

2024 年度重点项目支出绩效评价报告

项目名称：2024 年广交会深圳交易团组展服务项目

项目单位：深圳市商务局

主管部门：深圳市商务局

目 录

一、项目基本情况	1
（一）项目概况	- 1 -
（二）项目绩效目标	3
二、绩效评价工作开展情况	3
（一）绩效评价目的、对象和范围	3
（二）绩效评价原则评价指标体系、评价方法、评价标准等	4
（三）绩效评价工作过程	5
三、综合评价情况及评价结论	6
四、绩效评价指标分析	6
五、主要经验及做法	8
六、存在的问题	11
七、相关建议	12
附件	13-22

重点项目支出绩效评价报告

为加强预算绩效管理，强化部门预算支出责任，提高财政资金使用绩效，根据《财政部关于印发<项目支出绩效评价管理办法>的通知》（财预〔2020〕10号）及《深圳市财政局关于贯彻落实全面实施预算绩效管理有关事项的通知》（深财绩〔2019〕5号）等文件，本单位对2024年广交会深圳交易团组展服务项目进行绩效评价工作。

一、项目基本情况

（一）项目概况

1. 立项背景及目的

中国进出口商品交易会（简称广交会），创办于1957年春季，每年春秋两季在广州举办，由商务部和广东省人民政府联合主办，中国对外贸易中心承办。广交会是中国历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、到会采购商最多且分布国别地区最广、成交效果最好的综合性国际贸易盛会，被誉为“中国第一展”。广交会加强了中国与世界的贸易往来，展示了中国形象和发展成就，是中国企业开拓国际市场的优质平台，是贯彻实施我国外贸发展战略的引导示范基地，已成为中国外贸第一促进平台，是中国外贸的晴雨表和风向标，是中国对外开放的窗口、缩影和标志。广交会的组织管理工作一直采用政府主导办展的机制，在组织形式上，国家层面由商务部统筹管理广交会的组展工作，地方层面则按“分片包干”的形式，由各

省、自治区、直辖市和计划单列市政府组成地方交易团负责所属行政区域广交会的组织、协调、管理及成交等工作。

2022 年 4 月，中国远东国际招标有限公司受深圳市商务局委托，就 2022 年广交会深圳交易团组展服务项目采用公开招标采购方式，确定中标供应商为深圳市对外经济贸易服务中心有限责任公司（招一管三），中标金额 494 万元。该项目为长期服务项目，合同期满可以续签，但合同履行最长期限不超过三十六个月。根据《深圳经济特区政府采购条例实施细则》、《深圳市商务局采购管理制度（2022 年修订版）》第二十二条的相关规定，深圳市商务局于 2024 年 4 月完成 2024 年广交会深圳交易团组展服务项目合同续签程序，并挂网公示。

2. 项目资金来源及使用情况

2024 年广交会深圳交易团组展服务项目为一般性项目，项目经费来源为深圳市商务局部门预算。根据《中共深圳市商务局党组会重大问题会议纪要》（深商务党组重〔2024〕4 号之二）议题五（办公室《关于提请审议 2024 年一般性经费预算大额资金项目的请示》），2024 年广交会深圳交易团组展服务项目预算金额为 494 万元。

截至 2024 年 12 月 31 日，按照合同约定，深圳市商务局已支付服务款 444.60 万元，剩余服务尾款将根据实际结算情况支付。

3. 项目内容

根据广交会的工作进度安排和工作任务要求，完成 2024 年第 135 届及第 136 届广交会深圳交易团的组展服务工作，保

障深圳交易团顺利完成参展任务。具体服务内容包括：1. 参展申请受理；2. 展位安排；3. 展位布置；4. 证件办理；5. 第 135 届和第 136 届广交会线上展服务；6. 展前工作会议；7. 费用代缴；8. 编制第 135 届及第 136 届广交会深圳交易团参展指南；9. 第 135 届和第 136 届广交会线上展服务；10. 展前工作会议；11. 签署责任书；12. 第 135 届及第 136 届广交会线下展现场服务；13. 完成第 135 届和第 136 届广交会深圳交易团工作总结；14. 品牌企业推荐工作；15. 广交会系统运维管理；16. 信息咨询服务；17. 其他工作。

