

炎政办发〔2021〕9号

**炎陵县人民政府办公室  
关于印发《炎陵县2019年电子商务进农村综合  
示范县(升级版)项目实施调整方案》的通知**

各乡镇人民政府,县直有关单位,省市驻炎机构:

《炎陵县2019年电子商务进农村综合示范县(升级版)项目实施  
调整方案》已经县人民政府同意,现印发给你们,请认真遵照执行。

炎陵县人民政府办公室

2021年2月8日

(此件公开发布)

# 炎陵县2019年电子商务进农村综合示范县 (升级版)项目实施调整方案

根据湖南省商务厅《关于进一步规范电子商务进农村综合示范工作的通知》(湘商建〔2021〕1号)文件精神和要求,现对《炎陵县2019年电子商务进农村综合示范县(升级版)项目实施方案》(炎政办发〔2019〕27号)进行调整,内容如下。

## 一、总体思路

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻落实党中央打赢打好脱贫攻坚战和实施乡村振兴战略的新部署新要求,以国家电子商务进农村综合示范创建为抓手,结合供销综合改革体系建设,完善农村流通基础设施建设和农村公共电商服务体系,大力推进农村电子商务培训,打造综合示范“升级版”,构建普惠共享、线上线下融合、工业品下乡和农产品进城畅通的农村现代流通体系。

## 二、基本原则

### (一)市场为主,政府扶持。

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。加快转变政府职能,做好引导和扶持,促进资源协作统筹,为农村电子商务发展营造平等参与、公平竞争的环境,激发各类市场主体的活力。

## (二)统筹规划,持续发展。

将发展农村电子商务作为农村发展和巩固脱贫攻坚成果的重要引擎和产业支撑,建立完善农村现代化市场体系,扶持优势产业,提升农村流通现代化水平,促进全县一二三产业融合发展,实现炎陵电子商务产业可持续发展。

## (三)实事求是,稳步推进。

围绕当前农村电子商务发展的关键问题和环节,紧密结合我县发展需要,认真研究分析,着眼长远,稳步推进,集中力量解决农产品供给能力、物流、人才等问题,及时总结经验教训,不断提升示范效应,形成推广机制。

## (四)规范发展,注重绩效。

做好专项资金管理,规范发展电子商务进农村工作,确保各项规定落实到位。加强县域农村电商公共服务体系建设,推动农产品、农村工业品、乡村旅游等农村特色商品的电商化、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。注重绩效,创新农业发展模式,带动乡村生态农业旅游、红色文化旅游协同发展,带动困难群众创业就业,提升“造血”功能。

## 三、工作目标

通过示范建设,促进形成线上线下融合、商品和服务并重、农产品进城和工业品下乡畅通的农村现代市场体系,农村电商实现快速发展,在巩固脱贫攻坚和助推乡村振兴上取得明显成效,农村网络零售额、农产品网络零售额同比增速达到30%以上。

(一)充分发挥中央资金的引导和带动作用,整合现有各类资源,建立市场化、可持续的县乡村三级农村电商公共服务体系和电商物流配送体系,其中电商服务和物流服务要覆盖80%以上的行政村和贫困村,降低物流配送成本(同比项目实施前降低20%以上或与长沙地区持平),提高配送时效。(县到村不超过2天)。

(二)通过深入开展农村电商普及培训和技能培训,进一步增强农村电商发展氛围,提高农村电商意识,培养一批农村电商带头人,其中各行政村和贫困村的普及宣传培训率达到农村留守人员70%以上;电商技能培训达到2000人以上,就业创业转化率达到20%以上,即400人以上。

(三)重点围绕我县以黄桃为主的农产品分级、包装、预冷等产地初加工和商品化处理设施建设;提供产、供、销全链条服务和仓储物流服务。从而引导和带动不少于3个产业,5家相关企业,针对炎陵特色优势农产品供应链体系的短板和薄弱环节,在产后商品化设施设备、农产品标准化、生产认证许可和品牌培育、农产品质量追溯体系、农产品冷链物流体系、农产品末端销售市场等方面开展农产品供应链体系建设,逐步建立与县域产业发展相适应的电商供应链体系,提升农产品供应链质量和效率,有效推动农产品上行和产业升级。

## 四、建设任务

### (一)电商公共服务体系建设

按照“资源整合、体系健全、功能完善、服务规范”的原则,根据

炎陵县电商发展需求,对原有县级电商公共服务中心进行升级改造或者增设新场地共同发挥作用,将原有的128个村级服务站进行优化整合升级改造,整合成96个村级服务站,行政村和建档立卡贫困村的站点覆盖率达到80%以上,培育不少于10个电商示范村,构建县乡村三级电商公共服务体系,为全县电商产业发展和应用推广提供强有力的支撑服务。

