

财政项目支出绩效评价报告

项目名称：2022 年政府数字消费券及汽车消费券项目

实施单位：稷山县工业和信息化科技局

委托单位：稷山县财政局

评价机构：西安普迈项目管理有限公司

主评人：

2023 年 12 月

项 目 信 息

稷山县 2022 年政府数字消费券及汽车消费券项目				
资金投入情 况	项目预算	500 万元		
	到位资金	420.8008 万元		
	本级财政	420.8008 万元		
项目资金使用情况	资金支出情况	420.8008 万元		
	资金结余情况	0 万元		
项目实施时间	2022 年 5 月——2022 年 10 月			
评价基准日	2022 年 12 月 31 日			
项目绩效目标	1、项目总目标 按照“公开、公平、公正、安全、高效”原则，用好用足 500 万政府数字消费券，采用“政府补贴、平台支持、商户让利”组合方式，进一步增强服务业对全县经济增长的支撑和拉动作用，提振消费信心，促进全县消费稳中提质，推动全县经济稳步发展，降低新冠肺炎疫情影响，促进社会和谐。 2、项目绩效指标 （1）分 10 轮发放政府数字消费券和汽车消费补贴 500 万元。 （2）发放消费券种类涵盖零售通用、家电家居、餐饮住宿、汽车消费等四大类，共计 7 种票券 （3）直接拉动消费 1.5 亿元。 （4）不发生非法套利的舞弊事件。 （5）社会公众满意度≥90%。			
评 价 结 论	评 级	良	得 分	85.5

目 录

摘 要.....	5
绩效评价报告.....	11
一、项目基本情况.....	11
（一）项目概况.....	11
（二）项目绩效目标.....	16
二、绩效评价工作情况.....	17
（一）绩效评价目的和依据.....	17
（二）绩效评价的对象和范围.....	17
（三）评价时段的确定.....	18
（四）绩效评价原则.....	18
（五）绩效评价方法.....	19
（六）绩效评价指标体系.....	20
三、评价工作的组织及实施.....	23
（一）人员分工.....	23
（二）绩效评价工作过程.....	23
（三）社会调查.....	25
四、评价结论及绩效评价指标分析.....	25
（一）评价结论.....	25
（二）绩效评价指标分析.....	26
五、绩效评价结果应用建议.....	35
六、存在的问题和建议.....	36

摘 要

为贯彻落实《中共中央国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34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）《运城市财政局关于全面实施预算绩效管理的实施方案的通知》（运财监〔2019〕4号）和《稷山县预算绩效评价管理办法》（稷财绩〔2018〕2号）文件精神，科学、客观、全面、规范的评价2022年政府数字消费券和汽车消费券项目资金使用绩效，检视政策实施效果，总结项目存在问题，规范管理，提出财政资金使用绩效的对策建议，西安普迈项目管理有限公司受稷山县财政局委托，根据财政部《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）和稷山县财政局文件要求，对稷山县工科局2022年政府数字消费券和汽车消费券项目绩效进行评价。

本次绩效评价工作围绕项目支出的经济性、效率性和效益性，从决策、过程、产出和效益四个方面进行考量，保证评价的科学性、严谨性和可行性。

一、项目概况

2020年以来稷山县居民消费能力受疫情影响短期内有所下降，但消费意愿并未实质性降低，消费需求只是被暂时性抑制。因此，消费需要扩容提质，需要一个有力的刺激和引导来激活一池春水。消费券计划就是一项能够在短期内对消费和经济产生强

烈刺激的政策措施。消费券通过推动居民的预算约束曲线向右移动，短期增加社会总需求和有效需求，并通过乘数效应拉动更大规模的消费与投资，吸引商家和企业纷纷推出个性化的让利促销活动，以及带动上下游产业链复苏，推动企业扩大生产和投资，从而实现良性循环和撬动经济增长。

根据山西省发改委《关于立即组织开展消费券发放等刺激消费工作的紧急通知》（晋发改电〔2022〕27号）精神，运城市委、市政府统一部署，稷山县人民政府坚决贯彻落实市委、市政府文件要求，统筹疫情防控和经济社会发展，进一步激活消费市场，释放消费潜能，推动生活性服务业向高品质多样化升级，积极培育消费新热点和新增长点，推动经济发展与改善民生良性循环，制定《稷山县2022年数字消费券发放工作方案》及《稷山县2022年下半年数字消费券发放工作方案》解读。

二、项目内容及绩效目标

（一）项目内容

本次活动主题为“晋情来消费——好吃稷山 嗨购枣乡”，由稷山县建设银行承办，通过“建行生活”APP共投放500万元，主要分为通用消费券和汽车消费券，通用消费券共设7类券别，分十轮发放，重点围绕零售通用、家电家居、餐饮住宿、汽车等领域投放消费券或提供消费补贴，依稷山消费市场实际进行投放。其中：

1. 数字消费券。投入400万元，惠及餐饮、住宿、商超、百

货、家电、成品油等民生相关领域。

2. 汽车消费补贴。投入 100 万元，惠及汽车消费领域。

（二）项目绩效目标：

按照“公开、公平、公正、安全、高效”原则，用好用足 500 万政府数字消费券，采用“政府补贴、平台支持、商户让利”组合方式，进一步增强服务业对全县经济增长的支撑和拉动作用，提振消费信心，促进全县消费稳中提质，推动全县经济稳步发展，降低新冠肺炎疫情影响，促进社会和谐。

三、项目资金情况

项目专项资金 500 万元由稷山县财政统筹解决。截止 2022 年 10 月 28 日，共清算核销资金 420.8008 万元。

四、评价结论

绩效评价结果采用综合评分定级的方法，总分值为 100 分。绩效评级结果分“优”、“良”、“中”、“差”四个档次。根据评价分值，确定评价对象对应的档次。

等 级	优	良	中	差
分 值	≥ 90	$\geq 80, < 90$	$\geq 60, < 80$	< 60

评价组按照本项目绩效评价实施方案确定的绩效评价指标、评价标准和评价方法，经过数据采集、问卷调查以及数据分析等环节，完成了稷山县2022年政府数字消费券项目绩效评价工作，最终评分85.5分，评价级别为“良”。

2022 年政府消费券项目绩效评价结果

指 标	A 决策	B 过程	C 产出	D 效	合计
权 重	20%	20%	30%	30%	100%
分 值	16	19.5	25	25	85.5
得分率	80%	97%	84%	84%	85.5%