4. 项目组织架构

本项目的相关方包括深圳市商务局及深圳市对外经济贸易服务中心有限责任公司。

深圳市商务局是项目主管单位和预算单位，负责项目预算申请、资金拨付、组织实施，以及对资金使用情况 and 项目实施情况进行监督考核。

深圳市对外经济贸易服务中心有限责任公司（以下简称深圳市对外经贸服务中心）是项目服务单位，负责 2024 年广交会深圳交易团组展服务工作的具体实施。

（二）项目绩效目标

长期目标：助力深圳外贸企业拓展国际市场，抓取订单，充分发挥广交会贸易促进重要作用。

年度目标：组织不少于 2000 家次企业参加 2024 年春、秋两届广交会（即第 135、136 广交会）。

项目具体绩效指标如下：

一级指标	二级指标	三级指标	指标值
产出指标	数量指标	参展企业家数	2000 家次
	质量指标	核定合规、符合条件的企业进场参展率	100%
	时效指标	135 届及 136 届广交会组织服务完成时间	2024 年 6 月底前、2024 年 12 月底前
	成本指标	项目成本控制率	≤ 100%
效益指标	经济效益指标	意向订单成交额	≥ 10 亿美元
	社会效益指标	企业对外贸政策知晓度	有效提高
满意度指标	服务对象满意	用户满意度	≥ 85%

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

本次绩效评价的主要目的是全面了解本项目资金的投入、使用与管理是否必要和合规、项目的日常管理情况、项目单位的实施情况、项目是否取得了预期的绩效目标和社会效益。通过上述评价工作，总结项目的经验和教训，提出切实可行的建议和改进措施，促进财政预算的科学化和合理化。评价对象为 2024 年广交会深圳交易团组展服务项目，评价范围包括(1)决策情况；(2)资金管理和使用情况；(3)相关管理制度办法的健全性及执行情况；(4)实现的产出情况；(5)取得的效益情况；(6)其他相关内容。

（二）绩效评价原则、评价指标体系、评价方法、评价标准等

1、绩效评价原则

根据《财政部关于印发<项目支出绩效评价管理办法>的通知》（财预〔2020〕10 号）文件要求，本次绩效评价遵循以下

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、低效要减压、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。

2. 评价指标体系

本次绩效评价主要参照财政部印发的《项目支出绩效管理办法》（财预〔2020〕10号）的“项目支出绩效评价指标体系框架”，并结合项目实际进行绩效评价指标的细化和分值设定。设置一级指标4个，二级指标13个，三级指标25个。一级指标分为项目决策、过程管理、项目产出、项目效益四个维度。

根据该项目的特点，一级指标体系的权重分别为：项目决策18%、过程管理22%、项目产出45%、项目效益15%，指标体系及其评价结果详见附件绩效评价指标表。

3. 评价方法

根据《财政部关于印发<项目支出绩效评价管理办法>的通知》（财预〔2020〕10号）文件的指导意见，本次绩效评价采用的评价方法中主要包括：成本效益分析法、比较法、因素分析法、调查取证法以及其他适用方法。绩效评价结果采取评分和评级相结合的方式，具体分值和等级可根据不同评价内容设定。总分一般设置为100分等级一般划分为四档：90(含)-100分为优、80(含)-90分为良、60(含)-80分为中、60分以下为差。

4. 评价标准

此次绩效评价标准包括计划标准、行业标准、历史标准等，用于对绩效指标完成情况进行比较。

（三）绩效评价工作过程

1. 基础数据整理和分析

评价工作组根据相关单位反馈的数据，对本项目决策情况、过程管理情况和项目绩效执行情况进行整理和分析。

2. 指标评分

评价工作组根据收集和整理的基础数据，对比工作方案中制定的绩效评价指标体系，根据评分标准对各项指标进行打分，并制定综合评分表和评价底稿，对指标体系中的得分和扣分情况进行说明。

3. 撰写绩效评价报告

根据基础数据和综合评分表，评价工作组基于相关数据和资料完成绩效评价报告的撰写。

三、综合评价情况及评价结论

该项目目标明确，具有可实行可考核的量化指标，项目立项审批、资金使用、项目组织管理符合规定，项目管理严格，资料手续齐全，服务对象及群众满意度较高，达到了预期目标。经综合评定，2024 年广交会深圳交易团组展服务项目综合评价得分为 95.4 分，绩效评级为“优”（具体评分表见附件）。

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况。包括立项必要性、依据充分性、程序合规性、投入经济性、预算编制规范性、绩效目标合理性、实施方案可行性等。

本项目符合国家、省、市“十四五”规划，项目立项符合国家、省部级政策要求，与深圳市商务局“拟订并组织实施会展、电子商务、商务服务等发展规划和政策措施。负责会展业管理。”职责相一致，立项依据充分。项目按规定程序申请设立，提交的材料符合法规要求，项目立项程序规范。项目绩效目标可细化、可量化、可衡量。项目绩效与预算确定的项目资金量相匹配。项目预算单位在编制预算时，参考以往年度的预算进行安排，并以项目所需企业服务费、系统运维管理费、线下展现场服务保障费用等必要成本费用为依据，预算测算依据充分，确定的项目资金额与工作任务相匹配。

（二）项目过程情况。包括体制机制、组织协调、职责分工和人员管理的合理性，业务和财务管理制度的健全性和执行的有效性，以及资金分配合理性、资金到位及时性、预算执行效率性和资金使用合规性等。

