

河南省商务厅
河南省财政厅
河南省乡村振兴局

豫商建函〔2023〕2号

河南省商务厅
河南省财政厅 河南省乡村振兴局
关于开展2021年度国家级电子商务进农村
综合示范绩效评价工作的通知

各省辖市商务局、财政局、乡村振兴局，各相关示范县人民政府：

为推动电子商务进农村综合示范工作取得实效，根据商务部、财政部、国家乡村振兴局有关电子商务进农村综合示范文件和河南省商务厅、省财政厅、省乡村振兴局《关于进一步做好电子商务进农村综合示范后续有关工作的通知》（豫商建函〔2022〕91号）要求，我省拟委托第三方机构，于2023年2月份对2021年度国家级电子商务进农村综合示范县开展绩效评价工作。现将有关事项通知如下：

一、绩效评价工作要求和依据

（一）总体要求

为深入了解2021年度国家级电子商务进农村综合示范县工作进展情况和实施效果，根据相关政策文件规定，遵循科学规

范、公开公正等原则，依照河南省 2021 年度国家级电子商务进农村综合示范绩效评价指标体系（见附件 2），对中央财政资金用于电子商务进农村综合示范支出的规范性、经济性、效率性和效益性进行客观分析和评价。

（二）评价依据

1. 《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》（商办建函〔2020〕144号）、《商务部办公厅关于加强电子商务进农村综合示范项目日常监管工作的通知》（商办流通函〔2021〕45号）、《商务部办公厅 财政部办公厅 国家乡村振兴局综合司关于开展电子商务进农村综合示范专项整改工作的通知》（商办流通函〔2021〕422号）、《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）、《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 2021 年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建〔2021〕38号）等文件。

2. 《河南省商务厅 河南省财政厅 河南省扶贫开发办公室关于组织申报 2021 年国家级电子商务进农村综合示范县的通知》（豫财贸〔2021〕20号）、《河南省商务厅 河南省财政厅 河南省扶贫开发办公室关于做好 2021 年国家级电子商务进农村综合示范有关工作的函》（豫商体系〔2021〕28号）、《河南省国家级电子商务进农村综合示范绩效评价指标体系（示范县）》及省主管部门印发的有关综合示范资金使用、项目验收等工作文件。

3. 示范县申报文件、工作实施方案、项目和资金管理办法、项目验收报告等；示范县与承办单位签订的有关协议、财政资金收支等财务会计资料、项目验收相关材料；量化指标以当地主管部门、统计部门、第三方权威数据机构、商务部信息系统等发布的数据为主，全面、客观、真实反映综合示范工作成效。

4. 其他有关法规、标准和规定等文件。

（三）评价对象

舞钢市、滎池县、修武县、息县、桐柏县、洛宁县、内黄县、范县、巩义市、通许县等 10 个 2021 年度国家级电子商务进农村综合示范县人民政府。

二、绩效评价的组织实施

（一）自评和材料准备

各示范县人民政府应迅速组织开展自评工作，撰写自评报告（参考提纲见附件 1），根据本通知和绩效评价指标体系（附件 2）等要求准备基础材料，对绩效评价涉及基础材料的真实性、合法性、完整性负责。

（二）第三方评价

第三方机构围绕综合示范内生发展能力培养与成效、组织管理与规范、工作成效等工作重点对示范县进行绩效评价。主要程序：

1. 召开首次会并进行书面评价。评价小组介绍评价工作目的、依据、内容、流程、方法、纪律等。示范县负责人介绍电子

商务进农村综合示范自评情况及相关工作情况。会后评价小组进行书面评价，根据示范县自评情况以及提交的有关材料进行核查。

2. **现场评价。**选择有关项目实地查看，完成评分表的指标评价；提出评分表中待确定事宜、问题与建议。

3. **召开评价工作末次会。**反馈现场评价情况；确认评分表中待确定事宜，反馈问题清单，双方负责人签字。

4. **形成报告。**根据评价情况对示范县进行打分，形成绩效评价报告。

省商务厅将采用适当方式反馈绩效评价最终结果并上报商务部。

三、评价结果运用

参照商务部有关文件，绩效评价分为“做得好、真正发挥作用”“艰难维持”“名存实亡或名实皆无”三个等级，绩效评价结果与县域商业体系建设等后续支持项目直接挂钩，排名靠后的示范县，后续资金500万元不再支持。对工作进度缓慢、资金长期闲置的示范县，将收回存量资金，统筹用于奖励成效显著的示范县。坚决杜绝重支出轻管理，重建设轻服务等现象。

