

商务部办公厅文件

商建字〔2016〕17号

商务部办公厅关于印发《农村电子商务服务规范》(试行)和《农村电子商务工作指引》(试行)的通知

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：

为落实《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》(国办发〔2015〕78号)精神，推动农村电子商务持续健康发展，现将《农村电子商务服务规范》(试行)和《农村电子商务工作指引》(试行)印发给你们，请结合实际认真贯彻落实。



农村电子商务服务规范(试行)

前 言

为贯彻落实国务院办公厅《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》(国办发〔2015〕78号)精神,指导各地加快发展农村电子商务,制定本服务规范。

本服务规范就县级人民政府建设农村电子商务公共服务体系,提出了6方面的具体建议,并对功能、建设和服务等要求进行了系统阐述,便于开展农村电子商务的县级人民政府和相关企业参考。本服务规范非强制性要求,各地可结合自身实际情况,进行调整、优化和完善。

各县级人民政府发展农村电子商务要坚持“企业为主、政府推动、市场运作、合作共赢”的原则,搭建综合性的县域农村电子商务公共服务体系,包括县级农村电子商务公共服务中心(以下简称公共服务中心)、农村电子商务培训体系、农村电子商务物流体系、农产品电子商务供应链管理体系、农村电子商务营销体系和农村电子商务服务站体系。

通过县级农村电子商务公共服务中心建设,整合各方资源,构建培训、物流、农村服务站、农村产品营销和供应链体系,解决理念、创业培训、氛围营造、农产品销售、O2O农村消费等问题。提

供公共仓储、代发货等基础服务；加强品控，制定标准，建立农村产品供应链上行体系；推动政府制定相关配套政策，整合资源，协助农村群众对接政府相关职能部门及第三方服务商（如：物流、金融）等，让有意参与农村电子商务发展的企业、农户等市场主体能在公共服务中心找到所需要的相应服务。

通过农村电子商务培训体系建设，提供公益性和市场化相结合的电子商务理论及实操培训，提高农村群众电子商务技能。有计划地培养一批理论和实践能力强的农村电子商务专业人才，提高新型农业经营主体电子商务应用能力。

通过农村电子商务物流体系建设，整合县域现有的物流资源，力争实现资源的合理化配置，为农村群众提供快递收发、本地物流配送等服务，为实现“工业品下乡、农产品进城”双向流通奠定基础。

通过农产品供应链管理体系建设，为县域内从事农村电子商务的群众，提供产地预冷、集货仓储、分拣包装、冷链运输、质检追溯等公共服务，指导农民开展标准化生产并根据消费需求变化及时调整生产结构。

通过农村电子商务营销体系建设，为农村群众提供活动策划、产品包装设计与视频拍摄、代运营、分销体系建设等服务，指导创建自有品牌，积极推动“三品一标”、“一村一品”农产品网上营销。

通过农村电子商务服务站体系建设，突破农村信息瓶颈，为农村群众提供在线购物、销售、缴费、出行、娱乐、资讯、创业等服务，

方便农民生产生活,促进农村消费,带动农村产品销售,促进农民增收,搞活农村经济。

一、县级农村电子商务公共服务中心

在农村,由于受地域、文化、配套设施等因素影响,互联网应用难度较大,必须主动推进。公共服务中心可以采取政府购买服务形式运行,通过公开招标的形式交由具备运营经验及条件的企业运营管理,定期重新招标。也可以由政府招聘一批熟悉电子商务运作的人员,成立或指定专门工作机构,负责运营管理。

公共服务中心应扎根于农村,服务于政府、企业及农民,建设线上线下融合的公共服务体系,提供技术支持、培训孵化、产品对接、品牌建设、网络推广、金融信用和其他衍生增值服务等,使县域电子商务形成抱团合力、区域特点和优势。根据需要可设产品中心、单品(Stock Keeping Unit,简称SKU)管理中心、品牌中心、二维码中心、质量追溯中心、订单中心、客服中心、移动电子商务中心、O2O中心、商流中心等子中心。

(一)建设内容。

1. 一个固定的场地。农村电子商务公共服务中心应因地制宜,由当地政府利用现有资源提供一个固定的场所,配备必要的办公设施。可以统筹考虑物流、培训、交流等需要,预留空间。有条件的地方应建立适应发展农产品电子商务要求的冷链设施,提供低温环境下的分拣、加工、包装、仓储等服务,并做好农产品质量安全检测。场地要交通便利,满足办公接待需求。

