

入校舍维修改造资金 188.9 亿元，其中中央财政 49 亿元，大大增强了农村中小学校舍维修改造的可用财力。全年全国共维修改造校舍 2354.6 万平方米，其中 D 级危房 1190.7 万平方米，农村中小学校舍安全状况得到进一步改善。

2008 年是全国实施保障机制改革调整完善政策的第一年，加上 2006、2007 年的资金（不含教师工资因素），三年来全国财政累计投入农村义务教育经费保障机制改革资金约 2117 亿元，其中：中央财政约 1093 亿元，地方财政 1024 亿元。这些政策落实后，学校运转水平明显提高，农民教育负担明显减轻，小学生年均减负约 250 元，初中生年均减负 390 元，加上生活补助费，小学生年均减负 750 元，初中生年均减负 1140 元。农村中小学校办学条件进一步改善，校舍维修改造长效机制全面建立，为农村中小学校舍安全提供了制度保障。

三、全面免除城市义务教育学杂费，确保惠民政策落实到位

免除城市义务教育阶段学生的学杂费，是贯彻实施《义务教育法》、构建社会主义和谐社会的内在要求，也是继全面实施农村义务教育经费保障机制改革后的又一项重要政策。2008 年 8 月，国务院发布了《国务院关于做好免除城市义务教育阶段学生学杂费工作的通知》（国发〔2008〕25 号），决定从秋季学期开始，全面免除城市义务教育阶段公办学校学生学杂费，并对在接受政府委托、承担义务教育任务的民办学校就读的学生，按照当地公办学校免除学杂费标准给予补助。免除学杂费的标准，按照各省级人民政府确定的城市义务教育阶段学校“一费制”中杂费标准执行。城市义务教育免除学杂费所需经费，中央财政对中西部地区按照 5:5 的比例给予奖励性支持；对东部地区，根据接收进城务工农民工随迁子女就业及财力状况等因素，逐省确定奖励比例。对于 2008 年春季以前已经免除学杂费的省份，从其免除之日起，给予一次性奖励资金。

2008 年，中央财政共安排免学杂费及进城务工农民工子女义务教育奖励性资金 39.8 亿元，专项用于各地城市义务教育阶段学校的公用经费补助和薄弱学校改造。全国共有 2531 万名城市义务教育阶段学生享受到了免学杂费的政策或相应补助，990 万名学生得到了免费的教科书，61 万名家庭经济困难学生获得了生活费补助。免除城市义务教育阶段学生学杂费，有效减轻了城市居民负担，标志着我国已全面实现了九年制免费义务教育。

四、提高贫困地区义务教育水平，促进义务教育均衡发展

（一）支持 42 个未“普九”县实现“两基”目标。2008 年中央财政安排专项资金 10 亿元，通过开展寄宿制学校改扩建工作，改善办学条件，帮助西藏、青海、云南、甘肃和四川 5 个西部省区 42 个未“普九”县在“十一五”期间实现“两基”目标。

（二）扎实推进农村义务教育阶段学校教师特设岗位计划。为解决西部地区教师数量短缺、教师队伍整体素质偏低

等问题，从 2006 年开始，财政部与教育部等有关部委共同实施了“农村义务教育阶段学校教师特设岗位计划”，招募合格的高校毕业生担任特设岗位教师，到县以下农村中小学任教，所需资金由中央和地方财政共同承担，以中央财政为主。2006—2008 年，共招聘特岗教师约 5.9 万人，覆盖 490 多个县。中央财政累计安排资金 20.25 亿元，其中 2008 年安排 11.01 亿元。这项计划，对于创新农村教师补充机制、提高师资水平、扩大高校毕业生就业渠道，发挥了重要作用。

（财政部教科文司供稿，宋 斌执笔）

实施家电下乡 打造促进消费的政策平台

家电下乡是深入贯彻落实科学发展观、积极扩大内需的重要举措，是财政政策的创新和突破。其主要内容是，顺应农民消费升级的新趋势，运用财政政策，引导开发、生产适合农村消费特点、性能可靠、质量保证、物美价廉的家电产品，并提供满足农民需求的流通和售后服务；对农民购买家电下乡产品给予一定比例的财政补贴，以激活农民购买能力，扩大农村消费，促进社会主义新农村建设；拉动消费，带动生产，均衡内外需协调发展。这项工作开展以来，经过了从试点到推广、产品品种增加、实施范围扩大、政策力度加大的过程，收到了“农民得实惠、企业得市场、经济得发展、政府得民心”的实效。

