

双柏县电子商务进农村综合示范项目

农产品上行供应链实施方案

根据《财政部办公厅 商务部办公厅 国务院扶贫办综合司关于开展 2018 年电子商务进农村综合示范工作的通知》(财办建〔2018〕102 号)、《楚雄州人民政府关于印发楚雄州电子商务进农村综合示范项目实施方案》(楚政函〔2018〕102 号)、《双柏县人民政府办公室关于印发双柏县电子商务进农村综合示范项目工作实施方案及专项资金管理办法的通知》(双政办发〔2019〕35 号)文件要求,以实施国家电子商务进农村综合示范项目为契机,突破基础落后、人才匮乏、物流不畅等制约瓶颈,大力发展农村电商,深入推进农业供给侧结构性改革以农产品上行为重点,加快构建电子商务公共服务体系、农村物流体系、农产品营销体系和人才培养体系,促进农村产业融合发展。拓宽农产品销售渠道,切实提高流通效率、降低流通成本,推动“双向流通”,解决农村电子商务农产品上行“最前一公里工业品下乡“最后一公里”问题,全力推动我县农村电子商务跨越式发展,助推脱贫攻坚和乡村振兴。

农村电商的核心在于打通“工业品下行”、“农产品上行”的双向通道。双柏县是 2018 年的全国电子商务进农村综合示范县,农产品品牌打造、农产品质量安全检测及溯源体系建设、县级农产品公共仓和冷链系统、农产品营销体系建设及电商主体培育、推动电商与扶贫开发相结合、加强服务平台和运营管理建设是电子商务进农村示范县农产品上行环节的重中之重。目前,需要解决农产品上行的标准化、品牌化、规模化,快速

帮助农民解决农产品销售难、农民创收低的难题和痛点。时至今日，双柏县的工业品下行已经有了一定的基础。但是，农产品上行问题并没有得到有效的解决，而农产品上行关键在于是否能建立有效的农产品品牌及农产品供应链上行服务体系。

一、 指导思想

以党的十八大、十八届历次全会和习近平总书记系列讲话精神为指导，牢固树立五大发展理念。以深入推进农村商品销售改革为目标，以电子商务示范县为抓手，以电子商务网络营销为手段，加强农村电商人才培养，构建网络销售体系，促进现代农业流通方式转变和农民持续增收，培育和壮大农村电子商务市场主体，拓宽我县农产品外销渠道，努力培育农产品电子商务新模式，达到农民增收精准扶贫的目的，促进县域经济发展。

二、 基本原则

（一）市场主导，政府扶持。坚持市场主导原则，加强示范引导、统筹协调、政策支持和环境改善。成立农特产品上行工作领导小组，充分调动农业、畜牧业、金融业、交通运输业、供销、邮政、通信等行业广泛参与和支持农产品上行的积极性，建立政府与企业间的良性互动机制。

（二）统筹规划，创新发展。坚持规划先行原则，充分利用现有资源，建立和完善农村商务信息应用和共享机制，实现互联互通和资源共享。围绕“农产品进城”和“工业品下乡”两个关键点，不断完善体制机制，整合内外资源，打通上下行通道，着力推进农产品上行，加快脱贫攻坚步伐。

（三）突出特色，重点培育。

三、总体目标

（一）总体建设内容。建设农村电商供应链体系（属中央资金全额支持项目，不低于 565 万元）建立双柏县特色产品资源库，建设淘宝、京东、苏宁等知名第三方平台地方特色馆，举办网络营销推广活动。培育“一县一品”优势农特产品（如白竹山茶、妥甸酱油、双柏青花椒、名贵中草药材等）网上销售生态链，把特色农产品品牌化建设作为提高农产品质量、扩大市场影响力、提升农业生产综合效益的重要手段，以建设特色优质农产品品牌体系为目标，立足特色优势产业，加大对农产品品牌建设的扶持培育力度。

