

临汾市翼城县翼城优品乡村 e 镇 培育方案

目 录

一、指导思想	5
二、基本原则	5
三、规划范围	6
四、功能分区	6
五、主要目标	7
六、预期效果	8
七、重点任务	8
7.1、乡村 e 镇主导产业培育	8
(1) 围绕连翘产业培育“翼壶好茶”药茶产业	8
(2) 隆化小米产业提升工程	10
(3) 奶业振兴工程	10
(4) 强化品牌提升	12
(5) 标准化体系建设	12
(6) 追溯体系建设	13
7.2、电商企业培育引进	15
(1) 强化培育措施	15
(2) 渠道建设	16

(3) 翼城线上特色馆	16
(4) 电商研发机构	17
7.3、跨境电商发展	17
(1) 跨境电商企业培育引进	17
(2) 引进培育高层次跨境电商人才	18
(3) 基础设施建设	18
7.4、区域公共品牌打造	18
(1) 建立区域公共品牌运行和管理制度	18
(2) 网货产品开发	19
(3) 区域公共品牌打造	20
(4) 品牌营销推广	21
7.5、乡村 e 镇商业带头人培育	22
(1) 跨境电商创业培训基地和服务中心建设	22
(2) 电商产业培训孵化中心	23
7.6、电商公共服务体系建设	27
(1) 线上公共服务平台建设	27
(2) 大数据中心建设	27
(3) 直播基地建设	28
(4) 翼城县特色产品展示体验中心	29

7.7、基础配套设施建设	30
(1) 乡村 e 镇物流配送中心	30
(2) 寄递物流公共信息服务平台	30
(3) 智慧社区建设	30
7.8、招商引资	32
(1) “放管服”改革	32
(2) 招商引资	32
7.9、创业创新	34
(1) 通讯服务网点建设	34
(2) 金融服务网点	35
八、建设规模	35
九、投资运营主体	36
十、运营模式	36
十一、投融资及盈利模式	36
十二、实施步骤	36
十三、保障措施	39

临汾市翼城优品乡村 e 镇培育方案

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，全面贯彻落实党的十九大和十九届历次全会精神，深入贯彻落实习近平总书记视察山西重要讲话重要指示精神，按照省委全方位推动高质量发展的目标及山西省商务厅《山西省培育乡村 e 镇工作实施方案》文件要求，坚持以人民为中心的发展思想，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，更好发挥政府作用，因地制宜，实事求是，服务构建支撑高质量发展的现代产业体系。以产业发展为核心，坚持创新驱动、绿色发展，着力提升供给效率水平，以提升电商应用水平为重点，线上线下融合为抓手，培育壮大市场主体，充分激发市场主体活力和内生动力，为经济社会持续健康发展提供新动能、新平台、新支撑，助推乡村振兴，全方位推动高质量发展。

二、基本原则

市场主导，政府引导。根据省负总责、市县抓落实的工作机制要求，细化政策措施，加强指导监督和绩效管理。发挥市场对资源配置的决定性作用，引导社会资本参与乡村 e 镇建设，充分

激发农村市场主体活力和内生动力。政府优化政策供给、提升服务和治理水平，营造公平营商环境和放心消费环境。

因地制宜，鼓励创新。尊重乡土文化特点和生产流通规律，挖掘产业优势，突出区域特色。尊重基层首创精神，分层分类，立足区域实际，大胆开拓创新，与区域经济协调推进，实现电子商务和区域经济融合发展。

特色引导，先行先试。立足当前，着眼长远，从实际出发，根据资源要素、禀赋条件、特色产业和比较优势，挖掘本地最有基础、最具潜力、最能成长壮大的产业，做强做精主导产业。培育壮大市场主体，精准发力，特色化成长，不搞“一刀切”“面子工程”，避免百镇一面。乡村 e 镇的总体规划、主体功能区建设和产业定位相适应，依托小尺度空间集聚细分产业和企业，促进生产力布局优化和产业转型升级。

三、规划范围

翼城优品乡村 e 镇示范园区规划范围东至唐兴镇冶南村，西至唐兴镇陵下村，南至唐兴镇梁壁村，北至春雷铜材厂，不超过 5 平方公里区域。

四、功能分区

项目围绕翼城县古尧都沙器有限公司、翼城县隆化小米专业

合作社、山西绿牧德品乳业股份有限公司等企业，建立翼城优品乡村 e 镇电商公共服务中心，为相关企业提供生产、加工、包装、设计、营销、策划、金融、培训、展示、体验、会展、直播、电商等公共服务，区域内的社区用大数据、物联网、5G 等技术开展智慧社区建设，完善“一刻钟”便民生活圈设施，实现生产、生活、服务三种区域功能的融合发展。

五、主要目标

翼城优品乡村 e 镇项目，一是通过产业优化，增强翼城优品特色产业的竞争力，提升品牌的影响力，让龙头企业发展更强，梯度培育翼城大、中、小型企业，让小产业变成大产业，大产业变成强产业，进而形成一个产业集群；二是通过产业链优化，降低仓储、物流、加工贸易各环节的成本，从价值链上提高比较竞争力；三是合理利用金融工具，通过金融合作快速壮大本地企业，提升产业的竞争力；四是加快互联网应用，5G 数字化赋能翼城优品特色产业，增强线上交易功能；五是塑造区域公共品牌，抓住消费升级和消费者对功能健康食品的机会，持续培育主打强势新品牌，用一个主打品牌带动一群品牌，利用独特的品牌定位，填补现有市场缺乏龙头品牌的空白，将翼城优品打造成为新消费时代的新品牌、主流品牌、主导品牌，成为山西特产主要品类，

