

附件

梅县区 2018 年省级电子商务进农村综合示范 绩效评价报告

为全面检验财政资金使用绩效，考核资金预期绩效目标的实现程度、支出效率和综合效果，进一步提高财政支出的管理水平，我们接受广东省商务厅的委托于 2020 年 6 月 19 日至 20 日开展梅县区 2018 年省级电子商务进农村综合示范县绩效评价。梅县区政府对考评材料的真实性、合法性和完整性负责。我们的责任是作为第三方机构独立开展项目支出绩效评价活动，运用科学、规范的评价方法，将项目投入产出的实际情况与评价标准、评价依据进行比较分析和综合评判，形成评价结论，出具评价报告。经过前期准备、材料审核分析、现场核查评价、综合分析评价等环节，形成本绩效评价报告。

一、评价项目概要

为全面贯彻党的十九大和十九届一中全会精神，深入贯彻习近平总书记关于坚决打赢脱贫攻坚战的重要战略部署，紧密结合总书记对广东省提出的“四个坚持、三个支撑、两个率行”要求，按照试点先行、示范推广、稳步推进的原则，广东省商务厅、省财政厅和省扶贫办联合评选认定海丰县、英德市、梅县区、潮阳

区、遂溪县、广宁县、龙门县、高州市和江城区为 2018 年省级电子商务进农村综合示范县，每个县（市、区）支持省级专项资金 500 万元。项目建设内容包括：一是聚焦农村产品上行，包括农村产品的品牌培育、质量追溯，物流配送体系建设等；二是农村电商园区建设，包括电子商务园区的基础设施建设及电商平台、相关企业等市场主体的进入等；三是建设公共服务保障体系，包括电子商务公共服务中心，建设线上线下融合的公共服务体系等；四是农村电商服务站点建设，包括乡村电子商务服务站点的建设，拓展村级站点代收代缴、代买代卖等功能；五是农村电子商务人才培训，包括对农村产品上行开展有关网店开设、宣传推广、产品营销等进行实操培训等。

二、评价原则与评价方法

根据省有关财政支出绩效评价的规定和广东省商务厅 2018 年省级电子商务进农村综合示范县的相关内容，本次评价工作遵循“客观、公正、科学、规范”的原则，通过对项目的社会效益、经济或其他可测评效益、可持续发展的比较和分析，检测评价支出效率和支出效果。结合 2018 年省级电子商务进农村综合示范县特点，评价方法主要采用目标预定与实施效果比较法，评价指标分析主要采用定量指标分析，并辅以部分定性分析。

（一）评价基准日

本次评价基准日为 2020 年 6 月 19 日。

（二）评价指标体系说明

本次评价根据《2018 年省级电子商务进农村综合示范创建考评指标体系》，综合评价指标及权重分别为加强组织领导与统筹协调 10%、深入推动电子商务进农村工作 55%、加强信息公开及报送 10%、加强宣传推广 10%、加强财政资金管理 15%五个方向，同时设置 2 个加分项，3 个一票否决项指标。并进一步参考《关于开展 2018 年省级电子商务进农村综合示范工作的通知》（粤商务电函〔2017〕131 号）、《广东省商务厅关于印发省级电子商务进农村综合示范重点工作任务的通知》（粤商务电函〔2018〕50 号）、《2018 年省级电子商务进农村综合示范创建考评指标体系》及其他有关法规、标准和规定等文件。

三、评价结论

评价工作组对采集的评价相关基础数据资料进行整理汇总，结合现场勘验核实等情况，对 2018 年省级电子商务进农村综合示范县专项资金的落实、项目的组织实施及效果等情况进行多角度、全方位的了解和全面分析，并采用项目预定目标与实施效果比较分析等方法进行综合评价，形成评价意见，出具评价报告。梅县区绩效评价总分 91 分，绩效等级为“优秀”。

评价因素	分值	评价得分	得分率
一、加强组织领导与统筹协调	10	10	100%
二、深入推动电子商务进农村工作	55	50	91%

三、加强信息公开及报送	10	9	90%
四、加强宣传推广	10	10	100%
五、加强财政资金的管理	15	11	73%
六、加分项		1	
评价总得分	100	91	91%

