

2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览 资金绩效评价报告

圳安咨字〔2025〕0003号

委托单位：深圳市乡村振兴和协作交流局
评价单位：深圳市圳安会计师事务所（普通合伙）

2025 年 7 月



目 录

一、项目概况	1
(一) 资金设立依据和政策背景	1
(二) 《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用操作规程（第二次修订）》相关规定	1
(三) 资金预算安排及管理情况	2
二、绩效评价情况说明	2
(一) 评价原则	2
(二) 评价依据	2
(三) 评价工作实施情况	3
(四) 绩效评价指标体系及评价标准	3
(五) 绩效评价与绩效指标评分方法	5
三、整体资金项目绩效评价结论及分析	5
(一) 项目决策分析	6
(二) 项目过程分析	7
(三) 项目产出评价结果分析	10
(四) 项目执行结果及满意度评价及分析	11
四、取得的主要成效	13
(一) 2024 年广东省“消费帮扶金秋行动”之深圳市“寻味广东”美食文化展活动	13
(二) 2024 年第四届“海推海选联展联销”深圳消费帮扶好产品评选推介活动	14
(三) 2024 年深圳消费帮扶直播带货和文旅推介活动	14
(四) 深圳对口地区产品营销文创设计大赛活动	14
(五) 2024 年消费帮扶产品及成果推介活动	14
(六) 深圳消费帮扶好产品“进天虹”商超推介活动	15
(七) 深圳消费帮扶好产品“华润万家”商超推介活动	15
(八) 深圳消费帮扶好产品“进钱大妈”商超推介活动	15
(九) 2024 全球高端食品及优质农产品（深圳）博览会参展活动	15
(十) 2024 年“圳帮扶”平台产品展销推介会活动	15
五、综合评价存在的问题	16
(一) 监督管理有效性存在的问题	16
(二) 项目产出存在的问题	16

六、评价结果运用建议	16
(一) 优化绩效目标设置, 多元化绩效指标	16
(二) 加强预算管理, 科学编制项目预算	16
(三) 增强绩效评价反馈对项目资金管理的指导意义	17
(四) 项目产出结果优化	17
七、其他需要说明的问题	17
(一) 关于评价责任的说明	17
(二) 本次绩效评价的局限性	17
(三) 提示报告使用者注意事项的说明	18
八、报告附件	18

2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览 资金绩效评价报告

圳安咨字 [2025] 0003 号

深圳市乡村振兴和协作交流局：

贵局为贯彻落实《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，特委托我所作为第三方评价机构，对 2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金项目（以下简称“资金”）的执行情况进行了绩效评价，评价范围包括资金的计划、申请、拨付、管理、使用、监督等环节，现将绩效评价情况和绩效评价意见报告如下：

一、项目概况

（一）资金设立依据和政策背景

为高质量推进深圳市建设消费帮扶重点城市(以下简称“建城”)工作，依据《深圳市人民政府办公厅关于印发深圳市消费帮扶重点城市建设方案的通知》（深府办函〔2024〕37 号）、《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用操作规程（第二次修订）》（以下简称“操作规程”）、《市乡村振兴和协作交流局关于印发〈2024 年深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用计划〉的通知》（以下简称“资金使用计划”）等文件，开展此项目，旨在推动深圳市消费帮扶工作提档升级，助力乡村全面振兴。

（二）项目内容

2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览专项资金共计划开展 2024 年广东省“消费帮扶金秋行动”之深圳市“寻味广东”美食文化展活动、2024 年第四届“海推海选联展联销”深圳消费帮扶好产品评选推介活动等 13 个项目。

（三）项目管理的组织架构和职责分工

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，其内设处室社会帮扶处（驻深单位管理处）负责具体管理工作。深圳海吉星消费帮扶中心是展销展览资金的使用单位。深圳市农产品集团股份有限公司负责监督市消费帮扶中心按照集团财务管理规范流程使用展销展览资金。深圳海吉星国际农产品物流管理有限公司负责市消费帮扶中心的具体运营工作及监督申报事项。第三方审计机构负责对展销展览资金管理和使用情况进行审计和绩效评价

（四）资金预算安排及管理情况

2024 年深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金项目总预算金额为 6,282,517.98 元，计划开展 13 个项目，实际实施费用均以预算金额为上限，具体拨付资金参考第三方审计机构审计结果，所有支出由深圳海吉星消费帮扶中心予以先行垫付，待项目开展完毕后根据审定金额予以拨付。

二、绩效评价情况说明

（一）评价原则

（1）目标导向：评价应以展销展览资金管理办法中的目标为导向，重点关注项目所产生的实际效果和成果是否与预期目标相符。

（2）真实性和可靠性：评价应基于真实、可靠、完整的数据，并避免使用虚假数据。

（3）效率性：评价应关注项目实现目标的经济效益、社会和环境效益，以及项目是否在预算范围内高效地完成。

（4）透明度和公正性：评价应坚持公开透明的原则，确保评价结果的公正性和客观性。

（5）比较性：评价应考虑多个因素，如不同地区、不同行业或不同类型，进行比较，包含横向比较，纵向比较，同级比较等，以便发现差异和问题。

（6）时效性：评价应及时开展，及时发现并解决问题，避免浪费，并确保及时纠正问题。

（7）综合性：评价应采用多种方法和手段进行评估，包括定性、定量等多个方面进行综合考虑。其中定量绩效评价采用数值、比率、百分比等方式来对数据进行量化，以便更好地衡量项目实施的效果和成果；定性绩效评价是通过主观的、观察的和描述性的方式来评估项目实施的效果和成果。

（二）评价依据

（1）《中华人民共和国预算法》；

（2）《财政支出绩效评价管理暂行办法》（财预〔2011〕285 号）；

（3）财政部《关于推进预算绩效管理的指导意见》（财预〔2011〕416 号）；

（4）财政部《项目支出绩效评价管理办法》财预〔2020〕10 号；

（5）《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；

(6) 《深圳市市级项目支出绩效评价工作规程》(深财绩(2020)14号);

