杭锦旗2020年国家电子商务进农村综合示范项目调整方案

根据《内蒙古自治区财政厅关于下达2020年第三批中央服务业发展专项资金（电子商务进农村综合示范县）预算的通知》（内财贸〔2020〕1265号）、《内蒙古自治区财政厅关于提前下达2022年服务业发展资金预算的通知》（内财贸〔2021〕1434号）文件精神，为优质高效推进杭锦旗国家级电子商务进农村综合示范县项目建设，筑牢电商发展基础，健全县域电商公服务体系，强化公共品牌建设，打造杭锦旗农牧特色产品供应链体系，促进农牧民持续增收。结合《财政部办公厅、商务部办公厅、国务院乡村振兴局综合司关于做好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《内蒙古自治区商务厅关于加强内蒙古自治区电子商务进农村综合示范项目监管工作的通知》（内商流通字〔2021〕98号）文件要求与杭锦旗实际情况，制定本调整方案。

一、项目建设目标调整

依托自治区级电子商务进农村综合示范项目的成功经验，建设1个杭锦旗农村电子商务公共服务中心、7个苏木镇电子商务服务站、38个村级电商服务站，实现行政村服务覆盖率达100%；建设1个旗级仓储物流快递配送中心，设立7个苏木镇物流快递配送中转站；开发运行1套杭锦旗电子商务公共服务系统；设立1个杭锦旗电子商务公共服务中心微信公众号；建设使用1个杭锦旗农村物流信息管理平台；开展电子商务培训3500人次以上，其中包含电商创业孵化类培训500人次，新增网店不低于20个，培训对象满意度90%以上；组建1个电子商务进农村项目运营团队；配备使用1套农产品质量安全追溯管理平台系统；创建培育1个杭锦旗区域公共品牌，打造完成5款具备当地特色的农、牧、畜、手工艺品、旅游、民俗等特色产品的电商化开发；建设1个杭锦旗农特产品直播基地，完成100场以上直播活动，每年至少开展2次农产品直播盛典活动，录制不低于20条当地农特产品短视频；市内每年至少开展4次电商营销宣传活动，市外每年至少开展2次电商营销宣传活动，农村产品（包括在线旅游等）销售额同比增长率30%以上。

二、项目主要建设内容调整

（一）支持农村流通基础设施建设

打造旗、镇、村三级仓储物流配送体系。整合利用现有资源和场地进行改造升级，建设1个杭锦旗仓储物流快递配送中心，建立农村物流配送线路体系，整合物流企业物流车辆，结合杭锦旗实际情况，配备冷链物流车辆4辆，建设使用1个农村物流信息管理平台。构建旗、镇、村三级公共仓储物流配送体系，根据服务企业实际需要，按需提供保鲜、冷藏等设施和场地。在每个苏木镇设立镇级物流配送中转站（与苏木镇电商服务站合并建设），主要提供电商快递包裹的中转和代收代发、农产品上行的集散储存。

1.建设农产品初加工和预处理商品化设施。在物流仓储站点配套建设农村产品（含工业品、农副产品、手工艺品、乡村旅游、民俗等特色产品及服务等）产品质量安全检测设备等，为牧区特色产品提供检测服务。

2.推动农村传统流通企业转型升级。推动传统商贸业、商业街区的资源整合，直接或间接带动农村传统商贸流通企业转型升级，实现线上线下融合发展，提升农村流通水平。

（二）支持农村电商公共服务体系建设

1.新建旗级电子商务公共服务中心。新建1个杭锦旗电子商务公共服务中心。其中，办公区域（包括业务受理中心、大数据应用中心、物流快递服务中心、运营中心、培训中心、创业孵化中心、营销策划中心、文化展示中心等）面积540平方米、农畜产品体验店（含美食体验区、产品展销中心）面积不低于100㎡、分拨中心面积不低于500㎡，按需建设冷链物流区、仓储区。各个功能区设施设备齐全，发挥相应功能，服务人员10人以上，门头统一为“全国电子商务进农村综合示范项目”和“杭锦旗电子商务公共服务中心”等字样。制定并悬挂相关工作制度、服务内容、工作流程等。结合我旗实际，能够为区域内企业、网商、服务商提供旗域网络交易数据采集统计分析、运营维护、培训孵化、产品对接、品牌建设、网络推广、便民服务、农产品上行供应链管理等公益性业务咨询和技术服务。面向全县所有农业企业、农民合作社、农产品协会及所有有意向经营农产品的商户，自愿入驻、自供产品、自组产品上线。

