

# 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〔2019〕11号

---

## 关于印发《河北省2019年电子商务进农村 综合示范工作方案》的通知

承德、邢台市商务局、财政局、扶贫办：

为加快推进2019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、国务院扶贫办《关于开展2019年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建〔2019〕58号）要求，特制定《河北省2019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。



---

抄送：新河县、滦平县、宁晋县人民政府

---

河北省商务厅办公室

2019年8月20日印

# 河北省 2019 年电子商务进农村综合示范 工作方案

为加快推进河北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，助推脱贫攻坚和乡村振兴，按照财政部、商务部、国务院扶贫办有关要求，结合我省电子商务进农村综合示范项目前期实施情况，制定本工作方案。

## 一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，围绕农业供给侧结构性改革主线，以农村流通现代化为方向，以电子商务进农村综合示范县创建为抓手，完善农村电子商务公共服务体系，培养市场主体，培育农村电商供应链，促进产销衔接，带动贫困人口增收，有效发挥电子商务在扶贫开发中的作用，推动农村电子商务成为农业农村现代化的新动能、新引擎。

## 二、总体目标

在各示范县建设 1 个县级农村电子商务公共服务中心，1 个县级公共仓储配送中心，1 个品牌网货研发供应中心，500 人以上的行政村建设 1 个农村电子商务服务站，完善县、乡、村三级物流配送机制，构建农村电子商务公共服务体系。产业基础较好的示范县，进一步挖掘农村电商发展潜力，打造综合示范“升级版”，提高农村流通效率，促进脱贫攻坚和乡村振兴有效衔接。

通过示范县工作有效开展，示范县农村电商快速发展，农村流通基础设施和服务水平显著提升，促进扶贫带贫、产销对接、便民消费等成效明显。力争到 2020 年底，实现示范地区建档立卡贫困村和整体行政村电商服务覆盖率达到 80%，农村网络零售额、农产品网络零售额等指标整体增速高于全国农村平均水平。

### 三、主要任务

**(一)加强县域物流体系和农产品研发体系等农村流通基础设施建设。**支持建设农村产品（含农副产品、手工艺品、乡村旅游、民俗等特色产品及服务等，下同）分级、包装、预冷等产地初加工和商品化预处理设施，完善产、供、销全链条服务，提高农村产品商品化率。支持农村传统流通企业转型升级，重点建设本地化连锁化服务和营销体系，实现线上线下融合发展，提升农村现代流通水平。支持建设完善县、乡、村三级物流配送体系，整合商贸物流快递资源，开展共同配送，降低物流成本。鼓励有条件的地区合理规划，在区域节点建设仓储物流配送中心，发展智慧物流。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“最初一公里”和“最后一公里”。

**(二)完善农村电商公共服务体系。**加强农村电商服务体系建设，融合商贸、邮政、供销、快递、金融、政务等资源，拓展便民生活、代买代卖、信息咨询、职业介绍、旅游出行等服务功能，推进智慧乡村服务应用。支持县级电商公共服务中心建设和

升级，统筹推进品牌、标准、品质控制、金融、物流、培训等服务。农村电商公共服务体系应坚持市场化原则，突出服务，强化可持续运营机制。硬件建设应坚持实用、节约原则，充分利用现有设施设备、闲置厂房。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盈利能力，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。

**（三）加大电商主体技能培训力度。**支持对基层干部、合作社员、创业青年、具备条件贫困户等开展多种形式的农村电商培训。重点强化培训机制，注重服务质量，增强培训的针对性，着重培训实操技能，建立农村电商培训转化机制，做好电商培训与就业用工的对接工作。开展多形式的培训活动培养当地电商人才。如实做好培训记录，各示范县的培训不少于 3000 人次。

**（四）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，提升盈利能力和服务水平。

**（五）强化电商精准扶贫举措。**以精准扶贫为导向，以促进农村产品网络销售和贫困农民创业就业为中心，按照长线与短线

相衔接、重点与全面相结合的思路，细化电商精准扶贫措施，加强电商培训和创业就业，加大对贫困农村产品上行和产销对接的支持力度，着力推动电子商务与贫困地区产业融合，促进贫困地区农村电子商务实现可持续发展，并在脱贫攻坚中发挥重要作用。