五、项目存在的问题及建议

（一）项目存在的问题

1、消费券发放覆盖面广但精准度不高。受疫情冲击各行各业均遭受重大影响，其中影响最严重是中小微企业，部分零售、餐饮、旅游、影院等商家陷入经营困境，急需得到政府扶助。结合稷山县实际，由工信局组织发放消费券种类涵盖零售通用、家电家居、餐饮住宿、汽车消费等四大类，共计7种票券，对文化、旅游、影院没有覆盖，问卷调查统计，参与者县城区域占比81.91%，23%的受访对象表示不知道该项活动，导致活动范围受限，无法刺激消费者随心所欲地释放购买力。

2、消费券乘数效应可观但核销率低。

消费券计划就是一项能够在短期内对消费和经济产生强烈刺激的政策措施。消费券通过推动居民的预算约束曲线向右移动，短期增加社会总需求和有效需求，并通过乘数效应拉动更大规模的消费，但由于都是满减性质的，对一些中低收入家庭来说，即使抢到消费券不一定花出去，带不来实惠，比如汽车消费补贴核

销率不足60%。

3、消费券核销存在违规使用行为。

虽然商务局提前发布了加强数字消费券发放监管工作通知，杜绝“黄牛”恶意套现行为，商务局也抽查部分核销商户，未发现违法套利行为，但在走访中有群众反映仍有此类情况。

4、发放渠道单一，受众面小。

本次活动选择建设银行“建行生活”APP平台发放，导致没有建行手机银行、没有智能手机用户无法获取消费券，问卷调查对象中，有67.48%的受访者参与活动，18.9%的受访者未参与，14.23%的受访者表示参与了没有抢到。

（二）建议

针对上述问题，评价组提出以下建议：

1、保障社会民生，精准投放消费券，针对不同种类消费券，增加消费券数量，延长核销周期。

2、扩大宣传覆盖面，惠及偏远农村，通过广播、电视、媒体、网络及宣传页等活动，深入偏远地区和通讯欠发达农村广泛宣传，保证活动惠及稷山县全体居民，人尽皆知积极参与，提高核销率。

3、加强平台对交易真实性核验，杜绝非法套利。

4、积极拓展核销渠道，增加例如云闪付、翼支付、支付宝、微信等合作平台，对老年人群实行发放实物券，让优惠政策惠及全县各阶层居民。

六、绩效评价结果应用建议

（一）立足纠偏纠错，问题整改。将绩效评价结果及时反馈被评价单位，与项目单位达成共识，督促项目单位对存在的问题及时整改，对整改情况进行跟踪调查，为项目单位不断改进工作积累经验。

（二）评价结果公开，增强以结果为导向的绩效管理理念，为政府部门的项目决策提供参考，提高财政资金使用效益。

绩效评价报告

稷山县财政局：

我公司接受贵局委托，于2023年11月20日-12月26日对2022年稷山县政府数字消费券和汽车消费券项目进行了绩效评价。根据财政部《关于推进预算绩效管理的指导意见》、《财政支出绩效评价管理暂行办法》、《山西省预算绩效评价管理办法》及稷山县财政局文件的精神和相关要求，我们按照绩效评价工作实施方案确定的评价指标、评价标准和评价方法，对评价对象的绩效情况进行全面的定量定性分析和综合评价，形成了本报告。

一、项目基本情况

（一）项目概况

1、项目背景和目的

当前居民消费能力受疫情影响短期内有所下降，但我国消费市场超大规模优势和拥有全球最大中等收入群体的事实没有改变，需求潜力依然十分强劲，居民消费意愿并未实质性降低，消费需求只是被暂时性抑制。因此，消费需要扩容提质，需要一个有力的刺激和引导来激活一池春水。

消费券计划就是一项能够在短期内对消费和经济产生强烈刺激的政策措施。消费券通过推动居民的预算约束曲线向右移动，短期增加社会总需求和有效需求，并通过乘数效应拉动更大规模的消费与投资，吸引商家和企业纷纷推出个性化的让利促销活动，

以及带动上下游产业链复苏，推动企业扩大生产和投资，从而实现良性循环和撬动经济增长。

财政部于 2009 年 10 月 13 日发布《关于规范地方政府消费券发放使用管理的指导意见》（财建〔2009〕649 号）（以下简称《意见》），该《意见》所称地方政府消费券，是指由地方各级政府在本级预算（含当年预算收入和以前年度预算资金结余）中安排发放的用于兑换商品（或服务）的有价支付凭证。参照财政部“地方政府消费券”定义，特指由地方政府商务部门使用地方财政资金依托支付平台向特定群体非定向公开发放的设有使用条件的数字化有价支付凭证，旨在促进辖区消费经济提质增效。

根据山西省发改委《关于立即组织开展消费券发放等刺激消费工作的紧急通知》（晋发改电〔2022〕27 号）精神，运城市委、市政府统一部署，稷山县人民政府坚决贯彻落实市委、市政府文件要求，统筹疫情防控和经济社会发展，进一步激活消费市场，释放消费潜能，推动生活性服务业向高品质多样化升级，积极培育消费新热点和新增长点，推动经济发展与改善民生良性循环，制定《稷山县 2022 年数字消费券发放工作方案》及《稷山县 2022 年下半年数字消费券发放工作方案》解读。

2、项目的目的

为统筹疫情防控和经济社会发展，进一步激活消费市场，释放消费潜能，推动生活性服务业向高品质多样化升级，积极培育消费新热点和新增长点，推动经济发展与改善民生良性循环，根

据县政府统一安排部署，特制定《稷山县 2022 年数字消费券发放工作方案》（稷政办函〔2022〕15 号），由县工信局负责实施。

3、项目实施单位概况

稷山县工业和信息化科技局属县级财政一级预算单位，加挂稷山县商务局、稷山县民营企业发展促进局牌子，为正科级建制，现在班子成员 5 名，局长 1 名，副局长 3 名，党组成员 1 名，内设 9 个职能股室，其中包括商务局对外经济贸易股、商贸市场管理股，是县人民政府主管国内外贸易、调节国民经济运行的重要组成部分。

主要职能包括：

（1）贯彻执行国家、省、市内外贸易和国际经济合作的发展战略、方针、政策，贯彻执行国家、省、市产业政策。

（2）研究拟订全县内外贸易，国际经济合作，规范市场运行流通秩序，打破市场垄断、地区封锁的有关办法和措施；组织拟定连锁经营物流配送等现代流通方式的发展规划，组织拟定全县工业经济运行的综合经济政策；研究拟定全县工业领域行业发展规划，组织审核重点工业企业发展规划；编制我国经济近期调控目标并组织实施；研究拟定资源节约和综合利用规划；负责拟定全县企业发展战略和发展规划；全县技术创新和产学研联合工作，提出工业领域技术创新、产业技术进步，新技术扩散规划、政策、措施，并负责组织实施。

