

索引号：	12220000412758504M/2023-02754	分类：	综合政务（其他）；通知
发文机关：	吉林省供销合作社	成文日期：	2018 年 07 月 23 日
标题：	关于印发《吉林省供销合作社农村电子商务发展规划（2018-2020 年）》的通知		
发文字号：	吉合计字〔2018〕86 号	发布日期：	2023 年 08 月 08 日

关于印发《吉林省供销合作社农村电子商务发展规划（2018-2020 年）》的通知

吉合计字〔2018〕86 号

各市（州）、县（市、区）供销合作社：

《吉林省供销合作社农村电子商务发展规划（2018-2020）》经省社主任办公会议批准，同意执行。现印发给你们，请认真组织学习，贯彻执行。

吉林省供销合作社
2018 年 7 月 23 日

吉林省供销合作社农村电子商务发展规划 (2018-2020 年)

为更好地贯彻落实党的十九大精神，引导供销合作社在实施乡村振兴战略中发挥重要作用，推动全省供销合作社农村电子商务实现快速发展，按照全国总社和省委省政府工作部署，结合当前供销合作社实际，制定本规划。

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，紧紧围绕乡村振兴战略和全国总社、省委省政府有关要求，落实关于电商镇、电商村发展任务，充分发挥供销合作社系统网络优势，大力培育城镇和乡村基层电商实体，加强不同类型电子商务平台的建设与融合，加快基层经营服务网点信息化改造，构建具有供销合作社特色的电子商务运营体系，增强系统农村电商经营服务实力，推动全省农村电商发展。

二、基本原则

政府推动，企业运营。充分发挥市场机制在农村电子商务发展中的决定性作用，对全省供销社系统资源进行优化配置，形成以政府为引导，以企业为主体，产业联动、创新发展的新格局。

立足根本，准确定位。围绕乡村振兴战略部署，以服务农民生产生活为根本，以提高服务水平为目标，以增加农民收入为己任，突破供销社秉持多年的

传统思维定式，寻求“互联网+供销社”新的发展途径，勇于承担促进农村电商发展“国家队”的历史重任。

资源整合，注重实效。充分利用系统内外两个资源，打通系统内外各种渠道，加强联合合作，形成整体合力。坚持以供销合作社为主导，打造具有供销合作社特色的农村电子商务运营平台，扩大供销合作社的影响力。

统筹规划，稳步推进。坚持总体规划和分步实施相结合，以打造服务农民生产生活综合运营平台为根本，明晰整体发展目标和重点工作任务。从各地供销合作社实际出发，采取试点先行、点面结合等方式，稳步推进全省供销社农村电商发展。

三、发展目标

——到 2020 年，全系统电子商务销售额力争实现 35 亿元；其中，线上销售额实现 9.6 亿元；建成吉林省智慧供销经营管理平台；

——到 2020 年农村（城市）社区电子商务服务站（点）年均增长率保持在 15%以上，达到 1800 个；建成规模化电子商务运营服务中心（电商产业园区、创客中心等）20 个以上。

——到 2020 年围绕产业特色建成 O2O 生鲜农产品直供生产基地 10 个；初步构建起可以覆盖全省区域内的农产品仓储物流体系；O2O 生鲜超市门店总数达到 60 个。

——到 2020 年开展农村电商人员培训三年累计达到 1.5 万人次。

四、主要任务

（一）完善系统农村电商组织体系

依托现有省、县、乡较为完备的组织体系，进一步加强供销系统电商实体建设，发展农村新型经营服务网点，夯实系统农村电商发展基础。

1. 加快省级公司发展。把省级电商公司打造成为“上连国家、下达全省”的指挥调度中心，成为推动发展力度大、辐射带动能力强的电商企业龙头，成为为农服务水平高、网络覆盖面广的服务平台。承接国家和省级农村电商大项目在我省落地实施。把系统内零散的农副产品品牌、网点、市场、销售渠道等资源，融合到全省供销社总体发展布局中，本着统筹规划、整体布局的原则，稳步推进系统线上平台、线下实体等项目建设。用市场的力量推动基层网点和直属企业电商化改造，拓展农业信息、农资、农产品流通、农村远程教育、庄稼医院、农业卫星遥感等业务，延伸服务触角，提升服务水平。推动系统各级电商企业之间交流与合作，促进电商企业对外业务拓展，聚指成拳、精准发力、快速发展。

