

嵩明县人民政府办公室

关于印发嵩明县 2021 年电子商务进农村综合示范项目实施方案的通知

各镇人民政府、街道办事处，各园区管委会，县政府有关部门，有关单位：

《嵩明县 2021 年电子商务进农村综合示范项目实施方案》已经县政府研究同意，现印发给你们，请认真抓好工作落实。

嵩明县人民政府办公室

2021 年 12 月 6 日

嵩明县 2021 年电子商务进农村综合示范项目实施方案

按照《财政部办公厅 国家商务部办公厅 国家乡村振兴局综合司关于做好 2021 年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建〔2021〕38 号）和《云南省商务厅 云南省财政厅 云南省乡村振兴局关于做好 2021 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》（云商电商〔2021〕47 号）要求，为加快推进电子商务进农村综合示范工作，建设电子商务进农村综合示范县，结合嵩明县实际，制定本实施方案。

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，深入贯彻落实省委、省政府打好世界一流“三张牌”战略部署，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，聚焦乡村振兴，因地制宜、实事求是，以提升农村电商应用水平为重点，线上线下融合为抓手，健全农村电商公共服务体系，推动县域商业体系转型升级，培育壮大农村市场主体，促进农产品进城和工业品下乡，助力农村消费梯次升级，拓宽农民增收渠道，实现电子商务发展从量的增加到质的飞跃，推动电子商务进农村综合示范工作取得实效。

二、基本原则

（一）市场有效，政府有为。发挥市场对资源配置的决定性

作用，充分激发农村市场主体活力和内生动力。政府优化政策供给、提升服务和治理水平，营造公平营商环境和放心消费环境。

（二）挖掘潜力，巩固提升。集中政府、电商龙头企业资源，帮助解决制约农村电子商务发展中的薄弱环节，夯实农村电子商务发展基础。加大地方农特产品优势产业与电商的融合力度，扩大影响力、带动力，推动农村商贸流通重点领域和关键环节数字化、信息化、智能化改造，提升现代化水平。

（三）因地制宜，鼓励创新。尊重乡土文化特点和农产品生产流通规律，挖掘产业优势，突出区域特色。尊重基层首创精神，鼓励地方立足区域实际，大胆开拓创新。

（四）整合资源，强化支撑。整合电子商务服务站、“万村千乡市场工程”、新型农业经营主体、邮政、快递等资源，推进县、镇（街道）、村（社区）三级农村电子商务服务体系建设，构建农村快递物流共配体系。整合培训资源，强化农村电子商务人才培养。

三、目标任务

通过开展电子商务进农村综合示范工作，结合嵩明县目前发展的实际情况，扩大电子商务进农村覆盖面，促进农村电子商务与农村一二三产业深度融合，农村电子商务市场主体得到广泛发展，农村电子商务综合应用取得重大突破。

——全面推进县、镇（街道）、村（社区）三级农村电子商务服务和物流共配体系建设。完成“两个中心”建设，即：电子

商务公共服务中心、电子商务物流共配中心；在 3 镇 2 街道建设 5 个电子商务服务和物流配送站，镇（街道）级电子商务服务站 100%覆盖，建设联通 78 个村（居）委会的电子商务服务和共配基层网点，开通“定时、定点、定线”物流运输线路，实现村（居）委会电子商务服务站点覆盖率不低于 50%，有效降低物流成本。

——加强与职教新城高校、电商服务机构等合作，多形式、多渠道、多层次开展业务培训，合理制定培训计划，重点对返乡农民工、大学生、退伍军人、边远地区农户、妇女等开展农村电商普及和技能培训，培训 3000 人次以上，服务对象满意率达 90% 以上，培训转化率达 3% 以上；培育农村电商创业带头人 10 人以上。

——推动农村商贸流通企业数字化、连锁化转型升级 1 家以上，培育电商示范企业 5 家以上，年销售额千万元以上电商企业不少于 1 家，培育年交易额 100 万元以上网店不少于 5 家，限额以上网络零售企业 2 家以上。农村网商（含社交、移动电商用户）同比增长 3% 以上，农村网络零售额同比增长 15% 以上，农产品网络零售额同比增长 20% 以上，全县网络零售额、农产品网络零售额整体增速高于全国农村平均水平 1 个百分点。

