

2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览 专项资金绩效评价报告



项目名称：2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金

单位名称：深圳市乡村振兴和协作交流局

评价机构：深圳国泰会计师事务所（普通合伙）

2023 年 6 月 18 日

目录

一、基本情况	1
(一) 项目背景	1
(二) 项目内容	2
(三) 项目管理的组织架构和职责分工	2
(四) 资金配置及使用情况	2
(五) 项目绩效目标	4
二、绩效评价工作开展情况	6
(一) 绩效评价目的、对象和范围	6
(二) 绩效评价原则	7
(三) 评价依据、指标体系及方法	8
(四) 绩效评价组织与数据收集	10
三、综合评价情况及评价结论	11
四、项目绩效评价指标分析	12
(一) 从项目决策角度分析	12
(二) 从项目实施角度分析	14
(三) 从项目绩效角度分析	16
五、取得的主要成效	19
六、主要经验及做法	27
七、存在的主要问题	27
八、有关建议	27
九、其他需要说明的问题	28
附表1: 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金绩效评价指标体系	31
附表2: 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金绩效评价指标得分情况	36
附表3: 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目详情表	37



深圳国泰会计师事务所（普通合伙）

SHENZHEN GUOTAI CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS (GENERAL PARTNERSHIP)

2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金 绩效评价报告

深圳市乡村振兴和协作交流局：

为贯彻落实《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）文件精神，落实预算绩效管理主体责任，提高财政资金使用效益，深圳市乡村振兴和协作交流局委托深圳国泰会计师事务所（普通合伙）作为第三方评价机构，对2022年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目进行绩效评价，评价范围包括专项资金的计划、申请、拨付、管理、使用、监督等环节。现将绩效评价情况报告如下：

一、基本情况

（一）项目背景

为高质量推进深圳创建全国消费帮扶示范城市工作，发挥“深帮圳链”的示范引领，助力乡村全面振兴，扎实推进共同富裕。深圳海吉星消费帮扶中心在深圳市乡村振兴和协作交流局的统筹指导下，按照《深圳市人民政府办公厅关于印发深圳市创建国家消费帮扶示范城市工作方案的通知》、《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用

操作规程（修订稿）》、《市乡村振兴和协作交流局关于实施 2022 年度海吉星展销展览资金使用计划的函》等文件要求，按照国家发展改革委对创建国家消费帮扶示范城市的工作部署和省市有关要求，以先行示范标准打造全国消费帮扶“深圳样板”，助力乡村全面振兴、扎实推进共同富裕。

（二）项目内容

2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金共开展深圳市对口帮扶合作地区特色美食文化展暨第四届深圳市帮扶合作交易博览会活动、“圳帮扶”线上平台与“i 深圳 APP”链接功能项目、深圳市创建国家消费帮扶示范城市展览推介项目等共计 22 个活动/项目。

（三）项目管理的组织架构和职责分工

深圳海吉星消费帮扶中心（以下简称“消费帮扶中心”）是展销展览资金的使用单位。其职责如下：（一）负责提前申报消费帮扶项目，按通过审核的资金项目落地实施，并严格做好会计核算。项目完成后，按程序向市乡村振兴和协作交流局报送项目绩效和资金使用情况等资料，并申请资金审批及拨付；（二）负责按资金年度使用计划具体实施消费帮扶项目，并于每年年底前向市乡村振兴和协作交流局报送本年度展销展览资金使用绩效报告；（三）接受有关部门对展销展览资金使用情况的监督、检查和审计；（四）配合展销展览资金信息公开工作；（五）职能范围内的其他工作事项。

（四）资金配置及使用情况

2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目计划投入

金额共计 4,320,421.26 元，帮扶中心 2022 年度预算安排帮扶项目 22 个，拨付金额 3,603,098.99 元。

2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金签订项目协议 22 个，已完成项目 20 个，其中已竣工结算的项目 20 个，拨付 2022 年度帮扶专项项目资金合计 3,603,098.99 元，2022 年度专项资金预算执行率为 83.40%。具体情况见下表：

帮扶项目资金预算执行情况表

金额单位：人民币元

序号	项目类别	项目计划投入金额	拨付金额	拨付比例
1	深圳市 2022 年百万职工消费帮扶年货直播带货周活动	89,286.96	83,933.29	94.00%
2	深圳市 2021 年消费帮扶目标任务完成情况通报暨创建国家消费帮扶示范城市启动仪式	31,107.80	28,644.17	92.08%
3	深圳市 2022 年新春闹元宵消费帮扶直播活动	48,898.00	43,171.44	88.29%
4	深圳市 2022 年“三八”国际妇女节消费帮扶直播周活动	48,527.00	45,839.16	94.46%
5	深圳消费帮扶“好产品进社区”暨产销对接和招商平台专家顾问团功能启动仪式活动	76,009.40	71,990.00	94.71%
6	“圳帮扶”线上商城产销对接和招商平台（一期）开发	146,200.00	144,752.48	99.01%
7	开发支持产销对接和招商平台（二期）功能	49,742.50	49,742.50	100.00%
8	消费帮扶数据监测统计活动	49,043.00	46,266.98	94.34%
9	深圳消费帮扶好产品进社区展览推介活动	28,083.26	26,647.37	94.89%
10	深圳市创建国家消费帮扶示范城市广播推介活动	158,730.00	149,745.28	94.34%
11	深圳市创建国家消费帮扶示范城市展览推介项目	424,000.00	400,000.00	94.34%

序号	项目类别	项目计划投入金额	拨付金额	拨付比例
12	2022 年第二届“海推海选 联展联销”深圳消费帮扶好产品评选推介活动	116,400.00	109,811.32	94.34%
13	2022 年农民丰收节直播带货活动	131,190.00	123,907.08	94.45%
14	“圳帮扶”线上平台与“i 深圳 APP”链接功能项目	344,200.00	324,716.97	94.34%
15	“圳帮扶”线上平台顺丰物流功能	234,600.00	221,320.75	94.34%
16	深圳市对口帮扶合作地区特色美食文化展暨第四届深圳市帮扶合作交易博览会活动	910,302.00	870,548.86	95.63%
17	消费帮扶产品、成果推介活动	265,000.00	250,000.00	94.34%
18	第五届深圳餐饮博览会	124,000.00	115,616.31	93.24%
19	2022 年“圳帮扶”系列平台运维服务费用	465,534.34	439,183.33	94.34%
20	2022 年度广东东西部扶贫协作产品交易市场深圳馆运营费用	61,967.00	57,261.70	92.41%
21	深圳市创建国家消费帮扶示范城市公交车广告推介活动	298,000.00	0.00	0.00%
22	深圳市创建国家消费帮扶示范城市公交站台广告推介活动	219,600.00	0.00	0.00%
	合计	4,320,421.26	3,603,098.99	83.40%

