

省财政厅项目支出绩效评价报告

评价项目类型：项目实施过程评价 ☐ 项目完成结果评价 ☒

评价项目名称：湖南省首届旅游发展大会惠民助企文旅消费券

评价项目单位：湖南省文化和旅游厅

评 价 金 额：1000 万元

项目主管部门：湖南省文化和旅游厅

2022 年度项目支出绩效评价表

项目基本情况	项目名称	湖南省首届旅游发展大会惠民助企文旅消费券			
	项目内容	开展发放湖南省首届旅游发展大会惠民助企文旅消费券活动经费 1000 万元			
	项目单位	湖南省文化和旅游厅	项目主管部门	湖南省文化和旅游厅	
	项目属性	☐ 经常性 ☐ 延续 ☒ 新增			
	立项依据	2022 年 6 月 6 日省文旅厅向省人民政府上报《湖南省文化和旅游厅关于开展首届湖南旅游发展大会惠民助企文旅消费券暨五十万游客“引客入湘”活动的请示》（湘文旅报〔2022〕29 号），2022 年 6 月 13 日省领导批示“要加大对活动的宣传报道和跟踪组织，确保取得预期的效果”。			
	资金总额及构成	预算资金总额 1000 万元。			
	资金分配情况	中国银联股份有限公司湖南分公司消费券发放额度 300 万元、 同程网络科技股份有限公司消费券发放额度 300 万元、 上海携程商务有限公司消费券发放额度 200 万元、 天津西瓜旅游有限责任公司（美团）消费券发放额度 200 万元			
项目必要性 可行性论证结论					
项目相关问题及建议		问题		建议	
		1、绩效目标设置不规范 2、购买主体监管机制不健全 3、承接主体工作机制不完善 4、未严格执行合同管理规定		1、提高全面预算绩效管理意识 2、细化绩效目标设置，科学合理编制预算 3、加强对平台公司发放消费券的过程监管 4、扩大消费券发放对象并增加发放途径 5、落实主体责任，强化合同履行	
项目起止时间		2022 年 7 月起至 2022 年 12 月			
项 目	到位资金（万元）	实际支付金额（万元）	资金权重	得分	
湖南省首届旅游发展大会惠民助企文旅消费券	1,000.00	677.55	67.75%	82.20	
评价等级		☐ 优（90 分以上） ☒ 良好（80 分-89 分） ☐ 较差（60 分-79 分） ☐ 差（60 分以下）			

目 录

一、项目资金基本情况	1
(一) 基本情况	1
(二) 项目绩效目标	5
二、现场绩效评价情况	5
(一) 现场评价项目资金情况	5
(二) 项目资金支出结构分析	6
(三) 项目绩效评价结论	7
三、项目主要绩效	7
(一) 促进旅游消费，提振湖南经济	7
(二) 全渠道发力宣传，全方位助推湖南首届旅发大会	8
(三) 持续定制广告内容，加快打造世界旅游目的地品牌	8
(四) 创新多元玩法，精准拉动年轻群体消费	9
四、绩效评价发现的主要问题	9
(一) 绩效目标设置不规范	9
(二) 购买主体监管机制不健全	9
(三) 承接主体工作机制不完善	11
(四) 未严格执行合同管理规定	12
五、问题存在的主要原因	13
六、有关建议	13
(一) 提高全面预算绩效管理意识	13
(二) 细化绩效目标设置，科学合理编制预算	14
(三) 加强对平台公司发放消费券的过程监管	14
(四) 扩大消费券发放对象并增加发放途径	15
(五) 落实主体责任，强化合同履行	15
七、相关附件	16

