

廉江市人民政府办公室

廉府办发〔2021〕11号

关于印发廉江市国家级电子商务进农村综合 示范项目工作实施方案的通知

各镇政府、街道办，市府直属有关单位：

《廉江市国家级电子商务进农村综合示范项目工作实施方案》业经市政府批准，现印发给你们，请认真贯彻执行。执行中遇到问题，请径向市科工贸和信息化局反映。

廉江市人民政府办公室

2021年3月3日



廉江市国家级电子商务进农村综合 示范项目工作实施方案

为贯彻落实中央一号文件部署，促进电子商务进农村提档升级，建立农村现代市场体系，助力脱贫攻坚和乡村振兴，促进一二三产融合发展，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）要求，结合我市电子商务发展总体状况，进一步完善农村电子商务服务体系建设，加快推进电子商务进农村综合示范项目，优化农村电子商务发展环境，提升农村商贸流通现代化水平，助力电商精准扶贫和乡村振兴战略实施，现制定如下方案。

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，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中和五中全会精神，以电子商务进农村建设为抓手，以现代信息技术为依托，以创新引领农村流通转型升级，以信息化驱动农业农村现代化，建立数字化、市场化、可持续化的农村电商运营体系，畅通农产品进城和工业品下乡双向流通，满足农村群众对美好生活的需求，打造综合示范的“升级版”，巩固脱贫成果，助力乡村振兴。

二、基本原则

（一）政府引导，市场为主

充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，突出企业的主体

地位。政府做好引导扶持，促进资源协作统筹，建立完善农村电子商务公共服务体系，为农村电子商务发展营造平等参与、公平竞争的营商环境，激发各类市场主体活力和内生动力。加强事中事后监管，依法维护经营者、消费者合法权益。

（二）统筹规划，创新发展

将发展农村电子商务纳入廉江市“十四五”发展规划和新型城镇化规划，作为乡村振兴的重要引擎，促进城乡互补、协调发展。以商业模式创新，推动管理创新和体制创新，不断改造传统商业的业务流程，提升农村流通现代化水平，促进农村一二三产业融合发展。主动适应互联网经济发展要求，创新工作方式方法，充分利用当地现有资源，建立和完善农村电子商务资源互联互通与共享机制。

（三）因地制宜，突出特色

结合农村经济社会发展水平、人文环境和自然资源等基础条件，结合地区差异及产业特点，认真研究分析，理性推进。聚焦乡村振兴，落实高质量发展要求，以现代信息技术为依托，以创新引领农村流通转型升级，以信息化驱动农业农村现代化，形成独具地方特色的农村电商发展格局。同时，加大对建档立卡贫困户的帮扶力度，增强精准扶贫“绣花”本领。

（四）重点突破，聚焦上行

围绕农村电子商务发展的关键问题和环节，紧密结合当地的产业特色和地域优势，选择农民急需的消费品、农产品、农业生产资料等开展农村电子商务试点，集中力量解决物流、人才、金融服务等问题，及时总结经验，不断提升示范效应，形成推广机制。

三、发展目标

通过深化电子商务进农村综合示范县建设，建设市镇村三级物流共同配送体系，发展智慧物流，围绕廉江市农村电子商务公共服务体系、廉江市农村电子商务流通基础设施体系、廉江市农村电子商务人才培养体系，扎实推进农产品出村试点建设，推动农村电商提质增效，拓展特色优质农产品电商经营主体，到2022年，完善并升级廉江市电子商务公共服务系统、廉江市电子商务公共服务平台、双创孵化空间；在全市21个镇（街道）建设镇级电子商务站100%覆盖，行政村电商服务点覆盖率达到50%以上，其中省定贫困村100%覆盖，电子商务公共服务功能得到极大提升；完善并升级三级物流配送系统、物流冷链系统，实现镇级物流配送服务覆盖率达100%；培训形式多样、服务支撑有力的电商培训体系基本形成，项目实施期内基础普及性培训和技能性培训累计3000人次以上；建立农产品电商数字营销体系，建设“廉江红橙品牌数字经济平台”，促进线上资源、线下资源实现有效对接，充分利用电子商务新业态，支持农业龙头企业、农民专业合作社、农特产品生产基地入驻第三方交易平台，加快“线下”实体经营与“线上”网络经营融合发展。

