黔江区2018年电子商务发展专项资金

重点绩效评价报告

一、项目基本情况

（一）项目背景。

在信息技术、商业模式、法律制度的不断创新完善和科技金融的强力支撑下，我国电子商务交易已经广泛、深入地渗透到生产、流通、消费等各个领域，在增强国民经济发展活力、转变经济增长方式、提高资源配置效率、促进中小企业发展、带动就业等方面，发挥了不可替代的作用。自2016年我区成功申报重庆市第二批创建电子商务进农村综合示范项目以来，我区充分利用上级专项资金和本级项目资金，

紧紧围绕“一中心五体系”建设，本着既不偏离标准，又有区域特色的原则推进电子商务发展工作。

1. 项目内容。

2018年，共安排电子商务发展资金1814万元，其中上级资金1764万元，本金资金安排50万元，主要用于支持打造电商公共服务中心、完善城乡物流配送体系、开展电商人才培训、铸造网销品牌及基地、培育电商市场主体、实施电商精准扶贫等6个方面。

二、项目绩效自评情况

区商务委对2018年安排的电商发展专项资金进行了自评。从自评情况来看，区商务委围绕电子商务发展专项资金绩效目标，认真开展相关业务工作，切实做好资金管理，基本达到了专项资金绩效预期。

三、绩效评价工作情况

（一）绩效评价目的和范围。

1.评价目的。开展电商发展专项资金绩效评价，对项目决策、实施、产生的效益等进行综合评价，总结经验、查找问题、提出整改建议和措施，为下一步制定政策、强化资金监管，优化资金使用提供参考。

2.本次绩效评价范围是：2016年结转的中央电子商务进农村示范县建设补助资金450万元，2016年结转的涉农区农村电子商务补助资金314万元，2017年结转的市级农村电子商务发展及电商扶贫专项资金500万元，2018年中央下达的电子商务进农村综合示范资金500万元，以及2018年本级财政预算的电子商务发展专项资金50万元，共计1814万元。

1. 绩效评价依据、指标体系和方法。

1.评价依据。主要依据《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）、《中共重庆市委重庆市人民政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（渝委发〔2019〕12号）、《重庆市商务委重庆市财政局关于印发重庆市电子商务进农村专项资金管理办法的通知》（渝商务〔2017〕594号）、《重庆市商务委重庆市财政局关于加强农村电子商务发展和电商扶贫工作及资金管理的通知》（渝商务〔2018〕639号）。

2.指标体系。在了解资金性质及管理过程的基础上设计绩效评价指标体系，本次评价设置4个一级指标，8个二级指标，10个三级指标（其中包括7个共性指标，3个个性指标），总分100分。在确定评价指标的基础上，依据各指标在绩效评价中的重要程度设置不同的赋值，合理反映各个指标的影响和作用，并逐级分解，形成此次绩效评价的指标体系。评价结果分为五个等级：优（90分-100分），良（80分-90分），一般（70分-80分），较差（60分-70分），差（60分以下，不含）。

3.评价方法。采取单位自评和评价小组评审相结合的方式进行。先由区商务委对电商发展专项资金使用情况、资金管理等方面开展自评，再由评价小组根据自评情况，按照设定的评价指标体系，进行全面、公正的评价。

（三）绩效评价工作过程。

1.前期准备。成立绩效评价领导小组，由局分管领导任组长，确定电商发展专项资金为开展重点绩效评价的项目，并向区商务委下达开展重点绩效评价的通知；经与区商务委沟通，7月15日前完成了重点项目绩效评价指标设置、基础资料收集等工作。

2.组织实施。绩效评价工作小组到区商务委，通过查阅帐目、现场抽查、随机问卷调查、实地走访、书面评审和分析等方式，对该项目的资金到位情况、资金使用及绩效目标完成情况、资金管理情况、项目实施情况等进行了绩效评价。

