

# 东港市人民政府办公室文件

东政办发〔2020〕20号

---

## 东港市人民政府办公室关于印发东港市全国 电子商务进农村综合示范工作 建设方案的通知

各乡镇政府、街道办事处、农场，各经济区管委会，市政府各部门：

《东港市全国电子商务进农村综合示范工作建设方案》已经市六届政府第56次常务会议审议通过，现予以印发，请认真贯彻落实。

东港市人民政府办公室

2020年8月17日

（此件公开发布）



# 东港市全国电子商务进农村综合示范 工作建设方案

根据《财政部办公厅 商务部办公厅 国务院扶贫办关于开展 2019 年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建〔2019〕58 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）和《辽宁省商务厅 辽宁省财政厅 辽宁省扶贫开发领导小组办公室关于开展 2019 年电子商务进农村综合示范工作的通知》（辽商电商函〔2019〕331 号）等文件要求，为切实做好电子商务进农村综合示范项目工作，进一步细化工作任务，结合我市实际，制定本方案。

## 一、工作目标

根据打造国家电子商务进农村综合示范“升级版”的要求，在建设运营周期内，以建立完善农村现代市场体系为核心目标，补短板、强基础、促上行。按照项目建设要求，结合我市实际，具体实现 5 个目标。升级改造 1 个功能完备的市级农村电子商务公共服务中心，整合建设 6 个乡（镇）级和 124 个村级电商服务站；升级改造 1 个市级公共仓储物流配送中心，完善市、乡、村三级仓配物流配送体系，探索发展智慧物流；依托特色优势产业，以“东港草莓”为核心，整合现有地标品牌，明确授权，统筹宣传推广，促进农产品电子商务快速增长，使我市电子商务农村网络零售额和农产品网络零售额等数据高于全国平均水平；完成电商人才培养不低于 4000 人次，电商创就业孵化不少于 50 人，开

设网店不低于 20 家；根据项目需要，建立农村电商大数据和智慧物流信息系统，强化数据驱动，为全市农村电商发展提供有效数据支撑。

## 二、建设内容

### （一）优化升级农村电商公共服务体系。

#### 1. 建设目标。

加强农村电商公共服务体系市场化，建立可持续发展机制，通过资源整合和信息数据建设，为政府和辖区内生产型企业、合作社、电商企业和乡村电商服务站点及有意从事电商的创业者提供数据分析，将数据作为驱动力，构建农村电商公共服务体系。

#### 2. 建设内容。

（1）升级建设市农村电子商务公共服务中心。升级改造原有电商中心为市农村电子商务公共服务中心，以经济适用为原则，强调公共服务功能为主，彰显地域、产业特色及丰富的电商元素，建设面积不低于 1500 平米。根据服务需要设立综合办公区、特色产品网货分销中心、创客中心、会议（培训）中心、网络直播（培训）中心、综合展示展销中心等功能区，根据需要配备必要的办公设施；配备专业服务团队，为辖区内生产型企业、合作社、电商企业和有意从事电商的创业者提供电商政策咨询、培训孵化、实战演练、美工策划、商品定位、产品摄影、创意设计、品牌策划、营销推广、分销渠道、软件技术支持、数据分析、包装运输、客服管理、证照办理、活动宣传等“一站式”服务。开发具备电子商务资讯、数据采集统计分析、服务内容展示、电

子商务（远程）培训和本地电子商务企业展示等功能的农村电商大数据系统，预留和开放接口，确保与商务部“农村电子商务和社区商业信息系统”智能对接，实现对乡镇、村服务站点进行业务指导及运营管理；统筹推进品牌、标准、品质控制、金融、物流、培训等公共服务，为政府部门制定农村电商长效发展机制提供数据支撑。

（2）整合建设乡镇农村电商服务站。整合建设6个乡镇级电子商务服务站，建设面积不低于100平方米。乡镇级电子商务服务站要设立运营服务区、电商产品展示区、电商培训区、快递物流区等；认真执行日常网络安全管理、货物收发管理、农产品收购等管理制度；服务站要主动服务，找准定位，自发宣传、谋求自身发展，对各个电商平台提供开放式公共服务；建立服务站负责人选择机制，要以会电商、懂经商、敢于创新创业、具备组织管理能力、配合程度高为优选标准；运营服务商要负责做好乡镇服务站人员的专业能力提升培训、经营行为组织和运营资源嫁接等各项工作，形成组织化管理运营体系。

