

长治市潞城区乡村 e 镇建设发展规划

一、总 则

（一）编制背景

伴随着新一轮科技革命和产业变革，我国电子商务保持高速发展态势，实现了规模和品质双提升、结构和效益双优化，在助推消费升级、增加就业、助力脱贫、乡村振兴等方面的作用日益明显，尤其是新冠肺炎疫情期间，网络购物已经成为居民消费的重要渠道，在线办公、社区电商、直播电商等领域展现出蓬勃生机，已成为促进地方经济提质增效的新引擎和经济发展的新动力。

当今世界正经历百年未有之大变局，我国发展的内部条件和外部环境将发生深刻复杂变化，电子商务模式也将面临革命性变革——综合性电商与专业性、区域性电商竞争并存，平台电商与自营电商共同发展；线下服务体系更加完善，线上线下壁垒逐步消失；基于大数据的精准电商成为主流，电商与产业深度融合。

近年来，区委、区政府高度重视电子商务发展，加大政策支持力度，进一步提升电子商务应用水平，助力乡村振兴，实施市场主体倍增工程，全方位推动高质量发展。为深入推动乡村 e 镇培育工作，根据《山西省培育乡村 e 镇工作实施方案（征求意见稿）》、《山西省商务厅 山西省财政厅 山西省乡村

振兴局关于发展乡村 e 镇支持市场主体发展的若干举措》(晋商建〔2022〕36号)、《山西省商务厅关于做好 2021 年山西省电子商务进农村综合示范工作的通知》(晋商建〔2021〕128号)的文件精神和省委、省政府相关要求,结合我区发展实际,围绕特色产业,实施电商助农,助力乡村振兴,推动乡村经济转型升级,实施市场主体倍增工程,完善电商基础配套设施,完善仓储物流配送体系,全方位推动高质量发展,特制定本规划。

(二) 规划范围

规划范围:东至中村,南至山底村,西至南凹村,北至熬脑村,总规划面积 4.8 平方公里。详见下图:



（三）规划依据

1. 《山西省培育乡村 e 镇工作实施方案（征求意见稿）》；
2. 《山西省商务厅 山西省财政厅 山西省乡村振兴局关于印发山西省培育乡村 e 镇工作实施方案的通知》（晋商建〔2022〕58号）；
3. 《山西省商务厅 山西省财政厅 山西省乡村振兴局关于发展乡村 e 镇支持市场主体发展的若干举措》（晋商建〔2022〕36号）；
4. 《山西省商务厅关于做好 2021 年山西省电子商务进农村综合示范工作的通知》（晋商建〔2021〕128号）；
5. 《潞城区国民经济和社会发展“十四五”规划纲要》。

二、潞华街道基本概况

（一）总体概况

潞华街道隶属于山西省长治市潞城区。2000年1月，潞城区（原潞城市）撤乡并镇，城关镇改为潞华街道。截至2020年6月，潞华街道下辖16个社区、22个行政村，办事处位于中华西大街181号。街道总人口约7万人，其中农业人口约3万人，总面积约138平方千米。2021年4月，潞华街道获得“省级文明乡镇”称号。

（二）交通区位概况

潞华街道地处潞城区中心，东与微子镇为邻，南与成家川街道接壤，西与翟店街道、史回镇相连，北与辛安泉镇毗邻。区域内有铁路邯长线过境，设潞城1个站，青兰高速（境内称

长邯高速)、长治环城高速公路、207国道、309国道、324省道过境。

(三) 主导产业概况

规划区域内，以大葱为主导产业，具体情况如下：

1.发展历程。大葱在潞城有着悠久的种植历史，其中以“熬脑大葱”最为出名，因原产于潞华办事处熬脑村而得名。熬脑村位于潞城区西部15千米，海拔达1347米的云岩山上，海拔高、光照足，种植大葱具有自然优势，所产大葱具有身量粗长、齐整水嫩、色白质鲜、营养丰富等特点。



熬脑大葱为农产品地理标志产品

2.基地现状。近年以来，潞华街道以山丹丹网络信息科技开发有限公司为大葱种植团队带头人，在街道北片区建成了集育苗、种植、加工、仓储、销售为一体的现代化农业示范园。园区以张家河、熬脑、合室、堡头、桥堡等村为主要区域，面积500余亩。

