

楚雄彝族自治州人民政府

楚政函〔2019〕8号

楚雄州人民政府关于印发楚雄州电子商务进农村综合示范项目实施方案的通知

各县市人民政府，州直有关部门，楚雄开发区管委会：

现将《楚雄州电子商务进农村综合示范项目实施方案》印发给你们，请认真遵照执行。



2019年3月1日

（此件公开发布）

楚雄州电子商务进农村综合示范 项目实施方案

为促进农村电子商务发展，加快推动农村流通现代化，助推脱贫攻坚和乡村振兴，根据《云南省商务厅 云南省财政厅 云南省人民政府扶贫开发办公室关于做好2018年电子商务进农村综合示范项目及资金管理有关工作的通知》（云商市〔2018〕51号）精神，结合我州实际，制定本方案。

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会及中央经济工作会议精神，认真贯彻落实省委十届六次全会、州委九届四次全会精神，大力弘扬“跨越发展、奋勇争先；比学赶超、争创一流”精神，坚持新发展理念，以实施国家电子商务进农村综合示范项目为契机，突破基础落后、人才匮乏、物流不畅等制约瓶颈，大力发展农村电商，深入推进农业供给侧结构性改革。以农产品上行为重点，加快构建电子商务公共服务体系、农村物流体系、农产品营销体系和人才培养体系，促进农村产业融合发展。拓宽农产品销售渠道，切实提高流通效率、降低流通成本，推动“双向流通”，解决农村电子商务农产品上行“最前一公里”、工业品下乡“最后一公里”问题，全力推动全州农村电子商务跨越式发展，助推脱贫攻坚和乡村振兴。

二、基本原则

（一）政府引导，市场主导。坚持统筹规划、政策导向、示范引导、协调服务，营造开放、包容、公平的政策环境。加强市场监管和质量监督，坚持市场化运作，充分发挥市场在资源配置中的决定作用和企业的主体作用，鼓励国内知名电商企业、电商平台与当地企业深度合作，增强农村电子商务的可持续发展能力，优化整合社会资源，参与电子商务进农村建设和运营。创新经营模式、管理模式、推进全州电子商务健康快速发展。

（二）因地制宜，全域发展。坚持与农村经济基础、社会发展水平和人文环境、民风民俗相结合，充分发挥区位优势、产业优势和政策优势，依托现有产业基础，坚持特色化、差异化、个性化发展的思路，支持创建电子商务示范乡镇、示范村、电商合作社或电商联盟，重点突破，闯出一条适合我州的农村电子商务发展新路径，打造农村电子商务发展新模式。

（三）项目带动，精准扶贫。充分发挥电子商务精准扶贫的作用，积极推进电商扶贫工程。加强贫困地区电商服务设施建设，扩大乡村电子商务服务站点覆盖面，力争服务网点、扶贫产品开发、人才培训和贫困人口就业等方式实现贫困村全覆盖。强化贫困人群、低收入人群、残疾人职业培训，支持建档立卡贫困户、残疾人电商创业，鼓励电商企业、电商服务机构，扩大贫困人群就业。打造“彝州精品”品牌，培植“扶贫产品”，加强农产品营销对接和服务，带动贫困地区农副产品、旅游产品销售和服务业发

展，增加贫困户收入。

（四）统筹规划，创新发展。发挥规划引领作用，完善电子商务顶层设计，统筹全州农村电子商务发展布局。与城乡高效配送试点相结合，统筹规划区域电子商务产业园、电子商务服务中心、物流分拨中心和各乡镇、村的服务（配送）站点建设，实现互联互通，形成产业集群。积极推动电子商务在农业、工业、商业、服务业、旅游业等产业的广泛应用，聚集电商产业发展合力。

（五）循序渐进，分步实施。统筹考虑经济发展、产业产品基础和人民生活水平，与脱贫攻坚和乡村振兴相结合，统筹规划、分步实施、分期推进。优先实施国家扶贫开发重点县和集中连片特殊困难地区县。重点支持发展基础好、积极性高的乡镇及村委会率先发展农村电子商务。

