

广东省兴宁市科工商务局

关于提供兴宁市电子商务进农村综合示范绩效评价相关材料的情况汇报

梅州市商务局：

按照梅州市商务局《转发广东省商务厅关于开展 2019 年国家级电子商务进农村综合示范绩效评价的通知》，现将《兴宁市电子商务进农村综合示范绩效评价自评报告》及绩效评价自评表汇报给你。

附件：1.兴宁市电子商务进农村综合示范绩效评价自评报告
2.绩效评价自评表



(联系人：何宇科 联系电话：3310260 邮箱：
scg3322392@163.com)

兴宁市人民政府办公室

兴宁市电子商务进农村综合示范 绩效评价自评报告

一、县域概况

兴宁是广东省管辖、梅州市代管的县级市，位于广东东北部，总面积 2105 平方公里，辖 17 个镇、3 个街道，455 个村、46 个社区，总人口约 117 万。属原中央苏区，作为粤闽赣边区域性陆路交通枢纽，南接珠三角，东连潮汕揭、海西区，是全国粮食生产先进县、全国重点产茶县、中国油茶之乡、全国平安农机示范县，素有“华侨之乡、文化之乡、足球之乡”之美誉，被列为国家级生态发展区、国家级超级稻示范推广县（市），袁隆平院士科研团队连续 5 年在兴宁开展水稻良种种植试验示范，2016 年“华南双季超级稻”年亩产在兴宁创世界纪录，2020 年兴宁丝苗香米产量再创世界纪录，袁隆平院士题词“兴宁杂交稻香米”。兴宁有农业龙头企业 100 家，形成丝苗米、单枞茶、茶油、柚果、肉鸽等农业优势产业，“兴宁茶油”获批国家地理标志证明商标，“兴宁鸽”入选 2020 年全国首批名特优新农产品名录，龙田镇成为梅州市首个全国农业产业强镇。

兴宁市历来有“小南京”、“无兴不成市”的美誉，本地常住人口有 99.38 万人，商业网点遍布城乡，贸易繁荣、购销兴旺，

消费市场发展活跃。2018年、2019年、2020年兴宁市社会消费品零售总额分别为98.14亿元、107.99亿元、101.33亿元，年均增速为5%，高于同期全国乡村消费品零售额年均增速2.7个百分点。

兴宁市电商发展基础扎实。全市村及街道用电全覆盖，户均容量不低于2.5千伏安。共有220千伏变电站3座，总主变容量为1200兆伏安；共有110千伏变电站17座，总主变容量为1600兆伏安。宽带和移动通讯乡镇、村及街道覆盖率100%。2019年末移动电话用户达61.78万户，互联网用户达21.79万户。实现光纤进村，带宽最高200兆。兴宁电商氛围浓郁，依托兴宁市高级技工学校，打造了粤东北首个电子商务产业示范基地和电商人才创业孵化园区。2015年兴宁成为阿里巴巴粤东农村淘宝项目首个试点，也是阿里巴巴“千县万村”粤东地区农村淘宝项目的首个试点。高水平承办2019、2020梅州互联网大会，高质量建设互联网产业园，着力推进“互联网+流通”、“互联网+农业”、“互联网+旅游”，打造数字经济驱动的新增长极，入选第三批全国农村创业创新典型县。

兴宁市于2019年获批“国家级电子商务进农村综合示范县（市）”，目前，已基本完成国家级综合示范县创建任务，中央财政资金已拨付使用1341.89万元，项目建设进度超过90%，地方配套资金100万元。在积极探索建立农村利益联结机制、激活电商内生动力、促进农村电子商务快速发展等方面的工作经验和

做法得到了《人民日报》《南方日报》、“学习强国”学习平台等国家和省级以上新闻媒体专栏报道、宣传推广。

二、绩效自评情况

自评总分 97 分，其中基础分 95 分，加分项 2 分，无一票否决项。评分等级为优秀。

三、项目基本情况

（一）项目组织实施和管理情况

1. 组织协调

为更好推进我市（县）2019 年国家级电子商务进农村综合示范县创建工作，落实各单位职责，促进我市（县）电商行业发展，成立了以洪国华市长为组长、分管市常委、副市长为副组长、市（县）直有关单位一把手和 20 个镇（街）一把手为成员的电子商务进农村综合示范工作领导小组，领导小组下设办公室在市科工商务局，由市科工商务局张小海局长任办公室主任。为了更好协调各单位工作，共同推进项目建设，累计召开 27 场电子商务进农村综合示范工作推进会，会议记录 20 份。

