华宁县2020年电子商务进农村

综合示范项目实施方案

根据《财政部办公厅 商务部办公厅 国务院扶贫办综合司关于做好2020年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建（2020）48号）、《云南省商务厅云南省财政厅云南省人民政府扶贫开发办公室关于做好2020年电子商务进农村综合示范项目及资金管理有关工作的通知》（云商电〔2020〕27号）以及《玉溪市人民政府办公室关于印发玉溪市2020年电子商务进农村综合示范项目实施方案的通知》（玉政办通〔2020〕36号）精神，结合我县实际，制定本实施方案。

一、总体要求及目标

深入贯彻习近平总书记考察云南重要讲话精神，落实省委、省政府打好“三张牌”部署，立足我县高原特色农业，以电子商务进农村综合示范项目为抓手，推动华宁县实施乡村振兴战略，建设和完善县乡村三级农村电商服务体系，促进农村发展、农业增效和农民增收。到2021年底，建成1个县级电子商务公共服务中心，建成1个县级电子商务公共物流仓储配送中心，改造提升现有场地资源建成5个乡镇电子商务服务站和38个行政村电商服务点（村级物流配送站点合并建设）；培育不少于10家电子商务小微企业；推动5家以上农业生产企业完成溯源体系全应用；实施电商精准扶贫工程，扶持5家以上电商扶贫示范企业开展扶贫产品标准化分级；农村网络零售额和农村产品（包括在线旅游等）网络零售额增长率高于全国农村平均水平；开展电子商务培训3000人次以上，培训对象满意度90%以上；项目实施期内，对示范县政府信息公开的投诉和举报次数10次以内。

二、基本原则

（一）政府引导，市场运作。转变政府职能，完善政策、优化服务、加强监管、强化示范引导，营造开放、包容、公平的发展环境。突出企业主体地位，广泛调动各类社会资源参与电子商务的积极性和创造性，优化资源配置，推动全县农村电子商务高质量发展。

（二）因地制宜，突出特色。依托现有产业发展基础，重点坚持精细化开发，差异化、错位化发展，促进产业化集群，引导产业向高质量、数字化转型，探索适合各地农村电子商务发展的新路径。

（三）强化服务，聚焦上行。加强农村电商公共服务体系建设，推动农产品、农村工业品、乡村旅游及服务产品电商化、品牌化、标准化，提高农村产品商品化率和电子商务交易比例，促进农业发展方式转变，推动全县一二三产业融合发展。

三、推进方式

以“六个统筹”“三个结合”“四个体系”为推进依据和原则，华宁县人民政府是项目推进的直接责任主体，县工业商贸和科技信息局、县财政局、县扶贫办为项目实施主体。建立项目推进协调机制，共同推进项目建设实施。

四、实施内容及任务

（一）县乡村三级物流体系建设

原则上以乡镇（街道）、村电子商务服务站点为依托开展业务。为合理调配资源，降低物流成本，县域物流由一家企业负责统筹，同时需整合第三方物流快递企业协同开展。

1. **县级物流配送中心建设。**改造建设1个面积不低于200平方的县级电商物流仓储中心，运营期3年；整合现有资源，引进多家物流服务企业入驻县级物流配送中心，县级物流快递仓储配送中心，配套分拣、包装、仓储等设施设备，合理配备运输车辆，设施设备、车辆3年内不得转户；推动建设县级冷链物流网络，与各乡村站点形成物流快递链条，解决农村物流配送“最后一公里”和农产品上行难问题。针对县乡村三级物流制定相应的管理和运营制度，建立一整套紧密贴合华宁县实际的农村电子商务服务体系和农产品上行物流服务体系。
2. **乡镇（街道）级物流配送中心建设。**在全县合理规划改造建设5个乡镇（街道）物流配送中心，乡镇（街道）物流配送服务中心可以与乡镇（街道）电子商务公共服务中心在场地上整合使用，分区提供功能服务，并配套相应的设施设备。
3. **村级物流配送站建设。**改造建设38个村级物流配送站，村级物流服务点应与村电子商务服务点在场地上整合使用，分区提供功能服务，并配套相应的设施设备。作为县级电子商务和物流配送服务中心在乡村开展服务的节点，可适当承担其他电子商务和物流配送企业的服务，同时，拓展村级站点代收代缴、代买代卖、小额信贷、生活服务等功能，增强电子商务服务体系可持续发展能力。
4. **县乡村三级电子商务物流体系。**县级电子商务物流仓储中心可建于交通便利处，场地周围便于停放物流运输车。乡镇（街道）、村的物流中转应建在适中位置便于货物中转，村级电商网点物流快递实现全覆盖。
5. **一个物流体系运营团队。**县级物流中心须由专业团队来运营，乡镇（街道）、村的物流体系相关工作人员优先由乡镇（街道）、村电商服务人员兼职。
6. **一个管理制度。**针对县乡村三级物流制定相应的管理制度、登记流程、产品货架归类制度、问题件处理流程、配送员考核及其它工作流程。农村物流配送要固定时间、固定地点、明确价格，每项制度及工作流程都应具有针对性、可操作性，保证后续能落实到位。
7. **一个长效机制。**县乡村三级物流体系需在现有的基础上充分整合社会物流资源，以行政方式推动，采取市场化方式解决，要处理好每个环节的物流中转衔接和每个环节所代表的利益分配。
8. **建设一个物流管理平台。**物流跟踪信息能够从县级物流仓储中心传达到农村，让农村群众实时查询到包裹在县域内的流转情况，享受包裹到达短信提醒等服务。