3.分析评价。本次绩效评价工作组织有序、分工明确、时效性强，较好的完成了绩效评价工作目标。

四、绩效评价指标分析情况

（一）项目资金情况分析。

1.项目资金到位情况分析。2018年，区商务委共收到电商发展项目财政专项资金1814万元，其中上级专项资金1764万元，本级财政专项资金50万。资金专项用于我区电子商务发展项目。

2.项目资金使用情况分析。2018年已使用电子商务发展项目资金814万元，支付进度为44.87%，剩余的1000万元专项资金结转至2019年继续使用。在资金使用过程中，区商务委切实做到专项管理、专款专用、确保专项经费的使用效益和安全，严格审核，手续完备，程序合规，无挪用、坐支、截留等违纪行为。

3.项目资金管理情况分析。电商发展专项资金由区商务委提出资金使用方案，送区政府审定后实施项目，并根据项目推进情况拨付资金，区财政局对专项资金使用方向进行监督，并对项目资金开展绩效评价。

（二）项目实施情况分析。

1.项目组织情况分析。一**是**打造电商公共服务中心为主体的三级服务体系。积极利用三磊冷链物流公司闲置厂房，建设电商产业园区，打造面积达2.3万平方米且功能完善的电子商务公共服务中心，在乡镇（街道）建设了30个电商服务站、165个电商服务点，占全区219个村居的90%。完善了物流配送等相关功能，引进了阿里巴巴、猪八戒网、京东等知名电商企业，公共服务中心功能基本齐备，农村电商三级服务体系基本形成。**二是**完善城乡物流配送体系。在电商产业园内整合了顺丰、韵达、中邮、安能等物流企业，以中邮黔江分公司为基础，新购置物流车5台，调整优化5条定期定线邮路，串联乡镇电商服务站点和物流配送节点。同时，政府配套投资450余万元，建设面积7000余平米，建有钢平台和1500余个高位标准化托盘存储区的智能化网络仓储中心已建成投用，真正为电商企业提供产品存储、分拨、包装、物流等一揽子服务，节约了物流成本，提高了物流效率。制定了以冷链物流为基础的农特产品配送方案，成功开展了脆红李、猕猴桃等时鲜果蔬的规模化存储和上行配送服务，受到电商企业及广大农户的高度赞誉。**三是**开展电商人才培训。区商务局和区人力资源社保局合作，制定了培训工作方案，组建了培训师资队伍，购置了统一的培训教材，设计统一的培训课程，聘用了具备资质的培训机构。目前共完成基础培训近1万人，增值培训300多人。针对农村电商人才奇缺的实际，已开始为乡镇（街道）采取“师傅带徒弟”的实训方式培训农村电商致富带头人，旨在通过培训，形成示范带动效应，孵化催生一批农村电商市场主体。**四是**铸造网销品牌及基地。在2017年底渝交会上，我区成功推出了区属公共品牌“山韵黔江”，结束了我区无电商公共品牌的历史；为集中展示我区特色产品，在电商产业园内开设展示区，陈列展示450余个单品。在濯水景区建成农特产品线下体验店，集中展示200余款特色产品；针对我区网销产品少、档次低、规模小的实际，对全区近50类有一定发展潜力的小微企业产品进行整体包装策划，对企业形象进行重新塑造，集中打造一批地方网销品牌，以此为依托，形成了网销产品生产基地；为解决电商产品质量追溯问题，建成投运了电商产品溯源系统，目前有蓬江食品、三磊田甜等14家企业42个产品上线试运行，逐步将覆盖我区所有电商企业及产品，促进了我区电商品牌的有序发展。**五是**严格程序管理，用好用活财政资金。根据示范区建设项目管理要求和示范建设工作需要，拟定了17个支撑项目。所有项目严格按照企业申报、专家评审、媒体公示、政府审定、验收审计的规范程序进行操作，做到公开、公平、公正，全程接受监督。**六是**培育电商市场主体。截至2018底，全区共有网上电子商务主体3256个，工商注册电子商务企业500余家，自建平台类（专区）22个，天猫店3个，一冠以上淘宝店铺11个，通过电子商务进行传统销售工业、农业、商贸企业近200家、住宿餐饮500余家，旅游景点实现网上订票全覆盖。2018年，全区网络交易总额实现103亿元，增长19%。**七是**实施电商精准扶贫。金溪镇为我区市级重点扶贫镇，依托市卫健委帮扶集团，创新推出“金溪农场”电商扶贫微信公众号，正逐步建立“点对点”贫困户产业联系体系，实现电商扶贫。在杉岭乡尝试“公众号+微商城+线下体验店”模式，助推杉岭乡精准扶贫工作。

