

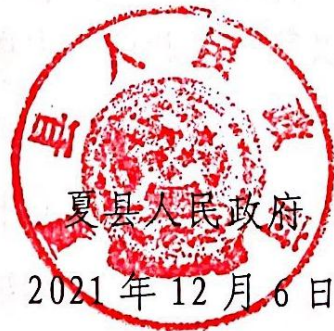
夏县人民政府

夏政函〔2021〕37号

夏县人民政府 关于印发《夏县电子商务进农村综合示范工作 实施方案》的通知

各乡（镇）人民政府、县直有关单位：

《夏县电子商务进农村综合示范工作实施方案》已经县政府同意，现印发给你们，请结合实际，认真组织实施。



夏县电子商务进农村综合示范工作 实施方案

为充分贯彻落实财政部办公厅、商务部办公厅、国家乡村振兴局综合司《关于开展 2021 年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建〔2021〕38 号）和山西省商务厅、山西省财政厅、山西省乡村振兴局《关于做好 2021 年山西省电子商务进农村综合示范工作的通知》（晋商建〔2021〕128 号）的文件精神及省、市相关工作要求，结合夏县县情、电商产业发展和电商进农村工作实际，深入实施电商助农，助力乡村振兴，推动农村经济转型升级，特制定夏县电子商务进农村综合示范工作实施方案。

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中、六中全会精神，深入贯彻落实习近平总书记视察山西重要讲话重要指示，按照省委省政府、市委市政府部署，坚持以人民为中心的发展理念，充分发挥市场在资源配置中的决定作用，因地制宜、分类施策，以提升农村电商应用水平为重点，线上线下融合为抓手，健全农村电商公共服务体系，推动县域商业体系转型升级，完善县乡（镇）村三级物流配送体系，培育新型农村市场主体，打通农产品进城

和工业品下乡双向渠道，促进农民收入和农村消费双提升，巩固拓展脱贫攻坚成果，推进乡村振兴。

二、基本原则

(一) 市场有效，政府有为。发挥市场在资源配置中的决定性作用，充分激发主体活力和内生动力。政府重点做好优化政策供给、完善基础设施、提升公共服务水平等，营造良好营商环境和放心消费环境。根据夏县实际，将电子商务与农业企业相结合，将电子商务与骨干商贸流通企业、农特产品、地域文化和生态旅游有机结合，规划先行，协调推进，进一步巩固和拓展电子商务进农村综合示范工作。

(二) 强化服务，聚焦“上行”。加强农村电商公共服务体系建设，推动农产品、乡村旅游及服务产品的电商化、品牌化、标准化，提高农产品商品化率和电子商务交易比例，促进农业发展方式转变，推动农村一二三产业融合发展。

(三) 夯实基础，以点带面。集中政府、行业组织、骨干企业资源，帮助解决制约农村电子商务发展中的薄弱环节，夯实农村电子商务发展基础。学习先进地区电商发展经验，总结推广典型模式，提升示范效应。

(四) 突出特色，深度应用。依托优势产业和农村经济基础，坚持农村电商和实施乡村振兴战略等相结合，鼓励农、工、商、文、旅等行业企业、合作社广泛应用电子商务，实现线上线下融

合发展，发展网上交易，全面推进电子商务进农村综合示范工作稳步发展。

（五）因地制宜，鼓励创新。充分尊重乡土文化特点和农产品生产流通规律，坚持实事求是、分地域分级分类施策，推广应用流通新技术新模式，推动农村产业转型升级，挖掘产业优势，突出产品特色。尊重基层首创精神，鼓励贴近实际，大胆开拓创新。进一步挖掘农村电商潜力，提高农村流通效率，加强农产品和服务的品牌、品控及标准建设，强化联动机制，巩固脱贫成效，促进乡村振兴。

（六）横向协作，纵向联动。我县结合实际细化工作措施，加强绩效管理，强化组织领导和责任监督，层层抓好落实。充分发挥农村电商助力乡村振兴的作用，不断提高农村电商的质量和成效。管好用好财政资金、规范示范项目，确保各项规定落实到位，推进农村电商规范发展。