(7) 《深圳市人民政府办公厅关于印发深圳市消费帮扶重点城市建设方案的通知》(深府办函(2024)37号)

(8) 市乡村振兴和协作交流局关于印发《2024年深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用计划》的通知;

(9) 《深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用操作规程(第二次修订)》;

(10) 资助项目立项、审批及相关文件、项目经费支出明细表、台账、采购合同、活动照片、签到表、资金使用银行流水等项目实施文件。

(三) 评价工作实施情况

本次市乡村振兴和协作交流局2024年展销展览资金项目绩效评价工作实施主要包括三个环节:项目准备阶段、项目实施阶段、报告编制提交阶段。

1. 项目准备阶段:明确评价目标与范围,搜集整理项目背景、政策依据、预算安排、管理制度等基础资料,制定详细评价工作方案。

2. 项目实施阶段:

(1) 定义绩效评价指标体系:严格依据财政部项目支出绩效评价框架及项目特性,构建包含决策、过程、产出、效益4个维度的三级评价指标体系(详见附件1),明确指标权重及评分标准。

(2) 资料收集与分析:系统收集项目申报、审批、执行、财务核算、成果总结等全过程资料,依据指标体系进行核查与分析。

(3) 符合性测试:通过查阅资料、询问访谈、实地查验、抽样检查等方法,测试项目管理制度的健全性、执行的有效性以及资金使用的合规性。

3. 报告编制与提交阶段:汇总分析评价结果,形成初步结论和报告初稿;征求委托方意见并根据反馈进行修改完善;最终出具正式绩效评价报告。

(四) 绩效评价指标体系及评价标准

经过对项目资料的了解,根据相关性、重要性、可比性、系统性和经济性原则,在财政部绩效评价

指标体系的框架内，编制了本次绩效评价项目的评价指标体系，以预算全过程管理为主线，全面涵盖了财政项目支出预算管理的关注点和要求，以结果导向为核心的指标体系框架。

本次评价满分为 100 分，指标结构分为三级，一级指标（指标维度）包括决策、过程、产出、效益四部分，分值设定分别为：20 分、28 分、18 分、34 分。其中，决策包括项目立项、绩效目标、资金投入三个二级指标（基本指标）；过程包括资金管理、组织实施两个二级指标；产出包括产出数量、产出质量、创新与发展三个二级指标；效果包括项目效益一个二级指标；三级指标（具体指标）则根据项目的具体情况设定了 20 个指标。具体评价指标分值设定如下图：

1、决策	20 分	1.1 项目立项	6 分	1.1.1 立项依据充分性	3 分
				1.1.2 立项程序规范性	3 分
		1.2 绩效目标	6 分	1.2.1 绩效目标合理性	3 分
				1.2.2 绩效目标明确性	3 分
		1.3 资金投入	8 分	1.3.1 预算编制科学性	4 分
				1.3.2 资金分配合理性	4 分
2、过程	28 分	2.1 资金管理	13 分	2.1.1 资金到位率	2 分
				2.1.2 资金拨付率	8 分
				2.1.3 资金使用合规性	3 分
		2.2 组织实施	15 分	2.2.1 管理制度健全性	4 分
				2.2.2 组织保障及协调机制	3 分
				2.2.3 制度执行有效性	4 分
				2.2.4 监督管理有效性	4 分
3、产出	18 分	3.1 产出数量	18 分	3.1.1 对资助项目数量实际完成率	6 分
		3.2 产出质量		3.2.1 项目质量达标率	6 分
		3.3 创新与发展		3.3.1 新业务模式的创新与发展	6 分
4、效益	34 分	4.1 项目效益	34 分	4.1.1 经济效益	12 分
				4.1.2 社会效益	12 分
				4.1.3 可持续性影响	5 分
				4.1.4 社会公众或服务对象满意度	5 分

依据评价组制定的考评指标，设置四个综合评价等级，综合得分在 90 分以上（含 90 分）评价等级为“优”，90 分以下及 80 分以上（含 80 分）评价等级为“良”，80 分以下及 60 分以上（含 60 分）评价等级为“中”，60 分以下及 40 分以上（含 40 分）评价等级为“差”，40 分以下评价等级为“不合格”。

等级)评价等级为“一般”，60分以下评价等级为“差”。具体等级指标分值设定如下图：

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

具体指标分解详见附表 1：2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金绩效评价指标体系。

（五）绩效评价与绩效指标评分方法

1. 绩效评价方法的选用，应坚持定量优先、简便有效的原则。本次评价主要采用以下评价方法；

（1）询问法。指在分析资料数据的基础上，采用现场或非现场的方式，以问题为导向，通过对海吉星消费帮扶中心及相关项目负责人就项目方面进行询问等，验证绩效目标的实现程度。

（2）资金管理评估法。该方法通过对资金管理流程、监管措施、风险防范等方面进行评估，以评价资金使用效果和绩效目标实现程度。

（3）资金使用效益评估法。该方法通过对资金使用效果与预期效果进行比较，评估资金使用效益，以评价绩效目标实现程度。

（4）比较法。通过对绩效目标与实施效果，综合分析绩效目标实现程度。

2. 本次评价指标评分主要采用以下评分方法：

（1）根据评价指标完成情况直接评价给分，例如：1.1.1 项目立项依据充分性、1.3.1 预算编制科学性等关键评价指标，采用一票否决制，即未全部完成则视为未完成，得 0 分。

（2）根据评价指标完成情况设置梯度，以实际完成情况所属梯度得分，例如：1.2.1 绩效目标、1.3.2 资金分配合理性、2.2.1 管理制度健全性。

（3）根据评价指标完成率计算评价给分，指标得分=权重*指标完成率，例如：2.1.1 资金到位率、2.1.2 资金拨付率、3.1.1 对资助项目数量实际完成率以及 3.2.1 资金使用合规性通过评价指标权重与指标完成率和乘得出评分。

