

黑龙江省商务厅

〔2021〕14-2277号

关于印发《黑龙江省2020年度 电子商务进农村综合示范项目绩效 评价指标体系》的通知

有关县（市）商务（电商）主管部门：

按照商务部办公厅《关于开展电子商务进农村综合示范发现问题专项整改工作的通知》有关要求，省商务厅对2020年度电子商务进农村综合示范县项目绩效评价指标体系进行了修改，并征求了相关专家及实施单位意见，报商务部同意。现将修改后的《黑龙江省2020年度电子商务进农村综合示范项目绩效评价指标体系》印发你们，请遵照执行。

联系人：王桂喜 电话：0451-87708100

附件：黑龙江省2020年度电子商务进农村综合示范绩效评价指标体系



抄送：商务部流通业发展司，省财政厅、省乡村振兴局。

附件

黑龙江省 2020 年度电子商务进农村综合示范项目绩效评价指标体系

总分 100

加分

15

减分项 15

项

一级指标	分数	二级指标	指标解释	分数	序号	记分标准	评价材料	现场检查	得分	扣分	
一、农村电子商务内生发展能力和县域商业体系建设	55.5	农村电商公共服务中心建设和农村流通网络建设	提供网络购销、仓储配送、在线支付等电子商务全链条服务的电商服务业的建设情况，县级电子商务公共服务中心统筹能力强化情况，具备促进农村电商加快发展的良好环境	12	1	县级电商公共服务中心，突出功能服务，经济适用，不盲目安设电子显示屏等，不以产品展示为主要功能（0.5）。有专业团队负责运营（0.5），向农村电商创业带头人等提供但不限于办公场所、产品和企业孵化、数据分析、电商培训、云服务、直播设备场景等服务，服务具有扶贫导向（2）。	3	示范县电商公共服务中心的功能设置资料、提供直播代贷或其他服务记录，本县有关电商服务企业的服务产品标准的制定、产品溯源及质量监管、区域公共品牌注册注册登记及应用、情况等。提供市场开拓、资源对接、业务指导等服务佐证材料。提供电商服务中心运营主体的财务流水情况。提供为 10 家及以上企业溯源服务企业名单、产品名录。提供培育区域公共品牌和农产品网络品牌等有关证明材料。			
					2	强化县级电子商务公共服务中心统筹能力，为电商企业、家庭农场、农民专业合作社、专业运营公司等主体提供市场开拓、资源对接、物流快递信息、业务指导等服务，提升农村电商应用水平	1				
					3	县级电子商务公共服务中心（园区）管理规范、功能齐全，能够发挥指挥中枢作用，统筹推进工业品下乡和农产品进城、电商扶贫、运营指导、人员培训等服务板块，入驻率高、氛围浓厚增强公共服务中心持续运营能力。（2）	2				

				4	<p>电商公共服务中心具备线下产品展示，为县域品牌提供品牌注册、品牌内涵挖掘、品牌故事讲述、品牌包装设计、网络营销策划等增值服务，创新品牌营销，培育农产品网络品牌，促进品牌农产品销售。培育注册并应用品牌推广本地优势产品品牌设计、品牌应用、溯源设计，（以上3项合计10款产品以上2分，5-10款（1）。1-5款0.5（分）不重复计分。）。具有销售及体验、标准化与质量监管功能，推动产业升级，拓宽旅游、文化、农副等各类农村产品销售渠道，建立与县域为产发展相适应的供应链体系，帮助本地行产流通企业、合作社、带头人等开发网销产品，建立扶贫利益联结机制（2）。健全三品一标、一村一品等基础数据库，记录本地区农产品种植、养殖、加工、包装、检测、运输、销售等关键环节，设置系统预警，通过互联网、手机APP、电话等途径公布追溯信息，至少为10家本地生产或流通主体提供溯源产品或应用追溯体系（2）；5-10家（1）。1-5家0.5（分）不重复计分。</p>	6					
				5	<p>公共服务中心存在歧视性或排他性，未提供产品销售（线上或线下）、体验功能，存在浪费专项资金情况。</p>	-2					
			农村电子商务服务 网点建设情况、建设改造乡镇商贸中心	11	6	<p>公共服务体系所提供的服务在行政村覆盖率均达到80%及以上(1)；60%（含）-80%（0.5）</p>	1	<p>示范县行政村清单（本县行政区划文件用于证明本地行政村数量）；本县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）；提供证明本站</p>	<p>现场检查 村级服务 网点的交易、快递收发记录</p>		
				7	<p>发挥指挥中心作用，统筹服务站点建设，注重部门协同、资源整合，农村电商服务站点与益农信息社、村邮站、供销社等多站合一、一点多能、一网多用，增强站点和公服中心持续运营能力</p>	2					

