

老河口市人民政府办公室文件

河政办发〔2022〕2号

市人民政府办公室 关于印发老河口市国家级电子商务进农村 综合示范项目实施方案的通知

各乡、镇人民政府、街道办事处，各园区（景区）管委会，市政府有关部门：

《老河口市国家级电子商务进农村综合示范项目实施方案》，已经市人民政府同意，现印发给你们，请认真组织实施。



老河口市国家级电子商务进农村综合示范项目实施方案

为扎实有效推进老河口市国家级电子商务进农村综合示范市建设工作，进一步完善农村市场体系，促进农村流通现代化，巩固脱贫攻坚成果和助力乡村振兴，根据《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）、《省商务厅省财政厅 省乡村振兴局关于印发〈湖北省 2021 年电子商务进农村综合示范工作方案〉的通知》（鄂商务发〔2021〕16 号）等文件要求，结合老河口市电子商务进农村综合示范工作实际，特制定本工作方案。

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、五中全会精神，立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，坚持以人民为中心的发展思想，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，聚焦乡村振兴，因地制宜、实事求是，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，推动市域商业体系转型升级，完善市乡村三级物流配送体系，培育新型农村市场主体，促进农产品进城和工业品下乡，促进农民收入和农村消费双提升，巩固拓展脱贫攻坚成果，满足农村群众美好生活需求，推进乡村

振兴。

二、基本原则

（一）政府推动、市场为主。着力完善政策、优化服务、加强监管、总结经验、推广典型模式，为电子商务在农村发展创造开放、包容、公平的政策环境。坚持市场导向，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，突出企业为主体，建立完善农村电子商务公共服务体系，提高农村电商发展的可持续能力。

（二）统筹规划，逐步实施。立足老河口市经济社会发展现状和农产品电子商务发展实际，按照规划一步到位、区域示范先行、建设分段实施的工作要求，与农村电子商务服务和物流体系、特色旅游进行有机结合，深度契合老河口市建设规划，整体部署建设任务，分步推进实施。

（三）强化服务，聚焦上行。加强农村电子商务公共服务体系和人才队伍建设，推动农产品、农村工业品、休闲农业、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商交易比例，推进“农产品进城、工业品下乡”双向流通，推动农村一二三产业融合发展，助力乡村振兴。

（四）贴近实际、补齐短板。改善农村电子商务发展环境，充分利用现有流通资源和电商资源，将存量整合与增量投入有机结合，充分调动和发挥流通、电商、物流、邮政、金融、通信等行业在电子商务进农村中的示范带动作用，探索具有地方特色农村电子商务发展的路径和模式，全面提升农村物流体系服务水平。

（ ）规范发展、注重绩效。坚持规范与发展并重，强化主体责任，注重绩效管理，规范示范项目实施，管好用好项目资金，加强资金使用监管，确保项目资金发挥最大效益，不断提高农村电商的质量和成效。

三、工作目标

（一）总体目标

通过开展电子商务进农村综合示范项目建设，建立和完善农村三级服务体系和物流体系，打造“农产品进城，工业品下乡”的双向流通体系；发挥在农产品上行销售、带动脱贫户就业增收、便民服务等方面的引领作用；建立健全配套政策，构建较为完善的电商助农公共服务、网货供应、物流配送、质量标准、产品溯源、人才培养等体系。推动我市农村商贸流通现代化，促进农业现代化，农村非农产业发展和消费结构转型，统筹城乡发展。力争通过“电子商务进农村”综合示范项目的实施，农村线上零售额同比增长 15%，农产品线上交易额增长 15%，农产品物流配送能力和农产品商品化率大幅提高，乡镇电商服务站点覆盖率 100%，村级电商服务站点覆盖率 50%以上，完成农村电商人才培养不低于 3000 人次、转化率 20%以上。通过电子商务进农村综合示范工作实现“五个突破”：

1.实现农村电商和物流服务体系建设的突破。力争在示范项目建设工作期内，建设市、乡、村三级具有服务农产品上行功能的物流配送体系，实现农村电商、寄递物流服务覆盖 50%以上行政村，让农产品上行物流渗透到重点农产品基地，基本解