（五）项目绩效目标

1. 总体目标

（1）产业链条完善，利益联结性实。消费帮扶上下游产业链健全，实现全产业链帮扶，进一步完善利益联结链条，使脱贫户直接享受到政策红利，促进帮扶对象稳定增收致富，实现生产端消费端互利共赢。

（2）市场要素多元，科技作用力大。实现投资、销售、品牌打造、科技创新等主体市场化，形成比较健全的消费帮扶产品市场体系，现代交易方式和流通模式得到广泛运用。

（3）销售渠道畅通，平台带货力强。农特产品产销精准对接，直采规模持续扩大，各类平台销售能力不断增强，滞销帮扶产品能及时预警、调度销售，消费帮扶监测系统指标体系进一步优化。

（4）产品质量优良，品牌知晓度高。加强标准化生产能力，培育更多价格优、质量好、市民群众认可度高的消费帮扶产品。围绕“圳品”、“百强好产品”建立标准化的评价体系，加大消费帮扶产品“圳品”认定力度，提高消费帮扶产品品牌化、标准化水平，力争 2022 年认定对口帮扶地区“圳品”累计达到 130 个。

（5）帮扶氛围浓厚，社会参与面广。社会参与消费帮扶氛围浓厚、形成“人人皆愿为、人人皆可为、人人皆能为”的社会风气，参与消费帮扶的理念深入人心，各类媒体传播热度高，各类市场主体参与面广，消费帮扶指标稳中有升，2022 年度消费帮扶采购完成 115 亿元以上。

2. 阶段性目标

（1）在 2022 年第一季度开发建成产销对接和招商平台一期工程，并根据实际需求逐步完善。市乡村振兴和协作交流局、前方派驻机构和各区对口办分别协调当地有关部门和两地企业动态更新维护，上传实时需求和相关政策等资料，定期举办线上线下产业招商和产销对接会，做到密切跟踪服务。用好“圳帮扶”数据统计监测平台、重点农产品市场信息平台等现有载体，充分利用互联网、大数据、云计算等在农产品产销监测领域的信息化优势，建立完善农产品滞销监测预警机制，多渠道消纳滞销农副产品。

(2) 做好做实美食文化节、消费帮扶和特色农副产品订货会、展销会和产业招商会等大型活动。按照《〈深圳市关于推动电子商务加快发展的若干措施〉实施细则》（深商务规〔2021〕2号），拓宽农产品流通和销售渠道，对采购深圳对口帮扶地区农特产品的电子商务平台企业给予奖励。进一步支持电商、物流、贸易、旅游等企业深入东西部协作、对口支援、省内帮扶地区和深汕特别合作区开展广泛合作。

(3) 推动“圳帮扶”与淘宝、京东、“i深圳”、深工惠等平台链接。利用“圳帮扶”系列平台对消费帮扶产品供销情况进行统计分析，为以销定产、订单农业提供基础数据支撑。健全“圳帮扶”系列平台进入、退出机制，建立完善平台入驻制度。发挥深圳海吉星、华润万家等大型农产品批发市场、商超产销对接主力军作用。建立全产业链服务体系，动态掌握市场农产品交易量，定时收集批发交易供给需求，开展市场供需平衡分析，为对口帮扶地区提供产销决策参考。

(4) 充分利用各级各类媒体平台、公共交通设施、公共文化服务场所等加大消费帮扶宣传力度；继续在地铁、公交、广电等载体的公益广告时段，安排播出消费帮扶相关内容，发挥引流和带货作用。改进和创新宣传方式方法，在宣传的对象上、受众上进行分类，开展精准宣传。

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

通过对 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金进行绩效评价，了解和掌握项目的具体实施情况，促进财政资金使用绩效。

2. 绩效评价对象和范围

绩效评价对象为 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金。

本次绩效评价的范围为 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金的项目立项申报、资金的使用情况、资金的拨付情况以及项目成效。

此次绩效评价的计分范围为 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金预算金额 4,320,421.26 元。

（二）绩效评价原则

1. 科学公正。绩效评价应当运用科学合理的方法，按照规范的程序，对项目绩效进行客观、公正的反映。

2. 统筹兼顾。单位自评、部门评价和财政评价应职责明确，各有侧重，相互衔接。单位自评应由项目单位自主实施，即“谁支出、谁自评”。部门评价和财政评价应在单位自评的基础上开展，必要时可委托第三方机构实施。

3. 激励约束。绩效评价结果应与预算安排、政策调整、改进管理实质性挂钩，体现奖优罚劣和激励相容导向，有效要安排、低效要压减、无效要问责。

4. 公开透明。绩效评价结果应依法依规公开，并自觉接受社会监督。

（三）评价依据、指标体系及方法

1. 绩效评价依据

本次绩效评价的主要依据包括《中华人民共和国预算法》、财政部《项目支出绩效评价管理办法》（财预〔2020〕10号）、《衔接推进乡村振兴补助资金绩效评价及考核办法》（财农〔2021〕122号）、《第三方机构预算绩效评价业务监督管理暂行办法》（财监〔2021〕4号）、《深圳市市级项目支出绩效评价工作规程》（深财绩〔2020〕14号）、《深圳市人民政府办公厅关于印发深圳市创建国家消费帮扶示范城市工作方案的通知》、《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用操作规程（修订稿）》、《市乡村振兴和协作交流局关于实施2022年度海吉星展销展览资金使用计划的函》等文件。

2. 评价指标体系

根据《项目支出绩效评价管理办法》财预〔2020〕10号、《深圳市市级项目支出绩效评价工作规程》，结合本次评价对象的特点，设计形成了《2022年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目评价指标体系》，项目绩效评价以项目资金分配、管理和使用的绩效情况为核心，以全过程预算绩效管理的理念和思路，按照“项目决策-项目实施-项目绩效”三个维度对项目支出进行绩效分析，总分值100分，细化为9个二级指标，20个三级指标，具体情况如下：

评价指标体系			权重
一级指标	二级指标	三级指标	
项目决策 (20分)	项目立项	立项依据充分性	3
		立项程序规范性	3
	绩效目标	绩效目标合理性	3
		绩效目标明确性	3
	资金投入	预算编制科学性	4
		资金分配合理性	4
项目实施 (38分)	资金管理	资金到位率	2
		资金拨付率	8
		资金使用合规性	7
	组织实施	管理制度健全性	4
		组织保障及协调机制	3
		制度执行有效性	8
		监督管理有效性	6
产出 (20分)	数量	项目实际完成率	8
	质量	项目质量达标率	8
	时效	项目完成及时性	4
效果 (22分)	效益	经济效益	6
		社会效益	6
		可持续性影响	4
		社会公众或服务对象满意度	6
合计			100

3. 绩效评价方法

根据上述评价指标体系，通过调阅资料、资料汇总分析等方式来开展绩效评价工作，并采用比较法(预定的项目目标与项目实施后的效果进行比较)、询问法(对消费帮扶中心和受支援对象就项目方面进