——打造 1 个区域公共品牌，整合花卉、“兰茂文化”文创产品、农产品、农副特产、手工艺品为主的主导产业，打造具有嵩明特色的区域公共品牌。

四、实施内容

（一）建设嵩明县电子商务公共服务体系

1.建设县级电子商务公共服务中心。利用社会资源升级改造或新建县级电子商务公共服务中心，具备电商运营、宣传推广、电商孵化、产品孵化、电商培训、数据服务、产销对接、品牌建设、直播带货等功能，提供统筹加工、包装、品控、营销、金融、物流等服务，加强农产品上行供应链建设，为电商企业、家庭农场、农民专业合作社、专业运营公司等主体提供市场开拓、资源对接、业务指导等服务。整合邮政、供销、快递、金融、政务等资源，拓展乡村站点电子商务、快递收发、小额存取、信息咨询、职业介绍等便民服务功能，鼓励多站合一、一点多能、服务共享，增强站点市场化运营能力。加挂“国家级电子商务进农村综合示范项目”和“嵩明县电子商务公共服务中心”牌子，每年聚集、培育、孵化企业不少于 10 家。

2.建设镇（街道）级电子商务服务站。新建或改造 5 个电子商务服务站，站点建设与电商助力乡村振兴结合，接受县级服务中心的管理和承担分派的各项任务，在辖区内开展电子商务知识普及推广、政策宣传、电商培训、小微电商（网商）孵化、网络代购代销、中转上行或下行货物、承接物流快递代收代发、整合展示当地农特产品、统计居民消费需求和农产品供应情况；场所建设应设置服务区和展示区，规范统一门头、工作流程、规章制度等标识，配置 1 名以上工作人员和相应的办公设备设施。

3.建设村（社区）级电子商务服务点。依托村（社区）级便

民服务中心、邮政网点、快递配送网点、连锁便利店等现有资源，融入阿里、京东、苏宁、邮政等知名农村电商服务平台，建设行政村电子商务服务点，覆盖率不低于 50%。村级服务点选址要位于村民日常活动集中区，按统一风格进行装修装饰，门头、牌匾特征醒目统一，配置 1 名以上工作人员和相应的办公设备设施。网点负责人由村委会推荐，经过能力测试、面试后上岗，能熟练操作相关业务、能初步整合当地农特产品，具备农产品上行能力。村级服务点承担县级服务中心分派的各项任务，具备产品零售实体体验、网络代购、物流配送、技术服务、农产品收储等功能，鼓励拓展代收代缴、代买代卖等服务，增强电子商务服务体系可持续发展能力。

4.加强“智慧乡村”应用管理。县级公共服务中心统筹所有镇（街道）、村（社区）公共服务站点，及时更新、录入“智慧乡村服务应用”有关数据，如实展示服务站点的交易等情况。

（二）建设县、镇（街道）、村（社区）三级物流共同配送体系

1.打造县、镇（街道）、村（社区）三级电子商务物流共配网点。鼓励支持邮政、供销、电商、快递、商贸流通等企业开展市场化合作，促进信息共享、数据互联，推动仓储、分拣、运输、配送、揽件“五统一”，发展农村物流共同配送。在县城建设 1 个电子商务物流共配中心，搭建农村物流公共信息服务平台，以 3 镇 2 街道为支点建设 5 个电子商务共配服务站，以 78 个村（居）

委会或若干农家店建设共配基层网点，结合邮政、快递、交通、供销、商贸流通企业现有的镇（街道）运输网络，开通“定时、定点、定线”物流运输线路，实现村（居）委会不低于 50%覆盖率。

2.整合资源赋能电子商务共配网点。在整合嵩明电商快递的基础上，搭载日用消费品、农资下乡和农产品进城双向配送服务，推动场地、车辆、人员、运营、管理“五整合”，推进物流统仓共配，降低物流成本。鼓励联合邮政、交通、供销等多方力量，推进“交邮融合”“邮快合作”，探索农村物流新技术、新模式，降低物流成本，提高配送进村能力。支持各镇（街道）、村（社区）快递物流站点升级改造，赋能电商销售和服务，推动快递、电商企业广泛与镇（街道）邮政所、村邮站、“三农”服务站、客（货）运站及超市便利店等农村市场服务主体开展快递业务合作，互相引流、增加业务、提高收益，实现小量快递到村、小量快递出村的广覆盖。

