石林彝族自治县电子商务进农村综合示范项目全面评估存在问题的整改报告

2022年3月12-14日，专家组对石林彝族自治县2020年电子商务进农村综合示范项目建设开展现场中期绩效评价和全面评估。通过实地走访、企业汇报以及查看台账后发现，项目建设及过程管理仍存在部分问题，结合项目实施以来省、市、县相关领导及部门检查督导提出的意见，特将石林县电子商务进农村综合示范项目整改工作开展的情况报告如下：

# 工作开展情况

**一是**高度重视、力行立改，自会议收到评价组反馈的问题清单后，石林县政府分管领导当即表示迅速部署并抓好落实；县电子商务进农村综合示范项目领导小组办公室下发通知，要求承办企业认真研究，全力整改，通知对措施、目标、时限进行了明确。**二是**压实责任、务求实效。认真开展问题整改工作，按照“全覆盖、无遗漏”的工作要求，由县电子商务进农村综合示范项目领导小组办公室牵头承办企业，深刻剖析产生问题的根源，压实整改责任，将整改任务落实到各个主体，倒排时间表，扎实推进问题整改工作。三是认真总结，注重长效。领导小组办公室严格落实监管责任，定期开展“回头看”，认真总结整改经验，研究制定科学、管用、长效的工作机制，真正使整改成为促发展的强大动力。

# 二、省、市、县商务部门检查督导情况

为确保项目进度，省、市、县全国电子商务进农村综合示范项目领导小组研究制订了监督管理制度，并根据安排对项目建设进度开展日常监督检查。截至2022年3月31日，共开展了19次监督检查，其中省级商务部门监督检查2次，共发现问题30个；市级商务部门监督检查2次，共查处问题8个；县级项目领导小组监督检查15次，共发现问题34个。上述检查中发现的问题已完成整改23个，未完成的正在整改的11个。

1. 省级商务部门全面评估问题整改情况（评估时间：2022年3月12-14日；评估组成员：戴松君、张印红、吴守河、周媛、吴高佳）

**问题1：项目资金使用计划不完整**

修订后的实施方案中央财政资金的总投资规模为950万元，但附件中的资金使用计划金额为949.7万元，0.3万元的资金未体现。

**整改措施**：按要求修改《石林彝族自治县电子商务进农村综合示范项目工作实施方案》附件2《石林县电子商务进农村综合示范县建设费用预算表》，将招投标结余资金0.3万元纳入上行体系建设预算。

### 整改结果：已完成。

### 问题2：部分资金使用的经济效益低

乡村电商（物流）服务站点配置的部分设施设备闲置，固定资产未有效使用，资金使用的经济效益性低。

### 整改措施：

**一是**监督乡镇、村级站点对配置的设施设备按要求有效使用，尤其是部分站点未充分使用多媒体显示屏（电视），需加快推进电商服务站点宣传输出工作，定期更新录制视频或宣传分享相关政策及电商知识，营造电商发展的氛围。**二是**通过站点监控将站点画面投放至县电子商务公共服务中心，发挥中枢作用进行日常监督管理。**三是**对于站点闲置设备或不具备使用场景的相关设备，进行收回管理，根据相关规定用于后续站点建设或其他工作场景，避免闲置浪费。**四是**建立乡村站点末尾淘汰制，通过优胜劣汰激发站长积极性和主动性。

### 整改结果：完成。

问题3：电商公共服务中心部分设施设备利用率不高，展示厅作用发挥不明显，可持续运营能力有待提升。资源对接方面，未有效与旅游资源相结合。区域公共品牌“石林人参果”尚未注册成功，围绕公共品牌的各项宣传营销活动还未开展。农产品质量追溯系统扫码结果信息简单，目前尚未运动到电商销售环节。

### 整改措施：

全面梳理县域内注册的近百家有电商业务的企业，并对在石林县域实际经营的企业实地调研，充分传达石林电商公共服务中心的常规服务及孵化业务，诚挚邀约更多企业入驻电商公共服务中心，充分提升电商中心设施设备利用率。

