

农业农村部信息中心

农信函〔2019〕24号

农业农村部信息中心关于印发 《“110”网络扶贫创新活动实施方案》的函

各有关省、自治区、直辖市农业农村（农牧）厅（局、委）信息中心，各有关县（市、区、旗）党委、人民政府及农业农村局，北京字节跳动科技有限公司：

为贯彻落实习近平总书记关于扶贫工作重要论述特别是在主持中央政治局第十二次集体学习时的重要讲话精神，充分发挥融媒体、内容电商、大数据等互联网技术和信息化手段助力打赢脱贫攻坚战的独特优势，推动落实全国农业农村部门信息中心系统、有关互联网企业投身脱贫攻坚的政治和社会责任，农业农村部信息中心联合有关单位制定了《“110”网络扶贫创新活动实施方案》。现印发你们，请结合实际，协同推进，抓好落实，务求实效，为决战决胜脱贫攻坚作出积极贡献。

附件：“110”网络扶贫创新活动实施方案

农业农村部信息中心

2019年5月27日



附件：

“110”网络扶贫创新活动实施方案

为深入贯彻落实习近平总书记关于扶贫工作重要论述特别是在主持中央政治局第十二次集体学习时的重要讲话精神，充分发挥融媒体、内容电商、大数据等互联网技术和信息化手段助力打赢脱贫攻坚战的独特优势，推动落实全国农业农村部门信息中心系统、有关互联网企业投身脱贫攻坚的政治和社会责任，农业农村部信息中心（以下简称信息中心）与北京字节跳动科技有限公司（以下简称字节跳动）共同研究决定，2019年在贫困地区选择110个县（市、区、旗，以下统称县）组织开展“110”网络扶贫创新活动（以下简称“110”创新活动），即打造10个核心示范县，辐射带动100个县。实施方案如下。

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实网络强国战略思想，坚持精准方略，坚持新发展理念，坚持推动高质量发展，坚持以供给侧结构性改革为主线，紧紧围绕打赢脱贫攻坚战这个决胜全面建成小康社会的关键任务，以攻克“三区三州”等深度贫困堡垒为重点，以推进新媒体和电子商务融合发展为突破口，创新网络扶贫机制模式，推进传统农业数字化改造，实现信息创造价值，增强贫困地区内生发展

动力，促进农业品牌建设、农产品销售和乡村旅游发展，为如期全面打赢脱贫攻坚战、压茬推进乡村振兴战略提供强有力的信息化支撑。

二、基本原则

（一）需求导向。以实际需求为工作方向，以贫困地区自愿申报为原则，确定 10 个核心示范县，100 个辐射带动县。根据贫困地区特色资源、农产品市场和旅游开发程度及脱贫需求，开展调研并制定具有针对性和可操作性的执行方案。

（二）创新驱动。以贫困地区特色产业为重点，以生产者、经营者为主体，以互联网、大数据等现代信息技术为手段，以短视频、直播等内容传播营销为方式，创新网络扶贫模式，创建工作机制，促进贫困地区特色产品宣传推介、产销衔接。

（三）以点带面。重点打造 10 个核心示范县，壮大主导产业，培育农业品牌，培养扶贫达人，促进农产品销售，发展乡村旅游，探索可借鉴、可复制、可推广的做法、机制和模式。同时采用集中培训、网络宣传、农产品销售和咨询指导等方式，辐射带动 100 个县。

（四）协同推进。相关参与主体要齐心协力、协作协同、各司其职，共同确定主导产业，注重调动和激发家庭农场、合作社和下乡返乡人员的积极性，每个县集中打造一个特色农业品牌。同时充分发挥字节跳动投入带动作用，鼓励地方政府及相关企业积极投入，形成强大的推进合力。

三、主要目标

通过“110”创新活动，让 110 个县特色农业品牌知名度显著提升，助力网络销售爆发式增长，带动农民增收能力明显增强，把当地特色产业培育成为脱贫攻坚乃至乡村振兴的支柱产业，实现当年提出、当年实施、当年见效。

（一）打造特色农业品牌。围绕贫困地区特色产业和特色资源，确定主导产业和特色产品，利用融媒体、内容电商、大数据等新技术新手段，为 10 个核心示范县打造 10 个特色农业品牌，示范引领 100 个辐射带动县农业品牌建设。

（二）培养扶贫达人。通过线上线下专题培训、流量扶持、咨询指导等方式，培养“三农”信息创作、农村内容电商等复合型人才，打造一批扶贫达人，提升贫困地区农民信息化素养，显著提高 110 个县农民利用新媒体开展网络营销的能力。

（三）创建网络扶贫新模式。发挥全国农业农村信息中心系统网站行业优势，发挥字节跳动旗下今日头条、抖音短视频、西瓜视频、火山小视频等平台的技术和流量优势，创建集品牌打造、产业培育、培训赋能、内容生产、精准传播、产销匹配、电商经营于一体的网络扶贫新模式，助力网络销售爆发式增长。