（三）建设农村电商培训体系

1.搭建专业电商培训平台。依托嵩明县电商公共服务体系，统筹商务、人社、农业农村、乡村振兴等部门资源，充分利用职教新城资源优势，以“人才培养带动人才服务形成人才产业”为发展理念，与云南工商学院、滇池学院、城建学院、云南经贸外事职业学院等 12 所院校，共创共建共享“电子商务应用型人才培养基地”“电子商务专业技能实习实训基地”“电子商务职业技能

鉴定基地”“大学生电子商务创业创新实训基地”四个基地，配套服务全县农村电子商务发展，提供强有力的电子商务应用人才保障。

2.培养一批实用型电商人才。以拓宽农村特色产品线上线下销售渠道为目的，完善产品包装、摄影美工、直播带货、网店运营等课程，开展多类型的电子商务基础知识、网上开店及技巧、电商运营操作专业技能、新媒体短视频拍摄制作、直播电商操作技能培训，提高电子商务从业人员和农民运用电子商务的能力。加强对各级干部和具备条件的返乡农民工、待业大学生、退伍军人、合作社社员等针对性培训，同时结合嵩明“农民业校”，重点加强对全县农村地区的电商人才培养，带动农民就地就近就业增收，发挥电商致富的示范性、引领性，开展普及型和电子商务操作技能、电商创业培训 3000 人次以上，通过培训转化电商企业不少于 5 家，培育农村电商致富带头人不少于 10 人。

（四）建设特色农产品供应链体系

1.培育特色网货农产品。依托杨桥大花蕙兰、牛栏江雪莲果、杨林酱菜、小街刺绣、嵩阳有机番茄等特色农产品，搭建电商产品数据库，建立农产品产销合作机制，通过“农户+种植基地+电商”“企业+农户+种植基地+电商”模式，扩大规模化种植力度。刺绣等手工产品采取“培训+订单销售”模式，扩大生产规模，提高农户收益。积极寻求对外合作，以“有机、绿色、健康”为突破口，依托嵩明县适合网销的农产品，延展电商产业供应链，

带动电商企业做大做强。

2.提高农产品标准化水平。建立大花蕙兰、雪莲果、有机大米等主要农产品标准体系，重点围绕农产品质量分级、采后处理、包装配送等内容，完善农产品分级包装、冷链仓储、物流配送等功能设施，在花卉产业集中的地区打造1个以上“云花卉”网货产品供应和线上直播带货基地，构建农特产品生产、包装、直播带货、配送相协调的网销体系，带动和提升产业化水平。

3.拓展农产品电商上行渠道。利用好“南博会数字化平台”“一部手机云品荟”等电子商务平台，鼓励本地电商企业、龙头企业建设农特产品展馆，开设旗舰店、专卖店，借助知名平台的品牌优势，推广销售农特产品，鼓励电商企业运用微信、手机APP、农产品垂直营销平台、O2O展示展销中心等多种电子商务营销手段，提升产品线上销售量。

4.构建农产品电商溯源体系。对嵩明本土产品的来源、质量、售后进行监测管理，达到农产品来源可追溯、流向可跟踪、销售渠道可查询的目标。引导全县符合条件的市场主体加入溯源体系。

（五）建设农产品网络营销体系

1.打造嵩明区域公共品牌。整合嵩明花卉、“兰茂文化”文创产品、农产品、农副特产、手工艺品为主的主导产业，打造1个具有嵩明特色的县域公共品牌，设计制作品牌LOGO、宣传语、品牌故事、宣传视频等VI体系。设计制作统一的品牌包装、溯源码、宣传单页、宣传形象墙物料等。加强品牌字号的保护，积

积极开展品牌产品创建，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。打造“小而美”的网络新品牌，增强农产品网络消费市场竞争力。出台相关标准，为县域农特产品生产制造企业制定准入、准出制度，同时为现有农产品、民俗产品等农村特色产品网络销售提供品牌注册、品牌培育、网络营销策划等服务，打造嵩明特色农产品品牌形象。同时，加强电子商务进农村宣传工作，培养农村消费习惯，带动农村线上消费能力。

2.注重品质带动网络营销。以打造“一县一品”、“一镇一品”、“多村一品”、“一村一品”为重点，组织农户、种养殖大户、专业合作社、农产品加工企业等进行优质生态农产品、地方特产的网络零售和批发业务。推动绿色食品、有机农产品和农产品地理标志等农产品认证，争取认证嵩明大花蕙兰、嵩明菊花为地理标志产品，积极支持开展网络营销，提高网络销售公信力和美誉度。