行询问)等方法对收集的数据进行分析,形成基础数据,为绩效评价做材料支撑。

4. 评价等级设置情况

为更好地反映项目单位的绩效目标实现情况,绩效评价结果采取评分和评级相结合的方式,具体分值和等级划分为四档,标准如下:

项目	优	良	中	差
分值	≥ 90 分	≥ 80 分 < 90 分	≥ 60 分 < 80 分	< 60 分

(四) 绩效评价组织与数据收集

根据《深圳市市级项目支出绩效评价工作规程》的要求和规定,结合项目的实际情况,绩效评价工作分为五个阶段,具体如下:

1. 准备阶段

深入了解项目具体情况,明确评价项目具体内容,分析评价范围及绩效目标,根据相关的政策规定制定好绩效评价的工作实施方案;拟定绩效评价指标体系,梳理项目流程,结合项目实际,拟定初步的评价程序。

2. 收集、审核、分析绩效评价相关资料

根据绩效评价要求和绩效评价工作方案,向消费帮扶中心收集资料,包括专项资金管理制度及相关的政策文件、计划申报审批文件、项目进度台账、专项资金财务账等;对收集的资料进行整理归类,并对其进行审核、分析。

3. 座谈沟通

评价组参加由消费帮扶中心组织的沟通座谈会,听取消费帮扶中

心关于对口帮扶资金统筹、安排使用情况、项目实施情况、以及取得的成果和存在问题等具体工作汇报。

4. 报告撰写阶段

根据确定的的绩效评价指标体系，结合资料分析核对等情况，对2022年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金的绩效情况进行分析与评定，形成评价结论，撰写绩效评价报告。

三、综合评价情况及评价结论

消费帮扶中心2022年认真贯彻落实国家和省、市关于展销展览工作的决策部署，帮扶项目实施效果良好，较大程度上推进了深圳创建全国消费帮扶示范城市工作，发挥“深帮圳链”的示范引领，助力乡村全面振兴，扎实推进共同富裕，产生了良好的经济效益、社会效益、生态效益，展销展览成果得到有效巩固。同时也存在着监督管理制度执行不到位、绩效目标不明确等问题。

综合上述总体情况，评价小组根据绩效评价指标体系，结合收集获取的佐证材料，对2022年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目绩效进行了综合评分，综合评分结果为87.08分，评价等级为“良”。其中项目决策评价指标权重为20分，得分16.00分，得分率为80.00%；项目实施评价指标权重为38分，得分34.17分，得分率为89.92%；项目产出评价指标权重为20分，得分16.91分，得分率为84.55%，项目效果评价指标权重为22分，得分20分，得分率为90.91%。各部分权重和分值如下表所示：

指标	决策	实施	产出	效果	合计分值
权重	20	38	20	22	100
分值	16	34.17	16.91	20	87.08
得分率	80.00%	89.92%	84.55%	90.91%	87.08%
等级	良	良	良	优	良

四、项目绩效评价指标分析

（一）从项目决策角度分析

1. 立项依据充分性

本次 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金立项项目，紧紧围绕国家发展改革委对创建国家消费帮扶示范城市的工作部署和省市有关要求，项目立项均依据《市乡村振兴和协作交流局关于实施 2022 年度海吉星展销展览资金使用计划的函》执行，符合年度工作计划，项目立项依据充分。

根据评价体系，“立项依据充分性”指标满分 3 分，得 3 分。

2. 立项程序规范性

通过查阅项目立项及计划文件，2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金立项项目均提交项目立项申请表、立项请示件、活动方案及活动费用预算，均按照《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用操作规程（修订稿）》执行，审批材料符合相关要求。

“立项程序规范性”指标满分 3 分，得 3 分。

3. 绩效目标合理性

经检查，2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目已设置整体绩效目标，大部分的绩效目标与实际工作内容具有相关性，

预期产出效益和效果符合正常的业绩水平，与预算确定的项目资金量相匹配。但存在个别项目设置的绩效目标不合理，如 2022 年第二届“海推海选 联展联销”深圳消费帮扶好产品评选推介活动，绩效目标为“预计收集 100 个产品进行评选，对“百强好产品”名录进行动态更新”，该项目绩效目标设置不合理，难以对项目的产出效益和效果进行评价。根据评价体系，此处扣减 1 分。

“绩效目标合理性”指标满分 3 分，得 2 分。

4. 绩效目标明确性

经检查，2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目未填写项目绩效目标申报表及项目绩效目标自评表，未对项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标，无法清晰衡量项目目标值情况。根据评价体系，此处扣减 3 分。

“绩效目标明确性”指标满分 3 分，得 0 分。

5. 预算编制科学性

评价组检查了项目预算资料，在项目初期申报阶段均提交了项目立项申请表、立项请示件、活动方案及活动费用预算等资料，预算编制有明确标准，预算编制具备科学性、合理性，预算内容与项目内容匹配。

根据评价体系，“预算编制科学性”指标满分 4 分，得 4 分。

6. 资金分配合理性

通过查阅项目立项文件，2022 年度消费帮扶中心按照《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用操作规程(试行)》要求，做好单

个项目申报工作，认真防范廉政风险，切实提高资金使用效益。展销展览专项资金用于帮扶 22 个项目，专项资金项目计划投入金额共计 4,320,421.26 元，主要集中在深圳市创建国家消费帮扶示范城市系列活动及消费帮扶推介活动，专项资金分配合理。

“资金分配合理性”指标满分 4 分，得 4 分。

（二）从项目实施角度分析

1. 资金到位率

通过查阅消费帮扶中心的财务明细账以及相关批复文件，2022 年海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目共安排帮扶资金 3,603,098.99 元，实际到位资金 3,603,098.99 元，资金到位率 100%。

根据评价体系，“资金到位率”指标满分 2 分，得 2 分。

2. 资金拨付率

2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目总预算资金 4,320,421.26 元，2022 年展销展览专项资金拨付金额为 3,603,098.99 元，资金拨付率为 83.40%。根据评价体系，此处扣减 1.33 分。

“资金拨付率”指标满分 8 分，得 6.67 分。

3. 资金使用合规性

2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目使用资金符合有关制度规定，资金使用有完整的审批程序和手续，相关负责人均审核签订《采购项目预审批表》，未发现虚列、截留、挤占、挪用等资金支出的情况。

根据评价体系，“资金使用合规性”指标满分 7 分，得 7 分。

4. 管理制度健全性

为加强 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目及资金的管理,提高帮扶资金安全性和使用效益,消费帮扶中心依据《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用操作规程(修订稿)》规范深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金管理和使用,对项目预算及年度计划管理、项目审核管理、项目实施与监督管理、资金使用与绩效评价管理做出了规定。

