



K • M • B • Y



呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放
工作策划推广服务项目经费支出
(政府购买服务)

绩效评价报告

昆博会审字【2021】第 2-0195 号-0009



昆明博扬会计师事务所有限公司

2021 年 10 月 20 日

目录

一、基本情况.....	1 -
(一) 项目概况.....	1 -
(二) 项目绩效目标.....	5 -
(三) 项目组织管理情况.....	5 -
二、绩效评价工作开展情况.....	7 -
(一) 绩效评价目的、对象和范围.....	7 -
(二) 绩效评价原则、依据、评价指标体系、评价方法评价标准、评价 抽样等.....	8 -
(三) 绩效评价工作过程.....	11 -
三、综合评价情况及评价结论.....	14 -
(一) 评价结论.....	14 -
(二) 绩效目标实现情况.....	14 -
四、绩效评价指标分析情况.....	16 -
(一) 项目决策情况分析.....	16 -
(二) 项目过程情况分析.....	21 -
(三) 项目产出情况分析.....	24 -
(四) 项目的效益情况分析.....	24 -
五、主要经验及做法.....	34 -
六、存在问题及原因分析.....	35 -
七、建议和改进措施.....	37 -
八、其他需说明的问题.....	38 -
附件：	39 -
(一) 评价指标体系及评分.....	39 -

(二) 评价人员..... - 39 -

(三) 基础信息表..... - 39 -

(四) 问卷调查表..... - 39 -

昆明博扬会计师事务所有限公司

昆博会审字【2021】第 2-0195 号-0009

呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放工作策划 推广服务项目经费支出（政府购买服务） 绩效评价报告

昆明市呈贡区财政局：

为加强呈贡区财政支出管理，充分发挥财政资金对呈贡区发展的支持作用，提高资金使用效益，按照《呈贡区预算支出绩效实施细则（试行）》（呈政办发〔2017〕176 号）、《呈贡区政府购买服务第三方绩效评价工作实施方案》（呈财〔2019〕40 号）等文件要求，受你单位委托，昆明博扬会计师事务所有限公司对呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放工作策划推广服务项目专项资金支出展开绩效评价工作，形成评价报告。

一、基本情况

（一）项目概况

1. 项目立项背景



2017 年 11 月 24 日，昆明市人民政府办公厅下发《关于印发昆明市引导城乡居民扩大文化消费试点工作实施方案的通知》（昆政办〔2017〕142 号）为进一步加快昆明市作为全省文化中心的建设，提升昆明市文化软实力，充分发挥文化消费在推动全市经济社会发展中的积极作用。2018 年 3 月 28 日，昆明市人民政府办公室下发《关于印发昆明市呈贡区引导城乡居民扩大文化消费试点工作实施方案的通知》（昆政办〔2018〕43 号），为提升呈贡区文化软实力，充分发挥文化消费在推动呈贡区经济社会发展中的积极作用。2018 年 3 月 29 日，昆明呈贡区文体广电旅游局下发《关于印发昆明市呈贡区引导城乡居民扩大文化消费试点首批文化惠民消费券发放工作方案（试行）的通知》（呈文通〔2018〕9 号），为加强文化消费供给，不断丰富文化消费业态，发挥文化消费对经济增长的拉动作用。培育文化消费理念，积极引领积极向上的文化消费方向，使文化成为弘扬和践行社会主义核心价值观的重要载体，不断提高全区文化消费年均增长速度，促进呈贡区文化创意产业发展壮大，为呈贡经济社会发展贡献力量。2020 年 4 月 24 日，昆明市财政局和昆明市文化和旅游局下发《2020 年昆明市国家文化消费试点城市建设补助经费的通知》（昆财教〔2020〕84 号），按照国家、省以及市委、市政府关于开展引导城乡居民扩大文化消费试点工作的要求，结合 2019 年各县（市）区、

开发(度假)园区工作完成情况和绩效考核结果,经市政府批准,下达县区 2020 年国家文化消费试点城市补助经费 100 万元(其中呈贡区 6 万元)。

2. 项目主要内容

为了给市民提供优质的文化和旅游服务,充分发挥文化和旅游消费对经济增长的拉动作用,呈贡区文化和旅游局于 2020 年 9 月 19 日正式推出“呈贡区文化旅游消费券平台”计划发放 80 万元消费补贴。

(1) 消费类别:图书音像、影院娱乐、酒店住宿、花卉艺术、健身和培训、文创产品、旅游服务、呈贡旅游公交。

(2)消费券类别、金额和发放方式:A.电子卡:每张金额 100 元,线上申领;B.纸质券:每张金额 100 元,线下面向低保、残疾人员里的困难群众及部分抗疫医护人员发放。

(3)电子券发放和使用时间

①第一期电子券

发放时间:2020 年 9 月 9 日市民登录平台注册进行实名认证,并进入消费券申领专区进行预约,预约成功后等待电脑随机摇号,摇号中签结果于 9 月 21 日通知消费者;使用时间:2020 年 9 月 21 日-10 月 10 日(10 月 10 日未使用金额自动失效,收回进行第二期发放)

②第二期电子券

发放时间：2020 年 10 月 11 日-12 日市民登录公众号进入消费券申领专区进行预约，预约成功后等待电脑随机摇号，摇号中签结果于 10 月 13 日通知消费者；使用时间：2020 年 10 月 13 日-11 月 10 日（11 月 10 日未使用金额自动失效）。

(4)纸质券发放和使用时间

发放时间：2020 年 9 月 21 日；使用时间：2020 年 9 月 21 日-2020 年 11 月 10 日。

(5)注意事项

①文旅消费券不能兑换现金，电子券使用后除特殊产品质量问题不支持退换货；②纸质消费券针对低保、残联人员里的困难群众及部分抗疫医护人员发放；③如果在规定时间内未使用的消费券平台会短信提示用户使用，如果还未使用的券将在设定的时间节点回收进行二次发放；④每人限领 1 张，领完为止；⑤持有电子券的市民，在公众号平台按补贴比例 50%购买产品，到店消费时出示二维码使用消费券。持有纸质券的市民，到店消费时出示纸质券给商家验证，可全额兑付使用。

3. 实施情况

呈贡区文化和旅游局根据《昆明市呈贡区引导城乡居民扩大文化消费试点首批文化惠民消费券发放工作实施》的要求，成立工作领导小组，委托专业运营商对呈贡区文化和旅游局官

方微信公众号进行开发建设并做好维护、宣传、后台数据统计等工作。

4. 资金投入和使用情况

本次呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放活动预计经费 1,000,000.00 元，其中发放消费券金额 800,000.00 元，聘请第三方公司策划费预计 200,000.00 元。截至 2020 年 12 月 31 日共支付云南品游科技有限公司 650,000.00 元（460,000.00 元文化惠民消费券补贴额，190,000.00 平台运维费）。

（二）项目绩效目标

1、总体目标：继续做好昆明市引导城乡居民扩大文化和旅游消费试点工作，使昆明市文化旅游产品和服务更加丰富，消费市场体系更加健全，消费环境更加完善，进一步激发昆明市文化和旅游消费潜力，提升文化和旅游消费质量水平。

2、阶段目标：落实市级文化惠民消费引导资金，用足 80 万元文旅消费券，刺激文化消费，提升呈贡区文化软实力，充分发挥文化消费在推动呈贡区经济社会发展中的积极作用。

（三）项目组织管理情况

1. 项目相关方职责分工

为了高标准、高质量完成呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放工作，成立工作领导小组，领导小组办公室设在区文化

和旅游局，成员由相关部门抽调，负责领导小组日常工作，组织协调各项活动的日常开展。给各街道负责展开宣传，通过举办 2020 年文化惠民活动组织辖区居民到宣传活动现场，通过关注“呈贡区文化和旅游局”官方微信公众号，以实名认证的方式登记领取电子消费券或纸质消费券。活动具体策划单位由呈贡区文化和旅游局委托专业运营商对“呈贡区文化和旅游局”官方微信公众号进行开发建设。

2. 管理流程

文化惠民消费券试点服务场所的确定，由组委会办公室设定文化企业征集条件，达到条件的企业自愿申报入驻本次文化惠民活动消费券平台，评定合格后报领导小组审定和市国家文化消费试点工作领导小组办公室备案；企业入驻本次文化惠民消费券平台，运营并进行宣传推广；活动开始时由运营商负责开发并维护电子消费券平台，领取到电子消费券的客户凭电子消费券在指定文化企业消费；活动结束后由微信后台系统统计出每家活动企业的消费券使用情况。