（3）组织实施重要消费品市场调控和重要生产资料流通管

理；组织协调反倾销；反补贴、保障措施应诉及其它与进出口公平贸易相关的工作；组织实施物流配送、连锁经营等新型商业模式推广工作；组织重要物资紧急调度；组织实施县域经济近期调控计划；监测、分析国民经济运行态势；组织协调铁路、交通、电力、民航、通讯、邮电经营中的重大问题；组织实施县域工业行业发展规划；组织参与国内外经济技术交流、贸易洽谈和重要商品展销活动；组织实施全县资源节约、综合利用和新能源推广使用工作；组织实施指导我县国企改革工作，对各种经济成份企业实行宏观管理和指导；负责组织技术、经济系列高级专业技术职务申报和工程系列中、初级专业技术职务任职资格评审的有关工作。

（4）依据国家有关法律、法规对全县酒类生产批零业，畜禽屠宰业，成品油流通业，拍卖、典当、租赁和旧货流通经营活动，批发、零售、餐饮、住宿行业经营活动进行审查、监督、管理；依据国家有关法律、法规，监督管理全县煤焦生产企业和生产经营活动，监督管理全县电力企业的生产经营活动，监督管理我县废旧金属回收、废旧汽车报废工作。负责全县工业企业内外资技改项目的审核上报工作。并对以上监督管理行业所涉及的各种行政许可实行初审。

4、项目资金来源及使用情况

（1）项目资金预算情况

依据稷山县人民政府办公室印发《稷山县 2022 年数字消费券

发放工作方案》（稷政办函〔2022〕15号）要求，稷山县财政局下达预算500万元（稷财建指〔2022〕078号），重点围绕零售通用、家电家居、餐饮住宿、汽车等领域投放消费券或提供消费补贴，依稷山消费市场实际进行投放。其中：数字消费券投入400万元，惠及餐饮、住宿、商超、百货、家电、成品油等民生相关领域；汽车消费补贴投入100万元，惠及汽车消费领域。

（2）项目资金到位情况

预算编制下达后，县工科局分别于6月2日、6月30日7月21日8月9日分4次拨付专项资金400万元，并在汽车消费补贴结束后，10月28日拨付20.8008万元结清活动补贴资金。

（3）项目资金使用情况

依据建设银行平台数据，分2个模块进行清算，其中通用消费券核销362.3008万元，汽车消费券核销58.5万元，合计核销420.8008万元。

3、利益相关方

本次项目涉及的利益相关方包括：

（1）财政拨款部门：稷山县财政局

（2）项目实施单位：稷山县工科局（商务局）

（3）项目受益群体：稷山县常住人口及在稷学习工作、观光旅游人员

4、项目组织实施情况

县政府2022年5月31日召开500万元数字消费券发放启动

仪式，宣布活动启动。各相关部门各司其职、协同合作，把政策红利落实到消费者和实体商家。

稷山县财政局：负责消费券资金筹措、下达预算资金，对专项资金核销进行监管，组织开展绩效评价工作等。

稷山县工科局：负责组织协调各实体商户参与活动、牵头数字消费券投放管理工作、组织实施数据据实统计、效果分析，负责确定商户名单，牵头消费券资金的使用和绩效自评。

稷山县建设银行：负责政府消费券投放平台技术支撑、安全保障、流量支持，组织专题培训、商户和消费者引导、宣传推广、客服响应等。

（二）项目绩效目标

1、项目总目标

按照“公开、公平、公正、安全、高效”原则，用好用足 500 万政府数字消费券，采用“政府补贴、平台支持、商户让利”组合方式，进一步增强服务业对全县经济增长的支撑和拉动作用，提振消费信心，促进全县消费稳中提质，推动全县经济稳步发展，降低新冠肺炎疫情影响，促进社会和谐。

2、项目分解目标

经评价小组核实，因项目单位绩效管理意识薄弱，在申请财政资金时，并未申报相应绩效指标。

3、效益目标

（1）社会效益

2022 年政府消费券活动进一步激活稷山县消费市场，释放消费潜能，推动生活性服务业向高品质多样化升级，推动稷山经济社会发展。

（2）经济效益

2022 年政府数字消费券活动拉动消费增长额 1.5 亿元，进一步培育消费热点和经济增长点。

二、绩效评价工作情况

（一）绩效评价目的和依据

1、评价目的

本次绩效评价，根据设定的绩效目标，运用科学、合理的绩效评价指标、评价标准和评价方法，衡量项目资金使用绩效水平，检测资金绩效是否达到了预期目标，资金管理是否规范，资金使用是否有效，并总结经验，分析存在问题，使项目单位有针对性地采取进一步的改进措施，为政府主管部门下一步同类项目决策和财政部门预算安排提供参考。

2、评价依据

本次项目评价所依据的法律、法规规章、政策文件，包括但不限于：

（1）《中华人民共和国预算法》及《中华人民共和国预算法实施条例》

（2）《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)

(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) 山西省人民政府《关于进一步深化预算管理制度改革的实施意见》(晋政发〔2021〕42号)

(5) 山西省财政厅关于印发《财政专项资金监管办法》的通知(晋财省直预〔2021〕9号)

(6) 山西省财政厅关于贯彻落实《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》的通知(晋财绩〔2019〕12号)

(7)《运城市财政局关于印发预算绩效评价指标》(运财绩〔2016〕12号)

(8)《稷山县预算绩效评价管理办法》(稷财绩〔2018〕2号)

(9) 其他有关的法律、法规规章、政策文件

(二) 评价对象和范围

本次绩效评价对象为 **2022** 年政府数字消费券和汽车消费券专项资金 **500** 万元的执行情况。

(三) 评价时段的确定

评价时段 2022 年 5 月-2022 年 10 月稷山县 2022 年政府数字消费券和汽车消费券发放及核销期间。

(四) 绩效评价原则

1、科学公正。我们对本项目绩效评价运用了科学合理的方法，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。参考单位自评，结合财政评价，两者各有侧重，相互衔接，得出科学公正的结论；

3、激励约束。向稷山县财政局提供科学的绩效评价结果，为预算安排、政策调整提供依据；

4、公开透明。本项目评价结果依法依规公开，并接受社会监督。

（五）绩效评价方法

1、成本效益分析法。将本项专项资金的支出与财政投入进行关联性分析，考察项目资金的使用情况以及资金投入的匹配性；

2、比较法。收集整理本次活动的相关基础数据和绩效数据，与周边县市的同类项目数据相比较，重点分析与之对应的绩效目标的完成情况，研判投入支出对拉动稷山县消费总额影响情况；

