

冠县人民政府文件

冠政发〔2021〕14号

冠县人民政府 关于印发《冠县电子商务进农村综合示范工作 实施方案》的通知

各乡镇人民政府、街道办事处，县经济开发区，县直各有关部门（单位）：

《冠县电子商务进农村综合示范工作实施方案》已经县政府研究同意，现印发给你们，请对照方案认真组织实施。

冠县人民政府

2021年9月30日

（此件公开发布）

冠县电子商务进农村综合示范工作 实施方案

为加快推进冠县农村电子商务深入发展，进一步完善农村市场体系，促进农村流通现代化，助力乡村振兴，建设完善全县农村电子商务配送及综合服务体系，根据《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）、《山东省财政厅、山东省商务厅、山东省乡村振兴局关于加强2021年电子商务进农村综合示范项目专项资金管理的通知》（鲁财工[2021]15号）等文件精神，结合我县实际，制定本实施方案。

一、总体思路、基本原则和工作目标

（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，深入贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，充分发挥市场在资源配置中的决定作用，更好发挥政府引领作用，以促进农村流通现代化为目标，围绕实施乡村振兴战略，坚持政府引导、市场运作、典型示范、突出特色、助力乡村振兴，全面推进电子商务进农村综合示范县创建工作，加快健全和完善农村电商公共服务体系，夯实农村流通基础设施，打牢农产品上行基础，促进产销对接，探索数据驱动，构建普惠共

享、线上线下融合、工业品下乡和农产品进城双向畅通的农村现代流通体系，推动农村电子商务成为冠县农村经济社会发展的新动能、新引擎。

（二）基本原则

市场为主，政府引导。充分发挥市场机制在农村电子商务发展的决定性作用，突出企业的主体地位，整合资源、优化配置，充分调动各类社会资源广泛参与农村电子商务的积极性和创造性。进一步转变政府职能，完善政策，强化服务，搭建平台，加强示范引导，优化农村电子商务发展环境。

把握精准，助力振兴。因地制宜发展冠县特色农产品种植、农副产品加工、手工艺品以及旅游民俗产品开发等特色产业，拓宽产品上行渠道，加强产销衔接。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。

因地制宜，协调推进。推进农村电子商务与乡村振兴有机结合，从资源禀赋、产业特色、发展水平等条件出发，充分挖掘乡村产业、人文、生态等资源潜力，提升推广商业价值，释放农村电子商务对经济发展的放大、叠加、倍增作用。

规范发展，培育生态。坚持规范与发展并重，强化主体责任，注重绩效管理。加大对产销衔接成绩突出的市场主体的支持力度，着力培育农村电子商务服务生态，形成支撑产业发展的内生动力。

（三）工作目标

到 2024 年，以电子商务进农村综合示范县建设为契机，推动农村电子商务公共服务体系建设，加快推进电子商务在农村的应用和推广，提高农村流通现代化水平，在发展农村物流、促进农产品网络销售、完善农村市场体系、提升农民生活品质、推动农民增收致富等方面取得明显成效：

——建设完善 1 个县级电子商务公共服务中心，构建成熟完备的农产品进城公共服务体系和工业品下乡流通服务体系。建设乡镇级电商服务站 10 个、村级电商服务点 80 个，行政村电商服务覆盖率达到 70%。

——积极发展全县电商经营主体，培育县域电商示范标杆，培育年交易额过千万元的电商企业力争达到 10 家。

——建设县电子商务仓储物流配送中心 1 处，建设乡镇级快递服务站 10 个、村级电商快递点 80 个。物流快递网点乡镇覆盖率达到 100%，行政村服务覆盖率达到 70%。

——注重返乡青年、大学生、退伍军人等人员的电商基本技能培训，帮助他们通过电商实现就业、创业。项目周期内，开展农村电子商务人才培养达到 1500 人次。

项目周期内，冠县农村电子商务发展形成应用更加广泛、保障体系更加健全、配套服务更加完善、产业发展更加集聚的新格局。全县农村网络零售额、农产品网络零售额等高于全省农村平均水平。