### 1. 县级电商公共服务中心升级改造

我县当前已建成一个县级电商公共服务中心,为更好的推进电子商务进农村示范项目(升级版),综合考虑电商服务、黄桃销售、物流配送、农产品聚集等方面因素,拟在县城交通便利、人流量较大的位置租赁1个面积1000平方米以上场地,增设一个经济适用、硬件和软件设施设备配套、各类功能齐全、制度完善、服务规范县级电商公共服务中心。

通过购买服务方式,引进专业运营机构进行运营管理,提供各类电商公共服务,充分发挥县级电子商务公共服务中心枢纽作用,前3年免费向入驻企业、团队或个人等提供办公场所和水电网等公益性服务,以吸引电商平台、企业或创业群体以不同形式入驻形成产业集聚,形成浓厚电商氛围;三年后,县级电商公共服务中心入驻的相关电商企业按市场价交纳房租和水电网等费用,运营企业通过市场化方式向社会和政府提供各类电商服务,以及O2O展示展销馆销售收入,实现市场化可持续运营。

#### (1) 公共服务中心应突出服务功能,不得以接待检查、产品展

示厅为主要功能,场地和设施大部分投入使用,负责运营团队组成不少于5人,相关制度完善、服务规范、收费合理,能发挥“指挥中枢”作用,统筹推进工业品下乡和农产品进城,为乡镇、村两级电商服务站点提供运营指导服务,丰富经营内容,探索市场化运营管理新模式,增强服务体系可持续发展能力。

(2)引进电商服务企业不少于3家,为我县电商企业及从业人员提供各类电商综合性服务(不限于产品孵化研发、网店运营指导及代运营、美工服务、图片处理、品牌包装、仓储物流、数据服务、电商培训、直播带货、文案短视频拍摄等营销策划等服务,开展电商沙龙主题活动,为企业或政府提供方案策划、项目咨询申报、商标代办、SC代办等)。

(3)引进相关农产品电商销售企业10家,并为电商企业提供仓储、物流、产品检验等服务。

(4)拓宽线上线下展销渠道,运营农产品O2O展示展销馆,月平均销售额1万元以上,具备一定的盈利能力,实现可持续发展。

(5)开展电商公共服务中心基础性运营服务。主要内容:一是电商相关咨询指导服务、服务中心的运营管理服务、各类综合示范县相关数据报送、设置电商公共服务中心微信公众号并完善相关内容、工作宣传总结、资料整理汇编等日常服务;二是建立完善特色农产品资源信息数据库、建立农产品区域公共品牌、打造精品网货5款以上、建立特色农产品标准化流程30款产品以上、培训或指导传统企业转型升级触网50家以上、培育网红直播30人以上等配套服务。

(6)开展农产品上行相关活动。全年积极开展特色农产品营销和推广活动、农产品产销对接活动、线上线下年货节活动、网络直播带货、网红直播孵化大赛、桃花节、黄桃大会等。

(7)开展综合示范工作推广相关工作。开展综合示范工作宣传推广工作,包括制作一部8-10分钟的电子商务进农村综合示范工作宣传片、在县城内显著位置设置综合示范大型户外宣传广告不少于2个、在各乡镇村合理布置小型标语、墙体广告等不少于100条、利用当地电视等媒体宣传综合示范工作。

## 2.乡(镇)村级电商公共服务站点建设

通过政府采购方式,按照“资源整合、开放共享、布局合理、统一建设、统一运营”原则,积极整合中通、申通、百世通、邮政、顺丰等企业的自建站点,兴盛优选、美团优选等连锁加盟站点,积极利用村民个人店铺等现有资源。依托3个乡镇电商中心、96个村级电商服务站,实现多站合一、服务同网。在同等条件下,对符合条件的建档立卡贫困村、贫困户在站点建设上予以倾斜照顾。站点硬件建设标准:

1套标准化电商服务站点标识;1套农产品展示和收发快递货架;1台商用真空包装机;1台物流电子称重盘;1台快递打单机;1台快递出入库扫描仪一体机等,并统一将电商服务内容和快递收费标准公示栏、站点管理制度栏、站长职责栏进行统一规范和上墙,建立工作台账等。

通过购买服务方式对站点进行管理运营,制定乡村服务站点

动态运营管理,建立站点运营、站点考核、站点淘汰等标准化管理制度,组织对站长进行培训和运营指导,为周边村民提供政策宣传、代购代销、代收代缴、快递收发、物流仓储、金融服务、便民服务等电商服务,所建站点下行金额月均需达到2000元以上,站长上行金额月均不低于1000元(或农产品上行件数量月平均不少于100件)以上,具备一定的持续运营能力。示范村下行金额月均需达到8000元以上,站长上行金额月均不低于4000元(或农产品上行件数量月平均不少于400件)以上,具备较强的可持续运营能力。

