

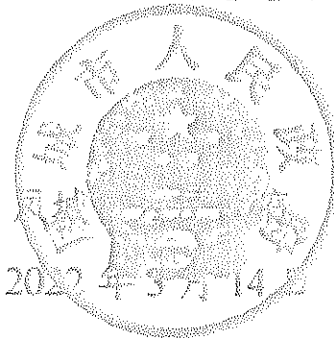
凤城市人民政府文件

凤政发〔2022〕8号

凤城市人民政府关于印发凤城市电子商务 进农村综合示范工作实施方案的通知

各乡镇（街道）政府（办事处），各有关单位：

《凤城市电子商务进农村综合示范工作实施方案》已经 2022 年 2 月 25 日召开的七届政府第 7 次常务会议审议通过，现印发给你们，请认真组织实施。



（此件公开发布）

凤城市电子商务进农村综合示范工作实施方案

为贯彻落实中央一号文件精神，深入推进电子商务进农村，推动城乡生产与消费有效对接，优化电商发展环境，推动全市电商产业高质量发展，助力乡村振兴。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）、《辽宁省商务厅 财政厅 乡村振兴局关于开展 2021 年电子商务进农村综合示范工作的通知》（辽商电商函〔2021〕160 号）要求，结合凤城市电商发展的实际情况，特制定本工作方案。

一、总体思路

贯彻落实中央、国务院和省委、省政府的决策和部署，聚焦乡村振兴，因地制宜、分类实施，以提升农村电商应用水平，线上线下融合为抓手，健全农村电商服务体系，推动县域商贸体系转型升级，完善县乡村三级物流配送体系，培育新型农村市场主体，畅通农产品进城和工业品下乡双向流通渠道，促进农民收入和农村消费双提升，巩固脱贫攻坚成效，助力乡村振兴发展。

二、基本原则

（一）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。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。

（二）因地制宜，鼓励创新。立足地区差异及产业特点，形成具有特色的农村电商发展格局，搭建与市域产业配套的现代流通服务体系。探索大数据、云服务现代信息技术应用，推进农商旅文体跨界融合。

（三）助力振兴，巩固提升。充分发挥农村电子商务对巩固脱贫攻坚成果和助推乡村振兴发展的作用，加快补齐基础设施短板，加强资源整合，用好现有设施设备，拓展服务功能，提升农村电商发展水平，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，提高组织化程度，提升农村消费品质，增强服务“三农”能力，让电商发展成果惠及广大农民。

（四）横向协作，纵向联动。健全市政府负总责，乡镇（街道）、部门具体抓落实的工作机制，加强乡镇（街道）、部门间联动协作，不断完善顶层设计和政策支持体系。结合实际细化工作措施，加强工作指导和绩效管理，强化组织领导和责任监督，层层抓好落实。

三、工作目标

以助力乡村振兴和巩固脱贫攻坚成果为导向，以建立市场化、可持续的农村电子商务运营服务体系为目标，完善农村物流快递配送体系，健全农村商贸流通体系，提高电子商务在农村的普及应用水平，提升农民生活品质 and 便民化程度，推动农产品电子商务快速发展，同时建立电子商务发展的长效机制。

升级改造 1 个市级农村电子商务公共服务中心，1 个市级快递物流仓储分拣中心；建设乡镇级电商（物流）服务站 21 个、村级电商（物流）服务点行政村覆盖率超过 60%。完成市、镇、村三级农村电子商务公共服务体系和物流配送体系建设，推动全市快递、商贸物流进一步提速降费；建设至少 1 个区域公共品牌，开展企业品牌孵化和统一营销工作；培育农村创业带头人，面向各类人群多层次完成电商培训 4000 人次以上。

推进“数字乡村”战略，促进数字经济与传统农业农村的融合，为国家乡村振兴、网络强国和农业农村的现代化提供强有力的支撑。在特色农村产品领域推广电商直播、网红带货等新兴网络购物方式，鼓励农民“田间地头做直播”，改变农村产品出村进城的传统模式，不断拓展电子商务进农村的广度和深度。

力争到 2022 年底，通过综合示范工作有效开展，凤城市农村电商快速发展，农村流通基础设施和服务水平显著提升，促进扶贫带贫、产销对接、便民消费等成效明显，凤城市农村网络零售额、农产品网络零售额等指标整体增速高于全国农村平均水平。

四、实施内容和重点工作

根据国家、省、丹东市要求，结合凤城市电商发展实际情况，凤城市国家级电子商务进农村综合示范项目建设要充分整合利用原有电子商务公共服务中心、电子商务产业园、网红直播基地、邮政、电信企业、供销、物流快递网点、“万村千乡市场工程”等设施资源和服务资源，尽可能采取升级改造的方式，开展综合示

范项目各项建设工作，避免重复建设和资源浪费。

（一）打造凤城市三级物流配送体系。

通过整合凤城市现有物流快递资源，如中国邮政、四通一达、顺丰、供销、商贸物流等，解决农产品上行和下行问题。重点依托电商物流企业、市农业农村局、市供销联社以及商贸企业农村网点资源，按照市、镇、村三级体系总体布局，开展统仓统配业务，发展智慧物流。物流快递服务在乡镇覆盖率达到 100%，各行政村有效辐射，从市级物流仓储配送中心到村级网点 2 天内完成配送。

1. 市级电子商务仓储物流商贸配送服务中心。

项目包括仓储物流信息管理系统、仓储区、传统商贸企业入驻区、分拣区、加工包装区、办公区等公共服务功能。集仓储、配送、分拣、商贸流通、包装、品控以及售后服务等功能于一体。建设物流信息智能配送与调度系统，打造一个具备物流信息收集、处理、分析、分转、终端指令发布、数据统计上报等功能的综合管理系统。配置安检机、监控、消防器材、隔离设备等安全设施设备，货架、托盘、仓储笼等仓储设施，皮带输送机、液压手推车、扫码枪、称重设备、货运车辆等分拣、运输设备以及电脑、桌椅、WIFI 等办公用品用具。

