

江苏省省级项目预算绩效目标表

2023年度					
项目名称	江苏省农产品展示与展销工作		主管部门	江苏省供销社总社	
项目类型	常年安排项目		项目级次	省本级	
开始时间	2023年		完成时间	2025年	
实施单位	江苏省供销社总社（机关）		项目负责人/联系电话		
立项必要性	1. 举办农产品展示与展销对接，促进产销对接，对推进农业供给侧结构性改革、推进农业高质量发展、助力乡村振兴、致富农民有着非常重要的意义。名优农产品展销会，已成为我省农产品产销对接的重要渠道。江苏乃至华东地区名牌展会，主要内容有展览推介、产销对接、签约仪式、贸易洽谈等。 2. 深入实施消费帮扶，推进线上线下融合服务，办好各类农产品展示展销、品牌推介发布、营销促销活动，宣传推介经济薄弱地区和对口帮扶支援地区特色农产品，培育具有供销社特色的电商品牌，让更多的优质农产品等通过“云端”走向市场。				
实施可行性	1. 省委、省政府《关于推进体制机制改革创新进一步增强农业农村发展活力的意见》（苏发〔2013〕1号）、省政府《关于进一步扶持农业产业化龙头企业发展的实施意见》（苏政发〔2012〕135号）、省政府办公厅《关于进一步发挥供销社独特优势加快构建农产品现代流通体系的实施意见》（苏政办发〔2020〕53号）。 2. 国务院办公厅《关于加强鲜活农产品流通体系建设的意见》（国办发〔2011〕59号）、省委、省政府《关于推进体制机制改革创新进一步增强农业农村发展活力的意见》（苏发〔2013〕1号）、省政府《关于进一步扶持农业产业化龙头企业发展的实施意见》（苏政发〔2012〕135号）、省政府办公厅《关于支持农业产业化龙头企业发展的重点工作的通知》（苏政办发〔2012〕224号）、省政府办公厅《关于进一步发挥供销社独特优势加快构建农产品现代流通体系的实施意见》（苏政办发〔2020〕53号）、省发改委《关于江苏省供销社合作经济产业园有限公司建设江苏省农副产品展示展销中心备案的通知》（苏发改经贸发〔2020〕1137号）、江苏省财政厅、江苏省乡村振兴局、江苏省供销社总社《关于做好2022年预算单位采购脱贫地区和省内重点帮扶地区农副产品工作的通知》（苏财购〔2022〕16号文）。				
项目实施内容	1. 为贯彻落实习近平总书记对供销社工作作出的重要指示批示和扎实推进长三角一体化发展座谈会上的重要讲话精神，加强长三角供销社的交流与合作，搭建产销对接平台，扩大内需，促进消费，服务乡村振兴，在构建“双循环”新格局中发挥供销社独特优势和重要作用。《江苏省人民政府办公厅关于印发深入推进供销社综合改革专项行动计划（2017-2018年）的通知》（苏政办发〔2017〕90号）要求“加快农产品市场体系建设，完善质量检测、冷链储运、物流配送等功能，加强农产品产销对接”。2018年9月7日，中华全国供销合作总社与江苏省人民政府签署的《加快新时代供销合作社改革发展、促进江苏乡村振兴战略合作协议》，明确支持江苏承办好名优农产品展销会，打造立足江苏、面向全国农产品销售公共服务平台。举办农产品展示与展销对接，促进产销对接，对推进农业供给侧结构性改革、推进农业高质量发展、助力乡村振兴、致富农民有着非常重要的意义。名优农产品展销会（以下简称农展会），已成为我省农产品产销对接的重要渠道。江苏乃至华东地区名牌展会，主要内容有展览推介、产销对接、签约仪式、贸易洽谈等。特申请资金100万元，其中租赁费30万元，公务接待费19.21万元，委托业务费20万元，其他商品与服务支出30.79万元。2. 建设运营江苏省农副产品展示展销中心是我省发挥供销社组织、资源、信息优势，加快构建农产品现代流通体系的重要组成部分。