精准扶贫公益性农产品团购平台

【篇一：2016电商精准扶贫调研报告】

**2016电商精准扶贫调研报告**

**2010年和2012年中央一号文件中强调了农村电子商务的重要性，在2014年中央一号文件中又指出构建农村电子商务平台，加快农产品进城的迫切性。2015年8月国务院扶贫办提出将电子商务工程纳入扶贫开发体系，着力推进电商扶贫工程，有效地提高扶贫绩效。通过电商的现代营销途径将贫困地区的特色农产品进行开拓和培育，做到“农产品进城”， 从而实现农村电商发展的自我造血功能，缓解城乡贫富差距的不断拉大。必须清醒的认识到扶贫工作不会因此而终结，收入最低的农村低收入群体纳入政府帮扶范围，从而全面消除农村贫困人口，逐步提高农村低收入人群的收入水平，是新时期一项长期的系统性工作。政府应敏锐地捕捉到电商发展带来的机遇，积极策应“互联网+”战略，顺势而为大力发展农村电子商务，充分利用国内有实力的电子商务进农村创建扶贫攻坚示范区试点，加快探索电商扶贫的途径和办法，促进电子商务与精准扶贫深度融合，不仅使农村电商“活”起来，更让贫困群众因电商“富”起来。**

**一、具体建议包括以下几个方面：**

**一、构建人才培育体系，增强脱贫之技，引导贫困户进入电商产业价值链。为帮助有脱贫能力的贫困对象加快脱贫，坚持“精准分类选对象，精心培育强本领”相结合的原则，重点挖掘有电商从业脱贫的对象，帮助贫困对象掌握电商实用技能，增强脱贫能力。对贫困对象较多、发展电商意愿较浓的贫困村予以重点打造，着力改造成“电商村”或“淘宝村”。同时，加大了对贫困对象的培训力度，借力电商培训，帮助贫困对象树立脱贫之志，掌握脱贫之技。**

**二、完善产业之链，构建双向互动的网销体系，实现农产品进城。坚持因地、因人施策的原则，针对贫困地区、贫困对象的实际情况，积极探索电商扶贫到户、参与产业链扶贫、分享电商溢出效益等模式，构筑网货供应体系，切实帮助贫困对象“借网”致富。在政策上，探索改革创新，摸索贫困户通过“土地入股”等创新模式，降低准入门槛，增加贫困户的土地收入，实现增收脱贫的目的。在产业发展上，一方面，依托工业产业，通过分享溢出效益，帮助贫困对象致富。通过实施“电商企业+贫困户”的模式，企业网上接订单，贫困对象家门口搞生产，既解决了企业招工难问题，又帮助了贫困对象解决了就业难问题，实现企业发**

**展、贫困对象“脱贫双赢”。另一方面，加大了产品标准化、品牌化生产力度，鼓励创建无公害、绿色、有机食品以及开展qs认证，大力支持农民合作社、家庭农场、种养大户加强合作，重组合并，形成特色农业的o2b、o2c模式创新，培育壮大一批具有特色效应的农业示范企业。**

**三、构建行政推进体系，凝聚发展之力，打造电商扶贫成长优质软环境。成立负责电商扶贫工作领导小组，负责领导、组织、协调和调度各地电商扶贫工作。深入调研电子商务产业发展工作，出台相关政策方案、意见、办法，为推动电商扶贫工作简历良好的后援环境。**

