伊川县电子商务进农村综合示范项目建设及资金拨付进度公示表2020.6

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | 决策文件 | 资金投入（万元） | 建设内容及要求 | 项目承办单位 | 责任人 | 资金拨付额度（万元） | 绩效目标 | 项目进展情况 |
| 伊川县电子商务进农村综合示范项目第一标段 | 《伊川县电子商务进农村综合示范工作实施方案》《伊川县电子商务进农村综合示范县专项资金使用管理办法》 | 796（省级补贴资金） | （一）县级电子商务公共服务中心建设及运营（二）电商商务人才培训体系建设（三）区域公共品牌及品牌营销体系建设（四）农产品溯源体系建设（五）县级大数据系统搭建服务体系建设 | 河南省伊川县新华书店有限公司 | 张书杰 |  |  （一）县级电子商务公共服务中心建设及运营1、升级改造一个面积不少于5000平方米，内设电商运营服务中心、电商培训中心、特色农产品展示中心、电商创业孵化中心、摄影中心、创客中心、农产品质量保障中心等为一体的电子商务公共服务中心,并购置相关所需硬件设施。 2、制定电子商务公共服务中心整体运营方案并组织实施，统筹协调全县电子商务进农村综合示范项目各体系建设的组织实施工作，并协助引进国内知名电商企业入驻伊川，组织完成商务部电子商务进农村综合示范项目的绩效评价的考核验收工作。 3、运营并维护电商培训中心、特色农产品展销中心、电商创业孵化中心、摄影中心、创客中心等功能单位，制定完善的管理制度和服务规则。 4、为农村创业青年、村官、电商从业者、返乡农民工、农村妇女、残障人士、建档立卡贫困户等群体提供电子商务创业、就业的相关指导。 5、整合金融、物流、供销等服务体系，为全县电商发展引入配套服务内容，完善相关行业、企业的服务功能，助推农村经济社会快速发展。6、指导传统企业转型升级，给予其持续性的电商孵化和转型指导服务。服务期内培育出线上年销售额200万以上的电商企业3家、年销售额100万以上的电商企业5家、年销售额50万以上的电商企业10家,孵化跨境电商企业1家。实现全县特色农产品、民俗产品、乡村旅游等产品总体网销额年增长30%以上。（二）电商商务人才培训体系建设 1、每年开展电子商务培训3000人次以上（其中精准扶贫不少于500人次），电子商务人才培训的主体包括政府工作人员、在校大学生、退伍军人、涉农企业、专业合作社、建档立卡贫困户、乡村服务站点人员等，通过培训孵化网店100家以上、培育6家网货供应商，为每个村至少培养2名以上电商实用人才。 2、建好培训台账，对培训学员进行跟踪指导，了解学员就业、创业情况，对结业学员提供货源、技术、平台等方面的持续支持。 3、每年度组织举办电子商务团队及个人技能大赛不少于 1次，同时每年至少组织20人次外出考察培训学习先进电商理念。（三）区域公共品牌及品牌营销体系建设 1、建立健全伊川县区域公共品牌，建立农产品信息库。 2、制定产品网货化措施，培育2-3个特色农产品品牌。建立健全产品标准化、生产认证、质量保障、安全追溯等品牌配套体系。 3、协助专业合作社和龙头企业开展多方式、多平台的网上营销活动，带动全县10家传统企业开展网络营销活动，实现3家企业农产品网络销售额达到200万元以上；带动10家电商创业团队或个人网上年交易额分别达到50万元以上；带动全县15个乡镇级电子商务服务站分别实现年交易额达到10万元以上；带动全县300个村级电子商务服务站分别实现年交易额达到3万元以上。 4、组织开展农产品营销活动，每年组织2次以上大型农产品产销对接会议（电商+扶贫，电商+农产品、电商+旅游等）；并结合农产品成熟期，策划线上、线下宣传展销活动5次以上；每年组织县域内企业参加农产品、电商展销会至少2次以上，每次参展团队不少于10人。5、组织开展农产品网络宣传活动，组建专业宣传团队，制定专业的对外宣传计划。采取电视、网络、广播、报纸、户外广告、资源推介会等形式宣传推广伊川县域公共品牌产品，提高伊川农产品知名度，典型经验和发展模式被省级以上主流媒体或主管部门网站报道、发布不少于 5次，市级不少于20次，县级不少于30次。