成为山西新名片！

六、预期效果

通过翼城优品乡村 e 镇培育，实现市场主体高质扩容、产业发展鲜明突出、网络零售明显增长、服务功能优化完善、体制机制高效灵活，推动产业、主体、电商、金融、人才、技术、文旅、物流、创新等要素科学集聚发展，形成“基地+产业+电商+配套”的可持续发展电商生态体系。

七、重点任务

7.1、乡村 e 镇主导产业培育

(1) 围绕连翘产业培育“翼壶好茶”药茶产业

依托翼城县 74 万亩的连翘产业的资源优势 and 生态优势，向产业优势、经济优势转化，围绕连翘产业，推进药食同源产品、功能食品等连翘药茶产业的快速发展，聚力打造集连翘种植、药茶精深加工制作和销售于一体的新格局。

扶持中药材初加工企业。延伸产业链条，保证道地中药材质量，建设规范化中药材初加工示范基地，并逐步向加工连翘产品迈进；鼓励南梁镇、桥上镇两个连翘资源集中分布区积极筹建连翘制茶项目，并支持向中药保健食品、日用品等大健康系列产品开发。

引进中药材精深加工。加大招商引资力度，发挥翼城连翘的资源优势和品牌优势，吸引国内知名的农产品种植企业、中医药加工企业和旅游开发企业等来翼城投资连翘种植和高端制药行业，推动上下游产业链的有机结合。到 2023 年，引进建成 1—2 个以生产加工连翘产品为主的生物制药企业，创建翼药品牌。

推进规范化生产技术、质量控制标准体系和生产基地建设，培育以中药提取物、保健品、化妆品和药食两用产品为主的加工产业集群。

引进培育一批药茶龙头企业，不断提高药茶精深加工水平，加强与科研院校及相关企业合作，持续在“药的功效、茶的味道”上作足文章。依托“山西药茶”区域公用品牌，加大“翼壶好茶”的品牌推广营销，进一步扩大影响力，提升市场占有率。同时加快建设连翘主题公园，开展赏茶、采摘、品茶等系列主题活动，开发连翘特色文化创意产品，逐步推动连翘药茶与特色旅游相结合，以茶促旅、以旅带茶、茶旅互动、茶旅融合。

建立连翘旅游文化园区。连翘早春景观效果独特，积极拓宽连翘产业的生态旅游价值，围绕河上公德山、佛爷山、翔山及红砂腰自然生态保护区等旅游景点，通过加密补植，增景添色，建设四个集生态旅游、文化体验、药膳餐饮、娱乐休闲为一体的中

医药养生保健旅游基地，打造连翘旅游文化品牌，实现连翘文化促旅游发展、旅游发展拉动连翘产业的良性循环。

(2) 隆化小米产业提升工程

将隆化小米产业化开发列为县域发展规划的重中之重，以区域化布局为切入点，标准化生产为着力点，产业化经营为扩张点，系列化服务为支撑点，推动隆化小米谷子生产的区域化、规模化、品牌化、基地化，促进产业增效、农民增收。

大力实施地方区域公用品牌升级战略，推动“隆化小米”地理标志农产品的生产标准化、产品特色化、身份标识化、全程数字化，提高隆化小米的知名度、美誉度和市场占有率，加快翼城由品牌大县向品牌强县的转变。以浇底、桥上、隆化、中卫、王庄、西阎等乡镇为重点，建设丘陵山区杂粮基地，发挥好专业合作社的作用，以“合作社+基地+农户”的方式，扩大优质谷子等优势小杂粮种植面积。同时，积极开展标准化生产，实现生产设施、过程和产品标准化。

(3) 奶业振兴工程

鼓励大型乳品企业通过改扩建、兼并重组等方式合理扩大生产规模，提升乳制品加工能力。引导婴幼儿配方乳粉企业充分发挥现有产能，提升产量。鼓励乳品企业实施智能制造、绿色制造、

服务型制造、产品高端化，提升精深加工水平。优化乳制品产品结构，重点发展婴幼儿及中老年配方乳粉、巴氏杀菌乳、发酵乳、乳清蛋白、奶酪等高端乳制品，鼓励发展纯酸牛乳、调味酸牛乳、果料酸牛乳等酸乳产品，不断丰富产品品种，实现固态、液态、冷鲜等品种全覆盖，以扩大市场占有率。推进“学生饮用奶计划”和“学生营养餐工程”实施，促进民众消费信心的重塑及消费习惯的培养，扩大乳制品消费。完善冷链储运硬件设施设备，严管冷链流程，确保终端乳制品的安全与品质。

支持乳品企业与国家级科研单位和大专院校合作建立研发机构，增加科技投入，研发高端产品，提升加工层级和品牌后发实力。加强产品宣传推介，提升自主品牌知名度，对婴幼儿配方乳粉企业参加有关展览及品牌宣传给予重点支持。支持乳品企业实施国际化发展战略，对出口企业和乳粉企业申办生产许可和配方注册开辟绿色通道。创新乳制品流通方式，深入发展“互联网+”等新型营销模式，满足乳品便捷、个性化的消费需求。对在创建知名品牌方面取得重大进展的乳制品企业，给予适当奖励。

