

新郑市人民政府文件

新政〔2019〕12号

新郑市人民政府

关于进一步做好电子商务进农村工作的通知

各乡镇人民政府，各街道办事处，市人民政府各部门，各有关单位：

为全面贯彻落实党中央实施乡村战略的新部署新要求，进一步做好我市省级电子商务进农村综合示范工作，建设、完善农村电子商务公共服务体系，推动农村电子商务成为农业农村发展的新动能、新引擎，现将有关事项通知如下：

一、总体思路

以电子商务进农村综合示范县建设为抓手，坚持“政府主导、企业主体、社会参与”的原则，以加快实现我市农村流通现

代化和电商精准扶贫为目标，以农产品上行、农村电商生态构建为路径，着力建设完善“农产品电子商务供应链、农村三级物流配送、电子商务营销服务、电子商务公共服务和电子商务人才培养”五大体系，全面提升电子商务在农村地区生产、生活应用广度和深度，实现农民增收、农业增效，为我市经济社会快速健康发展提供新的强劲动力。

二、组织机制

（一）建立统一组织领导机制

为确保电子商务进农村工作扎实有序推进，成立以市长为组长，市商务局、财政局、农委、扶贫办等单位负责同志为主要成员，市直相关部门、乡镇、街道、管委会及相关企业共同参与的电子商务进农村工作领导小组，负责全市电子商务进农村工作的统筹领导和协调。领导小组下设办公室，办公地点设在市商务局，承担领导小组日常工作，督促落实领导小组议定事项，负责全市电子商务推进工作的日常管理和综合协调工作。

（二）建立部门分工协作机制

市电子商务进农村工作领导小组各成员单位要按照职责分工，实行“属地推进，条块结合，以块为主”的办法。市、乡（镇）两级政府是创建责任主体，分级承担项目建设任务，根据全市总体实施方案，各责任主体要制定切实可行的具体项目实施方案，负责引导和支持各类电商企业和项目进农村，建立健全农村电子商务综合服务体系，推进农村流通设施、农产品质量体系

等项目的建设和实施。

(三) 建立政企合作开发机制

按照“政府主导、企业主体、社会参与”的原则，积极建设市级电子商务产业园，成立市级电子商务公共服务中心和电子商务协会，搭建资源对接、政企合作平台，促进电商主体培育和电商产业集聚；采取股权投资模式、政府和企业资本合作（PPP）模式、以奖代补、贷款贴息模式等，利用财政资金杠杆作用吸纳社会资本投入示范项目的建设和实施，创新政企合作投融资机制，促进共享发展。

三、工作目标

(一) 总体目标

经过两至三年的努力，综合示范项目成效显著，全市建成“2个中心（公共服务中心、物流配送中心）、2个平台（公共服务平台、物流服务平台）、5个体系（农产品电子商务供应链、农村三级物流配送、电子商务营销服务、电子商务公共服务和电子商务人才培训）”，形成“城乡一体、双向流通、融合互动”的电子商务发展格局。

(二) 具体目标

力争通过2—3年的努力，全市电子商务经营主体（含网商）达到1000家以上，全市电子商务从业人员达到30000人以上；农特产品、手工艺品、特色工业品网上展销率达到90%以上，创建区域公用品牌2—3个，实现电子商务交易额同比增长35%

以上，农村网络零售额同比增长 40% 以上，农产品网络零售额同比增长 45% 以上，餐饮、民俗、乡村旅游等农村服务，网络零售额同比增长 45% 以上；建成市级电子商务综合服务中心 1 个，各乡镇建立 1 个镇级电商综合服务站，村级电商综合服务站要覆盖集中行政村达 70%；全面实现电商综合服务及物流配送网络市、乡、村全覆盖，形成农村流通与电子商务协同发展的良好局面。

四、实施内容

(一) 建立完善农产品电子商务供应链体系

1. 建立网货产品开发体系。依托我市涉农企业、电商企业，联合市内外农产品研究机构，建立网货产品开发中心，培育我市农特产品网销商品体系。以电子商务应用和知名网销产品培育为导向，重点针对我市四大农业主导产业，选择优势产业、特色产品进行网货开发，根据产品功能品性、产品特色及消费市场定位，开发品种丰富且能满足不同消费层次需求的产品组合和包装组合，开展设计、美工、包装、品牌塑造等一体化开发，并渐次开发上下游关联产品，形成网货产品系列，逐步带动其他农特产品加速网货商品化转型。

