

# 2022 年度购物节活动项目 部门绩效评价报告

项目名称：购物节活动

项目单位：深圳市龙华区工业和信息化局  
(深圳市龙华区商务局)

评价机构：深圳裕达会计师事务所(普通合伙)

2023 年 9 月

# 目 录

一、 项目概况 .....	1
(一) 实施概况 .....	1
(二) 绩效目标 .....	3
二、 评价工作开展情况 .....	4
(一) 绩效评价的目的、对象和范围 .....	4
(二) 绩效评价原则、指标体系、评价方法、评价标准 .....	4
三、 综合评价情况及评价结论 .....	5
四、 绩效评价指标分析 .....	7
(一) 项目决策 .....	7
(二) 项目过程 .....	8
(三) 项目产出情况 .....	9
(四) 项目效益情况 .....	10
(五) 满意度情况 .....	11
五、 主要经验及做法、存在的问题及原因分析 .....	11
(一) 主要经验及做法 .....	11
(二) 存在的问题及原因分析 .....	12
六、 有关建议 .....	12
七、 其它需要说明的问题 .....	13

为深入贯彻《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)等文件精神，加强预算绩效管理，落实预算绩效管理主体责任，综合评价项目实施效果，我所接受深圳市龙华区工业和信息化局(龙华区商务局，以下简称龙华区商务局)的委托对购物节活动项目开展绩效评价工作，具体报告如下：

## 一、项目概况

### (一) 实施概况

#### 1. 项目背景

为贯彻落实入贯彻落实市委、市政府关于“实施扩大内需促进消费计划，加快建设国际消费中心城市”部署，经区政府审定同意，龙华区商务局出台了《龙华区建设国际消费中心三年行动计划(2020-2022年)》，根据工作部署，开展购物节促消费活动。购物节促消费活动以提振消费信心，恢复消费活力为主要目的，以助力深圳市国际消费中心城市建设为目标，通过开展系列大型促消费活动，持续扩大国内需求，释放、深挖消费潜力，拉动经济稳定增长。

#### 2. 组织管理情况

**该项目主办单位：**深圳市龙华区人民政府；**承办单位：**深圳市龙华区商务局；**协办单位：**区委宣传部、区委政法委、区财政局、文化广电旅游体育局、卫生健康局、应急管理局、

统计局、城管和综合执法局、社区网格管理中心、大浪时尚小镇建设管理中心、观澜文化小镇建设管理中心、市公安局龙华分局、市交通运输局龙华管理局、市市场监督管理局龙华监管局、市生态环境局龙华管理局、龙华交警大队、龙华消防救援大队，各街道办，龙华投资控股（集团）有限公司；**活动运营：**深圳市航都文化产业投资有限公司；**支持单位：**深圳电视台；深圳特区报、宝安日报、中国消费者报等纸媒；广东新闻频道、南方卫视等电视新闻频道，腾讯网、新浪网、网易、搜狐等网络媒体；官方微信、新浪微博、微信公众号等社交媒体。

根据工作部署以及预算、财务、政府采购等相关规定，龙华区商务局党组会议和局长办公会议分别审议通过本项目以公开招标方式选取执事单位。经公开招标，选定中标供应商深圳市航都文化产业投资有限公司为本次购物节活动执事单位。

### 3.主要内容及实施情况

活动通过动员和整合辖区现有的各大商家资源，举办“数字时尚，乐购龙华”为主题的购物节活动。围绕“打造数字时尚的龙华购物节品牌”的1个中心目标,举办1个启动仪式,聚焦“品牌首店、时尚消费、电商直播、汽车家电、夜间经济、餐饮美食、文旅体育”7个重点版块,联动各商圈和企业协会N场分项活动，举办具有龙华特色的购物节，

激发消费潜力。

活动参与大型商超 50 家，成功举办了购物节活动启动仪式，开展促消费活动共 50 余场，市民广泛参与，实现促消费稳定增长。活动期间龙华区内大型商超销售额约 27.71 亿元，同比增长 6%；人流量约 164.85 万人次，同比增长 5.2%。

#### 4.项目预算及执行情况

2022 年购物节活动费用预算 150 万元，含上一年度购物节活动尾款 50 万元，本年度购物节活动首款 100 万元，2022 年实际支付 149.87 万元，预算执行率 99.91%。