三、整体资金项目绩效评价结论及分析

经过已执行的绩效评价程序，我们对海吉星消费帮扶中心 2024 年度展销展览资金项目支出的绩效综合考评分为 **91.5** 分，整体评价为“优”。项目评分汇总情况详见附件 2：2024 年度海吉星消费帮

扶中心展销展览资金绩效评价指标得分情况。

（一）项目决策分析

项目决策指标满分 20 分，得分 18.5 分，得分率为 92.5%。

设立指标主要考察整个项目立项的相关情况，设置有三个二级考核指标，分别是项目立项、绩效目标、资金投入；设置了六个三级考核指标，分别是立项依据充分性、立项程序规范性、绩效目标合理性、绩效指标明确性、预算编制科学性、资金分配合理性。经审核，具体每个三级指标得分情况如下：

1. 立项依据充分性

经审核，立项依据充分性满分 3 分，得分 3 分，得分率为 100%。

2024 年海吉星消费帮扶中心展销展览资金立项项目，依据《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》（深府办函〔2024〕37 号）、资金使用计划、操作规程执行，立项经过了充分调研与事前评估，符合年度工作计划，项目立项依据充分。

2. 立项程序规范性

经审核，立项程序规范性满分 3 分，得分 3 分，得分率为 100.00%。

2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金立项项目均按照操作规程规定的程序执行，整体较规范。所有立项符合财税政策法规，具备技术、经济和社会效益可行性，预算编制合理，达到一定标准的投资回报率和资金利用效益，遵循明确的组织架构、管理机制和审批程序合法。

3. 绩效目标合理性

经审核，绩效目标合理性满分 3 分，得分 3 分，得分率为 100.00%。

根据提供的项目绩效目标申报表以及项目总结及绩效自评报告，展销展览资金项目年度绩效目标明确，产出数量指标细化为活动设置展位数量、带动线上线下销售成交额、开展推介展销活动数量和促销让利活动数量等，与实际工作内容具有相关性，项目预期产出效益与预算投入资金量基本匹配。

4. 绩效目标明确性

经审核，绩效指标明确性满分 3 分，得分 2 分，得分率为 66.7%。

根据提供的项目绩效目标申报表以及项目总结及绩效自评报告，展销展览资金所有项目均填写项目

绩效目标申报表及项目绩效目标自评表，均对项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标，包含数量指标，质量指标，时效指标，项目完成及时性，经济效益指标，社会效益指标等，但部分项目存在未将经济效益与社会效益指标分开设立，未设定明确数量目标的问题，故“是否将项目绩效目标细化分解为具体的绩效指标（1分）”“是否通过清晰、可衡量的指标值予以体现（1分）”分别扣0.5分，此项指标共扣1分。

5. 预算编制科学性

经审核，预算编制科学性满分4分，得分3.5分，得分率为87.5%。

项目初期申报阶段，海吉星消费帮扶中心预算编制依据相应标准，费用预算参照了去年同类型活动的实际完成费用，并结合了市场行情报价，预算编制具备科学性和合理性，预算内容与项目内容基本匹配。

项目年初预算资助项目数量为13个，金额为6,282,517.98元。实际执行中，严格按照项目年初资金计划、实际需求和既定工作任务进行资金安排，最终实际开展的资助项目数量为10个，项目审定金额为5,530,514.30元，实际拨付金额为4,490,961.65元。执行过程中，因不可抗力因素，2个项目无法按原有计划实施，1个项目不符合支出范围，导致预算执行结果与年初计划存在差异，反映出部分活动（如百果园活动）在策划之初与整体项目匹配性考虑不足，故在“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）”项扣0.5分。

6. 资金分配合理性

经审核，资金分配合理性满分4分，得分4分，得分率为100.00%。

根据资金使用计划和操作规程，2024年展销展览资金涵盖5个线下展销展览活动，2个线上“圳帮扶”系列平台产品展销活动，2个消费帮扶产品及成果推介活动，4个圳消费帮扶好产品“联展联销进社区”活动，预算分配符合展销展览资金使用范围，做到了根据实际情况和预算目的合理安排预算数额，符合财务可行性和资金利用效益的要求等。

（二）项目过程分析

项目过程指标满分28分，得分26.88分，得分率96%。

设立指标主要考察整个项目过程管理的相关情况，设置有两个二级考核指标，分别是资金管理、组织实施；设置了七个三级考核指标，分别是资金到位率、资金拨付率、资金使用合规性、管理制度健全性、组织保障及协调机制、制度执行有效性、监督管理有效性。经审核，具体每个三级指标得分情况如下：

1. 资金到位率

经审核，资金到位率满分 2 分，得分 2 分，得分率为 100.00%。

通过查阅海吉星消费帮扶中心的财务明细账以及相关批复文件，2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金共安排帮扶资金 6,282,517.98 元，实际到位资金 6,282,517.98 元，资金到位率 100%。

2. 资金拨付率

经审核，资金拨付率满分 8 分，得分 6.88 分，得分率为 86.03%。

此项指标主要通过预算执行力反映或考核项目预算执行情况。

通过查阅海吉星消费帮扶中心的财务明细账以及相关批复文件，2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金中，审定项目金额为 5,220,233.63 元，实际根据审定金额拨付资金 4,490,961.65 元，资金拨付率 86.03%。

3. 资金使用合规性

经审核，资金使用合规性满分 3 分，得分 3 分，得分率为 100.00%。

此项指标主要围绕项目资金使用是否符合国家财经法规和财务管理制度以及有关资金管理规程的规定；资金的拨付审批程序是否完整；资金使用是否符合预算批复规定的用途；是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况进行评价。

通过收集，翻阅整理所有展销展览资金项目的文件和财务数据，确认展销展览资金的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。符合《深圳市市级财政专项资金管理办法》第十一条“资金主管部门是专项资金的管理执行部门，主要职责如下：（一）负责建立健全本部门专项资金具体管理制度，规范审批程序，完善内部管理制度，加强内部监管。”的相关规定，资金拨付审批程序完整、合规，资金使用符合预算批复用

