

固镇县人民政府办公室文件

固政办〔2022〕6号

固镇县人民政府办公室 关于修订固镇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，县政府各部门、各直属单位：

《固镇县电子商务进农村综合示范工作实施方案》已经县政府同意，现印发给你们，请结合实际，认真贯彻落实。



固镇县电子商务进农村综合示范工作实施方案

为深入推进固镇县电子商务进农村综合示范县创建工作，进一步完善农村市场体系，促进农村流通现代化，巩固拓展脱贫成果，助力乡村振兴。根据《农村电子商务服务规范》（试行）、《农村电子商务工作指引》（试行）的通知（商建字〔2016〕17号）、财政部关于印发《服务业发展资金管理暂行办法的通知》（财建〔2019〕50号）、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）、《电子商务进农村综合示范绩效评估指标体系》、《安徽省商务厅 安徽省财政厅 安徽省扶贫办关于做好电子商务进农村综合示范建设管理工作的通知》（皖商办建函〔2018〕86号）等文件精神，结合固镇实际，制定本方案。

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、十九届二中、三中、四中、五中全会精神，聚焦乡村振兴，落实高质量发展要求，充分运用电商发展成果，以创新引领农村流通转型升级，夯实农村物流设施设备基础，健全农村电商公共服务体系，大力推进农村电子商务培训，促进产销对接，培育打造农产品供应链和农产品公共品牌，筑牢农产品上行基

础，促进形成农产品进城和工业品下乡畅通、线上线下融合、涉农商品和服务消费双升级的农产品流通体系和现代农村市场体系。

二、基本原则和发展目标

（一）基本原则。

1.市场有效，政府有为。发挥市场在资源配置中的决定性作用，充分激发主体活力和内生动力。政府重点做好优化政策供给、完善基础设施、提升公共服务水平等，营造良好营商环境和放心消费环境。

2.突出特色，力促上行。立足固镇实际，积极探索具有固镇特色及辐射带动作用强的农村电子商务发展路径和模式。推动电商与优势产业、特色农业等有机融合，形成农村电商可持续的市场化运营机制，提升特色农产品电商化、标准化、品牌化、商品化率。

3.助力乡村振兴，巩固扶贫成果。深入贯彻落实习近平总书记关于扶贫工作重要论述，加大对具备条件的出列村、脱贫户电商帮扶力度，加快补齐农村流通设施短板，完善农村电商公共服务体系，促进产销对接，完善利益联结机制，实现农民增收，巩固提升电商扶贫成效。

4.统筹协调，规范实施。坚持规范与发展并重，优化农村电商发展布局，促进城乡互补、农商互联、上下互动、协调发展。规范实施，注重绩效，管好用好财政资金，提高农村电商发展质

量和成效。

（二）发展目标。

1.改造提升县级电子商务公共服务中心。提升完善县级公共服务中心功能，构建“公共综合服务+村站监管指导+产销供需对接+智慧乡村应用推广+其他增值服务”的全方位服务模式。统筹县域电商发展的各功能版块和乡村服务站点，实现县域电商服务中心的“指挥中枢”作用。建立固镇县电商直播孵化基地，着力挖掘新型电商“直播经济”，培育本地直播经营主体。引入市场化运营机制，扩大服务范围，提供增值服务内容，建立良性运作机制，逐步实现自我造血功能。

2.优化提升乡村电商服务站点。对乡村服务站点科学布局，优化或调整，推进与物流服务站点、供销、商贸等网点资源融合共建，逐步实现一站多用。加强服务站点管理和业务培训，统筹服务站点与各类资源对接，拓宽服务站点营收途径，实现服务站点的自持运营能力。全县电商服务站点服务覆盖率不低于90%，对建档立卡脱贫村倾斜支持，脱贫村电商服务站点覆盖率100%。

3.建设提升县级电商物流配送中心（含冷链）。统筹县域商贸、邮政、供销、物流快递等资源，大力发展共同配送，逐步推动电商物流统仓共配，实现提速降费。县到村配送时间一般不超过24小时，物流快递站点行政村配送服务覆盖率达到90%以上。