**眉山市青神县是革命老区县，是中国竹编艺术之乡、椪柑之乡和机械产业集群百强县。青神县委、县政府紧紧依托自身资源和品牌优势，坚持一切为了项目的理念,突出三抓三提升的工作理念，即“抓好滨江新区，提升青神品质”、“抓好竹编产业，提升青神形象”、“抓好机械产业，提升青神实力”。青神县为全力助推电子商务发展，按照建立一个机构(县智慧办)、创建一个场地(电商基地)、打造一个平台(xx易网科技公司电子商务运营平台)、组建一个团队(企业、业主、电商成立电商协会)、完善一个配套服务(物流配套)、发展一个新业态(品牌引领特色产品)的“六个一”发展思路，通过政府引导、基地承载、企业引领、协会凝聚、物流配套、全民参与，发动凝聚全县各级力量，共建网店350家，从业人员达到2000余人，火烧木、竹藤家具、平面竹编、椪柑、茶叶、腊制品等农、特产品年网上交易额近1亿元。青神县人民政府提出“小而不悲,难而不惧,奋斗不息,创新不已”的理念下,建设全国第一个县域智慧城市,统筹整合全县信息资源,突出智慧产业、智慧政务、智慧民生三大板块,将青神建设成为西部第一、全国一流县级智慧城市。青神县出台《关于建设“智慧青神”的决定》,成立智慧青神推进办公室,明确要求要把智慧产业作为第一抓手,大力发展电子商务,统筹推进智慧政务、智慧民生,创新模式,力争通过5年的努力,把青神建成信息化强县。**

**通过第三方专业运营机构和青神电子商务协会的本地化运作,在青神县建设青神电子商务运营基地,通过营造全民淘宝的氛围,协助全民网上开店创业,应用电子商务的手段,结合当地产业优势,推进青神经济社会跨越式发展来实现弯道超车。同时,把青神“东坡初恋地、国际竹艺城”的文化底蕴宣传向全国乃至世界,把竹编产业、土特产,旅游产品等销往世界各地,打造中国西部第一个全民淘宝县。建立青神电子商务运营基地是为了顺应电子商务时代的需求，充分发挥电子商务产业集群优势，联合政府、协会、企业及相关社会资源建立的围**

**绕电子商务，集供应、培训、支付、物流、孵化等一体的产业运营基地。该基地规划分两期建设，一期为期两年，累计投入3000万元，两年内将协助5000名创业者网上创业，推动全县电子商务交易额至少达到3亿元;二期为期三年，力争全县电子商务交易额至少达到10亿元。青神县将搭乘产业电商平台快车，以全民上网，全民参与，着力打造中国西部第一淘宝县为基础，走出一条符合青神特色、青神实际的网销之路，向外界打响智慧青神这张名片，从而实现“弯道超车”。2013年青神县被xx省商务厅评为省级农村商务信息服务试点县。调研组在老丈母腊肉销售店参观学习时，其负责人刘冬为我们介绍，该企业通过在淘宝网上建立卖家店铺，年销售额可达500万元以上。**

**二、中国扶贫基金会电商扶贫模式**

**9户种植户户均增收300元。9月10日的活动便是对这种模式的第一次试水。通过基金会联系协调，雅安市扶贫局从当地众多的猕猴桃合作社中选出见阳村合作社，市农发局制定猕猴桃一类果标准，只有在大小、硬度和甜度等方面符合标准的一类猕猴桃才能参加此次活动。合作社负责收验社员送交的猕猴桃，并组织人工选货、装盒。最后，所有的猕猴桃在装盒后被申通快递运送至1400多名购买者手中。18元/斤的售价最终形成的分配是：**

