2024年度岳阳市农村电商平台项目

绩效自评报告

一、项目基本情况

（一）项目单位基本情况

岳阳市供销合作联社是具有行政职能的正处级全额拨款参照公务员法管理事业单位，机关内设9个科室，现有干部职工32人、退休干部44人。全系统拥有全资企业2家、参控股企业9家，下辖9个县市区供销社（其中8个县级社为参公管理事业单位，岳阳楼区社为自收自支事业单位），岳阳经济技术开发区、南湖新区、屈原管理区正在申报设置供销合作社。作为全市供销合作系统的核心组织，岳阳市供销合作联社承担着推动农产品流通、农业社会化服务及农村电子商务发展的重要职责。

（二）项目年度预算绩效目标、绩效指标设定情况

1.预期总目标：通过建设农村电商平台，实现全年入驻企业数量（含扶贫企业、保靖对口帮扶企业）达到100家，农产品线上销售额同比增长10%，仓库流转率提升10%，构建覆盖全市的农村电商服务体系，助力乡村振兴战略实施。

2.阶段性目标

上半年：完成50家企业入驻平台（含20家扶贫及对口帮扶企业），农产品线上销售额较2023年同期增长5%；

下半年：累计入驻企业达100家，农产品线上销售额全年增长10%目标达成，仓库流转率提升10%，完成平台功能迭代升级。

3.项目基本性质、用途和主要内容、涉及范围：本项目为农村电商平台建设项目，主要依托岳阳市政务云平台，整合市供销合作联社现有资源，提供全市农产品产供销一体化的网上服务平台。平台涵盖线上交易商城、供需信息平台、线上农技学院、线上虚拟展厅和在线直播带货等功能，旨在优化农产品流通环节，拓宽销售渠道，促进农民增收，推动农村产业兴旺。项目涉及岳阳市全域农村地区，覆盖农产品生产、加工、销售企业及农户，并联动保靖县、桑日县等对口帮扶地区，形成跨区域合作机制。

二、项目资金使用及管理情况

本项目资金来源为政府配套资金，按三年支付，第三年结清。预算总金额为274.8万元（其中项目建设费用260.83万元、项目咨询费2.32万元、项目监理费4.65万元、安全测评费5万元、第三方测试费2万元）。截至2024年12月31日，已实际到位资金274.8万元，按照合同约定支付179.16万元（其中项目建设费用165.19万元、安全测评费5万元、项目咨询费2.32万元、项目监理费4.65万元、第三方测试费2万元）。

项目资金实行专款专用，严格按预算执行，未出现超支或违规使用情况。财务审计显示，资金使用流程规范，符合财政管理要求。

三、项目组织实施情况

项目由岳阳市供销合作联社牵头实施，成立了专门的项目领导小组和工作小组，负责项目的整体规划、协调和推进。在项目实施过程中，注重与相关部门和企业的合作，共同推动项目的顺利实施。同时，加强了对项目进展的监控和评估，及时发现问题并采取措施予以解决，确保项目按计划推进。

四、项目绩效情况分析

（一）经济性绩效

1.销售增长与运营成效

2024年，农产品线上销售额达到3453万元，超额完成10%的增长目标。其中，保靖县、桑日县等产品销售额达到1492万元，形成跨区域合作亮点，市场化运营能力初步显现。

2.资源整合与效率提升

整合全市80%以上规模农产品企业数据，建立涵盖200余个品类的农产品数据库；联动保靖县打造特色农产品供应链，跨区域物流成本降低15%，供应链效率提升20%。

3.商贸流通优化

平台日均处理订单量达100单，有效缓解农产品滞销问题。同时，平抑蔬菜、水果等民生商品价格波动幅度控制在5%以内，保障城乡居民消费稳定。

（二）社会性绩效

1.助农增收与产业升级

随着农产品线上销售额的增长，直接带动了农民收入的增加。2024年，累计帮助500余户农民实现增收，平均每户年增收3000元以上。保靖县对口帮扶企业销售额增长40%，带动当地100余户农户参与标准化种植，农业产业化水平显著提升。同时，平台的运营与相关产业的发展为当地提供了50个以上的就近就业岗位，间接带动了物流配送、农副产品加工等关联产业的就业机会增加，有效缓解了农村就业压力，促进了农村社会稳定与和谐发展。

2.质量安全与消费保障

建立农产品质量管理体系，入驻企业100%提供质检报告，消费者投诉率较2023年下降20%，促进了农产品质量安全升级，保障了人民生活健康，减少了中间环节，提高了农产品品质。

五、综合评价情况及评价结论

项目综合得分为99.6分（满分100分），整体绩效良好。主要成效包括：

年度资金总额（10分）：2024年全年预算数956296.44元，实际执行数915660.54元，尽管执行率较高，但因平台技术仍需进一步完善，特别是在用户体验优化、大数据分析应用及安全防护等方面存在提升空间，导致部分预算未全额执行，得分9.6分。

产出指标（50分）：企业入驻、产品资质、运营周期等均超额或达标完成，得分50分。

效益指标（30分）：经济、社会、生态效益均达预期，得分30分。

满意度指标（10分）：服务对象满意度达98%，得分10分。

该项目在2024年的实施过程中，目标明确、组织管理规范、资金使用合理、实施效果显著，有效推动了岳阳市农村电商产业的发展，实现了预期的经济效益、社会效益、生态效益以及可持续影响目标，为助力乡村振兴战略实施发挥了积极作用。

