

沁水县人民政府办公室文件

沁政办发〔2020〕63号

沁水县人民政府办公室 关于印发《沁水县 2021 年电子商务进农村 综合示范项目工作方案》的通知

各乡（镇）人民政府，县人民政府各委、办、局：

《沁水县 2021 年电子商务进农村综合示范项目工作方案》已经县人民政府同意，现印发给你们，请认真贯彻执行。

沁水县人民政府办公室

2020 年 12 月 28 日

（此件公开发布）

沁水县 2021 年电子商务进农村综合示范项目工作方案

为进一步促进我县农村电子商务的健康发展，切实发挥电子商务在农业供给侧结构性改革、乡村振兴、脱贫攻坚、特色农产品营销和促进产业升级等方面的重要作用，重点促进农产品“上行”，推动农村经济社会发展。根据《山西省商务厅关于做好 2021 年度电子商务进农村综合示范县申报工作的通知》（晋商建〔2020〕173 号）文件和晋城市商务局有关要求，深入实施农村电商精准扶贫，助力乡村振兴，推动农村经济转型升级，制定如下工作方案。

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，认真落实党中央、国务院部署，聚焦脱贫攻坚和乡村振兴，以电子商务进农村综合示范为抓手，加强农村流通设施建设，提升公共服务水平，促进产销对接，探索数据驱动，打造具有沁水特色的电商综合示范县，构建普惠共享、线上线下融合、工业品下乡和农产品进城畅通的农村现代流通体系，进一步推动沁水县农村电子商务高质量发展。

二、基本原则

（一）夯实基础，扩大范围

认真总结电子商务进农村综合示范项目工作，解决沁水县农村电子商务发展薄弱环节，夯实农村电子商务发展基础。

（二）市场为主，政府引导

政府主要通过完善政策、创新机制、搭建平台、加大扶持等为电子商务在农村的发展创造良好条件。充分发挥市场机制在农村电子商务发展中的作用，突出承办企业、流通企业等方面的主体地位。

（三）助力扶贫，靶向发力

支持在物流、培训、供应链等项目建设上，向具备条件的建档立卡贫困村、贫困户倾斜，加快补齐农村流通设施短板，完善农村农产品上行服务体系，促进产销对接，完善利益联结机制，探索将农户纳入农村电商发展链条，让电商发展成果惠及更多贫困群众。

（四）挖掘潜力，巩固提升

进一步挖掘农村电商发展潜力，打造沁水县综合示范“升级版”，促进脱贫攻坚和乡村振兴的有效衔接。深化电商在农业农村中的应用，加强品牌培育，提升标准化水平，提高品控能力，推动电商与特色农业、乡村旅游、民俗文化等地方优势产业的有机融合，形成农村电商可持续、市场化运营机制，促

进农民稳定增收，巩固提升电商扶贫成效。

（五）强化激励，鼓励创新

加强典型激励支持，探索农村现代流通和县域电商发展新模式。以服务乡村振兴发展和新型城镇化为导向，以数据驱动为核心，面向“三农”创新大数据、云服务、智慧物流等技术应用，培育辐射带动效应较强的产业集聚区，加强创新孵化的引导和接入，总结推广成熟经验，更好地服务农业农村现代化。

（六）实事求是，因地制宜

结合本县农村经济社会发展水平、人文环境和自然资源等基础条件，认真研究分析，着眼长远，理性推进。注重发挥基层自主性、积极性和创造性，探索具有沁水县农村特点的电子商务发展路径和模式，改善农村民生条件，让广大农村群众逐步享受到与城市居民一样的公共服务。

（七）提档升级，示范推动

引深电子商务进农村综合示范工作，提升农村电子商务服务档次，完善农村电子商务服务体系，壮大农村电子商务市场主体，打造农村电子商务发展模式，培育农产品网销品牌，全面推进全县电子商务进农村综合示范工作。