决农村产品上行“最初一公里”和工业品下行“最后一公里”物流配送障碍，农村商贸物流成本明显下降，流通效率明显提高。

2.实现农产品供应链建设和电商化经营的突破。通过电商整合机制的引入，带动一批现代农业示范基地、新型农业合作社、种植（养殖）大户成长；标准化、规模化、集约化农业生产模式进一步得到推广；农产品品牌培育、品质提升取得突出成就，农产品网络零售额得到大幅度提升。

3.实现电子商务普及应用水平的突破。通过电子商务进农村综合示范工作开展，力争全市主要农副产品、农村地区加工品、乡村旅游服务网络零售额同比增长 15%以上；电子商务交易额同比增长 15%以上。

4.实现农村商贸流通企业转型升级的突破。支持不少于 5 家传统商贸流通企业运用大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，加快数字化、连锁化转型升级，实现线上线下融合发展；支持和鼓励连锁商超和大型流通企业以乡镇为重点下沉供应链，完成 8 个乡镇 50%以上村级供应链网络渠道建设，打造适应本地消费需求的现代流通服务体系。

5.实现电商人才培育新突破。依托已落户电商企业、各类培训机构，大力开展电子商务政策、理论、运营、操作等方面培训。培训电商人才不少于 3000 人次，使机关、企业、农业经营主体、农民具备电商知识和操作技能，确保电子商务稳健发展。

（二）具体目标

截至 2022 年底示范项目建设完成后：

1.实现电子商务交易额 15 亿元以上，农村网络零售额同比增长 15%、农产品网络零售额同比增长 15%。

2.打造 3-5 家年网络零售额 300 万元以上的电商企业或网店。

3.优化升级 1 个市级电子商务公共服务中心，建设或改造 8 个乡镇级和 120 个村级电子商务服务站点。

4.建设 1 个市级寄递物流公共配送中心；建设或改造 8 个乡镇级和 120 个村级寄递物流综合服务站。

5.支持不少于 5 家传统生产与商贸流通企业的数字化、连锁化和电商化转型。

6.完成电子商务人才培养体系建设，培训农村电子商务专业人员 3000 人次以上，培育不少于 5 名农村电商创新创业“带头人”，建成电商创业孵化基地并完善相关机制。制定相应的培训计划，建设期内每个月至少培训 1 场，培训满意度达 90%以上；电商助力乡村振兴专题培训不少于 10 场次，企业、合作社转型升级不少于 5 家。

7.通过电商服务中心引入电子商务第三方平台，促进在各大电商平台建设“老河口特色馆”，大力推广本市特产与乡村旅游。培育 1-2 个具备较高美誉度和知名度的农产品电商优质品牌，整合零散的生产农户，形成规模化、标准化、集约化的农产品供给模式，逐渐完善农产品分级、包装、初加工配送等基础设施，完善农产品质量安全可溯源体系建设。

四、重点任务

（一）完善升级农村电子商务公共服务体系

1. 优化升级市级电商公共服务中心

坚持实用、节约原则，依托现有基础设施和场地，对电商公共服务中心进行升级改造，公共服务中心场地面积不低于5000平方米，引入具备运营经验及条件的服务团队负责运营管理，构建1套线上电商公共服务平台，建设线上线下融合的公共服务体系。改造农产品线下特色馆，健全服务功能分区，优化电商综合宣传区、农特产品展示区、美工摄影设计区、直播带货区、创业孵化区，根据需要添置必要的设施设备，具备电商孵化、电商从业辅导、人才培养、营销策划、产品展销、企业入驻、摄影直播、金融中介等功能。坚持公益化、市场化并举，充分发挥公共服务中心在产业赋能、资源对接、品牌培育和人才培养等方面的作用，组织开展各类电商资源对接活动，集中打造电商创业一站式服务内容，整合全市电商网商企业资源，形成电商集聚，以点带面创建示范效应。加强电商主体培育，为电商企业或个体网商提供包括货源在内的一站式供应链管理和服务，帮助各类网商加快发展，强化传统企业向互联网电商企业的转型升级。鼓励网络开发、美工设计、法律咨询、会计代办、网红直播、新媒体、电商代运营等类型企业依托公共服务中心提供市场化服务，壮大农村电子商务主体，不断完善本地电商生态圈。