3、因素分析法。根据本次活动的性质，从决策制定依据，绩效目标设定，组织管理，资金落实，执行有效性、资金支出、活动效果等因素进行系统分析，寻找影响活动产出和效益的内外因素，在此基础上进行相关经验、问题总结，提出相应建议；

4、公众评判法。本项目通过公众问卷及抽样调查等方式调查稷山居民及在稷人员对本次“晋情来消费----好吃稷山 嗨购枣乡”活动的综合满意度，进行定性分析项目绩效。

（六）绩效评价指标体系

1、指标体系设计的总体思路

根据绩效评价的基本原理、原则和项目特点，结合绩效目标，根据《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）、《运城市财政局预算绩效管理暂行办法》、《稷山县预算绩效评价管理办法》（稷财绩〔2018〕2号）等相关文件规定，按照“决策—过程—产出一效益”的逻辑思路对绩效目标进行分解，从经济性、效率性、效益性3个维度形成了2022年政府数字消费券及汽车消费券项目的绩效评价指标体系，对该项目进行综合评价。

2、评价指标体系设置

本次绩效评价主要从决策、过程、产出、效益四方面进行评价。绩效评价指标共分为三级。一级指标4个：决策（20分）、过程（20分）、产出（30分）、效益（30分）；二级指标10个，其中决策类3个、过程类2个、产出类4个、效益类1个；三级指标22个，其中决策类5个、过程类5个、产出类9个、效益类3个。

（1）决策类指标设置

决策类指标从项目立项、绩效目标、资金投入三方面进行评价，其中项目立项从立项依据的充分性、立项程序规范性两方面进行评价；绩效目标从绩效目标合理性、绩效指标明确性两方面进行评价；资金投入从预算编制科学性方面进行评价。决策类共设置3个二级指标、5个三级指标。

（2）过程类指标设置

过程类指标从资金管理、组织实施两方面进行评价，其中资金管理从资金到位率、预算执行率、资金使用合规性三方面进行评价；组织实施从管理制度健全性、制度执行有效性两方面进行评价。过程类共设置 2 个二级指标、5 个三级指标。

（3）产出类指标设置

产出类指标从产出数量、产出质量、产出时效、产出成本四个方面进行评价，其中产出数量从消费券发放频次/消费券覆盖率、消费券核销额度、带动社会消费情况四方面进行评价；产出质量从活动 0 舞弊事件/核销比达标两方面进行评价；产出时效从消费券发放及时性、清算和绩效自评及时性两方面进行评价；产出成本从活动经费不超预算一个方面进行评价。产出类指标共设置 4 个二级指标、9 个三级指标。

（4）效益类指标设置

效益类指标从项目效益方面进行评价，具体从社会效益、经济效益、群众满意度三方面进行评价。效益类共设置 1 个二级指标、3 个三级指标。

具体指标体系分值见下表：

一级指标	二级指标	三级指标	标准分值
决策（A） （20 分）	项目立项 A1	立项依据充分性（A1-1）	4
		立项程序规范性（A1-2）	4
	绩效目标 A2	绩效目标合理性（A2-1）	4
		绩效指标明确性（A2-2）	4

一级指标	二级指标	三级指标	标准分值
	资金投入 A3	预算编制科学性（A3-1）	4
过程（B） （20 分）	资金管理 B1	资金到位率（B1-1）	4
		预算执行率（B1-2）	4
		资金使用合规性（B1-3）	4
	组织实施 B2	管理制度健全性（B2-1）	4
		制度执行有效性（B2-2）	4
产出（C） （30 分）	产出数量 C1	消费券发放频次（C1-1）	3
		消费券覆盖率（C1-2）	3
		消费券核销额度情况（C1-3）	3
		带动社会消费（C1-4）	3
	产出质量 C2	0 舞弊事件（C2-1）	3
		核销率高于 90%	3
	产出时效 C3	消费券发放及时性（C3-1）	4
		清算和评价及时性（C3-2）	4
	产出成本 C4	成本控制（C4-1）	4
效益（D） （30 分）	项目效益 D1	社会效益（D1-1）	10
		经济效益（D1-2）	10
		满意度（D1-5）	10
合 计			100

3. 项目分值评级

绩效评价结果采用综合评分定级的方法，总分值为 100 分。

绩效评级结果分“优”、“良”、“中”、“差”四个档次。根据评价分值，确定评价对象对应的档次。

等 级	优	良	中	差
分 值	≥ 90	$\geq 80, < 90$	$\geq 60, < 80$	< 60

备注：2022 年政府消费数字券项目绩效评价指标体系详见附件 1

三、评价工作的组织及实施

（一）人员分工

职 务	姓 名	资 格	职 责 分 工
主评人	武治国	高级工程师	负责统筹协调，负责绩效评价项目的组织实施、报告复核，对绩效评价工作质量负责。
成 员	李长勇	造价工程师	负责绩效评价报告初步编写、指导助理人员完成绩效工作。
成 员	张淑云	中级会计师	协助现场负责人开展工作。
成 员	解晓娜	中级会计师	绩效评价资料收集整理、分析。
成 员	郭雅茜	助 理	负责社会调查、资料收集等。

（二）绩效评价工作过程

本次绩效评价实施过程分为绩效评价前期准备、现场实施、绩效评价报告撰写和提交三个阶段。绩效评价工作于 2023 年 11 月 20 日开始，前期通过对 2022 年政府数字消费券项目的有关文件及档案查阅、实地访谈等方式搜集整理资料，编制绩效评价工作实施方案。在此基础上，通过实施下列工作流程，完成本项目的绩效评价工作：

1、前期准备阶段（2023 年 11 月 20 日-11 月 30 日）

本公司接受稷山县财政局的委托，成立了绩效评价工作组。评价组对参与此次绩效评价的工作人员进行了相关知识培训，召开了绩效评价工作会议，明确了此次绩效评价的基本事项，包括：项目基本情况、项目绩效目标、绩效评价的对象和内容、绩效评价的目的和其他重要事项。最后工作组通过收集查阅 2022 年政府

数字消费券项目的有关文件及档案、实地访谈等方式，编制了针对本项目的绩效评价工作实施方案，确定了评价指标体系与实施流程。

2、绩效评价现场实施阶段（2023 年 12 月 1 日-12 月 10 日）

根据项目特点，按照绩效评价实施方案，通过案卷审阅、访谈、实地复核、现场调查、问卷调查等方法收集相关评价数据，对相关文件、资料、财务数据进行甄别、汇总、分析，结合绩效评价实施方案进行综合评价，运用定量与定性结合的方法确定分值。具体工作包括：