2.开发运行旗级电子商务服务系统。充分利用好已建成的旗级电子商务公共服务系统，升级开发1个“杭锦旗电子商务信息化展示系统”，系统需具备电子商务通讯、数据采集统计分析、服务内容展示、电子商务培训和本地电子商务企业展示等功能。

（三）支持镇村级服务站建设与运营

改造和优化7个镇级电商服务站。整合供销社网点、便利店、邮政、快递收发、金融、村民活动中心等具备电商功能的服务站点资源，同时，镇村级服务站与物流服务站共用设施设备。乡镇电子商务服务站点应具备电商知识普及推广、政策宣传、网络代购代销、邮件快递代收代发等功能，能初步整合当地农特产品，将农村电子商务服务站点建设成为农特产品线下体验店。

建设38个嘎查村服务站点，具备产品代销代购、代收代发、信息发布及电子结算等基本服务功能，并拓展叠加其他服务，提高盈利能力、增强可持续发展能力。充分发挥镇村级电商服务站功能，引导嘎查村立足农村、对接城市，推动农牧产品进行网络销售、社区直供。

1.升级打造7个镇级电商服务站。按需为具有条件的乡镇级服务站点配套建设冷链仓储库，为所辖自然村生鲜制品及肉制品提供中转冷链仓储，依据各镇情况选择性建设冷库或保鲜库。

2.建设38个村级电商服务站，确保行政村服务覆盖率达到100%。主要包括村级站点店面门头改造（不含土建）、根据实际需要购置设施设备（包括：物流存储区、仓储库房、办公电脑、打印机、监控等），为所在自然村居民提供便民服务。

（四）支持农村电商供应链体系建设

1.加强品牌建设**。**完善现有区域公共品牌，加大区域公共品牌推广力度，为区域内生产加工企业、电商企业和农牧户提供网络销售、品牌注册、品牌培育、分拣、包装、检测、网络营销策划、直播带货、网站托管等增值服务，支持当地开展农产品“三品一标”等认证，建立产品体系和品牌体系，培育本地拳头产品和龙头企业。通过升级品牌包装、营销内容、生产工艺、扩宽销售渠道等，增强区域文化输出，获得大众认可，打造听闻产品便知产地的内容产品输出器。力争培育基于杭锦旗地方特色和优势的区域公共品牌，创建培育1个杭锦旗区域公共品牌，着力打造完成5款具备当地特色的农、牧、畜特色产品，开发区域农产品、手工艺品、旅游、民俗等特色产品的电商化开发，建设1个杭锦旗直播基地，完成100场以上的杭锦旗农特产品直播活动，每年至少开展2次农产品直播盛典活动；录制不低于20条当地农特产品短视频，利用微信、微博、公众号、抖音、快手及其他社区性、内容性平台推广具有杭锦旗特色和优势的农产品区域品牌。

2.完善旗级农产品质量安全追溯体系。完善强化追溯管理运行制度，配备农产品质量安全追溯管理平台系统1套，完善旗级农产品的全链条追溯体系基础设施，开展农产品质量认证工作，在项目期内免费提供网销农产品的检测检验服务。

3.建立完善农村电商营销服务体系。以旗级电子商务公共服务中心为载体，整合旗内资源，建立健全电子商务营销服务体系。**一是**为传统商贸流通企业、合作社等新型农业经营主体及农牧民提供农特产品、民俗产品、乡村旅游等农牧区特色产品提供品牌策划、包装设计、视频拍摄、代运营、运营推广、第三方平台对接、分销体系建设等服务（政策扶持阶段为免费服务），实现农特产品存得住、运得出、卖得掉、赚得到。**二是**建立农特产品供应链保障体系，通过农村级电子商务服务站点和农村物流配送站，通过整合现有分散货源渠道，向消费者、渠道商、大型超市等提供优质的农特优产品。**三是**积极培育内地市场。支持旗政府所在地以外地区建设或合作建立O2O品牌体验店，以供应链的形式在当地推动线上线下融合发展，扩宽我旗农特产品销路，拉动企业增效、农牧增收。