4.推动农产品上行和农村特色产业升级。完善农村产品产、

供、销全链条服务，提高农村产品商品化率，实现线上线下融合发展。统筹农产品质量追溯工作，为提高农产品品控水平、促进农业供给侧结构性改革服务。完善农产品营销体系，打造县域电商公共品牌，建立区域公共品牌宣传推广机制，带动农产品产业升级，实现农产品出村进城。支持优势特色农产品经营企业在国内知名平台开设官方旗舰店，打造农村产品网货品牌，促进农村特色产业升级。建立电商扶贫利益联结机制，探索电商助力乡村振兴可复制模式，推进电商助力乡村振兴。全县农村产品网络销售额同比增长率和农产品网销额同比增长率分别达到 30%和 40%。

5.强化农村电商人才培训和转化机制。制定切实有用的电商培训计划，重点完善培训后服务机制。加强电商普及、电商技能培训和重点跟踪辅导，培育提升一批具备电子商务运营实效的电商经营主体，引导电商经营主体吸纳或帮助电商技能培训学员就业创业，帮助乡村群众在电商相关产业就业、创业等，实现多途径增收。累计培训不少于 5000 人次，转化率不低于 10%。

三、建设内容及目标

（一）优化提升农村电子商务公共服务体系建设。

1.电子商务公共服务中心建设。

（1）建设配套设施完善的县级服务中心。

县级服务中心利用原县级电商公共服务中心场地进行功能升级改造，功能上包括运营中心、品牌推广与展示区、培训区

等。根据物流、培训及交流需要，整合资源配备办公设备、创业孵化中心、会议室、培训教室、摄影摄像器材、直播间等为固镇县农村电商发展提供创业集聚场所，打造功能齐全、配套完善的县级服务中心，县服务中心楼顶印制“国家电子商务进农村综合示范”字样。

（2）配套有丰富电商经验的运营团队。

经营企业需具有较高的电商公共服务平台运营水平，具备一定的电商公共服务平台运营经验，配备专职运营人员及办公设备，团队人员不少于 9 人，包括但不限于管理人员、接待讲解人员、专业技术人员等。要具备常规的业务对接、咨询等服务功能，提供产品图片拍摄、产品初步诊断、包装设计、产品文案编写、县域电商数据采集、整理、报送等基础电商服务内容，提供产品商标注册、电商代运营等增值电商服务内容，以及其他根据实际需要提供特色增值服务内容。

（3）提供线上线下相结合的业务咨询和技术服务。

设立一个独立的服务前台和线上体验区，结合县级服务中心现场专业服务人员，负责为县域内企业、网商、服务商提供业务咨询和技术服务。配备专门的线上服务平台系统，提供电子商务资讯，统计分析、服务内容展示、电子商务（远程）培训、本地电子商务企业展示功能板块，并通过线上系统及时采集县域电子商务发展基本数据，及时建立电商发展台账及农村、农户电商乡村振兴的精准档案和台账，台账数据符合上级有关要求，能够与

上级相关系统实现对接，并按月协助有关部门完成相关数据填报工作。

（4）建立健全服务管理制度。

制定完善的服务管理制度，包括公共服务中心服务项目公示、服务时间、设备管理、网站平台信息维护、投诉反馈、公共服务中心岗位职责和考核指标等方面的管理制度，每项制度都应具有针对性、可操作性，保证落实到位。

（5）建立电商创业孵化机制。

在扎实有效推进电子商务进农村综合示范项目建设的同时，建立与完善电商创业孵化机制。通过建设创业孵化基地，为电商创业者提供低租金、低费率的创业环境；通过积极引入企业、金融等资源，对接政府各项创新创业优惠政策，扶持各类有需要的企业。

在三个月内开发完成公共服务中心官方网站、微信公众号等线上平台，确保固镇县政策和信息及时发布，每年总体发布信息不少于 500 条。内容至少包括最新电商咨询、政策公告、人才培养、服务项目、企业目录等，无违法内容、符合一般编辑规范，在县、乡、村营造发展电商浓厚氛围。

2.乡（镇）电子商务服务中心、村级电子商务服务站点体系建设。

（1）在全县建设 10 个乡（镇）电子商务服务中心和所有行政村电子商务服务点，村级电子商务服务点覆盖率达到 90%以

上。

(2) 乡(镇)级服务中心要落实必要经营场地，以产品展示销售、宣传推广为主。室外统一门头，室内配备电脑、桌椅、宽带、电视、打印机、货架等必要的办公设备。服务功能可整合电商服务、便民服务、金融服务、物流配送点，统筹辖区内村级服务点的日常管理工作等。