二、实施内容

坚持培育与引进相结合，积极引进外部优质资源，尤其针对有实力的电商服务企业，借势借力引资引智，加强与本地电商企业合作，培育壮大市场主体。构建县、镇、村三级物流配送体系，提高物流配送效率，降低快递成本；完善农产品进城公共服务体系，构建县、镇、村三级电商服务站网络，为县域电商发展提供完备的保障服务体系；打造工业品下乡流通服务体系，建立本地化、连锁化、信息化的线上线下融合的商品流通网络，更好满足农村居民生活和消费需求；优化冠县农产品上行供应链，培育冠县县域公共品牌和营销推广体系，拓展农产品的网络销售渠道，扩大网络销规模；建立电子商务人才培育体系，夯实县域电商发展的人才基础；探索建立农村电商大数据统计监测服务，为政府科学决策提供数据支撑。

（一）构建县镇村三级物流配送体系

1. 完善县级电商仓储物流配送中心

通过整合“四通一达”、邮政、供销、商贸流通、第三方物流和本地物流资源，发展智慧物流，建设完善全县电子商务物流配送体系。县物流配送中心配置必要的设备设施，逐步使电商物流配送中心具备分拣、包装、配送等物流配送功能；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。加快推动快递业、邮政企业和干线运输的横向联合、优势互补，合力推进农村物流基础设施建设，有效降低

物流成本。

2. 建设镇村电商物流配送站点

充分利用乡镇商贸中心、万村千乡农家店、邮政网点、供销网点、农民专业合作社、电商经营场所等现有资源，建设镇、村级电子商务物流配送站，根据实际需要配备必要的设施设备。逐步完善以县级配送中心、乡镇级服务站、村级服务点为支撑的农村物流配送体系，打通农村电商快递下行“最后一公里”、农村产品出村进城“最初一公里”，提高物流配送效率，降低物流成本。

3. 提升智慧物流配送服务能力

支持快递物流企业结合冠县城乡规划和交通网络布局，优化整合物流配送线路，发展智慧物流，提升快递物流管理的信息化水平，构建现代化物流通道。鼓励电商、商贸、物流企业积极参与农村产品供应链、物流链整合，优势互补形成合力，构建工业品下乡、农村产品进城的双向流通渠道，进一步提高物流配送效率。

（二）完善电子商务公共服务体系

1. 建设县电子商务公共服务中心

建设冠县电子商务公共服务中心，完善功能定位，承载并满足全县电子商务公共服务、创业孵化、线下展示等主要功能，弹性适应未来 3-5 年电子商务产业发展需求。增强产品对接、销售、金融、摄影、美工、策划、保险和其他衍生增值服务

务等功能，丰富品牌、标准、品控、物流协同等服务。县电子商务公共服务中心坚持市场化原则，突出服务功能，强化可持续运营机制，为“大众创业、万众创新”提供技术支持。发挥公共服务中心枢纽作用，合理统筹全县农村电子商务运营、物流、培训工作，增强服务体系可持续发展能力。强化县级电子商务公共服务中心与镇村级电子商务服务站点之间的互通对接，统筹协调各级电子商务服务及数据收集分析，共同保障全县电子商务发展。重点引进电商运营服务、产品设计研发、小微金融贷款、知识产权代理、企业信用服务、法律法规咨询以及传统企业转型升级服务。建立健全公共服务中心管理制度和服务规范，建成完整的组织管理架构、规章制度和服务标准，发展完善电子商务协会、学会或产业联盟等行业组织，培育行业内生动力、促进行业自律。

2. 构建乡镇、行政村电子商务服务站点网络

建设乡镇级电商公共服务站。整合万村千乡农家店、邮政服务站、供销网点、农村淘宝服务站等资源，完善基础设施，结合实际需要配备必要的设施设备，发挥运营服务、产品展示、培训和物流配送等功能。主要负责本乡镇电子商务产业的技术指导、产品整合、人员培训、代运营、特色产品展示等工作，对上承接县级电子商务服务中心业务，对下服务于所辖片区村级电商服务点，实现群众不出镇就能通过平台完成商品交易，便民缴费、产品寄递、创新创业等，进一步提升农村生活电商

化便利化水平。

建设升级村级电商服务网点。依托各行政村已建便民服务店、农村商务银行及合作社网点、农家小卖部等资源，改造建设村级电子商务公共服务网点，为村民提供网购网销服务，不断完善信息发布、保险、代购代销代缴、本地生活等服务功能，与物流网点整合实现快递代收代发功能。站点实施统一管理，加强站长业务培训，不断提高站点服务能力。

3. 建设农村电子商务孵化中心

依托县电子商务公共服务中心设立农村电商孵化中心，重点面向网商、第三方服务商、农业企业和电商创业带头人进行农村电商孵化，引导农业龙头企业、农民专业合作社、种养大户、家庭农场等市场主体发展网络产品和服务。

