

用户需求书

为做好我县电子商务进农村综合示范工作，加快我县电子商务发展，促进传统产业转型升级，按照《财政部关于提前下达2021年服务业发展资金的通知》（财建〔2020〕455号）、《财政部办公厅商务部办公厅国家乡村振兴局综合司关于开展2021年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建〔2021〕38号）等文件精神，结合我县实际，特制定本用户需求书。

一、项目概况：

（一）项目名称：2021年澄迈县国家电子商务进农村综合示范县。

（二）项目建设地点：采购人指定地点。

（三）项目建设内容：本次采购分四个标包进行，分别为：

A包：农村电商公共服务体系建设项目（提升公共服务中心运营能力）；

B包：物流配送电商营销体系建设项目（升级县级仓储物流分拨分拣中心、建设县级冷链仓储物流中心、加强镇村级电商服务站建设、创建智慧物流信息平台、农产品网销体系建设、开展电商营销活动）；

C包：品牌培育和质量保障体系建设项目（创建电商公用品牌及服务体系、强化电商品牌培育、加强电商品控溯源建设）；

D包：电商培训体系建设项目（强化电商人才培养、举办澄迈县农村电商创业大赛）

（四）服务期限：各标包均为自合同签订之日起至通过国家商务部电子商务进农村综合示范县绩效评价及验收为止。

（五）项目投资及资金来源：全县实施电子商务进农村示范工作预计总投资 2000 万元，其中：中央财政专项资金 1500 万元，县级配套资金 500 万元。本次采购金额为 1870 万元，其中：中央财政专项资金 1500 万元，县级配套资金 370 万元。

（六）最高限价：本项目最高限价为 1870 万元，其中：A 包为 250 万元，B 包为 1260 万元，C 包为 210 万元，D 包为 150 万元（详见附件 1：2021 年澄迈县电子商务进农村综合示范县资金预算表）。投标人的投标报价应是包含全部项目建设开发、场地租金、配套硬件设备、服务的价格及相关税费、运输到指定地点的装运费用、安装调试、辅助材料、以及人工、机械、运输、仓储、运费、各种税费、劳保、培训、售后服务、专利技术等其他有关的一切费用的总报价，在项目实施过程中，如发现漏项，中标单位应无条件、无偿补齐，所发生的费用，视为已包含在投标人的报价之中，且并不因此影响交付采购人使用的时间。

（七）质量要求：各标包均为顺利通过国家商务部电子商务进农村综合示范县绩效评价并确保通过验收。

（八）投标有效期：各标包均为自投标截止之日起 90 天。

(九) 付款方式：各标包均为中标供应商与采购人签订合同及人员进场后 30 天内，拨付合同金额的 30%；项目通过海南省商务厅中期绩效考核评价，拨付合同金额的 30%；项目全部完成并通过澄迈县相关部门组织的内部初验，拨付合同金额的 20%；项目顺利通过国家商务部电子商务进农村综合示范县绩效评价并通过验收合格，拨付合同金额的 10%；扣押合同金额的 10%作为项目保证金，保证金在项目实施完成（即签订合同的第三年末）一年后支付给企业。（具体以合同签订的付款方式为准）。

(十) 验收要求：各标包的所有实施项目必须达到国家商务部印发的《财政部办公厅商务部办公厅国务院扶贫办关于开展 2021 年电子商务进农村综合示范工作的通知》(财办建(2021) 38 号)、商务部办公厅《农村电子商务服务规范》（试行）和《农村电子商务工作指引》（试行）、海南省商务厅关于电子商务进农村综合示范县建设和验收等相关文件要求，顺利通过国家商务部电子商务进农村综合示范县绩效评价，并确保通过验收。

(十一) 其他要求：

1、投标人承诺中标后，须负责本项目日常工作中的资料及相关数据的定时收集上报，以及示范县评估、验收、资料收集、整理、汇编等相关工作。

2、投标人承诺中标后，针对本项目的所有实施方案须依法依规获得相关部门批准后方可实施。

3、投标人承诺中标后，项目未通过澄迈县以及国家商务部电子商务进农村综合示范县绩效评价时，在相关部门责令其整改后，仍未通过验收，根据相关政策及文件规定，采购人有权收回已支付的全部资金。

4、本项目未尽事宜以国家和海南省相关部门关于示范县建设相关文件、《澄迈县创建国家电子商务进农村综合示范县实施方案》以及合同签订内容为准。

二、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实中央一号文件精神，按照“市场运作、政府扶持、需求导向、立足现有、助力乡村振兴、强化服务、聚焦上行、整体推进”的原则，以电子商务进农村综合示范县建设为总抓手，以电子商务为手段，以本地经济主体为着力点，以满足农民生产生活需求为落脚点，以农村产业融合和流通现代化为目标，发挥电子商务“拓市场、促消费、带就业、稳增长”的作用，依托我县特色优势产业和重点行业优势，加强农村现代流通体系建设水平，进一步优化我县农村电子商务支撑服务体系，扩大电子商务进农村覆盖面，持续强化提升农村电子商务应用能力，不断促进产销对接和线上线下融合发展，助力乡村振兴，完善城乡融合消费网络，改善县域消费环境，推动农村消费梯次升级，为海南自贸港建设做贡献。

三、基本原则

（一）市场主导，政府引导。立足县内实际，着力优化完善现有政策，提升整体服务水平，加强市场监管，总结前期示范县工作经验，推广可复制的发展模式，为电子商务进农村的发展创造稳定、开放、公平、公正的政策环境。坚持市场主导，充分发挥市场在资源配置中的作用，以企业为主体，促进农村电子商务工作提质增效。

（二）助力三农，振兴乡村。利用电子商务拓宽农产品销售渠道，助力乡村振兴。推动农村商贸流通数字化改造，提高组织化程度，提升农村消费品质，增强服务“三农”能力。注重培育带动乡村振兴的经济实体，加大对原建档立卡脱贫户的帮扶力度，巩固脱贫成果，增强乡村振兴“绣花”本领。