(3) 村级服务站收集本地特色农产品信息，汇总后对外发布信息、销售，实现“农产品进城，工业品下乡”；向村民宣传服务站各项功能、电子商务行业相关资讯、培养农村群众网上购物、商品线上销售、购买服务等习惯；帮助村民农产品线上销售，网上购物、实现网上代购提供快递收发服务和物流配送；围绕农村消费提供家政、票务、充值缴费、金融服务等便民服务，对外发布村级各项服务内容，并定期报送有关信息。

(4) 村级服务点要落实必要经营场地，以产品展示销售、宣传推广为主。室外统一门头，室内可配备电脑、桌椅、宽带、电视、打印机、货架等必要的办公设备。服务功能可整合电商服务、便民服务、金融服务、物流收货点、物流配送点等。

(责任单位：县商务局、县农业农村局、县财政局、县经济和信息化局、县市场监管局、县文化和旅游局、县民政局、县供销社，各乡镇政府。排名第一的为牵头单位，下同)

(二) 建设完善县、乡(镇)、村三级物流配送体系。

1. 县级物流配送中心建设。

建设面积不少于 2000 平方米的农村物流仓储中心、农村物流信息管理平台及农村物流运输体系，整合物流企业资源，引进多家物流服务企业入驻县级物流配送中心（含冷链仓储物流中心）；县级物流快递仓储配送中心（含冷链仓储物流中心），配套分拣、包装、仓储、预冷等设施设备，合理配备运输车辆（含冷藏恒温车），与各乡村站点形成物流快递链条，解决农村物流配送“最后一公里”和农产品上行难问题。

针对县、乡（镇）、村三级物流制定相应的管理和运营制度，建立一整套紧密贴合固镇县实际的农村电子商务服务体系和农产品上行物流服务体系。

2.乡（镇）级物流配送中心建设。

在全县合理规划建设若干个乡（镇）物流配送中心；乡（镇）物流配送服务中心可以与乡（镇）电子商务公共服务中心在场地上整合使用，分区提供功能服务，并配套相应的设施设备，要配备 1 名以上熟悉掌握农村电子商务各项服务功能和物流配送技能的专职人员，能够对所在服务区域的农民的需求和生产进行摸底统计。

3.村级物流配送站建设。

建设村级物流配送站、村级物流服务点应与村电子商务服务点在场地上整合使用，分区提供功能服务，并配套相应的设施设备。作为县级电子商务和物流配送服务中心在乡村开展服务的节点，可适当承担其他电子商务和物流配送企业的服务，同时，拓

展村级站点代收代缴、代买代卖、小额信贷、生活服务等功能，增强电子商务服务体系可持续发展能力。

（责任单位：县商务局、县农业农村局、县财政局、县交通运输局、县供销社、县邮政公司，各乡镇政府）。

（三）建设完善农产品上行体系。

1.品牌培育推广和营销体系建设。

（1）打造区域公用品牌和农产品品牌推广。

针对我县现有农特产业，精选优势农产品（花生、仲兴羊肉、任桥牛肉等），做好市场定位和品牌定位，由专业策划团队，依据定位方向开展品牌周边设计，农特产品对外的包装需要统一。为更好统筹制定固镇县公用品牌战略规划，在固镇农特产品建设方面分别从名称、文化内涵、产品故事、宣传语、标志 logo、VI、包装、广告、地理标识、标准字体、标准色、辅助图形、标准印刷字体、标牌旗帜、溯源等信息方面，线上线下全面开展宣传和推广工作，进行统一标准设计建设。通过一系列专业的、针对性的品牌策划方法和步骤，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。

（2）打造固镇农特产品文化。

针对固镇农特产品对外宣传，在外地客商欣赏固镇美景的同时，品尝美味的固镇农特产品，既能让固镇农特产品融入固镇县旅游文化，又能丰富固镇县旅游文化的多样性。线上线下推广宣传。通过电商平台宣传固镇农特产品，进行预售；线下店在固镇

农特产品上市时同步采购固镇农特产品进店销售，所有门店大屏滚动播放固镇农特产品宣传片，线上渠道软文宣传、线下店广告推广。

（3）核心农产品电商营销体系建设。

打造固镇县区域公共品牌系列产品，结合国内知名大型电商平台、自有特色直销平台、社交平台、垂直平台等，搭建电商营销体系。运用 B2C、O2O 等电子商务营销模式，多形式开展农村产品销售和推广；同时利用平台销售数据及时了解运营情况，协同农产品网货化及品牌化建设成果，使我县特色农产品具备更强市场竞争力，促进农产品网络销售良性发展。