本项目过程管理规范有序，体制机制健全合理。项目建立

“组长统筹—小组长分区—组员执行”三级组织架构，明确划分 A/B/C/D 馆责任区域，布展期按《展位巡查表》开展地毯式检查，开展期组建联合检查小组交叉复查；人员管理严格执行每日两报、重大问题 10 分钟上报机制，确保分工到岗、责任到人。业务管理制度方面，严格遵循《广交会项目业务流程》24 项标准化节点，涵盖展位申请初审、评分、公示、证件办理、展中巡查及纠纷处理、展后工作总结全流程，其中楣板核对、违规材料取证等关键环节均按《展位检查工作守则》规范操作。资金管理方面，预算 494 万元全额按时到位，资金到位率 100%；严格按合同支付服务款，未发生虚列支出、挤占挪用或超标准支出情况，资金使用合规性得到有效保障。

（三）项目产出情况。包括产出数量完成率、质量达标率、完成及时性和成本节约率等。

产出数量方面，第 135 届及 136 届广交会，线下展深圳参展企业数分别为 1331 家和 1484 家，参展展位数分别为 3389 个和 3398 个；此外按展区计算，线上展企业分别为 1533 家和 2255 家。线下展及线上展合计参展企业家数为 6603 家次，远高于年度绩效目标值 2000 家次。2024 年组展期间及广交会期间，深圳市交易团针对参展企业组织培训及会议活动 9 次，项目目标数量完成率 100%。

产出质量方面，第 135 届及 136 届广交会，核定合规、符合条件的参展企业数分别为 1331 家和 1484 家，全部顺利参展，进场参展率 100%。按照广交会组委会要求，深圳交易团在指定时间内组织参展企业上传企业信息及展品图片到广交会云展

厅系统。第 135 届广交会参展企业共计上传展品 10 万余件，第 136 届广交会参展企业上传展品 25 万余件，上传率达 100%。

按照绩效目标设定，深圳交易团开展申请受理和初审工作；筹展期组织企业参加广交会业务培训、举办展前工作会议及相关工作；完成展期线上、线下展位使用情况的检查工作，成交统计与调研工作。展会结束后，对展出情况、展览效果及相关数据，完成广交会深圳交易团工作总结报告，上报商务部和市商务局。135 届及 136 届广交会组展服务工作在预定时间内完成，完成及时性 100%。

成本节约方面，项目按成本目标予以实施投入，资金到位率有 100%，将有限的资金用好，严格按项目资金使用办法审批程序，预算控制率 $\leq 100\%$ 。

（四）项目效益情况。包括经济效益、社会效益、生态效益、可持续影响等。

1. 经济效益：第 135 届广交会期间，深圳交易团累计达成出口意向订单 25881 笔，实现意向成交额 16.28 亿美元；第 136 届广交会期间，深圳交易团累计达成出口意向订单 22079 笔，实现意向成交额 17.21 亿美元。2 届广交会期间，深圳交易团累计达成出口意向成交额合计 33.49 亿美元，高于年度绩效目标值 10 亿美元。

2. 社会效益：（1）深圳交易团建立了以深圳交易团系统为中心，官方网站、微信公众号、短信为辅助的广交会综合信息服务网络，快速传达广交会组展服务工作各项信息资讯，积极宣传深圳市商务局各项外贸优质增长扶持政策，有效提高了

外贸企业对外贸政策知晓度。（2）第135届及136届广交会，深圳交易团通过交易团官网、微信公众号、短信、电话等方式完成参展企业组展环节各项通知、信息传达服务，接受企业各类广交会业务咨询。2024年广交会深圳交易团组展服务工作得到企业的支持和认可，无一例企业投诉事件发生。

五、主要经验及做法

（一）坚决落实商务部展位使用管理规定，加强广交会展位管理，严厉打击展位倒卖行为，确保企业合规参展

为提升参展质量，进一步优化展位查处机制，完善展位使用管理相关制度，加大力度打击“黑中介”的要求，深圳交易团将广交会展位检查作为组展服务重点工作内容，坚决落实广交会展位使用管理规定。广交会深圳交易团重点从以下方面开展工作：

1. 优化参展资格标准，筛选组织优质企业参展。为提高广交会参展水平，更高效的利用有限展位资源，深圳交易团根据《广交会出口展一般性展位评审标准》要求，结合深圳地区实际情况，制定了《第135/136届广交会深圳交易团一般性展位数量安排工作的通知》，并向所有参展企业公布，详细说明企业得分依据及细则。深圳交易团通过交易团平台系统，公正客观地为每家申请企业进行评分并按照分数高低进行排序，企业所得分数是展位安排的重要依据。在展位安排阶段，深圳交易团在结合申请企业客观得分基础上综合考量企业实际经营情况、外汇管理、中信保参保、企业纳税、广交会参展表现及展位需求等情况为企业合理安排展位。在同等资质条件下，筛选