2. 一个运营团队。农村电子商务公共服务中心的运营团队必须具备一定的电商公共服务平台运营经验,配备专职运营人员。要具备常规的业务对接、咨询等服务功能,还能根据当地实际提供特色增值服务内容。

3. 一个服务前台和线上体验区。设立一个独立的服务前台和线上体验区,并配备专业服务人员,负责为区域内企业、网商、服务商提供业务咨询和技术服务。在显著位置放置电子商务公共服务中心运营授权标识。

4. 一个线上服务平台系统。具备以下几个功能模块:一是电子商务资讯,统计分析;二是服务内容展示;三是电子商务(远程)培训;四是本地电子商务企业展示。

5. 一套服务管理制度。包括但不仅限于会员服务登记及服务、公共服务中心服务项目公示、服务时间、设备管理、网站平台信息维护、投诉反馈、公共服务中心岗位职责和考核指标等方面的管理制度。每项制度都应具有针对性、可操作性,保证落实到位。

6. 一定的政策支持和运营经费保障。公共服务中心要坚持政府推动和市场运作相结合,通过政府购买服务,或列支专项资金保障运行。基础服务免费,特色增值服务微利,体现公益性。

(二)服务规范。

公共服务中心要积极做好服务资源落地和专业服务需求对接工作,加强资源整合,建立服务标准,规范服务流程,确保服务资源有保证、服务质量有保障、服务机制有效率。

1. 决策支持。编制县域农村电商发展规划；监督落实农村电子商务实施方案，会同有关部门对农村电商基础数据进行收集、整理和分析，为政府制定扶持政策、企业开展相关业务等提供支撑。

2. 电商主体发展及管理。公共服务中心是一个面向全县各市场主体的服务机构，针对网商、第三方服务商、有关企业和个人等农村电商发展的重要力量，进行需求挖掘和分析。中心可开展会员服务。

3. 资源整合与统筹。

整合政府资源。将原有的分散在商务等有关部门的政策进行整合，将政府电子商务政策通过一个口落地。

整合行业资源。推动农业龙头企业、农民专业合作社、种养加专业大户、家庭农场、旅游企业等主体进行市场化整合，引导企业向薄弱、缺失环节投资，推动农村一二三产业融合发展。推动物流资源整合，提供物流解决方案。组织对接活动，协助企业寻找经销(分销)商。

整合第三方服务商资源。为企业提供全产业、全方位电商服务解决方案。将原来分散、自发的第三方服务商有机结合，让电商企业、传统企业和其它有需求的企业能快速地与平台运营商、品牌策划公司、营销公司、本地生活服务企业及电商培训机构建立联系。

4. 农产品供应链管理营销服务。

推动农业生产、流通数据信息开放共享，探索农业生产资料电

子商务与农业生产技术指导协同发展模式,推动农业技术、商业模式集成,加强农产品供应链规划、建设和管理,完善农产品检验检测、质量标准和追溯体系,针对当地特色农产品的生产、分布特点,规划和建设一批物流、初加工节点,建立健全农产品上行渠道,引导农民生产满足消费需求、适合网络销售的产品,提高农业现代化水平,促进农业发展方式转变。

针对当地特色农产品,帮助生产企业、专业合作社、网商、服务商集中产品,做好拍摄、文字编辑,形成县域产品资源库,实现农产品向网销单品 SKU 的转化。

公共服务中心为当地特色农产品提供品牌、商标注册服务,打造特色品牌。通过全网营销体系进行县域产品整合式网络销售。

5. 电商氛围营造与宣传。为网络创业人员实际创业过程中遇到的各类问题提供咨询与解答;向政府推荐优秀电商创业项目,争取政策扶持;组织开展各类电商文化活动,举办网上创业创新项目大赛等,为创业人员、电商企业和人才之间搭建交流平台。挖掘和培育一批优秀网商、典型网商、创业案例,通过政府网站、电视、报纸、微信、微博等宣传渠道进行宣传,并将本地电子商务氛围营造、平台建设与当地农特产品宣传、休闲旅游产品推介有机结合。

二、农村电子商务培训体系建设

建立覆盖对象广泛、培训形式多样、管理运作规范、保障措施健全的培训体系。

(一)建设内容。

1. 一个固定场所。具备办公场地、培训场地和实训机房,可长期实施电商培训,方便停车,电商理念、企业文化、往期培训照片上墙,统一标识标牌。可考虑设在公共服务中心之内,或与本地院校、党校、行政培训机构等紧密合作。