湖南中智诚联合会计师事务所

湘中智诚所〔2023〕137号



湖南省文化和旅游厅 2022年度政府购买服务资金绩效评价报告

为全面掌握 2022 年度政府购买服务项目资金使用管理情况及取得的效果，进一步规范和加强政府购买服务项目资金管理，切实提高资金使用效益，根据《中共湖南省委办公厅、湖南省人民政府办公厅关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（湘办发〔2019〕10 号）要求，按照《湖南省财政厅关于开展 2023 年事前绩效评估和财政绩效评价工作的通知》，省财政厅委托湖南中智诚联合会计师事务所组建了绩效评价小组共 6 人，于 2023 年 7 月 4 日至 2023 年 8 月 1 日，对湖南省文化和旅游厅（以下简称省文旅厅）2022 年度政府购买服务项目资金进行了绩效评价。现将有关情况报告如下：

一、项目资金基本情况

（一）基本情况

1.项目立项背景

为贯彻落实国家、文化和旅游部和省委省政府关于加强企业纾困帮扶有关文件精神，提振旅游市场信心，激发文旅



消费潜力，提升湖南旅游品牌形象，大力开拓旅游市场，推动和促进张家界市乃至全省文化和旅游业恢复发展。2022年5月24日，省文旅厅召开党组会议同意通过《湖南省首届湖南旅游发展大会惠民助企文旅消费券暨五十万游客“引客入张”活动方案》。2022年6月13日，省人民政府办公厅《湖南省文化和旅游厅关于开展首届湖南旅游发展大会惠民助企文旅消费券暨五十万游客“引客入张”活动的请示》（湘文旅报〔2022〕29号）。2022年7月22日，湖南省财政厅《关于下达2022年省文化和旅游专项资金的通知》（湘财文指〔2022〕26号）下达省文旅厅关湖南省首届旅游发展大会惠民助企文旅消费券1000万元。

2.项目实施方式

本次消费券按照政府主导、机构联合出资、商家共同让利的原则，由湖南省文旅厅主办、相关平台公司具体实施。活动通过省文旅厅、平台公司共同配资以及商家让利，在合作平台上发放“惠民助企文旅消费券”，并组织开展配套宣传、流量链活动。

根据部署和分配情况，湖南省首届旅游发展大会惠民助企文旅消费券旅游宣传服务通过竞争性磋商方式确定四家发放网络平台，于2022年7月-12月通过4家平台发放消费券总额1000万元，其中：中国银联股份有限公司湖南分公司，消费券发放消费券300万元，银联公司配比出资100万元，合计400万元，金额配比为酒店和民宿100万元，景区类160万元，旅游演艺60万元，旅游餐饮80万元；同程网



络科技股份有限公司发放消费券 300 万元、上海携程商务有限公司发放消费券 200 万元、天津西瓜旅游有限责任公司(美团)发放消费券 200 万元，金额配比均为星级酒店 35%、A 级景区 35%、旅游线路 30%。

(1) 中国银联股份有限公司湖南分公司：

①活动时间：2022 年 7 月 10 日-12 月 31 日

②活动对象：全国旅游云闪付 APP 消费者

③活动范围：张家界市景区、酒店和民宿、旅游演艺和餐饮

④消费券领取：云闪付用户通过 APP 张家界文化和旅游消费节专区免费领取。

⑤发放形式和有效期：通过旅游消费者在云闪付上领取消费券并在线下消费的线上线下相结合方式，发放文旅消费券。消费券分二批次发放，每个消费者在每个阶段的同一类产品只能领券一次，消费券领取成功后，在规定的有效期内使用，有效期内未使用则自动失效，未使用消费券额度自动返回资金池。消费券有效期：10 天。（领券日开始计算）

⑥发放规则：景区：云闪付 APP 用户到对应商户满 100 减 20 优惠券，200 减 50 优惠券，最高 50 元优惠封顶，消费者每个发放周期只能享受 1 次；酒店及民宿：云闪付 APP 用户到对应商户满 200 减 50 优惠券，最高 50 元优惠封顶，消费者每个发放周期只能享受 1 次；旅游演艺：云闪付 APP 用户到对应商户满 100 减 20 优惠券，满 200 减 50 优惠券，最高 50 元优惠封顶，消费者每个发放周期只能享受 1 次；餐饮：云闪付 APP



