请款项支付。评价组在现场核查过程中未发现虚列项目支出、挪用资金的情况。根据评分标准，该项满分4分，得4分。

B21 管理制度健全性：该指标考核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。经现场核查，市商务局对每批电子消费券的发放均制定了活动方案并报市政府审批后执行,针对发放活动成立了领导小组，明确了各部门的工作职责。根据评价标准，该项满分4分，得4分。

B22 制度执行有效性：该指标考核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。经现场核查，市商务局在项目实施过程中，对所制定的活动方案，严格执行、按要求完成合同中的各项事宜。根据评分标准，该项满分4分，得4分。

B23项目监控措施：该指标考核项目实施单位是否采取了相应的项目服务质量指导、监督、考核等控制措施，用以反映和考核对财政资金使用的监督情况。经现场核查，活动前市商务局精心筛选了优质商户参与活动，参与行业覆盖广，从源头上确保了参与商户的可靠性、可选择性；经过综合考量，选定了银联云闪付、支付宝平台，既保证了消费者能够公平参与，又能够从后台及时了解活动的各项统计数据，给消费者带来良好的消费体验的同时确保了政府专项资金的精准投放和安全监管。活动结束后，市商务局能够督促平台及时出具分析报告及资金结算报告，但是活动期间对参与各方未执行有力监管，不能做到从源头杜绝虚假交易，骗取、套取补贴资金的情况发生。据评分标准，该项满分3分，扣1分，得2分。

（三）项目产出情况

产出类指标主要从消费券领取率、补贴资金拨付发放及时性、结余资金退回及时性、资金使用合规性、消费券核销率5个指标考察该项目产出数量、产出时效、产出质量指标达标情况。产出类指标权重分共30分，实际得分26.99分，项目产出情况绩效为良。指标得分情况如表4-3所示：

表 4-3 产出类指标得分情况表

二级指标	三级指标	权重	得分	得分率
C1 产出数量	C11 消费券领取率	10	10	100%
C2 产出时效	C21 补贴资金拨付发放及时性	6	6	100%
	C22 结余资金退回及时性	4	2	50%
C3 产出质量	C31 资金使用合规性	5	5	100%
	C32 消费券核销率	5	3.99	79.8%
合 计		30	26.99	89.97%

C11 消费券领取率：该指标考核项目实施的实际产出数与计划产出数的比率，用以反映和考核项目产出数量目标的实现程度。第一、二批电子消费券的发放市商务局分别组织“振兴消费·乐购朔州”、“晋情来消费---朔州活动站”两次活动，第一批消费券通过云闪付平台投放 1000 万元，第二批消费券通过支付宝平台投放 2700 万元，据平台报回的统计数据显示，于每次活动结束日前，消费券均全部领取。消费券领取率 100%，根据评价标准该项满分 10 分，得 10 分。

C21 补贴资金拨付发放及时性：该指标考核，补贴资金及时拨付，消费券的发放按合同约定时点准时发放、核销。经现场核查，朔州市财政局按合同约定分批及时拨付资金至第三方发放平台，第三方发放平台按合同约定在活动期间每日准点发放，确保市民及时领取。按照评分标准，该项满分 6 分，得 6 分。

C22 结余资金退回及时性：该指标考核结余资金按合同约定及

时退回情况。经评价组现场核查，第一批电子消费券的发放于5月20日结束，中国银联山西分公司（云闪付）于5月28日出具了核销情况汇总表，8月21日市商务局将结余资金127.67万元退回财政局，超过合同约定结余资金退回时限。第二批电子消费券发放于12月2日结束，12月26日市商务局将结余资金419.86万元退回财政局，在合同约定退回时限内。第一批电子消费券结余资金退回不及时，结余资金退回及时率50%。根据评分标准，该项满分4分，扣2分，得2分。

