

河北省商务厅 河北省财政厅文件 河北省扶贫开发办公室

冀商建设字〔2017〕9号

关于印发《河北省2017年电子商务进农村 综合示范工作方案》的通知

石家庄、张家口、承德、保定、衡水、邢台、邯郸市商务局、财政局、扶贫办：

为加快推进2017年电子商务进农村综合示范工作，加强和规范专项资金使用管理，按照财政部、商务部、扶贫办《关于开展2017年电子商务进农村综合示范的工作通知》（财办建〔2017〕30号）要求，特制定《河北省2017年电子商务进农村综合示范

工作方案》，现印发给你们，请认真贯彻执行。



抄报：商务部、财政部、国务院扶贫办

抄送：阳原县、丰宁满族自治县、隆化县、涞源县、沽源县、张北县、
尚义县、平泉市、平山县、涞水县、饶阳县、临城县、巨鹿县、
威县、宣化区、大名县、魏县（市、区）政府

河北省商务厅办公室

2017年10月23日印

河北省 2017 年电子商务进农村综合示范 工作方案

按照财政部、商务部、国务院扶贫办有关要求，为加快推进全省电子商务进农村综合示范工作，围绕服务“三农”，改善贫困地区人民群众生活水平，结合我省前三批电子商务进农村综合示范项目实施情况，制定本工作方案。

一、指导思想

以电子商务进农村综合示范县建设为抓手，以“农村产品上行”为核心，以“市场主导与政策推动相结合、示范带动与全面发展相结合、农村产品上网与网络商品下乡相结合”为思路，不断创新农村电子商务发展模式和工作推进机制，积极构建农村电子商务生态服务体系，有效发挥电子商务在扶贫开发中的作用，进一步提升农民生活水平，增加农民收入。

二、总体目标

在 17 个综合示范县建立以县级农村电子商务公共服务中心、县乡级物流配送中心、村级电商服务站为基础的农村电子商务公共服务体系，推动电子商务在便利农民生产生活、助力扶贫攻坚、促进农村经济发展等方面取得明显成效。力争在 2018 年底实现示范县电商服务站行政村和建档立卡贫困村覆盖率达到 50%以上，农村网络零售额同比增长 20%，农产品网络零售

额同比增长 30%，电商培训 3000 人次以上。

三、基本原则

市场为主、政府引导。充分发挥市场机制的决定性作用，突出企业的主体地位，提高农村电子商务的可持续发展能力。示范地区政府应进一步完善政策、优化服务、加强监管，为电子商务在农村电商发展创造开放、包容、公平的政策环境。注重总结经验，推广典型模式，不断扩大示范效应。

把握精准，助力扶贫。深入领会习近平总书记新时期扶贫开发重要战略思想，充分发挥农村电子商务助力扶贫攻坚作用，注重培育带动贫困人口脱贫的经济实体，加大对建档立卡贫困户的帮扶力度，增强精准扶贫“绣花”的本领。

强化服务，聚焦上行。加强农村电商公共服务体系建设，推动农产品、农村工业品、乡村旅游及服务产品的电商化、品牌化、标准化，提高农村产品商品化率和电子商务交易比例，促进农业发展方式转变，推动农村一二三产业融合发展。

四、主要任务

（一）强化农村产品上行

各示范县结合县域产业特色，开发适合电子商务的特色农村产品，组织和引导农村产业合作组织或农民个体与电商平台对接，指导其根据消费需求及时调整生产结构，将特色农村产品打造成适销对路的网络商品。县级电商公共服务中心整合本地电商资源，做好产品梳理、安全追溯、产品认证、品牌培育、营销推

广等工作，促进农产品标准化、品牌化、规模化发展，推动当地农村生产、加工、流通等企业应用电子商务，提高农村产品的商品化率和电子商务交易比例。各级商务部门要推动电子商务进农村与进社区协同发展，促进农村电子商务与社区电子商务的互联互通，开展生鲜农产品“基地+社区直供”电子商务业务，推动示范县农产品进城市、进社区。

