

2023 年度广州市供销合作总社部门 重点项目绩效评价报告

一、评价项目概述

（一）项目背景资料。为深入学习贯彻习近平总书记视察广东重要讲话、重要指示精神，落实省委“1310”具体部署和市委“1312”思路举措，扎实推进“百千万工程”，积极发挥供销社优势，市供销总社通过组织广州市及对口合作（帮扶）地区供销社社有企业参加大型展销会、开展电商直播和培训等活动，加强供销系统农产品的产销对接，促进消费帮扶，推进“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城，扩大供销社品牌影响力，实施本项目。

（二）项目资金分配情况。项目资金来源于广州市 2023 年一般公共预算资金，预算总额为 64.98 万元，具体安排如下：举办“十城联动 千品惠购—消费帮扶工惠行”暨广州市对口帮扶（合作）地区特色产品展销活动，预算 20 万元；参加西雅国际食品深圳展，预算 10 万元；参加 2023 中食展（广州）暨广州国际食品食材展，预算 19.55 万元；开展短视频直播培训，预算 4.66 万元；参加第三届直播电商节（中国·广州）活动，预算 9.98 万元；举办市供销总社特色农产品推介交流会（白云），预算 0.79 万元。

项目资金具体使用情况：参加西雅国际食品深圳展开支

10 万元，主要用于支付展位费；参加“十城联动 千品惠购——消费帮扶工惠行”暨广州市对口帮扶（合作）地区特色产品展销活动开支 20 万元，主要用于展销活动现场设计和搭建开支 18.3 万元，活动现场直播服务开支及后期视频制作开支 1.7 万元；参加 2023 中食展（广州）暨广州国际食品食材展开支 19.55 万元，主要用于展位费 14.37 万元，现场设计和搭建开支 5.19 万元；开展短视频直播培训开支 4.66 万元，主要用于 68 名学员，培训时间 3 天的住宿费、餐费及户外拍摄开支；参加第三届直播电商节（中国·广州）活动开支 9.98 万元，主要用于直播间搭建与运营、直播脚本设计与更新、直播间开播与复盘等；举办市供销社特色农产品推介交流会（白云）开支 0.79 万元，主要用于活动场地租用、会务保障、宣传推介开支等。预算资金完成支出率 100%。

（三）项目政策依据。

1. 《国务院关于新时代支持革命老区振兴发展的意见》（国发〔2021〕3 号）：持续加强消费帮扶，推进革命老区特色农产品产销对接。

2. 《中共中央 国务院关于做好 2022 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》：合理保障农民种粮收益……聚焦关键薄弱环节和小农户，加快发展农业社会化服务，支持农业服务公司、农民合作社、农村集体经济组织、基层供销合作社等各类主体大力发展单环节、多环节、全程生产托管服务，开展订单农业、加工物流、产品营销等，提高种粮综合效益。

3.广州市委实施乡村振兴战略领导小组印发《关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的实施方案》的通知（穗乡村组〔2022〕4号）要求供销社发展农业生产社会化服务、促进农村消费提质升级，积极实施县域商业建设行动。

4.《广州市2023年东西部协作工作要点》：通过广州博览会、直播电商节等大型商贸展会以及消费协作“三专”（专馆、专柜、专区）等平台，引导更多协作地区优质农产品进入广州大型批发市场、连锁商超。

5.《中央财办等部门关于推动农村流通高质量发展的指导意见》（中财办发〔2023〕7号）：规范发展农村直播电商，打造一批县域电商直播基地、“村播”学院，发展网订店送、即时零售等线下和线上融合新业态。推广农产品电商直采、定制生产等模式，发展农副产品直播电商。

二、项目绩效目标和绩效指标设定情况

项目绩效目标为：推广供销社品牌，扩大农产品销售，拉动农业生产，助农增收。

项目共设置3个一级绩效指标，分别为：项目管理指标、产出指标和效益指标，指标占权重分别为20%、40%、40%。项目管理指标中，“资金支出率”设定目标值为100%，监管有效性设定值为“监管项目顺利开展”；产出指标中，“培训人员数量”的设定目标值为30人次，参加“农产品促销活动的企业数量”设定目标值为大于4家，参加展销会活动带动“帮扶