2. 新建、改造升级农村电子商务服务站体系

加强对农村电商服务站点统筹布局、指导管理，加强与邮政、供销、农行等部门合作共建，支持在 8 个乡镇（街道）、120 个村（其中包含不少于已脱贫村总数的 40%）建设农村电子商务服务站点（原则上与村级寄递物流综合服务站相结合），使其具备网络购物、网络销售、网订店取、网订店送、缴费支付、小额信贷、取送货品、农村创业、本地生活等功能。服务点收集本地特色农产品和特色旅游资源信息，汇总后对外发布信息、销售，实现“农产品进城”；向村民宣传服务站各项功能、电子商务行业相关资讯、培养农村群众网上购物、商品销售、购买服务等习惯；帮助村民网上购物，实现网上代购提供快递收发服务和物流配送；围绕农村消费提供家政、票务、充值缴费、金融服务等便民服务，对外发布村级各项服务内容，并定期向市级公共服务中心报送有关信息。配齐站点硬件设施，健全完善站点管理制度，打造优质站点，加强对站点负责人的培训力度，提高操作熟练度，提升服务水平；加强信息管理，完善数据报送机制，建立资料台账，加强原始凭证管理；巩固提升站点盈利能力，支持示范站点在第三方电商平台开设“电商小店”，支持电商企业与村级组织、合作社联建共建，推进智慧乡村服务应用。

（二）建设农产品供应链服务体系

1. 区域性公共品牌打造与网货培育

对全市内农村产品的生产和销售情况进行全面摸底，形成基本情况档案或报告。帮助本地生产流通企业、合作社、带头

人开发适合网销产品等网货产品开发不少于 5 个品类；培育 1 个区域公共品牌；建立 5 个品类的农产品标准化机制，提高产品的标准化水平；支持协助不少于 2 个电商从业人员、企业取得食品生产许可证等资格认证；通过深度的产业资源分析，确立老河口市农产品品牌的整合运作模式，以培育产地品牌，强化“老河口市产”的地域标识为基本点，挖掘和培育市域特色优势产业，以政府为主导、企业为主体，按照“集中力量、整合资源、强化培育、扶优扶强”的思路，推广使用老河口市区域公共品牌，统一品牌、统一包装、统一宣传，把我市农产品品牌做大做强。

2.构建一套农产品质量追溯体系

建立 1 套不少于 5 个品类的农产品质量溯源体系。建设面向本地农产品全程可追溯体系及相应农产品溯源系统，提供追溯信息的收集、整理、上传、赋码、查询、反馈等服务，实现从种植、生产、加工、检测、分拣、仓储、物流到销售各环节信息的可追溯，打造集“产品供应、过程监管、质量保障、渠道拓展”聚合为一体的市域农产品生态链，提高市域农产品“追溯、监管、管理、营销”公共服务水平。

3.打造农产品品牌网货基地

根据市内已有农产品的产量、网销情况、品牌以及结合市场需求，建设 1 个农产品网货初级加工基地，提供农产品标准化、分级包装、初加工、配送等服务，建设生鲜产品冷库与网销产品仓储物流体系建设，形成市域内农产品上行仓储，提供

农产品统一代发服务，构建农特产品网销数据包与平台运营。围绕“便民、规范、效益”服务宗旨，对农特产品进行互联网化包装设计。通过标准化手段，做大单品规模，规范农产品网络销售，引领农产品电商健康可持续发展。

4.重点打造 2 款“网红爆款”特色农产品品牌

立足老河口市优质的生态资源和农产品资源，发挥企业、合作社及电商平台的主动性和创造性，将生态精品农业与农耕文化相结合，挖掘特色产品的内在附加值，优选 2 款特色农产品作为“网红爆款”进行重点打造，提供优化升级农特产品互联网化文创、包装设计、供应链管理、营销推广等服务，提高产品认知度，加强品牌宣传，将其培育成具备较高美誉度和知名度的农产品电商优质品牌。

