



石狮市跨境电商品牌培育全流程 服务

事前绩效评估报告

(初稿)

委托单位: 石狮市财政局

实施单位: 石狮市商务局

编制单位: 泉州市招标咨询中心有限公司

2025年8月

石狮市跨境电商品牌培育 全流程服务

事前绩效评估报告

编 制 单 位 : 泉州市招标咨询中心有限公司

主 评 人 : 曾桂梅 (中级工程师)

编 制 人 员 : 范富琳 (项目组成员)

吴文静 (项目组成员)

校 对 人 : 翁燕瑜 (中级经济师)

复 核 人 : 王梅玲 (中级会计师)

目 录

前 言	1
一、项目概况	2
(一) 项目实施单位情况	2
(二) 项目基本情况	2
(三) 项目预期绩效目标	4
二、绩效评估工作开展情况	5
(一) 评估目的	5
(二) 评估指标	6
(三) 评估依据	6
(四) 评估原则	7
(五) 评估方法和等级设定	8
(六) 组织实施	8
三、事前绩效评估指标体系	9
四、评估内容	11
(一) 立项必要性	11
1. 立项依据充分性	11
2. 财政投入相关性	16
(二) 投入经济性	16
1. 预算投入合理性	16
2. 成本控制有效性	18
(三) 绩效目标合理性	19



1. 绩效目标明确性	20
2. 绩效目标合理性	20
(四) 项目可行性	22
1. 实施可行性	23
2. 过程控制有效性	24
3. 项目可持续性	25
(五) 筹资可行性	27
1. 筹资合规性	27
2. 财政投入合理性	27
五、总体结论	28
(一) 存在的主要问题	28
1. 报价供应商业务领域与项目需求错配	29
2. 相关成本管控措施考虑不完善	29
3. 绩效指标设置合理性不足	30
4. 实施机构日常监管佐证材料不足	30
5. 项目产出效果可持续性不足	30
(二) 相关建议	31
1. 强化资质预审机制	31
2. 制定针对性预防措施	31
3. 优化项目绩效目标设置	31
4. 完善项目长效管理机制	32
六、附件	32

附件 1: 2023 年与 2024 年度指标审计情况	34
附件 2: 石狮市跨境电商品牌培育全流程服务事前绩效评估评分表	36
附件 3: 调研照片	40
附件 4: 编制单位签章	41
附件 5: 营业执照	42

前 言

为加强财政资金管理，强化支出责任，提高财政资金的使用效益，建立科学、合理的财政支出绩效管理体系，为领导决策提供科学有力的依据，泉州市招标咨询中心地方财政绩效评价所接受石狮市财政局的委托，组织专业人员成立项目支出事前绩效评估工作小组，根据《财政部关于印发〈项目支出绩效评价管理办法〉的通知》（财预〔2020〕10号）《中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34号）《福建省委、省政府关于全面实施预算绩效管理的实施意见》（闽委发〔2019〕5号）《福建省财政厅〈关于全面实施预算绩效管理若干措施〉的通知》（闽财绩〔2019〕2号）等有关文件要求，对石狮市跨境电商品牌培育全流程服务开展政府项目支出事前绩效评估工作，按照财政部《第三方机构预算绩效评价业务监督管理暂行办法》（财监〔2021〕4号）的要求，以第三方身份出具报告。我中心评估小组经过数据采集、书面资料审查、实地调研、社会调查和分析研究等必要的绩效评估程序，结合单位情况，在梳理、分析、研究评估数据资料的基础上，形成《石狮市跨境电商品牌培育全流程服务事前绩效评估报告》。



报告正文

一、项目概况

(一) 项目实施单位情况

石狮市商务局是正科级单位,下设综合股(行政审批股)、商贸电商股、国际经贸股、外资促进股、口岸管理股、石狮市市场采购贸易服务中心、石狮市商贸服务中心七个内设机构。其核心职能包括贯彻执行国家、省、泉州市有关贸易、国际经济合作、外资招商选资、投资促进和口岸管理的法律法规和政策起草并组织实施我市有关商务发展的政策措施。研究提出我市商务和口岸政策与国际经贸条约、规则之间的衔接意见。拟订我市商务发展规划,监测分析商务运行状况,研究商务体制和商务运行中的重大问题并提出建议。研究提出全市利用外资和境外投资的战略目标、政策;按规定负责审批、审核、转报利用外资项目和境外投资项目;参与全市对外招商项目推介。

石狮市商务局作为地方商务主管部门,以“一带一路”建设为引领,聚焦跨境电商、市场采购贸易等新业态,推动内外贸融合发展。通过优化外资结构、加强口岸建设、规范市场秩序,助力石狮打造开放型经济强市。其职能覆盖贸易全链条,从政策制定到执行监督,全方位服务地方经济发展。

(二) 项目基本情况

1. 项目实施背景

近年来,面对复杂严峻的外部环境,跨境电商凭借线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势,成为中国品牌国际化、产业升级与贸易高质量发展的核心引擎。2024年,我国跨境电商进



出口 2.63 万亿元，同比增长 10.8%。其中，跨境电子商务综合试验区带动作用明显：截至目前，我国已设立 165 个跨境电商综合试验区，实现 31 个省区市全覆盖。然而，中国跨境电商品牌化率仍不足 20%，多数企业陷入“低价竞争-利润微薄-缺乏创新”的恶性循环，面临品牌认知度低、供应链韧性不足、海外合规风险高、数字化运营能力弱等共性痛点。在此背景下，政策层面，国家“十四五”规划明确提出“培育一批国际化品牌”，商务部等 24 部门联合印发《“十四五”对外贸易高质量发展规划》，强调“支持跨境电商平台打造品牌孵化中心”。地方层面，上海、浙江、广东等地通过“品牌出海专项基金”“海外仓+独立站”补贴、跨境数据合规认证等措施，构建品牌培育生态。技术层面，AI 营销、区块链溯源、柔性供应链等数字技术为品牌精准触达海外消费者、建立信任背书提供了工具支撑。

石狮市作为福建省“海丝核心区”和泉州市“海丝名城”建设的关键节点，始终将跨境电商作为融入“一带一路”倡议、构建双循环发展格局的核心抓手。2019 年，国家发展改革委明确支持石狮建设跨境电商综合试验区，福建省政府将其列为“扩大开放示范区”重点培育对象。2023 年，泉州市出台《推动跨境电商发展三年行动方案（2024-2026）》，提出“三年打造千亿级跨境电商产业集群”目标，石狮市同步配套《支持品牌电商发展若干措施》，从税收优惠、物流补贴、海外仓建设等方面给予企业全方位支持。政策红利持续释放，为跨境电商品牌化发展提供了制度保障。



2. 项目内容

为了全面整合跨境电商领域各方面资源,围绕形成一站式服务的总体要求,提供跨境电商展示服务、全球电商平台入驻服务、跨境电商运营服务、数字贸易资源对接服务等,涵盖服务展示、电商孵化、青年创业、品牌营销、人才支撑、供应链服务等功能,根据《石狮市关于推动电商高质量发展若干措施》(狮商务规〔2024〕1号)的精神,石狮市商务局充分拓展全省首创跨境电商公共服务中心带动效应,鼓励采取购买服务方式,引进行业协会或第三方专业机构服务运营石狮市跨境电商公共服务中心,丰富完善跨境综合服务水平,组织各类跨境电商活动,引导辖区传统外贸、生产制造和商贸流通企业,拓展跨境电商业务,进一步优化壮大石狮跨境电商产业生态。

3. 项目资金预算安排

依据《石狮市关于推动电商高质量发展若干措施》(狮商务规〔2024〕1号),石狮市商务局拟申请专项预算资金299万元。每年预算最高不超过300万元,通过政府采购公开招标方式选择石狮市跨境电商公共服务中心运营服务的服务单位。