2. 镇级物流快递中转站。

镇级物流快递服务点与镇级电商网点合并建设，充分利用各物流公司原有网点，各合作快递企业相互之间共享共用，负责辖

区内物流快递分拨、快件集中收发以及村级网点管理与维护。设置统一门头标识，配置监控、消防器材等安全设施设备，物流货架等仓储设施，扫码枪、称重设备及物流车辆等收寄配送设备。

3. 村级物流快递服务点。

村级物流快递服务点与村级电商网点合并建设，在电商服务点上叠加物流快递服务功能。充分整合利用邮政系统、农业系统等现有村级网点资源，根据行政村人口规模、地理位置特点等综合设置，按照全市一盘棋进行合理布局。设置统一门头标识，与电商服务网点共用电脑和网络等设施设备，配置物流货架等仓储设施以及称重设备等收寄设备。可由电商服务站管理人员一并提供物流快递收发服务，建立物流快递服务统计台账。

针对市、镇、村三级制定相应的固定资产管理制度、登记流程、产品货架归类制度、问题件处理流程、配送员考核制度等；制定切实可行的配送时间、配送线路；享受补贴购置的车辆、分拣设备等应具备统一标识。面向农村的综合物流电子信息平台，能完整、真实地反映配送记录，能整合利用现有各类资源，准时完成配送，确保时效性。

完善电子商务物流仓储功能，使其具备网销网购商品的品控分拣、打包配送，并逐步实现集采统储、统配统送及协调售后服务等相关功能。

（二）完善农村电商公共服务体系。

凤城市农村电商公共服务体系建设应突出功能服务导向，硬

件建设应坚持实用、节约原则，按需建设。镇村服务站点的建设重在服务的覆盖而非地理位置的覆盖。初步构建完成一个完善的、公开的、可持续的市、镇、村三级农村电子商务公共服务体系。

1.凤城市电子商务公共服务中心建设和运营。

充分利用现有场地资源，改造升级（不涉及基建工程）1个市级农村电商公共服务中心。完善服务配套、品牌孵化、品控标准制定、代运营、电商直播、运营数据化、人才培养、创业就业扶持、设计包装、营销策划、咨询服务、金融服务等功能。发挥“指挥中枢”的作用，统筹推进各镇村电商服务站点的建设和运营，整合引导各类电商经营企业、电商服务企业和便民服务资源进驻电商公共服务体系，丰富服务内容，增强服务功能，为凤城市企业、合作社和个人提供一站式的、开放的、市场化的、可持续的电商公共服务。

利用微信公众号、全媒体、海报、电商宣传画册等多种形式，在市域内进行电子商务普及宣传，增强地方企业和个人对电子商务发展和综合示范项目的认识，营造市域电商氛围，提高参与电商发展积极性。及时总结企业电商发展、个人电商创业就业等典型案例，利用全媒体以及标识标语等广泛宣传；及时总结电商扶贫、助力乡村振兴等市域电商发展模式、典型经验或做法，积极开展宣传和经验交流。

做好农村电子商务信息报送。按照商务部要求，主管部门和承办企业达成信息报送协议，建立信息智能日报、人工月报及年

报制度，各确定 1 名信息联络员，负责按照有关要求做好相关数据的记录和与商务部农村电子商务信息系统的对接报送工作。

2. 镇村电子商务服务站点建设和运营。

改造升级建设 21 个镇级农村电商服务站，村级电商（物流）服务点行政村覆盖率超过 60%，实现乡镇电商服务全覆盖。

按照国家、省的综合示范要求和《农村电子商务服务站（点）服务与管理规范》（GB/T 38354—2019），市级电子商务公共服务中心要加强对镇村服务站的统筹管理和运营指导。根据交通、人口分布等实际情况，充分利用和整合统筹原有邮政、电信企业、供销、物流快递网点、“万村千乡市场工程”等网点资源和服务资源，实事求是合理规划镇村电商服务站点布局，避免重复建设和资源浪费，站点的覆盖重在服务的覆盖而非地理位置的覆盖，倾斜照顾具备条件的脱贫户。

（1）镇级电商服务站建设。

镇级电商服务站优先通过整合利用邮政、供销、四通一达等现有网点资源进行电商化、信息化改造提升，普通镇级电商服务站具备电商日常业务处理、村级服务点管理、常规电商培训、物流快递中转等功能，而重点电商服务站在一般站的功能基础上，充分发挥当地旅游、农产品优势，拓展延伸其他业务，具有电商生态综合体的运营支撑能力。

（2）村级电商服务点建设。

通过整合供销系统、邮政系统、便利店等现有资源，以“合理

规划，因地制宜”为原则，以改造升级为主，招募新建为辅的方式，建立村级电商服务点。各站点要求实现统一门牌标识、统一技术培训、统一服务管理、统一功能配置的运营模式。每一个服务站点都具备代买代卖、代收代缴、农产品代发、物流快递、政策宣传、医疗互助等服务功能。一是向村民宣传服务站的各项功能、电子商务行业相关资讯，培养农民网上购物、网络销售农产品等习惯；二是帮助村民网上购物，收集当地特色农产品；三是为村民提供水、电、宽带、话费等生活网上缴费，代收代发快递、车票代购、本地资讯等服务；四是宣传组织当地青年参加创业培训、交流、营造氛围、培育人才。实现“一站多用”“一网多用”，推进智慧乡村服务应用。