（六）深化应用，服务民生。适应消费习惯、消费理念转变，鼓励电商企业开展代购、代买、代收费等公共服务、生活服务业业务，拓展电子商务经营领域，服务群众、惠及民生，推动电子商务与服务业发展良性互动。

三、推进方式

楚雄州电子商务进农村综合示范项目，采取全州整体推进方式实施。项目建设分二期实施。2018年（一期）实施武定县、大姚县、双柏县、牟定县4县项目，以农产品营销体系和大数据信息系统为重点，继续深化和完善南华县、元谋县示范项目。2019年（二期）争取实施姚安县、永仁县电子商务进农村综合示范项

目，积极争取楚雄市、禄丰县电子商务进农村项目。

州人民政府是示范项目的责任主体，县市人民政府是项目的实施主体，州、县市商务、财政、扶贫主管部门牵头，有关部门配合，推动本方案具体内容实施。

（一）坚持六个统筹

1. 统筹项目实施。整合电子商务进农村综合示范县和“兴边富民三年行动计划”等项目，实施统一管理和统一运营，有效整合资源，避免重复建设和资源浪费。

2. 统筹农产品营销。建设楚雄州农产品供应链创新基地，布局全州农产品展示展销中心，农产品信息中心、特色产品数据库等项目，找准比较优势，突出本地特色，挖掘和培育特色农产品品牌。统筹产品质量标准、检测检验、产品和质量控制工作。整合农业、市场、科技等部门农产品质量保障管理资源，建立农产品质量可追溯体系，加强农产品质量安全管理。建立县市政府质量背书制度，强力推进农产品上网。

3. 统筹物流布局。与城乡高效配送试点相结合，统筹全州电商物流网络布局，规划县、乡、村三级农村物流服务体系，科学布局电商物流节点，合理设计线路，构建城际、城乡和乡村互联互通的物流体系。建设城乡高效配送公共信息平台，整合物流资源，实现集中仓储、统一配送、共同配送等集约化配送，降低物流成本，有效解决农产品上行“最初一公里”、工业品下行“最后一公里”的瓶颈问题。

4. 统筹品牌建设。坚持“一县一品”、“一乡一特”，深入挖掘楚雄特色产品、生态、人文、历史和特色价值，丰富产品内涵，讲好品牌故事，推进州、县区域公用品牌建设。统筹产品开放、品牌营销和产销对接，形成特色农产品电商规模效应。利用企业品牌和“三品一标”等品牌效应，加大网络营销推广力度，提高特色品牌在电商领域的知名度，增加产品附加值。以品牌化促进电商化、以电商化促进品牌价值提升。实现特色化、规模化、品牌化的“农产品上行”新格局，促进农业增效、农民增收。

5. 统筹公共服务。统筹建设全州农村电子商务公共服务中心，以开放、互联、共享的信息化平台链接县乡村电商服务站，形成州、县、乡、村公共服务一张网，提升各服务站点服务功能。

6. 统筹资金使用。综合示范项目资金由州级统筹调配使用。按照项目建设内容和工作任务，采取项目法和因素相结合，合理安排项目资金。州商务局、州财政局、州扶贫办制定《楚雄州电子商务进农村综合示范项目及资金管理办法（试行）》，明确支持方向、内容、支持额度，严格项目和资金管理，提高资金使用效率。

（二）坚持三个结合

1. 农村电商与脱贫攻坚相结合。建立农村电商发展与贫困地区、贫困人口增收减贫挂钩机制。鼓励按照“贫困户+合作社+电商平台”和“贫困户+加工企业+电商平台”的模式，创新“电商村（合作社）”、“电商联盟”等电商扶贫新形式，实现贫困地区农

产品生产规模化、标准化、品牌化。

2. 农村电商基础设施建设与乡村振兴、乡村物流体制改革相结合。推动城乡高效配送健康发展，与农业产业结构调整 and 现代农业产业园区建设相结合，推动农村经济发展。