（4）农产品品牌规范化。

基于我县本地产品特点，针对重点农业企业进行体系化认证及产品认证。辅助具备能力的企业完成“三品一标”的认证，通过“无公害食品”“绿色食品”“有机食品”及“地理标志产品”的认证，带动当地产品质量提升，逐步树立品牌。

2.建设固镇县农产品供应链运营体系。

根据固镇农特产品分散、种类多等特点。在依托县级中心建设一个能够服务固镇初级农产品的服务运营中心，中心将提供农特产品的分拣、包装、冷链、仓储发货等。深入挖掘农村优质农特产品，向企业和创业者提供农产品检测、分级、包装、预冷、初加工、配送等网货转化服务，协助企业将特色产品转化为特色网货。具体实施中，通过收集农产品的供求信息 and 产品本身等信

息，对产品进行深度标准化改造，实现产品带动产业面向市场需求升级，从产品入手，夯实适应电子商务发展的供应链基础。

3.农产品溯源体系。

建立固镇县重要农产品防伪溯源物联监管系统、农产品质量溯源服务网站和县级网销农产品二维码数据库，按照农产品种类，督促生产企业在所加工和网销的农产品上粘贴溯源追踪二维码，并提供该产品产地及农药化肥使用情况、日常管护情况等详细视频记录。分析平台扫码量、平台农事操作、月产品供应量、区域扫码对比。结合实际推广当地特色农产品溯源，建设农产品品质管理体系（含固镇重要产品防伪溯源物联监管系统，溯源标识，溯源一体机，农产品质量溯源服务网站，数据分析中心等）。开展农产品质量认证，实现农产品“生产有记录、信息可查询、来源可追溯、流向可追踪、责任可追究、产品可召回、质量有保障”，提高我县农产品“追溯、监管、营销”公共服务水平。

（责任单位：县商务局、县发展改革委、县财政局、县农业农村局、县交通运输局、县经济和信息化局、县市场监管局、县文化和旅游局、县邮政公司，各乡镇政府）

（四）建设完善农村电子商务培训体系，强化就业创业转化。

通过有规划、有步骤的培训，为固镇县农村电商各级各类参与者提供系统化的培训支持，培育电商意识、增强管理能力、提升实践技能，突破人才瓶颈，为电商进农村建设打下坚实的人力资源基础。建立覆盖对象广泛、培训形式多样、管理运作规范、

保障措施健全的培训体系。合同期内电商专题培训不少于 60 场次，达成电商培训人数 5000 人次以上的目标，且转化率不低于 10%。

（责任单位：县商务局、县财政局、县人力资源社会保障局）

四、实施步骤

（一）项目实施阶段。（2020 年 12 月—2022 年 1 月）

1.制定工作方案。根据我县实际制定工作方案及资金使用管理办法，调整组织领导机构，建立统筹协调机制，明确责任分工，落实工作责任。

2.推进项目实施。按照中央财政资金使用有关规定和程序，完成项目承办企业的选择。承办企业全面启动项目建设。县电子商务工作领导小组办公室定期或不定期对示范项目进展情况进行督导检查。做好示范项目建设的全程动态跟踪和监管，督促项目实施进度，及时上报项目进展情况。建立健全各项监管机制和绩效评估体系。

（二）自评阶段。（2022 年 2 月）

开展县级自评工作，对电子商务进农村综合示范项目建设、运营状况、指标完成情况等进行全面梳理和总结，查找不足，总结经验，形成电子商务进农村工作的经验模式，做好迎接省、市组织的第三方和专家组绩效评估工作准备。

（三）评估验收阶段。（2022 年 3 月—2022 年 5 月）

迎接省商务厅、财政厅、乡村振兴局及国家商务部、财政部、

乡村振兴局对我县电子商务进农村综合示范项目的第三方绩效评估。并根据评估结果，做好整改工作，继续开展示范项目创建工作，不断总结示范经验和成果。

（四）持续运营阶段。（绩效评估后）

项目进入全面持续运营阶段。

五、资金安排

结合我县实际，制定《固镇县电子商务进农村综合示范项目专项资金使用管理办法》。示范项目资金专款专用、独立核算，加强专项资金支付管理，并接受绩效评估和资金审计。严格把握专项资金用途管理，中央财政资金不得用于征地拆迁、网络交易平台、人员经费及购买流量等支出。

