

合水县2021年电子商务进农村综合示范县项目支出项目支出绩效评价报告

一、项目基本情况

基本情况	项目名称	合水县2021年电子商务进农村综合示范县项目支出绩效评价		
	评价年度	2024年度	评价类型	财政评价
	委托评价单位	合水县财政局	评价机构名称	合水县工业信息化和商务局
	评价对象名称	合水县 2021 年电子商务进农村综合示范县项目		
实施目的	通过实施电子商务进农村综合示范县项目，促进农村电子商务产业快速发展，推动农村物流配送和网销网购大幅提高，实现快递全部配送到乡镇、基本配送到村，健全农村电子商务配套服务，推动与 “三农” 融合发展；同时提升农村商品流通现代化水平，拓宽农产品销售渠道，带动农村创业就业，为乡村振兴注入新动力。			
资金情况（万元）	预算安排资金	1500	实际到位资金	1000
	其中：省级财政		其中：省级财政	
	县级财政	0	县级财政	0
	实际支出资金	594. 44	结转结余资金	405. 56
	预算执行率	59. 444%		

二、部门绩效目标

年度绩效目标	1. 公共服务中心孵化入驻企业≥30 户，实际完成 32 户；2. 物流快递企业乡镇覆盖率≥100%，实际达 100%；3. 线上线下融合发展的重点企业≥90%，实际≥106%；4. 举办影响力较大的农产品促销活动≥10 次，实际完成 11 次；5. 打造培育县域农产品知名网货品牌≥10 个，实际完成 10 个；6. 引进高端电商人才≥10 人，实际完成 10 人；7. 培养当地电商讲师≥30 人，实际完成 30 人；8. 开展电商人才培养≥500 人次，实际完成 700 人次；9. 完成农产品“三品一标”认证≥5 个，实际完成 5 个（新报 2 个、续报 3 个）；10. 构建县、乡、村三级统一配送体系，从县级物流仓储中心到村级服务站配送时效≤3 天，实际 1 天；11. 成本控制率≤95%，实际符
--------	---

	合要求；12. 到 2024 年底，电子商务经营主体、各渠道网商数量同比增长 $\geq 10\%$ ，实际达 39.5%；13. 到 2024 年底，农产品网络销售额同比增长 $\geq 20\%$ ，实际达 23.6%；14. 带动农村青年、还乡大学生、返乡农民工、退伍军人、农村妇女、残疾人网络创业就业 $\geq 200$ 人，实际完成 210 人；15. 年电子商务交易数增长 $\geq 10\%$ ，实际达 20.1%；16. 服务对象满意度 $\geq 80\%$ ，实际达 85%。
--	--

### 三、评价基本情况

评价范围	合水县 2021 年电子商务进农村综合示范县项目涉及的县乡村三级公共服务体系建设、农村物流配送体系建设、农产品供应链及网络营销体系建设、农产品品牌培育、农产品线上销售及文旅融合发展、电商人才培育、项目监督审计等全部内容，覆盖全县 12 个乡镇、80 个行政村。
评价依据	1. 《中共甘肃省委 甘肃省人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》(甘发〔2018〕32 号)；2. 《中共庆阳市委办公室 庆阳市人民政府办公室关于全面实施预算绩效管理的通知》(庆办发〔2019〕52 号)；3. 《中共合水县委办公室 合水县人民政府办公室关于全面实施预算绩效管理工作实施方案的通知》(合办发〔2020〕16 号)；4. 《甘肃省财政厅关于印发〈甘肃省省级预算绩效管理暂行办法〉等 6 个管理办法和工作规程的通知》(甘财绩〔2020〕5 号)；5. 《合水县农村电子商务发展实施意见》；6. 《合水县 2021 年度电子商务进农村综合示范项目工作实施方案》；7. 《合水县 2021 年度电子商务进农村综合示范项目管理暂行办法》；8. 《合水县县乡村三级物流配送服务体系提质升级工作实施方案》；9. 《合水县电子商务进农村综合示范（升级版）项目专项资金使用管理办法》；10. 项目承办企业合作协议、资金拨付凭证、培训记录、交易数据统计报表等相关资料。
绩效评价指标体系	从决策、过程、产出、效益四个维度设置指标：1. 决策维度：涵盖项目立项依据、绩效目标合理性、资金预算科学性；2. 过程维度：包括制度建设、资金拨付与使用、监督检查、承办企业选择规范性；3. 产出维度：涉及公共服务设施建设完成率（县级电商公共服务中心、物流仓储中心、乡村服务站点等）、培训人次完成率、品牌培育数量、促销活动次数；4. 效益维度：包含经济效益（电子商务交易额、农产品网络销售额增长率等）、社会

