

# 陆河县科技工业和信息化局

---

---

## 陆河县省级电子商务进农村综合示范项目 2021年7月份工作推进情况汇报

### 一、项目名称

陆河县2019年广东省电子商务进农村综合示范县项目

### 二、项目建设内容

#### (一) 建设陆河电商产业园

根据陆河现有资源进行优化整合，打造成陆河县电商产业园，发挥电商公共服务中心带动作用，培育和孵化电商企业新力量。

#### (二) 建设农村产品上行

按陆河物流快递需求，建设县级仓储物流中转站，并加快全县农产品溯源体系建设，对县域重要产业及相关企业进行深度品牌调研，打造县域公共品牌。

#### (三) 加强电商人才培训

开展电商人才培训，完成3000人次以上（其中省定相对贫困村有劳动能力的建档立卡贫困人员800人次以上）专业培训。

#### (四) 打造农村电商服务站

建设覆盖县、镇、村三级农村电商服务网络和物流网络体系，争取将农村电商服务站服务范围覆盖全县70%以上行政村，其中20个省定相对贫困村全覆盖。

### 三、项目承建单位

---

---

深圳陆建建设有限公司、惠州市惠城区卓越职业培训学校、广州万扬商务服务有限公司、惠州佳为科技有限公司、陆河县城中弘广告设计经营部、陆河县城香江家居批发广场、广州市新灵科技有限公司、汕尾市金鼠电子科技有限公司、陆河县名帆科技服务中心、陆河县凯旋货运有限公司。

#### 四、项目资金使用情况

至目前，我县省级电子商务进农村综合示范专项资金已支出500万元，使用进度100%。其中电商产业园、电子商务公共服务中心项目支出150万元；电商人才培训项目支出75万元；农村电商服务站点建设项目支出100万元；品牌培育、农产品溯源及质量检测服务项目支出100万元；仓储物流配送中心项目支出75万元。

#### 五、项目推进情况

##### （一）建设陆河电商产业园

陆河县电商产业园一楼为农特产品展示、销售中心，二楼为电商企业孵化基地、电商公共服务中心，三楼为培训场所、电商协会办公场所、电商企业办公场所。建成了集“宣传展示、O2O体验、管理咨询、拍摄美工、人才培训孵化、产品对接、创业（就业）孵化和品牌培育、产品质量追溯”等服务功能为一体的电商公共服务中心。

陆河县电子商务服务中心建成后由陆河县新供销电子商务有限公司负责运营，为电商从业人员免费提供办公场所、通信网络、信息资源、电商培训等公共基础设施，为贫困人口、农村电

商企业及农村电商带头人等创业青年创业指导，为电商产业发展及企业的孵化提供人才培训和技术支撑等宽领域、多层次的服务。2020年1月起公共服务中心已陆续进驻孵化企业24家，免费为县域企业拍摄美工图片60次，农特产品展示、销售中心经营青梅、火龙果、茶叶等无公害、绿色、有机特色农产品，品种达一百多种。

## （二）建设农村产品上行

着手开展农产品上行体系建设，挖掘陆河县独特风土人情，对县域重要产业及相关企业进行深度品牌调研，确定“吉康有礼”为陆河县农产品公用品牌，并以调研结果为基础，选取我县青梅、茶叶、蜂蜜等优质农特产品进行溯源检测、产业品牌形象分析及定位，通过商标注册、品牌包装设计、宣传片制作等打造企业专属品牌体系线上和线下大力培育推广。并于6月12日-18日举办2021年陆河县公共品牌“吉康有礼”推介会暨名特产品直播带货节活动，为我县企业探索新型营销方式，提升企业效益，推动农产品上行，拓宽农产品销售渠道的有效举措。

同时按陆河县目前物流快递需求，加快物流快递的统筹整合，与县物流快递公司联合对现有物流中转站扩容改造，建设县级仓储物流中转站。全面开展省级示范项目县物流配送中心的业务配送工作，在其原有配送邮路基础上根据陆河实际，开发和优化了4条三级物流配送路线，实现县镇村的三级共同配送，实现快递到镇、配送到村，县域89个镇村服务站点物流快递覆盖率达100%。配送业务共有3个品牌快递、3个品牌快运，从县级物流中心到

村级站点配送 48 小时内完成，有力构建工业品下乡着力便民服务、农产品上行着力农民增收双向流通渠道电商服务体系。

2021 年 1-7 月，县物流配送中心下行共派送 74001 票快递，约 3557.5 吨快运，上行共发送快递快运约 1172 吨，切实保证物流最后“一公里”配送和服务真正落地。

### （三）加强电商人才培训

聘请专业讲师为全县各相关单位以及电商协会、电商企业、种养合作社、电商服务站点等从业人员培训，陆续按计划在各乡镇开展电商人才培训。项目完成累计培训 36 期 53 场次，培训 3627 人次，其中省定贫困村有劳动能力建档立卡贫困户 1035 人次。有效普及了农村电子商务知识，拓展农民增收致富新渠道，提升县域电商企业人员技能。

针对已参加培训的学员进行训后跟踪服务，提供辅导、孵化等定向服务，详实记录培训对象和服务内容，并定期统计从业及创业人员运营情况，确保培训效果落到实处，进一步解决学员在电子商务技术应用中的实际问题。同时加强电商就业创业孵化，为有就业创业需求的学员提供辅导，孵化创业；对有意愿在电商相关行业就业的贫困户进行工作岗位推荐。多举措提高电商培训实效，促进学员电商创业、就业和企业电商化转型。

