

# 云 南 省 商 务 厅

---

## 云南省商务厅关于转发《商务部办公厅关于进一步完善电子商务进农村综合示范绩效评价工作机制的通知》的通知

各州市商务局，2016年综合示范县人民政府：

近日，商务部办公厅下发《商务部办公厅关于进一步完善电子商务进农村综合示范绩效评价工作机制的通知》（以下简称《通知》，商办建函〔2018〕144号）进一步明确了电子商务进农村综合示范绩效评价工作有关事项。现将《通知》转发你们。结合工作情况，现将我省电子商务进农村综合示范绩效评价有关要求通知如下：

（一）对于2016年综合示范绩效评价工作，我省采取省级商务主管部门确认评价结果的方式进行。如对前期商务部委托第三方评价组的评价反馈意见有异议的，请于5月30日前与厅市场体系建设处联系。

（二）对2017年及以后年度的示范县的绩效评价，原则上应于中央财政资金下达后第三年3月底完成。2017年整体推进州市对2017年绩效评价的具体意见建议请于5月30日前反馈厅市场体系建设处。

附件：商务部办公厅关于进一步完善电子商务进农村综合示范绩效评价工作机制的通知



(联系人及方式：李智斌，0871-63119715)

# 中华人民共和国商务部办公厅

特 急

商办建函〔2018〕144号

## 商务部办公厅关于进一步完善电子商务进农村 综合示范绩效评价工作机制的通知

河北、山西、内蒙古、吉林、黑龙江、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、新疆及新疆生产建设兵团商务主管部门：

为贯彻落实中央关于改进考核评估体制、更多地体现省负总责的新精神新要求，强化支出责任，推动地方因地制宜开展工作，根据电子商务进农村综合示范（以下简称综合示范）有关工作文件、《中央财政服务业发展专项资金管理办法》（财建〔2015〕256号）等有关规定，现就做好综合示范绩效评价工作有关事项通知如下。

### 一、绩效评价主体责任

根据“省级主管部门是综合示范工作的第一责任主体，对选择的示范地区负责”有关文件规定，由省级商务主管部门牵头，组织第三方对本省（区、市）示范县（含整体推进地区，下同）开展绩效评价，并对评价结果的真实性、合法性和完整性负责。商务部会同财政部、国务院扶贫办组织对地方绩效评价进行抽查。

## 二、绩效评价指标体系

有关省级商务主管部门要会同财政、扶贫部门,严格按照综合示范工作文件、中央财政绩效评价有关规定,结合本地实际,制定绩效评价指标体系。原则上,应对综合示范组织管理、制度规范、政策实施和工作成效等进行系统评价(见附件),可根据本地实际情况,增加评价因素。

量化指标以当地主管部门、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。

## 三、绩效评价结果应用

绩效评价结果分为四个等级:优秀、良好、一般和较差。

对存在以下问题的示范县,应评为较差:资金管理、建设质量等存在重大问题;发生安全生产、质量事故,或造成重大经济损失、社会不良影响;建设进度严重滞后;弄虚作假。

有关省级商务主管部门要加强绩效评价结果应用,会同财政、扶贫部门,对助推脱贫攻坚、促进产销衔接等成绩突出的优秀示范县,可予以奖励;对评定为一般和较差的示范县,可酌情减少支持,并要求限期整改;对评定为较差且未按要求整改的示范县,取消示范资格,并收回已拨付财政资金。

## 四、时间要求

对2017年及以后年度示范县的绩效评价,原则上应于中央财政资金下达后第三年3月底前完成。

对2016年度示范县的绩效评价作相应调整:未开展现场评价

的省份,由省级商务主管部门牵头组织第三方对示范县进行评价。已完成及部分完成现场评价的省份,由省级商务主管部门确认评价结果,或自行重新组织评价。全部工作应于2018年6月8日前完成。

有关省级商务主管部门要在绩效评价工作结束后,及时将评价结果反馈商务部(市场体系建设司)。

联系人:市场体系建设司 王寒琦、翁金勇

电 话:010-85093663、85093704,传真:85093703

附件:电子商务进农村综合示范绩效评价原则要求



附件

电子商务进农村综合示范绩效评价原则要求

原则要求		
组织管理与规范	<p>建立工作机制，出台扶持政策，工作方案因地制宜、可操作，整体推进体现统筹要求</p>	
	<p>有资金与项目管理制度，加强现场指导、监督、检查</p>	
	<p>加强资金使用、项目建设和运营情况的日常管理和统计，按要求填报商务部信息系统</p>	
	<p>政府门户网站及时公开：综合示范工作方案、资金与项目管理制度、财政支持项目的决策过程文件，项目名称、资金额度、建设内容、完成时限、承办单位名称等基本信息，同时设立征求意见窗口、纪检或审计举报窗口（公开不完整不及时不得分），及时更新</p>	
<p>宣传推广</p>	<p>及时总结电商创业案例，利用全媒体，以及标识标语等，广泛宣传；典型做法被商务部、财政部、扶贫办、省级主管部门采纳发布</p>	
政策措施与成效	<p>助脱贫攻坚（不低于20分）</p>	<p>坚持扶贫导向，以具备条件的建档立卡贫困村、贫困户为服务重点，在农村产品供应链、物流配送、人员培训和公共服务等各项政策措施中向贫困村、贫困户倾斜，建立“公共服务中心+乡村电商服务站、合作社、供应链企业+贫困户”的助贫机制，使贫困农户同样享受到电子商务发展带来的实惠，增强获得感。行政村和建档立卡贫困村的电商服务覆盖率要达到90%以上。对接贫困户要突出精准，不片面追求对接数量，详实记录服务对象和服务内容</p>
	<p>农村产品供应链</p>	<p>根据本地资源禀赋，因地制宜，梳理出具有相对优势的农副产品、乡村旅游、餐饮、民俗等特色产品，规范产品的标准化生产流程和采后商品化处理流程，向本地合作社、农户等推广，提高农村产品的品质控制和标准化水平，培育区域公共品牌和企业品牌，统一公共品牌的宣传、营销策划</p> <p>保障网销商品的质量安全，防止不合格商品上线销售。建立抽查奖惩机制，提高本地经营主体和贫困户的质量意识、标准意识、诚信意识。支持本地合作社、创业青年等取得食品生产许可证等资格认证。减免贫困户网销产品检测费用。农村网络零售额和农村产品网络零售额实现同比较快增长</p>
	<p>农村物流体系</p>	<p>发展农村共同配送。农村产品网络上行价格与省会城市基本持平。保障农村物流体系可持续运行。</p>
	<p>人员培训和人才培养</p>	<p>对政府、企业、农民等提供基础普及性的公开、免费培训。对有电商创业需求的农村青年、返乡农民工等提供增值培训，并建立培训后服务机制，详实记录培训对象和服务内容</p>
	<p>农村电商公共服务体系</p>	<p>公共服务中心应统筹区域内农村电商发展，包括运营体系、物流协同、培训、供应链、扶贫扶贫等，指导协调乡村服务站切实发挥作用。不得盲目建设电商园区和产品展示中心</p>
加分奖励	<p>对发展农村电子商务建档立卡贫困户工作成绩突出的贫困示范县，可根据记录数量分值进行加分奖励。对非贫困县的示范县可在产销衔接等方面进行加分奖励。（总加分不超过10分）</p>	