四、实施内容

（一）市镇村三级物流共同配送体系建设

加强物流节点建设，支持市镇村三级物流配送体系建设和优化升级，建立健全农村流通基础设施。升级改造市级农村电商物流配送中心，引导各类市场主体通过市农村电商物流配送中心进行统一配送。整合“四通一达”等各个快递公司，建立物流综合

信息平台。遵循节约成本、及时有效、方便快捷、安全放心的理念，规划市镇村三级物流配送运输路线。积极培育本土化电商物流配送企业，提升市域物流快递配送能力。

1. 市级农村电商物流配送中心建设。在农村电商物流配送中心现有配送设施设备和存储仓库的基础上，为配送中心配置必要的办公设备、车辆运输设备和相关设备设施，建设市级物流集散智能分拣中心，整合现有冷库、气调库和冷藏车等冷链资源，建立完善农产品上行支撑体系，发展智慧物流。

建设改造1个面积不少于3000平方米的市级物流仓储配送中心，配置500立方米以上冷冻保鲜库，2条自动化分拣线，食品检测中心，配备能满足快递下行进村以及农产品出村进城的配送车辆队伍（含冷链车），整合邮政、快递物流公司等快递物流资源，搭建市、镇、村电子商务物流服务体系，实现快递包裹的仓储、分拨、运输线路等功能的共享，从而实现物流整合，真正搭建市、镇、村三级具有服务农村农产品上行功能的物流配送体系。

2. 市级智慧物流管理系统建设。购置相关设施设备和软件管理系统，能协调统筹农村上下行物流资源，降低农村物流收派成本。快递跟踪信息能够从电子商务物流配送中心传达到农村，让农村群众实时查询到包裹在区域内的流转情况。建立物流综合信息平台，积极培育本土化电商物流配送企业，提升市域物流快递配送能力。

3. 镇村电子商务公共物流配送服务站建设。要充分利用现有资源，以农村电子商务服务站点为基础，结合邮政、快递企业整

合现有的镇村物流配送网络，以及本地货运等各种运输资源，避免重复建设和资源浪费。

4. 对我市现有物流资源进行整合，推广网格化管理，在市镇两级之间实现快递合作配送、小规模跨区域快递转包服务，降低物流和电商企业的运营成本。推进市镇一段物流和镇村二段物流的衔接，提高镇村末端物流服务覆盖区域。鼓励邮政、快递整合企业在农村地区合理选择邮件运输组织模式。

5. 整合县域日用消费品下乡和农产品进城双向配送，推动商流、物流统仓共配，优化运输投递路线设计，降低运输成本，真正打通镇村物流最后一公里，建立健全“农产品进城、工业品下乡”的双向商贸流通体系。

到 2022 年，升级改造市级农村电商物流配送中心；建立智慧物流管理系统；镇村末端配送区域服务覆盖 80% 以上的行政村，降低物流成本。

（牵头单位：市科工贸和信息化局，配合单位：各镇政府（街道办）、市农业农村局、市交通运输局、市供销合作联社、服务商）

（二）农产品供应链体系建设

鼓励农产品研发与创新、推广应用涉农标准化体系，建设农产品信息化平台、名优产品数据中心，开展农特产品产销对接。与专业机构开展合作，开展农产品信息建设，执行涉农标准化体系，推进农产品分级、包装、初加工配送等，探索创建农产品商品化流通标准，保障农产品产品质量，扩大销售渠道，增加农民收入。

1. 建设农特产品标准化处理中心，日常可与市级仓储物流配

送中心和市级电子商务公共服务中心形成运营联动。严格按照实际要求，合理选择分级、加工、包装等设备。

2. 开展农产品标准化建设。加强对农产品全供应链包括生产、加工、包装、仓储、运输、装卸、配送等各个环节的规范化管理和监控，积极探索建立“来源可溯、去向可查、风险可控、责任可究”的质量保障体系。以绿色有机食品产业为依托，大力推动“互联网+农业”生产模式，发展廉江市智慧农业。

3. 开展农特产品网络批发、分销与零售。深化与阿里巴巴、京东、拼多多等平台合作，拓宽廉江市特色产品销售渠道。鼓励专业合作社、家庭农场、庄园等借助第三方平台优势，建设“社区果园”，开展廉江市农特产品网络销售，扩大产品知名度和销售覆盖网络。

