

子洲县电子商务进农村综合示范项目建设进度表 2019 年 9 月

单位：万元 填表时间：2019 年 9 月 30 日

序号	支持方向	项目名称	建设内容和要求	扶持资金额度	项目承办单位	完成时限	承办单位责任人	进展情况	政府决策文件
1	县级电子商务公共服务中心和农村电子商务服务体系建设	子洲县电子商务公共服务中心运营和镇村电商服务站建设运营	1. 项目建设期内，力争累计服务县域内各类企业 50 家以上；孵化出电商年销售额 100 万元的电商企业 2 家，50 万元的电商企业 5 家，10-20 万元的电商企业（个人）10 家，力争孵化企业年电商销售总额达到 500 万元以上 1 家。 2. 让有意愿参与农村电子商务发展的企业、农户等市场主体能在该中心享受所需服务。同时对接商务部信息报送系统，完成日报、月报、年报的自动上报，指导子洲县电子商务进农村综合示范工作各项目板块规范运营。 3. 建设乡（镇）级电商服务站 17 个。设有运营服务、展览展示、培训等场地；配备 2 台电脑、1 套电视显示屏，负责数据上报，提供产品整合、销售信息、技术指导、代运营等服务；同时能够结合本乡文化、资源特色，丰富电商发展内容，具备“农产品上行”和“工业品下行”功能。 4. 建设非贫困村村级电商服务点 76 个。设有办公运营、展览展示；配备 1 台电脑，1 套电视显示屏，开展电子商务等综合服务。	349.3 万元	西安云集网络科技有限公司	2021.5.27	王欢乐	1. 县电商公共服务中心已入驻企业 5 家，企业咨询服务也在正在积极对接，同时也兼顾着企业服务，为前来咨询的企业和个人提供电商服务。 2. 第一批已经建设镇村电商服务站点 68 个，其中乡镇电商服务站 16 个，贫困村点 26 个，非贫困村点 26 个；目前第二批站点已经初步完成 30 个，村级电商服务站点的调研，其中贫困村 8 个，站点已完成两次集中培训，初步开始运营。	

2	县、镇、村三级电子商务物流体系建设	子洲县三级物流服务体系建设	1、县级仓储分拣物流运营中心建设。2、镇村电子商务物流配送站点建设。3、三级物流体系数据平台建设、4、农村快件下行免费、上行低于邮政价格、5、农村城镇邮件48小时内到达。	249.8 万元	西安科捷物流有限公司	2021.7.4	张华	1. 物流大数据中心机房及服务器完成采购完成、2、物流大数据平台上线调试、3、2 辆物流车辆采购到位。4、一期电商物流村镇站点快递货架、电子秤、制度牌等设施配置。5、子洲物流项目团队组建	
3	供应链体系建设	子洲县畜牧产品供应链体系建设	1. 组建专业电商团队，围绕畜牧等产品流通标准化、品牌化和质量品控，重点完善网销产品的供应链体系建设，建设能够实现网货研发、初级加工、智能分拣的多功能网货中心。围绕子洲县畜牧等产品资源，规范产品的标准化生产和采后商品化处理流程，向本地合作社和农户推广，提高农村产品的品质控制和标准化水平，制定一整套体系化网货标准。 2. 助力脱贫攻坚，整合县内加工企业，建成“网货中心+扶贫车间+贫困户”的供应链管理体系，通过网货集中生产，订单生产，为贫困户提供就业岗位等方式，实现产业扶贫的目的。 3. 对接知名电商平台和农产品流通企业，积极对接本地畜牧等产品在知名电商平台和农产品流通企业的线上线下销售，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，促进农业增效农产品上行。 4. 探索子洲县电商发展路径。引进专业团队对全县的畜牧等产品进行摸底，系统分析全县的资源、区	119.6 万元	山西晋粮一品农业科技有限公司	2022.7.4	拓攀定	1. 对接武汉，深圳，西安，上海等地的经销商企业，继续对接，盒马生鲜，京东，海底捞等供应链企业。 2. 参加武汉国际肉类行业博览会，并获得“2019 年中国肉类先进个人” 3. 继续调研子洲县个体养殖户的基本情况。	