（1）数据采集

评价组按照计划安排到稷山县工科局（商务局）采集项目实施方案、资金下拨及使用明细、各频次消费券发放及核销等相关的基础数据资料，并对其进行整理汇总、审查和分析。

（2）现场工作

在稷山县工科局（商务局）的配合下，根据所搜集的数据资料，开展现场勘查工作。工作组深入稷山县建设银行、参与本次活动的商户实地核查，核查主要内容：本次活动的组织实施情况、抢券情况、核销情况及社会公众的满意度等。

（3）数据统计分析

评价组根据绩效评价的原则和规定，结合项目的具体情况，根据被评价单位提供的数据和社会调查结果，对数据进行分析处理，比照绩效评价指标体系的计分标准，得出相应的分值，分析

得失分的原因。

3、绩效评价报告撰写和提交阶段（2023 年 12 月 11 日-12 月 26 日）

（1）根据各指标的评价结果及项目的整体评价结论，按绩效评价相关规定和绩效管理部门的要求撰写绩效评价报告；

（2）与被评价方就绩效评价报告进行充分沟通并交换意见；

（3）提交绩效评价正式报告。

（三）社会调查

评价组根据项目绩效评价思路和本次活动具体情况，设计调查问卷。在稷山县域随机进行现场问卷调查。调查问卷内容包括：

（1）你所在的区域？（2）你知道稷山县 22 年政府数字消费券和汽车消费券的活动吗？（3）你是如何知道本次政府数字消费券和汽车消费券活动的？（4）你支持政府开展发放数字消费券活动吗？（5）你参与了本次政府数字消费券和汽车消费券抢券活动了吗？（6）你认为本次活动对拉动稷山居民消费的效果如何？（7）你在本次活动中参与了那几类消费券？（8）你对服务平台企业服务质量满意吗？（9）你是否希望政府数字消费券活动下半年继续进行？（10）你对本次政府数字消费券和汽车消费券活动满意吗？（11）你认为本次消费券活动存在哪些问题？有什么好的建议。

四、评价结论及绩效评价指标分析

（一）评价结论

绩效评价结果采用综合评分定级的方法，总分为 100 分。绩效评级结果分“优”、“良”、“中”、“差”四个档次。根据评价分值，确定评价对象对应的档次。

等级	优	良	中	差
分值	≥90	≥80，<90	≥60，<80	<60

备注：2022年政府数字消费券项目绩效评价指标及评分标准详见附件1。

评价组按照本项目绩效评价实施方案确定的绩效评价指标、评价标准和评价方法，经过数据采集、问卷调查以及数据分析等环节，完成了稷山县2022年政府数字消费券和汽车消费券项目绩效评价工作，最终评分85.5分，评价级别为“良”。

表 3-1 项目绩效评价得分表

指 标	A 决策	B 过程	C 产出	D 效益	合计
权 重	20%	20%	30%	30%	100%
分 值	16	19.5	25	25	85.5
得分率	80%	97%	84 %	84%	85.5%

（二）绩效评价指标分析

1. 决策类指标

决策类指标从项目立项、绩效目标、资金投入三方面对项目的决策情况进行评价，决策类指标分值 20 分，实际得分 16 分，得分率 80%。

具体得分情况如下表所示：

表 3-2 项目决策类指标得分情况

二级指标	三级指标	分 值	得 分	得分率
项目立项 A1	立项依据充分性 (A1-1)	4	4	100%
	立项程序规范性 (A1-2)	4	4	100%
绩效目标 A2	绩效目标合理性 (A2-1)	4	4	100%
	绩效指标明确性 (A2-2)	4	2	50%
资金投入 A3	预算编制科学性 (A3-1)	4	2	50%

A1-1 立项依据充分性

经评价组核实，本项目立项依据为：

(1) 财政部于 2009 年 10 月 13 日发布《关于规范地方政府消费券发放使用管理的指导意见》（财建〔2009〕649 号）；

(2) 山西省省发改委《关于立即组织开展消费券发放等刺激消费工作的紧急通知》（晋发改电〔2022〕27 号）；

(3) 山西省商务厅《关于支持开展 2022 年数字消费券发放工作的通知》（晋商〔2022〕95 号）；

(4) 《关于支持开展 2022 年下半年政府电子消费券发放工作的通知》（晋商消费〔2022〕213 号）；

(5) 《运城市 2022 年数字消费券发放工作方案》；

(6) 《运城市 2022 年下半年数字消费券发放工作方案》；

(7) 《稷山县 2022 年数字消费券发放工作方案》。

本项目的立项符合法律法规和相关政策的要求，符合稷山县经济发展发划，工科局（商务局）履职与政府赋予职能相吻合。

本项指标满分 4 分，根据绩效评价指标，本指标得分 4 分，得分率 100%。

A1-2 立项程序的规范性

经评价组核实，本项目按照财政部、山西省、运城市及稷山县政府关于政府消费券规定的程序进行申请，审批文件、材料符合相关的要求。

本项指标满分 4 分，根据绩效评价指标，本指标得分 4 分，得分率 100%。

A2-1 绩效目标合理性

经评价组核实，因项目单位绩效管理意识薄弱，在申请财政资金时，申报相应的绩效目标与项目实施单位职责密切相关，预期产出效益和效果符合正常的业绩水平。

本项目满分 4 分，根据绩效评价指标，本指标得分 4 分，得分率 100%。

A2-2 绩效指标明确性

经评价组核实，项目单位申报预算部门项目支出绩效目标申报表申报绩效指标没有进行细化、量化，社会效益、经济效益目标不明确。

本项指标满分 4 分，根据绩效评价指标，本指标得 2 分，得分率 50%。

A3-1 预算编制科学性

经评价组核实，该专项资金没有提供测算依据，由稷山县政

府工作方案安排，财政局直接下达预算指标。

本项指标满分 4 分，根据绩效评价指标，本指标得分 2 分，得分率 50%。

综上：决策类指标满分 20 分，根据绩效评价指标，本指标得分 16 分，得分率 80%。

2. 过程类指标

过程类指标从资金管理、组织实施两方面对项目的过程情况进行评价，过程类指标分值 20 分，实际得分 19.5 分，得分率 97%。

具体得分情况如下表所示：

表 3-3 项目过程类指标得分情况

二级指标	三级指标	分值	得分	得分率
资金管理 B1	资金到位率（B1-1）	4	4	100%
	预算执行率（B1-2）	4	3.5	84%
	资金使用合规性（B1-3）	4	4	100%
组织实施 B2	管理制度健全性（B2-1）	4	4	100%
	制度执行有效性（B2-2）	4	4	100%