（六）推动农村商贸流通与电商融合发展

1.推动农村商贸流通企业转型升级。立足线上线下融合发展，根据嵩明县商贸流通业发展情况，支持农村传统商贸流通企业运用5G、大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，加快数字化、连锁化转型升级，至少1家商贸流通企业实现线上线下转型升级融合发展。支持有实力的龙头商贸流通企业向农村下沉供应链，为农村中小企业和零售网点等提供集中采购、统一配送、销售分析、库存管理、店面设计等服务，弥补农村市场缺位和基础

短板，打造适应嵩明县消费需求的农村商贸流通服务体系。

2.转型升级社区电商服务体系。支持全县电子商务企业与物流企业、社区商业网点、连锁超市、便利菜站、社区服务组织合作建立社区电子商务服务体系，联通超市、新零售企业等个性化经营主体，推动生产端与消费端直采共享，形成集中采购、集中配送的电子商务模式。

3.加大大地电商企业扶持力度。通过公共服务站点资源共享、优质货源供应、政策扶持等方式，支持鼓励本地电商企业做大做强。对在嵩明县注册的电子商务企业，项目实施期内年度销售额达 100 万元至 500 万元的电子商务企业，每户每年给予不高于 3 万元的一次性奖励；对线上年销售额达 500 万元至 1000 万元的电子商务企业，每户每年给予不高于 5 万元的一次性奖励，当年进入限额以上批发和零售企业的再追加奖励不高于 5 万元；对线上年销售额达 1000 万元以上的电子商务企业，每户每年给予不高于 10 万元的一次性奖励，当年进入限额以上批发和零售企业的再追加奖励不高于 10 万元。