固镇县实施国家电子商务进农村综合示范项目建设计划资金安排为中央财政专项资金 2000 万元（包括已到达专项资金 1000 万元及后续专项资金 1000 万元），具体安排如下：

农产品上行体系建设不得高于 400 万元、农村物流体系建设不得高于 800 万元、农村电商公共体系建设不得高于 500 万元、农村电子商务培训体系建设不得高于 300 万元。

六、保障措施

（一）加强组织领导。固镇县电子商务工作领导小组统筹推进全县电子商务进农村综合示范工作，协调解决工作中遇到的重大问题；领导小组办公室负责电子商务进农村综合示范项目建设日常工作。各乡镇落实 1—2 名专职人员，村级落实 1 名兼职人

员，具体负责工作落实。

（二）强化监督检查。建立考核机制，以工作实绩为主进行量化考核。制定电子商务进农村综合示范项目考核办法，合理设置考核指标和分值，明确工作任务，严格考核。纪检监察等部门对各级工作开展情况和资金使用等绩效目标落实情况进行跟踪监督，县审计部门依法进行审计监督。

（三）加强诚信体系建设。学习、宣传执行《中华人民共和国电子商务法》，建立健全管理制度，建设电子商务标准体系。加强对网上涉及行政许可的商品和服务监督，引导电子商务规范有序发展。加大监管力度，督促引导企业依法经营、诚实守信、自觉参与诚信体系建设。推进电商网络销售诚信体系建设，营造风清气正的营商环境。

（四）落实信息公开机制。全面、及时、准确、集中公开项目实施方案、建设内容、资金安排、决策过程的信息，并通过县政府门户网站对外公示，接受社会监督。领导小组办公室加强与商务部农村电子商务信息系统进行对接，按时报送项目进展、资金拨付等情况。

（五）加大宣传推广力度。充分利用县政府门户网站、电视台等媒体平台，加强我县电子商务发展的宣传与推介。加强对各级干部的宣传、教育、培训，提高电子商务产业发展意识，提升电子商务进农村综合示范创建的能力水平；利用网络媒体和报纸、广播电视等传媒工具，大力宣传电子商务进农村综合示范创

建的各项举措，增强企业投资和应用电子商务的信心；组织开展各类农产品电商推广活动，对我县电商品牌进行推广，拓宽我县农产品销售渠道；发挥行业协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、电商沙龙、电商讲座等活动，大力营造政府、企业以及社会各界共同参与推动电子商务发展的良好氛围。

附件：固镇县电子商务进农村综合示范项目专项资金使用管理办法

附件

固镇县电子商务进农村综合示范项目 专项资金使用管理办法

第一章 总则

第一条 为规范全县电子商务进农村综合示范项目专项资金使用管理，保障资金安全、高效运行，提高资金使用效益，根据《财政部关于印发服务业发展资金管理暂行办法的通知》（财建〔2019〕50号）、《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）和《固镇县电子商务进农村综合示范工作实施方案》以及中央财政专项资金使用管理要求，特制定本管理办法。

第二条 本办法所指专项资金是中央财政安排我县电子商务进农村综合示范项目专项资金，专项用于我县电子商务进农村综合示范项目建设。

第三条 电子商务进农村综合示范项目专项资金由县商务局、县财政局负责实施和监督管理。电子商务进农村综合示范项目专项资金的管理和使用遵循公开透明、突出重点、专款专用、注重实效的原则。

第二章 专项资金使用原则和支持内容

第四条 专项资金投资规模：固镇县实施国家电子商务进农村综合示范项目建设资金安排为中央财政专项资金 2000 万元，实行专款专用，主要用于电子商务进农村综合示范项目建设。

第五条 专项资金使用原则：专项资金只用于电子商务进农村综合示范项目规定的建设内容。项目采取开放性参与、限制性竞争、综合性考评机制，使用管理遵循公开、择优、规范、实效原则。