（3）整合升级村级电子商务服务站。整合邮政、供销、快递、金融、政务等资源 and 原有健全运营条件的村级服务点进行升级改造，村级服务站负责人以电商知识丰富、业务能力突出、创业意识强烈、思维灵活、配合程度高为优选标准；按照统一管理、统一形象、统一标识，统一服务的要求，建设村级电子商务服务点124个（未设村级电商服务站的行政村通过乡镇电商服务站或邻近村级电商服务点提供服务），建设面积不低于30平方米，电商

服务覆盖率达 60%以上，为农村居民提供代买代卖、缴费支付、农村金融、物流快递收发、信息咨询、职业介绍、旅游出行等便民综合服务（建立服务台账），推动“一村一品”和智慧乡村服务应用，保证村级服务站点具备“一站多业，自我造血”的存活率和生命力。

### 3. 建设要求。

（1）市电子商务公共服务中心通过整合利用原有服务中心场地进行升级改造，原则上坚持创新适用原则，避免为追求“高、大、尚”而重建设轻运营；中心设立前台、综合办公区、特色产品网货分销中心、创客中心、会议（培训）中心、农产品设计研发中心、电教中心、孵化中心、网络直播（培训）中心、综合展示中心、数据中心、电商协会、业务洽谈等功能区按照功能分区配备包含但不限于办公（会议）桌椅、电脑、投影仪、打印机、直播设备等设备设施；承办主体在开始建设前，须制定具体的建设执行方案（明确人员数量、团队组织架构、设备设施数量规格和资金使用计划）报经市电子商务推进工作领导小组审批同意后方可实施。

（2）市农村电子商务公共服务中心开发具备电子商务资讯、数据采集统计分析、服务内容展示、电子商务（远程）培训和本地电子商务企业展示等功能的农村电商大数据系统（含电子显示屏）。

（3）市农村电子商务公共服务中心建立网络直播（培训）中心。通过政策宣传和海选方式，吸纳培养本地网红直播人才，

配备专业直播设备，通过政策扶持和资源整合向社会提供开放的市场化运营服务，进而形成新型网红直播带货运营服务体系。

（4）综合展示展销中心。彰显地域（鸭绿江流域）、人文历史、特色旅游、电商优秀企业、地标产品等综合展示和线上线下销售。

（5）乡村电商服务站，统一配备门头、台式电脑、42寸电视（含电视背景墙）、公告牌、货架（用于收件和发件放置）、扫码枪、LED显示屏、办公桌椅、业务说明牌等设备设施。设施由市农村电子商务公共服务中心统一管理，并向乡村电商服务站提供建设运营指导。制定乡村电商服务站管理考核管理制度等准入退出机制，签署《建设运营协议》，协议内容包括但不限于明确协议时限、服务职责、服务内容、设备设施清单及归属（含交接和移交程序）等。

（6）市农村电子商务公共服务中心要加强对乡村服务站的统筹管理和运营指导，为乡村电商服务站整合对接长效运营支撑的商品和服务类资源，增强服务盈利能力，强化服务站赋能。要坚持“一站多业，自我造血”的管理运营思路，不断提升农村电商服务站的综合服务能力。建立日常监督管理、跟踪指导和考核机制，做好服务台账记录，保证电商服务站有较强的存活率和生命力。