（三）健全市乡村三级物流配送体系

1.建设市级寄递物流公共配送中心

整合“邮政”、“菜鸟物流”、“三通一达”、“京东”等快递物流企业集中入驻市级三级物流共同分拣配送中心，面积不少于 4000 平方米，完成快递、物流、仓储等企业不少于 3 家入驻，规范经营。统筹农村地区寄递物流资源，鼓励邮政、快递、交通、供销、商贸流通等物流平台采取多种方式合作共用末端配送网络，加快推广农村寄递物流共同配送模式，有效降低农村末端寄递成本。租用或整合现有冷链仓储设施，提升完善电商冷链物流储运能力。引导生鲜电商、物流快递等企业建设前置仓、分拨仓、托管仓等，提升仓储、分拨、集散、品控、冷链

等服务能力，与邮政、申通等主流快递企业合作发展共同配送，支持本地特色产品上行，降低物流成本，实现农产品上行和工业品下行双向统仓共配。针对市、乡（镇、街道）、村三级物流制定相应的管理和运营制度，建立一整套紧密贴合老河口市实际的农村电子商务服务体系和农产品上行物流服务体系。实施快递直补奖励扶持，对电商企业、个体网点、微商实施快递物流直补，培育孵化电商带头人。

2.建设乡镇级寄递物流公共配送中转中心

在全市 8 个乡（镇、街道）建设寄递物流公共配送中转中心，面积不小于 30 平方米，集配仓，集仓储、配送、分拣、包装、协调售后服务等功能于一体，解决市级寄递物流公共配送中心与村级寄递物流综合服务站之间的中转问题。寄递物流公共配送中转中心可与乡镇电子商务服务站在场地上整合使用。分区提供功能服务，配置监控、消防器材等安全设施设备，物流货架等仓储设施，扫码枪、称重设备及物流车辆等收寄配送设备，配备 1 名以上熟悉掌握农村电子商务各项服务功能和物流配送技能的专职人员，对所在服务区域的农民的需求和生产进行摸底统计。建立物流快递服务统计台账，制定安全制度、工作流程及相关管理制度。

3.建设村级寄递物流综合服务站

建设覆盖超过 50%以上行政村（全市有 217 个行政村）的村级寄递物流综合服务站，服务站面积不小于 20 平方米，原则上与村级电商服务站点相结合。实现末端配送资源整合与共享，

降低快递配送成本，在实现“物流配送+农村物流网点自提”功能的基础上，逐步推行“直投到户”模式，确保物流快递进村入户48小时送达。可拓展村级站点代收代缴、代买代卖、小额信贷、生活服务等功能，增强电子商务服务体系可持续发展能力。

（四）推动农村商贸流通企业转型升级

1.推动传统生产流通企业电商化升级

推进本地传统企业采用连锁经营、物流配送、电子商务等现代流通方式进行数字化转型和电商化升级，着力帮助不少于5家企业实现传统生产加工销售流通到互联网企业的转换，利用淘宝直播、抖音短视频、拼多多直播、快手直播等新媒体平台进行宣传推广，多方拓展销售渠道，实现线上线下同步推进。

2.打造电商小超市

支持和鼓励连锁商超和大型流通企业完成数字化转型升级，以乡镇为重点下沉供应链，完成乡镇及村级供应链网络渠道建设，与物流快递企业共享资源，开展工业产品集中采购、统一配送、直供直销业务，推广应用新型交易模式，为个体工商户提供集中采购、统一配送、销售分析、库存管理、店面设计等服务，建立长期运行机制，提升商品品质，更好满足农村居民消费需求。新建或优化升级村级实体零售网点，或在原有村级电商服务站点中挑选具备条件的站点，建设“电商小超市”，成为末端公共配送网点，满足农民便利消费、就近销售需求。

