

盐池县投资促进服务中心

2022 年促消费活动经费绩效自评报告

根据财政绩效有关要求，现就 2022 年促消费活动经费使用绩效自评情况报告如下。

一、绩效目标批复下达情况

2022 年促消费活动经费预算资金 20 万元。绩效目标为通过发放不同面值的政府消费券，拉动社会消费，扩大内需，促进经济发展。

二、绩效目标完成情况分析

（一）资金投入情况分析

1. 项目资金到位情况分析。县财政局以盐财预（公共预算）2022 第 313 号下达项目经费 20 万元，实际到位资金 20 万元。

2. 项目资金执行情况分析。截止目前，2022 年促消费活动已实施，项目资金 20 万元全部支付中国银联股份有限公司，用于发放政府消费券。

3. 项目资金管理情况分析。为加强项目资金使用管理，活动开展前与中国银联股份有限公司签订了政府惠民消费券发放合作协议，大额支出严格执行“三重一大”制度，必须经会议研究决定，财务支出规范流程进行经费拨付。

（二）绩效目标完成情况分析

1. 产出指标完成情况分析

(1)数量指标。围绕餐饮、百货、服饰、家电、农产品销售等行业领域，发放满 30 元减 10 元、满 50 元减 20 元、满 100 元减 40 元、满 200 元减 80 元不同面值消费券 8000 张，拉动了社会消费，扩大内需，促进经济发展。

(2)质量指标。按照时限要求，及时开展促消费活动，发放政府惠民消费券。

(3)时效指标。在 2022 年 12 月前完成了时效指标。

(4)成本指标。共完成项目资金 20 万元。

2. 效益指标完成情况分析

(1)经济效益。利用元旦、春节、五一、中秋、丰收节等重要节庆，围绕地方特色产品，线上线下相结合，开展内容丰富的促消费活动，发放惠民消费券 8500 张 20 万元，直接带动消费 60 余万元。

(2)社会效益。通过发放政府惠民消费券，鼓励带动了群众消费热情，提振了企业经营信心。

(3)可持续影响。通过发放政府惠民消费券，有利于消费市场回暖提升。

3. 满意度指标完成情况分析。广大群众、商户对项目高度认可，满意率达 95%以上。

三、偏离绩效目标的原因和下一步改进措施

无。

四、绩效自评结果拟应用和公开情况

及时整理、归纳、分析、反馈绩效评价结果，将绩效评价结果

作为全过程预算绩效管理的落脚点。按照规定日期，将评价结果在盐池县政府门户网站“政府债务和绩效管理”专栏长期公开。

五、其他需要说明的问题

无。

盐池县投资促进服务中心

2023年3月27日

盐池县本级部门项目支出绩效自评表

(2022年度)

项目名称		促消费活动经费							
主管部门		盐池县财政局		实施单位	盐池县投资促进服务中心				
项目资金 (万元)		年初预算数	全年预算数	全年执行数	分值	执行率	得分		
	年度资金总额:	20	20	20	10	100	10		
	其中:当年财政拨款	20	20	20	—	—	—		
	上年结转资金				—	—	—		
	其他资金				—	—	—		
年度 总体 目标	预期目标			实际完成情况					
	通过发放不同面值的政府消费券,拉动社会消费,扩大内需,促进经济发展。			围绕餐饮、百货、服饰、家电、农产品销售等行业领域,发放满30元减10元、满50元减20元、满100元减40元、满200元减80元不同面值消费券,拉动了社会消费,扩大内需,促进经济发展。					
绩效 指标	一级 指标	二级 指标	三级 指标	年度 指标值 (A)	全年 实际值 (B)	分值	得分	得分 计算方法	偏差 原因分 析及改 进措施
	产出 指标 (40 分)	数量 指标 (10分)	发放消费券数量	8000张	8500张	10	10	完成值达到指标值,记满分;未达到指标值,按B/A或A/B×该指标分值记分。	
		质量 指标 (10分)	按时限要求完成	100%	100%	10	10	1.若为定性指标,则根据“三档”原则分别按照指标值的100-80%(含)、80-50%(含)、50-0%来记分。 2.若为定量指标,完成值达到指标值,记满分;未达到指标值,按B/A或A/B×该指标分值记分。	
		时效 指标 (10分)	项目完成时间	2022年12月31日前	2022年12月31日前	10	10		
		成本 指标 (10分)	消费券补贴	20万元	20万元	10	10		
	效益 指标 (40 分)	经济 效益 指标 (20 分)	拉动消费需求	50万元	50万元	20	20	1.若为定性指标,则根据“三档”原则分别按照指标值的100-80%(含)、80-50%(含)、50-0%来记分。 3.若为定量指标,完成值达到指标值,记满分;未达到指标值,按B/A或A/B×该指标分值记分。	
		社会 效益 指标 (10 分)	提振企业发展信心	长期	长期	10	10		
		可持 续 影响 指标 (10分)	带动零售业发展	长期	长期	10	10		
	满意 度指 标 (20 分)	服务 对象 满意 度指 标 (20 分)	企业对服务满意度	95%	95%	20	20	同效益指标得分计算方式。	
	总 分						100	100	

- 注: 1. 得分一档最高不能超过该指标分值上限。
 2. 定性根据指标完成情况分为: 达成预期指标、部分达成预期指标并具有一定效果、未达成预期指标且效果较差三档: 分别按照指标值的100-80%(含)、80-50%(含)、50-0%合理确定分值。
 3. 定量指标若为正向指标(即指标值为≥**), 则得分计算方法: 全年实际值(B)/年度指标值(A)×该指标分值; 若定量指标为反向指标(即指标值为≤**), 则得分计算方法: 年度指标值(A)/全年实际值(B)×该指标分值。
 4. 请在“未完成原因分析”一栏中简要说明偏离目标、不能完成目标的原因及今后改进的措施。