专精特新、高新技术、单项冠军等优质特色企业参展，让有限的线下展位资源向行业细分龙头、自主品牌企业 and 创新型企业倾斜，尽可能为优质企业及生产型企业提供参展机会，助力外贸质升量稳。

2. 积极落实展位管理规定，全面加强展位管理力度。广交会深圳交易团对现有的展位管理工作进行梳理和优化，重点从以下三个方面开展工作：一是加强内部管理。做好交易团内部工作人员的廉政建设工作，提高工作人员责任心，建立责任制签订内部责任书，实行检查责任到人制；二是强化外部宣贯力度。通过召开展前工作会议，向参展企业重点强调广交会展位使用管理规定及惩处力度。同时，通过微信公众号等方式持续向企业发布关于广交会展位使用管理规定内容及深圳交易团对参展企业相关要求，强化企业安全参展意识，提醒企业严格按照广交会展位使用管理规定要求，合法合规参展；三是监督企业完成展位负责人填报，拟定并要求企业签署《深圳交易团参展企业责任承诺书》，提醒企业严格按照广交会相关管理规定参展。

（二）通过广交会深圳交易团网上业务平台，为参展企业提供精准、便捷、高效的组展服务

为更好地精准高效服务参展企业，深圳市对外经济贸易服务中心自主研发建立了“广交会深圳交易团业务平台系统”，一是可以实现与广交会易捷通系统的对接，完成数据同步；二是深圳企业可通过交易团平台系统线上完成展位申请，资料提交、展位分配结果查询、证件申请及费用缴纳等功能；三是通

过交易团平台系统收集企业展位申请信息，建立企业信息数据库。通过系统的功能模块对申请企业资质进行综合评分，便捷地对企业进行评估，科学公正地开展展位安排工作。“广交会深圳交易团业务平台系统”通过一站式服务不仅为企业办理参展手续提供了便利，也极大提高了交易团的组展效率。

（三）建立综合信息服务网络，实现广交会组展信息快速传达

深圳交易团作为大规模交易团，组展信息的及时发布与传达尤为重要。深圳市对外经济贸易服务中心除公司官网外，还建立了广交会深圳交易团的微信公众号，第一时间推送和发布广交会最新的通知和信息。如有重要通知，还通过短信平台及人工电话的方式，确保每一家参展企业及时获得重要的组展信息和通知，顺利办理参展事宜。此外，深圳市对外经济贸易服务中心还通过问卷星等软件服务，与参展企业间实现信息采集和互动反馈，实现了广交会组展服务工作各项信息资讯的快速顺利传达，保证了广交会各环节组展服务工作的顺利实施。

（四）积极组织深圳企业参与各类宣传活动，多元化提升深圳企业国际市场知名度

135 届广交会期间，深圳交易团共组织动员 9 家企业报名参加新品首发首秀活动，2 家企业报名“贸易之桥”宣传活动，216 家次企业参与企业与展品宣传系列及优质企业推荐活动，8 家企业参报名参与 2024 年广交会设计创新奖（CF）评选。

136 届广交会期间，深圳交易团协助大会积极动员参展企业报名参加各类宣传及贸易对接活动。其中，共组织 24 家企

业、30 个产品报名参加新品发布活动，组织并向大会推荐 54 家重点亮点企业及其宣传资料，20 家企业报名“贸易之桥”、“好宝好妮探广交”等宣传活动。通过这些活动，企业与采购商之间的沟通更加顺畅，贸易合作的机会大大增加。

深圳交易团通过多样化的宣传途径，全方位展示深圳企业的产品优势与企业风采，极大地提升了深圳企业在国际市场的知名度。

六、存在的问题

部分绩效指标设置合理性不够，如产出数量指标目标值为参展企业家数 ≥ 2000 家次，该指标解释为第 135 届与第 136 届广交会每届不少于 1000 家次，2 届合计不少于 2000 家次。实际上第 135 届及 136 届广交会，线下展深圳参展企业数分别为 1331 家和 1484 家，参展展位数分别为 3389 个和 3398 个；此外按展区计算，线上展企业分别为 1533 家和 2255 家。线下展及线上展合计参展企业家数 6603 家次，远高于目标值 2000 家次。指标的实际完成度较高，因广交会展馆扩增等原因导致设置的目标值与实际存在一定偏差，目标值设置合理性不够。

七、相关建议

针对绩效评价中发现的产出数量指标目标值（参展企业家数 ≥ 2000 家次）设置与实际完成值（6603 家次）存在较大偏差的问题，建议在后续年度设置绩效目标时，应更充分地结合广交会发展趋势及展馆实际容纳能力等客观因素进行科学预判。可参考近年实际参展规模，并考虑线上线下展模式并行发展的特点，合理区分或合并设定指标目标值。同时，加强目标

