

三门峡市商务局文件

三商务〔2018〕153号

签发人：刘文祥

三门峡市商务局 关于印发《三门峡市电商扶贫三年行动实施方案（2018-2010年）》的通知

局机关各科室、局属各单位，各县（市、区）商务局、城乡一体化示范区招商融资促进局、开发区招商局：

现将《三门峡市电商扶贫三年行动实施方案（2018-2010年）》印发给你们，请结合实际认真贯彻落实。



三门峡市电商扶贫三年行动实施方案 (2018-2020 年)

为深入贯彻落实市委、市政府和省商务厅关于脱贫攻坚的决策部署，切实发挥电商扶贫在我市脱贫攻坚中的重要作用，根据《河南省电商扶贫三年行动实施方案（2018-2020 年）》、《三门峡市打赢脱贫攻坚战三年行动计划》，制定本方案。

一、指导思想

深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，按照市委、市政府、省商务厅关于脱贫攻坚的决策部署，大力开展农村电商精准扶贫，不断提升贫困人口利用电商创业就业和脱贫致富能力，推动农村经济发展方式转变，加快构建现代化农村市场服务体系，实现城乡流通服务一体化，助推乡村振兴，为全市打好精准脱贫攻坚战作出积极贡献。

二、主要目标

(一) 总体目标。2020 年，电子商务进农村电商服务站点贫困村覆盖率达到 100%。所有贫困县建成县级农村电子商务公共服务中心，建成一批有特色、有产业的电商扶贫示范乡镇和示范村；对有能力有意愿的贫困户全部免费培训，帮助其通过电商产业链创业就业；对乡（镇）、村干部和第一书记全面轮训；在有条件的贫困村每村培育 1 名电商带头人。每年开展 1-2 次电商现场观摩或电商扶贫专项活动。



（二）年度目标

2018年,农村电商服务站点覆盖250个建档立卡贫困村;建成一批有特色、有产业的电商扶贫示范乡镇和示范村;对70%有能力有意愿的贫困户进行免费培训,帮助其通过电商产业链创业就业;对70%的乡(镇)、村干部和第一书记进行轮训;在70%有条件的贫困村每村培育1名电商带头人。

2019年,农村电商服务站点累计覆盖311个建档立卡贫困村;建成一批有特色、有产业的电商扶贫示范乡镇和示范村;对有能力有意愿的贫困户全部进行免费培训,帮助其通过电商产业链创业就业;对乡(镇)、村干部和第一书记全面轮训;在所有有条件的贫困村每村培育1名电商带头人。

2020年,全面梳理总结上述重点工作,通过“回头看”推进电商扶贫巩固提质增效。

三、主要任务

（一）电商扶贫服务基本覆盖。在县（市、区）建设电商扶贫服务中心，在乡镇建设电商扶贫服务站，在有条件的建档立卡贫困村建设电商扶贫服务点，着力构建县乡村三级电商扶贫服务体系。电商进农村综合示范县可将三级服务体系与电商扶贫服务体系一体运营、融合发展，尽快实现对建档立卡贫困村的电商扶贫全覆盖。依托电商扶贫服务站点，为建档立卡贫困户、残疾人提供“日用消费品购买、农特产品销售、费用收缴、业务代办、包裹收发”等服务，让群众享受电商带来的实惠便利。

（二）农特产品上行深入开展。与国内知名电商平台联



合，助推农特产品上行。深化阿里淘宝村电商服务体系建设，切实开展农产品上行。展示推介我市优质农特产品特别是贫困地区农特产品。优选苹果、核桃、香菇等农特产品入驻知名平台扶贫特色馆。加快郑州国际陆港展示中心三门峡特色馆、河南产品直采体验中心三门峡馆建设，组织我市农特产品应入驻尽入驻。与阿里、苏宁、京东等知名电商合作，在“6.18”、“双十一”、“双十二”等重要节点，优先采购、销售我市贫困地区农特产品。