（三）建设农村现代流通服务体系。

支持建设农村产品（含农副产品、手工艺品、乡村旅游、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，完善产、供、销全链条服务，重点建设本地化、连锁化服务和营销体系，实现线上线下融合发展，提升农村流通水平。

1.建设农村产品供应链体系。

建设农村产品的标准化生产认证、品牌培育、质量追溯等综合服务体系。推动农业生产、流通数据信息开放共享和农业技术、商业模式集成，加强农产品供应链规划、建设和管理，完善农产品检验检测、质量标准和追溯体系。依托农业产业基地、农村专

业合作社建立 2—3 个电子商务网货供应基地，针对本地特色农产品的生产、分布特点，规划和建设一批物流、初加工点，引导农民生产、满足消费需求、适合网络销售的产品，打通农产品上行渠道，促进农业发展方式转变。

(1) 开展农产品网销商品化处理。建立专业团队对凤城市农村产品的生产销售情况进行全面摸底，形成基本情况档案报告，并制定合理的农产品网络销售方案。规范凤城市特色产品的标准化生产流程和产后商品化处理流程，并将流程向本地企业、合作社、农户进行推广，加强产品分级分拣、深加工、包装设计、营销策划、售后服务，完善产、供、销全链条服务，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。

(2) 开展农产品质量溯源。构建凤城市农产品追溯体系，主要包含农特产品溯源管理、农特产品追溯标识管理、农特产品追溯查询管理、农特产品品质监管、气象及监控图像设备管理、数据分析中心等功能，推动本地重点农产品企业、合作社加入溯源系统，解决农产品线上销售的前置障碍问题。开展本地农产品上网、二维条码扫描或短信等方式追溯，努力实现产品“生产有记录、信息可查询、来源可追溯、流向可跟踪、责任可追究、产品可召回、质量有保障”，提高产品“追溯、监管、营销”公共服务水平。

(3) 建立本地农产品网货目录，挖掘整合全市具有特色的优质农特产品，按品类、规格、产量、等级等进行精分梳理，建

立凤城市农产品目录库，整合优质货源，为开展产销对接、营销推广做好基础。

2. 培育并推广区域公共品牌。

立足凤城实际，依托凤城板栗、蚕蛹、蓝莓等特色产品，打造至少 1 个凤城市区域公共品牌，进行品牌定位、品牌命名、品牌文化、品牌诉求、品牌延伸、品牌宣传等策划，确立区域公共品牌管理体系及品牌培育机制，秉承“统一设计、统一开发、统一标准”的理念，充分利用网络信息和媒体资源，多种形式进行宣传，引导相关企业参与品牌建设。确立区域公共品牌管理体系及品牌培育机制。与品牌专业设计公司深入对接合作，组织或参加线下农产品展销会，农商互联产业对接会等活动，通过线上线下多种渠道宣传推广，扩大品牌及产品的知名度，使其能够更快走进全国市场，推动产业升级，促进农民增收。

3. 建立农村产品线上线下营销推广体系。

借助电商渠道和网络优势，全力推进农产品与电商平台对接，把农产品资源“引流上线”，融合 B2C、B2B、直播电商等平台 and 手段，全方位多渠道打造本地“网红”农村产品。重点推进凤城蚕蛹、凤城板栗、凤城老窖、丹东蓝莓、草莓、山野菜、中药材等特色农产品品牌的营销推广和销售。线上积极对接京东、苏宁、淘宝、商务部扶贫频道等第三方平台，线下积极对接省外销售渠道，利用各类电商节、展销会等活动提高产品知名度，带动和扶持本地网商、农业和旅游企业参与营销体系建设，加快农产

品传统市场向现代综合交易市场的转型升级。协助我市企业、专业合作社开展“二品一标”品牌认证，鼓励争创国家地理标志产品、国家省市名牌产品。做好市内、外宣传资源的对接，开通凤城市电子商务微博平台，注册相关公众号、积极开展挖掘身边的网红、网货活动，加大对本地好网商、好网货评选和宣传力度，利用“6.18”“双十一”“双十二”“年货节”等开展营销活动，搭建农产品供需信息平台，带动农产品销售。

4. 电商稳贫、固贫、益贫体系建设。

通过电子商务平台集合农特产品优势资源，建立“电子商务公共服务中心+镇村电商服务站点+贫困村+贫困户”“市镇村三级物流配送中心+镇村物流分拨站点+贫困村+贫困户”“供应链企业+合作社+贫困村+贫困户”“电子商务带头人+贫困户”“贫困户一户一码系统”等机制，实现稳贫、固贫、益贫电商举措，打造“互联网+”的电商消费助农模式，举办电商助农系列主题活动。支持电商助农对口帮扶专区建设，延长电商价值链和供应链，促进稳定增收，巩固脱贫成果，促进乡村振兴。

（四）大力开展农村电子商务培训。

1. 电商知识普及应用培训。

对具备条件的返乡农民工、大学生、退伍军人、合作社成员、农村青年、农村电商服务站站长、低收入农户等开展电商知识普及和创业技能培训，不断完善产品包装、摄影美工、直播带货、网站运营、数据分析、知识产权、合规经营等课程，增强农村电

商从业人员的专业技能和创业意识。围绕形势研判、互联网思维、政策制定、项目管理、公共服务等加强镇村干部的培训，提高农村电商管理和服务能力。累计培训人数不少于4000人次，实现电商人才转化率10%以上。

2. 电商人才培养成果转化。

针对有电商创业需求的农村青年、返乡农民工等提供增值培训。建立健全电商人才培养成果转化机制，通过举办农村电商创新创业大赛、资源对接活动、战略合作机构、企业实训基地等，推动培训成果转化。培训内容包括（不限于）公司成立注册、人员招聘、网店开设与运营、电商直播、产品孵化、品牌设计、线上线下营销等，培训方式包括一对一、一对多的实操方式。

