陕西省宝鸡市凤翔县

国家电子商务进农村综合示范项目

实施方案

（2020-2022）

凤翔县人民政府

2020年9月

目录

[一、总体思路](#_Toc2068)

[二、基本县情](#_Toc22943)

[三、本地特色产业基础](#_Toc19981)

[1.农业产业特色鲜明](#_Toc6664)

[2.白酒产业基础雄厚](#_Toc19703)

[3.民间艺术资源丰富](#_Toc30582)

[四、农村电子商务发展概况](#_Toc22083)

[五、实施目标](#_Toc26220)

[六、基本原则](#_Toc15894)

[1.规划引领，电商扶贫](#_Toc6645)

[2.以城带乡，城乡互动](#_Toc22077)

[3.市场为主，政府引导](#_Toc21482)

[4.立足升级，深挖潜力](#_Toc24008)

[5.因地制宜，突出特色](#_Toc10288)

[6.立足本地，着眼西北](#_Toc32480)

[7.充分整合资源，杜绝重复建设](#_Toc20296)

[七、建设内容](#_Toc31050)

[（一）县镇村三级物流配送体系](#_Toc31174)

[（二）电子商务公共服务体系](#_Toc18234)

[1. 县级电子商务公共服务中心](#_Toc659)

[2. 村镇农村综合服务站](#_Toc29724)

[3. 凤翔县电商直播基地](#_Toc18612)

[4. 电商大数据中心](#_Toc21379)

[（三）农特产品上行营销体系](#_Toc19651)

[1. 打造“凤翔苹果”品牌，推动“凤翔苹果”上行](#_Toc14763)

[2. 打造凤翔农产品供应链体系](#_Toc14318)

[3. 精品网货打造](#_Toc16740)

[4. 建立县域O2O新零售体系](#_Toc24245)

[5. 推动凤香型白酒线上销售](#_Toc18007)

[6. 大力推动“互联网+非遗”产业](#_Toc19103)

[（四）工业品下行流通体系](#_Toc24173)

[（五）电商人才培训体系](#_Toc2696)

[1. 基础培训：](#_Toc13142)

[2. 带头人培训：](#_Toc18042)

[3. 电商主播培育：](#_Toc26002)

[八、实施步骤](#_Toc15150)

[九、保障措施](#_Toc11361)

**凤翔县国家电子商务进农村**

**综合示范项目实施方案**

为了打造电子商务进农村综合示范的“升级版”，进一步推动凤翔县农村电子商务发展，扩大农村就业创业渠道，增强我县农特产品的市场竞争力，加快电商扶贫工作步伐，全面推进实施乡村振兴战略，根据国家《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）和陕西省商务厅有关示范县申报工作的规范要求，结合我县实际情况，特制定本实施方案。

# 一、总体思路

以习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神为指导，聚焦脱贫攻坚和乡村振兴，以电子商务进农村综合示范县建设为抓手，以农村产品上行为主要任务，坚持“政府推动、企业主导、市场运作、典型示范、打造特色”的工作原则，进一步挖掘全县电商发展潜力，通过强化地方优势农特产品流通基础设施建设、建立高效农村物流配送体系、构建电子商务服务公共服务体系，着力补齐凤翔农村电商发展短板，深化电子商务在农业农村中的应用，推动电子商务与地方优势产业的有机融合，推动县域电商持续健康发展，努力将我县打造成电子商务集聚与农村品质生活相和谐的县域电子商务进农村示范县。

二、基本县情

凤翔县，隶属于陕西省宝鸡市，地处关中平原西部，宝鸡市东北，县城距宝鸡市区44千米。全县现辖12镇160个村，版图面积1179平方公里，总人口52万。凤翔县古称雍，是周、秦发祥之地、嬴秦创霸之区、华夏九州之一。先秦20位王公在此建都327年，是始皇加冕、苏轼初仕之地，是陕西省首批公布的省级历史文化名城、中国民间文化艺术之乡。