4.建设农产品上行推广体系。积极接入新型社交电商平台、专业电商平台等，开展农村产品线上线下整合营销。**一是**充分利用农博会、招商会、展销会、天猫、京东、拼多多等平台，依托旗内重大节庆活动，打造良好区域公共品牌形象，并利用媒体广告、网络营销、专题报道以及公共关系等多重促销手段，进行公共品牌宣传销售。**二是**重视现代物流新业态，广泛运用现代配送体系、电子商务等方式，开展网商展示和网商洽谈，增强信息沟通，搞好产需对接，以区域公共品牌的有效运作不断提升品牌价值，扩大知名度。**三是**定期举办一次农产品线上线下销售系列活动，市内每年开展4次以上的电商营销宣传活动，市外每年至少开展2次电商营销宣传活动，积极开展农批、农超等产销对接活动。

（五）支持开展农村电子商务培训及宣传推广

开展农村电子商务培训工作。建立完善农村电子商务培训机制，打造专业化电子商务企业及人才队伍，助推乡村人才振兴。建立培训管理制度，制定培训课程体系。针对干部、农村电商站点负责人、企业和合作社人员、返乡大学生、退伍军人、个体经营户、农村妇女和具备创业能力农牧民等，灵活采取课堂教学、现场教学、实操演练、线上线下结合等多种形式开展培训。开展电子商务培训3500人次以上，其中包含电商创业孵化类培训500人次，新增网店不低于20个，培训对象满意度90%以上。规范培训管理，做好培训痕迹资料归档，通过专业化培训，建立杭锦旗电子商务企业及人才储备库，培育地方电子商务进农村项目运营团队，做好项目后续运营承接工作。

1.建立培训后服务机制。组建培训微信群，搭建直播培训软件，把我旗有意向参与电商培训或从事我旗电商进农村工作的相关人员组建微信群。通过提前微信通知，在线实时授课，结束后借助软件和微信可以及时提问及时回答等方式进行在线培训。

2.农村电子商务宣传及推广。开展线上线下农村电子商务宣传推广活动。充分利用各类传统媒体及新媒体形式，开设运行1个杭锦旗电子商务公共服务中心微信公众号，在全旗普及电子商务知识，传播电子商务政策法规，提升全民电商意识，宣传报道农村电子商务示范企业和典型人物，提升示范效益；充分发挥行业协会、商会等民间组织联系政府与企业的桥梁作用，举办形式多样的研讨会、座谈会等，营造良好的发展氛围，不断扩大杭锦旗电子商务进农村工作的影响力，形成全民参与电商发展的良好氛围。

三、专项资金管理及调整

严格按照《杭锦旗2020年电子商务进农村综合示范项目资金管理办法》使用中央财政资金，专款专用，独立核算，加强专项资金支付管理。专项资金的具体支持范围、支持标准、拨付程序按照《杭锦旗2020年电子商务进农村综合示范项目建设及资金安排表调整版》执行。

根据《内蒙古自治区财政厅关于下达2020年第三批中央服务业发展专项资金（电子商务进农村综合示范县）预算的通知》（内财贸〔2020〕1265号）、《内蒙古自治区财政厅关于提前下达2022年服务业发展资金预算的通知》（内财贸〔2021〕1434号）文件精神，现将杭锦旗2020年国家电子商务进农村综合示范项目资金由原来的2000万调整到1500万元，《杭锦旗2020年电子商务进农村综合示范项目绩效目标表调整版》《杭锦旗2020年电子商务进农村综合示范项目建设及资金安排表调整版》见附件

四、绩效管理

（一）绩效自评。建立全程督查、自评验收、定期自评“三位一体”的评价机制。

1.全程督查。在项目实施过程中每月进行一次，由杭锦旗电商工作领导小组，联合综合示范建设推进小组，重点对杭锦旗综合示范项目进展、资金使用、程序和票据合规情况，及阶段效果进行督促检查。

2.自评验收。在项目验收前，委托第三方专业机构根据绩效评价要求，提前对项目建设效果进行绩效自评，确保项目通过验收。

3.定期自评。在项目通过验收后常态化开展，每半年一次，由旗电商工作领导小组牵头，政府有关部门参加，对全旗农村电子商务日常工作和工作效果开展评价检查，形成长效机制。

1. 绩效评价。对照财政专项资金绩效评价管理要求，加快项目推进，提高资金使用效率，完成绩效目标，完善各项台账资料，确保顺利通过自治区主管部门绩效评价。
2. 评价结果。绩效评价结果与综合示范工作安排直接挂钩，对杭锦旗综合示范项目绩效评价结果若评定为较差，要求中标企业在3个月内进行整改，整改不合格的，取消中标企业承办资格，并追回已拨付资金。

