

北京市财政支出项目

2025 年度绩效评价报告

主管部门

北京市农业农村局

项目名称

北京特色农产品电商平台营销推介项目

北京市农业农村局

二〇二六年五月

目 录

一、基本情况	1
(一) 项目概况	1
(二) 绩效目标	4
二、绩效评价工作开展情况	4
(一) 绩效评价目的、对象和范围	4
(二) 绩效评价原则、评价指标体系(附表说明)、评价方法、 评价标准等	5
(三) 绩效评价工作过程	5
三、评价结论	5
四、绩效评价指标分析	5
(一) 项目决策情况	5
(二) 项目过程情况	7
(三) 项目产出情况	8
(四) 项目效益情况	9
五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析	9
(一) 主要经验及做法	9
(二) 存在的问题及原因分析	10
六、有关建议	10
(一) 科学设置绩效目标	10
(二) 加强项目过程管理,完善实施方案	11
七、其他需要说明的问题	11

北京特色农产品电商平台营销推介项目 绩效评价报告

为进一步加强预算绩效管理，强化支出责任，提高财政资金使用效益，根据《北京市项目支出绩效评价管理办法》（京财绩效〔2020〕2146号）等文件规定，北京市农业农村局成立绩效评价工作组，对北京市农业农村局（本级）“北京特色农产品电商平台营销推介项目”（以下简称“该项目”）实施绩效评价，形成本绩效评价报告。

一、基本情况

（一）项目概况

1. 项目背景

2024年中央一号文件提出“发展乡村土特产网络销售”为农产品电商发展指明方向。近年来，北京市着力实施品牌强农战略，“平谷大桃”“大兴西瓜”等特色农产品，凭借鲜明地域特色、过硬品质及文化内涵，成为乡村产业升级的重要支点，但仍存在品牌辨识度不足、生产主体电商运营能力不均、产销对接精准度不够等问题。

2024年北京特色农产品电商营销推介项目初步构建起京郊“土特产”与大型电商平台的深度对接模式，为进一步提升本市特色农产品知名度和影响力、增强电商主体线上销售能力，为市民提供特色优质的地产农产品，带动地产农产品销售、促

进农民增收，2025 年继续开展北京特色农产品电商平台营销推介项目，在知名线上平台开设“北京特色农产品”专区，聚合本地农产品电商店铺，开展“北京特色农产品消费季”活动，进行持续性、多种形式的宣传推介，并提供新入驻开店扶持政策、电商技能培训、消费补贴、流量支持等相关支撑服务。

2. 主要内容及实施情况

(1) 开设“北京特色农产品”线上专区

开设专区。在京东线上平台开设“北京特色农产品”专区，页面设置突出北京地域特色和文化特征，首页精选推介应季生鲜农产品和优质农副产品，按时令季节动态调整；设置特色农产品展示板块，通过文字、图片、短视频等多种形式宣传，增强消费者信任感和认同感。

遴选入驻专区商户。遴选联农带农机制强、产品质量有保障的商户入驻专区，“北京优农”品牌目录商户优先，总入驻商户 100 家以上，在专区设置展示窗口和店铺链接。对在平台已有店铺的直接纳入专区，对尚未开设店铺的提供绿色通道和扶持政策，协助商家入驻开店后纳入专区。入驻商户实行动态管理，对优质商户突出推介，对因产品质量、服务等消费者评价较低、投诉较多的商户予以退出。

设计专区直达入口。在平台首页搜索栏，用“北京优农专区”“北京特色农产品专区”作为关键词搜索直达专区；通过提供平台首页入口资源和流量支持等，引导消费者进入专区。

（2）开展系列“北京特色农产品消费季”活动

活动内容。一是结合北京特色农产品上市期，选择相关农产品销售量高、消费者购买欲强的时期，作为各品类最佳产品推介期，每月策划推出至少 1 期主题产品消费季活动，如樱桃季、西瓜季、鲜桃季、草莓季等，以单品主题活动引流至专区，带动全品类消费。二是结合农民丰收节、双十一活动等，策划“丰收季”“农加工季”等综合性特色农产品消费季活动。两类活动总量不少于 12 期。

活动形式。一是制作创意文案、图片、海报、视频，开展多种形式、多种渠道的线上线下宣传推介；二是配合消费季活动，组织至少 12 场主题产品现场直播带货活动；三是发放专区优惠券，并鼓励入驻专区商户提供自身折扣优惠，增强活动吸引力和效果。

（3）配套服务支撑

提供配套资金。服务商按中标金额提供不少于 1: 1 资金配比，用于消费补贴、流量支持等方面。

组织线下活动。举行启动仪式，邀请新闻媒体等，进行活动发布；与启动仪式同步举办北京特色农产品线下展销活动，进行现场推介，并推动重点商户与平台对接洽谈合作。

提供商户平台入驻支持。对有意愿在平台开设店铺的商户，设立绿色通道，提供全过程指导服务，通过 AI 工具免费提供入驻、图文制作、视频生成、客服、直播等服务，给予降扣返佣、