途。

4. 管理制度健全性

经审核，管理制度健全性满分 4 分，得分 4 分，得分率为 100.00%。

为加强 2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金项目及资金的管理，提高帮扶资金安全性和使用效益，海吉星消费帮扶中心依据操作规程持续规范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等方面做出了规定，制度合法合规完整。

5. 组织保障及协调机制

经审核，组织保障及协调机制满分 3 分，得分 3 分，得分率为 100%。

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。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。深圳市乡村振兴和协作交流局与深圳海吉星消费帮扶中心在组织保障及协调机制方面组织架构清晰，职责分工明确，沟通与协作机制运作顺畅，通过明确的职责划分与有效的信息共享，确保了资金从统筹到使用的全过程衔接顺畅。

6. 制度执行有效性

经审核，制度执行有效性满分 4 分，得分 4 分，得分率为 100%。

经审查项目管理过程文件资料，海吉星消费帮扶中心管理严格按照操作规程、资金使用计划的通知规定执行。所有项目资料均由各责任部门分别收集齐全并及时归档。

7. 监督管理有效性

经审核，监督管理有效性满分 4 分，得分 4 分，得分率为 100%。

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，出具审计报告和绩效报告，对所出具的审计报告已进行信息公开，履行了监督管理职能。针对上年度专项资金绩效评价报告中发现的问题“存在整改不完整的情况，关于 2023 年项目完成后未按要求提交完整的结项资料，且部分合同签订时间早于采购

公示时间”“2023 年度专项项目未填写绩效目标申报表及自评表”在 2024 年已经得到整改。

（三）项目产出评价结果分析

项目产出指标满分 18 分，得分 16.62 分，得分率为 92.33%。

设立指标主要考察整个项目产出的相关情况，设置有四个二级考核指标，分别是产出数量、产出质量、创新与发展；设置了三个三级考核指标，分别是对项目实际完成率、项目质量达标率、新业务模式的创新与发展。经审核，具体每个三级指标得分情况如下：

1. 项目实际完成率

经审核，资助项目数量满分 6 分，得分 4.62 分，得分率为 76.92%。

根据市乡村振兴和协作交流局批准的《2024 年深圳海吉星消费帮扶中心展销展览资金使用计划》中计划资助企业情况，2024 年，本项年度资助项目数量 13 个，实际完成 10 个，按项目计算平均完成率计算，完成率为 76.92%。因此在此处扣 1.38 分。

以下是三个项目未完成的原因：

参加第十一届中国公益慈善项目交流展示会：因主办方取消活动，项目未能实施。

“圳帮扶”商城链接“深 i 工”平台“引流促销”活动：由于深圳市总工会需求变更，未能推动“圳帮扶”线上商城与深圳市总工会官方小程序“深 i 工深圳工会职工服务平台”链接。

深圳消费帮扶好产品“进百果园”商超推介活动：已开展部分活动，但百果园的活动不符合深圳海吉星帮扶中心的资金要求，未给予补贴。

2. 项目质量达标率

经审核，资金使用合规性满分 6 分，得分 6 分，得分率为 100.00%。

经审查，2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金项目已完成 10 个，均已完成了资金审计，确定了实际资助金额，达标率为 100%。

3. 新业务模式的创新与发展

经审核，新业务模式的创新与发展满分 6 分，得分 6 分，得分率为 100.00%。

深圳海吉星消费帮扶中心充分发挥了消费帮扶大数据管理平台作用。该平台用户数已突破 4300 个，

对接 95 个一级预算单位和 81 家集团企业参与消费帮扶数据纳统工作，涵盖机关国有企事业单位、农批市场、农业企业、电商平台、连锁商超、金融保险行业和工业企业等。通过这一平台，共完成了约 21.49 万条采购数据、171.46 亿元采购金额的审核工作，助力深圳市完成了 2024 年度消费帮扶产品 130 亿元的采购目标任务。

此外，产销对接和招商平台也为拓展乡村振兴发展新路径发挥了积极作用。截至 2024 年，该平台累计为深圳各前方派驻机构开通账号 20 个、对口帮扶地区企业 210 个、专家顾问 54 个，加强了农副产品生产单位、经销商及采购企业之间的信息共享，促进了产销精准有效对接。

此外，海吉星消费帮扶中心联合华润万家有限公司、天虹数科商业股份有限公司和深圳市钱大妈农产品有限公司等公司，立足产销双方优势，深挖消费潜力，撬动各方力量，于 2024 年分别开展深圳消费帮扶好产品“华润万家”商超推介活动、深圳消费帮扶好产品“进天虹”商超推介活动和深圳消费帮扶好产品“进钱大妈”商超推介活动。这一创新举措，弥补了海吉星消费帮扶中心的地理位置劣势，通过发挥借助商超终端市场和品牌优势，快速提升了帮扶产品的市场曝光度、销售量，提升帮扶产品的品牌形象和消费者信任度，有效激发消费者的购买欲望，从而进一步促进产品销售。

（四）项目执行结果及满意度评价及分析

项目效益满分 34 分，得分 29.5 分，得分率为 86.76%。

设立指标主要考察整个项目产出的相关情况，设置有一个二级考核指标项目效益；设置了四个三级考核指标，分别是对经济效益、社会效益、可持续性影响、社会公众或服务对象满意度。

经审核，具体每个三级指标得分情况如下：

1. 经济效益

经审核，经济效益满分 12 分，得分 12 分，得分率为 100%。

2024 年，全市消费帮扶产品采购额超过 171.46 亿元，同比增长超 30%。海吉星、华润万家、天虹、钱大妈等通过所举办的展览展销系列活动带来的产品销售额超 10 亿元，其中圳帮扶”线上商城线上实现销售额近 1.2 亿元，累计带动当地产品线上线下销售额 11.5 亿元，成功吸引了更多消费者的关注和参与，有效提升了市场覆盖范围。