3.推动商业经营模式创新

鼓励传统商贸流通企业创新经营模式，大力实施“互联网+

流通”行动计划，推进线上线下互动发展，实现批发业、零售业、生活服务和生产服务业等实体商业转型升级。支持实体店通过互联网展示、销售商品和服务，拓展销售渠道，提升线下体验、配送、售后等服务，加强线上线下互动，促进线上线下融合。鼓励实体店通过互联网与消费者建立全渠道、全天候互动，增强体验功能，发展体验消费。鼓励中下实体店利用“互联网+”完善便利服务体系，增加快餐、缴费、网订店取、社市配送等附加便民服务功能。鼓励互联网企业加强与实体店合作，推动线上线下交流互动、引客聚客、精准营销等优势 and 线下真实体验、品牌信誉、物流配送等优势相融合，促进实体店扩大网上销售。

（ ） 培育农村电商带头人

1.开展农村电商从业人员职业技能培训

将农村电商培训纳入我市职业技能提升行动，组织开展形式多样的农村电商技能培训。充分发挥职校、各类职业培训机构和行业协会等社会力量作用，积极开展农村产品上行有关包装、设计、宣传、网销等实操技能培训。重点完善培训后服务机制，详实记录培训对象和服务内容。

2.提升农村电商初创人员创业能力

实施农村电商创业培训专项行动，完善农村电商基础理论以及开设网店、微店、网络营销、抖音小店等实操性课程。建立农村电商培训转化机制，搭建电商“众创空间”，加强电商培训与用工就业、创新孵化的对接和引入。培养能开设网络店铺并独立开展运营服务的实用人才 200 人以上。

3.着力培育有能力有条件的经营者

组织举办农村电商带头人训练营，着力培养不少于5名有文化、懂技术、会经营的农村电商创新创业带头人。重点扶持地方特色明显、发展潜力足、带头示范作用突出的农村电商经营者或通过“上网触电”可快速实现转型提升的农产品实体企业经营者。鼓励和支持本地农户通过培训参与电商直播活动，培育原产地农民“网红”5名，发挥其带动作用，吸引广大青年加入农村电子商务大军。

4.建立电商带头人联动机制

推动农业种养及加工基地、农副产品产销大户、龙头企业、流通企业与电商创业者建立“零距离”对接机制，创新发展订单农业和特色农产品在线营销，通过“电商带头人+农产品基地”“电商带头人+农民合作社”“电商带头人+农户”等联动发展模式，促进农业产销紧密衔接，打通农村电商创业就业全链条，形成特色产业规模化发展、电商企业可持续发展的双赢局面。

5.开展专家团队全方位跟踪指导

组建由企业家、农业农村经济带头人、创业带头人、专家学者等人员组成的创业导师志愿团队，建立创业导师（专家）库，对农村电商创业和从业人员开展分类、分阶段的全方位跟踪指导。引进和支持第三方服务商，为农村电商创业就业提供技术和信息服务。

（六）巩固拓展脱贫攻坚成果

1.以稳就业、稳产业为重点

支持电商企业、镇村电商服务站点、合作社等与已脱贫户建立利益联结机制，鼓励电子商务相关物流快递企业、网货供应企业、互联网企业优先安置已脱贫人口就业。支持脱贫村产业发展，推动乡村振兴，推动产业融入优势特色产业布局，补上技术、设施、营销等短板，完善利益联结机制，带动脱贫户稳定增收。

2.健全机制，助脱贫户增收致富

坚持“电商+龙头企业+脱贫户”、“电商+公司+脱贫户”、“电商+合作社+脱贫户”、“电商+服务站+脱贫户”、电商与脱贫户结对方式，帮助脱贫户增收，巩固拓展脱贫攻坚成果，防止大规模返贫。建立健全电商帮扶统计体系，确保情况真实、数据精准。2022年底建立5个以上“电商企业+基地”产业示范基地，实现电商、基地（合作社）和已脱贫户共同受益。引导支持本市大型商贸流通快递企业开展形式多样的农特产品产销对接活动，走进产地，集中采购，统一配送，直供直销。