用户到对应商户满 100 减 20 优惠券，200 减 50 优惠券，最高 50 元优惠封顶，消费者每个发放周期只能享受 1 次。4 类产品消费券发放比例为：景区 45%、酒店及民宿 20%、旅游演艺 15%、餐饮 20%。

(2) 同程网络科技股份有限公司、上海携程商务有限公司、天津西瓜旅游有限责任公司（美团）：

①活动时间：2022 年 7 月 10 日-9 月 30 日（携程平台、同程平台） 2022 年 7 月 19 日-9 月 30 日（美团平台）

②活动对象：全国游客消费者

③活动范围：全省 A 级景区、星级饭店和注册地在湖南且湖南以湖南为主要目的地的旅行社线路等产品

④消费券领取：通过平台 APP 搜索湖南消费券/湖南文旅消费券专区免费领取。

⑤发放形式和有效期：通过旅游消费者在平台上满减的方式发放文旅消费券。消费券分二批次发放，每个消费者在每个阶段的同一类产品只能领券一次。消费券有效期：2022 年 9 月 30 日前。

⑥发放规则：A 级景区：满 150 元减 70 元，满 100 元减 40 元，满 35 元减 30 元；②星级饭店：满 100 元减 20 元，满 200 元减 40 元，满 500 元减 100 元，满 1000 元减 200 元；③旅行社线路产品：满 200 元减 40 元，满 400 元减 80 元，满 600 元减 120 元，满 800 元减 160 元，满 1000 元减 200 元。3 类产



品消费券发放比例为：A 级景区 35%、星级饭店 35%、旅行线路产品 30%。

（二）项目绩效目标

通过发放 1000 万元文旅消费券，拉动文旅消费市场，加快全省旅游市场的复苏；进一步引客入湘，发动平台积极参与，带动湖南文旅市场的火爆；进一步助力景区景点、酒店和旅行社等旅游企业纾困，进一步让利惠民湖南旅游消费者。

二、现场绩效评价情况

（一）现场评价项目资金情况

本次评价省文旅厅 2022 年政府购买服务湖南省首届旅游发展大会惠民助企文旅消费券项目资金预算 1000 万元，全部为一般公共预算拨款。文旅消费券分两期发放，每期发放 500 万元。其中：

携程、同程、美团三个平台按合同约定实施了两期的发放，第一期 of 2022 年 7 月 10 日至 8 月 20 日，第二期为 2022 年 8 月 21 日至 2022 年 9 月 20 日，发放文旅消费券补贴资金 700 万元，主要用于补贴游客 A 级景区、星级酒店、旅游线路、旅游餐饮等消费，文旅消费券共计核销 670.34 万元；

银联平台按合同约定发放第一期 of 2022 年 7 月 10 日至 9 月 20 日，第二期 of 2022 年 9 月 21 日至 2022 年 12 月 31 日，文旅厅文旅消费券补贴资金 300 万元。实际发放了第一期 2022 年 7 月 10 日至 11 月 30 日，发放金额 150 万元，主要用于游客在张家界市景区、酒店及民宿、旅游



演艺和餐饮消费补贴，文旅消费券核销金额 7.21 万元。

截止 2022 年 12 月 31 日，本次评价项目到位资金 1,000.00 万元，支出 677.55 万元，现场评价资金执行率 67.75%，资金剩余 322.45 万元。剩余资金已于 2022 年 12 月按原资金渠道返还。具体见下表：

单位：元

平台公司	采购预算金额	实际到位资金	实际支付金额	到位资金剩余
中国银联股份有限公司 湖南分公司（银联平台）	3,000,000.00	3,000,000.00	72,090.02	2,927,909.98
同程网络科技股份有限公司 （同程平台）	3,000,000.00	3,000,000.00	2,965,324.00	34,676.00
上海携程商务有限公司 （携程平台）	2,000,000.00	2,000,000.00	1,887,818.00	112,182.00
天津西瓜旅游有限责任公司 （美团平台）	2,000,000.00	2,000,000.00	1,850,230.00	149,770.00
合计	10,000,000.00	10,000,000.00	6,775,462.02	3,224,537.98