B1-1 资金到位率

经评价组核实，本次活动预算资金 500 万元，依据稷山消费市场实际情况分 10 轮投放，财政局及时下达预算 500 万元，到位率 100%。

本项指标满分 4 分，根据绩效评价指标，本指标得分 4 分，得分率 100%。

B1-2 预算执行率

预算执行率=（实际支出资金/实际到位资金）×100%。

经评价组核实，本次活动以建设银行核销数据据实结算，实际使用资金为 420.8008 万元，预算执行率 84%。

本项指标满分 4 分，根据绩效评价指标，本指标得 3.5 分，得分率 84%。

B1-3 资金使用的合规性

经评价组核实，为确保数字消费券投放有序进行，由符合发放条件具备相应资质的稷山县建设银行承办，县财政局将本次活动专项资金 500 万元预算编制下达至工科局（商务局），县工科局（商务局）提前将第一轮数字消费券专项资金 100 万元拨付给承办银行专用账户，后续活动据实拨付，由承办银行向商户进行补贴款清算，承办银行根据消费券实际核销金额与工科局结算。

活动期间发放数字消费券共分零售通用券（占比 43%）、家电家居通用券（14%）、餐饮住宿通用券（43%）等三大类及满 180 元减 40 元、满 100 元减 20 元、满 2000 元减 300 元、满 500 元减 80 元、满 300 元减 60 元、满 200 元减 50 元共 7 种券别，采取滚动投放、灵活调剂的原则进行发券。

本项指标满分 4 分，根据绩效评价指标，本指标得分 4 分，得分率 100%。

B2-1 管理制度健全性

经评价组核实，本次活动设立由县政府党组成员郝冰为组长，由政府办主任，工科局、财政局、审计局局长为副组长，各成员单位组

成的工作专班，制定了严格平台支撑、商户入库、安全保障、宣传推广、资金管理制度、审计监督办法。

本项指标满分 4 分，根据绩效评价指标，本指标得分 4 分，得分率 100%。

B2-2 制度执行有效性

经评价组核实，资金拨付严格执行相关财务管理办法，商务局每轮定期抽查 20%商户核销情况，取消了清河镇北阳城阳城便民店、翟店鲜多多超市建行生活消费券核销资格。

本项指标满分 4 分，根据绩效评价指标，本指标得分 4 分，得分率 100%。

综上：过程类指标满分 20 分，根据绩效评价指标，本项指标得分 19.5 分，得分率 97%。

3. 产出类指标

产出类指标从产出数量、产出质量、产出时效、产出成本四个方面对项目的产出情况进行评价，产出类指标分值 30 分，实际得分 25 分，得分率 84%。

具体得分情况如下表所示：

表 3-4 项目产出类指标得分情况

指标	三级指标	分值	得分	得分率
产出数量 C1	消费券发放批次（C1-1）	3	3	100%
	消费券核销商户覆盖率（C1-2）	3	3	100%
	消费券核销额度完成（C1-3）	3	2.5	84%

指标	三级指标	分值	得分	得分率
	拉动消费额增长 (C1-4)	3	1	33%
产出质量 C2	0 舞弊事件 (C2-1)	3	3	100%
	核销比率 (C2-2)	3	2.5	84%
产出时效 C3	按期发放及时率 (C3-1)	4	4	100%
	清算、审计、绩效自评及时率 (C3-2)	4	2	50%
产出成本 C4	成本控制 (C4-1)	4	4	100%

C1-1 消费券发放批次情况

评价组通过查看核销进展情况记录，商务局分别于 5 月 30 日、6 月 10 日、6 月 17 日、6 月 24 日、7 月 1 日、7 月 8 日、7 月 15 日、7 月 22 日、7 月 29 日、8 月 5 日按照活动方案如期发放消费券。

5 月 31 日至 8 月 31 日，下达汽车消费补贴 100 万元。

本指标满分 3 分，综合评价得分 3 分，得分率 100%。

C1-2 核销消费券商户覆盖率

评价组通过查看核销情况统计表、商务局抽查监督报告，本次入库消费券核销商户设计零售通用、家电家具、餐饮住宿、汽车等消费领域，参与核销商户覆盖稷山县城及各个乡镇。

本指标满分 3 分，综合评价得分 3 分，得分率 100%。

C1-3 消费券核销额度完成情况

评价组通过查看核销记录，核对统计汇总，本次活动 10 轮消费券共核销金额 420.8008 万元，占计划额度 84%，其中通用消费券核销 362.3008 万元，汽车消费券核销 58.5 万元。

本指标满分 3 分，综合评价得分 2.5 分，得分率 84%。

C1-4 直接带动消费额度

评价组通过查订单情况、优惠情况统计，通用消费券拉动消费 2024.6627 万元，汽车消费券拉动消费 1035 万元，合计 3059.6627 万元，绩效目标为拉动消费 1.5 亿元，完成目标 20%。

本指标满分 3 分，综合评价得分 1 分，得分率 30%。

C2-1 不发生舞弊事件

经评价组核实，每轮消费券发放及核销情况，县工科局（商务局）通过查台账、随机抽取客户消费记录电话核实的方式，抽样比例不低于 20%，未发现虚假交易套取补贴资金现象。

本指标满分 3 分，综合评价得分 3 分，得分率 100%。

C2-2 核销率高于 90%

经评价组核实，本次发放消费券共计 500 万元，实际核销 420.8008 万元，占比 84%，其中，通用消费券核销 362.3008 万元，核销比例为 90%；汽车消费券核销 58.5 万元，核销比例为 58.5%，低于 90%的绩效目标。

本指标满分 3 分，综合评价得分 2 分，得分率 70%

C3-1 各频次发放及时率

经评价组核实，本次政府数字消费券按原计划分 10 轮发放，各频次均按照方案及时发放到位。

本指标满分 4 分，综合评价得分 4 分，得分率 100%。

C3-2 清算、审计、绩效自评的及时率

经评价组核实，工信局（商务局）分别于 6 月 2 日、6 月 30 日、7 月 21 日、8 月 9 日分次拨付专项资金 100 万元，合计 400 万元，并

在汽车消费补贴结束后及时清算所有补贴资金，10月28日拨付清算余款20.8008万元。活动结束后，实施单位没有对活动资金使用情况
进行审计和绩效自评。

本指标满分4分，综合评价得分2分，得分率50%。

C4-1 成本控制

经评价组核实，本次“好吃稷山 嗨购枣乡”活动，预算资金500万元，最终结算金额420.8008万元，综合成本没有超预算。

本指标满分4分，综合评价得分4分，得分率100%。

综上：产出类指标满分30分，根据绩效评价指标，本指标得分25分，得分率84%。

4. 效益类指标

效益类指标从政府数字消费券和汽车消费券项目的社会效益、经济效益、社会公众满意度三个方面对项目的效益情况进行评价，效益类指标分值30分，实际得分25分，得分率84%。