加大绿牧德品 SE 认证力度，以“进校园、进社区、进商场”为目标，加大市场开拓力度，组建奶牛养殖联盟，打造晋南乳制品第一品牌。

(4) 强化品牌提升

建立品牌创建激励保护机制，加大“翼壶好茶”“隆化小米”“绿牧德品”乳制品等本土品牌的宣传推广，扩大品牌影响力。创建翼城公共区域品牌，发挥好已有“三品一标”认证优势，聘请专业机构进行策划，统一设计、统一标识、统一包装，叫响“翼壶好茶”“翼城小杂粮”“翼城蔬菜”“翼城干果”“翼城翅果”等品牌知名度，树起“翼城”特色农产品的金字招牌。加强市场开拓，继续培育“乐村淘”“晋淘天下”等本地电子商务第三方服务平台。对接盒马鲜生、京东 7FRESH 生鲜超市等中高端线下零售店以及春播网等知名高端线上平台，推进建立京东翼城馆、天猫翼城馆，探索网络直播新渠道，如淘宝直播、抖音山货上头条等，借优质平台做好翼城中高端市场品牌推广。

(5) 标准化体系建设

抓好地理标志产品标准修订。围绕翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶，在现有执行标准基础上，结合国家标准、地方标准、行业标准和企业标准，制（修）订生产、贮存、运输及检测标准，按照“有标采标、无标制标”的要求，建设完善的产业链全过程的技术标准和管理标准，推动翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶地方标准的应用转化。

引导企业联盟制定团体标准，建立健全从产品设计、生产包装到流通销售全过程的企业标准体系，全面加强质量管理。增强企业的产品开发和创新能力，促进企业向全国价值链高端跃升。

(6) 追溯体系建设

建立农产品质量安全追溯管理信息平台，将农产品质量安全监管下沉到生产者，提升基层农产品质量安全监管、检测、执法能力。制定追溯操作指南，编制印发追溯管理流程图和明白纸，加强宣传培训，指导生产经营主体积极参与。鼓励有条件的规模化农产品生产经营主体建立企业内部运行的追溯系统。优先选择连翘、小米等农产品统一开展试点，逐步健全农产品质量安全追溯管理运行机制，进一步加大推广力度，扩大实施范围。到 2022 年，将农业产业化龙头企业、有条件的“菜篮子”产品及“三品一标”规模生产主体率先纳入追溯管理，全县追溯点突破 20 个。

运用互联网和大数据等技术连接符合要求的翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶产品，形成信息链条。通过建立加工、流通、检测档案和翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶电子标签识别认证制度，确认相关产品的数字身份，形成从产品流到信息流的完整信息链，逐步形成由浅入深，由局部到全局的质量溯源体系，实现生产全程管控、安全实时监管、产

品标识可控、产品信息可追溯、责任可追究。

①全链溯源信息采集系统

根据产业特性，个性化开发设计溯源信息采集系统进行翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶溯源信息的采集与管理，覆盖投入品信息管理、生产信息管理、加工包装信息、销售管理等。数据信息作为产品追溯查询的内容素材，同样也是政府监管人员对企业及产品进行监管的数据来源与支撑。

②标识管理系统

规范产品追溯标识管理机制。以特点鲜明的二维码标识进行追溯标识统一宣传，对追溯标识的使用进行授权，并通过标识管理系统进行在线管理，实现对产品追溯标识的统一管理。

③溯源信息查询系统

开发质量安全信息统一查询和发布平台，为终端用户在产品分拆前提供追溯查询服务，抽取相关信息进行公示。根据追溯码，消费者能够通过上网、二维码扫描、触摸查询机等多种方式，快捷地查询到全程的质量安全信息，为公众对于产品质量安全问题提供留言投诉服务。

7.2、电商企业培育引进

(1) 强化培育措施

发展壮大市场主体，引进和培育在本市有一定影响力的电商龙头企业 5 家以上。对注册和引进到乡村 e 镇的电子商务企业及乡村 e 镇内电商业绩突出的企业，根据网络零售额、同比增长率、产值、投资额等综合因素，制定配套奖补政策，在房租补贴、贷款贴息、人才引进、贡献奖励等方面进行奖补；对协会或企业集合翼城优品乡村 e 镇优势产业的企业，在第三方平台开设网络店铺，销售相关品牌商品的，对其平台入驻费用和宣传推广费用给予补贴；支持企业利用展会、社交媒体、搜索引擎等途径拓展市场，鼓励电子商务应用企业参加国内外知名电子商务专业展会，并制定相关政策给予资助；充分利用各种载体，加强电子商务的宣传推广、知识普及和对消费的引导，强化企业和公众的守法、诚信、自律意识，营造电子商务发展的良好氛围。打造电子商务宣传推广公共服务平台，进一步促进电子商务应用；组织举办电子商务发展论坛，促进行业交流与合作；研究简化优化电子商务经营者商事登记手续，充分运用互联网思维，采取互联网办法，促进电商便利化登记；建立完善多元化电子商务争议解决机制，鼓励消费者组织、行业协会或者其他依法成立的争议解决服务机

构提供在线争议解决服务，提升电子商务争议解决效能；在电子商务领域推行电子合同应用，鼓励电子商务经营者使用电子合同服务，提高电子商务合同的订立与履行效率；建立进出口商品质量追溯体系和电商知识产权服务体系，开展知识产权巡查及风险预警。减轻入驻企业负担，降低企业运营风险，在企业全生命周期给与政策支持，提高入驻企业创业创新积极性。

(2) 渠道建设

结合淘宝、京东、苏宁、直播、网红、微盟等第三方电商、社交平台综合布局线上销售渠道，发展直供直销、连锁经营、统一配送等现代流通方式，引导传统产业参与主体创新营销模式，打造线上立体式的销售架构，发挥电商平台流通主渠道作用，推动传统流通企业向现代综合服务商转型，加快构建现代流通网络，实现线上线下相融合全方位的营销渠道开发。

