

苏州市级财政支出项目绩效自我评价报告

苏州市级财政支出项目绩效自评表						
项目名称		发展电子商务拓展内销市场交流对接活动			项目年份	2020
项目主管部门(单位)		苏州市商务局				
市级预算执行情况(万元)	年初预算数	当年使用上年结余、结转及当年调整预算数		财政拨款数		指标结余数
	129.56	3.17		132.73		0.00
市级财政资金使用情况(万元)	财政拨款数	实际支付数	资金结余、结转数		其中:	
					结转数	财政收回数
132.73	132.58	0.15		0.00	0.15	
项目资金构成(详细列出各子项目名称和金额)		子项目名称			实际金额(万元)	
		合计			132.58	
		发展电子商务拓展内销市场交流对接活动			132.58	
项目	类别	指标名称	目标值	权重	实际完成值	自评分
项目绩效实现情况(80分)	投入目标(24分)	资金使用合规性	合规	3	好	3
		财务制度健全性	健全	3	好	3
		资产产权明确性	资产明确	1	好	1
		各级财政应承担资金到位率	=100%	3	=100%	3
		预算执行率	=100%	8	=99.87%	8
		专款专用率	=100%	3	=100%	3
		资金节约率	15%及其以下	1	=0.08%	1
		政府采购规范性	规范	2	规范	2
	产出目标(24分)	尾款支付	及时	24	及时	24
	结果目标(26分)	参会人数	≥1500人	26	=1565人	26

	影响力目 标（6分）	媒体宣传效 果好，社会广 泛知晓	报道活动 的官方媒 体5家以 上	6	报道活动 的官方媒 体5家以 上	6
合计						80

填表说明：1.“市级预算执行情况”、“市级财政资金使用情况”均含非税收入。“年初预算数”填“二下”数；“当年使用上年结余、结转及当年调整预算数”填当年使用上年结余、结转数以及追加或调减预算数；“财政拨款数”填财政部门实际拨付的款项数；“实际支付数”填资金实际支付到最终使用者的数额；“结转数”填结转以后年度使用的资金数；“财政收回数”填财政部门收回的资金数。指标结余数=年初预算数+当年使用上年结余、结转及当年调整预算数-财政拨款数；资金结余、结转数=财政拨款数-实际支付数=结转数+财政收回数。2.“指标名称”中“投入”类指标根据项目类型，按照《2017年度苏州市级财政支出项目绩效评价“投入”类共性指标》规定，逐一对照进行自我评价；“产出”、“结果”、“影响力”三类指标填列预算部门（单位）报送的绩效目标申报表中经财政部门审核通过的指标，如发生绩效目标调整的，以经财政部门批准调整后的指标为准。3.各项指标权重值为根据指标数量将该类总分值分摊到各项指标的分值，即各项指标分值=该类总分值/指标个数。4.各项数据采集的时间节点均为2019年12月31日。定性指标按照好、较好、一般、较差、差等级评分，分别得对应权重值的100%、80%、60%、40%和20%。定量指标评分规则：“产出”类每项指标的实际完成值对应预期设定的目标值，完成100%~130%得权重值满分，实际完成值每低于目标值1个百分点相应扣减权重值的5%，超过130%的每超过1%扣权重值1%；除指标解释中有特别说明的以外，“投入”类指标评分规则同“产出”类指标；“结果”类指标以100%及以上为满分，每降低1%扣权重值5%。某项指标无法提供具体数值，且无说明，得0分。