（四）农产品溯源体系建设开发农产品溯源系统，并购置溯源、质量检测等相关硬件设备，建成农产品追溯平台，重点围绕“三品一标”产品，建全农产品质量标准、分级标准和包装标准，严格按质量标准进行检测，将符合标准的商品贴标进行网络销售，所有已认证的“公共品牌”授权产品做到“一品一码、一签一品”，创建统一的品牌授权产品包装和授权防伪追溯标识，提升产品价值，实现农业增效、农民增收，实现产业可持续发展。（五）县级大数据系统搭建服务体系建设购置大数据相关软、硬件设备，通过自动采集本县各区域、各经营主体的各电商模式的营销数据，日报上报、项目展示、数据统计、分析指导等，与本县其他各电商数据系统（如物流信息体系等）互联，为数据应用企业提供数据指导，为本县电商发展决策提供依据，并提供3年以上运营服务。按品类、乡镇、企业展示全县电子商务销售数据；按年、季度、月、周、日展示全县电子商务销售数据；按乡镇展示全县物流快递数据；分区域展示全县农村电商服务站数据；用柱形图、条形图、折线图、饼图等图形化、数字化的方式展示数据。及时统计网店、微店、微商等数量、订单信息及销售情况。与商务部“农村电子商务和社区商业信息系统”数据实现无缝对接，按时汇总上报全县电子商务工作相关数据。 | 1、伊川县农特产品展销中心、公共品牌设计中心、电商人才培训中心、小微企业孵化中心、电商数据中心已完成，公共服务中心为企业提供的产品拍照、品牌培育等各项服务职能已正常启动，并已全面投入使用。公共服务中心移动固定IP专线已申请完成，录播设备安装完毕，调式完成，已正式投入使用。 2、小微企业孵化中心已完成8家入驻；农特产品展销中心对外开放并已投入使用。结合“电商企业+电商扶贫服务站+贫困户”电商扶贫模式，不断促进有能力有意愿的贫困户参与电子商务创业或就业。3、注册伊川公共品牌“伊食物优”，重点打造伊川特色农村产品。4、协助举办伊川县消费扶贫月展销会暨消费扶贫现场签约仪式，此次展销会分26个展区，展出名优扶贫产品近400种，调研并制作消费扶贫产品信息表。5、截止目前累计培训3526人次。其中对全县乡镇、村级干部、第一书记累计培训107人次；建档立卡贫困户、农村青年、返乡大学生、返乡农民工、个体经营者2978人次；6、已完成在县城主要聚集地、城乡结合部、国道省道县道两侧、乡镇政府所在地、30个贫困村交通主入口、村委、超市、扶贫车间等区域以刷墙标、条幅、海报、主流媒体、宣传单等方式进行电商扶贫宣传。共计完成墙标19768平方；条幅悬挂84条。完成县领导直播代言宣传图片、视频等。 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 伊川县电子商务进农村综合示范项目第二标段 | 《伊川县电子商务进农村综合示范工作实施方案》《伊川县电子商务进农村综合示范县专项资金使用管理办法》 | 678（省级补贴资金） | 通过搭建以县级电子商务仓储物流中心为核心、以满足乡镇服务站和村级服务点代购代销仓储为网点的伊川县电子商务物流配送体系，建成全县范围内完善的县、乡、村三级物流配送体系，为实现伊川县电子商务快速发展、构建农村现代流通网络奠定坚实基础。建设乡镇级电子商务公共服务站点（乡级分拨中心）3个，村级电子商务服务站点300个。统一标识、配置相关设备。对站点工作人员进行相关培训等。 | 中国邮政集团公司伊川分公司 | 樊磊 | 80 | （一）县乡村三级服务站点建设 1、在全县乡镇（街道办事处）、村，升级、改造、建设315个规范的电子商务服务站点（其中乡镇级服务站点15个，村级服务站点300个），伊川县乡镇站点实现覆盖85%，同一行政村，项目资金支持站点原则上不超过一家；打造3-5个集线下实体展示、线上消费互动、区域仓储配送为一体的O2O直营体验中心，并作为村级物流配送中转站，负责对村级服务站点的配送。