2. 推进县级电商体系建设。按照全省供销社系统农村电商统一规划，探索适合县域农村电商特点的发展模式。一是统筹全局，整合县域资源。推动本区域农业龙头企业、农民合作社、种养大户、家庭农场、旅游企业等主体进行市场化整合，引导企业向薄弱、缺失环节投资，协助企业寻找经销（分销）商并组织对接活动，推动县域内资源优化配置；二是挖掘县域特色农产品资源，提供产业链管理和营销服务。针对当地特色农产品的生产、分布特点，规划和建设一批物流、初加工节点，加强农产品供应链规划、建设和管理，完善农产品检验检测、质量标准和追溯体系，建立健全农产品上行渠道，引导农民按照消费需求、网络销售要求生产出适合的产品。针对当地特色农产品，帮助生产企业、专业合作社、网商、服务商集中产品，做好拍摄、文字编辑，形成县域产品资源库，实现农产品向网销单品 SKU 的转化，积极与省级农产品分拣包装中

心进行对接。三是营造区域电商氛围，提供电商创业服务。发现培育优秀电商创业项目，争取各类政策和资金扶持。组织开展各类电商文化活动，举办网上创新创业项目大赛等，为创业人员、电商企业和人才之间搭建交流平台。挖掘和培育一批优秀网商、典型网商、创业案例，通过系统内各大电商平台以及微信、微博等宣传渠道进行推广，并将本地电子商务氛围营造、平台建设与当地农特产品、休闲旅游产品推介予以有机结合。

3. 大力推进基层网点的信息化改造。通过新建和对现有网点改造升级，扩大基层电商网点覆盖面。选择一批条件好的基层社、专业合作社、便民零售门店、村级综合服务中心进行升级或改造；对自身条件不足，网络不健全的地方，分期分批建设，逐渐予以覆盖。各网点之间实现“平台共享”、“信息共享”、“资源共享”、“渠道共享”。积极与农业农村、商务等部门合作，逐渐将系统外基层网点融合到供销合作社系统体系中，形成全省农村电商“一张网”。提升基层网点经营能力，加强与大型超市等零售企业的合作，利用农村基层网点销售农资、日杂、家电等生产生活用品，收购农特产品，帮助农民增收致富。不断充实服务内容，依托社有企业和线上平台，大力发展代购代销、快递物流、票务代理、农业科技、彩票投注、保险金融等“一站式”服务。