(三) 项目预期绩效目标

石狮市商务局为进一步提升跨境电商公共中心服务水平,提供系统孵化、开店指导等服务,引导更多本地传统外贸企业、创业者通过跨境电商扩展海外市场,抢抓新增长点,开展新一轮采购石狮市跨境电商品牌培育全流程服务。根据《石狮市关于推动电商高质量发展若干措施》(狮商务规〔2024〕1号),设置项目绩效目标表如下表1所示:



表 1：石狮市跨境电商品牌培育全流程服务绩效目标表

一级指标	二级指标	三级指标	2025 年半年目标值	2025 年目标值
成本指标	经济成本指标	财政批复资金总量	299 万元	299 万元
产出指标	数量指标	服务人次	20	50
		开展跨境电商培训等活动	20	40
		帮助跨境电商企业实现销售额增长	5	20
	质量指标	举办泉州级超百人大型活动场次	0	1
		资金使用合规性	100	100
	时效指标	资金拨付及时率	0%	100%
效益指标	社会效益指标	组织参加重要跨境电商会展活动(场次)	0	1
		帮助企业在跨境电商平台开店	10	30
		帮助应届大学生留石创业	3	8
满意度指标	服务对象满意度指标	跨境电商企业满意度	≥90%	≥90%

二、绩效评估工作开展情况

(一) 评估目的

绩效管理是政府改革的重要方向,财政支出事前绩效评估是建设效能、责任和廉洁政府的重要手段。为客观评估石狮市跨境电商品牌培育全流程服务的预期绩效,在该项目绩效目标申报表的基础上,结合项目特点,制定石狮市跨境电商品牌培育全流程服务事前绩效评估指标体系,运用科学、规范的评估方法,客观地对项目预算绩效进行综合性评估,对石狮市跨境电商品牌培育全流程服务在预算编制、绩效管理及项目实施过程中可能存在的



问题，探究其可能的原因，最后提出相应的解决对策。通过事前绩效评估，在项目资金预算管理中引入绩效管理理念，规范管理方式，加强项目资金管理，为进一步提升财政专项资金使用效益、优化财政支出结构和政府公共服务水平提供确实有力的依据。

（二）评估指标

事前绩效评估指标直接影响绩效评估结果的有效性，在设计和选择评估指标时，评估工作小组遵循“相关性、经济性、可比性、重要性”的原则，通过对石狮市跨境电商品牌培育全流程服务申报依据、开展情况、管理制度等相关材料的学习理解、对项目特点的深入研究以及对项目资料的整理分析，设计形成项目事前绩效评估体系。绩效评估总分 100 分，共设置一级指标 5 个，分值分别为 15 分、20 分、22 分、28 分、15 分，设置二级指标 11 个，从立项必要性、投入经济性、绩效目标合理性、项目可行性、筹资可行性等方面全面评估项目预算绩效情况。

（三）评估依据

1. 《中共中央 国务院关于全面实施预算绩效管理的意见》（中发〔2018〕34号）；
2. 《中共福建省委 福建省人民政府印发〈关于全面实施预算绩效管理的实施意见〉的通知》（闽委发〔2019〕5号）；
3. 《中共泉州市委办公室 泉州市人民政府办公室关于印发〈全面实施预算绩效管理的若干措施〉的通知》（泉委办发〔2019〕42号）；
4. 《石狮市商务局关于印发〈石狮市关于推动电商高质量发展若干措施〉的通知》（狮商务规〔2024〕1号）；

- 5.《石狮市人民政府办公室关于印发〈石狮市内外贸高质量发展若干措施〉的通知》（狮政办规〔2025〕2号）；
- 6.《石狮市商务局 石狮市财政局 关于印发2025年泉州市促进商务发展若干措施的通知》（泉商务规〔2025〕1号）；
- 7.《石狮市支持品牌电商发展若干措施》（狮政规〔2022〕5号）；
- 8.《石狮市人民政府办公室关于成立石狮优品出海指挥部的通知》（狮政办〔2025〕3号）；
- 9.《泉州市促进跨境电商高质量发展若干措施》（泉商务〔2024〕40号）；
- 10.《关于推动福建省跨境电商创新发展的若干措施》（闽商务〔2024〕8号）；
- 11.《2024年泉州市促进跨境电商高质量发展若干措施申报指南》；
- 12.关于石狮市跨境电商品牌培育全流程服务收集的其他相关材料。

（四）评估原则

一是科学规范原则。严格执行有关程序，按照科学可行的要求，采用定量与定性分析相结合、理论与实践相结合的方法设计评估指标体系。二是公正公开原则。符合真实、客观、公正的要求，依法公开并接受监督。三是利害关系回避原则。绩效评估工作由石狮市财政局委托泉州市招标咨询中心有限公司实施。四是绩效相关原则。绩效评估针对石狮市跨境电商品牌培育全流程服务资金的使用及其预期绩效进行评估，评估结果清晰地反映两者



之间的紧密对应关系。

（五）评估方法和等级设定

本次事前绩效评估通过实施单位的数据填报，辅以评估工作小组实地调查、听取汇报、查看项目管理及财务管理资料等方式收集信息，采用成本效益分析法、比较法等进行评分，以定量考核与定性分析相结合，汇总形成评估综合得分。评估结论分为建议实施、建议调整后实施、建议不予实施三个等级，根据各项指标得分合计分数，确定综合评估结论。具体如下表 2：

表 2：绩效评估等级表

评估结论	建议实施	建议调整后实施	建议不予实施
参考分值 S	$S \geq 90$	$90 > S \geq 75$	$S < 75$

（六）组织实施

按照评估工作流程，分为准备阶段、实施阶段和评估报告撰写阶段等三个步骤实施评估工作。

1. 准备阶段：由石狮市财政局聘请泉州市招标咨询中心有限公司专业人员，组成事前绩效评估工作小组，拟定项目事前绩效评估实施方案，制定绩效评估工作计划。

2. 实施阶段：根据实施方案，部署开展事前绩效评估工作；走访项目主管部门和项目实施单位，现场座谈交流，收集整理资料，对项目相关文件进行学习理解，制定评估指标体系；听取实施单位情况汇报，查阅核实有关数据资料，实施汇总分析。

3. 报告撰写阶段：经过网络查阅、现场咨询、检查核实等步骤，在收集、整理、汇总、核实、分析相关资料和数据的基础上，对项目预算绩效进行综合评估，形成项目事前绩效评估报告。

三、事前绩效评估指标体系

表 3：“石狮市跨境电商品牌培育全流程服务”项目支出

事前绩效评估指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	评分标准
立项必要性(15)	立项依据充分性(12)	政策相关性	与国家、省、市、相关行业宏观政策相关，有相关政策依据，得3分
		职能相关性	①与主管部门职能相关，得2分； ②与部门规划及当年重点工作相关，得2分
		需求相关性	①有现实需求迫切且具有不可替代性，得3分； ②有确定的服务对象或受益对象，得2分。
	财政投入(3)	财政投入相关性	①是否有明显的经济、社会、环境或可持续性效益。得2分； ②项目具有公共性，属于公共财政支持范围，得1分。
投入经济性(20)	预算投入合理性(11)	预算编制完备性	①编制有项目预算，得3分； ②预算编制完整，无明显缺项，发现一处扣1分，最多扣3分。
		预算编制合理性	①项目预算投入测算方式合理，相关测算依据充分，得2分； ②项目预算投入成本测算过程是否规范，数据是否全面、真实和客观，得3分。
	预算成本控制有效性(9)	成本控制措施完备性	①项目制定有成本控制措施，得3分； ②项目成本措施考虑完善，发现一处明显漏洞扣1分，最多扣3分。
		成本控制措施有效性	项目制定的成本控制措施切实有效，具有可操作性，得3分。
绩效目标合理性(22)	绩效目标明确性(8)	绩效目标完备性	按照相关要求申报绩效目标，未申报不得分，得2分。
		绩效目标标准确定性	①项目受益群体定位准确，得2分； ②绩效目标细化分解为具体的绩效指标，且清晰、可衡量，得2分； ③绩效指标与项目目标任务数或计划数相对应，得2分。
	绩效目标合理性(14)	绩效目标匹配性	①项目具有绩效目标，且与实际工作内容相关联，绩效目标与部门长期规划相关，与年度目标一致，得3分； ②绩效目标与项目现实需求相匹配，得3分。
		绩效目标前瞻性	项目绩效目标设置准确、全面、合理，得3分。