2. 制度建设

为保障兴宁市 2019 年国家电子商务进农村综合示范项目建设工作顺利推进，规范项目资金使用，兴宁市发布了《关于调整兴宁市电子商务进农村综合示范工作领导小组成员及明确职责分工》（兴市府办函〔2020〕18 号）的通知，制定了《兴宁市创建国家级电子商务进农村综合示范县（市）工作方案》（兴市

府办函〔2020〕26号)、《兴宁市创建国家级电子商务进农村综合示范县(市)资金使用管理办法》《兴宁市创建国家级电子商务进农村综合示范项目国有资产管理制度(暂行)》等文件,为2019年国家级电子商务进农村综合示范县创建工作提供制度机制保障,有序推进全市农村电子商务发展。

3. 承办企业及其确定方式

本项目委托广东粤能工程管理有限公司在广东省政府采购网通过公开招投标的方式,由各投标单位公平公正公开竞标,最终确定承办企业。2020年6月24日本项目开标,并在兴宁市人民政府网站电子商务进农村专栏通知公告区进行《兴宁市科工商务局兴宁市电子商务进农村综合示范项目(项目编号:441481-202006-540001-0009中标公告》的公示。

表1 兴宁市电子商务进农村综合示范承办企业确定方式

承办企业名称	承办项目	选择方式	
		公开招投标	非公开招投标 (注明类型)
兴宁市贵食食品连锁有限公司	农产品产地初加工和商品(标准)化预处理设施建设	√	
联通(广东)产业互联网有限公司	镇村电商服务站点可视化管理	√	
	产品流通标准化		
梅州市方捷网络信息技术有限公司	农产品营销体系建设	√	
广东壹号电子商务有限公司	打造兴宁市网红产业(网红场景打造)	√	

广东壹号投资有限公司	兴宁市电子商务公共服务中心建设	√	
兴宁市客运公司	三级物流配送体系建设	√	
	智慧乡村服务应用体系（农村电子商务服务站）建设		
梅州市电子商务协会	兴宁市农村电子商务人才培训体系	√	

（二）项目资金拨付与使用

1. 项目投资情况

我市 2019 年国家电子商务进农村综合示范项目投资金额为 2460 万元。其中，中央资金 1500 万元，地方配套资金 100 万元、企业自筹 860 万元。

表 2 兴宁市综合示范项目资金来源情况表

计划总投资 (万元)	中央财政资金 (万元)	地方配套资金 (万元)	企业自筹资金 (万元)
2460	1500	100	860

2. 中央资金拨付情况

我市 2019 年国家电子商务进农村综合示范项目共获得中央财政资金 1500 万元，招投标总价额为 1490.98 万元，目前共拨付资金 1341.89 万元，拨付率达 90%。其中，农村产品上行体系建设计划投入 922.67 万元，占比 61.89%，实际拨付了 830.41 万元，占比 90%；完善农村公共服务体系计划投入 379.71 万元，占比 25.44%，实际拨付了 341.38 万元，占比 90%；开展农村电子商务培训计划投入 189 万元，占比 12.67%，实际拨付了 170.1 万元，占比 90%。

表3 兴宁市综合示范项目资金拨付情况表

资金支持方向	具体项目名称	计划安排额度(万元)	实际拨付额度(万元)	资金拨付率(%)
农村流通基础设施	农产品产地初加工和商品(标准)化预处理设施建设	146.26	131.64	90%
	产品流通标准化(溯源)	49.50	44.55	90%
	农产品营销体系建设	169.70	152.73	90%
	打造兴宁市网红产业(网红场景打造)	59.60	53.64	90%
	三级物流配送体系建设	497.61	447.85	90%
农村电商	兴宁市电子商务公共服务中心建设	219.74	197.77	90%
公共服务体系	智慧乡村服务应用体系(农村电子商务服务站)建设	59.68	53.71	90%
	镇村电商服务站点可视化管理	99.89	89.90	90%
农村电子商务培训	兴宁市农村电子商务人才培训体系	189.00	170.1	90%
以上合计		1490.98	1341.89	90%

(三) 项目目标完成情况及绩效分析

1. 目标设置情况

根据《兴宁市创建国家级电子商务进农村综合示范县(市)