值设定前的论证分析，确保其符合“指向明确、细化量化、合理可行、相应匹配”的原则，提升目标设定与实际工作的契合度，使绩效目标能更准确地反映项目实施预期并有效发挥考核引导作用。

附件： 1. 2024 年度重点项目支出绩效评分表
2. 项目支出绩效评价指标体系

2024 年度重点项目支出绩效评分表

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	标杆值	评分标准	得分	评分说明
A 项目决策 (18 分)	A1 项目立项 (6 分)	A11 立项依据充分性	考察政策文件支持度，是否与国家、省、市有关法律法规、战略规划、工作计划、相关政策文件的基本要求和发展目标相符合，反映项目设立符合发展需要。	3	充分	①项目立项符合相关政策要求（国家、省部级或市级政策依据）；②项目立项符合国家、广东省、深圳市发展规划；③项目与部门职责范围相符，属于部门履职所需。以上 3 项每项占权重的 1/3，符合得到相应权重分，否则不得分。	3	①项目立项符合《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》（国办发〔2022〕18 号）、《商务部关于印发支持外贸稳定发展若干政策措施的通知》（商贸发〔2022〕152 号）、《广东省商务厅关于印发广东省 支持外贸稳定发展实施方案的通知》（粤商务厅字〔2022〕26 号）等国家、省部级政策要求；②项目符合国家、省市“十四五”规划；③本项目与市商务局的“拟订并组织实施会展、电子商务、商务服务等发展规划和政策措施。负责会展业管理。”职责相一致，立项依据充分。
		A12 立项程序规范性	考察项目立项申请、设立过程是否符合相关要求，反映项目立项的规范情况。	3	规范	①项目按照规定的程序申请设立；②实施开展必要的可行性论证或群体决策；③所提交的文件、材料符合相关规定要求。以上 3 项每项占权重的 1/3，符合得到相应权重分，否则不得分。	3	广交会深圳交易团组展服务项目于 2022 年完成单一来源政府采购程序，招一管三，合同一年一签，合同履行最长期限不超过三十六个月。根据《深圳经济特区政府采购条例实施细则》、《深圳市商务局采购管理制度（2022 年修订版）》第二十二条的相关规定，深圳市商务局于 2024 年 4 月完成 2024 年广交会深圳交易团组展服务项目合同续签程序，并挂网公示。本项目按规定程序申请设立，提交的材料符合法规要求，项目立项程序规范。
	A2 绩效目标 (6 分)	A21 绩效目标合理性	考察项目所设定绩效目标是否依据充分，是否符合客观实际，用以反映和考核绩效目标和项目实施相符情况。	3	合理	①项目绩效目标与实际工作内容具有相关性；②项目预期产出效益和效果符合正常业绩水平；③项目绩效目标和项目资金量相匹配。以上 3 项每项占权重的 1/3，符合得到相应权重分，否则不得分。	3	①项目年度绩效目标是组织不少于 2000 家次企业参加 2024 年春、秋两届广交会，与部门职责具有关联性；②项目所有预期产出、结果符合正常的业绩水平；③项目绩效与预算确定的项目资金量相匹配。
		A22 绩效目标明确性	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目标的明细化情况。	3	明确	①绩效目标细化分解为具体绩效指标；②绩效指标清晰准确，指标值可衡量；③绩效指标与项目目标任务数或计划数相对应。以上 3 项每项占权重的 1/3，符合得到相应权重分，否则不得分。	3	项目绩效目标细化分解为一级指标 3 项，二级指标 7 项，三级指标 7 项；所有绩效指标均可量化或可说明；绩效目标与项目目标任务数相匹配。