一级指标	二级指标	三级指标	评分标准
		绩效指标量化、细化	①绩效指标设置有适当的定性和定量指标, 得 3 分; ②绩效指标值设置合理, 数据可取得, 可考核性强, 得 2 分。
项目可行性(28)	实施可行性(10)	需求方案完备性	制定有项目需求方案, 得 2 分; 否则 0 分
		项目内容明确性	①项目实施内容明确具体, 得 1 分; ②项目实施内容与项目绩效目标相匹配, 得 1 分。
		项目时效性	①项目进度安排合理, 得 2 分; ②项目前期进度与计划相匹配, 按照计划执行前期审批、评审和招投标等流程, 确保项目按期开展, 得 2 分。
		实施方案合理性	①项目组织、进度安排清晰合理, 得 1 分; ②项目相关基础设施条件等能够有效保障, 方案切实可行, 得 1 分。
	过程控制有效性(7)	组织机构健全性	①组织机构计划健全合理, 得 1 分; ②人员配备职责分工明确、合理, 得 1 分。
		管理制度健全性	①制定有管理制度, 得 1 分; ②有相应的监督、奖惩等管控制度, 业务管理制度、标准规程健全, 与项目切实相关, 可操作性强, 得 1 分。
		管控措施有效性	项目申报、审批、调整及项目资金申请、审批、拨付等方面已履行或计划履行的程序是否规范, 发现一处不规范扣 1 分, 最多扣 3 分。
	项目可持续性(11)	组织机构可持续性	组织机构能够持续运转, 项目人员、经费等能得到持续保障, 得 5 分。
		产出效果可持续性	项目产出能够持续, 产生的社会效益、环境效益、文化效益等可持续获得, 得 6 分。
筹资可行性(15)	筹资合规性(10)	筹资渠道合规性	①计划资金来源渠道符合相关规定, 经过相关论证, 得 2 分; ②各项筹资渠道的资金筹集是否可行, 得 2 分。
		筹资程序合规性	①资金筹措程序是否科学规范, 是否经过相关论证, 论证资料是否齐全, 得 2 分; ②对筹资风险认识是否全面; 是否设定应对措施; 应对措施是否可行、有效, 得 3 分; ③资金筹措体现权责对等, 财权和事权匹配, 得 1 分。
	财政投入(5)	财政投入预算能力	①考虑财政预算及配套能力, 合乎实际, 得 3 分; ②不符合财政预算能力, 直接为项目否定指标。
		财政投入重复性	考虑各级财政部门投入, 特别是同级财政资金是否有类似项目, 酌情计分



四、评估内容

(一) 立项必要性

表 4：项目立项必要性得分情况

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
立项必要性 (15)	立项依据充分性 (12)	政策相关性	3	3
		职能相关性	4	4
		需求相关性	5	5
	财政投入相关性 (3)	财政投入相关性	3	3

项目立项必要性方面，指标总分 15 分，石狮市跨境电商品牌培育全流程服务评估得分为 15 分。具体如下：

1. 立项依据充分性

(1) 政策相关性

党的十九大报告首次提出“拓展对外贸易，培育贸易新业态新模式，推进贸易强国建设”，将跨境电商提升至国家战略高度。习近平总书记在首届中国国际进口博览会开幕式上进一步强调“激发进口潜力，加快跨境电商等新业态新模式发展”，为行业指明方向。李克强总理多次主持国务院常务会议，明确要求对新业态新模式坚持“鼓励创新、包容审慎”的监管原则，为跨境电商发展营造宽松环境。国家通过一系列政策支持构建全链条扶持体系。

在税收优惠与商品清单扩容方面，2018 年，财政部等部门调整跨境电商零售进口税收政策，将单次交易限值从 2000 元提高至 5000 元，年度限值从 2 万元提高至 2.6 万元，并新增 63 个税目商品，清单商品总数达 1321 个，满足居民多元化消费需求。2024 年，商务部等九部门联合发布《关于拓展跨境电商出



口推进海外仓建设的意见》，提出统筹利用现有资金渠道支持海外仓发展，并编制出口海外仓业务退税操作指引，降低企业运营成本。

在监管模式创新方面，2019年，商务部等部门印发《关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》，明确跨境电商零售进口商品按个人自用进境物品监管，不执行首次进口许可批件要求，稳定市场预期。2024年，政策进一步简化出口流程，允许企业开展跨境电商出口海外仓业务无需备案，仅需传输订仓单电子数据，大幅降低合规成本。

在区域布局优化方面，自2015年起，我国分六批设立165个跨境电商综合试验区，形成覆盖全国的试验网络。综试验区通过“两平台”（线上综合服务、线下产业园区）和“六体系”（信息共享、金融服务、智能物流等）建设，探索可复制推广的经验。2024年政策提出支持地方依托综试验区培育“跨境电商赋能产业链”模式，推动特色产业集群国际化。根据评分规则，该指标满分3分，得3分。

（2）职能相关性

石狮市商务局的服务职责主要有：负责拟定商贸服务业、流通行业、市场体系建设，拟定并组织实施全市口岸发展规划和年度开放计划，指导和管理全市外商投资促进工作，拟定并组织实施全市口岸发展规划和年度开放计划，负责承担市场采购贸易、口岸方面的行政辅助性、事务性工作等等。石狮市商务局承担“促进产业集群与跨境电商深度融合”的任务。因此，“石狮市跨境电商品牌培育全流程服务”项目的实施与石狮市商务局职能密切相



关。根据评分规则，该指标满分 4 分，得 4 分。

（3）需求相关性

①国家战略层面的必然要求

党的十九大以来，党中央将跨境电商视为“贸易强国建设”的关键抓手。2023 年国务院《关于推动外贸稳规模优结构的意见》明确提出“支持外贸企业通过跨境电商等新业态新模式拓展销售渠道、培育自主品牌”，并鼓励发展“跨境电商+产业带”模式。2024 年中共中央办公厅、国务院办公厅发布的《关于数字贸易改革创新发展的意见》进一步强调“推进跨境电商综合试验区建设，支持‘跨境电商+产业带’发展”，要求打造具有国际竞争力的数字产业集群。石狮市跨境电商品牌培育全流程服务能够落实国家战略、推动贸易高质量发展，因此项目的实施是国家战略层面的必然要求。

②产业转型的迫切需求

传统低价竞争、同质化产品泛滥导致跨境电商产业利润空间压缩，叠加全球贸易规则收紧（如小额豁免政策调整）、合规成本攀升（税务、知识产权保护要求强化），倒逼企业摆脱粗放模式。此外，消费者需求向品质化、个性化升级，新兴市场崛起与数字化技术迭代，创造新赛道。产业转型已上升为行业可持续发展的必然选择。石狮市作为“全球男装供应链中心”，拥有亚洲最大的服装市场和全球纺织采购基地，年出口服装超 11 亿件，覆盖 190 个国家和地区。然而，其跨境电商发展长期面临“规模层次不高、合规化经营和品牌意识不强、专业人才缺乏”等痛点。传统外贸企业亟须通过品牌培育提升国际竞争力，摆脱低价竞争