工作方案》（兴市府办函〔2020〕26号）要求，我市建设总目标为：

通过开展2019年国家级电子商务进农村综合示范工作，在农村产品生产加工、品质认证、市场运营等方面建立明确的规范化流程，建设1个县（市）级物流配送中心和农产品检测初加工中心，对现有县、镇、村级服务网点进行改造升级，行政村电商服务站点覆盖率达到50%以上，省定贫困村电商服务站点覆盖率达到100%，农村产品上行零售额增长30%以上，农村产品上行收入占当地农户收入的比重明显上升。打造2-3个兴宁市本地农产品公用品牌。打造智慧乡村服务应用体系，建设县（市）级电商公共服务中心、建设电子商务公共服务平台。孵化10个以上创新创业团队，带动创新创业人数200人以上，培训电子商务人才不少于10000人次，对有劳动能力的建档立卡贫困人口的培训率达到50%，为参训学员组织各类电商用工对接会5场以上，参加对接学员总数不低于300人，帮助贫困户电商就业不少于60人。根据实际情况规划建设并运营3-5个电商扶贫试点村，建设兴宁市网红产业基地、兴宁市镇村电商服务站点可视化管理。

2. 目标完成情况

我市（县）通过搭建电商公共服务中心、建立县、镇、村三级物流服务体系、开展电商人才培训、推进农产品供应链体系建设、完善农村电子商务营销体系、打造电商精准扶贫等做法，有力推动电子商务进农村综合示范工作。通过示范项目的带动，县

域电商发展数据增幅较明显，基本达到预期建设目标。具体情况如下：

（1）农村流通基础设施建设情况

1) 农产品产地初加工和商品（标准）化预处理设施建设。

兴宁市贵食食品连锁有限公司在我市建有 1 个农产品产地初加工和商品（标准）化预处理基地，位于兴宁市电子商务公共服务中心旁。农产品初加工基地可为企业和个人提供农产品初加工、产品包装、存储、物流发送等电商配套服务。截至目前，共完成 243 单农产品商品处理，每天包装产品 10000 件、物流发送 4000 单。项目总投入 146.26 万元中央财政资金成本，产生经济效益约 20 万元。

2) 农产品流通标准化建设。联通（广东）产业互联网有限公司依托我市实际情况，对农村流通体系进行标准化建设，推广国家农产品质量安全追溯管理信息平台，确保流通体系的健康有序发展。截至目前，共有广东辰丰谷物有限公司、广东晨露茶文化旅游产业园股份有限公司、广东三丰禽业食品有限公司等 87 家企业接入溯源系统，并使用溯源中心为每家公司的每一个产品制订的独一无二的溯源标签，我市溯源体系建设初见成效。项目总投入 49.5 万元中央财政资金成本，预计为 87 家企业产生 100 万元经济效益。现累计为 14 类产品应用推广溯源体系，保障了约 200 吨产品安全，为市民提供健康食品，创造了良好的社会效益。

3) 农产品全网络营销。梅州市方捷网络信息技术有限公司打造兴宁市特色产品营销体系，带动农村传统流通企业转型升级，引导企业入驻京东、淘宝、苏宁、拼多多、微店等 5 大电商平台，以及与 3 家大商超、社区连锁便利店实现对接。并通过开展 2 次线下大型营销活动，宣传推广、销售兴宁特色农产品 100 多款，兴宁产品累计曝光量达到 100 万以上。项目总投入 169.7 万元中央财政资金成本，直接或间接带动企业产生 1000 多万元的经济效益。

打造兴宁市特色农产品公用品牌。为更规范管理我市区域公共品牌，我市发布了公共品牌管理相关办法，并确定了“兴宁茶油”、“兴宁单枞茶”、“兴宁鸽”、“兴宁丝苗米”4 款公共品牌。截至目前，我市通过组织企业参加“中国农村电商供应链大会”和“第十二届中国加工贸易产品博览会”两场区域品牌推广活动，切实推广我市区域 4 个农产品公共品牌，提升其知名度和美誉度，让线下好产品变成网上畅销品。2020 年上述公共品牌产品线上线下销售额突破 5 亿元，对比 2018 年增长 60% 以上。

同时，结合区域公共品牌，我市还对 4 个公共品牌产品的包装进行 VI 设计，并上架至京东、淘宝、拼多多、苏宁等平台。截至目前，已授权梅州市金绿现代农业发展有限公司、梅州市绿粮农业科技发展有限公司、广东晨露茶文化旅游产业园股份有限公司、兴宁市名峰现代农业发展有限公司、广东富荣农业科技发展有限公司、兴宁市润丰农业专业合作社等使用兴宁四大区域公