3. 农村电商与农产品流通创新相结合。按照多渠道、少环节要求，鼓励与“云品荟”“楚雄电商公共仓”“社区便利店”等电商直供平台合作，组织符合质量要求的产品和企业进公共仓、进平台、进实体店。

四、工作任务和目标

（一）构建州、县、乡镇、村四级电子商务公共服务体系。主要内容是：建设州级农产品电商供应链基地1个，建设完善县域电子商务公共服务中心6个（一期4个，二期2个）；乡镇电商服务站54个（一期38个，二期16个）。乡镇电商服务中心（站）全覆盖，行政村覆盖率超过50%，力争有条件的贫困村全覆盖。

（二）建设州、县、乡镇、村四级物流配送体系。整合资源，建链补链，构建城乡共同配送体系。主要内容是：建设全州农产品城乡高效配送物流信息平台 and 州级电商物流分拨中心。建设楚雄州农产品仓储物流中心（公共仓）1个；县级物流分拨中心6个（一期4个，二期2个）；乡镇物流配送中心54个（一期38个，二期16个）；行政村物流服务站覆盖率达到50%以上，力争有条件的贫困村全覆盖。实现电子商务服务和物流配送服务互联互通。

（三）构建农产品营销体系。建立农产品质量保障和可追溯

系统，将核桃、野生菌等培育成全州电商公用品牌；挖掘地方特色，将黑山羊、土鸡店、黑红糖、蜂蜜等特色产品和资源，培植成畅销“网货”。每个县培育县域公用品牌1个以上和特色产品品牌5个以上，开发扶贫产品（含特色、品牌）5个以上。以2018年为基数，电子商务交易额同比增长35%以上，农村电子商务大数据平台统计的农产品网络零售额同比增长40%及以上。

（四）构建培训孵化和创业创新体系。开展普及型、技能型、创业型人才培养，每个县培训人数不少于3000人次，其中技能型培训人数达到20%以上，建档立卡贫困户及残疾人就业不低于150人次。开展一对一创业指导和高端人才培养，每个县创业孵化不少于50人，全州高端电商人才培养不少于50人。电商企业和网点数量同比增长10%以上。每个县培育电商扶贫示范企业不少于5户、带动建档立卡户脱贫50户以上，通过电商脱贫人数同比增长40%以上；在电子商务公共服务、物流服务体系就业的贫困人口不低于10%。

五、项目内容及责任主体

（一）州级统筹的主要内容

统筹全州电子商务服务、信息服务、农产品营销、高端人才培养和农产品公共物流服务，主要实施以下项目。

1. 建设全州农产品电商供应链创新基地

（1）楚雄高原特色农产品展示展销中心。集中展示楚雄州9县1市农特和旅游产品，为农特产品和旅游产品及传统品牌企业

拓展全网营销渠道。为消费者提供线上线下购物体验和技术支持。完善电商供应链，促进产销对接，为小微电商和直销平台提供产品支持。为全州农业龙头企业、农民合作社、小微电商企业线上线下结合和互动发展创造条件。

（2）建设州域电商服务中心。搭建电商主体培育、产销对接、电商服务管理、电商人才培育“四位一体”服务平台。构建开放、互联、众创、共享的区域农村电子商务创新创业孵化体系，为农村电子商务创新创业者提供良好的工作空间、网络空间、社交空间和资源共享空间。积极开展州内电商产品标准化和扶贫产品开发、包装设计工作，实施精准扶贫示范工程。帮助企业搭建营销平台，为小微电商提供网货代发及仓储服务，扩展外埠销售市场。