流量加速、广告推广金激励等政策支持。依据商户需求，量身定制运营类服务商，提供整体营销策划支持。

开展电商营销培训。对活动专区商户开展专业培训，提供至少 1 套针对性线上电商运营培训课程，采取课程模块化、账号分层化的形式，针对不同水平人群设置课程内容进行观看学习；开展至少 2 期线下培训活动，围绕电商运营和直播带货等方面，现场实操教学。

3. 资金投入和使用情况

该项目 2025 年预算批复金额为 436.50 万元，其中年初结转和结余资金 436.50 万元。

截至 2025 年 12 月 31 日，实际支出金额为 433.50 万元，其中委托业务费 433.50 元，非财政资金 433.50 万元，其中支付上年项目费 145.50 万元。预算执行率为 99.31%。

（二）绩效目标

该项目总体目标：通过开发线上电商运营培训课程、组织主题消费季提升本市特色农产品知名度和影响力，增强电商主体线上销售能力，带动地产农产品销售、促进农民增收。

二、绩效评价工作开展情况

（一）绩效评价目的、对象和范围

为加强预算绩效管理，强化支出责任，提高财政资金使用效益，对北京特色农产品电商平台营销推介项目实施绩效评价，进一步总结和分析项目资金的实施效果，检验财政支出预期目

标实现程度，考核财政支出效率和综合效果。

（二）绩效评价原则、评价指标体系（附表说明）、评价方法、评价标准等

本项目绩效评价遵循“客观、公正、科学、规范”的原则，采取定性与定量相结合的方式，结合项目的特点，采用案卷研究法、目标预定与实施效果比较法、专家评议法等方法，定性与定量相结合，从项目决策、项目过程、项目产出、项目效益4个方面对本项目开展绩效评价。绩效评价指标体系详见附件。

（三）绩效评价工作过程

本项目依据项目单位提供的资料，经资料核实、专家评价等环节，根据专家意见，在征求北京市农业农村局及项目单位意见的基础上，形成最终报告。

三、评价结论

该项目立项依据较为充分，通过实施该项目，提升本市特色农产品知名度和影响力、增强电商主体线上销售能力，为市民提供特色优质的地产农产品，带动地产农产品销售、促进农民增收，但绩效目标设置有待完善，项目管理制度不健全，需进一步加强。

四、绩效评价指标分析

（一）项目决策情况

1. 项目立项情况

立项依据充分性：该项目依据2014—2024年，中央一号文

件连续对农村电商作出部署，特别是 2024 年中央一号文件提出，“要实施农村电商高质量发展工程，推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售”。《中华人民共和国乡村振兴促进法》提出，支持电子商务等乡村产业的发展；商务部开展“数商兴农”行动，支持农村电商快速发展；农业农村部实施“互联网+”农产品出村进城工程，鼓励发展直播带货、直供直销等新业态；《“十四五”电子商务发展规划》提出到 2025 年农村电商交易额达 2.8 万亿元。此外，国务院办公厅《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》（国办发[2020]32 号）、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》（中央财办[2023]7 号）、商务部等 9 部门《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》（商流通函[2024]39 号）、农业农村部等部门《关于实施“互联网”农产品出村进城工程的指导意见》《北京市加快推进数字农业农村发展行动计划（2022-2025）》等文件要求设立，项目立项依据充分，但项目实施方案内容与部门规划的相关性呈现不够清晰，缺少项目后续发展计划。

立项程序规范性：项目申请、设立过程符合相关要求，项目立项经过集体决策，形成会议纪要。审批文件、材料符合相关要求。在确定项目立项的过程中，做到了事前审批，经过第三方中介机构出具了项目事前评估报告。

2. 绩效目标情况

绩效目标合理性：该项目绩效目标设置较为合理，各项指标围绕项目主要内容进行设置。

绩效指标明确性：部分绩效指标不够明确，需进一步细化、量化。

3. 资金投入情况

预算编制科学性：该项目预算依据《市委农工委市农业农村局部门预算管理办法（暂行）》及市场价信息进行测算，并履行了预算评审程序。

资金分配合理性：该项目预算批复资金为 436.50 万元，项目预算内容为委托业务费，符合实际业务需求。

资金到位率：该项目 2025 年预算批复金额为 436.50 万元，其中年初结转和结余资金 436.50 万元，2025 年全部到位。

预算执行率：截至 2025 年 12 月 31 日，实际支出金额为 433.50 万元，其中委托业务费 433.50 元，预算执行率为 99.31%。

（二）项目过程情况

1. 资金管理情况

资金使用合规性：北京市农业农村局制定了《中共北京市委农村工作委员会北京市农业农村局资金支出管理办法（试行）》、《中共北京市委农村工作委员会北京市农业农村局部门预算管理办法（暂行）》、《中共北京市委农村工作委员会北京市农业农村局预算绩效管理办法》、《中共北京市委农村工作委员会