**9. 提高物流时效。**上行、下行配送到乡镇（街道）服务中心、村级服务站点48小时送达，行政村物流服务有效覆盖不低于50%。

（二）电子商务公共服务体系建设

华宁县电子商务公共服务中心（以下简称县级服务中心）是华宁县电子商务聚集区，集合运营中心、品牌推广与展示区、培训区等功能，为农村电商运营、品牌推广、培训提供主要场所。

通过建设县级服务中心，整合各方资源，衔接串联培训、物流、农村服务站、农村产品营销和供应链体系，解决理念、创业培训、创业指导、金融对接、电商氛围营造、农产品销售、电商公共服务、O2O农村消费等问题。通过汇聚资源，提供公共仓储、代发货等基础服务；加强品控，制定标准，辅以建立农村产品供应链上行体系，同时推动政府制定相关配套政策，整合资源，协助农村群众对接政府相关职能部门及第三方服务商（如：物流、金融）等，让有意参与乡（镇）、村的电商企业、农户等市场主体能够通过在县级服务中心找到所需要的相应服务。

县级服务中心应扎根于农村，服务于政府、企业及农民，通过各方资源与力量的汇聚，建设线上线下融合的公共服务体系，提供电商专业技术支持、培训孵化、产品对接、品牌建设和其他衍生增值服务等，使县域电子商务形成抱团合力、区域特点和优势，运营期不低于3年。

1. **建设配套设施完善的县级服务中心。**整合利用现有资源和场地，建成1个农村电子商务公共服务中心（不含土建），功能上包括运营中心、品牌推广与展示区、培训区等。根据物流、培训及交流需要，整合资源配备办公设备、创业孵化中心、会议室、培训教室、摄影摄像器材、直播间等为华宁县农村电商发展提供创业集聚场所，打造功能齐全、配套完善的县级服务中心，门头建设特征醒目“全国电子商务进农村综合示范项目”和“华宁县电子商务公共服务中心”等字样。

（1）配套有丰富电商经验的运营团队。经营企业需具有较高的电商公共服务平台运营水平，具备一定的电商公共服务平台运营经验，配备专职运营人员及办公设备，团队人员不少于5人，包括但不限于管理人员、接待讲解人员、专业技术人员等。要具备常规的业务对接、咨询等服务功能，提供产品图片拍摄、产品初步诊断、包装设计、产品文案编写、县域电商数据采集、整理、报送等基础电商服务内容，提供产品商标注册、电商代运营等增值服务内容，以及其他根据实际需要提供的特色增值服务内容。

（2）提供线上线下相结合的业务咨询和技术服务。设立一个独立的服务前台和线上体验区，结合县级服务中心现场专业服务人员，负责为县域内企业、网商、服务商提供业务咨询和技术服务。配备专门的线上服务平台系统，提供电子商务资讯，统计分析、服务内容展示、电子商务（远程）培训、本地电子商务企业展示功能板块，并通过线上系统及时采集县域电子商务发展基本数据，及时建立电商发展台账及农村、农户电商乡村振兴的精准档案和台账，台账数据符合上级有关要求，能够与上级相关系统实现对接，并按月协助有关部门完成相关数据填报工作。

（4）建立健全服务管理制度。制定完善的服务管理制度，包括公共服务中心服务项目公示、服务时间、设备管理、网站平台信息维护、投诉反馈、公共服务中心岗位职责和考核指标等方面的管理制度，每项制度都应具有针对性、可操作性，保证落实到位。

（5）建立电商创业孵化机制。在扎实有效推进电子商务进农村综合示范项目建设的同时，建立与完善电商创业孵化机制。通过建设创业孵化基地，为电商创业者，提供低租金、低费率的创业环境，通过积极引入企业、金融等资源，对接政府各项创新创业优惠政策，扶持各类有需要的企业。

（6）在三个月内开发完成公共服务中心官方网站、微信公众账号等线上平台，确保华宁县政策和信息及时发布，每年总体发布信息不少于500条，内容至少包括最新电商咨询、政策公告、人才培训、服务项目、企业目录等，无违法内容、符合一般编辑规范；在县乡村营造发展电商浓厚氛围。

（7）整合利用现有资源和场地，建成1个面积不低于1000平方的华宁县农村电子商务公共服务中心（不含土建），配备必要办公设备。

（8）一个运营团队。农村电子商务公共服务中心的运营团队配备不少于2名常驻的专职运营人员和不少于3名专职众创孵化服务人员（美工、运营、文案）。具备常规的业务对接、咨询等服务功能，根据本地实际提供特色增值服务内容，同时为县域企业和个体户提供创业孵化服务，入驻服务中心电商服务企业不少于10家。