四、有关工作安排

请各相关省辖市商务局、财政局、乡村振兴局于1月31日前将审核后的示范县人民政府自评报告（附绩效评价指标体系）联合报送省商务厅、财政厅、乡村振兴局。商务部后期将结合专

项整改“回头看”，委托第三方会计师事务所开展绩效评价现场复核。

联系电话：

省商务厅市场体系建设处 0371—63576801

省财政厅服务业处 0371—65808993

省乡村振兴局社会扶贫处 0371—65919393

附件：1. 绩效评价自评报告参考提纲

2. 河南省 2021 年度国家级电子商务进农村综合示范
绩效评价指标体系



2023年1月4日

附件 1

绩效评价自评报告参考提纲

一、电子商务进农村综合示范概况

(一) 县域电商发展情况。

(二) 综合示范开展情况。

(三) 实施方案目标及完成情况（包括预期总目标及阶段性目标计划和完成情况，工作主要内容等）。

二、电子商务进农村综合示范资金使用及管理情况

(一) 项目资金（包括中央财政资金、自筹资金等）安排落实、总投入等情况。

(二) 项目资金（主要是指中央财政资金）拨付及实际使用情况。

(三) 项目资金管理情况（包括资金管理办法制订及执行情况）。

(四) 项目资产管理情况（包括资产权属、管护责任、长效机制等）

三、工作组织实施情况

(一) 组织情况（包括工作方案执行、调整，承办企业遴选，配套支持等）。

(二) 管理情况（包括管理制度建设、日常检查监督、项目

验收、资产管理等)。

四、典型案例

示范县在综合示范中形成的典型经验、电子商务发展模式等。

五、其他需要说明的问题

(一) 后续工作计划。

(二) 主要经验及做法、存在问题和改进措施等。

六、绩效自我评价工作依据

包括评价基础数据收集、资料来源等佐证材料依据，现场检查核实等情况。

河南省2021年度国家级电子商务进农村综合示范绩效评价指标体系

一级指标	二级指标	评价内容	评价材料	评分标准
内生发展能力与培养 (56, -12)	农村电商公共服务体系 (13, -10)	充分发挥县级电子商务公共服务中心服务功能, 县级电子商务公共服务中心有专业团队负责运营, 管理规范, 利用率高, 电商氛围浓厚 (2)。	示范县电商公共服务中心运营团队的组织架构和负责人名单、劳动合同、社保等; 服务中心管理制度, 入驻企业/个人名单及其经营业务简介、入驻申请/审批表、入驻协议等	2
		公共服务中心为电商企业、家庭农场、农民专业合作社、农村电商带头人等提供不限于办公场所、产品和企业孵化、电商培训、数据分析、直播带货、市场对接等服务, 服务具有明确巩固拓展脱贫攻坚成果导向 (3)	县电商公共服务中心的服务台账, 提供的具体服务内容和案例	3
		公共服务中心设备设施闲置, 盲目安装大型电子显示屏等, 以产品展示为主要功能, 存在浪费专项资金情况 (-2)	设备设施使用记录, 产品展示中心销售记录; 服务收费标准及制定依据, 各类服务向社会公开公示情况	
		中央财政支持建设的农村电商运营(培训)中心、农村电商产业园、物流配送体系等不具有开放性、共享性, 提供的服务存在歧视性或排他性, 服务收费不合理 (-3)。	联络方式, 指导、对接资料, 培训材料等	2
		首次示范县: 乡、村级服务网点布局合理, 整合现有资源, 提供内容丰富的电商服务, 叠加且已正常运营的电商服务项目达3项以上(含)(2), 1-2项(含)(1); 人员熟悉电商基本操作, 线上线下收入能保证自持运营的站点比例高于60%(1) 二次支持县: 村级服务网点布局整体规划, 整合现有资源, 提供内容丰富的电商服务, 叠加且已正常运营的电商服务项目达5项以上(含)(2), 3-4项(含)(1); 人员熟悉电商基本操作, 线上线下收入能保证自持运营的站点比例高于80%(1)	村级服务点为当地居民提供各种服务的相关记录资料, 收入资料	3