2. 一个专业的培训工作团队和讲师团队。具备电商知识、经验以及教学经验,团队人员需具备常规培训业务接单、培训计划拟定、培训计划对接及培训相关事项咨询能力,还可以根据需求方的实际情况调整培训计划方案。

3. 配备必要的办公设施和培训管理制度。制定讲师管理制度、考核制度、课件研发制度等相应的管理制度及工作流程,每项制度及工作流程都应具有针对性、可操作性,保证后续能落实到位。

4. 一定的政策支持和培训经费保障。当地政府对于培训相关工作在政策及经费上应给予一定支持与保障。

(二)服务规范。

组织当地院校、社会组织,或引进培训机构,对合作社农民、创业就业人员、电商转型的企业和政府人员开展电商理念培训、技能方法培训和高技能人才培训等不同层次、公益性和市场化相结合的培训。建立农村电子商务培训实践教育机制,对培训进行跟踪,提供后续实践引导和服务,确保培训实效。

能够提供电商理念和实操培训,实操培训内容包含微商系类、

淘宝系类及第三方营销平台和其他新平台的实操。开展现场和网络远程培训。基础公益培训可在网上免费下载。

制定相应的培训计划,对于每月培训场次、人数、培训学员满意度等都要做好规划,并严格执行。严格遵守中央和地方培训管理办法,做好培训情况的记录,加强培训档案和经费管理。严格挑选讲师及工作人员,制定完善工作监督与考核机制。

三、县、乡、村三级电子商务物流体系建设

当前农村收发的物流数量还不多,并且很多农民白天在田间劳作无法收货,物流企业业务收益与支出不相称,不少地区的农村还是快递物流的盲区。可通过整合当地邮政、各大快递物流公司,成立专业的物流公司,负责从县到村的农村物流体系建设,包括建设农村物流仓储中心、农村物流信息管理平台及农村物流运输体系。

农村物流仓储中心和物流运输体系建设,要充分发挥现有资源,避免重复建设和资源浪费,可以以农村电子商务服务站为基础,结合邮政现有的乡镇物流配送网络,交通运输部门的农村公交班线,以及本地货运等各种运输资源,解决物流服务在农村服务能力较弱问题。

农村物流信息管理平台建设,重点解决农村物流资源的协调统筹,降低农村物流成本。快递跟踪信息能够从县级物流仓储中心传达到农村,让农村群众实时查询到包裹在县域内的流转情况,享受包裹到达短信提醒等服务。

(一)建设内容。

1. **县、乡、村三级电子商务仓储物流中转。**县级电子商务物流仓储中心可建于交通便利处,场地周围便于停放物流运输车。有条件的可设于县级公共服务中心内。乡镇、村的物流中转应在乡镇、村电子商务服务站开辟的物流服务区实现,避免重复浪费。

2. **一个物流体系运营团队。**不同范围的工作人员可以给予不同定位,县级工作人员必须配备专业团队,乡村相关工作人员可以兼职。

3. **一套管理制度。**针对县乡村三级物流制定相应的管理制度、登记流程、产品货架归类制度、问题件处理流程、配送员考核及其它工作流程。农村物流配送要固定时间、固定地点、明确价格,每项制度及工作流程都应具有针对性、可操作性,保证后续能落实到位。

4. **一个高效机制。**县乡村三级物流体系需在现有的基础上充分整合邮政等物流资源,以行政方式推动,采取市场化方式解决,要处理好每个环节的物流中转衔接和每个环节所代表的利益分配。

(二)服务规范。

1. **快递收发。**对于快递不能直接配送到村的,需要建立县乡村三级物流体系承担快递收发工作,解决农村物流配送最后一公里问题。

2. **本地化物流配送。**协助当地村民将农村产品配送到县城。

3. 物流整合。在基于县、乡、村三级物流体系的自有物流配送体系的基础上,需要不断整合市场化的物流资源。

四、农产品电子商务供应链体系建设

农产品具有鲜活易腐性,对外在条件的依赖比较明显。农业生产的区域性、季节性、分散性也十分突出,农产品供应链是一个从田间地头到消费者餐桌的过程,传统的农产品交易是农产品沿着农户、加工企业、配送中心、批发商、零售商,向消费者运动的一个网状链条。开展农产品电子商务,有必要加强农产品供应链管理,统筹资源,加强协作,以信息化带动农产品生产、流通的标准化、规模化和现代化。