截至目前，基地共辐射带动周边村种植大葱面积达到10000余亩，其中在合室村、张家河村流转土地1000余亩，以“公司+基地+农户”的发展模式，引进和种植高白大、新一代高白大、葱王、华夏、日光、黑秀等新品种；购买开沟机、深松机、栽种机、培土机、大葱收获机、铲车等多样先进的机械化农机设施，从开沟、种植、培土、田间管理、销售等方面入手，全程实现大葱种植机械化，并实现了从单季种植到四季种植的转变。



张家河大葱种植示范基地

（四）辅助产业概况

规划区域内，主要以中药材、高粱、旱地西红柿、设施蔬菜为辅助产业。2021年高粱865.59亩，中药材511.69亩，设施蔬菜150亩。

（五）市场主体概况

目前，乡村e镇规划区域内共有市场主体41个，电商企

业 11 个。其中网络销售额超过 100 万元的电商企业有 3 家，代表企业如下：

1.山西聪和食品有限公司。成立于 2018 年 3 月，生产加工基地位于潞城区潞华街道堡头村，公司注册资金 1000 万元，现有总资产 1440 万元，固定资产 990 余万元，是集种植、研发、生产、销售于一体的农业产业化新型企业。公司由种植基地、加工基地，电商中心，化验中心，驻外办事处等五部分组成，依托当地种植大葱的优势及当地大葱的独特味道和特性，研发生产以大葱为主原料的大葱调味酱、葱须茶等大葱深加工产品，同时生产小杂粮、干鲜调味料、功能性食品。



2.山丹丹网络信息科技开发有限公司。成立于 2011 年，是一家集齐农资销售、农业技术指导、农业电商、无公害作物种植与农产品销售等多项业务于一体的企业。公司立足于互联网电子商务服务，专业从事互联网信息技术服务及商务运营，可提供便捷、先进的 B2B、B2C、C2C 电子商务平台开发运营及

网络营销服务。

3.潞城市潞盈通达电子商务有限公司。成立于2019年，是长治地区最大的电商公司之一，具有完善的线上运营能力，集传统电商和直播电商一体的现代化公司，主要经营农副产品、日用百货。目前公司已经发展成为集电商全品类供应链，传统电商平台，网红主播带货（主要平台快手直播，抖音直播，淘宝直播），网红主播孵化，微商联盟品牌推广，配合强大客户私域流量为一体的服务管理体系，2021年，网络平台销售额1000余万元。

（六）拥有品牌概况

截至目前，区域内有3个在省内较为出名的农业品牌，分别为：熬脑大葱、神泉山庄、乡色香味。

1.熬脑大葱。2000年9月，“熬脑大葱”获国家绿色食品中心认证；2000年11月，“熬脑大葱”在昆明绿色产品博览会上获畅销奖；2002年10月，“熬脑大葱”在太原举办的优质大葱、蔬菜展销会上获银奖；2006年，“熬脑大葱”被山西省工商行政管理局认定为山西省著名商标；2009年，“熬脑大葱”通过国家无公害食品认证；2011年8月17日，中华人民共和国农业部批准对“熬脑大葱”实施农产品地理标志登记保护。

2.神泉山庄。为了提高产品质量，打开销路，打造属于潞城旱地西红柿特色品牌，推动旱地西红柿产业的创新和发展，让产品走高端化、精细化、效益化道路。幸福山庄合作社于2009年7月注册了“神泉山庄”品牌，注册人李文平。

3.乡色香味。潞城市山丹丹网络信息科技开发有限公司于2018年注册了“乡色香味”农产品品牌（见下图），在满足大众需求的前提下，具有自己产品的特点，产品的优势。随着市场经济不断发展，各行业企业面临的竞争越来越激烈，为加快农产品加工业、流通业发展，促进农业生产经营的新要求，同时消费者对农产品质量必然提出更高的要求，对品牌的信任与追求越来越强烈，农产品品牌建设正是提升企业竞争力的重要手段，推进农业产业化进程，提高经济效益。



三、发展环境

（一）存在问题

1.电商产业仍然处于初级阶段

近些年，潞城区已将电子商务作为重点产业进行培育。由于前期发展缺少扶持政策引导、扶持资金支持，不少本地电子商务企业仍处于小、散、乱、弱的状态，目前仍处于“一根网线+一台电脑+几个人员”的初级业态，模式较为落后。此外，