（二）完善农村电商公共服务体系

各示范县结合农村电子商务全覆盖深化工作，进一步加强县级农村电子商务公共服务中心、县乡级物流配送中心、村级服务站的建设，整合和引导各类电商和便民服务资源进驻电商公共服务体系，增强服务功能，提升中心和服务站的赢利能力，为各类电商主体等提供一站式电商服务，让农民享受到方便快捷的便民服务。物流配送中心加强与商贸流通、邮政、物流、快递、供销等农村物流服务网络和设施的共享衔接，协力打通农村物流“最后一公里”和“最初一公里”。每个示范县建设 1 个农村电子商务公共服务中心，1 个仓储物流配送中心；乡镇级物流配送中心按需建；所有建档立卡贫困村和 500 人以上的行政村（500 人以下的行政村按需建设）设立 1 个农村电子商务服务站，村级服务站覆盖率达到 50% 以上。

（三）培育农村电子商务应用主体

支持本地大型农村产品生产企业、农产品龙头企业、农民合作社等发挥产品品牌和管理优势开展电子商务，扩大业务范围和

经营地域，带动与当地农村产品上行相关的电商主体发展。积极引导域外发展成熟的电子商务企业参与当地农村电子商务，通过互利合作，拓展当地农村电子商务发展模式，壮大当地农村电子商务主体力量，提升赢利能力和服务水平。吸引各类电商服务企业和便民服务企业参与当地电商公共服务体系建设，完善当地农村电子商务应用主体生态体系。开展创新创业活动，引导返乡高校毕业生、大学生村官、巾帼致富带头人、退伍军人等利用电子商务在农村创新创业，扩大农村电子商务主体。

（四）加强电子商务培训

加强农村电子商务从业人员的培训，完善培训后服务机制，重点解决农村地区电商人才匮乏的瓶颈问题，增强电子商务在农村发展的可持续性。开展电商从业人员的培训，提高农村电子商务服务体系的服务水平和赢利能力；开展对大学生村官、返乡大学生、退伍军人、涉农企业、农民合作社等培训，提高各类电商主体的应用能力；开展各级党政干部的培训，提高其对农村电子商务发展的决策和指导能力。示范县可选择培训质量高、信誉好、有经验且具有相关资质的培训机构或企业进行电商培训。省农村电商公共服务中心协助做好相关工作。培训不少于 3000 人次。

（五）推动电商与扶贫开发相结合

严格落实《深度贫困县电商扶贫攻坚行动方案》，实现扶贫开发与电商进农村综合示范项目融合推进。电子商务公共服务中心、物流配送中心和服务站点要优先录用贫困人员，优先推动贫

困村特色农副产品、旅游产品销售，并实现与商务部电商扶贫频道的对接。优先加强对贫困地区电商人员的培训，全面增强贫困地区利用电商创业、就业能力，增加贫困人口收入。继续开展电商企业对口帮扶工作，充分利用大型电商企业资源优势，深度开发贫困地区特色产业，推动贫困地区农村产品上行，进一步拓宽销售渠道，带动农民脱贫增收。

（六）强化农村电子商务信息报送

按照商务部有关要求，接受财政补贴的项目必须按要求提供交易和活动信息，同时依法保护项目承办单位信息安全。各示范县和承办企业要与商务部农村电子商务信息系统进行对接，并达成信息报送协议，建立信息智能日报、人工月报及年报制度，按时报送项目进展、资金拨付等材料。省农村电商公共服务中心协助省商务厅收集整理相关信息，未提供完整信息的项目不得验收。综合示范项目主管部门、承办企业各确定1名信息联络员，负责按照有关要求做好相关数据的记录，信息数据报送工作。各示范县应于12月31日前将信息联络员名单报省商务厅。

五、项目资金使用

（一）支持方式和重点

鼓励示范县优先采取股权投资、政府和社会资本合作（PPP）、以奖代补、贷款贴息等支持方式，引导带动社会资本共同参与农村电子商务工作。中央财政补助资金支持方向及比例如下：

1.农村产品上行比例控制在 65%。其中农产品的标准化、生产认证、品牌培育、质量追溯等综合服务体系建设控制在 20%，农产品分级、包装、预冷、初加工等基础设施建设控制在 15%；县、乡、村三级具有服务农村产品上行功能的仓储物流配送体系建设控制在 30%。

2.县域电子商务公共服务中心和村电子商务公共服务站点的建设改造比例控制在 20%。其中电子商务公共服务中心建设控制在 10%，村电子商务公共服务站建设控制在 10%。重点支持建档立卡贫困村建设农村电子商务服务站，拓展村级服务站代收代缴、代买代卖、助农取款、保险信贷、生活服务等功能，增强电商服务体系可持续发展能力。