(3) 翼城线上特色馆

在京东、淘宝等平台建设、运营、维护基于第三方电子商务交易平台的翼城线上特色馆，引导和鼓励本地产业龙头企业在第三方电商平台开设旗舰店、专营店等，提高翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶的知名度，拓展电商销售渠道。

(4) 电商研发机构

依托乡村 e 镇电商公共服务中心建设专门的电商研发机构，包括“电商运营中心”、“电商数据研发中心”、“产品开发展示中心”、“物流仓储管理中心”“电商学院”“电商生活服务区”等，开发电商实战实训软件，模拟当前广泛使用的电子商务交易平台操作流程，使乡村 e 镇商业带头人培训学员能够全方位掌握电子商务的全部环节，培养学员电子商务技能、国际贸易技能和综合拓展能力。

7.3、跨境电商发展

(1) 跨境电商企业培育引进

培育和引进在本市有影响的跨境电商龙头企业、平台企业、应用企业不少于 1 家，聚焦乡村 e 镇战略性支柱产业集群，开展“产业集群+跨境电商”建设，提升跨境电商产业集聚和公共服务能力。帮助企业开展自主品牌境外商标注册和国际认证。建设跨境电商供应链数字化协同平台，实现原料采购、生产制造、终端销售等产业链上下游环节的业务协同，帮助参与乡村 e 镇主导产业的企业“出海”。对接阿里巴巴国际站、亚马逊、速卖通等第三方平台资源，帮助跨境电商出口企业建立与境外各大社交媒体、搜索引擎的合作，开展跨境电商出口直播和数字营销业务，

建设跨境电商创业培训孵化基地和服务中心。

(2) 引进培育高层次跨境电商人才

将跨境电商平台运营、信息技术产品开发、供应链运营管理、海外媒体投放等跨境电商人才纳入乡村 e 镇电商公共服务中心政策支持范围。符合山西省个税优惠条件的跨境电商企业高管，其在翼城优品乡村 e 镇范围内缴纳的个人所得税已缴税额，由乡村 e 镇电商公共服务中心给予适当补贴。建立跨境电商专家团队，与山西财经大学、跨境通宝等高校、企业合作培养跨境电商人才。

(3) 基础设施建设

提升跨境电商仓储物流效率。在乡村 e 镇电商公共服务中心为跨境电商集散分拨、分拣配送等配套建设相应基础设施。实施“快递出海”工程，建立跨境电商信息共享平台，在通道网络、货物组织、航空运力等方面共建共享，降低运输成本，提升物流效率，整合第三方机场、铁路、港口的智能多式联运场站，提高分拨配送效率，提升本镇跨境电商企业的便利度。

7.4、区域公共品牌打造

(1) 建立区域公共品牌运行和管理制度

制定建立区域公用品牌运行和管理制度，打响和保护好翼城区域公共品牌，制定《翼城县电子商务公共品牌管理制度》、《翼

城县电子商务公共品牌使用办法》、《翼城县电子商务公共品牌使用规范说明》等文件，通过强化监管，形成区域品牌特色，主导推动创立具有区域性、公认性、标志性、共享性的区域公共品牌，并赋予其与地域特点、资源禀赋、经济体系、产业基础相适应的内涵、品位和档次，使其成为翼城县经济发展的重要资源和无形资产，切实发挥好服务地域经济高质量发展的品牌代言作用，确保品牌经济取得实效，切实提升区域公用品牌价值，营造区域公共品牌市场美誉度。

（2）网货产品开发

根据互联网线上市场竞争环境变化，调研翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶在营销周期类、品类的搜索数据、销售数据、平均价格、热销竞品价格体系等，挖掘目标客户区域、购买力等信息，分析明确产品定位、目标客户定位及消费层级，在打造产品卖点上，进行差异化挖掘，还原和赋予翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶的特色，确定产品的广告调性、包装设计和赠品设计，在电商视觉方面，建立产品摄影图片素材库，制作产品视频、产品主图及产品详情页设计，预先制定客服话术、商品售后方案、异常件处理等方案，开发 5 款以上适销对路的网货爆品。

(3) 区域公共品牌打造

以翼城优品乡村 e 镇建设为核心，结合翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶产业发展战略规划，每三年制定一次品牌战略规划，确定翼城县公共品牌的核心价值、品牌建设目标定位、理念及品牌组合管理架构，对品牌建设情况的优劣势进行评价，提出翼城公共品牌建设目标实现的实施方案，并使其符合发展战略、价值观和县域文化，对不同的品牌实施方案进行比较、分析，为决策提供依据。创新开发具有竞争力的产品，做好产品统一包装设计与新产品开发，打造标准化、品牌化、礼品化的网络销售爆品，进一步推动翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶特色产业，打造做强 1 个区域公用品牌，创建 5 个“小而美”的自主品牌。

重点对翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶进行品牌化建设，突出网络品牌口碑式传播营销的重点，打造全网络全渠道销售体系。

①进行商标注册，在整体包装、文案、设计中突出翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶的特色和文化底蕴，以特定关键词设定翼城县特色产品品牌，设计大、中、小包装规格，高、中、低档次价格，全网统一标识、授权、定价，打造品牌体

系。

②根据平台定位与运营方式的不同，区分不同平台的主打产品，如 B2B 平台以大包装、中低价位的大众流通渠道为主，第三方平台则走小包装、高价位的终端化路线，在全网络项下细分渠道，进行不同的品牌策划营销。

