

乐昌市电子商务进农村综合示范创建

自 评 报 告

乐昌市人民政府

2021年9月

目录

| | |
|-----------------------------|----|
| 一、乐昌市电子商务发展现状..... | 1 |
| 二、乐昌市电子商务进农村综合示范创建概况..... | 4 |
| (一) 工作基本情况..... | 4 |
| (二) 工作原定绩效目标设定情况..... | 4 |
| 三、乐昌市电子商务进农村综合示范项目资金使用及管理情况 | 8 |
| (一) 项目资金实际支出情况..... | 8 |
| (二) 资金管理措施..... | 8 |
| 四、创建工作组织实施情况..... | 9 |
| (一) 工作组织情况..... | 9 |
| (二) 项目管理情况..... | 12 |
| 五、项目绩效情况..... | 12 |
| 六、其他需要说明的情况..... | 13 |
| 七、项目自评工作情况..... | 15 |

前言

根据《广东省商务厅关于开展 2019 年省级电子商务进农村综合示范创建考评工作的通知》（粤商务电函〔2021〕101 号）、《广东省商务厅关于印发 2019 年省级电子商务进农村综合示范重点工作任务的通知》（粤商务电函〔2019〕70 号）和《广东省商务厅关于下达 2019 年促进经济高质量发展专项资金（内贸方向省级电子商务进农村综合示范）项目计划的通知》（粤商务电函〔2019〕29 号）等有关文件要求，现编制《乐昌市电子商务进农村综合示范创建》自评报告如下：

一、乐昌市电子商务发展现状

乐昌市隶属于广东省韶关市，是广东省北部的山区县，总面积 2419 平方公里，下辖 16 个镇、1 个街道、2 个办事处，共 195 个行政村、20 个居委会，户籍人口 53 万人，常住人口 42 万人。另拥有 2 个省级自然保护区和 2 个省级现代农业产业园。2020 年地区生产总值 122.98 亿元。有 1 个国家 AAAA 级景区（古佛洞天），3 个国家级 AAA 级景区（龙王潭、金鸡岭、九福兰花公园）。乐昌电商基础扎实，公路、邮路、通信、互联网已全面覆盖到行政村；市电子商务协会现有会员 77 家，省级龙头农业企业 8 家、市级农业龙头企业 14 家、县级农业龙头企业 34 家，被认定为粤港澳大湾区“菜篮子”生产基地经营主体 7 家。2017 年，九峰镇成为全国第一个镇级非现金支付试点小镇；2019 年，乐昌被列入 2019 年省级电子商务进农村综合示范县，岭南落叶水果产业园也进入了 2020 年广东省现代农业产业园建设候

选名单。

交通便捷，设施完善。乐昌地理位置优越，位于广东省北部，韶关市西北部，南岭山脉骑田岭南麓，武江的中上游，东与仁化为邻，南与韶关市区交界，西南与乳源县相连，北部、西部与湖南省宜章县毗连，东北与湖南省汝城县接壤，是粤、湘两省交汇中心，素有广东省“北大门”之称。乐昌拥有“两铁三站，两高八道”的交通优势。“两铁三站”即京广铁路乐昌站、坪石站，京广高铁乐昌东站；“两高”即京港澳高速、乐广高速，在我市设有高速出入口 5 个；“八道”即国道 107 线、240 线、535 线以及省道 247 线、248 线、249 线、518 线、519 线。乐昌到广州仅需 1 小时，到长沙 1.5 小时，已融入珠三角、长株潭经济圈。乐昌距离韶关丹霞机场仅 16 公里，北江航道将北延至乐昌长来，交通区位优势越发凸显。

生态优美、旅游胜地。乐昌自然资源丰富，名胜古迹众多，文化底蕴深厚，旅游资源得天独厚，有“中国观赏石之乡”“广东省旅游强县（市）”的美誉。现已开发的风景名胜有“广东八大名山”之一的金鸡岭、国家 4A 级景区“地下宫殿”古佛洞天、国家 3A 级景区龙王潭、“省级国家森林公园”后洞生态庄园、大瑶山和杨东山十二度水两个自然生态保护区，形成了“游山、玩水、探洞”的绿色生态旅游品牌；华南教育历史研学基地（坪石），红军长征突破第三道封锁线遗址群、梅花大坪红色陈列馆、南粤古驿道修缮等文旅融合项目建设有序推进，掀起了红色研学游热潮。推进电子商务进农村综合示范创建工作，将充分调动我市生态旅游资源，进一步推动我市创建广东省全