（二）项目资金支出结构分析

湖南省首届旅游发展大会惠民助企文旅消费券项目现场评价项目总支出 1000.00 万元，其中：景区门票类 239.40 万元，酒店和民宿 237.22 万元，旅行社线路产品 199.71 万元，旅游演艺 0.15 万元，旅游餐饮 1.07 万元。具体见下表：

单位：元

业务分类	同程平台	携程平台	美团平台	银联平台	合计
1、景区门票类	1,046,280.00	636,040.00	672,310.00	39,363.75	2,393,993.75
2、酒店和民宿	1,020,964.00	691,658.00	639,000.00	20,598.77	2,372,220.77
3、旅行社线路产品	898,080.00	560,120.00	538,920.00		1,997,120.00
4、旅游演艺				1,462.50	1,462.50
5、旅游餐饮				10,665.00	10,665.00



业务分类	同程平台	携程平台	美团平台	银联平台	合计
合计	2,965,324.00	1,887,818.00	1,850,230.00	72,090.02	6,775,462.02

(三) 项目绩效评价结论

政府购买服务项目的绩效评价指标体系总分为 100 分，由共性指标和个性指标两部分组成。经客观评价，该项目综合得分 82.20 分，评价等级为“良好”。评分情况如下：

一是项目决策方面。包括项目申报、绩效目标，该目标总分为 16 分，得分 14.5 分，主要为未量化绩效目标和细化评价指标扣 1.5 分。**二是购买主体项目采购与监管方面。**包括管理制度建设、组织采购、监管执行、资金管理，该目标总分为 17 分，得分 13.7 分，主要为合同管理不规范扣 0.5 分、绩效管理不规范扣 0.5 分、未及时组织项目验收结算扣 1.5 分、资金未及时到位扣 0.5 分、预算执行率扣 0.3 分。**三是承接主体组织管理方面。**包括组织机构、制度建设与执行，该目标总分为 7 分，得分 5 分，主要为承接主体管理制度不健全扣 1 分、档案管理不完整扣 1 分。**四是产出方面。**包括服务数量、服务质量、服务时效、成本控制，该目标总分为 30 分，得分 24 分，主要为未提供消费券有效投诉率佐证资料扣 4 分、消费券核销率未达标扣 2 分。**五是效果方面。**包括服务效果、服务对象满意度、转变政府职能，该目标总分为 30 分，得分 27.6 分，主要为带动文旅消费收入完成率未达标扣 2 分、服务对象满意度扣 3 分。

三、项目主要绩效

(一) 促进旅游消费，提振湖南经济



活动期间，消费券活动直接拉动湖南省消费突破超千万，直接拉动比达到 1: 4.4，有效提高了受封控影响的消费信心，促进人气回升、市场回暖，增强了湖南的文旅消费动力。整体客流情况已明显呈火爆上升趋势，旅游客流人次同比 2021 同一时间段增长 16.16%，整体旅游消费金额近 17.75 亿，同比 2021 年增长 13.68%。其中，线上参与活动景区订单量与去年同期同比增长 313.22%，销售总额同比增长 72.30%；国内长线游与去年同期同比增长 1442.40%，销售总额同比增长 208.39%；星级酒店间夜与去年同期同比增长 54%，销售总额同比增长 48.76%，后疫情时代，被压抑的旅游需求得到较好的释放，旅游产品复苏动力强劲。

（二）全渠道发力宣传，全方位助推湖南首届旅发大会

活动期间，通过多渠道联动+新媒体矩阵营销+精准推广等手段，实现湖南旅游发展大会有效线上宣传。一是多渠道整合，发挥平台广告流量优势，扩大大会影响力和曝光度。二是全媒体矩阵推广，打通资源全链路，持续进行大会活动宣传报道。三是发动内容营销，线上话题讨论，为湖南首届旅游发展大会发声造势。