积极对接农村商业银行和各类市场投资主体参与农村电商建设。引导市场资金向农产品设计研发、检验检测与认证、农产品交易和供应链体系等薄弱缺失环节进行投资。

4. 建立数据采集报送服务体系

建立公共服务中心和乡村服务站点数据采集与报送制度。收集电子商务公共服务中心、乡村服务站点和电子商务企业交易数据及时上报商务部数据管理系统。全面统计全县电子商务交易信息，包括电商培训、网上销售和增收致富有关情况，形成数据采集、加工、管理、分析和图形化展示体系。

（三）打造工业品下乡流通服务体系

1. 建设工业品下乡统一配送中心

依托县级电子商务公共服务中心及仓储物流配送中心，整合超市、商贸公司、批发零售户、快递物流等现有商贸流通资源，建设工业品下乡统一配送中心，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. 鼓励企业融合协同发展

支持优质电商平台、农产品及工业品生产销售、餐饮、快递物流、传统商超、小商品及农贸市场等商务流通企业，采取线上线下深度融合方式，通过线上平台，发展电商同城协同配送体系，降低工业品下乡物流成本，增强时效性。

（四）优化农产品供应链体系

1. 鼓励农村产品研发与创新

整合农业生产企业、农村合作社、农村种养大户等积极与农业相关研究机构、科研院所联系对接，围绕冠县灵芝、鸭梨等“三品一标”、“地理标志”农村产品开展创新产品与服务的研发，重点开发面向城市主流消费人群、高附加值及适合网销的产品。

2. 推广应用涉农标准化体系

围绕冠县农产品结构和产业特色，鼓励农户、农村经纪人、合作社和生产加工企业，推广使用国标、行标或地方标准，

开展标准化作业。围绕农产品耕作、种植、收储、加工、销售等各个环节开展标准宣传和推广使用，支持鼓励企业制定企业标准，开展“三品一标”和 SC 认证。开展特色农产品精深加工，提升农村产品标准化和商品化率。

3. 打通特色农产品网销渠道

开展农特产品网络批发、分销与零售。深化与阿里巴巴、京东、苏宁易购等平台合作，拓宽冠县特色产品销售渠道。鼓励专业合作社、种植大户等借助第三方平台优势，尤其知名电子商务平台地方特色产品馆或专区开展冠县农特产品网络销售，扩大产品知名度和销售覆盖网络。

积极开展“农批零对接”、“农超对接”、“农社对接”等各种形式的产销对接，发展直供直销，带动农产品基地、园区的发展和品牌建设。建立生产基地、园区、农产品交易市场与省内外消费地区的大型农产品批发市场、生鲜连锁超市的网上直采系统，提高产品辨识度和品牌附加值。

（五）拓展电商公共品牌和营销推广体系建设

1. 打造冠县区域公共品牌

根据冠县地理区位、产业特点、人文历史，结合县域经济社会发展战略，建立冠县区域公共品牌，培育一批知名的农产品品牌。通过大力宣传冠县红色文化、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。严格控制区域公共品牌应用，实施农产品网销品牌准入机制，打造“区域品牌+产

品品牌”的“双品牌”发展战略，加强品牌标准化体系建设，实行品牌激励和退出制度，保证品牌美誉度和信誉度。

2. 着力构建营销推广体系

综合利用“一网两微”、各大门户网站、特色短视频、农村直播等线上媒体，以及报纸、电视、广播、期刊杂志等传统媒体，宣传“冠县产品”品牌理念、扩大品牌受众、提升品牌价值。支持本地企业开展品牌建设，树立自有品牌，支持在天猫、京东、苏宁等第三方平台开设旗舰店，开展品牌化营销。

联合业界知名展览机构，通过中国国际电子商务博览会、中国农村电子商务大会等会议会展，走出去广泛参展。同时，通过县域公共品牌发布会、农产品博览会和电商节等线下载体，打造全国关注、全省热点、全网参与的农产品品牌，提高冠县特色农产品的影响力。

3. 开设冠县农产品 020 体验店

依托电子商务进农村公共服务中心、镇级电子商务服务站，整合资源，积极创新，开设冠县农产品 020 体验店，选取“三品一标”优质特色产品等适合网销的农副产品集中展示，实现线下体验、线上下单、快递到家新局面。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，对接旅行社和旅游景区，开展农产品网络直销、时令农产品预订和农产品礼品服务等创新销售，推进线上线下融合发展。