市场拓展方面，各具体项目通过联动线下、线上商城、直播、社交媒体等多种方式，积极开拓新市场。“圳兴乡村好物 IP”“消费帮扶百强好产品”“消费帮扶文创设计”以及线上商城的持续升级和优化，直播带货活动、社群团购持续推动产品曝光度和销量的提升，如河源手信、潮州橄榄汁钦蜜 9 号百香果、南宁火龙果、贵州五谷蛋等在深圳打开销路或进一步扩大销售。

投入资金与产出的比例关系上，2024 年海吉星消费帮扶中心以及消费帮扶展览展示计划各项的投入资金与直接销售额的比率均低于 10%。

2. 社会效益

经审核，社会效益满分 12 分，得分 9.5 分，得分率 79.17%。

对帮扶地，2024 年海吉星消费帮扶中心首次联合华润万家、天虹和钱大妈等商超开展的产地直播、产地直采、采购商与村一级开展产销对接等消费帮扶活动，在社会效益方面作用明显。联动“批发+零售”，提升了帮扶产品的市场竞争力和品牌形象，扩大了在深销售份额，推动了帮扶地区的经济发展，带动当地商业活力，带动农民增收，巩固了脱贫攻坚成果。但通过项目形成材料，对促进当地就业方面还缺乏更直接有力的数据支撑，故“是否促进当地就业”扣 1.5 分。

对深圳，参与消费帮扶氛围浓厚度方面，海吉星消费帮扶中心心延续并优化了线上直播带货与线下展销活动相结合的模式，成功打造了一系列有影响力的活动，如 2024 年深圳消费帮扶直播带货和文旅推介活动和 2024 年消费帮扶产品及成果推介活动，这些直播活动场均获得视频播放量不低于 4.3 万余次，直播曝光超 10.8 万人次，有效提升了公众对消费帮扶的认知度和参与热情。2024 年活动在社会参与面广度上也有所拓展。例如社会大众对百强好产品和文创设计大赛网络投票的参与度都很高。但不可否认，帮扶产品整体市场化程度仍偏低，与同类市面上流行的商品相比，消费帮扶产品对社会大众的触达仍不占优势，故“增强帮扶氛围浓厚度和社会参与面广度”扣 1 分。

3. 可持续性影响

经审核，可持续性影响满分 5 分，得分 4 分，得分率为 80%。

消费帮扶项目运行可持续性方面，本项目产销对接、品牌培育等强化了海吉星、华润万家、天虹、钱大妈对消费帮扶业务的持续运营，为深圳对口地区提供长期稳定销售渠道，也为企业自身业务发展巩

固供应链，增强了供销双方持久合作的意愿，从而推动对口地区与深圳的连接加强。

消费帮扶产品在深销售的可持续性方面，通过“圳帮扶”线上商城和华润万家、天虹、钱大妈等线下销售渠道，直接助力农民销售农产品增加收入，具有长期的联农带农效应。2024年，华润万家销售消费帮扶产品共计14亿元，天虹销售消费帮扶产品1.6亿元，钱大妈销售消费帮扶产品1.1亿元，“圳帮扶”线上商城上架产品超过8000种，同时通过评定“百强好产品”，深圳市场消费帮扶产品数量进一步增加。

在支持生态农业和减少食品浪费方面，项目取得相应经济社会效益与引入和推广绿色、有机农产品，精准的产销对接和高效的供应链管理，减少了农产品在生产、运输、销售等环节的损耗和浪费直接相关。但从各子项目的绩效自评表看，此方面的自评指标设计以及相应的数据和案例支撑仍不足，故“环境影响的可持续性”扣1分。

4. 社会公众或服务对象满意度

经审核，满意度满分5分，得分4分，得分率为80%。

已完成的10个专项项目不仅获得了深圳及对口地区政府部门、参与企业的广泛认可，还得到了市民群众的积极评价。以对口地区产品营销文创设计大赛活动为例，累计为11个深圳对口地区前方指挥部所提供的30款产品设计了309作品，提供了近百个展销市集得到了深圳市乡村振兴和协作交流局以及各前方指挥部（工作组）的大力赞扬，其中河源地区更是对本次活动表现出浓厚兴趣，目前已协助河源手信入驻华润万家旗下ole精品超市。

评价小组查阅了2024年帮扶平台的售后服务记录，发现售后问题反馈共301条，均已得到及时解决，且未引起二次投诉，这表明售后服务体系在解决消费者问题方面表现出色。同时也未发现对其他深圳参与主体、项目的帮扶形式、效果的投诉。

但因此项目未安排系统的受众满意度调查，社会公众对消费帮扶展览展示活动的满意度数据来源不足，故“社会公众对消费帮扶展览展示活动的满意度”相应扣1分。

四、取得的主要成效

（一）2024年广东省“消费帮扶金秋行动”之深圳市“寻味广东”美食文化展活动

在 2024 年 9 月 29 日至 10 月 2 日举办的活动中，通过设置 70 个展位，集中展示了深圳对口地区的特色美食和“消费帮扶百强好产品”，并结合线上直播与线下展览的方式，促进了产业产销对接和招商合作交流。此次展销活动带动了线上线下销售成交额达到 6,922.16 万元，签订了 1.22 亿元的农副产品采购协议，有效推动了节日消费，提升了品牌影响力，帮助对口地区更多优质农产品和文旅景点拓展了市场渠道。

（二）2024 年第四届“海推海选联展展销”深圳消费帮扶好产品评选推介活动

该活动于 2024 年 7 月至 10 月开展，通过创新的技术评分、网络投票和专家评分方式，从 180 家企业、508 款参评产品中评选出 100 款“百强好产品”。活动设计了品牌形象标识，并利用广电文创设计大赛、天虹品质消费月等多渠道进行宣传推广。这不仅丰富了深圳市民的餐桌，还提升了“百强好产品”的市场辨识度和消费者记忆度，扩大了品牌知名度，推动了消费帮扶工作的深入开展。