3. 组织实施

本次文化惠民消费券活动由云南品游科技有限公司对“呈贡区文化和旅游局”官方微信公众号进行开发建设，内容包括本次活动所需应用功能的开发建设、相应的后台管理及维护和

宣传推广等工作，实现线上发券、领券，后台数据统计（发放、使用情况等），对试点企业开展一对一宣传，提升其知晓度和参与度，促进呈贡区文化产业的繁荣和发展。

4. 制度建设情况

为保证项目的实施，项目单位建立了“三重一大”制度实施细则、信息报送工作制度、财务管理制度，会计核算按照财务管理制度和资金用途使用，记录好资金使用流水账。资金拨付程序规范，款项拨付经经办人、部门负责人、局领导批复后形成费用报销单、付款审批表等报销程序后支出，确保项目质量。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

1. 绩效评价目的

通过全面了解项目管理过程是否规范、产出目标是否完成以及效果目标是否实现等方面的内容，总结经验，查找不足，为项目在以后年度的开展提供可行性参考建议。在此基础上，重点分析项目预算编制的合理性、成本支出的真实性和控制有效性，评价财政资金的使用效率和效果，为以后年度编制项目预算、选择项目实施主体等提供参考依据。

2. 绩效评价对象



呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放工作策划推广服务项目政府专项资金。

3. 绩效评价范围

项目立项的规范性；项目的组织实施；绩效目标的实现程度及效果；资金投入和使用情况；为实现绩效目标制定的制度、采取的措施；经验、做法、存在问题和建议。

（二）绩效评价原则、依据、评价指标体系、评价方法、评价标准、评价抽样等

1. 绩效评价原则

（1）科学规范。绩效评价注重财政支出的经济性、效率性和有效性，严格执行规定的程序，采用定量与定性分析相结合的方法。

（2）公正公开。绩效评价客观、公正，标准统一、资料可靠，依法公开。

（3）绩效相关。绩效评价针对具体支出及其产出绩效进行评价，结果清晰反映支出和产出绩效之间的紧密对应关系。

2. 绩效评价依据

《中华人民共和国预算法》、《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）、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）、《昆明市预算绩效管理暂行办法》（昆政办〔2013〕129号）、《呈贡区预算支出绩效管理实施细则（试行）》（呈政办发〔2017〕176号）、《呈贡区政府购买服务第三方绩效评价工作实施方案》（呈财〔2019〕40号）、《关于印发昆明市引导城乡居民扩大文化消费试点工作实施方案的通知》（昆政办〔2017〕142号）、《关于印发昆明市呈贡区引导城乡居民扩大文化消费试点工作实施方案的通知》（昆政办〔2018〕43号）、《关于印发昆明市呈贡区引导城乡居民扩大文化消费试点首批文化惠民消费券发放工作方案（试行）的通知》（呈文通〔2018〕9号）、《2020年昆明市国家文化消费试点城市建设补助经费的通知》（昆财教〔2020〕84号）等文件。

3. 绩效评价指标体系

详见附件（一）评价指标体系及评分。

4. 绩效评价方法

本次绩效评价采用定量与定性、审阅自评相结合，对收集的相关资料、各种数据，在归集、整理、分析的基础上，运用资料审阅法、比较法、实地评价法、公众问卷调查法等，系统、科学的反映综合绩效情况，具体评价方法为：

(1) 资料审阅。绩效评价工作小组对项目资料进行认真审阅，核实工作是否按要求完成，评价完成的质量和效果。查阅项目会计凭证、会计账簿等，检查资金到位情况，资金拨付、支出情况，相关会计制度执行情况，是否存在违规现象，对项目执行情况、资金拨付执行情况、资金使用规范情况、主要项目内容完成情况的检查。

(2) 比较法。依据下达的项目资金，对照项目实际完成内容；依据相关政策文件，评价项目是否按照项目管理办法等文件执行；依据项目资金计划文件和凭证，评价项目资金下拨、到位及使用情况；将项目预期效益与实施效果数据对比分析，评价项目预期效益实现程度。

(3) 实地评价法。评价小组根据分工，采用资料收集、数据填报、案卷研究、实地调研、座谈会、实地察看、问卷调查等方式，组织开展实地绩效评价。

(4) 公众问卷调查法。通过公众问卷调查及抽样调查等对项目实施效果进行评判，评价绩效目标实现程度。

5. 评价标准

绩效评价标准是指衡量财政支出绩效目标完成程度的尺度。本次绩效评价标准包括：

(1) 计划标准。以预先制定的目标、计划、预算、定额

等数据作为评价的标准。

(2) 行业标准。参照国家公布的行业指标数据制定的评价标准。

(3) 历史标准。参照同类指标的历史数据制定的评价标准。

6. 评价抽样

通过发放并收集委托单位、文化试点企业、市民满意度问卷调查，根据委托单位、文化试点企业、市民填写的问卷调查结果汇总满意度情况，提取相关服务对象对服务成效评价，反映项目实施的效果。本次调查问卷共对委托单位设置 10 个问题，对文化试点企业设置 13 个问题，对市民设置 13 个问题，共计发放 102 份问卷进行满意度调查，并对调查结果进行统计分析，形成社会调查问卷分析报告。

(三) 绩效评价工作过程

1. 前期调研

评价组总负责人及主要人员参与前期调研工作，经过与绩效评价项目主管部门的前期调研，了解本次绩效评价工作重点以及需要关注的重点；通过到被评价部门进行详细调研，了解被评价项目特点，认真研究总结，为下一步编制实施方案提供便利。

2. 研究文件



组织绩效评价组集中培训，进一步研究文件，明确评价重点、内容、原则、评价方法以及工作质量要求；并组织现场了解项目具体情况，对绩效评价指标进行初设。绩效评价组根据相关绩效管理制度及本次绩效评价通知等相关规定，查看各项目长期目标及年度目标、工作总结、专项资金项目实施方案、管理制度及资金管理办法、绩效目标申报表等文件，进行实地考察分析，为绩效评价工作做好准备。

3. 实地评价，采集项目数据

根据已制定的实施方案及绩效评价指标体系，按照评价要求对每一指标项进行分析，并有针对性的收集相关资料，采集相关打分数据。在研究、分析项目预算部门提供的相关文件；整理、汇总项目预算单位提供的项目资料、工作总结和合同；根据预算部门提供的基础数据表逐项进行核实。根据上述方法，从项目的立项合理性、目标的明确性、预算的准确性和管理制度的合规性、产出、效果等方面，对评价项目进行绩效评价。

4. 数据分析和撰写报告

根据已取得资料及相关分析数据，对指标体系进行打分，将本次项目绩效评价结果进行汇总，在收集、汇总、分析评价工作成果资料的基础上，组织分析讨论会，对各项目的基础信

息资料进行进一步分析，对问题建议进行归并和提炼，撰写绩效评价报告。

项目决策方面，主要是评价项目立项依据充分性、立项程序规范性；绩效目标的设定情况，包括绩效目标设立的充分性、明确性、合理性以及细化程度，看绩效目标的设立是否符合客观实际，是否与部门履职相一致，绩效指标是否清晰、细化、可衡量；资金投入方面主要评价预算编制科学性和资金分配合理性，看项目预算编制是否经过科学论证、是否有明确标准，资金额度与年度目标是否相适应，项目预算资金分配是否有测算依据，是否与补助单位或地方实际相适应。

项目管理方面，主要是资金投入和使用情况、为实现绩效目标制定的制度、采取的措施等，包括评价资金分配过程、投入方式、资金到位、预算执行和结果；看资金分配过程是否科学规范，资金投入方式是否合理，资金是否及时到位，预算执行进度是否按预期进行，资金使用是否经济高效；管理制度是否健全、制度执行是否有效、政府采购过程是否规范。

项目产出方面，主要是绩效目标的实现程度，包括产出数量、产出质量、产出时效和产出成本。

项目绩效方面，主要是绩效目标的效果，包括社会效益、生态效益、可持续影响以及服务对象满意度等。

三、综合评价情况及评价结论

（一）评价结论

本次评价的呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放工作策划推广服务项目的实施，激发市民消费的热情、提振消费信心、提升呈贡区文化软实力，充分发挥了消费作为拉动经济增长的“三驾马车”之一的作用。财政支出绩效目标的设定，符合法律法规及经济社会发展规划的要求，项目开展均得到有关部门批复，项目资金基本按管理制度、文件规定规范使用，能按各项管理制度组织实施，取得了较好的效益，但也存在项目绩效目标未细化、不清晰，未制定工作实施方案等问题。经评价，本次呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放工作策划推广服务项目绩效评价得分为 83.48 分，绩效评价等级为“良”。

各部分权重和绩效分值详见下表。

指标	项目决策类	项目过程类	项目产出类	项目效益类	合计
权重	23%	17%	29%	31%	100%
得分	14	14.68	27	27.8	83.48
得分率	60.87%	86.35%	93.10%	89.68%	83.48%