(一)建设内容。

可建于县级农村电子商务物流中心或农产品批发市场等地。场地应能停放物流配送车。品控部门需要有独立的化验室,场地要位于通风处,配备品控检测的专业仪器和设备、农产品质量安全追溯系统等必要的软硬件设备。拥有专业农产品开发人员、品控人员、仓储配送人员。需建立品控、售后、供应商入驻、产品检测、发货流程、仓储 6S 管理等各岗位的管理制度。

(二)服务规范。

一是建设农产品开发体系,让农产品能实现在线化、互联网化、品牌化;建设农产品品质管理体系,通过集中仓储加强产品品质监控。

二是有条件的地区可以建立农产品溯源系统。健全“三品一

标”、“一村一品”等基础数据库，记录农产品种植、加工、包装、检测、运输、销售等关键环节的信息，设置系统预警，并通过互联网、手机 APP、电话等途径发布信息，增强公众对产品的认可，实现质量可追溯、责任可追查。

三是提供农产品电子商务标准化工作指导。从实际出发、因地制宜，坚持统一、简化、协调和最优化原则，与便民、规范、效益相结合，确立可测量的标准化方针和目标，建立可操作的服务程序和制度，开展多元化、特色化服务。

鼓励农产品企业按照国际、国内相关标准，制定适应电子商务要求的农产品等级划分、包装、物流配送、流程规范等质量规范和质量追溯要求。鼓励支持快递企业制定适应电子商务寄递需求的定制化包装、专业化服务等规范。

四是提供专业的供应链培训服务。构建电子商务平台下的供应链管理新模式，要注意保持农产品供需的相对稳定，减少信息不对称，对农产品产销形成稳定预期。

五、农产品电子商务营销服务体系

以电子商务为手段，在农业生产、加工、流通等环节，加强互联网技术应用和推广。运用电子商务大数据引导农业生产，拓宽农产品、民俗产品、乡村旅游等市场。

由公共服务中心牵头，带动和扶持本地网商、农业和旅游企业参与到营销体系建设中来。运用多种电子商务营销手段，如微信营销、微博营销、手机 APP、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。

(一)建设内容。

可在交通便利、人流量大、尽量靠近旅游路线附近和有实际需求的地方,建设一个具备网超条件的 O2O 展示展销中心。既在线下推销本地产品,也提供线下展示功能。对于缺乏上述条件的县城,不建议建设线下展示中心。

(二)服务规范。

重点在线上进行主题策划、活动策划、媒体策略、品牌塑造、形象打造、市场监测,进行稿件、媒体、活动等公关、推广,渠道维护和拓展。

积极组织、引导合作社与电商平台对接。在继续做好农产品营销促销工作的同时,集中打造网上展示大厅,推动“名特优新”、“三品一标”、“一村一品”农产品上网营销,加强宣传推介,提高农产品网络销售的公信力、信誉度和美誉度。

引导农民合作社与城市社区建立直供关系,共同设立农产品体验店、自提点和提货柜。推动建立海外营销渠道,推动跨境农业电子商务发展。

六、农村电子商务服务站体系建设

分级建立农村电子商务服务站,为农民提供电子商务基础服务。

(一)建设内容。

乡镇、村级电子商务服务站要有固定的经营场所,场地位于村民日常活动集中区,且网络已覆盖,可以选择建于农村商店、村民活动中心、村民自住房等。一个行政村建设服务站点个数尽量不超过一个,已有企业服务站点的,可以考虑合并建设。

至少配备1名及以上专职人员,且参加过相应培训,能够熟练操作农村电子商务平台上的各项服务功能,能够对所在服务区域的农民的需求和生产进行摸底统计。

要遵循公平、公正、公开原则,诚信经营,对各个电商平台开放,不能仅为一家平台服务。服务站应定期向县级公共服务中心报送有关信息,并建立日常网络安全管理、考勤、假期管理、货物配送管理等制度。

(二)服务规范。

1. 入户宣传。向村民宣传服务站各项功能、电子商务行业相关资讯,提供农村电子商务普及培训,培育农村群众网上购物、商品销售、购买服务等习惯。

2. 网上代买代卖。帮助村民网上购物,并协助解决购物过程产生的纠纷等问题。公共服务中心组织村级服务站收集当地特色农产品,汇总后对外发布信息、销售。

3. 便民服务。为村民提供水、电、宽带、话费等生活网上缴费,代收代发快递、车票代购、酒店预订、本地资讯等服务。与金融机构合作,提供小额取现、生产贷款等服务。对外发布村级各项服

