

中山市西区街道发展改革和统计局

2020 年汽车促销活动专项经费

绩效评价报告

项目责任单位： 中山市西区街道发展改革和统计局
评价委托单位： 中山市财政局西区分局
评价实施机构： 广东中大管理咨询集团股份有限公司
评价报告时间： 2021 年 9 月



目 录

一、基本情况.....	- 1 -
（一）项目概况	- 1 -
（二）项目资金情况	- 2 -
（三）项目实施情况	- 2 -
（四）项目绩效目标	- 3 -
二、绩效评价工作开展情况.....	- 4 -
（一）绩效评价目的、对象和范围	- 4 -
（二）绩效评价依据	- 5 -
（三）绩效评价原则、指标体系、评价方法和标准	- 5 -
（四）绩效评价工作过程	- 7 -
三、评价结论.....	- 8 -
四、存在的问题.....	- 9 -
（一）政策条款设置不全面	- 9 -
（二）策划宣传效果不明显	- 10 -
（三）项目管理不够详细	- 10 -
（四）绩效指标设置不清晰	- 11 -
五、有关建议.....	- 11 -
（一）优化活动方案约束性条款	- 11 -
（二）采用更加灵活多样的宣传方式	- 12 -
（三）规范项目管理流程	- 12 -
（四）细化绩效目标各项指标	- 13 -

中山市西区街道 2020 年重点项目绩效评价报告

——发展改革和统计局“汽车促销活动”项目

2021 年 9 月，广东中大管理咨询集团股份有限公司接受中山市财政局西区分局的委托，对中山市西区街道发展改革和统计局（以下简称“区发改局”）“2020 年西区汽车促销活动”项目实行了重点绩效评价。我司在专家库选取了 2 位专家组成专家小组，根据单位提交的材料，经过专家个人评审、专家组初议、现场调研、专家组复议等程序对该项目进行了审查，形成该绩效评价报告。

一、基本情况

（一）项目概况

自新冠肺炎疫情以来，中山市西区街道汽车企业销售行情低迷，大众消费欲望不强，为帮助车企走出逆境，提升西区街道汽车销售行业的竞争力，同时激发大众消费活力，西区街道印发了《<西区关于应对疫情支持企业复工复产健康发展扶持措施>的通知》（西办〔2020〕7 号），文件在加大惠企支持力度方面，明确提出区发改局为牵头单位，投入 300 万元用于开展汽车促销活动。区发改局依据区党工委、办事处的部署，结合防疫要求，出台了《2020 年西区汽车促销活动实施方案》，明确了活动不设主会场，联合汽车界的商家，

采用社交裂变拼团模式，结合大数据营销，开展线上“拼团购车”活动，项目于2020年3月初展开。

（二）项目资金情况

“2020年西区汽车促销活动”年初预算300万元，于2020年9月调减45万元，整体支出253.86万元。其中：237.33万元用于发放购车补贴，16.53万元用于活动的宣传费用。按照规定“参与活动的消费者所得补贴按所购车辆车身底价的1.5%换算，最高可得3000元；参加活动的医务工作者除可得上述补贴外，上传医务相关执业证明可再额外获得800元购车补贴”的要求，本次活动共补贴了1157辆车，带动车辆销售19337.35万元。

（三）项目实施情况

“2020年西区汽车促销活动”共三个阶段，第一阶段是2020年3月21日至4月3日；第二阶段是4月11日至4月22日；第三阶段是5月2日到5月16日。消费者通过关注区直属公众号“掌上西区”参与活动，可在公众号根据个人意愿选购品牌车型和相应的门店，当本门店拼团人数达到三人后拼团成功，在消费者签订购车合同并缴纳定金后，依据相应的优惠比例进行价格减免。此外，为了保证活动的真实有效，消费者在选购车型之前需要进行实名登记信息，保证与购车后行驶证登记信息一致，商家先行垫付补贴，后统一搜集消费者购车发票、身份证、行驶证、医务人员还需执业