五、实施步骤

（一）组织准备（2020年9月—2020年12月）。结合杭锦旗实际，研究完善项目具体实施方案和资金管理办法、项目管理制度以及其他配套措施，并向市商务局报备，做到项目实施管理有据可依，确保项目按时、规范实施。

（二）全面实施（2021年3月—2021年5月）。落实主体责任和工作任务，通过合法程序选择确定承办企业；加强项目跟踪督导；定期研究、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。

（三）自评及整改（2021年5月—2022年2月）。2021年10月，委托第三方机构开展中期评估，及时发现问题、分析问题，研究制定下一步工作计划。2021年12月，配合市商务局组织开展的项目评估和绩效预评价，总结工作，查缺补漏。同时，委托旗级以上审计部门或第三方财务审计机构组织专项资金审计，根据实施方案和项目资金管理办法整改提升，确保圆满通过项目绩效评价。

（四）评价推广阶段（2022年3月）。在总结全旗电子商务进农村实施经验的基础上，全面推进电子商务进农村项目的深化工作，加强跟踪督查，绩效考核，巩固和推广电子商务进农村示范效果。并按照自治区商务厅有关要求，随时准备接受自治区商务厅安排组织的第三方绩效评价以及商务部抽查。

（五）项目运营阶段（2022年5月）。在积极总结电子商务进农村实施经验的基础上，全面推进电子商务进农村项目的运营工作，不断提升完善农村电商公共服务体系，积极拓展三级服务体系服务项目，提升服务体系职能，提升村站运营能力，积极培育末端服务能力，加大区域公共品牌的运营力度，壮大杭锦旗牧区特色产品供应链体系，不断推动三级物流体系运营，切实降低物流成本，进一步推动县域电商高质量发展，并按照自治区商务厅有关要求，随时准备接受商务部、自治区商务厅安排组织的评估与抽查。

（六）项目终验阶段（2024年8月）。加强跟踪督查，评估考核，巩固和推广电子商务进农村示范效果，委托第三方财务审计机构组织专项资金审计，根据实施方案和项目资金管理办法整改提升，确保圆满通过项目终极验收。

六、工作要求

（一）加强组织领导。成立以旗长任组长，分管副旗长任副组长，旗工信和科技局、财政局、乡村振兴局等部门主要负责人为成员的综合示范工作领导小组，领导小组办公室设立在旗工信和科技局，主要领导为办公室主任，工信和科技局、财政、乡村振兴局分管领导为副主任。建立工作协调机制，明确职责分工，形成统筹推进工作合力。

（二）创新工作措施。充分利用新媒体、新渠道，积极探索农村产品上行新模式，建立长效的项目运营机制，确保示范项目可持续发展。

（三）注重经验总结。应注重对杭锦旗电商乡村振兴、培育孵化、企业转型、农村物流等典型经验、做法的梳理和总结，形成可复制、可推广的农村电商发展模式，增强综合示范辐射效应，促进消费升级。

（四）做好信息公开。在旗人民政府门户网站设置综合示范专栏，公开实施方案、项目内容、资金安排、决策过程等信息。示范县、承办企业与“农村电子商务和社区商业信息系统”进行对接，按时报送项目进展、资金拨付等情况。财政资金建设项目必须按要求提供交易和活动信息，未提供完整信息的项目不予验收。

（五）强化过程管理。综合示范工作实行“周调度、月通报、季督导、半年自评、年终考核”，承办企业每月24日以前将工作情况报旗工信和科技局审核后进行通报公示；随时接受上级部门对杭锦旗综合示范工作开展情况、项目资金管理使用情况的督促指导。