**（六）做好农村电子商务信息报送。**按照商务部要求，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。综合示范项目县级主管部门、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和报送工作。

#### **四、项目资金使用**

##### **（一）专项资金支持方向及标准**

鼓励各地优先采取以奖代补、贷款贴息等支持方式，通过中央财政资金引导带动社会资本共同参与农村电子商务工作。中央财政资金支持，主要立足于弥补市场失灵，支持农村电子商务发展中的薄弱环节和重点领域。

**1. 支持县域物流体系和农产品研发体系等农村流通基础设施建设。**支持建设完善县、乡、村三级物流配送体系，合理规划建设仓储物流配送中心，整合商贸物流快递资源，发展智慧物流。建立县域公共品牌授权管控体系，支持农村产品分级、包装、预冷等产地初加工和商品化预处理设施建设。用于县域物流体系和农产品研发体系建设的资金比例原则上不低于60%。

**2. 建立健全农村电商公共服务体系。**支持县级电商公共服务中心建设，统筹推进品牌、标准、品质控制、金融、物流、培训等服务体系，县级公共服务中心资金使用比例原则上不高于15%。支持乡镇、村级电商服务体系建设改造，推进智慧乡村服务应用，村级电子商务公共服务站建设改造资金使用比例控制在10%。

**3. 积极开展农村电子商务培训。**支持对电商企业、合作社、创业青年、具备条件贫困户等开展多层次农村电商培训，明确培训机制，强调培训转化率，加强电商培训与就业用工对接，同时做好培训后服务工作，开展多形式电商人才活动，如实做好培训记录。农村电子商务培训资金使用比例控制在15%。

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建设运转、楼堂馆所建设、购买流量支出及食宿费、人员工资和水、电、油等日常经营性支出，有关支持项目应开放共享。

## **(二) 资金使用管理**

1. 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，公示无异议后方可报省商务厅并组织实施。资金安排意见不得随意调整，如需调整，须以示范县政府名义函报省商务厅，并充分说明理由。

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、会计制度规定进行账务处理，专账核算，严格按照规定使用资金，并自觉接受商务、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、资金管理等方面存在问题。应按有关规定及时开展绩效自评，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。

## 五、工作安排

### （一）重点实施阶段（2019 年 8 月—2020 年 10 月）

1. **制定工作方案。**根据当地实际，示范县商务、财政、扶贫主管部门负责制定工作方案及资金使用办法，并于 2019 年 11 月底前将工作方案和资金安排意见，报省商务厅、省财政厅、省扶贫办备案。

2. **确定承办企业。**示范县要采取招标方式确定承办企业。前 5 批示范县的运营主体有成功案例的可作为优先招标条件。前 5 批示范县的运营主体有负面影响的，各示范县应谨慎对待。中标企业应与农村电商全覆盖业务的承办企业，本着“协商一致、合作共赢”原则，推动企业间合作，协力做好当地农村电商工作。



**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，示范县委托第三方机构，根据本县工作方案、资金方案及项目招投标文件，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，报送省、市两级商务部门备案。省、市两级商务部门对验收报告进行审核，对项目建设情况进行抽查。各示范县应于2020年10月31日前完成项目验收工作。

### **（三）推广评价阶段（2020年11月—2021年2月）**

按商务部要求，省商务厅在收到示范县项目验收报告后，委托第三方组织开展绩效评价工作，总结成功经验，加大对典型地区、典型企业宣传力度，在全省推广示范经验。

## **六、保障措施**

**（一）明确职责分工。**省、市两级商务、财政、扶贫部门负责指导、监督、检查项目建设和资金使用情况。示范县政府为直接责任主体，要建立项目台账制度，明确责任人和进展时限，确保资金安全、方案落地、项目落实、农民受益。

**（二）加强组织领导。**省商务厅、省财政厅、省扶贫办等部门加强协调配合。各示范县要建立由县长挂帅的组织保障体系和工作机制，督促进度，发现问题及时协调改进，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，做好配套政策衔接，形成政策合力。示范县要根据实际情况，整合政策