（9）一个服务前台和线上体验区。设立一个独立的服务前台和线上体验区，并配备专业服务人员，负责为区域内企业、网商、服务商提供业务咨询和技术服务。在显著位置放置电子商务公共服务中心运营授权标识。为县域企业提供创业孵化服务，协助企业开设网店提升运营能力。继续面向网络经营主体提供开店咨询、包装设计、LOGO设计、网店装修、海报设计、门头设计、商品拍照、种养殖技术咨询、活动策划、网站建设、网店托管等服务。

（10）一个线上服务平台系统。具有以下功能模块：一是电子商务资讯，统计分析；二是服务内容展示；三是兴农电商公共服务平台；四是电子商务（远程）培训；五是本地电子商务企业展示。

（11）一套服务管理制度。包括但不仅限于会员服务登记及服务、县级服务中心服务项目公示、服务时间、设备管理、投诉反馈、公共服务中心岗位职责等方面的管理制度。每项制度都具有针对性、可操作性，保证落实到位。

（12）与农村物流网配送体系、农村电商服务网点形成联动机制，强化网点的农产品上行职能，推动农村特色产品特别是农村产品的销售。

（13）承担对国家电子商务进农村项目整体统筹工作。整合政府、项目承办方、企业等多方资源，协助主管部门制定电子商务进农村整体推进方案、政策，承担主管部门赋予的检查、监督、分析、汇报等职能，承担示范县整体验收材料的汇编和各个项目验收材料的辅导等统筹工作。

（14）每月向主管部门提交示范县工作推进工作报告，报告应当整合政府、企业、各项目、各承办单位、乡村振兴等内容。每季度制定一期我县农村电子商务内刊，综合一个季度的各类信息发放给县政府各个部门、企业等，承担政府主管部门交代的电子商务相关工作。

（15）加强电商宣传工作。推进电子商务深入“三农”，激发知识青年融合电子商务与本地优质特产资源进行创业的积极性，强化企业主利用互联网和电子商务实现转型升级的意识，继续挖掘电子商务优秀案例开展广泛宣传，在主流媒体上发布原创新闻稿件每年不少于30篇，公共服务中心官网、微博、微信公众号以及其他自媒体每年发布各类信息总数不少于500条。

2. **乡镇（街道）电子商务服务中心、村级电子商务服务站点体系建设**。

（1）在全县改造建设5个乡镇（街道）电子商务服务中心和38个行政村电子商务服务点。

（2）乡镇（街道）级服务中心要落实必要经营场地，以产品展示销售、宣传推广为主。室外统一门头，应有“全国电子商务进农村综合示范项目”和“华宁县XX乡镇（街道）电子商务公共服务站”。室内配备电脑、桌椅、宽带、电视、打印机、货架等必要的办公设备。服务功能可整合电商服务、便民服务、金融服务、物流配送点，统筹辖区内村级服务点的日常管理工作等。

（3）村级服务站收集本地特色农产品信息，汇总后对外发布信息、销售，实现“农产品进城，工业品下乡”；向村民宣传服务站各项功能、电子商务行业相关资讯、培养农村群众网上购物、商品线上销售、购买服务等习惯；帮助村民农产品线上销售，网上购物、实现网上代购提供快递收发服务和物流配送；围绕农村消费提供家政、票务、充值缴费、金融服务等便民服务，对外发布村级各项服务内容，并定期报送有关信息。

（4）村级服务点要落实必要经营场地，以产品展示销售、宣传推广为主。室外统一门头。室内可配备电脑、桌椅、宽带、电视、打印机、货架等必要的办公设备。服务功能可整合电商服务、便民服务、金融服务、物流收货点、物流配送点等。

（5）乡镇（街道）、村级电子商务服务站点建设改造经营期不少于3年。与5个乡镇（街道）物流配送中转站合并建设乡镇（街道）电商服务站，与38个村级物流配送点合并建设村级电商服务站。

（6）入户宣传。向村民宣传服务站（点）各项功能、电子商务行业相关资讯，提供农村电子商务普及培训，培养农村群众网上购物、商品销售、购买服务等习惯。

（7）网上代买代卖。帮助村民网上购物，并协助解决购物过程产生的纠纷等问题。

（8）便民服务。为村民提供水、电、宽带、话费等网上缴费，代收代发快递、车票代购、酒店预定、本地资讯等服务。与金融机构合作，提供小额取现、生产贷款等服务。对外发布村级各项服务内容。

（9）生产服务。与种子、农药、化肥等农资企业和供销社合作，依托村级服务点网上销售，开展技术指导。

（10）数据收集整理。乡镇（街道）、村服务站（点）农产品上行、消费品下行等数据整理并上报县级服务中心。

（11）乡镇服务中心负责指导监督辖区内村站日常工作。

（三）农产品上行体系及工业品下乡流通服务体系建设

积极引入外部电商资源、大型推广活动资源、媒体资源、电商运营、策划机构，针对我县核心特色农产品进行专业化品牌设计、传播、推广和标准化策划，打造一系列标准化、品牌化、电商化的本土产品，提高我县特色农产品附加值和知名度，提升农产品的品牌影响力，扩大销售规模，促进产业发展。