（二）绩效目标实现情况

1. 项目决策



从综合评价得分情况看，此项综合评价满分为 23 分，实际得分 14 分（占该项满分值 60.87%）。总体上看，项目在立项充分性、规范性方面执行效果良好，但项目绩效目标设定的合理性存在项目绩效总体目标未完整地反映产出和效果的情况；绩效指标明确性存在项目绩效目标申报表中各项目设立的绩效指标较为粗略，部分项目的指标可衡量性不高，不能全面反映项目绩效目标，部分数量指标设立不规范，产出、效益目标不完善等问题。

2. 项目过程管理

从综合评价得分情况看，此项综合评价满分为 17 分，实际得分 14.68 分（占该项满分值的 86.35%）。总体上财务管理健全性方面执行效果良好，但也存在项目项目预算编制不充分，政府服务采购流程不规范等问题。

3. 项目产出

从综合评价得分情况看，此项综合评价满分为 29 分，实际得分 27 分（占该项满分值的 93.10%）。总体上看项目在产出数量、产出质量、产出时效等方面完成情况良好，但也存在发放文化消费券的实际完成率不高等问题。

4. 项目效益

从综合评价得分情况看，此项综合评价满分为 31 分，实际得分 27.8 分（占该项满分值的 89.68%）。总体上看项目在经济效益、社会效益等方面完成情况良好，受益对象、委托单位、居民满意度较高，但也存在补贴流向少数几家商户，可持续影响效益比较局限、文化试点企业满意度较低等问题。

四、绩效评价指标分析情况

（一）项目决策情况分析

项目决策类指标包括项目立项、绩效目标和资金投入三方面内容，由 6 个三级指标构成。权重分为 23 分，实际得分 14 分，得分率 60.87%。

1. 项目立项

主要考察项目立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责。项目申请、设立过程是否符合相关要求。各指标业绩值和实际得分详见下表。

指标名称	指标权重	业绩值	实际得分
A11. 立项依据充分性	5	充分	5
A12. 立项程序规范性	3	部分规范	2
小计	8		7

A11. 立项依据充分性

根据 2018 年 3 月 28 日，昆明市人民政府办公室下发《关于印发昆明市呈贡区引导城乡居民扩大文化消费试点工作实

施方案的通知》（昆政办〔2018〕43 号），为提升呈贡区文化软实力，充分发挥文化消费在推动呈贡区经济社会发展中的积极作用。2018 年 3 月 29 日，昆明呈贡区文体广电旅游局下发《关于印发昆明市呈贡区引导城乡居民扩大文化消费试点首批文化惠民消费券发放工作方案（试行）的通知》（呈文通〔2018〕9 号），为加强文化消费供给，不断丰富文化消费业态，发挥文化消费对经济增长的拉动作用。培育文化消费理念，积极引领积极向上的文化消费方向，使文化成为弘扬和践行社会主义核心价值观的重要载体，不断提高全区文化消费年均增长速度，促进呈贡区文化创意产业发展壮大，为呈贡经济社会发展贡献力量。2020 年 4 月 24 日，昆明市财政局和昆明市文化和旅游局下发《2020 年昆明市国家文化消费试点城市建设补助经费的通知》（昆财教〔2020〕84 号），按照国家、省以及市委、市政府关于开展引导城乡居民扩大文化消费试点工作的要求，结合 2019 年各县（市）区、开发(度假)园区工作完成情况和绩效考核目标考核结果，经市政府批准，下达县区 2020 年国家文化消费试点城市补助经费 100 万元（其中呈贡区 6 万元）。由此可见，项目立项依据充分，符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策，与部门职责范围相符，属于部门履职所需。

该项指标满分为 5 分，根据评分标准得 5 分。

A12. 立项程序规范性

根据昆明市呈贡区文化和旅游局局务会会议纪要（2020 年第 6 期），“会议原则同意请示事项，所需经费 100 万元（其中 80 万元已经第四次局务会讨论通过，74 万从公共文化服务均等化中列支，6 万元从国家文化消费试点昆明市建设补助经费列支）。本次申请的 20 万元用于文化惠民消费券发放平台建设及运行维护。会议要求文化科严格遵守政府采购相关规定开展项目服务采购，并按合同约定拨付资金和跟进项目进度”。

本项目虽然经过会议集体讨论决定，但是事前未进行必要的可行性研究、专家论证、风险评估、绩效评估等。

该项指标满分为 3 分，根据评分标准得 2 分。

2. 绩效目标

主要考察项目所设定的绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，依据绩效目标设定的绩效指标是否清晰、细化、可衡量。各指标业绩值和实际得分详见下表。

指标名称	指标权重	业绩值	实际得分
A21. 绩效目标合理性	6	不合理	3
A22. 绩效指标明确性	4	不明确	2
小计	10		5

A21. 绩效目标合理性



本项目虽设定绩效目标,但是根据呈贡区文化和旅游局提供的绩效目标申报表,绩效目标为继续做好昆明市引导城乡居民扩大文化和旅游消费试点工作,使昆明市文化旅游产品和服务更加丰富,消费市场体系更加健全,消费环境更加完善,进一步激发昆明市文化和旅游消费潜力,提升文化和旅游消费质量水平。绩效目标不能完整地反映预期产出和效果,项目预计发放 800,000.00 元,消费券实际发放 460,000.00 元,预算金额与实际偏离较大。

该项指标满分为 6 分,评分标准得 3 分。

A22. 绩效指标明确性

呈贡区文化和旅游局虽然将项目绩效目标细化分解为三级绩效指标,但是项目设立的绩效目标较为粗略,指标值未能量化;绩效指标设立不全面,未能涵盖项目全部情况,不能全面反映项目绩效目标。

该项指标满分为 4 分,根据评分标准得 2 分。

3. 资金投入

主要考察项目预算编制是否经过科学论证、有无明确标准,资金额度与年度目标是否相适应,预算资金分配是否有测算依据,与补助单位或地方实际是否相适应。各指标业绩值和实际得分详见下表。

指标名称	指标权重	业绩值	实际得分
A31. 预算编制科学性	4	部分科学	1
A32. 资金分配合理性	1	合理	1
小计	5		2

A31. 预算编制科学性

本项目预算获得呈贡区财政局批复，根据呈贡区文化和旅游局提供的项目支出绩效目标申报表，公共服务均等化建设专项经费 4,056,280.00 元，但是未单独申报 2020 年文化惠民消费券活动经费，申报表中也无该项目的测算及依据，项目预算并不能完整反映项目实际情况。

该项指标满分为 4 分，根据评分标准得 1 分。

A32. 资金分配合理性

2020 年财政局批复的公共服务均等化建设专项经费 4,056,280.00 元，按照人均不低于 20 元安排街道文化站、社区文化室提供公共文化服务，2020 年所需经费 100 万元（其中 74 万从公共文化服务均等化中列支，6 万元从国家文化消费试点昆明市建设补助经费列支），文化惠民消费券活动经费资金分配额度与项目实际相适应。

该项指标满分为 1 分，根据评分标准得 1 分。

（二）项目过程情况分析

项目过程类指标包括资金管理及组织实施两个方面内容，由 6 个三级指标构成。权重分为 17 分，实际得 14.68 分，得分率 86.35%。

1. 资金管理

主要考察实际到位资金与预算资金的比率，项目预算资金是否按照计划执行，资金使用是否符合相关的财务管理制度规定，各指标业绩值和实际得分详见下表。

指标名称	指标权重	业绩值	实际得分
B11. 资金到位率	2	资金到位率 100%	2
B12. 预算执行率	2	预算执行率 63.48%	1.68
B13. 资金使用合规性	5	合规	5
小计	9		8.68

B11. 资金到位率

截止到 2020 年 12 月 31 日，昆明市呈贡区文化和旅游局共收到公共服务均等化建设专项经费 2,895,080.00 元，其中 1,000,000.00 元用于文化惠民消费券发放活动项目资金，项目预算资金 1,000,000.00 元，资金到位率 100%〔资金到位率=实际到位资金/预算资金）X100%〕。

该项指标满分为 2 分，根据评分标准得 2 分。



B12. 预算执行率

截至 2020 年 12 月 31 日，共支付云南品游科技有限公司 650,000.00 元（注：文化惠民消费券补贴金额由云南品游科技有限公司发放），其中文化惠民消费券发放金额 460,000.00 元，支付云南品游科技有限公司 2020 年建设及运营期费用 190,000.00 元，实际使用补贴金额 444,831.55 元，资金结余 15,168.45 元，剩余金额将用 2021 年度文化旅游消费券发放。预算执行率为 $(444,831.55 + 190,000.00) / 1,000,000.00 = 63.48\%$ [$(\text{实际支出资金} / \text{实际到位资金}) \times 100\%$]。