C31资金使用合规性：该指标考核评价项目资金使用是否合规。经现场核查资料，第一、二批电子消费券资金均按规定用途使用。根据评价标准，该项满分5分，得5分。

C32消费券核销率：该指标考核评价项目资金实际使用率。经现场核查资料，第一批电子消费券活动资金市财政拨付1000万元，实际核销即政府补贴资金872.32万元，第二批电子消费券活动资金省财政拨付1200万元，市财政拨付500万元，实际核销即政府补贴资金1280.15万元，两批电子消费券发放活动消费券率核销率=实际支出资金/实际到位资金*100%=2152.47/2700*100%=79.72%。根据评价标准，该项满分5分，扣1.01分，得3.99分。

（四）项目效益情况

效益类指标主要从社会效益、经济效益、服务对象满意度3个指标考察该项目效益指标达标情况。效益类指标权重分共30分，

实际得分30分，项目效益情况绩效为优。指标得分情况如表4-4所示：

表4-4 效益类指标得分情况表

二级指标	三级指标	权重	得分	得分率
D1 社会效益	D11提振消费信心，促进消费增长	10	10	100%
D2 经济效益	D21带动住宿餐饮、零售等行业增加销售收入	10	10	100%
D3 服务对象满意度	D31商户满意度	5	5	100%
	D32社会群众满意度	5	5	100%
合 计		30	30	100%

D11提振消费信心，促进消费增长：该指标考核通过电子消费券的发放所产生的社会效益。新冠疫情以来我市各行各业消费低迷，本次消费券的发放大大的提振了广大市民的消费信心，促进消费回补和潜能释放，让城市生活尽快的恢复了生机活力，通过市场走访与观察，可以明显看到消费回暖的趋势，根据评分标准，该项满分10分，得10分。

D21带动住宿餐饮、零售等行业增加销售收入：该指标考核通过电子消费券的发放对餐饮、商超、居民服务等服务行业经济的带动效应。新冠疫情以来发展前景良好的服务行业经济形势一度降至冰点，为支持零售、餐饮消费，释放消费潜力，政府采取发放消费券的方式来刺激消费，帮助其渡过难关。两次消费券发放共投入资金2700万元，共产生消费订单341950笔，实际核销2152.46万元，带动消费12810.86万元，拉动效应5.95倍，拉动消费杠杆效应明

显。根据评分标准，该项满分10分，得10分。

D31商户满意度：该指标考核商户对电子消费券发放经济效益的满意度，本次评价发放商户满意度调查问卷50份，收回有效调查问卷50份，其中认为效果很大40份，认为效果较大5份，根据评价标准，该项满分5分，得5分。

D32社会群众满意度：该指标考核社会群众对消费券的领取、使用、使用时效及使用范围的满意度。本次评价发放社会公众满意度调查问卷110份，收回有效调查问卷100份，其中90分以上100份。根据评价标准，该项满分5分，得5分。

五、项目主要绩效及经验做法

（一）高效推进项目有序实施

因电子消费券项目前期经验的空白，市商务局最先对本市的消费需求及主流消费行业做了调研，再结合市财政局拨付的专项资金金额及预期对我市经济的带动效应，在使用方法上做了针对我市消费能力的活动方案。在项目实施之初对参与消费券活动商家及平台给与严格把关，使消费者获取电子消费券较易，为电子消费券的后期使用提供保证。在项目实施阶段能积极配合活动参与各方，使活动能够有序进行。

（二）消费券设计上综合考虑、因地制宜

从我国其他率先使用电子消费券地区的经验看，使用消费券是特殊时期的特殊政策，由于其作用时间短，起效快，实施后存在时滞的“效果真空期”。市商务局为使电子消费券的短期拉动作用与

长期政策生效之间实现衔接，更有效遏制经济下滑趋势、保持经济平稳，结合我市实际消费现状，因地制宜对消费券设计进行了综合考虑，做出了针对我市经济市场的电子消费券活动方案。