1. **打造区域公用品牌和农产品品牌推广。**打造1个区域公共品牌，建设华宁特色产品公共资源库，针对我县现有农特产业，精选优势农产品（华宁柑桔、华宁陶等），做好市场定位和品牌定位，由专业策划团队，依据定位方向开展品牌周边设计，农特产品对外的包装需要统一。为更好统筹制定华宁县公用品牌战略规划，在华宁农特产品建设方面分别从：名称、文化内涵、产品故事、宣传语、标志logo、VI、包装、广告、地理标识、标准字体、标准色、辅助图形、标准印刷字体、标牌旗帜、溯源等信息，线上线下全面开展宣传和推广工作。进行统一标准设计建设。通过一系列专业的、针对性的品牌策划方法和步骤，将品质好的产品，包装推广成为有较高附加值的知名商品，促进产品的影响力提升，服务期不少于3年。

（1）打造华宁农特产品文化。针对华宁农特产品对外宣传，在外地客商欣赏华宁美景的同时品尝美味的华宁农特产品，既能让华宁农特产品融入华宁县旅游文化，又能丰富华宁县旅游文化的多样性。线上线下推广宣传。通过电商平台宣传华宁农特产品，进行产品预热、预售；线下店在华宁农特产品上市时同步销售，所有门店大屏滚动播放华宁农特产品宣传片，线上、线下同步推广。

（2）核心农产品电商营销体系建设。目标打造华宁县区域公共品牌系列产品，结合国内知名大型电商平台、自有特色直销平台、社交平台、垂直平台等，搭建电商营销体系。运用B2C、O2O等电子商务营销模式，多形式开展农村产品销售和推广，同时利用平台销售数据及时了解运营情况，协同农产品网货化及品牌化建设成果，使我县特色农产品具备更强市场竞争力，促进农产品网络销售良性发展。

（3）农产品品牌规范化。基于我县本地产品特点，针对重点农业企业进行体系化认证及产品认证。辅助具备能力的企业完成“三品一标”的认证，通过“无公害食品”“绿色食品”“有机食品”及“地理标志产品”的认证，带动当地产品质量提升，逐步树立品牌。

（4）建设一个O2O展销中心。在县级服务中心建设一个具备网络超市条件的O2O展销体验区，面积不低于200平方。

（5）打造1个区域公共品牌，完成3个华宁特色产品品牌培育工作，培育不少于10家电子商务小微企业；积极开展农产品溯源工作，推动5家以上农业生产企业完成溯源体系全应用；实施电商精准扶贫工程，扶持5家以上电商扶贫示范企业开展扶贫产品标准化分级、包装策划设计，推动建立农特产品进网销售和直供社区等消费扶贫渠道；开展农产品网货化开发和推广营销，扩大华宁区域公共品牌知名度，增加全县农特产品销量。支持农产品生产企业建立SC认证。建立农产品上行相关宣传片、广告片等不少于5段，累计时长不少于30分钟。设计制作农产品上行宣传（册）、海报、户外宣传材料；必要时，建立公共品牌及示范性核心农产品大型户外广告。重点进行现场宣传，同时辅助以线下宣传，包括适当采用地级市以上传统媒体投放宣传。组织线下大规模宣传活动（专门组织的包括大型推介、现场售卖、试吃活动等）。

（6）每年组织或参加3场以上活动，挖掘本地农特产品资源，推广农产品市场，活动类型包含但不限于电商沙龙、电子商务大会、企业对接会、企业家联谊会等；每年在媒体上发布30篇以上新闻稿件对外宣传华宁县电子商务发展。

2. **农产品溯源体系。**购置有关影像采集、网络传输、数据采集等设备设施，采用二维码技术、移动互联网技术等关键技术，实现优质农产品的生产管理、加工、质量安全检测、流通、销售、营销服务等全程关键指标的追溯应用，通过建立优质农产品质量安全的全程敏捷追溯，构建从“田间到餐桌”的农产品溯源数据中心。

（1）建立华宁县重要农产品防伪溯源物联监管系统、农产品质量溯源服务网站和县级网销农产品二维码数据库，按照农产品种类，督促生产企业在所加工和网销的农产品上粘贴溯源追踪二维码，并提供该产品产地及农药化肥使用情况、日常管护情况等详细视频记录。分析平台扫码量、平台农事操作、月产品供应量、区域扫码对比。结合实际推广当地特色农产品溯源，建设农产品品质管理体系（含华宁重要产品防伪溯源物联监管系统，溯源标识，溯源一体机，农产品质量溯源服务网站，数据分析中心等）。开展农产品质量认证，实现农产品“生产有记录、信息可查询、来源可追溯、流向可追踪、责任可追究、产品可召回、质量有保障”，提高我县农产品“追溯、监管、营销”公共服务水平，服务期不少于3年。