模式，转向高附加值的产品与服务。石狮市跨境电商品牌培育全流程服务帮助跨境电商新店铺实现零的突破、培养孵化一批龙头企业、提供跨境电商自主品牌注册服务，满足传统制造型企业产业转型的迫切需求。

③促进就业与产业集群升级的需要

就业层面，跨境电商通过“平台运营、数字营销、跨境物流、海外仓管理、AI技术应用”等新业态，创造了千万级就业岗位，尤其为中小微企业、青年群体、传统外贸转型人员提供灵活就业与创业机会。相关数据显示，中国跨境电商产业链从业人员已超1000万，年均岗位需求达200万，成为缓解结构性就业矛盾的关键抓手。产业集群升级层面，跨境电商倒逼传统制造向“品牌化、数字化、柔性化”转型：通过直面海外消费需求，驱动企业优化产品设计、提升品质标准；依托大数据精准定位市场，助力产业带打造差异化品牌，摆脱低价竞争；海外仓与智能供应链体系降低出口成本，增强产业链韧性。当前，全球贸易数字化加速与“双循环”战略叠加，传统产业集群面临转型压力，而跨境电商与产业带深度融合，正是破解“低端锁定”、推动区域经济协同发展的核心路径。迫切需要加速政策赋能、人才培育与技术服务创新，释放跨境电商对就业扩容与产业升级的倍增效应。石狮市跨境电商品牌培育全流程服务强化人才支撑，涵养人才队伍，计划通过与高校开展产教融合合作、建立跨境电商专家智库团队，提升电商人才素养，满足促进就业与产业集群升级的需要。

④优化壮大石狮跨境电商产业生态的需要

当前跨境电商发展面临资源碎片化、服务链条割裂、创新能



力不足等痛点：上下游企业协同效率低，物流、金融、合规等配套服务未形成系统化支撑；中小卖家缺乏品牌孵化、技术赋能等资源，难以突破规模瓶颈。同时，在全球贸易数字化加速与产业链重构趋势下，迫切需要构建“平台+产业带+服务生态”的完整体系：整合制造、物流、数据、金融等要素，推动供应链数字化升级；培育专业服务商集群，提供市场洞察、合规风控、本地化营销等全流程解决方案；强化产学研合作，孵化技术创新与人才供给。优化产业生态不仅助力企业降本增效、规避风险，更通过集群效应提升区域竞争力，推动“中国制造”向“中国服务+中国品牌”转型，实现从单一贸易通道到全球化价值网络的战略跃升，这已成为抢占国际电商赛道、构建双循环新发展格局的迫切任务。

石狮市充分拓展全省首创跨境电商公共服务中心带动效应，鼓励采取购买服务方式，引进行业协会或第三方专业机构服务运营石狮市跨境电商公共服务中心，丰富完善跨境综合服务水平，组织各类跨境电商活动，引导辖区传统外贸、生产制造和商贸流通企业，拓展跨境电商业务，进一步优化壮大石狮跨境电商产业生态。

因此，为进一步提升跨境电商公共中心服务水平，提供系统孵化、开店指导等服务，石狮市提供跨境电商品牌培育全流程服务的需求十分迫切，且不具有替代性。项目的建设有利于引导更多本地传统外贸企业、创业者通过跨境电商扩展海外市场，抢抓新增长点，项目拥有确定的受益对象。根据评分规则，满分5分，得5分。



2. 财政投入相关性

石狮市跨境电商品牌培育全流程服务全面整合跨境电商领域各方面资源，围绕形成一站式服务的总体要求，目的是丰富完善跨境综合服务水平，组织各类跨境电商活动，引导辖区传统外贸、生产制造和商贸流通企业，拓展跨境电商业务，进一步优化壮大石狮跨境电商产业生态。本项目通过跨境电商领域的多数企业而非个别企业，以推动整个行业升级、提升区域外贸竞争力等公共目标为导向，而非仅为少数企业的品牌盈利服务，具备公共性的核心属性。

因此，跨境电商品牌培育全流程服务不仅具备公共性，更是公共财政在数字经济时代履行资源配置职能的重要载体。其可持续发展需要依赖政策的精准性、资金使用的透明性和效果评估的科学性，以实现公共资源的最优配置。项目有明显的经济、社会、环境或可持续性效益，根据评分规则，满分3分，得3分。

（二）投入经济性

表5：项目投入经济性得分情况

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
投入经济性 (20)	预算投入合理性 (11)	预算编制完备性	6	6
		预算编制合理性	5	3
	预算成本控制有效性 (9)	成本控制措施完备性	6	6
		成本控制措施有效性	3	1

项目投入经济性方面，指标总分20分，石狮市跨境电商品牌培育全流程服务评估得分为16分。具体如下：

1. 预算投入合理性

为确定项目建设成本，石狮市商务局委托福建云锋招标有限

公司，根据《中华人民共和国政府采购法》等有关规定，对“石狮市跨境电商品牌培育全流程服务”项目采购控制价进行预询价，获取本项目的预算金额。根据询价函具体内容，项目涵盖基础服务、进阶主体孵化、数据服务平台、实地实体实操及人才建设五大模块，每个模块均细化至具体服务指标（如企业走访量、孵化数量、活动场次等），无显著缺项。测算指标与项目服务内容紧密挂钩，如基础服务模块明确“每年走访 50 家企业”“建立企业数据库”等量化目标，进阶孵化模块设定“三年销售额增长总量分阶段达标”等可验证指标，数据真实客观，测算依据充分，评价认为预算编制具备完备性。

通过委托专业招标机构开展市场询价，根据《中华人民共和国政府采购法》等有关规定获取三家供应商报价（897.5 万元 -898.8 万元），按此目标测算，每年度预算符合最高不超过 300 万元/年。但三家报价企业河北乐猫网络科技有限公司（8981500 元）、南京捷盛物业管理有限公司（8975000 元）、浙江国贸数字科技有限公司（8988000 元）业务领域差异显著。河北乐猫网络科技有限公司核心业务：软件开发、软件销售、信息系统运行维护、物联网应用服务、大数据服务、供应链管理等；南京捷盛物业管理有限公司核心业务：物业管理、停车场服务、家政服务、专业保洁、信息咨询服务等。两家企业与跨境电商相关业务关联性低，在跨境电商核心服务（如品牌孵化）方面的能力与经验可能不足。浙江国贸数字科技有限公司是国家级跨境电商服务标准化试点企业，是浙江省商务厅认定的唯一跨境电商综合服务平台，服务覆盖全球 20+ 主流电商平台，累计孵化企业超 2800 家，拥



有独立站建设、品牌营销、合规运营等全链路服务能力。专注于跨境电商全流程服务，旗下“麒麟计划”整合国内外资源，提供全球开店、品牌推广、供应链服务、政府合规支持等六大服务体系，直接覆盖跨境电商品牌培育全流程。具体问题表现在：项目实施单位在编制采购预算前，虽然按规定开展了需求调查，但仅通过线上官方网站公告这一种方式来收集供应商的意见，限制了信息的来源范围。从参与调查的供应商数量来看，最终仅有三家供应商参与其中，样本量显著不足导致所收集到的信息代表性有限。由于参与的供应商数量过少，无法全面涵盖市场上主流的供应商群体，难以触及那些潜在的优质供应商。由于样本的局限性，所收集到的关键信息（采购项目价格的合理区间、实施成本的具体构成等）不够充分、全面，无法为采购预算的编制提供准确、可靠的依据。此外，非专业供应商可能无法提供全流程服务（如国际物流、海外仓管理），影响项目效果。根据评分规则，该指标扣 2 分。