## (二)县乡村三级物流体系建设

通过政府采购方式,充分整合邮政、供销、四通一达、商贸物流等快递和物流资源,在通过租赁场地的方式建成一个占地面积1000m<sup>2</sup>以上,经济适用、硬件和软件设施设备配套、制度完善的县级电商配送中心,并在乡、村级电商服务点叠加物流功能,实现电商物流站点与电商服务站点整合,构建层级合理、规模适当、需求匹配的县乡村三级物流体系,快递物流对乡村电商公共服务站点实现全覆盖,乡村收发快递物流成本明显降低,与项目实施前降低20%以上。

通过购买服务方式,一是引导承办企业对入驻物流配送中心的快递企业的各类设施设备、运输车辆进行评估和整合,至少整合3家以上快递企业,实现共享资源,节约成本,提高设备的利用率,确定1家物流快递公司开通3条县乡村配送线路,按1-2天配送一

次的要求,为县乡村三级电商服务网点提供物流快递服务,打通快递物流最后一公里;二是在整合县乡村电商快递基础上,逐步向日常消费品和服务的整合延伸,拓展物流市场,为各类商贸流通企业提供各类物流服务,实现统一管理、统一仓储、统一配送,降低物流成本,提高物流效益,提升共同配送效率和市场化可持续发展能力。

### (三)农产品供应链体系建设

通过以奖代补等方式,做好炎陵县农产品(黄桃)电子商务大数据中心建设、电子商务农产品供应链仓储中转中心建设,引导和带动相关企业围绕我县特色优势农产品供应链体系的短板和薄弱环节,在农产品产后设施化处理设备设施、农产品标准化和品牌化建设等方面开展农产品供应链体系建设,通过项目建设,逐步建立与县域产业发展相适应的电商产品供应链体系,提升农产品供应链质量和效率,有效推动农产品上行和产业升级。

### (四)农村电子商务培训

通过购买服务的方式组织开展电商普及培训和技能培训。实现120个行政村和54个建档立卡贫困村全覆盖,以下乡入村培训方式开展,每个行政村不少于1场,建档立卡贫困村不少于2场,培训对象为留守在家人员,数量要达到70%以上留守在家人员(16岁以上);同时要针对县乡村三级干部开展不少于3次电商普及培训。

技能培训人员不少于2000人,培训场次不少于60场,每场培训时间不少于3-5天,总体就业创业转化率不低于20%以上,即就业创业人员总数不少于400人以上,其中每个行政村和建档立卡

贫困村至少培训3人及以上从事农村电商的带头人。培训对象为合作社负责人、电商服务站点从业人员、大学生、返乡农民工、退伍军人、建档立卡贫困户等。电商就业人员考核标准为就业人员与电商公司签订劳务合同，月工资不少于2000元；电商带头人或电商创业人员考核标准为月平均电商销售额不少于2000元。

#### (五)传统流通企业转型升级及电商企业孵化扶持奖补

一是对重点电商企业的扶持，支持2-3家重点电商企业做大做强，支持农村传统流通企业转型升级，重点建设本地化连锁化的服务和营销体系，实现线上线下融合发展，提升农村流通水平；二是对具有发展潜力，入驻电商产业园且有一定业绩的电商企业给予奖补；三是支持农产品、电商相关的参展、宣传及推广。

### 五、资金安排

本项目总资金为2300万元，其中2019年项目中央财政资金2000万元，县财政配套资金300万元。经预算，各项目资金安排使用如下：

### 中央资金和县级配套资金安排使用计划表

序号	项目名称	建设内容及资金构成		
		建设内容及资金	中央资金 (单位： 万元)	配套资金 (单位： 万元)
1	电商公共服务体系建设与运营	(1)县级服务中心场地租赁用建设费:350万 (2)三年运营费及辅助性开支:290万	640	0

2	县乡村三级物流体系建设与运营	(1)县级物流中心设施设备采购费:70万 (2)三年运营及辅助性开支费:134万  乡村站点建设费:46万	204  46	0
3	农村电子商务培训体系	(1)普及性及技能培训费用:120万元 (2)重点人群及补短板培训:30万	150	0
4	农产品供应链体系建设	(1)炎陵县农产品(黄桃)电子商务大数据中心建设:198万 (2)电子商务农产品供应链仓储中转中心场地租赁及设备购置建设:120万 (3)农产品产后设施化处理设备设施(以奖代补):330万 (4)农产品标准化和品牌化建设:102万 (5)培育10个电子商务示范村:50万元	800	0
5	其他符合支持范围的项目或内容	传统流通企业转型升级及电商企业孵化扶持奖补项目	160	0
6	产销对接电商培训及站点运营等奖励	(1)支持农特产品产销对接:100万元 (2)支持农产品网货拓展市场:30万元 (3)对农产品上行突出的企业和站点进行奖励:40万元	0	170
7	项目宣传推广、项目管理与监管、工作经费	(1)宣传经费(包括宣传片制作、户外大型广告等):30万元 (2)用于农特产品宣传推广:100万元	0	130
合计		2300	2000	300