附件：1.杭锦旗2020年电子商务进农村综合示范项目绩效目标表调整版

2.杭锦旗2020年电子商务进农村综合示范项目建设及资金安排表调整版

附件1

杭锦旗2020年电子商务进农村综合示范项目绩效目标表调整版

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 杭锦旗2020电子商务进农村综合示范项目绩效目标表调整版 | | | | |
| **总体目标** | 通过电子商务进农村综合示范工作，搭建杭锦旗电子商务公共服务平台，进一步完善农村电子商务公共服务体系和物流体系建设，大力培育市场主体，加快推进电子商务在农村的推广和应用，打牢农村产品“上行”基础，构建农村现代市场体系，推动农村电子商务成为农村经济社会发展的新引擎，助力乡村振兴。 | | | |
| **绩效目标** | **一级**  **指标** | **二级指标** | **三级标值** | **指标值** |
| **产出指标** | **数量指标** | 指标1：旗级电子商务公共服务中心 | 1个 |
| 指标2：旗级仓储物流配送中心 | 1个 |
| 指标3：镇级物流配送中转站 | 7个 |
| 指标4：镇级电商服务站 | 7个 |
| 指标5：旗级区域公共品牌 | 1个 |
| 指标6：建设杭锦旗直播基地 | 1个 |
| 指标7：完成的杭锦旗农特产品直播活动 | 100场以上 |
| 指标8：每年开展农产品直播盛典活动 | 至少2次 |
| 指标9：录制当地农特产品短视频 | 不低于20条 |
| 指标10：完成特色产品的电商化开发 | 5款及以上 |
| 指标11：建设杭锦旗农村物流信息管理平台 | 1个 |
| 指标12：新增网店数量 | 20个 |
| 指标13：打造农产品追溯管理平台系统 | 1套 |
| 指标14：电商营销宣传活动 | 6次以上 |
| 指标15：开设运行杭锦旗电子商务公共服务中心微信公众号 | 1个 |
| 指标16：组建1支电子商务进农村运营团队 | 1支 |
| **质量**  **指标** | 指标：示范旗行政村电商服务覆盖率 | 100% |
| **效益指标** | **经济效益指标** | 指标1：示范旗县域农产品总销售额 | 1000万元/年 |
| 指标2：示范旗县域农产品销售额同比增长 | 30% |
| **社会效益指标** | 指标1：带动农村青年、返乡大学生、返乡农民工、农村妇女创业和就业 | 是 |
| 指标2：助力乡村振兴 | 是 |
| 指标3：培训对象满意度 | 90%以上 |