2.项目管理情况分析。区商务委对电子商务发展项目进行统筹管理，成立示范区创建工作领导小组，编制了《黔江区电子商务发展“十三五”规划》，制定了《黔江区创建电子商务进农村综合示范区实施方案》，出台了《黔江区促进电子商务产业发展扶持办法》。形成了以区政府主导、商务局负责、多部门参与的协同推进示范创建的工作机制。

（三）项目绩效情况分析。

1.项目经济性分析。

（1）项目成本（预算）控制情况。在本级财政收支矛盾加重的大环境下，区商务委积极利用上级资金，促进黔江电子商务项目的发展。2018年利用上级资金1764万元，本级财政专项资金50万，较2017年节约本级财政资金452万元，节约90.04%。

（2）项目成本（预算）节约情况。区商务委积极利用三磊冷链物流公司闲置厂房，减少固定资产投资，极大的节约了政府的投入成本。

2.项目的效率性分析。

（1）项目的实施进度。实现了乡镇、行政村光纤网络全覆盖和乡村道路100%通达通畅；建成投用电商产业园、电商公共服务中心和195个电商服务站及产品溯源系统、智能化网络仓储中心，设立普惠金融服务站点300余个，基本形成了“一中心五体系”电商发展格局，电商发展的基础日渐成熟和完备，电商发展氛围日趋浓厚，发展环境日趋宽松，电商人才培训框架日趋完善，并成功打造了电商创业实训基地。

（2）项目完成质量。电商发展框架已基本建成，各主管部门积极行使监督职能，各个项目均能按照年初绩效质量目标完成。

3.项目的效益性分析

（1）项目预期目标完成程度。完成年初设定目标的100%。2018年下达的500万元专项资金，由于下达时间较晚，已纳入项目使用计划，资金结转至2019年继续使用。

（2）项目实施对经济和社会的影响。电子商务交易总额突破100亿元（同比增长12%），网络零售额35.2亿元（同比增长15%），全区商贸经济持续向好。通过对农村电商管理人员及创业培训，加强对电商人才的培育，并成功打造了电商创业实训基地，为全区电商发展起到了积极推进作用，我区电商项目主要是对农业农产品扩展销售渠道而建，对农业项目，加工业项目的支撑作用十分明显，实现了社会效益与经济效益的有效平衡和双赢局面。

五、综合评价情况及评价结论（附相关评分表）

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | |
|
| **指标** | | | | **分值** | **扣分** | **得分** |
| **一级 指标** | **二级 指标** | **三级指标** | **指标类型** |
| **合计** | | | | **100** | **6** | **94** |
| 投入 | 资金落实 | 到位及时率 | 共性指标 | 12 |  | 12 |
| 过程 | 业务管理 | 管理制度健全性 | 共性指标 | 8 | 1 | 7 |
| 财务管理 | 资金使用合规性 | 共性指标 | 10 | 1 | 9 |
| 产出 | 项目产出 | 实际完成率 | 共性指标 | 10 | 2 | 8 |
| 完成及时率 | 共性指标 | 10 | 2 | 8 |
| 数量指标 | 农村电子商务覆盖乡镇数较上年增长情况 | 个性指标 | 12 |  | 12 |
| 效果 | 项目效益 | 社会效益 | 共性指标 | 8 |  | 8 |
| 社会公众或服务对象满意度 | 共性指标 | 8 |  | 8 |
| 经济效益指标 | 销售收入增长率 | 个性指标 | 12 |  | 12 |
| 可持续影响指标 | 推动黔江电商产业发展 | 个性指标 | 10 |  | 10 |