4.开展农村电商促消费活动。积极组织本地企业参加“农民丰收节电商专场”“双品购物节”“双十一”“6.18”等线上线下结合的促销活动，提升全县电商品牌的知名度。

五、实施步骤

（一）组织准备阶段（2021 年 12 月底前）

1.组织开展农村电子商务发展基础情况摸底调研。包括本地

特色农产品、手工艺品、工业品、旅游产品等产业基础情况；电商从业人员、重点网销产品、网络交易额等电商发展基础情况；现有物流企业、服务站（点）配送能力等基础情况。

2.成立电子商务示范工作领导小组，建立统筹协调机制，明确职责分工，落实工作责任。及时召开电子商务进农村综合示范项目启动会。

3.制定和完善实施方案、项目资金管理办法，在本地媒体和政府门户网站公示，并报省、市商务、财政、乡村振兴部门备案。

4.利用新闻、网络、广播等各类媒体渠道，大力宣传电子商务进农村综合示范工作相关政策、目的和重要意义等，营造良好的社会环境和舆论氛围。

5.本着“公开、公平、公正、规范、择优”的原则，建设项目严格遵守政府采购程序，完成电子商务进农村综合示范项目招标投标工作。

牵头单位：县商务投促局

责任单位：电子商务进农村综合示范项目工作领导小组各成员单位

（二）项目实施阶段（2022年1月—2022年12月）

全面推进电子商务进农村综合示范工作，完成电子商务进农村重点项目建设目标。

1.县级电子商务公共服务中心建设

牵头单位：县商务投促局

责任单位：嵩阳街道

完成时限：2022 年 5 月底前

2.县级电子商务共配中心建设

牵头单位：县商务投促局

责任单位：各镇人民政府、街道办事处

完成时限：2022 年 5 月底前

3.县、镇（街道）、村（社区）三级电子商务服务站和物流共同配送体系建设

牵头单位：县商务投促局

责任单位：各镇人民政府、街道办事处

配合单位：县交通运输局、县运管分局、县农业农村局、县公安局、县供销联社

完成时限：2022 年 5 月底前

4.农村电子商务培训体系建设

牵头单位：县人力资源社会保障局、县商务投促局

责任单位：县委组织部、县教育体育局、县农业农村局、县乡村振兴局、县供销联社，各镇人民政府、街道办事处、职教新城管委会

完成时限：2022 年 12 月

5.推动农村商贸流通与电商融合发展

牵头单位：县农业农村局、县商务投促局

责任单位：县市场监管局、县文化旅游局、县财政局、县供

销社，各镇人民政府、街道办事处

完成时限：2022 年 5 月底前

6.特色农产品供应链体系建设

牵头单位：县农业农村局

责任单位：县商务投促局、县市场监管局、县文化旅游局，
各镇人民政府、街道办事处

完成时限：2022 年 5 月底前

7.农产品网络营销体系建设

牵头单位：县农业农村局

责任单位：县委宣传部、县商务投促局、县文化旅游局、县
融媒体中心、县供销联社，各镇人民政府、街道办事处

完成时限：2022 年 5 月底前

（三）验收阶段（2022 年 6 月—2023 年 3 月）

根据《电子商务综合示范绩效评估指标体系》，由县电子商务进农村示范项目工作领导小组抽调人员组成验收小组，2022 年 6 月份前对示范项目建设进行初评，提出初评意见；初评合格后，2022 年 7 月邀请市级组织开展项目自评；2023 年 3 月前接受省级部门绩效评价，并在当年完成项目建设和验收。

牵头单位：县政府办公室、县商务投促局

责任单位：县财政局、县农业农村局、县乡村振兴局，各镇人民政府、街道办事处

六、工作要求

（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，自觉接受监督检查和资金审计，严禁挤占、挪用。中央财政资金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。中央财政资金聚焦服务提升，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。支持电子商务公共服务中心建设的资金比例不得高于 15%。

（二）科学选择项目承办企业。本着“公开、公平、公正、规范、择优”的原则选择项目承办企业，严格遵守政府采购程序，通过公开招标的采购方式选择承办企业，承办企业可以是联合体方式参与。承办企业选择过程中，设立征求意见窗口和举报窗口，按相关要求项目进行公示，接受社会监督，确保招投标过程在“阳光”下进行。

（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。

（四）加强项目资金监管。加强对项目和资金的定期检查，及时发现并解决项目推进过程中存在的问题。加快财政资金执行进度，加强监督检查和跟踪问效，严禁挤占挪用，提高资金使用效益。定期或不定期对资金使用和项目进展情况进行现场检查与

指导，及时发现并协调解决出现的问题。

（五）强化项目指导。由县商务投促局牵头，引入第三方监督机构，对综合示范项目实施监督检查，对建设内容开展阶段性评审，并对发现的问题进行整改指导。

七、保障措施

（一）明晰工作职责。成立以县政府主要领导为组长，分管副县长为副组长的电子商务进农村示范项目工作领导小组。各成员单位按照项目需求，重点开展以下工作：县商务投促局负责做好全县电子商务进农村综合示范项目建设的统筹推进，制定相关政策措施，推动综合服务体系、物流快递共配体系建设；县乡村振兴局配合做好农村电商创业带头人培育相关工作；县财政局负责全县农村电子商务建设专项经费的落实与保障；县人力资源社会保障局负责将农村电子商务培训纳入到全县就业创业培训体系；县农业农村局负责做好全县农特产品供应链体系建设，提升农特产品质量，做好农特产品电子商务包装、推广应用、网络产品品牌培育；县市场监管局负责做好电子商务企业（网店）的登记和相关费用减免优惠政策的制定，落实以及地理标志产品认证推进工作；县总工会配合做好特色农产品的推广及人员技能培训；各镇人民政府、街道办事处负责推进属地电子商务的日常相关工作。其他未列明工作职责的成员单位，以项目推进过程中实际需要负责开展相关工作。

（二）强化政策支持。认真贯彻落实国家和省、市扶持电子

商务发展的各项政策，研究制定促进全县电子商务发展的扶持政策，落实政策扶持资金，采取以奖代补、专项补助等形式，加大对示范企业及项目的扶持。除中央财政支持资金外，积极争取上级配套资金，各相关部门要加大对相关行业领域资金、政策的争取，全力支持电子商务发展。

（三）加强资源整合。各成员单位要以电子商务进农村综合示范项目的推进为契机，按照各自职能职责，明确落实措施，积极主动介入，围绕县域农产品供应链、农村物流、电商培训、便民服务、产品质量安全等方面，进一步加强资源整合力度，避免重复建设、重复投资，形成合力，全面推动综合示范项目建设。

（四）建立信息公开机制。在县级政府门户网站设置专栏，公开实施方案、项目内容、资金安排、决策过程等项目建设全过程信息。运营企业每月按时向嵩明县电子商务进农村综合示范项目工作领导小组办公室上报运营情况、后续工作安排。嵩明县电子商务进农村综合示范项目工作领导小组办公室在确保企业商业信息安全的前提下向社会公开信息，企业对所公开信息的真实性负责。

（五）建立诚信体系。加强电子商务企业信息采集和统计，建立电子商务运行数据统计和监测系统，加快推进农产品溯源体系建设。成立电子商务行业协会，发挥行业管理作用，加强诚信教育，加强行业自律，促进嵩明县电子商务产业健康有序发展。

