



晋江市跨境电商主体培育全流程服务采购项目

绩效评价报告

(简版)

委托单位：晋江市财政局

实施单位：晋江市商务局

编制单位：泉州市招标咨询中心有限公司

2025年7月



一、项目基本情况

（一）项目背景

晋江市跨境电商主体培育全流程服务采购项目围绕企业孵化、人才培育、品牌建设及市场拓展展开，对本地跨境电商产业发展、企业海外市场拓展和竞争力提升至关重要；国家层面出台跨境电商综合试验区建设、海外仓支持等系列政策推动行业高质量发展，泉州市“十四五”规划也明确培育跨境电商新业态、支持园区建设与人才培养等内容，为项目提供了良好政策导向与区域战略支撑。

（二）项目内容

本项目聚焦晋江市跨境电商发展，通过开展跨境电商主体培育服务，提供涵盖企业孵化、龙头培育等“一条龙”服务，助力企业开店并提升销售额，推动企业就近报关出口；同时搭建数字化服务平台，引入专业服务商，设立数据库，实现供应链优化；还与高校合作设立定制班，输送专业人才。旨在全方位提升晋江市跨境电商行业竞争力，完善发展生态，降低企业运营成本，拓展国际市场，进而增强企业在国际市场的盈利能力，推动晋江市跨境电商产业可持续发展。

（三）项目组织管理情况

晋江市跨境电商主体培育全流程服务采购项目组织单位主要涉及晋江市财政局、晋江市商务局、浙江国贸数字科技有限公司（服务供应商）三方，具体职责分工如下：

晋江市财政局：承担项目资金管理职责，负责项目预算的编制、审核与下达，确保资金及时足额到位；监督项目资金使用情况，对资金支出的合规性、合理性进行审核，保障财政资金安全



高效使用；配合开展项目绩效评价，对资金使用绩效进行评估分析。

晋江市商务局：作为项目主管单位，负责统筹规划跨境电商主体培育全流程服务项目，制定项目实施方案与培育目标，明确服务内容与标准；组织项目招标采购工作，遴选优质服务供应商；对项目实施全过程进行监督管理，协调解决项目推进过程中的重大问题，定期检查项目进度与服务质量。

浙江国贸数字科技有限公司（服务供应商）：依据合同约定，具体实施跨境电商主体培育全流程服务，包括为跨境电商企业提供政策咨询、平台入驻指导、营销推广培训、物流仓储优化方案等服务；组建专业服务团队，按照服务标准与时间节点要求，高质量完成各项服务任务；定期向晋江市商务局汇报服务进展情况，接受监督与考核。

（四）项目绩效目标

1. 项目总体绩效目标

评价组了解总结该项目绩效目标为：通过实施晋江市跨境电商主体培育全流程服务采购项目，培育壮大本地跨境电商市场主体，提升企业在跨境电商领域的运营能力与专业水平；优化跨境电商发展环境，完善全流程服务体系，降低企业开展跨境电商业务的门槛与成本；推动区域跨境电商产业高质量发展，扩大外贸规模，增强地方经济活力，进而提升企业参与国际市场竞争的获得感与满意度，为晋江市经济转型升级注入新动能。

2. 项目绩效指标

晋江市商务局设置的晋江市跨境电商主体培育全流程服务采购项目绩效目标如下表：



跨境电商主体培育全流程服务采购项目绩效目标表

一级指标	二级指标	三级指标	内涵解释	2024年目标值	计量单位
成本指标	经济成本指标	项目运营经费	考察项目运营经费	600	万元
产出指标	数量指标	组织电商订单活动数量	考察组织电商订单活动数量	1	场
	质量指标	活动质量	考察电商订单活动质量	优	
	时效指标	完成时限	电商订单活动的完成时限	12	月
效益指标	经济效益指标	促进经济增长	考察拉动全市消费增长情况	优	
	社会效益指标	资金使用合规	考察资金使用合规性	优	
满意度指标	服务对象满意度指标	企业满意率	考察企业满意率情况	90	%

二、综合评价结论及分析

(一) 项目综合评价

晋江市跨境电商主体培育全流程服务采购项目计划投入财政资金 1510 万元，通过搭建跨境电商公共服务平台、开展多层次人才培训、扶持初创企业、支持海外仓建设以及打造产业集聚区等举措，全面完善数字化基础设施、优化服务配套。项目实施后成效显著，不仅带动了新一批跨境电商企业注册成立，推动本地特色产品跨境电商出口额大幅增长，吸引了专业人才完善跨境电商产业生态，增强了从业者的获得感与行业发展活力。