## （二）加强农村流通基础设施建设

### 1. 升级建设市、乡、村三级仓储物流配送体系。

（1）建设目标。充分整合商贸物流资源，开展共同配送，

降低物流成本。

(2) 建设内容。整合利用现有快递物流资源和场地进行改造升级，建设1个市级农村电商公共仓储物流配送中心，建设面积不低于1500平方米。依托乡镇和村级电商服务站建设6个乡(镇)和124个村级快递物流配送中转站(原则上不重复建设)，配备相应的设备设施，构建市、乡、村三级公共仓储物流配送体系，向社会提供开放、共享的仓储、配送、分拣等服务，有特殊需求的生鲜产品，要提供保鲜、冷藏等设施 and 场地。市物流仓储中心到乡镇服务站48小时内完成配送，乡级服务站到村级网点的物流配送在72小时内完成；建设1套农村智慧物流管理系统，实现物流企业、农产品货源信息、仓储基地和物流车辆流转信息实时抓取，统筹协调农村上下行物流资源，有效降低农村物流收派成本，使农村居民能够实时掌握包裹流转息。

(3) 建设要求。充分整合现有物流快递资源，建设市、乡、村三级物流配送体系，根据需要配备包含但不限于办公桌椅、电脑、货架、传送带、快递分拣、安检机、消防等设备设施和配送车辆(含冷链运输车)，有特殊需求的生鲜产品，要提供保鲜、冷藏等设施 and 场地；承办主体或合作服务商要具备快递物流和仓储服务资质；实现配送端规模化配送，降低农村快递物流配送成本，使百姓享受电子商务发展的成果。承办主体要按照共同配送的目标，制定完善的快递物流整合、建设执行方案(明确人员数量、团队组织架构、设备设施数量规格和资金使用计划)，报经电商工作领导小组审批后方可实施；开发智慧物流管理系统，实

现物流信息的共享，系统能够有效管理订单、运单、运力、场站与货物，达到合理、流畅、高效的货物流转（预留开放端口与农村电商大数据系统进行数据对接）。鼓励社会车加入物流配送体系，在智慧物流管理系统下开展物流配送活动。

## 2. 农村产品供应链体系和营销服务体系建设。

（1）建设目标。重点建设本地化、连锁化的服务和营销体系，完善农产品、包装、预冷等初加工和商品化预处理设施，打造农产品电商供应链，直接或间接带动丹东地区品牌建设和品牌发展，拉动凤城市和宽甸县等周边地区电商及产业发展。

### （2）建设内容。

①供应链体系建设内容。整合1个优势特色农村产品生产加工基地，完善或新建农村产品（含工业、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（与市农村电商公共仓储物流配送中心融合建设为宜），向社会提供开放服务，推动农村传统生产和流通企业转型升级及农产品现代市场建设；重点围绕“东港草莓”“东港蓝莓”“东港大米”“中国贝（蛤）都”等地标产品资源，明确授权，扩展宣传推广渠道，加强宣传推广力度，进一步提升品牌知名度和市场竞争力；根据需要优化升级原有的农产品质量溯源系统，进一步促进特色农村产品的规模化、集约化、标准化、产业化、商品化发展；支持运营团队为本地生产企业或合作社提供产品数据分析、设计研发、数据包制作、分销渠道对接、营销活动统筹开展等服务，充分发挥品牌在电商扶贫中的作用和价值，进一步



助推国家消费扶贫和乡村振兴战略的实施。

②农村电商营销服务体系建设内容。利用现有资源开展形式多样的农村电商政策宣传、综合示范创建成果展示、区域公共品牌营销策划、区域特色农村产品营销宣传活动，营造农村电子商务发展的良好氛围；运用微信公众号、快手和抖音直播、手机APP、第三方电商平台等渠道进行线上宣传引流；支持开展农村产品品牌策划、包装设计、视频拍摄、代运营、运营推广、第三方平台对接、区域连锁分销体系建设等服务；定期举办大中型农产品网销系列活动，支持电商造市造节，重点开展农批、农超、农社、农企、农校、农餐等的产销对接活动，利用丰富多样的宣传方式推介营销农产品；引导区域传统商贸流通企业和出口企业转型升级，推进跨境电商工作。

### （3）建设要求。

①加强基础设施建设，提升商品化率。重点围绕“东港草莓”，整合1个优势特色农产品生产基地，提升商品化率，完善或新建农村产品（含工业、农副、手工、旅游、民俗等特色产品及服务）分级、包装、预冷、仓储等产地初加工和商品化预处理设施，由市农村电子商务公共服务中心提供农村产品品牌策划、包装设计、视频拍摄、代运营、运营推广、第三方平台对接、分销体系建设、质量检测、品牌创建、质量认证、农产品溯源等服务。