四、绩效评价情况

(一) 项目实施与完成情况

1. 项目组织情况分析

2018年8月梅县区人民政府印发《梅州市梅县区2018年省级电子商务进农村综合示范工作方案》，确定了实施目标、建设内容、项目实施进度计划、项目投资估算及配套资金安排、管理机构和工作措施，随后出台了《关于梅县区企业融资（助保贷）扶持实施办法》（梅县区府[2018]（6号）、《梅县区电子商务助力区域经济发展三年行动计划实施方案（2020-2022年）》等系列文件，为项目完成后的可持续发展提供了资金、土地、人才等方面的政策保障机制。

2018年至2020年期间，梅县区按照《梅州市梅县区2018年省级电子商务进农村综合示范工作方案》推进聚集农村产品上行、支持农村电商园区建设、建设公共服务保障体系、支持农村电商服务站点建设、支持农村电子商务人才培养五方面的体系建设。截止2020年6月，梅县区2018年省级电子商务进农村综合

示范项目累计拨付资金 475.56 万元，相关项目实施建设已完成，并对各项目进展、建设内容、完成情况进行监督检查，形成项目材料档案和项目工作台账。

2. 项目管理情况分析

(1) 项目的组织领导与统筹协调方面

为加快梅县区电子商务发展，2018年6月梅县区成立了由区长张运全为组长、各相关部门一把手、各乡镇镇长、区科工商务管理局为组员的梅县区推进省级电子商务进农村综合示范工作领导小组（梅县区府办函[2018]38号）。领导小组下设办公室于梅县区科工商务局。工作领导小组负责项目的组织、协调、规划、实施工作，不定期召开电子商务进农村综合示范工作会议。

(2) 项目的制度建设方面

梅县区出台《梅县区2018年省级电子商务进农村综合示范工作方案》、《梅县区2018年省级电子商务进农村综合示范项目管理办法》、《梅县扶持中小微企业发展若干政策措施的通知》、《关于加快农村电子商务发展的实施意见》、《梅县区农村电子商务发展引导资金使用管理办法》（梅县区科工商务[2016]18号）、《关于梅县区企业融资（助保贷）扶持实施办法》、《关于推进梅县区省级电子商务进农村综合示范项目建设的通知》等，为电子商务进农村综合示范项目实施提供制度保障。

(3) 项目的日常管理方面

梅县区安排专职领导 1 名，专职干部多名具体抓落实，全面推进建设，全程协调督促；各成员单位坚持目标导向、问题导向，分工负责，通力协作，齐心协力推进项目建设。

为切实加强项目管理，梅县区出台了《梅州市梅县区 2018 年省级电子商务进农村综合示范工作方案》（梅县区府办电〔2018〕43 号），在广泛征求意见的基础上，委托惠州市建佳造价咨询事务所有限公司梅州分公司负责项目的设计和规划工作，落实备案招投标、公示等制度，通过在各大网站发布招标公告、招标文件、开标通知及中标公示等一系列招投标程序进行公开招投标，没有达到招标条件而进行邀标和协议供货部分也严格按有关规定执行，认真做好采购工作。

为严格把关好项目质量，梅县区科工商务局制定《梅州市梅县区 2018 年省级电子商务进农村综合示范项目管理办法》，同时聘请了深圳市祺骏工程建设顾问有限公司对项目进行全程监管并落实到位，已于 2019 年 12 月 31 日进行项目验收，并出具《梅州市梅县区 2018 年省级电子商务进农村综合示范项目验收报告》。两家中标企业还分别委托汇创（广州）会计师事务所（普通合伙）、广州悦禾会计师事务所（普通合伙），对其承建的专项资金收支进行专项审计，分别出具了财政专项资金审计报告。梅县区电商办、梅县区科工商务局积极配合推进项目建设，财政部门、扶贫部门也不定时对项目进行检查和督查，确保项目质量和

进度。所有建设项目竣工时都根据合同约定组织有关部门或第三方对项目进行详细验收。如发现问题必须完成整改，完成后才能验收过关，确保项目达到预期目标。

此外在梅县区政务网站设立电子商务进农村综合示范公开专栏，创建方案、项目建设进度等按规定在公开专栏及时进行公示，每月定时向市商务局报送项目创建工作进展、成效及电商扶贫、电商培训、电商带动增收等相关统计数据。