3.农村电子商务培训比例控制在 15%。对政府机构、涉农企业、合作社工作人员和农民等主体，开展电子商务政策、理论、运营、实操等方面培训。结合农村双创和扶贫脱贫，加大对建档立卡贫困户的培训力度，就农村产品上行进行实操培训，重点要完善培训后服务机制。培训工作要符合《中央和国家机关培训费管理办法》和地方关于培训的相关规定。

4.示范县项目资金支持比例原则上按上述规定执行，因项目需要确须调整的应控制在 2%以内。中央财政支持资金不得用于网络交易平台、楼堂馆所建设、购买流量支出及食宿费、人员工资、水、电、油等日常经营性支出。

(二) 资金使用管理

1.项目资金应采取公开招标方式择优确定承办企业或单位。项目资金安排意见应通过互联网等媒介向社会公示,公示期不少于 10 个工作日,公示无异议后方可上报省商务厅并组织实施。资金安排意见不得随意调整。

2.项目资金应按合同约定及时拨付中标企业,并预留 10% 尾款,待项目完工并验收通过后全额拨付。项目开工后,在确保资金安全情况下,首期预拨资金不低于 60%。

3.项目承办企业收到资金后,应当按照国家有关财务、会计制度的规定进行账务处理,专账核算,并严格按照规定使用资金,自觉接受商务、财政、扶贫、审计等部门的监督检查。承办企业不得以押金、保证金或设备购买等名目收取站点费用。

4.示范县(市)主管部门应切实加强专项资金日常监督、检查,密切跟踪项目进展,及时发现并解决项目和资金管理等方面的问题。要按有关规定及时开展绩效自评,绩效评价的重点是项目建设实施情况、资金投入和使用情况、相关制度和措施、目标完成程度和效果及项目资金管理报备情况等。

六、工作安排

(一) 推荐评选阶段: (2017 年 5 月—2017 年 6 月)

根据河北省商务厅《关于申报 2017 年电子商务进农村综合示范县的通知》(冀商建设函〔2017〕21 号)文件,各地上报了项目申报资料,省商务厅会同省财政厅、省扶贫办组织召开了 2017 年河北省电子商务进农村示范县评审会,推荐了阳原、丰

宁、隆化、涞源、沽源、张北、尚义、平泉、平山、涞水、饶阳、临城、巨鹿、威县、宣化、大名、魏县共 17 个国家级贫困县为本年度综合示范县，并经商务部、财政部、国务院扶贫办最终审定通过，每县补助资金 1500 万元。

（二）重点实施阶段：（2017 年 7 月—2018 年 10 月）

1.制定工作方案。示范县商务、财政、扶贫主管部门负责根据当地实际，制定工作方案及资金使用办法，并于 2017 年 11 月底前将工作方案和资金安排意见，报省商务厅、财政厅、扶贫办备案。

2.确定承办企业。示范县要采取公开招标的方式确定承办企业。在当地农村电子商务全覆盖工作中被确定为承办主体，且运营状况良好的可作为优先招标条件。中标企业与农村电商全覆盖不是同一承办企业的，本着“协商一致、合作共赢”的原则，推动企业间合作，协力做好当地农村电商工作。合作条件不成熟时，应以国家电子商务进农村综合示范工作为主，综合示范项目承办企业按照要求完成项目建设。

3.组织项目验收。项目完工后，由项目承办企业提出验收申请，示范县委托有资质的第三方机构对综合示范项目及时进行验收。项目验收合格后，示范县应将验收报告（含综合示范开展情况、成效）及资金审计报告，报省、市两级商务部门备案。省、市两级商务部门对示范县提交备案的验收报告进行审核，对项目建设情况进行抽查。各地应于 2018 年 10 月 31 日前完成项目验

收工作。

（三）推广评价阶段：（2018年11月—2018年12月）

总结示范县成功经验，加大对典型地区、典型企业的宣传力度，并将示范经验逐步在全省推广。按照商务部有关要求，开展绩效评价工作。

七、保障措施

（一）明确职责分工

省、市两级商务、财政、扶贫部门负责监督、检查和指导项目建设和资金使用情况。示范县人民政府为直接责任主体，要建立项目台帐制度，对具体工作负责。示范县商务、财政、扶贫办为综合示范项目实施部门，要制定切实可行的实施方案，明确责任人和时间进度，并将廉政建设与综合示范工作紧密结合起来，保障项目实施、项目验收、资金拨付、绩效评价等工作顺利完成。省农村电商公共服务中心帮助各示范县对接各类第三方服务资源，并协助商务部门加强对示范县建设的指导。