三、实施目标

通过开展夏县电子商务进农村综合示范工作，充分发挥市场与政府的合力。在现有电子商务发展所取得显著成效的基础上，健全农村商贸流通体系，进一步提升农产品流通效率，助力农民增收致富。打响“夏都四贵”在全国的知名度。本县商贸流通企业依托电商实现转型升级，物流成本明显降低，农产品进城和工业品下乡有效畅通，农村网络零售额和农产品网络零售额年均增

速高于全省平均水平，农村消费环境明显改善。进一步完善支撑电子商务发展的公共服务体系，促进农村电子商务与乡村振兴战略深度融合。进一步完善夏县电子商务服务中心，提升整体服务功能，升级电子商务服务站点功能；继续整合现有物流快递资源，充分发挥现代物流快递作用，有效破解“最后一公里”物流快递瓶颈问题，降低农村物流成本；积极培育本地电商企业，培养一个健康发展的电商运营队伍；依托夏县特色农产品优势，规模化发展直播电商，提升农村消费品质。至 2023 年底，预计农村网络零售额增速 $\geq 5\%$ 、农产品网络零售额增速 $\geq 6\%$ 、电商培训人数 1000 人次以上、培育各渠道网商数 200 人，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。基本实现电子商务应用更加广泛、网上购销服务体系更加便捷、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电子商务发展新格局。

通过电商示范县体系建立和高效运营，依托夏县悠久的历史，打造“华夏发源地，直播好电商”的电商示范县为定位，建设电商直播集群，努力争创山西省的样板电商示范县。**定位一：**

“华夏发源地”，依托华夏发源地悠久的历史积淀，推动电商创新升级、完善电商配套服务，集中展示华夏发源地文化产业、生态特色，进一步塑造形象，让世界了解华夏发源地的厚重历史，为打造夏县电商新模式开辟新的途径；**定位二：“直播好电商”**，

通过建设南大里乡直播基地，聚集短视频及直播产业发展的高素质人才，为夏县直播、短视频电商产业稳定、健康发展提供有力的保障及支持。通过实施项目打造“华夏发源地，直播好电商”的建设定位，全力推进电商产业集聚发展，让本地农特产品、生鲜产品、旅游产品更加直观地展现在消费者面前，从而带动电商销售量及创业就业人员。

四、实施内容

为深入推进电子商务进农村综合示范工作，确保各项目标任务圆满完成，结合夏县实际，重点实施以下建设内容。

（一）完善农村电子商务公共服务体系

立足我县蔬菜、西瓜、花椒、苹果、柿饼等产业，围绕农产品上行，统筹推进加工、包装、营销、金融、物流、培训等服务，加强品牌和标准化建设，提高农产品商品化率。优化农村电商公共服务内容，整合邮政、供销、快递、金融、政务等资源，拓展代买代卖、小额存取、信息咨询、职业介绍等便民服务功能。

1. 建设夏县电子商务公共服务中心。一是建设运营电商公共服务中心。升级改造建设1处面积不少于1000平方米，功能完善、配套齐全的县级电子商务公共服务中心，配备一支专业化的电商公共服务中心运营团队，为本县电子商务从业主体提供平台对接、电商运营、营销推广、品牌建设、创业孵化、团队培育、金融服务等电商赋能服务。设置公共服务专区，为本县提供电商

人才对接、代办注册等公共运营服务；打造县域电商产业集聚区和电子商务专业实训基地，中心正常运营后，入驻孵化电商企业15家以上。二是重点培育10家本地电商企业。为其提供淘宝、拼多多等开店服务，帮助其产品上网销售，每家最少打造一款爆款网货产品和培育一名电商主播。三是加大金融信贷支持服务力度。支持未就业的大学生、农村青年等群体利用互联网创业，鼓励金融机构支持电子商务发展的新型信贷产品和金融服务，畅通信贷支持和服务通道。积极支持大学生、农村青年通过电商就业创业。四是建立夏县电子商务大数据。对夏县电子商务信息进行汇总，统筹各版块仓储物流、数据分析、电商培训、站点运营、产品销售等数据，健全“三品一标”“一村一品”等基础数据库，记录本县农产品种植、养殖、加工、包装、运输、销售等关键环节的信息，宏观调控夏县电子商务整体方向。五是指导全县乡（镇）村站点开展电子商务服务业务，帮助站点对接引进电商服务资源，辅导站点开展日常运营服务，包括代销代购、代缴代存、农资电商、收发快递、农业保险等业务。六是协助统筹电子商务发展工作，管理服务中心功能区及县、乡（镇）、村服务站点岗位人员的工作，统计全县电商发展数据并汇总上报给商务部大数据系统，为本县出具电商发展报告及决策支持，归纳宣传本县特色产业和电商发展模式并在全国媒体宣传推广。