第六条 专项资金主要用于项目建设、设备购置安装、信息系统软件开发运用、业务培训等与项目建设实施直接相关的支出。专项资金不得用于征地拆迁、车辆购置（物流车除外）开支；不得用于网络平台建设及购买流量支出；不得用于运营人员费用、水、电、气费用等支出。支持范围：

（一）农村电商公共体系建设不得高于 500 万元。

1. 电子商务公共服务中心建设。

（1）建设配套设施完善的县级电子商务公共服务中心。

县级电子商务公共服务中心利用原县级电商公共服务中心场地进行功能升级改造，功能上包括运营中心、品牌推广与展示区、培训区等。根据物流、培训及交流需要，整合资源配备办公设备、创业孵化中心、会议室、培训教室、摄影摄像器材、直播间等为固镇县农村电商发展提供创业集聚场所，打造功能齐全、

配套完善的县级服务中心，县服务中心楼顶印制“国家电子商务进农村综合示范项目”字样。

（2）配套有丰富电商经验的运营团队。

经营企业需具有较高的电商公共服务平台运营水平，具备一定的电商公共服务平台运营经验，配备专职运营人员及办公设备，团队人员不少于 9 人，包括但不限于管理人员、接待讲解人员、专业技术人员等。要具备常规的业务对接、咨询等服务功能，提供产品图片拍摄、产品初步诊断、包装设计、产品文案编写、县域电商数据采集、整理、报送等基础电商服务内容，提供产品商标注册、电商代运营等增值电商服务内容，以及其他根据实际需要提供的特色增值服务内容。

（3）提供线上线下相结合的业务咨询和技术服务。

设立一个独立的服务前台和线上体验区，结合县级服务中心现场专业服务人员，负责为县域内企业、网商、服务商提供业务咨询和技术服务。配备专门的线上服务平台系统，提供电子商务资讯，统计分析、服务内容展示、电子商务（远程）培训、本地电子商务企业展示功能板块，并通过线上系统及时采集县域电子商务发展基本数据，及时建立电商发展台账及农村、农户电商乡村振兴的精准档案和台账，台账数据符合上级有关要求，能够与上级相关系统实现对接，并按月协助有关部门完成相关数据填报工作。

（4）建立健全服务管理制度。

制定完善的服务管理制度，包括公共服务中心服务项目公示、服务时间、设备管理、网站平台信息维护、投诉反馈、公共服务中心岗位职责和考核指标等方面的管理制度，每项制度都应具有针对性、可操作性，保证落实到位。

（5）建立电商创业孵化机制。

在扎实有效推进电子商务进农村综合示范项目建设的同时，建立与完善电商创业孵化机制。通过建设创业孵化基地，为电商创业者提供低租金、低费率的创业环境；通过积极引入企业、金融等资源，对接政府各项创新创业优惠政策，扶持各类有需要的企业。

（6）在三个月内开发完成公共服务中心官方网站、微信公众账号等线上平台，确保固镇县政策和信息及时发布，每年总体发布信息不少于 500 条。发布内容至少包括最新电商咨询、政策公告、人才培养、服务项目、企业目录等，无违法内容、符合一般编辑规范，在县、乡、村营造发展电商浓厚氛围。

2. 乡镇电子商务服务中心、村级电子商务服务站点体系建设。

（1）在全县建设 10 个乡（镇）电子商务服务中心和所有行政村电子商务服务点，村级电子商务服务点覆盖率达到 90% 以上。

（2）乡镇级服务中心要落实必要经营场地，以产品展示销售、宣传推广为主。室外统一门头。室内配备电脑、桌椅、宽带、

电视、打印机、货架等必要的办公设备。服务功能可整合电商服务、便民服务、金融服务、物流配送点，统筹辖县内村级服务点的日常管理工作等。

(3) 村级服务站收集本地特色农产品信息，汇总后对外发布信息、销售，实现“农产品进城，工业品下乡”；向村民宣传服务站各项功能、电子商务行业相关资讯、培养农村群众网上购物、商品线上销售、购买服务等习惯；帮助村民农产品线上销售，网上购物、实现网上代购提供快递收发服务和物流配送；围绕农村消费提供家政、票务、充值缴费、金融服务等便民服务，对外发布村级各项服务内容，并定期报送有关信息。

(4) 村级服务点要落实必要经营场地，以产品展示销售、宣传推广为主。室外统一门头。室内可配备电脑、桌椅、宽带、电视、打印机、货架等必要的办公设备。服务功能可整合电商服务、便民服务、金融服务、物流收货点、物流配送点等。