（3）楚雄州电商培训创新创业孵化中心。为农村电子商务有关人员提供培训服务，为电商创新创业者提供良好的工作空间、网络空间、社交空间和资源共享空间。

2. 楚雄州农产品物流体系建设

（1）建设楚雄州农产品仓储物流中心（公共仓）。建设全州集公共仓、物流分拣、分拨、配送、信息处理等功能于一体，服务小微电商和快递物流企业的公共性物流中心。

（2）建设农产品城际配送体系。依托城乡高效配送物流服务平台，整合社会物流资源，合理规划物流线路，与县级物流分拨中心有效衔接，组织县城与楚雄、县城与县城之间短途配

送，成为城乡高效配送的枢纽，构建城乡高效配送体系。

（3）建设楚雄州城乡高效配送公共服务信息平台。在楚雄州农村电子商务公共服务信息中心建设楚雄州城乡高效配送公共服务信息平台，包含产品供应链中心、交易中心、监控中心和数据中心四大模块。为用户提供物流信息发布、撮合交易和电子结算平台。主要包括：车货配载中心、仓储租赁中心、设备租赁中心、人才交易中心、物流金融中心。

3. 建设楚雄州农村电子商务公共服务信息中心

统一开发全州10县市电商服务中心、乡镇服务站和村级服务点共享，移动终端为主，多终端共用，服务生产、流通、物流、配送、电商企业的公共服务信息中心。包含以下内容：

（1）全州电子商务公共服务平台。开发全州（含10县市子系统）由政策导读、服务机构、集成特色产品、电商学院、溯源平台、电商扶贫、企业风采、产业园区、数据中心、报送平台10个板块，并设有新闻、展会、各县市子板块、论坛、企业招聘等十几个一级栏目以及联系我们、咨询留言等组成全州电子商务公共服务平台。同时开通微信公众号和 APP 端，成为楚雄州农村电子商务公共服务信息平台的移动端入口。

（2）全州电子商务信息系统。开发具备全州（10县市子系统）电子商务资讯和数据采集统计分析功能的全州电子商务信息系统，建立与国家商务部农村电子商务信息系统、主要网络平台相对接，具有商务资讯和数据采集、统计分析、电商企业和产品

管理功能的电子商务交易大数据平台。成为服务公众、企业和政府管理电子商务的综合平台。

（3）楚雄州电商在线培训系统（电商学院）。建设全州电子商务培训与知识管理系统（TKS），组织高端人才培训和创业技能大赛。

4. 高原特色农业农产品大数据平台

（1）高原特色农产品大数据平台。坚持“统筹规划、总体设计，先点后面、分步实施、逐步推进”的原则和“州级统筹、市场运作、部门协调，县市主抓、企业落实”的思路，按照“五统一”（统一规划建设、统一数据格式、统一接口标准、统一追溯平台、统一查询渠道）的要求，建设覆盖10县市的农业农产品大数据、农产品质量保障与追溯管理、电商扶贫数据系统及各县子系统。

（2）楚雄州农产品质量保障与追溯管理体系（州、县、乡三级追溯平台建设）。建设10县市农产品质量安全备案管理、农产品品控和追溯管理系统。整合现有检验检测资源，建立农产品检验检测和农产品质量安全行政监管体系（多级多部门）；开发农产品质量安全公共服务平台，应用农产品身份证（追溯标识）管理系统，实现移动 APP 查询和管理。

（3）实施农产品区域公用品牌建设推广工程。围绕“楚雄野生菌”“楚雄核桃”等优势产业和文化特色产业，搭建区域公用品牌管理系统，明确准入准出标准，制定州级农产品区域公用品牌推广策略，形成长效机制和网络推广计划，瞄准目标市场，强化

网络营销，塑造“彝州品牌”，深入带动区域重点产品和产业品牌建设，促进产业发展。

（4）实施电子商务精准扶贫示范工程。统筹建设农村电商扶贫管理系统，制定扶贫产品标准和准入制度，建立产品溯源及信用评价体系，设计“彝州扶贫”专用标识，开发产品包装和产品标准，培育扶贫产品品牌。指导县市“电商扶贫示范村（合作社）”和“电商联盟”建设，实现电商企业和农产品生产企业、个人“抱团发展”，解决电商产品“大市场、小规模”矛盾，实现电商扶贫目标。