（六）加大宣传引导。统筹传统媒体和新媒体，全面、全域

宣传报道工作推进情况，借助省、市、新区媒体进行专题报道，通过嵩明县融媒体等平台多角度、多层次宣传报道嵩明县电子商务发展的典型案例，总结经验模式和先进事迹，以电子商务为切入点培养新的农村消费理念，活跃农村市场，广泛调动县级各部门、各单位、各企业积极参与到国家级电子商务进农村示范县创建过程中，提高电子商务进农村在社会各界的知晓度和影响力，激发大众创业、万众创新热情。

（七）建立考核机制。将电子商务进农村综合示范工作纳入考核目标，作为各单位工作重点，由县政府督查部门对电子商务进农村综合示范项目推进工作进行督查，督查结果计入当年考核结果。

- 附件：1.嵩明县 2021 年电子商务进农村综合示范项目绩效目标
2.嵩明县 2021 年电子商务进农村综合示范项目资金分配表
3.嵩明县电子商务进农村示范项目工作领导小组成员单位

附件 1

嵩明县 2021 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: 县电子商务公共服务中心建设	1 个
			指标 2: 县级农村物流配送中心建设	1 个
			指标 3: 镇（街道）级电子商务服务站建设	5 个
			指标 4: 农村网商（含社交、移动电商用户）同比增长	3%以上
			指标 5: 县域农村网络零售额同比增长	15%以上
			指标 6: 县域农产品网络零售额同比增长	20%以上
			指标 7: 围绕本地特色农产品形成的电商供应链条数	1 条以上
			指标 8: 建设农产品区域公共品牌	1 个以上
			指标 9: 全县电商培训人数	3000 人次以上
			指标 10: 培育孵化电商企业	5 家以上
			指标 11: 打造“云花卉”网货产品供应和线上直播带货基地	1 个以上
		质量指标	指标 1: 区域农村网络零售额、农产品网络零售额整体增速高于全国农村平均水平	高于 1 个百分点
效益指标	经济效益指标		指标 1: 培育限额以上网络零售企业	2 家以上
			指标 2: 推动农村商贸流通企业数字化、连锁化转型升级	1 家以上
			指标 3: 培育年交易额 100 万元以上的网店	5 家以上

			指标 4: 培育年销售额千万元以上的电商企业	1 家以上
		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%以上
			指标 2: 示范县培育农村电商致富带头人数量	10 人以上
			指标 3: 促进农民增收	效果显著
			指标 4: 示范项目对全县行政村的服务总体覆盖率	50%以上
	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: 服务对象满意度	90%以上

附件 2

嵩明县 2021 年电子商务进农村综合示范项目资金分配表

项目名称	细分项目	建设内容	中央资金分配 (单位: 万元)
一、建设嵩明县电子商务公共服务体系	1.建设县级电子商务公共服务中心	利用社会资源升级改造或新建 1 个县级电子商务公共服务中心, 电商中心新建展示体验区、会议培训区、创客空间、直播间、大学生电子商务创新创业基地等硬件设施和功能结构。配备专职运营人员及办公设备。具备电商运营、宣传推广、电商孵化、产品孵化、电商培训、数据服务、产销对接、品牌建设、直播带货等功能, 提供统筹加工、包装、品控、营销、金融、物流等服务, 整合邮政、供销、快递、金融、政务等资源, 拓展乡村站点电子商务、快递收发、小额存取、信息咨询、职业介绍等便民服务功能, 鼓励多站合一、一点多能、服务共享, 增强站点市场化运营能力, 每年聚集、培育、孵化不少于 10 家企业。	100