域旅游示范区工作。

一是具有丰富、优质的农业资源。全市有耕地面积 52.05 万亩，粮食播种面积 20.97 万亩，粮食产量 8.98 万吨。粮食、蔬菜和肉类总量多年稳居韶关各县（市、区）前列。形成了优质稻、蔬菜、水果、马蹄、香芋、黄烟、山地鸡和生猪等八大主导产业，初步构建了优质稻、香芋马蹄、夏秋蔬菜、优质水果及茶叶“五带五基地”农业产业布局。拥有 2 个省级现代农业产业园（香芋现代农业产业园、岭南落叶水果产业园）。乐昌市农业品牌优势显著，已获得国家级“生态原产地产品保护示范区”认证及省级“出口食品农产品质量安全示范区”认证，农业特色有国家地理标志商标 1 个（黄金柰李），国家级生态原产地保护产品 4 个，全国名特优新产品 4 个（北乡马蹄、乐昌雪毛鸡、乐昌白毛茶、黄金柰李），广东省十大名牌产品 2 个（炮弹香芋、白毛尖茶），“三品一标”农产品 156 个，4 家经营主体生产基地被认定为粤港澳大湾区“菜篮子”生产基地，致力打造成为“双区”的“菜篮子”“米袋子”“果盘子”和“水缸子”。

二是文化底蕴深厚。乐昌是国家重点生态功能区、北江水源涵养地，是省重点林区之一，森林覆盖率达 70.39%。近年来，培育了誉马葡萄酒庄园、百臻农业生态园、长来和村、廊田同吉店村等乡村旅游新亮点。以华南教育历史研学基地（坪石）建设为重点，完成定友图书馆和国立中山大学校本部、工学院、文学院、法学院、培正培道联合中学五个纪念地建设以及长尾洞社区体育公园足球场、篮球场项目，积极参与长征国家文化

公园粤北段建设，完成红军长征突破第三道封锁线遗址群修缮保护项目，打造全省红色研学目的地。

三是精准脱贫攻坚成效显著。乐昌市有 39 个省定相对贫困村，截至 2020 年 5 月 25 日，全市有相对贫困户 5038 户 13710 人（有劳动能力的贫困户 3005 户 10549 人，无劳动能力的贫困户 2033 户 3161 人），其中 39 个相对贫困村中贫困户 1380 户 4117 人，157 个非贫困村（居）即面上贫困户 3658 户 9593 人。目前，乐昌市 39 个贫困村全部达标出列，5038 户 13710 人实现脱贫退出，退出率 100%。

二、乐昌市电子商务进农村综合示范创建概况

（一）工作基本情况

近年来，乐昌市将电子商务作为产业转型升级和县域经济转型发展的重大战略来抓，强化组织保障，多渠道推动电子商务进入农村、服务农村、发展农村。在省、韶商务部门的指导下，依照《广东省商务厅关于印发 2019 年省级电子商务进农村综合示范重点工作任务的通知》（粤商务电函〔2019〕70 号）精神和要求，认真开展综合示范项目的组织实施，统一思想认识，加强组织领导，成立了乐昌市电子商务进农村综合示范工作领导小组，领导小组办公室定期通报电子商务进农村综合示范创建工作，并不定期召开电子商务企业、行业协会和运营商座谈会，研究电子商务发展模式，解决电子商务发展过程中遇到的困难和问题。

（二）工作原定绩效目标设定情况

1. 工作目标

为加快推进电子商务在农村的应用和推广，实施乐昌市电子商务进农村综合示范县创建，在提高电商人才培养转化率、降低农村物流成本、促进农产品上行等方面取得明显成效。预期两年内，建成市级电子商务公共服务中心、电子商务产业园；建设 17 个镇服务站、137 个村级服务点；力争培育本土区域电商平台 2 家以上；培育不少于 5 家年销售额达 500 万以上和不少于 10 家年销售额达 300 万以上的电子商务企业；引进 1—2 家有较强影响力的第三方电子商务平台；电商培训人次达到全市常住人口的 1%以上，其中对贫困户的培训人次达到有劳动能力的建档立卡贫困人口 90%以上（外出务工人员除外）；全市农产品电子商务年销售额保持在 20%以上的增长。