2. 建设乡（镇）村电商服务站点。建设乡（镇）、村两级电

子商务服务站。结合邮政、供销、金融、益农信息社等资源以及连锁商超、电商企业、快递服务网点建设，打造城乡融合、上通下联、协同发展的乡（镇）、村两级电子商务公共服务站点，安装“智慧乡村服务应用站点端”数据统计报送系统。配备相关设施设备，为当地村民提供代买代卖、信息咨询、职业介绍等便民服务。站点统一悬挂“电子商务进农村综合示范乡（镇）级服务站”“电子商务进农村综合示范村级服务点”标志牌，乡镇电商服务站覆盖率达到100%，村级电商服务点服务覆盖率达到50%以上行政村。鼓励多站合一、服务共享，增强便民综合服务能力。

3. 打造“华夏发源地，直播好电商”的直播电商集群。直播集群共享直播中心、农副产品直播基地等版块，初步形成直播电商集群效应。一是建设夏县共享直播电商中心，依托电商公共服务中心建设夏县直播电商中心，配备必要的直播、影音设施设备，提供直播带货、短视频制作、图文编辑等服务，发力网红经济；为夏县直播电商发展及短视频电商产业稳定、健康发展提供公共服务支持；从而打造极具特色的夏县特色电商，打出“华夏发源地，直播好电商”的强力口号；二是设立农副产品直播基地。在集中蔬菜产业区设立蔬菜直播基地，配备直播设备，培养主播进行现场直播销售；三是举办“华夏发源地、直播好电商”的电商节会，结合“夏乐西瓜节”等活动，举办直播电商节（包含夏县直播中心、农副产品基地等电商活动）。

4. 农副产品公共品牌建设推广。一是构建夏县农产品品牌运营体系，挖掘本区域性特色商品，培育打造夏县地标产品，推动农产品区域公用品牌建设（即1个总的公共品牌，多个分品类公共品牌，加N个企业品牌）。集中打造1个涵盖全品类的区域公用品牌如“华夏县品”，打造多个分品类公共品牌如“夏县西瓜”“夏县花椒”“夏县柿饼”（实际注册的品牌名称和数量根据国家商标注册查询办理情况确定），采用“区域公用品牌+企业自有品牌”的“母子”品牌方式，使夏县特产形成“1+多+N”的品牌体系。以区域公用品牌为背书、企业自有品牌为主力来推动实现产业升级，提升产品的溢价能力。塑造品牌形象系统，包括LOGO、品牌故事、宣传语、品牌视频、品牌包装等。二是管控夏县公共品牌，建立品牌管理小组，指导行业协会负责具体工作，形成夏县公共品牌管理办法，进行公共品牌授权、管理工作。三是加强对夏县公共品牌的宣传推广，重点宣传“夏都四贵”（宇达青铜、格瑞特红酒、厚民晋茶、夏乐西瓜）、苹果、桃子、花椒、柿饼、蔬菜等特色产品，塑造整体的品牌效果，并结合县内重要节点活动举办“夏都四贵”宣传推广活动不少于4次；举办品牌发布会1次；拍摄1部不少于5分钟的夏县宣传片，通过多种方式，广泛宣传推广夏县区域公共品牌。四是电商+农文旅+乡村振兴融合发展。利用司马光祠、堆云洞等夏县文旅名片及周边景区景点，特别是引导“宇达青铜、格瑞特红酒、厚民晋茶、