				8	根据交通及人口分布情况,村及电商服务站布局合理、体现服务覆盖,具备可查询的线上交易或线下服务(包括代购代销、收发快递、费用缴存、小额存取、职业介绍、农产品经纪等便民服务)记录(2),站长熟悉电商基本操作,线上线下收入能保证自持运营(1);站点存活率高于60%(2),60%以下(1),不重复计分。	5	及服务覆盖村的代购代销等服务记录(含具体地址、联系人及联系方式、合作协议、平台小程序等服务记录);与其他站点整合共用,提供其他部门站点所属部门建设的相关佐证资料。	和负责人的业务操作熟练程度;三级公共服务站负责人			
				9	乡村电子商务服务网点安装“智慧乡村服务应用”,能够通过该应用或县域指定途径自动上报交易数据。	0.5	主流电商平台网络代购操作、快递物流安排、智慧乡村应用后台信息管理等操作情况。	与公共服务中心联络通畅;示范县可			
				10	县乡村三级公共服务体系建立及时有效的联络机制	0.5					
				11	建设改造乡镇商贸中心,赋能电商业态,推动购物、娱乐、休闲等线上线下双渠道销售功能,改善乡镇消费环境;引导乡镇商贸中心向周边农村拓展服务,开设连锁便利店或进行业务联结,满足农民消费升级需求。	2	建设改造资料,业态融合资料,农副产品展示销售、向周边农村拓展服务开设连锁便利店的相关业务记录等资料	推荐1-2个点,随机抽查			
				12	当地政府要加强对村级服务网点布局的整体规划,避免重复建设(已有企业、交邮等村级网点在运行的可适当整合,完善公共服务功能);同一行政村,中央财政支持网点超过1家	-5	村级服务网点与物流配送点的统筹协调整合情况,当地政府对网点布局的统筹,完善网点功能的总体安排和实施情况等。	3-5个点。			
	农村电商物流体系建设和发展县	农村电商物流体系建设,基本建立农村电商市场化物流解决方案,发展县乡村物流共同配送	13	13	针对县乡村物流快递问题,对县域物流快递资源进行了实质性整合,具备配送服务的村点在行政村覆盖率 $\geq 80\%$ (2),覆盖率达60%(含)-80%(1)。此条不重复计分。	2	所有县级电商仓储点清单(包含名称、地址、联系人、联系方式、是否与服务站点共享等信息),现场照片、场地租赁合同、物流业务台账;本县物流快递企业整合资源的相关政策文件、成本及费用相关约定;市级邮	检查物流配送板块中标单位配送线路。抽查乡村级物			
				14	从县级物流仓储中心到村级网点:1天内完成配送(2),2天完成配送(1)。3天完成配送(0.5)。3天以上(0)分。此条不重复计分。	2					

		乡村物流共同配送		15	具备功能相对完善的县级农村电子商务仓储（包括冷链）（2）、分拣、包装、货架等设施（2）及满足配送需求的快递车辆（0.5）等。	4.5	政部门提供的快递乡镇覆盖情况的材料。 县、乡镇、村三级物流解决方案，物流整合的证明材料（已整合邮政、供销、物流、快递、商贸流通等企业列表、负责人联系方式、照片、整合协议等），物流配送记录以及整合前后的物流价格比较情况证明材料。农产品冷链各环节有序衔接、疫情防控等材料	流快递配送网点 （物流配送记录）。				
				16	统筹县域商贸流通、邮政、供销、快递、物流等企业资源，整合订单、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，建立完善农村物流共同配送服务规范和运营机制（2）	2						
				17	在整合县域电商快递基础上，从县乡村快递入手，逐步向日常消费品和服务的整合延伸，搭载日用消费品、农资下乡和农产品进城双向配送服务，推动物流快递统仓共配，提升共同配送效率和市场化可持续发展能力（1）。	1						
				18	本地物流快递业务整合后实现市场化运营，降低物流快递成本除偏远地区外原则上应与省会城市持平（0.5），农产品网络上行物流价格低于整合前价格20%（0.5）。	1						
				19	推动农产品冷链各环节有序衔接，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（0.5）。	0.5						
				20	同一条物流线路，中央财政支持物流整合单位超过1家；重复建设，已有社会物流企业在运行，中央财政又支持的。	-5			中央财政资金支持物流企业的账目明细（包含企业名称）。			
				21	对辖区内主要农村产品的生产和销售情况（包括生产面积或产量、上市时间、质量和技术水平、传统销售渠道及比例、公共品牌、自主品牌拥有情况、农产品电商企业）进行了全面摸底，并根据摸底情况制定合理的农产品网络销售促进措施。（1）	1			总结帮助辖区内主要农村产品电商企业发展、运营运营情况的案例或报告，体现根据产品上市时间、质量和技术水平、传统销售渠道及比例、自主品牌拥有情况开展和参加的相关活动；农产品网络销售促进政策文			
		22	开展多种形式的产销对接活动3场以上（含）	0.5								
				推动农产品上行，增强农产品上行能力	9	农村产品网络销售，积极探索农村产品网络销售，并在商业模式、网络销售额、促农增收、品牌、食品安全等						