资源，采取以奖代补、专项补助等多种形式，加大对承办企业及项目的扶持，并在土地、税费、人才等方面出台支持政策，改善农村电商发展环境。

**（四）强化监督检查。**各示范县政府要密切跟踪项目进展情况，及时发现并协调解决出现的问题，重大问题及时上报。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。**省商务厅设立了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；设立征求意见和纪检监察、审计举报窗口，公布监督电话，增强工作透明度。示范县要在县政府门户网站设立专栏，在省级专区和示范县专栏及时同步公开实施方案、决策过程、专项资金使用情况等，定期公布项目建设进度。

**（六）做好总结推广。**及时发现、总结示范工作中出现的典型经验做法，密切与相关媒体合作，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，重点整理农村青年创新创业、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，加大宣传推广，促进相互间交流。

附件：河北省 2019 年电子商务进农村综合示范项目绩效评价  
指标体系（电子版）

附件

## 河北省 2019 年电子商务进农村综合示范项目绩效评价指标体系

项目指标		评价内容	备注
一级	二级		
组织管理与规范 23分	组织管理 14分	建立示范县负责同志牵头、多部门参与的组织领导机构（1）；建立了组织领导机构工作协调机制，能够充分发挥政府统筹协调作用，提高政府服务水平（1）；出台电商发展扶持政策（1），工作方案因地制宜、可操作（1）。	
		结合县域实际制定了科学严谨的综合示范工作方案，提出合理的工作目标、时间节点，且工作方案得到基本落实（2）；	
	制定资金与项目管理制度（1）；按照部、省相关文件要求，县级政府或主管部门定期现场指导、监督、检查（1）；承办企业建立项目专账，认真执行财务制度，原始票据完整有效（3分）；项目资金的使用方向合规，拨付和使用程序规范，符合相关法律法规（3分）。		
	公开透明与规范 6分	网络公开综合示范工作方案、资金与项目管理制度，设立征求意见窗口或纪检、审计举报窗口（2）； 及时在网络公开已经确定的中央财政资金扶持项目基本信息，内容包括确定财政扶持该项目的政府决策文件、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、承办单位责任人等，并每月更新项目建设进度，同时设立征求意见窗口或纪检、审计举报窗口（4）；	不完整不得分 不及时倒扣分
宣传推广 3分	发展模式、典型经验或做法被主流媒体报道或被主管部门在会议上作经验交流发言，中央级（3），省级（1）；		
政策措施与成效 77分	助推脱贫攻坚 26分	成立电商扶贫领导小组（1）；制定电商扶贫方案，明确目标措施，推动贫困地区结合地域产业特色，发展农村电子商务（2）；	
		定期对本县电商扶贫信息进行统计，包括对建档立卡贫困户的电商培训情况、电商带动建档立卡贫困户的增收、脱贫情况等（5）；根据调研结果，通过减免贫困户网销产品检测费用等措施，帮助贫困户销售产品（3）；	
		电商扶贫发展模式、典型经验或做法被主流媒体报道或被主管部门在会议上作经验交流发言，中央级（5），省级（3）；	
	对贫困户的培训率达 80%及以上（5），80%-50%（3），50%-35%（2），35%以下（1）；	指标临界值以低 分值计算	
农村产品供应链 21分	带动贫困户直接和间接开展网络销售金额达 30 万以上（5），10 万-30 万（3），5 万-10 万（2），1 万-5 万（1）；		
	对辖区内农村产品的生产和销售情况（包括生产面积或产量、上市时间、质量和技术水平、传统销售渠道及比例、自主品牌拥有情况、农产品电商企业）进行全面摸底，形成基本情况档案或报告等（3），并根据摸底情况制定合理的销售措施（2）；		
	至少研发设计 1 个县域农特产品公用品牌，完成公用品牌商标注册（2）；支持本地合作社或创业青年等取得符合网货条件的相关资质或证书，带动县域内 3 个以上农业企业品牌或农产品品牌，使其能够在淘宝、京东、苏宁、电商扶贫频道等电商平台实现销售（2）；		
	按照产品形态、包装形式、运输仓储条件、相关业务流程等内容，明确技术要求和标准框架，完善标准化流通器具和操作规程，设计简便适用、易于操作的业务规程和操作准则（3）；		
	建立抽查奖惩机制，设立快速检测点，推动农产品质量安全检测机构和农业生产流通企业、新型农业经营主体、电商平台、追溯技术服务企业等加强合作，根据标准体系提供标准检测认证服务，提高农村产品的品质控制和标准化水平（3）；		

