# 附件1：

# 易门县2020年电子商务进农村综合示范项目后续资金分配表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 分类 | 序号 | 实施内容及规模 | 总投资（万元） | 备注 |
| 完善电子商务公共服务体系 | 1 | 强化电子商务公共服务中心的运营服务（孵化）功能。组建不少于5人的专业运营团队，保障中心正常运行，负责服务中心资产管理维护、安全等日常管理，负责入驻服务中心企业管理；做好服务中心运行情况统计（台账）、县域电子商务相关数据统计、电商大数据系统、溯源系统、物流系统的数据管理，每月度、年度形成网络零售数据分析报告；负责淘宝、拼多多、抖音等第三方电商平台的网店运营；不断完善服务中心功能，充分发挥电商公共服务中心枢纽作用，为本县电商企业、合作社、创业个人的产品网销提供资源整合、运营指导、产品孵化、包装设计、宣传推广、品牌打造、O2O展示展销、数据分析、产销对接、网店代运营、电商培训、方案策划等服务50次（每年不少于25次）以上；同步建立县域电商产品库和电商企业库，提升县级电子商务公共服务中心选品组货、品牌培育、推广运营、人才培育、企业孵化等公共服务效能，能组织承接小微型电商、微商创业、代运营等增值业务；全力打造直播新业态、新场景，突出孵化、赋能效果，提高空间承载质效。 | 90 |  |
| 2 | 持续孵化不少于10家县域企业、合作社、创业个人转型升级。提供相应的业务指导服务，做好“一站式”孵化指导服务工作，帮助拓宽农特产品销售渠道，包括但不限于在淘宝、抖音、拼多多等第三方电商平台开设店铺、帮助企业、合作社代运营店铺、开展专场直播带货活动（每年不少于10场）等；大力发展直播经济，通过“直播+产业”模式， 推动直播电商赋能市场，购置直播一体机、摄像机等直播间设备，打造1个直播实训基地，挖掘优秀电商典型案例不少于2个。 | 60 |  |
| 3 | 新建不少于5个村级电商服务站，购置相应设施设备，站点应具备网上代购、农产品代销、快递代收代发、费用代缴等服务，并随着电子商务的发展，陆续加载更多便民服务内容，推动电商服务+快递站点+超市便利店融合共建，实现“多站合一、一站多能”。加强乡镇、村级电商服务站的日常运营管理。规范电子商务服务站运行，鼓励站点开展产品上行，产地直播等，持续叠加适合乡村开展的各类便民业务；公共服务中心运营企业提供相应的业务指导、产品采购和供应链服务等增值服务，强化对站点负责人运营管理培训指导（1对1），组织工作人员前往各乡镇、村级电商服务中心（站）进行实地指导服务（每年不少于2次）；统筹收集乡镇（街道）、村服务站农产品上行、工业品下行等数据；打造乡镇电商示范中心（村级电商示范站点）不少于5个，每年每个乡镇电商示范中心销售额不少于5万元；鼓励站点帮助村民、农业合作社等销售农产品，每年在乡镇或村组织开展农产品专场直播活动不少于10场。 | 55 |  |
| 4 | 资金继续支持两中心场地租赁及改造费用。根据中心实际情况，对两中心内部分硬件设施进行提升改造；租赁县级电子商务公共服务中心、仓储物流配送中心用房至2025年5月。 | 95 |  |
| 巩固提升三级物流体系 | 1 | 巩固提升完善物流配送体系，完善仓储中心设施设备。整合县域的快递资源，共建城乡快递网络，整合拓展服务范围，提升服务能力，推动场地、车辆、人员、运营、管理“五整合”，巩固统仓统配模式，根据中心实际需求，县级仓储物流配送中心购置部分设施设备；在现有三级物流体系建设基础上，推进县级仓储中心和镇村电商服务站协同运行，持续解决“最后一公里”的物流“瓶颈”，扩大进村覆盖面，提升电商服务站点的配送效率及服务质量，依托整合的物流、快递、客运资源，开展共同配送服务，进一步打通农产品上行、工业品下行的双向流通渠道，降本增效，为县内企业提供开放、共享的仓储、配送、分拣等服务。 | 40 |  |
| 农特产品上行与区域公用品牌宣传推广 | 1 | 支持“高原菌乡”区域公用品牌的升级推广，打好县域产品“特色牌”，做强“土特产”文章，扩大公用品牌授权使用及运营管理，做优品牌做强品质。通过活动推介、媒体宣传、平台销售等方式深化公用品牌推广，深化品牌传播体系建设，将新媒体与传统宣传媒介相结合，对区域公用品牌体系进行宣传推介；为县域从事电商企业、物流快递企业及个人免费设计并提供印有区域公用品牌标志的包装不低于10000个；区域品牌赋能本地初级农产品，加强品牌推广力度，通过平台直播活动、线下展销会、推介会等营销形式，不断提升区域品牌影响力和辐射面；支持区域公用品牌包装应用设计，为企业（合作社）设计电商产品包装（不少于30款）和产品详情页（不少于60款），以“母子品牌”的模式进行宣传推广；利用易门电商微信公众号、抖音号、今日头条等，定期报送易门电商资讯，按月整理全县电商推进情况，并上网公布，充分发挥抖音、微信等新媒体的作用，灵活运用抖音话题、微信栏目，对县内农特产品制作相关短视频（不少于100条）进行宣传报道。 | 50 |  |
| 2 | 整合各类展销展会渠道，组织或参加线上线下展会、农产品产销对接会、网络促销活动、网销创业大赛、短视频大赛等活动累计不少于4次（每年不少于2次），多渠道展销特色产品，宣传县域区域公用品牌，打造区域公用品牌“产品真、质量好、价格低”的良好形象。 | 40 |  |
| 培养地方专业人才队伍 | 1 | 加强地方人才队伍建设，加大对返乡大学生、待业青年、企业职工、合作社、种养殖户、退役军人、电商服务站点负责人等人群开展电子商务增值提升（技能）培训，加强实操性技能培训。以“实现培训效果”为目标，提升电商实操技能，累计培训不少于1000人次，培训内容包含主流电商平台注册、使用、营销、策划、带货等理论和实操内容，持续增强本土人才造血功能，根据实际需求对电子商务从业人员进行指导培训，丰富培训内容，提升实操技能。 | 30 |  |
| 2 | 加强课程设计，完善多媒体直播、电子商务应用、网店运营等教材，依托线上公共服务平台搭载网络培训教程，提供视频课程免费学习和下载通道，积极推动校企合作，深化工学实训，新孵化网店不少于40个，培育孵化电商带头人20人以上，其中本地优秀主播10人以上，培育出1个5人以上的电商直播团队，组织开展直播带货比赛活动4次。加强培训痕迹管理、培育效果转化和跟踪服务，指导对接就业，提高创业就业转化率，通过本土孵化、全民参与的形式，推动易门电商人才队伍再上新台阶。 | 40 |  |
| 合计： |  |  | 500 |  |