## 六、时间进度安排

### (一)调研准备(2019年9月—2019年11月)

1. 健全组织领导机构,组建项目建设工作专班,开展深入摸底调研,对全县产业特色、电商发展、物流现状和电商人才现状等情况进行全面摸底汇总,掌握农村电子商务发展第一手资料;组织外出学习调研,到省内外优秀的示范县和承办企业进行学习调研,对接考察相关承办企业,吸取经验和教训。

2.按照实施方案,完成新增县级公共服务中心建设、新增物流配送中心建设选址和装修设计工作,并制定项目招标文件及评标要求标准、制定供应链项目申报通知、制定相关合同、配套资金奖励使用标准等文件,引入第三方监管机构,通过公开招投标方式确定承办企业。

### (二)全面实施阶段(2019年12月-2021年10月)

各责任单位按照电子商务进农村综合示范资金管理要求、建设要求和支持标准,以及任务目标,认真组织开展项目实施,确保项目如质如量如期完成。

### (三)总结验收阶段(2021年11月-2022年9月)

项目建设完成后,及时组织第三方机构(指会计师事务所)进行项目验收,对项目管理、资金使用、建设效果等进行全面验收考核,对存在问题,及时督促承办企业进行整改,确保顺利通过省厅组织第三方开展的中期绩效评价和验收复核。全面总结示范创建经验模式,形成我县电子商务发展的长效机制。

### (四)整改提升阶段(2022年10月-2023年10月)

根据项目验收工作中针对存在问题,扎实做好整改和持续运营工作,不断巩固和提升示范建设成果,促进农村电子商务可持续发展。

## 七、保障措施

### (一)加强组织领导和政策扶持

电子商务进农村综合示范县(升级版)项目的建设对推动我县

农产品上行,助力脱贫攻坚及推动乡村振兴具有重大意义。各相关单位要提高政治站位,建立健全工作机制和保障制度,及时组织研究项目实施规划、进程、制定项目实施、资金使用等方案,加强政策扶持力度,充分发挥工作职责,全力推动电子商务进农村(升级版)项目开展。

## (二)组建工作专班和压实责任

组建电子商务进农村综合示范县工作专班,由县商务粮食局负责参与做好项目总体规划和政策制定,做好具体业务指导;农业农村局协助做好农产品电子商务推广培训及农产品品牌创建;交通运输局负责做好全县物流配送车辆规范化管理级村级交通设施网点建设;财政局负责项目工作经费的落实和保障及相关税收扶持政策;发展改革局做好项目产业发展规划及扶持政策等。县市场监管局、县人力资源社会保障局、县扶贫办等其他相关部门根据自身职责范围,强化责任,协调配合,对应各领域落实相关支持政策,形成工作合力。

## (三)建立项目监管和问责机制

为增强电子商务进农村综合示范县(升级版)项目实效,压紧压实主体责任,建立健全项目监管和问责机制,组织有督查职能的部门组织开展经常性的督促检查。同时,按照合法合规、公开透明、科学规范等原则,要求各相关部门认真开展自查自纠,对政策落实不到位、资金使用不明确、制度建立不够完善的部门及企业,加强跟踪督导,明确整改措施及相关责任人,限时整改到位。对发

现问题开展经常性“回头看”，加强日常监管，严厉奖惩措施，强化奖优罚劣导向，推动项目有效落实。

#### (四)做好政务公开和信息报送

为促进项目建设规范运行，认真贯彻落实商务部有关电子商务进农村综合示范项目信息公开和数据报送工作的相关精神，按照“公正、公平、便民”的原则，全面、及时、准确、集中公开项目决策过程，接受社会监督。公开内容包括：项目实施方案和专项资金使用方案、公开遴选项目承建企业及项目资金额度和绩效目标等等。相关部门要及时上报项目进展、资金拨付、扶贫信息及项目绩效自评结果等情况。加强大数据应用，掌握贫困人口运用电子商务培训、创业、就业等情况，争取精确分析农村和农产品变化，发挥电商助力脱贫攻坚的作用。

#### (五)加大总结和宣传推广力度。

各部门要根据项目实施进程，开展阶段性自查自纠及总结汇报工作，争取将问题扼杀在摇篮阶段，全力推动电子商务进农村综合示范县(升级版)项目实施进程。要充分利用微信、公众号、新炎陵等现代融媒体平台进行宣传，开展形式多样，内容丰富的宣传活动，提升大众认知度，争取创造“人人懂电商、人人会电商”的良好氛围。

---

抄送：县委办，县人大办，县政协办。

---

炎陵县人民政府办公室

2021年2月8日印发



# 炎陵县人民政府办公室文件

---