

财金视野

绩效管理推动财政资金聚力增效

继土地、劳动力、资本、技术之后，数据被认为是社会第五大生产要素。当前，数据要素、数字技术正加速传统生产方式向新质生产力变革转化，推动经济发展。通过数字技术与实体经济深度融合，不断提高经济社会的数字化、网络化、智能化水平，意义深远。

数字经济与实体经济融合发展，一方面表现为数字经济自身的发展，即数字产业化，是数字经济发展的根基和动力源泉；另一方面表现为数字经济对传统实体经济的赋能与改造，即产业数字化。二者深度融合，将有力推动经济结构优化升级，实现更高质量发展。中国信息通信研究院发布的《中国数字经济发展研究报告》提出，2023年，数字产业化、产业数字化占数字经济比重的比例分别为18.7%和81.3%，我国一、二、三产业的数字经济渗透率分别为10.78%、25.03%和45.63%，数字经济和实体经济融合发展持续拓展深化。

数据资源有助于推动产业转型升级，催生新产业。数据资源不仅可以共享、复制和重复利用，还能作为生产要素投入，大幅提高产出效能，催生新的数据产品，为经济提供巨大推动力。无论是工程机械还是日用百货，都需要具备以数据为基础的内涵、特征。比如，在数字经济赋能下，住房将不再只是一个物理空间，而能够为居住者提供大量生活数据；汽车日益智能化，成为向乘客提供与数据链接的平台，而不只是代步工具；服装也可能成为消费者获取健康数据的载体，而不只是为了美观……无论是在2B市场还是2C市场，当产品被赋予了更多数据性能之后，可能将逐渐成为产品数据属性埋单的主流，从而给数字化转型后的企业带来更广阔的价值成长空间。

将数字技术应用于产品升级和新品研发，有助于提升产品附加值和竞争力，实现产品高端化。推动人工智能、大数据、区块链、云计算等新一代信息技术与传统产业各环节深度融合，还能推动构建智能制造产业新生态。一方面，利用数字技术构筑的智能车间和智慧工厂，在规划、生产、运营等各个环节都可以获取更加精准的信息，提高行业的生产水准；另一方面，现代科学技术为信息的高效自由传输提供了便利，大大改善了企业的运营效率。比如，在某汽车总装车间，质检线上7台球形摄像头同步拍摄一辆车的20多种车灯，并智能识别细节瑕疵，准确率高达99%，检测过程仅需1秒，而传统质检仅凭肉眼，点位多、速度慢，很容易漏检。

当前，数字技术在产业链、供应链、价值链各环节的应用程度日趋加深，进一步深化数字经济与实体经济的融合程度，需要在产业链的不同环节强化优势互补，实现生产环节与供应链上下游环节、高附加值与低附加值价值链的实时全流程数字化管理，提升产业链韧性、供应链稳定性以及价值链附加值。

例如，物流企业通过货网、仓网、云网的深度融合，实现“三通”，不仅带动了产业链上下游合作伙伴实现降本增效和数字化转型升级，也有效保障了自身产业链和供应链的稳定可靠。数字技术场景应用实现了信息化连接、数据化运营、智能化匹配、可视化读取，增强了信息在各个产业、各个领域之间的互动活力，促进了要素资源在各个产业之间的优化配置、潜能释放，推动了生产模式不断变革、创新，加速助推了数字技术与传统产业生产技术和生产模式的融合创新。

数字经济与实体经济的发展是相互促进的，数字经济只有根植于实体经济的基础中，才能焕发更大价值，根深才能叶茂。数字经济与实体经济深度融合，为传统行业注入全新的发展动力，已经成为当下千行百业绕不开的转型命题。在未来的发展中，两者的融合必将释放更大能量，为经济社会发展提供更强劲动力。

实施预算绩效管理，就是要让财政资金花得更明白、高效，促进“少花钱、多办事、办好事”。在深化财税体制改革进程中，预算绩效管理改革是重要的关键点和突破口，需要针对短板和问题，加力向前推进。

紧平衡的形势下，大力推进预算绩效管理、提高资金使用效益更必要和迫切。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》全面部署了健全预算制度，并要求加强公共服务绩效管理，强化事前功能评估。在深化财税体制改革进程中，预算绩效管理改革是重要的关键点和突破口，需要针对短板和问题，加力向前推进。

强化事前功能评估。相对于事后评价，事前评估把评估环节前移，更利于从源头上把好资金分配关，防止“拍脑袋决策”，优化财政资源配置，提升公共服务质量。因此，要发挥好事前评估的前端控制作用，突出成本和效益分析，做到“预算先预审、决策先评估、花钱先问效”，对新出台重大政策、项目开展事前绩效评估，重点论证立项必要性、投入经济