三、发展目标

围绕“一五四百”的总体布局，到2022年底，一个中心：改造提升1个县级电子商务公共服务中心，五个园区、四大平

台、百家电商服务站。培训人员 3000 人（次）以上，建设县级农产品包装批发中心、县级农产品营销中心和农产品标准化生产及产品溯源体系，培育壮大地方特色农产品品牌。全县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，占消费品零售总额的比重明显上升。加大培训力度，特别是对建档立卡贫困户的培训，普及电商知识，着重对建档里卡贫困户、农村青年、返乡大学生、返乡农民工、农村妇女、等加强网络创业就业孵化指导，全县现代农村流通体系基本形成、电子商务应用更加广泛、电商发展氛围更加深厚、保障体系更加健全、配套服务更加完善、产业发展更加聚集的农村电子商务新格局。

四、实施内容

（一）县乡村三级物流共同配送体系

利用沁水县现有场地，升级改造沁水县仓储物流配送中心，提速沁水县的农村城镇化进程，承载沁水县农业品上行和工业品下乡等功能，服务沁水县农业和支柱产业发展，加快农民脱贫致富，推动产业、物流、商贸全面高速发展。加强物流信息化、标准化、专业化建设，建设区域物流综合信息服务平台，将物流仓储由自由化向市场化转型，逐步承担全县共同配送职责，打造区域统一的物流中心、仓储中心、管理中心、分拨中心、调度中心，形成区域智能物流仓储配送中心，改造冷

库、保鲜库，提升鲜活农产品的物流运输。针对县、乡、村三级物流制定相应的管理制度、登记流程、产品货架归类制度、问题件处理流程、配送员考核等，制定切实可行的配送时间、配送线路、配送费用，为全县电商物流快递提供服务。通过县级仓储物流配送中心向乡（镇）电子商务服务站提供双向物流服务、由乡（镇）电子商务服务站向村级电子商务服务站提供双向物流服务，村电子商务服务站为农村居民提供配送和自提服务，基本实现快递物流进村 48 小时送达。

（1）县级电商物流仓储配送中心（1 个）。中心集仓储、配送、分拣、包装、冷链、品质控制、物流信息综合平台以及协调售后服务等功能于一体。中心设立快递物流分拨区，提供给“四通一达”等快递物流企业使用，集中各快递企业需要下乡进村的货件，利用“村村通”城乡公交系统，配送至乡（镇）、村，乡（镇）、村需要上行的货件，由县级物流公司从乡（镇）、村统一收回后，分拨到各物流公司，确保县 $\longleftrightarrow$ 乡 $\longleftrightarrow$ 村货件在 48 小时内送达。包含物流信息综合平台、仓储区、分拣区、冷藏区、加工包装区、办公区、停车场等。

（2）乡（镇）物流中转站（14 个）。依托现有公交公司物流企业在全县建设 14 个物流中转站，负责区域内网购商品储存和配送至村级电商服务点，服务网销商品集中转运至县物流配送中心。

（3）村级物流配送点（120 个）。依托村级电子商务服务站建立村级物流配送点，负责行政村内及附近村网购商品的代收和配送，收集区域内网销产品。物流配送点与村服务站点合并建设。

（二）农产品进城公共服务体系

1. 电子商务公共服务中心建设

充分利用沁水县现有资源，建设沁水县电子商务公共服务中心。主要包括：办公、培训、服务前台、产品展示、企业孵化、数据采集统计等场所的装修改造（不含土建）；购买和配置电脑、打（复）印机、音像（视频）设备、网络接入（输出、存储）设备、液晶显示系统等设备及其附属设施和运营商的运营维护服务。公共服务中心扎根于农村，服务于政府、企业及农民，围绕农村电商发展需要，应具备电商孵化、人员培训、包装设计、营销策划、产品展示、数据采集、统计分析、电子结算等功能，能为从事网络创业和电商从业人员提供技术支持、信息服务、营销推广、管理咨询、金融服务及其他增值业务等服务；能为当地企业、网商、服务商开展电子商务业务提供政策咨询、技术支持、人员培训、营销推广等服务，并为当地电子商务发展提供一站式服务，通过电商服务中心使县域电子商务形成抱团合力、区域特点和优势。