**12元给农户，3.5元为仓储、人工分装以及包装费用，1.5元返给合作社作为发展资金，1元捐给中国扶贫基金会，作为基金会继续开展电商扶贫的经费。其中，并未涉及物流费以及电商平台的推广费用。**

**电商扶贫模式试水成功，让其他合作社纷纷心动。另一家猕猴桃合作社负责人陈普庆在活动还未结束时便找到基金会，要求加入。李世忠和陈普庆所在的两家合作社都出产大量“黄心”猕猴桃，基金会便组织了17日的推广活动。**

**“上次活动卖了6000多斤，主要是考虑到第一次试水，投入数量不敢太多。”此次推广活动将售卖20多吨“黄心”猕猴桃，比第一次卖出的数量多出数倍，第一次活动初期，基金会联系了很多明星艺人转发“公益扶贫、助力雅安”的淘宝界面微博，转发量超过了1500万次，大多数购买者就是通过转发的微博进入淘宝的。而17日的推广活动依然会请众多明星大v们助力传播。10月17日的推广活动平台为淘宝聚划算，并会被设置为聚划算首页。另外，参与此次活动的申通物流不再免费，而是以运输成本价承运。9月的活动售卖了6000多斤猕猴桃，物流成本共计两万多元，尚在物流公司的公益扶贫能力范围内。“以后要长期做下去，不可能让物流一直免费，电商平台同样如此。”淘宝网聚划算平台一位营销负责人介绍，聚划算平台本身就拥有相当可观的网络自然流量，而且17日的这场推广活动被设置在首页，因此需要付出相当的推广成本。电商扶贫如果要长期进行下去，参与的电商平台和物流公司，以及分拣包装等各个环节都需要保证有利可图，当然前提是让农户实现增收。根据基金会的测算，在各方共赢的模式下，扣除所有成本，农户每卖出1斤猕猴桃，可多收入**

**2.5元;雅安猕猴桃亩产保守估算为2000斤，每亩则能多收入5000元;中等规模的种植农户每收一季猕猴桃，可多收入数万元。**

**三、存在的制约因素**

**(一)互助资金。通过实地考察调研组发现，望苍县实施互助资金项目，破解了贫困农户资金短缺难题，探索出财政扶贫资金与农民生产经营相结合的有效方式，创新了扶贫开发机制并放大了财政扶贫资金使用效益，促进了农村社区和谐，转变了政府职能，催生了农村专业合作组织。尽管望苍资金互助合作社的发展取得了明显的绩效，但在发展过程中还存在着有待突破的瓶颈问题。**

**1、互助资金总量偏小。项目村种子资金在15—25万元之间，社员交纳的互助金和积累的公积金十分有限，资金总量严重不足，与众多农户的需求差距较大。**

**2、个别互助社借款率不高。一是受打工潮的影响，农村青壮年劳动力纷纷外出务工，老人、妇女和儿童在家留守，他们缺乏劳动能力，发展愿望淡薄，导致个别偏远互助社借款率不高;二是目前互助社最高借款额度只有5000元，因物价上涨、种养殖成本较高等因素，5000元已不能满足借款农户生产发展需要，导致借款率不高。**

**3、个别互助社自我管理能力不高。农村外出务工人员呈逐年增加趋势，留守在家的多是妇女、儿童和老弱病残之人，因而所选出的互助社管理人员年龄结构偏大，文化程度较低，加之业务管理人员缺乏相关的金融政策、财务政策、产业政策等知识，导致管理能力较低，不能适应新形式的需要。**

**(二)电商扶贫。调研组发现，电商扶贫也需具备很多先期条件。青神县电商扶贫模式是通过政府引导、基地承载、企业引领、协会凝聚、物流配套、全民参与，发动凝聚全县各级力量共同参与电商扶贫。建立了县智慧办统筹负责、创建有一定规模的电商基地，以xx易网科技公司为电子商务运营平台，组织企业、业主和电商共同参与，与物流公司合作完善电子商务配套服务，突出火烧木、竹藤家具、平面竹编、椪柑、茶叶、腊制品等农、特产品等当地品牌引领特色产品的宣传与推广的发展思路，以全民上网，全民参与，着力打造中国西部第一淘宝县为基础，走出一条符合青神特色、青神实际的网销之路，向外界打响智慧青神这张名片。而雅安是借助中国扶贫基金会广泛的资源优势，当地通达的乡村交通道路，能够满足现代物流的要求，并且有品种优良、规模可观的猕猴桃产业，能迅速和电商平台融合，达到产业扶贫效果。因此，具有商业推广价值的产业和便捷的交通是电商扶贫的实现前提。目前全国很多贫困县可能都不具备这个前提。电商扶贫的模式，只能是对现在主流扶贫形式的补充，在基础设施已初步完善、现代营销思维尚有欠缺的贫困落后地区能产生一定效益，最基本的扶贫，还是需要靠发展产业、改善基础设施来完成。**