A 项目决策 (18 分)	A3 资金投入 (6 分)	A31 预算编制合理性	考察项目预算编制是否合理，项目预算内容与项目内容匹配；项目预算细化、完整，计算准确；	3	合理	①预算额度测算依据是否充分，按照标准编制；②预算确定的项目投资额或资金量与工作任务相匹配；以上 2 项每项占权重的 1/2，符合得到相应权重分，否则不得分。	3	本项目预算单位在编制预算时，参考以往年度的预算进行安排，并以项目所需企业服务费、系统运维管理费、线下展现场服务保障费用等必要成本费用为依据，测算得出预算费用为 494 万元。预算测算依据充分，确定的项目资金额与工作任务相匹配。本指标满分 3 分，根据评分标准得 3 分。
		A32 资金分配合理性	项目预算资金分配是否有测算依据，用以反映和考核项目预算资金分配的科学性、合理性情况	3	合理	①预算资金分配依据充分；②资金分配额度合理，与年度产出目标相匹配；以上 2 项每项占权重的 1/2，符合得到相应权重分，否则不得分。	3	本项目预算资金总额度是依据组展工作所需各项成本费用计算得出，资金分配依据充分；资金分配额度合理，与年度产出目标相匹配。
	小计			18			18	
B 过程管理 (22 分)	B1 投入管理 (7 分)	B11 预算执行率	考察项目预算执行的进度，用以反映项目预算执行情况。	4	100%	根据预算执行率=(实际执行金额/调整后预算金额)*100%进行评分。预算执行率 100%得满分，每降低 1%扣除对应权重的 5%，扣完为止。	2	项目预算批复金额为 494.00 万元，合同金额 494.00 万元，2024 年已执行金额 444.60 万元，预算执行率=444.60/494.00*100%=90.00%，计 2 分。
		B12 资金到位率	实际到位资金和计划投入资金的比率，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。	3	100%	资金到位率=(实际到位资金/计划投入资金)×100%。资金到位率 100%得满分，每降低 1%扣除对应权重的 5%，扣完为止。	3	项目预算批复金额 494.00 万元，根据《2024 年广交会深圳交易团组展服务项目购买合同》及补充协议，截至 2024 年 12 月 31 日，深圳市商务局应付项目服务款 444.60 万元，实际已付 444.60 万元，资金到位率 100%。
	B2 财务管理 (7 分)	B21 财务管理制度健全性	考察财务管理制度是否健全，完善、有效，用以反映和考核财务管理制度对资金规范、安全运行的保障情况。	3	健全	①是否已制定或具有相应的财务管理制度；②财务管理制度是否合法、合规、完整。以上 2 项每项占权重的 1/2，符合得到相应权重分，否则不得分。	3	该项目为一般性项目，项目经费来源为深圳市商务局部门预算。故资金管理依照单位内部财务管理制度和审计制度执行，财务管理制度健全。
		B22 资金使用合规性	考察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。	4	合规	①资金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；②资金拨付有完整的审批流程和手续；③符合项目预算批复规定的用途，专款专用，单独管理；④不存在截留、挤占、挪用、虚列支出等情况；以上 4 项每项占权重的 1/4，符合得到相应权重分，否则不得分。	4	深圳市商务局和服务商深圳市对外经济贸易服务中心遵循资金使用管理办法的要求，资金拨付使用有完整审批程序，符合预算批复用途，未发现挪用专项资金的现象。根据评分标准得 4 分。

B 过程管理 (22 分)	B3 组织实施 (8 分)	B31 政府采购规范性	考察采购程序是否合规，采购过程各环节是否执行了有关制度规定及采购合同订立的规范性。	2	规范	①采购程序合规；②采购合同订立规范。两项均符合得权重分 100%，每项占权重的 1/2，符合得到相应权重分，否则不得分。	2	根据《深圳经济特区政府采购条例实施细则》、《深圳市商务局采购管理制度（2022 年修订版）》第二十二条的相关规定，深圳市商务局于 2024 年 4 月完成 2024 年广交会深圳交易团组展服务项目合同续签程序，并挂网公示。项目服务采购合同于 2024 年 5 月订立。项目采购程序合规，采购合同订立规范。本指标满分 2 分，根据评分标准得 2 分。
		B32 项目管理制度健全性	考察项目的业务管理制度是否健全，用以反映和考核财务业务管理制度对项目顺利实施的保障情况。	3	健全	①项目已制定或具有相应的业务管理制度；②业务管理制度合法、合规、完整。两项均符合得权重分 100%，每项占权重的 1/2，符合得到相应权重分，否则不得分。	2	该项目未制订专门的业务管理制度。项目双方依照招标投标资料、《2024 年广交会深圳交易团组展服务项目合同》及补充协议的有关条款要求，明确项目各时间节点应履行任务，指导组展工作的具体实施。项目管理制度不够健全，该指标满分为 3 分，根据评分标准得 2 分。
		B33 制度执行有效性	考察项目实施是否符合相关管理制度规定，用以反映和考核相关管理制度的有效执行情况。	3	有效	①项目遵守相关法律法规和业务管理制度规定；②采取项目质量检测、验收等必需的控制措施和手段。以上 2 项每项占权重的 1/2，符合得到相应权重分，否则不得分。	3	在项目实施过程中，深圳市商务局依照合同及招标投标资料的要求，对深圳市对外经济贸易服务中心组展服务工作进行指导监督检查；深圳对外经济贸易服务中心严格按照相关规定，分别开展参展申请受理、展位安排、企业培训活动、展前工作会议、广交会系统运维管理、政策宣传、问卷调查等工作。项目制度执行有效。
	小计			22			19	
C 项目产出 (45 分)	C1 项目数量 指标(15 分)	C11 参展企业家数	评价广交会深圳展团参展情况。	5	2000 家次	2 届广交会深圳展团参展企业家数≥2000 家次，得满分；否则不得分。	5	第 135 届及 136 届广交会，线下展深圳参展企业数分别为 1331 家和 1484 家，参展展位数分别为 3389 个和 3398 个；此外按展区计算，线上展企业分别为 1533 家和 2255 家。线下展及线上展合计参展企业家数为 6603 家次，远高于目标值 2000 家次。
		C12 培训及会议活动次数	评价培训及会议活动开展情况。	5	2 次	开展培训及会议活动次数≥2 次，得满分；否则不得分。	5	2024 年组展期间及广交会期间，深圳市对外经济贸易服务中心针对参展企业组织培训及会议活动 9 次，目标值为 2 次，完成率 450%。该指标满分为 5 分，根据评分标准得 5 分。
		C13 企业调查问卷数	评价广交会期间参展企业调研数据收集情况。	5	2000 份	收集企业调查问卷数≥2000 份，得满分；否则不得分。	5	2024 年组展期间及广交会期间，为配合国家发改委、中国外贸中心、市商务局等单位调研工作，深圳市对外经济贸易服务中心共完成 15 个专题约 11200 份企业调查问卷的数据收集，目标值为 2000 份，完成率 560%。

