

特 急

中华人民共和国财政部办公厅
中华人民共和国商务部办公厅
国务院扶贫开发领导小组办公室综合司

财办建〔2019〕58号

财政部办公厅 商务部办公厅 国务院扶贫办
综合司关于开展2019年电子商务进农村
综合示范工作的通知

有关省、自治区、直辖市财政、商务、扶贫主管部门：

为贯彻落实中央一号文件部署，推动农村电子商务深入发展，进一步完善农村市场体系，促进农村流通现代化，助力脱贫攻坚和乡村振兴，财政部、商务部、国务院扶贫办决定2019年继续开展电子商务进农村综合示范（以下称综合示范）。现就有关事项通

知如下：

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，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，认真落实党中央、国务院部署，聚焦脱贫攻坚和乡村振兴，以电子商务进农村综合示范为抓手，加强农村流通设施建设，提升公共服务水平，促进产销对接，探索数据驱动，打造综合示范“升级版”，构建普惠共享、线上线下融合、工业品下乡和农产品进城畅通的农村现代流通体系。

二、基本原则与目标

（一）基本原则。

中央统筹，地方落实。健全中央统筹、省负总责、市县抓落实的管理体制。中央部门在政策、资金等方面创造条件，加强工作指导。省级主管部门结合实际细化政策措施，自主选择示范县，做好绩效评价和监督检查。示范地区自主统筹资金和项目，因地制宜，推动政策精准落实。进一步压实各级主体责任，强化绩效管理，推动政策发挥实效。

助力扶贫，靶向发力。推动综合示范对具备条件的国家扶贫开发工作重点县和集中连片特殊困难县（以下称国贫县）实现全覆盖。支持贫困地区特别是“三区三州”深度贫困地区在物流、培训、供应链等项目建设上，向具备条件的建档立卡贫困村、贫困户倾斜，加快补齐农村流通设施短板，完善农村电商公共服务

体系，促进产销对接，完善利益联结机制，因地制宜探索将农户纳入农村电商发展链条，让电商发展成果惠及更多贫困群众。

挖掘潜力，巩固提升。对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”，促进脱贫攻坚和乡村振兴的有效衔接。深化电商在农业农村中的应用，加强品牌培育，提升标准化水平，提高品控能力，推动电商与特色农业、乡村旅游、民俗文化等地方优势产业的有机融合，形成农村电商可持续的市场化运营机制，促进农民稳定增收，巩固提升电商扶贫成效。

强化激励，鼓励创新。加强典型激励支持，鼓励农村电商发展水平较好的地区探索农村现代流通和县域电商发展新模式。以服务乡村振兴发展和新型城镇化为导向，以数据驱动为核心，面向“三农”创新大数据、云服务、智慧物流等技术应用，培育辐射带动效应较强的电商产业集聚区，加强创新孵化的引导和接入，总结推广成熟经验，更好地服务农业农村现代化。

（二）发展目标。

在农村流通、电商扶贫、农业供给侧结构性改革等领域培育一批各具特色、经验可复制推广的示范县。示范县农村电商加快发展，显著提升农村流通基础设施和服务水平，促进扶贫带贫、产销对接、便民消费等成效明显，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。“三区三州”深度贫困地区可结合实际，制定合理可行的发展目标。

三、申报范围及要求

2019年综合示范对具备条件的国贫县实现全覆盖，在全国范围内择优支持一批前期工作基础较好、发展潜力较大的县，并加强对典型县的激励支持。具体申报范围如下：

（一）未纳入综合示范、且具备基本条件的国贫县。

有关省级主管部门应全面梳理未获支持的国贫县情况，综合物流、网络、产品等农村电商发展客观要素，自主确定纳入示范范围的基本条件，支持具备条件的国贫县申报。对不具备基本条件的国贫县，应实事求是探索以结对帮扶、项目共享、合作培训等其他方式进行帮扶。

支持西藏自治区以整区推进形式申报。有关省级主管部门应立足本地农村产品、市场、人才等实际，制定合理可行的综合示范工作方案，实事求是确定自治区农村电商发展目标、支持方向和建设内容，着力推进资金、项目、物流、服务、产品等统筹，坚持点线面结合，避免“小而散”和低水平建设，切实提升自治区农村流通水平，助力脱贫攻坚和乡村振兴。商务部、财政部、扶贫办将在市场营销、专家咨询、企业帮扶等方面协调资源。