根据《2019年凤翔县国民经济和社会发展统计公报》，2019年，凤翔县实现地区生产总值223.66亿元，比上年增长10%。其中，第一产业增加值25.02亿元，增长5.2%；第二产业增加值127.42亿元，增长12.7%；第三产业增加值71.22亿元，增长7%。三次产业结构比为11.2/57/31.8。按常住人口计算，全县人均生产总值45770元。非公有制经济增加值占地区生产总值的比重为52.3%。全社会固定资产投资较上年增长5.3%；地方财政收入5.71亿元，同比增长7.5%；社会消费品零售总额67.04亿元，比上年增长9.2%。

# 三、本地特色优势产业

## （一）农业产业特色鲜明

凤翔县耕地面积76万亩，农业人口46万，是传统农业大县。近年来，全县农业工作坚持“稳粮增收、提质增效、创新驱动、提升农业、富裕农民”的总体要求，围绕发展高效生态现代农业这一主线，做强做大粮果畜菜四大产业，强力推进优质粮基地县建设、25万亩优质苹果基地县建设、20万亩绿色无公害蔬菜基地县、畜牧养殖大县建设，农业发展实现持续稳步增长。

“凤翔苹果”是农业部认证的国家地理标志产品，目前全县共种植苹果22万亩，2019年产量29.5万吨，实现产值14亿元。凤翔县矮化苹果面积占全省的20%，矮砧集约高效栽培技术全国领先。凤翔苹果“个大、形美、色艳、汁多、酸甜适口”，先后30多次荣获国家金奖和部优省优产品奖。“凤翔苹果”连续三年荣登全国果品品牌价值榜，品牌价值15.91亿元，被农业农村部评为2019年第一批全国名优特新农产品。

从2014年开始至今，县委县政府始终坚持把苹果产业作为农业特色支柱产业和助力脱贫攻坚一号产业工程来抓，出台县委1号文件，每年列支1000万元专项资金，用于苹果产业建园生产、品牌培育和流通推广。

同时，以农业供给侧结构性改革为主线，凤翔县积极实施“3+3+3”发展战略，全县设施农业、桂花红薯、三秦红辣椒等特色露地产业，中药材产业，花卉产业，葡萄、草莓、猕猴桃等鲜杂果产业，核桃、花椒等干杂果产业发展初具规模。

## （二）白酒产业基础雄厚

凤翔是酒业大县，中国四大名酒西凤酒的故乡。2012年市委市政府提出举全市之力打造“中国西凤酒城”的战略部署，作为工业转型升级的四大主战场之一，被省政府列入《陕西省国民经济和社会发展十三五发展规划纲要》。2018年西凤酒品牌价值1020.32亿元，并蝉联“中国500强最具价值品牌”、“中国食品饮料百强企业榜单”。2019年西凤酒集团销售收入60.3亿元，带动地方发展中小白酒企业10余户。

## （三）民间艺术资源丰富

凤翔是文化部命名的全国文化先进县，中国民间工艺美术之乡——泥塑之乡、木版年画之乡，是省政府命名的历史文化名城。各类民俗文化产业门类达百余种，凤翔泥塑、凤翔木版年画进入国家级非物质文化遗产保护项目2项，凤翔草编、豆花泡馍、罩金漆器等进入省级非物质文化遗产保护项目6项、市级13项、县级73项。胡新民等国家级传承人3人，邰江平等省级传承人6人、市级12人、县级19人。六营民俗艺博园被文化部授予国家级非遗生产性保护基地，泥塑马、泥塑羊、木版年画荣登国家邮票，泥塑凤尾鸡被选为央视春晚吉祥物并荣登央视元宵晚会，彩绘泥塑、木版年画、草编剪纸、皮影刺绣、漆器工艺等民间工艺品渊源流长，产品在美国、日本等多个国家展销。