（三）电商带头人典型培育。在有条件的贫困村每村培育1名电商带头人。通过调查摸底，以返乡创业青年、脱贫致富带头人、大学生村官、第一书记、农村党员骨干和有潜力的残疾人等为重点，优选确定培养对象，给予网店开设补助、扶贫小额信贷等资金和政策支持。引导电商带头人宣传发动、引领带动贫困户参与种养殖、采摘、分拣、包装、物流快递、开网店等电商产业链各环节，提高贫困户对电商扶贫的参与度，促进就业创业增收。

（四）农村电商人才全面培训。对县（市、区）政府分管领导和商务局负责人开展电商扶贫专项培训，选择电商扶贫效果好的县现场教学、示范带动。对乡（镇）、村干部和第一书记全面轮训。对贫困户摸底排查，建立有能力有意愿适合电商培训贫困人员名录，尽快做到应培训尽培训。建立贫困学员档案，跟踪贫困人口电商就业创业进展情况，及时对接后续服务，培养一支懂电商业务、会经营网店、能带头致富的人才队伍。争取当地政府整合利用商务、农业、人社、



妇联等部门的财政培训资金开展培训。

(五) 农产品品牌强化建设。强化农特产品品牌意识，引导农村电子商务及网销产品商标注册，推进农产品和农村工业品、民间工艺品、乡村旅游产品等品牌建设。强化产地环境、生产过程、包装标识、市场准入等环节管理，加强无公害农产品、绿色食品、有机食品和地理标志产品保护工作力度，加强质量安全标准、检测、认证、执法监督、技术推广等体系和电子商务诚信体系建设，形成农特产品品牌成长良性机制。在有条件的贫困地区，积极推进农特产品信息可视化、质量可追溯、责任可追查。评选推荐我省电商扶贫优秀农特产品品牌和电商扶贫重点扶持农特产品品牌，入驻商务部电商扶贫联盟平台，支持做大做强。

四、保障措施

(一) 强化组织领导。电商扶贫工作实行“省级指导、市县区负责、乡村落实”的工作推进机制。各地要建立政府主管领导负总责，商务部门抓落实的工作机制，制定本辖区电商扶贫三年行动计划和年度工作方案，明确工作目标、任务和分工，责任到人，为电商扶贫提供组织保障。各地商务部门要切实加强对电商扶贫工作的领导，抽调人员、设立机构，专人专班抓电商扶贫。

(二) 强化督导考评。紧紧围绕省、市电商扶贫督导评价体系开展集中督导调研。同时，建立常态化的明察暗访、督导、通报和约谈机制，根据实际工作需要，单独或联合有关部门开展督导活动，对督导中发现的问题，及时会商研究，



随时约谈，督促整改。在督导考评中，对电商进农村综合示范县工作推进慢、资金使用不到位、绩效评价不合格的，摘帽收回资金，通报全市并抄送当地党委、政府。对电商扶贫推进情况实行月通报、季小结、年总结，对好的表扬奖励、项目倾斜，对差的通报批评，对不贯彻、不落实、政策棚架的一票否决。

（三）强化政策支持。严格按照有关规定和程序，用足用好电商进农村综合示范资金。支持非电商进农村综合示范县建设县乡村电商服务网络，提升电商扶贫的覆盖率、带贫能力。对带动脱贫效果好的，在政策资金上给予电商扶贫先进县、先进乡镇和优秀电商扶贫带头项目倾斜或资金奖励。鼓励各级政府给予电商扶贫资金支持。鼓励各地采取有效措施，支持贫困村电商服务点硬件建设，降低电商运营成本，对减贫作用明显的电商企业和个人给予表彰奖励。

（四）强化宣传引导。充分发挥报纸、电视、广播和网络等媒体作用，加强对电商脱贫攻坚工作的宣传报道。充分利用微博、微信等新媒体和通过印发宣传单、乡村大喇叭、群发短信、微信、有奖问答等形式，宣传电商扶贫政策，发布电商市场信息，营造电商扶贫的浓厚舆论氛围，让广大贫困群众对电商扶贫政策家喻户晓。及时总结和宣传推广电商脱贫攻坚工作中涌现出来的好经验、好典型、好做法，促进全社会关心、支持电商脱贫攻坚工作。