一级指标	二级指标	评价内容	评价材料	评分标准		
内生发展能力与培养 (56, -12)	农村电商公共服务体系 (13, -10)	首次支持县: 电子商务服务站点对行政村提供电商服务的覆盖率在50%以上, 对脱贫村、脱贫户要有倾斜照顾 (1)。	示范县行政村清单: 本县建设具备电子商务网点的行政村的有关材料 (包括该网点的联系人、地址、所在行政村、电话, 网点电商服务所覆盖的行政村数量、名称); 农村电子商务网点照片 (至少提供已有网点的50%比例, 一个网点仅限一张照片, 每张照片备注网点地址)	1		
		二次支持县: 电子商务服务站点对行政村提供电商服务的覆盖率在80%以上, 对脱贫村、脱贫户要有倾斜照顾 (1)。				
			注重部门协同、资源整合, 农村电商服务站与农业农村、邮政、供销合作等原有网点能多站合一、一点多能、一网多用, 增强站点持续运营能力 (2)	网点布局规划, 择优选择牵头单位, 统筹各单位资源, 分类做好站点整合、撤并的相关材料; 其他部门站点建设的相关佐证资料	2	
			统筹规划村级服务网点布局, 同一行政村, 中央财政支持网点原则上不超过1家, 站点的覆盖重在服务的覆盖; 避免重复建设, 已有企业网点在运行的, 中央财政应谨慎支持 (-5)			
			对本县特色农产品的生产和销售情况进行全面摸底, 形成基本情况档案和报告等, 并根据摸底情况制定合理的特色农产品网络销售措施, 初步建立与县域产业发展相适应的电商供应链体系 (2)	摸底工作记录及形成的基本情况档案或报告, 区域公共品牌设计、注册及应用相关材料	2	
			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, 应用区域公用品牌举办特色农事节庆、特色产品推介、新品品牌发布等活动5场以上, 促进特色农产品销售 (2)。	活动开展及工作成效材料	2	
			农产品上行服务体系 (13, -2)	为本地生产流通企业、合作社、带头人等提供农副产品、乡村旅游、餐饮、民俗等特色产品品牌设计、质量检测、网络营销策划、网店代运营等增值服务3项以上 (2), 2项 (1), 1项 (0.5)	服务记录及案例	2
				开展农产品地理标志、绿色、有机食品认证以及SC 等认证 (2)	农产品认证工作开展情况及认证证书, 试行食用农产品达标合格证的企业名单、产品及佐证材料	2
				质量追溯体系与农产品标准化、质量监督、区域公用品牌培育、营销策划等工作协同安排 (2)	质量追溯、农产品标准化、质量监督、区域公用品牌培育、营销策划等协同发展措施及落实材料	2

一级指标	二级指标	评价内容	评价材料	评分标准	
内生发展能力与培养 (56, 12)	农产品上行服务体系 (13, -2)	建设改造农村产品 (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、冷链等产地初加工和商品化处理设施, 完善产、供、销全链条服务, 提高农村产品商品化率 (2)	农村产品产地初加工和商品化处理设施设备清单、使用或服务记录, 服务台账	2	
		在农产品网络销售过程中, 应用农产品生产、流通标准, 探索解决农产品电子商务交易标准化问题 (1)	农产品生产过程中的质量标准应用的证明材料 (产品照片和政府相关文件等)	1	
	县乡村三级物流共同配送体系 (13)	溯源扫码量未达到合同约定溯源码印制数量的30%以上 (含) (-1), 溯源信息仅单纯显示产品溯源信息 (-1)	溯源系统、溯源码、溯源监控等相关资料		
		具备功能相对完善的县级农村电子商务仓储、分拣、包装、运输等场地和设施等, 能够正常开展工业品下行和农产品上行服务 (2)。	县级电商仓储点基本情况, 包含地址、场地面积、设施设备、功能规划、入驻企业等信息, 以及现场照片、物流设施建设或购买记录、业务开展情况等证明材料	2	
	县乡村三级物流共同配送体系 (13)	首次支持县: 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, 以共同配送为主要形式, 统筹县域商贸、邮政、供销、快递、物流等企业资源3家 (含) 以上, 整合定单、数据、场地、车辆、人员、包裹、线路等, 实现统一仓储、分拣、运输、配送、揽件, 建立相对完善的农村物流共同配送服务规范和运营机制 (3)	物流整合、共同配送及市场化可持续发展的佐证材料的证明材料		3
		二次支持县: 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, 以共同配送为主要形式, 统筹县域商贸、邮政、供销、快递、物流等企业资源5家 (含) 以上, 整合定单、数据、场地、车辆、人员、包裹、线路等, 实现统一仓储、分拣、运输、配送、揽件, 建立相对完善的农村物流共同配送服务规范和运营机制 (3)			
	县乡村三级物流共同配送体系 (13)	在整合县域电商物流快递基础上, 搭载日用消费品、农资下乡和农产品进城双向配送服务, 提升共同配送效率和市场化可持续运营能力 (2)			2
		完善农产品冷链流通设施设备, 推动各环节有序衔接, 新建设施要落实疫情防控要求, 结合实际预留消杀防疫空间 (1)	农产品冷链流通设备设施建设改造及各环节衔接情况	1	

