

广东省农村电商精准扶贫工作方案

（2018—2020年）

为深入贯彻党的十九大精神，坚决打赢精准脱贫攻坚战，落实全国农村电子商务精准扶贫经验交流会精神，充分发挥电子商务在助力脱贫攻坚中的重要作用，结合我省实际，制订本工作方案。

一、总体要求

（一）指导思想

全面贯彻党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，牢牢把握“坚持扶贫初心、坚持精准方略、坚持市场导向、坚持稳中求进”四大原则，按照试点先行、示范推广、稳步推进、全面覆盖的要求，围绕贫困地区特色农副产品生产与加工、乡村旅游等优势产业，鼓励与支持大型综合电商平台、龙头企业、农民专业合作社等带动贫困农户应用电子商务，探索出电商精准扶贫的新路径新模式，助力精准扶贫取得新成效。

（二）主要目标

以全省 2277 个省定贫困村相对集中的区域为重点区域，建档立卡贫困户为重点对象，积极开展农村电商精准扶贫工作。2018 年，全省 2277 个省定贫困村所在的 14 个市每市至少有一个国家级或省级电子商务进农村综合示范县。以电子商务进农村综合示范创建作为我省农村电商精准扶贫工作抓手，实现所有示范县均建有县级电子商务公共服务中心、乡（镇）有电子商务

服务站、省定贫困村有电子商务服务点，对示范县省定贫困村有劳动能力的建档立卡贫困人口（外出务工者除外）电商培训人次达人口数的50%以上。

2019年，各示范县所在市同步将示范县的示范经验向其余县（市、区）复制推广，其他地级以上市通过对口帮扶积极配合并助推电商精准扶贫工作。到2020年底实现农村电商精准扶贫工作在我省2277个省定贫困村的全覆盖，省定贫困村所在的70个县（市、区）均有县级电子商务公共服务中心、乡（镇）有电子商务服务站、省定贫困村有电子商务服务点，对有劳动能力的建档立卡贫困人口（外出务工者除外）电商培训人次达人口数的50%以上。通过“以点带面”、“连片发力”等方式，带动贫困地区人口通过直接或间接方式参与农村电商的年均收入显著提升，省定贫困村所在14个市的电子商务交易额或农产品网络零售额年均增长20%以上，全面助力脱贫增收。

二、主要任务

（一）建立完善农村电商公共服务体系

1. 全面建设农村电子商务服务网络。建设县乡村三级电子商务公共服务体系。县级电子商务服务中心向贫困地区人口提供技术支持、培训孵化、产品对接、品牌建设、网络推广、金融信用、在线教育、医疗健康和其他衍生增值服务等，优化县域电商氛围。支持乡、村电子商务服务站点的建设并拓展代收代缴、代买代卖、

生活服务、旅游咨询等功能，增强电子商务服务体系可持续发展能力。（责任单位：各地级以上市人民政府，省商务厅）

2. 完善快递物流服务体系建设。深度整合现有快递物流资源，对快递物流末端配送点分散、成本较高的贫困地区通过建立区域性公共仓等方式，降低物流企业成本，提升配送效率。推动邮政与各主要快递企业、各乡村电子商务服务站点等进行业务对接，或以政府购买服务等形式，实现农村与县城快递物流的无缝对接，有效化解农村电商“最初一公里”和“最后一公里”的难题。加大对冷链物流的投入建设力度，为鲜活农产品进城提供品质保证。（责任单位：各地级以上市人民政府，省邮政管理局，省商务厅、交通运输厅）

3. 加强农产品追溯体系建设。开展针对电商的农产品追溯体系建设。通过实行“一品一码”或“一村一码”等，对农产品生产主体、农产品流通过程等信息进行追溯。建立农产品追溯数据信息共享机制，建立健全农产品电子商务监测统计制度。（责任单位：省商务厅、农业厅，省食品药品监督管理局，各地级以上市人民政府）

（二）打造区域公用品牌

根据我省相对贫困地区的资源禀赋、农业产业结构等，在我省国家级和省级电子商务进农村综合示范县（市、区）内，结合“一村一品”、“名特优新农产品”、“广东十大名牌”等项目，重点对产品覆盖率不低于县属60%贫困村的产品，选取一个或多个

个主打品类，对产品进行统一注册、统一包装、统一生产标准和统一推广，打造区域公用品牌。根据区域发展程度的不同，逐步在其他地区实施“一县（乡、村）一品”或“多县（乡、村）一品”工程。通过区域统筹提升地区综合竞争力，防止重复建设和资源浪费。（责任单位：省商务厅、农业厅，各地级以上市人民政府）