**四、下一步工作建议**

【篇二：电商精准扶贫实施方案】

**(说明，此文档是word文档，下载后可直接使用)**

**为深入推进电子商务精准扶贫，结合全市电子商务发展现状，特制定本实施方案。**

**一、目标任务**

**以国家实施“互联网+”战略为契机，通过财政资金引领，培育农村电商环境，设立电商扶贫试点，建立村级电商服务体系，整合农村优势特色产品、对接市场。到2017年，全市具备条件的村全部完成村级电子商务服务站建设，贫困户能通过电子商务销售自产产品、购买生产生活资料，交易额逐年递增。**

**2016年：完成建立组织机构、摸清底子、制订方案计划、营造氛围等电商精准扶贫基础工作；全市在运营村级电子商务服务站80家。 2017年：各镇电子商务服务站实现全覆盖，全市在运营村级电子商务服务站达到120家，基本实现物流快递到乡镇，功能覆盖到村，配送能力大幅提高，物流成本显著下降，流通效率极大改善。农民群众能通过电子商务销售当地特色产品、购买生产生活资料，电子商务在镇、村的普及应用程度有明显提升。 二、工作措施与责任分工**

**（一）壮大电商经营主体。健全完善市电子商务服务中心运营和管理，推进电子商务服务站建设，充分利用村级便民服务中心、农村超市等现有资源，大力实施“电子商务进村工程”，积极推广“一村一店”模式。依托阿里巴巴农村淘宝项目和电商产业园为贫困户开设网店提供策划、培训、客服、代运营等专业服务。对不具备开办网店**

【篇三：关于精准扶贫电商支持计划的实施方案】

**关于精准扶贫电商支持计划的实施方案**

**关于精准扶贫电商支持计划的实施方案**

**为深入贯彻落实省委、省政府《关于扎实推进精准扶贫工作的意见》，加快电子商务扶贫步伐，探索精准扶贫新路径新模式，特制定本方案。**

**一、目标任务**

**以xx个贫困县（市、区）和xx个插花型贫困县（市、区）为重点区域，以xx个特困片带、xx个建档立卡贫困村为重点对象，以持续增加贫困群众收入为核心，扎实抓好党政推动、市场运作、基础配套、协会牵引、试点示范等关键环节的工作，从2015年到2017年，全省xx%以上的贫困乡实现利用电子商务销售当地特色产品，交易额年均增长xx%以上，全省xx%以上的行政村通固定和移动宽带，绝大多数贫困村宽带网络全覆盖。从2018年到2020年，全省贫困地区基本普及电子商务应用，实现“三有一能”目标，即县有农村电子商务服务中心，乡有电子商务服务站，村有电子商务服务点，贫困户能通过电子商务销售自产产品、购买生产生活资料，交易额年均增长xx%以上，全省贫困地区宽带家庭普及率大幅提高，4g网络全面覆盖。**

**二、主要措施**

**（一）建立行政推进体系。在市、县、乡建立健全电商扶贫领导机构和工作机构，负责电商扶贫的顶层设计、政策制定、协调指导、工作推进、检查考核等。层层成立电商协会，形成政府、协会、驻村工作队共同推进电商扶贫的工作机制。**

**（二）建立网店服务体系。完善县电商服务中心、乡服务站和村服务点功能及配套设施，为贫困地区网店开设和运营提供策划、培训、it外包、美工、客服、代运营等专业服务，健全上下游服务链；依托国家、省级电子商务示范基地和各地电商产业园、创业孵化园，为贫困地区网商提供创业孵化服务。**

**（三）建立网货供应监管体系。确定特色主业、主打产品，按照规模化种植、标准化生产、商品化销售的要求，加工适宜网络销售的优质产品。扶持农产品加工企业通过产业化经营，带动贫困户从事网货生产加工，建立完善的供应体系。认证一批网货供应定点企业，为网店提供充足丰富的货源。加强农特产品网货监管，制定农特产品生产加工标准，指导企业、合作社和农户按标准种植、生产、加工、包装，从源头保证网货供应质量；抓好流通环节质量监管，建立网销产品质量追溯体系，对流通环节进行监测，杜绝质量隐患。**

