

江苏省省级项目预算绩效目标表

| 2024年度       |      |  |  |                |                  |
|--------------|------|--|--|----------------|------------------|
| 项目名称         |      | 经贸促进经费   |  | 主管部门           | 中国国际贸易促进委员会江苏省分会 |
| 项目类型         |      | 常年安排项目   |  | 项目级次           | 省本级              |
| 开始时间         |      | 2022年  |  | 完成时间           | 2024年            |
| 实施单位         |      | 中国国际贸易促进委员会江苏省分会   |  | 项目负责人/联系电话     | 00               |
| 立项必要性        |      | 江苏省贸促会作为江苏省贸易投资促进的主渠道，促进对外经贸、服务企业发展是贸促会的立身之本，今年的外部环境仍然严峻复杂，实体经济还面临较多困难。我会将充分发挥自身优势，积极主动作为，投入更大精力，致力于稳住外贸、外资的基本盘，促进开放型经济高质量发展。  |  |                |                  |
| 实施可行性        |      | 贯彻落实省政府《江苏省“十四五”贸易高质量发展规划》，加快建设新时代贸促发展新体系，搭建更多贸易投资促进新平台，培育更强贸促服务新队伍，提升更大服务企业新本领，积极为江苏“争当表率、争做示范、走在前列”和“一中心一基地一枢纽”建设贡献贸促力量。   |  |                |                  |
| 项目实施内容       |      | 一、品牌产品“丝路”拓展工程。1.拓展国际市场新空间，举办江苏品牌产品丝路行展会，聚焦东盟、一带一路、欧美、中东、拉美等市场。2.高质量牵头办好世博会“江苏周”活动。二、开放高地构建工程。高质量助力江苏自贸试验区建设。三、国际要素汇聚工程。机制性工作包括海外联络中心维护及相活动，对外交流和招商引资活动。四、建言献策、宣讲辅导提优工程。1.着力开展国际经贸热点问题研究。2.开展贸促服务助企行”宣讲活动五、代言工商、资讯助企服务工程。1.完善会员企业走访和调研制度。2.建立企业诉求响应机制，提高信息采集处理的即时性。3.完善《贸促周讯》电子版、《江苏贸促》月刊的发布渠道，将重要经贸信息和我们研究成果及时与企业分享。4.组织会员企业参加我会各类宣讲辅导活动。 |  |                |                  |
| 项目资金<br>(万元) | 收入   |  |  | 全年（程）<br>预算数   |                  |
|              |      | 资金总额   |  | 996            |                  |
|              |      | 一般公共预算资金   |  | 996            |                  |
|              |      | 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）<br>计划执行数 | 全年（程）<br>预算数     |
|              |      | 经贸促进经费   |  | 300            | 996              |
| 中长期目标        |      | 1.国际国内联络更加通畅，国际经贸服务网络持续加密，国内经济服务功能不断增强，海内外“朋友圈”不断壮大，全球经贸合作空间不断拓展。2.贸易投资促进更加高效。地方贸易投资促进主渠道地位进一步巩固，统筹运用国内国际两个市场、两种资源的能力稳步提高，推进贸易高质量发展走在前列，国际化、专业化、品牌化的贸促平台不断涌现。3.代言工商成效更加显著。政府与企业间桥梁和纽带作用进一步彰显，企业之家的载体功能不断健全，服务企业的能力和水平进一步提升，推动企业参与国际规则制定取得新突破，贸促智库平台建设加快推进，国际形势研判、建言献策、促进营商环境优化的能力明显提升。   |  |                |                  |
| 年度目标         |      | 1.国际国内联络更加通畅，国际经贸服务网络持续加密，国内经济服务功能不断增强，海内外“朋友圈”不断壮大，全球经贸合作空间不断拓展。2.贸易投资促进更加高效。深化“江苏品牌产品丝路行”系列活动，助力企业多元化开拓国际市场。3.代言工商成效更加显著。深入行业、企业调研，了解反映经贸政策实施中的企业诉求，为省委省政府决策及有关部门制定完善经贸政策法规提供意见建议，聚焦企业多元化、差异化需求，广泛收集、定向发布企业关注和需要的一手信息。通过“贸促服务助企行”系列活动，将助企惠企政策及时有效传导到外经贸企业。提高国际商会专业服务能力，推动江苏企业在国际交流平台上发声。   |  |                |                  |
| 一级指标         | 二级指标 | 三级指标   |  | 半年（程）<br>指标值   | 全年（程）<br>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 | 绩效指标明确性  |  | 明确             | 明确               |
|              |      | 绩效目标合理性  |  | 合理             | 合理               |
|              | 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 | 预算执行率  |  | ＝30%           | ＝100%            |
|              |      | 资金到位率  |  | 序时进度           | 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               |
|              |      | 企业信息采集—走访企业数量  |  | ＝25家           | ＝50家             |

|       |         |                      |       |        |
|-------|---------|----------------------|-------|--------|
| 产出指标  | 数量指标    | 江苏品牌产品丝路行活动参会企业数量    | ≥200家 | ≥2000家 |
|       |         | 江苏品牌产品丝路行活动场次        | ≥3场   | ≥10场   |
|       |         | 企业信息采集—重点调研监测企业数量    | =30家  | =60家   |
|       |         | “贸促服务助企行”宣讲活动场次      | ≥7场   | ≥12场   |
|       |         | 《江苏贸促》双月刊期数          | =3期   | =6期    |
|       |         | 《江苏贸促周刊》期数           | =22期  | =45期   |
|       |         | 企业信息采集—收集企业反馈问卷或诉求份数 | =400份 | =800份  |
|       | 质量指标    | 经费支出合理性              | =100% | =100%  |
|       | 时效指标    |                      |       |        |
|       | 成本指标    |                      |       |        |
| 效益指标  | 经济效益    |                      |       |        |
|       | 社会效益    | 江苏品牌产品丝路行活动媒体报道率     | ≥95%  | ≥95%   |
|       | 生态效益    |                      |       |        |
|       | 可持续影响   |                      |       |        |
| 满意度指标 | 服务对象满意度 | “贸促服务助企行”宣讲活动企业满意率   | ≥90%  | ≥90%   |