综上，项目通过市场询价确保成本可控，又以具体服务指标为支撑，整体上预算编制具备完备性与合理性。但参与的供应商数量过少，并且两家供应商与跨境电商相关业务关联性低，在跨境电商核心服务（如品牌孵化）方面的能力与经验可能不足，影响报价合理性。根据评分规则，该指标满分 11 分，扣 2 分，得 9 分。

2. 成本控制有效性

本项目制定了基础的成本控制框架，具有成本控制措施且具有一定可操作性。通过“基础目标费用+激励目标费用”的支付



结构，将成本与绩效挂钩（如超额完成部分按比例奖励），结合“未达 50% 完成率则不支付并追回预付款”的强约束条款，形成有效的成本风险共担机制。通过“预付款保函+财政审核”双控机制确保资金安全，结合“分阶段考核支付”模式，将成本与项目进度紧密挂钩（如未达考核目标则暂停支付），形成有效的过程管控。此外，支付比例上限（50%/100%）进一步规避资金超支风险，符合成本控制目标。

但项目成本措施考虑不完善，缺乏事前预算调整预案。例如根据“石狮市跨境电商品牌培育全流程服务”2023年与2024年的专项审计结果（详见附件1），指标“培养孵化一批龙头跨境电商企业项目”和“帮助一批跨境电商新店铺出单项目”两年都未达到年度应达成数，并且在两年平均审计综合评价低于70%的情况下，2025年项目未制定相应的成本控制措施，难以有效应对历史遗留问题。根据评分规则，该指标扣2分。

综上所述，项目成本控制措施基本完备但考虑不完善，具备一定有效性但在流程细化和动态调整机制上可进一步优化。根据评分规则，满分9分，扣2分，得7分。

（三）绩效目标合理性

表 6：绩效目标合理性得分情况

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
绩效目标合理性（22）	目标明确性（8）	绩效目标完备性	2	2
		绩效目标明确性	6	4
	目标合理性（14）	绩效目标匹配性	6	5
		绩效目标前瞻性	3	2
		绩效指标量化、细化	5	3



绩效目标合理性方面，指标总分 22 分，石狮市跨境电商品牌培育全流程服务评估得分为 16 分。具体如下：

1. 绩效目标明确性

① 绩效目标完备性

石狮市商务局按照相关要求申报绩效目标，分别就成本指标、产出指标、效益指标、满意度指标等四个方面对该项目提出具体目标和考核指标。项目绩效目标明确，项目受益群体定位准确，项目指标设置与项目绩效目标相关。根据评分规则，该指标满分 2 分，得 2 分。

② 绩效目标明确性

部分绩效目标设定不够明确。以“帮助跨境电商企业实现销售额增长”这一指标为例，没有明确说明增长的基准是什么，是相对于上一年度同期，还是项目实施前的某个阶段。此外，“组织参加重要跨境电商会展活动”指标也缺乏对参展效果、参展企业收获等方面的具体要求。根据评分规则，满分 6 分，扣 2 分，得 4 分。

综上所述，石狮市跨境电商品牌培育全流程服务在目标明确性方面部分符合要求但也存在需要完善之处，根据评分规则，满分 8 分，扣 2 分，得 6 分。

2. 绩效目标合理性

① 绩效目标匹配性

石狮市跨境电商品牌培育全流程服务按照《石狮市关于推动电商高质量发展若干措施》（狮商务规〔2024〕1号）文件内容规定设置项目绩效目标，项目总体绩效目标为：进一步提升跨境

电商公共中心服务水平，提供系统孵化、开店指导等服务，引导更多本地传统外贸企业、创业者通过跨境电商扩展海外市场，抢抓新增长点。但根据现有绩效指标无法依据该指标的评估结果对项目活动内容和形式进行有效改进，不利于项目服务质量的持续提升和优化。例如，即使活动场次达到目标值，但无法确定活动是否真正满足了企业的需求，以及如何在下一次活动中进行改进。

“举办泉州级超百人大型活动场次”目标值设定为2025年半年举办0场，2025年举办1场，缺乏充分的依据和论证，可能导致活动举办过于形式化，无法满足企业真正的学习和交流需求。根据评分规则，满分6分，扣1分，得5分。

②绩效目标前瞻性

部分指标设置过于笼统，缺乏一定的前瞻性和挑战性，难以直观反映项目主要构成。根据《财政部关于印发〈中央部门项目支出核心绩效目标和指标设置及取值指引（试行）〉的通知》（财预〔2021〕101号）中关于绩效指标的类型和设置要求：质量指标需要反映预期提供的公共产品或服务达到的标准和水平。本项目绩效目标产出指标中质量指标“资金使用合规性”衡量项目资金是否严格遵循预算方案、政府采购规范及财经纪律使用，重点考察资金拨付流程的合法性、支出的合理性及档案管理的规范性，难以直观反映项目主要产出构成；“举办泉州级超百人大型活动场次”主要体现的是活动的规模和数量，并非直接反映项目服务的质量。因此，产出质量指标缺乏有效的评判标准，根据评分规则，满分3分，扣1分，得2分。

③绩效指标量化、细化



本项目绩效指标设置有适当的定性和定量指标,部分指标未实现清晰可衡量的细化。在数量指标中,“服务人次”虽然有2025年上半年目标值和2025年目标值,但未对服务人次的构成进行细化,如不同服务模块(系统孵化、开店指导等)的服务人次分别是多少。质量指标中的“帮助跨境电商企业实现销售额增长”,仅给出了目标值,但没有说明增长的基准是什么,是与上一年度相比还是与某个特定时期相比。社会效益指标中的“组织参加重要跨境电商会展活动”场次目标值设定为1,但没有明确该活动的重要程度如何界定,以及参加该活动预期带来的具体效益。因此,根据评分规则,满分5分,扣2分,得3分。

综上所述,石狮市跨境电商品牌培育全流程服务绩效目标合理性欠妥,根据评分规则,满分14分,扣4分,得10分。

(四) 项目可行性

表7: 项目可行性得分情况

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
项目可行性 (28)	实施可行性 (10)	需求方案完备性	2	2
		项目内容明确性	2	1
		项目时效性	4	4
		需求方案合理性	2	2
	过程控制有效性 (7)	组织机构健全性	2	2
		管理制度健全性	2	1
		管控措施有效性	3	2
	项目可持续性 (11)	组织机构可持续性	5	5
		产出效果可持续性	6	4

项目可行性方面,指标总分28分,石狮市跨境电商品牌培育全流程服务评估得分为23分。具体如下:



1. 实施可行性

本项目根据《石狮市关于推动电商高质量发展若干措施》(狮商务电商〔2024〕8号)认真组织实施,严格履行项目申报程序,及时做好预算等报批工作,按照实际编制了采购需求内容,实施内容明确具体,需求方案切实可行。

但项目内容与绩效目标匹配度不足,产出数量指标设置与项目实施内容产生偏离,只将项目实施内容简单理解为“对跨境电商企业服务的人次”,未能将第三方服务机构应该提供的主要服务内容如线上数据服务、业务拓展服务等纳入产出指标。在项目内容明确性方面,未设置经济效益指标,如业务拓展服务项目中提升跨境电商销售额。根据该情况,满分2分,扣1分,得1分。

石狮市商务局根据项目内容制定了详细的计划安排,一季度完成2025年-2027年购买跨境电商公共服务预算确认、二季度完成购买内容优化及确认、三季度完成招投标工作、四季度前签订合同。项目的前期进度与计划相匹配,按计划执行前期审批和招投标流程,2025年5月23日泉州市内外贸高质量发展总指挥部牵头成立石狮市跨境电商公共服务中心;2025年7月17日石狮市商务局与浙江国贸数字科技有限公司成功签订政府采购合同(服务类),项目组织、程序安排清晰合理,相关基础设施条件等能够有效保障。此外,根据在石狮市跨境电商公共服务中心现场调研情况,项目已经初步制定有2025年度计划安排。