2. 建设内容

（1）完善农村电商公共服务体系

①建设农村电子商务服务体系。建设 1 个市级电商服务中心和镇村级电商服务站点。通过政府整合社会资本设立市级电商服务中心，对电商企业提供技术支持、培训孵化、产品对接、品牌建设及其它衍生增值服务；通过对乡镇现有的合作社、农村小商超、农村邮政所（点）、民宿酒店、快递服务点等进行电商功能升级，接入电商平台，赋予电子商务职能，完成 1 个市级电商服务中心、17 个镇级电商服务站和 137 个村级电商服务站点（村级站点覆盖率达到 70%）建设，形成市、镇、村三级农村电子商务服务体系，为城市居民和农村村民提供网上代买代卖、网上缴费、网上购票、代收快递包裹等便民服务。

②建设电子商务服务中心。推行“政府主导、市场驱动、企业主体，大众创业”的做法，建设乐昌市电子商务服务中心，电商服务中心内设电子商务人才培训基地、电子商务孵化基地、O2O体验馆等；为传统企业提供网店建设、营销推广和代运营等电商一条龙专业服务，并整合全市电子商务企业入驻办公，制定实施优惠政策，引导电商企业进驻服务中心，充分发挥电商产业的集聚效应。

③加快完善乡村物流体系建设。进一步推进“快递下乡工程”项目建设，依托我市现有的邮政网络配送平台，加强与顺丰、“四通一达”、菜鸟物流、京东物流等知名物流企业合作，积极改造和完善乡村邮站，搭建城乡仓储物流平台，实现物流快递村村通，解决农村电商“最后一公里”的难题。

（2）加大电商专业人才的培训

定期开展形式多样的电子商务培训活动。充分发挥电商带头人的引领和示范作用，引导农村高等学校毕业生、返乡人员、农村青年、巾帼致富带头人、退伍军人、贫困户等参与农村电子商务培训活动，扩大经营农村电子商务人群。重点开展“互联网+”、电子商务基础知识、网络营销、电商运营等技能培训，提高相关人员的电子商务知识和运用电子商务销售农产品的能力，掌握“互联网+”运作模式与操作方法，大力培育一批农村电子商务专业人才。

（3）做好农产品上行

①加强与第三方平台的合作。加强与阿里巴巴、京东、苏宁、乐村淘等知名第三方电商平台合作，鼓励各电商企业找到

适合自身企业需要的电商平台，借力整合我市农特产品在各电商平台上销售。

②发挥重点电商企业的示范带动作用。积极发展本土电商平台，实现本地产品在本地电商平台线上销售；积极发挥乐昌“九峰山电子商务”“枝豆电商”等电商企业在我市农村电子商务发展方面的示范作用，带动全市更多涉农企业发展线上销售，并鼓励和引导本市条件成熟的电商企业发挥企业团队的作用，积极参与市级电商服务中心、镇村电商服务站点的运营，形成市、镇、村三级电商服务体系。

③建设农产品电商品牌，提高品牌影响力。整合全市农业品牌，鼓励农业龙头企业、农民专业合作社、行业协会等加强协作。支持和鼓励传统农产品、历史品牌产品的集中产区，积极申报原产地保护和地理标志证明商标，提升农业特色产业，打造区域品牌。对现有的北乡马蹄、沿溪山茶叶、张溪香芋、九峰山黄金柰李等国家地理标志产品，通过各类展示、展销活动及运用各种媒体推介、宣传品牌，形成政府重视、企业主动、消费者认知、多方合力推进农业品牌建设的良好氛围，促进品牌输出，扩大名牌农产品的知名度。

④构建农产品质量检测认证监管服务体系。鼓励和推动企业建立农产品检测中心，保障农产品安全，增强消费者信心，提高农产品附加值，树立良好的产品形象；建设适合我市的农产品溯源体系，加强农产品溯源体系的顶层设计，赋予农产品独一无二的“身份证”，实现“生产可记录、安全可预警、源头可追溯、流向可跟踪、信息可存储、身份可查询、责任可认

