

2018年国家电子商务进农村综合示范项目实施方案

填报单位：(盖章)						日期		2018年10月8日						
项目名称	承办单位	实施进度	存在问题	下月计划	投资构成			完成投资情况		专项资金使用情况		企业配套资金使用情况		备注
					项目总投资(万元)	中央资金投入金额(万元)	企业配套资金(万元)	其他资金	本月完成投资(万元)	累计完成投资(万元)	本月使用专项(万元)	累计使用专项(万元)	本月企业投入(万元)	
电子商务公共服务体系	云南云商汇网络科技有限公司	1、县级公共服务体系建设：县级公共服务中心已经开始顺利投入运营，目前有4家企业开始在公共服务中心办公。 2、乡镇级电子商务服务站建设：8个乡镇电子商务公共站点已经开始与县级公共服务中心联网投入运营。 3、村级电子商务服务点建设：我县有60个村级服务站点(含40个贫困村委会)已经完成装修、建设，开始发挥代收代发、代缴话费、小额金融存取款的站点功能。	项目总体进度缓慢，部分乡镇、村级服务站点建设不完善。	1、县级公共服务中心已经开始正常运营，为企业提供开设网店、宣传推广等服务。 2、完成8个乡镇电子商务服务中心选址与装修工作，已全部建成，并与公共服务中心联网并投入运营。 3、完成60个(覆盖全县40个贫困村委会)村级服务点建设及装修工作，完成公共服务中心联网投入运营，为村民提供代收代发、充值水电费、话费、小额金融存取款等	479	329	150		294.87		285.22		9.65	
物流配送体系		1、县级农产品物流分拨中心建设：县级物流中心已经完成设计、装修，有4家物流企业入驻。 2、乡镇配送中心建设：乡镇级物流站点与8个乡镇级电子商务服务站共建，现在已经完成装修、改造、建设工作，开始产生物流包裹。 3、村级物流服务点建设：与60个村级电子商务服务站共建，开始运营，产生上行、下行物流包裹。 4、目前公司已调配3辆运输车辆。 5、本月共产生15877个物流包裹，已经完成15877个包裹的分拣信息入库，并在48h之内分拣到相应的乡(镇)服务站点。	1、部分的贫困村委会交通线路单一，可选择物流线路较少，难以进行物流线路的规划以及物流资源的整合。 2、农村年轻人多外出打工，留守的人口老龄化严重，对电商只是了解薄弱，物流宣传难以发挥效果。 3、完成到达公共服务中心的物流包裹的分拣信息入库，并在48h之内分拣到相应的乡(镇)服务站点。	1、县级农村物流配送中心持续招商入驻。 2、完成8个乡镇农村物流配送中转站建设，与服务站合建并建设与县级配送中心联网运营，相互补充、共建、共享、共用。为各乡镇居民销售本地农产品和购买生活必需品及生产资料提供服务。 3、继续整合双柏县域内的物流企业，减少物流成本。 4、完成到达公共服务中心的物流包裹的分拣信息入库，并在48h之内分拣到相应的乡(镇)服务站点。	325	175	150		117.42		117.29		0.13	
电商人才培训体系		截至目前，共计完成培训3522人次，其中贫困户774人。	1、部分乡镇少数民族较多，与少数民族居民沟通、培训较为困难。 2、部分乡镇村委会人口老龄化严重，对于培训和控烟人才工作开展困难。 3、我县部分贫困村委会较为分散，路程较远，路况差，培训难度较大。	1、协助县人力资源和社会保险局在公共服务中心开展一批网络创业创新培训。 2、持续对双柏县县域内开展电子商务培训，增强居民的电商意识，教会他们懂电商、用电商，让电商帮助改善居民生活质量。 3、加强对物流到村的宣传力度，力争打通下行“最后一公里”以及上行的最初一公里。	60	60			51.88		51.76		0.12	
农村电商供应链体系		1、为了更好地、更有效的推广双柏县地方特色农产品，我们对双柏县内与龙河流域、陈汗河流域、发尼山把楼、大菁、麻海、福明村委会以及大庄坝村村委会、鄂基镇等农产品信息进行了调研，调研区域覆盖面较广，对县域内种植的新鲜水果、林作物、中草药、特色养殖、野生菌等进行一次调研，涵盖产品种类50余类，对产量、季节等进行统计；对所调研农产品进行信息采集、分类、扫码。走访调研了多家企业，调研企业产品货源储备情况、商品销售价格等信息。 2、目前，已经与35家企业、合作社签订入驻协议，帮助30家企业开设企业店铺，并且帮助部分企业进行产品的拍摄、上架。 3、开通双柏县云商汇电子商务平台，对上架的特色农产品的相关资料进行收集与整理，包括产品的质量、销量、销量等信息。 4、帮助7家企业进行溯源体系的注册。 5、完成双柏县公共品牌“云森谷”的注册工作，并且开通天猫、淘宝、抖音店铺，对双柏县特色花茶系列产品进行销售。 6、顺利完成双柏丰收节原产地大型直播活动的筹备与启动，网红主播在抖音、快手等平台进行带货，销售双柏大坡地峨足村村委会的安尼斯软籽石榴、“云森谷”系列花茶、双柏妥甸新油、白竹山茶等双柏特色产品，直播活动还会持续进行，目前日均销售额30000余元。	1、部分农产品存在季节性生产，货源储备不充足，品牌、包装、产品口感都需要提升改进。 2、缺乏农产品，收集到的农产品资料较少。	1、实施农产品品牌建设，广泛发动商贸流通企业、行业协会、农民专业合作社和种养大户参与建设区域公共品牌，开展农产品品牌规划、品牌设计、产品开发、产品包装和营销推广，支持开展农产品“三品一标”认证，打造区域公共品牌、企业品牌和产品品牌，推进农产品标准化、互联网化和品牌化。 2、实施农产品质量安全检测及溯源体系建设，引进农产品溯源建设企业，建立农产品溯源管理系统，开展买药溯源，白竹山茶、冬早蔬菜类和畜牧养殖等高原特色农产品溯源，通过二维码技术，为农产品做好“身份”标识，实现由基础端至消费端的信息追溯，做到“一品一码”。 3、实施农产品营销体系建设及电商主体培育，利用第三方电商平台开设双柏体验馆、特色馆、旗舰店、专营店等网上商店和微店，促进传统商贸流通企业转型升级，培育壮大本地电商主体，拓展国际国内市场，整合现有的电商平台，构建互联网超市，方便群众销售农产品和购买生活必需品及生产资料。	565	565			12.98	228.08	12.98	227.63		0.45