（二）加强组织领导

省商务厅、省财政厅、省扶贫办等部门要加强与相关部门的协调配合，不定期开展现场督导检查。各示范县要建立由县长挂帅的组织保障体系和工作机制，农村电子商务工作领导小组必须建立联席会议机制，督促进度，发现问题，及时协调改进，以保证综合示范工作扎实有效推进。

（三）创新政策机制

积极落实中央相关文件精神，做好配套政策的衔接，形成政策合力，推动电子商务在农村的发展。示范县要根据实际情况，采取以奖代补、专项补助等形式，加大对承办企业及项目的扶持，在财税、金融、土地、收费等方面出台支持政策，改善农村电商发展环境。积极推动体制机制创新，破除制约电子商务在农村发展的障碍和瓶颈，探索建立适合农村电子商务发展需要的标准、统计、信用制度等。

（四）强化监督检查

各示范县政府要密切跟踪项目的进展情况，及时发现并协调解决出现的问题，重大问题及时上报。示范县要加强对承办企业的动态监管，对于确无运营能力的承办企业要通过招标程序及时更换，并监督承办企业做好项目交接，确保示范项目持续发展。

（五）推进政务公开

省商务厅设立电子商务进农村综合示范政务公开专区，公开示范县竞争性选择办法、选择过程和结果，以及征求意见和纪检、审计举报窗口，公布监督电话，增强工作透明度，自觉接受社会监督。示范县要参照省厅做法，在县级人民政府门户网站设立专栏，并同步在省级专区和示范县专栏及时公开实施方案、决策过程、专项资金使用情况等，包括（但不限于）项目名称、建设内容和要求、项目承办单位名称、扶持资金额度、完成时限、绩效目标、确定财政扶持该项目的决策文件、示范县和项目承办单位责任人等，定期公布项目建设进度，有关内容不得散见于网络。

（六）做好总结推广

及时发现和总结示范工作中出现的典型经验与做法，密切与相关媒体的合作，通过整体策划、专题活动、定期宣传等方式，总结推广先进运营模式，树立一批农村电子商务创新典型，将农村青年创业创新、农产品网销、农村物流解决方案、电商扶贫脱贫、企业运营模式等典型案例及时汇总、归纳和上报，加大宣传推广力度，促进相互之间的借鉴与交流。

2017 年河北省电子商务进农村综合示范项目验收参考标准

项 目		标 准 说 明	
硬件 设备 设施	县服务中心	面积 600 平米以上，设置交流室、电教室、会议室、办公室、农产品研发体验中心（100-200 平米），其它必要的办公设施设备。	中央财政资金支持项目的显著位置标识“电子商务进农村综合示范项目”字样
	仓储物流配送体系	县级仓储物流中心：面积 800 平米以上，打包台，货架，扫枪，配送车辆。乡镇级配送中心按实际需要建设，面积 100 平米以上，打包台，货架，电脑，扫枪，配送车辆。同一物流线路，中央财政支持不超过 1 家。物流快递网点的乡镇覆盖率达到 100%，能为村站提供服务，与村站实现资源共享。有需求和条件的地区，应建设冷冻库，冷藏柜、冷链物流车等设备设施。	
	电商服务站	常住人口 500 人以上的行政村或建档立卡贫困村建设面积 10 平米以上；常住人口 500 人以下的行政村或建档立卡贫困村建设面积 5-10 平米。室内有电商区，并配备电脑、背景墙、电视 42 寸、上网行为数据管理器、收发物流筐、公告牌及其它相关的设施设备。室外有门头、灯箱、WIFI 标识牌。同一行政村，中央财政支持不超过 1 个。建档立卡贫困村和行政村覆盖率达到 50% 以上。	
	宽带网络	行政村宽带（含移动宽带）网络覆盖率 90% 以上。	
内生 发展 能力	电商服务业	至少有 1 家农村电商企业能够对村站提供网络代购、仓储配送、在线支付等服务，为农村产品网络销售提供增值服务和以农业生产技术指导为核心的农资电商服务；为农民、农业合作社、涉农企业提供生产经营贷款等金融服务；为实体经济提供电商综合性服务，加速实体经济转型升级。	
	服务站运营	上网行为数据管理器上线率达到 95% 以上，服务站长业务操作熟练，能够实现每个网点平均每月代购单数不低于 50 单，交易额不低于 2000 元。	
	仓储物流配送	物流配送记录台账完整规范，整合至少 2 家物流快递企业入驻，实现从县级仓储中心到村级网点内 7 天完成配送，上行快递价格低于或与同等区域主流电商平台的价格持平。	
	产品研发	对辖区内农产品生产销售情况进行摸底，形成基本情况档案或报告，培育至少 5 个品牌（含 1 个县域品牌），研发 5-10 个单品，制定至少 1 个农产品流通标准，确定合理的农产品网络销售促进措施，使其在淘宝、京东、苏宁、微店、超级村长、电商扶贫频道等电商平台实现销售。	
	电商孵化	成功帮助一批青年、妇女、贫困人口等开设运营网店或微店，提供品牌注册、品牌培育、分拣、包装、检测、网络营销策划、网站托管等增值服务，年交易额不少于 3 万元，并建有详细名册或数据库。	