2. 建立农产品质量安全追溯体系。以政府为主导，围绕蔬菜、猪肉、林果、枣制品等我市主要特色农产品，建设覆盖流通环节、生产环节的农产品质量安全追溯体系，实现生产记录可存储、产品流向可追踪、储运信息可查询的农特产品质量溯源。以

新郑可溯源产品推广及产品认证为契机，以二维码、物联网等技术为核心，统一产品认证标识和二维码，赋予产品身份证明，推进农特产品换代升级，提升网销产品信誉度和品牌价值。争取2—3年内，市级以上农业产业化龙头企业、农民示范合作社及“三品一标”农产品全面实现农产品质量安全追溯管理。

3. 建立农特产品供应链标准化体系。依托市农委等相关部门，发挥好想你的产业龙头作用，以新郑大枣为抓手，制定、完善农业生产技术规范和生产加工操作规程等标准，加强农产品标准化生产基地建设，落实电商产品质量安全产地准出制度，实现农产品生产标准化。由市电商公共服务中心牵头，联合农副产品生产加工企业、电商服务企业，制定完善我市重要网货商品分等分级、产地准出、贮藏运输、包装标识等方面的标准，实现农产品流通标准化。

4. 建立农村产品品牌培育体系。一是培育区域公用品牌。在我市电子商务公共服务中心设立品牌培育中心，以新郑大枣为重点，研发设计包括产品识别、地理标识识别、防伪识别、渠道识别、认证识别等统一识别的区域公共品牌标识，实施品牌产权保护，逐步覆盖区域性、系列化的本地特色农副产品，培育打造区域产品与区域形象共同发展的农产品品牌。二是做强企业自主品牌。鼓励农业企业创牌经营和农产品商标注册、认证，加强优势特色农产品品牌整合和农业新产品开发，积极申报国家地理标志、证明商标和集体商标；鼓励“三品一标”和特色农产品经营

主体开拓网络营销渠道，支持电商企业参与以“三品一标”为基础的农产品品牌和生产基地创建；鼓励本地企业开展满足网络营销的品牌包装、产品设计、质量检测、品牌推广等业务，培育打造一批拥有自主知识产权、市场竞争力强的电商品牌企业和品牌产品，提升产品、企业及新郑地域的整体形象和美誉度。

（二）建立健全农村三级物流配送体系

5. 建立市级电商物流配送中心。建设集分拣配送中心、农产品物流仓储配送基地、低温仓库中心、冷链物流仓储基地等于一体的市级物流配送中心，在龙湖、和庄、梨河等农产品主产区健全预冷设施，打造服务我市农产品上行、重点向农村地区倾斜的市级电商物流配送集散中心，为我市农特产品上行提供仓储、分拣、加工、预冷、配送等基础性服务及金融、结算、咨询、生活等配套增值服务。

6. 建立乡、村两级物流配送服务体系。以政府购买服务方式，公开遴选符合条件的物流企业作为示范项目承办企业，开展农村物流配送网络体系建设。公开选择承办企业，整合我市邮政、供销等农村流通网络资源，“一乡一站、一村一点”建设农村物流配送站点，并与乡、村两级电商综合服务站点同步建设。其中，乡镇（园区）级服务站具备中转仓储、分拨配送、物流服务等功能，村级服务点具备快件信息发布、代收代发、代销代购等便民服务功能。各站点配置物流信息系统，并对接市物流信息公共服务平台，整合农村物流需求信息，连接供应链、物流链上

下游企业，实现统一仓储、统一分拣、统一车辆、统一标识、统一配送。有效解决农村“最初一公里”与“最后一公里”的物流问题，实现城乡物流互联互通，促进电子商务与物流快递协同快速发展。