双柏县农产品品牌培育工程建设项目。到 2021 年 2 月底，培育 1 个以上县域公共品牌，5 个以上特色产品品牌，开发 5 个以上扶贫产品（含特色品牌）；双柏县农产品溯源认证和产品质量控制体系建设。用于农产品溯源认证和产品质量控制体系建设相关费用。提供县域电子商务农产品溯源认证服务，实现条形码或二维码等数字源防伪；具备农产品分拣、包装、初加工、农产品代检代验等农产品标准化服务，满足当地生鲜果蔬、五谷杂粮等初级农产品上电子商务平台销售的标准化要求，开展农产品标准化分级包装策划设计。（属中央资金全额支持项目，不低于 255 万元）

（二）具体目标。全力提升农村产品网货化比例和水平，

培育并打造县域特色产品公共品牌和标杆网货品牌，重点打造2-3个电商产业化、带动性明显的特色品类，形成农产品上行的爆品，并在标准化建设、溯源体系、包装和物流优化、品牌营销等方面形成支撑。建成县特色（特产）馆，拓宽农村产品网上销售渠道，提高农特产品、民俗产品、乡村旅游网络销售额快速增长，带动农村就业和创业效果明显。新增驰名商标、著名商标、国家地理标志集体商标、省级名牌地理标志登记保护农产品。同时培育2个有县域特色，产品销售达千万元的特色农业企业，培育2-3个有一定影响力和产业支撑力、销售过亿元的省级以上品牌农产品。

四、建设内容

1.加强农产品品牌建设。广泛发动商贸流通企业、行业协会、农民专业合作社和种养殖大户参与建设区域公共品牌，开展农产品品牌策划、品牌设计、产品开发、产品包装和营销推广，支持开展农产品“三品一标”认证，打造区域公共品牌、企业品牌和产品品牌，推进农产品在线化、互联网化和品牌化。加强农产品品牌管理，重要农产品公共品牌实现统一品牌、统一包装、统一标准、统一质量、统一配送、统一营销、统一售后服务“七个统一”，有序推进农产品品牌建设。

2.加强农产品质量安全检测及溯源体系建设。通过州级统筹项目建立农产品溯源管理系统，开展妥甸酱油、白竹山茶、冬早蔬菜和畜牧养殖等高原特色农产品溯源，由州级统筹项目的溯源服务商提供一品一码溯源服务。在公共服务中心设立产品质量检测服务窗口，为电商销售农特产品提供检验检疫和质

量检测服务，提高双柏县农产品“追溯、监管、营销”公共服务水平，确保农产品质量安全。

3.加强农产品营销体系建设及电商主体培育。积极引入淘宝、天猫、京东、腾讯等知名电商平台，引导种养殖大户、农民专业合作社、行业协会、商贸流通企业和电商企业等群体利用第三方电商平台开设双柏扶贫馆、特色馆、旗舰店、专营店等网上商店和微店，促进传统商贸流通企业转型升级，培育壮大本地电商主体，拓展国际国内市场。整合现有的电商平台，构建互联网超市，方便群众销售农产品和购买生活必需品及生产资料。重点培育建设本地电商平台，打造地方电商品牌，形成外联内培的网络大商场开放格局，促进开放共享。加强农超对接、农商对接和在线电商平台对接，参与淘宝、天猫、“双十一”“双十二”“聚划算”“淘金币”等各类在线营销活动，营造电商产品市场销售良好氛围。开展形式多样的农产品交易会、招商推介会、民族文化节、餐饮文化节等展览展示活动，促进展览业健康发展。开展双柏高原特色农产品 O2O 实体体验店，加大对农特产品的营销推广，促进农产品走出双柏、走向世界。注重区域内内贸流通，推动县内同城化订单配送，开展网上众筹预售，调动县内商贸流通企业区域电商积极性，促进农产品流通。

4.推动电商与扶贫开发相结合。结合全县实际，实现扶贫开发与电商进农村综合示范项目融合推进，各电商服务中心、站点要优先录用贫困人员，优先选择贫困地区、贫困村的特色产业特色产品及旅游产品销售，实现与电商扶贫平台对接。优

先加强对贫困地区的电商培训和创业就业指导,加大对农村产品上行和产销对接的支持力度。充分利用电商企业资源优势和对口帮扶的契机,积极探索扶贫帮扶机制,挖掘我县农村特色产品,推动农村产品上行,拓宽销售渠道,带动农民脱贫增收。