附件2

杭锦旗2020年电子商务进农村综合示范项目资金及安排表调整

（单位：万元）

| **杭锦旗2020年电子商务进农村综合示范项目建设及资金安排表（调整前）** | | | | | | | **杭锦旗2020年电子商务进农村综合示范项目建设及资金安排表（调整后）** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | **项目** | | | **资金支持** | | **合计** | **建设内容** | | **资金支持** | | **合计** |
| 专项资金 | 配套 | 专项资金 | 配套 |
| 1 | 建设农村流通基础设施 | 建设旗、镇、村三级仓储物流配送体系 | 打造旗、镇、村三级仓储物流配送体系。整合利用现有资源和场地进行改造升级，鼓励与传统商贸物流配送中心（企业）共享融合。主要包括建设1个杭锦旗农村电子商务公共仓储物流配送中心，建立农村物流配送线路体系、配备物流配送车辆及人员，建设使用1个农村物流信息管理平台。构建旗、镇、村三级公共仓储物流配送体系，向社会提供网购网销商品的仓储、包裹接发、品控分拣、储存配送和售后服务，根据服务企业实际需要，提供保鲜、冷藏等设施和场地。在每个乡镇设立乡镇物流配送中转站（与乡镇电商服务站合并建设）主要提供电商快递包裹的中转和代收代发、农产品上行的集散储存。 | 600（其中300万元用于各类设施设备购买） | / | 600 | 建设旗、镇、村三级仓储物流配送体系 | 打造旗、镇、村三级仓储物流配送体系。整合利用现有资源和场地进行改造升级，建设1个杭锦旗仓储物流快递配送中心，建立农村物流配送线路体系，整合物流企业物流车辆，结合杭锦旗实际情况，配备冷链物流车辆4辆，建设使用1个农村物流信息管理平台。构建旗、镇、村三级公共仓储物流配送体系，根据服务企业实际需要，提供保鲜、冷藏等设施和场地。在每个苏木镇设立镇级物流配送中转站（与苏木镇电商服务站合并建设），主要提供电商快递包裹的中转和代收代发、农产品上行的集散储存。 | 500 | / | 500 |
| 建设农产品初加工和预处理商品化设施 | 在物流仓储站点配套建设农村产品（含工业品、农副产品、手工艺品、乡村旅游、民俗等特色产品及服务等）分级、包装、分割、预冷等产地初加工和商品化预处理设施及产品质量安全检测设备等，完善产、供、销全链条服务，提高农村产品商品化率。 | 建设农产品初加工和预处理商品化设施 | 在物流仓储站点配套建设农村产品（含工业品、农副产品、手工艺品、乡村旅游、民俗等特色产品及服务等）产品质量安全检测设备等，为牧区特色产品提供检测服务。 |
| 推动农村传统流通企业转型升级 | 充分应用互联网、大数据和云计算等信息技术，推动传统商贸业、商业街区的资源整合，实现杭锦旗商圈企业之间信息互联互通，资源优势互补，服务共享，直接或间接带动农村传统商贸流通企业转型升级，实现线上线下融合发展，提升农村流通水平。 | 推动农村传统流通企业转型升级 | 推动传统商贸业、商业街区的资源整合，直接或间接带动农村传统商贸流通企业转型升级，实现线上线下融合发展，提升农村流通水平。 |
| 2 | 建设农村电商公共服务体系 | 升级改造旗级电子商务公共服务中心 | 整合利用现有资源和场地，打造1个杭锦旗电子商务公共服务中心。其中，办公区域（包括业务受理中心、大数据应用中心、物流快递服务中心、运营中心、培训中心、创业孵化中心、营销策划中心、文化展示中心等）面积540平方米、农畜产品体验店（含美食体验区、产品展销中心）面积不低于400㎡、分拨中心面积不低于500㎡、冷链物流区（冷链、常温仓储区）面积不低于350㎡，仓储建筑面积600㎡。各个功能区设施设备齐全，发挥相应功能，服务人员10人以上，门头统一为“全国电子商务进农村综合示范项目”和“杭锦旗电子商务公共服务中心”字样。结合我旗实际，能够为区域内企业、网商、服务商提供旗域网络交易数据采集统计分析、培训孵化、产品对接、品牌建设、网络推广、便民服务、农产品上行供应链管理等业务咨询和技术服务。建立1个全旗电子商务项目储备库。开发运行杭锦旗电子商务服务系统。充分利用好已建成的旗级电子商务公共服务系统，新开发一个“杭锦旗电子商务信息化展示系统”。具备电子商务通讯。数据采集统计分析、服务内容展示、电子商务培训和本地电子商务企业展示等功能，预留和开放接口，确保能接入自治区、国家相关电子商务公共服务平台全面对接，实现对乡（镇）、村服务站点进行业务指导及运营管理。 | 300 | / | 300 | 升级改造旗级电子商务公共服务中心 | 整合利用现有资源和场地，新建1个杭锦旗电子商务公共服务中心。其中，办公区域（包括业务受理中心、大数据应用中心、物流快递服务中心、运营中心、培训中心、创业孵化中心、营销策划中心、文化展示中心等）面积540平方米、农畜产品体验店（含美食体验区、产品展销中心）面积不低于100㎡、分拨中心面积不低于500㎡，按需建设冷链物流区、仓储区。