7. 建立物流信息公共服务平台。公开选择具有实力的企业开发建设市物流信息公共服务平台。平台接入市内各大物流仓储中心、电商运营中心、农产品仓储配送基地等枢纽节点的信息数据，建立物流企业信息数据库和农产品信息数据库；使用自动识别、电子数据交换、货物跟踪、智能交通、物联网等先进技术，具备供需对接、快递跟踪、身份认证、信用查询等功能模块，实现全市物流资源共享、信息互联互通、业务协同共进。

（三）建立完善电子商务营销服务体系

8. 拓展网销产品营销渠道。一是开展品牌营销。以市政府为主体，加快与淘宝等知名电商平台开展深度合作，积极打造线上“新郑特色馆”，借助平台流量扩大本地农特产品品牌知名度和影响力；利用国内外专业展会、新闻媒体、网络平台等全渠道推介宣传我市农产品区域品牌及整体形象；引导企业利用微信、微博、行业营销平台等方式，扩大企业品牌知名度，设立集展示、销售、电商和品牌宣传为一体的农产品展示展销中心，进一步拓展产品销售渠道。二是开展跨境电商营销。由市电子商务公共服务中心协同电商产业园建设跨境电商孵化中心，积极引进跨境电商平台、企业、服务商入驻，以新郑大枣等重点外贸产品为突破

口进行跨境电商产品孵化，为农产品出口提供物流与海外仓储、跨境金融、货源组织与渠道等一站式营销服务，拓展我市农特产品外销渠道。

9. 鼓励本地实体企业电商化转型。鼓励本地农业龙头企业、专业化合作社应用 B2B、B2C、C2C 等第三方电子商务平台实行线上营销，优先推动“名特优新”、“三品一标”、“一村一品”等优质品牌农产品上网营销；引导合作社、种植基地与本地电商企业、生鲜超市、社区便利店建立直供关系，共同设立农产品体验店、自提点和提货柜；引导整合有实力的企业或联盟组织自建农产品网销平台，拓宽采购、销售渠道，加快产品开发和升级步伐，变革营销模式和经营管理方式，实现线上线下交易融合、提升生产、流通的组织化与标准化水平。

10. 招募合伙人，营造电商氛围。整合政府公共媒体资源，通过电视台、报纸、政府网站、广播电台、户外广告牌、墙体广告等多种方式宣传招募农村电商合伙人，由合伙人为突破口，掀起农村电商发展热潮；刷墙拉幅，开展农村电商宣传。由各乡镇（园区）负责，在全市各个行政村主要街、路涂写标语宣传墙，设立电子商务宣传站点，制作电商展板、推广电子商务信息，开展电商下乡、电商进村等专项活动，普及电子商务基础技能，提升农村电子商务认知，营造农村电商发展氛围。

（四）建立完善农村电子商务公共服务体系

11. 建立市级电子商务公共服务中心。依托我市电子商务产

业园产业集聚、服务集聚优势，成立由政府主导下的电子商务公共服务中心，下设网货开发中心、物流服务中心、品牌培育中心、数据管控中心及人才培育中心，配置独立的服务前台、线上体验区和孵化区，在技术支持、培训孵化、产品对接、品牌建设、网络推广等方面为网商、创业群体提供免费基础服务及特色增值服务。公共服务中心采取政府购买服务形式，通过公开招标形式由具备运营经验及条件的第三方机构运营管理，通过“服务中心+服务平台+企业+基地”的模式，实现优势资源的对接与整合，打通农村电商产业链上的各个环节，营造健康的电子商务发展生态环境。

12. 打造市级电子商务公共服务平台。依托市电子商务公共服务中心，开发建设新郑市级电子商务公共服务平台。逐步完善电商资讯、人才培养、企业及商品展示、创业孵化、信用管理、质量追溯、小微企业综合服务等功能模块，并为产业统计、企业管理、行业监管等提供有效支撑。同时对接物流信息公共服务平台，链接相关政府部门网站，接入第三方电商运营商、服务商等端口链接，成为集企业展示、产品展示、技术培训、人才孵化、信息咨询、应用推广等多功能于一体的电商综合交流平台和资源共享平台。

13. 完善乡村电子商务服务站体系。由市商务局、电子商务公共服务中心、乡镇（园区）等多方协作，统筹规划农村电子商务服务站网点布局，整合我市邮政、供销等服务站系统资源，在