到2022年，将廉江“农货”打造成为适销“网货”。

（牵头单位：市科工贸和信息化局，配合单位：各镇政府（街道办）、市农业农村局、市市场监督管理局、市供销合作联社、服务商）

（三）公共品牌和电商营销体系建设

加强本地农产品的品牌培育，着力提高农产品商品化率，开展农产品品牌策划、营销、推广和比较优势分析，打造独具本地特色的标志性农产品品牌，提高农产品附加值，提升农产品网上销售的综合竞争力。与专业机构开展合作，开展农产品的深度挖掘和精细化开发，强化特色，突出品牌和质量意识，打造一批“叫得响、信誉高、品质优、销量好”的农产品。利用网红营销、直播营销等或视频、图文等各类新营销手段，在各类有影响力的平

台开展廉江区域品牌和特色农产品等产品品牌的宣传推广。

1. 升级打造廉江市区域公共品牌。根据廉江市地理区位、产业特点、人文历史，结合市域经济社会发展战略，建立廉江市区域公共品牌，培育一批知名的农产品品牌。通过大力宣传廉江市自然生态资源、历史文化理念，形成独有的品牌战略内涵和差异化竞争策略。

2. 建设农产品溯源体系。以“廉江红橙”为核心构建廉江水果产业溯源服务，为政府、企业及种植户提供三位一体的溯源管理体系，打造廉江红橙“智慧果园”，建设品牌数字经济平台。以溯源为应用入口，以品牌数字经济平台为核心，打通生产、加工、流通、销售等全环节，为廉江红橙品牌打造标准化、品牌化、电商化和社区化的数字化公共品牌服务生态，助力廉江红橙品牌的数字化升级，提升廉江红橙品牌知名度。为果农提供综合性信息服务，助力企业塑造可信品牌、升级消费模式，构建“品质可溯、品牌可信、全媒传播、优品营销”高质量数字营销体系。

3. 依托电子商务公共服务中心，整合资源，积极创新，开设廉江市农产品体验中心，选取“廉江红橙”“廉江龙眼”“廉江荔枝”等“三品一标”优质特色产品、适合网销的农副产品集中展示，实现线下体验、线上下单、快递到家。鼓励生产种植大户、农民专业合作社和农业加工企业展示销售，建设网红直播间，实现网红聚集及对外集中宣传推介等。

4. 鼓励企业加强品牌建设，建立自有品牌。加强宣传，提高农产品网络销售的公信力、信誉度和美誉度。重点在线上进行主

题活动策划、媒体策划、品牌塑造、形象打造，进行媒体、活动等公关、推广，扩大廉江市公共品牌和企业品牌的宣传和影响力。引导进行网货产品研发。强化农产品标准化、精深化、差异化加工和包装设计，充分发掘各类农产品的产品内涵和市场潜力，提升农产品档次，扩大影响力。引导农村电商企业注册商标品牌，探索农村电商特色化、品牌化的新途径，提升廉江农产品市场影响力和竞争力。

5. 整合资源推广区域品牌。联合业界知名展览机构，通过参与各类展销展会、红橙节等线下活动，打造全国关注、全省热点、全网参与的农产品品牌。品展结合起来，加强特色农产品宣传，提高廉江市特色农产品的影响力。

到 2022 年，打造 1 个区域公共品牌，打造 2 个以上在全国具有一定知名度的农产品品牌，农产品品牌的网络营销探索取得一定成果。

（牵头单位：市科工贸和信息化局，配合单位：各镇政府（街道办事处）、市农业农村局、市融媒体中心、市文化广电旅游体育局、服务商）

（四）市级电子商务公共信息服务系统建设

建设廉江市电子商务公共信息服务系统，做好电商大数据分析。体现出电子商务相关信息，具备与国家、省、湛江市平台系统，电商公共服务中心的 LED 数据大屏、产品质量追溯系统平台相互兼容，实现无缝对接，实时显示电商入驻企业，镇、村两级服务站（点）的交易动态、数据采集信息情况等。