(二) 农村物流体系建设不得高于 800 万元。

1. 县级物流配送中心建设。

建设面积不少于 2000 平方米的农村物流仓储中心、农村物流信息管理平台及农村物流运输体系，整合物流企业资源，引进多家物流服务企业入驻县级物流配送中心（含冷链仓储物流中心）；县级物流快递仓储配送中心（含冷链仓储物流中心），配套分拣、包装、仓储、预冷等设施设备，合理配备运输车辆（含冷藏恒温车），与各乡村站点形成物流快递链条，解决农村物流配

送“最后一公里”和农产品上行难问题。针对县、乡镇、村三级物流制定相应的管理和运营制度，建立一整套紧密贴合固镇县实际的农村电子商务服务体系和农产品上行物流服务体系。

2.乡镇级物流配送中心建设。

在全县合理规划建设若干个乡镇物流配送中心；乡镇物流配送服务中心可以与乡镇电子商务公共服务中心在场地上整合使用，分区提供功能服务，并配套相应的设施设备，要配备 1 名以上熟悉掌握农村电子商务各项服务功能和物流配送技能的专职人员，能够对所在服务区域的农民的需求和生产进行摸底统计。

3.村级物流配送站建设。

建设村级物流配送站，村级物流服务点应与村电子商务服务点在场地上整合使用，分区提供功能服务，并配套相应的设施设备。作为县级电子商务和物流配送服务中心在乡村开展服务的节点，可适当承担其他电子商务和物流配送企业的服务，同时，拓展村级站点代收代缴、代买代卖、小额信贷、生活服务等功能，增强电子商务服务体系可持续发展能力。

（三）农产品上行体系建设不得高于 400 万元。

1.打造区域公用品牌和农产品品牌推广。

针对我县现有农特产业，精选优势农产品（王庄花生、仲兴羊肉、任桥牛肉等），做好市场定位和品牌定位，由专业策划团队，依据定位方向开展品牌周边设计，农特产品对外的包装需

要统一。为更好统筹制定固镇县公用品牌战略规划，在固镇农特产品建设方面分别从：名称、文化内涵、产品故事、宣传语、标志 logo、VI、包装、广告、地理标识、标准字体、标准色、辅助图形、标准印刷字体、标牌旗帜、溯源等信息，线上线下全面开展宣传和推广工作。进行统一标准设计建设。通过一系列专业的、针对性的品牌策划方法和步骤，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。

2.打造固镇农特产品文化。

针对固镇农特产品对外宣传，在外地客商欣赏固镇美景的同时品尝美味的固镇农特产品，既能让固镇农特产品融入固镇县旅游文化，又能丰富固镇县旅游文化的多样性。线上线下推广宣传。通过电商平台宣传固镇农特产品产品，进行预热、预售；线下店在固镇农特产品上市时同步采购固镇农特产品进店销售，所有门店大屏滚动播放固镇农特产品宣传片，线上渠道软文宣传、线下店广告推广。

3.核心农产品电商营销体系建设。

目标打造固镇县区域公共品牌系列产品，结合国内知名大型电商平台、自有特色直销平台、社交平台、垂直平台等，搭建电商营销体系。运用 B2C、O2O 等电子商务营销模式，多形式开展农村产品销售和推广；同时利用平台销售数据及时了解运营情况，协同农产品网货化及品牌化建设成果，使我县特色农产品具备更强市场竞争力，促进农产品网络销售良性发展。

4.农产品品牌规范化。

基于我县本地产品特点，针对重点农业企业进行体系化认证及产品认证。辅助具备能力的企业完成“三品一标”的认证，通过“无公害食品”“绿色食品”“有机食品”及“地理标志产品”的认证，带动当地产品质量提升，逐步树立品牌。

（四）农村电子商务培训体系建设不得高于 300 万元。

通过有规划、有步骤的培训，为固镇县农村电商各级各类参与者提供系统化的培训支持，培育电商意识、增强管理能力、提升实践技能，突破人才瓶颈，为电商进农村建设打下坚实的人力资源基础。建立覆盖对象广泛、培训形式多样、管理运作规范、保障措施健全的培训体系。合同期内电商专题培训不少于 60 场次，达成电商培训人数 5000 人次以上的目标，且转化率不低于 10%。