（1）改造提升县电子商务公共服务中心 1 个。

①包括规划设计、改造装修、设备购置、运营维护，预计规划产品展示中心、培训中心、大数据中心、视觉新媒体中心、电商运营中心、企业孵化中心，服务中心门头悬挂“全国电子商务进农村示范项目”和“沁水县电子商务公共服务中心”等字样；

②建设分为设备设施采购和场所重新改造两部分，包括：电脑、打（复）印机、扫描设备、LED 显示设备、网络接入设备、办公桌椅等；

③电子商务公共服务中心必须具备面向农村的电子商务公共服务网职能，因此将配备农村产品数据采集的设施设备、批量数据加工处理软件、自动导入多平台的软件等，软硬件设施设备得均需具备联网数据归集功能；

④围绕农村电商发展需要，具备电商孵化、人员培训、包装设计、营销策划、产品展示、数据采集统计、电子结算等功能。因此将配备培训与模拟实训软硬件设施、客服设备、产品展示与体验设施设备、支付结算接口等；

⑤为从事网络创业和服务人员提供技术支持、信息服务、营销推广、管理咨询、金融服务及其他增值业务等服务，因此将配备公共服务坐席、建设交流咨询场所及设施；

（2）一个专业的运营团队。必须掌握一定公共服务平台运营经验，配备专职运营人员。具备常规的业务对接、咨询服务

功能，还能根据当地实际提供特色增值服务内容。建立专业团队或引入农村电商服务企业，为农产品、民俗产品、乡村旅游等农村特色产品网络销售，提高品牌注册、品牌培育、分拣、包装、检测、营销策划、经营贷款等增值服务等。

(3) 一个服务前台和线上体验区。设有一个独立的服务前台和线上体验区，配备对接专业的农产品售卖系统，记录详细的农特产品。配有专业服务人员，负责区域内企业、网上、服务商提供咨询和技术服务。

(4) 五个园区。建设乡村振兴电商产业园、沁水直播电商实训基地、沁水现代蜂业产业园、农村快递物流分拨中心、开发区双创产业园。

(5) 四个平台。沁水县电子商务综合服务平台、沁水县新媒体综合服务平台、全域旅游线上综合服务平台、沁水县农产品质量安全追溯信息管理平台。

2. 健全农村电子商务服务站体系

继续提升农村电子商务服务站的服务内容和水平，改造提升 120 个农村电商服务站，对未建站行政村进行摸底，做到应建必建。对不适宜建站的行政村设立电商推广员。实现县域农村电商服务全覆盖。整合当地现有资源，对村级电子商务服务站进行统一标准化的装修，乡镇级电子商务服务站面积不小于 50 平方米，村级电子商务服务点面积不小于 20 平方米（不含专

设物流区面积），重点扶持“整村推进”的贫困村电子商务服务站升级改造，根据每个村级电子商务服务站的实际情况，配备相应的设备和设施。购买电脑、电视、LED显示屏、POS机、扫码枪、收银机、室内外牌匾、室内外牌匾、办公桌椅等设备设施。同时，整合电费收缴、话费充值、银行存取、新农合费收缴等便民服务集中到站点统一管理服务，使服务站集便民服务中心、购物中心、物流中心、宣传信息中心于一体，具备网购体验、代购代销、代收发货、缴费支付、信息发布、信息宣传等电子商务便民服务功能。站点配套建设网上购物体验区、代购代销区、代收代发区、信息发布咨询区，将村级电商服务站建成综合服务中心。

3. 农产品质量控制体系

对辖区内农村产品的生产和销售情况（包括生产面积或产量、上市时间、质量和技术水平、传统销售渠道及比例、自主品牌拥有情况、农产品电商企业）进行全面摸底，形成基本情况档案或报告等，并根据摸底情况制定销售措施。制定沁水县农特产品网络产品标准、网络流通标准。按照产品形态、包装形式、运输仓储条件、相关业务流程等内容，明确技术要求和标准框架，完善标准化流通器具和操作规程，设计简便适用、易于操作的业务规程和操作准则。建立抽查奖惩机制，设立快速检测点，推动农产品质量安全检测机构和农业生产流通企业、