一、统筹部署、稳步推进家电下乡工作

（一）精心准备，试点先行。2007 年 11 月财政部、商务部联合发布了《关于印发家电下乡试点工作实施方案的通知》，决定自 2007 年 12 月 1 日开始，先行在工作基础较好的山东、河南和四川 3 省及青岛市启动家电下乡试点。试点期间，对试点省市农民购买彩电、冰箱（含冷柜）和手机三类家电下乡产品，给予销售价格 13% 的财政补贴。

（二）总结经验，稳步推进。经过半年多的试点，从家电下乡试点情况看，财政补贴家电下乡产品销售量大幅增长，截至 2008 年 6 月底，3 个试点省份共销售财政补贴家电产品 230 万台，与 2007 年同期比较，销售量增长 40%，增幅提高 30 个百分点。同时，中标企业也在开拓农村市场中尝到了甜头，积极完善家电生产和农村流通服务体系。鉴于试点成效明显，2008 年 10 月，经国务院批准，财政部、商务部联合发布了《关于印发家电下乡推广工作方案的通知》，决定从 2008 年 12 月 1 日开始，在试点的 3 省 1 市继续实施家电下乡政策的同时，将家电销售及售后服务网络相对完善、地方积极性较高的内蒙古、辽宁、大连、黑龙江、安徽、湖北、湖南、广西、重庆和陕西等地纳入推广范围。同时，补贴产品增加洗衣机类。为保持政策公平，家电下乡在各地实施的时间（含 3 省 1 市的试点时间）统一暂定为 4 年。

(三) 适应形势, 全国推广。针对当前国际金融危机对我国经济的影响情况, 为扩大国内需求, 改善民生, 拉动消费带动生产, 促进经济平稳较快增长, 2008年11月19日国务院第36次常务会议决定在全国推广“家电下乡”。根据会议精神, 财政部会同商务部、工业和信息化部发布了《关于全国推广家电下乡工作的通知》, 明确自2009年2月1日起, 在全国实施家电下乡政策。补贴产品新增加摩托车、电脑、热水器和空调四类, 各省区从中自主选择两类实施。2009年2月27日, 财政部会同商务部、工业和信息化部根据国务院第51次常务会议精神又发布了《关于加大家电下乡政策实施力度的通知》, 将摩托车、电脑、热水器、空调“4选2”政策调整为全国推广, 补贴产品新增加微波炉和电磁炉, 每户每类限购1台补贴产品放宽到2台。

二、精心设计、逐步完善, 充分发挥政策“惠农”作用

家电下乡政策是一项立足开启农村消费市场, 涉及广大农民切身利益的“惠农”政策。因此, 在政策设计与实际操作的各个环节都充分体现了支农、惠农、强农的政策初衷, 并在实践中不断完善相关政策, 确保最大程度发挥政策的“惠农”作用。

(一) 合理确定下乡家电种类与限价标准。下乡家电种类的选择, 综合考虑了多方面的因素, 如大部分中低收入农民消费升级所需的大件消费品; 产品单价较高, 通过补贴能够有效调动中低收入农民购买积极性; 产品的技术、性能比较成熟, 生产厂家比较集中, 售后服务体系比较完善, 不会产生补贴产品购买后的质量、服务等纠纷; 农民消费意愿较强, 产品的销售增长潜力大; 产品的生产能力大, 对出口依存度高, 外贸摩擦较多。在综合考虑上述因素的基础上, 试点期间, 选择了彩电、冰箱(冷柜)和手机三类家电作为下乡产品, 随着试点范围的不断扩大, 下乡家电的种类逐步添加了洗衣机、摩托车、电脑、热水器、空调、微波炉和电磁炉七类, 基本涵盖了农民生产、生活所需的主要家电种类。此外, 对下乡产品的销售价格作出了明确限定, 鼓励生产及销售企业薄利多销, 中标产品价格普遍低于市场同类型产品价格, 更大程度的实现让利于农民。随着家电下乡工作由试点到全国推开, 又逐步提高了部分种类下乡家电的限价标准, 如彩电由每台1500元提高至3500元, 丰富了产品的档次, 让广大农民更大程度的享受政策优惠。

(二) 严格生产及销售准入。为使家电下乡产品符合农村消费特点, 切实维护农民利益, 防止将城市商品简单推向农村甚至将滞销商品向农村转移, 财政部、商务部制定了严格的家电下乡产品标准, 在节能、环保、耐用和安全等方面提出了明确要求, 并引导企业通过简化不适合农村消费的功能和包装, 降低生产成本, 确保家电下乡产品质量可靠、功能实用、价廉物美。从招标情况看, 许多生产企业有针对性地研发了适合农村的新产品, 在保证产品质量的基础上, 还增加了很多适应农村消费环境的新功能。同时, 对家电下乡产品承销企业提出了较高要求, 承担家电下乡任务的销售企业须有较强实力、信誉要好、农村市场网络要健全, 可以是