证，报区发改委审核，通过后予以资金补贴发放。

(四) 项目绩效目标

通过梳理区发改局的绩效目标表和项目自评基础信息表，本项目绩效目标是：通过实施“2020年西区汽车促销活动”有效扭转因受疫情影响的汽车销售市场惨淡的窘况，拉动汽车整车销售销量，让更多的购车消费者到西区购车。通过与区发改局进行深入的访谈、讨论沟通，根据项目特点，采用以定量指标为主、定性指标为辅的原则确定本次绩效评价的目标，具体指标完成情况见表 1-1:

表 1-1 绩效目标设定与完成情况表

	目标设定情况		实际完成情况	
	指标名称	目标内容	实际完成	偏差情况说明
产出	汽车销售量	在活动期间汽车销售的数量超过 1100 辆。	车企促销活动期间成交车辆 1157 辆。	无。
	汽车销售额	在活动期间汽车销售额超过 1.9 亿。	项目活动期间成交额 1.93 亿元。	无。
	宣传曝光率	有至少五种以上宣传方式；知晓率达到 50%以上。	项目未能采用五种以上的宣传方式，活动知晓率能达到全区总人口的 50%以上。	宣传方式是掌上西区、电子屏、气氛布置。
	参与活动车企覆盖率	参与活动得车企占到全区车企数量的 80%。	据不完全统计，西区车企约 70 家左右，参与活动有 41 家车企，实际获得补助的是 30 家车企，未能达到 80%比例。	参加活动车企均为规模车企，无小微车企。
	补助审核通过率	补助通过率是否达到 90%。	30 家车企提交 1219 辆车，实际补助 1157 辆，补助审核通过率 94.91%。	无。
	完成及时性	项目在规定时间内完成。	项目按照预定时间完成。	无。

效益	限额以上车企销售额增长	销售额高于 60 亿元，且近三年连续增长。	2018 年限额以上车企 67.11 亿元；2019 年限额以上车企 63.09 亿元；2020 年限额以上车企 60.5 亿元。	销售额过 60 亿，但未能实现连年增长。
	车辆销售额占社会消费支出比重	全年度车辆销售额占社会消费支出比重大于 35%。	2020 年西区社会消费品零售总额 118.20 亿元，限额以上车企 60.5 亿元，比重高达 51.18%，高于中山市 35% 的比重。	无。
	车企良好运行	全区车企经销商经营规模未出现大面积缩减。	车企良好运行，无大规模倒闭现象。	无。
	消费者获利	消费者能够低于日常销售价购置到车辆。	消费者获得实际利益，购车享受到优惠价。	无。
	可持续影响	对西区汽车产业的发展起到了积极影响。	2020 年全区年度汽车销售额占年度消费支出的比重高达 51.18%，产业带动能力显著，具有可持续性。	无。
	受众群体满意度	消费者满意度高于 90%。	电话调查，项目满意度为 92%。	无。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

1.评价目的

本次绩效评价主要目的是：围绕发展改革和统计局“汽车促销活动”项目专项资金的发展目的，客观反映专项资金的使用效果，并以实施效果和调研情况为切入点，分析政策设计、资金分配、项目筛选及实施管理方面的经验和做法，研究影响绩效的问题和原因，提出解决的措施和办法。进一步规范财政资金运行和预算绩效管理，优化资源配置和财政

支出结构，强化支出责任，为提高财政资金使用效益提供支撑。

2.评价对象和范围

本次评价对象为 2020 年度发展改革和统计局“汽车促销活动”项目专项资金，3 月份下达资金 300 万元，9 月份项目资金调减 45 万元，实际项目资金为 255 万元。本次评价的资金主管单位为中山市西区街道发展改革和统计局。