全面梳理电商服务中心一楼O2O商品展厅陈列商品，优化商品结构，增加适销产品，在展览、展示的同时，增加线上线下销售功能，提升中心可持续运营能力。

区域公共品牌“石林人参果”于2022年1月21日拿到商标受理通知书，预计6月下旬可以完成商标实质审查，并开始三个月公告期；预计9月下旬可以拿到商标证书，并同时启动区域公共品牌的营销推广活动，积极对接和参加全国农商互联大会等品牌活动。计划将农产品质量追溯与区域公共品牌营销有机结合，应运到实际销售过程当中，让消费者扫码后不仅了解产品质量，也同时可以更好地了解区域公共品牌。

### 整改结果：整改进行中，计划2022年6月内完成。

问题4：部分项目建设进度滞后、尚未在知名电商平台开设地方特色馆，全域旅游体验式营销工作未开展，未在石林风景区建立公共品牌产品体验空间。

### 整改措施：

目前正在与天猫、京东等知名电商平台接洽，了解开店条件，争取在主流平台开设1-2个地方特色馆销售本地特色产品。目前已在石林彝族第一村景区打造完成一个线下产品体验空间，成为与旅游结合的体验式营销点。

### 整改结果：未完成整改，此项工作计划2022年6月内完成。

问题5：在推进商贸流通企业数字化转型升级、引导供应链下沉等方面力度不够。

### 整改措施：

加大推进县域商贸流通企业数字化转型升级、引导供应链下沉力度，**一是**引导辅助传统商贸流通企业开通线上业务，开辟电商渠道，协助企业研发生产电商爆款产品；**二是**帮助企业及合作社对接批发档口、社区团购平台、连锁超市、公司集采等大型采购客户，通过去除中间商环节，将商品直卖给消费者，实现共赢；**三是**将电商服务站点数字化升级，连锁化经营。开通成为主流品牌社区团购服务点，引导站点服务及销售向线上拓展，通过互联网开展商品销售和服务提供，大力发展电子商务在农村的渗透率，发挥电子商务公共服务中心的资源调配，异地协同，远程服务的优势，多元化满足居民生活服务需求。通过建立ERP订货系统，整合当地商贸流通企业及产品资源，丰富商品品类、提高商品品类，逐步降低商品价格，促进站点负责人利用系统实时订货，及时掌握店铺消费数据。

**整改结果**：进行中，计划2022年7月内完成。

问题6：乡村服务站点管理需加强。部分设备设施利用率不高，如抽查的站点电视机均未使用。部分站点未实现网销功能，盈利渠道单一，可持续运营能力不强。

### 整改措施：

**一是**监督乡镇、村级站点对配置的设施设备按要求有效使用，尤其是部分站点未充分使用电视机，需加快推进电商服务站点宣传输出工作，定期更新录制视频在站点进行播放，宣传相关政策及电商知识。**二是**通过站点监控将站点画面投放至县电子商务公共服务中心，发挥中枢作用进行日常监督管理。**三是**对于站点闲置设备或不具备使用场景的设备进行收回管理，根据相关规定用于后续站点建设或其他工作场景，避免闲置浪费。**四是**增强乡镇、村站点造血功能，提升站点可持续运营能力。具体措施是持续对站点进行赋能，引入金融、通信、网络、水电、社区团购、农资等业务，增加站点服务内容。对已赋能的业务持续进行专业指导培训，提升站点服务能力，最终达到增加服务群众业务量提升收益的目的。**五是**建立乡村站点末尾淘汰制，通过优胜劣汰激发站长积极性和主动性。

### 整改结果：进行中，计划2022年6月内完成。

问题7：县级物流配送中心管理有待完善，中心相关规章制度与收费标准未上墙。

### 整改措施：

进一步加强配送中心管理，已完成县级物流配送中心及上行仓相关规章制度与收费标准上墙工作。

### 整改结果：完成。

问题8：与县域农资下乡、农产品进城等物流业务未进行有效整合。虽与美团优选签订了配送服务协议，但目前未开展实质性业务。

### 整改措施：

引导站点开设网店，并积极对接上游资源，引入具有竞争力的农资等工业产品通过站点电商店铺进行销售。调动站长积极性，收购符合标准的优质农特产品，打造“一站一收购点”，依托三级物流体系依次逐步打开县城、市区及省外市场，完成上行销售。美团优选已入驻县物流中心，并组织部分站长进行美团优选业务融合培训，业务已进入磨合试运营阶段。