	效益（带动就业人数、服务覆盖率等）、可持续影响（电商经营主体增长率、配送体系稳定性等）、满意度（服务对象满意度）。
评价方法	采用定量与定性相结合、日常监测与专项核查相结合的方法，通过查阅项目管理制度、资金拨付凭证、建设台账、交易数据等资料，实地核查县乡村三级服务站点、物流配送中心运营情况，访谈项目工作人员、电商从业者、村民等服务对象，统计分析绩效目标完成情况，综合评定项目绩效。
数据采集及处理办法	1.数据采集：通过合水县工业信息化和商务局提供的项目档案资料（含制度文件、资金报表、培训记录、建设进度表）、电商平台交易数据（淘宝、京东、拼多多、抖音、快手、“臻品甘肃”省级电商平台）、物流企业配送记录、农产品认证证书、就业带动台账等获取基础数据；同时通过实地调研、问卷调查（服务对象满意度）、访谈等方式补充采集数据。2.数据处理：对采集的数据进行真实性、完整性核查，剔除无效数据；对定量数据（如交易额、培训人次、拨付资金等）进行统计汇总，计算增长率、完成率等指标；对定性数据（如服务功能发挥、制度执行情况等）进行分类整理，结合访谈和调研情况综合分析。
绩效评价工作过程	1.准备阶段：成立评价工作小组，明确评价任务和分工，收集整理评价依据文件及项目相关资料，制定详细评价方案和指标体系；2.实施阶段：开展资料核查，重点审查项目立项、资金使用、建设进度、制度执行等情况；组织实地核查，走访县级电商公共服务中心、物流仓储中心、乡镇服务站、村级服务点，了解运营现状；开展满意度调查和访谈，收集服务对象反馈；3.分析阶段：对照绩效目标，计算各项指标完成值，分析项目实施成效，梳理存在的问题；4.报告阶段：综合评价结果，撰写绩效评价报告，征求相关单位意见后，形成最终评价报告。

#### 四、评价结论和绩效分析

综合评价结论	评价得分	100				评价等级	优
	指标	决策	过程	产出	效益	合计	

绩效 分析	得分 率	100	100	100	100	100
----------	---------	-----	-----	-----	-----	-----

## 五、存在的问题

1. 电商经营主体数量少、规模小，市场竞争力弱：与国内电子商务发达地区相比，合水县电子商务总量规模偏小，网络零售偏低，对商品销售的拉动作用偏弱；电商经营主体数量规模均偏小，多处于“小打小闹”阶段，缺乏自有产品、品牌、生产基地，销售产品多为初级农产品或代销、代加工产品，市场竞争力弱。2. 电商人才缺乏，资源整合度低：电子商务为智力密集型新兴产业，需在市场策划、品牌营销、产品包装、宣传推广等方面打破传统思维，但合水县电商从业人员多为半路出家，处于跟风学步初级阶段，仍以“线上宣传、线下交易”传统模式为主；各类电商企业抱团发展、合作共赢意识不强，不注重信息、仓储、人才、服务等资源的整合与共享，多为各自为战、分散经营。3. 电商基础薄弱，产业支撑不强：电子商务应用领域窄、渗透率低，对传统企业服务功能不强、效率不高，在工业、农业、商业等领域存在应用程度浅、配套支撑功能滞后问题；合水县作为农业大县，苹果等生鲜农副产品具有独特优势，但缺乏知名品牌产品、规模化生产及深加工体系，产业支撑不足，制约电商产业高质量发展。

## 六、有关意见建议

1. 持续打造升级合水县电商创业园，推动产业与乡村振兴融合发展：整合东西部协作资金、各级帮扶资金、农业发展资金等，继续打造升级合水县电商创业园，制定优惠政策，通过自身孵化、招商引资吸引优质电商企业入驻，借鉴先进经验和管理方式带动本地电商企业发展，逐步形成电子商务产业集群；延伸农产品产业链，提升农产品市场竞争力，丰富网货产品，带动群众就业，助力乡村振兴。2. 继续完善冷链物流体系，扩大县城农产品线上销售规模：在初步建成的县级物流配送中心基础上，整合升级现有冷链资源，改扩建冷链仓库，逐步完善冷链物流配送基础设施，建立符合农产品网络销售上行要求的冷链体系；加大与京东、天猫、拼多多、“扶贫 832”平台等国内知名电商平台合作，扩大县域农产品网上销售规模；适应新业态新模式趋势，创新销售方式，拓宽线上销售渠道。3. 继续加强农产品网络知名品牌打造：依托合水“黄河象故里、古石刻之乡、秦直道要冲、子午岭腹地、红二十六军摇篮”独特历史、地理、文化资源优势，发掘打造具有合水特色的区域公共品牌及行业类品

---

牌，增强本地农特产品竞争力，改变合水产品公众形象，提高销量实现增效；鼓励电商企业申请“绿色”“有机”“地理标志保护”（“二品一标”）和“甘肃名牌产品”等认证，打造“网红”品牌，提升知名度和市场占有率，推动合水县农产品走出去。

4. 继续加强电商人才培育，为发展电商强县做好人才储备：开展多层次电子人才培训，聘请专家、学者从产业发展方向、产品技术研发、企业管理、电子商务应用、风险防范等角度进行指导培训；通过招录招聘、实训培训等形式引进和培育电子商务人才，帮助传统企业快速有效开拓电子商务市场；分期分批组织干部职工、电商企业、乡村致富带头人赴外地电商发展先进地区考察学习及大学深造提升，开阔视野、增长见识、提升能力。

5. 继续加强电商宣传力度，营造浓厚的电子商务发展氛围：进一步加强电子商务宣传力度，邀请电商知名专家对合水县电子商务发展典型模式及案例进行宣传推广，提升合水电商模式知名度和影响力，并转化为经济效益；动员全县干部职工开通微博、微信，宣传合水、推介合水，将合水县农产品、民族文化、旅游资源宣传出去，提升合水知名度，打造合水名片，让全国关注合水、了解合水。

---

## 七、其他需要说明的事项

---