（二）绩效评价依据

本次评价主要依据为相关的国家或地方现行有关法律、法规与地方政策文件，具体见表 2-1：

表 2-1 中山西区“汽车促销活动”项目绩效评价依据

序号	资料属性	资料名称
1	国家层面	《中华人民共和国预算法》（2014）
2		《财政支出绩效评价管理暂行办法》（财预〔2011〕285 号）
3		《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）
4	省级层面	《广东省财政支出绩效评价试行方案》（粤财评〔2004〕1 号）
5		《广东省省级财政专项资金管理办法》（粤府〔2015〕34 号）
6		《关于印发〈预算绩效管理委托第三方实施工作规程（试行）〉的通知》（粤财绩〔2016〕4 号）
7	市（区）级层面	《西区关于应对疫情支持企业复工复产健康发展扶持措施的通知》（西办〔2020〕7 号）

（三）绩效评价原则、指标体系、评价方法和标准

1.绩效评价原则

科学规范原则。预算绩效管理严格执行规定的程序，按照科学可行的要求，与预算管理紧密结合，实施事前编制绩

效目标、事中绩效跟踪和评价、事后结果运用和绩效考核的全过程管理。

绩效相关原则。预算绩效管理针对具体支出及产出绩效进行，清晰反映支出和产出绩效之间的紧密对应关系。

公开透明原则。预算绩效评价符合真实、客观、公平、公正的要求，基础数据要准确，相关信息要依法公开，接受监督。

2.评价指标体系

本次绩效评价从决策(26%)、过程(22%)、产出(26%)、效益(26%)四个方面，构建综合的评价体系。其中，决策方面，主要考察“汽车促销活动”在立项规范及政策制定、绩效目标设置、资金投入的管理决策的有效性；过程方面，主要考察西区街道发展改革和统计局组织实施“汽车促销活动”项目资金管理、组织实施方面的规范性；产出方面，通过统计年鉴和活动期间产生的数据流量，综合考察专项资金的产出数量、质量和时效；效益方面，综合考察项目对车企消费者产生的经济效益、社会效益、可持续性影响，以及获益对象满意度（指标体系及评分表详见附件1）。

3.评价方法

定量分析法。本次绩效评价综合运用成本效益分析法、比较法、因素分析法、最低成本法、公众评判法等评价方法开展调研评价工作。通过实地调研、相关基础资料和数据信

息收集，在归集、整理的基础上，对专项资金的绩效目标完成情况进行分析，系统、科学地反映项目综合绩效情况。

电话调查法。对活动期间参与购车活动的消费者，采用电话访谈的方式，了解购车消费者对本草专项活动的满意程度。访谈问题主要从政策宣传、车型种类、扶持力度、总体效果这四个维度进行专项资金的满意度测评，为项目实施产生的社会效益、满意度等提供佐证依据。

4.评价标准

本次评价采用百分制，各级指标依据其指标权重确定分值，最终得分由各级评价指标得分加总形成。根据最终得分将评价标准分为四个等级：优秀（得分 ≥ 90 分）；良好（ $80 \leq \text{得分} < 90$ 分）；合格（ $60 \leq \text{得分} < 80$ 分）；不合格（得分 < 60 分）。

（四）绩效评价工作过程

本次评价工作共分为三个阶段，分别是前期准备阶段、实地调研访谈阶段、综合分析撰写阶段。

1.前期准备阶段

通过前期对接西区街道发展改革和统计局，了解“汽车促销活动”项目实施情况和绩效自评情况，获取相关政策文件和资料，了解资金下达情况和项目覆盖范围。多渠道搜集、学习研究相关行业政策和资料，完成指标体系的设置，研究编制具体项目绩效评价实施方案。

2.实地调研访谈阶段

根据实施方案和评价指标体系，深入西区街道发展改革和统计局进行实地调研，开展调研座谈会和电话访谈，形成评价报告的数据和相关佐证材料工作。在实地调研过程中，与委托方和被评价方均要保持充分、有效的沟通，工作中如遇重大问题将及时需求项目方帮助，确保项目顺利实施。