（二）县级项目实施的主要内容

1. 建设县乡村三级电商公共服务体系。建设县级电子商务公共服务中心。充分利用各类产业园、闲置厂房或原有县域电子商务运营服务场所，建设县域电子商务公共服务中心。具有数据处理、人才培养、产品展示、企业集聚、创客孵化、政务服务、运营管理、营销推广等功能。建设乡村电商服务站点。整合“兴边富民三年行动计划”跨境电子商务项目，每个乡镇建设1个乡镇电子商务服务站，在产业基础较好人口较多的行政村（贫困村）建设1个村级电子商务服务点。乡镇村电子商务服务站点应具备为村民提供农产品营销、网上代购、农产品代销、快递代收代发、费用代缴、话费充值、电商知识和政策宣传等功能。乡镇服务站还应具备指导就业创业，服务村级站点和开展农产品营销、开发特色农产品和扶贫产品、代理普惠金融业务等能力。

2. 建设农村电商物流服务体系。建设县级物流分拨中心。支持邮政、快递企业、电商服务企业和第三方物流服务企业，整合物流资源，建设服务农村电商的公益性、公共性县级电商仓储物流分拨中心，为电商企业、商贸流通企业提供开放、共享的仓储、配送、分拣等服务。建设相应规模的保鲜和冷藏冷冻设施，为生鲜产品提供预冷服务。建设乡村物流服务站。每个乡镇建设1个物流配送中心；采用与村级电子商务服务点合二为一的方式，在产业基础较好人口较多的行政村（贫困村）建设村级物流服务站。形成以县域物流分拨中心为枢纽，乡村物流配送服务网点为末梢的物流服务体系。合理规划物流路线，补充购置车辆、托盘、分拣设备、安检实施等物流设施设备，推动共同配送发展。解决农产品上行“最前一公里”、工业品下乡“最后一公里”问题。

3. 建设电商人才培养体系

（1）构建农村电子商务双创孵化体系。依托县级电子商务公共服务中心和乡镇电子商务服务站建设县级创新创业孵化基地，构建开放、互联、众创、共享的区域农村电子商务创新创业孵化体系，为农村电子商务创新创业者提供良好的工作空间、网络空间、社交空间和资源共享空间，推动形成区域农村电子商务产业集群效应。

（2）组织农村电子商务人才培养。支持电商服务企业、各类培训机构、协会等对基层党政干部、合作社社员、返乡农民工、农村创业青年及建档立卡贫困户等免费开展电子商务政策、理

论、运营、操作等方面的普及培训，针对就业创业的技能培训和电商企业、个体网店的一对一孵化培训。

4. 建设农村电商供应链体系

（1）实施农产品溯源认证和产品质量控制工程。在全州农产品质量安全追溯平台的基础上，组织建设质量保障体系。开展农产品地理标志、无公害、绿色、有机食品等认证和农产品流通标准化、品牌化和质量保障制度建设，落实农特产品挖掘、整理，分级包装、初深加工、商标注册、包装设计等具体项目，建立政府质量背书制度，解决农特产品上行障碍。建设农产品公共仓，集中优势农产品，实现不同生产者、同一产品标准，不同销售者，同一仓库发货，做大单品规模，满足电商市场需求。

（2）实施农产品品牌培育工程。充分发挥现有品牌优势，挖掘区域性特色商品，组织电商企业抱团营销，掌握农产品季节性规律，在不同时段、不同市场，共同营销同一产品，以最大的网络流量，塑造“楚雄”原产地电商产品和品牌。支持农产品电商企业、电商村（合作社）、电商联盟、生产加工企业、农民专业合作社、家庭农场开发特色品牌，策划设计注册商标、产品包装，组织非标农产品标准化生产，将企业争创知名商标、著名商标、驰名商标、名牌农产品争创等工作纳入特色产品品牌培育范围。

（3）实施电子商务精准扶贫示范工程。培育特色电商扶贫产品品牌、电商扶贫示范企业（网商）及建档立卡电商扶贫示范户，支持扶贫产品标准化分级包装策划设计，探索“电商扶贫示