共品牌包装。

4) 打造兴宁市网红产业。广东壹号电子商务有限公司已打造1个网红产业基地，建设50组创意场景，举办1场网红大赛，促进我市网红经济发展。项目总投入59.6万元中央财政资金成本，直接或间接带动企业生产经济效益1000多万元，让兴宁市电商行业发展如虎添翼。

5) 三级物流配送体系建设。兴宁市客运公司已投入101辆中小型“村村通”客车，同时进军十多部小型货车，走进兴宁231个村，将快递物流送至各村级电商站点，共同构建电子商务农产品上行交通运输网络。

统筹建设物流配送中心。兴宁市农电商物流配送中心送中心位于叶塘镇叶南大道236-244号，占地面积约16000平方米，中心设立了办公区、分拣区、仓储区、配送区、转运区、冻库、停车场等配套设施，购买和配备了重型货架5个、轻型货架10个、快递框20个、包裹传送机1部、台式电脑6台、包裹传送机1部、台式电脑6台、办公桌椅6套、网络专线(10M以上)消防器材6套、专用物流管理系统一套、打单机6台、GPS定位终端20个、乡镇投递专用车39辆、物流配送车2辆、冷链物流车2辆、推车2部、物流信息平台系统和配送管理系统等设备；物流配送中心具备完善的电子商务物流仓储及网销网购商品的分拣、打包、配送等服务，物流信息管理平台能对全县范围内的物流快递数据进行搜集、统计和开放查询，与兴宁市农村电商数据信息

服务系统进行实时对接，传送数据。物流配送中心于 2020 年 11 月份正式运营，工作人员 14 人，通过整合优化，现有物流配送线路 7 条，极大缩短偏远地区物流配送时间，降低物流成本：

线路一：物流园-大坪-罗岗-罗浮

线路二：物流园-新陂-叶塘

线路三：物流园-岗背-黄陂-黄槐

线路四：物流园-火车站-刁坊-坭陂

线路五：物流园-坭陂-新圩-水口

线路六：物流园-龙田-合水

线路七：物流园-石马

截至目前，物流配送中心共 3 家快递物流企业入驻（韵达、圆通、天天），物流配送中心快递出口量 53000 多件，进口 16000 多件；

目前，我市农村流通基础设施基本建立，为农产品从生产、加工包装到配送至消费者的一系列过程都建立了相应标准，推进农产品标准化生产加工，为消费者安全食用提供保证；农产品供应链的形成促进我市农村电商的发展，为我市农村电商提供充足的货源，带动贫困户脱贫增收，助力乡村振兴；农村物流体系的建立解决了偏远地区物流配送不通畅以及时间长的问题，实现了全市物流快递配送区域 100% 覆盖以及 72 小时内物流配送至村民手中。

通过建立我市农村流通基础设施和完善镇村电商服务及物

流配送站点，兴宁市物流快递行业发展迅速，物流快递业务量快速增长。兴宁市快递量由 2018 年的 2425.8 万件增长到了目前近 5000 万件，年均增速为 42.4%，居全省前列。同时，兴宁市持续优化营商环境，加大招商引资力度，着力引进一批跨区域、跨行业的大型商贸物流企业，重点加强与邮政、京东物流、“四通一达”等大型物流企业合作，2020 年，兴宁市共有物流快递企业 170 多家，比 2018 年增加 55 家，增幅达 47.8%。

（2）农村电商公共服务体系

1) 县级电商公共服务中心

广东壹号投资有限公司通过对现有楼堂进行改造升级，整合兴宁市农村电商上下游资源，已建设改造完成 1 个建筑面积 2000 多平方米的县级电子商务公共服务中心。2020 年 10 月 20 日，我市电商公共服务中心正式投入运营，设立企业孵化中心、O2O 农特产品展示中心（已整合兴宁产品 200 多款）、电商培训中心（开展培训 12 场，累计 1100 人次）、农产品检测中心、农产品溯源中心、公共品牌推广中心、视频直播中心、电商培训中心等功能区，可为企业提供入驻孵化、农特产品展示、电商培训、农产品检测、农产品溯源、免费使用网红直播间、美工摄影室等服务。

目前，已有兴宁市琼尧农业发展有限公司、宇天生态农业发展（梅州）有限公司、竹森农业发展（梅州）有限公司等 12 家企业进行创业孵化；电商公共服务中心已形成生产信息库、电商