具体得分情况如下表所示：

表 3-5 项目效益类指标得分情况

二级指标	三级指标	分值	得分	得分率
项目效益 (D1)	社会效益 (D1-1)	10	10	100%
	经济效益 (D1-2)	10	6	60%
	社会公众满意度 (D1-3)	10	9	90%

D1-1 社会效益

评价组通过对访谈及调查问卷的统计分析，直接拉动消费金额

3000 余万元，90%受访者认为，政府的消费券体现出较强的带货力，起到激发市场活力、释放消费潜能、带动经济增长、扩大内需、增加就业效果明显，缓解了稷山居民恐慌性心理压制提升消费安全感。

本指标满分 10 分，统计分析得分 10 分，得分率 100%。

D1-2 经济效益

评价组通过对参与核销消费券商户的调查了解，80%商户认为本次活动直接增加销售额 50%以上，经济利润大幅提升；但部分偏远地区及乡村，通讯不发达地区、拉动效果微乎其微，需要设计更完备的消费券发放模式

本指标满分 10 分，统计分析得分 6 分，得分率 60%。

D1-3 满意度

评价组通过电子问卷形式对稷山县居民进行调查，收回有效问卷 119 份，85%的受访者表示非常满意，6%的受访者表示满意,9%的受访对象不是不满意。

本指标满分 10 分，统计分析得分 9 分，得分率 90%。

五、绩效评价结果应用建议

（一）立足纠偏纠错，问题整改。将绩效评价结果及时反馈被评价单位，向评价单位下达整改通知书，督促项目单位对存在的问题及时整改，为项目单位不断改进工作积累经验。

（二）增强以结果为导向的全过程绩效管理理念，不断总结经验，为政府部门的项目决策提供参考。

六、存在的问题和建议

（一）项目存在的问题

1、消费券发放覆盖面广但精准度不高。受疫情冲击各行各业均遭受重大影响，其中影响最严重是中小微企业，部分零售、餐饮、旅游、影院等商家陷入经营困境，急需得到政府扶助。结合稷山县实际，由工信局组织发放消费券种类涵盖零售通用、家电家居、餐饮住宿、汽车消费等四大类，共计7种票券，对文化、旅游、影院没有覆盖，导致活动范围受限，无法刺激消费者随心所欲地释放购买力。

2、消费券乘数效应可观但核销率偏低。

消费券计划就是一项能够在短期内对消费和经济产生强烈刺激的政策措施。消费券通过推动居民的预算约束曲线向右移动，短期增加社会总需求和有效需求，并通过乘数效应拉动更大规模的消费，从本次政府消费券核销情况来看，平均每1元可拉动4.85元消费额，乘数效应显著，但由于都是满减性质的，对一些中低收入家庭来说，即使抢到消费券不一定花出去，带不来实惠，尤其汽车消费补贴核销率不足60%。

3、消费券核销存在违规使用行为。

虽然商务局提前发布了加强数字消费券发放监管工作通知，杜绝“黄牛”恶意套现行为，商务局也抽查部分核销商户，未发现套利行为，但在走访中仍有反映此类事件。

4、发放渠道单一，受众面小。

本次活动选择建设银行“建行生活”APP平台发放，导致没有

建行手机银行、没有智能手机用户无法获取消费券。

（二）建议

针对上述问题，评价组提出以下建议：

1、保障社会民生，精准投放消费券，针对不同种类消费券，增加线上线下核销方式。

2、扩大宣传覆盖面，惠及偏远农村

充分考虑偏远农村居民的消费需求，一方面利用网络微信公众号、新闻媒体、海报等推送消费券发放时间、适用范围、获取方式、使用规则，另一方面通过进社区、进企业、进村庄面对面推广，保障不同年龄段的阶层充分知晓、参与、享受惠民政策，提高核销率，发挥财政资金杠杆撬动作用。

3、加强平台对交易真实性核验及审计监督，杜绝非法套利。

相关合作平台要不断升级更有效的技术检测和风险防控手段，持续升级防控识别模型、升级防控系统功能、畅通与完全部门合作，防止虚假商户和消费者参加活动，杜绝违法套取资金行为。

4、积极拓展核销渠道，增加例如云闪付、翼支付、支付宝、微信等合作平台，对老年人群实行发放实物券，让优惠政策惠及全县各阶层居民。

附件一： 稷山县 2022 年政府数字消费券和汽车消费补助资金绩效评价指标体系

一级指标	分值	二级指标	分值	三级指标	分值	指标解释	评价标准	得分
决策	20	政策立项	8	立项依据充分性	4	政策立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责，用以反映和考核政策设立依据情况。	①政策立项符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策，得 1 分，反之不得分； ②政策立项符合行业发展规划和政策要求，得 1 分，反之不得分； ③政策设立与部门职责范围相符，属于部门履职所需，得 1 分，反之不得分； ④政策属于公共财政支持范围，得 1 分，反之不得分。	4
				立项程序规范性	4	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项目按照规定的程序申请设立，得 1 分，反之不得分； ②审批文件、材料符合相关要求，得 1 分，反之不得分； ③事前是经过必要的专家论证、绩效评估、集体决策，得 2 分，反之不得分。	4
		绩效目标	8	绩效目标合理性	4	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项目有绩效目标，且与资金相匹配得 2 分，反之不得分； ②项目绩效目标与实际工作内容具有相关性，得 2 分，反之不得分。	4
				绩效指标明确性	4	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将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标，得 2 分，反之不得分； ②绩效指标清晰、可衡量的，得 2 分，反之不得分。	2
		资金投入	4	预算编制科学性	4	项目预算编制有明确标准，资金额度与绩效目标是否相适应，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	预算编制测算依据充分，标准明确，结论合理，得 2 分，反之不得分；预算内容与项目内容匹配，得 2 分，反之不得分。	2

2022 年政府数字消费券和汽车消费补助项目绩效评价指标体系

一级指标	分值	二级指标	分值	三级指标	分值	指标解释	评价标准	
过程	20	资金管理	12	资金到位率	4	资金到位率=（实际到位资金/预算资金）×100%。用以反映资金落实情况。 实际到位资金：一定时期（本年度或项目期）内落实到具体项目的资金。预算资金：一定时期（本年度或项目期）内预算安排到具体项目的资金。	资金到位率=100%，得 4 分；资金到位<100%，得分=资金到位率×4 分。	4
				预算执行率	4	预算执行率=（实际支出资金/实际到位资金）×100%。用以反映预算执行情况。 实际支出资金：一定时期（本年度或项目期）内项目实际拨付的资金。	预算执行率=100%，得 4 分；预算执行<100%，得分=预算执行率×4 分。	3.5
				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项目资金使用符合国家财经法规和财务管理制度得 1 分，反之不得分。 ②资金的拨付有完整的审批程序和支付凭据，得 2 分，反之不得分； ③不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况，得 1 分，反之不得分。	4