（2）一套质量检测标准。采用二维码技术、移动互联网技术等关键技术，实现优质农产品的生产管理、加工、质量安全检测、流通、销售、营销服务等全程关键指标的追溯应用。

（3）一套质量溯源体系。搭建我县农产品质量安全追溯监管平台，针对不同产品的追溯监管需求，开发重要农产品生产、加工、流通、消费各个环节相关的子系统，汇集各类重要产品的追溯信息，形成互联互通、协调运作的追溯管理工作体系，实现信息存储、过程监控、问题发现、在线查询、统计分析等功能。

（4）农产品质量安全追溯标签管理。农产品可以根据需要自行添加和删除内容，并且设置标签数量，追溯码采用数字化加密的二维码，实现每一个标签对应唯一一个农产品（或批次）。

（5）发放农产品二维码标签不少于30万个，对于全面应用溯源标签的企业在服务期内免费提供无限编码。

（6）为每个溯源应用企业开发企业微信公众号。

（7）推动5家以上农业生产企业完成溯源体系全应用。实施电商精准扶贫工程，扶持5家以上电商扶贫示范企业开展扶贫产品标准化分级、包装策划设计，推动建立农特产品进网销售和直供社区等消费扶贫渠道。

3. **工业品下乡流通服务体系。**

（1）在完善县乡村三级公共服务体系和物流配送体系的基础上，加强与本地邮政、银行、电商企业、农资及商贸批发流通主体的合作，以乡村服务站为抓手，建立线上订货系统，依托农村电商物流服务体系，为乡村站点、便利店、便民超市等市场主体提供快销、食品、日化、家电、农资配送服务，推动农村电商物流快递与传统商贸流通企业实现统仓共配。

（2）通过开展农村消费大数据建设，掌握当地快销品、日用品消费习惯和规模数据。引导支持县域流通企业通过互联网平台开展信息发布、订单集中发配、网店与实体店数据共享，以乡镇（街道）为重点下沉供应信息及配送信息，开展集中采购、统一配送、直供直销等业务，提升商品品质，更好满足农村居民生活和消费需求。

（四）农村电子商务人才培训体系建设

1. 通过有规划、有步骤的培训，为华宁县农村电商各级各类参与者提供系统化的培训支持，培育电商意识、增强管理能力、提升实践技能，突破人才瓶颈，为电商进农村建设打下坚实的人力资源基础。建立覆盖对象广泛、培训形式多样、管理运作规范、保障措施健全的培训体系。

2. 提供公益性和市场化相结合的电子商务理论及实操培训，一方面加强对各级干部的宣传、教育、培训，提升创建电子商务进农村综合示范项目建设工作能力和业务素质，特别是强化基层干部的培训，增强基层干部对电商的理解深度。另一方面，采取多种形式对各级政府机关干部、驻村第一书记、驻村工作队员和本地电商企业、物流企业、合作社、种养大户、返乡青年、退伍军人等开展分行业的电子商务推广应用和技能培训。

3. 配备专门的办公场地、培训场地和实训机房，配备专业的培训工作团队和有电商知识、经验以及教学经验的讲师团队，制定讲师管理制度、考核制度、课件研发制度等相应的管理制度及工作流程。

4. 在培训规模方面，达成电商培训人数3000人次以上的目标，且转化率不低于3%。强化电商产业相关的人力资源规划和人才招揽策划，探索建立长效机制，引进优秀电商人才到华宁来落地发展。

5. 课程体系与师资力量建设根据我县特点和电商发展需要，开发既具前沿性，又因地制宜的电子商务培训体系，重点围绕我县农产品上行与供应链体系建设以及电子商务创新创业等内容，以面授和多媒体视频资料相结合的形式开展培训。课程体系应满足全县各阶层人士，包括电商理论基础知识、电商实操、电商创业、专题培训、在线学习平台等。结合乡村振兴战略，重点就农产品上行开展有关网店开设、宣传推广、产品营销等进行实操培训，并完善培训后服务机制。有计划地培养一批理论和实践能力强的农村电子商务专业人才，提高新型农业经营主体电子商务应用能力。同时引进电商名师资源，如知名电商企业创始人、淘宝大学讲师、高校电商讲师等为全县学员提供高品质、较完善的课程资源与师资支撑体系。

6. 课程组织与培训实施根据不同主体在电子商务发展过程中面临的不同需求，并结合电子商务发展的政策趋势、市场趋势和技术发展趋势，对全县涉及电子商务公共管理机构、电商企业、传统企业等管理者，以及电商创业人员，网店经营人员，进行全方位培训。其中：