交易信息库、企业服务库、政策库，并成功对接国家“农村电子商务和社区商业信息系统”，免费为全市农民及涉农企业提供从新闻、行情、技术、供应、求购、商城(淘宝、京东)等为一体的综合服务，帮助企业实现精准营销。现信息平台已为近百家企业提供数据查询服务 8000 多次，帮助企业创造 2000 多万元利润。下来，电商公共服务中心还将加强与大数据行业头部企业浪潮科技合作，拓展服务功能，以更高水平助力农村电商发展。

2) 智慧乡村服务应用体系建设。兴宁市客运公司整合我市互联网、邮政、供销、快递、金融、政务等资源，累计建设村级服务网点 231 个，镇级服务网点 20 个(3 个含街道办)，网点覆盖率达 55.2%，其中，58 个省定贫困村 100% 覆盖，打造集便民生活、代买代卖、信息咨询、职业介绍、旅游出行等日常生活相关服务为一体的兴宁市智慧乡村服务应用体系。镇级电子商务服务和物流配送站使用面积 100 平方米以上，每个站按要求购买和配备招牌、形象铭牌、室内铭牌、农产品展示架、台式电脑、热敏打印机、扫描枪、多功能店铺管理系统等相关设备和系统，设立商品展示区、商培训室、物流配送区，具备线上商品代买代卖、快递代收代发、代购车票、酒店预定、农产品展示、金融服务、缴费支付、物流仓储、创业培训、电商知识宣传推广等服务功能。

村级电商点从 2020 年 12 月份起全部正式运营，截至目前，帮助村民商品代购 2.7 万件，金额 158.12 万元；农产品代销 0.62

万件，金额 80.74 万元；电费代缴 931 笔，小额取款 1571 笔。通过建立县、镇、村三级物流体系建设，优化物流运输线路，运输时效提高 30%，实现县、镇、村三级物流配送 72 小时内完成，运输成本降低 20%。

3) 镇村电商服务站点可视化管理和电子商务大数据中心建设。联通（广东）产业互联网有限公司汇聚兴宁市农村电商发展关键数据，通过信息收集、数据分析、行情预测等方面，收集工业品下行和农产品线上行的双向成交数据信息，开发或引入专业的大数据软件，做到实时或时段信息总结呈现和产品溯源。

我市农村电子商务数据信息服务平台 (<http://www.xnnds.com>) 已完成开发并正式发布上线，完成农村电商数据信息系统软件需求规格说明书、概要设计说明书、系统设计说明书和系统用户手册等相关配套文件的撰写。实现了镇村电商服务站点经营数据、物流快递收发数据、溯源数据、培训数据的采集和集中展示，初步形成了兴宁市农村产品信息库、电商服务站点交易信息库、惠农政策库、电商服务企业库及配合农村电商服务的各种资源汇聚，为政府相关部门提供了有效决策支持。同时，我市农村电子商务数据信息服务平台与商务部农村电子商务和社区商业信息系统成功对接，顺利实现数据的智能上报。目前，已完成 245 个镇村电商服务站点的信息录入。

（3）农村电子商务培训

我市（县）农村电子商务培训体系建设项目由梅州市电子商

务协会承建。项目自 2020 年 7 月 21 日启动，梅州市电子商务协会成立了 6 人专职运营团队，主管一名，副主管一名，财务一名，3 名对接工作人员。并制定完善的农村电子商务培训规章制度和运营体系。

截至目前，已完成 17 个镇和 3 个街道办的前期培训调研；实际完成 136 场培训，其中 10 场在省定贫困村开展、12 场在线上开展，线上线下累计培训 18515（线下 10142）人（次），贫困户 733 人次，镇村干部 2520 人次，企业代表 81 人次，农村青年 5461 人次，残疾人 211 人次。其中，117 人学会用抖音/视频带货，27 人开通淘宝店铺，51 人开通微店，带动创业就业 195 人（其中建档立卡贫困户 8 人），培训直接转化率为 1.2%。

通过电商培训，提升了电子商务以及电子商务公共服务站点的知晓率，营造了浓厚的电商氛围，激发电商创业就业活力，提高了本市就业率，同时，通过电商直接将本土优质产品卖向末端消费者，减少了中间环节，提高产品自身利润空间，增加了经济收入，为我市经济发展带来了强大活力。

（4）电商扶贫

为切实发挥电商在精准扶贫领域的作用，助推贫困户脱贫增收，我市制定了《兴宁市电子商务精准扶贫实施方案》《关于组织统计兴宁市电商精准扶贫有关数据的通知》等文件，明确了我市电商精准扶贫目标任务及各单位职责分工，建立了我市电商扶贫相关的统计制度。