定、产品可召回”的流程，保证我市农产品上行健康良好发展，加强网销产品的质量监管，引导消费者理性消费。加强电子商务市场监管，着力建设规范有序网络市场环境。

（4）加大电商精准扶贫力度

支持电商企业或电商平台在我市贫困村建设村级电子商务服务站点，对交易额达到一定标准的贫困村电子商务服务站点给予奖励。推广移动支付，丰富贫困村支付结算手段；把提高贫困村农民的素质贯穿电商扶贫的全过程，利用多种途径加强对贫困村农民的电商培训。建设我市农特产品产销信息大数据，把需求有效反馈到生产端，解决农村产销不对称问题。引导广大贫困户因地制宜，种植生产适合走电商并有销售市场的农特产品，实现我市农特产品产销精准对接，让更多贫困户的农产品通过电商销售。

三、乐昌市电子商务进农村综合示范项目资金使用及管理情况

（一）项目资金实际支出情况

截至2021年8月31日，累计拨付省财政资金4167785.00元。主要用于市级电商服务中心建设及运营、公共信息服务系统体系建设760500.00元；农村电商人才（技能）培训体系建设299100.00元；市镇村三级物流体系建设1356800.00元；物流快递打单机90000.00元；冷链系统建设179100.00元；镇村级电商服务站点建设1482285.00元。

（二）资金管理措施

资金管理严格按照《乐昌市电子商务进农村综合示范项目

实施方案》执行，商务部门提出拨款申请，财政部门按照项目进度拨付资金，商务部门对项目资金实行专款专用。资金的拨付，须经市商务局和市财政局双方按合同约定条款共同审核签署意见后，方可拨付。

四、创建工作组织实施情况

（一）工作组织情况

（1）市电子商务公共服务中心建设情况

市电子商务公共服务中心由政府引导，社会企业参与管理和经营，负责在全市农村植入、普及、推广电子商务，推广新农村电子商务服务平台，让电子商务走进千家万户。

市级公共服务中心建成：建设有 1200 m²的电子商务公共服务中心，并配备了 5 名工作人员专职为入驻企业提供服务。目前园区已和 20 家企业签订入驻协议，多家企业已正式入驻运营。

服务中心管理：建立了电商公共服务中心（电商产业园）的运营管理制度、服务制度。

功能区：电商园区设置有农特产品展示区、培训区、创业孵化区、网红直播区、摄影区、运营中心、品牌推广等功能区，其中农特产品展示区整合展示了乐昌市几十款优质的农特产品。现有培训场所有 1 个，并配置专业的培训设备，能够进行电商基础培训。

提供服务：服务中心为当地企业、团队及创业个体提供技术支持、摄影美工、培训孵化、产品展示、产品对接、品牌建设、讯息咨询、开设网店、渠道对接、信用贷款和其他衍生增值服务。为特色农产品经营户提供统一的货源组织、收购、订

单处理、产品包装、包裹寄递等增值服务，实现“消费品下乡”和“农产品进城”双向流通，为农民提供在村购物、售物、缴费等一站式解决方案，构建“技术支持+培训孵化+产品对接+品牌建设+网络推广+其他增值服务”的全方位服务模式。

电商产业园入驻企业情况：目前已有 20 家企业进驻电商产业园，其中包括平台型电商企业、销售型企业、电商运营商或物流企业等类型企业。

（2）推动农产品上行建设情况

网销调研：采用实地调研+网络数据抓取+大数据分析的方式，对乐昌市的农特产品的网络销售情况进行调研，并出具了专业性和针对性的发展建议。

活动组织和销售渠道对接及品牌推广：结合市内丰富的农产品，支持农村产品的标准化、生产认证、品牌培育、质量追溯等综合服务体系建设，配套农产品分组、包装、预冷、初加工配送等基础建设。并组织当地企业参与了 2 场以上的品牌推广活动，提升了乐昌市区域品牌的市场影响力和品牌知名度。让更多的人认识了乐昌农特产品，提高了乐昌农特产品的知名度。让大家足不出户即可品尝到舌尖上的农家味，并且让人民更好地了解这座美丽的城市。通过不同的电商平台进一步推动互联网+的发展，为企业开展电子商务提供一个线上线下互动营销平台，更好的帮农扶农。切切实实地帮农户把产品卖出去，既达到精准扶贫的效果，又增加了农户的收入。在疫情时期，为我市滞销严重的马蹄、雪毛鸡在线上打开销路，在市商务局的积极引导，各企业和果农们同心协力下，乐昌市线上已累计