		位、人才队伍等方面的优势，找到子洲县电商发展的独特“基因”，因地制宜的提出子洲县电子商务发展的路径和电商扶贫路径，通过电商模式的宣传和扶贫典型做法的复制推广，提高子洲县电商在中省市的影响力和电商扶贫中起到的作用，建立专项资金支持的市场创新长效运营机制，总结梳理长效机制系统材料。 5. 对子洲县畜牧产业发展现状及发展趋势进行调查摸底，以子洲县工贸局为载体，与县多个机关部门及我县重点农产品企业、合作社间建立会商机制，明确任务，确定品牌带动农产业的产品范围，对竞争环境、消费需求、竞争优势等因素进行综合分析。探索开展畜牧等产品的有效销售途径，形成互相配合、共同推进的协助机制，制订详细的畜牧等产品长效营销机制，制订详细的畜牧等产品网货标准。 6. 围绕地理标识认证的畜牧等产品，以县内产业龙头企业为主，整合相关企业、合作社资源，引领大中小企业广泛参与畜牧等产品供应链体系建设，形成畜牧等产品供应链销售体系建设报告。 7. 线上线下同步拓展，发展新零售，打通畜牧等产品多渠道销售，创新营销模式，在一、二线城市整合营销资源和平台资源，发展新零售，扩大子洲县特色产品知名度和影响力，提升畜牧等产品品牌的市场竞争力。 8. 对畜牧等产品品牌营销进行策划、设计，完成产品质量和品牌的定位。对畜牧等产品按照网货标准和农特产品的特点，完成畜牧等产品名称、包装、定价等方面 2 套畜牧等产品营销策划方案。 9. 通过政府扶持，企业、个人参与等方式，引导企业、合作社与电商平台对接，成功培育畜牧等产品						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		网销企业(合作社)不少于 10 家，通过自建或订单协议等方式建立 3 处网货标准化供应基地。 10. 围绕畜牧等产品，举办不少于 3 次畜牧等产品电商扶贫专场活动，农特产品销售总额不低于 60 万。 11. 围绕畜牧等产品，与天猫、京东、苏宁、拼多多等国内知名电商平台达成战略合作供应关系，举办大型电商平台农产品推广、促销活动，组织活动不少于 5 次，畜牧等产品销售额不低于 250 万，促进线上线下整体销量。 12. 畜牧产品等子洲农特产品实现线上线下交易额不低于 600 万元，其中线上销售额占总销售额的 50%左右。 13. 中标单位必须根据绩效评价要求，整理完整的工作资料，并依法建立健全财务管理制度，设立运营培训专项账，接受绩效评价、专项财务审计和有关部门的监督检查。						
	子洲县苹果、核桃等水果供应链体系建设	1. 对子洲县“苹果、核桃”等水果产业发展现状及发展趋势进行调查摸底，以子洲县工贸局为载体，与县多个机关部门及我县重点农产品企业，合作社间建立会商机制，明确任务，确定品牌带动农产业的产品范围，对竞争环境，消费需求，竞争优势等因素进行综合分析。探索开展“苹果，核桃”等水果的有效销售途径，形成户型配合，共同推进的协助机制，制定详细的“苹果，核桃”等水果产品网货标准化。 2. 围绕“苹果，核桃”等水果主要产业，以县内龙头企业为主，整合相关企业合作社商标和地理标志产品，绿色食品等，引领大中小企业广泛参与“苹果，核桃”等水果供应链体系建设。形成“苹果，	99.9 万元	陕西星蝶网络科技有限公司	2022.05.27	杜娟	1.4 家网货供应基地设计制作牌。 2.与国内康之叶，好运道等药企合作，建立子洲黄芪渠道供应链。 3. 邀请考察团来子洲进行黄芪考察，并送样品至厦门大学质检。等待质检报告和企业年度数量。 4. 农产品包装印刷制作。 5. 农产品上架两家线上平台。	