综上所述,石狮市跨境电商品牌培育全流程服务的实施可行性较强,但项目实施内容与项目绩效目标匹配度不足。因此,根



据评分规则，满分 10 分，扣 1 分，得 9 分。

2. 过程控制有效性

资金管理方面，石狮市商务局制定《石狮市商务局专项资金管理制度》，在专项资金的申请、使用、监督、结算和归档等方面进行规范和约束，确保专项资金的安全和有效使用，提高资金使用效益。各相关部门和人员严格按照制度要求进行操作，加强沟通和协作，确保专项资金管理的透明和规范。根据市财政局有关文件规定，结合实际制定《石狮市商务局预算绩效管理制度》，逐步建立完善“预算编制有目标、预算执行有监控、预算完成有评价、评价结果有反馈、反馈结果有应用”的预算绩效管理机制。

管理制度方面，根据 2025 年的考核指标，服务团队需要指定 1 名联络员，负责对外联系工作，进行季度工作汇报。但在石狮市跨境电商品牌培育全流程服务尚未正式成文，形成书面、具体的质量监督、日常管理等业务管理制度和管理手册，也未见其会议纪要、工作记录等管理措施、管理行为的佐证材料。根据评分规则，管理制度健全性方面满分 2 分，扣 1 分，得 2 分。

组织机构方面，石狮市跨境电商品牌培育全流程服务由石狮市商务局负责项目统筹管理，内设综合股（行政审批股）、商贸电商股、国际经贸股、外资促进股、口岸管理股、石狮市市场采购贸易服务中心、石狮市商贸服务中心七大部门。项目的组织机构较为健全，职责分工明确，人员条件与项目相关。因此，根据评分规则，组织机构健全性方面满分 2 分，得 2 分。

管控措施方面，石狮市跨境电商品牌培育全流程服务在申报



审批、调整程序及资金管理方面设有总体规范，但无其他管控措施、机制，管控措施有效性不足。因此，根据评分规则，管控措施有效性方面满分 3 分，扣 1 分，得 2 分。

综上所述，石狮市跨境电商品牌培育全流程服务的过程保障有效性强，但需要增加其他管控措施、机制。根据评分规则，满分 7 分，扣 2 分，得 5 分。

3. 项目可持续性

石狮市跨境电商品牌培育全流程服务依据《石狮市支持品牌电商发展若干措施》（狮政规〔2022〕5号）、《石狮市关于推动电商高质量发展若干措施的通知》（狮商务规〔2024〕1号）、《石狮市人民政府办公室关于成立石狮优品出海指挥部的通知》（狮政办〔2025〕3号）等有关工作要求，以政府购买第三方专业机构服务的形式，提供跨境电商品牌培育全流程服务，内容包括但不限于跨境电商品牌培育、跨境电商品牌孵化成长服务、跨境电商品牌管理指导服务、品牌出海数字营销服务、跨境电商品牌数据监测系统建设、跨境电商综合服务平台建设等，深化石狮市跨境电商公共服务中心第三方专业运营模式，优化服务体系，提升服务水平，帮助企业拓展跨境电商渠道。2024年《石狮市关于推动电商高质量发展若干措施》明确，通过政府购买服务形式引入第三方专业机构运营石狮市跨境电商公共服务中心，每年预算最高 300 万元，确保服务延续性。项目由石狮市商务局对项目进行实施管理和运行，组织机构健全，成员稳定，非临时机构。根据评分规则，组织机构可持续性方面满分 5 分，得 5 分。

通过石狮市跨境电商品牌培育全流程服务的实施内容以及



预期绩效目标可知，该项目的实施符合石狮电商产业发展实际，优化电商发展环境，支持企业持续提质创新，促进电商产业规模、贡献双跃升。从文件《石狮市支持品牌电商发展若干措施》（狮政规〔2022〕5号）、《石狮市关于推动电商高质量发展若干措施的通知》（狮商务规〔2024〕1号）可以看到石狮市对跨境电商品牌培育全流程服务的政策激励，涵盖支持品牌建设、支持品牌营销、支持品牌供应链、支持开拓国际市场等。例如在支持开拓国际市场方面根据培育对象的跨境电商年销售额、跨境电商品牌培育数量、头部卖家数量等指标实施年度综合评价，最高给予奖励400万元/年。政策具有长期规划，有效期至2027年，制度具有创新性，具有一定社会效益。

但结合上一期石狮市跨境电商品牌培育全流程服务的专项审计报告，2025年项目产出效果可持续性面临一定挑战。石狮市商务局委托泉州众和有限责任会计师事务所对浙江国贸数字科技有限公司关于“石狮市跨境电商品牌培育全流程服务”2023年度与2024年度指标完成情况进行审计。根据具体指标、考核权数及交付要求，2023年审计综合评价为71%，2024年审计综合评价为66.88%，两年平均低于70%，具体审计情况如附件1所示。2023年在指标“培养孵化一批龙头跨境电商企业项目”“帮助一批跨境电商新店铺出单项目”上未达到年度应达成数；2024年在指标“培养孵化一批龙头跨境电商企业项目”“帮助一批跨境电商新店铺出单项目”“培育跨境电商自主品牌项目”上未达到年度应达成数。从上一期项目实际完成情况来看，2025年项目在获得社会效益、文化效益的持续力不足。因此，根据评



分规则，产出效果可持续性满分 6 分，扣 2 分，得 4 分。

综上所述，石狮市跨境电商品牌培育全流程服务在组织保障、过程管控大体上表现优异，但在项目可持续性上有所不足，根据评分规则，指标满分 11 分，扣 2 分，得 9 分。

（五）筹资可行性

表 8：筹资可行性得分情况

一级指标	二级指标	三级指标	权重	得分
筹资可行性 (15)	筹资合规性 (10)	筹资渠道合规性	4	4
		筹资程序合规性	6	6
	财政投入合理性 (5)	财政投入预算能力	3	3
		财政投入重复性	2	2

筹资可行性方面，指标总分 15 分，石狮市跨境电商品牌培育全流程服务评估得分为 15 分。具体如下：

1. 筹资合规性

石狮市跨境电商品牌培育全流程服务资金总额 299 万元，全部来源财政拨款。2024 年政策明确，通过政府购买服务形式引入第三方机构运营跨境电商公共服务中心，每年预算最高 300 万元，资金来源稳定且符合规定。总体来看，项目明确申报条件和流程，程序科学规范，政府通过购买服务引入第三方机构，明确权责，财权与事权匹配。根据评分标准，满分 10 分，得 10 分。

2. 财政投入合理性

石狮市跨境电商品牌培育全流程服务金额未超出石狮市财政承受能力和政府投资能力，故财政资金支持方式科学合理。项目的实施与各级财政部门和其他部门没有类似项目资金重复投



入，并不存在财政资金投入重复性。财政投入合理性较强，根据评分标准，满分 5 分，得 5 分。

综上所述，项目在筹资合规性和财政投入方面表现良好，但需进一步细化筹资程序中的风险应对措施，总体筹资可行性较高，具备实施基础。根据评分标准，满分 15 分，得 15 分。

五、总体结论

通过对前述 5 个一级指标、11 个二级指标以及 26 个三级指标评分的分析评估，全面评估该项目的预期绩效情况，评估总分分，详见下表。

表 9：石狮市跨境电商品牌培育全流程服务

事前绩效评估指标得分汇总表

一级指标	分值	得分	得分率
立项必要性	15	15	100. 00%
投入经济性	20	16	80. 00%
绩效目标合理性	22	16	72. 73%
项目可行性	28	23	82. 14%
筹资可行性	15	15	100. 00%
合计	100	85	85. 00%