3.综合分析撰写阶段

在实地调研结束后整理汇总、研究分析相关数据及材料，撰写绩效评价报告初稿，提交中山市财政局西区分局与西区街道发展改革和统计局初审。根据初审意见，在充分考虑各评价相关方反馈意见的基础上，分析修改完善绩效评价报告。

三、评价结论

2020 年度发展改革和统计局“汽车促销活动”项目专项资金，绩效评价为“90”分，评价等级为“优秀”。一级指标具体得分情况详见下表 3-1 所示。

表 3-1 “汽车促销活动”项目绩效评价得分表

一级指标	指标分值	评价得分	得分率
决策	26	24	92.31%
过程	22	20	90.90%
产出	26	22	81.62%
效益	26	24	92.31%
合 计	100	90	90%

整体来看，项目立项依据充分，管理制度完善，执行

程序基本规范，整体绩效目标完成情况较好，综合满意度较高。通过“汽车促销活动”项目专项资金的投入，中山西区的汽车产业在疫情下，仍然交出了年销售额 60 亿元的成绩单，仍然能够完成 1.93 亿元的销售目标。2020 年西区社会消费品零售总额 118.2 亿元，限额以上车企销售额 60.5 亿元，占比高达 51.18%，远高于中山市 35%的比重，消费者和车企实现了双赢。

但项目也存在着一些问题，例如在政策决策阶段，未能就项目要达到的目标和效果进行清晰的目标设定。在项目实施过程中，缺少明确的业务管理制度。在产出和效益上，活动的宣传手段上未能适当的采用更为多样化的宣传手法；活动主体的选择上，选择了规模以上的车企参加“汽车促销活动”，并未能考虑到受疫情影响最大的应该是小微企业，一来显失公平，二来和政策扶持中小微企业渡过疫情难关的初衷相悖。

四、存在的问题

（一）政策条款设置不全面

实施“汽车促销活动”最为核心的问题表现在活动主体选择的不全面，在《中山市 2020 年西区汽车促销活动实施方案》中，明确了活动对象是在库限额以上汽车销售企业。但依据中山市西办〔2020〕7 号文，关于印发《西区关于应对疫情支持企业复工复产健康发展扶持措施》通知的内容显示，

政策的出台主要是为了帮助受疫情影响严重的小微企业恢复生产经营，为中小企业纾困提供政策帮扶。政策实施方案集中在限额以上企业开展促销活动，这部分企业通常扎根市场，有良好的用户基础和市场竞争力，相对于小微企业而言，他们的自救能力较强，不应该成为唯一扶持对象。

（二）策划宣传效果不明显

活动效果好坏的另一核心环节就是策划宣传力度，“汽车促销活动”期间的宣传效果不够理想。一是宣传渠道不够多元，项目前期宣传手段主要集中在线上渠道，后期宣传重点集中在线下宣传。前期宣传的重点投入在掌上西区的宣传上，有一小部分运用了线下的电子屏投放广告，未能通过微信小程序、页面广告等多种方式实现全方位、立体式的宣传投入。后期的重点是路边气氛的布置，缺少对相关车企的专题采访等。二是宣传效果不足，在微信广告投入 200 万次后，详情点开阅读次数仅有 7700 次，点赞评论 213 条，主动分享只有 25 次，投入效果不足，未能形成良好的舆论氛围，未能在活动前期扩大活动的宣传力度。

（三）项目管理不够详细

项目管理缺少制度化的流程，一是项目管理制度不够明确，区发改局未能就补贴要求做出详细的说明，在活动方案条款设置中未明确不符合申报要求的购车补贴申请，由商家自行承担补贴损失的相关内容。二是未对消费者的满意度进

行调查，未能就活动的后期效果进行跟踪回访。项目依据微信系统的开发和后期车企提供的材料，获得了详细的消费者个人信息。但在项目的后期总结过程中，未能对消费者进行有效的后期跟踪，无法了解消费者的真实反馈，相应的无法做“汽车促销活动”下一阶段的改进和完善。