③整体品牌策划，建立专门团队，预计培育 1~3 个品牌，主要包含基础系统设计、应用系统设计、品牌文化设计、具体产品设计、渠道品牌建设策划等。

整体制定品牌建设年度计划，包括：

①确定品牌年度建设应实现的目标和定位；

②确定为实现本年度品牌建设目标计划的实施策略；

③确定本年度推广方式：计划在平面媒体、广播电视和网络媒体上发表软文（包括接受媒体专访）或投放广告的数量、频率；

④确定本年度品牌建设预算；

⑤确定相关管理制度和规定的调整与修订；

⑥落实以上各项的相关责任人。

（4）品牌营销推广

每年举办或参加不少于 1 次区域公用品牌展会；通过政府资源借助网站、报刊、电视台、直播等主流媒体建立线上及线下宣

传矩阵，对翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶特别是新开发品牌做全方位报道，宣传推广区域公用品牌。

利用各种媒体，加大对乡村 e 镇相关政策、活动、经验、成效的宣传报道力度，每年开展不少于 2 次以上有关“乡村 e 镇”内容的宣传活动。

对翼城优品乡村 e 镇主导产品的加工过程形成文字和视频形式，在电商平台、微信公众号、网络直播等自媒体做广告投放，持续推广。

7.5、乡村 e 镇商业带头人培育

(1) 跨境电商创业培训基地和服务中心建设

建设 100 平方米以上的跨境电商创业培训基地和服务中心，对接 Amazon（亚马逊）等主流跨境电商平台，为翼城县电商及实体店拓展转型者、大中专院校毕业生提供保姆式跨境电商运营孵化服务，为其解决大数据选品、店铺开设、收付款、物流等跨境电商全链条运营需求，实现超低门槛的跨境电商创业和业务拓展。聘请省内跨境电商资深讲师面对面授课，全面系统讲解培训跨境电商程序操作、线上海外交易流程、店铺基础管理运维等相关业务，手把手现场实操真实交易过程，每步流程均由讲师现场分解演示，参训人员通过线上同步操练进行学习，讲师同步解疑

释惑，并在课堂上逐人验收培训效果，使学员们在实战中掌握相关的业务知识和操作技巧，实现培训人数不少于 200 人次。

(2) 电商产业培训孵化中心

与跨境电商创业培训基地共用，建设 100 平方米以上的电商产业培训孵化基地。

① 培训原则

一是坚持信心提振和能力提升相结合。每期培训班邀请创业专家为学员讲解理论知识，组织学员参观游学，引导学员提振发展精气神。同时，注重课程设置、丰富培训内容、提升培训效果，提高学员引领乡村发展的能力。

二是坚持集中听课与专题讨论相结合。在抓好课上教学的基础上，注重采取灵活多样的培训方式，创新设置专题讨论、学员互动、专家论坛等内容，调动学员的积极性，鼓励学员踊跃提问、讲述自己的故事，增强了培训的互动性和参与性。

三是坚持理论辅导与实践指导相结合。在抓好培训期内理论知识教学的同时，注重训后实践指导。针对当前大多数农民合作社缺平台、缺团队、缺销售渠道等问题，搭建合作交流、互助共赢平台。

②建设目标

- 引进 1 家电商培训机构，对接大专院校，开展电商人才定制培训，培育一批具有示范带动效应的商业带头人，聘用专家不少于 5 人，培训人数 500 人次以上，培育商业带头人 5 人以上。
- 培育一批本地网红，发挥网红效应，培育本地网红数量不少于 5 人。
- 根据翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶产品特色，开发本地化电商培训课程体系一套，拍摄电商课程视频不低于 10 个，用于网络教学。
- 对已培训人员跟踪服务,定期统计从业及创业人数统计。每场培训保证跟踪服务，提供辅导、孵化等定向服务,提高培训孵化率。
- 如实做好培训记录，培训课件、培训讲师、培训学员、现场照片、签到表等资料完整，原则上不得出现漏签、代签现象。
- 原则上，每次培训均需开展培训满意度网络匿名调查，培训满意度将作为培训费用支付的重要参考依据。
- 注重培训后服务而非“一锤子”培训，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。

- 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，提升美工、产品设计、宣传、营销等实操技能。
- 通过有规划、有步骤的培训，为翼城优品乡村 e 镇规划范围内各级各类参与者提供系统化的培训支持，培育电商意识、增强管理能力、提升实践技能，突破人才瓶颈，为乡村 e 镇建设打下坚实的人力资源基础。建立覆盖对象广泛、培训形式多样、管理运作规范、保障措施健全的培训体系。
- 提供公益性和市场化相结合的电子商务理论及实操培训，一方面加强对各级干部的宣传、教育、培训，提升创建乡村 e 镇项目建设工作能力和业务素质，特别是强化基层干部的培训，增强基层干部对电商的理解深度。另一方面，采取多种形式对各级政府机关干部、驻村第一书记、驻村工作队员和本地电商企业、物流企业、合作社、种养大户、返乡青年、退伍军人等开展分行业的电子商务推广应用和技能培训。

- 配备专门的办公场地、培训场地和实训机房，配备专业的培训团队和有电商知识、经验以及教学经验的讲师团队，制定讲师管理制度、考核制度、课件研发制度等相应的管理制度及工作流程。

