

盐池县工业信息化和商务局

投资促进业务经费 2024 年度绩效自评报告

根据财政项目绩效有关要求，现就投资促进业务经费绩效自评情况报告如下。

一、绩效目标批复下达情况

(一)年初批复下达投资促进业务经费预算和绩效目标情况。
无。

(二)年度中由县级资金安排下达投资促进业务经费预算和绩效目标情况。

2024 年度中由县级资金安排下达投资促进业务经费 7.132918 万元。绩效目标为创新打造消费新场景，解锁消费 N 种可能，进一步活跃本地消费市场，通过发放消费券以刺激消费，带动相关产业发展，进而优化投资环境，进而撬动居民消费，促进经济的内循环，释放消费潜力，为经济增长注入新活力。

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(建)指标〔2024〕410 号下达项目资金 7.132918 万元，实际到位资金 7.132918 万元。

2、项目资金执行情况分析。项目资金由盐池县工业信息化

和商务局组织进行实施，截止目前，资金支付 71329.18 元，其中支付吴忠市聚响网络科技有限公司“新潮流·新精彩”盐池全民狂欢盛宴活动和“数商兴农进宁夏”政府惠民消费券技术服务费 17600 元；支付宁夏艾特斯文化传媒有限公司 2024 年乐购盐池·惠享生活”消费季暨消费品以旧换新活动场地搭建及宣传费用 30000 元；宁夏久预立商业管理有限公司活动奖补资金 10464.94 万元；宁夏易龙信息技术咨询服务有限公司 10000 元；盐池县威泰网络科技有限公司 3264.24 元。

3、项目资金管理情况分析。为加强奖补资金使用管理，我单位对申请企业、个体等提交的活动资料进行了全面审核，大额支出严格执行“三重一大”制度，经会议研究决定，规范执行财务支出流程，确保资金安全，严格按照我县项目管理办法，项目资金专款专用，资金使用无违纪违规问题。

(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。下达投资促进业务项目 71329.18 元，全面完成促消费活动及消费券资金补贴项目。

(2) 质量指标。严格按照实施方案，及时组织申报，按事项完成各项任务

(3) 时效指标。项目严格按照文件要求完成，全部为 2024 年补贴资金，完成率 100%。

(4) 成本指标。2024 年下达并支付资金 71329.18 元，资金执行率 100%。

2、效益指标完成情况分析

(1) 经济效益。从结合“云闪付”“乐购盐池”平台开展“喜迎新春·乐购盐州”“嗨翻五一·提前放价”等吃穿用类商品促销活动3批次，2024年完成社会消费品零售总额25.52亿元，同比增长4.8%。

(2) 社会效益。极大推动以服务为主的第三产业发展，带动餐饮、娱乐、商业、交通运输等相关产业的发展，有效促进产业结构的融合。大力开展餐饮住宿、服装百货、家居建材、汽车家电、房地产销售等各类促销活动，采取政府补贴、商家让利、平台带动等线上线下融合共促，多措并举促进市场消费回暖升温。

3、满意度指标完成情况分析。申报补贴商户满意度达98%以上。

三、偏离绩效目标的原因和下一步改进措施

此次自评均完成绩效指标，通过此次自评工作，使我单位相关自评人员更加掌握绩效自评的相关制度及指标设置，在今后的自评工作中，尤其在设定年初目标值时，严格按照相关制度要求综合考虑各方面影响因素，科学合理的设定目标值，不过高或过低的设定目标值。目前，全县商贸服务业发展相对滞后，整体商业氛围不浓，休闲、文化、娱乐等业态较少，县域人口规模偏小，整体消费潜力不足对商贸服务业发展带来一定制约。下一步，进一步精准高效助企纾困，持续推进企业减负、落实便民惠民政策、优化营商环境、推动经济高质量发展。充分利用各类型节假日，结合商贸零售企业线上消费发展趋势，陆续开展发放消费券、汽车家电下乡等各类促消费系列活动，持续推动消费扩容增量。

四、绩效自评结果拟应用和公开情况

我单位会及时整理、归纳、分析、反馈绩效评价结果，将绩效评价结果应用作为全过程预算绩效管理的落脚点。

五、其他需要说明的问题

无。

附件2

盐池县本级部门项目支出绩效自评表

(2024年度)

项目名称		投资促进业务经费						
主管部门		盐池县工业信息化和商务局		实施单位	盐池县工业信息化和商务局			
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:	7.132918	7.132918	10	100%	10	
		其中: 当年财政拨款	7.132918	7.132918	—	100%	—	
		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				
	举办形式多样的促消费活动，带动经济增长。			从结合“云闪付”“乐购盐池”平台开展“喜迎新春·乐购盐池”“嗨翻五一·提前放价”等吃穿用类商品促销活动3批次，2024年完成社会消费品零售总额25.52亿元，同比增长4.8%。				
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 及改进措施
	产出 指标 (40 分)	数量指标 (10分)	开展促消费活动，在节假日来临之前发放政府消费券	≥1	3	10	10	完成值达到指标值，记满分；未达到指标值，按 $\frac{B}{A} \times 10$ 分计分。
		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。
		时效指标 (10分)	项目完成时间	2024年12月	2024年12月	10	10	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 $\frac{B}{A} \times 10$ 分计分。
		成本指标 (10分)	投资促进业务经费	7.132918万元	7.132918万元	10	10	
	效益 指标 (40 分)	经济效益 指标(20 分)	带动消费、促进经济发展	长期	长期	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。
		社会效益 指标(20 分)	拉动消费需求	长期	长期	20	20	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 $\frac{B}{A} \times 10$ 分计分。
	满意度 指标 (10 分)	服务对象 满意度 指标(10 分)	群众满意度	≥95%	≥95%	10	10	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 \geq **），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 \leq **），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。

5. 总分=绩效指标90分+资金执行情况10分, 请大家务必按照勾稽关系准确计分。