（三）强化服务，夯实基础。加强农村电商公共服务体系建设，提升市场化和可持续发展的机制。持续推动农产品、农村工业品、乡村旅游及服务产品的电商化、品牌化、标准化，加深农村产品商品化率，延伸产业链条，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，推动农村一二三产业融合发展。

（四）因地制宜，鼓励创新。坚持因地制宜原则，立足县情，优先选择公众急需、受益面广、信息密集的消费品、农产品、农业生产资料开展示范，推广应用流通新技术新模式，推动农村电商升级发展。鼓励创新，大胆开拓，打造全新升级版农村电商示范项目。

（五）确保质量，规范实施。充分发挥农村电商助力乡村振兴成果巩固、服务乡村振兴的作用，不断提高农村电商在脱贫户、边缘易致贫户中增收比重，确保实施质量和成效。对财政资金的拨付、规范示范项目的建设做好全程动态跟踪和监管，确保各项规定落实，推进项目健康规范有序发展。

四、目标定位

（一）总体目标

聚焦农产品上行和工业品下乡，进一步提升支撑电子商务发展的公共服务体系，完善整体服务功能，促进农村电子商务与乡村振兴战略深度融合。进一步整合现有物流快递资源，充分发挥现代物流快递作用，做好同城配送。进一步提升村级电商服务站网点功能，有效破解“最后一公里”物流快递瓶颈问题，降低农村物流成本；进一步挖掘农村电商发展潜力，积极培育本地电商企业和带头人，培养一批有实力可持续的电商运营队伍，规模化发展直播电商；进一步加强农村特色产品培育和质量溯源体系建设，创建农产品电商公用品牌服务平台，提升电商品牌影响力和竞争力。

（二）量化目标

力争到 2024 年末，在销售上实现全县农村电商年交易额达到 20 亿元，同比增长 30%以上，农产品网络零售额同比增长 30%以上，电商经营主体同比增长 10%以上，新增网店农产品品牌 20 个，村级电商服务覆盖率超 100%，新培育 10 家农村电商重

点企业，电商培训达 2000 人次。实现县域内工业品进村入户 48 小时内必达，农产品出村进城 12 小时内完成，上行物流费用同全省平均水平持平。

五、主要任务

结合全县农村电商开展实际，聚焦农村电商升级改造任务，重点实施“863”计划。

（一）八大升级方向。一是升级县级电商公共服务体系。积极发布有利于电商发展的政策及管理制度，优化农村电子商务发展服务环境，加强农村电子商务市场监管，打造规范安全的电子商务发展环境；二是升级城乡物流体系。整合物流资源，搭建智慧物流信息平台，通过智能化物流分拣体系，优化县乡村物流配送功能，着重解决“最后一公里”配送和服务农产品上行问题；三是升级农产品分拣体系。完善县级仓储物流分拨分发中心建设，促进农产品电商的标准化、规范化管理；四是升级农产品电商公用品牌管理体系。创新搭建农产品电商公用品牌管理服务平台，通过平台数字化驱动大宗农产品精准销售，同步实现农业品牌管理、电商项目管理、农产品产销对接；五是升级电商宣传推广体系。通过多渠道、多元化的电商推广活动，扩大当地农产品品牌知名度；六是升级电商营销方式。通过直播带货、网红分销等新方式，借助淘宝、天猫、京东、拼多多等多个平台，培育一批有竞争力的电商经营主体；七是升级电商数字化管理水平。通过建立电商数据中心，全面掌握全

县电商数据，并通过数据分析，洞察电商发展潜力和问题，更好地推动农村电商快速发展；**八是**升级电商培训体系。根据全县电商发展水平，按照干部、电商经营主体、农业企业、合作社等分类，采取“请进来、走出去”等多元化的培训方式，培育一批懂电商的干部和会电商经营的主体。

（二）六大能力提升。**一是**提升运营服务能力。统筹全县电商资源，重点在电商管理、摄影技术、文案策划、网店装修等方面，建立标准化、规范化的服务体系；**二是**提升电商营销能力。按月度梳理上市产品种类及数量，建立全县多层次、多渠道的线上线下营销体系，进一步扩大销售规模；**三是**提升品牌管理能力。依托电商公用品牌管理平台，赋能网店经营主体品牌力提升；**四是**提升物流集散能力。搭建“一县一仓配中心、一乡一中转站、一村一网点”的农村电子商务物流配送体系，实现快递到乡镇，配送到农村，并切实解决农产品上行通路，全面降低社会物流总成本；**五是**提升人才培养能力。通过培训激发干部队伍发展电商主流意识和服务意识，提高电商经营主体线上经营管理水平、物流及售后服务水平等；**六是**提升数据驱动能力。改变零散、无序、杂乱的传统管理方式，用数字化管理手段推动电商跨越式发展。

（三）三大行动计划。**一是**沃土计划。电商经营主体就是农村电商的土壤，沃土即培训电商人才，给予政策奖励或鼓励，激发更多企业、合作社、家庭农场及社会主体参与农村电商发

展浪潮中；二是强基计划。通过加强城乡物流体系建设，完善村级电商网点建设，规范仓储和分拣企业，更好地助力农产品上行，帮助农民增收，更好地助力工业品下乡，释放农村消费潜力。三是行星计划。围绕示范县核心目标，制定全年的电商推介、电商赛事、电商论坛等活动，扩大农产品影响力和企业竞争力，营造健康良好的电商发展氛围。

六、重点实施内容

（一）A包：农村电商公共服务体系建设项目

计划投入资金 250 万元，资金来源为中央财政专项资金。

1. 提升公共服务中心运营能力（计划投入资金 250 万元，资金来源为中央财政专项资金）。

一是在原有电商进农村综合示范项目县级公共服务中心的基础上，完善县电商公共服务中心运营体系，增加电商综合服务类目，明确服务事项清单，强化制度管理、业务流程、标准规范等，为电商经营主体提供优质便捷高效的服务；