根据评价体系,“管理制度健全性”指标满分 4 分,得 4 分。

5. 组织保障及协调机制

深圳市乡村振兴和协作交流局是展销展览资金的统筹协调及管理执行部门,内设市消费帮扶工作专班消费帮扶中心设办公室。深圳海吉星消费帮扶中心为展销展览资金的使用单位,负责提前申报消费帮扶项目、按资金年度使用计划具体实施消费帮扶项目等。消费帮扶中心依据《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用操作规程(修订稿)》规范深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金管理和使用,但消费帮扶中心未按时按质提供年度绩效自评报告。根据评价体系,此处扣减 0.50 分。

根据评价体系,“组织保障及协调机制”指标满分 3 分,得 2.50 分。

6. 制度执行有效性

消费帮扶中心基本按照《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金

使用操作规程（修订稿）》、《市乡村振兴和协作交流局关于实施2022年度海吉星展销展览资金使用计划的函》等规定执行，但存在部分项目未按文件要求于项目完成后向市乡村振兴和协作交流局提交绩效自评报告、验收报告等结项材料，结项资料不完整。根据评价体系，此处扣减2分。

“制度执行有效性”指标满分8分，得6分。

7. 监督管理有效性

深圳市乡村振兴和协作交流局分批受理资金申请材料，并对受理的申请材料进行形式审查。审查合格的，市乡村振兴和协作交流局组织第三方机构专项审计，并出具审计报告和绩效报告，对于出具的审计报告已进行信息公开及公告公示，充分履行了监督管理职能。

“监督管理有效性”指标满分6分，得6分。

（三）从项目绩效角度分析

1. 实际完成率

帮扶消费帮扶中心2022年计划完成帮扶的项目22个，已完成项目20个，项目实际完成率90.91%。根据评价体系，此处扣0.73分。

“数量指标”指标满分8分，得7.27分。

2. 质量达标率

2022年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目已完成20个，项目完成质量良好，但项目实施单位未提交项目验收报告，根据评价体系，此处扣2分。

“质量指标”指标满分8分，得6分。

3. 项目完成及时性

经查看 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目进度台账，消费帮扶中心 2022 年计划帮扶的项目 22 个，已完成项目 20 个，项目完成及时率为 90.91%。根据评价体系，此处扣 0.36 分。

“项目完成及时性”指标满分 4 分，得 3.64 分。

4. 经济效益

深圳海吉星消费帮扶中心于 2022 年 9 月 7 日-8 日、2022 年 9 月 23 日-24 日分别承办以“欢乐购好货 中秋献好礼”为主题的中秋直播带货活动和“线上欢乐购 喜迎丰收节”为主题的 2022 年农民丰收节直播带货活动。活动采用线上方式进行直播，展示展销广西百色、广东汕尾，江西赣州、新疆喀什、云南昭通、重庆巫山、贵州毕节等深圳对口帮扶地区近 600 款农副产品，累积带货成交金额逾 550 万元。

根据评价体系，“经济效益”指标满分 6 分，得 6 分。

5. 社会效益

2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目在助力乡村全面振兴，扎实推进共同富裕方面上发挥了显著作用，如：“深圳市 2022 年新春闹元宵消费帮扶直播活动”项目，承办深圳市 2022 年新春闹元宵消费帮扶直播活动，深圳及其对口帮扶地区共 20 余家直播团队联动，服务广大市民群众“观看冬奥比赛，采购元宵好货”两不误，同时通过展览展销拓宽帮扶产品销售渠道。

根据评分体系，“社会效益”指标满分 6 分，得 6 分。

6. 可持续影响

深圳海吉星消费帮扶中心按照市场化原则构建“一核三驱”的业务模式，以帮扶中心为核心平台，重点发展“展示展销”、“交易撮合”、“产品自营”三大业务驱动功能模块。采用“实体+互联网”线下线上融合发展的产销对接经营模式，线下通过深农集团现有供应链管理的新型农产品流通生态圈资源实现自我赋能，为帮扶产品与全国旗下 6 万多家客商的农产品分销渠道进行链接，打破帮扶地区“产、供、销”壁垒，线上以深农集团倾力打造的线上展销平台“圳帮扶”为依托，充分利用互联网开放性和共享性，整合资源信息在实体展馆和线上展销平台上进行实时发布，从而实现“线上线下同步销售，助力帮扶产品走出产地、进入深圳、卖向全国，构建起政府、社会、市场互为支撑的长效帮扶机制。

根据评分体系，“可持续影响”指标满分 4 分，得 4 分。

7. 社会公众或服务对象满意度

2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目在推进深圳创建全国消费帮扶示范城市工作，发挥“深帮圳链”的示范引领，助力乡村全面振兴，扎实推进共同富裕等方面发挥了显著作用。消费帮扶中心已完成的 20 个专项项目均受到了深圳及深圳对口政府部门、市民群众等广泛好评，在社会公众中取得了较高的满意度，但未对已完成项目开展相关受众满意度调查。根据评分体系，此处扣 2 分。

“满意度”指标满分 6 分，得 4 分。

五、取得的主要成效

(一) 深圳市 2022 年百万职工消费帮扶年货直播带货周活动

消费帮扶中心于 2022 年 1 月 11 日至 2022 年 1 月 15 日承办深圳市 2022 年百万职工消费帮扶年货直播带货周活动。通过展览展销拓宽帮扶产品销售渠道，同时调动全社会广泛参与消费帮扶的积极性，服务畅通国内大循环，助力乡村振兴、推进共同富裕。

(二) 深圳市 2021 年消费帮扶目标任务完成情况通报暨创建国家消费帮扶示范城市启动仪式

深圳海吉星消费帮扶中心于 2022 年 1 月 26 日承办深圳市 2021 年消费帮扶目标任务完成情况通报暨创建国家消费帮扶示范城市启动仪式。活动现场通报 2021 年全市消费帮扶目标任务完成情况，解读《深圳市创建国家消费帮扶示范城市工作方案》要点，宣布“深圳市第五批消费帮扶爱心单位”名单。活动为助力对口帮扶地区巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接发挥应有作用，以务实的举措，扎实推动深圳市消费帮扶全面提档升级。

(三) 深圳市 2022 年新春闹元宵消费帮扶直播活动

深圳海吉星消费帮扶中心于 2022 年 2 月 15 日承办深圳市 2022 年新春闹元宵消费帮扶直播活动。本次直播活动以 1 个主会场+6 个分会场+N 个直播点位连线的形式进行，深圳及其对口帮扶地区共 20 余家直播团队联动，服务广大市民群众“观看冬奥比赛，采购元宵好货”两不误。

（四）深圳市 2022 年“三八”国际妇女节消费帮扶直播周活动

深圳海吉星消费帮扶中心于 2022 年 3 月 8 日至 3 月 10 日承办深圳市 2022 年“三八”国际妇女节消费帮扶直播周活动。本次直播活动以 1 个主会场+各区分会场+N 个直播点位连线的形式进行，通过展览展示拓宽帮扶产品销售渠道。