# 四、农村电子商务发展概况

近年来，凤翔县根据省、市、县关于电商扶贫工作的相关文件会议精神，积极探索电商扶贫新模式，依托村淘、京东、邮乐购等知名电商平台，以县域电子商务服务体系建设、电商龙头企业培育、农村电商人才培训等为重点，全面实施县级电商运营中心及镇村电商服务站建设，有效地推进了凤翔县苹果、红薯等产业发展，带动了农民增收。

截止目前，全县已注册电商企业120余户，淘宝C店5000多个，微店12000多个，且呈逐年稳步增长态势，带动发展圆通、申通、汇通、韵达、宅急送等28户快递公司和朝阳、德邦、安能、宝兴等19户物流公司。纳入统计的20家本地核心企业本地产品网络销售额逐年攀升，从2015年500多万元到2018年2.2亿元，再到2019年2.6亿元，截至2020年8月底，已实现2.2亿元的网络销售额。

# 五、实施目标

通过开展电子商务进农村综合示范工作，推动农业供给侧结构性改革，促进全县农村电子商务、网络销售快速发展，农村商品物流配送能力和农特产品、非遗文化商品化率大幅提高，农产品上行成为示范县项目核心亮点，打造县域内循环体系，发展电商直播经济，培育本地农村电商带头人，推动电商精准扶贫，实现快递到镇，配送到村，电商氛围浓厚，配套体系健全，与“三农”发展融合。电子商务交易额在现有基础上年均增长不低于30%，电子商务物流成本逐年下降，农村流通现代化水平显著提高。到2023年，全县电子商务交易额达10亿元以上，其中本地农特产品销售额达5亿元以上，基本形成电子商务应用更加广泛、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农村电子商务新格局，农民收入显著增加，探索建立具备凤翔特色的农村电子商务发展路径。

六、基本原则

## （一）规划引领，电商扶贫

坚持规划先行原则，根据省市要求，以电子商务进农村为重点，制定和完善全县电子商务发展规划，探索建立有利于农村电子商务发展、有利于农民收入增加的模式和机制，帮助农民脱贫。

## （二）以城带乡，城乡互动

立足我县实际，推动电子商务应用向农村发展和辐射，通过实施“互联网+农业生产”、“互联网+非遗文化”、“互联网+民俗产品”三大涉农工程,加快电子商务进农村，促进我县农特产品、非遗文化进城、进省、出口。

## （三）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中的决定性作用，突出企业的主体地位。政府主要通过完善政策、创新机制、搭建平台、改善环境，充分调动和激发社会各方广泛参与电子商务进农村的创新力和创造力。

## （四）立足升级，深挖潜力

深入挖掘农村电商发展潜力，打造综合示范“升级版”。深化电商在农业农村中的应用，加强品牌培育，提升标准化水平，提高品控能力，推动电商与特色农业、乡村旅游、民俗文化等地方优势产业的有机融合，形成农村电商可持续发展的市场化运营机制，促进农民稳定增收，助推美丽乡村建设。

## （五）因地制宜，突出特色

针对我县凤翔苹果等特色产业，进行适度资源倾斜、重点建设，将其打造成为引领全县农村电子商务发展的龙头。同时，针对全县设施农业、桂花红薯、三秦红辣椒等特色露地产业，花卉产业，葡萄、草莓、猕猴桃等鲜杂果产业，以及核桃、花椒等干杂果产业，因地制宜开展互联网营销，优先选择农民急需、受惠面广的产品开展电子商务示范应用。

## （六）立足本地，着眼西北

在立足凤翔现有产品及资源、充分培育本地网商的同时，营造好凤翔本地的电商营商环境和土壤，发挥凤翔的区位优势，吸纳全省、全西北乃至全国的产品、人才、电商企业到凤翔投资兴业，提升凤翔电商的整体实力。