二是赋能县域电商企业，为县上电商企业提供电商开店、营销、产品研发、团队培养等服务；赋能商贸流通企业，为县上商贸流通企业电商化转型升级提供支持服务；搭建资源共享交流平台，突出公共服务中心的中央枢纽作用，为电商经营主体统筹推进品牌、标准、品控、营销、物流等服务；

三是优化升级服务中心办公环境，完善功能分区，配置必要的电脑、音像视频设备、网络接入设备、直播培训设备、LED

大屏一体机等，加强农产品展示 O2O 线下体验馆建设，“线上+线下”展销澄迈县农特优产品。

四是设置电子商务初创企业孵化办公区，包含创客工位和办公室，为电子商务初创企业提供一站式孵化服务。

五是根据商务部规定及澄迈县实际，制定澄迈县电商示范县发展的制度体系、数据收集上报体系、公示宣传体系，提高电商工作战略性、前瞻性和科学性，加强电商政策落地工作实效，保障电商持续健康发展。

六是以数据采集和分析为基础，每年组织编制《澄迈县农村电商发展竞争力分析报告》，助力电商发展精准决策。

（二）B 包：物流配送电商营销体系建设项目

计划投入资金 1260 万元，资金来源为中央财政专项资金 1100 万元，县级配套资金 160 万元。

1. 升级县级仓储物流分拨分拣中心（计划投入资金 720 万元，资金来源为中央财政专项资金）。

一是高标准提升县级仓储物流分拨分拣中心能力，结合实际运营需求引入快递分拣线、农产品分级分选、包装等设备，丰富中心分拣、包装等功能，加强初加工和商品化预处理能力；

二是依托县级仓储物流分拨分拣中心，集中提供镇级到县级物流以及上行农产品的分拣、预冷、包装等服务；

三是统筹协调县域物流运输体系，市场化合作整合现有物流资源，引导商贸供货企业或物流企业入驻县级仓储物流中心，使我县农产品物流成本明显降低；

四是购置车辆，发展农村共同配送，实现县、镇、村三级统一配送体系，从县级仓储物流分拨分拣中心到村 48 小时内完成工业品下乡配送，同时切实解决农产品上行发件费用高、包装不合格、发件时效不及时等问题，并带动 300 人以上的就业。

五是通过综合措施，降低物流成本，提升澄迈网商电商竞争力。

2. 建设县级冷链仓储物流中心（计划投入资金 120 万元，资金来源为县级配套资金）。

建设县级冷链仓库，作为澄迈县瓜果蔬菜等生鲜产品的存储仓。

3. 加强镇村级电商服务站建设（计划投入资金 250 万元，资金来源为中央财政专项资金，选点与建设标准详见附件 2：澄迈县村级电商快递综合服务超市选点与建设标准）。

一是市场化合作，力争整合镇级邮政、快递、村级电商服务站、村邮员等资源，在澄迈县 11 个镇合理规划布局镇级中转站，实现每个镇至少有 1 个挂牌的标准镇级物流服务中心，对原有 161 个村级服务站点进行关停并转整合优化，充分利用原有固定资产资源，对接各项服务，强化村级服务网点的运营能

力，做到服务全覆盖，在全县范围内建设村级电商快递综合服务超市并挂牌运营，实现服务全覆盖，打通物流“最后一公里”。

二是依托镇级物流服务中心为本镇提供电商综合公共服务，提升镇级农产品上行电商服务；依托村级服务站点，参与镇村物流服务，对接全国各类资源，开展代收代发、代购代销等电商服务，强化其便民服务职能，激活农村消费市场，并通过市场化合作的方式，为电商快递综合服务超市提供连锁供应链服务，引入供货平台，提供运营指导、门店营销、数据分享等“一站式”服务，不断提升服务站点管理水平。

三是对接工业品下行平台，引进工业品下行服务；

四是为镇、村级服务点负责人提供标准化操作培训，举办优秀站长评选等活动，使其熟练掌握网络代购、快递物流安排、后台信息管理等操作情况。

五是加强村级服务站点考核与管理，强化站点交易数据收集、日报数据采集、网络数据沉淀及全县电商数据分析等服务功能，实行动态调整，不能有效发挥作用的应及时“摘牌”。

4. 创建智慧物流信息平台（计划投入资金 60 万元，资金来源为中央财政专项资金）。

依托县级仓储物流分拨分拣中心，搭建物流信息管理平台，实现与全县物流中转站和第三方物流快递企业信息平台对接，保障物流配送信息的及时、准确和畅通，引导县域物流企业、配送企业、第三方物流公司及商贸企业运用信息平台获取、各

站点数据管理，发布信息，实现资源的有效整合，促使物流配送成本大幅降低。

5. 农产品网销体系建设（计划投入资金 70 万元，资金来源为中央财政专项资金）。

一是优化线上澄迈特产馆，整合澄迈特色农产品，以网络营销等方式，壮大明星电商企业和名优电商产品。

二是扶持澄迈网红积极参与电商营销，推进农产品电商销售参与社区团购，年度不少 1 场主体活动，每年结合主要特色农产品上市组织最少 1 次电商直播活动。

三是依托线上澄迈特产馆，支持各类网店经营主体带动和培育农民和脱贫户自主开展电商经营，打造电商氛围，年度不少于 1 场活动。

6. 开展电商营销活动（计划投入资金 40 万元，资金来源为县级配套资金）。

创新打造澄迈农产品电商嗨购节，每年最少 1 次，以现有的特色农产品为基础，如无籽蜜柚、荔枝、地瓜、咖啡等，结合电商物流要求，在做好常态化疫情防控基础上，按照季节和产业提前谋划，开展宣传推广、提前预热、开园活动、基地采摘、网红直播、销售竞赛、组团展销等一系列活动，拓宽农产品销售渠道，提高澄迈电商产品知名度。