六、项目实施及管理过程中存在的问题及原因分析

（一）预算编制不到位

因本次电子消费券专项资金是在新冠肺炎疫情防控的特殊背景下设立的，没有相关的预算编制基础及依据，市商务局未编制预算。

（二）对电子消费券使用过程的监管力度不够

在活动开展过程中，市商务局缺乏对电子消费券使用的监管，这样会造成一些虚假交易套取、骗取补贴的乱象，使政府撬动消费的初衷也打了折扣，背离了民生的期待。

（三）电子消费券核销率偏低

经统计数据显示本次电子消费券活动核销率为79.72%，与同期其他城市同类活动的消费券核销率85%相比，核销率偏低，影响了拉动消费的预期效果。

七、下一步改进意见及政策建议

（一）科学合理编制预算

建议建立特殊预算编制机制，必要时聘请专家进行充分研究、论证，科学合理制定预算，确保对预算编制的科学性和准确性。

（二）加大对电子消费券使用过程的监管力度

由于电子消费券具有准现金的作用，政府应加强对消费券发放、

使用、核销及退回的管理，对发放资金来源、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。

（三）调整消费券相关使用规则，增加消费券核销率

本次消费券领取率达100%，但核销率仅为79.72%，主要是由于电子消费券使用时限较短、使用范围有限及使用操作较复杂。建议在使用规则上可以做一些优化并积极摸排优质企业扩大消费券可用商家名单，提升“精准度”，使民众真正得到实惠。

八、绩效评价结果应用建议

（一）建议朔州市财政局将本次专项资金绩效评价情况、绩效评价结果、经验做法、问题和建议及时反馈给朔州市商务局，为其进一步改进专项资金的使用效益及使用效果提供参考。

（二)建议朔州市商务局就专项资金后续使用情况和朔州市财政局进行沟通，有效解决本次资金使用过程中出现的问题，明确后续资金使用，应完成的绩效目标，保障资金的安全。

（三）建议朔州市财政局在一定范围内公开评价结果，增强各级财政部门、主管部门、项目单位及社会各界对绩效评价工作的认识，提高社会公众对绩效管理的知晓度和满意度。

附件

1、评价指标评分体系

2、受益对象满意度调查报告

3、满意度调查问卷

附件 1

2020 年朔州市第一、二批电子消费券项目支出绩效评价指标评分体系

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准	得分	扣分原因
A 决策（20）	A1 政策设立（10）	A11 政策设立的必要性（6）	①消费券政策设立符合宏观经济背景下对冲新冠疫情影响，繁荣商贸流通市场的相关要求，得 2 分； ②消费券政策符合朔州市社会经济发展目标，得 2 分； ③项目属于财政资金支持范围，得 2 分；	6	
		A12 政策设立依据的充分性（4）	①消费券政策符合中央促进经济计划及相关政策的为 1 分，符合山西省政府、朔州市政府决策部署的为 1 分； ②审批文件、材料是否符合相关要求，得 1 分； ③事前已经过集体决策，得 1 分。	4	
	A2 绩效目标（4）	A21 绩效目标合理性（2）	①项目有绩效目标，得 0.5 分； ②项目绩效目标与实际工作内容具有相关性，得 0.5 分； ③项目预期产出效益和效果符合正常的业绩水平，得 0.5 分； ④与预算确定的项目资金量相匹配，得 0.5 分。	2	

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准	得分	扣分原因
		A22 绩效指标明确性（2）	①将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标，得 1 分； ②通过清晰、可衡量的指标值予以体现，得 0.5 分； ③与项目目标任务数或计划数相对应，得 0.5 分。	2	
	A3 资金投入（6）	A31 预算编制科学性（3）	①预算编制经过科学论证，得 1 分； ②预算内容与项目内容匹配，得 1 分； ③预算额度测算依据充分，按照标准编制，得 0.5 分； ④预算确定的项目资金量与工作任务相匹配，得 0.5 分。	0	本次项目无预算，扣 3 分
		A32 资金分配合理率（3）	①资金分配依据充分，得 1.5 分； ②资金分配额度合理，与项目实际需要相适应，得 1.5 分。	1.5	第一次消费券资金分配无依据，扣 0.75 分，消费券核销率低，资金分配额度欠合理，扣 0.75 分
B 过程（20）	B1 资金管理（10）	B11 资金到位情况（3）	①资金到位率=(实际到位资金/应到位资金)=100% ②专项资金按预算全额拨付得满分； ③资金拨付不到位对专项实施造成影响得零分。	3	