			方面形成初步成果				件。开展多种形式的产销对接活动佐证材料				
				23	创新举办特色农事节庆、特色产品推介、新品品牌发布等活动，宣传推广休闲农业和乡村旅游精品路线，提升县域文旅服务功能，促进特色农产品销售。	1	提供举办特色农事节庆活动、宣传推广等佐证材料，提供服务清单、服务协议、服务记录、销售额等有关证明材料。	抽查电商服务企业和服务产品及活动资料、记录等。			
				24	在农产品网络销售过程中，应用农产品生产、流通标准，探索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）；本地制定农产品流通标准相关政府文件。				
				25	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、预冷等产地初加工和商品化预处理设施，完善产、供、销全链条服务，提高农村产品商品化率。	2	提供农村产品商品化率建设实施方案或经验做法，取得的成效；包括服务协议、服务记录、政策规定等有关证明材料。推进绿色农产品、有机农产品和地理标志农产品认证和试行食用农产品达标合格证制度	检查农产品流通冷链服务企业。			
				26	推进绿色农产品、有机农产品和地理标志农产品认证，试行食用农产品达标合格证制度	1	提供追溯体系建设方案、服务协议、服务记录等有关证明材料。现场通过包装等查验追溯体系及溯源信息。				
				27	质量追溯工作与农产品标准化、质量监督、区域公共品牌、整体营销策划等工作协同安排	1		检查农产品追溯服务企业、后台数据。			
				28	为符合标准的产品生产经营企业提供溯源服务	1					
				29	溯源功能对流通环节有针对性	0.5					
				30	单纯提供二维码贴标，溯源信息仅包含生产主体、品牌、产品信息，不具备原材料来源或生产场地等至少2项情况	-2					

	工业品 下乡流 通服务 和供应 链赋能	支持农村地区商贸 流通企业转型升 级，以乡镇为重点 下沉供应链，创新 流通业态和模式， 增强农资服务能 力，健全农村流通 网络	5	31	支持农村地区商贸流通企业的数字化转型升级，加强与电子商务、金融保险、移动支付、就业指导等资源对接，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，建立本地化、连锁化、信息化的商品流通网络	1	支持农村地区商贸流通企业的数字化转型升级，建立本地化、连锁化、信息化的商品流通网络的证明材料	现场查看 流通企业 1-2家。			
				32	通过技术赋能、特许经营、供应链整合等方式，改造夫妻店等传统网点，与电商服务站叠加功能，发展新型乡村便利店（提供2项以上服务）	2	改造夫妻店等传统网点，与电商服务站叠加功能的证明材料	现场查看 1-2家传 统网点。			
				33	支持大型电商、邮政、快递和商贸流通企业延伸供应链，推广应用新型交易模式，为中小企业、个体工商户提供集中采购、统一配送、销售分析、库存管理、店面设计等服务，增强农村实体店铺经营水平和抗风险能力	2	支持延伸供应链，推广应用新型交易模式，为中小企业、个体工商户提供集中采购、统一配送、销售分析、库存管理、店面设计等服务证明材料				
	培训与 人才 培养	组织政府、企业、 农民参与的电子商 务政策、运营、操 作等培训机制建设 情况，初步建立了 多层次的农村电商 培训和人才培养机 制，培育农村新型 商业带头人	5. 5	34	形成县域电商普及培训标准化教材，内容可操作，通过网站、公众号、宣传材料等途径向社会公开。	0.5	提供培训计划、培训方案、培训通知（要有收费标准、培训范围等信息）、现场照片、网上培训网址、培训学员名单、签到表、培训课件内容，培训学员的从业和创业情况的统计等证明材料；是否执行《中央和国家机关培训费管理办法》及黑龙江省培训有关规定；提供培训后跟踪服务记录；培训转化网商数（含店铺、微商、网上代理等）的网址、二维码等佐证材料。培育电商带头人（新型农村商业带头人）的佐证材料	随机电话 抽查培训 对象。			
				35	提升对返乡农民工、大学生、退役军人等的就业创业服务水平，建立就业创业培训机制，充分利用县内外资源开展品牌设计、市场营销、电商应用等专业增值培训，专业增值培训注重与电商、物流、商贸流通企业的实训合作，针对性强	1					
				36	在有条件的贫困/脱贫村每村培育1名电商带头人（新型农村商业带头人），达到50%（1），30%（含）-50%（0.5）	1					
				37	培训通过线上线下多种形式开展，建立培训后回访服务机制，针对已培训人员跟踪服务，提供辅导、孵化等定向服务，详实记录培训对象和服务内容	0.5					
				38	定期、分类统计电商培训对象（包括但不限于农村青年、农民工、大学生、退役军人、妇女、电商服务站站长、贫困/脱贫户等）	0.5					

