# 附件1

四川省电子商务进农村综合示范项目汇总表

**（项目年份与级别：2020年国家级）**

示范县名称：开江县 单位：万元

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目  大类 | 子项目名称 | 项目建设内容 | 项目实施期限 | 资金预算 | 一期资金预算 | 二期资金预算 | 承办主体 | 备注 |
| 1 | 县乡村三级物流共同配送体系建设 | 开江县数字物流产业园 | 借助万达开统筹发展契机，充分发挥我县作为万达开川渝统筹发展示范区核心区的优势地理环境，建设2000平方米左右的开江县数字物流产业园1个，购置或整合物流车辆、装卸分拣设备、智能监控设备等，建设完善农村共配体系，逐步推动农村物流“统仓共配”，提升物流效率，降低物流成本。引导县内快递企业入驻，实现全县快递业务集中分拣、统一配送；引导商贸流通企业融入配送体系，服务范围辐射达州主城区、开州、宣汉县等周边区县；建设或整合冷藏冷冻仓储设施、冷链配送车辆，提升冷链物流储运能力，吸引周边区县冷链中转业务，服务范围辐射周边区县；建立共享微仓一个，配置标准化打包、封装、打单等设施设备，满足小规模网商的仓储、打包需求；开发开江县智能化共享物流信息系统，对共享物流快递资源进行智能调配，逐步推进快递、物流、商贸等企业“统仓共配”；规划3-5条工业品下乡、农产品进城配送路线，依托开江县智能化物流信息系统，充分利用沿线农村物流中转站、村委电商服务代理人等资源，提高城乡快递物流流通效率，降低农村居民消费成本，逐步实现智能、高效的开江县农村物流三级智慧共配体系。 | 2021年5月—2022年12月 | 500 | 500 | 0 | 公开选择 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2 | 县乡村三级物流共同配送体系建设 | 乡村物流配送中转站建设 | 依托便民服务超市、原有乡镇电商服务站、原有乡镇快递代理点等资源，提升建设12个乡镇级快递物流配送中转站，购置或整合物流车辆、装卸分拣设备、智能监控设备等，开展农村快递物流上承下达，实现县到村的快递物流3天以内送达。 | 2021年5月—2022年12月 | 60 | 20 | 40 | 公开选择 |  |
| 3 | 农产品进城公共服务体系建设 | 县级电商产业营运中心建设 | 优先选取县内闲置国有资产，建设1500平方米左右的开江县电商产业营运中心，包括运营服务区、培训区、电商孵化区、农产品020展销区、客户接待区等功能分区，重点建设集展示展销、电商交易、企业培育、品牌打造、质量检测、人才培训、电商服务等功能为一体的综合型电商集聚区，建成促进电子商务发展、承接政府外延职能的第三方服务平台，形成电子商务发展过程中政企对接、产业联合协作的公共服务场所。通过整合行政资源和社会服务资源，创新公共服务模式，为政府决策、企业发展、个人创业提供支撑和服务。 | 2021年5月—2022年12月 | 300 | 300 | 0 | 公开选择 |  |
| 4 | 电子商务数据统计体系 | 建立开江县互联网大数据中心，对全县电商交易、物流流通、产业发展等数据进行科学抓取、分析、展示，建立数字化数据统计系统，实现全部数据智能化处理、自动化更新，打通市场、企业、农户、农产品信息通道，收集形成品种、数量、价格和地区分布等产销基础数据，为农村产品产销精准对接、县域产业政策制定、产业结构优化等提供基础数据支撑。 | 2021年5月—2022年12月 | 100 | 0 | 100 | 公开选择 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 5 | 农产品进城公共服务体系建设 | 乡村电商服务网络建设 | 结合县域产业分布情况，择优选择3个以上具有产业优势的乡镇或行政村建设电商直播基地，配置相关直播设施设备，培育不少于1名网络主播，带动就近优势产业网络销售；结合县域产业分布情况，择优选择3个以上产业集聚行政村，合理选址，建设村级电商产业服务示范基地，配置相关设施设备，重点培育电商经营主体，实现区域内优势产业的上线销售及网销品牌打造；在未建设村级电商产业服务示范基地的行政村设电商服务管理员1名，针对管理员重点开展电商便民服务培训、产品线上销售基础能力培训，实现电商服务行政村全覆盖，推广应用“智慧乡村”APP，收集产销基础数据。 | 2021年5月—2022年12月 | 100 | 30 | 70 | 公开选择 |  |