销售雪毛鸡销售 1.5 万只以上、鸡蛋 2.5 万个以上、马蹄 80 多吨及天堂姜 1000 多斤。既宣传推广了乐昌的农特产品，又给农户带来了实在的回报。

专业第三方运营团队：已经成立专职电商运营团队入驻电商公共服务中心，负责乐昌市电商服务中心的相关工作。

快递物流覆盖率：县域内形成以市级快递配送中心为依托、镇级配送站为骨干、村级配送点为基础的三级物流配送体系，设置物流快递企业的行政村覆盖率达到 100%。

电商交易标准：出台了北乡马蹄、乐昌雪毛鸡、乐昌白毛茶、黄金柰李等四大地标产品的电商交易标准。

溯源系统建设：溯源系统已根据上级通知要求，与服务商签订补充协议购置物流打单机，为各镇村站点配备使用，避免重复建设。

（3）建设镇村两级电子商务服务站点情况

以电商服务中心为平台，整合利用乡镇的电商资源，在全市 17 个乡镇（街道），137 个行政村规划建设电子商务服务站点，39 个省定点贫困村实现 100%覆盖。分级建立农村电子商务服务站点，服务站点均具有产品展示区、线上交易区、物流服务区。为农民提供代网购、代网售、代收快递、代发快递、代存款、代缴费、小额信贷等便民服务。为农民提供电子商务基础服务，方便农民生产生活，促进农村消费，带动农村产品销售，促进农民增收，激活农村经济。

（4）建设农村电子商务服务培训体系情况

基础普及性培训和增值培训覆盖常住人口 1%以上（目标培

训人次：4200 人次。实际培训人次：4385 人次）。

（二）项目管理情况

每月向韶关市级商务主管部门报送示范创建工作进展、成效及电商相关统计数据。加强对本市电商扶贫信息的统计，重点统计对建档立卡贫困户的电商培训情况等。在乐昌市人民政府官网设置了“电子商务进农村示范工作”专栏，对项目的实施进行公开化、透明化、信息化全过程管理。

五、项目绩效情况

（一）项目的经济性。严格控制项目成本，对基础设施建设项目全部进行公开招投标，有效的节约了项目资金。

（二）项目的效率性。项目实施以来，共拨付项目资金4167785.00元。根据项目服务商完成进度及质量，及时拨付项目资金，有效提高项目效率性，项目资金拨付进度为83%。

（三）项目的有效性。项目的实施，对带动乐昌市农民就业，增加农民收入，推进电商精准扶贫，促进农业产业化发展起到了良好的示范效应和带动作用。在全市17个乡镇（街道），137个行政村规划建设电子商务服务站点，39个省级定点贫困村实现100%覆盖。

（四）项目的可持续性。支持农村电子商务应用，鼓励中小企业、农民专业合作社、创业青年、退伍军人的农村电子商务应用。鼓励各运营商积极支持农村电子商务企业的发展，在提供优质服务的同时，对贫困户、农民、新成立的电商企业在资费方面给予一定的优惠。

（五）项目的扶贫性。在项目的实施过程中，向贫困群体

倾斜。鼓励各级龙头企业通过产业帮扶、就业帮扶等形式帮助贫困群体。

六、其他需要说明的情况

（一）经验与做法

1. 加强组织领导。成立乐昌市电子商务进农村综合示范工作领导小组，领导小组办公室定期通报电子商务进农村综合示范创建工作，不定期召开电子商务企业、行业协会和运营商座谈会，研究电子商务发展模式，解决电子商务发展过程中遇到的困难和问题。

2. 加强统筹协作。各相关部门按照领导小组的统一部署，加强合作，组织好各个项目实施工作，确保项目质量和效益。鼓励各类企业、专业合作社发展电子商务，建立电商网点、物流网点，打通农村生产经营与市场对接的渠道，增强农户增收能力，提升辐射带动效应。

3. 明确职责分工。市镇两级政府是项目实施责任主体，共同承担项目建设任务，市直相关部门根据全市总体工作方案，结合各自职能配合完成创建任务。市政府将电子商务进农村示范创建工作纳入年度考核目标进行量化考核。

4. 全面实行政务公开。在政府门户网站上及时公开电子商务进农村工作方案、决策过程和专项资金使用情况等，包括项目名称、完成时限、绩效目标、相关文件、承办单位责任人等，定期公布项目建设进度，自觉接受社会各方面监督。