（三）C 包：品牌培育和质量保障体系建设项目

计划投入资金 210 万元，资金来源为县级配套资金。

1. 创建电商公用品牌及服务体系（计划投入资金 100 万元，资金来源为县级配套资金）。

一是创建“长寿澄迈”全品类电商公用品牌，同时建设福山咖啡、桥头地瓜、澄迈凤梨、无籽蜜柚、无核荔枝等分品类公共品牌，形成“1+多+N（1 个总区域品牌，多个分品类公共品牌，N 个企业品牌）”的品牌体系。完成公共品牌体系的注册、形象设计、包装设计、品牌故事、品牌视频等建设工作。建立 1 个县级电商公用品牌服务中心，引进专业团队，以品牌策划、工艺提升、包装设计、营销推广等手段，帮助电商企业、农村专业合作组织、农业企业等打造培育产品品牌，提升品牌价值，扩大全县电商影响力。

二是组建澄迈县公共品牌管理小组，联合县委宣传部、县农业农村局、县市监局、县林业局等为成员单位，成立澄迈县农产品协会作为执行单位，负责区域品牌授权、质量监督等品牌管控工作，建立健全标识、标准、宣传、质量、认证等平台服务体系，利用物联网、二维码等手段分类分级管理全县电商经营主体，并通过数字化驱动农产品销售。

三是结合澄迈县农特产节庆、电商节会开展澄迈县区域品牌的营销宣传。举办线上线下的区域品牌宣传营销活动。

四是优先引导对脱贫户在农产品收购、劳务用工等方面加大倾斜力度，为脱贫户免费提供产品设计、包装等一站式服务，重点展开“一村一品”建设，助力乡村振兴的发展。

五是开展电子商务政策和示范县创建工作宣传，将全县创建电子商务进农村综合示范中的经验模式、典型做法、电商典型人物等汇编成册，加大对农村电子商务知识普及推广，营造浓厚的电商发展氛围。

2. 强化电商品牌培育（计划投入资金 50 万元，资金来源为县级配套资金）。

通过电商公用品牌服务中心，为本地电商经营主体提供品牌咨询策划、标识设计、包装设计、形象设计、摄影、文案编辑、网店装修等公益服务，培育更多电商农产品品牌，助力打造 10 家以上品牌示范网店。

3. 加强电商品控溯源建设（计划投入资金 60 万元，资金来源为县级配套资金）。

优化升级质量安全溯源监管系统，加强电商产品准入标准、产品品控监管机制及品控与溯源体系建设，逐步将我县重点电商企业、生产基地、特色产品、农产品检测纳入农产品质量安全溯源监管系统中。通过区分不同主体类型来实现多级监管，明确基地产能、上市时间、质量品控等信息，支持手机扫码查看各环节中的责任人信息和相关图片、视频等，达到农产品源头可溯、全程可控、风险可防、责任可究和公众可查的目的。

（四）D 包：电商培训体系建设项目

计划投入资金 150 万元，资金来源为中央财政专项资金。

1. 强化电商人才培训（计划投入资金 120 万元，资金来源为中央财政专项资金）。

对领导干部、中小企业、村级服务站负责人、农村致富带头人、合作社员、创业青年、农民、脱贫户等进行专业电商培训辅导，重点对农村青年，返乡大学生、退伍军人、电商服务站点负责人等进行电子商务政策、理论、运营、实操等方面的培训。三年内计划组织高中低各层次培训 2000 人次以上，其中以电商产业链条岗位技能为核心内容的中高级培训不低于 600 人次，精准培育本地具有一定带货能力的主播 10 名，培育自主开设或参与运营网店人才 50 名。面向澄迈产业基础情况，开发网店运营、新媒体营销等方向课程，制作配套教学资源。建设澄迈县电商培训网站，录制培训视频 12 个以上，便于电商从业者长期在线学习。

2. 举办澄迈县农村电商创业大赛（计划投入资金 30 万元，资金来源为中央财政专项资金）。

分别举办年度澄迈县农村电商创业大赛，开展村级电商服务站星级评比活动。推动各类电商要素资源聚集、开放和共享，引导和推动全社会形成大众创业、万众创新的浓厚电商氛围，打造农村经济发展新引擎。

七、投资规模及预期效果

（一）投资规模

全县实施电子商务进农村示范工作预计总投资 2000 万元，其中：中央财政专项资金 1500 万元，县级配套资金 500 万元。本次采购金额为 1870 万元，其中：中央财政专项资金 1500 万元，县级配套资金 370 万元。

（二）预期示范效果

通过电子商务进农村综合示范工作的开展，有效地拉动农产品销售和工业品消费，带动农村劳动力就业创业，完善农村现代市场体系，助力脱贫攻坚和乡村振兴。

1. 提升农民生活品质。随着电子商务进农村的推进，逐步改变农村传统消费方式，促进农民物质消费品种多样化，并享受网上购物、订票、充值缴费等便利服务，拉动农村消费，不断提升农民的生活品质。

2. 带动城乡居民创业就业。通过电子商务进农村项目的实施，县乡村电商服务站、电子商务企业及电子商务配套服务企业、电子商务网店等都将新增大量的就业岗位，农产品网上销售和商品化率不断提高，推动农村经济社会协调发展。

3. 农村电子商务持续健康发展。全县进一步完善农村电子商务物流服务体系，健全农村电子商务政策机制及服务支撑体系，培育一批电商企业及人才，创造农村电子商务发展环境，促进农村电子商务可持续发展。

八、实施步骤和时间安排

澄迈县2021年电子商务进农村综合示范县将分阶段有计划地推进，共分四个阶段：

（一）动员筹备阶段（2021年12月-2022年1月）

根据省财政厅、省商务厅有关文件精神进一步完善各项推进电子商务进农村综合示范工作要素保障和支持政策，积极做好前期调研和考察学习。

（二）全面启动阶段（2022年2月—2022年3月）

澄迈县国家电子商务进农村综合示范县工作领导小组切实加强组织领导，健全统筹协调工作机构。建立工作机制、考核体系，制定实施方案、资金管理办法和监督措施。启动业务培训和宣传工作，抓好招投标等前期工作任务的落实。