项目基本情况	
项目概况	通过举办以电子商务拓展内销市场为主题的主题峰会和企业交流对接会，组织我市企业与知名电商平台对接，鼓励中小微企业拓展国内市场渠道，深挖国内需求潜力，充分激发市场活力。
项目总目标	鼓励我市企业通过电子商务手段拓展国内市场渠道，深挖国内需求潜力，进一步扩大内销，充分激发市场活力，促进供给需求高效对接和线上线下深度融合。
年度绩效目标	鼓励我市企业通过电子商务手段拓展国内市场渠道，深挖国内需求潜力，进一步扩大内销，充分激发市场活力，促进供给需求高效对接和线上线下深度融合。
项目实施情况	<p>一、项目实施背景</p> <p>近年来，苏州不断强化工作部署，以政策扶持和环境优化为支撑，以打造电子商务发展高地为目标，支持新型电子商务企业跨越式发展，鼓励传统企业转型升级，加快推动电子商务高质量发展，形成苏州电子商务发展新优势。当前全球主要经济体复苏乏力，贸易保护主义风险抬头，国内经济增长下行风险和下行压力明显增大，提升企业核心竞争力，深挖国内需求潜力，促进企业积极开拓国内市场的需求更加迫切。苏州拥有一大批优秀的外贸企业和优质产品，在从传统外贸转型拓展国内市场的过程中面临诸多挑战，以便发挥电子商务高效、快速的优势。</p> <p>二、项目管理流程</p> <p>针对本项目，我局 2019 年 8 月 8 日即草拟完成了大会的初步方案，报经市政府同意后，又根据市领导指示要求，先后于 9 月 17 日、9 月 25 日对修改后的活动方案进行上报。于 2019 年 10 月 25 日在江苏省政府采购网、苏州市政府采购网公开媒体发布招标公告，共有 3 家供应商按时递交了响应文件，经评标委员会评审，苏州市节庆会展集团有限公司以 189.41 万元中标。</p> <p>三、资金投入和使用情况</p> <p>2020 年项目预算安排 129.56 万元，项目资金来源为市级财政资金。本年度计划下拨资金 129.56 万元，根据年初预算支付大会尾款，为合同金额的 70%，实际支付 132.587 万元，全部用于电子商务拓展内销市场交流对接活动费用。</p>

项目管理成效

一、项目投入指标完成情况

项目投入指标共有 8 个指标，完成情况自评结果如下：

为保障专项资金的使用效率效果，我局根据相关文件明确了资金使用方向、资金管理措施，严格按照暂行办法实施。财政资金足额及时到位，专项资金专款专用，未出现挪作他用情况。

1、资金使用合规性。项目预算资金的拨付有完整的审批程序和手续，资金支出合理合规，不存在截留、挤占、挪用等情况。

2、财务制度健全性。参照《苏州市商务局支出业务内部控制制度》、《苏州市商务局政府采购业务内部控制制度》等执行。

3、资产产权明确性。本项目不涉及实物类采购，无资产产权。

4、各级财政应承担资金到位率。业绩值=实际到位的应承担资金/项目方案、合同规定的应承担资金*100%，即 $189.41/189.41=100\%$ ，市级财政资金应承担资金的部分已全部到位。

5、预算执行率。业绩值=实际支付数/（年初预算数+当年使用上年结余、结转及当年调整预算数）即 $132.587/(129.56+3.177)=99.89\%$ ，财政资金足额及时到位。2019 年共投入资金 60 万元，剩余 129.56 万元专项资金于 2020 年全部下拨。资金下拨后，我局按照合法合规的原则，用好用足专项资金，发挥好财政资金激励推动外贸企业与电子商务的携手并进的作用。

6、专款专用率。按计划全部用于苏州市电子商务拓展内销市场交流对接活动，未出现挪作他用情况。

7、资金节约率。业绩值=（采购预算-实际中标额）/采购预算*100%。即 $(189.56-189.41)/189.56*100%=0.08\%$ ，力求做到节省财政资金，提高财政资金使用效益。严格执行政府采购政策，合同总金额包括人工、会场租赁、会场搭建、媒体宣传、会务、材料制作、餐费、安保、设备、交通、住宿、保险、劳保、管理、税费及为完成整个项目所产生的其他所有费用，以及政策性文件规定及合同所包含的所有风险、责任等各项应有费用。

8、政府采购规范性。苏州市电子商务助力内销大会为政府采购项目，政府采购工作经过十几年的发展，已经形成了一套行之有效的工作程序，本项目信息发布的公开及时、开标程序合理合规、招标文件编制规范。充分利用苏州市政府采购网和江苏省政府采购网站，基本做到了政务公开的规定要求。政府采购秉着公开、公平、公正、诚信信用的原则，政府采购招标公告、中标结果公示期限都有明确的规定。根据招投标结果，由苏州市节庆会展集团有限公司承接苏州市发展电子商务拓展内销市场交流对接会服务，采购合同总金额为 189.41 万元。