零售企业, 也可以是生产企业设立的经销公司或省级代理商。鼓励工商联手, 引导企业建立面向农村的家电生产流通体系。从实际运行情况看, 通过招标产生的家电下乡产品承销企业普遍具备较强的实力与良好的信誉, 较好的完成了家电下乡承销任务。

(三) 逐步简化补贴兑付程序。针对媒体反映的有些地区补贴兑付不及时、假冒家电下乡产品等问题, 2009年4月, 财政部会同商务部、工业和信息化部等家电下乡部际联席会议成员单位联合发布了《家电下乡操作细则》, 对家电下乡操作办法作出重大调整, 决定在16个省、自治区、直辖市及计划单列市进行简化补贴程序改革试点。解除生产企业发货登记与销售网点录入环节间的制约关系, 取消乡镇财政所审核、县财政局兑付环节, 改为销售网点代审、乡镇财政所复核兑付。按细则规定, 农民提出补贴申请后的15个工作日内, 即可领取到补贴资金, 比原办法规定的33天缩短一半以上, 为农民申报、领取家电补贴提供了极大便利。

三、落实资金来源, 加强资金管理, 确保政策落到实处

(一) 积极落实资金来源。确保家电下乡补贴及时、足额发放到农民手中是家电下乡政策落到实处的关键。考虑到家电下乡工作的重要性及基层财政相对困难的实际情况, 家电下乡补贴资金由中央财政和省级财政共同负担, 其中, 中央财政负担80%; 省级财政负担20%。另外, 对新疆、内蒙古、宁夏、西藏和广西5个少数民族自治区及汶川地震51个重灾县实施家电下乡的地方配套资金, 由中央财政全额承担。2009年中央财政安排家电下乡资金200亿元(含摩托车下乡补贴), 截至2009年3月底, 已经预拨家电下乡补贴资金102亿元(其中摩托车下乡补贴35亿元)。《家电下乡操作细则》进一步加大了家电下乡工作的政策保障力度, 明确要求各地财政部门安排家电下乡工作经费, 中央财政对地方予以适当补助; 规定对改革地区承担代理审查工作的销售网点, 中央财政按代理审核产品量, 给予每个产品0.5元的定额补助; 中央财政还将在搞活流通扩大消费专项资金安排中, 对各地完善家电下乡流通网络给予适当奖励。

(二) 切实加强资金管理。为加强对家电下乡补贴资金的管理, 3省试点期间, 财政部发布了《家电下乡补贴资金管理暂行办法》, 全国推开后, 又发布了《家电下乡补贴资金管理办法》, 明确规定, 补贴资金按照专项转移支付资金国库集中支付有关规定, 纳入国库单一账户体系管理, 实行国库集中支付。补贴资金的管理和使用遵循公开透明、分级负担、定向使用和动态监管的原则。同时, 还对补贴资金的测算、拨付、清算及补贴资金的申报、兑付都做出了明确、严格的规定。为保证补贴资金及时发放到位, 家电下乡补贴资金采取年初预拨、下年清算的方式。即根据测算的各省补贴资金数额, 本着从紧的原则, 预先将中央财政应负担补贴资金的80%拨付到省级财政部门, 省级财政部门落实地方应负担部分并及时预拨到县。实施过程中, 实际补贴资金如果超过预算, 由省级财政部门先行垫付中央财政补贴资金缺口部分, 待中央财政补贴资金到位后, 由省级财政部门归垫。

这种办法既能避免超拨造成资金结余,影响财政资金发挥效益,一旦发生超预期销售,也能保证政策及时到位。

四、加强部门协调,完善工作机制,充分发挥政策合力

家电下乡工作从生产到销售到补贴核拨环节比较多,涉及的主管部门也比较多。家电下乡政策制定过程中及实施后,各有关部门依据职责分工,分别就家电下乡补贴办法、招标方式、产品标准制定、市场监管、政策宣传等方面做了大量工作,保证了家电下乡政策的科学性与合理性,确保了家电下乡工作的顺利推进。为进一步加强部门间协调,提高家电下乡组织实施工作的效率,经国务院批准,2009年1月财政部会同商务部、工业和信息化部、国家发展和改革委员会、中宣部、农业部、环境保护部、供销总社、国家税务总局、国家工商总局和质检总局等11个部门,建立了家电下乡部际联席会议制度,共同组织、指导和督促家电下乡政策的实施。部际联席会议制度建立后,各相关部门通过参加联席会议,就家电下乡产品生产、销售、售后服务、对生产和销售企业的监督管理及资金保障等有关问题进行了认真研究,出台了有关办法,为家电下乡工作进一步取得实效提供了有利的制度保障与政策支持。