新型农业经营主体、电商平台、追溯技术服务企业等加强合作，根据标准体系提供标准检测认证服务，提高农村产品的品质控制和标准化水平。围绕沁水县农村产品流通标准化、品牌化和质量品控，开展农产品地理标志、无公害、绿色、有机食品认证，追求安全、优质、生态发展，建立健全监管和培育机制，引导沁水县农产品实现标准化、品牌化、商品化。

4. 农产品溯源体系

搭建沁水县质量追溯信息管理平台，实现农特产品从生产、加工、流通、监管各个环节可以追溯，为本地农村产品开展溯源和质量认证提供服务，购置有关环境监测、影像采集、网络传输、溯源等设备，建设主要产品的示范基地。实现本地产品上网、二维码扫描、短信和触摸屏等方式溯源，提供农产品从生产源头到销售末端的完整原始数据，具备面向本地的农产品追溯和质量认证体系，可通过条形码或二维码溯源、物联网等相应设施设备提供产品从源头到末端的完整原始数据或视频信息，能够带动标准化、规范化生产，便于各部门发挥职能监管作用。

5. 农产品供应链体系强化

与沁水县加工企业联合，建设改造预冷仓储中心、低温加工仓储配送中心、农产品加工中心，打造沁水县农产品初加工基地，购置包含包装设备、分拣设备等初加工设备及物料，将

农特产品加工成为适合网络销售的快递运输的网货产品。加工中心支持农村产品（含农副产品、手工艺品、乡村旅游、民俗等特色产品及服务）分级、包装、预冷等产地初加工和商品化预处理设施，其目的是减小农产品损失，提高农产品附加值，促进农产品生产水平提高，并延长农产品保质期、提高运输率，完善产、供、销全链条服务，为沁水县农村电商提供充足优质的货源，提高沁水县农产品附加值，促进当地农民增收致富。

6. 区域品牌打造

实施农产品品牌战略。政府对本土农产品品牌打造给予重点扶持。重点对无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志认证进行奖励，提高农业生产品牌化水平，打造沁水自己的产品、自己的品牌、自己的形象。重点做好县域公共品牌“沁水书礼”、“如画沁水”或“沁水有礼”及地理标识认证的“沁水蜂蜜”、“沁水小米”、“沁水黑山羊”、“沁水黑木耳”等农特产品宣传推介工作。进一步整合现有品牌资源，统一设计、统一制作一批体现沁水特色、符合选定规范的产品包装，集中打造一批有较强市场竞争力的沁水农产品品牌。开展《沁水县农产品公用品牌发展战略规划》编制项目，为沁水县电商与农产品上行提供战略支持。建设沁水县区域品牌应用管理平台，实现品牌的规范化管理、授权管理、监管管理及交易监测，完善品牌管理机制，实现沁水县域资源增值与价值

释放，构建品牌管理、品牌发展机制，规划集产品战略、产业战略和区域经济战略三位一体的区域公用品牌建设体系，使之成为沁水县农产品品牌建设的行动纲领与指南。

7. 农村电商营销服务体系

利用互联网网红直播、旅游电商、社交媒体推广等形式，同时带动和扶持本地网商、农业和旅游企业参与到营销体系建设中来。鼓励营造农村电子商务发展的良好氛围。运用多种电子商务营销手段，如微信营销、微博营销、手机 APP、农产品垂直营销平台等，提高农产品的产业化、组织化程度，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、农民增收。在电商平台开设沁水县名特优产品特色馆，建立全网营销渠道，孵化本县网商电商，开展网上销售渠道全网营销，展示展销的产品须为本地农村产品，实现带动沁水县电子商务交易额、农产品网络零售额增长，并利用互联网网红直播、旅游电商、社交媒体推广等形式，推广沁水县公共品牌及区域知名度，推动沁水县在线旅游网络零售额增长，每年组织沁水县农产品企业参加全国大型展销会，举办电商活动，加大电商发展及品牌主流媒体曝光量。

（1）企业上行渠道。一是本地企业可以依托天猫、京东、淘宝、拼多多、团购网站、1688 批发网、微店、小程序等平台开店销售自己的产品；二是分销网店，引荐全国有意向沁水特