务内容。

4. 创业服务。组织当地青年参加网上创业就业学习、交流，营造氛围，培育人才。

5. 生产服务。与种子、农药、化肥等农业生产资料企业合作，依托村级服务站网上销售，开展技术指导。

6. 依照当地情况其他增值服务。

农村电子商务工作指引(试行)

为贯彻落实《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》(国办发〔2015〕78号)精神,提高工作的科学性、规范性、操作性,促进农村电子商务加快发展,制定本工作指引。

各地可根据工作指引,结合本地实际情况,创新提出本地具体政策和工作措施。

一、农村电子商务工作的指导思想

全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会精神,落实国务院决策部署,按照全面建成小康社会目标和新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展的要求,坚持“创新、协调、开放、绿色、共享”的发展理念,深化农村流通体制改革,创新农村商业模式,培育和壮大农村电子商务市场主体,加强基础设施建设,完善政策环境,加快发展线上线下融合、覆盖全程、综合配套、安全高效、便捷实惠的现代农村商品流通和服务网络。

二、农村电子商务工作的基本原则

(一)市场为主,政府扶持。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,突出企业的主体地位。加快转变政府职能,做好引导和扶持,加强基础设施建设,促进资源协作统筹,建立完善农村电子商务公共服务体系,为农村电子商务发展营造平等参与、公平竞争的环境,激发各类市场主体的活力。加强事中事后监管,依法维护

经营者、消费者合法权益。

(二)统筹规划,创新发展。将发展农村电子商务纳入区域“十三五”发展规划和新型城镇化规划,作为农村发展的重要引擎和产业支撑,促进城乡互补、协调发展。以商业模式创新,推动管理创新和体制创新,不断改造传统商业的业务流程,提升农村流通现代化水平,促进农村一二三产业融合发展。主动适应互联网经济发展要求,转变传统发展观念,创新工作方式方法。充分利用当地现有资源,建立和完善农村电子商务资源互联互通与共享机制。

(三)实事求是,因地制宜。结合本地区农村经济社会发展水平、人文环境和自然资源等基础条件,认真研究分析,着眼长远,理性推进。注重发挥基层自主性、积极性和创造性,因县而异,探索具有农村特点的电子商务发展路径和模式,改善农村民生条件,让广大农村群众逐步享受到与城市居民一样的公共服务。

(四)以点带面,重点突破。围绕农村电子商务发展的关键问题和环节,紧密结合当地的产业特色和地域优势,选择农民急需的消费品、农产品、农业生产资料等开展农村电子商务试点,集中力量解决物流、人才、金融服务等问题,及时总结经验教训,不断提升示范效应,形成推广机制。

三、农村电子商务的重点任务

(一)积极培育农村电子商务市场主体。充分发挥现有市场资源和第三方平台作用,培育多元化农村电子商务市场主体,鼓励电商、物流、商贸、金融、供销、邮政、快递等各类社会资源加强合作,

构建农村电商平台,实现优势资源的对接与整合,参与农村电子商务发展。

(二)扩大电子商务在农业农村的应用。在农业生产、加工、流通等环节,加强互联网技术应用和推广。拓宽农产品、民俗产品、乡村旅游等市场,在促进工业品、农业生产资料下乡的同时,为农产品进城拓展更大空间。加强运用电子商务大数据引导农业生产,促进农业发展方式转变。

(三)改善农村电子商务发展环境。硬环境方面,加强农村流通基础设施建设,提高农村宽带普及率,加强农村公路建设,提高农村物流配送能力;软环境方面,加强政策扶持,加强人才培养,营造良好市场环境。

四、农村电子商务工作的主要内容

(一)建设新型农村日用消费品流通网络。适应农村产业组织变化趋势,推动万村千乡、邮政、供销合作社等传统商贸企业转型升级,创新商业模式,与电子商务平台实现优势互补,增强产、供、销协同能力,实现线上线下融合发展。建立完善覆盖县、乡、村的农村商品流通服务网络体系,为农村提供安全、便利、实惠的消费环境。

(二)加快推进农村产品电子商务。以农产品、农村制品、乡村旅游等为重点,加强对互联网和大数据的应用,引导生产更多的能够满足消费者需求的产品与服务,推动农业供给侧改革。提升农村产品质量和服务水平,提高农村产品的商品化率和电子商务交