服务人员10人以上，门头统一为“全国电子商务进农村综合示范项目”和“杭锦旗电子商务公共服务中心”等字样。制定并悬挂相关工作制度、服务内容、工作流程等。结合我旗实际，能够为区域内企业、网商、服务商提供旗域网络交易数据采集统计分析、运营维护、培训孵化、产品对接、品牌建设、网络推广、便民服务、农产品上行供应链管理等公益性业务咨询和技术服务。面向全县所有农业企业、农民合作社、农产品协会及所有有意向经营农产品的商户，自愿入驻、自供产品、自组产品上线，充分利用好已建成的旗级电子商务公共服务系统，升级开发1个“杭锦旗电子商务信息化展示系统”，系统需具备电子商务通讯、数据采集统计分析、服务内容展示、电子商务培训和本地电子商务企业展示等功能 | 350 | / | 350 |
| 3 | 镇村级服务站建设与运营 | 行政村电商服务覆盖率达到100% | 改造升级7个乡镇电商服务站，行政村电商服务覆盖率达到100%，所有镇村级电商服务站点都要同时具备产品代销代购、代收代发、信息发布及电子结算等基本服务功能，并拓展叠加其他服务，提高盈利能力、增强可持续发展能力。对村级站点店进行面门头改造，根据实际需要购置设施设备（包括：物流存储区、仓储库房、办公电脑、打印机、监控等）。为每个镇级服务站点配套建设1个冷链仓储库，为所辖自然村生鲜制品及肉制品提供中转冷链仓储，依据各镇情况选择性建设冷库或保鲜库。 | 300 | / | 300 | 行政村电商服务覆盖率达到100% | 1.升级打造7个镇级电商服务站。按需为具有条件的乡镇级服务站点配套建设冷链仓储库，为所辖自然村生鲜制品及肉制品提供中转冷链仓储，依据各镇情况选择性建设冷库或保鲜库。 2.建设38个村级电商服务站，确保行政村服务覆盖率达到100%。主要包括村级站点店面门头改造（不含土建）、根据实际需要购置设施设备（包括：物流存储区、仓储库房、办公电脑、打印机、监控等），为所在自然村居民提供便民服务。 | 180 | / | 180 |
| 4 | 农村电商供应链体系建设 | 加强区域品牌建设 | 打造1支专业品牌宣传团队，结合自治区级电子商务综合示范项目中的区域公共品牌建设经验，完善现有区域公共品牌，加大区域公共品牌推广力度，为区域内生产加工企业、电商企业和农牧户提供网络销售、直播带货、品牌注册、品牌培育、分拣、包装、检测、网络营销策划、网站托管等增值服务，支持当地开展农产品“三品一标”等认证，建立产品体系和品牌体系，培育本地拳头产品和龙头企业。通过升级品牌包装、营销内容、生产工艺、扩宽销售渠道等。力争培育基于杭锦旗地方特色和优势的区域公共品牌，创建培育1个杭锦旗区域公共品牌，培育3个特色电商村，着力打造完成5款具备当地特色的农、牧、畜特色产品，开发区域农产品、手工艺品、旅游、民俗等特色产品的电商化开发，建设1个杭锦旗直播基地，完成100场以上的杭锦旗农特产品直播活动，每年至少开展1次农产品直播盛典活动；录制不低于20条当地农特产品短视频，利用微信、微博、公众号、抖音、快手及其他社区性、内容性平台推广具有杭锦旗特色和优势的农产品区域品牌。 | 700 | / | 700 | 加强区域品牌建设 | 创建培育1个杭锦旗区域公共品牌，着力打造完成5款具备当地特色的农、牧、畜特色产品，开发区域农产品、手工艺品、旅游、民俗等特色产品的电商化开发，建设1个杭锦旗直播基地，完成100场以上的杭锦旗农特产品直播活动，每年至少开展2次农产品直播盛典活动；录制不低于20条当地农特产品短视频，利用微信、微博、公众号、抖音、快手及其他社区性、内容性平台推广具有杭锦旗特色和优势的农产品区域品牌。 | 370 | / | 370 |
| 完善旗级农产品质量安全追溯体系 | 对杭锦旗产品开展调研分析，强化追溯管理运行制度，配备农产品质量安全追溯管理平台系统1套，完善旗级农产品的全链条追溯体系基础设施，开展农产品质量认证工作，项目期内支持免费提供网销农产品的检测检验服务。 | 完善旗级农产品质量安全追溯体系 | 完善强化追溯管理运行制度，配备农产品质量安全追溯管理平台系统1套，完善旗级农产品的全链条追溯体系基础设施，开展农产品质量认证工作，在项目期内免费提供网销农产品的检测检验服务。 |
| 建立完善农村电商营销服务体系 | 以旗级电子商务公共服务中心为载体，整合旗内资源，建立健全电子商务营销服务体系。一是为传统商贸流通企业、合作社等新型农业经营主体及农牧民提供农特产品、民俗产品、乡村旅游等农牧区特色产品提供品牌策划、包装设计、视频拍摄、代运营、运营推广、第三方平台对接、分销体系建设等服务（政策扶持阶段为免费服务），实现农特产品存得住、运得出、卖得掉、赚得到。二是建立农特产品供应链保障体系，通过农村级电子商务服务站点和农村物流配送站，通过整合现有分散货源渠道，向消费者、渠道商、大型超市等提供优质的农特优产品。三是积极培育内地市场。鼓励企业自筹资金在旗政府所在地以外其他地区建设或合作建立O2O品牌体验店，以供应链的形式在当地推动线上线下融合发展，保障各地区线上有平台、线下有实体，让我旗更多的农特产品销往全区市场。