性、绩效目标合理性等。通过把好事前评估关口，提高预算决策的科学性，用更少的钱提供更多更好的公共服务。

加强评价结果运用。绩效评价本身不是目的，重要的作用在于评价结果运用，把绩效评价结果作为完善政策、安排预算和改进管理的重要依据。硬化预算绩效责任约束，相关责任人对预算绩效负责，甚至实行绩效终身责任追究制。绩效结果与预算安排和政策调整挂钩，对绩效好的政策和项目优先保障，对绩效一般的政策和项目督促改进，对低效无效资金坚决削减或取消。通过加强评价结果运用，体现“奖优罚劣”的鲜明导向，发挥激励约束作用，把宝贵的财政资金花出最大效益，提升政策实施效果。

推进绩效信息公开。公共服务支出效果好不好，关键要看人民群众是否满意。绩

效信息应该公开透明，主动向同级人大报告、向社会公开，自觉接受人大和社会各界监督。近年来，绩效信息公开的内容越来越细化，充分披露预算资金的产出和效果，实事求是地展示成效与不足，受到社会广泛关注。下一步，有必要把更多项目的绩效信息公开，而且绩效信息应尽量翔实、易懂，以方便人民群众监督。在对公共服务绩效评价过程中，广泛、充分听取群众意见，必要时组织第三方机构独立开展绩效评估，对项目的经济性、效率性、效益性和公平性等进行客观公正的评价。

实现资源配置效率最优化和效益最大化，是构建高水平社会主义市场经济体制的内在要求。通过注重结果导向，强调成本效益、硬化责任约束等改革措施，预算绩效管理将在提高财政资源配置效率和使用效益、提升公共服务供给质量中发挥越来越突出的作用。



王瑞

丰富县域直播助力乡村振兴

董玉莲

开设直播工坊，开展培训近千场，吸纳就业上千人；抢抓“直播+电商”发展机遇，让传统产业搭上互联网快车……一段时间以来，不少县域加大电商直播平台建设，增强电商赋能乡村振兴的力度，成效显著。

近年来，我国高度重视县域电商直播在乡村振兴中的作用，出台一系列政策举措。2019年6月份印发的《国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见》提出，实施“互联网+”农产品出村进城工程，推动农村电子商务公共服务中心和快递物流园区发展。今年1月份印发的关于学习运用“千村示范、万村整治”工程经验的有关意见提出，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。政策支持，为县域电商直播发展畅通了道路。

也要看到，目前该领域还存在一些亟待解决的难点。例如，在特色农产品销售方面，不少地方特色产品的规范化、品牌化能力较弱，跟不上电商平台发展需要。又如，县域电商直播平台的快捷性、公开性、高效性，使得乡村特色产品要同时满足高质量供给与持续供应两方面要求。当前和今后一个时期，需要更好运用电商直播平台的特点，赋能乡村经济发展。

一方面，加强特色农产品的品牌化建设。做强县域电商直播，离不开本地网红产品，要将农产品的种养、收购加工、物流

冷链等环节有效融合。建立企业与农户间的利益联结机制，提高农产品品质、提升初级农产品供给能力。提高农产品加工能力，将初级农产品转化为更多样的产品体系。建设产品设计、包装、物流和营销等产业链配套服务体系，增强产品品牌化能力。加快完善县乡村电子商务和快递物流配送体系，建设县域集采集配中心，发展共同配送、即时零售等新模式，推动冷链物流服务网络向乡村拓展。

另一方面，进一步丰富直播内容，不局限于直播带货。电商直播除了带动本地农产品销售外，还可以进行乡村文化传播，展现农村自然风光，加大农村人文、风俗等方面宣传，让更多人通过直播窗口了解农村，助推乡村文旅发展。对此，要从整体上规划和设计，不断丰富、优化直播内容，培育电商发展新动能，以直播带动年轻人创业就业和群众增收致富。

此外，培育数字人才是打造产品、重塑产业的支撑。目前，县域电商直播大多由外来运营团队开展业务，需要加紧培育一支本地人才队伍。促进数字平台企业与本土人才结合，实现技术和业务整合落地。通过电商人才引进、直播培训等方式，培育一批拥有较高学历和城市就业创业经历的乡镇企业家，服务于电商产业链的各个环节，成为县域数字产业链的协调者以及县域与外界的连接者。

破解乡村旅游

一段时间以来，京津冀、西部地区的一些省份通过成立乡村旅游联盟、引进企业等方式，推动乡村旅游产业发展。此前，为丰富乡村优质文旅产品供给，文旅部遴选出82条“营造之美 自在乡村”全国乡村旅游精品线路，带游客看古建、访遗迹、品文化。一系列事实表明，我国乡村旅游正朝着文旅深度融合的方向迈进。

近些年，乡村旅游产品类型不断增多、产业体系不断完善，从“看古树古屋”的观光一日游转向休闲度假、康养旅居游，从“吃农家饭、住农家屋”等单一业态转向多业态、全产业链经营。近期发布的《中国乡村旅游发展白皮书2024》显示，今年一季度，我国农村地区接待游客7.84亿人次，比2019年一季度多出1900万人次。

乡村旅游发展驶入快车道，与政策支持分不开。《“十四五”旅游业发展规划》《关于推动农村客运高质量发展指导意见》等一系列政策文件，对实施乡村旅游精品工程提出要求，为乡村旅游吸引更多游客注入动力。