石狮市跨境电商品牌培育全流程服务实施思路清晰，目标定位准确，总体需求方案明确，项目的组织管理和运行维护条件完备，项目实施为跨境电商品牌化发展提供了系统性支撑，因此本项目实施是合理可行的。但项目需重点关注绩效目标设置科学性及过程管控精细化程度，风险应对措施未知，相关信息还有待完善。综合绩效评估结论为“建议调整后实施”。

（一）存在的主要问题



1. 报价供应商业务领域与项目需求错配

项目实施单位在编制采购预算前,虽然按规定开展了需求调查,但仅通过线上官方网站公告这一种方式来收集供应商的意见,限制了信息的来源范围。从参与调查的供应商数量来看,最终仅有三家供应商参与其中,样本量显著不足导致所收集到的信息代表性有限。由于参与的供应商数量过少,无法全面涵盖市场上主流的供应商群体,更难以触及那些潜在的优质供应商。由于样本的局限性,所收集到的关键信息(采购项目价格的合理区间、实施成本的具体构成等)不够充分、全面,无法为采购预算的编制提供准确、可靠的依据,增加预算偏离风险,给成本控制与预算合理性带来挑战。前期市场调研不充分,未能规范参与询价企业的资质,三家报价公司中有两家业务领域与项目需求错配。河北乐猫网络科技有限公司与南京捷盛物业管理有限公司核心业务集中于软件开发、物业管理等领域,与跨境电商品牌培育全流程服务(如国际物流、海外仓管理、品牌孵化)关联性低,不熟悉跨境电商行业特性,影响项目效果,降低项目效果可持续性。

2. 相关成本管控措施考虑不完善

项目制定了基础的成本控制框架,具有成本控制措施且具有一定可操作性,但项目成本措施考虑不完善。在两年平均审计综合评价低于70%的情况下,2025年项目成本控制措施在流程细化和动态调整机制上可进一步优化,以有效应对历史遗留问题与外部冲击,提高成本控制措施的全面有效性。针对历史项目中未达年度应达成数的遗留问题提出具体的成本控制方案。例如,说明如何避免在项目执行过程中因各种意外因素导致成本超支,针对



之前项目成本措施不完善的问题进行改进和优化,确保在预算降低的情况下项目能顺利达到预期目标。此外,没有评估新增服务内容对项目成本的影响,以及如何根据成本情况调整服务内容和规模。

3. 绩效指标设置合理性不足

本项目资金绩效目标表中指标设置不够合理。首先,绩效目标匹配性不足,根据现有绩效指标无法依据该指标的评估结果对项目活动内容和形式进行有效改进,不利于项目服务质量的持续提升和优化。其次,绩效目标设置准确性和合理性欠妥,本项目绩效目标产出指标中质量指标设置为“资金使用合规性”,该指标无法满足质量指标反映预期提供的公共产品或服务达到的标准和水平的需要;“举办泉州级超百人大型活动场次”主要体现的是活动的规模和数量,并非直接反映项目服务的质量。另外,本项目绩效指标设置有适当的定性和定量指标,但部分指标未实现清晰可衡量的细化。

4. 实施机构日常监管佐证材料不足

石狮市跨境电商品牌培育全流程服务尚未正式成文,形成书面、具体的质量监督、日常管理等业务管理制度和管理手册,也未见其会议纪要、工作记录等管理措施、管理行为的佐证材料。实施机构日常监管不到位,无法为项目后续运作提供有力保障。

5. 项目产出效果可持续性不足

根据“石狮市跨境电商品牌培育全流程服务”2023年与2024年度指标完成情况的专项审计报告,从具体指标、考核权数及交



付要求，2023年审计综合评价为71%，2024年审计综合评价为66.88%，两年平均低于70%。从上一期项目实际完成情况来看，2025年度项目在获得社会效益、文化效益的持续力不足。

（二）相关建议

1. 强化项目前期的市场调研

实施单位在后续开展同类项目时，需进一步拓展市场调研的途径。除利用线上官方网站发布公告外，还应积极通过行业展会、供应商推荐、专业咨询机构等多种方式，广泛收集供应商信息。在收集过程中，要确保至少覆盖5家主流供应商。同时，综合运用线下访谈、研读行业报告等多种数据来源，从多个维度获取信息，以此保证所收集到的市场信息全面且准确。在收集信息时，不能仅仅局限于采购金额，还需对项目建设内容、功能范围、技术规格、实施难度以及服务要求等关键要素展开深入调研与分析。此外，在供应商的选择上提出明确的标准，重构供应商筛选标准，优先选择具备跨境电商全流程服务资质的企业，要求供应商提供近三年与项目相关的跨境电商服务案例（如独立站建设、海外仓运营数据）。

2. 制定针对性预防措施

结合2023年与2024年专项审计的结果，重点分析未达到年度应达成数的指标，识别可能影响指标达成的关键因素。基于历史完成率与风险系数，重新设定当年年度目标值。完善相关成本管控措施，在成本控制中设定预警阈值，如年度偏差率超10%，自动扣减下年度预算5%。

3. 优化项目绩效目标设置



提升对绩效目标设置的重视程度,加大绩效目标设置的审核力度,修正不合理指标,优化目标设置逻辑,确保绩效目标的合理性。针对绩效目标设置过程中存在的问题提出以下具体建议:第一,细化购买服务类项目成本指标设置,可以从总成本、分项成本和单位成本三个方面综合反映。第二,数量指标设置时应对现有定性和定量指标进行细化,定性指标可以通过制定评分标准、设立等级划分等方式,使其具备可量化性;定量指标则应明确计算方法和数据来源,确保数据的准确性和可靠性。第三,产出质量指标设置需要反映预期提供的公共产品和服务达到的标准、水平和效果,可结合项目招标采购需求书、服务合同的相关服务质量条款,设置相应的产出质量指标。

4. 完善项目长效管理机制

项目长效管理机制的完善性是实现项目建设目标的重要保障。建立规范化、标准化、制度化的运行维护体系,通过运行维护制度与运行维护技术支持队伍的建设,能有效实现运行维护工作的高效率,提高整体的运行维护水平。及时编制项目相应的监督、奖惩等管控制度与业务管理制度,提升管控效能,完善项目长效管理机制,保障项目可持续运营。

六、附件

附件 1: 2023 年与 2024 年度指标审计情况

附件 2: 石狮市跨境电商品牌培育全流程服务事前绩效评估
评分表

附件 3: 调研照片

附件 4: 编制单位签章

附件 5：公司营业执照

附件 1: 2023 年与 2024 年度指标审计情况

项目	指标	合同约定数量		审计核定数		合同约定数量		审计核定数		
		2023年应完成数	2023年考核权重	年实际完成数	实际完成考核数	2024年应完成数	2024年考核权重	年实际完成数	考核完成率	
培养孵化一批龙头跨境电商企业	跨境电商年销售额≥70 万美元（家）	18	18%	4	4	3. 20%	30	15%	8	26. 67 %
	跨境电商年销售额≥150 万美元（家）	5	10%	3	3	4. 80%	10	7%	2	20%
	跨境电商年销售额≥400 万美元（家）	1	3%	—	—	—	2	4%	—	—
	跨境电商年销售额≥1000 万美元（家）	1	4%	—	—	—	1	4%	—	—
	跨境电商年销售额≥2000 万美元（家）	—	—	—	—	—	1	5%	—	—
举办一系列跨境电商活动	跨境电商省级大赛（次）	1	3%	1	1	3%	1	3%	1	100%
	跨境电商高峰论坛（场）	1	4%	1	1	4%	1	4%	1	100%
	跨境电商游学活动（期）	2	4%	2	2	4%	2	4%	2	100%



