

河南省商务厅
河南省财政厅
河南省乡村振兴局

豫商建函〔2022〕99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省级电子商务进农村
综合示范专项评估工作的通知

相关省辖市商务局、财政局、乡村振兴局，相关省级电子商务进农村综合示范县人民政府：

近年来，各地认真组织开展电子商务进农村综合示范（以下简称综合示范）工作，在助力脱贫攻坚与乡村振兴有效衔接中发挥了积极作用，取得了明显成效，但同时也暴露出一些问题和不足。为扎实做好问题整改，完善政策机制，提升工作成效，近期省商务厅、省财政厅、省乡村振兴局（以下简称省级主管部门）拟对省级第一至第三批电子商务进农村综合示范县开展专项评估工作。现将有关事项通知如下：

一、专项评估范围

省级第一至第三批电子商务进农村综合示范县 32 个，包含升级为国家级示范县 13 个（具体名单见附件 1）。

二、专项评估步骤

各省辖市商务局牵头会同财政局、乡村振兴局（以下简称市级主管部门）负责组织开展本市综合示范专项整改工作，督促指导属地示范县认真做好各阶段专项评估整改工作，确保此项工作如期完成。

第一阶段：示范县自评阶段（2023年1月底前完成）。省级第一至三批电子商务进农村综合示范县要对照《示范县评估要点》（附件2），升级版示范县要同时对照《示范县评估要点》（附件2）及《提升效果评估要点》（附件3），逐项准备具体支撑材料开展自评，形成自评报告报省辖市商务局，并对自评出的问题及时整改。省级第四批示范县要对照评估要点及绩效评价发现问题认真查摆整改。

第二阶段：省级评估阶段（2023年2月底前完成）。省级主管部门将委托第三方机构对省级第一至三批电子商务进农村综合示范县进行全面评估，评估原则上采取书面审核、系统填报、大数据比对、现场检查等多种方式开展。升级版示范县将重点评估提升效果，突出提质增效情况。评估结束后，将根据各示范县评估情况进行打分排序并以适当形式进行反馈。升级版示范县单独打分排序。

第三阶段：整改报送阶段（2023年6月30日完成）。各示范县要对第三方机构评估发现的问题认真进行整改，于6月20日前完成问题整改，并形成示范县专项评估整改报告（含《电子商务进农村综合示范评估发现问题整改情况表》（附件4））报省辖

市商务局，省辖市商务局审核把关后于6月30日形成本市专项评估整改总报告报省商务厅。专项整改总报告应按照“整改基本情况”、“发现的主要问题”、“整改措施及效果”、“下一步工作打算”等内容框架编制。

第四阶段：整改“回头看”阶段（按省主管部门通知）。省主管部门将委托第三方会计师事务所或适当形式对各省示范县专项评估整改情况进行“回头看”，对项目出现严重问题、存在失管失查风险、弄虚作假、工作进度严重滞后、问题整改不到位的示范县取消资格，收回已拨付资金。各市主管部门要指导属地示范县做好专项评估整改“回头看”相关准备工作。

三、专项整改重点

为保证整改效果，解决突出问题，各市主管部门要指导属地示范县重点对照以下四个方面开展整改。

（一）完善资金资产管理机制。一是规范资金支出。市级主管部门要督促属地示范县加强资金管理，对于资金已安排的项目，存在资金违规使用或绩效低下的，及时进行整改，整改不及时或不到位的，扣回相应资金，尚未收尾的项目不再安排收尾资金；对资金已下达尚未安排的支出，要对相关项目进行充分评估，对不具备实施条件或存在重复建设问题的，要及时进行调整，达不到要求的收回资金。示范县要完善资金管理使用程序，对缺失的审批环节等予以补充；及时梳理资金使用情况，依据资金使用和项目建设进度建立资金使用台账；引入审计或第三方监

理咨询，对已拨付的资金进行审核，重点审查造价、支出合理性等；细化资金管理内容，有关资金使用决策过程和有关决议文件要明确对应的项目类型、项目名称、承办企业以及资金拨付进度、合同期限、项目验收等要求。二是规范资产管理。督促示范县加强资产监督管理，明确资产权属和管护主体责任，依法依规整合、处置和盘活资产，对前期投入形成资产闲置不用的，要及时清理收回，调整用于其他急需之处，健全管护运营长效机制，推动资产持续发挥作用。三是规范项目验收。市级主管部门要加强示范县验收工作的指导，规范验收要件、验收流程等。对照示范县申报文件和工作方案等，督促示范县履行承诺完成既定目标。要对示范县验收工作进行复核，复核不合格的督促完成整改后再验收。