全面服务全市电子商务业态发展，以为农村经济发展赋能为

出发点，对接线上线下资源，实现线下产品资源与线上互联网资源有效对接。

1. 以廉江市内现有场所资源为基础，建设服务前台、运营中心、品牌中心、营销中心、会议室、线上线下体验馆、客服中心、数据中心等场所。打造本地农村电商集“人、货、场”三位一体的生态体系，为农村产品上行提供全方位服务，开展本市电商创业孵化。

2. 发展新媒体电商，依托美团等本地生活服务平台和微信、抖音、快手等新媒体平台开展乡村休闲农业线上销售，推动形成线上线下融合、城乡互动发展的休闲农业产业链。

3. 培育骨干涉农电商企业，增强农村电商经营主体运营能力。开展农业企业与天猫、淘宝、京东等平台合作，开设品牌店铺，借力平台资源优势，扩大“廉江红橙”“廉江龙眼”“廉江荔枝”等特色农产品销售规模。引导电商企业与农业企业、农民专业合作社等新型农业经营主体开展合作，参与农村实体经济建设，促进农村特色产业发展。

4. 整合资源、对接平台、提高网货转化率，满足全市网商、农业合作社、传统企业的网络营销、包装、策划、培训等公共服务需求，建设廉江市电子商务公共信息服务系统，做好电商大数据分析，实现线下产品资源与线上互联网资源有效对接，拓展廉江特色农产品电商市场，助力优质企业触电触网。

（牵头单位：市科工贸和信息化局，配合单位：各镇政府（街道办）、市农业农村局、市自然资源局、市统计局、市供销合作联社、服务商）

（五）镇级电商服务站与村级电商服务点建设

1. 升级改造 21 个镇（街道）电子商务服务站，在 140 个行政村改造建设村级服务点。整合乡村资源，站（点）具备必要的电商服务硬件和网络设施，包括但不限于电脑、电子秤、标签打印机、门头招牌、办公桌椅等必要设备。能够对所在服务区域的农民的需求和生产进行摸底统计。能向村民宣传服务站点各项功能、电子商务行业相关资讯，培育村民网上购物、商品销售、购买服务等习惯。提供技术支持、培训孵化、产品对接、信用信息和其他衍生增值服务等。实现以电商服务站（点）为末端向村民提供网络代买、代卖、充值缴费、生活服务、小额信贷等便民服务。

2. 贫困村村级服务点建设。建设 57 条贫困村村级电子商务服务点，实现贫困村 100%全覆盖，带动贫困户劳动力就业，促进农产品和扶贫产品销售。

（牵头单位：市科工贸和信息化局，配合单位：各镇政府（街道办）、市农业农村局、市自然资源局、市统计局、市供销合作社、服务商）

（六）工业品下乡流通服务体系建设

1. 整合资源，对农村地区商贸流通企业进行转型升级，融合电子商务、金融保险服务、移动支付服务、就业引导服务，促进业务流程整合优化，实现线上线下融合发展，建立本地化、连锁化品牌 1 个，升级改造 21 个镇（街道）连锁品牌店或电子商务服务站，统一标识、设备采购和 VI 系统。整合大型流通企业，以镇村为重点下沉供应链，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。

2. 建立本地化、连锁化商贸线上平台，为站点和供应链企业提供线上销售管理、销售数据采集分析、库存提醒、线上下单等功能，实现信息化的商品流通网络。

3. 为 21 个镇（街道）电子商务服务站，140 个村级电子商务服务点提供线上线下结合售卖服务，更好满足农村居民生产生活消费需求。

（牵头单位：市科工贸和信息化局，配合单位：各镇政府（街道办）、市农业农村局、市供销合作联社、服务商）

（七）农村电子商务人才培养

支持对农村青年、返乡农民工、大学生、退伍军人、基层干部、贫困户、流通和电商从业人员等开展农村电商普及和技能培训，强化培训机制，突出培训质量而非数量。完善标准化教材，提升培训针对性，重点培训直播带货、社交电商等内容，培训网络营销师、面向廉江红橙区域公共品牌直播带货官等新型电商人才。健全培训转化机制，指导对接就业用工，注重跟踪服务而非“一锤子”培训。如实做好培训记录。