### 整改结果：进行中，计划2022年5月内完成。

问题9：培训资料的整理不够规范，部分培训问卷调查没有培训人员签名，无法判断是否为本人填写。电子商务培训体系建设方案中要求参加电商培训创业孵化培训人员的年龄为18-55周岁，但部分参训人员的年龄不符合要求。

**整改措施：**

为了消除学员顾虑，收集学员内心对培训工作的真实判断和想法，承办单位培训问卷采用匿名调查，仅愿意参加后期培训的学员才需要留下姓名和电话，方便工作人员在后续的培训工作中及时联系到这部分学员，所以培训问卷无签名。截至2022年3月31日，共计组织培训3040人次，其中年龄大于55周岁的学员199人次，年龄小于18岁的学员19人次，不符合参训人员年龄要求的学员共计218人次。计划继续组织开展电商高级培训课程，目标培训人次不少于300人次。

### 整改结果：进行中，计划2022年5月内完成。

问题10：未建立培训监督和考核机制。截至2022年3月9日完成3040人次培训，其中转化42人，转化率1.38%，转化率偏低，培训效果有待提升。

**整改措施：**

按要求建立培训监督和考核机制并严格执行到位。由于培训学员的电商基础和认识参差不齐，目前还有较多学员符合潜在转化对象特征，对于这部分学员，需持续性进行辅导，针对性打造孵化方案，让电商培训工作惠及更多群众，转化成果达到省内示范县平均水平。

整改结果：进行中，计划2022年6月内完成。

（二）省级商务部门检查督导问题整改情况（监督时间：2021年12月10日—12日；检查组成员：彭继、邱建军、李建华、戴占学）

问题1：实施方案不完整

**一是**实施方案与省厅文件（云商电〔2020〕27 号）要求不一致，未见建立农村物流信息化系统及农村消费大数据 建设的相关内容；**二是**实施步骤不完整。实施步骤缺乏中期绩效评价（含时间节点和要求）的描述；且总结验收阶段时间节点不合理，内容描述不完整。

### 整改措施：

落实专家小组修改项目实施方案顶层设计的指导意见，县工作领导小组办公室已于12月15日出台补充实施方案，并报送市商务局向省商务厅备案。

### 整改结果：完成

### 问题2：信息公示内容不完整

经现场察看，“农村电子商务和社区商业信息系统”填报信息中，缺乏2020年年报信息。

整改措施：按要求在“农村电子商务和社区商业信息系统”中填报2020年年报信息。

### 整改结果：完成

### 问题3：项目管理有待加强

1.投标文件与合同书中部分建设内容投资金额不一致。

2.“石林阿诗玛”注册商标类型为一般商标，非集体商标，作为区域公共品牌，不具备公共属性。

3.承办单位营业执照业务范围中不包括电商培训、职业 技能及创业等方面服务内容，且合作的培训学校无电商培训 经营范围。

4.阶段性验收报告未按照《项目验收制度》执行，缺乏验收意见。

5.主管部门与承办企业签署的合同，预留的5%质保金（五年项目质保期结束后支付）面临项目建设周期结束后，资金被统筹收回不能返给承办企业的风险。

整改措施：

1. 我公司在实际执行过程中以投标文件建设内容投资金额为准，与县工业和信息化局签署的补充合同一致，各体系实际建设资金投入使用与投标文件也一致。
2. 通过与县农业农村局沟通合作，决定将“石林人参果”地理标识注册为单品种区域公共品牌商标，2022年1月21日已收到商标受理通知书，预计6月下旬可以完成商标实质审查，并开始三个月公告期，预计9月下旬可以拿到商标证书。
3. 已终止与云南博奥职业培训学校合作，并全额退回已支付的项目资金。通过调研筛查，已选择符合相关资质要求的单位（昆明市五华区若克职业培训学校有限公司）完成大部分培训内容。
4. 已按照《石林彝族自治县电子商务进农村综合示范项目验收制度》相关规定补充《石林县电子商务进农村综合示 范项目第一次阶段性验收结果说明》。
5. 补充合同约定质保金提前拨付，再由承办企业向县工业和信息化局缴纳质保金，项目质保期结束检查合格后，由石林县工业和信息化局退还企业。