政府主导下，根据每个乡镇（园区）、每个行政村重点建设1个站点的原则，对符合条件的服务站点按照相关建设标准进行设施改造，提升电子商务综合服务和物流仓储功能，完善信息报送、日常网络安全管理、考勤管理、货物配送等规章制度，使其能够提供创业指导、网上代买代卖、物流代收代发、缴费支付、小额取现、电商信息推送、O2O体验店等多项服务，形成标识统一、平台互通、功能集约、服务规范的新郑市农村电子商务服务站体系，建立上下联动、广泛覆盖、高效便捷的农村电商综合服务网络。

（五）建立完善农村电子商务培训体系

14. 建立公益性电子商务培训基地。在政府主导下，由市电子商务公共服务中心牵头，依托市电商协会、中原电商大厦，建设面向全市的电子商务公共培训基地。基地组建专业培训工作团队，负责制定培训计划、讲师管理制度、考核制度等相关管理制度及工作流程和实施、接单、档案管理、跟踪辅导等具体工作，开展面向我市政府、企业、农民、返乡大学生、退伍军人、残疾人等基础知识培训、技能方法培训和高技能人才培训等不同层次培训。

15. 建立社会化电子商务培训基地。依托我市高等院校集聚优势，利用我市高校电子商务专业的教育资源和教育场地，以“政校企”合作方式，通过交流讲学、定向培养等方式，丰富专业理论课程和平台类实操课程，培养服务我市电商发展的理论素

养高、实战技能强的电商人才，发展成专业化电子商务人才培养基地。依托华南城、华商汇等园区资源，支持电子商务培训机构入驻，通过给予场地、经费等支持措施，积极引导电子商务专业培训单位设立分支机构，为我市提供电商培训专业服务，打造3—5个社会化电商培训基地。

16. 建立多元化电子商务培训服务机制。我市农村电商人才培训工作按照公益性、市场性建立多元化培训服务机制。公益性培训由市政府组织领导，商务局、人社局主管，团市委、市妇联协作，由承办单位择优遴选1—2家培训机构承办，政府按照培训标准给予补贴；市场性培训由产业园区、培训学校、孵化基地，电商学院、职业学校及社会专业培训机构在政府政策引导和组织带动下开展实施，政府对组织流程、培训方案、培训效果等方面进行评估，按照相关办法视情况给予补助，形成“政、校、企”合作培训机制。

五、建设内容及进度安排

（一）投资规模及资金来源

我市电子商务进农村示范工程计划实施五大体系，计划总投资2500万元，其中，省级财政资金1500万元、市级配套资金1000万元，共分3年完成，其中，公共服务中心和物流配送延长2年服务。

（二）建设内容及资金、进度安排

电子商务公共服务中心运营管理建设：项目建设资金共800

万元。

1. 电子商务公共服务中心建设

建设内容：改造和装修电商产业园场地、购置硬件设施设备，建设服务前台、线上体验区、客户服务中心、农村网货研发中心、物流服务中心、品牌中心、数据采集统计中心等。

进度安排：2019年6月底前建设完成并投入运营。

示范效果：提高市域农特产品的网货转化率，满足市域网商、农业合作社、传统企业的网络营销、包装、策划、培训、物流等公共服务需求，营造电商氛围、带动创业就业、实现电商扶贫。

2. 电子商务公共服务平台建设

建设内容：建设开发平台系统、组建平台运营团队、平台运营维护、购买软硬件设备设施等。

进度安排：2019年6月底建成并投入运营。

示范效果：线上公共服务平台作为市级公共服务中心的线上支撑系统将有力整合市域电子商务产业链、服务链资源，促进农产品网上销售，推进农产品标准化生产和品牌化经营，建立农村产品供应链上行体系。

