

双柏县2018年度电子商务进农村综合示范项目12月管理台账

序号	项目	子项目	中标金额	企业承诺配套金额	目标任务	已完成内容	实际投入中央资金(万元)	实际投入企业配套资金(万元)	已拨付资金(万元)	企业垫支	未完成任务	下一步工作	完成时限
		电子商务公共服务体系	324	150	<p>(一) 提升改造双柏县级电子商务公共服务中心。县级公共服务中心须具备面向农村的电子商务公共服务职能，支持多平台销售；设置培训教室；创客空间以及提供共享的设施设备、服务前台和线上体验区；公共机房，采集、统计县域网络交易数据，能进行数据分析；小型仓库。</p> <p>(二) 建设8个乡镇电子商务公共服务站、62个村级电子商务公共服务点，选择在乡（镇）集镇和人员活动相对集中的地方，打造功能全面、服务功能完善的电子商务乡镇级、村级服务站点。</p>	<p>1、县级公共服务中心建设：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。</p> <p>2、乡镇级电子商务公共服务站建设：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。</p> <p>3、村级电子商务服务点建设：我县有66个村级服务站点（含40个贫困村委会）已经完成装修、建设。开始发挥快递代收发、代缴话费、小额金融存取款的站点功能。</p>	286	45.3	296		<p>公共服务体系的功能要进一步完善。一是县级电商公共服务中心需进一步发挥“指挥中枢”的作用，运营、孵化和供应链的公共服务功能有待提升。二是部分乡村服务站点缺乏金融服务，代卖功能需要完善；</p>	<p>加大宣传以良好的发展环境和完善的服务保障吸引和引导企业和个人开展农产品网上销售业务。加强对乡镇、村级服务站点负责人业务技能培训，让各服务站点积极发挥代买代卖、代缴水电费、话费、小额金融存取款等便民职能。</p>	持续完善

			<p>（一）建设县级农村物流配送中心。（二）建设8个乡（镇）农村物流配送中转站。（三）建设62个村级农村物流配送中转点（力争40个贫困村委会全覆盖）。（四）加强物流信息管理平台建设和物流资源整合。</p>	<p>1、县级农产品物流分拨中心建设：县级公共物流中心已经完成设计、装修，有4家物流企业在物流中心办公。</p> <p>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站点共建，现在已经完成装修、改造、建设工作，开始产生物流包裹。</p> <p>3、村级物流服务点建设：与66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。</p> <p>4、目前公司已调配三辆运输车辆。</p> <p>5、截止目前，共产生158676个物流包裹，已经完成158676个包裹的分拣信息入库，并在48h之内分拨到相应的乡（镇）服务站点。</p>	162	45.1	162		<p>快递物流整合力度不够，物流效率不高。快递物流的整合力度需要进一步加大；特别是业务的整合；整合快递物流企业的数据采集需要实现智能化对接，提升物流效率。</p>	<p>积极整合乡公交、农村客运、邮政、社会其他运输资源等运力合作开展县乡村物流，保证物流包裹48小时以内分拨到相应的乡镇、村级服务站点。</p>	持续完善
--	--	--	--	--	-----	------	-----	--	---	--	------

双柏县全国电子商务进农村综合示范项目	农村电商供应链体系	565	0	<p>(一) 对双柏县现有农产品进行调研。(二) 建立公共品牌体系。(三) 搭建立体销售体系。(四) 筹办与当地农产品相关的电商活动。(五) 建设质量追溯系统。(六) 开发特色农产品。(七) 创新电商扶贫模式。(八) 建立电商数据平台。</p>	<p>1、对双柏县内马龙河流域、绿汁江流域、爱尼山把租、大箐、麻海、旧哨村委会以及大庄镇档木塘村委会、鄂嘉镇等农产品信息进行了调研，调研区域覆盖面较广，对县域内种植的生鲜水果、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收集、分类、归档。走访调研了多家企业，调研企业产品货源储备情况、商品销售渠道等信息。</p> <p>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。</p> <p>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、储量、销量等信息。</p> <p>4、帮助7家企业进行溯源体系的注册。</p> <p>5、完成双柏县域公共品牌“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。</p> <p>6、参加楚雄州2020年“10.17”扶贫日“消费扶贫产品展销”活动，代销双柏县特色产品。</p> <p>7、举办双柏县丰收节大型原产地直播活动，进行双柏特色产品网上销售。</p>	277	1.5	324	<p>(一) 农村产品供应链建设有待加强。一是区域公共品牌注册缓慢，与可追溯体系、农产品标准化、质量检测 and 认证等协同发展不够。二是农村产品供应链建设水平不高。如农村产品分级、包装、网络营销产品的开发等能力较弱，政府相关部门和承办企业对农产品供应链的建设力度需进一步加强。</p> <p>(二) 电商扶贫举措有待进一步落实。电商扶贫信息进行规范统计不完善，只有总结性材料，未提供具体的帮扶人姓名、联系方式、帮扶形式等内容。</p>	<p>(一) 深入农业的各个生产环节，创品牌、建基地、搞加工、促销售，带动全县农特产业快速发展。</p> <p>(二) 促进农业产业品牌化和标准化，实现“线上线下”销售融合发展，扩大全县名优农特产品销售渠道。</p> <p>(三) 强化商标培育力度，增强企业品牌意识，引导我县电商企业创造自己的品牌。</p> <p>(四) 联合开展电子商务实操技能培训，继续对符合创业扶持的，纳入县电子商务公共服务中心接受专业创业孵化培训，并鼓励贫困人员上网开店创业；推动政策性帮扶向电子商务贫困创业者倾斜，帮助贫困人群通过电子商务实现创业。</p>	持续完善
--------------------	-----------	-----	---	--	--	-----	-----	-----	--	---	------

	人员培训	60	0	开展面向基层政府机关、村民委员会、涉农企业、农村合作组织、农村创业青年和农民的电子培训。重点培训大学生村官、农村青年、返乡大学生、退伍军人、乡（镇）村级电子商务服务站信息员等有志立足农村、通过电子商务发展创业的人员，培训人数不低于3000人次（建档立卡户贫困人口不少于1000人次）。	截至目前，共计完成培训2961人次，其中含贫困户740人。	56.8	0.1	57.4		培训进度缓慢，培训档案管理不规范，培训签到表中部分信息不完善。	对已经培训的档案进行规范整理，计划开展后续培训，针对不同人群制定不同的培训方案。	#####
合计		1119	300			782	92	839	0			