					39	强化实操技能，提高转化率，培训转化率（持续从事电商人数/培训人数）5%以上（2）；2%（含）-5%（1）；2%以下不得分（本条不重复计分）	2					
					40	未按时完成县级方案的培训计划目标。	-3					
二、组织与实施情况	23	组织管理	组织协调	4	41	建立示范县负责同志牵头、多部门参与的工作协调机制，充分发挥政府统筹协调的作用，提高政府服务水平	1	成立综合示范县领导小组或协调机构或验收小组的文件以及相关会议纪要；相关制度文件，工作落实情况报告等。				
					42	建立符合实际情况的农村电子商务3-5年发展规划	1					
					43	制定了切实可行的项目验收工作方案（阶段性验收、整体性验收），建立项目验收小组	1					
					44	制定了综合示范工作实施方案，提出合理的工作目标、时间节点，且工作方案得到基本落实	1					
		资金、资产和项目管理	9	45	按《服务业发展资金管理办法》和黑龙江省电子商务进农村综合示范中央财政资金支持方向和补贴标准框架，建立本县资金管理规定	1	综合示范工作方案和日常监管方案内容文件，工作落实情况报告及相关会议纪要；对项目单位的督查记录等。					
				46	明确日常监管责任人，定期现场查看资金使用和项目进展情况，并形成记录文件	1						
				47	商务部农村电子商务和社区商业信息管理平台资金管理使用与实际不符	-2						
				48	项目验收和资金使用方向合规，使用程序规范，政府和企业按协议履约，票据完整等	2	项目验收材料、中央财政资金账目、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）。					
				49	示范县人民政府或有关业务主管部门制定了项目管理制度，建立了有效的常态化监督检查机制	2		提供项目承办单位的确定方式、合同等相关佐证材料。				
				50	项目向新冠肺炎疫情防控工作突出企业倾斜	0.5						

				51	中央财政专项资金设置专账、账实相符	1						
				52	县级项目资金管理规范或合同（协议）文件中明确了专项资金采购固定资产归属性质和处置规定办法，	0.5	提供政策文件，及相关单位的账务、台账等相关信息。	结合相对应的会计准则对账目、编号、台账等材料进行核实				
				53	建立资产管理制度，按照固定资产管理制度，完善台账及编号（0.5）。定期盘点准确入账，记录完整（0.5）。	1						
			公开透明	5	54	在本县人民政府门户网站开设电子商务进农村综合示范专栏。（已开设1，未开设-1）	1	提供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。				
					55	网络公开综合示范项目实施方案、资金管理规范和验收工作方案，同时设立公开纪检、审计举报窗口，公布举报电话等信息。（已公开1，未公开-1）	1	在省商务厅网站和县人民政府门户网站的电子商务进农村工作专栏中公开综合示范工作方案、资金与项目管理制度的情况，县级政府网站专栏设立征求意见窗口或纪检或审计举报窗口的情况。	登录省商务厅网站和县人民政府门户网站的电子商务进农村工作专栏查询。			
					56	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政府决策文件、项目名称、建设内容、项目承办单位名称、扶持资金额度、完成时限、绩效目标、承办单位责任人、项目验收情况等，并每月更新项目建设进度。（已公开1，未公开-1）	2	在省商务厅和县人民政府门户网站“电子商务进农村工作专栏”公开财政资金扶持项目决策、建设进度、资金拨付等相关信息的情况。				
					57	项目承办企业的项目建设方案经县政府批准，在政府网站专栏向社会公示（已公开1，未公开-1）	1					