夏乐西瓜”等特色农产品生产企业与旅游景点相结合，探索推进夏县文化旅游与电子商务融合发展。对接各类旅游电商平台，如携程、去哪儿、马蜂窝等，开展网上旅游资源宣传和网上团购等服务，加大民宿、美食餐饮、旅行社等旅游资源与夏县特色农产品在包装设计、展示展销和活动举办上的融合。

5. 打造标准化网货及供应链体系。一是建立县级网货供应中心。建立具备农产品分级、包装功能的网货供应中心。通过分级分拣、包装设计进行网货化、商品化处理，为电商从业者提供产品支撑，为乡（镇）村服务站点提供优质货源，丰富站点产品，提高站点盈利能力，逐步形成覆盖电子商务产业链上下游及跨行业融合的数字化商贸流通体系，推动城乡生产与消费有效衔接。探索线上线下融合、物流电商融合、新旧业态融合、城市乡村融合的农村现代流通方式。建立专业团队为农产品、民俗产品、乡村旅游等农村特色产品网销提供（包括但不限于）品牌注册、品牌培育、分拣、包装、网络营销策划、网站托管等增值服务。二是建设农产品标准化体系。制定夏县农特产品（如西瓜、花椒、葡萄、柿饼等）网货流通标准。三是打造夏县特色产品，开发网货产品 10 个以上。围绕夏县优势主导产业，以产业升级发展为目标，壮大乡村特色产业发展；把夏县当地的地域特质、地域特产、电商特色融入一体，强化产业集聚功能和区域辐射带动能力，将人、货、场有效连接，实现电商和乡村振兴融合发展。

6. 农产品溯源体系建设。搭建夏县质量追溯信息管理系统，实现农特产品从生产、加工、流通、监管等各个环节可追溯的过程，为本地农产品开展溯源和质量认证提供服务。购置有关网络传输、溯源等设备，建设主要产品的示范基地。可通过条形码或二维码溯源、物联网等相应设施设备完成产品从源头到末端的完整原始数据收集，能够带动产品标准化、规范化生产。

（二）健全县乡（镇）村三级物流配送体系

以实施国家电子商务进农村综合示范项目为契机，结合我县电商发展和快递物流企业实际，积极整合发挥邮政等快递物流企业优势，夯实快递服务基础设施，构建县乡（镇）村三级物流快递配送服务体系，加快推进快递进村。物流快递企业的乡镇覆盖率达到100%，且功能覆盖所有行政村。

1. 建设电商物流配送中心。一是大力发展统仓共配，整合供应链、供销、商贸、快递、交通等物流资源，建成电商物流配送中心，包括办公区、仓储区、分拣区等。整合利用现有资源，配备必要的现代仓储、分拣设施设备、货柜货架、物流（冷链）车辆、人员等，将物流中心打造成县内物流信息港；发展智慧物流，汇集县内物流信息，集查询、配送、任务分发、物流集散等信息为一体，为电商快递、物流、农村网商等主体提供公共仓储、供应链等综合服务，破解农产品上行瓶颈。统筹整合县内快递物流、县域商贸、邮政、供销等资源，降低快递物流发货价格，整合订

单、数据、场地、车辆、人员、包裹、线路等，开展共同配送。支持当地有实力的龙头商贸流通企业向农村下沉供应链，为农村零售网点提供集中采购、统一配送、库存管理服务，激发农村消费潜力，打造适应本地消费需求的现代流通服务体系。鼓励县内外第三方电商平台、电商企业、供应链企业入驻，充分利用现有设施和电子商务进农村综合示范项目的有力政策，打造我县电商物流配送中心。二是结合我县电商发展和快递物流企业实际，整合邮政等物流快递企业现有资源，降低物流快递成本，上行物流快递价格与我市主流电商平台的快递物流价格保持一致。

2. 整合资源配置电商冷链运输设施。为解决我县农特产品季节性上市需求，结合我县实际、整合县内企业现有冷库资源配置电商冷链运输设施，形成符合我县农产品网络销售上下行要求的冷链体系，为我县农特产品的存储、运输、加工、销售提供强有力的保障。项目运营实施中至少确定一家企业开展冷链配送服务，延伸冷链物流配送长度，确保上行和下行产品的存储周期和新鲜度。