（三）2024 年深圳消费帮扶直播带货和文旅推介活动

于 2024 年 6 月至 10 月举行的活动中，深入广东汕尾、汕头和江西赣州、贵州毕节等地开展产地溯源及直播带货。借助“视频+直播”等新媒体传播渠道，推介特色帮扶产品及其全产业链条。活动实现了场均视频播放量不低于 4.3 万余次，曝光超 10.8 万人次，带动线上线下交易额达 25.6 万余元，有效拓宽了农户产品销售渠道，提升了产品知名度，助力了当地特色产业的发展。

（四）深圳对口地区产品营销文创设计大赛活动

2024 年 6 月至 10 月期间，举办了产品营销文创设计大赛，组织了多场公开活动和成果展示，并邀请专家举办设计论坛，推动设计成果与生产企业对接。活动累计为 11 个深圳对口地区前方指挥部的 30 款产品设计了 309 件作品，助力河源手信入驻华润万家旗下 O1e 精品超市，提升了乡村振兴项目的社会知晓度，发挥了文化建设的积极作用。

（五）2024 年消费帮扶产品及成果推介活动

贯穿 2024 年全年的活动，通过联动消费帮扶产品展览展销项目，开展多渠道宣传推广，并深入调研深圳市消费帮扶产品市场，挖掘典型产品，分析竞争力提升情况。活动形成了一份高质量的调研报告，保障了消费帮扶工作再上新台阶，为乡村全面振兴和农业强国建设贡献力量，同时助推了帮扶地区企业

拓宽市场渠道，获取更多订单。

（六）深圳消费帮扶好产品“进天虹”商超推介活动

2024年6月至10月开展的活动中，举办了“圳兴乡村好物，臻享品质生活”主题活动，开展了专项直播和品鉴活动，并构建了线上线下立体式销售链条，推动消费帮扶产品进入机关、学校、医院等。活动开幕式前后3天累计曝光近5,600万，仅6月天虹消费帮扶产品销售达2,911万元，同比增长367万，增长率达14%。截止至9月，天虹消费帮扶产品销售额接近1.3亿元。

（七）深圳消费帮扶好产品“华润万家”商超推介活动

在2024年4月至10月的活动期间，在深圳40家华润万家门店设置了“圳兴乡村好物”展销专区，并在线上成立专栏开展助农直播。活动还举办了产销对接班和产销对接活动，达成8个村的商品洽谈成功，并与潮州市7家特色农产品企业签订了合作协议，推动了乡村文化小小使者活动的开展。

（八）深圳消费帮扶好产品“进钱大妈”商超推介活动

2024年4月至10月开展的活动中，通过举办消费帮扶产品推介展销和促销让利活动，强化了帮扶产品品牌宣传，并践行了企业社会责任。截至2024年10月，钱大妈累计带动消费帮扶产品销售达11,050.43万元，完成了年度目标的192.6%。

（九）2024全球高端食品及优质农产品（深圳）博览会参展活动

2024年12月7日至9日的活动中，在深圳会展中心设立了帮扶产品展、精品旅游路线展及文创设计产品展，并组织深圳各区帮扶中心和文旅企业参展，开展系列产销对接活动。三天展馆吸引了近15万人次参观，带动线上线下成交额约106万元，达成意向客户27家、签约金额500万元，有效提升了帮扶产品的知名度和市场影响力。

（十）2024年“圳帮扶”平台产品展销推介会活动

2024年1月至10月举办的活动中，确保了“圳帮扶”系列平台的安全稳定运行，并迭代升级了线上商城。同时，对接了95个一级预算单位及81家集团企业参与消费帮扶数据纳统工作，加强了产销对接和招商平台建设。商城进驻经销商及生产企业超150家，注册用户40万户，上线产品逾8,000个，线上销售额近1.2亿元，累计带动当地产品线上线下销售额达11.5亿元，完成了深圳市2024年度消费帮

扶产品采购目标任务，为展示帮扶成效提供了有力支撑。

五、综合评价存在的问题

在 2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金项目预算管理、执行情况总体较好，预算资金通过预算计划支出表细化至项目以及预计执行进度安排，基本做到了预算执行与项目审批的进度保持同步，及时拨付项目资金以及提高预算执行的效率，但同时也存在以下问题：

（一）项目绩效目标指标设定的问题

项目均按要求设定了绩效目标，但部分项目存在绩效指标不够细化量化或者部分指标缺失的情况，无法全面精准反映所有项目在数量、质量、经济效益、社会效益和满意度等方面的情况，不利于对项目进行科学的绩效评价。

（二）项目产出存在的问题

2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金资助项目数量 13 个，实际完成 10 个。已完成 10 个，其中 2024 年底完成 8 个项目的资金审计工作，另外 2 个项目于 2025 年 8 月才完成资金审计，确定了实际资助金额并完成结项。

（三）项目自评价存在的问题

海吉星消费帮扶中心在项目管理和评估方面仍有待完善，因未对已完成的项目开展系统的受众满意度调查，没有直接的受众反馈，可能会导致项目改进的方向不够明确，难以精准回应帮扶对象和公众的实际需求。

项目资金资助效果中，社会效应、可持续性影响、社会公众或服务对象满意度方面均有可提升空间。

六、评价结果运用建议

（一）优化绩效目标设置，多元化绩效指标

除共性目标外，建议应据活动类型（品牌推广、产品发布、市场渗透等）分类设定个性绩效指标。建立长期数据跟踪系统，监测活动后品牌认知度、销售增长等。综合运用定量财务数据与定性反馈信息（如参与者反馈、媒体报道价值）进行全面评估。

（二）加强预算管理，科学编制项目预算

强化项目前期论证与需求分析（如专家咨询、深入调研），充分考虑实施风险与变量，提高预算精准度。无特殊情况，年中应避免随意增减已定项目，确需调整的需严格履行程序，确保计划稳定性和资金效益。

（三）增强绩效评价反馈对项目资金管理的指导意义

将受众满意度调查纳入项目绩效评价的常规环节，系统收集服务对象反馈，作为改进项目设计、提升服务质量的重要依据。针对历年评价发现的问题点，持续优化完善绩效评估体系与管理流程。

