

要求,市财政局、市扶贫支援办、市商务局会同相关部门定期统计和通报购买、销售受援地区农产品情况,专项统计采购贫困地区物业服务情况,加强对各单位政策执行情况的监督检查。(市扶贫支援办、市财政局、市商务局、各区、各相关部门)

## (二)完善提升销售平台强化精准产销对接。

4. 进一步发挥北京市消费扶贫双创中心市场化平台作用。落实市委常委会要求,突出“消费扶贫+菜篮子”目标,持续完善“1+16+3+N”的运营模式,即搭建1个展示展销体验推介平台,建设16区消费扶贫分中心,线下、线上、社会动员3种营销主体模式,引入N个市场资源要素品牌对接,打通受援地区农特产品生产、运输、包装、销售等全产业链条;持续提升线上线下展示交易、特色扶贫产品产业创新、社会力量动员、产业化要素服务、信息共享与宣传推介等五大功能。(市扶贫支援办、市商务局、市国资委、市财政局、市总工会、首农食品集团、各前方指挥部和挂职干部团队、各区等)

5. 完善16区消费扶贫分中心和商场超市批发市场消费扶贫专区专柜。按照工作机制到位、牵头企业到位、带贫机制到位、企业和产品目录到位、支持政策和资金到位、双创到位、宣传推介到位、成效总结到位等“八到位”要求,提升16区消费扶贫分中心功能;在完善超市发、京客隆、家乐福、首航、物美、百货大楼、城乡集团、新发地、岳各庄、石门等商场超市批发市场的消费扶贫专区专柜基础上,组织引导基本便民商业网点、标准化示范门店、连锁便