3. 农特产品线上营销服务工程

建设内容：农特产品线上营销渠道建设，微信、微博营销开发，营销活动策划，媒体宣传推广，渠道维护和拓展等。

进度安排：2019年底前全部建设完成。

示范效果：以电子商务和信息化手段引导农业生产，拓宽农特产品经营渠道，提升农产品销售量及网络销售的公信力和美誉度，带动农特产品、乡村旅游发展。

4. 农村电商氛围营造工程

建设内容：利用公共媒体资源开展农村电商宣传；开展农村电商合伙人招募活动；在乡（镇）及农村刷墙拉幅、制作电商展板、推广电子商务信息、开展电商下乡活动等。

进度安排：2019年6月底前全部建设完成。

示范效果：通过电视台、报纸、政府网站、广播电台、户外广告牌、墙体广告、信息推送等多种方式宣传农村电商，形成电商宣传站点村村全覆盖，加快农民触网、入网步伐。

5. 电子商务公共培训中心建设

建设内容：500平方米大型培训教室1个、200平方米的培训教室1个、150平方米独立多媒体教室、30台电脑实训机房、组建培训运营团队，聘请专业讲师团队，开发培训课程，进行制度化化管理。

进度安排：2019年6月底建成并投入运营。

示范效果：培训课程按照每月不少于2次频率举办。实现每年不少于3000人次的电商基础知识培训、电商实操技能培训和人才管理提升培训。对有能力有意愿的贫困户进行免费培训，对80%的乡镇、村干部和第一书记轮训，在80%有条件的贫困村每村培育1名电商带头人，带动有能力有意愿的建档立卡贫困户

网络创业就业人数占有能力有意愿的建档立卡贫困户总人数10%以上。

农村电商人才培养：项目建设资金共350万元。

6. 电子商务人才培育基地建设

建设内容：依托市高等院校，开设电子商务及跨境电商专业，配备实训教室、教学设备及其他设施，开发系统化的电商理论课程和实操课程，组建教师团队、管理团队，聘请专业讲师等。

进度安排：2019年6月底建成并投入运营，基础普及性培训和增值培训累计8000人次以上。

示范效果：建设成为我市系统化的电子商务人才培养基地，形成“政校会企园”协同育人机制，每年为本地企业和创业团队输送不少于800人的电商应用型和复合型人才。

农产品上行供应链体系建设：项目建设资金共450万元。

7. 农村产品网货开发工程

建设内容：建立农村产品网货开发中心，开展农村产品市场调查、农村网货产品体系开发、价值挖掘、网货产品创意设计、包装策划、营销推广等。

进度安排：2019年底前完成农村网货产品体系开发，并持续推进。

示范效果：加速农特产品商品化、网货化转型，形成特色产业网货产品体系，带动农村产品网络销售。

8. 农副产品质量溯源体系建设

建设内容：建立农副产品质量追溯体系、制定追溯管理技术规范 and 标准、质量追溯管理运行推广等。

进度安排：2019 年底前全面建设完成。

示范效果：实现网销农特产品统一身份认证，安全质量可追溯，扩大我市农特产品品牌美誉度和影响力，提升农产品质量安全保障能力。

9. 农产品标准化体系建设

建设内容：制定特色农产品生产技术规范，网货商品分等分级包装，开展产地准出、贮藏运输、包装标识等标准化建设。

进度安排：2019 年底前完成投入使用。

示范效果：健全我市农特产品标准化体系，增强农产品市场竞争力，提高农产品安全质量和消费者体验，促进农产品网货化。

10. 农特产品“双品牌”塑造工程

建设内容：开展新郑“地域品牌+企业品牌”双品牌打造工作，设计包括产品识别、地理标志识别、防伪识别、渠道识别、认证识别等统一易识别的区域公共品牌标识，并取得产权保护，培育知名企业品牌和品牌企业。

进度安排：2019 年底，农产品双品牌建设全部完成。

示范效果：通过品牌影响力提升我市农特产品知名度，进而提升新郑市城市形象，促进农户、企业抱团发展，提高议价能

力，规避恶性竞争。

电子商务进农村镇村综合服务站点建设：项目建设资金共450万元。

11. 农村电商物流配送综合服务站点建设

建设内容：依托整体物流网络布局，在乡村电商服务站站场建设物流服务区，配备物流收发货架、电脑、标准化农村物流信息终端和设备等配套设施；统筹规划并开通城乡物流配送专线，组建行业联盟开展共同配送，选择企业开展市下统一配送。整合邮政、供销等乡村服务站系统资源，按照“一乡一站、一村一点”的原则，按照统一建设标准对服务站进行设施改造和功能提升，打造乡村电商物流配送综合服务站点。