（二）积极培育各类农村电商主体

1. 培育一批电商镇和电商村。一是谋划扎根村屯的农村电商项目。积极对接乡村振兴战略，根据当地资源特点，争取各类资金扶持，以电商项目为引领，以系统企业、基层社、专业社为实施主体，通过产业规划，实施大面积连片开发，整合一家一户零散的生产能力，打造庭院加工生产新模式；以生产基地、O2O超市、仓储物流、农批市场为农产品流通渠道，深入挖掘和激活特色农产品资源，促进村镇农特产品整合化、标准化、品牌化，逐步形成地域特色品牌和区域产业集群，提升村镇农村电商发展活力和竞争力，帮助农民增收致富。二是帮助农民提升产品销售能力。线上对接供销e家等线上平台，线下与大型超市等零售企业进行合作，利用村镇网点销售农资、日杂、家电等生产生活用品；依托社有企业和线上平台，大力发展代购代销、快递物流、票务代理、农业科技、彩票投注、保险金融等服务；立足本地优势，开发本地通类手机应用APP，引导农民发展采摘园、垂钓园、休闲农庄、冰雪旅游等休闲产业和乡村旅游项目，带动村镇级“美丽经济”和“生态产业”发展壮大。三是积极推进跨境贸易等各类电商产业园区，在延边、通化、白山等边境地区积极筹建跨境贸易园区，围绕长白山特产构建产业集聚体，以各类园区为依托筹建产业联盟，有针对性的培育地方特色产业，带动电商项目孵化，引导产业规模化、规范化、专业化，为区域内农村电商发展和项目孵化提供助力，促进企业间交流合作，辐射带动周边村镇级农产品融入跨境贸易，逐步形成规模化贸易主体和产业龙头。同时通过对接供销e家、建设电子结算中心和线上大宗批发等平台，引导东北亚各国产品上线销售，推进吉林优质的农特产品走向世界。四是逐步建立“农村电商+教育培训”体系。谋划成立电商行业协会，以协会为依托与大专院校、培训机构等对接师资力量，利用县级运营中心和基层农村电商服务站组织实施培训，为本地企业和农民讲授农业科技、种养殖技术、政策服务、农村电商等专业知识，让农民足不出县甚至足不出村就可以学到各类专业知识，帮助农民通过电商实现创业和就业。

2. 打造一批农村电商企业。省供销电商公司要加强与现有电商企业合作。发挥传统企业流通渠道优势，植入农村电商发展理念，把农资、农副产品、日

用消费品和再生资源等传统业务引入线上，抢占网络市场份额。电商企业要为传统企业触网上线提供技术支撑，帮助传统企业进行项目包装、改造升级，为其发展注入新动能。加快农副产品批发市场的信息化改造，通过建设电子交易中心、电子结算体系，开展大宗商品批发和线上零售业务，提升市场竞争力和辐射覆盖力度。

3. 建设一批农村电商产业园区。有条件的地区，积极寻求政策、资金、技术等方面的支持，率先把园区打造成低门槛、快成长、易成功的农村电商孵化平台，为村镇居民“大众创业、万众创新”提供舞台，为企业提供全产业、全方位电商服务解决方案。以产业园区为纽带，积极引导系统内外电商企业加入，推进园区内企业之间的交流合作，形成大园区承载大项目、小园区重特色的布局，为聚集创新资源、培育农村电商产业，提高区域竞争力提供支撑。目前已建成的大型园区，要谋划突破地域限制，向系统内农村电商空白区和发展不平衡、不充分地区拓展，引导区域农村电商发展实现规模化、规范化、专业化，逐步做到全省园区服务无盲点。

（三）打造地域特色品牌

对东部长白山绿色生态、中部满汉文化和西部草原湿地等地域特点，深入挖掘当地农副土特产品资源，强化产品加工、包装、品牌文化建设，培育一批具有吉林特色、适合线上线下销售的品牌产品。加快构建农产品生产标准化、来源可追溯、去向可查询、风险可控制、责任可追究的溯源体系，实现农产品分类定级。加强系统各类同质化产品整合力度，逐步形成统一品牌、统一标准、统一包装、统一渠道的系统内自主品牌体系。鼓励系统农村电商企业制定适应农产品电商需要的行业标准，加强对农产品生产、加工、流通等各环节的质量管控，建立统一的农产品编码标识，确保全流程供应链的质量安全。省电商公司重点培育“吉合佳”生鲜品牌、“合禾源”农副产品品牌、“田谷丰”农资品牌，打造具有“吉林供销”、“三品一标”标识的系列产品。加强品牌推广销售，依托“供销e家”、微营销等方式，积极开展地区特色农产品网上专卖等活动，推进农产品上线销售。同时通过参加商品推介会、博览会等展销活动，加快品牌商品在全国范围的推广，推进省际“易货贸易”，着力唱响“吉林供销”农产品电商品牌，充分释放吉林省绿色农产品的生态红利。