范村（合作社）”“电商联盟”“公共服务中心+乡镇服务站点+合作社（供应链企业）+贫困户”，建立电商产销一体的农村电商扶贫新模式，推动扶贫产品进网销售和直供社区。帮助贫困农户利用电商创业就业，提高贫困户增收致富能力。

（4）营造电子商务进农村综合示范氛围。开展形式多样的电子商务政策和示范县创建工作宣传，鼓励创建电子商务示范乡镇、示范村，营造发展农村电子商务的良好氛围。

六、项目与资金管理

（一）制定项目资金管理办法。州商务局牵头，州财政局、州扶贫办配合，制定《楚雄州电子商务进农村综合示范项目资金管理办法（试行）》，细化项目内容，明确资金支持方向和额度，制定绩效指标和验收标准，指导县市实施建设项目。各县市人民政府根据县市实际，在保证绩效目标的前提下，适当调整、合理使用资金。

（二）开展项目中期评估。州商务局、州财政局、州扶贫办要加强项目实施督导，做好绩效评价工作。依据国家电子商务进农村项目绩效评价总体要求，制定楚雄州电子商务进农村综合示范绩效评价指标体系和评价办法，委托第三方机构对项目县市和实施单位开展项目督导服务，进行中期评估和绩效评价，项目验收前，由州县审计部门组织专项资金审计，确保项目通过省级评价和国家验收。

（三）资金统筹分配与管理

1. 州级统筹资金。州级统筹部分按照项目投资需求统筹。具体项目和投资见《楚雄州电子商务进农村综合示范州级统筹建设项目表》。

2. 县级资金分配

(1) 按照项目投资预算，满足建设项目实施需求，实施项目法分配资金。见《楚雄州电子商务进农村综合示范县级建设项目表》。项目实施中各县可结合实际在各类项目中灵活调整支持标准和额度。

(2) 按照因素法分配项目法统筹后结余补助资金。考虑各县市人口、乡镇数量、贫困村数量，分别以0.4、0.3和0.3的权重分配。计算公式为：

$$\text{县市资金量} = \text{资金总剩余量} \times (\text{县市总人口} \times 0.4 / \text{项目县市人口总和} + \text{乡镇数量} \times 0.3 / \text{项目县市乡镇总和} + \text{项目县市贫困村数量} \times 0.3 / \text{项目县市贫困村总和})$$

3. 严格资金管理。严格按照预算管理及国库集中支付制度等有关规定管理和拨付补助资金；项目实施单位严格执行项目资金专户管理和专账核算要求，设立项目资金转户，独立核算。各级及有关部门和单位自觉接受监督检查和资金审计，专款专用，严禁挤占、挪用。按照云商市〔2018〕51号文件规定，严格支持方向，中央资金不得用于网络交易平台、楼堂馆所建设、工作经费及购买流量等支出。不得重复支持同一项目。支持县级公共服务中心建设的资金比例不得高于15%，支持农村电商供应链体系建

设资金不低于50%。具体支持范围、支持标准和拨付程序，严格按照《楚雄州电子商务进农村综合示范项目及资金管理办法（试行）》执行。

4. 中期评估及绩效评价成果应用。

根据第三方评估机构中期评估结论和建议，项目主管部门可以采用约谈、责令整改和终止合同等方式，督促承办企业，推进项目实施。

绩效评价按照量化评价分值评定为四个等级：85分以上（含85分）为优秀，70分—85分（含70分）为良好，60分—70分（含60分）为一般，60分以下或有下列情况之一的为较差：一是违反有关文件规定，随意更改实施方案、扩大实施范围、增加或改变示范内容；二是在审计、稽查和其他有关检查中发现项目质量、资金管理等方面存在重大问题；三是项目发生安全生产事故、质量事故或造成重大经济损失和社会不良影响；四是项目建设进度非因不可抗力因素严重滞后；五是弄虚作假；六是发生其他违规违纪行为。