## （七）整合资源，优化建设

实施本项目前，充分盘点全县现有的软硬件、梳理不同部门的同类项目，能利用、能整合、能改造提升的充分加以提升利用，避免重复建设造成资源浪费。

# 七、建设内容

为深入推进电子商务进农村综合示范工作，确保各项任务目标圆满完成，结合我县实际，重点建设凤翔县农村电子商务五大体系建设：

## （一）县镇村三级物流配送体系

在全县建设“一中心十二辐射服务站”的三级物流配送体系，包括1个县级物流仓储配送中心、12个镇级物流综合辐射服务站、80个村级物流综合服务点，实现从县级物流中心到村级网点配送“次日达”。硬件建设遵循节约和实用原则，充分利用现有设施设备、闲置厂房。

建设县级物流公共仓储配送中心，使该中心成为区域物流中心、农产品物流中心、电商物流中心，面积约3000平米，配备专业的物流快递分拨设施设备，整合县域内邮政、“四通一达”等快递物流资源入驻，推动物流快递公司横向整合，实现统仓共配，降低乡村物流成本。整合县域商贸流通企业仓储入园，实现统配统送，提高城乡流通效率。

建立12个镇级物流综合辐射服务站，每个镇级服务站接入不少于4家快递企业服务，面积不少于50平米，统一进行基础装修、规范门牌标识，配置快递货柜、电子秤、快递广告箱等必要办公设备与网络。

建设80个村级物流综合服务点，面积10-20平米，各个村服务点以村超市为主。统一进行基础装修、规范门牌标识，配置快递货柜、电子秤、快递广告箱等必要办公设备与网络。

拟对县级物流公共仓储配送中心的场地和设备进行补贴，对本地合作社、电商企业快递上行进行补贴，对村级服务站承担村镇间快递进行补贴。

资金安排：计划专项资金420万元

## （二）电子商务公共服务体系

### **县级电子商务公共服务中心**

基于现有凤翔县电子商务产业园，建立凤翔县电子商务公共服务中心，中心职能包括农特产品展示（以农产品、非遗产品为主）、网商孵化、网商办公、大数据演示、培训、生态化服务等；建立健全县级电商服务中心各项管理制度，开展商品上线、农产品上行、网上营销推广、线上线下融合等工作；依托公共服务中心实现县域资源整合，积极培育我县农村电子商务市场主体；全新组建“凤翔县电子商务协会”，建立完善的管理和运营制度，提高本地网商活跃度和黏性。

资金安排：计划专项资金200万元

### **村镇农村综合服务站**

基于12个镇级物流综合辐射服务站和80个村级物流综合服务点，建立村镇农村综合服务站。统一门头、主题背景墙，装修风格统一，包括门头、主题背景墙，除了物流快递的相关设备外，还要配置宣传标语、工作服、直播补光灯、手机支架等。向站长提供培训服务。

整合县域内生活服务商品，包括金融、电信、旅游、保险、培训、招工等业务，不少于20款服务产品，产品化后在农村服务站体系内流通，实现“服务下乡”，一方面促进服务产品的县域内循环，一方面提升农村服务站点的活跃度和收入水平。

资金安排：计划专项资金200万元

### **凤翔县电商直播基地**

在县级公共服务中心内，建立凤翔县电商直播基地，直播基地不少于200平米，建立约10个直播间，配备专业直播设备，由服务商专职运营，为本地企业和合作社提供直播服务。打造统一的直播基地公共账号，覆盖全网主流直播平台，每年开展各平台直播活动不少于50场。

资金安排：计划专项资金110万元

### **电商大数据中心**

在县级公共服务中心内，建立凤翔县电商大数据中心，实时展示全县电商综合运行数据，包括不同电商平台、不同品类、不同时间区间、不同区域的电子商务数据，定期向政府主管部门提供电商整体交易、行业结构、发展趋势、应用水平等相关的专业化数据报告。