#### (二) 绩效目标

根据《二级项目绩效目标申报表》，龙华区商务局制定绩效目标如表 1-1 所示：

表 1-1 购物节活动项目绩效目标表

一级指标	二级指标	三级指标	目标值	指标解释
产出	数量	参与购物节活动商家数量	≥40 家	反映参与购物节活动商家数量
		购物节启动仪式场数	1 场	反映购物节启动仪式场数
		分会场的商场活动场数	≥5 场	反映分会场的商场活动场数
	质量	宣传物料重点地区覆盖率	≥90%	反映购物节活动对外宣传情况
	时效	购物节活动完成时间	2022 年 12 月前	反映本项目完成时间
	成本	成本控制率	≤100%	反映项目的成本控制情况
效益	经济效益	购物节当月各商家平均销售额同比增长率	≥5%	反映举办购物节活动对商家营业额的影响

一级指标	二级指标	三级指标	目标值	指标解释
	社会效益	购物节当月各商家平均客流量同比增长率	≥5%	反映举办购物街活动对商家客流量的影响
	生态效益	不适用	不适用	不适用
	可持续影响	不适用	不适用	不适用
满意度	服务对象满意度	商家满意度	≥90%	反映商家满意度情况
	其他满意度	居民满意度	≥90%	反映参与购物节活动的居民满意度情况

## 二、评价工作开展情况

### （一）绩效评价的目的、对象和范围

#### 1.评价目的

依据项目相关会计记录和项目资料进行核查，对项目的决策管理、过程管理、产出、效益、满意度等情况进行评价，提出意见和建议。

#### 2.评价对象和范围

购物节活动项目资金的管理和使用情况以及产出和效益情况。

### （二）绩效评价原则、指标体系、评价方法、评价标准

#### 1.绩效评价原则

本次绩效评价遵循以下基本原则：

一是科学公正。本次绩效评价运用合理的方法，按照规范的程序，对项目绩效进行客观、公正的反映。

二是统筹兼顾。本次部门评价在单位自评的基础上开展，

并委托专业第三方机构实施，保障多方主体参与。

## 2.绩效评价指标体系

根据绩效评价原则，本次绩效评价按照决策-过程-产出-效益-满意度的逻辑路径，设计了购物节活动项目绩效评价指标体系，共设置一级指标5个，二级指标15个，三级指标22个，总分值设置为100分。本次绩效评价结果采取评分和评级相结合的方式，将绩效评价等级划分为四档：90（含）-100分为优，80（含）-90分为良，60（含）-80分为中，60分以下为差。

## 3.绩效评价方法

对购物节活动绩效评价用到的评价方法有：①成本效益分析法：将项目投入与产出、效益进行关联性分析；②比较法：将实施情况与绩效目标、历史情况同类情况等进行比较的方法；③因素分析法：综合分析影响绩效目标实现、实施效果的内外部因素的方法；④公众评判法：通过专家评估、公众问卷及抽样调查等方式进行评判；⑤其他评价方法。

## 4.绩效评价标准

本次绩效评价主要采用计划标准进行评价，主要以预先制定的目标、计划、预算、定额等作为评价标准。

## 三、综合评价情况及评价结论

评价小组主要从投前决策、过程管理、产出、效益、满意度等方面对购物节活动项目实施管理情况进行绩效评价，

评价指标共包括 5 个一级指标、15 个二级指标和 22 个三级指标，分别赋予相应权重，共计 100 分。本次购物节活动项目总得分为 96 分，等级为优。具体得分情况如表 3-1 所示。