产网销合作店铺、学员特产类网店和全国特产类社群商圈微店，依托企业供应链的优势分销产品。

(2) 政府宣传渠道。一是建设沁水县自有的新媒体网络宣传平台，借助新媒体的力量宣传沁水的旅游和历史文化、优质的农特产品；二是微信公众平台搭载微信商城，在宣传本县优质产品的同时也要进行产品原产地保护。为企业搭建一个本县自有的农特产品销售商城，集合本县的各类优质产品对接销售网络和其他的销售渠道，助力企业的顺利转型；三是搭建本县自有小程序平台，完善本县的宣传营销网络，逐步改善提升本县的互联网应用推广面积和范围。

(3) 兴农扶贫渠道。兴农扶贫是阿里巴巴打造的兴农频道。兴农频道涵盖了上行扶贫、产业扶贫、金融扶贫和旅游扶贫等板块，主要包括兴农扶贫馆、扶贫故事、技术兴农（农资农具、旺农贷、农资招商）、农家特产等频道栏目。其中，兴农扶贫馆以县域为单位，集中呈现全国各地的优质农产品，来自贫困县的农产品将被突出展示。兴农频道将打造贫困地区产品网络销售直通车，提高国内农产品的市场竞争力，全力帮扶贫困县脱贫增收。

(三) 工业品下乡流通服务体系

1. 传统企业互联网转型升级

实现线上线下融合发展，真正建立本地化、连锁化、信息

化的商品流通网络。鼓励本地商贸流通企业以乡镇为重点下沉供应链，开展集中采购、统一配送、直供直销等业务，提升商品品质，更好满足农村居民消费需求，扩大农村居民消费，增强线上线下、农村城市的双向流通，推动流通企业转型升级，提升流通企业互联网水平。引入本地商贸流通企业，对接全县173个电商村级服务站点和村镇便利店等销售场所开展采购配送，支持沁水县商贸流通企业的数字化转型升级，加强沁水县传统企业与电子商务、金融保险、移动支付、就业引导等资源对接，新增服务商不少于2个，引进工业品不少于10种。

2. 供应链下沉服务

电商服务人员到各乡、村进行实地调研，通过实地考察并结合向村民的口述询问、问卷调查、社群运营等手段开展调研工作，以了解当地各乡、村的用户年龄、消费水平、消费习惯等真实情况与数据，根据调研结果进行快消品、日化品、食品、金融类产品的选品，以切实满足乡、村用户的生活需求和消费需求。根据调研数据进行最终选品后，进行供应商的筛选、谈判并选择合适的供应商进行统一集中采购。采购完毕后通过自建物流体系将工业品运送至各乡镇服务点、村站，设立工业品的体验消费店，利用服务点、村站的便利条件与流通性举办推广活动，可以使用张贴海报节日摆摊活动等，进行进一步的推广。同时可以通过村站向村民进行配送，提升客户体验。最终

让乡、村的农民可以享受到与城市居民同等质量、价格的商品。

（四）农村电子商务培训体系

针对县、乡、村干部等开设以电商趋势分析、县域电商发展及机遇解读、农村电子商务发展的模式介绍及成功案例分析等课程为主的启蒙式培训；针对村民开设农产品网销、网络购物平台、电商交易安全、智能手机应用及网络交易操作、各大电商平台介绍等相关课程为主的普及式培训；针对有意愿通过电商创业的人员开设以各大电商交易平台的店铺注册、定位、装修、运营、美工及客服服务等课程为主的电商创业基础班及精英班；针对农村电子商务服务站站长开设以多平台销售、快递物流软件应用、农村电商精准扶贫大数据系统应用、农村信息服务、农产品销售技巧、授课技能等内容为主的技能班；针对目前网红视频销售的趋势，聘请专业网红培训师资或机构，开展网红专项孵化升级培训。到 2021 年底前电子商务培训达 3000 人（次）以上。