③课程组织与培训实施

根据不同主体在电子商务发展过程中面临的不同需求，并结合电子商务发展的政策趋势、市场趋势和技术发展趋势，对翼城优品乡村 e 镇涉及的电子商务公共管理机构、电商企业、传统企业等管理者，以及电商创业人员，网店经营人员，进行全方位培训。其中：

(1) 对脱贫户、妇女、残疾人。以经验分享、案例介绍、方法传授、责任帮扶等方式进行。

(2) 对电商创业者、网店经营者和有创业开设网店意愿的民众，以培训班、模拟演练和讨论会等形式，帮助其掌握先进理念，熟悉前沿科技，了解市场趋势。

(3) 对驻村第一书记、驻村工作队员、村“两委”干部、大学生村官和退伍军人等，根据农村电商发展需要，开展针对性的电商知识和创业引领方面的培训。

(4) 开展网上开店技巧等实操培训，开展以网购操作和特

色产品信息采集发布、创意设计、包装、营销技巧等技能培训，培养一批乡村 e 镇带头人和实用型人才。

(5) 承担政府主管部门安排的电子商务相关培训任务。

7.6、电商公共服务体系建设

立足翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶产业资源，统筹生产、加工、包装、设计、营销、金融、培训、展示、体验、会展、直播等服务，建立不少于 1000 平方米的乡村 e 镇电商公共服务中心，满足入驻企业需要。

(1) 线上公共服务平台建设

搭建 1 个线上公共服务平台，功能包括：信息共享服务、金融服务、智能物流服务、电商信用、统计监测、风险防控、品牌营销服务、人才服务及其他商业服务接入（包括但不限于所有行政服务、公益服务、商业服务形态，营销推广、研发设计、技术运维、仓储物流、安全认证、交易追溯、数据存证、专利申请、财税法律咨询等服务）。

(2) 大数据中心建设

通过物联网、大数据、人工智能、3S（全球定位系统、地理信息系统、遥感系统）等信息技术运用在翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶全产业链，构建加工、研发、销售、集

采、溯源、培训、金融保险于一体的综合服务平台，形成产业大数据中心、定价中心、权威价格指数发布中心和信息采集中心。

完善乡村 e 镇内电商企业信息采集制度，建立健全电子商务统计监测体系，依托大数据技术加强管理。建立电商企业信息采集制度。建立健全电子商务统计监测体系。

(3) 直播基地建设

构建线上产业直播供销平台和线下直播基地打造，把本地的产业销售留在本地，建立产业私域流量池，准确掌握实际销售数据，为翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶产业的结构调整 and 战略规划提出指导意见。

产业直播供销平台支持基地直播+分销商引流+万人卖货模式，链接供需双方，上游对接产业供应商，将翼城县优势产品纳入到供应链体系，下游通过线上云店、线上批发等前端小程序，以社群分销、直播、网上供货等方式展示销售产品。系统后台可自动识别和适配代理层级、分销裂变、社群圈层、云仓物流，轻松搞定复杂的分层级管理机制、分层级利润分配等，全方位立体助力线下翼城品牌轻松玩转线上社交新零售，实现产业私域流量的有效经营和变现。

直播基地根据功能划分为主播直播间、茶水区、休息区、会

议室、综合区等，配备相应的运营服务及人员团队，通过共享网红直播、品牌、团队、技术、供应链、培训等资源，为翼城优品乡村 e 镇相关企业主体提供一站式的直播服务。

(4) 翼城县特色产品展示体验中心

建设翼城县特色产品线下展示体验中心，设置陈列展示、体验品鉴、销售对接等功能区域。

建设集幻影成像系统、大屏幕投影系统、多媒体故事墙、三度虚拟现实展示、互动投影系统、触摸查询系统等“声光电”高科技于一体的多媒体数字展馆，致力于全面推进翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶全产业链发展、新技术、新设备、新工艺应用和推广、科研创新和学术交流；集中展示翼城县特色产品，提升翼城特色产品的品牌影响力。

积极推进产销对接，举办翼城产业发展大会，包括展示展销、大招商、精准对接、基地观摩、专题讲座等内容，通过“看基地、展精品、搞推介”系列活动，搭建起生产基地与批发商购销合作平台，成为山西的品牌盛会和引领全国乡村振兴高质量发展的样板。

7.7、基础配套设施建设

(1) 乡村 e 镇物流配送中心

依托翼城县邮件快件处理场地、客运站、货运站、电商仓储场地、供销合作社仓储物流设施等建设乡村 e 镇物流配送中心，整合邮政分公司、快递企业、物流企业、公交公司、电商企业及第三方物流服务商等物流资源，建设物流配送（仓储分拣）中心，优化快递配送线路及网点，升级改造乡村快递配送站点，购置物流车辆等设施设备，加大物流资源的协调统筹，建立物流共同配送服务规范及运营机制，提升翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶产业链的物流效率，降低物流成本。

(2) 寄递物流公共信息服务平台

发挥邮政、快递、交通、供销、商贸流通等平台资源作用，统筹建设或整合利用寄递物流公共信息服务平台，支撑农村物流服务体系运营管理，通过数据共享、信息互联互通，提升农村寄递物流体系信息化服务能力。建立市场信息共享机制，做好生产、销售信息统计分析，及时发布有关信息，促进产需有效对接。

(3) 智慧社区建设

加快便民生活圈布局。到 2025 年，全县建成一批布局合理、业态齐全、功能完善、智慧便捷、规范有序、服务优质、商居和

谐的便民生活圈，社区商业便利化、标准化、数字化、品质化水平全面提升，实现“家门口的幸福”——一刻钟便民生活圈高水平、高质量、全域覆盖。

推动基础业态升级。坚持高起点、高标准做好菜市场建设改造提升工作，加快推进社区菜市场、生鲜店标准化、智慧化建设，丰富商品品类、保障食品安全、保持价格稳定、提升管理水平、优化购物环境，打造以菜场为核心的社区便民服务中心。