3. 项目完成情况

(1) 农产品上行体系与品牌建设

一是统筹邮政、“四通一达”等社会物流速递企业，优化快递物流配送网络方案。梅县区借助邮政点多面广，形成以“邮乐网”系统为主导平台电商市场，同时整合社会物流资源如“四通一达”等快递公司，实现分拣、包装、仓储、分销、配送、售后等一体的相关功能。构建了从市区至 19 个镇(高管会、办事处)的二段物流配送网络，实现县、乡镇、村三级统一配送体系，物流快递覆盖率 100%，解决了农村电商物流配送“最后一公里”问题，为村民提供电商包裹代投、代收、代运等一系列物流配送体系服务。

二是改造创建级综合性农产品物流分拣中心(或产地集配中心)：面积不低于 1000 m² (包含仓储区、分拣区、包装区、办公区等功能区)，引进应用先进的技术和设备，配备快件安检机

等智能化设备等。

三是建设农产品冷链仓储中心 1 个，并配套物流配送车、分拣及传送设备；改造完成梅州区域性农产品标准化物流仓储服务站，通过仓储加工标准化建设，全面提升柚果分级分选、加工及产品包装处理，形成整套仓储加工标准化程序、装配物流标准化建设。

四是建设了质量溯源体系，实现农产品全程监控。利用溯源平台对 10 个可追溯的农产品（包括沙田柚、三红柚、白肉蜜柚、红心蜜柚、茶叶、大米、奈李、鸡、枇杷、鱼等）进行质量可追溯跟进。建立 10 个农产品二维码质量追溯和检测体系，一定程度上减少因产品质量问题而产生的经济损失。

五是实现了网络零售额以及农村网络零售额双增长。其中：梅州市梅县区 2019 年网络零售额同比增长 39.7%；农产品网络零售额同比增速 36.3%，达到了 2018 年省级电子商务进农村综合示范创建考评指标体系的考评要求。

（2）农村电商产业园区建设

2014 年梅县区通过整合 1.6 万平方米单位办公用房，引进市场运营主体，创建了梅州市梅县区电子商务产业园（梅县区电子商务创业孵化基地）。在 2018 年-2019 年期间，在此基础上又完成了梅县区电子商务产业园的升级改造：在产业园内配套建设 300 平方米以上的“梅县特色网销农产品展示展销中心”、300 平

方米的“扶贫专区”、300平方米以上的“梅县农村电商双创孵化中心”以及200平方米的区级电子商务培训基地。

梅州市梅县区已设立区级电子商务公共服务中心1个、电子商务创业孵化基地1个、成立镇级运营服务中心2个，为入驻企业提供办公场所、通信网络、信息资源、电商培训等公共基础设施。

根据梅县区提供的在当地注册或开展活动的电商企业名单及证明材料，先后引进入驻梅县区电子商务产业示范园服务机构及企业123家，其中平台型电商企业共52家，销售型电商企业共43家，运营型电商企业共16家，物流快递企业3家，物流快递代理11家。即含销售型企业、电商运营商或物流企业等类型的企业。达到了2018年省级电子商务进农村综合示范创建考评指标体系的考评要求。

(3) 公共信息服务体系建设

完善了梅县区公共服务中心的功能布局及升级改造：020展示展销中心、多媒体培训室、线上体验区、主体形象墙、摄影美工服务室、实操培训室、创业孵化中心、服务前台、管理中心等功能区域齐备，办公电脑、空调、55寸触摸高清电视、会议投影仪、办公卡座、办公椅子、宣传栏、摄影道具、农产品检测仪、打（复）印机、扫描设备、网络接入（输入、存储）设备等配备齐全。

梅县区电子商务公共服务中心已建有梅县区电子商务信息服务平台，目前在该平台已注册的服务商共 311 家，已收录网商销售农产品有 278 种，为 21 万多的农户提供增值服务。该服务平台具备与国家、省、市平台系统，电商公共服务中心的 LED 数据大屏、产品质量追溯系统平台相互兼容，实现无缝对接，实时显示电商入驻企业，镇、村两级服务站点的交易动态、数据采集信息情况；具备与国家、省、市平台系统，电商公共服务中心 LED 数据大屏、电子商务信息服务平台相互兼容，实现无缝对接，切换企业页面和实时查询相关数据的功能。

(4) 农村电商服务站点建设

农村电商服务站点建设项目由中标方广东十记果业有限公司承接。根据梅县区提供的相关资料统计，梅县区下辖 19 个镇（高管会、办事处）、355 个村（其中省定贫困村 32 个）。目前已建成镇村级服务站点 269 个（其中：镇级服务站 19 个、行政村级服务站点 250 个），其中还包含省定贫困村服务站点 32 个。