截止 2020 年 3 月 19 日，兴宁市建档立卡贫困户 4955 人，其中在家且有劳动能力的有 947 人。我市在 58 个省定贫困村建设了 55 个（其中 3 个站点覆盖 2 个村）村级电商及物流配送服务点，实现了省定贫困村 100% 覆盖。同时，为更好帮助贫困户利用电商方式脱贫，在 7 个省定贫困村举办了电商知识普及培训，建档立卡贫困户培训 495 人次，占全市建档贫困人口的 68.5%。以此进一步提高贫困户电商致富本领，引导其通过京东、苏宁、淘宝、微商、短视频直播带货等方式销售农产品，增加经济收入。

兴宁市年销售额达 500 万元以上的农产品电商企业有 35 家。兴宁市大力实施“万企帮万村”行动，积极引导龙头企业通过产业帮扶、就业帮扶、挂点帮扶等形式深入推进电商精准扶贫，创新发展“电商+消费扶贫”、“企业+基地+贫困户”、“大数据+电商+订单种植”等电商精准扶贫模式，带动扶贫产品市场化销售，巩固提升电商扶贫工作成效。近年来，通过电商辐射、龙头带动 2380 户（其中省定贫困村建档立卡贫困人口 374 人）农户的农产品销售，人均增收 1.3 万元/年，有效带动贫困户脱贫增收，为兴宁市全面打赢脱贫攻坚战，推动实现乡村振兴发展，添上了浓墨重彩的一笔。

四、存在的问题及下一步工作计划

（一）存在问题

1、物流配送体系的公共性需进一步强化。县、镇、村三级

物流体系、物流信息管理平台需纳入更多的物流、快递公司，才能达到充分整合资源、利用资源的目的。我市多数物流快递公司都有自己的站点系统、信息系统，较难融入到县镇村公共物流服务体系中来，致使物流服务体系得不到最大程度的利用。

2、电商服务站点运营能力有待提升。镇、村电商服务站点建设管理和考核退出机制不健全，销售额度偏低，综合服务功能仍有待激活。

3、电商培训转化率偏低。目前我市通过电商培训虽然提高了农村居民的电商意识，但是利用电商就业创业人数偏少，电商培训转化率有待进一步提高。

4、电商企业人才比较匮乏。我市农村青年群体中电商人才仍不多，部分电商企业和农村合作社由于经济实力有限，一定程度上制约电商人才的进入，导致电商创业创新动力不足。

（二）下一步工作计划

1、强化镇村服务站点和物流配送站点绩效考核。发挥电商公共服务中心、电商物流配送中心引领、辐射作用，使管理服务重心下移，出台镇、村服务站点管理、奖补、考核、退出等制度，将镇、村服务站点功能充分发挥出来，促使镇村电商服务及物流配送站点提升运营质量，提高持续发展能力。

2、加强电商宣传和培训质量管理工作。进一步提升企业群众的电商意识和电商知识水平，注重培训后跟踪服务，建立培训后追踪转化机制，提高电商培训转化率。

3、建立健全农村电子商务政策和资金扶持的长效机制。在电子商务进农村综合示范项目建成后，继续鼓励电商创业就业，通过免费提供创业孵化、场地等形式，加大对农村电子商务的扶持力度，切实促进电商创业就业。

4、充实电商工作队伍。通过公开招聘、就地培养、外出学习等方式，造就一支高质量的县、镇、村三级电商专业队伍，指导和帮助传统实体企业、农户、下岗职工、个体户等上网营销，将我市名优产品推向全国，销往世界。

五、典型经验及案例

1、梅州兴宁市在全省率先利用公交资源为电子商务解决物流难题，将广东国家级电子商务进农村综合示范的物流体系与乡村通客车相结合，实现农村物流“最后一公里”和“最初一公里”的有序集散和高效配送。兴宁在现有物流体系基础之上，整合社会闲散运力和分散资源、客货同源、资源共享，建设打造三级物流配送体系建设、智慧乡村服务应用体系建设。

目前，客运公司共有 101 辆中小型“村村通”客车和将进军十多部小型货车，将快递物流送到各村级电商服务站点，解决农产品上行“最初一公里”和农村物流“最后一公里”的问题，使当地农产品走出市外、省外、走出国门，使扶农助农成效如虎添翼，共同构建电子商务农产品上行交通运输网络。