3.积极开展电商助农、农超对接活动

聚焦精准，因地制宜，推动电商与特色产业、旅游、文化等有机结合，注重示范效果向具备条件的重点村、已脱贫户倾斜。支持市级电商公共服务中心为全市重点村提供产品运营服务和品牌建设；通过社群电商帮助重点村农特产品做好销售。支持已脱贫户利用电商开展创业或在第三方平台上开设网店，为其提供基础普及性的公开、免费培训或者市场化的增值培训。支持主办以脱贫户农产品为主的电商年货节、农产品展销会、

线上营销与线下采摘相互等活动促进农产品销售。

（七）鼓励创新和先行先试

打造一个集农特产品展示、线上销售、网红直播带货于一体的电商直播基地，为老河口市有需要的企业及创业个人提供电商直播实训，也可以用来支撑其初期的电商直播运营工作，直播基地具备全套直播功能平台的入驻，并进行运营管理，包括新手直播教程、数据分析、内容规划教程、引流教程、营销推广软件，直播模拟软件等为直播网红孵化提供支撑。支持电商+旅游，电商+民宿等创新模式的打造。支持以“新模式创建”为主题的创新、创业大赛；支持举办以“文旅+电商”为主题的沙龙、研讨会等宣传与活动，推动乡村旅游发展，支持电商小镇、产业园区先行先试建设。

五、资金使用安排

老河口市实施国家级电子商务进农村综合示范项目建设工作计划安排资金 1500 万元，依照《财政部关于印发〈服务业发展资金管理暂行办法〉的通知》（财建〔2019〕50 号）、《湖北省 2021 年电子商务进农村综合示范工作方案》等文件规定，采取直接补助、以奖代补、贷款贴息等支持方式，通过中央财政资金引导带动社会资本共同参与农村电子商务工作，强化电商示范专项资金过程管理。其中，用于市级电商公共服务中心建设和运营的资金不超过资金总量的 15%，用于市乡村三级物流配送体系（含市级寄递物流公共配送中心和镇村综合服务站点）不低于资金总量的 30%，用于市域商业基础设施建设和数字化转型

的资金不低于 25%，用于农产品供应链体系建设的资金不少于资金总量的 10%，用于电商人才培训的资金不超过资金总量的 10%，其余资金用于巩固拓展脱贫成果、开拓创新等方面。（详见附件：老河口市电子商务进农村综合示范项目资金安排）

六、项目实施步骤

（一）启动阶段（2022 年 1 月—2 月底）

1. 组织开展农村电子商务发展基础情况摸底调研；组织相关单位和企业赴市内外学习考察，为开展综合示范工作打好基础。

2. 编制规划、完善工作实施方案、项目资金管理办法，在本地媒体和网络上公开、公示，并报财政部门备案。

3. 成立电子商务工作组织领导机构，组建电子商务进农村工作领导小组办公室（简称市电商办），建立统筹协调机制，明确职责分工，落实工作责任。

4. 利用新闻、网络、广播等各类媒体渠道，大力宣传电子商务进农村综合示范工作相关政策、重要目的和意义等，营造良好的社会环境和舆论氛围。

（二）实施阶段（2022 年 3 月—2022 年 12 月）

1. 推进项目实施。按照中央财政资金使用的有关规定和程序完成项目承办企业的招标，在政府门户网站公示，报财政部门备案。承办企业启动项目建设。

2. 全面启动电子商务进农村建设

（1） 市级电子商务公共服务中心和市级物流仓储中心投入运营，部分乡镇、村级服务站点投入运营。

(2) 农村电子商务服务站点行政村覆盖率达 50%；物流快递乡镇覆盖率 100%，且覆盖已建的村级服务站点。

(3) 中标服务商负责推进电子商务进农村综合示范项目各服务体系建设，完成本建设方案要求的全部工作内容。

3.加强督导检查。领导小组办公室定期或不定期对示范项目进展情况进行督导检查；做好对示范项目建设的全程动态跟踪和监管，督促项目实施进度，及时上报项目进展情况和年度工作总结；同时通过建立项目台账制度、电子商务管理制度，以及农村电子商务市场秩序监管机制和绩效评估体系。建立电子商务进农村综合示范工作考核办法，确保电子商务进农村综合示范项目创建工作取得实效。