5. 加强宣传发动。充分利用政府门户网站、电视台等媒体平台，加强对乐昌市电子商务发展的宣传与推介。对各级干部

进行宣传、教育、培训，提升他们创建电子商务进农村示范县的工作能力和业务素质。组织开展各类农产品销售渠道，营造政府、企业以及社会各界共同参与推动电子商务发展的良好氛围。

（二）存在问题

扶持政策缺乏，针对促进电子商务发展、电商扶贫、刺激市场消费、鼓励企业转型升级等方面的政策较为缺乏；企业的电商人才缺乏，特别是传统的农业企业，想要转型升级通过电商的手段拓宽企业品牌影响力和拓展销量，但是人才缺乏成为制约企业成长最大的因素；各个快递企业各自为站，物流成本较高；宣传推广力度不够，在整个示范县建设过程中，没有实时的挖掘项目的亮点并进行宣传报道，营造良好的电商示范氛围。

（三）改进措施

1. 出台相关的人才激励政策、加强人才培养力度。结合乐昌市的人才流失现状，出台相关的人才引入和创业创新的激励政策，吸引大学毕业生、农村青年、在外务工者返乡就业或创业。另外加强人才培养力度，注重培训的实质效用，举办就业对接会。

2. 整合物流资源、降低物流成本。由政府牵头，支持发展共同配送，推动邮政、供销、商贸物流、快递、交通等资源整合，鼓励上体商业和电商快递的物流协同，整合县域工业品下乡和农产品上行双向配送，推动商流物流统仓共配，降低物流成本。

3. 策划多渠道多形式的营销活动，加大宣传力度。为提高乐昌市区域公共品牌的知名度和市场竞争力，应持续开展多渠道、多层次、多形式的宣传活动，如电商促销、视频直播、展销会等活动。

4. 加强考察拓眼界，借鉴其他县域的成功经验。组织相关政府领导班子和当地企业到其他县域调研考察，开拓眼界，学习和借鉴其他县域的成功经验。

5. 出台相关政策及机制、巩固项目成效。出台相关的企业激励、企业产品转型升级激励政策，并制定相应的管理机制，巩固和提升项目成效。

（四）后续工作计划

1. 加大电子商务培训的实施，通过培训引导更多的人重视电子商务，参与到电子商务事业中。

2. 充分发挥市级电子商务公共运营服务中心的专业技术优势，为乐昌市广大电商企业和个人提供更加全面和高效的服务。

3. 做好建设项目的验收，保质保量完成项目的实施。

4. 做好相关资料整理和经验总结推广工作。

七、项目自评工作情况

市政府高度重视乐昌市电子商务进农村综合示范项目，根据项目特点，通过招投标程序确定项目实施单位及服务提供商；乐昌市推进省级电子商务进农村综合示范县项目在实施过程中的各项台账齐全，档案完整，资料详细；主管部门监管严格，企业资金使用符合规定。根据《广东省商务厅关于开展2019年省级电子商务进农村综合示范创建考评工作的通知》（粤商务

电函〔2021〕101号），乐昌市2019年省级电子商务进农村综合示范创建考评自评得分89分，具体如下表所示：

2019 年省级电子商务进农村综合示范创建考评指标体系

| 工作任务 | 评价指标 | | 指标解释 | 评分标准 | 评价方式及佐证材料 | 自评得分 |
|------------------|------|--------|--|--|------------------------------|------|
| | 名称 | 权重 (%) | | | | |
| 加强组织领导与统筹协调(10分) | 组织领导 | 2 | 建立县(市、区)政府主要领导牵头、多部门参与的工作协调机制 | 由县(市、区)政府主要领导牵头且有商务、财政、农业、扶贫等部门参与(2分); 由县(市、区)政府分管领导牵头(1分); 其他情况不得分。 | 成立工作领导小组或协调机构的文件、相关工作会议纪要、图片 | 2 |
| | 方案制定 | 2 | 制定科学严谨的示范创建工作方案 | 工作方案因地制宜,可操作性较强(1-2分) | 正式印发的示范县工作方案 | 2 |
| | 政策支持 | 2 | 在资金、土地、人才等方面出台政策,支持农村电商发展 | 出台相关政策,且得到较好落实(1-2分) | 出台的支持文件及其他证明材料等 | 2 |
| | 项目管理 | 4 | 制定项目管理制度,建立工作台账,明确工作目标、工作进度、工作任务,建设、验收等环节严格执行相关制度规定。 | 建立项目管理制度,在建设、验收环节严格落实相关制度(1-2分); 建立完整工作台账,详细记录项目建设情况(1-2分)。 | 项目管理制度文件、工作台账等 | 4 |