(二) 项目绩效分析

评价组在基础数据分析及处理的基础上，对 2024 年晋江市跨境电商主体培育全流程服务采购项目资金进行客观公正的评价，综合评价得分 77.25 分，评价等级“中”。具体得分情况见下表：



指标得分情况表

指标	权重分	得分	得分率
决策	20	18	90.00%
过程	18	14.50	80.56%
产出	32	20.75	64.84%
效益	30	24	80.00%
综合得分	100	77.25	77.25%
绩效评定级别			中

三、主要问题及建议

(一) 主要问题

1. 预算设定在合理区间内取值过高，资金使用效率有待提升

晋江市跨境电商主体培育全流程服务采购项目虽通过可研确定了预算区间（1505万 - 1891万），但从政府采购成本控制的角度，预算价设定为1800万处于测算价格较高的一边，违背“经济性原则”，易导致资金浪费，政府采购的核心目标之一是“以合理成本实现采购需求”，而非“用尽预算额度”，结合实际中标价格为1510万，也得到此结论，1800万的预算较高。

2. 预算执行率低，资金使用进度滞后

2024年项目到位资金251.67万元，实际支出125.87万元，预算执行率仅50%，资金使用进度滞后，可能对项目阶段性目标的实现产生不利影响。

3. 考核推进滞后、材料规范不足，主管单位监管效能不足

该项目第一年度考核未按合同约定时限及时开展，存在明显滞后问题，最终考核得分75分，整体推进水平未达预期，相关



工作仍有较大提升空间。具体来看，第三方服务商提供的佐证材料存在不规范情况，如孵化龙头企业缺乏完整运营数据佐证、本地报关出口金额无官方原始数据支撑等，影响考核评估的严谨性与准确性；同时，主管单位未充分履行监管职责，既未及时督促考核工作落地，也未有效把控佐证材料规范性，监管的主动性和有效性不足。

4. 企业孵化结构失衡，与核心目标存在偏差

孵化企业中制造型企业占比 34.65%，远低于 $\geq 60\%$ 的要求；贸易型企业占比 54.46%，超出 $\leq 30\%$ 的标准；创业青年相关企业占比为 0，与项目核心培育目标存在偏差。

5. 缺少报关、结汇相关培训

当年度开展的跨境电商培训中，未涵盖报关、结汇相关内容，未能按照招标文件约定提供相关培训服务。

6. 平台搭建成果未验收，功能达标无依据

跨境电商数字化平台虽已于 2024 年 7 月 30 日完成审核备案，但核心验收环节存在明显疏漏：商务局未针对合同要求的平台搭建成果进行正式验收，也未出具验收单等书面凭证，导致平台功能是否达标、是否符合项目设计要求等关键信息缺乏佐证依据。

7. 本地报关数据统计不全，信息核对未完成

部分企业未签订合作合约、部分企业不愿提供报关单、主管单位尚未与海关完成该部分报关信息的核对，这导致项目引导的本地报关出口总额未能完整呈现。

8. 项目人才输送的跨境电商专项依据有待完善

项目向企业输送了 57 名实习生，虽有就业协议证明人员输



送事实，但从“跨境电商人才”的专项要求来看，协议中未明确实习生的专业背景是否与电商相关（如电子商务、国际商务等专业），也未体现其具备跨境电商领域的技能成果（如平台操作经验、跨境业务实践经历或相关资格认证等）。由于缺乏能证明这些人员属于“跨境电商人才”的关键依据，现有材料仅能反映完成了通用型人员输送，无法有效界定其是否符合“跨境电商人才”的属性，人才输送的针对性和有效性存疑。

（二）有关建议

1. 调整预算取值区间，提升预算编制精准性

建议在后续项目的采购中结合项目实际需求和各服务板块的详细成本测算，选取该区间的中间值作为预算价。既能充分覆盖项目所需的各项成本，又能避免因预算取值过高可能带来的资金浪费，进一步提升预算编制的精准性与合理性，使资金使用更贴合项目实际情况，更好地保障项目各环节的有序推进。