该项指标满分为 2 分，根据评分标准得 1.68 分。

B13. 资金使用合规性

项目建设执行国家有关资金管理规定，资金核算实行专账管理，专款专用。项目单位建立项目专项资金管理办法，确保项目资金的合理使用。资金支付实行“报账制”，支出和预算批复用途相符，符合国家财经法规、财务管理制度和呈贡区财政局有关文件、通知精神；消费券政府补贴金额和运维费由财政授权支付给云南品游科技有限公司，资金的拨付有完整的审批程序和手续，资金的拨付不存在资金截留的情况。

该项指标满分为 5 分，根据评分标准得 5 分。

2. 组织实施



主要考察项目实施单位的财务和业务管理制度是否健全，项目实施是否符合相关管理规定，政府服务采购流程是否规范，各指标业绩值和实际得分详见下表。

指标名称	指标权重	业绩值	实际得分
B21. 管理制度健全性	2	健全	2
B22. 制度执行有效性	2	有效	2
B23. 政府采购规范性	4	不规范	0
小计	8		4

B21. 管理制度健全性

为保证项目的实施，项目单位建立了《“三重一大”制度实施细则》、《信息报送工作制度》、《财务管理制度》等相关的制度。

该项指标满分为 2 分，根据评分标准得 2 分。

B22. 制度执行有效性

项目实施遵守了相关法律法规和相关管理规定，昆明市公安局呈贡分局建立了财务管理制度，会计核算按照财务管理制度和资金用途使用，记录好资金使用流水账。资金拨付程序规范，款项拨付经经办人、部门负责人、局领导批复后形成费用报销单、付款审批表等报销程序后支出，项目实施过程中的相关台账记录完整准确。

该项指标满分为 2 分，根据评分标准得 2 分。

B23. 政府采购规范性

2020 年 7 月 22 日，昆明市呈贡区文化和旅游局向云南品游科技有限公司、云南启搜网络信息技术有限公司、云南方景科技有限公司三家单位分别发送了昆明市呈贡区文化和旅游局关于开展 2020 年文化惠民消费券发放工作策划推广服务询价函，政府购买服务方式不规范；执行环节虽然按照昆明市呈贡区文化和旅游局内控、财务制度执行，但是监督环节未对购买服务合同进行公开。

该项指标满分为 4 分，根据评分标准得 2 分。

（三）项目产出情况分析

项目产出类指标包括产出数量、产出质量、产出时效及产出成本四个方面内容，由 9 个三级指标构成。权重分为 29 分，实际得分 27 分，得分率 93.10%。

1. 产出数量

主要考察项目实施的实际产出数与计划产出数的比率和项目产出数量目标的实现程度，各指标业绩值和实际得分详见下表。

指标名称	指标权重	业绩值	实际得分
C11. 发放文化消费券的实际完成率	4	实际完成率 55.6%	2
C12. 文化惠民消费券兑换率	4		4

小计	8		6
----	---	--	---

C11. 发放文化消费券的实际完成率

截止到 2020 年 11 月 10 日，文化惠民消费券享受政府补贴金额 444,831.55 元，计划发放消费券金额 800,000.00 元，实际完成率 $444,831.55/800,000.00=55.6\%$ 〔（实际补贴金额/计划发放消费券金额）X 100%〕。

该项指标满分为 4 分，根据评分标准得 2 分。

C12. 文化惠民消费券兑换率

截止到 2020 年 11 月 10 日，实际领取消费券金额 460,000.00 元，实际到店兑付并享受政府补贴 444,831.55 元（其中：线上订单 6840 单，订单总金额 971,688.6 元，消费者实际支付 554,717.75 元，补贴 41,697.85 元；实体券订单 393 单，补贴 27,860.7 元），消费券兑换率为 $444,831.55/460,00.00=96.7\%$ 〔（实际兑换金额/领取金额）X100%〕。

该项指标满分为 4 分，根据评分标准得 4 分。

2. 产出质量

主要考察项目完成的质量达标产出数与实际产出数的比率和项目产出质量目标的实现程度，各指标业绩值和实际得分详见下表。

指标名称	指标权重	业绩值	实际得分
C21. 困难群众及抗疫医护人员领取方式的合理性	4	合理	4
C22. 普通群众领取方式的合理性	4	合理	4
小计	8		8

C21. 困难群众及抗疫医护人员领取方式的合理性

纸质消费券针对低保、残联人员里面的困难群众及部分抗疫医护人员线下发放，由呈贡区民政局、呈贡区卫健局、呈贡区残联负责统一发放给各街道社区困难群众及抗疫医护人员。

该项指标满分为 4 分，根据评分标准得 4 分。

C22. 普通群众领取方式的合理性

电子消费券针对除以上人员之外的普通群众发放，领取电子消费券的流程为：关注“呈贡区文化和旅游局”公众号平台，点击“文旅呈贡”，再点击“消费券”进入“呈贡区文化和旅游消费券”平台，或者直接关注“呈贡区文化旅游消费券”公众号平台；通过手机号码完成注册与微信绑定；在规定时间内，点击“消费券申领”获取申领资格；申领成功后，即可按补贴比例在线购买补贴产品，到店出示“身份证二维码”，店家扫码即可完成兑付。

该项指标满分为 4 分，根据评分标准得 4 分。

3. 产出时效

主要考察项目实际完成时间与计划完成时间的差异，考核项目产出时效目标的实现程度，各指标业绩值和实际得分详见下表。

指标名称	指标权重	业绩值	实际得分
C31. 电子消费券发放 及时性	3	及时	3
C32. 纸质消费券发放 及时性	3	及时	3
小计	6		6

C31. 电子消费券发放及时性

文化惠民消费券活动计划 2020 年 9 月-11 月开展，截至到 2020 年 12 月 31 日活动已圆满完成。电子消费券和纸质消费券分不同的时间进行发放和使用，具体发放情况和使用情况如下：

电子消费券分为两个阶段进行：①第一期发放时间：2020 年 9 月 9 日市民登录平台注册进行实名认证，并进入消费券申领专区进行预约，预约成功后等待电脑随机摇号，摇号中签结果于 9 月 21 日通知消费者；使用时间：2020 年 9 月 21 日-10 月 10 日（10 月 10 日未使用金额自动失效，收回进行第二期发放）；②第二期发放时间：2020 年 10 月 11-12 日市民登录公众号进

入消费券申领专区进行预约，预约成功后等待电脑随机摇号，摇号中签结果于 10 月 13 日通知消费者；使用时间：2020 年 10 月 13 日-11 月 10 日（11 月 10 日未使用金额自动失效）。两次电子消费券发放时间和使用时间均在计划时间范围以内。

该项指标满分为 3 分，根据评分标准得 3 分。

C32. 纸质消费券发放及时性

纸质券发放时间：2020 年 9 月 21 日；使用时间：2020 年 9 月 21 日-2020 年 11 月 10 日。

该项指标满分为 3 分，根据评分标准得 3 分。

4. 产出成本

主要考察完成项目计划工作目标的实际节约成本与计划成本的比率，用以反映和考核项目的成本节约程度。指标业绩值和实际得分详见下表。

指标名称	指标权重	业绩值	实际得分
C51. 文化惠民消费券发放成本节约率	3	成本节约率 37%	3
C52. 困难群众及抗疫医护人员补贴标准的合理性	2	合理	2
C53. 普通群众补贴标准的合理性	2	合理	2
小计	7		7

C51. 文化惠民消费券发放成本节约率

文化惠民消费券活动预计经费 1,000,000.00 元

(800,000.00 元消费券发放金额, 200,000.00 元第三方机构活动策划费), 实际享受政府补贴金额 444,831.55 元, 支付云南品游科技有限公司运营维护费 190,000.00 元, 实际支出 $444,831.55 + 190,000.00 = 634,831.55$ 元, 成本节约率为 $(1,000,000.00 - (444,831.55 + 190,000.00)) / 1,000,000.00 = 37\%$ 。

该项指标满分为 3 分, 根据评分标准得 3 分。

C52. 困难群众及抗疫医护人员补贴标准的合理性

纸质消费券每张金额 100 元, 到店消费时出示纸质券给商家验证, 可全额兑付使用。困难群众属于社会特殊照顾人群, 这样的补贴标准体现了活动人性化的一面。

该项指标满分为 2 分, 根据评分标准得 2 分。

C53. 普通群众补贴标准的合理性

电子消费券每张金额 100 元, 持有电子券的市民, 在公众号平台按照补贴比例 50% 购买产品, 到店消费时出示二维码使用消费券。

该项指标满分为 2 分, 根据评分标准得 2 分。

（四）项目的效益情况分析

项目效益类指标包括项目效益一个方面内容，由 5 个三级指标构成。权重分为 31 分，实际得分 27.80 分，得分率 89.68%。

1. 项目效益

主要考察项目实施带来的影响，主要包括经济效益、社会效益、可持续影响、委托单位满意度、参与文化试点企业满意的和市民满意度，各指标业绩值和实际得分详见下表。

指标名称	指标权重	业绩值	实际得分
C61. 经济效益	7		7
C62. 社会效益	8		8
C63. 可持续影响	5		3.8
C64. 委托单位满意度	4	满意度 93.7%	4
C65. 参与文化试点企业对文化惠民措施的满意度	3	满意度 73.19%	1
C66. 居民对文化惠民措施实施的满意度	4	满意度 92.86%	4
小计	31		27.8