到 2022 年，初步建立培训形式多样、服务支撑有力的电商培训体系，通过举办各级各类培训班等多种形式的培训活动，培训各类人才 3000 人次以上，对贫困人口的培训人次达到省定相对贫困村有劳动能力的建档立卡贫困人口的 50% 以上（外出务工者除外）。为参训学员组织各类型电商用工对接会，参加对接学员总数不低于 300 人次，新孵化电商创业就业人员 50 人。

（牵头单位：市科工贸和信息化局，配合单位：各镇政府（街道办）、市人力资源和社会保障局、市农业农村局、市教育局、

团市委、市妇联、市残联、服务商)

五、项目进度安排

(一) 项目筹备阶段

1. 成立电子商务进农村综合示范工作领导小组,开展项目启动工作,明确各项政策措施。

推进时间: 2020年8月—2020年10月

推进内容: 为确保电子商务进农村工程顺利实施,按时完成任务,领导小组下设办公室,负责统筹项目的规划和实施,指导项目推广宣传、招商、培训以及区域服务中心、网点的建设。

2. 电子商务进农村综合示范项目启动,开展相关前期调研工作。

推进时间: 2020年11月—2020年12月。

推进内容: 通过实施调研活动,安排相关负责人员前往省内外电子商务进农村示范县进行项目实际调研,汲取示范县先进做法,学习总结其先进工作经验。其中调研内容包括已有电子商务公共服务中心、镇村级站点、物流园、产业园及代表性企业的摸底与调研。

3. 深入分析前期调研工作结果,制定适应廉江市的区域工作任务分解方案。

推进时间: 2021年1月。

推进内容: 通过分析实施调研活动结果,细化实施方案,制定廉江市电子商务进农村综合示范项目计划表、工作任务分解书,并拟定相应的时间节点。

4. 报备审核及完善廉江市电子商务进农村综合示范项目方

案及公开招标。

推进时间：2020年2月—2021年3月。

推进内容：全面梳理项目方案设定的目标及资金使用方向等内容，按照上级部门关于中央财政补助资金与项目管理的有关要求，对项目方案报备审核及完善，通过招标选择项目实施单位。

（二）项目实施阶段

推进时间：2021年4月—2021年9月。

1. 建设完善物流配送体系

推进内容：（1）确定对接协调物流企业，开展统一配送协作工作；（2）规划物流配送路线，优化储存设施的建设；（3）推进冷链物流发展建设，提高农产品附加值，延长产业链；（4）确定电子商务物流服务站，规划物流网点布局。

2. 推动市级电子商务公共服务体系建设

推进内容：（1）完善公共服务中心软硬件设施，设立运营服务中心；（2）建立农产品展销馆、电子商务培训中心、电子商务创业孵化中心、摄影中心、直播中心、创客中心等，完善市级电子商务公共服务中心功能；（3）建设线上线下融合的公共服务体系，提供特色产品展示、营销渠道建设、业务咨询、创业孵化、品牌培育、电子商务培训和其他衍生增值服务等，提供部分免费基础服务和交流平台。（4）加强对镇村站点建设完善工作。

3. 推进人才培训工作

推进内容：（1）做好时间范围内农村电子商务培训对象、时间及内容规划；（2）确定培训的形式及人员的分工；（3）开展实施培训计划；（4）实施全面培训。

（三）推广运营阶段

推进时间：2021 年 10 月—2021 年 11 月。

1. 推进和完善项目方案，宣传推广项目成效

推进内容：及时推进和完善项目方案，宣传推广项目取得的成效，以及存在的问题和改进方法等。对于取得良好成效的事项进行宣传，营造提升示范工作氛围。

2. 组织企业电子商务运营交流会，及时调整项目运营方法

推进内容：按时间节点展开企业电子商务运营交流会，进行经验的分享与阶段性企业运营方法总结。

（四）项目验收阶段

推进时间：2021 年 12 月—2022 年 1 月。

做好各项目复查工作，全面迎接国家级电子商务进农村综合示范验收工作组的验收。

推进内容：（1）进行项目资料档案整理、收存及做好项目总结；（2）对比梳理归纳出廉江市在电子商务进农村综合示范项目进程中的模式及亮点做法；（3）提前编制项目验收材料和组织预验收；（4）编写自评报告，做好自主验收；（5）组织进行项目最终验收。