（二）已支持过的国贫县及农村电商发展潜力较大的县（不含市辖区）。

申报对象为已支持过国贫县的，应与本省（区）同类县相比，具有相对较好的农村电商公共服务体系和产业基础，发展潜力较大。申报对象为非国贫县的，应基本建立可持续运营的农村电商

公共服务体系，具备较好的产业、人才等基础条件，农村网络零售额、农产品网络零售额、农村网商数等电商发展指标位于本省平均水平之上。以前年度支持过的示范县申报，资金拨付和项目建设需基本完成。申报方案须紧扣打造综合示范“升级版”，围绕建立完善农村现代市场体系，进一步挖掘农村电商潜力，提高农村流通效率，加强农村产品的品牌、品质控制和标准体系建设，强化益贫带贫利益联结机制，巩固脱贫成效，促进乡村振兴。工作目标可量化、可考核。鼓励国贫县申报，已支持国贫县数量不得低于此类县申报数量的50%，其中，前期工作成效显著、尚未摘帽的国贫县优先支持。

（三）农村电商工作典型县。

根据《国务院办公厅关于对真抓实干成效明显地方进一步加大激励支持力度的通知》（国办发〔2018〕117号）确定的，在农村电商发展、扶贫带贫和产销对接等成效突出的山西省临猗县等10个典型县市。此类典型县不需要再行申报，直接纳入综合示范范围。

四、中央财政资金支持方式和重点

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。中央财政资金重点支持以下方向：

（一）农村流通基础设施。

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)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的服务和营销体系,实现线上线下融合发展,提升农村流通水平。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中心,发展智慧物流。用于农村流通基础设施建设的资金比例原则上不低于50%。

(二) 农村电商公共服务体系。

支持乡村电商服务体系的建设改造,整合邮政、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。公共服务中心资金使用比例原则上不高于15%。

(三) 农村电子商务培训。

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农村电商培训。重点强化培训机制,注重服务质量而非数量,增强培训的针对性,提升美工、产品设计、宣传、营销等实操技能;注重培训后服务而非“一锤子”培训,建立农村电商培训转

化机制，加强电商培训与就业用工的对接，加强创业孵化。如实做好培训记录。

各地可按照上述方向，结合实际，因地制宜细化建设内容和标准。一是首次纳入示范的贫困县，要围绕助力脱贫攻坚，加快补齐设施和服务短板，加强人才培养，增强内生动力。特别是深度贫困地区，着重完善物流快递网络，推进优质商品下乡，探索打开农产品网络销量。二是有一定产业基础、潜力较大的县，要围绕打造综合示范“升级版”，扶持特色产业，延长电商价值链和供应链，进一步扩大惠及群体，促进稳定增收。三是国务院激励支持的典型县，要发挥好农村电商服务乡村振兴标杆引领作用，积极探索新路径，发展新业态，形成可复制推广的经验模式。

根据《财政部关于印发〈服务业发展资金管理暂行办法〉的通知》（财建〔2019〕50号）等有关规定，中央财政资金不得用于网络交易平台、楼堂馆所建设、工作经费及购买流量等支出。省级财政部门可依据《财政部关于推进地方盘活财政存量资金有关事项的通知》（财预〔2015〕15号）有关规定，统筹安排本省示范县长期闲置的中央财政资金，用于奖励助推脱贫攻坚、促进产销对接等工作成绩突出的优秀示范县。

五、工作程序

（一）确定申报数量。

商务部、财政部、国务院扶贫办采取因素法，综合考虑脱贫攻坚和国务院典型激励政策任务，确定各省示范县申报数量上限

(见附件)。选取因素包括各省农村网络零售额、农产品网络零售额、农村网商数量、资金拨付率等指标。

(二) 地方组织申报。

有关省级主管部门按照自愿择优的原则，组织辖区内符合条件的县级人民政府申报，对未支持国贫县之外的申报对象打分排序。鼓励“三区三州”贫困地区以整体形式申报。各省级主管部门应于5月10日前，将具备条件的国贫县名单、其他县排序名单、评选依据、省级工作方案（见附件）报三部门办备案。逾期或未按规定报备的，视同自动放弃。