C61. 经济效益

根据平台数据统计，2020 年 9 月 19 日-2020 年 11 月 10 日，消费总金额 999,549.3 元(其中线上订单消费总金额

971,688.6 元, 实体券订单消费总金额 27,860.7 元), 消费券补贴总金额 444,831.55 元(线上订单消费补贴额 416,970.85 元, 实体券消费补贴额 27,860.7 元), 综合第三方支付平台手续费 4,437.74 元, 实际支付商户金额数 550,280.01 元, 商户实际收入 $550,280.01 - 4,437.74 = 545,842.27$ 元, 一元的消费券对经济的拉动作用为 $545,842.27 / 999,549.3 = 54.6\%$ (商户实际收入/消费总金额)。

该项指标满分为 7 分, 根据评分标准得 7 分。

C62. 社会效益

根据平台数据统计, 2020 年文化惠民消费券活动参与试点企业 44 家, 具体消费情况和类别见下表:

类别	商户数	线上订单总数(笔)	实体券订单总数(笔)	线上订单消费总额	实体券消费总额	线上订单消费补贴额	实体券消费补贴额	消费券补贴金额	消费者实际消费金额数	综合第三方支付平台手续费 0.8%	实际应支付商户金额数
图书音像类	5	3,674.00	270.00	354,746.50	25,713.50	174,054.80	25,713.50	199,768.30	180,691.70	1,445.53	179,246.17
健身培训类	9	1,955.00	4.00	479,140.40	400.00	177,885.70	400.00	178,285.70	301,254.70	2,410.04	298,844.66
影视娱乐类	9	564.00	18.00	50,002.00	1,650.00	24,223.00	1,650.00	25,873.00	25,779.00	206.23	25,572.77
酒店住宿类	13	85.00	0.00	15,705.00	0.00	7,252.00	0.00	7,252.00	8,453.00	67.62	8,385.38
旅游服务类	2	214.00	0.00	33,386.00	0.00	14,570.00	0.00	14,570.00	18,816.00	150.53	18,665.47
花卉艺术类	4	64.00	1.00	10,380.70	97.20	4,982.15	97.20	5,079.35	5,398.55	43.19	5,355.36



文创产品类	2	284.00	0.00	28,328.00	0.00	14,003.20	0.00	14,003.20	14,324.80	114.60	14,210.20
合计	44	6,840.00	293.00	971,688.60	27,860.70	416,970.85	27,860.70	444,831.55	554,717.75	4,437.74	550,280.01

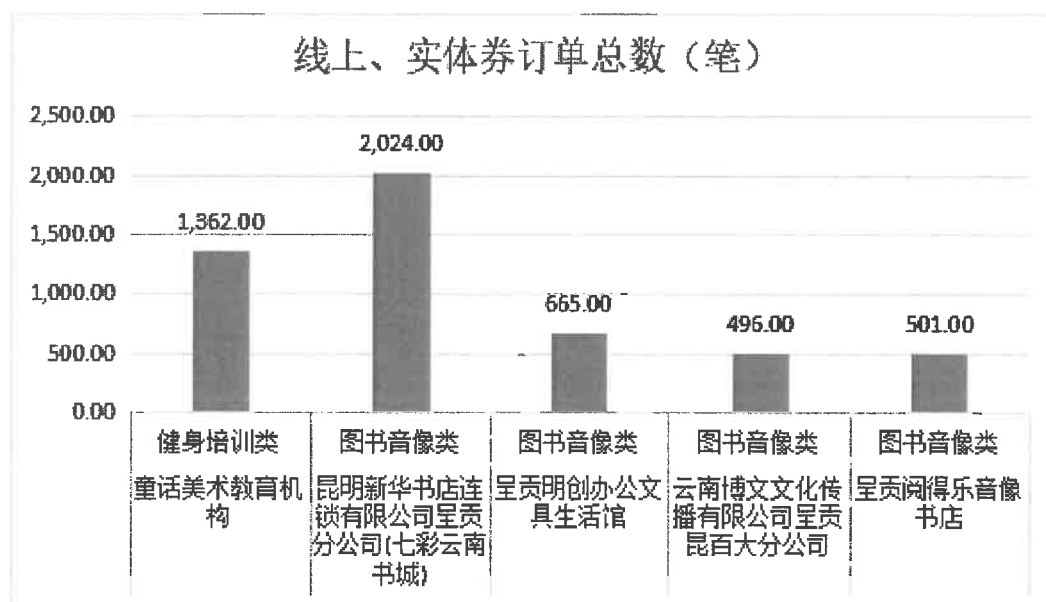
①：由上表交易类别可知，图书音像、健身和培训、影视娱乐三大类型线上、实体券消费订单量，占有文化试点企业订单总数的 90.92%，说明图书音像、健身和培训、影视娱乐是市民主要文旅消费趋向行业；

②：图书音像、健身和培训、影视娱乐三大类型线上、实体券消费总金额 911,652.4 元，扣除消费券补贴金额 403,927.00 元与平台手续费 4,061.80 元，实际应支付商户数 503,663.60 元，占消费总金额的比重为 $503,663.60 / 911,652.4 = 55.25\%$ ，说明一元的消费券金额可以带动 55.25% 的消费增长，有利于提振消费信心，消费总额的增长对消费信心有促进作用取得良好的效果。

该项指标满分为 8 分，根据评分标准得 8 分。

C63. 可持续影响

本次文化惠民消费券活动使许多商家从中获益，从 44 家消费试点企业中截取了消费订单量最多的前五家进行分析，具体消费类别与订单量情况见下表：



本次文化惠民消费券活动参与试点的 44 家企业中，图书音像类中的昆明新华书店连锁有限公司呈贡分公司(七彩云南书城)消费订单量 2024 最多，占有所有消费订单量 7133 的比重为 $2024/7133=28.38\%$ 、呈贡明创办公文具生活馆占比为 $665/7133=9.32\%$ 、呈贡阅得乐音像书店占比为 $501/7133=7.02\%$ 、云南博文文化传播有限公司呈贡昆百大分公司占比为 $496/7133=6.95\%$ ；健身培训类中的童话美术教育机构消费订单量 1362，占有所有消费订单量 7133 的比重为 $1362/7133=19.09\%$ 。从总体来看图书音像类仍然是市民文旅消费趋向行业，结合本次调查问卷结果，46 份问卷，有 36 份，特地针对来本店兑付过消费券的顾客推出消费减免活动，本次文化惠民消费券活动刺激市民进行二次消费，以使文化惠民消费券活动的效益得以持续。但是对补贴的管控不到位，导致补贴流向少数几家试点企业，这样活动的效益就比较局限。

该项指标满分为 5 分，根据评分标准得 3.8 分。

C64. 委托单位满意度

本次评价针对呈贡区文化和旅游局共发放调查问卷 27 份，收回调查问卷 27 份，有效问卷 27 份，根据所调查的问题统计分析，该项目满意度为 93.7%。

该项指标满分为 4 分，根据评分标准得 4 分。

C65. 参与文化试点企业对文化惠民措施的满意度

本次评价针对文化试点企业共发放调查问卷 47 份，收回调查问卷 47 份，有效问卷 47 份，根据所调查的问题统计分析，该项目满意度为 73.19%。

该项指标满分为 3 分，根据评分标准得 1 分。

C66. 居民对文化惠民措施实施的满意度

本次评价针对居民共发放调查问卷 28 份，收回调查问卷 28 份，有效问卷 28 份，根据所调查的问题统计分析，该项目满意度为 92.86%。

该项指标满分为 4 分，根据评分标准得 4 分。

五、主要经验及做法

1. 采取线下线上发放方式，发放对象具有针对性

线上和线下的消费券面值均 100 元，线下主要针对特殊困难群体和抗疫医护人员，补贴比例为 100%；线上主要针对除以上特殊人员以外的普通群众，消费券补贴比例为 50%。这样的

发放方式充分考虑到了人员的特殊性，困难群众和抗疫医护人员补贴比例 100%，体现了文化惠民消费券活动人性化的一面。

2. 文化惠民消费券活动时间的合理性

本次活动时间为 2020 年 9 月 19 日-2020 年 11 月 10 日，正值中秋、国庆假期，云南品游科技利用这个时间节点对文化惠民消费券活动进行了大量的宣传，保障了工作的顺利实施，许多上班族可以充分利用假期时间进行消费，提高了活动的效率性。

