

电子消费券资金项目 财政重点绩效评价报告

一、项目概况

为贯彻落实《河南省人民政府关于印发大力提振市场信心促进经济稳定向好政策措施的通知》（豫政〔2022〕41号）文件精神，进一步激发市场消费活力，提振县域经济发展信心，新县人民政府决定对全社会广大消费者发放电子消费券。

通过发放电子消费券带动新县消费，抵消疫情时代经济低迷不利因素，提振企业经营者和消费者信心，利用“双节”大采购、大消费的有利时机，全面提高消费者生活质量和消费水平，推动新县社会消费品零售总额稳步提升。

项目预算资金 200 万元，截至 2023 年 3 月 31 日，实际到位资金 190 万元，实际支付 190 万元。

二、评价结论

运用评价组设计的指标体系及评分标准，本项目绩效评价得分为 80.09 分，评价等级为“良”。

三、主要经验做法

投放品类贴合市场需求，有效撬动社会消费。项目消费券品类设置多样，聚焦商超零售、农特产品、餐饮、酒店民宿、家电数码、文旅等重点消费领域，贴合群众需求，整体核销率较好，消费券核销率 95.23%，其中商超零售、农特产品、餐饮、家电数码类核销率普遍在 90%以上，为拉动消费贡献了力量，提高了财政资金使用效果。

四、存在的主要问题

（一）项目管理制度不健全，精细化管理水平有待提升。一是项目单位未制定核销数据验收流程或相关规定，对于项目完成无验收标准，项目单位对于每日报送数据没有抽查核验；二是项目实施过程中存在退款等现象也没有制定退款流程，业务管理制度不完整。

（二）未按管理制度执行，资料留存不完整。一是项目资金未按照手续流程去申请。二是项目单位未按照方案要求及时申请并拨付资金，而是在消费券发放活动完成时，一次性拨付 190 万元。三是项目单位没有及时整理留存第三方平台每日汇报数据，数据留存不完整。四是项目资金支出未及时登记明细账和总账。

（三）个别品类核销效果不佳，设计方案动态调整机制有待建立。个别品类消费券核销效果不佳，但未及时调整活动方案。

（四）预算绩效管理工作有待加强。一是本项目的绩效目标设置不合理。二是项目指标设置不清晰，质量指标和时效指标填报不清晰，产出数量指标与工作内容不符；三是绩效指标与项目目标计划数不对应，比如产出数量“发放补助人数=50 人次”“慰问人数=50 人”，根据第三方平台统计，共有 4 万余人次核销电子消费券，与实际数值相差较大。无法达到预算绩效管理的目的。

五、相关建议

（一）建立完善规章制度，提升精细化管理水平。首先，建议项目单位建立健全消费券发放相关业务管理制度推动

新县人民政府消费券发放相关业务管理标准的建设，为今后消费券发放项目的开展提供指导和依据。尽快建立细化的业务管理制度，包括对项目事前、事中、事后的全过程精细化管理。其次，项目单位按照“提前介入、认真把关、全程监督、确保实效”的原则对发券过程进行全流程监管，充分履行对平台企业的监督检查职责；进一步完善消费券发放的风控机制，确保发券过程公平、透明、可回溯，提升项目管理水平。

（二）按照管理制度去执行，提升资料留存意识。一是项目单位及时补全资金申请相关手续，并将补办手续资料留存备份；二是项目单位财务人员及时补齐 2023 年的明细账和总账。同时，项目工作人员培养复盘管理以及项目结束后的追踪监管能力，针对项目实施过程中的问题及时复盘整理，为以后消费券发放项目提供经验。

（三）建立方案调整联动机制，及时调整方案设计。建议项目单位建立合理的消费券活动方案调整联动调整机制，明确方案调整和审批流程，加强与第三方平台的沟通和协作，及时跟进消费券核销进展，规范、高效、灵活地调整发放方案，同时，事前充分考虑应对突发情况时的方案调整和补充策略，尽量避免各品类消费券实际开展与设计效果的偏离，争取最大限度地发挥财政资金的作用。

（四）加强预算绩效管理工作。项目负责人可认真研读绩效政策，学习绩效目标的设置方法和要求，为后续项目绩效监控、自评价提供基础。