立足需求丰富业态。做优购物业态，努力满足居民基本生活所需的商品和服务。丰富服务业态，大力发展便利店、24小时社区店、老年人康护所、社区食堂、幼儿托管点、培训教育点、照相文印店、宠物服务站等商业业态。拓宽休闲业态，鼓励和引导社区商业由过去传统购物、餐饮向休闲、文化、健身、娱乐等多功能的综合性现代商贸发展，发展特色餐饮店、蛋糕烘焙店、社区书房、运动健身房、保健养生店、鲜花礼品店、茶艺咖啡馆等休闲业态，努力构建灵活快捷的服务方式、健全高效的便民体系，切实提升社区居民的幸福感和获得感。

积极培育市场主体。鼓励支持本地社区商业企业提升运营管理水平，加快打造专业化管理团队，研究提炼社区商业的发展方向和服务标准，加快推进管理模式和管理团队走出去。鼓励支持

本土的餐饮、休闲、培训、健身、养老等企业，提升品牌意识，加大宣传推广，探索打造一批知名度高、认可度强的翼城县便民生活圈品牌体系。

7.8、招商引资

(1) “放管服”改革

在乡村 e 镇内推动“放管服”改革，针对“乡村 e 镇”制定“放管服”的专门政策，创新管理模式，提高服务水平，营造良好营商环境。

强化管理，确保乡村 e 镇在用地、生态环保、债务防控、房住不炒和生产安全等方面合规合法。确保合规合法，不发生违法违规事件。

(2) 招商引资

有序引导金融和社会资本进入翼城优品乡村 e 镇项目建设。

一是强化规划引领，统筹组织调研论证，对乡村 e 镇产业发展进行定位，编制产业发展规划，做到以规划指导招商；做好项目编制，聘请相关专业机构，围绕现有产业基础和优势资源，以补链、建链、强链为重点，有针对性地谋划编制项目深度可行性报告，做到以项目找客商，以项目吸引客商；对专业招商人员进行统筹管理，强化专业招商人员的培训，提高招商技能，对驻外

招商人员制订个性化招商方案，实行定向、精细、精准招商。

二是突出重点产业，重点围绕做大做强翼壶好茶茶叶、翼州香隆化小米、绿牧德品牛奶产业的目标，着力招引上中下游配套产业，促进产业的集群发展；突出重点区域，坚持顶层设计，制订招商路线图，围绕本地产业聚群发展需要，研究并找准与本地产业发展的契合度，集中专业招商人员，组建专班，对接发达地区，抢抓产业转移契机，有序对接产业转移。

三是探索市场招商，转变依靠行政招商的观念，发挥市场招商的作用，制订中介招商、委托招商激励奖励机制，聘请知名商会、协会、投资公司等中介机构为招商代表，进行产业招商合作，拓展招商渠道，创新招商新模式；以供给侧结构性改革为契机，以市场需求为导向，加大结构性调整力度，按照“多兼并重组、少破产清算”的原则，鼓励引导落后和产能过剩企业，通过引进资金和技术兼并嫁接、腾笼换鸟、合作经营等二次招商，推动现有企业改革、转型、创新，提高生产率，适应市场需求的结构变化，加快“调转促”步伐。

四是加强基础设施建设，不断完善园区功能分区，做好路、电、水、气等基本生产要素建设，搭建信息、人才、商务、物流等公共服务平台，增强产业承载能力，同时完善生活、娱乐等公

共服务配套设施，解除客商后顾之忧；优化政务环境，以优化行政审批服务、规范涉企收费为突破口，全面推行招商项目全程代理和限时办结制，取消不必要环节，完善公平开放的环境；持之以恒推进项目落地，定期召开招商引资工作协调会，加大力度协调解决项目落地过程中存在的困难和问题，加快签约项目落地步伐，提高工作实效，同时加强项目督查，对意向项目抓跟踪，洽谈项目抓签约，签约项目抓开工，开工项目抓进度。

7.9、创业创新

发挥乡村 e 镇的政策和配套优势，每年举办 1 次创新创业和技能大赛，营造有利于创业创新的良好氛围，支持新技术、新产业、新产品、新模式发展。

发展众创空间等新型孵化器，完善技术支撑服务和创业孵化服务，提升服务能力。

推动乡村 e 镇创业孵化和山西农大等科研院所技术成果转化有效结合，促进大数据、物联网、云计算、人工智能、区块链等技术创新应用。

(1) 通讯服务网点建设

依托乡村 e 镇电商公共服务中心，建立通讯服务站点，加强农村通讯基础设施建设力度，优化农村通讯服务质量，加快移动

智能设备推广、更新力度，做好农户信用建设成果拓展应用，制定优惠、批量的移动通讯服务方案并负责实施，严把实名登记关口。

(2) 金融服务网点

引进金融创新平台，建设金融服务站点，为乡村 e 镇参与主体提供量身定制的网络融资服务，向客户提供申请简捷、审批高效、支用灵活、还款便捷的全流程线上个人授信服务，以及从资金结算到信贷融资的全方位金融服务。在资金结算方面，将现有支付结算、资金管理等服务优化整合，推出多种方式的交易结算服务。在融资服务方面，面向企业客户，创新发展网络银行信贷业务模式，以网络交易记录、行为数据等信息作为进行客户信用评价的重要依据，搭建便捷的融资渠道；面向可提供资产质押证明的个人客户，提供预授信服务，将融资申请、支用与支付环节无缝衔接，提供在线消费金融服务，通过金融产品创新，为企业提供优惠金融服务。