资金安排：计划专项资金80万元

## （三）农特产品上行营销体系

农特产品上行是农村电商升级版的重中之重。凤翔县将以“凤翔苹果”为龙头，带动全县特色产业——现代农业、特色种养业、民俗产品、非遗保护产品等实现全面升级转型。

### 1.打造“凤翔苹果”品牌，推动“凤翔苹果”上行

* 1. 打造“凤翔苹果”区域公共品牌体系，从战略定位、品牌形象、品牌架构、战略传播与推广策略等方面，构建起全国一流的“凤翔苹果”区域公共品牌体系；完成《“凤翔苹果”区域公共品牌规划方案》；优化提升凤翔苹果的包装设计方案；组建“凤翔苹果”品牌专家组，为凤翔苹果品牌化提供长期咨询服务；策划举办“凤翔苹果”区域公共品牌发布会。
  2. 制作“凤翔苹果”短视频宣传片1部（不少于2分钟），在全网进行传播；依托国内外主流媒体、搜索引擎和微博、微信等新媒体进行宣传推广，原创文章10篇以上，持续扩大“凤翔苹果”的品牌影响力。
  3. 举办“凤翔苹果节”：组织“线上+线下”结合的“凤翔苹果节”，同步举行线上大型促销活动，同时引进5-10家国内主流农产品电商平台参与，并与凤翔县重点合作社签约，实现“凤翔苹果”全渠道流通。

资金安排：计划专项资金200万元

### 打造凤翔农产品供应链体系

1. 产品分级：针对凤翔县的主要农特产品，借鉴国家部委相关技术规范，重点参考行业操作惯例经验和线上消费市场需求，对选定农特产品进行标准化分级，完成“凤翔县线上农特产品分级标准”正式文档，并在政府支持下进行企业端推广；
2. 农产品溯源体系：以凤翔苹果作为试点示范，优选凤翔县优质合作社，建设凤翔苹果溯源体系，为凤翔苹果赋予溯源标签，实现一物一码流通管理模式，实现农产品全程追溯，对苹果生产、加工、仓储、运输、销售和市场信息进行安全储存；
3. 包装设计：针对凤翔县的主要农特产品，进行专业包装设计，设计要求美观大方，符合产品本身特性，并适合互联网快递用途，完成包装打样，设计稿收入本地公共素材库，供本地企业使用。

资金安排：计划专项资金100万元

### 精品网货打造

1. 营销方案策划：精选凤翔县5款优质农特产品（如虢王红薯、花椒、凤翔面皮、凤翔泥塑、凤翔刺绣等），根据每款产品的自身属性，策划独立的营销方案（不含落地执行），营销方案要求可操作性强、投入产出比高；
2. 爆款打造：联合国内主流电商平台，针对选定的网货农特产品，实施期内组织不低于十场大型线上促销活动，并形成较强的网络传播影响力；
3. 建立本地农特产品电子商务公共素材库：由专业团队策划并制作5款农特产品短视频，每段短视频不少于2分钟，进行全网传播；专业拍摄，每款产品不少于50张精修图片，并针对每款产品独立策划营销文案；公共素材库由专业公司开发并专人维护，功能完善，定期向政府提供公共素材库运维报告。
4. 推动本地农特产品申报“国家地理标志产品”或国家“名特优新”产品名录，实现不少于2款农特产品入围。

资金安排：计划专项资金120万元

### 建立县域O2O新零售体系

发展同城配送，建立县域O2O新零售体系，打通县域内循环，助力精准扶贫和消费扶贫。在县城城区建立一家县域O2O新零售店，实行店仓一体化运营，开发独立的线上交易系统；签约本地中小农户不少于1000人，其中贫困户不少于10%，对所有签约中小农户均进行建档管理；整合上架本地生鲜农产品不少于50款，所有上架商品中本地产品占比不低于50%；开展社区配送当日达服务，覆盖并服务县城消费者不少于1万人。