	官方平台线下活动	6	6%	10	6	6%	6	6%	10	100%	6%
	跨境电商卖家互动（场）	4	4%	4	4	4%	4	4%	4	100%	4%
	线下实操培训（场）	20	5%	21	20	5%	20	5%	21	100%	5%
	跨境电商采购供需对接会（场）	2	2%	2	2	2%	2	2%	2	100%	2%
	政策宣讲会（场）	2	1%	3	2	1%	2	1%	3	100%	1%
跨境电商数据统计及监测	跨境电商数据统计及监测	1	15%	1	1	15%	1	15%	1	100%	15%
帮助一批跨境电商新店铺出单	帮助一批跨境电商新店铺出单（个）	100	6%	60	60	3. 60%	100	6%	71	71%	4. 26%
培育跨境电商自主品牌	帮助企业注册国际商标（家）	50	5%	51	50	5%	50	5%	46	90%	4. 45%
协助企业解决实质性问题	协助企业解决实质性问题（家）	50	5%	67	50	5%	50	5%	50	100%	5%
协助导入服务商资源	导入服务商资源（家）	20	5%	28	20	5%	20	5%	20	100%	4. 85%
合计			100%			70. 6%		100%			66. 88%

附件 2：石狮市跨境电商品牌培育全流程服务事前绩效评估评分表

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	评分标准	得分
立项必要性 (15)	立项依据充分性	政策相关性	项目与宏观政策的相关性	3	与国家、省、市、相关行业宏观政策相关，有相关政策依据，得 3 分	3
		职能相关性	项目与部门职能的相关性	4	①与主管部门职能相关，得 2 分； ②与部门规划及当年重点工作相关，得 2 分	4
		需求相关性	项目与现实需求的相关性	5	①有现实需求迫切且具有不可替代性，得 3 分； ②有确定的服务对象或受益对象，得 2 分。	5
	财政投入	财政投入相关性	项目是否具有公共性，是否属于公共财政支持范围	3	①是否有明显的经济、社会、环境或可持续性效益。得 2 分； ②项目具有公共性，属于公共财政支持范围，得 1 分。	3
投入经济性 (20)	预算投入合理性	预算编制完备性	是否编制项目预算，预算是否完善	6	①编制有项目预算，得 3 分； ②预算编制完整，无明显缺项，发现一处扣 1 分，最多扣 5 分。	6
		预算编制合理性	预算编制是否合理，依据是否充分，投入产出是否相匹配	5	①项目预算投入测算方式合理，相关测算依据充分，得 2 分； ②项目预算投入成本测算过程是否规范，数据是否全面、真实和客观，得 3 分。	3
	预算成本控制有效性	成本控制措施完备性	项目是否制定相关成本控制措施	6	①项目制定有成本控制措施，得 3 分； ②项目成本措施考虑完善，发现一处明显漏洞扣 1 分，最多扣 3 分。	6

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	评分标准	得分
		成本控制措施有效性	项目采取成本控制措施是否有效	3	项目制定的成本控制措施切实有效，具有可操作性，得3分。	1
绩效目标合理性(22)	目标明确性	绩效目标完备性	是否申报绩效目标	2	按照相关要求申报绩效目标，未申报不得分。	2
		绩效目标明确性	绩效目标设定是否清晰、细化、可衡量等，用以反映和考核项目绩效目标的明晰化情况。	6	①项目受益群体定位准确，得2分； ②绩效目标细化分解为具体的绩效指标，且清晰、可衡量，得2分； ③绩效指标与项目目标任务数或计划数相对应，得2分。	4
	目标合理性	绩效目标匹配性	绩效目标与项目预计解决的问题是否匹配，是否用以反映和考核项目绩效目标与项目实施的相符情况。	6	①绩效目标与部门长期规划相关，与年度目标一致，与项目设计解决的问题相匹配，得3分； ②绩效目标与项目现实需求相匹配，得3分。	5
		绩效目标前瞻性	绩效目标是否具有一定的前瞻性和挑战性	3	项目绩效目标设置准确、全面、合理，得3分。	2
		绩效指标量化、细化	绩效指标是否细化、量化，指标值是否合理、可考核	5	①绩效指标设置有适当的定性和定量指标，得3分； ②绩效指标值设置合理，数据可取得，可考核性强，得2分。	3
项目可行性(28)	实施可行性	需求方案完备性	是否制定项目需求方案	2	制定有项目需求方案，得2分；否则0分	2

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	评分标准	得分
项目管理有效性	项目执行情况	项目内容明确性	项目内容是否明确、具体，与绩效目标是否匹配，各项程序是否明确、规范。	2	①项目实施内容明确具体，得1分； ②项目实施内容与项目绩效目标相匹配，得1分。	1
		项目时效性	项目流程进展是否顺利，能否按计划执行	4	①项目进度安排合理，得2分； ②项目前期进度与计划相匹配，按照计划执行前期审批、评审和招投标等流程，确保项目按期开展，得2分。	4
		实施方案合理性	与项目有关的基础设施条件是否能够得以有效保障	2	①项目组织、进度安排清晰合理，得1分； ②项目相关基础设施条件等能够有效保障，方案切实可行，得1分。	2
	过程控制有效性	组织机构健全性	组织机构计划是否合理可行	2	①组织机构计划健全合理，得1分； ②人员配备职责分工明确、合理，得1分。	2
		管理制度健全性	管理制度是否健全	2	①制定有管理制度，得1分； ②有相应的监督、奖惩等管控制度，业务管理制度、标准规程健全，与项目切实相关，可操作性强，得1分。	1
		管控措施有效性	是否有相应的监控措施，管控措施是否可行、有效	3	项目申报、审批、调整及项目资金申请、审批、拨付等方面已履行或计划履行的程序是否规范，发现一处不规范扣1分，最多扣3分。	2
	项目可持续性	组织机构可持续性	组织机构是否临时机构，成员是否稳定，能否持续运转，能否取得持续运行的保障经费	5	组织机构能够持续运转，项目人员、经费等能得到持续保障，得5分。	5
		产出效果可持续性	项目产出、效果能否持续，社会效益、环境效益、文化效益等是否可持续	6	项目产出能够持续，产生的社会效益、环境效益、文化效益等可持续获得，得6分。	4

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释	权重	评分标准	得分
筹资可行性 (15)	筹资合规性	筹资渠道合规性	资金筹措渠道是否经过论证、是否符合相关规范	4	①计划资金来源渠道符合相关规定，经过相关论证，得 2 分； ②各项筹资渠道的资金筹集是否可行，得 2 分。	4
		筹资程序合规性	资金筹措渠道、筹措程序是否科学、规范，是否经过论证、依据材料是否齐全等	6	①资金筹措程序是否科学规范，是否经过相关论证，论证资料是否齐全，得 2 分； ②对筹资风险认识是否全面；是否设定应对措施；应对措施是否可行、有效，得 3 分； ③资金筹措体现权责对等，财权和事权匹配，得 1 分。	6
	财政投入	财政投入预算能力	市、区财政资金配套方式和承受能力是否科学合理；财政资金支持方式是否科学合理。	3	①考虑财政预算及配套能力，合乎实际，得 3 分； ②不符合财政预算能力，直接为项目否定指标。	3
		财政投入重复性	各级财政部门和其他部门是否有类似项目资金重复投入	2	考虑各级财政部门投入，特别是同级财政资金是否有类似项目，酌情计分	2
合计			100			85



附件 3：调研照片



附件 4：编制单位签章

项 目 石狮市跨境电商品牌培育全流程服务

名 称

编 制
单 位

(盖章)

主评人

(签章)

校对人

(签章)

复核人

(签章)

时间

2025 年 8 月

附件 5：营业执照



国家市场监督管理总局监制

国家企业信用信息公示系统年报报告

国家企业信用信息公示系统网址：<http://www.gsxt.gov.cn>