3. 乡（镇）村电商物流站点建设。一是建设乡（镇）、村两级电商物流站点。结合邮政、供销、金融、益农信息社等资源以及连锁商超、电商企业、快递服务网点建设，打造城乡融合、上通下联、协同发展的县、乡（镇）、村三级电商物流快递配送服务体系。配备相关设施设备，为当地村民提供代收代发等物流快

递便民服务。站点统一悬挂“电子商务进农村综合示范乡（镇）级物流站”“电子商务进农村综合示范村级物流点”标志牌，乡镇电商物流快递服务站覆盖率达到100%，村级电商物流快递服务点服务覆盖率达到50%以上行政村。鼓励多站合一、多点合一、服务共享，增强便民综合服务能力。二是结合乡（镇）村两级电商物流站点完善乡镇电子商务物流快递配送网络。乡（镇）物流服务站向上与县级物流仓储配送中心、向下与村级电商物流点相互衔接。县内规划开设覆盖全县11个乡（镇）的物流快递配送邮路4条，建立完善的县—乡（镇）—村三级物流配送体系，逐步解决由乡（镇）到村“最后一公里”的物流“瓶颈”，有效提升物流快递配送服务效率，争取从县到村配送时间不超过3天。

4. 智慧物流信息系统及县乡（镇）村三级物流配送服务。依托县域邮政、交通等部门邮路和公交线路等基础资源，整合邮政、申通等物流快递企业配送服务，建立物流快递县、乡（镇）、村三级配送服务体系。物流配送中心搭建智慧物流信息系统，引导县域物流配送企业、第三方物流公司及商贸企业运用信息平台获取、发布信息，实现与周边物流中转站和第三方物流快递企业信息对接和资源的有效整合，保障物流配送信息的及时、准确和畅通，进一步提升完善县乡（镇）村三级物流配送服务。

（三）推动农村商贸流通企业及商贸市场转型升级

1. 推动商贸流通企业及商贸市场电商化转型升级。指导县内

从事批发贸易的传统商贸流通企业、商贸市场进行电商化升级，包括指导建设网站、开设网店、招募线上线下分销商、微商分销商等；指导商贸流通企业、商贸市场开展互联网营销，包括搜索引擎优化、微博、微信公众号等自媒体营销，抖音、快手等短视频、直播营销等。帮助县内商贸流通企业、商贸市场制定电商战略，赋能电商运营，培养电商团队。支持县内传统果蔬企业、农民专业合作社、种植大户等电商转型，完善农产品上行供应链，加强淘宝等传统电商，抖音、快手等新媒体电商应用，打造夏县电商上行产品供应链，推动夏县农特产品线上销售。

2. 开展工业品下乡流通服务体系升级建设。支持有实力的商贸流通企业向农村下沉供应链，整合商贸流通和快递配送资源，鼓励商贸、物流、快递等企业进行市场化合作，搭载日用消费品、农资下乡和农产品进城双向配送服务。鼓励传统商贸流通企业、社区电商团购平台等利用日用品仓配、冷链配送等资源，延伸供应链服务。促进县、乡（镇）、村商业网点连锁化，打造适应农村消费需求的现代流通服务体系，激活农村消费潜能，实现供应链与社会门店深度合作。高标准、严要求，全面推进我县的农村商品流通服务体系建设工作。

（四）培育农村电商创业带头人

1. 开展农村电子商务系统化培训。积极开展各类农村电商创业带头人培训。培训包含县（社区）、乡（镇）、村干部，企业

负责人、农村青年、返乡大学生、农民工、退伍军人，县、乡（镇）、村三级电子商务服务站（点）负责人、驻村工作队和第一书记等立足于农村创业的人员，围绕拓宽特色农产品线上线下销售渠道，完善产品包装、摄影美工、直播带货、网店运营等课程为重点的电商培训，通过开设“电子商务法规培训班”“党政干部电商培训班”“电商助力乡村振兴创业班”“网货标准化体系打造培训班”“电商直播培训班”等多类培训班，逐步培养和建设一支懂信息技术、会电商经营、能带动产品销售的本土电商人才队伍。两年内计划培养相关机构认证的电商讲师10人（含）以上、培育各类网商200人以上、电商培训1000人次以上，培育打造至少10个以上本土带货主播，且具备一定的粉丝基础和带货能力，实现本地直播电商的持续发展。

