

附件：

陆河县国家级电子商务进农村综合示范项目（尾款） 资金使用概算表

类别	项目	项目实施内容	中央财政资金 (万元)	省级财政资金 (万元)	地方财政资金 (万元)
推动电商中心服务精细化，持续提升指挥中枢效能	全面优化县电子商务公共服务中心服务能力	<p>持续运营县电子商务公共服务中心两年以上，拓宽县电子商务公共服务中心功能区域、配套服务，注重“宣传展示、资源对接、营销推广、美工摄影、活动策划、政策咨询、培训孵化、网红直播带货、品牌培育、产品质量追溯”等服务的实际效果，提升服务中心品牌形象。探索服务中心盈利模式，增强“造血”功能，保障服务中心日常运营，推动服务中心持续化、市场化运营。</p> <p>优化陆河县电子商务信息服务体系，加强对县域整体电商数据的采集。定期对县域的网销数据、网销主体交易额、前十名产品交易额、物流信息数据等数据进行统计分析，构建大数据资源库。为项目主管部门的宏观管理奠定电商数据统计分析基础，为政府部门及企业制定电商相关策略、规范电商运行机制、指导市场发展方向等提供数据支撑。推动加快乡村产业数字化转型，适应数字经济形态，实现“数商兴农”。</p> <p>进一步强化电商扶贫、产销对接等举措落实，开展品牌推介洽谈活动、电商实操培训，加大力度动员和组织电商企业、大型农产品批发市场、公益性农产品示范市场、物流企业等与贫困地区积极对接，切实解决扶贫农畜牧产品滞销问题，多渠道解决农产品卖难问题。</p>	100	100	20
推动电商中心服务精细化，持续提升指挥中枢效能	打造50个村级示范站点	<p>对现有镇、村电商服务站点进行巩固和优化，进一步增加完善服务站点公共服务职能，增强可持续发展能力。新增20个镇村站点，站点覆盖70%以上行政村。重点升级改造50个村级站点，作为农产品上行、工业品下行示范站点，充分发挥带头示范效应。改变站点负责人传统老旧经营理念，培育新型经营主体，在此前已有服务的基础上，力争将50个站点建设成为供应链体系中的“村站合伙人”，初步实现“小空间、大服务”“群众办事不出村、购物不赶集、卖货不出门”。</p> <p>对镇、村电商服务站点每季度开展一次农村电商主题培训和线上线下活动、每月发布一次运营简报和运营数据通报。建立服务站点的利益共享机制，针对镇、村电商服务站点短板，围绕薄弱环节，探索服务站点的盈利模式，保障服务站点的日常运营，推动服务站点的持续化、市场化运营。完善电商服务站点运营奖补方案，定期淘汰不能充分发挥效能的站点并进行增补。</p>	60	60	10
推动电商中心服务精细化，持续提升指挥中枢效能	深化区域公共品牌和营销体系建设	<p>在已建好品牌的基础上，大力推广区域“吉康有礼”品牌，加强品牌运用，扩大品牌影响力。力争与5家以上企业达成合作，市场化推广运用“吉康有礼”品牌。引导农产品销售个体户和企业开展农村产品质量认证，应用国家和省级溯源体系，规范化、品牌化发展。以公用品牌主品牌“吉康有礼”为主，旗下各类型品牌为辅，通过线上线下营销策划和宣传推广的方式组织开展农产品产销对接活动，拓宽农产品销售渠道和增加销量，助力乡村振兴。</p> <p>加强品牌营销，推动农产品上行提质增效。提升陆河特色馆影响力，销售产品以陆河当地农特产品为主。加强“二品一标”“一村一品”等基础数据库对接，协助企业根据实际需求及产品属性开展农产品“二品一标”“一村一品”等认证申请申报。协助企业通过走访市场、了解各类网络销售平台定位产品的特点、了解用户需求、定位消费痛点形成数据表格，为稳固原有产品市场、推广新产品赋能，并提供VI品牌形象设计、产品商标注册、产品LOGO设计、店铺设计、产品的包装设计、社交平台的内容运营，开发打造适销对路的网货。</p> <p>加强宣传推介，探索“电商+文旅”。结合乡村振兴战略，挖掘陆河美丽乡村特色，围绕优势文旅资源，制作宣传效果佳的宣传视频一部以上，积极争取国家、省、市级媒体对陆河县电商进农村工作进行宣传报道各两次以上，充分展示陆河特色产业，提高公众对陆河本土产品的认知度和美誉度。</p>	20	20	5