②加强组织管理，突出优势产业特点。通过建立健全完善的区域公共品牌组织管理机制和营销推广体系，重点围绕整合“东港草莓”、“东港蓝莓”、“东港大米”和“中国贝（蛤）都”等地

标产品资源，扩展宣传推广渠道，加强宣传推广力度。根据需要优化升级原有的农产品质量溯源系统(预留开放端口与农村电商大数据系统进行数据对接)，进一步加强产品的品质控制，与农产品标准化、质量监管、区域公共品牌、整体营销策划、电子商务交易标准化形成统筹协同体系。

③建立市场化运营机制，带动区域电商发展。依托专业电商品牌运营团队的技术力量，制定品牌建设专项规划实施方案，按照品牌产品符合线上流通标准的要求，积极开展特色产品品牌评选活动，集中力量和资源打造一批互联网+农旅电商示范品牌。直接或间接带动丹东地区品牌建设和品牌发展，拉动凤城市山野菜、板栗、小浆果与宽甸县冷水鱼、食用菌、石柱参等产品销售和电商及产业发展，充分发挥品牌在电商扶贫中的作用和价值，进一步助推国家消费扶贫和乡村振兴战略的实施。

④拓宽营销推广渠道，提升品牌效应。统一产品质量标准、包装标识、质量追溯、渠道对接、宣传推广，提高农业效益和市场竞争能力，形成标准化生产、产业化运营、品牌化营销。围绕示范项目和特色产品，以“东港草莓节”和“东港海鲜节”为基础，结合主流电商平台节庆活动，主动造市造节，形成线下传统媒介(如墙体、车体、DM、公交站牌、高塔广告、灯杆广告等)与线上新媒体(如微信公众号、快手和抖音直播、第三方电商平台等)等宣传渠道并存引流的营销推广体系，逐步形成战略营销格局。

(四)开展农村电子商务培训。

1.建设目标。强化培训机制，建立电商培训转化机制和培训

后服务机制，注重培训质量和效果，为东港市培育一批综合型农村电商人才。

2. 建设内容。针对不同层次和类别人员安排培训内容。重点面向市乡村机关和大学生村官、驻村第一书记等基层干部、农村电商站点负责人、企业和合作社人员、农民、返乡大学生、退伍军人、贫困人口、个体经营户、农村妇女和具备创业能力的残疾人等开展培训，完成电商培训 4000 人次以上，电商创就业孵化不少于 50 人，开设网店不低于 20 家。根据培训内容，灵活采取课堂教学、现场教学、实地考察、实操演练、线上线下结合等多种形式开展培训。开展东港市电商创新创业大赛、业务技能大赛等比赛活动，营造全民电商学习创业氛围；重点完善培训后服务机制，做好培训效果转化跟踪服务。通过培训转化一批本地电商企业，带动一批电商从业人员。以培育电商人才，提高电商应用水平为目标，开展电子商务培训，重点强化培训机制，注重服务质量；建立农村电商培训转化机制，注重培训后服务而非“一锤子”培训。规范培训管理，做好培训痕迹资料归档，严格按照培训经费管理相关规定使用培训经费，确保培训取得实效。

### 3. 建设要求

(1) 培育市场主体，营造电商环境。积极引导和大力支持我市中小微企业和个体经营者、创业者发展电子商务，推广和深化电子商务在各领域的应用，培育一批成长较好的电商示范企业和电商创业带头人，发挥标杆引领作用，营造全市浓厚地全民电商发展环境和良好的电商政策环境，力争实现人才返乡。

(2) 制定培训计划，规范培训管理。培训机构要具备教育或培训资质，且具有农村电商培训经验。按照培训方案制定具体培训计划，完成预定培训任务。建立学员培训数据管理系统，实行电商培训和参训人员建档制度，建档内容包括人员基本信息，参加培训时间、课程，实践通过、创业孵化、跟踪辅导等情况。