根据 2018 年省级电子商务进农村综合示范创建考评指标体系，行政村个数在 200 个及以上的，以 200 个为基数计算，梅县区辖区内行政村建设村级电子商务服务站覆盖率点达 100%，梅县区辖区省定贫困村 32 个，省定贫困村服务站点覆盖率 100%。考评组随机抽取查看 30%即 80 个村级站点视频，含 50%即 16 个省定贫困村站点视频，并现场查看 5 个站点（含 2 个省定贫困村

站点)。

根据现场查看和了解的情况，梅县区行政村级电子商务服务站初步具备商品代买、农产品代卖，快递配送代寄、生活费代收代缴、助农取款等服务功能，贫困村配套了电脑、电视、产品展示架、摄影头、智能快递柜和行政牌、制度牌，以及镇级电子商务运营中心的培训桌椅等。

(5) 农村电商人才培养体系建设

梅县区组建了一支由 122 名熟悉业务的基层信息联络员和 489 名县、镇、村电商人才组成服务团队（其中：创业指导师 5 名、商务部 T1 级电商讲师 4 名）。开展电子商务发展政策解读、普及应用及电商（技能）人才等培训，以及对政策法规、网店开通、宣传推广、市场策划、运营维护、营销技巧等普及培训和电商业务技能培训。

根据梅县区提供第三方验收报告及相关资料统计，由中标企业广东十记果业有限公司组织培训共 5034 人次，含贫困人口 778 人次。根据 2018 年省级电子商务进农村综合示范创建考评指标体系，梅县区常住人口总数超过 50 万的，以 50 万为基数计算，经扶贫部门确认的当地有劳动能力的建档立卡贫困人口数（外出务工者除外）892 人，普适性培训人次达常住人口 1%，贫困人口培训人次达省定贫困村有劳动能力的建档立卡贫困人口的 52.4%，符合省厅有关文件要求。

(二) 项目资金情况分析

1. 项目预算情况

梅县区电子商务进农村综合示范项目资金使用计划：

单位：万元

项目名称	资金来源构成及使用方向				备注
	投资计划	省级专项资金	县级配套资金	社会资本	
政府采购招标	491.00	491.00			按进度拨付
采取奖补部分	70.68	9.00	61.68		按项目实施拨付
其他					
项目审核					
事项					
部分					
项目评审					
社会资本	467.87			467.87	企业视需要自主投入
合计	1029.55	500.00	61.68	467.87	

如上表所示省级专项资金实施计划见下表：

单位：万元

序号	采购项目	资金构成	
		省专项资金	占专项资金百分比(%)
1	县域电商公共服务中心改造	75.00	15%
2	公共信息服务体系建设	100.00	15%
3	镇村电商站点建设	100.00	20%

4	农产品上行体系与品牌建设	150.00	30%
5	农村电商人才（技能）培训体系建设及供应链服务	75.00	20%
合 计		500.00	100%

项目资金预算符合《梅县区 2018 年省级电子商务进农村综合示范工作方案》、《梅县区 2018 年省级电子商务进农村综合示范项目管理办法》文件关于资金使用方向及使用比例的要求。

2. 项目资金实际到位情况

专项资金及时足额拨付到位，省商务厅于 2018 年将专项资金 500 万拨付至梅县区财政局，财政专项资金拨入的总额与预算一致。

3. 项目资金实际支出情况

单位：万元

序号	具体项目	资金使用比例	合同标的	承建单位	合同金额	省级资金支付金额	资金支付方式	选择供应商方式
1	聚焦农村产品上行	28.5%	农产品溯源及质量检测服务/品牌宣传/物流	广东十记果业有限公司	317.50	301.62	财政直接拨付	政府采购
2	农村电商服务站点建设	20%	镇村电商站点建设项目	广东十记果业有限公司			财政直接拨付	政府采购

序号	具体项目	资金使用比例	合同标的	承建单位	合同金额	省级资金支付金额	资金支付方式	选择供应商方式
3	农村电子商务人才培训	15%	农村电商人才培养及供应链服务项目	广东十记果业有限公司			财政直接拨付	政府采购
4	聚焦农村产品上行	0.4%	宣传推广	广东十记果业有限公司	2.00	2.00	财政直接拨付	奖补
5	农村电商园区建设	15.4%	农村电商园区建设/电商平台建设	梅州云电商生态城投资管理有限公司	173.50	164.93	财政直接拨付	政府采购
6	建设公共服务保障体系	19.3%	公共服务体系建设/区级服务中心建设	梅州云电商生态城投资管理有限公司			财政直接拨付	政府采购
7	建设公共服务保障体系	0.4%	宣传推广	梅州云电商生态城投资管理有限公司	2.00	2.00	财政直接拨付	奖补
8	聚焦农村产品上行	1%	宣传推广	广东村之翼科技有限公司	5.00	5.00	财政直接拨付	奖补
合计		100%			500.00	475.56		