（四）推进农村电商大项目建设

生鲜农产品直供、仓储物流、吉林省智慧供销经营管理平台等成体系的农村电商大项目，是未来全国总社、“供销e家”和各部门项目投资的主要方向，也是系统农村电商壮大实力、增强合力、激发活力、提高竞争力的重要机遇。

1. 建设区域生鲜农产品直供系统。一是建设 O2O 生鲜农产品体验店。以“统一规划、统一平台、统一标准、统一形象、统一渠道、统一配送”为原则，对符合条件的传统农贸市场、小超市等网点进行升级改造，使之成为环境优美、价格低廉、质量上乘、集线上线下于一体的新型农产品零售店。二是提升线上线下经营能力。线下，构建 O2O 生鲜超市电子结算和供应链管理体系，利用 ERP 和信息技术，全流程监管购、销、调、存各环节，精准指导日常运营。线上，充分利用微营销、电子支付等手段开展积分、团购等营销活动，提高消费者购物粘性，通过线上引流引导线下体验、线下宣传促进线上销售。三是强化区域内产销对接。以 O2O 网点为核心，通过与区域内农产品生产基地、专业社、农户签订生鲜产销订单，带动区域农户增收致富。加强与城镇机关、

学校、企业食堂等团体单位的合作，为城镇居民提供质量安全、价廉便捷的生鲜农产品。

2. 建设仓储物流配送体系。一是对现有物流网点设施进行改造升级，实现仓储自动化、装卸机械化、包装标准化、运输网络化、加工配送一体化、信息管理电子化，构建起系统运转协调的物流配送体系。二是扩大区域物流辐射覆盖面，在基础条件好、物流需求大、交通便利的地区，建设大型集约化仓储物流中心、大型冷链物流仓储库。省供销电商公司拟在长春建设一个大型仓储分拣中心，并在白城等地建设分仓。三是在乡镇建立中小型仓储物流节点，在村屯建设物流配送网点，实现乡镇内灵活调配、村屯配送全覆盖。四是加强与快递企业、邮政部门的合作，整合系统内外各类闲散的农村物流资源，通过对接系统平台，实现集中精准调配，助推“快递下乡”，破解农村物流配送“最后一公里”难题。

3. 谋划建设智慧供销经营管理平台。吉林省智慧供销经营管理平台是面向省供销体系内社有企业、参股单位、基层社等经营实体，通过数据汇聚、资源共享、业务互通等手段激活供销企业潜在活力，构建集流通、交易、金融、信用和技术服务于一体的经营管理平台。一是建设数据汇聚与分析子平台。通过数据接入、存储、分析与展现，实现供销平台体系内的经营数据、管理数据、电商数据、市场数据等多源信息汇聚与多维分析。二是建设综合管理与经营服务子平台。面向已投资企业进行信息化升级、经营数据归集，开发 O2O 生鲜超市、集团直供、农资测土配肥销售、农业生产基地、物流等方面的应用系统。三是建设信息对接服务子平台。面向国家级数据中心、总社平台、供销电商数据中心、供销 e 家电商平台进行资源对接、数据共享。

（四）拓展农村电商为农服务领域

1. 推进“吉林供销农资联盟”建设。继续巩固“吉林供销农资联盟”（以下简称联盟）的运行成果，积极吸纳粮库、大型粮食收购商、金融服务商、农业信息化服务商、种粮企业、种粮大户、生产资料供应商等为会员，提高农资联盟自有品牌销售量，扩大农资市场占有率。推广科学施肥，依托 12316、12582、“供销 e 家”、“开犁网”等农业信息平台，加强针对农民科学用肥的指导培训，推进测土配方施肥项目的培育和实施，减少化肥污染。依托“供销 e 家”、“开犁网”、微信等线上平台，把传统农资销售与电子商务结合起来，提升农资下行至村屯能力。

