

2023 年度促进汽车消费政策绩效评价报告

深圳市龙岗区财政局组建绩效评价小组，对深圳市龙岗区工业和信息化局（以下简称“区工信局”）负责的龙岗区 2023 年度促进汽车消费政策开展绩效评价，绩效评级为“中”。具体如下：

一、项目基本情况

为深入贯彻落实《广东省商务厅等 22 部门关于印发广东省进一步搞活汽车流通扩大汽车消费实施方案的通知》（粤商务厅〔2023〕6 号）、《广东省人民政府办公厅关于印发广东省加大力度持续促进消费若干措施的通知》（粤办函〔2022〕274 号）、《龙岗区支持市场主体纾困稳定经济增长若干措施》（深龙府规〔2022〕1 号）等文件的相关部署决策，刺激汽车消费，提振市场信心，拉动地区的社会经济增长，区工信局于 2023 年度出台“促进汽车消费政策”，通过开展五轮¹汽车消费活动，进一步鼓励市民加大汽车消费力度，调动消费者购车热情。

2023 年前三轮促进汽车消费活动共计安排预算 12,500 万元，未进行预算调整，实际支出 12,416.95 万元，预算执行率 99.34%。

二、主要成效

（一）通过发放补贴降低汽车购置成本，有效调动消费者购车积极性

在经济下行压力增大的背景下，龙岗区通过开展促进汽车消

¹ 截至评价基准日，第四轮和第五轮促进汽车消费活动的补贴尚未发放完毕，故本次只评价前三轮促进汽车消费活动。

费活动，针对购买不同车型、不同价位的个人消费者提供了真金白银的资金补贴，一定程度上降低了消费者的购车成本，刺激了消费者的购车欲望，调动了消费者购车积极性。

（二）通过多渠道公布补贴资金池余量，降低政策执行的信息不对称

一是通过官方网站，动态更新补贴额度。在促进汽车消费活动期间，通过区工信局门户网站发布补贴额度公告，及时告知消费者剩余补贴额度，一定程度上避免了消费者无效申报。二是合理运营社群，高效对接汽车经销商。区工信局通过微信群等社群平台，直接对接参与活动的汽车经销商，同步与消费者共享活动相关信息。三是设立咨询热线，为消费者答疑解惑。

（三）出台政策提振当地汽车消费市场，促进全年社零总额平稳增长

区工信局出台“促进汽车消费政策”，切分多轮促进汽车消费活动实施。活动围绕促进汽车消费，拉动地区的社会经济增长的目的，且呈现市级区级优惠可叠加使用、政企联动、政策设定清晰易懂三个特点，充分发挥财政服务保障作用，助推市场需求进一步释放，促进2023年龙岗区社会消费品零售总额平稳增长。

三、存在问题

（一）各区汽车购置补贴同期竞争，补贴内容设置同质性强，政策绝对吸引力被稀释

一是多区补贴同期出台，补贴政策“内卷”严重，本地政策

吸引力被稀释。2023年深圳市各区均发放汽车购置补贴，加码汽车零售市场，争抢潜在消费者，但促进汽车消费政策的同质性高，同期推出间接削弱了政策的绝对吸引力，也在一定程度上透支了未来的市场需求。二是各区补贴活动同质性高，汽车购置补贴竞争激烈，本地政策竞争力被削弱。各区补贴政策竞争激烈，部分兄弟区补贴政策优于龙岗区，本区汽车消费补贴政策的综合竞争力不强。

(二)各轮补贴活动条款不尽相同，补贴活动的可预见性差，政策的延续性犹显不足

一是各轮补贴活动出台生效时间较为仓促。每轮活动出台当日即生效，生效时间都较为仓促，且每轮活动持续时间也不一致，整体缺乏计划性和衔接性，也未能预留足够的政策宣传时间，根据调查问卷结果，政策知晓率仅为70%。二是各轮补贴活动的实施内容不完全一致，政策目标定位不够清晰。各轮活动的实施目的存在一定差异，政策整体目标定位不清晰，政策延续性犹显不足。

(三)汽车零售总额增量未达预期，保费补贴促消费作用薄弱，补贴政策拉动效果不佳

在拉动汽车零售额方面，年度新增汽车销售额未能完成市级下达任务。究其原因，一是部分其他市辖区购车补贴力度比龙岗区更大，稀释了龙岗区潜在购车群体和政策力度，降低了其对区域内汽车销售的促进作用。二是区工信局于2022年度先后开展