（四）项目产出结果优化

建立动态调整机制，根据市场反馈和项目执行效果及时优化资金分配策略，对效果不佳的项目及时调整或终止，避免资源浪费。深入探讨平台可持续运营模式，在坚持公益帮扶导向的前提下，探索可行的、可持续的经济激励机制。强化帮扶产品的品牌建设与供应链管理，提升其市场竞争力。

七、其他需要说明的问题

（一）关于评价责任的说明

深圳市乡村振兴和协作交流局委托的专业评价机构及评价小组，依据消费帮扶中心提供的绩效评价基础材料及资金财务核算资料开展评价工作。消费帮扶中心对所提供资料的真实性、合法性及完整性承担相应责任。评价小组秉持客观、公正原则，尽力收集全面、准确的数据与文件，但受客观条件限制，评价结论的可靠性高度依赖于提供的资料。报告使用者应详读报告中的条件与说明，据此把握评价结果。

评价过程中，本所与深圳市乡村振兴和协作交流局不存在任何需要回避的利害关系。评价人员严格遵守职业道德规范，确保评价工作的独立性和公正性。

（二）本次绩效评价的局限性

项目数量与周期限制：由于本次绩效评价涉及的项目数量较多，而评价周期相对较短，这在一定程度上限制了评价工作的全面开展，可能导致信息收集不完全，存在信息不对称的现象。尽管评价小组尽可能在有限的时间内高效工作，但仍有部分项目的详细情况未能深入考察。

指标量化不足：在项目申报阶段，部分项目的绩效指标未进行充分量化，这给本次绩效评价指标的设定带来了困难，也限制了对项目绩效的全面、精准反映。评价小组在一定程度上依赖于定性分析，这

可能影响评价结果的精确度。

资料依赖与判断局限：部分三级指标的分析依赖于受评价单位提供的资料。这些指标的可靠性不仅取决于资料的真实性和完整性，还受到评价小组成员专业判断能力的限制。即使评价人员尽力确保评价结论的客观性，但不可否认，主观判断仍可能对最终结论产生一定影响。

（三）提示报告使用者注意事项的说明

本绩效评价报告主要针对海吉星消费帮扶中心展销展览资金的绩效发表评价意见。报告内容聚焦于资金的使用效果，包括经济、社会效应、影响力效应和满意度等方面。报告不构成对项目实施、管理单位整体工作的全面评价，也不应被视为对项目实施单位财务报表的审计意见。

报告使用者在参考本评价结果时，应充分理解报告中所提及的各项条件、假设及限制因素。若因不当使用本报告而导致任何不利事项，执行评价的第三方机构及评价人员不承担任何相关责任。我们建议报告使用者结合其他相关信息和资料，全面评估项目的绩效和影响。同时，对于报告中的专业术语和特定指标，使用者应具备相应的理解能力，以确保对报告内容的准确把握。

八、报告附件

附件 1：2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金绩效评价指标体系

附件 2：2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金绩效评价指标得分情况

附件 3：2024 年度海吉星消费帮扶中心展销展览资金项目详情表



附表1：2024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

一级指标		评价指标		三级指标		指标内容	评分标准
		名称	分值	名称	分值		
项目决策	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、绩效评估、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)。
		资金投入	8	预算编制科学性	4	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)； ④预算编制是否符合年度资金的安排(1分)。
				资金分配合理性	4	项目资金安排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各项资金安排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。
项目管理	28	资金管理	13	资金到位率	2	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	8	资金拨付率=(拨付的金额/审定支撑资金总额)×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)。
				资金使用合规性	3	项目资金使用是否符合相关的财务管理制度规定,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制度以及有关专项资金管理规程的规定(0.5分)； ②资金的拨付是否有完整的审批程序和手续(0.5分)； ③是否符合预算计划批复或按合同规定使用(0.5分)； ④是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况(0.5分)； ⑤是否设立专账核算,会计核算是否规范(0.5分)； ⑥资金拨付是否与项目进度相匹配(0.5分)。
		组织实施	15	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(2分)； ②管理制度是否合法、合规、完整(2分)。
				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)。
				制度执行有效性	4	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(1分)； ②项目调整及支出调整手续是否完备(1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(1分)； ④项目实施的内容与计划是否相匹配(1分)。
				监督管理有效性	4	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(1分)； ②是否制定并有效执行资金项目信息公开和公告公示制度(1分)； ③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)。

附表1：2024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

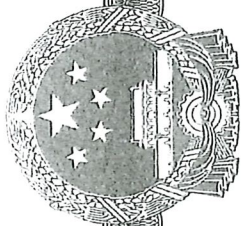
一级指标		评价指标		三级指标		指标内容	评分标准
名称	分值	名称	分值	名称	分值		
产出	18	数量	18	项目实际完成率	6	实际完成率=(实际完成项目数量/计划项目数量)×100%。	根据2024年项目实际产出数占计划产出数的比重计算得分（6分）。
		质量		项目质量达标率	6	质量达标率=(质量达标产出数/实际产出数)×100%。	根据2024年项目达标产出数占实际产出数的比重计算得分（6分）。
		创新与发展		新业务模式的创新与发展	6	新业务模式是否能够持续引入创新元素,保持业务的竞争力。	①线下+线上的形式是否发展平稳（2分）； ②是否引入创新元素（4分）。
效果	34	效益	34	经济效益	12	项目产生的经济效益: 此处主要评价是否对被帮扶地区产品提供了畅通的销售渠道和平台带货能力。	①全市消费帮扶采购额: 2024年全市消费帮扶采购额比较上年是否有增长（3分）； ②带动消费帮扶产品销售额: 2024年展销展览活动带动消费帮扶产品销售额是否超过0亿元（3分） ③评估消费帮扶产品进入新市场的能力,如通过线上商城、直播节等方式拓宽销售渠道和提升市场覆盖范围或者更多的消费帮扶产品通过消费帮扶开展展销活动打入深圳市场（3分）； ④投资回报率: 分析投入资金与产出之间的比例关系 投入资金/直接销售额的比率是否在0%以下（3分）。
				社会效益	12	项目产生的社会效益。	①通过销售和推广,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（1.5分）；是否对提高当地脱贫户的生活水平有着积极的影响（1.5分）；是否促进当地就业（1.5分）；增强当地商业活力（1.5分）； ②是否增强帮扶氛围浓厚度和社会参与面广度（6分）。
				可持续性影响	5	反映相关产出带来的可持续性,如消费帮扶项目运行可持续性,消费帮扶产品在深销售的可持续性。	①经济效益的持续性: 项目参与各方是否有市场化推进消费帮扶业务的持续意愿（1分），当地消费帮扶产品培育品牌明显提升（1分）； ②社会效益的长期性: 推动对口地区与深圳链接加强（1分）、深圳市场消费帮扶产品数量增长（1分）； ③环境影响的可持续性: 考察项目对生态环境的保护和改善是否具有持续性: 如支持生态农业、减少食物浪费等（1分）。
				社会公众或服务对象满意度	5	①项目预期服务对象对项目实施的满意程度(3分)； ②消费者对产品售后的满意度(2分)。	①受惠企业对项目的满意程度（1分）； ②受惠企业对目前项目帮扶形式（带货能力、宣传和推广等）是否满意（1分）； ③社会公众对消费帮扶开展展销活动的满意度（1分）； ④消费者对产品售后的满意度（2分）。
合计	100		100		100		

