

江苏省省级项目预算绩效目标表

2023年度

项目名称	江苏省衔接推进乡村振兴补助资金		主管部门	江苏省供销合作总社
项目类型	一次性安排项目		项目级次	省本级
开始时间	2023年		完成时间	2023年
实施单位	江苏省供销合作总社（机关）		项目负责人/联系电话	
立项必要性	帮促中心与农展中心互为载体，以构建消费帮促大格局为共同目标，农展中心以消费体验、渠道销售为主，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，与帮促中心联动共享，实现帮促品牌认证销售、展示展销、销售体验、直播带货销售等。			
实施可行性	消费帮促体验中心采用政府支持，企业运作的方式，坚持以市场为导向，推动可持续发展，整合江苏省内消费帮促农副产品资源，丰富产品种类，打通供应链条，完善功能布局，精准对口帮促。帮促中心自启用以来，利用图片、文字、多媒体、网络等多种可视化的方式，展现了我省内帮促地区特色农产品和消费帮扶政策，集中展示了我省“十八大”以来产业振兴的丰硕成果。			
项目实施内容	为深入贯彻习近平总书记关于实施乡村振兴战略的重要论述、党的十九届六中全会精神和中共江苏省第十四次代表大会精神，认真落实《中共中央国务院关于实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的意见》《关于继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果的指导意见》，按照我省《关于深入开展消费扶贫助力打赢打好我省脱贫攻坚战实施意见》等相关决策部署。在省总社和省乡村振兴局的指导下，消费帮促体验中心发挥自身优势，服务于全省消费帮促工作，促进乡村特色产业提质增效，助力乡村振兴。通过开展消费帮促品牌认证、帮促商品展示展销、消费帮促直播带货、消费帮促公益宣传，引导提升帮促产品供应水平和供应质量，形成集群效应逐步扩大知名度和美誉度，增加社会公众对消费帮促产品的认同感、提升对消费帮促产品的美誉度，激发消费帮促内生动力，打造消费帮促人人可为、人人愿为的长效机制，为消费帮促增添可持续的内生源泉。			
项目资金 (万元)	收入		全年（程） 预算数	
		资金总额	200	
		一般公共预算资金	200	
		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	
		上年结转资金	0	
	其他资金	0		
支出		半年（程）计划执行数	全年（程）预算数	
	其他项目	100	200	
中长期目标	将消费帮促中心打造成为江苏省经济薄弱地区帮促产品的集中展示、认证中心、江苏帮促产品省级层面的销售中心、餐饮酒店消费帮促采购的展示展销中心、面向南京市民及周边城市居民的帮促产品零售中心、江苏省帮促产品线上线下（O2O）的体验中心。推动企事业单位、社会团体和个人参与消费帮促，以消费促生产，以生产促产业发展，打造“人人参与消费帮促、人人支持消费帮促”的良好氛围，为实现巩固拓展脱贫攻坚成果，助力乡村振兴贡献力量。			
年度目标	将消费帮促中心打造成为江苏省经济薄弱地区帮促产品的集中展示、认证中心、江苏帮促产品省级层面的销售中心、餐饮酒店消费帮促采购的展示展销中心、面向南京市民及周边城市居民的帮促产品零售中心、江苏省帮促产品线上线下（O2O）的体验中心。推动企事业单位、社会团体和个人参与消费帮促，以消费促生产，以生产促产业发展，打造“人人参与消费帮促、人人支持消费帮促”的良好氛围，为实现巩固拓展脱贫攻坚成果，助力乡村振兴贡献力量。			
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
	资金投入	预算编制科学性	科学	科学
		资金分配合理性	合理	合理
过程	资金管理	资金到位率	序时进度	100%
		预算执行率	=40%	=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	帮促中心场地租金及杂费	≤3元/天/平米	≤3元/天/平米
产出指标	数量指标	乡村振兴直播带货场次	≥6场次	≥15场次
		乡村振兴农产品展示展销推介会场次及相关活动场次	≥2场次	≥5场次
	质量指标	帮促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	农副产品交易额	≥600万元	≥1800万元
	社会效益	帮促中心提高经济薄弱地区农副产品品牌知名度	较高	较高
	生态效益	销售经济薄弱地区农副产品数量（含线上）	≥400种	≥1000种
	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	采购商、供应商满意度	≥80%	≥80%