（四）绩效指标设置不清晰

对照区发改局年初设定的绩效目标表可以发现，一是绩效目的设置有待完善，绩效目的仅仅对“汽车促销活动”项目进行了总体的概括，在目标设定中未明确财政专项最终要达到的目的，目的不够具象化。二是产出数量指标不够全面，从设置的指标中未能体现出对汽车销售数量、销售额的考核。三是效果指标不够全面，未能依据“汽车促销活动”的性质，设定经济效益指标和可持续效益指标，对汽车产业复苏的经济效益和该项活动方案是否可持续缺少关注。

五、有关建议

（一）优化活动方案约束性条款

好的活动方案短期可以达成目标任务，长期来看更能促进相关产业可持续的发展。放宽参与活动车企硬性要求，把全区统计在册和不在册的车企都纳入到补助范围内，按照自主自愿的原则，依据车企需求，鼓励车企参加后续年度的汽车促销活动，在适当让利消费者的同时，也能提高车企销量，提高品牌的曝光度，促进全区经济的可持续增长。同时鼓励

规模较小的车企做大做强，助力西区汽车产业的发展，以此发挥财政资金对整个产业帮扶的效果。

（二）采用更加灵活多样的宣传方式

伴随着市场化竞争程度的加深，简单的营销宣传方式已经无法发挥相应的效果，需要不断创新营销宣传方式。一是做好前中后期线上线下多方位立体化的宣传，深入分析本年度宣传渠道起到的效果，通过开辟其他渠道的宣传方式，提高活动影响力。例如和天猫、拼多多、二手车等电商平台合作，借鉴他们成熟的渠道，在更大的平台上推广汽车促销活动。二是加大活动宣传力度，扩大活动的宣传范围，争取把活动信息推送到周边可辐射地区，做大做强西区汽车品牌街的影响力。

（三）规范项目管理流程

一是完善项目业务管理制度，建议后续年度在项目实施过程中，有可依据的操作流程，明确项目不同实施阶段的具体业务管理办法，对有争议性补贴条款、补贴具体要求等进行制度化的说明，以便能够让车企更清晰的参加后续年度活动。二是做好消费者的回访调查，活动办得好不好最终取决于消费者的满意程度。通过从补贴额度的大小、车企的服务水平、参与活动的车辆品牌等，了解消费者的核心诉求，以便项目能够在后续年度发挥更好的效果。

（四）细化绩效目标各项指标

编制准确合理的绩效目标，有利于预算执行中绩效监控的实施，也能在项目结束后的绩效评价有所遵循。一是要设计科学的指标，对“汽车促销活动”专项资金的实施内容、工作方式、服务对象，有针对性地设计科学的产出指标和效益指标。二是对各个指标提出量化目标，明确各个项目的具体量化指标，要根据产业的发展、对经济的影响程度等多个方面，合理确定量化目标。



附件1

中山市西区街道2020年重点项目评价指标体系及评分表

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明	评分标准	分值	评价得分	得分说明
决策	项目立项	立项依据充分性	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； ②项目立项是否符合行业发展规划和政策要求； ③项目立项是否与部门职责范围相符，属于部门履职所需； 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； ⑤项目是否与相关部门同类项目或部门内部相关项目重复。	全部满足，得5分；每一个小点满足得1分。	5	5	项目立项符合相关要求，在2020年度是部门职责所在，属于公共支出范畴。
		立项程序规范性	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； ②审批文件、材料是否符合相关要求； 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。	全部满足，得3分；每一个小点满足得1分。	3	3	项目立项按照程序设立，经过了前期的可行性研究和专家审查，得3分。
	绩效目标	绩效目标合理性	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； ②项目绩效目标与实际工作是否具有相关性； ③项目预期产出效益和效果是否符合正常的业绩水平； ④是否与预算确定的项目投资额或资金量相匹配。	全部满足，得4分；每一个小点满足得1分。	4	4	绩效目标设置合理，和项目实施项目高度相关，得4分。
		绩效指标明确性	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指标设置的明确化情况。	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； 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。	全部满足，得6分；每一个小点满足得2分。	6	4	设置了较为清晰的绩效目标，但是不够全面，部分指标未设置目标值，得4分。
资金投入	预算编制科学性	预算编制科学性	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，用以反映和考核项目预算编制的科学性、合理性情况。	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。	全部满足，得4分；每一个小点满足得1分。	4	4	预算编制科学合理，执行率为99.55%，测算依据充分，投入力度和任务匹配，得4分。
		资金分配合理性	项目预算资金分配是否合理，与补助单位或地方实际是否相适应，用以反映和考核项目预算资金分配的合理性情况。	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。	全部满足，得4分；每一个小点满足得2分。	4	4	资金分配合理，分配依据清晰，得4分。