| | | | | | | |
|--|--|-----------|--|--|--|-----------|
| <p>深入推动 电子商务 进农村工 作(55分)</p> | <p>服 务 体 系 建 设</p> | <p>25</p> | <p>建设县级电子商务公共服务中心。对各类主体提供技术支持、培训孵化、产品对接、品牌建设、网络推广及其他衍生增值服务。建设或整合、优化当地电商产业园，形成产业集聚效应。</p> | <p>建成县级电子商务公共服务中心(2分)； 建成后已正常运行6个月(截至2021年8月31日)以上(2分)； 有免费培训场所、培训设备，能组织电商基础培训(2分)； 为特色农产品提供免费展示、销售服务(1分)； 为电子商务市场主体提供免费摄影、美工服务(1分)； 组织农产品统一推广、指导特色农产品品牌建设(1分)； 为电子商务发展提供其他衍生增值服务(1分)； 建设或整合、优化当地电商产业园(2分)； 电商产业园企业入驻数量达20家及以上(2分)； 电商产业园入驻企业含平台型电商企业、销售型企业、电商运营商或物流企业等至少三种以上类型(1分)。</p> | <p>1、现场查看县级电子商务公共服务中心运营情况。 2、现场查看电商产业园运营情况，入驻企业清单。</p> | <p>11</p> |
|--|--|-----------|--|--|--|-----------|

| | | | | | | |
|---------------------|--------|----|---|--|---|----|
| | | | <p>辖区内行政村建设村级电子商务服务站点要达到 70%以上（行政村个数在 200 个及以上的，以 200 个为基数计算），其中省定贫困村实现全覆盖；各站点根据实际开展电商宣传、代购代销、代存代缴、小额信贷等电商服务。</p> | <p>行政村覆盖率 70%及以上（5 分），50%-70%（不含）（2 分），50%以下不得分； 贫困村覆盖率 100%（5 分），80%-100%（不含）（3 分），80%以下不得分。</p> | <p>辖区内行政村清单、省定贫困村清单、村级电商服务站点清单（含名称、地址及联系人电话等）、村级电商服务站点视频（含招牌、设备、工作人员操作情况等画面）。 注：考评组随机查看 30%的村级站点视频（含 50%的省定贫困村站点），并现场查看 5 个站点（含 2 个省定贫困村站点）</p> | 10 |
| 深入推动电子商务进农村工作（55 分） | 农村产品上行 | 10 | <p>1、对辖区内农村产品的生产和电商销售情况进行全面摸底，形成基本情况档案或报告等上报市级商务主管部门，根据摸底情况制定合理的农村产品网络销售促进措施并落实。 2、联合农业、工商、科教、金融等行业主管部门、引入或培育专业电商企业或团队，为农民、农业合作社、涉农企业开展特色农产品网络销售、产品开发、品牌注册、品牌培育、网络营销策划提供支持。 3、整合现有物流资源，实现县、乡镇、村三级统一配送体系，物流快递企业的行政村覆盖率达到 100%，降低物流成本。 4、探索农产品电子商务交易标准化问题，探索建立符合农产品网络销售上行要求的冷链系统、产品溯源系统等。</p> | <p>对当地农产品网络销售进行调研，并形成针对性建议（1-2 分）； 开展农村产品网络促销活动成效明显（1-2 分）； 当地有专业第三方电子商务运营或服务商（1 分）； 行政村物流快递覆盖率 100%（1 分）； 有出台农产品电商交易标准，建立农产品冷链、溯源系统（1-2 分）； 2020 年农村网络零售额或农产品网络零售额同比增速 $\geq 30\%$（2 分）。</p> | <p>1、辖区内农产品及电商销售情况档案或调研报告，开展网络促销活动的文件、开展活动情况总结等。 2、在当地注册或开展活动的电商企业或团队的名单、业务情况、工作开展情况简介及证明材料。 3、市级邮政主管部门出具的快递物流覆盖情况的材料，辖区内主要快递物流企业仓储、邮路、等证明材料。 4、交易标准文本，农产品冷链、产品溯源服务的企业名单，相关企业为当地农产品提供服务的证明材料等。 5、查看第三方权威统计数据（省级商务主管部门提供）。</p> | 9 |