| 6 | 网货供应体系建设 | 结合开江产业实际，通过精准筛选，从产品形态、包装形式、运输仓储条件、相关业务流程等方面，针对特色水产、优质大米、优质水果等不低于5款重点产品进行网货标准制定、应用及网络零售；以标准化、市场化、可追溯为要求，建立农产品质量追溯系统，对“稻田+”系列产品（大米、鸭、虾、蟹等）、“果林+”系列产品（油橄榄、优质水果等）及其他网销产品开展品控标准体系建设，从源头上抓起，实现“一品一码”，建立“品质分级化、包装标准化、产品编码化”为主的标准体系。 | 2021年5月—2022年12月 | 200 | 30 | 170 | 公开选择 |  |
| 7 | 特色产品营销渠道建设 | 在京东、天猫、抖音等大平台建设开江特色产品营销店5个；对接主流电商平台和新零售，对3个以上的产品进行产地直采，实现原产地直供；组建不低于50人的农特产品网销联盟，搭建产品分销供应链，推动本地生产主体与线上分销者建立分销对接。开展线上线下营销活动，策划线上线下融合的特色产品产销对接活动，包括合作平台对接、举办线上线下节事活动、组织召开线上线下会议活动、线上直播活动、图文短视频大赛等。 | 2021年5月—2022年12月 | 200 | 30 | 170 | 公开选择 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 8 | 农产品进城公共服务体系建设 | 互联网品牌矩阵搭建 | 科学制定地方品牌培育建设发展计划，从定位、形象、架构、传播与推广等方面，打造一批特色产品品牌新标杆，形成1+N品牌发展格局。建设1个区域共有品牌，构建品牌化、规模化、标准化、产业化的品牌发展模式，培育N类特色产品及旅游资源产品品牌，对接省内各类媒体、公众微信号等对电商品牌进行推广宣传，结合高速路服务区、广告展示架等同步宣传，提高本地农产品附加值，促进农产品销售。 | 2021年5月—2022年12月 | 150 | 20 | 130 | 公开选择 |  |
| 9 | 工业品下乡流通服务体系建设 | 传统商贸流通主体信息化、数字化转型升级 | 推进现代化农村市场体系建设，加强农村传统商贸流通企业、连锁超市、零售网点等农村商贸流通主体与电商平台、电商企业等资源对接，培育不低于4家传统商贸流通主体实现信息化、数字化转型升级。 | 2021年5月—2022年12月 | 80 | 10 | 70 | 公开选择 |  |
| 10 | 农村“智慧商超”打造 | 结合县域实际，重点选择不低于3家企业下沉乡镇打造“智慧商超”，打通线上下单渠道，下沉供应链，开展集中采购、统一配送、直供直销等业务，建立完善的场镇小范围配送服务体系，实现乡镇传统商超送货入户。 | 2021年5月—2022年12月 | 60 | 10 | 50 | 公开选择 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 11 | 电商电商人才培训体系建设 | 电商应用人才培育 | 对县级政府部门、农村基层干部等相关人员开展电子商务普及培训;对涉农企业、农村专业合作社和种养殖大户开展农村电商业务培训;对农村双创人才、电商创业人员开展电商创业就业技能培训;对脱贫户、边缘易致贫户开展电商精准帮扶专题培训，重点就农村农特产品上行开展有关网店开设、产品上传、营销策划、宣传推广、图片设计制作等实操培训。针对已培训人员跟踪服务，提供辅导、孵化等定向服务，力争受训人员的满意度达到95%以上。项目实施期内共开展电商培训不低于5000人次，其中普及培训不低于4500人次，增值培训不低于500人次，通过培训，增值培训转化率不低于40%。 | 2021年5月—2022年12月 | 150 | 50 | 100 | 公开选择 |  |
| 12 | 农村电商产业奖励扶持项目 | 农村电商产业奖励扶持项目 | 采取以奖代补的方式，对通过互联网销售开江县特色产品，开展特色产品认证及检测，通过电商带动脱贫户、边缘易致贫户、增收明显的优秀企业、优秀创业者、优秀站点等进行奖励。具体奖补办法另行制定公示。 | 2021年1月-2022年12月 | 100 | 0 | 100 | 以奖代补 |  |
| 合计 | | | | | 2000 | 1000 | 1000 |  |  |