C 项目产出 (45 分)	C2 项目质量 指标(15 分)	C21 企业进场参展率	指实际参展企业数量占核定合规、符合条件的企业数量的比例，反映参展企业到位情况。	5	100%	进场参展率达 100%得满分，每降低 1%扣除对应权重的 5%，扣完为止。	5	第 135 届及 136 届广交会，核定合规、符合条件的参展企业数分别为 1331 家和 1484 家，全部顺利参展，进场参展率 100%；
		C22 企业信息及展品图片上传率	评价企业信息及展品图片上传情况。	5	100%	上传率达 100%得满分，每降低 1%扣除对应权重的 5%，扣完为止。	5	按照广交会展委会要求，深圳交易团在指定时间内组织参展企业上传企业信息及展品图片到广交会云展厅系统。第 135 届广交会参展企业共计上传展品 16 万余件，第 136 届广交会参展企业上传展品 25 余万件，上传率达 100%。该指标满分为 5 分，根据评分标准得 5 分。
		C23 企业通报处罚率	指因展位使用违规被大会通报处罚的企业数量占参展企业总数的比例，反映服务商展位巡查管理情况。	5	<5%	企业通报处罚率<5%得满分，每上升 1%扣除对应权重的 5%，扣完为止。	3.4	第 135 届、第 136 届广交会深圳交易团线下展参展企业数分别为 1331 家、1484 家，当届被大会通报违规企业数分别为 14 家、18 家。第 135 届、第 136 届广交会深圳交易团合计被大会通报违规企业 32 家，占参展企业总数 2815 家的 11.37%，目标值为小于 5%。该指标满分为 5 分，根据标准得分=5-（11.37%-5%）*5*5=3.4 分。
	C3 项目时效 指标(10 分)	C31 第 135 届广交会组展服务完成时间	评价第 135 届广交会组展服务是否在 2024 年 6 月底前完成。	5	2024 年 6 月底前	2024 年 6 月底前完成组展服务，得满分；否则不得分。	5	2023 年 11 月 16 日广交会深圳交易团发布《关于组团参加第 135 届中国进出口商品交易会有关事项的通知》，135 届广交会深圳交易团组展工作正式启动，深圳市对外经济贸易服务中心开始展位申请受理和初审工作；2024 年 3 月 21 日开启第 135 届广交会企业系列专题培训课程；2024 年 3 月 28 日举办第 135 届广交会深圳交易团展前工作会议；第 135 届广交会于 2024 年 4 月 15 日-5 月 5 日在广州分三期举办。广交会结束后，深圳市对外经济贸易服务中心整理总结交易团展出情况、展览效果及相关数据，完成广交会深圳交易团工作总结报告，上报商务部和市商务局。2024 年 6 月底前第 135 届广交会组展服务工作结束。该指标满分为 5 分，根据评分标准得 5 分。
		C32 第 136 届广交会组展服务完成时间	评价第 136 届广交会组展服务是否在 2024 年 12 月底前完成。	5	2024 年 12 月底前	2024 年 12 月底前完成组展服务，得满分；否则不得分。	5	2024 年 5 月 9 日深圳市商务局发布《关于组织参加第 136 届中国进出口商品交易会有关事项的通知》（深商务通[2024]91 号），136 届广交会深圳交易团组展工作正式启动，深圳市对外经济贸易服务中心开始展位申请受理和初审工作；2024 年 9 月 4 日开启第 136 届广交会企业系列专题培训课程；2024 年 9 月 25 日举办 136 届广交会深圳交易团展前线上工作会议；第 136 届广交会于 2024 年 10 月 15-11 月 5 日在广州分三期举办。广交会结束后，深圳市