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明	评分标准	分值	评价得分	得分说明
过程	资金管理	资金到位率	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）×100%。 实际到位资金：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。	得分=资金到位率*4分。	4	4	资金到位率是100%，得4分。
		预算执行率	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）×100%。 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。	得分=预算执行率*4分。 预算执行率低于30%的（不含30%），该指标得分为0，且项目评级不能为优、良。	4	4	预算执行率253.86/255=99.55%，得4分。
		资金使用规范性	项目资金使用是否符合相关的财务管理制度的规定，用以反映和考核项目资金的规范运行情况。	评价要点： 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办法的规定； ②资金的拨付是否有完整的审批程序和手续； ③是否符合项目预算批复或合同规定的用途； ④是否存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况。	全部满足，得4分；若④不满足，该项不得分；在④满足的前提下，其他每一个小点满足得1分。	4	4	项目符合相关财务管理规定，资金拨付手续完整，符合项目用途，不存在挤占等现象，得4分。
		管理制度健全性	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。	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。	全部满足，得2分；每一个小点满足得1分。	4	2	项目依据上级财务管理制度实施，未能制定项目本身的业务管理制度，得2分。
	组织实施	制度执行有效性	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是否遵守相关法律法规和相关规定； ②项目调整及支出调整手续是否完备； 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； ④项目实施的人员条件、场地设备、信息支撑等是否落实到位。	全部满足，得6分；满足①④各得1分，满足②③各得2分。	6	6	遵守相关法规，项目合同齐全，相关配套措施到位，得6分。