（1）对电商创业者、网店经营者和有创业开设网店意愿的民众。以培训班、模拟演练和讨论会等形式，帮助其掌握先进理念，熟悉前沿科技，了解市场趋势。

（2）对驻村第一书记、驻村工作队员、村（社区）“两委”干部、大学生村官和退伍军人等。根据农村电商发展需要，开展针对性的电商知识和创业引领方面的培训。

（3）开展网上开店技巧。以网购操作和特色产品信息采集发布、创意设计、包装、营销技巧等技能培训，培养一批贫困地区的农村电子商务带头人和实用型人才。

（4）承担政府主管部门安排的电子商务相关培训任务。

7. 一个固定场所。在县级服务中心内建设1个能容纳50人左右同时上课的培训教室；1间组织培训活动的办公室；1间能容纳20人的实训机房，并配备不少于20台电脑及桌椅，在场所内将电商理念、企业文化、往期培训照片上墙，统一标识标牌。

8. 一套培训机制。制定讲师管理制度、考核制度、课件研发制度等相应的管理制度及工作流程，严格遵守中央和地方培训管理办法，做好培训情况的记录，加强培训档案和经费管理。

9. 一个专业的工作团队。团队人员需具备电商知识、经验以及教学经验或培训组织能力，拥有线上线下电商培训资源，具备常规培训计划拟定、培训师资对接、培训课件研发、培训组织实施及培训相关事项咨询、宣传能力，根据需求方的实际情况提出或调整培训计划方案。

10. 相应的培训计划。对于每月培训场次、人数、培训对象、课件、师资等都要做好规划，报县工信局、县人社局备案审核并严格执行。培训备案资料应有培训总体方案、授课通知和授课组织单位情况、培训授课人基本情况、简要培训大纲、培训人员名册及签到名册，每次培训授课要有现场照片、经过审核的培训方案及培训组织过程监管的证明材料，培训学员满意度达80%以上。

五、项目及资金管理

（一）严格项目资金使用。制定项目资金管理办法，专款专用，独立核算，加强专项资金支付管理，接受绩效评价、监督检查和资金审计，严禁挤占挪用。

鼓励优先采取购买服务、贷款贴息、以奖代补等支持方式，加快资金拨付进度，提高资金使用效率。中央财政资金重点支持农产品进城，兼顾工业品下乡，不得用于网络交易平台、楼堂馆所建设、征地拆迁、购买流量、人员经费等经常性开支、提取工作经费以及其他违反相关规定的支出等。聚焦服务提升，硬件设施坚持实用、节约原则，充分利用现有园区厂房、设施设备等资源，不得重复建设。支持县级电子商务公共服务中心建设（不含公共服务信息平台建设和公共服务中心运营费用）的资金比例不得高于15%。除此之外，中央财政资金的具体支持范围、支持标准和拨付程序由项目资金管理办法具体明确。

（二）科学选择项目承办企业。本着“公开、公平、公正、规范、择优”的原则招标采购选择承办企业，严格遵守政府采购程序，符合财政资金相关管理规定，灵活选择整体打包或分项目打包等方式，公开遴选具有电子商务进农村综合示范项目运营经验，有优秀业绩的专业化运营团队负责项目运营。

（三）坚持开放共享要求。凡是使用中央财政资金建设的公共服务中心（站点）、物流配送体系等公共服务类综合示范项目必须开放、共享，向社会提供市场化服务，严禁仅向特定企业提供服务。

六、实施步骤

（一）启动阶段（2020年8月-2021年2月）

成立县电子商务进农村工作领导小组，制定工作实施方案，分别上报省商务厅、市商务局审核批准，推进电子商务进农村工作深入开展。召开全县电子商务进农村综合示范工作动员会，充分利用广播、报纸、电视、网络等媒体，宣传电商政策、业务流程以及推进情况。

（二）全面实施阶段（2021年3月-2021年12月）

根据实施方案，按照中央财政资金使用的有关规定和程序完成项目承办企业选择，并报市商务、财政、扶贫部门备案。启动电子商务示范县建设工作：2021年7月底前完成县级公共服务中心县级物流中心建设，并试运行；2021年8月底前完成乡镇及村级服务站点、物流配送站点升级改造工作；2021年9月，开展自评工作，接受市级对示范项目实施情况绩效预评价，并结合预评价结果查缺补漏；2021年12月底前完成项目实施内容。

（三）整改提升阶段（2021年12月-2022年2月）

由领导小组组织第三方机构对全县电子商务进农村综合示范项目建设、资金使用等绩效目标进行全面自评，及时查找问题和不足，查缺补漏，做好迎接省级商务部门委托的第三方绩效评估准备工作。根据中期绩效评估反馈，针对问题制定整改方案，采取有力措施，按时完成整改提升，在整改提升的基础上，全面梳理总结，持续开展查漏补缺，继续全面推进电子商务进农村工作，保持电子商务发展的浓厚氛围。

（四）终期验收阶段（2022年11月-2022年12月）

项目实施完成后，根据商务部和省商务厅验收通知要求，依据县综合示范工作实施方案、资金管理办法、绩效评价指标（省商务厅）、招投标文件（含建设运营合同）等文件，由县工信局委托第三方专业机构，首先完成自验，并根据市商务局统一安排，在规定时间内按程序完成项目终期验收，验收合格出具验收报告和审计报告，报市商务局和省商务厅备案。