（三）组织实施阶段（2022年4月—2023年5月）

全面落实具体项目建设，推进县、镇、村电子商务公共服务体系、物流配送体系、农产品上行保障体系等各个项目建设，领导小组加强对工作的指导、监督和考核，调动各方力量参与项目实施。

（四）巩固提升阶段（2023年6月—2023年9月）

项目实施收尾工作，通过自查、总结和完善相关工作，做好验收、总结上报。

九、项目推进和资金管理

（一）企业选拔。电子商务进农村综合示范县，实行承办单位企业法人制和合同管理制。按照公正、公平、公开的原则，

向社会公示项目建设内容及承办企业的条件，通过政府采购的方式选拔相关项目承办企业。承办企业项目建设方案须报县电子商务进农村工作领导小组批准，并通过政府门户网站向社会公示后组织实施。为保证承办企业信守承诺，履行契约，承办企业须扣押项目中标金额的 10%作为项目保证金，并签订建设运营协议，保证高效运营和优质服务。保证金在项目实施完成（即签订合同的第三年末）一年后支付给企业。

（二）项目管理。县国家电子商务进农村综合示范项目领导小组办公室严格按照国家及省市（省县）有关文件要求，结合本县实际，制订和完善电子商务进农村综合示范工作实施方案和项目资金安排方案，经县政府常务会议讨论通过，上报省政府有关部门审批通过后在县政府门户网站进行公示。《方案》公示后不得擅自更改。因需要增加或更换项目承建企业、创新或完善项目实施方案、调整或更改项目建设内容及资金安排方案的，须按相关规定，说明变更理由，履行变更程序，重新在相关媒体公示。

（三）检查验收。县国家电子商务进农村综合示范项目领导小组办公室牵头协调财政、审计、商务、乡村振兴等部门督促承办企业严格按照实施方案确定的建设时限、内容、投资额度落实项目建设。并加强对项目跟踪检查，负责组织项目验收工作，确保项目建设质量。承办企业项目完成后向领导小组办公室提出验收申请，领导小组办公室在收到企业验收申请后 10

个工作日内分期分批对项目及时进行审核验收，并作出“合格”或“不合格”的验收结论。项目验收合格并在县政府网站上公示无异议后，领导小组办公室方可按相关规定和标准，向县政府申请项目资金。经县政府审批通过后由财政部门将项目资金下达至领导小组办公室，领导小组办公室将资金拨付给项目承办单位并对相关工作文件、招投标文件、票据等进行存档

（四）资金管理。项目专项资金使用方向根据财政部办公厅、商务部办公厅、国务院扶贫办综合司《关于开展2021年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建〔2021〕号）文件要求使用，不得违规使用，对于违规使用或挪作他用的将依法依规追究相关单位或相关责任人的责任。

十、保障措施

（一）强化组织领导。澄迈县国家电子商务进农村综合示范项目领导小组由分管副县长任组长，县委宣传部、县政府办、县财政局、县商务局、县乡村振兴局等部门主要负责人为成员，领导小组定期召开电子商务进农村综合示范创建工作会议，不定期召开电商企业、行业协会和运营商座谈会，研究全县电子商务产业发展模式，解决电子商务产业发展过程中存在的困难和问题。各镇（含金安筹备组）要成立相应机构，配备人员，具体负责在辖区内开展电子商务进农村综合示范工作。领导小组下设办公室，办公地点设在县商务局，县商务局局长兼任办公室主任，县政府办、商务、财政、乡村振兴局分管领导担任

办公室副主任。办公室实行例会制，具体负责全县电子商务进农村综合示范工作规划落实、组织协调、考核评比、日常管理等工作。领导小组成员和办公室成员如有变动，由接任工作的同志替补。

（二）注重公开公正。按照公平、公正、公开的原则，向社会公示示范项目建设内容及其承办企业的条件，通过公开招标的方式选拔承办企业，并按相关要求进行公示，公示无异议后组织实施。在省商务厅官方网站和县人民政府门户网站公开财政资金扶持项目决策和建设进度等相关信息，同时设立征求意见窗口或纪检窗口。

（三）明确职责分工。领导小组办公室具体负责综合协调、方案制定和项目落实。县财政局负责专项资金保障工作，确保资金及时到位。县乡村振兴局负责协调相关部门研究制定电商帮扶具体方案。各镇（含金安筹备组）政府全面负责协调、配合支持。各相关单位各司其责，全力组织配合各自领域群体参加各类培训、电商创业及相关示范工作任务的落实，并做好本职工作。

（四）落实推进政策。各有关部门在国家电子商务进农村综合示范项目的基础上，在金融、土地、人才、收费等方面落实好支持农村电商发展的政策。把农村电子商务发展规划作为指导性文件，从扶持县域电商发展的角度，适时提供政策支持。

（五）营造发展氛围。充分发挥全县主流媒体舆论引导作用，开辟专题专栏，积极将电商发展的优秀企业、突出做法及典型案例向县政府门户网站上推送，加大宣传和普及电子商务知识力度，让群众知道电商发展带来的便利和实惠，让各部门理解发展电子商务是经济转型升级和结构优化的迫切需要，让企业认识到发展电子商务是企业发展壮大的必由之路，形成人人参与、全民接触的社会氛围。

（六）强化督导落实。建立电子商务进农村综合示范绩效评价标准体系，对项目建设进展情况进行定期评估，认真执行项目监督检查制度，重点对项目建设进度和中央财政补助资金的使用情况进行监督检查，确保资金安全和按计划使用。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，加大对网络经济活动的监管力度，维护电子商务活动的正常秩序。

十一、职责分工

（一）项目监督和审查。加强电子商务进农村综合示范工作的效能和廉政监督。（县政府督查室）

（二）政策制定和信息公示。制订出台与创建工作有关的文件，制定并公示全县综合示范领导小组，整合涉及综合示范县建设项目相关文件。开展定期及不定期公示信息工作，政府官网专栏公示中央及地方专项资金扶持项目的基本信息、建设