(1) 资金使用率：目前省级专项资金已支付 475.56 万元，余额 24.44 万元，省级专项资金支付率 95.11%。

(2) 资金使用方向及比例：梅县区以《梅县区 2018 年省级电子商务进农村综合示范工作方案》、《梅县区农村电子商务发展引导资金使用管理办法》文件规定的 5 个建设方向为依据分别确定供应商，资金使用方向及使用比例如上表所示且符合文件要求。

4. 项目资金管理情况

在专项资金管理上，梅县区按照《广东省商务厅、广东省财政厅、广东省扶贫开发办公室关于开展 2018 年省级电子商务进农村综合示范工作的通知》（粤商务电函〔2017〕131 号）文件精神及财政资金有关要求，制定《梅县区 2018 年省级电子商务进农村综合示范工作方案》加强项目资金的监管，建立《梅县区电子商务进农村综合示范项目资金台账》。资金拨付按项目计划、工程进度、质量和协议要求拨付进度款，项目完成业主方按协议组织有关部门、单位进行验收，之后再由县财政局派工作小组进行查验，确保验收合格的项目按结算清单及结算报告拨付相应的资金，并且将剩余 10% 款项作为质量保证金，质保期满一年后再拨付，从而确保了专项资金专款专用，有效地确保了专项资金的安全使用。

为使项目按时有序进行，省级电子商务进农村综合示范县项目专项资金由县财政局统一专账管理，专款专用。

五、存在问题

（一）奖补支出的计划管理有待完善

2020年4月广东村之翼科技有限公司、广东十记果业有限公司、梅州云电商生态城投资管理有限公司分别向梅州市梅县区科工商务局提交《电子商务扶助资金请示》，经梅县区科工商务局批准，梅县区财政局于2020年6月分别向三家企业支付5万元、2万元和2万元，作为宣传推广的奖补支出。上述9万元奖补项目，应纳入梅县专项资金使用方案及资金计划，并列明资金用途、使用范围和使用规定等。

（二）村级站点的费用补贴发放程序有待完善

承接方广东十记果业有限公司为269个农村站点配套电脑等，实际上是采取按每台3000元补贴方式（有发票）给各村级服务站点。但通过镇级或相关人员转发代发，截止2020年6月20日，尚未取得各站点电脑补贴款的签收确认，在专项资金的使用管理和费用确认上存在瑕疵。

（三）农村电商人才培训费用的佐证不够充分

培训费结构中的间接管理成本（如租车费、办公费、场租费、劳务费）相对偏高32.8万元，占到培训费用75万元的50%左右，上述费用归属培训费用的佐证不充分。除了提供发票，还应提供培训间接费用场地租金等的原始依据、讲师费用签收表等。

（四）在信息公开方面存在瑕疵

在县政府网站设置公开专栏，公开创建方案及扶助项目，没

有每月定期更新项目进度、没有设立征求意见窗口等。

六、相关建议

（一）加强资金的计划管理

奖补资金也是省级财政专项资金的重要组成部分。无论是通过政府采购还是竞价方式确定供应商，建议专项资金的使用均应纳入资金计划范围内，并最好列明资金用途、使用范围和使用规定等。

（二）加强资金使用的管理。

一是建议严格把控项目进度款支付审核，对未达到支付条件的付款申请拒绝支付；对符合要求、达到支付条件的，及时办理资金的拨付。二是完善支付手续。加强合同付款条件、费用确认、费用归类的审核，验收是检验建设项目质量的重要环节，专项资金的费用确认、费用归类，除了提供发票外，建议还要求提供经济合同、银行付款凭证以及培训师审核等重要佐证资料。

（三）完善信息公开管理

在县政府网站设置公开专栏，应公开创建方案及扶助项目，每月定期更新项目进度、设立征求意见窗口等，定时更新，定期更新，以确保政府相关政策、电商资讯能及时完整地传达。