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准	得分	扣分原因
		B12 补贴资金发放工作保障率（3）	①发放工作保障率=消费券实际发放金额/财政拨付资金=100%，得 3 分 ②消费券保障率=60%-100%之间按比例得分； ③消费券保障率<60%的不得分。。	3	
		B13 资金使用合规性（4）	①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，得 2 分； ②资金的拨付有完整的审批程序和手续，得 1 分； ③符合项目预算批复和合同规定的用途，得 1 分； ④是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。本项作为一票否决项，如发现资金违规使用（或经相关部门审计、审查被通报存在资金使用问题）该项不得分。	4	
	B2 组织实施（10）	B21 管理制度健全性（4）	①已制定或具有相应的财务和业务管理制度，得 2 分； ②财务和业务管理制度合法、合规、完整，得 2 分。	4	

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准	得分	扣分原因
		B22 制度执行有效性（3）	①遵守各项管理制度的规定，得 1 分； ②项目支出审核签批手续完备，得 1 分； ③项目档案资料齐全并及时归档，得 1 分。	3	
		B23 项目监控措施（3）	①活动前甄选支付平台，优选参与活动商户，得 1 分； ②活动期间对参与各方进行监管，防止虚假交易，骗取、套取补贴资金，得 1 分； ③活动结束后，督促平台及时出具分析报告及资金结算报告，得 1 分。	2	未在活动期间做出有力监管扣 1 分
C 产出（30）	C1 产出数量（10）	C11 消费券领取率（10）	①领取率=实际领取消费券数量/消费券投放数量=100%，得 10 分； ②消费券领取率在 60%-100%之间按比例得分。 ③消费券领取率<60%的不得分。	10	

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准	得分	扣分原因
	C2 产出时效（10）	C21 补贴资金拨付发放及时（6）	①补贴资金及时拨付，得 2 分。 ②消费券按合同约定时点准时发放、核销，得 4 分； ③补贴资金未及时发放、消费券在合同约定的时间内未准时发放、核销，不得分。	6	
		C22 结余资金退回及时性（4）	①结余资金及时退回，得 4 分； ②结余资金未及时退回不得分。	2	第一批消费券活动 5 月 30 日结束，结余资金 8 月 21 日退回财政，退回不及时，扣 2 分
	C3 产出质量（10）	C31 资金使用合规性（5）	①资金使用合规，得 5 分； ②资金使用不合格不得分	5	
		C32 消费券率核销率（5）	①消费券率核销率=（实际支出资金/实际到位资金）=100%，得 5 分 ②消费券率核销率=60%-100%之间按比例得分； ③消费券率核销率<60%的不得分； ④消费券率核销率在 60%-100%之间按比例得分。	3.99	消费券率核销率为 79.72%扣 1.01 分

一级指标	二级指标	三级指标	评价标准	得分	扣分原因
D 效益（30）	D1 社会效益（10）	D11 提振消费信心，促进消费增长（10）	①达到对冲新冠疫情的影响，繁荣商贸流通市场，提振了消费信心，得 10 分。	10	
	D2 经济效益（10）	D21 带动住宿餐饮、零售等行业增加销售收入（10）	①住宿餐饮、零售行业销售收入增长达到 0.88-1.1 亿元，得 10 分	10	
	D3 服务对象满意度指标（10）	D31 商户满意度	满意度在 90%及以上得满分，每下降 1%扣权重分 10%，扣完为止。	5	
		D32 社会群众满意度	满意度在 90%及以上得满分，每下降 1%扣权重分 10%，扣完为止。	5	
合计				92.99	

备注：1、评价实行百分制，按照综合评分分级：综合评分 90 分（含）以上的为“优”，80 分（含）-89 分的为“良”，60 分（含）-79 分的为“中”，60 分以下的为“差”；

2、本表适用于 2020 年朔州市第一、二批电子消费券项目支出绩效评价体系评分。

附件2-1

2020年朔州市电子消费券商家满意度调查报告

一、调查目的

满意度调查作为绩效评价中非常重要的环节，是对过去工作成果的最直观呈现，为了解2020年电子消费券的投放效益及项目实施必要性、项目执行规范性、项目实施后效果的满意程度，特展开本次针对商家的满意度调查问卷，为绩效评价工作满意度调查提供数据支持。