(六) 构建农村电子商务培训体系

着力开展农村电子商务人才培训培育，形成由政府、行业协会、电子商务企业、培训机构、高等院校等共同参与的冠县电子商务人才培训体系。结合全县产业特色和电商发展现状，完善产品包装、摄影美工、直播带货、网店运营等课程，加强对基层干部、合作社员、大学生、退伍军人、合作社社员等的培训。建立农村电子商务培训实践教育和转化机制，对培训进行跟踪，提供后续实践指导和创业孵化服务，发挥电商致富的示范性、引领性。项目计划培训 1500 人次。

三、资金安排

(一) 投资规模

实施电子商务进农村综合示范计划投资 2500 万元。其中，中央财政资金 2000 万元，县财政配套资金 500 万元。对列入综合示范县范围的项目，采取公开招标等方式确定承办企业，并按相关规定拨付资金。

(二) 支持范围

中央财政资金主要用于包含县公共服务中心、镇村服务站点、县镇村三级物流体系、品牌营销推广、全供应链体系以及农村电商人才培训体系等建设运营工作。中央财政资金不用于建设网络交易平台、楼堂馆所建设、日常工作经费及购买网络流量。

县级财政配套资金主要用于奖励扶持、宣传推介、电商

公共服务中心场所租赁、物流配送和分拣中心基础改造及基本运行费用等其他中央专项资金不能列支的费用支出。

（三）支持重点

1. 推进农村流通基础设施建设

提升农村电商全链条服务能力。加快农村产品（含农副、手工、旅游、民俗等特色产品及服务）分级、包装、预冷等产地初加工和商品化预处理设施建设，积极开展农村产品精深加工、物流仓储、营销策划和金融保险等全链条服务；发展保温、冷藏运输，稳定商品质量、减少损耗，以推动生鲜农产品电商发展。加强分级、包装、预冷等冷链配送设施建设，提高商品化处理能力。支持市场主体在农村建立冷链物流配送中心和配送站点，有效降低冷链成本。推动农村传统生产和流通企业转型升级，促进业务流程和组织结构的优化重组，增强产、供、销协同能力，实现线上线下融合发展，提高农村产品商品化率，提升农村流通水平。

支持县镇村三级电商物流配送体系建设。支持邮政、快递企业、电商企业和第三方物流服务商牵头整合县域内物流资源，建设服务农村产品上行的仓储分拣物流运营中心，升级改造镇村快递配送站点，建立开放、透明、共享的物流信息管理平台，购置车辆等设施设备，开辟县城到镇村的快递配送线路及网点，解决县城到农村物流“最后一公里”的问题。

2. 完善农村电商公共服务体系

支持县级电子商务公共服务中心建设。建设冠县电子商务公共服务中心，可对办公场所进行必要的基础装修（不含土建），支持购置必要的办公桌椅、电脑、打（复）印机、音像（视频）设备、网络接入设备、显示设备等办公设施设备。为县域内的电商企业、网商、快递、服务商等提供政策咨询、人员培训、孵化支撑等公益性服务及专业解决方案，促进电子商务服务资源与本地对接。县级电子商务公共服务中心规范运营，有完整的管理制度。

支持镇村电子商务服务站点建设改造。对镇、村电子商务服务站点进行装饰装修，因地制宜配置相关设施设备。

3. 着力加强农村电子商务培训

支持对基层党政干部、涉农企业负责人、服务网点负责人、合作社社员、返乡农民工、农村创业青年、驻村第一书记等开展电子商务培训。结合农村双创和乡村振兴，加大电子商务理论和操作技能培训力度，重点是农产品上行有关包装、设计、宣传、营销等实操技能培训，完善培训后服务机制。支持电子商务协会开展各种形式的有利于营造当地电子商务发展氛围的公益活动。

4. 打造农产品电子商务供应链

支持购置环境监测、影像采集、网络传输、品控检测等设备，围绕农产品流通标准化、品牌化和质量品控，开展农产品地理标志、无公害、绿色、有机食品认证以及 SC 认证，开

展农特产品分级、初深加工、包装、商标注册、品牌打造等建设，构建农特产品追溯平台数据库，解决农特产品上线销售的前置性障碍。支持加强本地网商守法诚信教育，推进农村电子商务诚信体系建设。