了两轮汽车补贴政策，补贴活动持续时间长，在一定程度上提前透支了购车需求。

在拉动本地保费方面，政策促进消费的效果不佳。一是保费补贴资金仍有结余，保费补贴资金使用率未达预期；二是保费补贴申报率较低；三是保费补贴对保费购买的刺激作用较小。购车时，为了保障自身和他人的安全，消费者会同步购买车险（强险和商业险），车和车险已经有一定的“绑定”关系，保费补贴对消费者购买保险的刺激作用无关大局。

（四）项目未针对性设置绩效目标，亦未全面设置绩效指标，难以切实反映资金效益

一是未及时调整专项资金绩效目标。根据该专项资金的《项目支出绩效目标申报表》，未见和该政策相关的绩效目标描述，区工信局未能及时调整专项资金的绩效目标，导致绩效目标难以涵盖专项资金主要支出方向，亦难以全面切实反映专项资金发挥的绩效作用。二是绩效指标设置的全面性不足。根据该专项资金的《项目支出绩效目标申报表》，该专项资金设置的绩效指标与促进汽车消费政策相关联的绩效指标数量少，且设置得笼统简单，难以全面反映政策的产出和效益。

五、相关建议

（一）购车补贴政策全市统筹，助推各区形成促进消费合力
针对购车补贴普惠性政策，建议：一是统一普惠性购车补贴政策的核心要素。市级相关部门应统一全市各区普惠性促进汽车

消费政策的核心要素，坚持促消政策普惠性，避免地区技术倾向性，推进地方政策与建设统一汽车大市场相互协同，形成促进消费合力，让更多产品、更多消费者享受到普惠性的政策红利。二是规范化购车补贴政策的制定及论证流程。建议由市级主管部门统筹做好政策出台前的论证及评估，充分收集各区级相关部门对各类促进消费政策的现状及政策实施建议，避免市、区两级同质性政策造成的财政资金浪费，亦能规避购车补贴政策排除、限制市场竞争等，进一步提升政策的公众认可度，维护市场竞争秩序和消费者权益，保障财政资金的高效使用。

（二）优化购车补贴政策设计，保证政策的科学可行性

一是综合考虑多方因素，保证补贴政策的可行性。优化购车补贴政策设计，既要充分考虑市场需求、消费者购买意愿等因素，合理分配资金额度，提高补贴资金的利用效率和政策的可持续性。同时，也需要密切关注补贴措施的实施效果，并根据实际情况动态完善，统筹处理好购车补贴政策的延续与优化，以达到最佳效果。二是重视补贴政策评估，增强补贴政策的科学性。一方面，完善购车补贴政策在出台前对相关单位、法律机构的意见征询，充分评估和考量购车补贴政策的效应、效率、可行性等，从而提升购车补贴政策的科学性与可执行性。另一方面，在购车补贴政策执行后，要强化结果评估，即对购车补贴政策实施所产生的实际效果和发挥作用进行评价，为后续政策的调整、修正、延续和终止提供重要依据。

（三）政策内容聚焦促进消费，多措并举激活消费需求

一是将政策内容聚焦于促进汽车消费本身。针对促进汽车消费中其他侧重产业激励的政策内容以及保险补贴等杠杆作用弱的政策内容给予剔除，确保促进汽车消费政策目的明确，聚焦于促进汽车消费本身。二是多措并举优化促进消费政策的侧重点。一方面，针对汽车类大宗消费品，在制定政策时既关注短期效果，也要考虑如何通过政策引导产业结构调整，以适应未来发展趋势。应立足本区发展实际情况，转变促进汽车消费的政策理念，从补贴政策的补贴方式和补贴环节等进行多方考虑及优化，全面激发大宗消费需求；另一方面，结合本区产业优势和居民消费趋势，综合考虑家居、电子产品、餐饮服务等生活服务消费方向设计促进消费政策，既能在本区打造促消费政策“组合拳”，亦能与其他市辖区形成促消政策“错位”。

（四）提升专项资金绩效管理，提高专项资金使用效益

一是全面编制专项资金绩效目标。在专项资金管理过程中，应全面发挥绩效在专项资金管理、分配、使用中的作用，严格绩效目标管理，对专项资金使用过程中产生的影响绩效目标的情况，如资金调剂等，及时申报调整，对专项资金绩效目标进行动态调整，确保绩效目标与支出方向相关联，且能涵盖主要支出子项，进而实事求是反映专项资金预期绩效水平。二是强化专项资金绩效指标编制。一方面，专项资金绩效指标编制应指向明确，既要与资金的支出方向、政策依据相关，亦要与资金的总体绩效目标高

度关联。另一方面，专项资金绩效目标编制要突出重点。绩效指标应涵盖政策目标、支出方向等主体内容，且应体现专项资金的主要产出和核心效果。