资金安排：计划专项资金130万元

### 推动凤香型白酒线上销售

推动包括西凤酒在内的本土凤香型白酒企业加快发展电子商务销售，提升凤翔作为凤香型白酒原产地的品牌影响力。一方面，通过培训带动，实现凤翔县柳林镇凤香型白酒生产企业全部实现互联网销售，组建独立的电商团队，并积极对接全网渠道；另一方面，积极推动本土网商分销凤翔柳林镇白酒产品，培育50家以上本土酒类网商；第三，推广传播“凤翔·中国凤香型白酒原产地”的理念。

资金安排：计划专项资金50万元

### 大力推动“互联网+非遗”产业

1. “凤翔非遗文化节”：围绕凤翔泥塑、凤翔刺绣、凤翔土布等特色手工产业，在政府主导下，打造“凤翔非遗文化节”大型活动，通过“线下展示+线上促销+多平台直播”，农文旅结合，全方位展示凤翔的非遗产品和相关文化；
2. 专项培训：针对本地特色手工产业从业者，开展专项电子商务培训（本项纳入培训模块），推动凤翔非遗产品线上展示和销售；
3. 非遗产品展示专区:在县电商运营中心的农特产品展馆内，设立凤翔非遗产品展示专区，集实物、图片、视频、解说于一体进行全方位展示；
4. 短视频：针对每款非遗产品，制作一部官方宣传短视频（2分钟以上），进行全网传播。

资金安排：计划专项资金80万元

## （四）工业品下行流通体系

支持农村地区传统商贸流通企业的数字化转型，加强其与阿里巴巴零售通、京东掌柜宝等国内主流B2B订货平台的合作，到2023年，农村零售店铺60%以上接入B2B订货平台；推动传统商贸流通企业与金融保险、移动支付、就业引导等资源对接，建立本地化、信息化的商品流通网络；推动本地大型流通企业应用互联网，开展集中采购、统一配送、直供直销等业务。

面对社群电商的兴起，在本县各乡镇大力开展社群营销，按照乡村或村的单元，组织优惠工业品下乡，同时通过社群采集农产品上行信息，到2023年，实现社群覆盖100%乡镇，以及所有人口大于1000人的行政村。借助社群不断提升商品供应品类和品质，更好地满足农村居民的消费需求和生活需求。

资金安排：计划专项资金60万元

## （五）电商人才培训体系

### **基础培训：**

以凤翔县电子商务公共服务中心为依托，联合国家认可的专业机构、国内知名电商学院等专业机构专家，针对凤翔县的留守村民、创业青年、合作社、农业企业、基层干部，开展系列普及型电商培训，以国家政策、电商发展趋势、基础运营知识、直播等课程为主，培训人次达到3000人以上。结合扶贫工作要求，加大对建档立卡贫困户的培训力度。

### **带头人培训：**

在普及型培训的基础上，通过筛选、政府推荐等方式，优选30名作为农村电商带头人重点培养，通过系列课程、深度游学、实战演练、创业辅导，使其具备较强的电商创业能力，带动本地产业发展；本地重点培育发展3-5家专业供应链企业；举办县域电商创新创业大赛，评选本地TOP优质网商，案例故事进行大力传播；培育不少于10名获得省级及以上认证的农村电子商务专业讲师。

### **电商主播培育：**

基于凤翔县电商直播基地，在全县范围内开展电商直播培训活动，每年培训人次不少于500人（包含在基础培训总人次中）；推动本地100户以上合作社、农户、企业开通视频直播营销；培育100位以上优质本地电商主播，优质电商主播签约凤翔县电商直播基地；推动本地主播大力开展田间地头直播。

资金安排：计划专项资金250万元

# 八、实施步骤

**（一）项目启动阶段（2020年7月—2020年11月）**

聘请专业团队，对全县经济发展状况、特色产业、电商基础和物流现状进行全面摸底调研。健全组织机构、召开动员大会、制定实施方案、建立相关制度，并在政府门户网站公示，公示无异议后组织实施。采取政府招标采购方式，征集国内优秀农村电商服务商参与投标，并确定示范县承建企业。