### 整改结果：已按要求完成整改

### 问题 4：投标文件及合同未细化建设内容，项目建设也缺乏具体实施方案

项目具体实施采取逐项审批的方式，未明确结算方式， 且具体实施过程中，部分项目实施的请示、批复、询价及确认、合同签订的时间矛盾。如：公共服务站及物流派送站设 备采购合同签订日期为2021年11月15日，主管部门出具询价确认意见日期为11月18日且未盖章；乡镇村级物流配送站门头、室内外标识牌的请示，主管部门出具询价确认意见日期为11月23日且未盖章，而其中两个询价回复函日期为24日、25日等等。

整改措施：

经专家小组指导，取消原来逐项报请领导小组办公室审批的方式。项目产生采购需求时，由承办企业自行选定供应商并签署合同。加强采购询价及合同签署的管理，规范邮寄签署的文件，避免由于时间差导致产生逻辑性错误。展开全面自查工作，对于出现类似问题的2项采购合同，已进行作废并重新签署。

### 整改结果：已按要求完成整改

### 问题5：中央资金建设投入使用的固定资产未及时办理移交手续

整改措施：

根据《石林彝族自治县电子商务进农村综合示范项目国有资产管理暂行办法》相关规定，对使用项目资金采购的固定资产已于2022年1月13日移交至石林县工业和信息化局并完成入帐，经双方协商签署《石林县2020年电子商务进农村综合示范项目固定资产授权说明》授权承办企业使用管理。

### 整改结果：已按要求完成整改

### 问题6：承办企业资金核算不规范、未建立项目资金台账

整改措施：

严格遵照省、市、县项目资金管理办法相关规定进行专项资金的管理和使用，建立专账专户、专款专用，并主动向县工信局汇报并接受社会监督。根据专家小组要求，承办企业已在当月调整专项资金核算方式，完善项目资金台账。

### 整改结果：已按要求完成整改

### 问题7：电商公共服务体系方面

1.服务中心部分设备设施尚未完全购置到位（设备设施 尚未张贴资产管理标识），服务水平有待提升，运营服务记录不完整，公共服务中心孵化和资源对接功能有待提升。

2. 56个乡村站点尚未完成建设。现场查验豆黑村、长湖镇、和摩站的3个站点均无服务台账；电商业务尚未开展， 快递收发自行取送；配置的电脑、货架、电视等设备未张贴资产管理标识；智慧乡村APP尚未全部安装，数据报送不完整。

整改措施：

1. 县电子商务公共服务中心设施设备已于本月全部购置到位，并完成固定资产盘点、张贴固定资产标识工作。组织服务中心运营团队报名参加高级电子商务师课程培训进行深造，提升服务能力。已按要求整改规范服务台账登记，完善服务信息。全面开展传统企业拜访指导转型、学员回访孵化开店工作，通过供应链、物流、仓储、运营等资源对接分享，共计孵化42个对象。
2. 56个站点全部建设完成，服务台账装订成册分发至各个站点按要求每日更新填写服务记录，并定期进行检查。电商业务已开展，包裹可在24小时内直达站点，村民可以在站点享受到便捷的代买代销、电商咨询以及网购等服务。乡镇、村站点固定资产盘点、张贴固定资产标识工作已于2021年12月完成。智慧乡村APP已全部安装，要求站长每日进行签到和数据报送。