3. 电商人才孵化。

依托市电商公共服务中心和创业孵化基地，加快建设一批农村电商孵化实践基地，为农村电商人才培育提供支撑。建立农村电商经纪人队伍，开展农产品信息收集、产品收购、短途运输等服务。着力缩小数字鸿沟，将农业信息资源和农村电商服务延伸到乡村和农户。建立培训后服务机制，加强与电商企业联动，引导完成培训的学员到电商相关企业就业。鼓励和支持本地农户通过培训参与电商直播活动，吸引广大青年加入农村电子商务大军。

（五）推动农村传统流通企业转型升级。

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，

创新消费模式和供给方式，实现线上线下融合发展；通过市级物流配送中心整合传统商贸流通企业入驻，结合农村电商服务网点，支持有实力的流通企业向农村下沉供应链，为农村零售网点等提供集中采购、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。鼓励农村传统商贸流通企业对接农业产业化龙头企业、合作社、种养大户、家庭农场等，拓展社群营销、社区团购、预售等业务，完善集生产、加工、流通和服务等于一体的农产品供应链体系，畅通本地产品内部循环，促进农户与市场有效对接。鼓励本地传统优质企业改造升级，拓展电商销售渠道，促进传统企业产品流通提速、品质提升、品牌升级。鼓励有条件的商贸企业开展跨境电商业务，开拓国际市场。

（六）开展电商宣传推广活动。

开展多渠道不同形式的电商主题宣传活动，积极宣传电子商务发展政策，加大对电子商务知识、典型案例、重点企业及品牌的宣传力度。积极组织全市电商企业、服务商、供应链企业及行业协会参加电商展会、博览会、产销对接会，举办各类电商创客沙龙、创新创业大赛、电商法宣传、主题调研、产品标准化宣传，开展电商专题讲座、学术研讨等活动，营造浓厚的电商创新创业发展氛围。

五、资金安排

凤城市电子商务进农村综合示范项目资金总额 2000 万元，

首批到位资金 1000 万元。

根据相关文件及有关规定，并结合我市实际，对中央财政资金作如下安排：

（一）打造凤城市三级物流配送体系建设，中央财政资金投入 500 万元。

（二）完善农村电商公共服务体系建设，中央财政资金投入 500 万元。

（三）农村现代流通服务体系建设，中央财政资金投入 660 万元。

（四）大力开展农村电子商务培训，中央财政资金投入 200 万元。

（五）推动农村传统流通企业转型升级，中央财政资金投入 70 万元。

（六）开展电商宣传推广活动，中央财政资金投入 70 万元。

六、工作进度安排

（一）项目启动阶段（2021 年 8 月—2022 年 5 月）。

电商示范项目申报成功后，组织人员对我市电商产业进行全面摸底、调研，完成《凤城市电子商务进农村综合示范工作实施方案》初稿并逐步修改完善，推动《实施方案》上会，过会无意见后进行公示定稿，并报省商务厅备案。按程序挂网遴选招标代理公司，编制招标文件，会审后公开挂网招标选定项目承办企业。

（二）建设运营阶段（2022 年 6 月—2023 年 12 月）。

全面启动项目建设，承办企业要按照《实施方案》要求，确保在规定时限内高质量完成建设项目。由市商务局牵头，会同市财政局、市乡村振兴局对项目建设过程进行全程跟踪监管，对项目建设中发现的问题及时提出意见建议并督促改正，确保项目建设符合要求。

（三）总结验收阶段（2024年1月—2024年6月）。

对已完工并正常运营的项目，由市商务局牵头，会同市财政局、市乡村振兴局共同组成验收小组，对项目逐一进行实地验收，并在验收意见书上签署明确验收意见。

七、保障措施

（一）加强组织保障，成立电商领导小组。成立由市委书记、市长任组长，市政府常务副市长、分管副市长任副组长，各乡镇（街道）、相关单位主要负责人为成员的凤城市电子商务进农村综合示范工作领导小组，建立联席工作会议制度，定期召开电子商务进农村综合示范工作专题会议，研究解决综合示范工作过程中遇到的困难和问题。领导小组下设办公室，办公室设在市商务局，市商务局局长兼任办公室主任，办公室负责电子商务进农村示范项目的组织、协调和实施工作。各乡镇（街道）安排落实1—2名电子商务信息员，负责本乡镇（街道）电商基础数据摸底、统计、上报及有关项目建设工作。

（二）明确职责分工，强化部门联动。各职能部门要切实按责任分工履行职责，各乡镇（街道）要全面按要求落实职责任务，

统一建立部门协同、上下联动的责任机制，提高工作效率，形成工作合力，确保项目顺利实施。

（三）落实政策支持，规范资金管理。全面落实国家、省、丹东市扶持电子商务发展的各项政策，研究出台《资金管理办法》，严格落实电子商务进农村综合示范项目建设标准，严格使用中央和地方财政资金，加强项目全过程监管，适时开展项目实施和资金使用监督检查。所有资金按照项目进展情况分阶段拨付，项目所需资金先由承办商垫付。经市商务局、市财政局、市乡村振兴局等部门审定后，在对验收合格的项目和拟补助资金在市政府门户网站公开专栏进行公示（不少于5个工作日），无异议后，报市政府审批同意，方可拨付中央财政资金。

（四）加大宣传引导，加强信息公开。各乡镇（街道）、各相关部门要采取多种形式，加大对电子商务进农村的宣传力度。市政府网站、市融媒体中心等市级新闻媒体要充分发挥媒体的舆论导向作用，通过开辟专题、专栏等形式，广泛宣传报道电子商务进农村工作中的先进典型，营造良好的氛围。市政府门户网站要设立电子商务进农村综合示范项目专栏，按期公示项目建设进展情况、资金使用情况等，提高项目建设的透明度。