培育和打造全县农特产品网络销售品牌，支持开展农产品生态原产地及质量认证，建立当地农产品网销标准，提供农特产品从生产源头到销售末端的相关数据或视频信息，促进当地农产品标准化、规模化生产，完善冠县农特产品加工、包装、运营和配送产业链，重点打造效果明显的优势产业、产品，促进农特产品网络销售。

5. 完善区域公共品牌及营销服务体系

支持交通便利、人流量大、靠近旅游线路和有实际需求的镇村建设线下体验馆和网上展示大厅，为本地农特产品开展平台展示与网上销售提供服务。线下体验馆集中展示本地农特旅游产品、线上加强宣传推介，加强农产品网络销售的信誉度，帮助县域及周边县农特旅游产品及传统品牌企业拓展线上新渠道。

6. 推动农村商贸流通企业转型升级

支持邮政、供销、农村传统商贸流通企业运用大数据、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，实现线上线下融合发展；支持有实力的冠县龙头流通企业向农村下沉供应链，为农村零售网点等集中采购、统一配

送、库存管理等服务，弥补农村市场缺位和基础短板，打造适应本地消费需求的现代流通服务体系。

（四）资金预算

详见附件《冠县电子商务进农村综合示范项目资金预算表》。

四、实施步骤

（一）启动筹备阶段（2021年5月-2021年12月）

调查摸底，梳理现状。对全县经济发展、产业特色、电商基础、物流现状等情况深入调查、摸底汇总，挖掘全县发展农村电子商务资源，掌握农村电子商务发展第一手资料。

制定方案，统筹规划。制定和完善全县推进电子商务发展相关顶层设计和政策体系，成立县长任组长的电子商务进农村综合示范工作领导小组和专门推进机构，配备专门工作人员，完善政府推动农村电子商务发展的机制落地。拆分标段，公开招标遴选项目建设企业。召开动员部署会议，调动各方资源积极推进电子商务进农村相关项目的前期准备及建设工作。

强力宣传，营造氛围。在政府门户网站以及县融媒体大力宣传电子商务进农村综合示范工作，发挥舆论引导作用，在全县上下营造浓厚的示范创建工作氛围。

（二）项目建设阶段（2022年1月-2023年1月）

分解方案，全面推进。对照方案，细化分解项目任务，倒排工期，严格项目进度全面推进项目实施。

强化监督，定期检查。围绕实施目标、主要任务、重点工程建设和重要工作开展定期督导检查。保质量促进度，及时发现和解决实施中的问题。不定期开展参观交流，推广先进经验，确保示范创建工作按照时序要求整体推进。

（三）中期绩效评价阶段（2023年2月—2023年3月）

开展中期绩效评价准备工作。对项目整体实施情况，委托专业机构开展中期绩效预评估，根据绩效预评估结果、存在问题制定整改方案，并切实采取有效措施予以补救整改，确保顺利通过山东省商务厅组织的绩效评价。

（四）项目运营提升阶段（2023年4月—2024年12月）

指导承建企业根据中期绩效评价问题进行整改，强化资金使用方向与业务匹配性，确保项目资金安全高效。强化项目运营提升，加强跟踪督查和责任主体绩效考核，形成全县电子商务发展的长效机制。对标实施方案和验收要求，做好项目业务档案的全面整理，做好固定资产统计使用管理，防止国有资产流失，确保项目顺利通过终期验收。

五、保障措施

（一）加强组织领导

县人民政府为推进责任主体，负责向上申报方案，监督落实方案。由县电子商务进农村综合示范工作领导小组统筹指导全县电子商务进农村综合示范县建设工作，加强对全县电子商务财政资金、人员配置、政策扶持、人才引进培养各方面的

组织协调。领导小组办公室设在县商务和投资促进局，负责示范创建的日常工作。

（二）加大政策扶持

研究制定促进通信、金融与农村流通信息化、电子商务协同发展的政策措施。出台奖扶办法，落实政策扶持资金，利用县项目配套资金采取以奖代补、专项补助等多种形式，加大对电商示范企业及项目建设的扶持。

（三）加大宣传力度

加大宣传、教育、培训工作力度，努力提升全县干部群众创建电子商务进农村综合示范县的工作能力和业务素质。利用网络媒体和报纸、广播电视等媒体大力宣传创建电子商务进农村综合示范县的各项举措，增强企业投资和应用电子商务的信心。发挥行业协会、商会等民间组织联系政府与企业的桥梁作用，举办形式多样的研讨会、座谈会、实战电商高峰论坛等活动，营造政府、企业以及社会各界共同参与推动全县电子商务发展的良好氛围。