		核桃”等水果供应链销售体系报告。 3. 线上线下同步拓展，发展新零售，打通“苹果，核桃”等水果产品多渠道销售，创新营销模式，在一，二线城市整合营销资源和平台资源，发展新零售。扩大子洲县特色产品知名度和影响力，提升“苹果，核桃”等水果品牌的市场竞争力。 4. 对“苹果，核桃”等水果品牌营销进行策划，设计完成产品质量和品牌的定位。对“苹果，核桃”水果产品按网货标准化和农特产品的特点，完成“苹果，核桃”等水果产品名称，包装，定价等方面 2 套“苹果，核桃”等水果产品营销策划方案。 5. 通过政府扶持，企业，个人参与等方式，引导企业，合作社与电商平台对接，成功培育“苹果，核桃”等水果网销企业不少于 9 家，通过自建或订单协议等方式建立 3 处网货供应基地。 6. 围绕“苹果，核桃”水果等子洲农特产品，举办不少于 3 次的电商扶贫专场活动。 7. 围绕“苹果，核桃”水果等子洲农产品，与天猫，京东，拼多多等电商平台合作，举办电商平台农产品推广，促销活动，组织活动不少于 5 次。 8. “苹果，核桃”水果等子洲农特产品实现线上线下交易额不低于 500 万，其中线上销售额占总销售额的 50%左右。 9. 中标单位必须根据绩效评定要求，整理完整的工作资料，并依法建立健全财务管理制度，设立专项账，接受绩效评价，专项财务审计和有关部门的监督检查。						
	子洲县当季农产品	1) 对子洲县红薯、南瓜、小杂粮当季农产品等产业发展现状及发展趋势进行调查摸底，以子洲县工贸	119.8 万元	西安兄弟供应链管	2022.5.27	孙健森	1. 与各大电商平台沟通待产品上市后进行销售的合作意向。	

		供应链体系建设 局为载体，与县多个机关部门及我县重点农产品企业、合作社间建立会商机制，明确任务，确定品牌带动农产业的产品范围，对竞争环境、消费需求、竞争优势等因素进行综合分析。探索开展红薯、南瓜、小杂粮等当季农产品的有效销售途径，形成互相配合、共同推进的协助机制，制订详细的红薯、南瓜、小杂粮当季农产品网货标准。 2) 围绕地理标识认证的红薯、南瓜、小杂粮当季农产品等主要产业，以县内产业龙头企业为主，整合相关企业合作社商标和地理标志产品，绿色食品等，引领大中小企业广泛参与红薯、南瓜、小杂粮当季农产品供应链体系建设，形成红薯小杂粮当季农产品供应链销售体系建设报告。 3) 围绕红薯、南瓜、小杂粮当季农产品等子洲农特产品，线上线下同步拓展，发展新零售，打通红薯、南瓜、小杂粮等当季农产品多渠道销售，创新营销模式，在一、二线城市整合营销资源和平台资源，发展新零售，扩大子洲县特色产品知名度和影响力，提升红薯、南瓜、小杂粮当季农产品品牌的市场竞争力。 4) 对红薯、南瓜、小杂粮当季农产品品牌营销进行策划、设计，完成产品质量和品牌的定位。对红薯、南瓜、小杂粮当季农产品等产品按照网货标准和农特产品的特点，完成红薯、南瓜、小杂粮当季农产品名称、包装、定价等方面 2 套红薯、南瓜、小杂粮当季农产品营销策划方案。 5) 通过政府扶持，企业、个人参与等方式，引导企业、合作社与电商平台对接，成功培育红薯、南瓜、小杂粮当季农产品网销企业(合作社)不少于 9 家，通过自建或订单协议等方式建立 3 处网货供应基		理有限公司			2. 对预定产品的种户进行走访，表明收购意向。	
--	--	--	--	-------	--	--	--------------------------------	--