六、存在的问题

（一）农产品品牌化不足

入驻企业以初级农产品为主，深加工产品占比低，品牌溢价能力弱。

（二）物流成本仍然较高

尽管通过与快递物流企业合作，优化了物流配送网络，但由于部分地区分布分散，无法实现“次日达”，农产品上行物流配送成本仍然较高，削弱了农产品在电商市场的价格竞争力，限制了农村电商的进一步发展。

（三）电商直播行业发展相对滞后

与省内外电子商务发达地区相比，岳阳市的电商直播行业发展仍处于起步阶段，缺乏专业的直播团队与网红主播，直播带货的效果与影响力有限，未能充分发挥直播电商在农产品销售中的重要作用。

（四）平台活跃度待提升

用户日均访问量不足，互动率（评论、分享）有待提高，需进一步加大平台推广力度，提升用户粘性。

七、工作建议

（一）加强农产品品牌建设

加大对农产品深加工产品的支持力度，提升品牌溢价能力，提高市场竞争力。同时，积极组织入驻企业参加各类农产品展销会、博览会等活动，为企业提供与国内外知名农产品品牌交流合作的机会，提升品牌知名度和市场影响力。

（二）降低物流成本

加强与物流企业的合作，进一步优化配送网络，降低物流成本，特别是偏远地区的配送时效和服务质量。积极争取政府政策支持与资金补贴，降低农产品上行物流费用，提高物流配送效率与服务质量，增强农产品在电商市场的竞争力。

（三）提升平台活跃度

加大宣传推广力度，通过线上线下多渠道宣传，提高平台的知名度和影响力。优化用户体验，根据用户反馈不断完善平台功能，提升平台的用户友好性和操作便捷性。同时，采取有效的用户留存策略，如推出会员制度、积分兑换等，提高用户的粘性和忠诚度。

**2024年度项目支出绩效自评表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目支出名称 | 岳阳市农村电商平台项目 | | | | | | | |
| 主管部门 | 岳阳市供销合作联社 | | | | 实施单位 | 岳阳供销电子商务有限公司 | | |
| 项目资金(万元) |  | | 年初预算数 | 全年预算数 | 全年执行数 | 分值 | 执行率 | 得分 |
| 年度资金总额 | | 956296.44元 | 956296.44元 | 915660.54元 | 10 | 95.75% | 9.6 |
| 其中：当年财政拨款 | | 956296.44元 | 956296.44元 | 915660.54元 | 10 | 95.75% | 9.6 |
| 上年结转资金 | |  |  |  |  |  |  |
| 其他资金 | |  |  |  |  |  |  |
| 年度总体目标 | 预期目标 | | | | 实际完成情况 | | | |
| 1.入驻企业数量（含扶贫企业、保靖对口帮扶企业）达到100家  2.营业额较去年增加10%  3.仓库流转率提升10% | | | | 1.入驻企业数量（含扶贫企业、保靖对口帮扶企业）达到185家  2.营业额较去年增加10%  3.仓库流转率提升10% | | | |
| 绩 效 指 标 | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | 年度指标值 | 实际完成值 | 分值 | 得分 | 偏差原因分析及改进措施 |
| 产出指标(50分) | 数量指标 | 入驻企业数量 | ≥100 | 185 | 10 | 10 |  |
| 质量指标 | 上线产品主体资质为扶贫企业、拥有特殊资质企业、农头企业、驻村帮扶点农业主体 | 上线产品100%为扶贫企业、拥有特殊资质企业、农头企业、驻村帮扶点农业主体 | 上线产品100%为扶贫企业、拥有特殊资质企业、农头企业、驻村帮扶点农业主体 | 10 | 10 |  |
| 上线平台的产品必须提供质检报告 | 平台产品质量保质保优 | 平台产品质量保质保优 | 10 | 10 |  |
| 时效指标 | 运营周期 | 2024.01-2024.12 | 2024.01-2024.12 | 10 | 10 |  |
| 成本指标 | 单个企业入驻成本 | ≤5万元 | 1万元 | 10 | 10 |  |
| 效益指标(30分) | 经济效益指标 | 营业额较去年增加 | 提升10% | 提升10% | 9 | 9 |  |
| 社会效益指标 | 乡村振兴有效衔接 | 提高为农服务水平，助农增收增产 | 促进了农产品质量安全升级 | 7 | 7 |  |
| 生态效益指标 | 对自然环境造成的负面影响 | 无 | 无 | 7 | 7 |  |
| 可持续影响指标 | 维护市场秩序，平抑农产品价格，帮促特色产业发展，保障食品安全 | 打击假冒伪劣农产品、平抑农产品价格，提高农产品品质，增产增收，确保食品安全 | 打击假冒伪劣农产品、平抑农产品价格，提高农产品品质，增产增收，确保食品安全 | 7 | 7 |  |
| 满意度指标(10分) | 服务对象满意度指标 | 服务对象满意度 | ≥98% | 98% | 10 | 10 |  |
| 总分 | | | | | | **100** | **99.6** |  |