2. 加强农村电商扶贫工作。推动贫困地区农村电商发展，加大对靖宇县、镇赉县、通榆县、大安市、龙井市、和龙市、汪清县、安图县 8 个国家级贫困县的电商扶持力度，在政策资金上予以倾斜，通过供销合作社帮扶、产业园区带动，引领农民实现创业和就业；大力挖掘贫困地区农特产品资源，培育地方特色产业，有的放矢，精准扶贫；加大对贫困地区网点建设的投入力度，以农村电商服务为引领帮助农民脱贫致富。

3. 搞好农村电商知识的宣传和培训。依托社有企业、产业园区谋划成立电商行业协会、农村电商发展联盟等组织，开展各类农村电商专业知识培训，弥补农村电商人才缺口。推进农村远程教育，探索建立“远程教育+农村电商”的服务模式，抓住农民的迫切需求，利用信息技术为其提供远程教育、经验交流、疑难解答，让农民足不出村就能掌握农村电商专业知识，了解行业发展动态。采取多种形式与有关大专院校、大型电商企业、培训机构进行合作，聘请在校老师、专家讲授电商课程，让农民充分了解电商、相信电商、学做电商。

4. 创新农村电商服务。一是创新业务模式。研究利用新技术、新理念、新渠道，不断创新系统农村电子商务发展模式，推进土地适度规模经营、合作金融等业务上线，加强与银行、移动支付等金融平台的合作，带动农村理财保险、存取款、信贷、供应链金融等业务发展。二是创新服务手段。依托系统农村电商服务站，把各部门的证件办理、公共缴费、补贴发放、个体工商户税务登记、疫苗接种等服务，统一引入对接其中，降低农民群众办事成本。三是创新发展领域。加强对农业区块链和人工智能领域的探索，实现农业产销全流程的精准优化。推广物联网、无人机等农业科技，提升农业生产效率，为我省发展“智慧农业”提供助力。通过电商企业引导光伏、风能、水能、地热能、生物能源等新能源走向农村，促进新能源与农业生产和农村生活相融合，加强秸秆在生物能源领域的应用开发，减少农村环境污染，助力“美丽乡村”的建设，以新技术、新理念、新渠道提升系统竞争力，引领未来发展。

五、实施步骤

根据各项重点任务要求，结合任务特点，进行科学谋划、精准操控，有计划地分步推进。具体分为三个阶段：

（一）启动阶段（2018 年）

对现有在建项目进行阶段性总结，根据存在的问题进行调整；做好新项目的规划设计，努力获得政策、资金扶持。此阶段以项目启动、形成模式为重点。

一在部分县市试点建设 020 生鲜超市，通过试点发现问题，纠正偏差，尽快形成和固化 020 生鲜农产品直供体系发展模式，此阶段拟建 020 生鲜超市门店 10 家以上；通过整合系统物流资源，提升仓储物流服务功能。

一加强与政府及各部门之间的合作，研究扶持百万级、千万级电商村的实施方案，快速组织系统电商企业与全国总社“供销 e 家”进行对接。

一着重提升省级电商公司整体实力，引进专业人才，调整优化公司运营框架，制定重点业务发展规划；组织县市申报 2018 年电子商务惠农工程项目；通过与全国总社“供销 e 家”深度合作，引入智能综合服务终端一体机等新型设备，建设新型村级电子商务服务站；加强系统内农村电商资源整合，有效培育系统内各类电商实体。

一对电子商务运营服务中心进行整合，优化电子商务运营服务中心结构，对功能不明显的进行调整，避免铺张建设、重复建设。

一开展智慧供销经营管理系统项目的前期调研、论证等工作，制定相关制度与规范，研究项目资金的解决途径和资金落实方案，选定项目实施与运营单位，确保省级智慧供销经营管理系统中心正式开工。