(三) 确定示范县和资金拨付。

三部门组织对地方上报的工作方案进行评审，根据方案得分，结合前期绩效评价情况，确定各省示范县最终数量和资金数额。各省按照三部门提供数量确定最终示范县，做好政务公开，并于5月20日前，将最终的示范县名单和省级、县级工作方案，以省级人民政府函形式报送三部门，示范县排序名单应与此前备案顺序一致。

中央财政资金和绩效目标下达后，省级财政部门要及时拨付资金，细化绩效目标并分解至相关县；省级主管部门要积极组织实施，加强监督检查，组织开展绩效执行监控和绩效自评，负责对示范地区进行绩效评价，及时报送示范工作情况，并接受三部门的监督检查。各地工作方案将是三部门监督检查的重要依据。

六、工作要求

(一) 加强组织领导。各地要加强综合示范工作的统筹指导，建立多部门参与的工作协调机制，加大政策协同力度，从本地实际出发，研究出台土地、税费、人才等配套措施，推进政策落地。贫困地区要重点发挥好农村电商在产业扶贫方面的作用，坚持焦点不散、靶心不变，从本地实际出发，做好农村电商政策设计。未摘帽贫困县重点补短板、强基础、促上行，精准农村电商帮扶举措。已摘帽贫困县重点是深挖农村电商潜力，巩固脱贫成效，做大做强特色产业，打造综合示范“升级版”，做好脱贫攻坚和乡村振兴政策衔接。产业基础较好的县要积极探索农村电商发展新路径新模式，更好的服务乡村振兴。形成各具特色、梯次推进的农村电商发展格局。

(二) 健全责任监督机制。省级主管部门是综合示范工作的第一责任主体，对选择的示范县负责，并因地制宜制定实施方案，细化资金支持方向和奖补标准，明确各类项目建设标准、要求和验收办法，做好政策的承上启下，组织对示范县开展绩效评价。示范县人民政府是综合示范工作的直接责任主体，对具体工作负责，要结合本地实际，自主安排资金和项目，建立台账制度，明确责任人和进展时限，确保资金安全、方案落地、农民受益。

(三) 强化工作指导。省级主管部门开展全过程绩效管理，切实加强指导监督，密切跟踪示范地区项目进展情况，及时发现并解决资金和项目管理等存在的问题。省级主管部门应建立完善

日常监管机制，委托会计师事务所等专业第三方机构加强事中管理。督促示范县依法依规竞争选择承办单位，加强对承办单位履约能力的考核，不仅重视项目建设，更要重视项目后期运营和帮扶实效。指导示范县制定有效措施，做好扶贫带贫、产销对接等工作，对脱贫户保持政策稳定性和持续性。

（四）做好政务公开和信息报送。省级主管部门应在部门政府网站推行综合示范政务公开，并督促示范县人民政府在其门户网站推行综合示范政务公开，及时、全面、集中地公开综合示范实施方案、资金安排、项目内容、决策过程等信息。督促示范县在中央财政资金支持项目显著位置标识“全国电子商务进农村综合示范项目”字样。督促示范县和承办单位与商务部农村电子商务信息系统进行对接，及时更新项目进展、资金拨付以及项目绩效自评结果等材料。指导示范县与项目承办主体达成协议，凡接受财政补贴的承办主体，必须按要求提供项目有关交易和活动信息，同时依法保护承办主体的信息安全。未提供完整信息的项目不得验收。加快推进智慧乡村服务应用，加强农村电商、产品、消费等数据处理和应用，不断提升管理水平。

（五）加大总结宣传力度。各地要善于利用各种媒体，加大农村电子商务政策成效的宣传力度，积极营造正向舆论氛围，调动贫困群众学电商、用电商、促增收的积极性，不断提升贫困地区的电子商务参与度。要及时总结前期综合示范工作实施成效，发现推广典型经验做法，加强地区间的交流与借鉴，增强综合示