（五）严格行业监管，强化督查考核。建立符合我市实际的农村电子商务市场监管机制。发挥公安、市场监管、税务、商务、交通、邮政、通信等单位在电子商务及物流快递中的监管职能，加强对电子商务从业人员、企业、个体网店、相关机构的管理，

加大对网络经济活动的监管力度，督促网络经营主体特别是网络交易平台切实履行责任，守法经营，加强自律，维护电子商务市场秩序。各乡镇（街道）、各责任部门要及时向市商务进农村综合示范工作领导小组办公室报送工作进展情况和阶段性工作总结。市政府要将电子商务进农村综合示范工作纳入乡村振兴考核体系，市政府督查室要定期考核评价各乡镇（街道）、各责任部门的电子商务进农村综合示范工作进展情况，确保工作取得实效，促进农村电商健康发展。

- 附件：1.凤城市电子商务进农村综合示范项目专项资金使用
管理办法
2.凤城市电子商务进农村综合示范项目资金分配表
3.凤城市电子商务进农村综合示范工作领导小组成员
名单及责任分工

附件 1

凤城市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 为规范我市电子商务进农村综合示范项目专项资金管理，充分发挥专项资金使用效益，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）、《辽宁省商务厅 财政厅 乡村振兴局关于开展 2021 年电子商务进农村综合示范工作的通知》（辽商电商函〔2021〕160 号）文件精神。结合《凤城市电子商务进农村综合示范工作实施方案》，经凤城市财政局、凤城市商务局、凤城市乡村振兴局共同研究，特制定本办法。

第二条 本办法中所称专项资金是指由中央和地方财政安排，专项用于我市电子商务进农村综合示范项目建设的资金（以下简称“专项资金”）。

第二章 专项资金支持范围和标准

第三条 专项资金严格按照中央、省、丹东市商务、财政部门确定的资金支持方向，重点支持内容如下：

（一）打造凤城市三级物流配送体系建设，中央财政资金投

入 500 万元。

（二）完善农村电商公共服务体系建设，中央财政资金投入 500 万元。

（三）农村现代流通服务体系建设，中央财政资金投入 660 万元。

（四）大力开展农村电子商务培训，中央财政资金投入 200 万元。

（五）推动农村传统流通企业转型升级，中央财政资金投入 70 万元。

（六）开展电商宣传推广活动，中央财政资金投入 70 万元。

第四条 专项资金的使用范围。在建设过程中，充分利用区域内现有各类产业园区、闲置厂房与商业化电商平台，最大限度利用社会化资源，避免重复建设和资源浪费。中央财政资金主要用于项目建设、设备购置安装、信息系统开发运用、业务培训等与项目建设实施直接相关的支出。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、车辆购置（物流车除外）、工作经费及购买流量等支出，有关支持项目应开放共享。中央财政资金支持农村产品上行的比例不低于 50%，支持公共服务中心建设不高于 15%。

在工程类项目中，购买设施设备使用财政资金额度超过 50%（含 50%）形成的资产要纳入国有资产进行登记管理。

第三章 职责与分工

第五条 市商务局为项目主管部门，负责监督检查项目实施进度、工程质量、支持政策落实等情况。

市财政局负责专项资金的拨付管理，对专项资金运作和使用情况进行绩效评估。

市商务局、市财政局、市乡村振兴局对项目建设进度、资金运作及使用和拨付等情况进行监督管理。

第四章 项目审核、公示及资金拨付

第六条 市商务局负责对项目承建单位所报项目的材料进行初审，并在材料审核后，要求项目承建单位参与对承建项目进行实地调查，确定材料内容与实际项目实施内容的一致性。

第七条 所有资金按照项目进展情况分阶段拨付，项目所需资金先由承办商垫付。经市商务局、市财政局、市乡村振兴局等部门审定后，在对验收合格的项目和拟补助资金在市政府门户网站公开专栏进行公示（不少于5个工作日），无异议后，报市政府审批同意方可拨付中央财政资金。

市商务局负责建立健全项目档案，对项目评审、建设、验收、补助等各环节的档案材料进行整理和归档，做到资料详实、手续齐备、程序合规。

第八条 该项目总投资中央财政资金 2000 万元，首批到位资金 1000 万元。

项目所有资金由项目承建单位垫付。项目启动后建设进度达到 40%时，拨付中央财政资金达到 30%；建设进度达到 80%时，

拨付中央财政资金达到 70%；建设进度达到 100%后，拨付中央财政资金达到 90%，项目验收合格后，拨付中央财政资金达到 100%。

第五章 资金的监督和管理

第九条 市商务局、市财政局、市乡村振兴局应认真做好项目申报和资金监管工作，定期对资金使用情况进行检查，确保资金安全有效。

第十条 项目承办单位（企业）收到财政补助资金后，要严格执行项目资金使用的有关规定，严格按照国家有关会计、财政法规及现行财务制度进行账务处理，并及时向市商务局、市财政局、市乡村振兴局报告项目资金使用情况。

第十一条 资金必须专款专用，对违反规定使用资金的，一经查实，将全额追回已拨付的款项。对弄虚作假、截留、挪用、挤占资金等行为，按《财政违法行为处罚处分条例》（国务院令 第 427 号）的相关规定进行处理。构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第六章 附则

第十二条 本办法自公布之日起施行，有效期 3 年。

第十三条 本办法由市商务局、市财政局、市乡村振兴局负责解释，如遇有关政策调整将作相应变更。

附件 2

凤城市电子商务进农村综合示范项目资金分配表
(项目年份与级别: 2021 年国家级)