3. 抽样走访调研消费券使用情况，并对兑换流程进行培训和指导

云南品游科技有限公司针对平台企业使用消费券情况进行了抽样调查，实地走访文旅企业，了解消费券兑换和使用的真实情况，针对文旅企业遇到的兑换问题进行及时处理和记录，对消费券兑换流程进行培训和指导。

六、存在问题及原因分析

1. 绩效目标设置不合理，缺乏可考核性

根据提供的昆明市国家文化消费试点城市建设项目资金绩效目标表，设立的绩效目标较为粗略，指标值未能量化；绩效指标设立不全面，未能涵盖项目全部情况，不能全面反映项目绩效目标；该绩效目标表为昆明市国家文化消费试点城市建

设项目，呈贡区文化和旅游局并未针对本次呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放工作策划推广服务项目做具体的绩效目标申报。

该问题存在的原因主要是项目具体实施单位呈贡区文化和旅游局未强化财政资金规范使用的意识，未将财政资金绩效评价的文件政策落实到位。

2. 平台入驻企业数量差异大，数据不具说服力

根据云南品游科技有限公司平台数据，2020 年参与文化试点的企业 44 家，其中图书音像类 5 家、健身培训类 9 家、影视娱乐类 9 家、酒店住宿类 13 家、旅游服务类 2 家、花卉艺术类 4 家、文创产品类 2 家。每个消费类别企业数量的不均等化导致最终的消费数据不具有说服力。

该问题存在的原因主要是该活动的市民知晓率不高，导致自愿申报入驻平台企业过少，而符合条件的企业又是屈指可数，导致最终申报合格的企业类别数量的不均等化。

3. 对补贴的管控不到位，导致补贴流向少数几家试点企业

根据云南品游科技有限公司平台数据，本次活动政府补贴金额排名前 5 的企业为童话美术教育机构 121,665.00 元、昆明新华书店连锁有限公司呈贡分公司(七彩云南书城)111,411.75 元、呈贡明创办公文具生活馆 31,071.80 元、

云南博文文化传播有限公司呈贡昆百大分公司 19,886.75 元、呈贡阅得乐音像书店 23,117.50 元，占有 44 家试点企业政府补贴 444,831.55 元的比重为 69%，补贴基本流向了图书音像类企业，而酒店住宿类、文创产品类中的少数企业的补贴基本为 0，这样不利于带动呈贡区整体文化消费水平的提高。

该问题存在的原因主要是呈贡区文化和旅游局对文化惠民消费券的发放进度掌控不到位，对补贴额度过高的试点企业没有及时进行管控，对补贴额度过少的企业没有采取有效的措施，确保补贴发放额度的均衡。

4. 缺少呈贡旅游公交的统计数据

本次活动消费券的类别有：图书音像、影院娱乐、酒店住宿、花卉艺术、健身与培训、文创产品、旅游服务、呈贡旅游公交，而本次平台企业未对呈贡旅游公交消费券的使用情况进行统计。

该问题存在的原因主要是呈贡区文化和旅游局未对云南品游科技有限公司工作质量纳入考核标准，而云南品游科技有限公司自身未把责任落实到位。

七、建议和改进措施

1. 针对绩效目标设置不合理，缺乏可考核性的问题。各项目实施单位应加强对绩效目标编制的审慎性及申报人员业务

水平。在设置绩效目标时应根据项目特点及实施内容，有针对性地制定绩效目标，每一项项目活动都要有具体目标及指标值，注明项目是否完成或是项目完成情况程度的标准等，提高绩效目标申报质量。

2. 针对平台入驻企业数量差异大，数据不具说服性的问题，组委会办公室审核申报企业时除了考虑企业是经营性的文化场馆、经过相关主管部门登记、证照齐全、依法经营的条件外，还应考虑每种类别的企业的数量差异不宜过大，应使每种类别的企业数量尽量保持均衡化。

3. 针对补贴的管控不到位，导致补贴流向少数几家试点企业的问题。增强商户补贴额度的管控机制，避免补贴流向少数几家商户，不利于综合全面的助力呈贡区文旅企业发展。

4. 针对缺少呈贡旅游公交的统计数据的问题。云南品游科技需加强这方面的数据统计，呈贡区文化和旅游局需把数据统计的完整性纳入对云南品游科技工作质量的考核标准中。只有数据统计完整才能反映整个项目实施的效益与必要性。

八、其他需说明的问题

1. 本次绩效评价定量分析基于平台数据都是需要多家平台统计数据准确性才能真实准确地评价出正确的评分，而采用的数据根据平台统计提供，存在一定的风险。

2. 由于 2020 年呈贡区文化和旅游局未单独针对呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放工作策划推广服务项目进行预算申报，而是统一纳入公共服务文化均等化建设专项经费进行申报。根据昆明市呈贡区财政局文件《关于批复 2020 年部门预算的通知》（呈财行〔2020〕80 号），2020 年财政局批复公共服务均等化建设专项经费 4,056,280.00 元。而根据 2020 年 7 月 13 日，昆明市呈贡区文化和旅游局文化科申请文件，关于申请开展昆明市呈贡区 2020 年文化惠民消费券活动经费补助的请示，“本次呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放活动预计经费 100 万元，其中发放消费券金额 80 万元，聘请第三方公司策划费预计 20 万元”。我们无法准确的区分经财政部门批准的昆明市呈贡区 2020 年文化惠民消费券发放活动的预算，因此本项目涉及计算与预算相关的数据时以预算 100 万元为准。