六、项目资金预算计划表

序号	项目名称	支持方向	项目建设内容	项目推进时间节点	项目建设目标及效果	中央资金(万元)	县级配套资金(万元)	总计(万元)	备注
1	三级物流配送体系建设	市级物流仓储配送与镇村智慧物流配送	建设物流、快递企业市级运营中心、分拣中心、配送中心、仓储中心、信息平台、智慧物流配送体系。	2021年10月底前完成	实现全市物流快递资源整合，运营中心集聚，智能化运营，提高物流快递配送效率，降低配送成本；实现农产品冷藏冷冻、初加工配送、分级包装、检验检测等服务功能。利用信息化平台，整合全市物流资源、商贸资源，整合现有农村电子商务服务站建设物流配送服务站，为农产品上行提供物流解决方案。	400		400	通过招标投标方式予以支持

序号	项目名称	支持方向	项目建设内容	项目推进时间节点	项目建设目标及效果	中央资金(万元)	县级配套资金(万元)	总计(万元)	备注
2	农产品供应链体系建设	农产品质量保障	建设农产品标准化处理中心, 农特产品开发和标准化, 对廉江市农特产品实施检测, 实现对农业生产的控制和决策。通过与第三方平台合作开展农特产品网络批发、分销与零售。将廉江“农货”打造成为适销“网货”。	2021年10月底前完成	开展农产品信息化平台建设、涉农标准化体系建设, 开展农产品分级、包装、初加工配送等基础设施建设, 探索创建农产品商品化流通标准, 保障农产品产品质量, 扩大销售渠道, 增加农民收入。	70		70	通过招标投标方式予以支持

序号	项目名称	支持方向	项目建设内容	项目推进时间节点	项目建设目标及效果	中央资金(万元)	县级配套资金(万元)	总计(万元)	备注
3	公共品牌和电商营销体系建设	品牌培育和农产品营销	开展市区域公共品牌建设培育, 升级廉江红橙区域公共品牌, 优化溯源体系, 建设品牌数字营销平台, 建设廉江红橙“文旅果园”数字品牌画册, 培育企业自有品牌。	2021年 10月底前完成	建设电商数字营销体系, 溯源体系, 升级“廉江红橙”区域公用品牌, 组织全国性品牌推广活动1场, 全国性媒体宣传2次, 培育1个市区域公共品牌, 打造2个以上在全国具有一定知名度的农产品品牌, 1套“文旅果园”数字品牌画册, 整合资源及平台开展营销, 以电子商务和信息化手段引导农业生产, 提升农产品网络销售的公信力和美誉度, 带动农特产品、乡村旅游发展。	70		70	通过招投标方式予以支持

序号	项目名称	支持方向	项目建设内容	项目推进时间节点	项目建设目标及效果	中央资金(万元)	县级配套资金(万元)	总计(万元)	备注
4	农产品进城公共服务体系建设	电子商务公共服务中心和电子商务公共信息服务系统建设	购置硬件设施设备、建设服务前台、运营中心、培训中心、品牌中心、营销中心、品牌中心、线上、线下会议室、体验馆、客服中心等场所，建设廉江市电子商务公共信息服务系统。	2021年10月底前完成	整合资源、对接平台、提高网货转化率，满足全市网商、农业合作社、传统企业的网络营销、包装、策划、培训等公共服务需求，建设廉江市电子商务公共信息服务系统，做好电商大数据分析，实现线下产品资源与线上互联网资源有效对接，拓展廉江特色农产品电商市场，助力优质企业触电网。	75		75	通过招标投标方式予以支持

序号	项目名称	支持方向	项目建设内容	项目推进时间节点	项目建设目标及效果	中央资金(万元)	县级配套资金(万元)	总计(万元)	备注
5.	农产品进城公共服务体系建设	镇级电商服务站与村级电商服务点建设	在全市21个镇(街道)改造建设镇级服务站,在140个行政村改造建设村级服务点。贫困村村级服务点建设全覆盖。	2021年底10月底前覆盖全部镇和贫困村,全部站点建设完成。	整合乡村资源,站(点)具备必要的电商服务硬件和网络设施,包括但不限于电子秤、标签打印机、门头招牌、办公桌椅等必要设备。能够对所在服务区域的农民的需求和生	125		125	通过招标投标方式或项目申报形式予以支持