示范县(市)商务、财政、乡村振兴部门:

2022 年 2 月

金额单位: 万元

序号	项目大类	项目子类	建设内容	项目投入资金 (中央财政资金)			推进 责任部门
				中央 财政资金	地方 配套 资金	合计	
1	凤城市 物流配 送体系	市级电子商务 仓储物流商贸 配送服务中心	项目包括仓储物流信息管理系统、仓储区、分拣区、传统商贸企业入驻区、分拣区、加工包装区、办公区等公共服务功能。集仓储、配送、分拣、商贸流通、包装、品控以及售后服务等功能于一体。建设物流信息智能配送与调度系统, 打造一个具备物流信息收集、处理、分析、分转、分转、终端指令发布、数据统计上报等功能的综合管理系统。配置安检机、监控、消防器材、隔离设备等安全设施设备, 货架、托盘、仓储笼等仓储设施, 皮带输送机、液压力推车、扫码枪、称重设备、货运车辆等分拣、运输设备以及电脑、桌椅、WiFi 等办公用品用具。				
		镇级物流快速 配送中心	镇级物流快速配送服务中心建设, 充分利用各物流公司原有网点, 各合作快递企业相互之间共享共用, 负责镇区内物流快速分发、快件集中收发以及村级网点管理与维护。设置统一门头标识, 配置监控、消防器材等安全设施设备, 物流货架等仓储设施, 扫码枪、称重设备及物流车辆等收发配送设备。				
		村级物流快速 配送服务站	村级物流快速配送服务站建设, 在电商服务点上叠加物流快速服务功能。充分整合利用邮政系统、农业系统等现有村级网点资源, 根据行政村人口规模、地理位置特点等综合设置, 按照全市一盘棋进行合理布局。设置统一门头标识, 与电商服务网点共用电脑和网络等设施设备, 配置物流货架等仓储设施以及称重设备等收发设备。可由电商服务站管理人员一并提供物流快速收发服务, 建立物流快速服务统计台账。完善电子商务物流仓储功能, 使其具备网络网购商品的品控分拣、打包配送, 并逐步实现集采集统、统配统送及协调售后服务等相关功能。	500	/	500	市商务局和 承办企业

2	完善农村电子商务公共服务体系	<p>充分利用现有场地资源，改造升级（不涉及基建工程）1个市级农村电商公共服务中心。完善服务配套、品牌孵化、品控标准制定、代运营、电商直播、运营数据化、人才培养、创业就业扶持、设计包装、营销策划、咨询服务、金融服务等功能。发挥“指挥中枢”的作用，统筹协调推进各镇村电商服务站点建设和运营，整合引导各类电商经营企业、电商服务企业和便民服务中心建设运营。</p> <p>凤城市电子商务公共服务中心建设运营</p>	300 /	500	市商务局和 承办企业
	<p>改造升级建设21个乡镇级农村电商服务站，村级电商（物流）服务点行政村覆盖率超过60%，实现乡镇电商服务企业覆盖。</p> <p>按照国家和省的综合示范要求和《农村电子商务服务站（点）服务与管理规范》（GB/T 38354-2019），市电子商务公共服务中心要加强对镇村服务站的统筹管理和运营指导。根据交通、人口分布等实际情况，充分利用和整合统筹原有邮政、电信企业、供销社、物流快递网点、“万村千乡市场工程”等网点资源和服务资源，实事求是合理规划镇村电商服务站布局，避免重复建设和资源浪费，站点的覆盖重在服务的覆盖而非地理位置的覆盖，倾斜照顾具备条件的贫困户。</p>	200 /		市商务局和 承办企业	

		<p>建设农村产品的标准化生产认证、品牌培育、质量追溯等综合服务体系。推动农业生产、流通数据信息共享和农业技术、商业模式集成，加强农产品供应链规划、建设和管理，完善农产品检验检测、质量标准和追溯体系。依托农业产业基地、农村专业合作社建立2-3个电子商务网货供应基地，针对本地特色农产品的生产、分布特点，规划和建设一批物流、初加工点，引导农民生产满足消费需求、适合网络销售的产品，打通农产品上行渠道，促进农业发展方式转变。</p>	200									
<p>农村现代流通服务体系建设</p>	<p>培育并推广区域公共品牌</p>	<p>立足凤城实际，依托凤城板栗、蚕蛹、蓝莓等特色产品，打造至少1个凤城市区域公共品牌，进行品牌定位、品牌命名、品牌文化、品牌诉求、品牌延伸、品牌宣传等策划，确立区域公共品牌管理体系及品牌培育机制，秉承“统一设计、统一开发、统一标准”的理念，充分利用网络信息和媒体资源，多种形式进行宣传，引导相关企业参与品牌建设。确立区域公共品牌管理体系及品牌培育机制。与品牌专业设计公司深入对接合作，组织或参加线下农产品展销会、农商互联产业对接会等活动，通过线上线下多种渠道宣传推广，扩大品牌及产品的知名度，使其能够更快走进全国市场，推动产业升级，促进农民增收。</p>	120									
	<p>建立农村产品线上线下营销推广体系</p>	<p>借助电商渠道和网络优势，全力推进农产品与电商平台对接，把农产品资源“引流上线”，融合B2C、B2B、直播电商等平台手段，全方位多渠道打造本地“网红”农村产品。重点推进凤城蚕蛹、凤城板栗、凤城老露、丹东蓝莓、草莓、山野菜、中药材等特色农产品品牌的营销推广和销售。线上积极对接京东、苏宁、淘宝、商务部扶贫频道等第三方平台，线下积极对接省外销售渠道，利用各类电商节、展销会等活动提高产品知名度，带动和扶持本地网商、农业企业、专业合作社开展“二品一标”品牌认证，鼓励争创国家地理标志产品、国家省市名牌产品。做好市内、外宣传资源的对接，开通凤城市电子商务微博平台，注册相关公众号、积极开展挖掘身边的网红、网货活动，加大对本地好网商、好网货评选和宣传力度，利用“6.18”“双十一”“双十二”“年货节”等开展营销活动，搭建农产品供需信息平台，带动农产品销售。</p>	290									
	<p>电商稳贫、稳贫、稳贫体系建设</p>	<p>通过电子商务平台集合农特产品优势资源，建立“电子商务公共服务中心+镇（乡）村电商服务站+贫困村+贫困户”“前镇村三级物流配送中心+镇（乡）村物流分设站点+贫困村+贫困户”“供应链企业+合作社+贫困村+贫困户”“电子商务带头人+贫困户”“贫困户一户一码系统”等机制，实现稳贫、固贫、脱贫电商举措，打造“互联网+”的电商消费助农模式，举办电商助农系列主题活动。支持电商助农对口帮扶专区建设，延长电商价值链和供应链，促进稳定增收，巩固脱贫成果，促进乡村振兴。</p>	50									