快速发展的同时，乡村旅游也面临一些“成长中的烦恼”。比如，类似的旅游线路村村有，独特的产品难开发；乡村旅游景点“星罗棋布”，亮眼的星星却不多，大部分景点“养在深闺人未识”；乡村旅游产业链较短、产品结构不合理、服务软环境持续吸引客源。比如，贵州“村超”持续火爆，除了有民族文化的加持外，也离不开当地政府培育直播带货、短视频制作等新农人，营造“来者皆是客”的待客环境，下好“先手棋”。

成长烦恼

许峰



王鹏作(新华社发)

预付款消费莫冲动

今年以来，早教、健身等预付款消费领域出现的“职业闭店人”侵害消费者权益问题受到社会关注。所谓职业闭店人，是指专门为经营不善尤其是采取预付款经营模式的经营者，策划闭店方案，实施闭店行为，处理经营者遗留维权纠纷的群体。职业闭店行为多发生在预付款消费领域，目的是帮助经营者套走预付消费资金，逃避法律责任，降低向消费者承担责任的成本和风险。这提醒消费者，在面对促销尤其是预付款消费促销时，需保持理性，先评估真实消费意愿和实际消费能力，再结合商家信誉、商品服务质量等信息货比三家，谨慎作出决定，量力而行，不要因贪图优惠而冲动消费。同时，务必签署书面合同，遇有闭店操作先留证据再投诉，依法维护自身权益。

(时锋)

鼓励民企担当未来产业发展重任

胡拥军 关乐宁

充分发挥民营企业在培育未来产业中的生力军作用，要进一步全面深化改革，打通各类堵点卡点，营造稳定公平透明可预期的法治化营商环境，形成支持民企大胆闯、大胆试的发展氛围。

发展未来产业，民营经济要发挥生力军作用。作为新质生产力的重要载体，未来产业由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生。而广大拥有“四千精神”的民营企业，能够适应未来产业发展需求，在培育未来产业新动能方面大有可为，也大有作为。

民营企业贡献了50%以上的研发投入和研发人员、70%以上的技术创新成果、80%以上的专精特新“小巨人”企业和90%以上的高新技术企业，是发展未来产业的生力军。越来越多的民营企业从应用创新、集成创新开始，逐渐勇闯创新“无人区”。全国工商联数据显示，从中国民营企业500强看，研发人员占员工总数超过10%的企业175家，研发投入强度超过10%的企业有8家，414家企业的关键技术主要来源于自主研发与研制，432家企业通过自筹资金完成科技成果转化。民营经济涉及的创新领域最为广泛，形成的创新机制最为灵活。今后一个时期，应进一步引导民营企业根据国家战略需要和行业趋势，在关键核心技术攻关中形成一批未来产业的初创企业、瞪羚企业和独角兽企业。

新成果能不能实现从实验室到大市场的“惊险一跃”，往往受限于一些关键节点。疏通了这些堵点卡点，就能推动未来产业更好发展。民营企业最贴近市场、最清楚应用，最有条件把科技成果转化为实实在在的产业创新。今后一个时期，培育未来产业要重点支持民营企业在创新成果转化中的关键节点发力，引导民营企业形成揭榜领题、赛龙夺锦的科技创新成果转化局面，布局概念验证中心、小试中试平台、应用场景基地建设，全链条打通从“1”到“100”再到“N”的企业孵化与产业化，探索“科学家+企业家”的科技协同创新机制，推进“企业出题、科学家答题”“科学家给技术、企业家用技术”的联动模式，系统性推进科技成果从实验室走向大市场。

培育未来产业不是忽视传统产业，要防止一哄而上、搞大呼隆。数字技术赋能传统产业高端化、智能化、绿色化转型，能够孕育出新产品、新品牌、

新业态、新模式，因地制宜推动传统产业“老树发新芽”是培育未来产业的重要方向。对此有必要引导民营企业弘扬企业家精神，怀揣第一个吃螃蟹的勇气、咬定青山不放松的志气、善抓机遇的灵气、越挫越勇的锐气、挺立潮头的豪气以及甘坐冷板凳的底气，把传统产业做成转型升级标杆、国潮品牌、出海先锋。要支持民营企业在产业链供应链优化升级中担大任、善作为，加大技改投资力度、设备更新力度；强化制造业中长期贷款投放力度；围绕实体经济与数字经济深度融合开展“人工智能+”行动，深入推动中小企业数字化赋能，加快工业互联网规模化应用，推进服务业数字化，进一步支持平台企业在促进创新、增加就业、国际竞争中中大显身手。

充分发挥民营企业在培育未来产业中的生力军作用，就要进一步全面深化改革，打通各类堵点卡点，着力营造稳定公平透明可预期的法治化营商环境，切实解决民营企业的“急难愁盼”问题，形成支持民营企业大胆闯、大胆试的发展氛围，为民营企业的发展上解忧、在环境上解压、在帮扶上解渴，让民营企业在培育未来产业中大显身手。