2. 建设农村电子商务培训系统。完善培训教材，建设网上培训系统，录制视频培训课程，包括PC端的网站培训和手机端微课堂培训等，使得县内电商从业者更方便、随时随地学习电商，将电商培训资源长期化、固定化。同时，形成线上人才库系统，将线下、线上培训学员纳入人才库。

3. 举办夏县电子商务大会及创业大赛。设立一年一度的夏县电商大会或电商创业大赛。电商大会用于发布电商政策、表彰电商龙头企业、电商服务先进单位和个人。电商创业大赛包括企业赛、创业项目赛和讲师赛等内容，企业赛主要比赛企业电商战略

创新、经营技能绩效；创业项目赛主要比赛电商创业项目的创意、可行性以及落地实施方案等；讲师赛主要比赛授课能力。

（五）加强产销对接

根据我县产业特点建立产销长效对接机制。利用网红直播、旅游电商、社交媒体推广等形式，同时带动和扶持本地网商、农业和旅游企业参与到夏县农产品营销体系建设中来。对接各类电商销售渠道，扩大夏县网货产品销路，举办3次以上的线上或线下促销活动，参加展会不少于2次，营造农村电子商务发展的良好氛围，运用多种电子商务营销手段，如微信营销、微博营销、直播软件、微信小程序、农产品垂直营销平台等，提高农产品的产业化、组织化程度，让更多优质、安全的农产品以便捷的方式、通畅的渠道进入市场，促进农业增效、农民增收。运用多种传统媒体进行夏县区域公共品牌、特色农产品、电商政策等的宣传。孵化本县网商在电商平台开设夏县名特优产品特色馆（或线上夏县特色产品网店），提升产销对接的能力，并开展全网营销渠道。

（六）做好我县农村电商示范县规划、建立第三方核查审计机制

1. **夏县电子商务建设规划。**聘请有资质的第三方专业机构通过调查研究和科学论证，制定“夏县电子商务中长期发展规划”。重点围绕我县的资源禀赋、文化特色、发展现状，全面分析形势及存在问题，审定电子商务进农村的发展战略、总体思路、主要

目标、功能布局和重大项目。明确电商发展重点、工作任务，认真调研、科学编制符合我县实际的电子商务发展规划。

2. 建立第三方核查审计机制。聘请有资质的第三方专业机构对夏县电商示范项目进行核查、审计。在项目的实施全过程，对重要事务进行现场核实；在项目的每个拨款节点前、省厅中期绩效评价前后、项目完结验收前进行核查，对项目进度、资金使用、合法合规、项目成效等内容进行全面审计，确保项目建设的进度和质量。

五、实施步骤

（一）前期筹备阶段（2021年10月-2021年12月）

1. 调查摸底，梳理现状。对全县经济发展、产业特色、电商基础、物流现状等情况深入调查、摸底汇总，挖掘全县发展农村电子商务资源，掌握农村电子商务发展第一手资料。

2. 制定方案，统筹规划。制定和完善全县推进电子商务发展顶层设计和政策体系，成立工作机构，配备专门工作人员，召开动员部署会议，积极推进电子商务进农村相关项目的前期准备及建设工作。

3. 强力宣传，营造氛围。在政府门户网站以及县广播电视台大力宣传电子商务进农村综合示范工作，发挥舆论引导作用，在全县上下营造浓厚的示范创建工作氛围。

（二）组织实施阶段（2022年1月-2022年12月）

1. 抓好试点，全面推进。积极稳妥地开展电子商务进农村试点，不断总结项目经验，以点带面进而全面推进项目实施。加快建设智慧县级电子商务公共服务中心和县级电商物流配送中心，升级改造乡（镇）村站点。充分挖掘、深度开发全县特色农产品、旅游产品等资源，加大我县农特产品及旅游文化的宣传、推广力度，建立农产品质量可追溯体系，有效提升我县特色产品的知名度、美誉度。

