裕民县人民政府办公室

2020年裕民县电子商务运行报告

2020年随着电子商务进农村综合示范、电商扶贫等工作深入推进，裕民县电商发展态势良好，农村网络零售和农产品上行规模不断扩大，乡村消费市场潜力进一步释放，通过不断创新农村电商模式，积极助力农业供给侧改革，巩固脱贫攻坚成果的同时，为裕民县乡村振兴提供新动能。

据统计，2020年裕民县电子商务交易额3521.58万元，同比增长35.53%，网络零售额1173.86万元，同比增长71.06%。

一、主要做法及成效

**（一）完善公共服务体系，打造优质电商生态圈**

裕民县电子商务公共服务中心于2020年5月完成建设并正式投入运营，公共服务中心设立五中心、一协会及相关职能办公区。五中心包含020产品展示中心、培训中心、孵化和创客中心、仓储物流分拨中心、运营中心和电商协会，职能办公区有行政办公室、经理室、招商办、摄影室、会议室等。

**团队建设方面，**目前，已完成8人的专业电商人才运营团队组建，分别负责人才培训、品牌建设、产品分销、渠道建设、品控溯源、物流体系等业务内容，对建设电商发展全生态链予以支撑。

**企业入驻方面，**公共服务中心采用市场化运作的方式，整合我县龙头企业、合作社、个体种养殖户及各类企业服务机构的资源，形成强大合力，致力于更好的服务县域经济，为我县企业提供电子商务方面的公共服务，提升县域电子商务整体水平，为裕民经济的发展壮大创造良好的公共服务环境。现已完成企业入驻3家，分别是北漠、百世智慧科技、裕民县永顺机械租赁有限公司，并为其提供电子商务培训、软件信息及平台代运营等公共服务。

**O2O产品展示中心建设方面，**已完成企业入驻6家、合作社6家。产品展示中心主要展示本土特色农产品及跨境电商产品，本土特色农产品如巴什拜羊、牛肉、红花籽油、紫皮大蒜、红皮马铃薯、风干肉、红花蜂蜜、面包、糕点、酸梅酱、酸梅汤、冰淇淋等各类产品，跨境电商产品有面粉、清油、蜂蜜、鱼子酱、奶油、巧克力、糖果等食品及香水、化装盒、装饰品、水晶制品日用品。

**电商氛围营造方面**，一方面通过电商口号、展板设计、广告牌制作等进行电商氛围设计打造，另一方面开通裕民县电子商务公共服务中心微信公众号、抖音号等官方渠道，定期发布电商动态、行业资讯，搭建电商政策宣传平台，进一步扩大电商影响力。

**（二）推进农村电商服务站点建设，加快电商发展**

我县共有4乡2镇，53个自然村（39个行政村）。截止目前，建设改造完成21个乡村电子商务服务站点。其中：乡镇电子服务站1个，行政村村级服务点20个，贫困村服务点覆盖率达80%。站点设置了统一的门头标志，配置电脑、打印机、室内外牌匾、WIFI、展示柜、办公桌椅等硬件设施设备，已制定站点工作管理制度、服务范围等内容，并完成站点电商氛围设计及装修。

截止目前，已完成建设的站点均具备专业运营管理人员，并熟练掌握工作流程，具备丰富的电商理论知识及实战操作经验，足以支撑业务的开发与站点的运营。业务开展方面，主要以商超类、文旅产业类、合作社类为基础业务进行拓展，大部分站点已具备农产品收购、代买代卖、快递代收发、小额存取款、打字复印等基础电商业务，部分站点能提供红花产品收购压榨、短视频直播带货、器材房屋租赁等增值业务。保证每个站点至少有一项可持续性经营并能带来良好效益的项目。

**（三）进行品牌培育建设，规范产品包装**

为打造一张“叫得响、记得住”的县域品牌名片，提升我县农产品品牌价值，增加产品溢价空间，拓宽农产品销售渠道，立足我县基本情况、县域文化、历史故事等，进行县域公共服务品牌及特色农产品品牌的建设和培育，目前，已完成公共服务品牌“富裕民间”的建设及45个全品类注册工作，并完成一整套包括Ip形象、vi设计、品牌故事、产品包装等内容的品牌应用管理规范手册的建设，为县域传统企业特色产品进行统一的品牌包装、品牌视觉形象塑造和品牌推广。按照生鲜系列、家常食材系列、蜂蜜系列、旅游纪念品系列、醇奶制品系列，打造“裕见江湖、裕见甜蜜、裕见生活、裕见香醇、裕见风情”品牌伴手礼盒5款，年货节专用礼盒1款；优化企业单品包装设计10个系列，共计35款。