三、工作绩效		推进政策	信息统计,开展项目建设、运营状况等调查统计工作	1	58	是否与农村电子商务和社区商业信息管理实现数据对接,并及时、准确、完整填报月报、年报、资金使用情况等信息(是1,否-1)。	1	以“商务部农村电子商务信息管理系统”数据为主要来源。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。				
			出台促进和规范政策	2	59	项目承建企业有规范的财务管理制度,有良好的商业诚信	1	项目承建企业、供应链企业信用认证证明材料。				
					60	供应链企业无破坏市场经济秩序的违法违规行为记录,具有企业信用认证证明	1					
	典型总结提炼宣传	2	61	综合示范工作经中央主流媒体报道,或被商务部、财政部、扶贫办三部门在全国性会议上作经验交流发言,或在国家三部门官方网站、公众号上发布(2);被省级主流媒体报道,或被省级商务、财政、扶贫主管部门在省级会上作经验交流发言,被省级三部门网站、公众号上发布(1)。此条不重复计分	2	提供参加相关会议的文件、发言材料、截屏、网址等佐证材料。						
	拓展业务,促进销售	农村三产电商发展情况	3	62	农村网络零售额:同比增长15%及以上。	1	年度农村、农产品、在线旅游等网络零售额、变化情况材料、线下销售额(当地统计、第三方权威数据机构发布数据)。相关运营案例。提供创新销售工作实施方案。					
				63	农产品网络零售额:同比增长15%及以上。	1						
				64	创新农产品电商销售机制和模式,提高农产品电商销售比例	1						
	带动就业和创业	带动农村就业和创业	3	65	当地积极参与电子商务创业的经营主体的增长情况和网商数量:同比增长10%及以上(2);同比增长5%(含)-10%(1)。此条不重复记分。	2	网商数量和增长情况,带动建档立卡贫困户、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(当地统计、主管部门、第三方机构提供的数据)。					
				66	带动建档立卡贫困户、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和效果明显,分类统计准确,因材施教。	1						
	巩固拓展脱贫	建立电商扶贫工作机制,通过电商、	4	67	制定电商扶贫/巩固拓展脱贫攻坚成果工作方案,明确工作目标、措施等,推动贫困/脱贫地区结合地域产业特色,发展农村电子商	1	电商扶贫、助贫机制、巩固拓展脱贫攻坚成果等相关方案文件及工作落					

	攻坚成果、助力乡村振兴	物流、电商供应链企业为建档立卡贫困户提供增值服务，增加收入			务		实情况的证明材料，县级扶贫（乡村振兴）主管部门相应统计数据认证材料。						
					68	建立健全电商扶贫数据统计体系、全面摸清底数等						0.5	
					69	示范县农村新型经济合作组织、龙头企业、电商平台企业等与贫困村/脱贫村、贫困户/脱贫户建立帮扶关系，并取得带动增收等帮扶成效。						1	相关名册及收入流水等材料。
					70	促进产销对接，有地方特色馆、扶贫馆或扶贫产品链接到21家电商扶贫频道之一的。						0.5	国务院扶贫办扶贫产品清单目录，在扶贫频道进入相关链接的截图等材料。
					71	建立了助贫、巩固拓展脱贫攻坚成果机制，强化利益联结机制，有电商助力扶贫、巩固脱贫成果成功案例8人以上（含）（1），5（含）-8人（0.5）						1	脱贫说明，电商帮扶贫困户脱贫增收、帮助脱贫户巩固拓展脱贫成果相关资料。
	传统企业转型升级	农村传统流通及服务体系转型升级	1.5	72	流通、邮政、供销、万村千乡等传统商贸企业进行信息化改造，具备进销存管理、农产品收购、网络销售、数据统计等功能	1	抽查转型升级的流通、邮政、供销、万村千乡等传统商贸企业；当地服务业网络零售额的增长情况及统计依据。 孵化企业名单、营业执照、简介等材料及相关业务展示。						
				73	电子商务对于消费型服务业的渗透情况	0.5							
				74	按时间过半任务过半的原则，对照县级实施方案的工作目标和实施步骤，查验目标完成度，完成50%及以上（2）；以下（1）。	2						示范县按方案目标，将相关量化指标列出目标清单，并一一对应填写完成情况，并提供佐证材料	
				75	对照县级实施方案的建设和实施步骤，查验目标完成度，完成50%及以上（2）；以下（1）。	2						示范县按方案建设内容版块，将相关量化指标列出目标清单，并一一对应填写完成情况，并提供佐证材料。	
				76	按照县级实施方案的建设和实施步骤，查验目标完成，度完成50%	2							
四、示范项目进度情况	10	项目目标完成情况	2	74	按时间过半任务过半的原则，对照县级实施方案的工作目标和实施步骤，查验目标完成度，完成50%及以上（2）；以下（1）。	2	绩效评价专家组对县级方案、县级量化目标统计情况、实际						
		项目建设内容完成情况	6	75	对照县级实施方案的建设和实施步骤，查验目标完成度，完成50%及以上（2）；以下（1）。	2							
		整合农村电商公共		76	按照县级实施方案的建设和实施步骤，查验目标完成，度完成50%	2							