一级指标	二级指标	评价内容	评价材料	评分标准
内生发展能力与培养 (56, 12)	县乡村三级物流共同配送体系 (13)	农村物流固定路线、固定时间, 明确价格 (0.5), 降低物流成本, 农产品网络上行物流快递价格与省会城市基本持平 (0.5)	农村物流线路、时间安排等管理制度, 整合前后的物流价格与省会城市价格对比情况, 本县具备配送服务的行政村有关材料 (包括该网点的联系人、地址、所在行政村、电话, 网点所覆盖的行政村数量、名称); 农村网点照片 (至少提供已有网点的50%比例, 一个网点仅限一张照片, 每张照片备注网点地址), 配送记录	1
		首次支持县: 物流快速配送覆盖的村点占全部行政村的70%以上 (含) (1), 50% (含) -70% (0.5)。 二次支持县: 物流快速配送覆盖的村点占全部行政村的90%以上 (含) (1), 70% (含) -90% (0.5)		1
		从县级物流仓储中心到所有村级网点2天内完成配送 (1), 从县级物流仓储中心到所有村级网点3天完成配送 (0.5)		1
		物流快递项目承办企业已实现市场化运营, 具备可持续发展能力, 未开展物流补贴或物流补贴聚焦农产品上行并明确“爬坡”时间 (2)		2
	工业品下乡流通服务体系 (7)	首次支持县: 推动2家 (含) 以上农村地区商贸流通企业进行数字化转型升级, 与电子商务、金融保险、移动支付、就业引导等资源对接, 促进业务流程和组织结构优化重组, 实现线上线下融合发展, 增强农村服务能力 (2) 二次支持县: 推动3家 (含) 以上农村地区商贸流通企业进行数字化转型升级, 与电子商务、金融保险、移动支付、就业引导等资源对接, 促进业务流程和组织结构优化重组, 实现线上线下融合发展, 增强农村服务能力 (2)	农村地区商贸流通企业数字化转型升级相关工作材料	2
				2
		支持大型流通企业向乡镇及农村拓展服务, 开设连锁便利店或进行业务联结, 满足农民生活和消费需求 (2)	向周边农村拓展服务, 开设连锁便利店或进行业务关联的相关业务记录等佐证资料	2
				3

一级指标	二级指标	评价内容	评价材料	评分标准
内生发展能力与培养 (56, -12)	电商人才培训体系 (10)	首次支持县：针对政府、企业、农民等提供基础普及性的公开、免费培训，培训2000人次（含）以上（1），1000（含）-2000人次（0.5）；充分利用县内外资源开展品牌设计、市场营销、直播带货、社交电商等专业增值培训，培训1500人次（含）以上（1），1000（含）-1500人次（0.5）。 二次支持县：针对政府、企业、农民等提供基础普及性的公开、免费培训，培训1000人次（含）以上（1），500（含）-1000人次（0.5）；充分利用县内外资源开展品牌设计、市场营销、直播带货、社交电商等专业增值培训，培训2500人次（含）以上（1），2000（含）-2500人次（0.5）。	培训通知、培训讲师、现场照片、培训学员名单、签到表、培训内容等证明材料	2
		完善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（1）	提供电商教材，网站、公众号、宣传材料等	1
		示范县主要面向农村青年、返乡农民工、退伍军人、乡村电商服务站站长、基层干部、贫困/脱贫户等群体开展了电商培训调研，并依据调研结果制定了示范县电商培训工作方案（1）	电商培训调研材料及电商培训工作方案	1
		制定并落实培训监管与考核机制，培训档案准确、完整，定期详细统计培训人员从业及创业情况（2）	监督考核制度，培训人员从业和创业情况统计材料，现场检查培训档案	2
		建立培训后回访服务机制，针对已培训人员提供辅导、孵化等跟踪服务，通过跟踪反馈，改进培训服务（2）	定向服务、跟踪服务记录，跟踪反馈及改进情况。	2
		首次支持县：加强电商培训与就业用工的对接，提高转化率，培训转化率（持续从事电商人数/培训人数）2%（含）以上（2）；1%（含）-2%（1）。 二次支持县：加强电商培训与就业用工的对接，提高转化率，培训转化率（持续从事电商人数/培训人数）3%（含）以上（2）；2%（含）-3%（1）。	培训转化人员名单、联系方式、创业就业佐证材料，现场抽查	2