整改结果：已按要求完成整改

### 问题8：物流配送体系方面

县乡村三级物流中心部分设备设施尚未完全购置到位， 未实现快递物流资源整合运行，未建农村物流信息化系统。

整改措施：

县物流配送中心入驻快递企业5家，其中整合共配4家，农村物流信息化系统建立完成，已正式运营。56个物流配送站点设施设备已全部配备到位，并按要求投入使用。

整改结果：已按要求完成整改

### 问题9：农产品进城公共服务体系方面

1. 尚未制定区域公共品牌运行和管理制度。
2. 尚未完成与农业农村局的溯源系统对接，相关工作尚 未开展。
3. 尚未形成农村产品信息库、电商数据库（含本区域产 业数据、销售数据和消费数据）的有关台账及应用效果材料。
4. 尚未开展帮助本地生产流通企业、合作社、带头人等 开发网销产品。

整改措施：

1.已制定区域公共品牌“石林人参果”运行和管理制度。

2.溯源服务体系已与县农业农村局溯源系统相关联，现计划将农产品质量追溯与区域公共品牌营销有机结合，应运到实际销售过程当中，让消费者扫码后不仅了解产品质量，也同时可以更好地了解区域公共品牌。

3.已完成农村产品信息库和电商数据库。

4.通过选品，帮助本地人参果、枇杷、雪莲果以及茶叶等企业转型，提供专业的运营指导，助力相关企业、合作社及个人了解电商、做好电商。

整改结果：已按要求完成整改

### 问题10：工业品下乡流通服务体系方面

未提供商贸流通企业数字化转型升级佐证材料，未提供对大型流通企业进行数字化改造的佐证材料，未提供农村消 费大数据方面建设佐证材料。

整改措施：

加大推进县域商贸流通企业数字化转型升级、引导供应链下沉力度，**一是**引导企业开通网店，开辟电商渠道，**二是**帮助企业对接美团优选或幸福石林社区团购平台，通过平台去除中间商环节，将商品直卖给消费者，实现共赢。

积极与市商务局进行接洽，对县域农村消费大数据进行调研收集，完善相关数据统计。

**整改结果**：进行中，计划2022年7月内完成。

### 问题11：电商培训方面

培训档案管理有待规范。经现场查验培训材料和电话抽查，跟踪回访和孵化转化记录不完整。

整改措施：

培训学员已全部单独建立学员档案，规范管理。跟踪回访和孵化转化记录工作已按要求补充完善。

整改结果：已按要求完成整改

（三）市级商务部门检查督导问题整改情况（检查时间：2021年11月11日；检查组成员：许波，昆明市商务局电商处、口岸物流处工作人员）

### 问题1：三级公共服务体系残缺不全，未形成体系，无有机联系，无功能可发挥。

县级公共服务中心一楼设置纯商品展示区，与商务部要 求不符，其他区域目前功能与服务中心关联弱；二楼开放区 域以工位形式入驻少数企业，部分拟入驻企业办公室一直处于半装修状态，服务中心未发挥聚集企业、资源共享、互相促进的作用；三楼尚未装修，未明确功能，无下一步使用计划，形成浪费。整个公共服务中心功能分区设置不够合理、功能不完善，未体现“公共服务”功能。

6个乡级服务站、50个村级服务点建设由于门头安装， 未添置相应设备，未注入相应服务资源，未开展相应业务， 未实际投入运营，处于半拉子状态。承办企业未做好承担公共服务准备，人员、资源、设备 等与职能要求不匹配。

整改措施：

为进一步强化分区功能定位，增强公共服务功能，中心将在现有分区的基础上增设分区标识标牌，并进行合理改造，扩大人才培训区、孵化办公区、共享办公区等的功能区划。一楼商品展销区增添“特色产品销售区”标识，商品匹配价格标签或二维码，便于消费者选择购买。完善县公共服务中心入驻企业办公管理工作，截至2022年3月31日，县公共服务中心共27家企业完成入驻，并提供知识产权、物流、设计、培训、产品供应链等资源，促进入驻企业快速发展。中心二楼部分区域、三楼已根据中大型入驻企业实际需求完成装修改造，并已入驻办公。