农产品品种数量”设定目标值为大于 5 个；效益指标中，“培训人员满意度”设定目标值为大于 90%。

三、绩效评价指标分析情况

（一）项目管理绩效指标分析。项目由市供销总社流通处组织实施，项目绩效管理严格，展销会和培训活动方案、项目相关合同、三方报价资料、发票、支出凭证、满意度调查表等佐证材料齐全，资金支出率为 100%，监管项目顺利开展。

（二）项目结果绩效情况分析。

1.产出指标完成情况：“培训人员数量”的设定目标值为 30 人次，实际培训人数为 68 人；参加“农产品促销活动的企业数量”设定目标值为大于 4 家，实际参加的单位 80 家；带动“帮扶农产品品种数量”设定目标值为 5 个，实际参展的帮扶农产品数大于 30 个。

2.效益指标完成情况：“培训人员满意度”设定值为满意度大于 90%，实际调查结果显示培训人员满意度为 100%。

四、项目综合评价等级和评价结论

（一）项目综合评价得分及评价等级。综合评价 2023 年度广州市农产品流通服务项目绩效评价得分 92 分，绩效评价为“优”。

（二）项目综合评价结论。项目充分发挥了供销社农产品流通方面的优势，推广了广州及对口合作（帮扶）地区供销社特色产品，使参展企业更好把握住市场发展趋势、获得潜在订单；利用直播、短视频、数字商店等新手段促进产销对

接，助力农产品销售，推动全市供销合作社系统高质量发展，为推进实施“百千万工程”和乡村振兴战略贡献供销力量，完成了推广供销社品牌，扩大农产品销售，拉动农业生产，助农增收的项目目标。

五、主要经验做法、存在的问题和改进措施

（一）主要经验做法。

1.通过大型展会和展销活动，将宝生园、生茂泰、小鲜驿站、云供农业、天河供销优选、新从供、益农通等众多本土供销品牌和龙里刺梨、佳穗大米、林芝藏香猪、洛川苹果、安顺五行面、龙岩花生和梅州竹稻米等对口帮扶（合作）地区的特色农产品推向粤港澳大湾区市场。

2.以参加大型展会活动为纽带，增进广大消费者及全国各地渠道商对供销特色的农产品资源的了解，参展企业能直观地感受广州及粤港澳大湾区市场消费者偏好，优化产品推广和销售计划，改进完善产品结构，助力参展企业高质量发展。

3.通过实施直播培训项目，发动市供销社系统从事农资、农产品流通和农村电商工作的人员参加培训，邀请头部电商企业管理人员、直播培训行业领军人物、全国总社商业干部学院教授授课，引导学员积极创新营销模式，通过视频号、微信小商店、公众号等平台，广泛宣传供销社品牌和服务理念，提升公众知名度；通过短视频、直播、数字小店等方式，丰富经营业态，拓宽农资、农产品销售渠道，提升供销社综

合为农服务能力。培训结束后，部分基层社开始实施运营短视频账号，制作科普、宣传短视频，学员之间互关互助，分享电商营销经验，合力打造供销社私域流量池。

（二）存在的问题。

1.展会筹划不够科学。几个展会在中秋国庆前夕举办，虽经提前邀请，但贵州安顺和福建龙岩等对口帮扶（合作）地区供销社，均因节前销售业务繁重且路途较远，未能参加。

2.绩效指标设置有待优化。一是部分绩效指标设定目标值偏低，如“培训人员数量”的设定目标值为 30 人次，但实际参加培训人员为 68 人，工作预见性和规划性有所欠缺。二是部分绩效指标结果不合理。满意度调查结果显示为 100%，可能存在学员为了人情、面子或为了支持举办方的培训而刻意 100%好评，无法准确、客观、真实地反应培训满意度和接受培训人员的改进意见。

（三）下一步改进措施。

1.加强项目筹划的科学性。举办或参加展销会，充分考虑时节、地域等影响，以农闲时节为主，不为参展单位增加负担；

2.优化绩效指标设置。绩效指标设置需更加贴近实际，增加指标的可操作性和约束性。