4	大力开展农村电子商务培训	加强对农村电子商务培训工作，针对机关、企业、农业经营主体和农民等进行电子商务知识技能培训。建立专业的电子商务人才培训基地和师资队伍，加强对大学生村官、退役士兵、返乡创业农民电子商务培训，培养一批既懂理论又懂业务、会经营网店、能带头致富的复合型人才。引导具有实践经验的电子商务从业者返乡创业，鼓励电子商务职业经理人到农村发展，加强各级电子商务协会、学会、农民专业合作社、高等院校、科研院所等机构之间的合作，开展电子商务人才培训、运营与技术咨询服务。累计培训人数不少于4000人次，实现电商人才转化率10%以上。	200	/	200	市商务局和 承办企业
5	推动农村传统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，创新消费模式和供给方式，实现线上线下融合发展；通过市级物流配送中心整合传统商贸流通企业入驻，结合农村电商服务网点，支持有实力的流通企业向农村下沉供应链，为农村零售网点等提供集中采购、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现代流通服务体系。鼓励农村传统商贸流通企业对接农业产业化龙头企业、合作社、种养殖户、家庭农场等，拓展社群营销、社区团购、预售等业务，完善集生产、加工、流通和服务等于一体的农产品供应链体系，畅通本地农产品内部循环，促进农产品与市场有效对接。鼓励本地传统优质企业改造升级，拓展电商销售渠道，促进传统企业产品流通提速、品质提升、品牌升级。鼓励有条件的商贸企业开展跨境电商业务，开拓国际市场。	70	/	70	市商务局和 承办企业
6	开展电商宣传推广活动	开展多渠道不同形式的电商主题宣传活动，积极宣传电子商务发展政策，加大对电子商务知识、典型案例、重点企业及品牌的宣传力度。积极组织全市电商企业、服务商、供应链企业及行业协会参加电商展会、博览会、产销对接会，举办各类电商创客沙龙、创新创业大赛、电商法制宣传、主题调研、产品标准化宣传，开展电商专题讲座、学术研讨等活动，营造浓厚的电商创新创业发展氛围。	70	/	70	市商务局和 承办企业
合计：			2000	/	2000	

附件 3

凤城市电子商务进农村综合示范工作 领导小组成员名单及责任分工

为加强创建电子商务进农村综合示范工作的组织领导，进一步明确工作职责，确保各项工作顺利推进并取得实效，成立凤城市电子商务进农村综合示范工作领导小组。

一、领导小组成员名单

组 长：刘向东 市委书记

姜春国 市委副书记、市长

副组长：朱 辉 市委常委、常务副市长

和 原 市委常委、副市长

成 员：市委办公室、市委组织部、市委宣传部、市政府办公室、市发改局、市教育局、市工信局、市公安局、市财政局、市人社局、市交通运输局、市农业农村局、市乡村振兴局、市商务局、市文旅广电局、市退役军人局、市审计局、市市场监管局、市统计局、市融媒体中心、市机关事务服务中心、市供销社、团市委、市妇联、市残联、市供电公司、市邮政公司、人民银行凤城市支行、市联通公司、市移动公司、市电信公司等相关职能部门和单位主要领导，21个乡镇（街道）党（工）委、政府（办事处）主要领导。

领导小组下设办公室在市商务局，办公室主任由市商务局局

长兼任。各乡镇（街道）成立电子商务工作专门机构，具体负责组织本辖区电子商务发展工作。

二、领导小组、办公室及各成员单位职责

领导小组：贯彻落实国家和省、丹东市关于加快推进电子商务进农村综合示范工作的有关要求，统筹协调国家电子商务进农村综合示范县推进工作，定期召开会议，研究解决工作推进中遇到的困难和问题。

领导小组办公室（市商务局）：负责领导小组日常工作；按照国家电子商务进农村综合示范项目推进绩效评价标准和要求，制定国家电子商务进农村综合示范工作实施方案、资金管理办法、项目标段设置等，负责项目招投标工作；提出全市推进时间表、路线图；对全市方案的实施提出意见和建议；负责全市电子商务进农村工作的宏观指导、综合协调和督查考核；统筹协调跨部门的沟通衔接及解决有关问题；梳理项目推进过程中遇到的困难和问题，报领导小组进行决策；督促落实领导小组议定事项，推进重大事项落实；承办领导小组交办的其他事项。

