

广州市商务局 2022 年“羊城欢乐购” 政府消费券项目绩效评价报告

一、评价项目概述

（一）项目背景

为深入贯彻中央关于“发挥消费对经济循环的牵引带动作用”的要求，按照国务院《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》（国办发〔2022〕9号）和省、市关于促消费、加快经济恢复的部署要求，广州市商务局筹划部署促消费系列措施，2022年发放了两期“羊城欢乐购”政府消费券，共1.3亿元（其中第一期1亿元，第二期3000万元），涵盖百货、超市便利、家电数码、汽车、住宿餐饮、线上电商等行业。

（二）项目立项依据

- 1.《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》（国办发〔2022〕9号）
- 2.《商务部办公厅 中国银联关于应对新冠肺炎疫情支持商贸流动发展促进居民消费的通知》（商办消费函〔2020〕161号）
- 3.《广东省促进服务业领域困难行业恢复发展若干措施》（粤办函〔2022〕40号）
- 4.《广东省人民政府办公厅关于印发广东省进一步促进消费

若干措施的通知》（粤府办〔2022〕11号）

（三）项目绩效目标

预期总目标：通过发放消费券等惠民补贴，为贯彻落实国家、省服务业纾困政策和相关促消费政策，围绕我市商务领域受疫情影响较大的零售、餐饮住宿等行业及电商平台，提振消费信心和市场主体信心。

项目绩效指标详见下表。

项目绩效指标表

	一级指标	二级指标	指标内容	预期指标值
本年度 绩效指 标	产出指标	数量指标	报名参与消费券活动的住宿餐饮门店数量	不少于 300 家
		质量指标	电商消费券核销率	不低于 60%
		时效指标	按计划时间完成当年消费券发放	按时完成
		成本指标	资金发放不超过预算	不多于 1.3 亿元
	效益指标	经济效益	带动参与活动商家总营业额的乘数	不低于 1.5 倍
		可持续影响	活动宣传的媒体家数	不低于 10 家
	服务对象满意度指标	满意度	500 份调查问卷的满意度	不低于 80%

（四）项目资金来源及使用情况

根据《广州市商务局关于印发 2022 年“羊城欢乐购”政府消费券方案的通知》（穗商务函〔2022〕89 号）、《广州市商务局关于印发 2022 年二期“羊城欢乐购”政府消费券方案的通知》（穗商务函〔2022〕181 号），2022 年“羊城欢乐购”政府消费券活动投入财政资金 1.3 亿元，截至 2022 年 12 月 31 日，实际支

出金额 1.3 亿元，财政资金使用率 100%。

（五）项目实施情况

2022 年 5 月-12 月，由中国银联股份有限公司广东分公司、广州羊城通有限公司承担政府消费券发放及技术运营服务，穗康生活、云闪付、穗好办等作为活动平台，覆盖百货超市、住宿餐饮、电商等消费场景，以让利于民、助商惠民为宗旨，以“政府引导、市场主导、金融助力、市区联动”为原则，采取分轮次发放、滚动使用的方式分两期发放消费券，其中一期发放八轮，二期发放五轮。

二、绩效评价概述

（一）评价目的

通过开展绩效评价，旨在强化单位财政支出责任，提高财政资源配置效率和使用效益，梳理资金使用情况及绩效完成情况，分析项目决策、组织实施、产出和效益等各方面的的问题，提出具有针对性、可操作性的建议，提高单位财政预算资金绩效管理水平。

（二）评价设计与实施

本次绩效评价以书面材料评审、访谈、座谈、问卷调查、抽点现场核查为基础，综合运用成本效益分析法、比较法、抽样调查、专家评议、满意度调查等方法对资金和项目的决策、过程、产出和效益四个方面进行综合评价。评价实施步骤分五步：收集项目资料、书面评审、现场评价、综合评价、撰写报告。

（三）绩效评价指标体系和评分标准方法

本次绩效评价的指标体系分为 4 个一级指标、13 个二级指标和 19 个三级指标。绩效评价结果设置为 4 个等级，分别为：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、评价结论与绩效分析

（一）总体结论

经综合评定，2022 年“羊城欢乐购”政府消费券项目支出绩效总得分为 90.74 分，绩效等级为“优”。总体上，项目在决策、过程和产出方面表现较好，但在效益方面还有一定的提升空间。