范辐射效应。

- 附件：1. 各省（区、市）示范县申报数量上限
2. 工作方案基本要求



附件 1

各省（区、市）示范县申报数量上限

序号	省 份	国贫县	其他县	合计
1	河北	1	8	9
2	山西		5	5
3	内蒙古		3	3
4	辽宁		8	8
5	吉林		8	8
6	黑龙江		5	5
7	江苏		12	12
8	浙江		12	12
9	安徽		12	12
10	福建		12	12
11	江西		5	5
12	山东		12	12
13	河南	10	12	22
14	湖北		8	8

序号	省 份	国贫县	其他县	合计
15	湖南	1	5	6
16	广东		12	12
17	广西	3	8	11
18	海南	2	3	5
19	重庆		8	8
20	四川		8	8
21	贵州		3	3
22	云南	15		15
23	西藏	47		47
24	陕西		5	5
25	甘肃	3	3	6
26	青海	12		12
27	宁夏		5	5
28	新疆		3	3

注：1. 国贫县指未支持过的国家级贫困县，其他县指产业基础较好、农村电商发展潜力较大的县。

2. 前期国务院激励的地方典型市县不再计入申报数量，直接纳入示范范围。

3. 西藏实际以整体推进形式申报，为方便统计，仍以单个县计算。

附件2:

工作方案基本要求

一、前期工作总结

前期已开展综合示范的省份，主要围绕前期工作进展、责任监督机制、绩效评价情况、电商扶贫和产销对接成效等进行总结，找准工作中不足或问题。前期开展整体推进的省区还需对统筹资金、项目、物流等具体措施、成效和不足进行总结。首次参加综合示范的省份，主要围绕已形成的政策机制、主要做法，以及扶贫带贫、产销对接成效等进行总结。

二、2019年工作方案

各地工作方案是专家评审和后续复核评价的重要依据。有关省级主管部门务必高度重视，指导申报县做好方案编制，主要目标要量化、细化，措施可落地，管理可问责，避免大而化之、泛泛而谈。不同类别的申报主体方案应体现差异性：

（一）省级工作方案

1.未支持贫困县申报名单（基本条件认定依据），挖潜力的县排序名单、评审流程和评审指标体系、县基本情况和工作目标等。

2.2019年全省农村电商工作目标、资金和项目管理办法、责任监督检查机制、绩效评价及项目验收办法等。

西藏自治区工作方案应紧扣电商扶贫，围绕整区推进，重点介绍推进资金、项目、物流、服务、产品等的统筹机制，

综合示范整体目标、支持方向、建设内容、预期成效等。

(二) 未支持国贫县工作方案

- 1.基本县情，本地物流、市场、产品、人才等梳理情况。
- 2.围绕脱贫攻坚，有关工作措施、量化目标，主要建设方向、投入机制、资金监管制度、项目现场监督机制等。

(三) 挖潜力县工作方案

1.基本县情、本地特色产业、农村电商等发展概况。以前年度支持过的示范县还需对前期工作进展、政策机制、绩效评价、扶贫带贫或产销对接成效等进行总结。

2.重点围绕建立完善农村现代市场体系，扶持优势产业，推进品牌、标准、品质控制等，打造综合示范“升级版”的工作目标和措施。

3.加强农村电商公共服务体系市场化、可持续发展机制的具体举措。

国务院典型激励市县工作方案可围绕农村现代市场体系建设，农村电商服务乡村振兴，推广应用数据驱动、智慧物流、大数据、云服务等新思路新举措，有一定创新、超前性。

三、下一步加强管理的工作措施

本省财政专项资金细化支持方向、标准，以及绩效管理和项目验收办法。省级主管部门对示范县的工作指导、监督检查机制。进一步加强政务公开和信息报送的政策措施，省级主管部门和示范地区人民政府门户网站设置公开专栏（有关信息不得散见于网站）情况。委托专业第三方会计师事务所

所、审计机构等加强日常现场管理的政策措施。推进智慧乡村等大数据应用，提高工作成效和扶贫信息收集水平的办法。

信息公开选项：主动公开

财政部办公厅

2019年4月30日印发