二、调查对象及范围

本次社会调查对象为电子消费券参与活动商家。

三、调查时间

2021年11月29日至2021年12月3日。

四、调查内容

（一）基础信息

对电子消费券参与活动商家满意度调查问卷基础信息包括：经营行业。

（二）满意度

电子消费券参与活动商家满意度调查问卷，满意度调查内容包括：本次活动对商铺销售收入的增长比例；与平台沟通畅通满意程度；对消费券使用时限的满意程度。

（三）对于本次活动的意见或建议

电子消费券参与活动商家满意度调查问卷，对此次项目的意见和建议内容包括:对电子消费券投放使用过程中存在哪些弊端；认为我市电子消费券发放活动有哪些需要改进的地方。

（四）评价

电子消费券参与活动商家满意度调查问卷，对此次项目的评价内容包括:本次投放电子消费券对拉动我市经济增长的效果。

五、调查方法

采取对电子消费券参与活动商家随机发放答问卷调查的方式进行调查。

（一）问卷设计（见附件3-1）。

（二）问卷抽样调查。

本次调查的样本规模为：向电子消费券参与活动商家，发放满意度调查问卷，共计发放商家满意度调查问卷50份。本次问卷调查采用无记名方式，通过现场随机发放满意度调查问卷。

在统计调查结果时，对于调查对象在基础信息部分填制的结果导致满意度调查不真实的，以及满意度部分未填写、漏答、重复填制的，判断为无效问卷。本次调查，仅对有效问卷进行统计。

（三）调查数量

此次调查发放问卷50份，回收问卷50份，有效问卷50份，回收问卷的填写者均为参与此次活动的商家，样本具有一定代表性。

六、调查结果

（一）基础信息

本次问卷调查涉及零售、商超、家电、建材、服务业等行业。

（二）满意度

经过对回收问卷整理汇总分析，得出本次活动对参与活动商家增长销售收入均有一定效果，其中销售收入增长比例为20%以下占比 4%,销售收入增长比例为20%-40%占比 64%，销售收入增长比例为40%-60%占比 20%，销售收入增长比例为60%-80%占比 10%，销售收入增长比例为80%以上占比2 %。活动期间商家与平台的沟通基本顺畅，其中沟通达到顺畅的占比70%，沟通达到基本顺畅的占比24%，沟通不顺畅的占比6%。参与活动商家对消费券的使用时限基本满意，其中认为使用时限刚刚好的占比56%，认为使用时限应稍微延长的占比24%，认为不应设置使用时限的占比10%，认为使用时限无所谓的占比10%。

（三）意见和建议

经过对回收问卷中意见和建议进行整理汇总，提出对电子消费券投放使用过程中存在适用范围有限、老年人操作使用不便等意见，提出了优化消费券申领流程、邀请更多商家参与进来互动以扩大消费券适用范围等建议。

（四）评价

经过对回收问卷中评价内容进行整理汇总，参与活动商户普遍认为此次活动对我市提振消费拉动经济增长的效果较大，形成了现

实消费力起到了帮扶企业的效果。

七、调查结果分析

通过调查问卷了解到：此次消费券参与活动商家对活动效果满意度较高，消费券的发放对销售收入的增长作用明显，尤其对零售、商超、服务业等行业起到了四两拨千金的市场拉动作用。商家对此次消费券活动都表现出了支持欢迎态度，活动以来带动消费效果明显，收获商家一致好评。但在消费券使用操作上还可以做一些优化，使用更简单直接的方式来刺激消费同时应邀请更多的商家参与进来从而提高消费券的适用性，为商家疫后重生营造良好的外部环境。

附件2-2

2020年朔州市电子消费券消费者满意度调查报告

一、调查目的

满意度调查作为绩效评价中非常重要的环节，是对过去工作成果的最直观评判，为了解2020年电子消费券的投放使用情况，及消费者的参与度、项目执行规范性、项目实施后消费者的满意程度，特展开本次针对消费者的满意度调查问卷，为绩效评价工作满意度调查提供数据支持。