项目指标		评价内容	备注
一级	二级		
政策 措施 与 成效 77分	农村产品 供应链 21分	在县域范围内引入1-3家企业、合作社等主体加入溯源系统，并取得销售成效，有力地推动农村制品上行（2）；	
		农村网络零售额同比增长高于全国平均水平（2）；有增长但低于平均水平（1）；	
		农村产品网络零售额同比增长高于全国平均水平（2）；有增长但低于平均水平（1）；	
	农村 物流体系 10分	县级仓储配送中心（面积800平米以上），乡镇级配送中心按需建设（面积100平米以上），有打包台、货架、扫枪、配送车辆（3）；物流快递企业的乡镇覆盖率超过80%，且为所有村级电商服务站提供服务，与村级电商服务点实现资源共享（2）；整合至少2家物流快递企业资源，实现县、乡镇、村三级统一配送体系，降低物流成本，上行物流快递价格低于或与同等区域主流电商平台的价格持平（3）；从县级物流仓储中心到村级网点3天内完成配送（2），从县级物流仓储中心到村级网点3-7天完成配送（1）。	
		定期开展农村电商公共宣传，针对政府、企业、农民等提供基础普及性的公开、免费培训，同时在网上开展电商基础普及性免费培训（3）；建立农村青年创业培训机制，针对有电商创业需求的农村青年提供增值培训（2），针对已培训人员跟踪服务，提供辅导、孵化等定向服务，并定期统计从业及创业人员运营情况（2）；	
	农村电商 公共服务 体系 10分	基础普及性培训和增值培训累计10000人次以上（3），培训5000-10000人次（2），培训3000-5000人次（1）；（此标准按照示范县人口数量80万人计算，各示范县具体培训人次按人口比例计算）	临界值以低分值计算
		县级电商公共服务中心功能、设备齐全：600平米以上，配有电教室、交流室、会议室、办公室、农产品研发体验中心等必要的功能区划，配备打印机、办公桌椅等必要的办公设备，显著位置有“电子商务进农村综合示范项目”字样（1）；	该设备配备要求为最低要求，各县可根据实际添加
村级电商公共服务站功能、设备齐全：5平米以上，配有办公座椅、货架等必要的办公设备，中央财政支持项目显著位置有“电子商务进农村综合示范项目”字样（1）；			
整合本地邮政、供销、快递、金融等资源不低于4家（1），实现便民生活、收发快递、代买代卖、信息咨询等多样化服务功能（1）；月交易额不低于2000元（1）；			
制作了电商宣传片，能够在全县各村站、街道等，对电子商务进行宣传推广，引导农民积极参与电商创业（2）；			
加分项 10分	工作成效 6分	示范县设置配套资金，用于农村电商体系建设（3）；按照《河北省2019年电商扶贫工作实施方案》（冀商建设函〔2019〕6号），超额完成贫困户就业、创业及增收任务30%以上（3）；	
	其他4分	有需求和条件的地区，建设了冷链物流体系，有冷藏柜、冷链物流车等，农产品冷链物流企业与省级冷链监控平台对接（4）；	
坚决 禁止项	信息报送	示范县未和承办企业签订相关协议，未与商务部“农村电子商务和社区商业信息系统”实现数据对接；没有按要求自动提供信息和按照有关要求报送数据信息。系统报送情况以国家商务部出具的数据报送证明为依据。	
	项目实施	违反工作文件规定，未经省级主管部门批准，擅自更改方案、扩大范围、增加或改变示范内容；项目建设总体进度不足40%；	
	其他事项	弄虚作假；项目发生安全生产事故或质量事故，或者造成重大经济损失和社会不良影响；在审计、稽查和其他相关检查中发现项目质量、资金管理等方面存在重大问题；同一行政村，中央财政直接支持超过1个；同一条物流线路，中央财政直接支持超过1家企业。示范县如出现以上问题，不予绩效评价，待整改完成后，由示范县政府向省商务厅提出申请无异议后再进行绩效评价。	