易比例,培育农村品牌,带动农民增收。

(三)鼓励发展农业生产资料电子商务。鼓励对传统农业生产资料经营网点进行信息化改造,推动化肥、种子、农药等农资产品电子商务。为农民提供优质、实惠、可追溯的农业生产资料。发挥农资生产流通等企业和研究机构的技术优势,将农资研发、生产、销售与指导农业生产相结合,通过现代信息技术提供测土配方施肥、农业网络诊疗等及时、专业、贴心的农业专家服务。

(四)大力发展农村服务业。按照新型城镇化发展要求,逐步增加农村电子商务综合服务功能,大力发展信息进村入户,实现一网多用。鼓励与服务企业、金融机构等加强合作,提高大数据分析能力,在不断完善农民网络购物功能的基础上,逐步叠加手机充值、票务代购、水电气费缴纳、农产品网络销售、小额取现、信用贷款、家电维修、养老、医疗、土地流转等功能,进一步提高农村生产、生活服务水平。

(五)提高电子商务扶贫开发水平。按照精准扶贫、精准脱贫的原则,把电子商务纳入扶贫开发工作体系。积极推进电商扶贫工程,有关部门密切配合,形成合力,瞄准建档立卡贫困村,覆盖建档立卡贫困户。提升贫困地区交通物流、网络通讯等发展水平。探索农村创业新模式,引导农民立足农村、对接城市,推动贫困地区特色农副产品、旅游产品网络销售,增强贫困地区利用电商创业、就业增收能力。

五、农村电子商务工作的组织开展

(一)加强组织领导。

把农村电子商务作为“一把手工程”，在发展初期，坚持“扶上马、送一程”的理念，健全和完善工作协调推进机制，加大扶持力度。根据农村电子商务的不同发展阶段，调整政府定位。

1. 加强领导。成立由政府主要负责同志任组长，分管负责同志任副组长，有关部门负责同志为成员的农村电子商务发展工作领导小组。形成主要领导亲自抓，分管领导具体抓、抓落实的工作机制，统筹协调解决农村电子商务发展中的重大事项和问题。

2. 健全机构。成立专门的工作机构，或指定具体部门，配备熟悉电子商务业务的专业人员，负责拟订当地农村电子商务发展规划和相关政策；协调建设农村电子商务公共服务体系，为当地企业和个人运用电子商务提供支撑；开展电子商务行业统计、监测和分析。建立商务、发展改革、工业和信息化、财政、人力资源和社会保障、交通、农业、金融、工商、旅游、统计、邮政管理、供销、共青团等多部门共同参与的部门协调机制，明确各自责任。电商发展基础较弱的地方，可以采取政府购买服务等方式由行业龙头企业提供相应的公共服务。

3. 制定政策。政府应发挥其公共服务的职能，为市场主体创造良好的政策环境。一是认真贯彻落实上级有关加快农村电子商务发展的政策措施，结合当地地理、产业、人才、发展基础等，统筹谋划农村电子商务发展的思路、重点、措施，研究出台扶持农村电

子商务发展的配套政策,在项目、土地、税收、人才、培训等方面加大扶持力度。**二是**充分发挥政府投入的引领作用,建立健全适应农村电子商务发展的多元化、多渠道投融资机制,积极探索适应农村电子商务发展的风险投资、融资担保、责任保险等模式。**三是**建立健全相关的日常管理制度、工作推进制度、监管制度、考核制度等,完善相关工作机制,为农村电子商务发展提供强有力的制度保障。

4. 优化环境。以创新的思路,统筹推进各项工作,努力营造农村电子商务最优的发展环境。**一是**优化政务环境。着力推进简政放权、优化服务、提速增效等工作,进一步简化审批流程,对农村电子商务企业开展的项目开放绿色通道,提高工作效率。**二是**创新工作载体。通过开展形式多样的活动,服务好农村电子商务企业;当好调研员、服务员,了解农村电子商务发展中存在的困难与问题,切实解决制约企业发展的瓶颈问题。**三是**转变工作作风。贯彻落实“三严三实”要求,以强烈的务实理念,扎实的作风,严明的纪律保障工作落实,高质量、高标准地完成每一项工作任务,进一步提高干部职工服务农村电子商务发展的能力。

(二) 编制规划,制定工作方案。

结合实际,理清思路,立足优势资源和产业,突出特点特色,科学合理编制发展规划,制定切实可行的实施方案。

1. 深入调研,理清思路。**一是**认真学习借鉴先行地区的经验做法,与自身实际对照,不断研究完善农村电子商务的发展思路,

形成自己的发展特色。**二是摸清自家底数。**组织职能部门、乡镇村基层组织和有关协会、企业，深入实地专题调研，弄清本地农产品、民俗产品、乡村旅游等资源情况，以及本地产业发展情况。初步确定适合网络销售、能够代表地方特点、具有一定规模的产品。建立动态数据库，定期更新。**三是理清工作思路。**结合本地资源禀赋和经济社会发展等实际情况，开展农村电子商务发展战略研究。