56个乡镇、村级服务站点全部完成建设，设施设备已配置到位，并引入快递收发、保险购买、就业咨询、驾考报名等服务，并已于2021年正式运营。

承办企业已于2021年5月组建了15人的团队进驻石林县电子商务公共服务中心。其中1人拥有高级电子商务师资格证书，6人拥有多年电子商务运营经验，1人拥有项目管理经验，分工明确，各司其职。为提升团队的专业水平和职业技能，目前已组织团队主要人员参与高级电子商务师的学习培训。

整改结果：已按要求完成整改

问题2：三级物流共同配送体系。物流业务合作严重拖物流整合后腿，物流整合严重拖整个项目后腿。县电子商务物流配送中心实际入驻了邮政、极兔两家快递企业，但业务仍处于磨合阶段，业务未出县城，离实际整合打通尚有较远距离，更遑论推广。且主流快递企业未参与，入驻企业数量少，市场份额小，不具代表性，与项目要求相去甚远。

整改措施：

县物流配送中心入驻快递企业5家，其中整合共配4家，包裹可在24小时内直达站点乡镇、村级站点，县域物流体系打造完成。

整改结果：已按要求完成整改

问题3：承担商品化处理、商品集散功能的农产品上行仓置于物流配送中心内，与电商快递分拨场地形成互相挤占关系。经询问，上行仓选址具有临时性、不确定性，与《石林县电子商务进农村综合示范工作实施方案》确定的内容不完全相符，与项目要求不相符。

整改措施：

为充分利用现有资源，在报请县工作领导小组批准后石林县公共物流配送中心及农产品上行中心选址租用石林工业园区石林速达商贸有限公司闲置办公厂房，厂房面积8000 余平方米，包含办公楼1栋、仓库3栋、冷库1栋。仓库和冷库建筑面积均符合项目建设要求，且产权清晰，证件齐全，能满足当物流和上行业务运行需求。随着项目进度的不断推进，业务范围的不断扩大，承办企业对两中心场地进行合理布局、明显划分，同时加强对两中心的管理，规范日常运营工作，设立专职人员指挥协调，确保两中心安全有序运作。

整改结果：已按要求完成整改

问题4：区域公共品牌目前尚无实质性进展，品牌发布、宣传策划、使用管理、包装应用等相关工作道阻且长。

整改措施：

区域公共品牌“石林人参果”于2022年1月21日拿到商标受理通知书，预计6月下旬可以完成商标实质审查，并开始三个月公告期；预计9月下旬可以拿到商标证书，并同时启动区域公共品牌的营销推广活动。计划将农产品质量追溯与区域公共品牌营销有机结合，应运到实际销售过程当中，让消费者扫码后不仅了解产品质量，也同时可以更好地了解区域公共品牌。

### **整改结果：**未完成整改，此项工作计划2022年6月内完成。

问题5：商贸流通企业数字化转型升级、改造，供应链下沉，统仓统配，消费数据挖掘等内容尚未开展实质性工作，相关内容尚未列入工作日程。

整改措施：

### 加大推进县域商贸流通企业数字化转型升级、引导供应链下沉力度，一是引导企业开通网店，开辟电商渠道，二是帮助企业对接美团优选或幸福石林社区团购平台，通过平台去除中间商环节，将商品直卖给消费者，实现共赢。

### 积极与相关部门进行接洽，对县域农村消费大数据进行调研收集，完善相关数据统计。

整改结果：进行中，计划2022年7月内完成

问题6：宣传。工作氛围营造需加强，面向农村居民、公众、潜在创业者的宣传教育未给予应有的重视。

整改措施：

通过微信公众号、今日头 条、微博、抖音和本地媒体平台不断对项目进行宣传，提升项目的曝光度和传播范围。同时，面向各乡镇（街道）干部，各村（社区）领导干部、工作人员，各村有意向从事电子商务的群众、种植养殖专业户、农业专业合作社、电商企业开展了82场电子商务培训，培训3040人次，对电子商务进农村综合示范项目起到了很好的宣传效果。此外，增加了对电子商务公共服务站站长的培训，通过村镇窗口对项目开展积极宣传，让村民充分了解相关政策，抓住电商红利，共享项目成果。