2022 年政府数字消费券和汽车消费补助项目绩效评价指标体系

一级指标	分值	二级指标	分值	三级指标	分值	指标解释	评价标准	
产出	30	组织实施	8	管理制度健全性	4	项目实施单位的财务管理制度、业务管理制度是否健全,用以反映和考核管理制度体系对项目顺利实施的保障情况	①制定相应财务管理、监督考核等制度,确保项目有步骤实施,得 2 分,缺一项扣 0.5 分,扣完为止; ②按项目管理办法建立专门领导组织机构,得 1 分,反之不得分; ③项目管理制度合法、合规、完整,得 1 分,反之不得分。	4
				制度执行有效性	4	项目实施是否符合相关业务管理制度规定,用以反映和考核相关管理制度的有效执行情况。	①遵守相关法律法规和相关管理制度的规定,得 2 分,反之不得分; ②项目资金使用、支付手续完备,得 2 分,反之不得分;	4
		产出数量	12	消费券发放批次	3	考核消费券发放批次完成情况。	按照项目的有关规定完成相应的发放频次且工作量可以有效确认,得 3 分;未全部完成的,按照已完频次占计划频次的比率计算得分。	3
				消费券商户覆盖率	3	考核消费券发放范围的完成情况。	按照项目的有关规定完成分行业、分券别消费券的发放且工作量可以有效确认,得 3 分;未全部完成的,按照完成发放额度占额度的比率计算得分。	3
				消费券核销额度	3	考核消费券额度核销完成情况。	按照项目的有关规定完成各频次消费券额度核销且工作量可以有效确认,得 3 分;未全部完成的,按照已完核销金额占总额度的比率计算得分。	2.5
				带动消费总额	3	考核预期拉动消费计划的完成情况。	按照相关部门统计数据完成计算拉动消费总额且可以有效确认完成 1.5 亿得 3 分;未全部完成的,按照实际消费额占比计算得分。	1

2022 年政府数字消费券和汽车消费补助项目绩效评价指标体系

一级指标	分值	二级指标	分值	三级指标	分值	指标解释	评价标准	得分
		产出质量	6	0 舞弊事件	3	考核项目实施公平性。	依据访谈及调查问卷分析，无营私舞弊事件，发现一起扣 2 分，扣完为止。	3
				核销比率	3	核销比率	≥90%得满分，每减少 5%扣 1 分；直至扣完。	2.5
		产出时效	8	按期发放	4	考核实施单位是否按计划频次按期完工消费券发放。	实施单位按期完成的，得 4 分；在计划时间内未完工的，按照延迟时间、未完工作量进行扣分，扣完为止。	4
				及时进行绩效自评	4	项目完成后是否进行进行绩效自评。	①项目完成后及时进行财务清算得 2 分，反之不得分； ②项目完成后及时进行绩效自评，得 2 分，反之不得分。	2
		产出成本	4	成本控制	4	项目的实际成本不超计划成本，反映项目成本控制程度。	成本未超预算 4 分、超预算不得分。	4
效益	30	项目效益	10	社会效益	10	考核项目实施对稷山经济正影响度，促进市场繁荣	根据调查问卷第 2 项和访谈情况进行综合评价得分。	10
			10	经济效益	10	是否能带动县城的经济发展，直接或间接增加经营收入。	根据调查问卷第 2 项和访谈情况进行综合评价得分。	6
			10	受益群体满意度	10	考核项目实施的综合满意度。	根据调查问卷第 9 项, 综合得分结果计算得分。	9
	100		100		100			85.5

附件 2:

稷山县 2022 年政府数字消费券及汽车消费券项目调查问卷分析

第 1 题 你所在的区域是？ [单选题]

选项	小计	比例
1、县城	407	81.56%
2、乡镇	20	4.01%
3、农村	72	14.43%
本题有效填写人次	499	

第 2 题 你知道稷山县 22 年政府数字消费券及汽车消费券的活动吗？ [单选题]

选项	小计	比例
1、知道	384	76.95%
2、听说过	66	13.23%
3、不知道	49	9.82%
本题有效填写人次	499	

第 3 题 你是如何知道政府发放数字消费券及汽车消费券的？ [单选题]

选项	小计	比例
1、网络	135	27.05%
2、线下宣传	123	24.65%
3、朋友推荐	110	22.04%
4、商家推荐	131	26.25%
本题有效填写人次	499	

第 4 题 你支持政府发放数字消费券的活动吗？ [单选题]

选项	小计	比例
1、非常支持	440	88.18%
2、支持	36	7.21%
3、不支持	3	0.6%
4、无所谓	20	4.01%
本题有效填写人次	499	

第 5 题 你参与了本次的支付数字消费券及汽车消费券活动吗？ [单选题]

选项	小计	比例
1、参与	338	67.74%
2、未参与	90	18.04%
3、参与了，但未抢到券	71	14.23%
本题有效填写人次	499	

第 6 题 你对本次政府数字消费券及汽车消费券商家服务满意吗？ [单选题]

选项	小计	比例
1、很满意	312	62.53%
2、满意	173	34.67%
3、不满意	14	2.81%
本题有效填写人次	499	

第 7 题 你对提供服务的平台企业满意吗？ [单选题]

选项	小计	比例
1、很满意	449	89.98%
2、没有	41	8.22%
3、不满意	9	1.8%
本题有效填写人次	499	

第 8 题 请你评价一下本次政府数字消费券及清查消费券活动对拉动稷山居民消费的作用如何？ [单选题]

选项	小计	比例
1、很明显	431	86.37%
2、不明显	54	10.82%
3、没有效果	14	2.81%
本题有效填写人次	499	

第 9 题 你是否希望政府数字消费券及汽车消费券好的继续进行吗？ [单选题]

选项	小计	比例
1、继续	464	92.99%
2、不建议继续	4	0.8%
3、无所谓	31	6.21%
本题有效填写人次	499	

第 10 题 你对本次”晋情来消费“的消费券发放活动总体满意度？ [多选题]

选项	小计	比例
1、非常满意	339	67.94%
2、满意	175	35.07%
3、不满意	13	2.61%
本题有效填写人次	499	

第 11 题 你认为本次政府数字消费券及汽车消费券项目活动存在哪些问题？有什么改进建议？ [填空题]