二、项目产出指标完成情况

产出指标为尾款支付：本年度尾款支付及时完成。

尾款支付及时，所有布展材料入场前，苏州市商务局支付合同金额的 30%款项；项目全部完成（指活动结束后乙方全部完成并妥善处理拆除善后事宜）后，苏州市商务局支付剩余款项。苏州市发展电子商务拓展内销市场交流对接会尾款已于 2020 年全部支付。

三、项目结果指标完成情况

结果指标为参会人数大于 1500 人次：参会人数达到 1565 人次，考核

	<p>指标圆满完成。</p> <p>参会人数达到 1565 人次，共吸引了国内 10 多位电商领军人物，阿里、京东、苏宁等 30 多家国内知名电商平台、600 多家外贸企业和 200 多家外商投资企业（其中有近 300 家受中美经贸摩擦影响的企业）、100 多家商贸流通企业、300 多家电商企业、40 多家金融机构，共计 1565 位各界人士参会研讨洽谈、交流对接，完成了考核指标。</p> <p>四、项目影响力指标完成情况</p> <p>影响力指标为媒体宣传效果好，社会广泛知晓：报道活动的官方媒体 7 家。</p> <p>2020 年度报道活动的官方媒体有国际在线、苏州在线、苏州新闻网、中国网、新浪江苏、网易江苏、新民晚报苏州，共计到场媒体 7 家，到场媒体发稿 14 篇，网络发稿媒体 11 家发稿 12 篇，总计发稿数量 26 篇。苏州市商务局以增强大会吸引力、提升苏州电子商务影响力为主线，认真做好大会的各项宣传工作。一是提前造势为大会预热。组织苏州在线、苏州新闻网、中国网、新浪江苏、网易江苏、搜狐新闻等网络媒体发布预热新闻稿件 12 篇，累计获得点击量近百万次；二是做好会议实时报道。邀请苏州电视台、苏州日报、中国网等 9 家新闻媒体到会，共计发稿 16 篇，通过图文直播等形式，回应社会关切，生动阐释了举办本次大会的现实意义。我局在主题峰会上发布的苏州市网络零售发展报告，清晰展现了苏州当前网络零售发展情况和今后工作思路，受到与会各界的广泛关注。</p> <p>我局根据目标任务完成进度，及时督促各部门按照合法合规的原则，发挥好财政资金推动电子商务拓展内销市场工作的作用。综合来看，2020 年度苏州市电子商务助力内销大会资金项目绩效目标完成情况较好。</p>
<p>项目管理存在的问题及原因</p>	<p>1、绩效指标设置无法全面反映项目绩效。一是产出指标较少，未按采购支出明细内容设置指标，产出指标缺少反映资金采购完成数量和质量指标。二是结果指标较为单一，缺少对资金受益方的满意度调查，不利于反映项目社会效益。</p> <p>2、项目影响力有待进一步提高。一是大会深层次对接还不充分。受大会会期限限制，众多企业与电商平台的对接仅停留在初步交流、意向合作层面，深层次交流未充分展开。二是电商平台还不够全，受组织筹备时间、经费预算等条件限制，国内一些细分领域的优质电商平台，如拼多多、网易严选等平台还未覆盖。</p>
<p>进一步加强项目管理的建议</p>	<p>1、在指标体系建立时，应从专项资金目的为出发点，设置指标进行考察，明确哪些指标是对应的投入与产出，便于建立起绩效目标、指标体系及专项资金的衔接。</p> <p>2、针对本项目提出一些建议：一是做好本次大会上搜集到的企业建议诉求的梳理总结工作，做好问卷调查，尽快向商务部汇报反馈，为进一步深层次交流和合作做准备；二是开展专题调研走访和对接工作，研究苏州市电子商务助力内销的相关政策内容，吸引更多优质电商平台加入。</p>

（标注：项目概况、项目总目标、年度绩效目标由软件自动从申报表中生成）