	2. 建设镇（街道）级电子商务服务站	新建或改造 5 个电子商务服务站，站点建设与电商助力乡村振兴结合，接受服务中心的管理和承担分派的各项任务，在辖区内开展电子商务知识普及推广、政策宣传、电商培训、小微电商（网商）孵化、网络代购代销、中转上行或下行货物、承接物流快递代收代发、整合展示当地农特产品、统计居民消费需求和农产品供应情况；场所建设应设置服务区和展示区，规范统一门头、工作流程、规章制度等标识，配置 1 名以上工作人员和相应的办公设备设施。	10
	3. 建设村（社区）级电子商务服务点	依托村级便民服务中心、共配网点等现有资源，融入阿里、京东、苏宁、邮政等知名农村电商服务平台，建设行政村电子商务服务点，覆盖率不低于 50%。村级服务点选址要位于村民日常活动集中区，按统一风格进行装修装饰，门头、牌匾特征醒目统一，配置 1 名以上工作人员和封口机或打包机及办公设备设施。	60
二、建设县、镇（街道）、村（社区）三级物流共同配送体系	1. 打造县、镇（街道）、村（社区）三级电子商务物流共配网点	鼓励支持邮政、供销、电商、快递、商贸流通等企业开展市场化合作，促进信息共享、数据互联，推动仓储、分拣、运输、配送、揽件“五统一”，发展农村物流共同配送。在县城建设 1 个电子商务物流共配中心，并搭建农村物流共配信息服务平台，以 3 镇 2 街道为支点建设 5 个电子商务共配服务站，以 78 个村（居）委会或若干农家店建设共配基层网点，采购必要的现代化物流分拣设备，合理配备运输车辆，推动建设县级物流配送网络，与各街道、村站点形成物流快递链条，同时结合邮政、快递、交通、供销、商贸流通企业现有的镇（街道）运输网络，开通“定时、定点、定线”物流运输线路，村（居）委会达 50% 覆盖率。	150

	2.整合资源 赋能电子商务共配 网点	在整合嵩明电商快递的基础上，搭载日用消费品、农资下乡和农产品进城双向配送服务，推动场地、车辆、人员、运营、管理“五整合”，推进物流统仓共配，降低物流成本。鼓励联合邮政、交通、供销等多方力量，推进“交邮融合”“邮快合作”，探索农村物流新技术、新模式，降低物流成本，提高配送进村能力。支持各镇（街道）、村（社区）快递物流站点升级改造，赋能电商销售和服务，推动快递、电商企业广泛与镇（街道）邮政所、村邮站、“三农”服务站、客（货）运站及超市便利店等农村市场服务主体开展快递业务合作，互相引流、增加业务、提高收益，实现小量快递到村、小量快递出村的广覆盖。	40
三、建设农村电商培训体系	1.搭建专业 电商培训 平台	依托嵩明县电商公共服务体系，统筹商务、人社、农业农村、乡村振兴等部门资源，充分利用职教新城资源优势，以“人才培养带动人才服务形成人才产业”为发展理念，与云南工商学院、滇池学院、城市建设学院、云南经贸外事职业学院等 12 所院校，共创共建共享“电子商务应用型人才培养基地”“电子商务专业技能实习实训基地”“电子商务职业技能鉴定基地”“大学生电子商务创新创业实训基地”四个基地，定期邀请合作高校教授、专家开展课堂教学、现场教学、实地考察和实操演练等多形式多内容的电商培训。	150

	2.培养一批实用型电商人才	以拓宽农村特色产品线上线下销售渠道为目的，完善产品包装、摄影美工、直播带货、网店运营等课程，开展多类型的电子商务基础知识、网上开店及技巧、电商运营操作专业技能、新媒体短视频拍摄制作、直播电商操作技能培训，提高电子商务从业人员和农民运用电子商务的能力。通过举办电商比赛、加强对各级干部和具备条件的返乡农民工、大学生、退伍军人、合作社社员等的针对性培训，同时结合嵩明“农民业校”，重点加强对全县农村电商人才培养。到2023 年开展普及型和电子商务操作技能、电商创业培训 3000 人次以上，通过培训转化电商企业不少于 5 家，培育农村电商致富带头人不少于 10 人。	
四、建设特色农产品供应链体系	1.培育特色网货农产品	依托杨桥大花蕙兰、牛栏江雪莲果、杨林酱菜、小街刺绣、嵩阳有机番茄等特色农产品，搭建电商产品数据库，建立农产品产销合作机制，通过“农户+种植基地+电商”“企业+农户+种植基地+电商”模式，扩大规模化种植力度。刺绣等手工产品采取“培训+订单销售”模式，扩大生产规模，提高农户收益。积极寻求对外合作，以“有机、绿色、健康”为突破口，依托嵩明适合网销的农产品，延展电商产业供应链，带动电商企业做强做大。	200

