

# 互助县电子商务服务中心文件

---

## 互助县电子商务进农村 综合示范项目工作专报

(2024 第 1 期：2023 年工作总结)

2023 年以来，我县电子商务进农村综合示范项目取得阶段性进展，电商项目从建设期转入运营期，农特产品网络销售额和网络交易额同比增长 30% 以上，县域电商产业发展进入关键发展期。

### 一、工作进展

(一) 完成“1”个目标。初步建成了互助县电商物流产业园，进一步完善了产、供、销全链条服务，提高本地农产品商品化率和网货开发率，实现农特产品网络销售额 9258.6 万元，网络交易额 6.76 亿元，县域农特产品上行 187.7 万件，工业品和消费品下行 1166 万件。

(二) 建成“2”个中心：一是全面建成互助县电子商务

**公共服务中心。**新的县级电子商务服务中心选址在互助县绿色产业园内，建筑面积 7000 平方米，现有 14 人的专业电商运营团队（其中省外专业电商从业人员 7 人，吸纳本地电商人才 7 人），新增直播带货、产品检测、产销对接、品控中心等多项功能，设立 O2O 体验展示专区、直播孵化专区、电商培训专区，培养网红直播人才，为农产品上行、农民增收助力。通过整合电商和物流企业入驻，为创业者和企业提供免费办公场地和低成本办公网络社交资源共享空间，并提供信息咨询、入驻孵化和创业指导等优质服务。依托商务部农村电商及社区商业信息系统，可以及时准确收集运营数据并形成专业分析报告，为政府决策提供科学依据。**二是建**  
**成县乡村三级物流统仓共配中心。**新建中心建筑面积约 2300 平方米，配备农产品仓储保鲜物流、现代仓储货柜货架、物流车辆、自动分拣机等设施设备，通过整合县内快递物流资源，全面实现全县快递物流“同仓共配”。以充分优化线路配置和扩充城乡配送连锁经营模式为抓手，全面降低上行物流人工存储成本，破解了农产品上行成本较高的瓶颈难题。健全县乡村三级统一物流配送体系，针对下行件实行分批接货、集中分拣、统一配送，集合各物流企业自身优势资源实现快递包裹每天下乡进村。打造畅通农特产品消费体系，聚合农村电商配送需求，促使配送服务下沉至村级电子商务服

务站点，实现农特产品上行网销全国、工业品下行配送入户，构建上下贯通、运行高效的县域物流配送体系，在工业品下乡方面实现提速降费的基础上推进农特产品进城快递实效的提升和价格的根本下降，整体降幅不低于 15%。

**（三）完善提升了“4”大体系。**一是完善了互助县电子商务公共服务体系。在县级电子商务服务中心进行扩能升级的基础上，对县域内 19 个乡镇级电商服务站点和 232 个村级电商服务站点进行了优化整合，确保各级站点在获得经济利益的同时不断提升服务水平，最终实现覆盖率和存活率双保障。二是完善了健全县乡村三级物流配送体系。整合县域内快递、邮政等物流资源，增配农特产品仓储保鲜、现代仓储货柜货架、物流车辆、自动分拣机等设施设备，提升上行农特产品品质，并围绕工业品下乡、农特产品进城和农村电商综合服务需求，协同农村电商服务站，实现县域日用消费品、农资下乡和农特产品进城 48 小时双向物流配送，以提质、降费、增效为广大基层群众带来实惠。三是完善了农特产品质量保障体系与营销推广体系。对互助县农特产品进行深度挖掘，建立农特产品原产地质量保障体系，从源头品质控制、产品检测、质量追溯、分拣分级等多维度建立农产品网货标准化体系，解决互助县农特产品在进入市场前的质量保障和标准化问题。结合互助县农特产品实际现状，建设农

特产品产地初加工预处理中心，优先为贫困户产品提供公共服务，做大做强互助县农产品具备商品化市场流通的能力。联合电商平台共同举办线下营销活动，实现区域农产品品牌化运营、农产品上下行渠道通畅，带动互助县农特产品销售；策划原产地直播、内容营销、线上促销线下展销会等活动。加强与线上线下各类媒体的合作，开展公用品牌、农特产品的宣传推广。**四是完善电商人才培养体系。**支持对各级领导干部、各类企业、合作社员、创业青年、具备条件贫困户等开展相应层次、相应内容的农村电商培训。重点强化培训机制，注重服务质量而非数量，增强培训的针对性和实效性，提升美工、产品设计、宣传、营销等实操技能；注重培训后续服务，建立农村电商培训转化机制，加强电商培训与就业用工的对接，加强创业孵化。全面为电商企业创、立、运、荣提供“一条龙”服务。

**（四）推广“5”个电商公共品牌。**以“醉美互助”品牌为重点，以“醉美土乡”“百谷丽土”“虹乡乐土”“土乡山耕”四个电商公共品牌为补充，突出中藏药材、青稞及青稞酒、盘绣等特色农畜和文旅产品优势，统一策划设计和包装开发，研发出一批具有高原特点、互助特色的产品网货系列包装，形成《互助县农特产品网货谱系》，并实时更新充实网货谱系。同时，加强与电商企业、合作社加强交流合作，促进特色产

业链条化、产品包装化、网络品牌化，引导非标类产品标准化，形成全系列、全体系的《互助县农特产品网货供给谱系》，逐步提升消费者对互助电商公共品牌的认知率和辨识度，打造在省内外享有较高知名度和影响力的互助电商农产品整体品牌形象。

## 二、存在问题

一是县级电商服务中心和统仓共配中心办公场地租赁费用过高，为实施 2.0 项目带来了资金短缺的困扰。二是县域快递物流费用成本较高，农特产品上行没有市场竞争力。三是我县电商经营主体规模较小，缺少政策扶持。

## 三、意见建议

为推动电商工作高质量发展，根据我县电商发展的实际情况，提出如下建议：**建议**为电商服务中心协调解决办公场地，保障其长期运营发展。**建议**充分发挥政策支撑作用，增列县级财政电商发展专项工作经费，出台长期稳定的扶持政策，从电子商务公共服务体系运营、电商经营主体培育、网货包装开发、物流费用补贴等方面进行培育扶持。**建议**协调建立东西部农特产品线上线下对销协作机制。以东西部扶贫协作为依托，建立线上与线下相结合的农特产品订单式助销模式，以点带面让更多优质资源产品“走出深山”，迈向东部市场，以消费扶贫促乡村振兴。**建议**适度开发乡村电商公益

性岗位，优先聘用无法外出就业、无产业扶持的贫困劳动力及返乡青年、待业大学生、退伍军人等人群服务电商发展，从事寄件收发服务获取岗位报酬，并引导其开设乡村站点，通过直播带货、产品营销等方式增加收入。

附件：1.互助县电商企业销售数据统计表（2016-2023）；  
2.互助县快递物流企业数据统计表（2016-2023）。

互助县电子商务服务中心

2024年1月16日