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明	评分标准	分值	评价得分	得分说明
产出	产出数量	汽车销售量	参与促销活动车企在活动期间的销售汽车数量。	评价要点： 在活动期间汽车销售的数量是否超过1100辆。	超过1100辆，得满分，未超过1100辆，每小于50辆扣1分，扣完为止。	4	4	车企促销活动期间成交车辆1157辆，得4分。
		汽车销售额	参与促销活动车企在活动期间的销售额。	评价要点： 在活动期间汽车销售额是否超过1.9亿。	超过1.9亿元，得满分，未超过1.9亿元，每小于0.1亿元扣1分，扣完为止。	4	4	项目活动期间成交额1.93亿元，得4分。
	产出质量	宣传曝光率	汽车促销活动宣传是采用了多种形式的宣传方式。	评价要点： ①汽车促销活动宣传是否采用了至少五种以上、线上线下相结合的宣传方式； ②汽车促销活动宣传线上宣传知晓率是否达到全区总人口50%以上。 ③汽车促销活动是否结合疫情防控实际需要，制定了相对应的促销方式。	全部满足，得6分，每满足一个小点得2分。	6	4	项目未能采用五种以上的宣传方式，活动知晓率达到全区总人口的50%以上，符合疫情防控要求，得4分。
		参与活动车企覆盖率	参加汽车促销活动的车企占全区车企数量的比例。	评价要点： ①参与活动的车企营业执照注册地是否都在西区； ②参与活动的车企是否占到全区车企数量的80%。 参与促销活动车企覆盖率=（参与促销活动车企数量/全区车企数量）×100%。	全部满足，得4分；满足第②项得1分，参与促销活动车企覆盖率小于1个百分点扣1分，扣满3分为止。	4	2	据不完全统计，西区车企约70家左右，参与活动有41家车企，实际获得补助的是30家车企，未能达到80%比例，得2分。
产出时效	补助审核通过率	车企提交补助的车辆数量和审核通过的补助车辆数量的比率。	车企提交补助的车辆数量和审核通过的补助车辆数量的比率。	评价要点： 补助审核通过率是否达到90%； 补助审核通过率=（发改局审核通过补助的车辆数量/参与活动的车企提交的补助车辆数量）×100%。	补助通过率超过90%的，得满分；每小于1个百分点扣1分，扣满4分为止。	4	4	30家车企提交1219辆车，实际补助1157辆，补助审核通过率94.91%，得4分。
		完成及时性	项目实际完成时间与计划完成时间之间的比较，用以反映和考核项目产出时效目标的实现程度。	评价要点： 实际完成时间：项目实施单位完成该项目实际所耗用的时间。 计划完成时间：按照项目实施计划或相关规定完成该项目所需的时间。	按时完成得满分，延期完成根据情况酌情扣分。	4	4	项目按照预定时间完成，得4分。
	限额以上车企销售额增长	全区整年度限额以上车企销售额近三年的增长情况。	评价要点： ①限额以上车企近三年的销售总额连续增长； ②限额以上车企近三年的销售额均高于60亿元以上。	全部满足，得4分，每满足一个小点得2分。	全部满足，得4分，每满足一个小点得2分。	4	2	2018年限额以上车企67.11亿元；2019年限额以上车企63.09亿元；2020年限额以上车企60.5亿元，得2分。

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明	评分标准	分值	评价得分	得分说明
效益	效益	车辆销售额占社会消费支出比重	全区年度汽车车辆销售额占年度消费支出的比重。	评价要点： ①全区年度汽车车辆销售额占社会消费支出比重是否大于35%； ②全区年度汽车车辆销售额/社会消费支出）×100%。	车辆销售额占社会消费支出比重大于35%，得2分，每高出1个百分点，加1分，总分不超过4分；小于35%，不得分。	4	4	2020年西山区社会消费品零售总额118.20亿元，限额以上企业零售额60.5亿元，比重高达51.18%，高于中山市35%的比重，得4分。
	社会效益	车企良好运行	考察全区车企经销商运行是否良好。	评价要点： ①全区未出现经营五年以上的车企经销商大规模倒闭现象； ②全区车企经销商经营规模未出现大面积缩减。	全部满足，得4分，每满足一个小点得2分。	4	4	车企良好运行，无大规模倒闭现象，得4分。
		消费者获利	考察消费者购买补贴车辆是否低于日常销售价格。	评价要点： 消费者购置的车辆获得了利益，能够低于日常销售价格购置到车辆。	满足得4分，不满足不得分。	4	4	消费者获得实际利益，购车享受到优惠价，得4分。
	可持续影响	可持续影响	项目后续运行及成效发挥的可持续性影响情况。	评价要点： 项目实施是否具有可持续性，对西山区汽车产业的发展是否起到了积极影响。	项目具有可持续性且对产业发展起到积极影响，得4分，其他情况酌情给分。	4	4	2020年全区年度汽车销售额占年度消费支出的比重高达51.18%，产业带动能力显著，具有可持续性，得4分。
	满意度	受众群体满意度	车企和消费者对项目实施效果的满意程度。	评价要点： 车企和消费者对汽车促销活动的满意度。	满意度高于90%，得6分，每小于1个百分点，扣0.5分。	6	6	通过随机电话调查15名消费者，消费者对专项的满意度为92%，得6分。
综合得分（满分100分）		备注：“优秀”等次：100-90分；“良好”等次：89-80分；“合格”等次：79-60分；“不合格”等次：60分以下。			100	90	优秀	