| | | | | | | |
|----------------|--------|----|---|---|---|----|
| | 电商人才培养 | 20 | 1、定期开展农村电商公共宣传，针对政府、企业、农民等提供线上线下的基础普及性免费培训，普及性培训覆盖常住人口的1%以上（常住人口总数超过50万的，以50万为基数计算）。针对已创业或有电商创业需求的农村青年提供增值培训，对培训人员跟踪服务，提供辅导、孵化等定向服务。 2、加大对建档立卡贫困户的培训力度，实现有劳动能力的贫困人口培训率达50%以上（外出务工者除外）。 | 培训人次达常住人口1%及以上（10分），0.8%-1%（不含）（8分），0.6%-0.8%（不含）（6分）； 建档立卡贫困人口培训率50%及以上（10分），40%-50%（不含）（8分），30%-40%（不含）（6分）。 | 1、培训通知文件、常住人口数量证明，培训学员名单、现场照片、参训学员名单及签到表等。培训人员创业就业证明材料。 2、经扶贫部门确认的当地有劳动能力的建档立卡贫困人口数（外出务工者除外）、参加培训的建档立卡贫困人口清单及签到表等。 | 20 |
| 加强信息公开及报送（10分） | 信息公开 | 4 | 在县政务网站设立电子商务进农村综合示范公开专栏。公开示范创建方案及已经确定的财政资金扶持项目的基本信息，每月更新项目建设进度，同时设立征求意见窗口或监督举报窗口。 | 在县政府网站设立公开专栏且内容全面（2分）； 近一年内专栏内容能按月更新（2分），不定时更新（1分），未更新不得分。 | 在县政府网站设立专栏公示创建方案、项目基本信息、项目建设进度，设立征求意见或监督举报窗口。 | 4 |
| | 数据上报 | 6 | 每月向市级商务主管部门报送示范创建工作进展、成效及电商相关统计数据。加强对本县电商扶贫信息的统计，重点统计对建档立卡贫困户的电商培训情况、电商带动增收等情况。 | 近一年能每月向市商务局报送工作情况（3分），不定时上报（1分），未上报不得分； 能统计电商扶贫情况（3分），未统计相关情况不得分。 | 向市级商务主管部门报送工作情况的文件。 | 6 |
| 加强宣传推广（10分） | 案例总结 | 2 | 对当地发展农村电商、开展示范创建等经验做法和案例进行总结提炼并及时上报。 | 向市商务局报送经验材料（2分） | 查看上报文件 | 0 |
| | 经验推广 | 8 | 典型做法被主流媒体报道宣传 | 省级及以上媒体进行宣传报道（4分）； 市级媒体进行宣传报道（3分）； 县级媒体进行宣传报道（1分）。 | 查看相关宣传文案、网络截图、照片等证明材料 | 5 |

| | | | | | | |
|-------------------|------|---|--|--|----------------------|----|
| 加强财政资金管理 (15分) | 制度建立 | 5 | 制定省级财政资金管理制度，细化工作目标、任务、财政资金支持方向等；建立考核问责制度。 | 建立科学有效的资金管理制度且得到有效落实（1-5分） | 查看相关资金管理制度 | 5 |
| | 资金台账 | 5 | 明确责任人，建立健全资金台账，实现管理全过程可查询、可追溯， | 项目承建方建立资金专用台账，账目完整，能清晰反映资金使用情况（1-5分） | 项目承办方的资金使用账目及凭证等 | 4 |
| | 资金支出 | 5 | 严格按照财政资金有关规定进行资金的使用和拨付 | 资金支出率70%以上，且根据创建进度及时拨付（1-5分）；资金支出率低于70%倒扣5分。 | 资金拨付文件、票据、凭证等 | 5 |
| 加分项 (4分) | | | | 建档立卡贫困人口培训率70%及以上（2分） | 参加培训的建档立卡贫困人口清单及签到表等 | |
| | | | | 电商扶贫典型案例获国家级电视媒体播报（2分），省级（1分）（不累加） | 查看相关报道和视频 | |
| 一票否决项 | | | | 发生安全生产、质量事故，或者造成重大经济损失和社会不良影响。 | | |
| | | | | 项目建设进度严重滞后，总体进度不足40%。 | | |
| | | | | 弄虚作假。 | | |
| 合计得分 | | | | | | 89 |