七、保障措施

（一）加强组织领导。成立以县长为组长，分管副县长为副组长，相关部门主要负责人为成员的电子商务进农村工作领导小组，领导小组下设办公室在县工信局。领导小组根据工作需要不定期主持召开电子商务进农村综合示范创建工作会议，及电子商务企业、行业协会和运营商座谈会，研究电子商务发展模式，解决电子商务发展过程中遇到的困难问题。

（二）强化资源整合。整合县人社、扶贫、农业、文旅、供销社、妇联、团委等部门的创业扶持资金、小额信贷资金、培训项目资金等资源，形成多部门、多渠道、多层级的电子商务产业发展资金保障机制，统筹支持全县电子商务及相关产业发展。重点支持大学生村官、待业青年、建档立卡贫困青年、下岗职工、返乡大学生、留守妇女、退伍军人、农民专业合作社、农村种养大户、残疾人等人群的电子商务培训和创业扶持。充分利用整合县内原有农业种植、销售、包装资源通过改造升级，整合各有运力单位，完善县、乡、村三级物流基础设施和网络，鼓励多站合一、资源共享，共同推动农村物流体系建设。

（三）加强资金管理。制定《华宁县电子商务进农村综合示范县项目资金管理办法》，由县工信局会同县财政局、县扶贫办按照公开申报、部门组织审查、县政府审定、社会公示、资金拨付、追踪问效等阶段实行综合管理，并会同县级有关部门对其使用绩效进行综合考核和评价。县纪委监委和县审计局负责加强专项资金安排使用的监督和审计，做到项目资金专账管理、专款专用，严防出现截留或挪作他用。对违反规定，弄虚作假，骗取、截留、挪用电子商务进农村综合示范项目资金的单位和个人，县纪委监委将一查到底，从重处理。

（四）加大宣传力度。在县政府网站、县电视台、县微信公众号等多平台开辟专栏，对示范县工作进行全面细致的报道，对相关优惠政策进行宣讲解读，提高群众对示范县工作的认识程度。总结提炼示范创建成效和突出案例，积极向上级媒体供稿，推广本县工作经验，切实发挥示范引领作用。

（五）加强监督检查。将推进示范县项目建设纳入目标考核，作为县直部门和乡镇（街道）重点工作，强化督查检查力度，对推进不力或推诿扯皮的单位将给予严肃处理，并取消当年评优评先资格。

（六）做好信息公开。在县政府网站设置“全国电子商务进农村综合示范”专栏，公开工作实施方案、项目内容、资金安排、决策过程等信息。项目实施单位和承办主体签定信息报送协议，并与商务部“农村电子商务和社区商业信息系统”进行智能对接，按时报送项目进展、资金拨付等情况。财政专项资金支持建设的项目必须按要求提供交易和活动信息，未提供完整信息的项目不予验收。

**附件：**1. 华宁县2020年电子商务进农村综合示范项目绩效目标

1. 华宁县2020年电子商务进农村综合示范资金分配表

抄送：县委办、人大办、政协办、法院、检察院。

华宁县人民政府办公室 2021年4月15日印发

附件1

华宁县2020年电子商务进农村综合示范项目绩效目标

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 绩效目标 | 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | 指标值 |
| 产出指标 | 数量指标 | 指标1：县级电子商务公共服务中心 | 1 |
| 指标2：县级仓储物流配送中心 | 1 |
| 指标3：乡镇级电子商务服务站 | 5 |
| 指标4：行政村电子商务服务点 | 38 |
| 指标5：乡镇物流中转站 | 5 |
| 指标6：行政村物流配送点 | 38 |
| 指标7：培育孵化入园企业 | 10 |
| 指标8：区域公共品牌打造 | 1 |
| 指标9：培育华宁特色产品品牌 | 3 |
| 指标10：培育电商扶贫示范企业（网商） | ≧5户 |
| 指标11：开展电商营销宣传活动次数 | 2 |
| 指标12：电商培训人数 | ≧3000人次 |
| 质量指标 | 指标1：全县乡镇电商服务站覆盖率 | 100% |
| 指标2：全县行政村电商站点服务覆盖率 | 50% |
| 效益指标 | 经济效益指标 | 指标1：示范县农村网络零售额同比增长率 | 高于全国农村平均水平 |
| 指标2：示范县农村产品（包括在线旅游等）网  络零售额增长 | 高于全国农村平均水平 |
| 社会效益指标 | 指标1：培训转化率（创业、就业务工人数/参训人数） | ≧3% |
| 指标2：促进脱贫户、农民增收 | 是 |
| 满意度  指标 | 服务对象满意度  指标 | 指标1：对电子商务进农村示范项目政府信息公开的投诉和举报次数 | 10次以内 |
| 指标2：培训对象满意度 | 90%以上 |