附件：

- （一）评价指标体系及评分
- （二）评价人员
- （三）基础信息表
- （四）问卷调查表

昆明博扬会计师事务所有限公司

二〇二一年十月二十日



(政府购买服务评价) 2020年文化惠民消费券发放工作策划推广服务项目经费支出绩效评价指标体系及评分表

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分	指标解释	指标说明	评分标准
B. 过程 (17分)	B2. 组织实施 (8分)	B21. 管理制度健全性 (2分)	2	2	考察项目的财务制度是否健全、完善、有效	评价要点: ①是否已制定或具有相应的财务和业务管理制度; ②财务和业务管理制度是否合法、合规、完整。	制订相关制度或采取措施, 得满分; 制度不完善或者措施不明确, 得权重的60%; 没有相关制度或措施, 不得分。
		B22. 制度执行有效性 (2分)	2	2	项目实施是否符合相关管理规定, 用以反映和考核相关管理制度的有效执行情况。	评价要点: ①是否已制定或具有相应的财务和业务管理制度; ②财务和业务管理制度是否合法、合规、完整。	制订相关制度或采取措施, 得满分; 制度不完善或者措施不明确, 得权重的60%; 没有相关制度或措施, 不得分。
		B23. 政府采购规范性 (4分)	4	2	考察采购方式是否符合中央、省、市的相关要求。	评价要点: ①是否遵守相关法律法规和相关管理规定; ②项目调整及支出调整手续是否完备;	有效执行, 得满分; 部分执行, 得权重的60%; 未执行, 不得分。
						③项目合同书、验收报告、技术鉴定等资料是否齐全并及时归档;	资料齐全, 得满分; 漏一项, 扣0.5分, 扣完为止。
						④是否按照合同约定执行	有效执行, 得1分; 部分执行, 得0.5分; 未执行, 不得分。
						项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等是否落实到位。	有效保障, 得满分; 部分保障, 得权重的60%; 未保障, 不得分。
C. 产出 (60分)	C1. 产出数量 (8分)	C11. 发放文化消费券的实际完成率 (4分)	4	2	实际补贴文化惠民消费券金额与计划发放消费金额的比率	实际完成率= (实际补贴金额/计划发放消费金额) X 100%	完成率≥85%, 得4分; <85%消费券完成率≤70%, 得3分; 70%<消费券完成率≤55%, 得2分; 55%<消费券完成率≤40%, 不得分。
		C12. 文化惠民消费券兑换率 (4分)	4	4	领取使用文化惠民消费券金额与实际领取消费金额的比率	消费券覆盖率= (实际兑换金额/领取金额) X100%。	消费券兑换率≥90%, 得满分; 70%≤消费券兑换率<90%, 得满分的60%; 消费券兑换率<70%, 得1分。
	C2. 产出质量 (8分)	C21. 困难群众及抗疫医护人员领取方式的合理性 (4分)	4	4	困难群众发放纸质消费券	困难群众发放纸质消费券采取现场领取的方式	领取方式合理的满分; 不合理不得分。
		C22. 普通群众领取方式的合理性 (4分)	4	4	普通群众发放电子消费券	普通群众发放电子消费券采取摇号中签的方式	领取方式合理的满分; 不合理不得分。
	C3. 产出时效 (6分)	C31. 电子消费券发放及时性 (3分)	3	3	电子消费券发放时间是否及时	用电子消费券实际完成时间是否在计划完成时间内衡量	在计划时间内完成, 满分, 超时不得分
		C32. 纸质消费券发放及时性 (3分)	3	3	纸质消费券发放时间是否及时	用纸质消费券实际完成时间是否在计划完成时间内衡量	在计划时间内完成, 满分, 超时不得分
	C5. 产出成本 (7分)	C51. 文化惠民消费券发放成本节约率 (3分)	3	3	完成项目计划工作目标的实际节约成本与计划成本的比率	成本节约率= [(计划成本-实际成本) / 计划成本] x 100%; 实际成本: 项目实施单位如期、保质、保量完成既定工作目标实际所耗费的支出; 计划成本: 项目实施单位为完成工作目标计划安排的支出, 一般以项目预算为参考	成本节约率≥0%得满分, 当成本节约率<0%, 每小于5%, 扣1分, 直到本项分值扣完为止。
		C52. 困难群众及抗疫医护人员补贴标准的合理性 (2分)	2	2	困难群众补贴标准是否合理	消费券面值100元, 困难群众补贴金额为消费券金额的100%	补贴标准合理得满分; 不合理不得分。
		C53. 普通群众补贴标准的合理性 (2分)	2	2	普通群众的补贴标准是否合理	消费券面值100元, 普通群众的补贴金额为消费金额50%, 即需自费50%方能使用	补贴标准合理得满分; 不合理不得分。
	C6. 项目效益 (31分)	C61. 经济效益 (7分)	7	7	文化惠民消费券活动带动了文化试点企业经济的发展, 进而带动呈贡区经济的发展	用消费券补贴之外的金额占消费者实际消费金额的比重来衡量 (一元的消费券能带动多少元的消费)	比重≥50%, 得满分; 40%≤比重<50%, 得5分; 30%≤比重<40%, 得3分; 比重<30%, 不得分
		C62. 社会效益 (8分)	8	8	通过文化惠民消费券活动带动了图书音像、健身和培训、影视娱乐类企业的发展	用本次参与文化试点的图书音像、健身和培训、影视娱乐类企业的订单总数占所有文化试点企业订单总数的比重来衡量	比重≥80%, 得满分; 70%≤比重<80%, 得5分; 60%≤比重<70%, 得3分; 比重<60%, 不得分
		C63. 可持续影响 (5分)	5	3.8	是否有商家利用本次活动增强了影响或使本次活动的效益得以持续	用本次参与文化试点企业订单量前5的企业订单总数占所有文化试点企业订单总数的比重来衡量	每家企业分值设定1分, 比重≥15%, 得1分; 15%<比重≤5%, 得0.5分; 比重<5%, 得0.2分
		C64. 委托单位满意度 (4分)	4	4	反映项目实施过程中, 相关部门对活动策划单位配合度及主动性的满意程度。	委托单位是指该项目牵头单位 (呈贡区文化和旅游局)	考核项目实施过程中相关部门的满意度, 包括项目公司的配合度, 主动性, 采取社会调查的方式。调查结果“满意”≥90%, 得4分; 90%>调查结果“满意”≥80%, 得3分; 80%>调查结果“满意”≥70%, 得2分; 70%>调查结果“满意”≥60%, 不得分。
		C65. 参与文化试点企业对文化惠民措施的满意度 (3分)	3	1	文化试点企业文化惠民措施实施的满意度	文化试点企业是指本次参与文化惠民消费活动的企业	调查结果“满意”≥90%, 得3分; 90%>调查结果“满意”≥80%, 得2分; 80%>调查结果“满意”≥70%, 得1分; 调查结果“满意”≤60%, 不得分。
		C66. 居民对文化惠民措施实施的满意度 (4分)	4	4	居民对文化惠民措施实施的满意度	居民是指呈贡区范围内的住户 (不包括以上委托单位和文化试点企业)	调查结果“满意”≥90%, 得4分; 90%>调查结果“满意”≥80%, 得3分; 80%>调查结果“满意”≥70%, 得2分; 70%>调查结果“满意”≥60%, 得1分; 调查结果“满意”≤60%, 不得分。
			100	83.48			

(政府购买服务评价) 2020年文化惠民消费券发放工作策划推广服务项目经费支出绩效评价指标体系及评分表

一级指标	二级指标	三级指标	分值	得分	指标解释	指标说明	评分标准
A. 决策 (23分)	A1. 项目立项(8分)	A11. 立项依据充分性(5分)	5	5	项目立项是否符合法律法规、相关政策、发展规划以及部门职责,用以反映和考核项目立项依据情况。	评价要点: ① 项目立项是否符合国家法律法规、国民经济发展规划和相关政策;	匹配, 得满分; 不匹配, 不得分。
						② 项目立项是否符合行业发展规划和政策要求;	匹配, 得满分; 不匹配, 不得分。
						③ 项目立项是否与部门职责范围相符, 属于部门履职所需;	是, 得满分; 否, 不得分。
						④ 项目是否属于公共财政支持范围, 是否符合中央、地方事权支出责任划分原则;	匹配, 得满分; 不匹配, 不得分。
		A12. 立项程序规范性(3分)	3	2	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	评价要点: ① 项目是否按照规定的程序申请设立;	是, 得满分; 否, 不得分。
						② 审批文件、材料是否符合相关要求;	是, 得满分; 否, 不得分。
	③ 事前是否已经过必要的可行性研究、专家论证、风险评估、绩效评估、集体决策。					是, 得满分; 否, 不得分。	
	A2. 绩效目标(10分)	A21. 绩效目标合理性(6分)	6	3	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。	评价要点: (如未设定预算绩效目标, 也可考核其他工作任务目标) ① 项目是否有绩效目标;	是, 得1.5分; 否, 不得分。
						② 项目绩效目标与实际工作内容是否具有相关性;	是, 得1.5分; 否, 不得分。
						③ 项目预期产出效益和效果是否符合正常的业绩水平;	匹配, 得1.5分; 不匹配, 不得分。
						④ 是否与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。	匹配, 得1.5分; 不匹配, 不得分。
		A22. 绩效指标明确性(4分)	4	2	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。	评价要点: ①是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标;	是, 得2分; 否, 不得分。
						②是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现; ③是否与项目目标任务数或计划数相对应。	匹配, 得2分; 不匹配, 不得分。
	A3. 资金投入(5分)	A31. 预算编制科学性(4分)	4	1	考察项目预算编制是否经过科学论证、有明确标准, 资金额度与年度目标是否相适应	评价要点: ① 预算编制是否经过科学论证; ② 预算内容与项目内容是否匹配; ③ 预算额度测算依据是否充分, 是否按照标准编制; ④ 预算确定的项目投资额或资金量是否与工作任务相匹配。	合理得满分; 存在一项不合理, 扣0.5分, 扣完为止
						评价要点: 项目预算是否充分合理的, 并完整反映项目实际情况。	是, 得1分; 否, 不得分。
						评价要点: 预算确定的投资额是否与工作任务匹配	匹配, 得1分; 不匹配, 不得分。
	A32. 资金分配合理性(1分)	1	1	考察项目资金使用是否符合预算批复的用途, 是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况	评价要点: ① 预算资金分配依据是否充分; ② 资金分配额度是否合理, 与项目单位或地方实际是否相适应。	合理得满分; 存在一项不合理, 扣0.5分, 扣完为止	
B1. 资金管理(9分)	B11. 资金到位率(2分)	2	2	实际到位资金与预算资金的比率, 用以反映和考核资金落实情况对项目实施的整体保障程度	资金到位率=(实际到位资金/预算资金) X100%; 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。	95%以上, 得满分; 低于95%, 实际得分=资金到位率*分值实际到位资金;	
	B12. 预算执行率(2分)	2	1.68	项目预算资金是否按照计划执行, 用以反映或考核项目预算执行情况。	预算执行率=(实际支出资金/实际到位资金) X100%; 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95%以上, 得满分; 低于95%, 每下降1%扣对应分值的1%; 预算执行率60%以下, 不计分。	
	B13. 资金使用合规性(5分)	5	5	考察项目资金使用是否符合相关的财务管理制度规定	评价要点: ①是否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; ②资金的拨付是否有完整的审批程序和手续;	匹配, 得满分; 不匹配, 不得分。	
					③是否符合项目预算批复或合同规定的用途;	资金拨付申请、审批手续完整, 得满分; 存在一例手续不完整, 扣0.3分, 扣完为止。	
					④是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。	合规, 得满分; 存在一项不合规, 扣1分, 扣完为止。	

附件二：

评价人员明细表

姓名	职务	职称	单位	签字
邢志艳	项目负责人	注册会计师、税务师	昆明博扬会计师事务所有限公司	邢志艳
祝雪艳	主评人	中级会计师	昆明博扬会计师事务所有限公司	祝雪艳
张永丽	审计助理	初级会计师	昆明博扬会计师事务所有限公司	张永丽
评价日期		2021年10月20日		
中介机构负责人：		杨昆慧		
日期：		2021年10月20日		