2. 描绘蓝图，编制规划。规划是总纲，对农村电子商务的发展具有非常重要的引领作用。要围绕当地资源禀赋、文化特色、产业发展现状和存在问题等，确立农村电子商务的发展战略、总体思路、主要目标、功能布局和重大项目等，明确产业发展重点、工作任务，制定引导与扶持的系列政策和保障措施，科学编制符合实际的农村电子商务发展规划。确保农村电子商务发展规划与区域“十三五”发展规划、县域总体规划和新型城镇化规划等规划有机结合，充分体现当地的发展特色。

3. 结合实际，制定方案。实施方案是规划分步实施的细化，结合农村电子商务发展规划，研究制定切实可行的工作实施方案，从组织机构、宣传及培训工作、电子商务平台建设、品牌建设及产业链整合、完善相关政策及配套服务等方面，对发展农村电子商务做出全面细致的部署。分阶段明确工作要求，细化分解工作任务，落实具体负责人，确保规范操作和项目的顺利实施，保障目标任务的圆满完成。

(三)加强基础设施和物流体系建设。

1. 加快农村信息基础设施建设,促进宽带网络提速降费,积极推动4G和移动互联网技术应用,结合农村电子商务发展,持续提高农村宽带普及率。

2. 以建制村通硬化路为重点加快农村公路建设,推进城乡客运一体化,有条件的地区实施公交化改造。加快农村电网改造升级,保障持续供电和电压稳定。

3. 合理规划和建设农产品冷链物流设施,建设适度规模的冷库仓储,发展产地预冷,提高冷链运输能力。加强产地农产品标准化、分级包装、初加工和质量保障等设施建设。

4. 推动交通运输、商贸流通、农业、供销、邮政管理各部门及电商、快递企业的相关农村物流服务网络和设施的共享衔接,鼓励多站合一、资源共享。推动第三方配送、共同配送在农村的发展,建立完善农村公共仓储配送体系。

5. 发挥好邮政点多面广和普遍服务的优势,鼓励物流资源市场化整合,支持邮政、快递物流企业完善自有农村网络或开展网络合作、运输合作、委托专业第三方公司等多种形式的合作,承接从县级到乡镇、村的快递物流业务,政府可在企业运营初期给予阶段性补贴。

6. 探索建立开放、透明、共享的数据应用平台,为电子商务企业、物流公司、仓储企业、第三方物流服务商等各类企业提供服务。

(四)加强宣传和人才培养。

1. 开展专题宣传。营造舆论氛围,利用各种媒体大力宣传农村电子商务的相关政策、做法、经验,在全社会形成共识和合力,推动农村电子商务加快发展。进一步引导农民群众更新观念,让广大农民群众意识到电子商务给自己带来的方便和好处,提高农民群众电子商务的参与度。加强地区间沟通与交流,促进合作共赢发展。

2. 建立培训体系。整合资源,建立健全培训体系,研究制定培训计划、落实培训经费。成立专门的培训机构,或利用职业院校、党校等现有资源,或依托第三方培训机构等,以政府购买服务的形式进行培训。建立多层次的农村电商培训机制,针对政府、企业、农民等提供基础普及性的公开、免费培训,针对农村青年等电商创业需求提供公益性或者市场化的增值培训。

提高培训的针对性和有效性。对电子商务职业经理人实施互联网技术、经营销售、财政知识等培训;对网商着重加强网店注册、商品推广、经营管理等培训。邀请专家学者、相关部门专业人员解读最新政策,电商创业成功者介绍网络营销技能技巧、网络创业经历和体会等,提升创业创新实践能力。要将培训与农村电子商务公共服务结合起来,为参训人员提供市场、金融、资金等全链条综合服务,跟踪指导,确保培训产生实效。

3. 加强人才引进。进一步利用人才租借、专家咨询等灵活方式,解决短期临时人才需求。完善人才引进政策,在子女就学、住

房租房等多方面为引进人才提供更优惠条件。针对电子商务重在实战的特点,加大电子商务实用型人才的引进。带领企业赴电子商务专业院校和人才集聚地进行推介、招聘,当好企业和电子商务专业人才间的“红娘”。