进度，设立征求意见窗口或纪检、审计举报窗口电话。（县商务局、县电商服务中心）

（三）资金拨付和招标采购。做好全县示范县创建工作各标段招标工作，规范管理专项资金使用，及时拨付，专款专账专用，推进电子商务领域的投融资体系建设，提供电子商务金融支持，推进产权交易、金融服务等领域的电子商务应用。（县财政局、县商务局）

（四）项目整体统筹和推进。统筹并运营全县示范县创建工作，协调解决工作中的重大事宜，负责电子商务进农村综合示范工作领导小组的日常工作。编制澄迈县电子商务进农村综合示范创建工作创建工作方案、资金使用管理制度、扶持奖励暂行办法等文件。督促指导项目承办企业按计划、高质量完成建设任务。（县领导小组办公室、县商务局）

（五）专项资金审计和监督。参与制定电子商务进农村综合示范专项资金使用和监督管理办法，加强专项资金使用监管，负责项目实施各阶段资金审计工作。定期或不定期会同县商务局现场查看项目进展、资金使用和进展情况，形成查看记录。（县商务局、县财政局、第三方公司）

（六）农业和生态相关工作。对全县农村产品的生产和销售情况进行摸底，与县商务局共同出具促进全县农产品网络销售的支持政策。推进农产品标准化工作，建立质量追溯体系。组织发动全县农特产品生产企业、农村居民专业合作社、家庭

农（牧）场、种养大户等参与电子商务培训和应用推广。开展在线旅游、在线旅游产品培育、农旅结合销售模式创新工作等。

（县农业农村局、县旅文局）

（七）人才培养和创新创业。落实返乡大学生及其他创业主体电子商务就业创业优惠政策，把电子商务创业培训纳入全县就业创业体系。发动全县广大妇女、青年创业者、残疾人、脱贫户等积极参与电子商务应用及相关培训，培育电子商务生力军。（县人社局、县乡村振兴局、团县委、县妇联、县残联）

（八）电商助力乡村振兴。提供全县脱贫人口现状情况报告，对各类电商助力脱贫形式尤其是电商帮扶情况进行统计。联合县商务局制定电商帮扶方案，明确工作目标和措施，对落实情况记录证明文件进行统计。优化升级质量溯源管理系统功能，将我县重点电商企业、生产基地、特色产品纳入农产品质量安全溯源监管体系，建立农产品流通质量安全事故应对及处置预案机制。同时，对质量追溯工作与农产品标准化、质量监管、区域公用品牌、营销策划等统筹协调安排。定期对全县电商助农信息进行统计，包括对脱贫户的电商培训和电商增收等情况统计信息及时通报共享。引导电商企业与合作社、农产品加工企业建立合作关系，通过互联网销售农产品，实现电商、基地（合作社）和脱贫户共同受益。（县农业农村局、县乡村振兴局）

（九）项目配合和保障。负责电子商务相关产业基地、中心规划建设相关规划手续，统计并提交全县电商项目的立项信息和项目进展情况，设计综合示范县建设项目的立项批复、可行性研究报告等文件。配合拟定并落实电子商务产业发展的土地政策，负责电子商务进农村综合示范县相关项目的供地保障，及其他在开展示范工作中需要协助的事宜。（县住建局、县发改委、县资规局等）

（十）落地执行和运营。落实执行电子商务进农村综合示范项目创建工作方案规划的各项内容。（项目第三方运营单位）

附件 1:

2021 年澄迈县电子商务进农村综合示范县资金预算表

序号	项目 大类	子项目 名称	建设内容	投资金额（万元）			
				合计	财政资金		备注
					中央资金	地方资金	
	A 包： 农村 电商 公共 服务 体系 建设	1、提升 公共服 务中心 运营能 力	<p>一是在原有电商进农村综合示范项目县级公共服务中心的基础上，完善县电商公共服务中心运营体系，增加电商综合服务类目，明确服务事项清单，强化制度管理、业务流程、标准规范等，为电商经营主体提供优质便捷高效的服务；</p> <p>二是赋能县域电商企业，为县上电商企业提供电商开店、营销、产品研发、团队培养等服务；赋能商贸流通企业，为县上商贸流通企业电商化转型升级提供支持服务；搭建资源共享交流平台，突出公共服务中心的中央枢纽作用，为电商经营主体统筹推进品牌、标准、品控、营销、物流等服务；</p> <p>三是优化升级服务中心办公环境，完善功能分区，配置必要的电脑、音像视频设备、网络接入设备、直播培训设备、LED 大屏一体机等，加强农产品展示 O2O 线下体验馆建设，“线上+线下”展销澄迈县农特优产品。</p> <p>四是设置电子商务初创企业孵化办公区，包含创客工位和办公室，为电子商务初创企业提供一站式孵化服务。</p>	250	250		

序号	项目 大类	子项目 名称	建设内容	投资金额（万元）			
				合计	财政资金		备注
					中央资金	地方资金	
			<p>五是根据商务部规定及澄迈县实际，制定澄迈县电商示范县发展的制度体系、数据收集上报体系、公示宣传体系，提高电商工作战略性、前瞻性和科学性，加强电商政策落地工作实效，保障电商持续健康发展。</p> <p>六是以数据采集和分析为基础，每年组织编制《澄迈县农村电商发展竞争力分析报告》，助力电商发展精准决策。</p>				

二	B包： 物流 配送 电商 营销 体系	1、升级 县级仓 储物流 分拨分 拣中心	<p>一是高标准提升县级仓储物流分拨分拣中心能力，结合实际运营需求引入快递分拣线、农产品分级分选、包装等设备，丰富中心分拣、包装等功能，加强初加工和商品化预处理能力；</p> <p>二是依托县级仓储物流分拨分拣中心，集中提供镇级到县级物流以及上行农产品的分拣、预冷、包装等服务；</p> <p>三是统筹协调县域物流运输体系，市场化合作整合现有物流资源，引导商贸供货企业或物流企业入驻县级仓储物流中心，使我县农产品物流成本明显降低；</p> <p>四是购置车辆，发展农村共同配送，实现县、镇、村三级统一配送体系，从县级仓储物流分拨分拣中心到村48小时内完成工业品下乡配送，同时切实解决农产品上行发件费用高、包装不合格、发件时效不及时等问题，并带动300人以上的就业。</p> <p>五是通过综合措施，降低物流成本，提升澄迈网商电商竞争力。</p>	1260	720		
		2、建设 运营县 级冷链 仓储中 心	<p>建设县级冷链仓库，作为澄迈县瓜果蔬菜等生鲜产品的存储仓。</p>				