（三）持续定制广告内容，加快打造世界旅游目的地品牌

在发放湖南消费券期间，通过活动专题页定制、海报宣传、平台 OTA 广告位投放、新媒体宣传、知名媒体报道、线下场地推广、异业联动等方式，积极宣传推介湖南特色旅游资源和产品，实现总体曝光量超 1.2 亿次。



（四）创新多元玩法，精准拉动年轻群体消费

年轻的消费群体更倾向于合理消费和追求精致新潮玩法的理念，细分消费券种类、进行复合式的营销，最终会带来多元化的消费增长。在多平台湖南消费券营销体系的推动下，湖南成功吸引了众多年轻消费者的关注。从领取消费券的人群来看，90后、00后占比超过60%，成为当前领券下单的主力军。其中，00后人群的占比已经超过80后，成为名副其实的后备力量。

四、绩效评价发现的主要问题

（一）绩效目标设置不规范

省文旅厅设置的绩效目标比较笼统，绩效目标量化程度不够。未结合项目实施进一步细化和量化绩效评价指标，不利于对项目效益进行客观、科学的评价。

（二）购买主体监管机制不健全

1.未按采购需求对平台公司进行监管

对平台公司提供的实施方案审核不严。与各平台公司签定的合同要求“具体执行过程中，双方经协商一致需要对《湖南省惠民助企文旅消费券委托发放服务**平台实施方案》进行调整的，应以书面方式进行，合作项目实际执行细节以双方最终盖章确认一致的活动方案为准”。现场评价时，仅见平台公司提供的实施方案，未见双方最终盖章确认一致的实施方案。如：携程平台制定的发放实施方案包含活动时间、活动范围（含内容）、发行计划（含消费券设置及发放形式）、营销推广资源，不包含操作规范技术保障监管、资金监管等，



也与《政府采购竞争性磋商文件》采购需求“平台服务商应系统地设计规划本次活动并制定详细的发放实施方案，包括但不限于活动时间、内容、消费券设置、发放形式、操作规范技术保障监管、资金监管等”存在不符。

2.省文旅厅未按采购需求要求平台公司提供整体资金核销审计报告。在与平台公司签定的合同中明确由甲方省文旅厅指定审计事务所做专项审计，省文旅厅以事务所出具的《湖南省惠民助企文旅消费券发放绩效评价报告》代替整体资金核销审计报告，未对消费券发放整体资金核销数据进行审计核实，消费券核销资金准确性存在一定风险。根据现场评价情况，酒店、景区仅能对订单信息予以确认，酒店、景区无法查询到发放文旅消费券补贴金额，消费券核销情况仅平台公司系统内查到，项目绩效评价中设定的产出和效果考核指标数据根据平台公司统计提供，存在一定的风险，直接影响绩效评价结果。与本项目《政府采购竞争性磋商文件》采购需求“活动结束后一周内，供应商应当提供整体资金核销审计报告，根据审计结果未核销完成的财政资金在一周内原路退回政府账户”不符。

3.对事务所出具的审计报告审核把关不严

省文旅厅委托事务所于每批次活动结束后出具的《湖南省惠民助企文旅消费券发放绩效评价报告》，事务所出具的审计报告存在报告数据与附表数据不一致的情形，且报告附表未附文旅消费券核销明细表。如：对天津西瓜旅游有限责任公司（美团）出具的报告中：星级酒店共有 10301 人次使



用消费券，消费券总额 452.90 万元。其中：消费券补贴 63.90 万元；报告附表数据为：星级酒店共有 10671 人次使用消费券，消费券总额 465.45 万元，其中消费券补贴 65.68 万元。使用消费券人数、金额及消费总金额均存在报告正文与附表不一致。

(三) 承接主体工作机制不完善

1. 平台公司监督管理机制不完善

平台公司未完整提供对消费券发放过程的监督管理机制和佐证资料，管理机制不完善。与本项目《政府采购竞争性磋商文件》采购需求“平台服务商应当有完善的监督管理机制，有专门的风控部对消费券实行全生命周期安全防控，从运营人员安全意识、券配置安全、发券安全、用券安全多维度推进安全规范落地，最终实现无安全漏洞、券配置有审核、预算消耗异常/活动流量异常有监控、发券/用券有风险检测、券风险可量化的监管机制，保障消费券活动的公平公正与安全”不符。