5.加强服务平台和运营管理建设。通过公开招投标方式引入有资金实力、有实践经验、有大量购销渠道的第三方电商服务企业,运营县级电子商务公共服务中心,建设农村电子商务公共服务体系和农村物流配送体系,构筑农村产品“上行”基础。开展电子商务培训和咨询,指导乡(镇)村两级电子商务公共服务站点和农村物流配送中转站点开展电子商务相关业务,服务本土电商企业和商贸流通企业,促进电子商务在广大农村领域的广泛应用和推广,推进农产品上行。

五、做好农产品数据库和电商 SKU 标准化工作

(一) 普及农产品上行基础条件

通过普及农产品上行前提条件的知识宣传,营造农产品上行氛围,让村民积极参与到农产品电商化的工作中,并通过服务站上网设施收集整理信息数据。

(二) 完成全县农产品信息数据库

电子商务公共服务中心通过承办企业投入本地化个性网站: shuangbai.yunshow.com 做到免费为农业企业和农产品加工企业提供产品录入服务,实现与农产品网络数据库的有效对接,建立全面的农产品电子档案,为上架销售打好基础。

(三) 农产品电商 SKU 标准化设计

根据产品特点设计抗压物流包装、制定分级标准，编写文案和进行摄影等视觉策划与设计，形成一系列符合电商流通的产品。

（四）品牌培育与质量认证

提供农产品送检服务，代加工服务和品牌注册服务，实现可以在第三方平台销售的电商产品 10 个以上。

六、加强农产品网络营销队伍的建设

针对双柏县农产品网络营销主体、网络营销人才缺乏的情况，电子商务公共服务中心承办企业通过加大农村电子商务技能培训教育投资力度，建立农村技能培训、创业孵化、相关技术指导等方式，提高农民网络技术、商务技术、营销管理技术和现代农业知识水平，提高农户电商意识以及网络营销的能力，培养大量从事农产品网络营销的技术人才，组建一支由农民、农业技术人员、市场信息员等相关方面人员组成的层次分明、结构合理的信息服务队伍，使农民能够及时、便捷、经济、准备的获取农产品信息、政策信息和市场信息。为双柏县农产品网络营销发展奠定坚实的社会基础。

七、加强农产品物流配送体系建设

1、双柏县电子商务公共服务中心承办企业将加大对县乡(镇)村三级物流体系的物流基础设施建设投资力度，形成覆盖全县的并与各个农产品批发市场与农产品流通中心相连接的流通网络；加大对农产品运输设备的投入，开展物流统筹管理等拼配运输服务；建立一定规模的专业物流仓储和分拣中心，加快实现农产品的集中运输，做到物流畅通及时。

2、协助各农产品物流企业积极运用现代物流技术，借鉴国内外在电子商务物流管理方面的成果，为县乡（镇）村三级物流体系提供物流调度及管理服务，协调好政府与物流企业的配合工作，建立符合双柏县县情的农产品物流网络。

同时尝试引进第三方物流，吸收其在管理经验、人才、技术、理念等方面的优势，共担风险，整合双柏县农产品供应链。

八、县级农产品公共仓和冷链系统

（一）县级仓储物流分拨中心及公共冷库

县级仓储物流分拨场所功能规划，建设物流分拨中心，联合邮政，快递企业，电商服务企业和第三方物流服务企业，整合物流资源，建设服务农村电商的公益性，公共性，县级电商仓储物流分拨中心，为电商企业，商贸流通企业提供开放，共享的仓储，配送，分拣等服务。建设及整合相应规模的保鲜和冷藏冷冻设施，为生鲜产品提供预冷服务。建设乡村物流服务点。

（二）电子商务物流公共仓储配送服务中心建设内容

- 1、在县城建设电子商务县级仓储服务中心包括冷库；
- 2、在现场建设农产品上行分拣中心，配备场地和分拣设备；
- 3、在县城建设农产品上线包装及发货公共服务中心；
- 4、建设物流客服及调度办公场所及设施；
- 5、配置县城到乡（镇）村的配送车辆；
- 6、建设与县电子商务公共服务中心互联互通的一体化仓储物流管理信息系统。

