

中华人民共和国商务部办公厅

商办建函〔2020〕144号

商务部办公厅关于进一步做好电子商务 进农村综合示范绩效评价的通知

河北、山西、内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、河南、湖北、湖南、广东、广西、海南、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆、新疆生产建设兵团商务主管部门：

根据《服务业发展资金管理暂行办法》规定和电子商务进农村综合示范(以下简称综合示范)工作文件要求,为克服疫情影响,保质保量完成2018年度示范县绩效评价工作,同时落实审计整改要求,加快资金拨付进度,加强发现问题整改,切实提升综合示范工作实效,经商财政部、国务院扶贫办,现就进一步做好电子商务进农村综合示范绩效评价有关工作通知如下。

一、有序推进2018年度示范县绩效评价

(一)实事求是开展绩效评价。根据当前工作形势,对各地2018年度示范县绩效评价完成时限不做统一要求。湖北等中高风险省份可预做准备,待条件允许后启动工作。低风险省份在做好疫情防控的前提下,加快工作进度,力争在5月中旬前完成。有关省级商务主管部门在完成绩效评价后,将绩效评价报告、指标体

系一并报送商务部(市场体系建设司)。

(二)因应施策创新方式方法。有关省级商务主管部门要会同财政、扶贫主管部门制定周密工作预案,与示范县做好对接,做好疫情防控、保障人员安全,有序推进绩效评价。要创新方法、简化流程,对非必要的现场检查环节,可采取视频连线、电话访谈等形式替代。

二、以绩效评价提升综合示范实效

(一)突出实效做好绩效评价。有关省级商务主管部门要从本地实际出发,建立健全绩效评价指标体系。要充分发挥绩效评价“指挥棒”作用,以助力脱贫攻坚和乡村振兴为目标,以建立市场化、可持续的农村电子商务运营服务体系为导向,以实际成效为准绳,引导示范县在完善农村市场体系、扩大农产品出村进城、促进农民增收等方面拿出实招、取得实效。

(二)加强绩效评价成果应用。有关省级商务主管部门要强化绩效评价成果应用,以评促改、以评促建,推动示范县因地制宜、大胆创新,不断提升工作成效。要坚决杜绝重支出轻管理,重建设轻服务等现象。按照综合示范文件要求,对工作进度慢、简单搞硬件建设、缺少服务支撑的示范县,要及时指出问题并督促其整改。对工作成绩突出的示范县,要加大宣传推广力度,并在资金统筹中予以奖励。

(三)提升日常管理服务水平。为提升综合示范信息化管理和水平,拟在全国免费推广“智慧乡村服务应用”App。各级商务主管部门和示范县可通过手机或电脑安装应用,实时掌握农村

电商服务站点分布、经营状态、网络销售额等情况,为绩效评价、服务监督、指导培训等日常工作提供便利,并为农村电商服务站点进一步拓展服务功能、提升运营水平奠定基础。请有关省级商务主管部门组织示范县、农村电商服务站点抓紧安装(客服电话:028—83117030,微信:zhxcfwyy),有关建议请及时反馈。

三、扎实推进绩效评价问题整改

(一)全面排查前期问题。有关省级商务主管部门要组织示范县全面梳理绩效评价发现问题,拉出清单,明确整改措施和负责人,督促其限期完成整改。其中,已开展绩效评价的2014—2017年度示范县应于今年上半年完成问题整改,此后年度示范县应在绩效评价结束当年完成问题整改。

(二)逐项完成整改“销号”。有关省级商务主管部门要加强对示范县整改工作的跟踪督导,对照整改清单逐项“销号”。对已完成问题整改的示范县,要通过“回头看”、日常监督检查等形式进行确认,确保问题“见底清零”。

四、采取有力措施加快专项资金拨付

(一)全面梳理资金进度。资金拨付较慢是前期绩效评价发现的普遍问题,直接影响财政资金和政策效用的充分发挥。有关省级商务主管部门要高度重视资金拨付问题,配合财政、扶贫主管部门,加大力度督促示范县切实加快工作进度和资金拨付,针对存量资金制定有效措施,限期化解盘活。鼓励改进资金拨付方式,引入审计、监理单位及时确认项目完工部分并据实拨付资金。受疫情影响较大的县,可根据《商务部办公厅 财政部办公厅印发关于用