2. 未及时报备投拆处理机制事项

平台公司未及时向省文旅厅报备投拆处理机制事项。与本项目《政府采购竞争性磋商文件》采购需求“平台服务商应当具有科学成熟舆情管控机制与措施，将消费券发放纳入日常舆情管控，一旦出现舆情，第一时间进入舆情处置流程。应当具有投诉处理机制系统或模块，有专人负责投诉处理，公布 24 小时投诉处理电话，并及时向省文旅厅报备，保障消费者旅游体验”不符。



3.平台公司提供的个别分析数据存在瑕疵

一是存在使用消费券不实的情形。抽查现场发现，美团平台在长沙通程国际酒店 6 条订单存在全额退款，但美团平台提供的核销明细中显示使用了消费券，订单消费金额 0 元，消费券补贴金额 700 元，系使用消费券不实。二是个别平台申报数据存在不实。根据美团平台提供的结项报告：直接带动消费金额 1549.60 万元，使用消费券 28013 张，消费券累计核销 187.95 万元；省文旅厅委托事务所出具的绩效报告：直接带动消费金额 1018.43 万元，使用消费券 27368 张，消费券累计核销 185.02 万元。平台公司申报数据与事务所审核数据存在差异，系事务所根据抽查结果核减不实数据，其中：核减直接带动消费金额 531.17 万元，使用消费券 645 张，消费券累计核销 2.95 万元。美团平台公司申报数据存在不实。

4.个别平台消费券核销率极低

经统计数据显示本次文旅消费券项目整体核销率 67.75%，其中同程、携程、美团三个平台核销率 95%以上，银联平台文旅消费券补贴资金 300 万元，主要用于游客在张家界市景区、酒店及民宿、旅游演艺和餐饮消费补贴，因疫情原因，张家界严控游客入张，文旅消费券核销金额低至 7.21 万元，核销率仅为 2.40%，影响了整体核销率及拉动消费的预期效果。

（四）未严格执行合同管理规定



1. 合同要素不全

与平台方签订的购买服务合同中无服务对象满意度、项目效益情况等绩效评价指标。不符合《湖南省政府购买服务管理实施办法》第三十八条“绩效评价指标应当在购买服务合同中予以明确，核心指标应当包括项目管理、服务质量、服务对象满意度、项目成本效益情况等内容”的规定。

五、问题存在的主要原因

一是监督和评估机制不够完善。未建立系统的对提供公共服务的监督体系和评估机制，监督和评估不到位，容易导致项目实施效果未能达到预期，影响财政资金使用效益和公共服务的质量。**二是购买主体执行绩效要求不严格，风险把控不到位。**购买主体对管理办法和政策文件解读不到位，对政府采购及政府购买服务认识不清晰，未对项目立项、需求确定、预算编制、采购实施、合同签订、资金支付、履约验收、绩效评估、结果公开、资料归档进行全流程风险管控。**三是绩效工作“为评价而评价”，项目绩效管理能力不足。**一方面是主管部门对政府购买服务绩效评价的重要性认识不足；另一方面是对绩效评价工作如何切入、如何展开和评价结果应用等未充分落实。

六、有关建议

（一）提高全面预算绩效管理意识

一是强化预算绩效理念。完善绩效目标、绩效监控、绩效评价、结果应用等管理流程和制度建设，以全面实施预算绩效管理为关键点和突破口，建立绩效评价体系。二是开展业务指



导和培训，增强预算绩效管理意识。加大宣传培训力度，通过工作会议、专题培训、政策宣贯、制定指南等多种形式，引导业务处室牢固树立正确的预算和绩效管理观，深刻理解产出、效益指标的内涵及设置方法、熟练掌握预算和绩效管理工作要求和各类绩效评价表格的填报规范、预算数据筛选路径以及如何提供有效的绩效佐证材料等，持续提高单位人员的绩效目标管理意识和工作能力水平。