（三）县级农产品公共仓和冷链场所功能规划：

1、在县级公共服务中心设置小宗打包发货及仓储方便入孵花企业日常使用，另外选择建设 1000 平方米的公共分拣及仓储冷藏功能，都有冷藏和保鲜冷冻设施，可提供预冷服务。

2、设置公共分拣打包区和成品区。公共分拣打包区，设置小型成品冷库，用于存放已包装成品；设置小型产品分拣区上活动时分拣和打包。

九、保障措施

1.加强组织领导。为切实加强全县电子商务产业和电子商务进农村综合示范工作的领导，成立以县政府主要领导任组长，分管领导任副组长，县级相关部门和各乡镇人民政府主要负责人为成员的双柏县电子商务进农村综合示范工作领导小组，领导小组下设办公室在县工信商务科技局，由县工信商务科技局局长兼任办公室主任。各乡镇成立相应机构，统筹推进电子商务产业发展及电子商务进农村综合示范各项工作。

2.突出示范带动。充分发挥项目示范带动作用，集中力量，加大投入，结合实际，重点打造 1 个县级电子商务公共服务中心和县级农村物流配送中心、8 个乡镇级电子商务公共服务站和农村物流配送中转站、62 个村级电子商务公共服务点和农村物流配送点等建设。

3.抓实资金统筹。示范项目资金结合全县电子商务产业发展规划、项目储备及各乡镇行政村和贫困行政村数量、贫困群众分布等情况进行统筹安排，并严格执行农村电商供应链体系建设资金比例不低于中央资金的 50%，县级电子商务公共服务

中心建设不高于中央资金的 15%，项目资金严禁用于网络交易平台建设、楼堂馆所建设、工作经费和购买流量支出等方面的要求。加大财政投入力度，引进国有企业和民间资本参与电子商务产业发展。

4.突出服务主体。按照全县一盘棋、服务一条线、统计一口径、网络销售监测统计一张网的要求，统筹引进运营管理服务主体，促进服务主体之间端口链接、信息资源共享，服务主体无缝对接，避免网络孤岛和信息孤岛，畅通县、乡（镇）、村电子商务服务渠道，促进电子商务在农村领域的广泛应用。

5.加大宣传推广。充分利用政府门户网站、微博、微信等新兴媒体和广播、电视、报刊、杂志等传统媒体，多渠道、多形式广覆盖开展电子商务进农村综合示范工作宣传，广泛调动各级各部门、工贸企业、商贸企业、种养殖大户、社会团体和民间组织参与电子商务进农村综合示范工作的积极性和主动性，增强企业投资电子商务、应用电子商务的信心和决心。发挥行业协会、商会等民间组织联系政府、企业和群众的桥梁纽带作用，举办形式多样的研讨会、座谈会、电商俱乐部、电商讲座等活动，营造政府、企业以及社会各界共同参与推动电子商务进农村综合示范工作的良好氛围。

6.构建诚信体系。加强网络销售诚信体系建设，建立电商质量监督管理机制，加强网络监管，加大网络执法，严厉打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣网络商品活动行为。引导电商企业加强知识产权保护，推动建立“互联网+”电商知识产权保护联盟，实行电商企业诚信联合激励和失信联合惩戒，营造电

商网络销售良好环境。建立数据共享机制，促进部门间、区域间电商数据互联和监管信息广泛共享，引导建立良性竞争的电商市场营商环境。

7.加大督查考核。把电子商务进农村综合示范工作纳入重点督查的内容,加大督查督办力度,对工作开展情况适时通报,确保电子商务进农村综合示范工作的有力有序推进。制定电子商务进农村综合示范工作考核奖惩办法,明确各乡镇工作任务,以工作实绩为主进行量化考核,考核结果作为争取后续资金的主要依据。

十、资金预算

实施农产品品牌培育工程	培育 1 个以上县域公用品牌，5 个以上特色产品品牌，开发 5 个以上扶贫产品（含特色、品牌）。	255 万	建设一年 运营三年
-------------	--	-------	--------------