

双柏县电子商务进农村综合示范项目工作领导小组办公室

双柏县电子商务进农村综合示范项目 农产品上行供应链体系建设 实施方案

为不断健全农产品流通体系，建立产销平稳、供应有序的长效机制，切实促进农业增收、农民增收，保障居民消费，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）和《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使用管理办法》要求，根据双柏县实际情况，制定本方案。

一、项目名称：农产品上行供应链体系建设项目

二、承办企业：双柏云商汇网络科技有限公司

三、项目地址：双柏县辖区内

四、项目资金概算：项目专项资金 255 万，申请中央专项资金 255 万元。

五、项目实施步骤

（一）进行双柏县现有农产品和相关产业调研。（2019 年 12 月 5 日-2020 年 3 月 1 日）

（二）建立网货产品研发中心，规划建设网货产品展示、分拣、包装场地，配备货架、展示柜、分拣包装机、工作平台等设施、组建团队。（1 月 10 日-3 月 1 日）

（三）对双柏县特色农产品、深加工农特产品进行品牌化建设，突出网络品牌口碑式传播营销特点，重点打造茶叶、酱油、绿色种养植、药食同源中药材、野生菌、水果等本地土特产品，培育一个县域公共品牌，5 个以上特色产品品牌，研发 5—10 个单品，制定至少 1 个农村产品流通标准，确定合理农村产品网络销售促进措施，使其在淘宝、天猫、京东、苏宁、微店、抖音、快手、邮乐网等电商平台，实现农村网络零售额同比增长 20%以上，农产品网络零售额同比增长 50%以上。（3 月 1 日-11 月 10 日）

（四）至少与 1 家第三方农产品质量检测机构达成合作，为县内农产品提供检测检验服务，建立政府监测与企业自检的双重检测体系。为县内有条件企业做好农特产品“三品一标”

以及 SC 认证，为农特产品分级、初深加工提供指导，并提供包装设计、商标注册、品牌策划等增值服务。（3 月 1 日-6 月 15 日）

（五）协助配合州级统筹项目工作组做好溯源平台的宣传、推广应用。实现深度溯源企业不少于 3 家，标准溯源企业不少于 10 家。（3 月 15 日-5 月 10 日）

（六）积极探索产品全渠道销售链路，通过销售端倒退生产端，积极开展跨地域市场的营销活动组织，至少开展 2 场区域公共品牌宣传营销活动，让双柏好产品走出云南。（7 月 1 日-12 月 31 日）

六、项目实施内容

（一）对双柏县现有农产品进行调研。一是详细了解农产品主产区的种植品种、面积、产量、上市时间等信息，分析预测区外和地区农产品上市对我县农产品销售的影响，并对产品销售信息进行跟踪、监测，将监测结果与相关部门共享。加强对茶叶、药食同源中药材等主要农产品价格、销售等情况的监测，增加监测品种，提高监测密度，收集整理区外、有关国家和地区农产品需求、价格、数量、时间等信息，掌握消费需求的变化。二是搞好市场研判。了解掌握蔬菜、水果等农产品主产区的种植品种、种植面积、产量、采摘时间等情况，分析农产品市场运行情况，研判市场变化趋势。三是做好信息引导。及时发布蔬菜等农产品的供应、需求、价格变化信息，引导市场流

向，促进农产品产销稳定发展。

（二）建立公共品牌体系

1. 培育不同茶、药食同源中药材、其它特色农产品三个品类的公共品牌。针对我县农产品丰富，且跨度较大，除白竹山茶这个公共品牌外，需策划花茶干货品牌、特色农产品品牌等不同产品对应的产品公共品牌，以适合每个产品特点，不断累积品牌资产，同时以不断提升双柏的知名度。通过地域性、认知性的不断强化，解决消费者最难把握的产地识别、质量辨别等基本问题，从而与普通农产品严格区隔开，在消费者心智中打下深刻的烙印，获得市场认同。

2. 打通品牌壁垒，打造公共品牌。针对品牌属性定位，直观鲜明地传达给消费者，双柏有好的产品，双柏地标和品牌名称始终同步出现，加深消费者对品牌特色的认知，提升品牌认知度。

（三）搭建立体销售体系

1. 充分利用农产品现代营销模式。一是结合成熟的消费观念，把营销步子迈开，从产品的立项上就要把产品的营销算进去，通过给予产品、企业、品牌以丰富的个性化的文化内涵，来增加产品的体验感。二是通过简化、消灭中间商，来降低产品的流通成本并满足顾客利益最大化需求。三是借助于一种或多种广告媒体，通过针对个体的广告与销售的结合，找到客户服务特征，强调针对性的目标市场和地位人群精准营销。实

现广告与销售过程的融合、客户服务、目标群预选及可预测。

2. 充分利用各渠道商开展农特产品网上购销对接。**一是**通过开展渠道商招商，采用登门走访、邀请实地考察等形式引入，特别是具有影响力的渠道商。**二是**组织生产大户、运销企业、专业合作社、农产品加工企业等，参加展销会、推介会等，扩大我县农特产品的影响力，拓宽销售渠道。**三是**充分利用各网络平台，及时发布产品信息，开辟网上农产品销售渠道，建立起以店铺推广为主的淘系营销阵地；以大众产品供应为主的京东、苏宁等营销阵地；以直低价优惠为主的拼多多营销阵地；以网红直播带货为主的抖音、快手等营销阵地。