**（四）建立网络物流体系。加快贫困乡村宽带网络建设，采取有线无线结合的办法，扩大网络覆盖面。支持快递物流企业在贫困乡村设立服务网点，鼓励发展面向乡村的“草根物流”，建立完善的物流体系，提高网货配送效率。**

**（五）建立人才培训体系。制定培训规划、方案，整合现有培训资源，构建由政府相关部门、社会团体、高等（职业）院校及电商龙头企业为主体的电商扶贫人才培训体系。发挥国家电子商务继续教育甘肃分基地和淘宝大学（兰州）等专业机构作用，有针对性地开展多层次培训，共建电商扶贫人才培训和实践基地，实现电商扶贫管理人员和从业人员培训全覆盖。**

**（六）建立考核评价体系。把电商扶贫纳入扶贫工作体系，与其他扶贫工作同安排、同部署、同检查、同考核、同奖惩。围绕“三有一能”目标，建立电商扶贫统计通报制度，重点考核网店数、销售量、交易额及带动贫困村、贫困户外销农特产品，以及帮助贫困户增收脱贫的情况。**

**三、重点工作**

**（一）宽带网络建设。省通信管理局、工信委等有关部门研究制定加快农村信息基础设施建设的具体措施，加快推进“宽带中国”战略，推动贫困地区光缆入乡、入村、部分光纤入户，行政村通宽带和连片特困地区行政村互联网覆盖。**

**（二）物流快递支撑。多形式、多渠道、多类型发展物流快递服务业。通过物流补贴、税费减免等方式，鼓励和扶持物流企业在贫困乡镇建立符合电商发展需要的物流配送门店，在贫困村建立快递服务点，开展集中收购、集中配送，到2017年实现物流快递乡镇基本覆盖，功能覆盖到村。**

**（三）网店规模壮大。因地制宜、因户施策，多形式、多方法扩大网店经营规模。采取教育培训、资源投入、市场对接、政策支持、提供服务等方式方法，帮助贫困户开办网店，销售农产品。通过与当地电商龙头企业、网络经纪人、能人大户、专业协会开展贫困户网店“一对一”对接，帮助贫困户提高网店运营效益。对暂不具备开办网店条件的贫困村，鼓励乡镇干部、大学生村官、未就业大学生和贫困村在校大学生以及致富能人，在乡镇服务站、县服务中心或电商扶贫产业园内开设扶贫网店，代销农特产品。**

**（四）网络品牌培育。按照“一县一业”“一村一品”的原则，大力发展特色产业，培育特色品牌。支持农产品“地标保护”“绿色”“有机”“无公害”等资质的申报认证，加强贫困地区特色产品品牌化建设，提升产品品质、价值和知名度。建立电商扶贫农特产品目录库，对全省优质特色农产品种养规模、产量产值、品质特色开展调查摸底统计，确定主导品牌，编制省市县特色主导产品目录。引导支持贫困乡镇至少培育一个特色农产品生产、加工、包装、销售的龙头企业，进行认证挂牌管理和扶持。**

**（五）金融服务支撑。将电商扶贫纳入扶贫小额信贷支持范围，对开办网店、从事网货生产销售的贫困户和带动贫困户生产销售网货产品、带动效果明显（以销售贫困户产品为主）的企业和网店，给予免抵押、免担保、5万元以下、三年以内的小额信贷支持，政府按基准利率全额贴息。鼓励农村信用社、农村商业银行在贫困乡镇设立服务网点，村设立金融服务代办点，改善农村网店支付、结算等金融服务条件。**