(三) 绩效评价阶段（2023 年 1-3 月）

在总结示范项目创建工作的基础上，分层次加强检查调度，查找问题，限时整改；建立电子商务进农村的长效运营机制，健康有序发展农村电子商务，全面迎接省商务厅、财政厅、乡村振兴局及国家商务部、财政部、乡村振兴局对我市电子商务进农村综合示范工作的绩效评价。

(四) 整改提高阶段（2023 年 4 月—2024 年 8 月）

对省商务厅组织的绩效评价工作中指出的问题，形成书面整改意见，经领导小组批准后上报省商务厅，责成项目承办单位负责整改到位，迎接整改回头看。根据回头看的反馈意见，持续改进，最终完成各项建设目标。

七、保障措施

(一) 加强组织领导。成立由市人民政府主要领导任组长，分管领导任副组长，相关部门负责人为成员的电子商务进农村工作领导小组，形成主要领导亲自抓，分管领导具体抓的工作机制，统筹协调解决农村电子商务发展中的重大问题和事项。领导小组办公室设在市商务局，负责组织指导和协调相关部门、企业深入扎实推进工作。各乡镇成立相应组织，明确专人组织协调统筹布局本辖区农村电子商务工作，切实做到领导到位，组织到位，措施到位。

(二) 建立考评机制。将农村电子商务工作纳入政府考核体系，结合实际，制定年度考核标准，并下达考核指标。按照不同阶段的要求，对开展农村电子商务工作分别制定考核目标，细化考核指标，明确各自工作职责，层层分解工作任务，确保年度工作目标的圆满完成。

(三) 健全管理制度。为确保项目的规范实施，快速推进，确保资金规范、安全、高效有效使用。一是建立项目管理制度，落实财政专项资金管理办法。建立项目制度，各相关企业、单位将项目建设、资金使用等有关材料整理装订成册，以备核查。二是实行公示制度。项目实施方案、实施主体、促进政策、项目补贴对象及资金、项目实施过程在政府门户网站予以公示，接受社会监督。三是定期上报工作动态信息。按照商务部门制订的绩效考评办法，认真做好资料的收集、整理工作，定时报送工作进展情况，确保示范成效。

（四）加大宣传力度。加大宣传力度，引导社会各界关注和支持农村电子商务发展。进一步梳理典型案例，将农村青年创业故事、企业发展经验、产业基地运营模式等进行宣传推广。推进农村电商行业组织建设，加强行业内部沟通和互相学习，促进共赢发展。

（ ）明确职责分工。商务、财政、乡村振兴部门为综合示范项目实施部门和监管部门，要在充分调研基础上，制定切实可行的实施方案，明确责任人和时间进度，并将廉政建设与综合示范工作紧密结合起来，保障项目实施、项目验收、资金拨付、绩效评价等工作顺利完成。各地各部门要强化联动，齐心协力，密切配合，全力做好农村电子商务工作。各涉农主管部门，要主动服务，积极指导培养各自行业内农产品网络销售。

（六）做好政务公开和信息报送。在市政府门户网站设立电子商务进农村综合示范公开专栏，公开综合示范实施方案、项目内容、资金安排、决策过程等信息，同时设立征求意见窗口或纪检、审计举报窗口。市国家级电子商务进农村综合示范工作领导小组办公室及项目承办单位要积极与商务部农村电子商务信息系统、智慧乡村 APP 对接，按要求及时填报有关信息。凡接受财政补贴的项目，必须按要求提供交易和活动信息，同时依法保护项目承办单位信息安全。

附件：老河口市电子商务进农村综合示范项目资金安排

附件

老河口市国家电子商务进农村综合 示范项目资金安排

序号	项目名称	资金支持比例	总价（万元）
1	市级电商公共服务中心建设和运营	15%	225
2	市乡村三级物流配送体系	30%	450
3	市域商业基础设施建设和数字化转型	25%	375
4	农产品供应链体系建设	10%	150
5	电商人才培养	10%	150
6	巩固拓展脱贫成果	5%	75
7	开拓创新	5%	75
总计	大写：壹仟伍佰万元 小写：1500 万元		

老河口市人民政府办公室

2022年1月19日印发