二、调查对象及范围

本次社会调查对象为消费者。

三、调查时间

2021年11月29日至2021年12月3日。

四、调查内容

（一）基础信息

电子消费券消费者满意度调查问卷的基础信息包括：性别；年龄；文化程度；了解消费券活动的渠道；在哪些方面使用消费券；两次活动使用消费券的金额；为使用消费券每次凑单额外支出金额。

（二）满意度

电子消费券消费者满意度调查问卷，满意度调查内容包括：对电子消费券获取流程满意程度；对电子消费券使用时限满意程度；对电子消费券可用商家提示明显的满意程度。

（三）对于本次活动的意见或建议

电子消费券消费者满意度调查问卷，对此次项目的意见和建议内容包括:对电子消费券投放使用过程中存在哪些弊端；认为我市电子消费券发放活动有哪些需要改进的地方。

（四）评价

电子消费券消费者满意度调查问卷，对此次项目的评价内容包括:本次投放电子消费券对消费者个人的影响。

五、调查方法

采取对电子消费券活动参与商超、店铺内的消费者随机发放答问卷的方式进行调查。

（一）问卷设计（见附件3-2）。

（二）问卷抽样调查。

本次调查的样本规模为：向消费者发放满意度调查问卷，共计发放消费者满意度调查问卷110份。本次问卷调查采用无记名方式，通过现场随机发放满意度调查问卷。

在统计调查结果时，对于调查对象在基础信息部分填制的结果导致满意度调查不真实的，以及满意度部分未填写、漏答、重复填制的，判断为无效问卷。本次调查，仅对有效问卷进行统计。

（三）调查数量

此次调查发放问卷110份，回收问卷110份，有效问卷100份，从被调查的基本信息来看，样本中有三分之二左右是女性；年龄上，21-40岁的占到58%；学历方面，高中以上学历的占到65%。因此，

被调查的样本大都为主要消费群体，能客观反映目前终端消费者的实际情况。

六、调查结果

（一）基础信息

本次问卷调查涉及不同年龄段不同性别不同学历的消费群体，来降低不同人群消费习惯的差异性。经过对回收问卷，进行整理汇总分析，可以看出消费者了解活动大都通过政府宣传、亲友分享、商家分享等渠道；消费券主要在汽车加油、餐饮、家具家电、日用百货等方面使用；近一个月，使用消费券金额最多区间为50-100元；为使用电子消费券凑单额外支出金额最多区间为20-40元。

（二）满意度

经过对回收问卷，进行整理汇总分析，得出本次活动消费者对获取电子消费券渠道多数表示满意，其中认为获取流程满意占比85%,认为获取流程操作过于复杂占比7%，认为获取流程抢不到占比5%，认为获取流程无所谓占比3%；消费者对电子消费券使用时限基本满意，其中认为使用时限刚刚好的占比68%，认为使用时限应稍微延长的占比16%，认为不应设置使用时限的占比7%，认为使用时限无所谓的占比9%；消费者对于消费券可用商家提示明显程度表示还可以，其中表示提示明显占比40%，表示提示还可以占比55%，表示提示不明显占比5%.

（三）意见和建议

经过对回收问卷中意见和建议进行整理汇总，提出电子消费券发放数量及金额有限、适用范围有限、老年人等操作使用不便等意见，提出了加大消费券发放量、优化消费券申领流程、邀请更多商家参与进来互动以扩大消费券适用范围等建议。

（四）评价

经过对回收问卷中评价内容进行整理汇总，消费者普遍认为此次活动对消费者个人起到减轻消费负担，带来实惠的好处，激活了本地群众的消费意愿，使广大人民群众真正受益。

七、调查结果分析

通过调查问卷了解到：消费者对此次活动满意度较高，消费券的发放一定程度上缓解了我市居民的经济压力，带动的消费潮加速了商品的流通，提升消费者的消费信心。但在消费券使用操作上还可以做一些优化，使用更简单直接的方式来刺激消费同时应邀请更多的商家参与进来从而提高消费券的适用性，为消费者使用电子消费券提供更多途径。