进度安排：2019年底前实现市域乡、村两级全覆盖，且80%村点开展电商服务（包括代购代销、代存代缴）金额月均达到2000元以上。

示范效果：有效破解农村物流配送“最初一公里”与“最后一公里”瓶颈，实现城乡物流信息互联互通，促进电子商务与物流快递协同发展、高效联动。形成市域标识统一、平台开放、功能集约、服务规范的新郑市农村电子商务服务站体系，能够承担创业指导、网上代买代卖、物流代收代发、缴费支付、小额取现、电商信息推送、O2O体验店等多项服务功能。县、镇、村三级物流体系建设：项目建设资金共450万元。

12. 市级物流配送中心建设及物流信息公共服务平台建设

建设内容：建设集分拣配送中心、农产品物流仓储配送基地、低温仓库中心、冷链物流仓储基地等于一体的市级物流配送中心，健全农产品主产区预冷设施，配置办公设施设备、物流设施设备、冷链配送车辆、信息服务中心、运营中心、配套设施设备等。

物流信息集成系统开发建设、系统应用与维护、数据端口接入、运营团队建设与管理等。

进度安排：2019 年底建成并投入运营，物流快递企业的乡镇覆盖率超过 80%，与村级电商服务点实现资源共享。

示范效果：集聚电商物流快递资源和企业，优先为我市农产品上行提供倾斜性物流配送服务，形成立足新郑、服务郑州、辐射中部的生鲜农产品集散枢纽。利用信息化平台，整合市域物流资源，降低物流成本，提升物流配送频率，为农产品上行提供物流解决方案，为农村地区提供更加便捷高效的物流服务。整合至少 4 家现有物流快递企业资源，物流快递企业的乡镇覆盖率超过 90%，与村级电商服务点实现资源共享。

六、保障措施

（一）组织分工。在市电子商务进农村工作领导小组统一领导下，各乡镇及相关市直单位要落实 1—2 名负责人员，制定项目建设时序表，明确职责分工。领导小组定期召开工作推进会议，形成多部门及各乡镇协同沟通机制，协调解决农村电子商务发展中的各项重大问题，切实推进落实各项工作。

(二) 政策扶持。积极争取国家、省、郑州市财政支持，落实我市促进农村电子商务发展的各项扶持政策和专项配套资金，采取以奖代补、阶梯补助、专项补助等多种形式，落实对示范企业及项目的扶持。推进市政府和社会资本合作（PPP）、股权投资、以奖代补、贷款贴息等方式，引导、带动市内外社会资本参与农村电子商务重大项目、重点工程建设。建立健全适应农村流通信息化、电子商务发展多元化、多渠道的投融资机制。

(三) 宣传引导。利用搜索引擎、大型门户网站、微博等网络媒体和报纸、广播电视等传统媒体大力宣传创建电子商务进农村综合示范的各项举措，增强企业投资和应用电子商务的信心。加强对各级干部的宣传、教育、培训，提升创建电子商务进农村综合示范市的工作能力和业务素质。支持行业协会、研究机构等社会组织举办形式多样的研讨会、座谈会、电商俱乐部、电商讲座等活动，营造政府、企业以及社会各界共同参与推动电商发展的良好氛围。

(四) 督导考核。建立健全工作督导考核制度，针对各部门和乡镇的工作职责，定期考核评价电子商务进农村工作各项项目建设和应用情况，推动农村电子商务工作有序开展。建立完善专项资金与项目管理制度，公开项目申报、评审、评估各环节工作情况，保障资金规范落实。建立信息报送统计制度，各单位、责任主体及时报送项目进展情况、资金落实情况及各阶段工作总结，形成项目动态监管机制，确保示范市创建工作取得实效。

本通知自下发之日起开始执行，《新郑市电子商务进农村工作实施方案》（新政〔2018〕9号）同时废止。

2019年8月20日

主办：市商务局

抄送：市委各部门，市人民武装部。

市人大常委会办公室，市政协办公室，市法院，市检察院。

新郑市人民政府办公室

2019年8月20日印发