类别	项目	项目实施内容	中央财政资金 (万元)	省级财政资金 (万元)	地方财政资金 (万元)
推动电商中心服务精细化，持续提升指挥中枢效能	升级电商直播体系，促进电商消费提速	以直播电商为突破口，打造覆盖农业企业、农户、电商平台的直播体系，着力推动陆河电商氛围再上新台阶。在县电商产业园原有基础上扩建电商直播基地，打造陆河县一站式直播电商服务体系，为本地品牌宣传推广、直播运营、主播培训等提供解决方案，打造陆河农产品直播经济发展新高地。建立一支专业的电商运营团队，依托“直播平台+网红培训孵化+直播电商+基地”于一体的线上线下结合、上中下游全链条的直播电商模式，打造陆河特色直播品牌。	125	125	20
		增加电商直播间至5个以上，在“陆河电商”“吉康有礼”抖音、快手、淘宝、微信视频号平台等开设农特产品直播，为县域企业提供直播运营、社群运营、直播带货等技能指导、代运营等服务，形成创业孵化、创客空间、人才培训等多功能、多业态融合的电商基地。同时，建立县域农产品企业电商直播间10个以上，为每个直播间培训主播1人以上，通过孵化具备零售服务意识、产品服务能力的电商直播人才，带动县域企业农特产品销售业务的增长；建立10家站点共享直播间，培育站点业务人员学以致用，推动项目发展，弥补县域农村电商人才的不足，壮大县域电商直播人才队伍。			
	小计		305	305	55
进一步完善县镇村三级物流共同配送体系	提升县镇村三级物流配送体系运营效能	完善县中心、镇站、村点三级物流共同配送体系，强化县域农村物资下行配送和农村产品上行的物流服务能力。全面开展县电商物流业务配送工作，继续提供物流配送到村、共享冷链、云仓资源等服务，实现县镇村三级共同配送，实现所有快递到镇、配送到村，服务期限不低于两年。利用“为农村村通”智慧物流系统数据赋能，促进农村各类物流资源及时高效调配，提升县镇村三级物流配送体系运营效能。全面提升配送速率，确保物流服务站每日至少1个有效运输上下行频次，实现县级中心到村站点交互配送48小时内完成。	115	115	25
		持续运营县镇村三级物流共同配送体系，服务期限不低于两年。强化县域农村物资下行配送和农村产品上行的物流服务能力，全面提升配送速率，确保物流服务站每日至少1个有效运输上下行频次，实现县级中心到村站点交互配送48小时内完成。利用“为农村村通”智慧物流系统数据赋能，促进农村各类物流资源及时高效调配，提升县镇村三级物流配送体系运营效能。			
推动工业品下乡流通服务体系提质增效	打造县域公共云仓，提升双向流通效率	整合各方资源，依托现有县镇村三级物流配送网络，按照“云仓+服务中心+站点+基地+农户”的一体化运营模式，建设分级分拣、冷藏保鲜、快递包裹仓储、物流配送等功能的公共云仓，服务城乡双向流通，提供供应链仓配一体化服务。组建专业团队对云仓进行运营管理，有效连接电商企业、快递物流企业、加工企业、电商站点、合作社及农户，整合全县农特产品及物流资源，建立“乡村集货、云仓集单、数据互通、统仓共配”的电商供应链体系，通过线上线下多渠道推动陆河农特产品上行、工业品下乡，提高工业品下乡、农产品进城的双向流通效率。	40	40	10
		在农产品上行方面，围绕陆河县青梅、红柚、茶叶等特色农产品，为农业生产企业、农户、商贸流通企业等市场主体提供包装、冷链、仓储、物流等服务，形成从仓储到发货一站式服务，降低物流供应链成本。在工业品下乡方面，借助自动化装备和信息化系统，实现高时效精细化管理，提高农村消费者购买的便利性。			
		小计	155	155	35
	推动工业品下乡流通服务体系提质增效	在已建成工业品下乡流通服务体系的基础上，继续推动商业经营模式创新，着力下沉供应链，实现线上线下融合发展，建立本地化、连锁化、信息化的商品流通网络，为广大农村地区提供更为优质的商品和服务，有效提升工业品下乡流通服务效率。	15	15	5
		结合商超，利用镇村服务站点，依托“陆河特色馆”平台，全面推开覆盖全县的日百快消、农资等电商下行体系，继续推动陆河特色馆工业品下乡销售额每年不低于100万元。增加3家以上传统商贸流通企业的数字化转型升级，推进其电子商务的发展，协助传统商贸流通企业每年开展4场以上线上线下促销活动，以乡镇为重点下沉供应链，开展集中采购、线上购买、同城配送、直供直销等业务。			
		小计	15	15	5

类别	项目	项目实施内容	中央财政资金 (万元)	省级财政资金 (万元)	地方财政资金 (万元)
精准培训，推动转化率再上新台阶	培育电商直播人员队伍	以直播基地为基础，培育本土直播人才。采取现场授课、线上授课、集中授课、参观学习、直播比赛等形式开展不同层次的电商培训，以掌握直播电商系统化运营知识、提升学员直播核心能力、实现直播带货为目标，培养学员直播团队，做到有方向、有规划、有策略地运营视频电商。完成不低于10个直播团队的培育。组织对新人主播进行个性化包装设计，开展直播销售相关知识、线上营销策划、直播相关技巧、产品物流配送等相关内容的培训，突出直播销售实操技能的培训。	25	25	5
	强化镇村站点负责人培训	提升镇村级站点电商工作的带动能力，提升站点负责人对电商运营技巧、各大电商平台的购销模式、社区电商运作模式的了解，结合当地实际，向各站点负责人推广可持续发展的电商模式，保障站点日常良好运作，带动农产品上行，为服务村民打好基础，让村民们能通过电商服务站享受网上购物的实惠。			
	加强针对性培训跟踪服务	以“实现培训转化率”为目标，培育更多电商人才。在上一轮培训的基础上筛选出有意向从事电商或提升电商能力的人员，建档立卡，针对其需求开展个性化培训服务，继续提供2年以上跟踪服务。通过培训孵化具备零售服务意识、产品服务能力强的电商人才，带动农特产品销售业务的增长。培训孵化电商企业达2家以上、孵化学员达20人以上、孵化培训及各项服务人次达200次以上，指导入驻个人及企业通过各网商平台年销售总额达50万元以上。			
	加强线上培训力度	引进国内优秀线上培训课程，选择具备学习管理能力、支持学员在线选课、在线查看学习进度，能生成整体学员的培训报告、提供每位学员的在线学习档案（包括选课内容、学习时长等）等功能的学习软件，免费提供给县域学员通过公众号/小程序/APP等形式，进入电商线上学习专区，学习包含新媒体类、电商运营类知识课程以及提升农业从业者经营水平的农商类知识课程，线上培训课程内容库不少于60个学时（每个学时45分钟）。			
	小计		25	25	5
合计			500	500	100