2、7月 31 日上午，梅州市首个电商网红创业孵化基地在兴宁高级技工学校挂牌成立，这是兴宁市大力实施“国家电子商务

进农村综合示范县”项目的又一重要成果，也是我市实施“广东技工”工程的具体行动。孵化基地的成立对兴宁整合人才资源、平台资源、品牌资源，积极探索商业新模式，发展电子商务，做好“六稳”“六保”具有积极意义。

兴宁市电商网红创业孵化基地由广东壹号、广东闯越企业集团与兴宁高级技工学校通过校企模式共建。作为兴宁市唯一一所高级技工学校，学校主动适应互联网、物联网、人工智能等产业的兴起和发展，大力打造新媒体与互联网、电子商务、计算机应用等专业，相关专业年均毕业生人数达到300人，培训人数超过1000人次，为地方相关产业经济发展提供了坚实的技能人才支撑。通过基地为载体，致力网红孵化培训、创业扶持、就业推荐、品牌策划、引流服务等，将有力地促进和带动地方相关产业规模发展、质量发展，为做好“六稳”“六保”提供人才支持和岗位保障。





兰州市2019年国家级电子商务进农村综合示范绩效评价自评表

一级指标	二级指标	三级指标	指标解释及分数	自评分数
	机制建立(3分)	建立政府主要领导牵头(0.5分)、多部门参与的工作协调机制(0.5分)；在资金、土地、人才等方面出台政策，支持农村电商发展(1分)；工作方案因地制宜、可操作性强(1分)。		3
组织管理与规范(15分)	项目管理(5分)	建立科学有效的项目管理制度且项目监管到位(1分)；按程序依法、依规地选定项目承办方，手续齐全(2分)；有明确的资产管理、管理和处理规定或办法(1分)；主动接受市级商务主管部门的专项督查或随机抽查(0.5分)；委托独立的第三方专业机构对已完成的创建项目进行验收，手续齐全、结论明确，相关验收结果报市级商务主管部门确认(0.5分)。		5
	资金管理(5分)	建立科学有效的资金管理制度且严格执行(1分)；资金使用方向及比例合法合规，符合各级文件规定；(3分)对中央财政专项资金设专账，账目完整，账实相符(1分)。		5
	数据上报(2分)	加强资金使用、项目建设和运营情况的日常统计，及时按要求填报商务部信息系统(2分)。		2
公开透明与规范(2分)	信息公开(2分)	政府门户网站及时公开：综合示范工作方案、资金与项目管理制度，财政支持项目的决策过程文件，项目名称、资金额度、建设内容、完成时限、承办单位名称等基本信息(1分)；同时设立征求意见窗口、纪检或审计举报窗口(0.5分)；中央财政资金支持项目显著位置标识“全国电子商务进农村综合示范”字样(0.5分)。		2
宣传推广(3分)	案例总结(1分)	及时总结电商创业就业及电商扶贫等典型案例，利用全媒体以及标识标语等，广泛宣传(1分)。	1	
	经验推广(2分)	典型做法被主流媒体报道或政府部门采纳汇编宣传的：中央级(2分)、省级(1分)。	1	