（四）筹办与当地农产品相关的电商活动。针对双柏本地特产如白竹山茶、妥甸酱油、花茶干货等产品，每年筹划展览、电商节不少于4期，在线上以及线下开展富有特色的宣传活动，助力品牌建设。

（五）建设质量追溯系统。建立品控、售后、生产企业入驻、产品检测、发货流程、仓储运输6S管理等各岗位的管理制度，健全“三品一标”等基础数据库，记录农产品种质、种养殖、加工、包装、检测、运输、销售等关键环节的信息，并通过互联网进行信息发布。统一防伪溯源二维码，用于产品溯源标识，实现一码溯源、全程可见、来源可查、去向可追、责任可究。

（六）开发特色农产品。与国内农产品加工研发机构、本

地农产品加工企业携手，积极研发花茶干货、红糖、咖啡等系列深加工产品，配备生产加工设施设备，做好农产品“三品一标”及CS认证，实现农产品加工提质增效。

1. 生产环节建设

农产品供应链的优化首先要从上游的规模化生产入手。与优质农户或者农产品生产基地进行联合，实现农产品的规模化种植，整体采购，这样不仅可以减少中间环节，还能从生产源头进行成本控制，打造全程冷链式配送系统，降低整体供应链成本。

2. 加工环节建设

在保障有充足的原材料供应基础之后，为了应对新时代，人们不断提高了物质要求，必须对原材料进行加工，包装后才能进行销售，建设分拣加工中心，对农产品进行集中加工，采取集成加工模式，对各类农产品进行分级加工，将产品进行合理的包装，打造成适应当前市场及电商的优秀产品。

3. 物流配送环节建设

物流配送一直都是农产品供应链最重要的环节，也是成本难以控制的环节，但是规模化的生产，一体化的经营，集中化的加工和统一的电子商务销售，使得物流配送环节变得格外顺畅。

（七）创新电商扶贫模式。建立健全农村电商溯源精准扶贫模式，依托质量安全追溯系统，协同本地优秀电商企业及其

他电商服务企业，建立开放式的农商互联模式，充分发挥其服务职能和优势，帮助贫困村及贫困户利用电子商务实现增收，实现电商精准扶贫的目标。帮扶贫困户实现电商扶贫产销对接50户以上，实现电商溯源精准扶贫。

（八）建立电商数据平台。建立电商溯源数据中心，在线显示本地农产品上行数据和统计分析图表，为政府决策、企业经营、农户种养等提供数据支撑。

七、资金用途及支持标准：申请中央专项资金255万元，用于扶持解决农产品电子商务交易标准化、质量检测、品牌创建、质量认证、农产品溯源体系建设等，帮助一批青年、妇女、贫困人口开设运营网店或微店，提供品牌注册、品牌教育、分拣、包装、检测、网络营销策划。

八、项目建设进度计划：2020年底前全面贯彻落实商务部农产品流通标准；对县域内农产品销售情况进行摸底，形成基本情况档案，到年底前培育、提升一批优质农产品品牌。培育1个以上县域公用品牌，设计出5-10个适合电商物流的农产品包装。电子商务交易额同比增长率达到35%。农副产品、民俗产品、乡村旅游等网络销售额同比增长达到40%；带动农村青年、妇女、残疾人、返乡大学生、农民工等创业就业。

九、保障措施：

（一）加强组织领导。项目工作由县电子商务进农村综合示范项目工作领导小组统筹安排，各乡镇人民政府和承办企业

要按照任务分工，将电子商务综合示范项目体系建设工作列入重要议事日程，明确分管领导和专职负责人。

（二）加强监督管理。加大工作督查力度，适时召开分析研判会议，听取工作进展情况汇报，协调解决工作推进中存在的困难和问题。对工作进展顺利的总结经验、全面推广，对进展不力的要查找原因、立即整改。

（三）经费保障。由承办企业提出具体预算，经县县电子商务进农村综合示范项目工作领导小组同意，从县电子商务进农村示范项目专项资金中给予保障。

（四）项目验收。项目由县电子商务进农村工作领导小组组织验收，验收方案根据上级管理部门相关规定另行制定。

双柏县电子商务进农村综合示范项目工作领导小组办公室
（双柏县工业信息化商务科学技术局代章）

2020年5月27日

附件：

双柏县农产品上行供应链体系建设项目预算

专项资金预算	2550000 元	
项目	建设内容	资金预算
农产品上行供应链体系建	公共品牌包装设计：共 10 个，每个 1 万元	10 万元
	公共品牌包装制作：共 10000 个，每个 10 元	10 万元
	公共品牌标签制作：大号 50000 个，每个 1 元；小号 100000 个，每个 0.5 元	10 万元
	农产品认证：共 10 个，每个 5000 元；	5 万元
	特色农产品开发：共 10 个，每个 4 万元	40 万元
	品牌发布及会展建设	10 万元
	建设提供公共服务的农产品生产线，具有 CS 认证	80 万元
	电商联盟（成立协会性质的社团机构）	30 万元
	冷链设备（小型成品冷库）	60 万元
合计		255 万元