附件2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 华宁县2020年电子商务进农村综合示范资金分配表 | | | | | | | | |
| 项目大类 | 序号 | 子项目名称 | 建设内容 | 建设数量 | 中央资金（单位：万元） | 地方资金（单位：万元） | 企业资金（单位：万元） | 合计（单位：万元） |
| **一、县乡村三级物流共同配送体系** | 1 | 县级物流配送中心建设 | 改造建设1个面积不低于200平方的县级电商物流仓储中心，服务期5年，能够提供，配套分拣、包装、仓储等设施设备，合理配备运输车辆.推动建设县级冷链物流网络，与各乡村站点形成物流快递链条，解决农村物流配送“最后一公里”和农产品上行难问题； | 1个 | 290 |  |  | 290 |
| 2 | 乡镇（街道）级物流配送中心建设 | 在全县合理规划改造建设5个乡镇（街道）物流配送中心（3万元/个）。各分区提供功能服务，并配套相应的设施设备， | 5个 | 15 |  |  | 15 |
| 3 | 村级物流配送点 | 结合邮政、供销、商贸流通企业现有的物流配送网络，交通运输部门的农村公交班线，以及本地货运等各种运输资源，建设38个村级物流配送点（1万元/个），负责辖区网购商品的代收、配送和网销产品的收集转运，服务覆盖率不低于50%。 | 38个 | 38 |  |  | 38 |
| **二、农产品进城公共服务体系** | 4 | 县级电子商务公共服务中心建设 | 整合利用现有资源和场地，建成1个农村电子商务公共服务中心（不含土建），功能上包括运营中心、品牌推广与展示区、培训区等。根据物流、培训及交流需要，整合资源配备办公设备、创业孵化中心、会议室、培训教室、摄影摄像器材、直播间等。配备专职运营人员及办公设备，团队人员不少于 5 人。设立一个独立的服务前台和线上体验区，结合县级服务中心现场专业 服务人员，负责为县域内企业、网商、服务商提供业务咨询和技术服务。制定完善的服务管理制度及电商创业孵化机制。 | 1个 | 120 |  |  | 120 |
| 5 | 乡（镇）电商服务站 | 与乡镇物流配送中转站合并，建设5个电商服务站，包括必要的装修改造；按照实际需求，配备电脑、包装设备、预冷设施、室内外牌匾等设施设备。服务站设置办公区域和产品展示及电子商务服务体验区，能开展农村电商基础培训工作，提供信息咨询、代买代销、物流快递代收代发、充值缴费、代订票务等服务，定期向县级公共服务中心报送信息。 | 5个 | 15 |  |  | 15 |
| **二、农产品进城公共服务体** | 6 | 村级电商服务站 | 与村级物流配送点合并，建设38个村级电商服务站，配备电脑、室内外牌匾等相关设施设备，向村民宣传服务站各项功能、电子商务行业相关资讯、培养农村群众网上购物、商品线上销售、购买服务等习惯；帮助村民农产品线上销售，网上购物、实现网上代购提供快递收发服务和物流配送；围绕农村消费提供家政、票务、充值缴费、金融服务等便 民服务，对外发布村级各项服务内容。 | 38个 | 38 |  |  | 38 |
| **三、农产品上 行体系及工业品下乡流通服务体系建设** | 7 | 品牌培育推广和营销体系建设 | 积极引入外部电商资源、大型推广活动资源、媒体资源、电商运营、策划机构，针对我县核心特色农产品进行专业化品牌设计、传播、推广和标准化策划，打造1个区域公共品牌，建设华宁特色产品公共资源库。开展线上线下宣传。协同农产品网货化及品牌化建设成果，使我县特色农产品具备更强市场竞争力，促进农产品网络销售良性发展。 | 1个 | 160 |  |  | 160 |
| **三、农产品上 行体系及工业品下乡流通服务体系建设** | 8 | 农产品溯源体系体系建设 | 建立农产品溯源系统。 建立我县特色农产品及重要产品溯源监管系统，落实农产品检测管理。 通过我县农产品质量安全追溯监管体系管理平台的建设，帮助企业全面实现本县重要农产品生产、加工、流通的全程监管，保证农产品品质。推动5家以上农业生产企业完成溯源体系全应用；实施电商精准扶贫工程，扶持5家以上电商扶贫示范企业开展扶贫产品标准化分级、包装策划设计， |  | 59 |  |  | 59 |
| 9 | 工业品下乡流通服务体系建设 | 在完善县乡村三级公共服务体系和物流配送体系的基础上，以乡村服务站为抓手，建立线上订货系统，依托农村电商物流服务体系，推动农村电商物流快递与传统商贸流通企业实现统仓共配。  通过开展农村消费大数据建设，引导支持县域流通企业通过互联网平台开展信息发布、订单集中发配、网店与实体店数据共享，以乡镇为重点下沉供应信息及配送信息，开展集中采购、统一配送、直供直销等业务。 |  | 30 |  |  | 30 |
| **四、农村电子商务培训体系** | 14 | 电子商务应用及技能培训。 | 针对不同群体需求有针对性、分阶段、分层次开展3000人（次）以上的培训，培训转化达3%以上。根据培训内容，灵活采取课堂教学、现场教学、实地考察和实操演练等形式开展培训。 |  | 85 |  |  | 85 |
| 合计：850万元 | | | | | | | | |