	产地初加工和商品预处理设施 (4分)	建立农村产品分级、包装、预冷等产地初加工和商品化预处理设施 (2分)；完善产、供、销全链条服务，提高农村产品商品化率 (2分)。	4
农村流通基础设施 (20分)	传统流通企业转型升级 (2分)	支持农村传统流通企业转型升级，建设本地化连锁化的服务和营销体系，实现线上线下融合发展，提升农村流通水平 (2分)。	2
	快递物流 (12分)	有具备功能相对完善的服务农村产品上行功能的县级电商仓储及快递物流中心 (2分)；有服务于县域电商的冷链物流设施 (2分)；快递物流效率高，从县级仓储物流中心到村3天内完成配送 (2分)，3-5天内完成配送 (1分)；物流快递企业为有条件的村级电商服务站点提供服务，与村级电商服务点实现资源共享 (2分)；开展共同配送或发展智慧物流 (4分)（二选一进行评分）。其中发展共同配送应整合至少3家商贸物流企业或快递企业等资源，建立县、乡、村三级统一配送体系 (2分)；实现订单、数据、场地、车辆、人员、包裹及线路等的实质性整合，县域快递物流效率有效提升，快递物流成本明显降低 (2分)。发展智慧物流，云仓等快递物流新模式，有一定的创新引领性 (2分)；县域快递效率有效提升，快递物流成本明显降低，且运营成效良好 (2分)。	12
	网络营销 (2分)	农村网络零售额、农产品网络零售额或县域快递业务量：同比增速 \geq 10% (2分)，5%—10% (1分)，其他 (0分)。	2
农村电商公共服务体系 (25分)	县级电商服务中心 (15分)	有固定场所 (1分)；有专职运营团队 (2分)；为当地各类电商市场主体及群众提供办公场所、产品和企业孵化、数据分析、电商资源对接、营销推广、美工摄影、直播带货等基础公益性服务或特色微利性服务 (2分)；有关服务无歧视性或排他性规定 (1分)；对各乡村电商服务站点实现即时的可视化管理，指导协调乡村服务站点切实发挥作用 (1分)；能发挥“指挥中枢”作用，有效统筹区域内农村电商发展，包括区域品牌打造、标准品控、产销对接、数据分析、助农扶贫等工作 (4分)；公共服务中心建成后运营成效良好，具有较强的可持续运营能力 (3分)；硬件建设坚持实用、节约原则 (1分)。	15
	电商服务站点 (10分)	镇级电商服务站点实现全覆盖 (1分)；行政村电商服务站点覆盖率达50%及以上的 (3分)，40%-50%的 (2分)，其他 (0分)；各站点因地制宜为村民提供电商知识宣传、代买代卖、收发快递、保险、金融、旅游、职介等各类便民服务至少3项以上 (2分)，其他 (0分)；站点业务员操作熟练 (1分)；有一定的可持续运营能力 (2分)；已安装智慧乡村应用 (1分)。	10
措施与成效 (80分)	培训人次 (4分)	培训人次达3000人次以上的 (4分)，2500-3000人次的 (2分)，其他 (0分)。	4
农村电商培训体系 (15分)	培训类型 (3分)	针对农村青年、返乡农民工、退伍军人、乡村电商服务站长、基层干部及贫困户等提供基础普及性的公开、免费培训 (1分)；针对有需求人员开展各类特色增值培训 (2分)。	3
	培训教材 (3分)	组织编写农村电商标准化教材，内容可操作 (2分)；通过网站、公众号、宣传材料等途径向社会免费公开 (1分)。	3

	培训转化（5分）	建立完善的培训后跟踪服务体系，提供辅导、孵化等定向服务（1分）；定期统计参训人员电商从业或创业情况（1分）；组织各类型电商用工对接会5场以上（1分）；参加电商培训用工对接会的人数不低于300人（2分）。	4
	政策及统计（4分）	制定电商扶贫方案且目标明确、措施有效（1分）；做好帮扶项目台账（1分）；建立电商扶贫相关统计制度，真实统计在产品营销、物流快递、电商培训、就业用工等领域帮扶情况（2分）。	4
助推脱贫攻坚（20分）	益贫带贫措施（3分）	在农村产品供应链、物流配送、产销对接、公共服务等各项政策措施中向省定贫困村、建档立卡贫困户倾斜且效果明显（3分）。	3
	省定贫困村电商服务站点建设（4分）	覆盖率100%（4分），覆盖率80%-100%（不含，下同）（2分），其他（0分）。	4
	建档立卡贫困人口电商培训（5分）	贫困人口培训人次达省定贫困村有劳动能力的建档立卡贫困人口50%及以上（外出务工者除外）的（5分），40%-50%的（3分），其他（0分）。	5
	助推建档立卡贫困户就业增收（4分）	是否助推有条件的建档立卡贫困人口开展电商就业创业并增收（2分）；电商促进贫困户就业增收典型案例突出，被各级相关部门或各类媒体广泛宣传，具有良好的示范带动效应：中央级（2分），省级（1分）。	1
加分项（5分）		成立有编制的电子商务专门性机构（2分）。	2
地方财政配套资金100万元以上，且在示范创建过程中已实际拨付60%以上（1分）。		0	0
2020年农村网络零售额或农产品网络零售额同比增速排第1名的（2分），排第2名的（1分）。		0	0
扣分项		中央资金实际支出不足70%（-5分）。	0
违反有关政策规定，随意更改实施方案、扩大实施范围、增加或改变示范创建内容。		无	无
资金管理、项目质量等存在重大问题。		无	无
发生安全生产、质量事故，或者造成重大经济损失和社会不良影响。		无	无
项目建设进度严重滞后，总体进度不足40%。		无	无
弄虚作假。		无	无