### （四）打造农村电商服务站

通过对全县各镇村农村电商服务站进行了全面摸查，规划完善全县服务站点，着力构建工业品下乡着力便民服务、农产品上行着力农民增收双向流通渠道电商服务体系。在原电商服务站等

基础上进行升级改造，设计统一的电商服务站标识，同时根据陆河县各乡村旅游景点分布，建设完成具备综合服务功能为一体的 89 个村级电商服务站点，其中省定贫困村 20 个（100%全覆盖），覆盖县域 8 个乡镇。服务站点配备了统一门牌、电脑、电视、办公桌椅、宣传牌、背景牌、制度牌、货架等设备设施，逐步改变改善农村交易方式和消费环境，有效促进农业增效、农民增收和农村繁荣。目前，村电商服务站点功能、服务领域还在不断继续增加完善中。

通过为建设全面改造农村服务站点提供硬件设备，积极开展电商培训学习，提升农村电商服务站点运营能力。2021 年 1-7 月，县域 89 个镇村服务站点下行共派送快递 39.6 万票，上行共发送快递约 4.3 万票，销售 26.28 万件，销售金额达 491 万元。有效促进站点经济创收，逐步带动各镇村电商发展和农民增收，为发展农村经济，助力乡村振兴，巩固脱贫攻坚贡献力量！

## 六、存在问题

（一）县电商公共服务中心培育孵化电商企业质量不高，数量较少，发挥公益服务功能较少。

（二）镇村服务站点工作人员对站点功能的宣传力度不够，部分镇村服务站点积极性不高，缺乏电商从业经验和管理思维。

（三）县物流配送中心整合的主流品牌快递占市场份额较低，宣传不到位，物流快递费用偏高，快递业务量少。

（四）县域公共品牌宣传推广力度不够，群众知晓度不高，影响力较小。

## 七、下一步工作计划

(一) 继续推进陆河县电商产业园的建设，充分发挥产业园区的集聚效应作用，发挥电商公共服务中心带动作用，宽领域、多层次服务，最大程度地吸收电商企业入驻，指导创业青年电商创业，培育和孵化电商企业新力量，形成支撑电商进农村的骨干和载体。通过技术服务的模式孵化本土电商企业，为入驻电商企业免费提供服务，帮助入驻电商企业实现持续快速发展，实现良性循环。

1、政策信息：收集、整理、研究国家部委、省、市、县在资金补助、税收、房租、人才、产业等电商方面的优惠政策，对入园企业发布，通过公告栏、网站、微信公众号、微博、文件、会议等形式，定期对入驻电商企业进行重点政策信息宣传。

2、工商报税：协助入驻电商企业办理公司与商标注册、记账报税、财务审计、资质申请等事宜，并为有需要的企业出具各类证明文件。

3、项目申报：通过培训及组织入驻电商企业进行创业专项、创新基金、产业化专项各领域政策的申请，努力帮助入驻企业争取更多的优惠政策和资金扶持。

4、人才引进：和省市各大高等院校、科研机构、职校技校、劳务派遣公司等合作，并定期举办招聘活动，协助入驻电商企业寻找不同层次的优秀人才。

5、培训活动：结合国家、省级项目培训包组培训内容，联合各类咨询机构、电商协会等行业协会，举办各类人才、财务、

管理、营销、品牌、电商运营、法律、消防、安防等培训活动。

6、推广服务：做好农产品展示工作，设置 O2O 体验中心，并整合县域主要农产品资源，扩大销售面，同时利用电商服务中心自营平台“陆供快线”进行线上推广，为入驻电商企业提供形象展示、营销推广服务。

7、沟通互动：定期组织入驻电商企业及其员工之间的体育、文娱、参访、案例分享等各活动，增进入驻企业及其员工的资源共享、合作共赢。

8、完善交通、物流、银行、商业配套等其他基础服务。

(二) 主动对接工商代理、品牌营销咨询、互动传播策划、人力资源、技术支持、电商代运营等相关机构，继续增加完善农村电商服务站站点功能、服务领域建设；加强电商培训学习，提升电商服务站点理论知识和实际操作技巧，全面提升业务运营能力，逐步带动各镇村电商发展和农民增收；同时根据《陆河县电子商务服务站点运营绩效评分奖补办法》，加强电子商务服务站点管理及考核，了解站点的困难，及时协助解决问题；采取“优胜劣汰、及时补充”的原则进行动态管理，定期淘汰不能充分发挥效能的站点并进行增补，并加大力度大力宣传，形成浓厚电商氛围。

(三) 加大力度整合“四通一达”、京东等主流品牌物流企业进驻县物流配送中心，对设施、定单、人员、路线、包裹、车辆、场地等要素进行全面整合，形成商流、物流统仓共配，同时大力宣传相关业务，加强服务站点快递业务培训方面，降低快递

物流配送成本、扩大业务范围增加创收，满足农村电商物流配送的发展需要，确保农村电子商务交易商品能及时准确配送到镇、村等广大客户手中，全力保证物流最后“一公里”配送和服务真正落地。

(四) 继续加大线上和线下培育推广力度，定期发布与“吉康有礼”品牌相关的产品推文、产品链接、产品直播、旅游资源、展示展销活动等信息，同时结合中秋节、国庆节、双十一、梅花节等重点节日，策划开展“电商兴农，有你有我”直播带货等线上与线下相结合的农特产品营销活动，利用各种渠道打响“吉康有礼”陆河品牌的知名度，提升陆河产品对外输出品牌形象，扩大陆河品牌认知度，提升市场美誉度，通过产品品牌带动产品溢价，带动陆河农特产品电子商务发展。

(五) 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，积极营造电商进农村氛围，在全社会形成共识和合力，推动县域农村电子商务加快发展。