		<p>一是市场化合作，力争整合镇级邮政、快递、村级电商服务站、村邮员等资源，在澄迈县 11 个镇合理规划布局镇级中转站，实现每个镇至少有 1 个挂牌的标准镇级物流服务中心，对原有 161 个村级服务站点进行关停并转整合优化，充分利用原有固定资产资源，对接各项服务，强化村级服务网点的运营能力，做到服务全覆盖，在全县范围内建设村级电商快递综合服务超市并挂牌运营，实现服务全覆盖，打通物流“最后一公里”。</p> <p>二是依托镇级物流服务中心为本镇提供电商综合公共服务，提升镇级农产品上行电商服务；依托村级服务站点，参与镇村物流服务，对接全国各类资源，开展代收代发、代购代销等电商服务，强化其便民服务职能，激活农村消费市场，并通过市场化合作的方式，为电商快递综合服务超市提供连锁供应链服务，引入供货平台，提供运营指导、门店营销、数据分享等“一站式”服务，不断提升服务站点管理水平。</p> <p>三是对接工业品下行平台，引进工业品下行服务；</p> <p>四是镇、村级服务点负责人提供标准化操作培训，举办优秀站长评选等活动，使其熟练掌握网络代购、快递物流安排、后台信息管理等操作情况。</p> <p>五是加强村级服务站点考核与管理，强化站点交易数据收集、日报数据采集、网络数据沉淀及全县电商数据分析等服务功能，实行动态调整，不能有效发挥作用的应及时“摘牌”。</p> <p>(选点与建设标准详见附件 2：澄迈县村级电商快递综合服务超市选点与建设标准)</p>		250		
	4、创建	依托县级仓储物流分拨分拣中心，搭建物流信息管理平台，实现与全县物流中转站和		60		

		智慧物流信息平台	第三方物流快递企业信息平台对接，保障物流配送信息的及时、准确和畅通，引导县域物流企业、配送企业、第三方物流公司及商贸企业运用信息平台获取、各站点数据管理，发布信息，实现资源的有效整合，促使物流配送成本大幅降低。				
		5、农产品网销生态建设	<p>一是优化线上澄迈特产馆，整合澄迈特色农产品，以网络营销等方式，壮大明星电商企业和名优电商产品。</p> <p>二是扶持澄迈网红积极参与电商营销，推进农产品电商销售参与社区团购，年度不少1场主体活动，每年结合主要特色农产品上市组织最少1次电商直播活动。</p> <p>三是依托线上澄迈特产馆，支持各类网店经营主体带动和培育农民和脱贫户自主开展电商经营，打造电商氛围，年度不少于1场活动。</p>		70		
		6、开展电商营销活动	创新打造澄迈农产品电商嗨购节，每年最少1次，以现有的特色农产品为基础，如无籽蜜柚、荔枝、地瓜、咖啡等，结合电商物流要求，在做好常态化疫情防控基础上，按照季节和产业提前谋划，开展宣传推广、提前预热、开园活动、基地采摘、网红直播、销售竞赛、组团展销等一系列活动，拓宽农产品销售渠道，提高澄迈电商产品知名度。			40	
三	C包：品牌培育和质量管理保	1、创建电商公用品牌及服务体系	<p>一是创建“长寿澄迈”全品类电商公用品牌，同时建设福山咖啡、桥头地瓜、澄迈凤梨、无籽蜜柚、无核荔枝等分品类公共品牌，形成“1+多+N（1个总区域品牌，多个分品类公共品牌，N个企业品牌）”的品牌体系。完成公共品牌体系的注册、形象设计、包装设计、品牌故事、品牌视频等建设工作。建立1个县级电商公用品牌服务中心，引进专业团队，以品牌策划、工艺提升、包装设计、营销推广等手段，帮助电商企业、农村专业合作组织、</p>	210		100	

障体 系建 设		<p>农业企业等打造培育产品品牌，提升品牌价值，扩大全县电商影响力。</p> <p>二是组建澄迈县公共品牌管理小组，联合县委宣传部、县农业农村局、县市监局、县林业局等为成员单位，成立澄迈县农产品协会作为执行单位，负责区域品牌授权、质量监督等品牌管控工作，建立健全标识、标准、宣传、质量、认证等平台服务体系，利用物联网、二维码等手段分类分级管理全县电商经营主体，并通过数字化驱动农产品销售。</p> <p>三是结合澄迈县农特产节庆、电商节会开展澄迈县区域品牌的营销宣传。举办线上线下的区域品牌宣传营销活动。</p> <p>四是优先引导对脱贫户在农产品收购、劳务用工等方面加大倾斜力度，为脱贫户免费提供产品设计、包装等一站式服务，重点展开“一村一品”建设，助力乡村振兴的发展。</p> <p>五是开展电子商务政策和示范县创建工作宣传，将全县创建电子商务进农村综合示范中的经验模式、典型做法、电商典型人物等汇编成册，加大对农村电子商务知识普及推广，营造浓厚的电商发展氛围。</p>			
	2、强化 电商品 牌培育	<p>通过电商公用品牌服务中心，为本地电商经营主体提供品牌咨询策划、标识设计、包装设计、形象设计、摄影、文案编辑、网店装修等公益服务，培育更多电商农产品品牌，助力打造 10 家以上品牌示范网店。</p>		50	
	3、加强 电商品 控溯源	<p>优化升级质量安全溯源监管系统，加强电商产品准入标准、产品品控监管机制及品控与溯源体系建设，逐步将我县重点电商企业、生产基地、特色产品、农产品检测纳入农产品质量安全溯源监管系统中。通过区分不同主体类型来实现多级监管，明确基地产能、上</p>		60	