完成特色农产品品牌“裕民无刺红花”的建设及注册工作，并通过直播、展会等方式，同步进行品牌推广，提升县域品牌知名度。

**（四）梳理完善县域产品库，上线互联网平台**

整合我县县域资源，并按照产品类别进行互联网结构化梳理，为上线互联网平台销售奠定良好的基础。目前，经过调研摸底梳理，形成包含农副产品单品94个，品类32款的县域产品库，其中具备SC认证的企业8家，取得小作坊生产许可证的企业、合作社有7家。部分不符合互联网平台销售要求的企业及产品，需办理相关手续后进行互联网平台销售。目前，已完成上线的产品有红花籽油、巴什拜羊羔肉、酸梅汤等，分别上线淘宝新疆特色美味店、金融消费扶贫、“富裕民间特产店”等线上平台店铺。后期，将持续更新完善产品库资源，定期上线新增产品，为我县农特产品线上销售打开良好的通道。

**（五）积极开展电商培训，加强电商人才储备**

我县积极落实“个十百千”工作计划，定期前往裕民县开展电商人才培训工作。面向县乡/镇村机关和基层党政干部、驻村第一书记、企业、合作社社员、返乡农民工、建档立卡贫困户、个体户、农村创业青年、返乡创业大学生、妇女、残疾人、电商从业人员及有志于从事电子商务的各类群体开展电子商务培训，结合农村双创、扶贫脱贫及乡村振兴，加大对具备条件的建档立卡贫困户、电子商务服务站站长、电商公共服务中心人员、中小微企业的培训力度，并建立长期跟踪服务机制。以“孵化+培育+实战”的基本模式，通过电商培训使裕民县人才熟练掌握短视频操作方法和相关直播销售技巧，并学会利用抖音、快手等短视频软件进行农产品推介及销售，实现本地人才与产业对接、本地农产品与营销对接，为裕民县留下能够长期驻足本地的电子商务人才。

截止目前，开展26场培训，合计1395人，孵化电商微商400个。其中线下培训21场，1330人次；线上培训5场，65人次。课程内容包含八大类型：政府公开课普及培训、电子商务基础知识普及培训、公共服务中心职能培训、乡村服务站长业务培训、村播达人孵化培训、短视频运营培训、创业培训及线上培训。

**（六）开展直播带货、消费扶贫系列活动，多手段促进农产品销售**

针对我县县域资源优势，利用电商优势，重视农产品网络营销模式的创新与实践，制定特色化营销策略，策划和组织多场直播带货活动，提升裕民县公共服务品牌知名度的同时，扩大裕民县农特产品影响力，带动县域产品销售。截止至目前，共开展“品新疆·云溯源”、“寻味新疆·公益扶贫”、“花开裕民·清凉一夏”、“坐着马车游乡村”、“双十一狂欢购，好物优惠享不停”、“年年有裕·富裕年年”等为主题的线上线下直播带货活动8场，观看人次达6609.12万人次，其中专场直播活动6场，观看人次25.12万人次，为裕民县农特产品拓宽了市场通路，提升了产品美誉度，通过“直播带货”增加了产品销量，助农增收。

此外，积极开展消费扶贫活动，举办线上线下消费扶贫营销推广活动2场、参与全国展销会2场，通过疆内外线上线下各大平台渠道，全方位展现裕民产品优质特性，引导社会各界以购买贫困群众农特产品和服务为主要支持手段，深入开展消费扶贫行动。让消费扶贫常态化、全民化，延长了消费扶贫的产业链条，助力裕民县贫困群众持续增收。

**（七）完成物流园区规划，夯实物流体系建设基础**

已完成电商物流园规划工作，通过租赁的方式，建成物流仓储分拨中心，衔接生产与消费、供应与需求，使供需双方实现无缝衔接。为完善物流体系建设夯实基础，商品（快递）物流配送方面，与当地大型商超众联超市合作，依托商超较为完善的物流体系，完成农产品上行、工业品下行，构建起物流运转闭环运作体系。后续将持续对接邮政、顺丰、京东、中通、百世等本地化物流快递企业，依托邮政等企业成熟的物流配送网络，优化配送线路，初步形成县、乡(镇)、村工业产品下行(快递物流包裹下行配送体系)和农产品订单收购(外寄包裹信件上行回流)模式，待乡镇村及站点全面建设完毕后，包裹配送工作将由各乡村级电商站点进行全覆盖，配送频率为每周至少三次，建设系统化、制度化完善的县、乡、村三级物流配送体系。

**（八）发挥电商优势，助力乡村振兴**

积极与我县大型商超合作，拓宽线下销售渠道，目前，已与众联超市达成合作，成立扶贫专柜，用于采购销售贫困户产品，通过线上展示、线下销售的方式，有效带动了扶贫产品的销售，助力贫困户增收。