好内外贸专项资金支持稳外贸稳外资促消费工作的通知》(商办财函〔2020〕98号)和有关要求,调整存量资金用于支持承担疫情防控相关重要物资保供任务,且工作突出的电商、物流、商贸流通等企业。

(二)组织示范验收工作。为做好前期示范县验收工作,及时拨付项目尾款,有关省级商务主管部门要会同财政、扶贫主管部门,明确示范县验收和资产管理要求,组织2014—2017年度示范县委托第三方在今年年底前完成验收。拟开展验收的示范县须满足全部项目基本完工并投入使用、中央财政资金使用90%以上等条件,验收报告须体现资金、项目承办单位、建设或补贴项目一一对应,如实反映工作预定目标完成情况、实际效果和存在的问题,并提出改进要求和工作建议等。有关省级商务主管部门应会同财政、扶贫主管部门对示范县验收报告进行复核,并出具书面意见。

(三)统筹盘活存量资金。有关省级商务主管部门要积极配合财政主管部门等,对照综合示范文件和《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)等要求,加快推进综合示范专项资金统筹工作。对在规定时间内未完成验收、工作进度缓慢等原因造成资金长期闲置的示范县,要及时收回存量资金,统筹用于奖励电商扶贫、产销对接成效显著的示范县。

五、有关工作安排

为强化指导监督,加快推进综合示范和电商扶贫,助力打赢脱贫攻坚战,商务部拟于5月底组织绩效评价复核(复核要点见附件1),并委托第三方不定期赴地方开展日常评价。绩效评价复核和

日常评价采取材料审核、现场考察、电话回访、物流追溯等方式,重点关注各地助农增收、助力乡村振兴等工作实效,项目和资金进度,绩效评价问题整改情况等。

各地绩效评价结果和整改情况将与后续政策安排直接挂钩。对工作进度和资金拨付严重滞后、问题整改不到位或敷衍消极的地方,商务部将会同财政部、国务院扶贫办取消其示范资格,收回已拨付资金。

为做好绩效评价复核工作,请有关省级商务主管部门推荐一名熟悉业务的处级同志,作为专家组成员参与绩效评价复核。工作时间约需15天,推荐人员参与复核期间不再承担其他工作。请于2020年4月30日前将推荐人员信息(附件2)反馈商务部(市场体系建设司)。

电话:010—85093663、3700

传真:010—85093681

附件:1. 电商进农村综合示范绩效评价复核要点

2. 推荐回执



电子商务进农村综合示范绩效评价复核要点

序号	复核内容	复核要求
1	助力脱贫攻坚和乡村振兴	<p>1. 扶贫和产业导向：贫困县应聚焦扶贫导向，在资金和项目安排上对有条件的建档立卡贫困村、贫困户倾斜，开展人员培训、代买代卖、快递服务、就业用工等形式多样的帮扶，强化利益联结机制，提高贫困群众获得感。非贫困县应聚焦脱贫攻坚和乡村振兴的有机衔接，充分挖掘农村电商发展潜力，畅通农产品进城和工业品下乡，促进农民增收，推动农村传统生产和流通企业信息化升级改造。</p> <p>2. 实事求是：因地制宜、实事求是开展电商扶贫，摸清扶贫底数，注重帮扶质量，不片面追求帮扶数量。项目帮扶应做好工作台账，真实统计在产品营销、物流快递、电商培训、就业用工等领域帮扶建档立卡贫困户情况。</p>
2	农村电商公共服务中心	<p>1. 服务内容：有专业团队负责运营，向农村电商创业带头人等提供但不限于办公场所、产品和企业孵化、仓储物流、数据分析、电商培训、直播带货等服务，服务具有明确的扶贫导向。公共服务中心应突出功能服务，尽量利用现有场地设施，经济适用，不盲目安设大型电子显示屏等，不以产品展示为主要功能。</p> <p>2. 统筹各功能板块和乡村服务站点：公共服务中心能够发挥“指挥中枢”作用，统筹推进工业品下乡和农产品进城、物流快递、电商扶贫、运营指导、人员培训等服务板块和各乡村电商服务站点，丰富经营内容，增强站点和公共服务中心持续运营能力。</p> <p>3. 推动农产品上行和产业升级：公共服务中心应立足本地优势产业和资源禀赋，拓宽农副、旅游、文化等各类农村产品线上线下销售渠道，逐步建立与县域产业发展相适应的电商供应链体系，帮助本地生产流通企业、合作社、带头人等开发网销产品，提供认证许可、品牌培育、营销策划等服务，建立扶贫利益联结机制。有关服务不应出现歧视性或排他性规定。质量追溯工作应为提高农产品品质控制水平、促进农业供给侧结构性改革服务，宜与农产品标准化、质量监管、区域公共品牌、整体营销策划等统筹协调安排，不能简化为提供二维码贴标、生产主体和产品信息查询等服务。</p>