五、家电下乡工作取得实效

(一) 农民得实惠、企业得市场。家电下乡政策实施后,农民实实在在得到了好处,改善了民生,拉动了消费,促进了农村家电市场的消费升级,促进了经济较快增长。截至2009年5月31日,239家中标流通企业共销售下乡家电987万件,销售总金额为153亿元,共进行补贴备案623万件,其中,补贴完毕621万件,累计发放补贴12.2亿元。家电下乡产品不仅质优价廉、售后服务有保障,农民还能得到产品价格13%的补贴。这不但提高了农民生活质量,丰富了农民精神文化生活,还有效地帮助农民了解国家政策、获取市场信息、学习生产技术。实施家电下乡4年,有望使农村主要家电产品拥有率达到城市2000年水平,城乡家电普及率差距由目前的近20年缩小到10年。

(二) 缓解金融危机对家电行业的冲击。受国际市场影响,家电出口受阻,行业发展遇到较大困难。推广家电下乡,为企业调整结构、促进行业健康发展拓展了空间。我国农村2亿多户家庭,农村家电普及率提高1个百分点,每种家电可以增加200多万台(件)的需求。2008年,四川长虹、青岛海尔、河南新飞和江苏白雪等许多中标企业在试点省份的销售都大幅增加,其中海尔和新飞冰箱的销售增幅达90%,长虹手机超过80%。

(三) 节能减排政策得到具体落实。补贴产品是节能产品,如冰箱比市场同类产品节电25%—30%,彩电比市场同类产品节电20%以上。仅按试点地区2008年6月底前的补贴类彩电、冰箱销量,测算寿命期内可节约约27亿度,接近于60万千瓦机组电厂全年发电量,相当于节约92万吨标准煤;减少二氧化碳排放270万吨;农民减少电费支出约16亿元;减排二氧化碳按100元/吨计算,通过清洁发展机制

能增加收入2.7亿元。

(四) 农村生产和流通服务体系进一步完善。实施家电下乡后,中标企业减轻了一定产能压力,主动将工作重心转向农村,积极研究开发适销对路的产品,开拓和整合农村家电流通网络,营造了有利于农村家电消费的环境。如宽电压、强信号的彩电,耗电低、冷冻量大、环保的电冰箱,强信号、待机时间长、方便收发农业科技和市场信息的手机,宽电压、宽水压、洗涤量大、方便排水的洗衣机等,“适农”产品的开发得到企业的重视。家电下乡净化了农村的家电市场环境,打击了假冒伪劣,原来松散的农村营销渠道逐步规范,连锁经营得到了发展。

(财政部经济建设司供稿,孙志执笔)

握指成拳 汇聚力量 支农资金整合显成效

为解决长期困扰“三农”资金投入分散、效益低下的问题,各级财政部门积极探索支农资金整合的新路子,不断深化支农资金整合工作,加大支农资金整合力度,支农资金整合取得了显著成效,有力地促进了农业农村经济的发展。

一、不断深入推进支农资金整合

(一) 以县为主统筹安排使用财政支农资金。县级是国家强农惠农政策最终落实的平台,以县为主整合支农政策资源,统筹安排支农资金,是现行支农资金管理体制下最为现实的选择,也是推进支农资金整合的切入点和重要抓手。2006年,财政部整合了部分支农专项资金,作为引导性资金,在13个粮食主产省区选择26个试点县,支持其开展支农资金整合试点。2008年,财政部进一步创新机制,建立了支农资金整合的奖补制度,将安排引导性资金支持和推动县级支农资金整合的做法,改为各地先自主整合,中央财政考评后给予奖励。在中央财政的示范带动下,各省级财政部门支持和引导县级进行支农资金整合试点的力度也不断加大,试点县的规模不断增加,中央和省两级财政支持的资金整合试点县由2006年的162个扩大到2008年的511个。各试点县围绕全县发展规划,以促进农业农村发展、农民增收为重点,以优势特色主导产业或重点项目等为平台,对来自各种渠道的支农资金按照“多个渠道蓄水、一个龙头放水”的办法,进行集中整合,统筹安排。如,黑龙江省铁力市、江西省丰城市、湖北省京山县和河南省滑县整合各级各类涉农资金,支持粮食主导产业的发展。贵州省凤冈县、江西省于都县、安徽省明光市、广东省德庆县和内蒙古自治区科尔沁区等立足当地资源优势,统筹安排资金分别支持茶叶、脐橙、甜叶菊、柑桔和食用菌等优势特色产业的发展。山西省石楼县以建设移民新村重点工程为平台,2003—2008年累计整合涉农资金3.35亿元,进行山、水、田、林、路综合治理,极大地改善了农村人居环境和生态条件。陕西省柞水县发挥