（五）深圳消费帮扶“好产品进社区”暨产销对接和招商平台专家顾问团功能启动仪式活动

深圳海吉星消费帮扶中心于 2022 年 4 月 29 日在龙华爱心帮扶超市开展以“乡村振兴新活力惠民助农暖人心”为主题的深圳消费帮扶“好产品进社区”暨产销对接和招商平台专家顾问团功能启动仪式活动。本次活动以龙华区爱心帮扶超市为线下主会场，联动海吉星消费帮扶中心、各区（新区）对口办、深汕特别合作区管理委员会、各区（新区）消费帮扶中心、直播互助社及深圳职业技术学院等直播团队线上直播展销展览帮扶产品，拓宽销售渠道。同时结合特色餐厅探店环节，进一步推动农企合作，以新视野拓宽乡村振兴发展新路径。

（六）“圳帮扶”线上商城产销对接和招商平台（一期）开发

深圳海吉星消费帮扶中心于 2022 年 2 月 - 4 月开展“圳帮扶”线上商城产销对接和招商平台（一期）开发。充分发挥圳帮扶平台“头雁”作用，推进数字乡村建设，以新视野拓宽乡村振兴发展新路径。针对活动需开发产销对接和招商平台（一期），平台功能开发涵盖招商对接、产品供需、用户管理等模块，通过发布招商、产品供需、招商投资等信息，进一步拓宽帮扶产品销售渠道。

（七）开发支持产销对接和招商平台（二期）功能

深圳海吉星消费帮扶中心于 2022 年 4 月至 5 月开展“圳帮扶”线上商城产销对接和招商活动。充分发挥圳帮扶平台“头雁”作用，推进数字乡村建设，以新视野拓宽乡村振兴发展新路径，同时发挥专家在消费帮扶中的智囊作用，从品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产方面提升消费帮扶产品美誉度，进一步提升市场影响力。为保障活动顺利开展，深圳海吉星消费帮扶中心开发产销对接和招商平台（二期）功能，在原有平台功能基础上增加专家顾问团版块，用于深圳对口帮扶合作地区专家顾问咨询答疑。

（八）消费帮扶数据监测统计活动

深圳海吉星消费帮扶中心在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导下，开展 2022 年系列展示展销消费帮扶活动。为保障消费帮扶工作和展览展销活动顺利进行提供数据支撑，消费帮扶中心开发深圳消费帮扶大数据管理平台并将平台云服务设备部署于“京东云”。深圳消费帮扶大数据管理平台云服务，可保障系统云服务设备安全平稳运行，同时为举办展览展销活动提供技术支撑。

（九）深圳消费帮扶好产品进社区展览推介活动

深圳海吉星消费帮扶中心在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导下，开展深圳消费帮扶好产品进社区展览推介活动。活动选取市政大院社区餐厅、天誉花园商业街、深圳四季花城小区物业服务中心、莲花北村物业服务中心作为深圳消费帮扶好产品进社区展示点位，展销推广深圳消费帮扶好产品，进一步拓宽帮扶产品销售渠道，促进产销精准对接。

（十）深圳市创建国家消费帮扶示范城市广播推介活动

深圳海吉星消费帮扶中心在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导下，于2022年9月-2022年12月开展深圳市创建国家消费帮扶示范城市广播推介活动。在先锋FM89.8广播电台投放深圳市创建国家消费帮扶示范城市推广、消费帮扶产品展览推介等内容，通过早、晚高峰主要时段播出深圳市创建国家消费帮扶示范城市声音，营造“人人都是创建国家消费帮扶示范城市参与者”的社会新风尚。

（十一）深圳市创建国家消费帮扶示范城市展览推介项目

深圳海吉星消费帮扶中心开展深圳市创建国家消费帮扶示范城市展览推介活动。项目围绕创建国家消费帮扶示范城市工作，整合深圳新闻网新闻采编、新媒体策划等团队，充分发挥网站、客户端等融媒体平台优势，专人专项做好重点宣传综合服务，全力做好“创城”宣传工作。盘点、展示、推广在深圳对口帮扶地区9省97县所做出的努力及成效。

（十二）2022年第二届“海推海选 联展联销”深圳消费帮扶好产品评选推介活动

深圳海吉星消费帮扶中心于2022年8月启动2022年第二届“海推海选 联展联销”深圳消费帮扶好产品评选推介活动。旨在助力深圳市创建国家消费帮扶示范城市和深圳对口帮扶地区拓展脱贫攻坚成果、推进乡村全面振兴，同时发动市民广泛参与消费帮扶工作，激发全社会参与消费帮扶的积极性，继续推出一批品质优良、价格合理，深受市民信赖的深圳消费帮扶好产品。该活动已于2022年10月底结束，在公平、公正、公开的原则下，经组委会汇总网上投票及专家现场打分，评选出了果真混得好每日坚果、贵州土鸡蛋、隆林高山山茶

油等 100 款第二届“海推海选联展联销”深圳消费帮扶“百强好产品”农副产品。

（十三）2022 年农民丰收节直播带货活动

深圳海吉星消费帮扶中心于 2022 年 9 月 7 日-8 日、2022 年 9 月 23 日-24 日分别承办以“欢乐购好货 中秋献好礼”为主题的中秋直播带货活动和“线上欢乐购 喜迎丰收节”为主题的 2022 年农民丰收节直播带货活动。活动采用线上方式进行直播，展示展销广西百色、广东汕尾，江西赣州、新疆喀什、云南昭通、重庆巫山、贵州毕节等深圳对口帮扶地区近 600 款农副产品，累积带货成交金额逾 550 万元，并设置了多样的互动环节，在拓宽帮扶产品销售渠道、营造“人人都是创建国家消费帮扶示范城市参与者”社会新风尚的同时，深入学习贯彻习近平总书记关于继续大力实施消费帮扶、实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的重要指示精神，认真落实国家乡村振兴局、省市相关部署以及深圳市创建国家消费帮扶示范城市工作要求，借力传统节日拉动内需，助力对口帮扶地区特色产业不断发展壮大，产品市场竞争力和品牌影响力有效提升，脱贫群众持续增收。

（十四）“圳帮扶”线上平台与“i 深圳 APP”链接功能项目

“圳帮扶”线上商城是由深圳市乡村振兴和协作交流局携手深圳市农产品集团股份有限公司共同打造，由深圳海吉星消费帮扶中心负责运营、管理的市级消费帮扶电商平台。为持续助力深圳市创建国家消费帮扶示范城市，着力拓宽对口帮扶地区农产品流通和销售渠道，促进带动脱贫对象增收创收，在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导下，深圳海吉星消费帮扶中心经公开询价、比价，按照经评审最低价原则，选择专业的开发团队开发了“圳帮扶”线上平台与“i 深圳 APP”