2. 高效推进资金拨付，全面提升预算执行率

对已完成的阶段性任务，及时给予验收与拨付申请流程。明确阶段性任务与付款条件，任务达成后立即启动拨付流程，确保资金随任务推进同步支出，通过“完成即付”机制推动预算执行率快速提升。

3. 多措并举强化考核监管，推动项目规范高效推进

建议主管单位建立考核时效管控机制，明确各阶段时间节点并提前督办，确保考核严格按合同约定推进；制定统一的佐证材料规范清单，明确核心指标，对不规范材料限期整改；同时构建“过程跟踪 + 定期核查”的监管模式，加强对项目进度、材料质量的动态把控，强化沟通对接与问题处置，全面提升考核监管



效能，推动项目运营提质增效。

4. 优化孵化结构，精准对接核心培育目标

在后续年度将制造型企业作为重点孵化对象，出台专项培育政策，如为制造型企业入驻跨境电商平台提供定制化供应链解决方案等，同时将制造型企业孵化占比纳入服务商年度考核核心指标，强化对制造型企业孵化的导向作用；联合本地高校、创业园区推出“青年跨境电商创业扶持计划”，通过开设创业实训课程、扶持青年群体开展跨境电商业务，力争年度创业青年相关企业孵化占比达到 10% 以上。

5. 补齐培训短板，履约报关结汇培训内容

在后续年度培训计划中明确将报关、结汇培训列为固定模块，培训内容需包含政策解读、实操流程、常见问题解答等，并留存培训照片、签到表、课件（若有）等完整佐证材料，作为服务商履约考核依据。

6. 规范平台功能核查验收流程，强化考核结果落地执行

通过听取平台建设方工作汇报、实地查看平台运行情况、核对平台功能开发文档及相关技术资料原件、实时调取平台运营数据等方式，严格依据项目设计要求，对平台各项功能进行全面核查，包括但不限于设立服务网站、引入专业服务商资源、设立跨境电商数据库等关键功能，确保平台功能达标，并出具正式验收单等书面凭证，为平台功能是否符合要求提供官方确认依据。考核完成后，依据考核结果及时结算服务费用，若考核不合格则严格按照合同要求中标方退还预付款，以此保障项目实施效果和中标方履约情况得到及时评估，确保项目阶段性成效得以准确判断，维护合同约束的严肃性。



7. 健全数据统计机制，确保报关信息完整

由商务局牵头，联合属地乡镇（街道）成立专项工作小组，聚焦未签约但在本地报关的企业开展动员：梳理企业清单并逐一走访，详解项目提供的报关便利、物流补贴、政策咨询等服务内容及签约后可享受的专项扶持，引导企业补签合作协议，协议中明确双方在报关数据共享、服务对接等方面的权责；与海关建立常态化月度数据核对机制，由商务局指定专人对接海关统计部门，每月对企业报关数据进行双向核验，对核对发现的差异及时沟通确认，确保数据完整准确。

8. 完善人才输送依据，凸显跨境电商专项属性

制定跨境电商人才认定标准，明确电子商务、国际商务等相关专业背景，或持有TikTok、亚马逊等平台运营证书等为认定条件；要求服务商在输送人才时，同步提交实习生的专业成绩单、技能证书复印件及跨境业务实操案例（如平台店铺运营记录）；主管单位每季度回访接收企业，了解人才适配情况，将适配率纳入服务商考核。

9. 优化平台布局，促进跨境电商店铺均衡发展

基于 2024 年企业在晋江市跨境电商主体培育全流程服务采购项目推进中线上销售渠道拓展的情况来看，目前企业在各电商平台累计开设店铺 101 户，但平台分布存在明显不均衡，其中 TikTok 平台达 73 户，占比超七成，而 OZON、liven1.th、Amazon 等平台合计仅 28 户，这种过度集中于单一平台的状况，可能会使企业面临平台政策变动、流量波动、竞争加剧等潜在风险，一旦该平台出现调整，将对企业跨境电商业务造成较大冲击，因此，为改善这一不均衡状况，建议积极引导企业优化平台布局，



通过加强对 OZON、Amazon、eBay 等多元平台的资源对接与运营指导，鼓励企业结合产品特性和目标市场，合理分配在各平台的店铺资源，降低对单一平台的依赖，从而提升跨境电商业务的抗风险能力，推动整体业务稳健发展。