	2.提高农产品标准化水平	建立大花蕙兰、雪莲果、有机大米等主要农产品标准体系，重点围绕农产品质量分级、采后处理、包装配送等内容，完善农产品分级包装、冷链仓储、物流配送等功能设施，在花卉产业集中的地区打造1个“云花卉”网货产品供应和线上直播带货基地，构建农特产品生产、包装、直播带货、配送相协调的网销体系，带动和提升产业化水平。	
	3.拓展农产品电商上行渠道	利用好“南博会数字化平台”“一部手机云品荟”等电子商务平台，鼓励本地电商企业、龙头企业建设农特产品展馆、开设旗舰店、专卖店，借助知名平台的品牌优势，推广销售农特产品，鼓励电商企业运用微信、手机APP、农产品垂直营销平台、O2O展示展销中心等多种电子商务营销手段，提升产品线上销售量。	
五、建设农产品网络营销体系	1.打造嵩明区域公共品牌	整合嵩明花卉、“兰茂文化”文创产品、农产品、农副特产、手工艺品为主的主导产业，打造1个具有嵩明特色的区域公共品牌，设计制作品牌LOGO、宣传语、品牌故事、宣传视频等VI体系。设计制作统一的品牌包装、溯源码、宣传单页、宣传形象墙物料等。加强品牌字号的保护，积极开展品牌产品创建，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。打造“小而美”的网络新品牌，增强农产品网络消费市场竞争力。出台相关标准，为县域农特产品生产制造企业制定准入、准出制度，同时为现有农产品、民俗产品等农村特色产品网络销售提供品牌注册、品牌培育、网络营销策划等服务，打造嵩明特色农产品品牌形象。同时，加强电子商务进农村宣传工作，培养农村消费习惯，带动农村线上消费能力。	140

	2.注重品质带动网络营销	以打造“一县一品”、“一镇一品”、“多村一品”、“一村一品”为重点，组织农户、种养殖大户、专业合作社、农产品加工企业等进行优质生态农产品、地方特产的网络零售和批发业务。推动绿色食品、有机农产品和农产品地理标志等农产品的认证，争取认证嵩明大花蕙兰、嵩明菊花为地理标志产品，积极支持开展网络营销，提高网络销售的公信力和美誉度。	
六、推动农村商贸流通与电商融合发展	1.推动农村商贸流通企业转型升级	立足线上线下融合发展，根据嵩明县商贸流通业发展情况，支持农村传统商贸流通企业，运用 5G、大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，加快数字化、连锁化转型升级，至少 1 家商贸流通企业实现线上线下转型升级融合发展。支持有实力的龙头商贸流通企业向农村下沉供应链，为农村中小企业和零售网点等提供集中采购、统一配送、销售分析、库存管理、店面设计等服务，弥补农村市场缺位和基础短板，打造适应嵩明县消费需求的农村商贸流通服务体系。	150
	2.转型升级社区电商服务体系	支持全县电子商务企业与物流企业、社区商业网点、连锁超市、便利菜站、社区服务组织合作建立社区电子商务服务体系，联通超市、新零售企业等个性化经营主体，推动生产端与消费端直采共享，形成集中采购、集中配送的电子商务模式。	

	3.加大本 地电 商 企 业扶持力 度	通过公共服务站点资源共享、优质货源供应、政策扶持等方式，支持鼓励本地电商企业做大做强。对在嵩明县注册的电子商务企业，项目实施期内年度销售额达 100 万元至 500 万元的电子商务企业，每户每年给予不高于 3 万元的一次性奖励；对线上年销售额达 500 万元至 1000 万元的电子商务企业，每户每年给予不高于 5 万元的一次性奖励，当年进入限额以上批发和零售企业的再追加奖励不高于 5 万元；对线上年销售额达 1000 万元以上的电子商务企业，每户每年给予不高于 10 万元的一次性奖励，当年进入限额以上批发和零售企业的再追加奖励不高于 10 万元。	
	4.开展农村 电 商 促 消 费活动	积极组织本地企业参加“农民丰收节电商专场”“双品购物节”“双十一”“6.18”等线上线下结合的促销活动，提升全县电商品牌的知名度。	
合计			1000

附件 3

嵩明县电子商务进农村示范项目 工作领导小组成员单位

县政府办公室、县委组织部、县委宣传部、县商务投促局、县科工信局、县财政局、县发展改革局、县自然资源局、县应急局、县统计局、县市场监管局、县文化旅游局、县人力资源社会保障局、县农业农村局、县交通运输局、县运管分局、县供销联社、县融媒体中心，各镇人民政府、街道办事处，职教新城管委会，中国移动嵩明分公司、中国电信嵩明分公司、中国联通嵩明分公司