一级指标	二级指标	评价内容	评价材料	评分标准
组织管理与规范 (28, -8)		成立示范县主要负责同志牵头、多部门参与的组织领导机构，建立组织领导机构工作协调机制（1），定期或不定期召开协调会议研究、分析和安排部署综合示范工作，切实解决综合示范工作中遇到的困难或问题（1）	政府文件；县领导小组研究、分析和安排部署综合示范工作的会议纪要、决议、工作汇报等	2
		首次支持县：结合县域实际制定科学严谨的综合示范实施方案，提出合理、明确的工作目标、时间节点，且实施方案按照既定时间节点基本落实（2）。	综合示范实施方案及落实情况材料等	2
	二次支持县：结合县域实际制定科学严谨的综合示范实施方案，提出合理、明确的工作目标、时间节点，且实施方案按照既定时间节点基本落实（1），在第一次示范基础上，明确了“升级什么”“如何升级”“升级效果”等（1）	建立了符合《服务业发展资金管理暂行办法》和三门门文件规定的资金管理办 法，建立资金台账并及时更新，有明确的资产管理制，明确资产权属和管 护主体责任（2）	资金管理办文件 and 落实材料，资产管理办和资产管 理处置材料等	2
	中央财政资金使用方向合规，拨付程序合规，拨付速度与项目实施进度相匹配，资产管理和处置符合相关规定（3）	中央财政拨款账目、拨付文件、凭证，被扶持企业资金 使用账目及凭证（项目承办企业提供），承办企业遴选 文件，合同或协议等	3	
	项目承办企业选择符合竞争性选拔程序，合同签订、执行严谨规范，对中央 财政专项资金设置专账、账账相符、账实相符（4）	县人民政府门户网站开设综合示范专栏截屏、网址等佐 证材料，现场检查专栏项目制度及基本信息公示情 况，建设进度更新情况	4	
	在县政府官网设立了电子商务进农村综合示范工作专栏，在专栏公开综合示 范工作方案、承办企业选择程序、资金和项目管理办法、项目验收、资金拨 付等，并同时设立征求意见窗口或纪检、审计举报窗口（3）	县人民政府门户网站开设综合示范专栏截屏、网址等佐 证材料，现场检查专栏项目制度及基本信息公示情 况，建设进度更新情况	3	
	及时在网络公开已经确定的中央财政资金扶持项目的基本信息，内容包括确 定财政扶持该项目的决策文件、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、承办单位负责人等基本信息，并每月更新 项目建设进度（2）	方案变更报备文件	2	
	综合示范实施方案变更应向省商务厅报备，变更工作方案未向省商务厅报备 (-8)			