1. 县级培训中心（2 个）。培训中心纳入县级电商产业园区建设规划，具备必需的办公场地、培训场地和实训机房，满足长期开展电商培训需求。

2. 专业的培训师资团队（1 个）。团队人员必须具备电商相关知识、经验以及讲师资质，团队人员还应具备常规培训业务接单、培训计划拟定、培训计划对接及培训相关事项咨询，

提供公益性和市场化结合的电子商务理论及实操培训。运作方式上，可采用整团队外聘或聘请专业讲师与本地职业技术学校、党校、行政培训机构相结合的形式开展。

3. 建立沁水县电子商务才库。通过培训和孵化不断地培育本土专业的电子商务人才，供城市发展、传统产业转型、企业用人等提供人才支持。选树一批本土优秀创业青年，电商企业从业人员进行专业电子商务应用培训，通过专业的电子商务实战孵化，形成沁水本土的电商人才库。

五、组织实施

（一）启动阶段（2021 年 1 月—2021 年 2 月底）

1. 组织开展农村电子商务发展基础情况摸底调研。各乡镇（镇）、各相关部门开展本区域、本行业电子商务的摸底调查，为开展综合示范工作打好基础。

2. 成立电子商务工作组织领导机构，建立统筹协调机制，明确职责分工，落实工作责任。同时，按照实施方案，启动示范项目建设。

3. 制定和完善实施方案、项目资金管理办法，在本地媒体和网络公示，并报省市两级商务、财政、扶贫部门备案。

4. 利用新闻、网络、广播、新媒体等各类媒体渠道，大力宣传电子商务进农村综合示范县工作相关政策、重要目的和意义等，营造良好的社会环境和舆论氛围。

（二）实施阶段（2021 年 2 月—2022 年 10 月底）

1. 2021 年 9 月中旬前。按照实施方案，按照中央财政资金使用的有关规定和程序完成项目承办企业的选择，报省市两级商务、财政、扶贫部门备案。承建企业启动项目建设。

2. 2021 年 9 月中旬至 2022 年 6 月底前。完成县级电子商务公共服务中心改造提升和县级物流仓储中心建设并投入运营。2022 年 6 月底前建成 100%的村级服务站点、设立电商推广员并投入运营。

3. 2022 年 6 月底前。全县乡（镇）、村物流服务站点全部完成建设。

（三）绩效评估阶段（2021 年 11 月）

项目全部实施完成后，县电子商务领导小组办公室牵头，协同县财政局和相关部门对项目按建设进度组织开展全面检查和验收，做好迎接省商务厅、财政厅委托的第三方绩效评估。

（四）总结提升阶段（2021 年 12 月底）

根据绩效评估成绩，针对问题制定整改方案，采取有力措施，按时完成整改提升。在整改提升的基础上，全面梳理总结，持续开展查漏补缺，继续全面推进电子商务进农村工作，保持电子商务发展的浓厚氛围。

六、保障措施

（一）加强组织领导

1. 成立由县人民政府县长任组长，常务副县长和分管副县

长担任副组长，相关职能部门和乡镇主要负责人为成员的县电子商务工作领导小组。领导小组下设办公室，办公室设在县工信局。领导小组定期主持召开电子商务进农村综合示范工作会议，研究解决示范项目推进过程中遇到的困难和问题。设立电商办，落实人员和编制，负责具体电子商务工作。

2. 建立电子商务联席会议制度，明确统筹推进全县产业、电商、物流、品牌等协同发展。明确职责分工，要求各部门各司其职，建立协调联动、紧密配合的工作机制，完善财政税收信贷政策，支持大项目建设和配套行业发展，推动各行业电子商务应用，完善电子商务产业基础和配套服务设施。

（二）加大政策扶持

一是加强财政扶持。每年设立不少于 300 万元的电商发展专项资金，整合电子商务进农村各级专项资金，专项用于电子商务进农村项目的扶持、奖励、培训以及相关的服务支撑体系建设。**二是加强土地扶持。**鼓励利用存量土地发展电子商务产业，支持对现有楼宇进行结构功能的改造和升级，引导和支持楼宇面向电子商务企业招商，对入驻电子商务运营企业实行适当的住房补贴。优先安排大型流通企业、电商企业、快递物流企业自建仓储物流配送中心项目用地。**三是加强金融扶持。**持续推进农村普惠金融服务，解决农民发展产业的资金难题。