4. 发掘潜在人才。通过青年电商创新创业大赛等活动,发掘一批年轻且富有创业激情的人才。加强引导,做好当地农村大学毕业生的职业导向。利用农村电子商务迅猛发展的有利时机,在中秋、春节等重要节日前后,通过广泛宣传、登门拜访、电话问询、专题活动等方式,吸引返乡农民工和大学生在家乡创业就业。开展优秀评比,选出一批优秀供应商、服务商、电子商务服务站长等,进一步激发本地电子商务群体的内在动力。

5. 建立人才档案。全面掌握电子商务从业人员情况和企业电子商务人才需求情况,实行动态、分类管理,推动完善人才引进和培养机制。

(五)规范农村电子商务市场秩序。

1. 营造规范有序的市场环境。加强网络市场监管,打击制售假冒伪劣商品、虚假宣传、不正当竞争和侵犯知识产权等违法行为。加强本地网商守法诚信教育,建立诚信档案,推进农村电子商务诚信体系建设。

2. 加快农产品质量安全追溯体系建设。完善农产品质量安全追溯系统。对本地生产的农产品进行检验检测,有条件的地方可以聘请第三方机构独立进行,并及时宣布检测结果。逐步建立

覆盖生产和流通的信息溯源系统,以农业生产档案信息为基础,实现对产地环境基础信息,病虫害防治、质量检测等生产过程信息,分级包装物流等流通信息的实时登记、生产流通操作指导和预警,信息查询和上传,推进视频实时监控。让消费者了解符合食品安全的生产和流通过程,提高消费者放心程度。

3. 推进农产品标准化建设。支持建立本地特色农产品网上销售的分级、包装、贮存、品控、运输等地方和企业标准体系。覆盖从土壤环境、种养殖操作,到采购、仓储、配送、物流、包装等生产、流通全链条,推动实施农产品良好操作规范,指导和补贴农民开展土壤改良、科学施肥、科学种养殖等。

4. 努力培育本地品牌。对本地特色农产品申请品牌和原产地注册等进行补贴。加强食品安全许可管理,简化程序,强化过程监管。推行政府官方认证,提高本地农产品的信誉,树立良好的品牌形象。

5. 加强农村电子商务的统计分析。整合当地政府部门各类信息资源。加强有关部门的沟通协作,逐步建立规范、系统、科学的统计监测体系。实事求是,循序渐进,不断丰富统计内容,扩大统计覆盖范围,准确把握农村电子商务发展的动态和趋势,推进农村电子商务统计信息的综合利用,更好地服务于当地经济社会发展,

(六)提供农村电商公共服务。

1. 提供公共服务是农村电子商务工作的重中之重,是推动其

他有关工作的基础。要坚持政府推动和市场运作有机结合、公共服务和增值服务融合互动、丰富内容和提升品牌同步推进,建立农村电子商务公共服务体系,逐步覆盖县、乡、村三级全域。

2. 鼓励以龙头企业为主体牵头搭建行业协会组织,成立农村电子商务公共服务中心。整合本地各类资源,为已经和即将参与农村电子商务的各个主体提供综合业务保障,做到功能完善、体系健全、服务规范、支撑有力,为本地卖家、供应商、服务商以及消费者之间搭建一个交流和沟通桥梁,为销售地方性产品和服务提供一个平台。

3. 有条件的地方,可建设农村电子商务创业孵化平台。充分利用现有闲置厂房等资源,改造建设创业孵化平台,为农村青年、务工回乡人员、电商能人等提供场地、培训、技术、物流、金融等孵化条件。要科学分析、定位和充分发挥孵化平台的作用,不能简单模仿建设电商园区,造成资源浪费和重复建设。

六、加强工作考核评价

对参与农村电子商务工作的政府部门、承担购买服务的协会、企业等主体进行考核,对业绩突出的单位及创业农村青年、返乡农民工等进行奖励。

(一)制定考核机制。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。

(二)建立督查机制。设立农村电子商务督查考核组,制定和完善相关督查制度,定期对农村电子商务工作的开展情况进行督查,及时收集信息,并将督查结果进行通报。原则上每季度进行一次专项督查,每半年召开一次督查通报会,集聚合力,共同推进农村电子商务工作顺利开展。

(三)完善奖惩机制。为进一步激励先进,鞭策后进,要健全和完善农村电子商务的各项奖惩制度,将农村电子商务指标完成情况与奖励进行挂钩。年终按照农村电子商务工作目标责任考核办法,对农村电子商务工作开展情况进行考核,并视情进行奖励。