（二）完善日常指导监督机制。市级主管部门要严格落实国家、省级电子商务进农村综合示范工作文件等相关要求，切实履行承上启下，属地监管责任，建立部门间协调机制，增强信息互通和精准支持，切实避免资金分配中的交叉安排问题。加强对示范县的工作指导，督促示范县制定综合示范日常监管方案，明确责任单位和责任人，加强全过程监管，及时发现、纠正存在的问题。

（三）注重对升级版示范县的指导监督。市级主管部门要把升级版示范县发现问题整改作为重点，围绕“升级什么”“如何升级”“升级效果”等，针对升级版成效不显著、资金重复投入、

站点“铺摊子”、服务水平低、工作推进缓慢等问题，督促指导示范县限期改进。对敷衍了事、整改不到位不见效的，要及时上报。省主管部门将按照有关程序取消其资格、收回已拨付资金。

（四）**排查纠正多头支持、重复建设。**市级主管部门要督促示范县加强农村电子商务相关政策的统筹协调，做好商务、农业农村、邮政、供销合作等部门资金和项目的错位衔接，鼓励“一点多能、一网多用”，避免多头投入、重复支持。要组织示范县对乡镇、村级电商服务站点支持情况进行全面摸底，摸清站点建设和运营情况。针对执行中站点叠加、同类设备重复配置等问题，要指导示范县综合平衡、择优选择一家牵头单位，统筹各单位资源，分类做好站点整合、撤并，以及重复和闲置设备的回收再利用。

四、评估整改结果应用

评估整改结果将与后续政策挂钩，对发现问题整改不力、工作机械应付、监督指导缺位、项目建设和资金资产管理存在严重问题的省辖市，拟减少相关支持力度。对项目出现严重问题、存在失管失查风险、弄虚作假、工作进度严重滞后、问题整改不到位的示范县，拟取消资格，收回已拨付资金，根据问题严重程度追究责任。

五、有关工作要求

（一）**高度重视专项整改。**本次专项评估整改工作是对省级电子商务进农村综合示范工作的一次全面检视，请各地高度重

视，按照权责对等、“谁推荐、谁负责”“谁使用、谁负责”“花钱必问效、无效必问责”原则。市级主管部门要督促示范县人民政府严格落实直接责任，县主要领导要靠前指挥、严密部署，明确责任单位、责任人，层层压实责任。

（二）扎实做好专项整改。示范县要对标对表任务要求、工作重点，认真细致制定专项整改工作方案，建立工作台账，明确时间表、路线图，全方面查漏洞、找差距、定举措，做到条条有整改、件件有着落、事事有人负责，不折不扣完成整改，切实对整改工作和结果负责并按时报送专项整改报告。

（三）加强部门协同合作。各地要与农业农村、邮政、供销合作等部门密切合作，促进各类市场主体、渠道、产品和服务下沉农村，深入发挥邮政、供销合作等在农村流通和物流快递等方面的积极作用。

（四）建立长效发展机制。各地在专项整改工作中，要坚持“当下改”和“长久立”相结合，针对评估发现问题，立足当前、突出重点，集中时间和精力立行立改，同时着眼长远、举一反三，探索建立农村电子商务发展的长效机制。

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 0371—65919393

邮 箱：swtjsc@126.com

附件：1. 专项评估名单

2. 示范县评估要点
3. 提升效果评估要点
4. 电子商务进农村综合示范评估发现问题整改情况表



附件 1

专项评估名单

省辖市	小计 (个)	省一	省二	省三
郑州市	3		<u>新密市</u>	新郑市、荥阳市
开封市	2		<u>杞 县</u>	尉氏县
洛阳市	2			孟津县、伊川县
南阳市	3		方城县、 <u>西峡县</u>	新野县
许昌市	1		长葛市	
三门峡市	2		灵宝市	<u>渑池县</u>
平顶山市	2			叶 县、 <u>宝丰县</u>
周口市	3	扶沟县	<u>鹿邑县、西华县</u>	
驻马店市	1			<u>正阳县</u>
新乡市	4		延津县、获嘉县、新乡县	卫辉市
鹤壁市	1			浚 县
焦作市	2		温 县、 <u>武陟县</u>	
濮阳市	2		濮阳县	南乐县
安阳市	1		<u>内黄县</u>	
商丘市	2		<u>永城市</u>	<u>夏邑县</u>
信阳市	1			<u>息 县</u>
	32	1	16	15