			地。 6) 围绕红薯、南瓜、小杂粮等子洲当季农产品，举办不少于 3 次红薯、南瓜、小杂粮当季农产品电商扶贫专场活动。 7) 围绕红薯、南瓜、小杂粮当季农产品等子洲农特产品，与天猫、京东、苏宁、拼多多等国内知名电商平台达成战略合作供应关系，举办大型电商平台农产品推广、促销活动，组织活动不少于 5 次，促进线上线下整体销量。 8) 红薯、南瓜、小杂粮等当季子洲农特产品实现线上线下交易额不低于 600 万元，其中线上销售额占总销售额的 50%以上。					
		子洲县中药材供应链体系建设	1、对子洲县“子洲黄芪”等中药材产业发展现状及发展趋势进行调查摸底，以子洲县工贸局为载体，与县多个机关部门及我县重点农产品企业、合作社间建立会商机制，明确任务，确定品牌带动农产业的产品范围，对竞争环境、消费需求、竞争优势等因素进行综合分析。探索开展“子洲黄芪”等中药材的有效销售途径，形成互相配合、共同推进的协助机制，制定详细的“子洲黄芪”中药材产品网货标。 2、围绕“子洲黄芪”等子洲农特产品，线上线下同步拓展，发展新零售，打通“子洲黄芪”等中药材产品多渠道销售，创新营销模式，在一、二线城市整合营销资源和平台资源，发展新零售，扩大子洲县特色产品知名度和影响力，提升“子洲黄芪”品牌的市场竞争力。 3、对“子洲黄芪”品牌营销进行策划、设计，完成	109 万元	石家庄悟农广告有限公司	2022.5.27	王涛	1、制作了两套产品的包装的设计及制作； 2、与三家黄芪合作社合作，建立 3 处网货供应基地。

			产品质量和品牌的定位。对“子洲黄芪”等产品按照网货标准和农特产品的特点，完成“子洲黄芪”产品名臣、包装、定价等方面2套“子洲黄芪”产品营销策划方案。 4、通过政府扶持，企业、个人参与等方式，引导企业、合作社与电商平台对接，成功培育“子洲黄芪”网销企业（合作社）不少于9家，通过自建或订单协议等方式建立3处网货供应基地。 5、围绕“子洲黄芪”等子洲农特产品，举办不少于3次“子洲黄芪”电商扶贫专场活动。 6、围绕“子洲黄芪”等子洲农特产品，与天猫、京东、苏宁、拼多多等国内知名电商平台达成战略合作供应关系，举办大型电商平台农产品推广、促销活动，组织活动不少于3次。 7、“子洲黄芪”等子洲农特产品实现线上线下交易额不低于550万，其中线上销售额占总销售额的30%以上。					
4	农村电子商务人才培训体系建设	子洲县农村电子商务人才培训	5. 两年内完成电子商务基础知识普及培训2300人次，举办子洲县电商培训启动大会1次；举办不少于2次政府机关、电商企业参加的电商知识普及宣讲会；每半年或者一个季度组织一次全乡镇干部电子商务培训，主要结合产业深入开发课程，结合案例，助力农产品上行 6. 项目期内完成500人（次）以上的实操培训，每期培训不少于5天；根据人员组织情况及课程内容，确定每期具体培训时间，主要培训内容包括网店开店、运营实操、客服管理、广告推广、美工设计、文案设计、社交电商等实操	149.89 万元	杭州精诺网络科技有限公司	2021.5.27	雷杨、常江	6. 通过对创业人员及农业企业调研深入，开发了3个专题课件，更新了实操课程体系，开发了加强班的新课程； 7. 组织了第三期实操培训，培训时间是五天，总共有76人参加，开展了一期抖音专题培训及美工专题培训，共完成了207人次的实操培训； 8. 对创业者开展了晚自习辅导，对残疾创业者开展了上门服务指导，上门调研了农业企业，加强了对当地农