绩效评价结果与综合示范工作安排直接挂钩。对评定为优秀的示范区域，可适当加大支持力度；对评定为良好的示范区域，可继续给予支持；对评定为一般的示范区域，可酌情减少支持；对评定为较差的示范区域，原则上不再安排支持，并要求在3个月内进行整改，整改不合格的，取消综合示范资格，并追回已拨付中央财政补助资金。

后续资金主要支持农产品供应链和公共品牌、特色农产品品牌培育重大项目。

（四）科学选择承办企业。承办企业包括信息平台开发营运商、物流运营服务商、培训孵化服务商、农产品供应链营销服务及产品开发营运商和县乡村三级电子商务服务中心（站点）经营商等。各县市及州商务局要本着“公开、公平、公正、规范、择优”的原则，严格遵守政府采购程序，通过招标采购选择承办企业。各县市可灵活掌握，选择整体打包，也可分项招标等多种方式招标采购，综合类项目鼓励联合体投标。

（五）坚持开放共享要求。凡使用中央财政资金建设的电商公共服务中心（站点）、信息中心、创新创业孵化基地、物流分拨中心（站点）等公共服务类项目，必须具有公共性，开放、共享，向社会提供市场化服务，严禁仅供特定企业使用。

七、工作计划

（一）组织准备阶段（2018年5月—2018年12月）。根据国家电子商务进农村综合示范有关工作总体部署和要求，结合楚雄州实际，研究完善项目具体实施方案及项目和资金管理办法，做到项目实施管理有据可依，确保项目按时、规范实施。

（二）一期项目全面实施阶段（2019年1月—2019年11月）。落实主体责任和工作任务，开展招投标工作，选择承办企业，加强项目跟踪督导，定期研究、协调解决项目实施过程中遇到的困难和问题，确保项目按质按量按时完成。6月，由州级部门组织

开展半年工作自评。

（三）整改提升阶段和启动二期项目实施（2019年12月—2020年1月）。电子商务进农村综合示范项目实施完成后，组织实施县全面自查，及时发现问题，根据实施方案和项目资金管理办法整改提升，确保项目达到预期目标。12月，由州级部门组织开展绩效评价工作。启动实施姚安县、永仁县示范项目。

（四）一期项目总结验收阶段（2020年2月—3月）接受省级绩效评价。组织第三方机构对本州示范地区开展电子商务进农村综合示范绩效评价工作，并对各地电子商务进农村综合示范项目建设和运营情况、指标完成情况等进行全面的梳理和总结，查找不足，克期完成项目整改，形成电子商务进农村综合示范工作总结，确保圆满通过项目验收。

（五）二期项目全面实施阶段（2020年1月—11月）。落实主体责任和工作任务，开展招投标工作，选择承办企业，加强项目跟踪督导，定期研究、协调解决项目实施过程中遇到的困难和问题，确保项目按质按量按时完成。6月，由州级部门组织开展半年工作自评。

（六）二期项目整改提升阶段实施（2020年12月—2021年1月）。电子商务进农村综合示范项目实施完成后，组织实施县全面自查，及时发现问题，根据实施方案和项目资金管理办法整改提升，确保项目达到预期目标。12月，由州级部门组织开展绩效评价工作。

（七）二期项目总结验收阶段（2021年2月—3月）接受省级绩效评价。组织第三方机构对本州示范地区开展电子商务进农村综合示范绩效评价工作，并对各地电子商务进农村综合示范项目建设和运营情况、指标完成情况等进行全面的梳理和总结，查找不足，克期完成项目整改，形成电子商务进农村综合示范工作总结，确保圆满通过项目验收。

八、保障措施

（一）加强组织领导。成立由州人民政府州长任组长，分管副州长为副组长，有关部门主要负责人及各县市县长组成的楚雄州电子商务进农村工作领导小组。领导小组办公室设在州商务局，办公室主任由州商务局局长担任，负责统筹协调推进全州电子商务进农村工作，将工作任务和目标细化落实到有关部门，组织信息、电商、物流等方面的专家成立技术支持小组负责对项目有关技术方案的审查。各县市人民政府也要成立相应的领导机构，设立电子商务服务中心，落实人员，明确工作职责，州县乡三级联动、齐抓共管，推动农村电子商务发展。县市人民政府一把手是项目的第一责任人，分管副县长是项目的直接责任人，要认真落实主管部门的具体责任和财政、农业、扶贫、旅游（文体广电）、供销、邮政、统计等部门配合责任，统筹推进电子商务进农村各项工作。