同时，利用电商承接企业广泛的市场渠道，积极对接各类资源，打通零售终端，搭建我县优质农特产品外销通道，通过与我县企业、合作社、贫困户等定向采购的方式，解决农产品销售难的问题，如与吉也克镇加依勒玛村土豆种植户签订定向采购合同，采购土豆30吨，打开农特产品销售门路的同时，也将裕民县的优质农特产推向更大的市场。

二、存在的问题

**一是农产品上行难。**我县农产品存在生产分散、规模小、无深加工、无标准、无品控、供不上、低质价等问题，农产品整合较难，品牌培育工作难度大，可适应网上销售的本地土特产品较少。

**二是电商人才缺乏。**电商企业在产品开发、管理运营、推广营销等方面的复合型人才严重缺乏。农村留守村民多数文化水平偏低，对电子商务的接受能力差，人才问题严重阻碍了农村电子商务发展。

**三是农村电商基础薄弱。**农村信息基础设施建设还不够完善，电子商务物流网络覆盖不全、物流配送成本较高、配送服务不够规范等，加快推进农村电子商务发展需要进一步健全公共服务体系。

**四是电商企业运营质量不高。**部分传统企业对电商重视度不够，管理人才缺乏、管理体系不完善，带动力不强。部分村级电商服务站，仅收发快递，业务单一，服务能力亟待提高。

三、几点建议

**（一）加强组织协调**

强化工作调度，要定期召开电子商务产业发展领导小组工作会议，研究部署电子商务工作，系统、科学谋划发展举措，用好用活政策资金，支持园区电商企业做大做强，推进特色镇、示范村创建工作，形成电商发展的集聚效应。合理设定乡村电子商务站（点）布局，在强化市场化运作的基础上给予项目和政策支持，促进电子商务健康、快速发展。强化宣传推介，要加大力度，改进方式，不断加强电子商务的宣传推介，提高企业发展电子商务的积极性，扩大农民参与电子商务的认知度，营造全社会关注、参与、发展电子商务的强大合力。强化机构、人员保障，要充实电子商务专业机构，引进专业人才，有效发挥主管部门的引领、指导作用。

**（二）进一步健全服务体系**

强化电商培训，要整合利用培训资源，加大电子商务政策、运营、实务培训力度。加强人才培养和网商孵化，壮大电商队伍，扩大应用范围，增加网上销售，带动县域特色产业发展。进一步加强农村电商基础设施建设，要构建“工业品下乡、农产品进城”双向流通渠道，重点围绕加快农产品上行，搭建物流快递信息服务平台和数据共享平台，实现资源共享，整合配送路径，降低物流成本，促进邮政及“四通一达”等重点物流快递企业业务直接通达到中心站、代办覆盖到村站，打通“最后一公里”和“最先一公里”。加快农村通信网络建设，扩大网络覆盖。

**（三）力促农产品上行**

打造农产品特色品牌，要依托全县主导产业和文化、旅游资源，在巩固提高现有农副产品和旅游纪念品、民俗工艺品品质的基础上，培育、开发更多高附加值、高效益、富有地域特色的网适产品，不断丰富产品种类，提升产品档次，凸显产品的地域特色，提高农产品的市场竞争力。夯实农产品质量安全，要加强农产品产地环境、生产过程、包装标识、市场准入等环节管理，加大无公害农产品、有机绿色食品和地标产品保护力度，加强质量安全体系建设，全力做好农产品质量监管，形成农产品品牌成长良性机制。加快农产品标准化建设，引导电商及网销产品商标注册，夯实农产品上行基础。建设竞争有序的市场体系，要完善农产品质量安全监管和二维码溯源体系平台，加强网络市场监管和引导，严厉打击制售假冒伪劣商品、虚假宣传、商标侵权、不正当竞争等网上欺诈行为，提高失信成本，促进守法经营，营造诚信、安全、规范的电子商务市场环境。

**（四）提升电商水平**

加快项目推进，要按照全国家电子商务进农村综合示范项目工作要求，全力推进“两中心”建设，提升“一站点”服务职能，健全公共服务体系。培育壮大电商队伍，要坚持建、管并重的原则，加强乡村服务站点运营管理，使乡、村服务站（点）真正发挥作用。发挥平台资源优势，倡导开放、共享、融合的发展理念，努力构建包容兼顾、多平台共营的开放共享格局，重点支持企业做大做强，逐步扩大电商产业规模，提升电商企业层次。

裕民县人民政府办公室

 2020年12月30日

裕民县人民政府办公室　　　　　　 2020年12月30日印发