1. 绩效评价结果应用建议

此次绩效评价结果为“优秀”等次，建议在以后年度继续向上争取专项资金，促进黔江区电子商务项目更好的发展。

1. 主要经验及做法、存在的问题和建议

（一）主要经验做法

**一是**注重轻资产运营。电商公共服务中心依托三磊冷链物流公司闲置的资产进行建设，不仅盘活企业闲置资产，同时具备了冷链服务功能，带动了相关区域的发展；物流体系建设依托中邮黔江公司现有邮路进行整合优化，购置5辆统一标识、统一形象的车辆进行运营，取得了“事半功倍”的效果，大大较低了政府对固定资产建设的资金投入，最大限度发挥了资金的效率。

**二是**注重本地电商主体的培育。在引进区外知名电商的同时，始终注重本地电商企业的培育壮大，打造本地电商市场主体。如：“娘家农坊”已成为两皇冠级淘宝店家，年网上订单近2万单，销售额超过200万元；“凯松电子商务”专注野鸡、野鸡蛋、秋葵油等地方特色产品销售，打出黔江“野飞鸡”品牌，年销售收入900万元；“亲戚田园”在重庆主城、黔江及周边开设多家电商线下体验店，年实现销售5000余万元。上述电商企业逐渐成了我区商贸的新业态，成功纳入国家统计局限上企业名单，成为电商乃至商贸发展的生力军，较好地发挥了示范引领作用。

**三是**注重配套功能的完善。除公共服务中心常具备的基本功能以外，我区以政府补助形式投资建成重庆唯一的高智能化网络共享仓储中心，提供社会化仓储配送功能；依托三磊公司，使黔江成为周边唯一具备大型冷链存储的电商产业园，提供冷链存储功能；为提高网销产品的竞争力，投资建设了区县首家电商产品溯源系统，提供产品溯源特别是可视化和数据采集分析功能，使服务中心的公共服务功能更加完备。

**四是**注重电商与扶贫和乡村振兴工作的结合。黔江区将农村电商作为了解决农村发展、农民脱贫的重要手段，不仅实现了65个贫困村电商站点的全覆盖，而且创新推出“金溪农场”的电商扶贫模式，使农民通过电商拓宽了增收致富的渠道，电商也在乡村振兴战略中实现了新的升华。我区40余个网销产品基地，带动7000余贫困户通过土地流转、产品对接等方式实现户平增收2000元以上，成为脱贫致富的重要手段。

（二）存在的问题及建议

**一是**人才缺乏，发展遇瓶颈。我区电子商务发展起步晚，人才沉淀不足，目前从事电商人才主要是回流人员，又由于我区平均工资水平不高，留不住人才，特别高端人才基本没有，即使有一技之长的流失也较快，同时还存在分布不均，仅有的一些稍懂电商的人才也主要集中在城区，农村电商人才基本上是空白。因此加快人才回引，加快乡村电商人才的培训刻不容缓。

**二是**产品散小，缺乏持续性。我区的农特产品散小乱，无法适应电商时代的需求，特别是农村的初级产品，缺品牌，缺包装，缺文化内涵，在数量也很有限，多数优质特产来源于千家万户，无法形成可持续的电商销售渠道，因此对农村产品电商化，产业化建设已刻不容缓。

**三是**物流落后，竞争力较差。我区目前有19家电商快递公司，由于发展较慢，电商物流数量不足，物流配套服务差，加之主要以公路运输为主体，导致物流成本居高不下。我区电商卖家在网上销售产品性价比较差，市场竞争力不强。扶持快递物流快速成长，做大做强，降低快递成本刻不容缓。