		建设	市时间、质量品控等信息，支持手机扫码查看各环节中的责任人信息和相关图片、视频等，达到农产品源头可溯、全程可控、风险可防、责任可究和公众可查的目的。				
四	D包： 电商 培训 体系 建设	1、强化 电商人 才培训	对领导干部、中小企业、村级服务站负责人、农村致富带头人、合作社员、创业青年、农民、脱贫户等进行专业电商培训辅导，重点对农村青年，返乡大学生、退伍军人、电商服务站点负责人等进行电子商务政策、理论、运营、实操等方面的培训。三年内计划组织高中低各层次培训 2000 人次以上，其中以电商产业链条岗位技能为核心内容的中高级培训不低于 600 人次，精准培育本地具有一定带货能力的主播 10 名，培育自主开设或参与运营网店人才 50 名。面向澄迈产业基础情况，开发网店运营、新媒体营销等方向课程，制作配套教学资源。建设澄迈县电商培训网站，录制培训视频 12 个以上，便于电商从业者长期在线学习。	150	120		
		2、举办 澄迈县 农村电 商创业 大赛	分别举办年度澄迈县农村电商创业大赛，开展村级电商服务站星级评比活动。推动各类电商要素资源聚集、开放和共享，引导和推动全社会形成大众创业、万众创新的浓厚电商氛围，打造农村经济发展新引擎。				
总计				1870	1500	370	

附件 2:

澄迈县村级电商快递综合服务超市 选点与建设标准

一、服务超市选点原则与标准

(一) 选点原则

原则上一个村（居）委会只能选取一个点建设服务超市，由镇政府根据辖区内各行政村人口数量、地理位置进行推荐，村（居）两委干部要回避推荐工作，可以根据市场需求对服务超市的选点进行适当调整，实现功能全覆盖。县商务局、财政局、乡村振兴局、西部邮政管理局、镇政府支持 B 包中标企业实地考察后审定，由 B 包中标企业建设、运营和监管。对符合条件的村级电商服务站点，优先保留进行升级建设。对不符合条件或者没有意愿参与服务超市建设的村级电商服务站点，另行选址重建。镇级电商服务站点已经覆盖的，不纳入本次选址建设范围，避免重复建设。

(二) 场地标准

1、交通便利，在行政村主要干道旁。建议选择在本行政村范围内各自然村（或多数）村民必经之路村道旁，优先考虑选在村居委会所在地等村民聚集的热闹点位，并考虑快递车辆便于通行和有暂停装卸货物场地。

2、平房或楼房一楼，面积原则上不小于 40 平方米。如果个人意愿强、服务意识强、选址位置优，可以适当放宽场地条件。

(三) 人员标准

1、必须专职经营，有较强的村民服务意识，有意愿参与服

务超市建设与经营。有电商基础、网购经验、开设网店经验，在村里人际关系好、口碑好、乐于助人者优先。

2、原则上年龄一般在 45 周岁以下，初中及以上学历，学习能力强、有电商经验者可以放宽条件。

二、择优遴选办法

如申报时出现同一个村级服务超市有多人申请的情况，需要根据申请人提交的申请表资料，县商务局、财政、乡村振兴、西部邮政管理局、当地镇政府以及 B 包中标企业抽调人员进行实地踏查，并组织申请人进行实操考核，择优遴选办法为：

- 1、对申请人的场地进行实地核实比对。
- 2、对申请人进行实际操作测试。
- 3、最终结合人选和场地优势择优遴选。

三、开业试运营

- 1、对选定的场所，由 B 包中标企业进行装修，统一门牌标识，配备相关设备（软件、硬件），并对经营者进行技术培训。
- 2、B 包中标企业指导办理营业执照等经营许可手续。
- 3、试运营期限不少于 1 个月，制定考核指标对试运营良好的服务超市按计划签署相关合作协议，正式授权运营。不合格的继续进行改进或根据实际情况重新换点。

四、服务超市服务功能和建设标准

服务功能	建设标准			
	门牌标识	硬件配置	技术培训	物流配送
百货超市、代买代卖、快递代收代发、费用代缴、农合代缴、贷款中介、保险中介、农资代销、建材代销、	统一设计风格、统一 LOGO、名称	场地装修、门头牌 1 块(视实际情况增加立式招牌)、背景墙 1 块、标配货架至少 2 个（根据实际需求定）、邮件寄存柜 1 个、快递扫码枪 1 把、快递面单热敏打印机 1 台、电子	进销存系统使用、快递系统使用、营销知识、代缴代办业务知识、网店知识、微商知识、短视	寄件 24 小时寄出，超市百货 48 小时到达

就业信息服务等业务		秤1台、制度牌1块、服务项目牌1块、店长职责牌各1块、服务流程图1张等	频知识等	
-----------	--	-------------------------------------	------	--

五、优惠政策支持

1、场地装修装饰，统一制作门头牌，配备邮件寄存柜、快递扫码枪、快递面单热敏打印机、电子秤、标配货架等硬件设备。

2、配套进销存系统、快递物流系统等相关的必要软件设备。

3、超市销售的商品，统一线上订货，线下隔天一次配送，快递收发一天一次配送。

4、提供免费的电商知识培训、短视频制作、直播带货等专业技术培训，电商服务中心可提供创业孵化。

5、对服务超市进行条幅、宣传手册、标语、墙体、自媒体等多种渠道宣传推广。

6、导进农资代销、建材代销、贷款中介、保险中介等业务，根据服务超市实际情况和经营者的能力，切实增加创收增收业务，或鼓励引导走电商创业之路。

6、每年进行村级电商快递综合服务超市先进经营评选，给予一定奖金奖励，还不定期地组织参加县内外的促销费等活动。

7、根据实际情况，对有条件自然村的农特产品进行挖掘打造。