**（二）初期建设阶段（2020年12月—2021年7月）**

启动凤翔县电子商务公共服务中心、镇级电商服务站、村级电商服务点建设。整合县、乡、村三级物流体系，启动县级电商仓储物流分拨中心和农村物流配送站建设；完成电商人才培训计划50%以上人员的培训工作；有序开展农村特色产品品牌培育、网货研发工作。

**（三）提升运营阶段（2021年8月—2022年2月）**

完成凤翔县电子商务公共服务中心、镇级电商服务站、村级电商服务点建设；完成1个县级物流仓储配送中心、12个镇级物流综合辐射服务站、80个村级物流综合服务点的建设，形成“一中心十二辐射服务站”的三级物流配送体系；完成电商人才培训计划全部人员的培训工作。结合项目建设要求，按月开展项目督查检查工作，查漏补缺，逐步提升项目运营实效。

**（四）绩效评价阶段（2022年3月—2022年6月）**

聘请第三方专业机构对全县电子商务进农村综合示范项目实施情况进行检查验收和绩效考评。对项目建设、运营状况、指标完成情况等进行全面梳理和总结，查找不足，强化整改。接受中央部委及省厅相关部门绩效考评工作。

**（五）总结推广阶段（2022年7月—2023年9月）**

对项目建设、运营工作查找不足，总结完善，健全电子商务进农村工作长效机制，带动县域经济稳步发展。

# 九、保障措施

**（一）成立机构，健全组织**

一是成立由县长任组长，分管副县长为副组长,农业农村、发改、财政、商务、工信、人社、交通、供销、扶贫办、文旅局、市场监管局等相关部门和12个镇主要负责人为成员的电子商务发展工作领导小组，具体负责该项工作的组织领导和统筹协调；二是成立凤翔县电子商务发展服务中心，机构规格为全额拨款正科级事业单位，事业全供编制10人，电子商务发展服务中心负责电子商务行业管理,规范电子商务经营行为和流通秩序，推动电子商务体系建设，指导电子商务应用推广和创新，负责拟订并组织实施农村电子商务政策措施，大力拓展和深化农村电子商务应用、提供技术支持、培训孵化、产品对接、品牌建设服务等；三是各乡镇、村委会分别成立由主要领导任组长，分管副职任副组长的相应工作领导机构。县电商发展工作领导小组每月召开工作会议，研究电子商务发展模式，解决电子商务发展过程中遇到的困难和问题。

**（二）明确分工，注重配合**

实行“属地推进、条块结合、以块为主”的办法，县人民政府作为推进主体，因地制宜制定实施方案，建立台账清单，明确责任人和进展时限，确保资金安全、方案落地、农民受益，并负责上报方案，监督实施。

**（三）落实政策，保障有力**

根据电子商务进农村综合示范工作要求和项目建设推进情况，在财税、金融、用地、人才等方面给予政策支持，并从本地实际出发，研究出台土地、税费、人才等配套措施，推进政策落地。同时围绕益贫带贫，做好农村电商政策顶层设计。

**（四）加强监督，规范管理**

由县财政局具体负责项目资金的拨付、监督管理，牵头组织相关部门定期巡查项目资金使用情况，确保资金及时拨付和规范使用。对虚列、截留、挤占、挪用资金的，按相关规定进行处罚，并追究相关企业和人员责任。由县商务局、县扶贫办专项督查项目进度、定期巡查，对虚报进展、材料数据不实等行为给予通报，责令限期整改，并追究相关企业和人员责任。将廉政建设与综合示范工作紧密结合起来，强化风险防控，确保财政资金安全和项目效果。

**（五）创造典型，上报信息**

由县商务局总结项目亮点，根据县统计局相关数据，对典型做法和重点企业进行跟踪，形成文字材料，定期上报市商务局、市财政局、市扶贫办和省商务厅、省财政厅、省扶贫办。按照政务公开要求，及时、全面、集中地公开综合示范实施方案、资金安排、项目内容、决策过程等信息。