北京市农业农村局关于加强财务管理工作的意见》等规定，对资金使用进行管理。该项目支出遵循单位内部财务控制规范，按要求完成事前审批，经部门负责人、财务管理员、分管领导的审批通过后完成支付，资金管理较为规范。

2. 组织实施情况

管理制度健全性：北京市农业农村局制定了《中共北京市委农村工作委员会北京市农业农村局采购管理办法》、《中共北京市委农村工作委员会北京市农业农村局经济合同管理办法》、《中共北京市委农村工作委员会北京市农业农村局预算绩效管理办法》、《北京市农业农村局政府购买服务实施方案》等管理制度，且根据项目实施内容制定了项目实施方案。但缺少单独制定的项目管理制度，未针对本项目制定针对性的管理制度。

制度执行有效性：2025年12月15日，市场与信息化处组织相关专家对“北京特色农产品电商平台营销推介项目”进行验收。专家一致认为，项目按合同规定按期完成各项任务，同意通过验收。该项目在执行过程中基本按照相关要求及制度执行。但项目实施过程规范性存在不足。

（三）项目产出情况

实际完成率：该项目完成入驻平台商户数100个，开展线下培训活动数量2个，组织主题消费季活动场数12个，开发有针对性的线上电商运营培训课程数量1次，组织主题产品现场直播带货活动场数12次；组织主题消费季活动场数1次；入驻

平台商户数 110 ；

质量达标率：项目验收通过率 100%；

完成及时性：2025 年 5 月-2025 年 12 月，“北京农产品消费季”活动开展及时率 100%，截至 2025 年 5 月，“北京特色农产品”线上专区开设及时率 100%；

成本节约率：项目预算 436.50 万元，支出实际支出金额为 433.50 万元，预算执行率为 99.31%。

（四）项目效益情况

实施效益：该项目的实施提升了本市特色农产品的知名度和影响力，通过宣传、服务、培训，将助力本市农产品电商运营，并引导一批优质商户入驻电商平台销售。带动了地产农产品电商销售额大幅增长，并间接带动农民就业增收。但项目绩效资料归集不充分，总体成果情况体现不清晰，如本市特色农产品相关活动影响人次等方面效果支撑资料不充分。

满意度：入驻专区电商主体、消费者满意度的要求达到 95%，最终项目实现满意度 95%，按照预定完成目标。

五、主要经验及做法、存在的问题及原因分析

（一）主要经验及做法

该项目依据 2014—2024 年，中央一号文件连续对农村电商作出部署，特别是 2024 年中央一号文件提出，“要实施农村电商高质量发展工程，推进县域电商直播基地建设，发展乡村土特产网络销售”。《中华人民共和国乡村振兴促进法》提出，支

持电子商务等乡村产业的发展；商务部开展“数商兴农”行动，支持农村电商快速发展；农业农村部实施“互联网+”农产品出村进城工程，鼓励发展直播带货、直供直销等新业态；《“十四五”电子商务发展规划》提出到2025年农村电商交易额达2.8万亿元。此外，国务院办公厅《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》（国办发〔2020〕32号）、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》（中央财办〔2023〕7号）、商务部等9部门《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》（商流通函〔2024〕39号）、农业农村部等部门《关于实施“互联网”农产品出村进城工程的指导意见》《北京市加快推进数字农业农村发展行动计划（2022-2025）》管理，且根据项目实施内容制定了项目实施方案。北京市农业农村局市场与信息化处组织相关专家进行验收，保障项目顺利完成。

（二）存在的问题及原因分析

项目管理制度不健全，未对项目制定针对性的管理制度。管理程序与记录要求呈现不充分，需对会议评审、现场查验、意见反馈等环节做好全过程、可追溯的记录，确保关键信息完整归档。

六、有关建议

（一）科学设置绩效目标

建议科学合理量化地设置绩效目标及绩效指标，指标设置尽量细化量化，

（二）加强项目过程管理，完善实施方案

建议加强项目过程管理，制定专项管理制度，完善项目实施方案，完善佐证材料的收集整理，提升过程管理的规范性与透明度。

七、其他需要说明的问题

本报告是工作组根据该项目提供的材料进行全面分析，结合调研情况，在专家评价意见的基础上综合形成的。本报告的结论与意见是参考性的，仅供预算管理使用，不做其他用途。