			7. 培训前后做好各类宣传,包括媒介宣传、新闻宣传、中省市主流媒体和微博微信等新媒体平台、典型宣传等					特产品的了解!	
5	农产品上行服务体系建	子洲县农产品上行服务体系建	建设内容:(一)农产品品牌培育,完成子洲县区域公共品牌形象设计、区域公共品牌管理维护规范、区域公用品牌推广规划。 (二)建设线上线下营销体系。线上通过对接入驻国内知名平台,策划2场农产品线上营销活动,扩大农特产品的上网销量,提高县域电子商务交易额。 建设要求:(一)品牌塑造调研。对子洲县绿色产业发展现状及发展趋势进行调查摸底,以子洲县工贸局为载体,与县多个机关部门(农业局、工商局、质监局、食药局等)及我县重点农产品企业、合作社间建立会商机制,探索开展子洲县公共品牌建设的有效途径,形成互相配合、共同推进的协助机制,制定子洲县公共品牌打造方案。 (二)公共品牌打造。打造子洲县农产品公共品牌。对子洲县公共品牌进行策划、设计、注册,打造符合网销标准的产品可贴标使用公共品牌,使公共品牌成为子洲县的优质产品标志;组织相关部门、行业协会、重点企业进行专题分析,制定子洲县品牌旗下相关产品标准,完成产品质量和品牌的	198 万元	西安快科网络科技有限公司	2021.5.27	梁娜	1、准备子洲电商宣传片解说词,上交给工贸局。 2、“神芪子洲”商标注册,分别注册29、30、31、35四个类目。 3、有赞商城产品上架,以及详情页设计上传。 4、设计消费扶贫三折,总计18款产品。 5、孔氏原生态粉条合作社设计包装及礼盒。	

		定位。对重点企业加强指导，提高企业品牌发展意识与培育能力。 （三）公共品牌包装设计。对子洲县 3 至 5 个农特产品，重点做好已经注册的品牌“绿色子洲”和地理标志认证的“子洲黄芪”“子洲黄豆”等产品的按照网货标准和农特产品的特点及子洲县企业实际需求。提供产品包装设计，每个产品设计 1 套产品包装，并根据产品特性，每款产品设计至少 2 个规格的包装，总计包装款式不低于 10 款。提高包装的应用率，并附设计说明以供评选使用。 （四）公共品牌推广宣传。制定公共品牌推广方案，进行营销策划和宣传推广。举办公共品牌发布会和大型农产品推介活动 3 次（一二线或省会城市 1~2 次，地市、县 1~2 次）。在国家级和省级主流媒体每年进行广告刊登或软文报道不少于 2 次，其中国家级至少 3 次。引导企业、合作社、个体电商与电商平台成功对接、培育网销企业、合作社、个体电商不少于 8 家。 （五）制作一部电商品牌宣传片，用于宣传子洲县公共区域品牌。 （六）引导企业、合作社与天猫、京东、苏宁、拼多多等国内知名电商平台达成战略合作供应关系，举办不少于 2 次电商扶贫活动，每场活动本地农特产品销售总额不低于 50 万。举办至少 2 次农产品电商平台推广、促销活动，每次销售额不低于 300 万（其中当地农特产品上行量不低于 200 万），促进线上线下整体销量。 （七）建立专业团队为子洲县农产品、民俗产品、乡村旅游等农特产品网络销售，提供品牌注册、品牌培育、包装设计、网络营销策划服务，。						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

		（八）通过县域公共品牌的系统策划、拓展推广渠道，打造出具有地域特色的农产品电商品牌与高识别度的子洲特色产品供应链体系与公共品牌。。电子商务交易额同比增长 30%以上；农村网络零售额同比增长 20%以上；农产品网络零售额同比增长 30%以上。 （九）引导协助企业申请品牌认证进行奖励补贴，培育农产品网络知名品牌。根据公共品牌 VIS 手册，挑选 3 款子洲县核心农产品，每款制作 500 个包装，用来展览展示。						
--	--	--	--	--	--	--	--	--