2、服务站点统一制作并加挂“伊川县省级电子商务进农村综合示范项目”标识标牌，站点面积30平方米以上、网络通畅，具有办公运营、产品展示、金融服务、包裹存放、农产品包装上行等场地。3、站点配备电脑、网线、打印机、办公桌、仓储货架、展示货架、制度牌、档案柜、无线路由器，电视机等设施设备，乡镇级服务站点需有培训室并配备投影仪或电视机。4、为村民提供网络代购、信息查询、缴费、网上代销、物流快递代收发、线下展示、在线支付等增值服务并建立服务台账。5、收集整理区域内的特色农产品，建立产品数据库，并在服务站点设置特色产品展示区，为村民展开网销提供技术指导等服务。6、乡镇电商服务站每月开展培训不少于2次，每次培训人数不少于10人，并有完整的培训台账（照片、视频、签到册、课件等）。建成后的乡镇、村电商服务站点在2年内，线上交易额每月达2500元以上。7、整合县内物流、信息等资源，优化物流配送线路，降低农村物流成本，完善县、乡、村三级物流仓储配送体系建设，构建“工业品下乡”与“农产品进城”的双向流通渠道，打通县域物流配送各个环节，实现农村电商物流行政村全覆盖，破解农村电商物流最初（后）一公里瓶颈。（二）县乡村三级物流体系建设 1、严格按照邮政管理部门对仓储物流服务中心和服务站点的建设要求，建设一个面积不少于800平方米具有开放性、功能完善的县级仓储、物流分拨、配送中心，包括办公区、实物展示区、仓储库、分拣作业车间等，配备现代化物流设备设施。2、针对县、乡、村三级物流仓储配送体系建设制定相关管理制度及标准化流程，应具有针对性、可操作性，保证后续能落实到位，完善工作内容和服务规范，确保出货效率及配送时效（县内配送时间控制在48小时以内）。3、对乡、镇物流站点进行管理并提供相关技术支持及业务培训服务。 4、农村物流信息管理综合平台能与电子商务公共服务管理系统有效对接，实现农村物流信息录入系统、物流平台服务、农村物流配送云服务管理系统、农村物流快递查询系统、车辆追踪系统、物流配单系统、车辆管理系统、账务管理系统、物流服务系统等功能无缝衔接。（三）区域公共品牌及品牌营销体系建设 1、建立健全伊川县区域公共品牌，建立农产品信息库。 2、制定产品网货化措施，培育2-3个特色农产品品牌。建立健全产品标准化、生产认证、质量保障、安全追溯等品牌配套体系。 3、协助专业合作社和龙头企业开展多方式、多平台的网上营销活动，带动全县10家传统企业开展网络营销活动，实现3家企业农产品网络销售额达到200万元以上；带动10家电商创业团队或个人网上年交易额分别达到50万元以上；带动全县15个乡镇级电子商务服务站分别实现年交易额达到10万元以上；带动全县300个村级电子商务服务站分别实现年交易额达到3万元以上。 4、组织开展农产品营销活动，每年组织2次以上大型农产品产销对接会议（电商+扶贫，电商+农产品、电商+旅游等）；并结合农产品成熟期，策划线上、线下宣传展销活动5次以上；每年组织县域内企业参加农产品、电商展销会至少2次以上，每次参展团队不少于10人。5、组织开展农产品网络宣传活动，组建专业宣传团队，制定专业的对外宣传计划。采取电视、网络、广播、报纸、户外广告、资源推介会等形式宣传推广伊川县域公共品牌产品，提高伊川农产品知名度，典型经验和发展模式被省级以上主流媒体或主管部门网站报道、发布不少于 5次，市级不少于20次，县级不少于30次。6、整合金融、物流、供销等服务体系，为全县电商发展引入配套服务内容，完善相关行业、企业的服务功能，助推农村经济社会快速发展。7、指导传统企业转型升级，给予其持续性的电商孵化和转型指导服务。服务期内培育出线上年销售额200万以上的电商企业3家、年销售额100万以上的电商企业5家、年销售额50万以上的电商企业10家,孵化跨境电商企业1家。实现全县特色农产品、民俗产品、乡村旅游等产品总体网销额年增长30%以上。 | 1、截至目前电子商务进农村项目建设120个村级站点。5个乡镇站点.2、县级仓储配送中心、县级分拣中心已投入使用，目前进驻快递五家，仓储中心进行招商进驻客户四家。3、对前期已开展站点进行培训和运营指导。 | 2020.6.31 |