并采取有困难可支持、有业绩可奖励、有想法可激励的奖励补贴政策，鼓励有想法有能力的企业、个人开设线上销售渠道与线下体验店，扩宽我旗农特产品销路，拉动企业增效、农牧增收。 | 建立完善农村电商营销服务体系 | 一是为传统商贸流通企业、合作社等新型农业经营主体及农牧民提供农特产品、民俗产品、乡村旅游等农牧区特色产品提供品牌策划、包装设计、视频拍摄、代运营、运营推广、第三方平台对接、分销体系建设等服务（政策扶持阶段为免费服务），实现农特产品存得住、运得出、卖得掉、赚得到。二是建立农特产品供应链保障体系，通过农村级电子商务服务站点和农村物流配送站，通过整合现有分散货源渠道，向消费者、渠道商、大型超市等提供优质的农特优产品。三是积极培育内地市场。支持旗政府所在地以外地区建设或合作建立O2O品牌体验店，以供应链的形式在当地推动线上线下融合发展，扩宽我旗农特产品销路，拉动企业增效、农牧增收。 |
| 建设旅游电子商务营销体系 | 加快组织旅游电子商务方面的应用，通过自主搭建旅游电子商务平台和入驻旅游景区开设线下体验店的方式，构建集景区门票购买、景点介绍、租车、旅游纪念品购买、住宿、餐饮等多元化服务功能为一体的旅游电子商务服务体系。 | 建设农产品上行推广体系 | 积极接入新型社交电商平台、专业电商平台等，开展农产品线上线下整合营销，定期举办一次农产品线上线下销售系列活动，市内每年开展4次以上的电商营销宣传活动，市外每年至少开展2次电商营销宣传活动，积极开展农批、农超等产销对接活动。 |
| 建设农产品上行推广体系 | 积极接入新兴社交电商平台、专业电商平台等，开展农村产品线上线下整合营销。充分利用农博会、招商会、展销会、天猫、京东、拼多多等平台，依托旗内重大节庆活动打造良好区域公共品牌形象，利用媒体广告、网络营销、专题报道以及公共关系等多重促销手段进行公共品牌宣传销售；重视现代物流新业态，广泛运用现代配送体系、电子商务等方式，开展网商展示和网商洽谈，增强信息沟通，搞好产需对接，以区域公共品牌的有效运作不断提升品牌价值，扩大知名度；定期举办一次农产品线上线下销售系列活动，市内每年开展2次以上的电商营销宣传活动，市外每年至少开展1次电商营销宣传活动，重点开展农批、农超、农社、农企、农校、农餐等的产销对接活动。 |
| 开展线上线下宣传推广活动 | 充分利用各类传统媒体及新媒体形式，开设运行1个杭锦旗电子商务公共服务中心微信公众号，在全旗普及电子商务知识，传播电子商务政策法规，提升全民电商意识，宣传报道农村电子商务示范企业和典型人物，提升示范效益；充分发挥行业协会、商会等民间组织联系政府与企业的桥梁作用，举办形式多样的研讨会、座谈会等，不断扩大杭锦旗电子商务进农村工作的影响力，形成全民参与电商发展的良好氛围。 | 开展线上线下宣传推广活动 | 开展线上线下农村电子商务宣传推广活动。充分利用各类传统媒体及新媒体形式，开设运行1个杭锦旗电子商务公共服务中心微信公众号，在全旗普及电子商务知识，传播电子商务政策法规，提升全民电商意识，宣传报道农村电子商务示范企业和典型人物，提升示范效益；充分发挥行业协会、商会等民间组织联系政府与企业的桥梁作用，举办形式多样的研讨会、座谈会等 |
| 5 | 农村电子商务培训及宣传推广 | 建立完善农村电子商务培训机制，打造专业化电商企业及人才队伍 | 针对不同层次和类别人员安排培训内容，重点面向旗、乡（镇）、村党政机关工作人员、高校毕业到村任职人员、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、农牧民、返乡大学生、退伍军人、个体经营户、农村妇女和具备创业能力的残疾人等。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。项目实施期内，完成电子商务培训3500人次以上（其中专业技能培训不低于500人次），电商创业孵化不少于40家，开设网店不低于20家，培训对象满意度90%以上。规范培训管理，做好培训痕迹资料归档，严格按照培训经费相关管理规定使用培训经费。通过专业化培训，建立杭锦旗电子商务企业及人才储备库，培育至少1个地方电子商务进农村项目运营团队或企业，做好项目后续运营承接工作。 | 100 | / | 100 | 建立完善农村电子商务培训机制，打造专业化电商企业及人才队伍 | 建立完善农村电子商务培训机制，打造专业化电子商务企业及人才队伍，助推乡村人才振兴。建立培训管理制度，制定培训课程体系。针对干部、农村电商站点负责人、企业和合作社人员、返乡大学生、退伍军人、个体经营户、农村妇女和具备创业能力农牧民等，灵活采取课堂教学、现场教学、实操演练、线上线下结合等多种形式开展培训。开展电子商务培训3500人次以上，其中，电商创业孵化类培训不少于500人次，新增网店不低于20个，培训对象满意度90%以上。 | 100 | / | 100 |
|  | 合计 | | | 2000 | / | 2000 | 合计 | | 1500 | / | 1500 |