注：省级第一至三批电子商务进农村综合示范县 32 个，包括升级为国家级的示范县（表中加下划线）。

附件 2

示范县评估要点

示范县名称：

示范县年份：

得分：

序号	评估内容	分值	指标说明	分项得分	备注说明
1	县级电子商务公共服务中心	20	<p>1. 突出功能服务：尽量利用现有场地设施，经济适用，符合本地实际需要，不贪大求全，不盲目安设大型电子显示屏等，不以产品展示为主要功能(2)；有专业团队持续运营(2)；向农村电商创业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、市场对接等服务，注重孵化实际效果(3)。</p> <p>2. 统筹各功能板块和乡镇、村电商服务站点：能够发挥“指挥中枢”作用，整合第三方服务商资源，帮助电商企业、商贸流通企业等与平台运营商、营销公司等对接。统筹物流快递、运营指导、人员培训等服务板块和各乡镇、村电商服务站点建设，丰富经营内容，增强站点和县级电商公共服务中心持续运营能力(4)。</p> <p>3. 推动农产品上行和产业升级：立足本地优势产业和资源禀赋，加强与“三品一标”“一村一品”等基础数据库的对接，拓宽农副产品、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，有关服务不应出现歧视性或排他性规定(3)；提供品牌设计、策划、营销等服务，要求承办企业应用区域公用品牌推广本地优势特色产品(3)；质量追溯体系与农产品标准化、质量监管、区域公用品牌、整体营销策划等统筹协调安排，不是单纯显示产品溯源信息(3)。</p>		

序号	评估内容	分值	指标说明	分项得分	备注说明
2	乡镇、村电商服务站	10	<p>1. 合理布局站点：根据交通、人口分布等因素，实事求是规划电商服务站，覆盖重在服务覆盖，而非地理位置覆盖（3）。</p> <p>2. 丰富服务内容：充分利用乡村原有商店、供销合作社、邮政、快递等网点资源，加强统筹，拓展站点服务功能，为村民提供代购代销、快递收发、费用缴存、小额存取、职业介绍、信息咨询等便民服务（3）；人员熟悉电商基本操作，收入能够保证自持运营（4）。</p>		
3	县乡村物流配送	13	<p>1. 推动物流整合：统筹县域商贸、邮政、供销合作、物流快递等资源，整合定单、数据、场地、车辆、人员、包裹、线路等，以发展共同配送为主要形式，对县域物流资源进行实质业务整合（5）。</p> <p>2. 整合成效明显：示范县物流快递成本明显降低，除边远地区外，原则上应与省会城市持平（2）；物流配送时效有效提升，县到村配送时间一般不超过3天（2）。</p> <p>3. 可持续发展能力：物流补贴聚焦农产品上行，明确“爬坡”时间，做好财政补贴和市场化的衔接，对物流配送后续运营主体、服务功能、时间期限等作出具体安排，逐步实现市场化运营（4）。</p>		

序号	评估内容	分值	指标说明	分项得分	备注说明
4	农村电商培训体系	12	<p>1. 提高针对性和有效性：面向农村青年、返乡农民工、退役军人、职业经理人等，开展电商普及和创业技能培训，邀请专家学者、相关部门负责人解读最新政策，邀请电商创业成功人士介绍网络营销技能技巧等(3)。</p> <p>2. 加强培训管理：制定并严格执行培训计划(2)；制定完善工作监督与考核机制，督促承办企业严格挑选讲师，提高课程质量(2)；如实做好培训记录，完善培训档案(2)。</p> <p>3. 加强跟踪：督促承办企业定期回访培训对象，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(2)；通过跟踪反馈，推动县级电商公共服务中心改进培训类服务(1)。</p>		
5	日常监管	16	<p>落实主体责任，制定综合示范工作实施方案和日常监管方案，明确责任人，建立自查自纠和承办企业、项目、资金管理 etc 监管工作台账(5)；积极引入审计或第三方监管咨询参与日常监管，进行工作量(费用)审核，定期开展现场监督检查(5)；对于上级检查、自查等发现问题，按期完成整改任务(6)。</p>		