（三）强化资源整合

整合县组织、人社、发改、扶贫、工信、科技、团委、工

会、金融办等单位 and 部门的创业扶持资金、小额信代资金、培训项目资金等资源，形成多部门、多渠道、多层级的电子商务产业发展资金保障机制，统筹支持全县电子商务及相关产业发展。重点支持大学生村官、大中专毕业生、农村贫困青年、返乡农民工、巾帼致富带头人、农民合作社、农村种养大户等人群电子商务的培训和创业扶持。

（四）加强项目管理和监督

按照项目相关规定，强化项目落实，加强项目资金管理。严格按照“公开、公平、公正”原则，通过发布招标公告、资格审查、建设运营主体评审、公示中标单位、签订建设运营协议的程序，来选择承办单位。县委县政府督查室、县财政局、县工信局、县扶贫办等相关部门加强对示范项目的动态监管，加强项目的监督检查指导，密切跟踪项目进展情况，及时发现并协调解决出现的困难和问题，重大问题及时上报，确保项目落实，资金安全；县人民政府对示范工作开展年度绩效评估，作为效能建设的重要内容，纳入政府责任目标管理。

（五）建立信息公开机制

夯实工作基础，建立健全信息公开机制，完善农村电子商务统计信息指标体系。与项目承办单位达成协议，凡接受财政补贴的项目必须提供交易和活动信息，包括每日交易品类、品名、时间、数量等。建设运营企业每月按时向沁水县电子商务进农村综合示范县工作领导小组办公室上报运营情况、后续工作

安排；电商办在确保企业商业信息安全的前提下对社会公开信息，企业对所公开信息的真实性负责。

（六）加强宣传力度

采取政府出资源，企业运作的形式，充分利用电视、电台、报纸、网络、墙体广告、用户体验中心、大型广告牌、各种节会等多种渠道和形式，加大电子商务宣传，普及宣传电子商务知识，传播电子商务政策法规，提升全民电商意识，推广电子商务发展成功经验，鼓励本地电商企业加强与国内外电子商务机构的交流合作，营造浓厚的电子商务发展氛围。

（七）建立督查考核机制

县委、县政府督查室，县考核办和县电商领导小组办公室要协同配合，共同研究制定科学合理的督查考核办法，细化量化考核指标，将各项指标和重点任务要分解落实到各部门、各乡镇。加强电子商务发展工作的督查考核，引入第三方评估机构跟踪分析，对重点领域中的突出问题适时开展专题评估。对于工作开展情况定期进行通报，同时将其纳入目标责任考核体系，确保工作任务落到实处。

附件：沁水县电子商务办公室机构设置及工作职责

附件

沁水县电子商务办公室机构设立及工作职责

为了加快推进沁水县电子商务工作，推动电子商务与实体产业的深度融合，经县政府同意，设立沁水县电子商务办公室。

一、机构设置

电子商务办公室为工信局（商务局）下设电子商务日常工作机构，设主任 1 名，副主任 1 名，管理和技术人员 8 名。

二、主要职责

1. 负责规划、组织、协调、管理和推动我县电子商务工作发展；
2. 负责提供政策解读、信息收集发布、创业辅导、技能培训等服务；
3. 培育重点电子商务企业和平台，扶持中小电子商务企业发展；
4. 开展电子商务行业、监测和分析，指导全县电子商务发展；
5. 负责推进电子商务相关软件长足发展，推动电子商务应用技术创新；
6. 加强信息安全保障，推进电子商务安全认证体系建设；
7. 推动工业企业的电子商务普及应用；支持我县名特优新

农产品生产、销售企业开设网店扩大销量；

8. 协调电子商务人才培训工作；

9. 完成县委、县政府和上级商务主管部门交办的其他任务。

抄送：县委各部门，县人大常委会办公室，县政协办公室，县法院，县检察院，各人民团体，各新闻单位。

县属各事业单位，各驻县单位。