（二）项目绩效分析

1.决策。指标分值 20 分，得分 18 分，得分率 90%。

（1）项目立项。指标分值 6 分，得分 6 分，得分率 100%。

①立项依据充分性。该指标分值 3 分，得分 3 分。项目立项符合国家相关法律法规，符合政策要求，与部门职责范围相符，立项依据充分。

②立项程序规范性。该指标分值 3 分，得分 3 分。事前经过集体决策，项目按规定的程序申请设立，审批文件、材料符合相关要求。

（2）绩效目标。指标分值 10 分，得分 8 分，得分率 80%。

①绩效目标合理性。该指标分值 5 分，得分 5 分。市商务局申报预算资金时同步申报了项目绩效目标，绩效目标条理清晰，能清楚说明项目拟“通过做什么事，实现什么目的”，与资金投向

相符。

②绩效指标明确性。该指标分值 5 分，得分 3 分。指标设置较全面，且预期目标值可衡量。但存在以下问题：一是部分指标预期目标值设置不够精准（受疫情影响）；二是个别绩效指标分类可以更准确。根据评分标准，扣 2 分。

（3）资金投入。指标分值 4 分，得分 4 分，得分率 100%。预算编制经过科学论证，预算内容与项目内容匹配，预算额度测算依据充分，预算确定的项目资金量与工作任务相匹配。

2.过程。指标分值 20 分，得分 20 分，得分率 100%。

（1）资金管理。指标分值 10 分，得分 10 分，得分率 100%。

①资金使用效率性。该指标分值 4 分，得分 4 分。财政预算支出金额 1.3 亿元，实际财政支出金额 1.3 亿元，财政资金使用率 100%。

②资金使用合规性。该指标分值 6 分，得分 6 分。资金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，符合项目预算批复用途。

（2）组织管理。指标分值 10 分，得分 10 分，得分率 100%。

①管理制度健全性。该指标分值 5 分，得分 5 分。《广州市商务局关于印发广州市促进商务高质量发展专项资金管理办法的通知》（穗商务规字〔2022〕3 号）明确了资金支持重点、条件和方式，项目管理，绩效管理和信息公开以及监督检查相关要求，制度较完整。

②制度执行有效性。该指标分值 5 分，得分 5 分。项目实施

遵守相关法律法规和《广州市促进商务高质量发展专项资金管理办法》等相关规定；预算资金调整手续完备；项目合同书齐全。

3.产出。指标分值 28 分，得分 27 分，得分率 96.43%。

(1) 产出数量

参与消费券活动的住宿餐饮门店数量。指标分值 7 分，得分 6 分。参与两期消费券活动的住宿餐饮门店分别为 2063、948 家，预期参与门店 300 家，完成率均超过 150%，考虑到受疫情影响，较难准确预测报名参与活动的商家数量，扣 1 分。

(2) 产出质量

电商消费券核销率。指标分值 7 分，得分 7 分。一期电商消费券核销率为 63.2%；二期电商消费券核销率 94.45%，均大于预期目标值 60%。

(3) 产出时效

消费券发放及时性。指标分值 7 分，得分 7 分。两期消费券分别在 2022 年 9 月 30 日、2022 年 12 月 31 日前完成发放，均按工作方案计划时间完成。

(4) 产出成本

投入产出率。指标分值 7 分，得分 7 分。“羊城欢乐购”两期消费券活动共吸引消费者超 700 万人次、7093 家企业门店参与活动，1.3 亿元发放消费券，带动交易金额近 4 亿元，充分发挥财政资金“四两拨千斤”的引导和撬动作用。

4.效益。指标分值 32 分，得分 25.74 分，得分率 80.44%。

(1) 经济效益。指标分值 15 分，得分 10.75 分，得分率

71.67%。

①参与活动商家客流量提升率。指标分值 5 分，得分 2.75 分。在消费券使用期间，参与活动的商家的客流量平均提升 10% 以内，根据评分标准，得 2.75 分。

②带动参与活动商家总营业额的乘数。指标分值5分，得分4分。一期消费券带动消费乘数（不含数字人民币500万元）2.69；二期消费券带动消费乘数2.62，指标实际完成率分别为179.33%和174.67%，均超过150%，预期绩效目标值设置偏低，扣1分。

③社会消费品零售总额增长率。指标分值 5 分，得分 4 分。2022 年广州市社会消费品零售总额增长率 1.7%，高于全省水平（1.6%）、全国水平（-0.2%），低于 4%，根据评分标准，得 4 分。