八、建设规模

翼城优品乡村 e 镇项目 2022 年预计投资 1.60288 亿，新增投资 3528 万元，其中，主导产业投资 1800 万元，总产值预计 2022 年达到 1.2617 亿元。

九、投资运营主体

通过公开投标的方式确定翼城优品乡村 e 镇运营主体。

十、运营模式

采用平台型电商运营模式，给翼城优品乡村 e 镇规划范围内的企业提供平台及工具。

十一、投融资及盈利模式

采取向上级部门争取扶持资金、县财政配套、社会资本投入和群众入股等 4 种方式进行项目的投融资。

项目建成后，盈利模式以“地产电商平台盈利模式”和“电商产业发展盈利模式”为主，通过提升园区配套功能服务、政府产业政策扶持和电商产业发展性服务的获益方式，提升周边物流、交通和生活、商务、娱乐条件，提升获取土地增值收益、租金收益。

十二、实施步骤

翼城优品乡村 e 镇建设从 2022 年 6 月开始，分三个阶段开始实施。

（一）启动阶段（2022 年 6 月——8 月）

1、情况摸底。组织开展全区基本情况大摸底。一是全县产业基础情况，包括本地特色农产品、手工艺品、旅游等产业发展

规模及特色产业市场覆盖面、市场占有率等情况。二是全县电商基础情况，即当前电子商务发展现状，包括从事电商的企业、人员、重点网销产品、交易额以及本地网购规模等。三是全县物流快递情况。四是全县特色产业和特色产品情况。

2、制定方案。根据制定的《翼城优品乡村 e 镇建设工作方案》，进一步修订完善项目实施方案，报省市备案。

3、会议发动。召开“翼城优品乡村 e 镇培育工作”动员大会。邀请县商务局，组织全县电商企业、电商从业人员等召开动员会。

4、宣传带动。在政府相关网站上大力宣传“翼城优品乡村 e 镇”具体政策、业务流程以及推进情况等，充分发挥广播、报纸、电视台等多种媒体的宣传、鼓动作用，务求做到早准备、早宣传、早落实。

（二）实施阶段（2022 年 4 月-2023 年 10 月）

1、项目组织

为确保“乡村 e 镇”顺利实施，按时完成目标任务，专门成立“翼城优品乡村 e 镇”项目运营管理中心，统筹项目的规划和实施。分组到各执行团队，各司其职，分工落实。

2、项目建设

包括“乡村 e 镇”中的三个重要内容：主导产业提升，三个中心建设（乡村 e 镇电商公共服务中心、翼城县特色产品展示体验中心和电商产业培训孵化中心），以及基础设施配套。

3、组织培训

在乡村 e 镇申报的农村电子商务服务网点（包括已开网店店主）核准后的 30 个工作日内，由服务中心负责组织培训工作，帮助落实培训所需的场地、设备、仪器以及培训人员召集等，为培训工作创造便利条件。培训结束后，由培训机构组织对学员进行考核，考核通过者当场发放合格证书，并由学员提供网店注册相关资料，帮助指导进行网店开办、执照办理等。

4、日常管理

加强对新开网店、企业日常管理工作，对于长期不在线、产品不上架、无销量或销量不多的网店店主予以重点实地指导；定期开展督促检查，发现问题，及时纠正，切实提高网店运营管理水平。

5、开展项目实施中期评估

对项目实施及时开展中期评估，切实调整建设项目，完善推进措施，确保规划目标如期实现。

6、加强项目实施情况督促检查

分层级加强检查调研，督促进度，发现问题，及时整改，适时开展参观交流，推广先进经验，促进平衡有序推进。

(三) 总结阶段(2023年10月-11月)

项目全部实施完成后，组织开展全面检查和验收，自查自纠，发现问题，及时整改，整改完成后申报验收，接受省市对项目实施和资金使用情况检查验收。

(四) 全面推广阶段(2023年12月)

全面总结乡村e镇创建经验，结合我县实际，全面推进实施方案，电子商务向全县农村各行各业有序推进，形成“产业+电商+配套”的可持续发展电商生态体系，形成电子商务进入千家万户的浓厚氛围。

十三、保障措施

(1)加强组织领导。成立翼城优品乡村e镇工作领导小组，由县长为组长，各职能部门为成员的乡村e镇工作领导小组。具体负责统筹指导、审议决定项目实施过程中的重大事项、协调解决遇到的重大问题、督促和检查项目推进及政策配套落实情况。领导小组定期召开会议，研究乡村e镇发展模式，协调解决存在的困难和问题。

(2)完善政策支撑。利用乡村e镇专项资金，支持对闲置楼宇

进行结构功能的改造和升级，对入驻乡村 e 镇的运营企业实行适当补贴。完善发展电子商务的实施意见、奖励扶持办法，研究出台支持物流快递行业发展的优惠措施，制定支持和鼓励金融机构为中小网商、中小企业应用电子商务提供小额贷款服务的配套政策。

(3)强化项目管理。由商务、财政、农业农村等部门联合制定项目资金管理办法，严格执行资金管理实施细则。建立乡村 e 镇评价指标体系，将项目工作任务纳入相关部门目标考核体系。

翼城县人民政府

2022 年 5 月 2 日