（三）激活农村电商扶贫市场主体

支持各类电子商务平台与龙头企业、农业种养与加工基地、农副产品营销大户等主体对接，培育一批农村电商精准扶贫龙头企业、创业致富带头人。因地制宜地打通“电商+创业带头人+贫困户”、“电商+农业龙头企业+贫困户”、“电商+农民专业合作社+贫困户”、“电商创业模范+贫困户”等多种利益联结模式。鼓励电商企业、平台、网店等，优先采购、销售贫困户农特产品，为贫困户提供代购生产生活资料、代办缴费购票等业务，积极配合贫困户及其家庭成员的安置就业等。鼓励贫困户通过电子商务创业就业，分类引导其参与农特产品的种植、包装、物流、网络销售及推广运营等环节。通过激发各环节的积极性，积极推动农村电商扶贫由被动“输血”模式向主动“造血”模式转变。（责任单位：省商务厅、农业厅，省扶贫办，团省委）

（四）创新农村电商运营模式

推动相对贫困地区农产品线上线下融合发展。加强与传统鲜活农产品零售渠道的合作，推动在大型社区设立扶贫地区产品体

验店、自提点和提货柜，建立农产品“基地+城市社区”直配的农产品出村模式。主动对接国内大型电商平台的地方特色馆、特产馆，针对相对贫困地区不同农产品的特殊性而采取预售、众筹等多种模式，搭建线上销售平台。以委托生产、订单农业等形式，大力发展乡村旅游与农特产品销售捆绑经营模式。支持在传统节假日、网络促销节点、扶贫日等时段，举办贫困地区名优特产网购网销、年货节等线上线下互动活动。（责任单位：省商务厅、农业厅，省工商局、旅游局，省扶贫办，各地级以上市人民政府）

（五）加强农村电商扶贫人才保障

建立农村电商讲师团及带头人数据库。依托商协会、培训机构及全省高等学校、职业院校，聚集创业指导专家、农村电子商务专家、农业技术专家、电商行业优秀企业家组成农村电商带头人专家讲师团，落实专家和带头人帮扶制，组织讲师与带头人一对多的帮带培养方式。探索建立科学课程体系，不断完善电商基础理论课程、以及开设网店、微店、网络营销等实操性课程。在积极培训当地政府官员、农村留守人员的基础上，加大政策支持力度，引导高等学校、职业院校电商专业学生及异地务工人员返乡开展电商创业，从而为农村地区的电商发展提供源源不断的智力支持。（责任单位：省商务厅，省扶贫办，省教育厅、人社厅、农业厅，团省委，各地级以上市人民政府）

（六）拓宽农村电商资金来源渠道

推动各地市、各部门优化整合财政资金，支持电商精准扶贫项目。探索引导金融资本或金融机构通过设立基金、发展普惠金融等方式支持贫困地区优势特色产业发展。充分发挥支农再贷款、扶贫再贷款、再贴现等多种货币政策工具以及扶贫小额信贷的作用，引导金融机构加大对电商扶贫企业和建档立卡贫困户的信贷投入。（责任单位：各地级以上市人民政府，省财政厅、农业厅、商务厅、旅游局、金融办，省扶贫办，人行广州分行）

（七）加强宣传推广，扩大示范带动效应

及时总结农村电商精准扶贫成效，通过报纸、广播、电视、网络、宣传册、宣讲会等多渠道宣传创业能手、致富典型，对成功经验加以推广复制。通过舆论引导、实地调研学习等，吸引更多的企业、平台、行业商协会及大学生、各类返乡务工人员等主动参与到农村电商精准扶贫工作中来。定期举办电商扶贫经验交流会或座谈会，对表现突出的电商扶贫企业和个人进行表彰。（责任单位：省商务厅，省委宣传部、省扶贫办，省新闻出版广电局，团省委，各地级以上市人民政府）

三、组织保障

（一）加强组织协调力度

1. 建立省级联动协调机制。建立商务、财政、扶贫、农业、金融等多部门组成的电商扶贫联动工作机制，定期开展工作推进会，及时跟踪总结工作推进情况。

2. 明确各贫困村所属市、县（市、区）的主体责任。市县两级分别成立工作领导小组，由各地级以上市政府领导、县（市、区）政府主要领导任工作领导小组组长。各县（市、区）切实履行好农村电商精准扶贫工作主体责任，做好各项工作。

3. 建立珠三角和粤东西北相对贫困地区的帮扶机制。在省扶贫工作现有的对口帮扶机制下，各对口帮扶市、各受援市政府落实电商扶贫事项，重点在项目、资金、人才方面加大对贫困地区帮扶力度，实现区域间的“帮扶带”，推动我省农村电商精准扶贫工作全面开花。

（二）加强监督检查，确保工作成效

建立电商精准扶贫工作监督检查机制，通过电视电话会议、现场调研、专项检查、日常提醒等方式掌握各地电商扶贫工作推进情况和财政专项资金使用情况，加强对地方电商扶贫工作的检查和监督指导。建立健全电商精准扶贫绩效考核机制，重点考核财政资金的使用以及通过电子商务手段带动贫困村、贫困户外销农特产品、创业就业、收入增长等情况。