2. 分层递进，开展培训。系统组织开展电商知识讲座和电商创业技能培训，多层次、多渠道开展有针对性的农村电子商务培训，提高政府、企业、农村等各行业人员应用信息技术、电子商务的能力。

3. 强化监督，定期检查。围绕实施目标、主要任务、重点工作开展定期检查和跟踪审计，定期开展互动交流，确保示范创建工作按照时序要求整体推进。

（三）中期评估阶段（2023年1月—2023年3月）

1. 开展中期评估和整改。对项目实施及时开展中期评估，根据绩效评估结果，针对存在问题制定整改方案，采取有效措施，确保项目任务按时保质完成。

2. 全面检查和验收。组织相关专家和第三方专业机构，全面核查和验收电子商务进农村示范项目建设完成情况，县财政、商

务、乡村振兴等部门组织开展对项目实施和资金使用的绩效评价工作，评价结果作为后续支持项目及资金安排的重要依据。

（四）全面推广阶段（2023年4月—2023年8月）

全面总结电子商务进农村综合示范创建经验，形成夏县电子商务发展的长效机制。全面推进电子商务进农村综合示范工作，加强跟踪督查、绩效考核、确保资金到位、责任落实到人。

六、资金使用

（一）投资规模。实施电子商务进农村综合示范项目中央财政资金1500万元，县级配套资金120万元，对列入综合示范工作范围的所有项目，采取公开招标的采购方式确定承办企业，并按相关规定予以补助。

（二）支持范围。中央财政资金主要用于支持完善农村电子商务公共服务体系、健全县乡（镇）村三级物流配送体系、推动农村商贸流通企业转型升级、培育农村电商带头人等工作。中央财政资金不得用于建设网络交易平台、楼堂馆所建设、日常工作经费及购买网络流量。

七、组织实施

（一）加强组织领导。明确职责分工，实行“属地推进，条块结合，以块为主”工作机制。县人民政府为推进责任主体，成立由县委副书记、县长任组长的县电子商务进农村综合示范工作领导小组，负责向上申报方案，监督落实方案。由县电子商务进

农村综合示范工作领导小组统筹指导全县电子商务进农村综合示范建设工作，加强对全县电子商务财政资金、人员配置、政策扶持、人才引进培养各方面的组织协调。领导小组办公室设在夏县工业信息化和科技局（商务局）负责电子商务进农村综合示范的日常工作。

（二）注重公开公正。按照公平、公正、公开的原则，向社会公示示范项目建设内容及其承办企业的条件，通过公开招标的方式选择承办企业，并按相关要求进行公示，公示无异议后组织实施。在县政府门户网站公开财政资金扶持项目和建设进度等相关信息。

（三）制定扶持政策。研究制定促进通信、金融与农村流通信息化、电子商务互相支持、协同发展的政策措施，建立健全适应农村电子商务发展的多渠道投融资机制。县政府根据项目实施的实际情况，及时修订完善扶持政策，落实专项扶持资金，采取以奖代补、专项补助等多种形式，加大对示范企业、示范网（店）点的扶持。

（四）强化督查落实。建立电子商务进农村综合示范工作绩效评价标准体系，对项目建设进展情况进行定期评估，认真执行项目监督检查制度，重点对项目建设进度和中央财政补助资金的使用情况进行监督检查，确保资金安全并按计划使用。建立协同监管机制，加强对电子商务从业人员、企业、相关机构的管理，

加大对网络经营活动的监管力度，维护电子商务活动的正常秩序。

（五）做好信息公开。在县政府门户网站设置电子商务进农村综合示范专栏，设立征求意见窗口，全面、及时、准确、集中公开综合示范工作方案、项目内容、建设进度、资金使用情况等信息，同时向市商务局、省商务厅报送公开信息接受社会监督。县纪委监委、审计等部门全程跟踪督查，确保电子商务进农村综合示范工作有序、有力、有效推进。