（四）网络扶贫取得显著成效。一是核心示范县特色农业品牌累计曝光量不低于 10 亿次，农产品累计网络销售额不低于 1000 万元；二是辐射带动县上线开店企业不低于 200 家，上线产品及规格不低于 1000 个，累计网络销售额不低于 500

万元；三是 110 个县累计完成线上线下培训学员不低于 7000 人次，由学员生产的扶贫类信息不低于 6 万条，用户累计阅读量不低于 6000 万次；四是“110”创新活动成果惠及不低于 2 万户贫困户。

四、工作任务

（一）开展调查研究，确定核心示范县执行方案。信息中心和字节跳动等单位组成联合调研组赴核心示范县进行特色产业和特色资源调研，与当地政府部门共同确定主导产业。字节跳动与核心示范县政府确定执行方案，明确组织机构、培训计划、品牌建设、营销策划、推介方式、经费投入、预期效果等。

（二）开展专题培训，培养扶贫达人。字节跳动针对 10 个核心示范县开展线上线下新媒体运营专题培训，就近分类组织周边辐射带动县代表参加。培训内容：内容创作、网络营销、电商销售技能等；信息中心牵头组织 5 期农业农村电子商务培训班，选调学员向参加“110”创新活动的贫困县倾斜。培训内容：农业农村电子商务应用与实践、农业农村电子商务助力脱贫攻坚、农产品流通与品牌创建等。

（三）开辟平台和通道，培植特色农业品牌。梳理整合 110 个县特色产品和特色资源，将其纳入字节跳动“山货上头条”、“山里 DOU 是好风光”，以及信息中心中国农业信息网扶贫专题等，融合有关中央媒体、部属媒体、各省（区、市）农

业农村网站、有关社交平台开展矩阵式、立体式宣传，增强传播力和影响力，提升贫困地区特色农业品牌知名度和美誉度。

（四）探索网络扶贫新模式，为脱贫攻坚增添新动能。聚合全国农业农村信息中心系统网站及字节跳动信息分发平台的品牌、资源、技术、传播等优势，实现扶贫达人生产信息内容、立体式矩阵式信息传播、多媒体联合展示产品、信息宣传与产品销售相融合等方面的创新，建立可借鉴、可复制、可推广的网络扶贫机制和模式，为脱贫攻坚增添新动能。

五、组织实施

（一）成立“110”创新活动领导小组。信息中心和字节跳动牵头成立领导小组，负责“110”创新活动总体统筹协调，指导方案制定、组织实施、监督管理、总结宣传等。领导小组下设办公室，承担方案编制、日常管理、联络协调、信息统计等。

（二）成立县域“110”创新活动工作小组。核心示范县在领导小组和所在省（区、市）农业农村信息中心指导下，成立工作小组，由党委政府有关负责人任组长，负责当地网络扶贫创新活动各项政策措施落地落实。辐射带动县参照执行。

（三）职责分工。

1. 信息中心：牵头组织制定“110”网络扶贫创新活动实施方案，负责组织指导“110”创新活动的实施。在职责范围内为“110”创新活动的开展提供组织协调、支持保障和优质

服务。

2. 字节跳动：参与制定“110”网络扶贫创新活动实施方案，指导制定核心示范县执行方案。利用自身资源，发挥在技术、人才、资金和流量等方面优势，为有效推进“110”创新活动实施提供有力保障。

3. 有关省（区、市）农业农村信息中心：参与“110”创新活动调查研究，组织本省（区、市）“110”创新活动的贫困县参加各项培训和有关活动，承担有关“110”创新活动工作督导、品牌宣传、模式推广和工作总结等。

4. 有关地方政府：在“110”创新活动中发挥主体作用，协调当地资源，推进“110”创新活动落地实施。负责当地执行方案制定、信息报送和活动组织，为“110”创新活动提供各项必要条件。

六、保障措施

（一）加强组织领导。各核心示范县和辐射带动县要高度重视，切实担负起抓落实的责任，统筹协调相关部门和市场主体，建立有效工作机制，形成工作合力，切实保障各项工作顺利实施。各参与单位要加大人员、资源和资金投入力度，按计划推进，确保“110”创新活动当年提出、当年实施、当年见效。

（二）制定执行方案。各参与单位要以本实施方案为基础，开展调查研究，开展网络扶贫需求分析，以问题为导向，结合

自身条件，突出单位特色，制定具体执行方案，明确工作职责，细化工作措施，制定实施路线图和时间表。

（三）发挥示范作用。各有关单位既要重点打造 10 个核心示范县，又要积极推动 100 个辐射带动县实施好“110”创新活动。适时开展经验总结、模式提炼、案例宣传，并积极向其他贫困地区推介推广，开创网络扶贫新局面。

（四）开展工作评估。坚持以目标为导向，强化过程管理，突出示范引领和辐射带动效能，建立“110”创新活动绩效评估标准。采取大数据评估、实地考察、工作督导等方式，对活动过程和结果绩效评估，确保活动取得实效。