(3) 明确培训目标，注重培训结果。培训要有针对性、分层次、接地气、重实效。对市乡村机关和大学生村官、驻村第一书记等基层干部、大学生村官、农村留守妇女、残疾人等开设以电商趋势分析、区域电商发展政策及机遇、农村电子商务发展模式及成功案例分析、农旅电商、电商精准扶贫工作路径等课程为主的培训，培训人数不低于 500 人次；对有意从事农村电商创业的个人，包括在校大学生、返乡青年等开设电商（微商）交易平台店铺注册、美工、产品设计、宣传营销、运营管理及推广、客服服务、网红直播、微商城营销技能为主的电商创业基础、进阶、精英等教程，培训人数不低于 1000 人次；对电商和相关行业从业者，乡村级电子商务服务站工作人员要开设以代购代销、在线支付、多平台销售、物流软件应用、农村信息服务、公共服务平台应用、农产品销售技巧、实操技能等课程为主的培训，培训人数不低于 1000 人次；对从事农村产品种植、养殖、生产、加工、流通等传统企业等，开展电子商务培训并达到一定的转化率，培训人数不低于 400 人次；开展创就业类培训，培训人数不低于 500 人次，并保证相应的转化率。积极开展农村电商带头人和电商扶贫带头人培训，培训内容为农村电商综合服务、一村一品建

设、农旅电商运营、电商精准扶贫路径等，培训人数不低于 500 人次；开展本地化电商讲师培训，培训课程为讲师技能及课程开发等，培训人数不低于 100 人次（培训讲师上岗率不低于 50%）；

### 三、实施步骤

#### （一）启动阶段。（2019 年 10 月—2020 年 6 月）

完善制定全国电子商务进农村综合示范项目工作实施方案、项目和资金管理办法及其他配套措施，经市政府网站公示 5 个工作日无异议后，向省商务厅报备，做到项目实施管理有据可依。加强组织领导，建立推进协调机制，召开市电子商务进农村启动（培训）大会。

#### （二）实施阶段。（2020 年 7 月-2020 年 12 月）

1. 通过合法程序确定承办主体。中标企业与原综合示范项目不是同一承办企业的，以 2019 年全国电子商务进农村综合示范“升级版”工作为主，本着“协商一致、合作共赢”的原则，按照要求完成项目建设。

2. 强化过程监督。落实主体责任和工作任务，全面开展综合示范各项工作，加强项目现场跟踪督导；及时研究、协调解决项目实施过程中遇到的困难和问题，确保项目按质按量按时完成。对项目建设及时开展中期评估，适时调整建设项目出现的偏差，完善推进措施，确保规划目标实现。

#### （三）绩效评估阶段。（2021 年 1 月—2021 年 3 月）

市商务局牵头，会同市财政局、市农业农村局（市扶贫办）和相关部门对项目按建设进度开展全面检查，查缺补漏。根据绩

效评估指标，开展项目实施和资金使用情况的绩效自评，做好迎接省级商务部门委托的第三方绩效评估准备工作。根据中期绩效评估反馈，针对问题制定整改方案，采取有力措施，按时完成整改提升。在整改提升的基础上，全面梳理总结，持续开展查漏补缺，继续全面推进电子商务进农村工作，保持电子商务发展的浓厚氛围。

（四）总结阶段。（2021年4月-2021年10月）

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的梳理和总结，查找不足，总结经验，形成可推广复制的电子商务进农村工作经验模式。

（五）终期验收阶段。（2021年11月-2021年12月）

项目实施完成后，根据商务部和省商务厅验收通知要求，依据市综合示范工作实施方案、建设方案、资金管理办法、绩效评价指标（省商务厅）、招投标文件（含建设运营合同）等文件，由市商务局委托第三方专业机构，在规定时间内按程序完成项目验收，验收合格出具验收报告和审计报告，并报丹东市商务局和省商务厅备案。

---

抄送：市委办公室、各部委，市人大常委会办公室，市政协办公室，市纪委监委，人武部，市法院，市检察院，群团，中、省、丹东市直驻港有关单位。

---

东港市人民政府办公室

2020年8月17日印发

---