序号	评估内容	分值	指标说明	分项得分	备注说明
6	承办企业选择和管理	6	<p>1. 承办企业遴选规范、制度健全：严格履行“三重一大”决策程序，依法依规遴选承办企业，经过公开招标、竞争性谈判等竞争性选拔程序，选择符合资质的招标代理机构（1）；加强对承办企业履约能力的考察和评估，遴选资质优、业务精、与项目建设需求相匹配、能够在当地持续运营的企业，不人为设置不合理门槛，不拒绝外来企业参与（1）。</p> <p>2. 合同签订、执行严谨规范：合同文本规范，合同内容详细准确，根据政府工作目标、方案、企业投标文件等，细化政府和承办企业双方权责（1）；明确罚则，强化合同约定，对履约不到位的企业限期整改（1）；对整改不到位的企业，按合同约定要求其承担相应法律责任（1）；加强对承办企业分包、转包等情况的监督指导，严禁任何形式的违规分包、转包（1）。</p>		
7	资金和项目 管理	20	<p>1. 中央财政资金使用合理规范：建立完善资金使用管理制度（2）；严格履行资金使用程序，审批环节完整，对缺失的审批环节等补充完善（2）；建立资金台账并及时更新（2）；严格资金使用方向、拨付手续和票据管理（2）。</p> <p>2. 资产监督管理到位：加强资产监督管理，明确资产权属和管理主体责任（2）；依法依规整合、处置和盘活资产，对前期投入形成资产闲置不用的，及时清理收回，调整用于其他急需之处（2）；健全管护运营长效机制，推动资产持续发挥作用（1）。</p> <p>3. 验收规范：按照省级主管部门统一部署，及时开展验收（1）；验收要件齐备、验收流程规范（1）；说明设备设施使用详情和资产登记情况，明确验收后服务内容和责任主体（1）；科学制定申报文件和工作方案，不得随意调整（2）；对照申报文件和工作方案，如实反映项目建设成效（2）。</p>		

序号	评估内容	分值	指标说明	分项得分	备注说明
8	部门协同和资源共享	3	县级人民政府建立工作机制，统筹协调商务、农业农村、邮政、供销合作等部门，使用中央财政资金时注重资源整合、共建共享。乡镇、村电商服务站点不存在重复建设或资源浪费现象。		

注：满分 100 分。

附件 3

“二次支持县”提升效果评估要点

示范县名称：

示范年份：

得分：

序号	评估内容	分值	指标说明	分项得分	备注说明
1	方案设计	18	项目设计、实施、成效等与首次支持有显著差别（9）；明确设施、功能、服务等提升的具体举措和量化指标，提出可量化的提升效果，并对时间表、路线图、责任人作出具体安排（9）。		需提供取得成效的相支撑数据材料，下同
2	公共服务体系	20	县级电商公共服务中心综合服务能力提升（10）；面向各类市场主体开放，市场开拓、资源对接、业务指导等方面统筹能力进一步提升（10）。		
3	物流配送体系	22	县级物流配送中心配置自动分拣、配送、仓储等设施，现代化水平较首次支持有明显提升（10）；以发展共同配送为主要方式，加强县乡村物流设施设备和运营管理资源整合，提高物流配送效率和市场可持续运营能力（12）。		
4	品牌培育能力	22	品牌培育能力较首次支持明显提升，集中力量，围绕优势品种打造精品品牌（20）。避免“撒胡椒面”，出现育而不强（2）。		
5	农村电子商务应用水平	18	进一步加强农产品商品化处理设施建设，围绕农产品上行，购置包装、分拣、分级、初加工、冷链等设施（18）。		

注：满分 100 分。

电子商务进农村综合示范评估发现问题整改情况汇总表（示范县）

填报单位（加盖公章）：_____ 县人民政府 填表日期：_____ 年 _____ 月 _____ 日

序号	问题类型	具体问题	整改措施	整改完成时间	整改情况（效果）	相关证明材料

联系人：_____ 联系电话：_____

注：1. “问题类型”：对应《评估要点》的“评估内容”。
 2. “整改情况（效果）”：一是已完成整改及整改后情况；二是未完成整改，整改进展情况及计划完成整改时限。