（四）强化督查落实

县、镇两级政府是项目实施责任主体，分级承担项目建设任务。制定并严格执行电子商务进农村综合示范绩效考评办法，将电子商务进农村综合示范工作纳入政府有关部门和镇目标考核。县商务和投资促进局督查落实各项计划目标、工作任务的完成，定期通报工作进展，搞好绩效评估，促进目标任务

如期完成。在省商务厅正式开展绩效评价之前，委托第三方专业咨询机构开展绩效预评估并制定整改方案。

（五）做好信息公开

在县政府门户网站设置综合示范专栏，全面、及时、准确、集中公开综合示范方案、项目内容、建设进度、资金使用情况等信息，接受社会监督。县纪委、审计局等部门全程跟踪督查，确保电子商务进农村工作有序、有力、有效推进。

附件：

冠县电子商务进农村综合示范项目资金预算表

序号	项目名称	支持方向	项目承办企业	项目建设内容	项目时间节点	项目建设目标及效果	投资规模（2500 万元）		
							合计	中央资金（2000 万元）	县配套资金（500 万元）
1	冠县电子商务公共服务体系建设	农村电子商务服务体系	公开招标	依托现有资源，建设县电子商务公共服务中心。县电子商务公共服务中心包括培训教室、产品展示、直播培训、产品展示、洽谈、培训、建立集电商企业于一体、线上运营和线下体验于一体的县级电子商务服务中心。编制年度电子商务发展报告。	2022年10月	县公共服务中心具备培训孵化、产品对接、活动策划、营销、网络推广、金融信用、宣传推广和其他衍生增值服务等功能，致力服务农村生产生活，为“大众创业、万众创新”提供技术支持。	400	250	150
2	镇、村级电子商务服务站建设	农村电子商务服务体系	公开招标	通过整合“万村千乡”农家店、村级便民服务中心、镇村超市、已有服务站等现有资源，建设10处镇（街）级服务站、80个村级电子商务服务站。	2022年10月	站内配备必要的设施设备，有专业辅导操作人员，能够为当地群众及时提供农产品供需及价格、惠农政策、职业介绍、旅游出行等信息，提供网购网销（代购代销）、代收代发快递、引导宣传等便民服务。	350	200	150

序号	项目名称	支持方向	项目承办单位	项目建设内容	项目时间节点	项目建设目标及效果	投资规模 (2500 万元)		
							合计	中央资金 (2000 万元)	县配套资金 (500 万元)
3	县、镇、村三级物流配送体系	农村流通基础设施	公开招标	通过整合邮政、供销、商贸流通、第三方物流、本地物流资源，建设县中心、商务仓储配送中心、冷链仓库、配送体系（冷链、初加工、信息服务平台、镇配送中心、村级配送点、购置配送车辆和相关设备设施等。	2022 年 10 月	通过整合县域内物流资源，实现县级仓储物流配送中心到村级用户 24 小时内完成配送，着力解决“最初一公里”、“最后一公里”的物流瓶颈问题，降低快递价格。	600	500	100
4	开展农村电子商务培训	农村电子商务培训	公开招标	对政府人员、合作社成员、返乡农民、创业就业人员、转型企业群体等开展电商基础知识、技能培训等产品和劳务培训，提升农村工、设计、宣传、营销等实操技能。	2022 年 12 月	建立农村电子商务培训实践教育和转化机制，对培训进行跟踪，提供后续实践指导和创业孵化服务，确保培训实效。项目培训不少于 1500 人次。	250	250	
5	公共品牌培育体系建设与营销推广	农产品上行体系	公开招标	根据冠县地理区位、产业特点、人文历史，结合县域经济社会发展战略，打造具有冠县特色的公共品牌，形成差异化竞争策略。	2022 年 10 月	打造一个冠县区域公共品牌，培育一批知名农产品企业，形成较为完善的农产品电商产业链。制作冠县电子商务宣传片；制作各类宣传手册和传单、横幅与墙面广告；开通微信公众账号；在网站、主题网站上投放广告。通过宣传、推广进村入户，形成县、镇、村三级联动创建综合示范县工作机制，促使群众网购意识明显增强，扩大冠县电子商务产业发展对外影响力。	300	300	

冠县人民政府办公室

2021 年 9 月 30 日印发

(共印 50 份)