链接功能项目，并于 2022 年 11 月 9 日验收通过。该项目借助用户日常使用频繁、普及率高的“i 深圳 APP”引流，通过大流量平台实现渠道互通、客户共享，不断优化“圳帮扶”线上平台用户体验，同时加大便民利民“圳帮扶”好平台推广，进一步促进帮扶产品展示展销和交易撮合；保障“圳帮扶”线上平台推介活动顺利开展。

（十五）“圳帮扶”线上平台顺丰物流功能

在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导下，深圳海吉星消费帮扶中心通过公开询价、比价委托专业团队开发、对接“圳帮扶”线上平台顺丰物流功能，依托国内快递行业龙头企业“顺丰物流”的优质用户寄送服务，让帮扶地区特色农副产品搭上“高速物流快车”，进一步提高平台产品中转流通效率及送达时效性、准确率，实现平台用户购物体验再提升。提升帮扶产品销售，促进脱贫地区增收，助力深圳对口帮扶地区农产品即“出山”，又“出圈”。本项目已于 2022 年 11 月 9 日开发完成，并成功对接，保障了“圳帮扶”线上平台推介活动顺利开展。

（十六）深圳市对口帮扶合作地区特色美食文化展暨第四届深圳市帮扶合作交易博览会活动

为高质量推进深圳市创建国家消费帮扶示范城市工作，发挥“深圳圳链”的示范引领，融合文化、经济和社会效益，透过“美食展”探寻中华美食文化、寻觅“中国味”，汇集更广泛力量，创新“帮扶+合作”共同助力革命老区、民族地区乡村全面振兴。深圳海吉星消费帮扶中心在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导下，于 2022 年 12 月 23 日-26 日承办深圳市对口帮扶合作地区特色美食文化展暨第四届深圳市帮扶合作交易博览会活动。进一步拓宽美食产业产销对接和

招商贸易合作范围，深挖对口地区非遗文化内涵，深耕预制菜产业发展，深化务实帮扶与合作，营造互利互惠、合作共赢的良好氛围，凝聚“帮扶+合作”可持续发展共识。本次活动现场设置展位 60 个，汇集了新疆、西藏、重庆、贵州、广西、云南、江西以及广东河源、汕尾、汕头等深圳市对口地区的赣州脐橙、汕头牛肉丸、客家窑鸡等特色帮扶产品。

（十七）消费帮扶产品、成果推介活动

为把深圳创建全国消费帮扶示范城市工作进一步引向深处，营造“人人愿为、人人可为、人人能为”的良好氛围，使全市上下积极行动起来，共同推动深圳市消费帮扶和乡村振兴工作提档升级，确保深圳市如期高质量完成“创城”工作，全面助力深圳对口帮扶地区产品展示展销。深圳海吉星消费帮扶中心在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导安排下，开展消费帮扶产品、成果推介活动。推出 9 款主题海报，同时推出一则“创城”推广视频，营造“人人都是创建全国消费帮扶示范城市参与者”的社会新风尚，进一步撮合帮扶产品展示展销。

（十八）第五届深圳餐饮博览会

为进一步提升深圳对口帮扶地区产品知名度，促进帮扶产品展览、推广、销售，推动更多优质帮扶产品融入粤港澳大湾区餐饮市场，助力帮扶地区企业增收创收，深圳海吉星消费帮扶中心在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导下，于 2023 年 2 月 22-24 日组织帮扶企业参加第五届深圳餐饮博览会，展览展示深圳对口帮扶地区帮扶产品，促成帮扶企业与深圳餐饮单位购销合作。本次活动组织 13 家帮扶企业，汇集了广东、广西、新疆、西藏等深圳市对口地区的贵州五谷蛋、汕尾银粘米、新疆红枣、重庆腊肉等特色帮扶产品。

（十九）2022 年“圳帮扶”系列平台运维服务费用

深圳海吉星消费帮扶中心在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导下，开展 2022 年“圳帮扶”系列平台帮扶产品展销对接和统计监测活动。充分发挥“圳帮扶”线上商城以及产销对接和招商平台产品展销功能，充分挖掘生产、采购双方需求，促进帮扶产品交易撮合，推进数字乡村建设；同时切实发挥深圳消费帮扶大数据管理平台农产品产销监测作用。为确保 2022 年消费帮扶工作和展示展销活动顺利开展，深圳海吉星消费帮扶中心委托专业团队为“圳帮扶”线上商城、深圳消费帮扶大数据管理平台以及产销对接和招商平台提供运维服务。

（二十）2022 年度广东东西部扶贫协作产品交易市场深圳馆运营费用

为充分利用广东东西部扶贫协作产品交易市场区位、信息等优势，用好交易市场这个展示脱贫攻坚、消费帮扶工作成效的主阵地，展销脱贫地区特色产品的大窗口，进一步提高全社会对帮扶产品认可度、接受度，激发全社会参与消费帮扶的积极性，助力帮扶地区产品推广销售和企业增收创收。深圳海吉星消费帮扶中心在深圳市乡村振兴和协作交流局的指导下，在广东东西部扶贫协作产品交易市场设立帮扶产品展示展销点位并开展活动。为保障工作顺利开展，2022 年深圳海吉星消费帮扶中心继续运营广东东西部扶贫协作产品交易市场深圳馆（以下简称“深圳馆”）。深圳馆持续展销深圳对口帮扶地区以及 832 脱贫地区农副产品，同时挖掘更多优质帮扶产品融入粤港澳大湾区市场，促进帮扶产品展览、推广、销售，助力脱贫地区产品交易由输血式帮扶转变为市场化驱动衔接过渡。

六、主要经验及做法

（一）进一步完善规章制度、加强制度文件学习

组织学习《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用操作规程（修订稿）》、《市乡村振兴和协作交流局关于实施 2022 年度海吉星展销展览资金使用计划的函》等管理文件，熟练掌握专项项目资金管理工作要领，细化明确项目管理、资金管理要求，为做好资金管理打下坚实的理论基础，进一步提高项目规范管理水平。

（二）加强项目档案资料规范管理

加强项目档案资料的日常规范化管理，实施“一项目一档案”的系统管理，按要求整理编制项目存档资料，并对档案资料进行严格审核，保证项目资料的完整性及安全性。

七、存在的主要问题

（一）监管制度执行不到位，未按制度要求递交完整结项资料

消费帮扶中心未按文件要求于项目完成后向市乡村振兴和协作交流局提交绩效自评报告、验收报告等结项材料，结项资料不完整。

（二）专项项目未开展绩效自评，绩效自评落实力度不足

2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项项目未填写项目绩效目标申报表及项目绩效目标自评表，未对项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标，无法清晰衡量项目目标值情况。