一级指标	二级指标	评价内容	评价材料	评分标准
组织管理与规范 (28, -8)	监管到位 (6)	示范县人民政府或有关业务主管部门制定了项目管理制，综合示范日常监管方案，明确责任单位及责任人，能够按照制定的有关文件要求定期或不定期现场监督检查项目进展情况和资金使用情况，形成记录文件(2) 引入审计或第三方参与日常监管，进行工作量(费用)审核，开展有效的监管，建立了常态化监督检查机制(3)；对于上级检查、自查等发现问题，及时整改，按期完成整改任务(1)。	相关政府文件和现场查看资金使用和项目进展情况的记录材料等	2
	宣传推广 (4)	所有中央财政专项资金支持的项目显著位置标识有“电子商务进农村综合示范项目”字样(1)；利用各种媒体以及标识标语等多种形式广泛宣传，营造发展本县农村电子商务的良好氛围(1)。 示范县电子商务发展模式、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、表彰、列入典型案例，中央级(2)，省级(1)(不重复计算)	现场照片，宣传记录等	2
	促进农村网络销售 (2)	农村网络销售额、农产品网络销售额增速不低于全国农村平均水平(1)；增速与示范前有明显提升(1)	相关媒体报道、经验交流、表彰或被列入典型案例的佐证材料(中央级与省级不重复计算、与巩固拓展脱贫攻坚成果、助力乡村振兴案例不重复)	2
	带动就业和创业 (2)	带动困难群众、农村青年、返乡大学生、返乡农民工、农村妇女、残疾人网络创业就业的人数统计准确，增收效果明显(2) 开展巩固拓展脱贫攻坚成果工作调研，形成了全县贫困/脱贫人员基本情况档案(1)	年度农村、农产品网络销售额、变化情况材料(当地统计、第三方权威数据机构发布数据)。 带动网络创业就业的人数统计数据、台账，增收效果统计数据、台账等	2
工作成效 (16)	巩固拓展脱贫攻坚成果，助力乡村振兴 (8)	与脱贫村、困难群众签订帮扶协议，并取得带动增收帮扶成效。(1)	工作调研记录材料及脱贫人员基本情况档案，电商巩固拓展脱贫攻坚成果等相关方案文件及工作落实情况的证明材料，帮扶协议及帮扶人员名册和收入流水等材料。	1
		与脱贫村、困难群众签订帮扶协议，并取得带动增收帮扶成效。(1)		1
		聚焦巩固拓展脱贫攻坚成果和乡村振兴的有机衔接，强化利益联结机制，畅通工业品下乡渠道，充分挖掘电商助力增收节支潜力，提高低收入群众获得感(1)	聚焦衔接、强化利益联结机制相关材料，增收节支佐证材料	1
		首次支持县：在建有电商服务站的行政村每村培育1名电商带头人，达到80%(3)，60%(含)-80%(2)，50%(含)-60%(1) 二次支持县：在建有电商服务站的行政村每村培育1名电商带头人，达到90%(3)，80%(含)-90%(2)，60%(含)-80%(1)	电商带头人名单、事迹及佐证材料	3

一级指标	二级指标	评价内容	评价材料	评分标准
工作成效 (16)	信息报送 (2)	与农村电子商务和社区商业信息系统实现数据对接，并及时、准确、完整填报月报、年报、资金使用情况等信息(2)	信息系统截图，检查物流、服务网点、资金拨付等情况时，核查信息系统数据填报。	2
	社会公众或服务对象满意度(2)	受示范影响的部门(单位)、群体或个人对示范满意程度在90%以上(含)(2)，80%(含)-90%(1)	现场调查表	2
加分项 (10)	政策与资金扶持(5)	政府相关部门出台支持农村电商发展的相关文件或扶持政策并得到落实。(2) 地方财政配套扶持资金500万元以上(含)(+3)，300万元(含)-500万元(+2)，100万元(含)-300万元(+1)	在金融、土地、人才、收费等方面的支持相关政策文件；地方财政扶持资金政府预算文件及财政付款凭证等证明材料。政府固定资金投入，需提供第三方评估报告，提供项目实施完成后3年内不得变更用途的政策文件。	
	电商巩固拓展脱贫攻坚成果、助力乡村振兴(5)	首次支持县：帮助建档立卡贫困户/脱贫户通过电商行业或企业增加收入：年度增收3000(含)元以上的60人以上(含)(+3)，40(含)-60人(+2)，20(含)-40人(+1)。 二次支持县：帮助建档立卡贫困户/脱贫户通过电商行业或企业增加收入：年度增收5000(含)元以上的80人以上(含)(+3)，60(含)-80人(+2)，40(含)-60人(+1)。	建档立卡贫困户/脱贫人口创业就业等情况，建档立卡贫困户/脱贫户名单详情，包括联系方式、增收方式、增收金额等情况(当地扶贫/乡村振兴部门提供的佐证材料)等。	
		电商巩固拓展脱贫攻坚成果、助力乡村振兴案例被主流媒体报道或被主管部门在会议上作经验交流发言、表彰或列入典型案例，中央级(+2)，省级(+1)(不重复计算)	相关媒体报道、经验交流、表彰或被列入典型案例的佐证材料(中央级与省级不重复计算、与示范县电子商务发展模式、典型经验或做法不重复)	
较差事项		有下列情况之一的，直接评为较差： 1. 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； 2. 项目建设进度严重滞后，总体进度不足40%； 3. 财政资金用于禁止使用的地方； 4. 弄虚作假； 5. 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； 6. 在审计、稽查、全面评估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； 7. 二次支持县未能依法依规整合、处置和盘活前期投入形成的资产。		