**（六）试点示范引领。在58个贫困县（市、区）和17个插花型贫困县（市、区）每县选择1个乡镇，每个乡镇选择3个村，开展电商扶贫试点工作。各市（州）、县（市、区）按照试点方案迅速安排启动，指导试点乡、村制定路线图，确定时间表，高标准、高质量地做好试点工作。实施好国家电子商务进农村综合示范县项目，开展省级电子商务示范县创建，加快电子商务向农村特别是贫困地区覆盖。积极推进阿里巴巴集团“千县万村”、京东集团“千县燎原”和苏宁“农村电商”计划的落地，利用大平台提升我省电商扶贫质量水平。**

**四、强化保障**

**（一）组织领导。电商扶贫工作实行“省上指导、市州协调、县负总责、乡村落实”的工作体制。总体工作在省扶贫攻坚行动协调推进领导小组统一领导协调下开展，由省商务厅、扶贫办负责工作指导和推进；各市（州）扶贫领导小组做好协调和检查指导工作；各县（市、区）扶贫领导小组对电商扶贫负总责，具体负责本县（市、区）电商扶贫各项工作的协调落实。各乡（镇）和贫困村为具体实施单位，要整合乡（镇）电商办和扶贫工作站力量，抓好电商扶贫各项工作的落实。贫困村“两委”班子、双联单位和驻村工作队要配合做好电商扶贫项目实施、政策宣传、组织培训和各项政策措施的执行。**

**（二）责任分工。围绕做好电商扶贫工作，靠实各部门的职责任务。扶贫部门负责贫困村、贫困户基本情况、需求清单和规划计划的制定，以及综合协调、进度通报、监督检查、年度考核等工作；商务部门负责做好电商大平台引进、本土平台培育、网货促销、物流配送、人才培训、业务指导和监督检查等工作；农牧部门负责建立覆盖全过程的农**

**产品质量安全监管制度，严格农业投入品管理，推进农业标准化生产，完善农产品质量安全考核评价制度等工作；农工办负责把电商扶贫作为驻村工作队和帮扶单位的一项重要职责，纳入驻村帮扶年度考核；通信管理、工信等有关部门负责做好协调电信、移动、联通、铁塔、广电网络等企业加快贫困村宽带网络建设工作；工商、质检、食药部门负责做好网上销售产品的资质认证、质量安全监管和诚信体系建设，加大网络市场监管力度等工作；财政部门负责做好电商扶贫配套资金保障工作，制定出台财政奖励扶持办法。**

**（三）技能培训。省上重点抓好示范性培训，以县（市、区）为主体，做好电商扶贫的系统培训和专项培训。把电商扶贫培训纳入“两后生”培训范围，列入年度计划，加大培训力度。采取“走出去”与“请进来”、课堂教学与现场观摩、专家理论讲解与店主现身说法相结合等多种形式开展培训，务求培训效果，提高培训质量。以市（州）、县（市、区）为主体，加强对网店经营者的专业培训，重点对网上开店、网店装修、客服、运营推广、产品拍照美化及店铺管理维护工具等操作技能进行培训，帮助掌握利用电子商务销售产品的一般流程，并能独立运用电子商务平台开展业务，确保每个贫困村至少培训一名电商应用人才和信息员。**

**（四）考核奖惩。商务、扶贫等部门要建立健全电商扶贫部门协作机制，对电商扶贫工作进行季度检查、半年通报、年底考核，推动各项重点工作任务落实。每年评选表彰一批全省电商扶贫成效突出的“明星网店”和“诚信网店”，给予奖励；对销售假冒伪劣产品、损害甘肃电商扶贫形象的不良行为，采取行政、经济、法律等手段予以惩罚。**

**（五）宣传引导。加大电商扶贫的宣传力度，在报纸、电视、广播和网络等主流媒体上开辟专栏，进行跟踪式专项宣传报道。充分发挥微博、微信等新媒体的作用，灵活运用微博话题、微信栏目，对电商扶贫工作持续开展宣传报道。依托双联行动，充分发挥村级组织和群众在电商扶贫中的重要作用，尤其要及时总结和宣传推广电商扶贫工作中的好做法、好经验，营造电商扶贫的浓厚舆论氛围。**