发挥政府采购政策功能 支持乡村产业振兴发展

湖北省财政厅

湖北省深入贯彻落实党中央、国务院关于巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的决策部署，积极组织开展政府采购脱贫地区农副产品工作。截至2022年底，湖北省在全国脱贫地区农副产品网络销售平台（以下简称“832平台”）上累计注册预算单位23135家，累计入驻供应商3442家。2022年完成采购额13.4亿元、销售额25.3亿元。采购额、销售额以及供应商数量三项主要指标均继续保持全国第一位，成功实现2020年、2021年、2022年三连冠，切实解决了脱贫地区农副产品滞销卖难问题，有力支持了脱贫地区乡村产业发展，持续带动脱贫户稳定增收，持续激发脱贫人口自力更生自我发展的内生动力，受到广泛好评。

加强组织领导，完善工作机制

一是高位推进。湖北省高度重视政府采购脱贫地区农副产品工作。2023年，在省政府出台的《关于更好服务市场主体推动经济稳健发展接续政策的通知》中，明确要求加强脱贫地区农副产品公共采购支持力度，全省各级预算单位按照不低于年度农副产品采购金额15%的比例，通过“832平台”落实采购任务，带动农副产品销售收入20亿元以上；鼓励国有企业通过“832平台”等网络销售平台采购脱贫地区农副产品。省财政厅党组认真贯彻中央及省委省政府工作部署，将政府采购支持乡村产业振兴工作纳入省财政厅乡村振兴领导小组重要议事日程，重点部署、重点督办、重点考核。

二是建立厅内统筹督办机制。在省财政厅乡村振兴领导小组领导下，形成政府采购管理处牵头抓总、各资金管理处室对口联系督办机制，保障政府采购支持乡村振兴工作有力有序开展。

三是建立部门协同推进机制。财政、农业农村、乡村振兴部门及供销社、工会每年联合发文，明确政策要求。定期召开联席会议，研究协调解决问题，形成推进工作合力。

四是建立宣传培训机制。印发政策汇编，制作PPT课件，开展线上培训，多途径宣传政策要求。2022年，全省政府采购系统在省部级以上媒体发表文章达317篇。2023年，省两会期间，在《湖北日报》专版宣传湖北省政府采购支持乡村产业振兴等工作。

需求端发力，稳定需求管理

一是提高预留比例。每年明确各级预算单位按照不低于年度农副产品采购金额15%的比例预留采购份额，且预留金额原则上不低于上一年预留金额，通过“832平台”采购脱贫地区农副产品。督促各地、各部门在财政部规定的时限内，完成预留份额填报任务。2023年，湖北省在“832平台”预留食堂采购金额5.5亿元，预留工会采购金额3.4亿元，均高于上一年度预留金额。通过预算单位预留采购份额，形成稳定的需求预期，实现从需求侧引领供给侧乡村产业振兴发展可持续。

二是鼓励工会组织及个人采购。湖北省明确，在巩固拓展脱贫攻坚成果过渡期内，各级预算单位工会组织可按照职工每人每年不超过500元的标准，优先通过“832平台”等平台采购脱贫地区农副产品，或者向职工发放“832平台”等平台消费券，鼓励职工个人

通过“832平台”微信小程序绑定所属单位、采购脱贫地区农副产品。

三是支持企业及社会力量采购。支持和鼓励各级预算单位引导所属企业或管理、联系的企业以及行业协会、商会、慈善机构等社会组织，组织动员爱心企业、爱心人士等社会力量在“832平台”参与消费帮扶。

内力加持，打通供应难点

一是专项资金支持。2022年，省级安排促进市场体系建设专项资金3.82亿元，大力支持县域商业体系建设、农村电商、农产品供应链等重点领域，补齐县域商业基础设施短板，优化促进农民增收和乡村振兴。如恩施州开启“组团消费”帮扶新模式，专项安排消费帮扶资金，对消费帮扶贡献突出的企业进行奖补。

二是供给侧严格把关。湖北省28个脱贫地区财政部门会同农业农村、乡村振兴部门及供销合作社等不断完善工作机制，协调解决供应商推荐入驻及产品上架“832平台”面临的困难和问题。各级农业农村、乡村振兴部门做好脱贫地区供应商入驻“832平台”审核推荐、农产品质量认定等工作，省以下各有关部门认定和复核时间原则上不超过3个工作日。

三是产品质量可追溯。各级财政部门督促协调农业农村、乡村振兴部门及供销合作社等，指导供应商按照平台要求进行产品包装和标识并加强自控自检，协调有关部门按照国家农产品和食品质量安全标准对平台在售产品开展质量安全检测，推动实现农副产品带证销售和质量可追溯。如建始县推动农民专业合作社联合抱团发展，成立农民合作经济组织联合会、农民专业合作社联合社188家，汇集乡村产业振兴帮扶合力，推动乡村特色产业做大、做强、做优。

市场引领，产销对接促销售

一是开展产销对接活动。按照采购需求和市场导向，组织开展脱贫地区农副产品展示展销活动，集中推介、展示、销售特色农产品。鼓励各类电商平台、社交新媒体、网络直播平台打造脱贫地区农副产品专区、专栏，并给予流量支持和平台使用费用减免，帮助脱贫地区农副产品销售。打造了全国首档行进式乡村助农移动直播行动—“穿越北纬30° 助农大直播”，提升湖北农产品品牌影响力。脱贫地区加强与中直省直定点帮扶单位和重点省份协作，开展农副产品“进机关、进学校、进食堂、进企业、进社区、进景区”活动。充分发挥各涉农生产、贸易协会、商会及异地商会的桥梁纽带作用，与省内外重点行业和地区深入开展产销对接活动，扩大农副产品的市场份额。

二是坚持以消费促生产。支持脱贫地区产品和服务优化结构、提质增效。强化产业带动，围绕湖北省特色农产品打造供销“九大商”（大茶商、大粮商、大渔商、大虾商、大果商、大菜商、大药商、大农资（肥）商、大棉商），形成“龙头企业+基地+合作社+农户”的产业链条，以产业发展巩固拓展脱贫攻坚成果。

三是实现产品融合发展。如恩施州加强恩施生态文化旅游与特色农产品宣传融合，将“恩施腊肉”“恩施硒茶”“富硒小土豆”等特色农产品打造成恩施区域公共品牌。

结果导向，确保政策措施落实

一是加强督促指导。建立定期通报工作机制，将“政府采购脱贫地区农副产品政策执行情况”纳入全省政府采购重点工作推进情况通报范围，定期通报预留采购份额、已填报预留份额预算单位占比、已完成采购额、预留份额完成比例、供应商数量及销售额等重点指标完成情况，督促指导各级预算单位在“832平台”开通管理账号、交易账号，及时填报预留份额，加快采购执行进度。如鹤峰县13家主管部门采用“一站式”会审，全环节做好供应商入驻和产品上架的对接、组织工作，做到随报随审、同步会审，保障了市场主体产品申报、上架高效。

二是加强检查考核。将政府采购支持乡村产业振兴工作纳入全省市县党政领导班子和领导干部推进乡村振兴战略实绩考核，纳入各级财政年度政府采购监督检查和监督考核。不断完善细化考核指标，确保政策实效可持续。

责任编辑 刘慧娴