（2）社会效益

活动宣传的媒体数量。指标分值 5 分，得分 4 分。两期活动宣传的媒体数量分别为 51 家、46 家，两期指标完成率均超过 150%，预期绩效目标值设置偏低，扣 1 分。

（3）可持续影响

可持续发展性。指标分值 4 分，得分 4 分。一是项目具有政策持续性：2023 年将继续发放亿元政府消费券。二是项目具有资金来源持续性：2023 年消费券项目所属资金专题预算超过 1 亿元。因此，项目的可持续发展性较好。

（4）社会公众或服务对象满意度

公众满意度。指标分值8分，得分6.99分。根据两期“羊城欢

乐购”政府消费券财政专项资金满意度调查结果，综合公众满意度87.43% > 80%，指标得分6.99。

四、项目主要绩效或成功经验

（一）提振消费者信心，拉动消费力回升

2022年“羊城欢乐购”政府消费券两期活动共吸引消费者超700万人次、7093家企业门店参与活动，消费券的发放起到了恢复客流、激活市场的效果，达到了拉动消费、提振经济的目的。2022年广州市社会消费品零售总额10,298.2亿元保持万亿级，同比增长1.7%，高于全国、全省（1.6%）平均水平，居五大培育建设国际消费中心城市首位。实现了“两个第一”：广州市近年来首次发放商贸流通领域消费券，当年在4个一线城市和全国5家培育建设国际消费中心城市中率先推出亿元规模政府消费券。

（二）政企联动发挥综合效应，有效盘活社会资源

在1.3亿元政府消费券撬动下，各区政府、百货商超、住宿餐饮、电商平台纷纷拿出配套资金开展促销活动，全行业全领域共同响应，形成“政府组织、多方参与、力出一孔”的良好局面。在活动推进过程中，由于效果远超预期，部分银行、商家在前期叠加优惠基础上追加投入，“滚雪球”式带动起更多社会资源，如财政资金投入数字人民币活动500万元，带动中国工商银行、交通银行、招商银行、建设银行等银行累计发放红包3,504万元，消费者使用红包金额1,390万元，拉动消费额3,700万元，充分发挥了银行金融服务与自有平台流量优势，整合应用场景，有效盘活社会资源。

（三）媒体广告全覆盖，宣传推广有新意

2022年“羊城欢乐购”政府消费券活动与65家媒体进行合作，利用媒体、广告、线上直播、广州塔灯光秀等方式全面覆盖，通过短信、APP推送、博览会展位等方式精准触达，宣传上做到轮轮有亮点，次次有新意。中央广播电视总台“直播大湾区”栏目将广州市消费券发放作为首播内容。南方都市报评论文章《发放一亿消费券，对广州别有一番意义》入选学习强国广东学习平台，对广州发放政府消费券予以高度肯定。

五、存在问题或不足

（一）发券种类有待丰富

两期消费券的优惠幅度较大，除了单笔交易金额较低的轻餐茶饮类消费外，消费券面值都在50元以上，最高达1000元，能带动单笔交易金额较大，但较大的券面金额也存在局限：一是减少了受益对象的数量。二是一定程度上影响了消费券的核销率。

（二）支付渠道有待完善

根据2022年“羊城欢乐购”政府消费券公众满意度调查结果，不少民众反映在使用云闪付APP支付时遇到不少问题，如系统操作不便、某些活动商家无法使用云闪付结账以及GPS授权速度慢等。

六、相关建议

（一）强化绩效管理意识，提高绩效管理水平

一是强化绩效管理意识，高度重视绩效目标的科学性、合理性。目标设置要指向明确、具体细化、合理可行，与项目投入相

匹配，避免低设目标。二是在预算执行过程中定期将执行情况与预算安排及项目年度目标进行对比分析，及时发现偏差、查找原因，采取必要措施，保证预算整体目标的顺利完成，提高财政资金使用效益。

（二）优化券面金额，丰富发券种类

建议增加不同面值的消费券种类，除了轻餐茶饮类消费券外，建议适当增加各类行业的面值 50 元以下的消费券，如满 80 减 30，满足不同收入群体的消费需求，同时，发放面值较低的消费券能增加消费券的发放数量，扩大活动惠及面。

（三）不断完善平台功能，优化技术支撑

建议不断完善云闪付APP的服务功能，修复后台漏洞，减少系统出错；优化界面设置，增加操作指引，减少用户的使用障碍，为消费券活动的顺利开展提供有力的技术支撑。