附表2：2024 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						评分
一级指标		二级指标		三级指标		
名称	分值	名称	分值	名称	分值	
项目决策	20	项目立项	6	立项依据充分性	3	3.00
				立项程序规范性	3	3.00
		绩效目标	6	合理性	3	3.00
				明确性	3	2.00
		资金投入	8	预算编制科学性	4	3.50
				资金分配合理性	4	4.00
项目管理	28	资金管理	13	资金到位率	2	2.00
				资金拨付率	8	6.88
				资金使用合规性	3	3.00
		组织实施	15	管理制度健全性	4	4.00
				组织保障及协调机制	3	3.00
				制度执行有效性	4	4.00
				监督管理有效性	4	4.00
产出	18	数量	18	项目实际完成率	6	4.62
		质量		项目质量达标率	6	6.00
		创新与发展		新业务模式的创新与发展	6	6.00
效果	34	效益	34	经济效益	12	12.00
				社会效益	12	9.50
				可持续性影响	5	4.00
				社会公众或服务对象满意度	5	4.00
合计	100		100		100	91.50

附表3：2024 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	计划金额(元)	项目审定金额(元)	项目拨付金额(元)	拨付比例	项目完成情况
1	2024年广东省“消费帮扶金秋行动”之“寻味广东”美食文化展活动	723,764.00	684,431.45	684,431.45	100.00%	已完成
2	深圳消费帮扶“百强好产品”评选推介活动	480,000.00	452,830.19	452,830.19	100.00%	已完成
3	2024年深圳消费帮扶直播带货和文旅推介活动	200,000.00	188,679.25	188,679.25	100.00%	已完成
4	深圳对口地区产品营销文创设计大赛活动	800,000.00	754,716.98	754,716.98	100.00%	已完成
5	2024年消费帮扶产品及成果推介活动	1,100,000.00	1,037,735.85	1,037,735.85	100.00%	已完成
6	深圳消费帮扶好产品“进天虹”商超推介活动	655,000.00	617,924.53	617,924.53	100.00%	已完成
7	深圳消费帮扶好产品“华润万家”商超推介活动	450,000.00	424,500.00	424,500.00	100.00%	已完成
8	深圳消费帮扶好产品“进钱大妈”商超推介活动	350,000.00	330,143.40	330,143.40	100.00%	已完成
9	2024全球高端食品及优质农产品（深圳）博览会参展活动	380,229.30	352,290.85			已完成
10	2024年“圳帮扶”平台产品展销推介会活动	399,600.00	376,981.13			已完成
11	参加第十一届中国公益慈善项目交流展示会	120,127.68				取消
12	“圳帮扶”商城链接“深i工”平台“引流促销”活动	166,000.00				取消
13	深圳消费帮扶好产品“进百果园”商超推介活动	457,797.00				取消
	合计	6,282,517.98	5,220,233.63	4,490,961.65	86.03%	



营业执照

(副本)

统一社会信用代码
91440300MA5H2YM56K



名称 深圳市圳安会计师事务所(普通合伙)

类型 普通合伙

执行事务合伙人 温天善

成立日期 2021年11月17日

主要经营场所

深圳市罗湖区笋岗街道笋西社区笋岗东路3012号中民时代广场A26层2610



此复印件仅作为
报告书附件使用
再次复印无效

登记机关



2025年05月28日

重要提示

1. 商事主体的经营范围由章程确定。经营范围中属于法律、行政法规规定应当经批准的项目，取得许可审批文件后方可开展相关经营活动。
2. 商事主体经营范围和许可审批项目等有关企业信用事项及年报信息和其他信用信息，请登录左下角的国家企业信用信息公示系统或扫描右上方的二维码查询。
3. 各类商事主体每年须于成立周年之日起两个月内，向商事登记机关提交上一自然年度的年度报告。企业应当按照《企业信息公示暂行条例》第十条的规定向社会公示企业信息。

国家企业信用信息公示系统网址：
<http://www.gsxt.gov.cn>

国家市场监督管理总局监制

证书序号:0021921

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

会计师事务所

执业证书

此复印件仅作为
报告书附件使用
再次复印无效

名称: 深圳市圳安会计师事务所(普通合伙)
首席合伙人: 温天善
主任会计师:
经营场所: 深圳市罗湖区笋岗街道笋西社区笋岗东路3012号中民时代广场A26层2610
组织形式: 普通合伙
执业证书编号: 47470372
批准执业文号: 深财会〔2022〕17号
批准执业日期: 2022年2月24日



中华人民共和国财政部制