附件3-1

政府发放消费券对商户影响的调查问卷

为提振消费信心，促进消费回暖，朔州市政府面向全市居民和外地籍在朔人员发放消费券，开展朔州市“振兴消费 乐购朔州”消费暖心活动。为了进行一步了解消费券对商户的影响，耽误您几分钟时间，欢迎参加此项调查。非常感谢您的支持！

（一）基础信息

您店铺的行业是

○家电　○服装　○建材　○粮油　○母婴用品

○日用百货　○其他

（二）满意度

本次活动对您商铺的销售收入增长的比例是多少？

○0-20%　○20%-40%　○40%-60%　○60%-80%

○80%以上

您与平台的沟通是否畅通？

○畅通　○基本畅通　○不畅通

对消费券使用时限是否满意？

○使用时限刚刚好　○使用时限应该稍微延长

○不应该设置使用时限

○对使用时限无所谓

（三）意见和建议

您认为消费券的发放存在哪些弊端？

○适用范围有限　　○发放数量与金额有限

○消费带动作用不明显

○存在非法套现，拉动效果打折扣

○宣传力度不够，居民了解渠道单一

○老年人等操作使用不便　　○发行App较为冷门

○其他_____

您认为我市消费券发放活动还有哪些需要改进地方？

○加大宣传力度以提高知晓率　　○优化消费券申领流程

○优化使用时长和条件等规则　　○设定加大消费券发放量

○邀请更多商家参与进来互动以扩大消费券适用范围

○加强消费券使用过程监督　　○其他_____

（四）评价

9.您如何评价消费券对我市提振消费拉动经济增长的效果？

○效果很大　　○效果较大　　○效果一般

○没有效果

附件3-2

政府发放消费券对消费者的生活影响调查问卷

为提振消费信心，促进消费回暖，朔州市政府面向全市居民和外地籍在朔人员发放消费券，开展朔州市“振兴消费 乐购朔州”消费暖心活动。为了进行一步了解消费券对消费者的生活影响，耽误您几分钟时间，欢迎参加此项调查。非常感谢您的支持！

（一）基础信息

您的性别

○男　　○女

您的年龄

○11-20岁　　○21-30岁　　○31-40岁

○41-50岁　　○51-60岁　　○61岁及以上

您的文化程度是？

○初中及以下　　○高中　　○本科　　○研究生及以上

您了解本市消费券活动的渠道？

○微信公众号、朋友圈　　○政府宣传　　○亲友分享

○商家分享　　○微博　　○其他_____

您主要在哪方面使用消费券？

○餐饮　　○服装　　○家具家电　　○百货用品

○其他_____

最近一个月来，您大概使用了多少元消费券

○没有使用　　○0-50元　　○50-100元　　○100-200元

○200元以上

您大约在每次凑单额外支出多少元？

○1-20元　　○21-40元　　○40元以上

（二）满意度

您对消费券获取流程的满意度？

○满意　○操作过于复杂　○抢不到　　○无所谓　　○其他

您对消费券有使用时限的满意度？

○使用时限刚刚好　　○使用时限应该稍微延长

○不应该设置使用时限　　○对使用时限无所谓

您对消费券可用商家是否明显满意度？

○明显　　○还可以　　○不明显

（三）意见与建议

您认为消费券的发放存在哪些弊端？

○适用范围有限　　○发放数量与金额有限

○消费带动作用不明显　　○存在非法套现，拉动效果打折扣

○宣传力度不够，居民了解渠道单一

○老年人等操作使用不便

○发行App较为冷门　　○其他_____

您认为我市消费券发放活动还有哪些需要改进地方？

○加大宣传力度以提高知晓率　　○优化消费券申领流程

〇优化使用时长和条件等规则　〇设定加大消费券发放量

〇邀请更多商家参与进来互动以扩大消费券适用范围

〇加强消费券使用过程监督　〇其他_____

（四）评价

您认为使用电子消费券对您有哪些影响？

〇减轻经济负担，带来实惠

〇逛商场次数增加提升消费信心

〇超出预期消费过度消费，造成一定浪费

〇其他_____