（二）快速发展阶段（2019 年）

以项目建设为重点，在全省范围内对已试点成功的商业模式进行快速复制，初步形成规模效益。

一复制成功模式，在全省县域内加快建设 020 生鲜超市，抢占市场先机，形成规模优势，年内 020 生鲜超市门店总数达到 30 家以上；扩大仓储物流服务覆盖面。

一围绕特色产业，采取孵化、培育、财政支持和项目带动等一系列手段，多管齐下扶持建设我省百万级、千万级电商村。

一以县域农村电子商务公共服务中心建设为重点，完善服务功能，大力扶持空白县域电商服务中心建设。

—在部分地区开展智慧供销经营管理系统试点应用，对智慧供销平台进行测试和调整，广泛征求系统内外有关单位的意见和建议，强化智慧供销经营管理系统服务功能，全面建成供销智慧供销经营管理系统，为后续推广工作奠定基础。

（三）巩固提升阶段（2020 年）

阶段性验收和总结各项重点任务，对发展中存在的问题，研究制定解决方案，适时召开全省总结推广大会，巩固扩大发展成果。

—依托生鲜直供体系“全省一张网”的线下优势，重点完善线上服务功能，通过线下资源引导线上消费，加强线上平台建设。推广生产基地标准化建设，提升产品品控能力。

—与相关部门配合，实现我省县级农村电子商务公共服务中心全覆盖，重点提升村级电子商务服务站服务功能，依托智慧供销经营管理系统和 O2O 生鲜农产品直供体系，加快农产品上行，帮助农民增加收入。

—增强电子商务运营服务中心的总体实力，使其在区域农村电商中发挥重要作用。

—依托智慧供销经营管理系统推出有针对性的应用与服务，在系统内全面推广。把各级供销合作社各项经营业务融入智慧供销经营管理系统建设中，提升数据规模，开发各类应用并形成行业指导。

六、保障措施

（一）提高认识，加强领导。各级供销社领导和企业负责人要重视农村电商工作，把电商工作列入重要议事日程，加大工作投入力度，成立专门机构，配备专职人员，突破思维定式寻求“互联网+供销社”新的发展途径，担起农村电商“国家队”的重任。通过一系列方法和措施，形成上下联动、资源集聚、要素共享、优势互补新格局，切实解决农产品物流成本高、网络覆盖率低及发展规模小等问题，真正实现优质农产品互通、信息互通以及渠道互通。

（二）积极争取政策支持。积极主动向政府领导汇报系统农村电商发展情况，努力求得理解和支持，争取更多的财政资金对供销合作社开展农村电商工作的扶持力度，每年财政投入一定额度支持电商发展；研究各类农村电商发展政策，加强与发改、财政等部门的沟通，搞好项目的储备和申报，加大项目投资力度；利用开放办社、战略合作、招商引资等手段，积极引入战略投资者，努力在基层网点信息化改造、打造特色农产品品牌等重点发展任务上寻求合作，依靠社会资源不断推进系统农村电商发展。

（三）强化项目带动功能。围绕乡村振兴和农村电商发展，统筹谋划好项目建设，强化大项目带动能力，引导政策资金向大项目倾斜。省级电商公司要依托惠农工程、农发项目等专项资金，做好各地区农村电商项目培育、申报、培训等服务工作，用好管好各类项目资金。各级供销合作社也要主动谋划和培育好自身项目，多调研、多总结、多汇报、多出经验，促进项目的孵化和培育。

（四）抓好队伍建设。各级供销合作社要积极推进农村电商人才的培养，加强系统农村电商工作人员队伍建设，通过聘用、选拔、任用等手段，切实为系统企业培养一批懂电商、爱农村的专业队伍，做到专人专岗，重点发展区域每单位至少配备 2 至 3 名专职工作人员。基层组织要加强带头人队伍建设，利用项目带动、网点辐射、教育培训等手段，广泛吸引社会能人、电商人才加入到供销合作社农村电商工作队伍。加强农村电商专业知识培训力度，领

导干部和社有企业负责人，要积极参加各类农村电商专业知识培训，多到农村电商发展先进地区取经，加强和提升学电商、用电商的能力，为农村电商发展提供技术支撑和人才储备。