（二）加强政务公开和信息报送管理。建立公开、透明、快捷、规范的政务公开和信息报送制度。在州人民政府和县市人民

政府门户网站开辟“电子商务进农村综合示范专栏”，公开实施方案、管理办法、营运商选择条件、招投标文件以及项目实施过程和验收结果，接受社会监督。各级商务主管部门和项目实施单位要落实1名信息员，负责本地区政务公开信息报送工作，及时采集、筛选、整理、上报、反馈、存档和报送项目进度、工作动态、资金使用、工作成果等信息。政务公开和信息报送遵循“谁主管、谁负责，谁公开、谁审查”的原则，做到及时、准确、全面，确保实效性、真实性、完整性。将政务公开和信息报送纳入绩效评价主要内容进行考核。

（三）健全制度，完善方案。各县市要结合县市实际和省州工作要求，制定实施方案，进一步明确绩效目标、细化项目内容、标准和实施计划。制定项目和资金管理办法，完善项目和资金管理制度，强化对项目实施、资金拨付使用、项目验收等环节的全过程管理。县级实施方案及项目和资金管理办法报州商务局、州财政局和州扶贫办审核后实施。项目实施过程中，实施方案可以根据项目实际需要进行修改，修改后报州级部门备案。

（四）营造电商发展氛围。要注重电商扶贫、创新创业、企业转型、农村物流、促进三产融合等方面的典型经验，总结可推广、可复制发展模式，利用网络媒体、广播电视和报刊等媒体，大力宣传开展电子商务进农村的各项政策举措，普及电子商务知识，提高广大人民群众对电子商务的认识；加强干部职工电商理论和农村电商业务学习，提升广大干部职工创建电子商务进农村

示范县的工作能力和业务素质；各县、乡、村各级组织要多渠道、多方式广泛深入开展电子商务进农村推广宣传活动，引导广大人民群众自觉投身于电子商务工作实践；引导企业和消费者充分认识发展电子商务对提高社会信息化水平、促进经济发展的作用。发挥行业协会、商会等民间组织联系政府与企业的桥梁作用，通过举办形式多样的座谈会、电商讲座等活动，营造政府、企业以及社会各界共同推动电子商务发展的良好氛围。

（五）强化过程管理。按照“月通报、季督导、中期评、终评价”的制度要求，2019年7月完成中期自评，上报评估报告。2019年12月前组织州级绩效评价工作，查缺补漏，做好迎接省级绩效评价准备。

（六）强化政策支持。认真贯彻落实国家、省扶持农村电子商务发展的各项政策，县级及有关部门要细化出台促进农村电子商务发展的具体配套措施，为电子商务进农村提供强有力的政策支撑。认真落实国务院及省州人民政府支持服务业、物流业、人才培养、创新创业及电子商务发展和稳增长、促跨越等政策措施，加大用地保障、金融支持、财政扶持和税收优惠力度，支持电子商务发展。

（七）深化电商“放管服”改革。对电商企业农产品初加工环节，优先核准小作坊生产许可证，简化农村电子商务企业或网店注册登记审批流程，要按照规定免收管理类、登记类、证照类行政事业性收费。放宽市场准入、名称登记、经营范围限制。可依

法使用自有或租用的场地办理工商登记。

附件:1. 楚雄州电子商务进农村综合示范州级统筹建设项目
表

2. 楚雄州电子商务进农村综合示范县级项目表

抄送：州委有关部门，州人大常委会办公室，州政协办公室，州纪委办公室，州法院，州检察院，楚雄军分区。

楚雄州人民政府办公室

2019年3月1日印发