八、有关建议

（一）强化帮扶项目的审核与监管，落实项目监管责任

消费帮扶中心应积极履行专项资金使用情况和帮扶项目实施情

况的监督管理职责、全面了解掌握帮扶资金动态，加强年度内监督检查的力度，严格审查上交的档案资料及项目拨款审批材料，对缺少的资料要及时的要求补全并审查资料的完整性，为项目的实施质量和规范性提供保障。

（二）增强绩效目标管理意识，科学合理设置绩效指标

加强项目绩效的自评管理，建议建立战略目标-工作任务-预算资金-绩效目标的层层分解机制，加强目标设置与规划目标、上级任务、部门年度绩效、预算资金安排以及项目绩效目标的衔接性，制定详细的实施方案，科学制定绩效目标，把项目明确的任务内容及预期效益，细化成各项绩效指标，并认真撰写项目自评报告。在绩效目标设置方面，应从实际情况出发，坚持定性分析与定量分析相结合的原则，定性类考核指标尽量以定量考核结果为基础，从各角度细化考核指标，明确各个项目的产出要求，加强绩效目标的约束力。

九、其他需要说明的问题

（一）关于评价责任的说明

消费帮扶中心提供了绩效评价报告相关的大部分基础工作材料和资金财务核算资料，并对其真实性、合法性、完整性负责。绩效评价的可靠性基于相关部门和单位提供资料真实性、完整性，评价小组尽可能地收集更为全面、有效、准确的文件和数据，但由于受客观因素的限制，评价小组只能在部门和单位提供现有资料的前提下，结合应有的职业判断做出尽可能可靠的评价结论。本报告使用人对评价结果的把握应建立在本报告所提供的有关评价结果的各项条件及说明

的认真阅读和理解的基础之上。

本所与深圳市乡村振兴和协作交流局不存在任何特殊的、需要回避的利害关系，评价人员在评价过程中恪守了职业道德规范。

（二）本次绩效评价的局限性

1. 因项目数量较多，进行实地考察周期较短，造成相应的绩效评价工作无法较好的开展，会存在信息不对称的现象。

2. 该项目绩效评价指标设定时，受制于一些项目申报时效果指标没有量化（包括经济效益指标、社会效益指标），这对全面反映项目绩效可能存在一定的局限性。

3. 由于纳入评价范围的部分项目仍处于在建阶段或为跨年度项目，项目效益尚未显现。另外，部分三级指标是在受评价单位提供的相关评价资料的基础上分析得出的，其可靠性取决于提供资料的真实、完整和准确，同时也受评价小组人员专业判断能力的限制，可能会对评价结论产生一定影响。

（三）提示报告使用者注意事项的说明

本绩效评价报告仅对海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金绩效发表评价意见，不应视为对项目实施、管理单位工作的全面评价，也不应视为对项目实施单位财务报表发表的审计意见。因使用不当造成的不利事项，与执行评价的第三方机构和评价人员无关。

附表 1：2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金绩效评价指标体系

附表 2：2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金绩效评价
指标得分情况

附表 3：2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目详
情表

深圳国泰会计师事务所（普通合伙）

2023 年 6 月 18 日

附表 1: 2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金绩效评价指标体系

评价指标						指标内容	评分标准
一级指标		二级指标		三级指标			
名称	分值	名称	分值	名称	分值		
决策	20	项目立项	6	立项依据充分性	3	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。	①项目立项符合深圳市人民政府办公厅关于印发深圳市创建国家消费帮扶示范城市工作方案的重点工作要求（1分）； ②；项目立项符合项目实施部门主要职责、是否优先保障重点工作任务（1分） ③项目是否与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复（1分）。
				立项程序规范性	3	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。	①项目是否按照规定的程序申请设立（1分）； ②审批文件、材料是否符合相关要求（1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、绩效评价、集体决策（1分）。
		绩效目标	6	合理性	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。	①项目是否有绩效目标（0.5分）； ②项目绩效目标与实际工作内容是否具有相关性（0.5分） ③项目预期产出效益和效果是否符合正常的业绩水平（1分）； ④是否与预算确定的项目资金量相匹配（1分）。
				明确性	3	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。	①是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标（1分） ②是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现（1分）； ③是否与项目目标任务数或计划数相对应（1分）。

评价指标					
一级指标		二级指标		三级指标	
名称	分值	名称	分值	名称	分值
决策	20	资金投入	8	预算编制科学性	4
				资金分配合理性	4
项目管理	38	资金管理	17	资金到位率	2
				资金拨付率	8

指标内容	评分标准
项目预算编制是否有明确标准, 资金额度与年度目标是否相适应, 用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	①预算编制是否有清晰、详细的申报依据、组成情况、计算方式(1分); ②预算编制是否按照深圳市相关标准编制(1分); ③预算确定的项目资金量是否与年度工作任务量相匹配(1分)。
项目资金支援计划资金分配结果是否合理, 是否存在项目与资金错配的情况, 如有资金无项目, 或有项目无资金。	①预算分配是否符合部门主要职责、优先保障重点工作任务(2分); ②各项资金支援计划实际支出与年初资金分配是否匹配, 按每项(单项0.1分)实际支出率进行打分。
资金到位率=(实际到位资金/预算资金)×100%, 用以反映和考核资金落实情况对项目实施的总体保障程度。	根据项目实际到位资金占计划的比重计算得分(2分)。
资金拨付率=(拨付的金额/审定支援资金总额)×100%, 用以反映或考核项目资金拨付情况。	根据专项资金实际支出金额占审定项目金额的比重计算得分(8分)。

评价指标						指标内容	评分标准
一级指标		二级指标		三级指标			
名称	分值	名称	分值	名称	分值		
项目管理	38	资金管理	17	资金使用合规性	7	项目资金使用是否符合相关的财务管理规定,用以反映和考核项目资金的规范运行情况。	①是否符合国家财经法规和财务管理规定以及有关专项资金管理的规定(1分); ②资金的拨付是否有完整的审批程序和手续(1分); ③是否符合预算计划批复或按合同规定使用(1分); ④是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况(1分); ⑤是否设立专账核算(1分),会计核算是否规范(1分); ⑥资金拨付是否与项目进度相匹配(1分)。
				管理制度健全性	4	项目实施单位的财务和业务管理制度是否健全,用以反映和考核财务和业务管理制度对项目顺利实施的保障情况。	①是否已制定专项资金和项目管理制度(2分); ②管理制度是否合法、合规、完整(2分)。
		组织实施	21	组织保障及协调机制	3	1.主管部门是否建立清晰的组织架构,且职责分工明确; 2.是否制定相关制度保障协调沟通机制顺利运行,各处室之间沟通协作机制是否健全、沟通是否顺畅; 3.与上级部门及单位的沟通协作机制是否健全、沟通是否顺畅,与深圳市乡村振兴和协作交流局的沟通是否顺畅,是否按时按质提供年度绩效自评报告。	①主管部门组织架构清晰,且职责分工明确,各业务处室职责分工明确(1分); ②制定相关制度保障沟通协调(1分); ③与上级部门及单位的沟通协作机制健全,沟通顺畅(0.5分),按时按质提供年度绩效自评报告(0.5分)。