江苏省农副产品展示展销中心位于南京市雨花台区凤台南路148号4楼5楼，于2014年经省政府同意，省发改委立项、省总社建设，2020年9月18日建成并试运营，2021年9月，随着二期工程——江苏省乡村中心消费帮扶体验馆中心建成运营，现已成为汇集产品展示、多媒体发布、农超对接、MCN直播带货、公共服务配套于一体的“一站式”农产品展示展销综合服务平台。农展中心深耕江苏、立足长三角、面向全国，开展农副产品线上线下融合发展的新零售业务；食堂食材集采长期供应业务；展示展销推介业务；建设运营“鲜丰汇”消费帮扶采购平台，开展面向政府机关、国有企业单位福利、团购业务；展现社企担当，开展农超对接助力纾困，抗“疫”保供为民解忧工作。特申请运营补贴500万元，主要用于线上运营、展馆设施维护、宣传推广及场地等方面。				
项目资金 (万元)	收入	全年（程）预算数			
		资金总额	600		
		一般公共预算资金	600		
		政府性基金	0		
		国有资本金	0		
		社保基金	0		
		财政专户管理资金	0		
	其他资金	0			
	支出	半年（程）计划执行数	全年（程）预算数		
		其他对企业的补助	300	500	
公务接待费		0	19.21		
其他商品和服务支出		0	30.79		
租赁费		0	30		
委托业务费	0	20			
中长期目标	深耕江苏、立足长三角、面向全国，通过推介发布、消费帮扶数字平台、食堂食材集采等方式，促进产销对接，开辟为农服务“新窗口”，以市场化运作和常态化运营推动可持续发展，进一步畅通农产品上行通路，构建并完善消费帮扶长效机制，成为“永不落幕”的名特优农副产品展示交易新零售平台，帮助名特优农副产品实现销售规模的持续提升，并争取在“十四五”期间实现企业上市计划和“全省数字供销一张网”规划。				
年度目标	展销中心每年举办20场展销中心农产品展示展销推介会及相关活动、进行50场直播带货活动，农展中心组织实现农副产品销售3亿元。				
一级指标	二级指标	三级指标	半年（程）指标值	全年（程）指标值	
决策	项目立项	立项依据充分性	充分	充分	
		立项程序规范性	规范	规范	
	绩效目标	绩效目标合理性	合理	合理	
		绩效指标明确性	明确	明确	
		预算编制科学性	科学	科学	
过程	资金管理	资金到位率	序时进度	100%	
		预算执行率	=50%	=100%	
		资金使用合规性	合规	合规	
	组织实施	管理制度健全性	健全	健全	
		制度执行有效性	有效	有效	
成本	经济成本	展销中心场地及租金杂费	≤3元/天/平米	≤3元/天/平米	
产出指标	数量指标	举办长三角供销社名优农产品展示展销会场次	≥0场次	≥1场次	
		展销中心农产品展示展销推介会及相关活动场次	≥8场次	≥20场次	
		展销中心直播带货场次	≥20场次	≥50场次	
	质量指标	展销中心销售计划完成度	≥40%	≥100%	
	时效指标	展会举办及时性	及时	及时	
效益	经济效益	长三角供销社名优农产品展示展销会产品销售额	≥0万元	≥1000万元	
		展销中心农副产品销售额	≥1.2亿元	≥3亿元	
		展销中心农副产品线上交易额	≥2000万元	≥5000万元	
	社会效益	观展选购市民人次	≥0万人次	≥1万人次	
		带动家庭农场、农民专业合作社等新型农业主体数量	≥0家	≥400家	
		展销中心提高区域农副产品品牌知名度	有一定影响	有一定影响	
		展销中心推介会农副产品数量（含线上）	≥6000个	≥6000个	
可持续影响	对地区经济发展的持续影响程度	有一定影响	有一定影响		
满意度	服务对象满意度	家庭农场、各类专业合作社等新型农业主体满意度	≥0%	≥80%	