序号	项目名称	支持方向	项目建设内容	项目推进时间节点	项目建设目标及效果	中央资金(万元)	县级配套资金(万元)	总计(万元)	备注
6	工业品下乡流通服务体系建设	农村代现流通服务体系建设	整合资源,对农村地区商贸流通企业进行转型升级,融合电子商务、金融保险、移动支付、就业指导等服务,实现线上线下融合发展,建立本地化、连锁化、信息化的商品流通体系。整合流通企业以镇村为重点下沉供应链,开展集中采购、直供直送、直供等业务,提升商品品质,更好满足农村居民生活消费需求。	2021年8月底前完成所有乡镇旗舰店建设;2021年12月底前完成所有设备。	建立本地化、连锁化品牌1个,升级改造21个镇(街道)连锁品牌店,统一标识、设备采购和VI系统。整合大型流通企业,以镇村为重点下沉供应链,开展集中采购、统一配送、直供直销等业务。建立本地化、连锁化商贸线上平台。为21个镇级电子商务服务站,140个村级电子商务服务点提供线上线下结合售卖服务,提升商品品质,更好满足农村居民生活消费需求。	80		80	通过招投标方式予以支持

序号	项目名称	支持方向	项目建设内容	项目推进时间节点	项目建设目标及效果	中央资金(万元)	县级配套资金(万元)	总计(万元)	备注
7	农村电子商务人才培训	电子商务培训体系建设	整合部门资源,建立培训机制,支持对农村青年、返乡农民工、大学生、退伍军人、贫困户等开展农村电商普及和技能提升培训。编写标准化教材,普及和实操。丰富电商培训内容。开展电商网络营销师、公共品牌直播带货人才、新型电商带货官等全新型电商人才。健全培训转化机制,指导对接就业用工,注重跟踪服务而非“一锤子”培训。如实做好培训记录。	2021年底11月前完成所有培训任务。	到2022年,初步建立培训形式多样、服务支撑有力的电商培训体系,通过举办各级各类培训等多种形式的培训活动,培训各类人才3000人次以上,对贫困人口培训人次达到省定相对贫困人口的50%以上(外出务工人员除外)。分级分层次对部分学员开展创业孵化增值培训。为参训学员组织各类电商用工对接,举办电商用工对接会,参加对接学员总数不低于300人次,新孵化电商创业就业人员50人。	150		150	通过招标投标方式予以支持
8	咨询及验收服务					30		30	
合计						1000		1000	

七、保障措施

(一)强化组织领导。为做好国家级农村电子商务建设工作，市政府成立以市长担任组长，分管领导担任副组长，相关单位和各镇政府（街道办）主要负责人为成员的农村电子商务建设工作领导小组，领导小组办公室（市电商办）设在市科工贸和信息化局，具体组织实施全市农村电子商务工作，充分发挥政府在发展农村电商中的引领作用。

(二)做好财政支持保障。项目实施过程中，项目资金专款专用，主要用于电子商务进农村的日常运行、扶持、培训及相关服务支撑体系建设。

(三)强化行业管理。发挥公安、市场监管、农业农村和旅游等部门在电子商务活动中的监管职能，研究制定农村电子商务监督管理规范。加大对网络经济活动的监管力度，建立协同监管机制，加强对电子商务从业人员、企业、相关机构的管理，维护电子商务活动的正常秩序。

(四)强化宣传引导。充分利用各类媒体和多种有效形式，广泛宣传普及电子商务知识，及时跟进报道我市农村电子商务建设工作成效、示范企业和典型人物等，在全市营造良好的发展氛围，不断扩大我市农村电子商务发展影响力。

(五)聘请专家顾问。重视发挥信息服务组织的作用，聘请有项目经验的专家顾问，引进外部力量和成熟经验，拓宽思路，提供电子商务信息服务、政策与技术咨询等服务，协助政府主管部

门工作人员共同落实、有效实施。

（六）强化协调考核。明确目标任务，落实工作责任，建立定期电商例会制度，领导小组定期召开成员工作会议，分析研究电子商务发展状况及工作遇到的实际困难，协调解决农村电子商务发展中的重大事项。领导小组办公室做好情况调度汇总，跟踪督查，定期通报，确保电子商务产业全面融入经济社会发展。

公开方式：依申请公开