整改结果：已按要求完成整改

问题7：商旅融合。如何发挥石林全域旅游定位及丰富旅游资源优势，加强旅游与电子商务互相融合、互相促进、共同发展方面尚未认真谋划，尚无清晰思路。

整改措施：

目前已在石林彝族第一村景区打造完成产品体验空间，成功迈出全域旅游体验式营销第一步。由于疫情原因，暂无进行深层次的合作

### 整改结果：未完成整改，此项工作计划2022年6月内完成。

问题 8：资金拨付。目前仅完成项目首款拨付，因项目建设、验收滞后导致资金拨付无进展，塌时间进度过多。承办企业甚至陷入项目推进与后续资金互为前提的错误胡同。

整改措施：

根据《石林彝族自治县电子商务进农村综合示范项目合同》《石林县电子商务进农村综合示范项目补充合同》相关规定，已完成基础设施建设并通过验收，石林彝族自治县电子商务进农村综合示范项目建设拨付中央资金594万元，拨付率62.53%。

整改结果：已按要求完成整改

# 三、下一步计划

## （一）加强县、乡、村级三级公共服务体系运营

**一是**加强县级电子商务公共服务中心的宣传推广，完善相关管理规章制度，为电商企业和创业者提供优越的创业条件。**二是**完善公共服务中心相关职能资质，充分发挥石林县展销中心的功能，推进石林特色产品线上线下销售。**三是**充分发挥县级中心指挥中枢作用，通过智慧乡村APP、中邮e通以及犀鸟系统和软件，定期不定期查看站点运营情况，针对站点运营存在的问题，及时提出解决方案。四是充分发挥站点功能，做好产品代销代购等服务功能，积极对接增值业务，使站点能够健康持续发展。

## （二）提高农村物流效率

**一是**充分发挥县级物流分拨中心的枢纽作用，加强监督乡村级站点运营工作，提高运营效率。**二是**利用现有物流配送功能，联合乡镇、村物流配送站点与美团优选等社区团购业务衔接到规划配送线路，增加邮路的快件量，增加站点收入，体现服务站点“下行”相关功能。

## （三）持续开展人才培训

**一是**持续面向县域传统企业、电商企业、电商个体户、及有一定电商基础的有志青年、退伍军人、返乡大学生、残疾人士、富余劳动力等开展电商技能提升培训，培训人数不少于300人次。通过培训使学员能够熟练掌握平台站内活动规则，能够掌握站内自然流量引流技巧，了解平台搜索规则及获得排名的方式，掌握产品搭建思路，掌握短视频平台规则、算法及推荐机制，学会短视频拍摄及剪辑、直接脚本制作，了解主播规则及直播规范，能够利用学习到的知识进行独立的直播开设。**二是**针对电商创业孵化培训后的学院继续跟踪服务，不断提高转化率。

## （四）持续推进石林县农产品上行体系建设

石林电子商务协会计划于2022年9月，联合石林县农业农村局及协会成员单位举行区域公共品牌新闻发布会，争取让“石林人参果”的品牌激发新的活力。发布会计划邀约更多本土电商企业加入区域公共品牌，同时计划开展形式多样、线上线下相结合的农批、农超、农社、农企、农校、农餐等的产销对接活动，参与淘宝、天猫、拼多多等大型电子商务平台营销活动，充分利用新媒体等加大区域公共品牌宣传营销力度。

（五）推进石林县工业品下乡便民服务落地

积极推进多多买菜等平台网格仓落地，借助县域商业体系建设，谋划鑫双龙等传统商贸企业像乡村延伸，积极拓展村镇市场。方便乡村居民能享受到城市居民的社区团购收货便利和低价购买日用品。

1. 进一步加强监督检查

在整改及下步工作推进过程中，县电子商务进农村综合示范项目领导小组将严格按照整改时限，对整改落实工作开展常态化指导、督查，对项目实施主体整改工作不力、未按时限要求完成整改任务的，以及整改过程中推诿扯皮、弄虚作假的，严格按照相关规定执行。