第三章 资金拨付审批程序

第七条 电子商务示范资金的受益主体是符合条件规定、依法依规组织项目实施的中标企业。电子商务示范资金主要通过奖补资金的方式拨付给项目承办企业。

为进一步加快推进电子商务进农村综合示范工作，合同签订后承办单位立即启动公司注册、团队组建等基础工作，一个月内，采购方预付一期启动资金的 20%；承办方按照项目进展提出阶段性拨付申请，县商务局会同有关单位或委托第三方机构审核后，

至 2021 年 8 月底前支付不低于一期项目资金的 40%，至 2021 年 12 月底前支付不低于一期项目资金的 60%。根据项目序时进度，至 2022 年 2 月底前支付至一期已到位项目资金的 90%。项目通过安徽省商务厅绩效评价达到 80 分及以上，且被商务部抽查复核通过后（如未被商务部抽中视为通过），于 2022 年 12 月底前，按照项目实际进度在县商务局阶段性验收合格后，付至合同总价款的 80%。2023 年 1 月至 2023 年 12 月底，按照项目实际进度在县商务局阶段性验收合格后，付至合同总价款的 90%。2024 年 1 月至 2024 年 4 月底，按照项目实际进度在县商务局验收合格后，支付至合同总价款的 100%。

项目采取一次招标分期实施的方式。（一期项目资金1000万元，一期服务内容中的建设期任务自合同签订后12个月内完成；二期待项目资金1000万到位后6个月内完成，如无后续项目资金，则二期1000万元子项目不予实施，合同价款按1000万元拨付。承办方必须按照投标文件及其承诺的投资额度和建设标准、时限要求进行投资和建设，投资建设额度、建设标准、时限要求达不到的，专项资金将不予拨付，并将按违约处理。承办方不得随意调整项目，如有确需调整的，需经县推进电子商务产业发展领导小组同意，报省商务厅备案后，方可进行适当调整。

第八条 资金拨付程序

1.申报单位将已经建成并符合支持条件的项目向县商务局提出书面申请，并附项目实施材料。

2.县商务局收到申报单位申请后，应及时对项目进行审核验收。项目验收应遵循“实事求是、客观公正、注重质量、讲求实效”的原则，对申报合格的项目，报政府分管领导和主要领导审批同意后，由县财政局根据支持标准按程序拨付补助资金。

第九条 申请拨付资金应提交的材料

（一）基础设施及服务体系建设项目。

- 1.申请报告（含企业基本情况介绍）；
- 2.项目情况：包括建设规划、方案、地址、面积、人员就业、功能、配送辐射半径等相关资料；
- 3.影像资料：包括项目相关基础设施内、外景和设备图片；
- 4.资金支出情况：包括购建清单、发票、资金支付凭证等合法有效投资证明（不含土建）；
- 5.其他需要提供的证明材料。

（二）电商人才培养项目。

- 1.申请报告；
- 2.承办企业基本情况，培训工作总体方案；
- 3.培训通知，培训授课人的基本情况、授课主题及简要培训大纲；
- 4.参训人员签到簿（包括单位、姓名、联系方式等）；
- 5.授课现场照片、视频；
- 6.其他需要提供的证明材料。

第四章 项目资金监管

第十条 县商务局会同县财政局对项目申报程序和项目申报材料进行严格审核，保证公平、公开、公正。

第十一条 申请单位对申报材料的合法性、真实性、有效性负责。对弄虚作假，骗取专项资金的单位（个人），将追缴收回支持资金，取消申请专项资金资格。

第十二条 获得资金支持的项目单位收到资金后，应当按照国家有关财务、会计制度的规定进行账务处理，严格按照规定使用资金，并自觉接受商务、财政、审计等部门的监督检查。

第十三条 县商务局、财政局定期或不定期对项目实施单位资金使用情况进行检查，保证专款专用、专账管理。

第十四条 县商务局、财政局要对项目实施单位在项目实施过程中进行绩效评估，对发现不规范行为进行限期责令整改。

第十五条 县商务局负责建立建全项目建设档案，对项目评审、建设、验收、补助等各环节的材料进行整理归档，做到资料详实、手续齐备、程序合规。

第五章 附 则

第十六条 本办法由县商务局负责解释。本办法如与上级有关规定要求不一致，以上级规定要求为准。