项 目		标 准 说 明
内生 发展 能力	产品溯源	在县域范围内引入 1-3 家企业加入溯源系统,并取得销售成效,有力地推动农村制品上行。
	人才培训	初步建立多层次培训体系。针对政府、企业、农民等提供基础普及性的公开、免费培训;针对农村青年等电商创业需求提供市场化或者公益性的增值培训。培训达到 3000 人次以上。 建立培训后服务机制,对有电商创业需求的青年提供增值培训;对已培训人员跟踪服务,提供辅导、孵化等定向服务,定期统计从业及创业人员情况。
	开放共享	各综合示范项目具有开放性,向社会提供市场化服务,且收费合理。
组织 实施 情况	组织协调	建立示范县人民政府主要负责同志牵头、多部门参与的工作协调机制;制定科学合理的综合示范工作方案,且工作方案得到基本落实。
	项目管理	建立本县资金与项目管理制度,定期现场查看资金使用和项目进展情况,并形成记录文件。
	资金管理	建立了专账核算,资金使用方向合规、程序规范、票据完整。
	促进政策	制定农村电子商务发展规划或指导性文件,在金融、土地、人才、收费等方面出台了支持政策,建立农村电商市场秩序监管机制和商务信用评价制度。
	宣传推广	至少上报 5 篇关于示范县电子商务工作的调研报告或理论研究成果,在省农村电商公共服务中心官方网站专项行动专栏公布;及时报送农村电商发展模式、典型经验,被省级以上主流媒体报道,或在省级商务、财政、扶贫部门会议上进行了交流发言,或被三部委在政府网上发布。
工作 绩效	电商促进	示范县电子商务交易额同比增长率达到 20%。
	促进销售	农副产品、民俗产品、乡村旅游等网络销售额同比增长达到 30%;带动农村青年、妇女、残疾人、返乡大学生、农民工等创业就业。
	电商扶贫	对建档立卡贫困户做到了应培尽培,培训率达到 80%以上,带动贫困户开展网络销售,能够提供销售数量、金额和增收效果等情况。
	带动升级	邮政、供销、万村千乡等传统商贸企业进行信息化改造,具备进销存管理、农产品收购、网络销售、数据统计等功能。
一票 否决	信息报送	示范县和承办企业签订相关协议,与商务部“农村电子商务和社区商业信息系统”实现数据对接,并按要求自动提供信息,及时、准确按照有关要求报送数据信息,商务部系统报送情况以省农村电商公共服务中心出具的数据报送证明为依据。
	政务公开	按照政务公开要求,在省、县两级综合示范政务公开专栏公示有关内容,并设立了征求意见窗口或纪检审计举报窗口,不得散见于网站,不得漏项。
	工作方案	违反工作文件规定,擅自更改实施方案、扩大实施范围、增加或改变示范内容。
	进度缓慢	项目建设进度严重滞后,总体建设或资金拨付进度不足 40%。
	其他事项	弄虚作假;在审计、稽查等检查中发现项目质量、资金管理等方面存在重大问题;项目发生安全生产事故或质量事故,或造成重大经济损失和社会不良影响。

备注:本标准根据往年电子商务进农村综合示范绩效考核情况制定,各地在实际验收过程中可根据当地实际对标准进行细化。