			服务体系			及以上(2); 以下(1)。			完成情况进行三方核			
			农村电子商务培训		77	按照县级实施方案的建设和实施步骤, 查验目标完成度, 完成50%及以上(2); 以下(1)。	2		范县负责			
		项目实施步骤契合度	相关指标完成比例	2	78	按照县级实施方案实施步骤, 查验项目实施进度(如方案未明确设置时间进度和实施步骤-3)	2	根据县级方案中实施步骤与实际发展情况进行比对。	提供相关佐证材料或现场实地评估。			
加分项	15	助推脱贫攻坚、巩固拓展脱贫攻坚成果	电商助力扶贫、巩固拓展脱贫攻坚成果	5	79	帮助建档立卡贫困/脱贫户通过电商行业或企业增加收入: 户均增收1000(含)元/年及以上(+5), 户均增收500(含)-1000元/年(+3), 户均增收200(含)-500元/年以下(+1), 户均增收200元/年以下不得分。此条不重复得分。	5	建档立卡贫困/脱贫人口创业就业等情况, 建档立卡贫困/脱贫户名单详情, 包括增收方式、增收金额等情况(当地扶贫/乡村振兴部门提供的佐证材料)。				
		政策助力电商发展	政策与资金扶持	5	80	在金融、土地、人才、收费等方面出台支持农村电商发展的政策(2)	2	农村电子商务发展规划或指导性文件; 在金融、土地、人才、收费等方面的支持相关政策文件; 细化资金补贴标准的相关政策文件; 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。政府固定资产投入, 需提供第三方评估价格报告, 提供项目实施完成后3年内不得变更用途的政策文件。				
					81	地方财政扶持资金不低于500万元(含)(3), 300万元(含)-500万元(2), 100万元(含)-300万元以下(1)	3					
创新应用	创新做法与体制机制	5	82	公共服务体系、农产品上行、工业品下行等领域有创新做法, 被国家或省级作为综合示范创新样板县(市)进行宣传推广的	5	提供创新应用相关措施、政策文件, 以及媒体相关宣传报导						

减分项	-15	按计划推进和可持续运营	资源的开放、共享和可持续	-5	83	中央财政支持建设的农村电商运营（培训）中心、农村电商公共服务中心、物流配送中心不具有开放性，未向社会提供市场化服务，仅向特定企业提供服务。	-5	中央财政支持建设的农村电商运营（培训）中心、农村电商公共服务中心、物流配送等企业的收费标准及制定依据等证明材料。				
			资金拨付进度和项目建设进度	-10	84	无特殊情况下，资金拨付进度未达到 40%	-10	提供相关特殊情况下的通知公示，以及无法开展工作的必要证明文件				
一票否决项					85	突破政策文件规定，未报省商务厅、财政厅、省扶贫办备案同意，擅自更改实施方案、扩大实施范围、增加或改变示范内容。		实施方案如有变更，须提供变更后的实施方案及变更说明。				
					86	在审计、稽查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。		由县级人民政府提供相关审计结果，省商务厅提供有关问题意见，第三方进行核实				
					87	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。		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。				
					88	项目建设进度严重滞后，总体建设进度、资金拨付率不足前期中央财政资金的 20%。		项目建设进度说明材料，包括项目任务清单和已完成内容清单等。				
					89	在项目承建单位项目建设、培训、电商扶贫等弄虚作假。		现场抽查农村电商服务网点、培训和带动贫困户销售、创业就业情况中 60%存在严重问题，视为弄虚作假。如：操作不熟练、无法提供代购和物流配送电子记录、培训情况不能与被培训人对应等。				