表 3-1 购物节活动项目绩效评价总表

评价指标			权重	得分
一级指标	二级指标	三级指标		
决策 (20分)	项目立项	立项依据充分性	4分	4
		立项程序规范性	3分	3
	绩效目标	绩效目标合理性	4分	3
		绩效指标明确性	4分	3
	资金投入	预算编制科学性	5分	5
过程 (20分)	资金管理	资金到位率	3分	3
		预算执行率	3分	3
		资金使用合规性	4分	4
	组织实施	管理制度健全性	5分	5
		制度执行有效性	5分	5
产出 (32分)	数量指标	参与购物节活动商家数量	6分	6
		购物节启动仪式场数	6分	6
		分会场的商场活动场数	6分	4
	质量指标	宣传物料重点地区覆盖率	5分	5
	时效指标	购物节活动完成时间	5分	5
	成本指标	成本控制率	4分	4
效益 (20分)	经济效益	购物节当月各商家平均销售额同比增长率	10分	10
	社会效益指标	购物节当月各商家平均客流量同比增长率	10分	10
	生态效益指标	不适用	-	-
	可持续影响	不适用	-	-
满意度 (8分)	服务对象满意度	商家满意度	4分	4
	其他满意度	居民满意度	4分	4
总得分			100分	96



## 四、绩效评价指标分析

### （一）项目决策

决策指标主要考察购物节活动项目立项依据充分性、立项程序规范性，绩效目标合理性，预算编制合理性等方面。决策类指标分值 20 分，实际得分 18 分，得分率为 90%，以下为各指标评分分析：

#### 1.项目立项

**立项依据充分性：**购物节活动立项符合市委、市政府关于实施扩大内需促进消费计划，加快建设国际消费中心城市工作部署的要求，属于部门履职所需，立项依据较为充分。此项得 4 分（满分 4 分）。

**立项程序规范性：**龙华区商务局作为购物节活动的承办部门，负责编制项目预算、资金支出计划和项目计划，经内部流程审批后报相关部门审定，项目立项程序较为规范。此项得 3 分（满分 3 分）。

#### 2.绩效目标

**绩效目标合理性：**龙华区商务局根据项目计划，结合自身职责，编制了《二级项目支出绩效目标申报表》，绩效目标设置较为合理，但也存在一些个别不足，如：“宣传物料重点地区覆盖率”，只反映地区覆盖情况，未能反映时期覆盖情况；未扣合购物节活动主题“数字时尚”相关内容设置

电商直播等数字经济开展情况的指标；此项减扣 1 分。此项得 3 分（满分 4 分）。

**绩效指标明确性：**《二级项目支出绩效目标申报表》从产出、效益、满意度三个方面对绩效目标进行分解，设置了 12 个三级指标，指标解释清晰可行，但也存在个别不太明确的事项：“参与购物节活动商家数量”统计口径以商场为单位还是以商户为单位不太明确；“分会场的商场活动场数”目标设置以辖区街道进行划分，未对具体的活动场数进行考核，不够细化；此项减扣 1 分。此项得 3 分（满分 4 分）。

### 3.资金投入

**预算编制科学性：**龙华区商务局结合项目年度工作计划及历史实施情况，编制了购物节项目预算，预算内容与项目内容匹配，编制较为科学。此项得 5 分（满分 5 分）。

## （二）项目过程

过程指标主要考察购物节活动项目资金管理和组织实施情况。过程类指标分值 20 分，实际得分 20 分，得分率为 100%，以下为各指标评分分析：

### 1.资金管理

**资金到位率：**实际到位资金 150 万元，占预算资金的比率达到 100%。此项得 3 分（满分 3 分）。

**预算执行率：**实际支出资金 149.87 万元，预算执行率 99.91%。此项得 3 分（满分 3 分）。

**资金使用合规性：**资金的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；资金的拨付有完整的审批程序和手续；符合项目预算批复或合同规定的用途；不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。此项得 4 分（满分 4 分）。

## **2.组织实施**

**管理制度健全性：**龙华区商务局内部控制管理制度已经制定相应的财务管理制度、采购管理制度和合同管理制度，针对本项目制定了工作方案，财务和业务管理制度合法、合规、完整。此项得 5 分（满分 5 分）。

**制度执行有效性：**该项目遵守相关法律法规和相关管理规定；采购和支出手续完备；项目合同书、验收报告、等资料齐全。此项得 5 分（满分 5 分）。

### **（三）项目产出情况**

产出指标主要考察项目完成的数量、质量、时效、成本等方面情况,总分值为 32 分,评价得分 30 分,得分率 93.75%。

#### **1.数量指标**

**参与购物节活动商家数量：**绩效目标为  $\geq 40$  家，实际参与商家 50 家，完成率达到 100%。此项得 6 分（满分 6 分）。

**购物节启动仪式场数：**绩效目标为 1 场，实际举办 1 场，完成率达到 100%。此项得 6 分（满分 6 分）。

**分会场的商场活动场数：**绩效目标为  $\geq 5$  场，实际举办

6场，完成率达到100%。此目标以龙华区辖区六个街道办主题会场为统计口径，实际分会场总计完成活动场数58场，绩效目标设置不够细化、要求过低，此项减扣2分。此项得4分（满分6分）。