（二）细化绩效目标设置，科学合理编制预算

一是建议建立预算编制机制，必要时聘请专家进行充分研究、论证，风险评估和科学合理制定预算，确保对预算编制的科学性和准确性。二是细化绩效目标设置，挂钩预算编制，做到预算有据可依。待项目实施后，进一步突出项目的预算执行和项目实施情况，为做好强化项目的事中绩效，以及绩效评价工作做好保障。明确项目的产出指标以及经济效应指标，使消费券发放切实达到“旅游惠民，经济杠杆撬动作用”。

（三）加强对平台公司发放消费券的过程监管

一是制定相关法律、法规和政策，对平台公司的消费券发放行为进行规范和监管，确保其合法性和公平性。二是要求平台公司按照规定向监管部门提交消费券发放的相关数据，并定期公示，包括发放对象、发放金额、使用情况等，确保透明度和可验证性。三是监管部门随机抽查平台公司的数据和记录，进行现场检查，对发放活动进行实地核查，确保数据的可信度和准确性。四是监管部门可以利用现代技术手段，如区块链、



大数据等，对消费券的发放和使用进行实时监控和溯源，确保公正性和可追溯性。五是（5）建立健全的消费者投诉举报渠道，鼓励消费者及时反映问题和举报违规行为，监管部门对投诉举报进行及时处理和调查，保障消费者权益。

（四）扩大消费券发放对象并增加发放途径

一是加强对低收入人群的定向发放。相关数据表明，对低收入人群尽管发放金额少，但正向作用明显。用数字技术帮助定位要保护的家庭，比如已有的精准扶贫系统可以拿来使用，以解决低收入人群不容易识别、不容易触达的问题，给低收入人群更多的帮助。二是设置“线上为主，线下为辅”的发放方式，把政府消费补贴进行统筹安排，与当地部分商场、酒店、景点、旅行社等线下商户联合，给特定群体定向发放一些纸质消费券，也可以采用发放数字人民币红包的另类普惠性消费券形式，促进线上线下有机融合，通过培育多种消费形式新业态，拉动新型消费需求。三是及时在官网、官微公示消费券的发放使用公告信息，可以与景点预约使用程序进行维护设置，面向全国消费者通过微信公众号领取使用。

（五）落实主体责任，强化合同履约

一是购买主体应改变“重程序、轻结果”的现象，强化结果导向，并对承接主体定期考核，按照合同约定的数量、质量、技术、服务、安全标准及时间，组织验收，并出具验收报告。向社会公众提供的公共服务项目，验收时还可邀请消



费者参与，验收结果应向社会公告。如在官方微信公众号或官网对项目进行开发建设并做好维护、宣传、后台数据统计等工作。二是建立政府采购履约验收监管机制，加强诚信体系建设，将采购代理机构、承接主体、验收专家或第三方专业机构在参与项目合同履约、验收过程中的违规行为纳入诚信记录，并视问题情节实行退出机制。三是财政部门及各预算部门要通过政策培训、业务指导、网络和媒体等多种渠道宣传《政府采购法》《湖南省政府购买服务管理实施办法》等政策，提高对政府购买服务的绩效认识，并严格落实有关财务制度和采购办法要求，强化项目主体责任。四是承接主体应根据服务领域、服务范围、服务功能和职责分工，健全管理体系，完善规章制度，提升组织服务能力和财务支撑能力。对不符合合同或行业制度要求的行为，购买主体应责令改正，并与付费挂钩，同时承接主体应及时向购买主体提供资金使用及履约情况，并接受监督。

七、相关附件

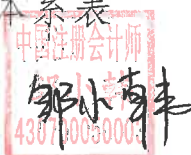
附件 1、2022 年政府购买服务项目绩效评价基础数据表

附件 2、2022 年政府购买服务项目绩效评价指标体系表

湖南中智诚联合会计师事务所



中国注册会计师：



中国注册会计师：



二〇二三年八月八日