3	乡村电商服务站点	<p>1. 站点布局: 根据交通、人口分布等因素, 实事求是合理规划乡村电商服务站点布局, 站点的覆盖重在服务的覆盖, 而非地理位置的覆盖。对建档立卡贫困村、贫困户要有倾斜照顾。</p> <p>2. 服务内容: 充分利用乡村原有商贸店、供销、邮政、物流、电商创业带头人等网点资源, 加强统筹, 拓展站点服务功能, 为村民提供代购代销、收发快递、费用缴存、小额存取、职业介绍等便民服务, 人员熟悉电商基本操作, 收入能够保证自持运营。已安装智慧乡村应用, 或能够自动上报交易数据。</p>
4	县级物流配送中心	<p>1. 物流整合: 针对县乡村物流“最后一公里”问题, 以共同配送为主要形式, 统筹县域商贸、邮政、供销、物流快递等资源, 整合定单、数据、场地、车辆、人员、包裹、线路等, 实现提速降费。站点布局要与电商服务站点保持基本一致。物流整合应是业务的实质整合, 而非经营场地等形式上的整合。从整合县乡村电商快递入手, 逐步向日常消费品和服务的整合延伸, 提升共同配送效率和市场化可持续发展能力。</p> <p>2. 整合成效: 示范县物流快递成本明显降低, 除边远地区原则上应与省会城市持平。物流效率有效提升, 县到村配送时间一般不超过3天。</p> <p>3. 补贴方向: 物流补贴聚焦农产品上行, 明确“退坡”时间, 推动物流快递企业逐步实现市场化运营。</p>
5	农村电商培训体系	<p>1. 提高针对性: 示范县主要面向农村青年、返乡农民工、退伍军人、乡村电商服务站长、基层干部、贫困户等, 加强电商普及和创业技能培训, 合理制定培训目标, 如实做好培训记录。</p> <p>2. 完善教材: 示范县组织编写农村电商标准化教材, 内容可操作, 通过网站、公众号、宣传材料等途径向社会免费公开。</p> <p>3. 加强跟踪: 承办单位定期回访培训对象, 跟踪指导电商创业、网购网销等, 强化培训转化机制, 巩固培训效果。通过跟踪反馈, 推动农村电商公共服务中心改进服务内容, 提升服务水平。</p>
6	资金和项目管理	<p>1. 工作规范: 示范县严格落实《服务业发展资金管理暂行办法》和三部门文件规定, 对中央财政专项资金设置专账、账实相符, 有关支出要体现扶贫导向。选择承办企业依法依规, 原则上要经过竞争性选拔程序, 有关资金支出、项目建设信息、决策程序等按要求在政府网站及时公示。有明确的资产管理和处置规定或办法。</p> <p>2. 监管到位: 省级商务部门要配合财政、扶贫主管部门明确本省专项资金管理和项目验收要求, 推动资金统筹, 建立常态化监督检查机制, 指导督促示范县加快项目建设和资金拨付, 切实提高资金使用效益。</p>

附件 2

推荐回执

省级商务主管部门（盖章）：

单位	姓名	性别	民族	职务	联系电话（手机）	备注

注：请传真至 010-85093681

商务部办公厅

2020年4月23日印发