## 2.质量指标

**宣传物料重点地区覆盖率：**绩效目标为 $\geq 90\%$ ，实际达到100%。此项得5分（满分5分）。

## 3.时效指标

**活动完成时间：**绩效目标为2022年12月前，实际按时完成并支付。此项得5分（满分5分）。

## 4.成本指标

**成本控制率：**绩效目标为 $\leq 100\%$ ，实际成本控制在99.91%。此项得4分（满分4分）。

### （四）项目效益情况

效益指标主要考察项目的经济效益、社会效益、生态效益、可持续影响等方面的情况，总分值为20分，评价得分20分，得分率100%。

#### 1.经济效益

**购物节当月各商家平均销售额同比增长率：**绩效目标 $\geq 5\%$ ，实际增长率达到6%。此项得10分（满分10分）。

#### 2.社会效益

**购物节当月各商家平均客流量同比增长率：**绩效目标 $\geq$

5%，实际增长率达到 5.2%。此项得 10 分（满分 10 分）。

### **3.生态效益**

不适用。

### **4.可持续影响**

不适用。

## **（五）满意度情况**

满意度指标主要考察项目的服务对象满意度和其他满意度情况，总分值为 8 分，评价得分 8 分，得分率 100%。

### **1.服务对象满意度**

**商家满意度：**绩效目标 $\geq$ 90%，实际商家满意度 100%。  
此项得 4 分（满分 4 分）。

### **2.其他满意度**

**居民满意度：**绩效目标 $\geq$ 90%，实际居民满意度 96.77%。  
此项得 4 分（满分 4 分）。

## **五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析**

### **（一）主要经验及做法**

#### **1.打造“数字时尚”新 IP**

从数字时尚，乐购龙华主题的策划到各项通过数字化的工具和媒介开展的消费升级活动，包括鼓励各个品牌企业采取线上促销购物、直播平台精准引流，联合美团龙华品牌馆推出系列优惠活动，联合六大银行开展数字货币促消费活动，合力凸显“数字时尚”新 IP 定位，释放辖区新动能。

## **2.新增多流量平台直播形式**

本届购物节充分按轨“深圳购物季”，活动平台同步应用了线上平台同步直播的形式，包括深圳特区报 APP“读特”、大众点评 APP 以及“DOU 爱龙华”抖音号三个平台同步直播开幕式活动，实现多种类媒体覆盖和最大化引流，为购物节活动宣传助力。

### **（二）存在的问题及原因分析**

#### **1.绩效目标设置不够合理**

“宣传物料重点地区覆盖率”，只反映地点覆盖情况，未能反映时期覆盖情况，使宣传活动多集中在开幕式，后续活动宣传力度较弱；未扣合活动主题“数字时尚”相关内容设置电商直播等数字经济开展情况的指标。

#### **2.绩效目标设置不够明确**

“参与购物节活动商家数量”，统计口径以商场为单位还是以商户为单位不太明确；“分会场的商场活动场数”以辖区六个街道办主题会场为统计口径，将绩效目标设置为 $\geq 5$ 场，实际六个街道办分会场总计完成活动场数 58 场，绩效目标不够细化，目标值设置过低。

## **六、有关建议**

就龙华区商务局购物节活动项目实施过程中存在的项目绩效目标设置不够合理、不够明确等问题，建议加强项目绩效目标设置管理：首先根据工作部署，分解细化各项工作

要求，结合历史经验，全面设置项目绩效目标，加强绩效目标的合理性及明确性管理，改进参与活动的商家及商户的数量统计方法，将宣传工作的时点和时期覆盖情况同时进行考核，将各分会场举办的商场活动场数等指标进行细化管理，并根据活动主题，将数字经济开展情况等纳入指标管理。

## **七、其它需要说明的问题**

无。