市委办公室、市政府办公室：负责做好凤城市电子商务进农村综合示范项目相关会议安排、文件印发；在政府门户网站开辟创建凤城市电子商务进农村综合示范工作专栏，及时公开凤城市电子商务进农村综合示范工作相关信息；配合领导小组做好组织协调等相关工作。

市委组织部：为电商企业提供人才引进、业务培训等相关服务和政策支持，负责把“互联网+党建”与凤城市电子商务进农

村示范项目相结合，资源互通，督促各相关部门领导落实和推进工作。

市委宣传部：负责电子商务工作宣传。加大电子商务政策成效的宣传力度，充分发挥电视、电台等传统媒体和网络、微博、微信等新媒体作用，积极营造正向舆论氛围，不断提升电子商务参与度。及时发布全市电商动态，大力宣传电子商务运行模式、典型案例、先进事迹，发现和推广各地区典型经验做法，营造浓厚的电子商务发展氛围，全力打造“互联网凤城”。

市发改局：负责落实国家发改委关于支持电子商务发展的相关政策，积极安排和支持电子商务产业建设项目，参与电子商务产业发展规划和扶持政策的制定。

市教育局：加强电子商务职业教育和专业培训，把电子商务知识纳入到市级职业教育知识体系中，做好农村电子商务技术运用培训工作以及打造专业的电商培训讲师团队，为全市电子商务的持续发展提供人才和师资力量保障。

市工信局：负责做好工业企业电子商务推广运用工作；负责组织规上工业企业负责人参加电子商务培训，推动全市规上企业的工业品上行相关工作。

市公安局：负责打击在电子商务领域涉嫌经济犯罪的违法行为。

市财政局：负责全市电子商务项目资金及经费的落实和保障，严格按照规定落实电子商务发展项目资金、扶持政策资金等审核、拨付、监管工作。

市人社局：配合市委组织部，为电商企业提供人才引进、业务培训等相关服务和政策支持。负责把农村电子商务创业培训纳入到全市就业创业培训体系，提供一定比例的培训经费。积极引导大学生、返乡青年、退伍军人等开展网络创业培训；支持职业学校开设电子商务专业，培育一批高素质技能型专业人才。

市交通运输局：负责制定全县运输物流服务标准，整合邮政、物流、客运等相关资源，规范物流配送车辆管理，完善农村物流配送网络。

市农业农村局：负责组织发动全市农产品生产企业、农民专业合作社、种养殖大户、家庭农场等参与电子商务培训和应用推广，培育扶持农特产品电子商务应用示范企业和网货供应商，做好农产品质量监督工作。调研本市农村产品基本情况，对辖区内优品资源进行全面摸底，形成基本情况档案和报告，制定农村产品网络销售促进方案；着力开发电商农特产品，推进本市农村产品标准化、品牌化，指导入选省级以上品牌产品目录，培育区域公共品牌和企业品牌；建立符合农产品网络销售上行要求的冷链体系；建设农产品可追溯体系及相应农产品溯源系统。

市乡村振兴局：引导全市已脱贫群众与电商服务公共平台对接，指导已脱贫群众发展与电商平台相适应的产业项目，不断巩固脱贫攻坚成果。

市文旅广电局：利用电子商务手段进行凤城旅游特色资源的宣传推广，组织旅游特色农产品（旅游后备箱商品）、旅游商品等的线上线下联合展销，负责组织旅游企业负责人和从业者参加

电子商务培训，促进旅游业与电子商务融合发展。

市退役军人局：负责组织退伍军人积极参加电子商务培训、创业及就业工作。

市审计局：负责做好电子商务进农村综合示范项目资金使用的审计工作。

市市场监管局：制定电子商务相关信用制度，加强农村电子商务企业（网店）诚信教育和网上监管，规范电子商务市场秩序；加强对网络营销产品的安全监管，依法做好食品相关安全监督管理工作，同时加强对网销产品质量的监督管理和认证工作；加大地标产品电子商务发展的支持力度，保障地标产品网上销售的认证支持。

市统计局：负责统计全市电子商务发展的数据及企业发展情况，确保数据的真实性、准确性、及时性。

市融媒体中心：总结推广经验，加大典型示范宣传力度，积极在国家和省级主流媒体报道凤城电子商务发展特色，扩大凤城电子商务知名度和影响力。

市机关事务服务中心：负责协助县级电商公共服务中心选址工作，为电商工作开展提供场所保障。

市供销联社：利用自身优势，组织引导农民发展专业合作社、开展电子商务业务，配合开展电子商务公共资源整合工作，促进农产品流通和农业产业化经营。

团市委：负责引导全市各级团组织 and 广大团员青年参与电子商务培训、就业及创业工作。

市妇联：积极引导、鼓励妇女踊跃参与电子商务培训、就业及创业工作。

市残联：负责引导和鼓励残疾人员积极参与电子商务培训、就业及创业工作。

市邮政公司：依托自身物流体系优势，协同推进电商物流、快递服务体系的发展。

人民银行凤城市支行：协调各金融机构为农民、农业合作社、涉农企业提供生产经营贷款等金融服务，把农村网店创业纳入到小额信用贷款支持范围，制定农村电子商务建设的专项信贷支持政策，把非审批性金融服务业务引入农村电商服务站点。

市供电公司、市联通公司、市移动公司、市电信公司：加强全市农村的通信及用电基础设施建设，改善农村通信及用电条件，并对全市电子商务进农村工作在技术等方面给予支持。

21个乡镇（街道）党（工）委、政府（办事处）：负责配合做好辖区内凤城市电子商务进农村综合示范项目的实施工作；负责本乡镇（街道）服务站点选址建设工作；负责组织本乡镇（街道）相关人员参加电子商务培训工作，负责本乡镇（街道）电子商务产业发展的宣传推广工作。