附件三：基础数据表

基础数据表

评价期间：	2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日			
年度总体目标	继续做好昆明市引导城乡居民扩大文化和旅游消费试点工作，使昆明市文化旅游产品和服务更加丰富，消费市场体系更加健全，消费环境更加完善，进一步激发昆明市文化和旅游消费潜力，提升文化和旅游消费质量水平。			
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	发放文化消费券的县区数量	17
		质量指标	文化消费券的覆盖率	100%
			城乡居民知晓率、参与和享受文化惠民政策的成效	效果良好
	效益指标	经济效益指标	对文化消费的拉动作用	效果良好
		社会效益指标	城乡居民对文化消费试点工作的关注度和热情度	持续提升
		可持续影响指标	城乡居民的文化和消费旅游意愿	持续提升
	满意度指标	服务对象满意度指标	参与群众对文化惠民措施的满意度	≥ 90%

附件4-1 居民调查问卷结果汇总表				
题目	选项	选项情况	选项标准分	得分
第1题. 您的性别	男	9		
	女	19		
第2题. 您的年龄	18岁及以下	1		
	19-28岁	18		
	29-39岁	8		
	40-59岁	1		
	60岁及以上	0		
第3题. 您知道2020年文化惠民消费券发放活动吗?	知道	13		
	不知道	15		
第4题. 您从哪些途径得知消费券发放信息?	报纸	10		
	电视广播	8		
	身边他人途径	6		
	商家宣传介绍	0		
	新媒体(微信公众号、朋友圈、微博等)	3		
	其他	1		
第5题. 您认为2020年文化惠民消费券发放活动宣传是否到位?	非常到位	6		
	比较到位	5		
	一般	14		
	不太到位	3		
	非常不到位	0		
第6题. 请问您是否已经领取并使用了文化惠民消费券?	领取了并已经使用	10		
	领取了并未使用	2		
	未领取	16		
第7题. 请问您已经使用了哪种类别的文化惠民消费券?	图书音像	4		
	影院娱乐	5		
	酒店住宿	2		
	花卉艺术	4		
	健身与培训	1		
	文创产品	1		
	旅游服务	4		
	呈贡旅游公交	7		
第8题. 您的消费券兑换比例是多少?	50%	20		
	100%	2		
	0%	6		
第9题. 您认为文化惠民消费券发放活动有持续开展的必要吗?	非常有必要	15		
	比较有必要	6		
	一般	6		
	不太有必要	1		
	非常不必要	0		
第10题. 您存在部分消费券未使用的原因?	忘记使用	7		
	无法达到减免门槛	10		
	商家不允许使用	6		
	不想消费	0		
	其他	5		
第11题. 您觉得消费券在使用过程中存在什么问题?	使用时间较短, 两周就过	6		
	抵扣力度不大, 凑单比较大	13		
	使用场所较少, 一些能使	6		
	其他	3		
12. 如果下次呈贡区还会举办类似的文化惠民消费券活动, 您会持续关注并积极参与本次活动吗?	会持续关注并参与	8		
	会关注但是不会参与	2		
	既不关注也不参与	1		
第13题. 总的来说, 您对2020年文化惠民消费券发放活动满意度如何?	满意	26	100	
	一般	0	60	
	不满意	0	40	
	非常不满意	2	0	
合计		347		92.86

附件4-2

试点企业调查问卷结果汇总表

题目	选项	选项情况	选项标准分	得分
第1题. 您的性别	男	13		
	女	34		
第2题. 您的年龄	18岁及以下	1		
	19-28岁	29		
	29-39岁	15		
	40-59岁	2		
	60岁及以上	0		
第3题. 请问贵公司是属于哪种类型的企业?	图书音像	3		
	影院娱乐	5		
	酒店住宿	1		
	花卉艺术	1		
	健身与培训	3		
	文创产品	0		
	旅游服务	34		
	呈贡旅游公交	0		
第4题. 您从哪些途径得知消费券发放信息?	报纸	1		
	电视广播	0		
	身边他人途径	8		
	商家宣传介绍	4		
	新媒体（微信公众号、朋友圈、微博等）	29		
第5题. 您认为云南品游科技有限公司对您单位员工消费券兑换流程的培训和指导是否到位?	其他	5		
	非常到位	27		
	比较到位	7		
	一般	10		
	不太到位	2		
	非常不到位	1		
第6题. 如果下次呈贡区还会举办类似的文化惠民消费券活动, 您会持续关注并积极参与本次活动吗?	会持续关注并参与	43		
	会关注但是不会参与	2		
	既不关注也不参与	2		
第7题. 您认为文化惠民消费券发放活动有持续开展的必要吗?	非常有必要	26		
	比较有必要	15		
	一般	6		
	不太有必要	0		
	非常不必要	0		
第8题. 您认为本次文化惠民消费券活动云南品游科技有限公司平台运维工作质量如何	非常好	32		
	一般	15		
	不太好	0		
	非常不好	0		
第9题. 在贵公司咨询消费券兑换的相关问题时, 云南品游科技有限公司对快速处理问题响应的时间是多久?	5分钟以内	22		
	5-20分钟	21		
	20-35分钟以内	3		
	60分钟以上	1		
第10题. 本次文化惠民消费券活动结束后, 贵公司是否推出一些优惠活动, 刺激初次消费者进行二次消费?	是的, 我们特地针对来我们店兑付过消费券的顾客推出消费减免活动	37		
	没有采取任何措施, 这次消费券活动并没有给我们公司带来效益	5		
	我们公司的口碑好, 并没有受本次消费券活动的影响	5		
第11题. 本次文化惠民消费券活动, 顾客来贵公司消费之后, 是否会带家人朋友来进行二次消费?	80%以上会进行二次消费	23		
	50%以上会进行二次消费	19		
	30%以上会进行二次消费	3		
	基本不会进行二次消费	2		
第12题. 总的来说, 您对2020年文化惠民消费券发放活动满意度如何?	非常满意	20	100	73.19
	比较满意	16	90	
	一般	11	60	
	非常不满意	0	0	
第13题. 您认为呈贡区消费券活动还有哪些方面需要改进?	加大宣传力度提高知晓率	34		
	优化单张消费券金额设定	27		
	加大消费券发放数量	24		
	邀请更多商家参与消费券活动	16		
	优化消费券申领流程	22		
	优化消费券使用时长和条件等规则设定	13		
	加强消费券使用过程监督	23		
	比较完善, 没有需要改进的方面	9		
合计		732		73.19

附件4-3

委托单位调查问卷结果汇总表

题目	选项	选项情况	选项标准分	得分
第1题. 您的性别	男	6		
	女	21		
第2题. 您的年龄	18岁及以下	1		
	19-28岁	13		
	29-39岁	5		
	40-59岁	8		
	60岁及以上	0		
第3题. 截至2020年底贵单位是第几次举办类似的文化惠民消费券活动了?	第一次	5		
	第二次	1		
	第三次	6		
	第四次及以上	15		
第4题. 您认为2020年文化惠民消费券活动的实际完成率是多少: (实际完成率=实际领取数/计划发放数) X 100%?	90%以上	17		
	70%-85%	7		
	70%-65%	2		
	65%以下	1		
第5题. 您认为2020年文化惠民消费券活动的消费券兑换率是多少: (消费券覆盖率=实际兑换金额/领取金额) X100%。	90%以上	14		
	70%-85%	10		
	70%-65%	2		
	65%以下	1		
第6题. 您认为本次活动对文化试点企业的补贴额度管控是否到位?	非常到位	18		
	比较到位	6		
	一般	3		
	不太到位	0		
第7题. 您认为2020年文化惠民消费券活动的成本节约率是多少? 成本节约率=(计划成本-实际成本)/计划成本*100%	非常不到位	0		
	不太到位	0		
	一般	3		
	比较到位	6		
第8题. 您觉得纸质消费券能实际发放到困难群众和抗疫人员手中吗, 会不会存在虚报申领的情况?	不会虚报, 残联、民政局、卫健中心都有具体的困难群众和抗疫人员名单	22		
	我们不会仔细的核对人员名单, 只要有人领取, 我们就给	3		
	对特别困难的市民我们还会让他们额外领取	2		
第9题. 您觉得云南品游科技有限公司在本次活动中的配合度如何?	非常配合	19		
	一般	8		
	不太配合	0		
	非常难以沟通	0		
第10题. 总的来说, 您对本次活动策划单位的满意度如何?	非常满意	19	100	93.70
	比较满意	5	90	
	一般	3	60	
	不太满意	0	40	
	非常不满意	0	0	
合计		243		93.70

