

同时,充分运用市场机制,采取比选招标确定相关经营企业并由其负责专柜的设计生产、布放调试、选品配送、经营结算、维护管理、风险防范等全流程运营,负责生活馆的设计、装修、展陈、进销扶贫产品等全部建设运营事项,自负盈亏。

(二)强化产品和企业认定,建立健全带贫机制。严格按照国务院扶贫办的相关要求,由包括北京市扶贫支援的7省区在内的西部地区对进入专柜、生活馆销售的扶贫产品及市场主体的基本信息、带贫能力等进行审核,并对通过审核的市场主体及其产品进行公示、复核、报备,向社会推广推介并主动接受监督。专柜至少要安排50%货品为扶贫产品,生活馆示范基地必须全部销售扶贫产品,并优先安排北京市扶贫支援的7省区90个县的扶贫产品不低于50%比例;专柜和生活馆要设定年度基数并按照不超过每年总销售额的1%设立扶贫专项基金,专门用于北京市扶贫支援工作。

(三)注重央地协同联动,创新建立长效机制。按照国务院扶贫办强调的消费扶贫与东西部扶贫协作、中央单位定点扶贫相结合的要求,积极争取国务院扶贫办协调中央在京单位联动,开展专柜布设运营,重点销售中央定点单位扶贫产品;依托中国社会扶贫网、中国扶贫志愿服务促进会,协调社会力量全方位参与专柜布设运营和生活馆建设运营。会同西部地区,特别是北京市扶贫支援的7省区,共同加大政策支持力度,在创新试点的基础上,推动专柜和生活馆与西部地区通过线下线上建立长期稳定的购销合作,