								对外经济贸易服务中心整理总结交易团展出情况、展览效果及相关数据，完成广交会深圳交易团工作总结报告，上报商务部和市商务局。2024 年 12 月底前第 136 届广交会组展服务工作结束。该指标满分 5 分，根据评分标准得 5 分。
	C4 项目成本指标 (5 分)	C41 项目成本控制率	考察项目在执行过程中实际支出是否控制在预算范围内。	5	≤100%	项目预算控制率≤100%，得满分；否则，不得分。	5	该项目预算批复金额 494.00 万元，截至 2024 年 12 月 31 日实际支付 90%的服务款 444.60 万元，剩余 10%尾款待验收合格后根据实际结算情况支付，预算控制率≤100%。
	小计			45			43.4	
D 项目效益 (15 分)	D1 经济效益 (5 分)	D11 意向订单成交额	评价广交会意向订单成交情况。	5	≥10 亿美元	2 届广交会意向订单成交额，≥10 亿美元，得满分；否则，不得分。	5	第 135 届广交会期间，深圳交易团累计达成出口意向订单 25881 笔，实现意向成交额 16.28 亿美元；第 136 届广交会期间，深圳交易团累计达成出口意向订单 22079 笔，实现意向成交额 17.21 亿美元。2 届广交会意向成交额合计 33.49 亿美元，远超目标值 10 亿美元。
	D2 社会效益 (5 分)	D21 企业对外贸政策知晓度	评价通过开展本项目，外贸企业对外贸政策了解有一定提高。	5	有效提高	项目有效提高外贸企业对外贸政策的了解程度，得满分；否则，不得分。	5	深圳市对外经济贸易服务中心建立了以深圳交易团系统为中心，官方网站、微信公众号、短信为辅助的广交会综合信息服务网络，快速传达广交会组展服务工作各项信息资讯，积极宣传深圳市商务局各项外贸优质增长扶持政策，有效提高了外贸企业对外贸政策知晓度。
	D3 满意度指标 (5 分)	D31 参展企业有效投诉率	考察企业对“广交会”组展环节各项通知、信息传达及企业咨询服务的满意程度。	5	<5%	参展企业有效投诉率<参展企业总数的 5%，得满分；否则，不得分。	5	第 135 届及 136 届广交会，深圳交易团通过交易团官网、微信公众号、短信、电话等方式完成参展企业组展环节各项通知、信息传达服务，接受企业各类广交会业务咨询。2024 年广交会深圳交易团组展服务工作得到企业的支持和认可，无一例企业投诉事件发生。
	小计			15			15	
	合计			100			95.4	

项目支出绩效评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明
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。
		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。
	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内容是否具有相关性； 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。

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明
决策	绩效目标	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目标的明细化情况。	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。
	资金投入	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。
		资金分配合理性	项目预算资金分配是否有测算依据，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科学性、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。
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总体保障程度。	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。

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明
		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。
过程	资金管理	资金使用合规性	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。	评价要点： 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。
	组织实施	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。
		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管理规定； 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。

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明
产出	产出数量	实际完成率	项目实施的实际产出数与计划产出数的比率,用以反映和考核项目产出数量目标的实现程度。	实际完成率=(实际产出数/计划产出数)×100%。 实际产出数:一定时期(本年度或项目期)内项目实际产出的产品或提供的服务数量。 计划产出数:项目绩效目标确定的在一定时期(本年度或项目期)内计划产出的产品或提供的服务数量。
产出	产出质量	质量达标率	项目完成的质量达标产出数与实际产出数的比率,用以反映和考核项目产出质量目标的实现程度。	质量达标率=(质量达标产出数/实际产出数)×100%。 质量达标产出数:一定时期(本年度或项目期)内实际达到既定质量标准的产品或服务数量。既定质量标准是指项目实施单位设立绩效目标时依据计划标准、行业标准、历史标准或其他标准而设定的绩效指标值。
	产出时效	完成及时性	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。	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。
	产出成本	成本节约率	完成项目计划工作目标的实际节约成本与计划成本的比率,用以反映和考核项目的成本节约程度。	成本节约率=[(计划成本-实际成本)/计划成本]×100%。 实际成本:项目实施单位如期、保质、保量完成既定工作目标实际所耗费的支出。 计划成本:项目实施单位为完成工作目标计划安排的支出,一般以项目预算为参考。

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	指标说明
效益	项目效益	实施效益	项目实施所产生的效益。	项目实施所产生的社会效益、经济效益、生态效益、可持续影响等。可根据项目实际情况有选择地设置和细化。
		满意度	社会公众或服务对象对项目实施效果的满意程度。	社会公众或服务对象是指因该项目实施而受到影响的部门（单位）、群体或个人。一般采用社会调查的方式。