评价指标						指标内容	评分标准
一级指标		二级指标		三级指标			
名称	分值	名称	分值	名称	分值		
项目实施	38	组织实施	21	制度执行有效性	8	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。	①是否遵守相关法律法规和相关管理规定(2分)； ②项目调整及支出调整手续是否完备(2分)； ③是否及时收集、整理档案，包括合同、验收报告、技术鉴定等体现全过程的项目文件资料(2分)； ④项目实施的内容与计划是否相匹配(2分)；
				监督管理有效性	6	是否为保障专项资金的使用规范性、进度、绩效采取了必要的监控措施；是否达到了监控效果。	①是否准确、及时反映专项资金动态监控情况(2分)； ②是否在年度内开展监督检查，是否已将上年度检查发现的问题整改落实到位(2分)； ③是否制定并有效执行资金项目信息公开和公告公示制度(2分)。
产出	20	数量	8	项目实际完成率	8	实际完成率=(实际完成项目数量/计划项目数量)×100%	根据2022年项目实际产出数占计划产出数的比重计算得分(8分)。
		质量	8	项目质量达标率	8	质量达标率=(质量达标产出数/实际产出数)×100%。	根据2022年项目达标产出数占实际产出数的比重计算得分(8分)。
		时效	4	项目完成及时性	4	项目实际完成时间与计划完成时间的比较，用以反映和考核项目产出时效目标的实现程度。	1.所有部门预算安排的项目均按计划时间完成(4分)； 2.部分项目未按计划时间完成的，本指标得分=已完成项目数/计划完成项目总数×4分。

评价指标						指标内容	评分标准
一级指标		二级指标		三级指标			
名称	分值	名称	分值	名称	分值		
效果	22	效益	22	经济效益	6	项目产生的经济效益。	对照绩效目标评价经济效益(6分)。
				社会效益	6	主要评价项目是否对帮扶地经济发展起到了积极的推进作用；是否对提高当地脱贫户的生活水平有着积极的影响。	对照绩效目标评价社会效益(6分)。
				可持续性影响	4	反应相关产出带来的可持续性期限，如项目平台持续使用年限等	对照绩效目标评价可持续性影响(4分)
				社会公众或服务对象满意度	6	项目预期服务对象对项目实施的满意度。	对照绩效目标评价服务对象满意度(6分)。
合计	100		100		100		

附表 2：2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金绩效评价指标得分情况

评价指标						得分
一级指标		二级指标		三级指标		
名称	分值	名称	分值	名称	分值	
决策	20	项目立项	6	立项依据充分性	3	3
				立项程序规范性	3	3
		绩效目标	6	绩效目标合理性	3	2
				绩效目标明确性	3	0
		资金投入	8	预算编制科学性	4	4
				资金分配合理性	4	4
实施	38	资金管理	17	资金到位率	2	2
				资金拨付率	8	6.67
				资金使用合规性	7	7
		组织实施	21	管理制度健全性	4	4
				组织保障及协调机制	3	2.5
				制度执行有效性	8	6
				监督管理有效性	6	6
产出	20	数量	8	项目实际完成率	8	7.27
		质量	8	项目质量达标率	8	6
		时效	4	项目完成及时性	4	3.64
效果	22	项目效益	22	经济效益	6	6
				社会效益	6	6
				可持续性影响	4	4
				社会公众或服务对象满意度	6	4
合计	100		100		100	87.08

附表 3：2022 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金项目详情表

序号	项目名称	当年总预算 (元)	前方已累计拨付资金 (元)	总拨付率	项目进度
1	深圳市 2022 年百万职工消费帮扶年货直播带货周活动	89,286.96	83,933.29	94.00%	项目已完成。
2	深圳市 2021 年消费帮扶目标任务完成情况通报暨创建国家消费帮扶示范城市启动仪式	31,107.80	28,644.17	92.08%	项目已完成。
3	深圳市 2022 年新春闹元宵消费帮扶直播活动	48,898.00	43,171.44	88.29%	项目已完成。
4	深圳市 2022 年“三八”国际妇女节消费帮扶直播周活动	48,527.00	45,839.16	94.46%	项目已完成。
5	深圳消费帮扶“好产品进社区”暨产销对接和招商平台专家顾问团功能启动仪式活动	76,009.40	71,990.00	94.71%	项目已完成。
6	“圳帮扶”线上商城产销对接和招商平台（一期）开发	146,200.00	144,752.48	99.01%	项目已完成。
7	开发支持产销对接和招商平台（二期）功能	49,742.50	49,742.50	100.00%	项目已完成。
8	消费帮扶数据监测统计活动	49,043.00	46,266.98	94.34%	项目已完成。
9	深圳消费帮扶好产品进社区展览推介活动	28,083.26	26,647.37	94.89%	项目已完成。
10	深圳市创建国家消费帮扶示范城市广播推介活动	158,730.00	149,745.28	94.34%	项目已完成。
11	深圳市创建国家消费帮扶示范城市展览推介项目	424,000.00	400,000.00	94.34%	项目已完成。
12	2022 年第二届“海推海选 联展联销”深圳消费帮扶好产品评选推介活动	116,400.00	109,811.32	94.34%	项目已完成。

序号	项目名称	当年总预算 (元)	前方已累计拨付资金 (元)	总拨付率	项目进度
13	2022年农民丰收节直播带货活动	131,190.00	123,907.08	94.45%	项目已完成。
14	“圳帮扶”线上平台与“i深圳APP”链接功能项目	344,200.00	324,716.97	94.34%	项目已完成。
15	“圳帮扶”线上平台顺丰物流功能	234,600.00	221,320.75	94.34%	项目已完成。
16	深圳市对口帮扶合作地区特色美食文化展暨第四届深圳市帮扶合作交易博览会活动	910,302.00	870,548.86	95.63%	项目已完成。
17	消费帮扶产品、成果推介活动	265,000.00	250,000.00	94.34%	项目已完成。
18	第五届深圳餐饮博览会	124,000.00	115,616.31	93.24%	项目已完成。
19	2022年“圳帮扶”系列平台运维服务费用	465,534.34	439,183.33	94.34%	项目已完成。
20	2022年度广东东西部扶贫协作产品交易市场深圳馆运营费用	61,967.00	57,261.70	92.41%	项目已完成。
21	深圳市创建国家消费帮扶示范城市公交车广告推介活动	298,000.00	0.00	0.00%	项目未完成。
22	深圳市创建国家消费帮扶示范城市公交站台广告推介活动	219,600.00	0.00	0.00%	项目未完成。
合计		4,320,421.26	3,603,098.99	83.40%	