电商发展壮大需要空间和平台的支撑，且受物流要素影响较大，各方面对于全区的电商产业支撑力度仍然较弱，需要进一步完善功能发展壮大。

2.特色农业资源缺乏深度挖掘

潞城区的农业资源目前仅作为农产品生产基地使用，农事体验、休闲农业等项目与旅游业融合程度不够深入。特色农业资源整体缺乏深度性和创意性开发及利用，尚未形成完整的旅游产品体系，不能转化为投资商争相投资的项目，不能转化为满足市场需求的系列旅游产品，从而服务电商产业。

3.传统产业与电商融合度不够

在电商迅速发展的时代背景下，越来越多的传统产业已经意识到必须通过转型升级才能获得市场认可，必须与电子商务进行融合才能分享互联网进步的成果。潞城区乡村 e 镇范围内大葱产业各类企业主题共 41 家，其中电商企业 11 家，但网络销售额超过 100 万元的并不多，区域内传统产业与电子商务融合遭遇了管理与资源整合的“瓶颈”，具体表现在：一是缺乏明晰的电子商务发展战略，许多企业仅仅简单搭建了 B2B、B2C 平台，实施运作能力较低；二是没有建立相应的企业文化，传统企业无法迅速地与电商环境相适应；三是企业整合信息化水平较低、无法充分发挥电子商务应用功效，大多数传统产业及企业只是实现了交易的信息化，其管理、运营、配送等方面的信息化程度较低，许多电子商务应用成为“摆设”。

4.电商配套基础设施较为薄弱

“十三五”期间，潞城区三产总体发展势头良好，但由于用地及交通条件限制，物流配送成本仍然较高、时效也难以保证，物流体系、电网等基础设施建设仍然有待进一步完善。此外，餐饮、住宿等旅游娱乐设施缺乏，不利于相应的专业人才引进和吸引外来人口消费。

5.本地电商人才成长速度较慢

电商产业需要多层次、复合型、实践型的复合型人才，需要运营、设计、营销策划、销售客服等多岗位人才。从引进人才的角度看，由于区域位置、生活环境、创业氛围、人才政策等原因，除客服人员相对易招之外，其他人才较难引进，即使引进来，流动性也较大；从人才培养的角度看，本地电商人才培养机制和沟通交流平台还有所欠缺，导致本地电商人才成长速度较慢，基础薄弱。

（二）面临机遇

1.乡村振兴战略为农村电商发展带来新机遇

近年来乡村振兴在政策层面持续强化，《乡村振兴战略规划（2018-2022年）》明确提出要建设具有广泛性的农村电子商务发展基础设施；《中共中央 国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》指出要聚焦产业促进乡村发展，重点发展农产品加工、乡村休闲旅游、农村电商等产业。这些政策的颁布，有助于农村电商在基础设施、教育、金融等层面

得到支持，将为农村电商发展提供更好的环境和空间。

2.农村物流体系不断完善支撑农村电商发展

农村电商发展的一大掣肘是物流成本居高不下。近年来，山西省政府及有关部门出台了鼓励各大物流企业积极向农村延伸的政策，给予农村物流网点的审批便利及税收优惠政策，对乡村运营物流网点给予补贴，同时各乡镇（街道）负责具体规划农村物流网络，为物流企业落户村镇提供了便利服务，使得物流网络在农村迅速落地生根，这些极大提高了各大物流企业响应政府号召开辟村镇物流服务网点的积极性，有力优化了农村物流服务流程，提高了物流服务质量。

3.社区电商异军突起优化农副产品上行路线

随着社交电商、消费电商等平台的快速迭代发展，逐渐将渠道下沉摸索出社区电商的模式，为打通社区服务“最后 100 米”提供了源头活水。同时，社区电商进入村镇探索出一条独特的农村电商之路，并挖掘新的消费场景形成新的消费热点，使得农副产品上行正从单一的网络零售向网络零售和批发双向转变，从只注意线上销售转变为线上线下相融合的方式。

4.品牌意识提高促进农村电商品质管控加强

随着生活消费水平的提高，消费者对产品品质和服务要求也在逐步提高，农村电商也将进入品质消费时代，具有商品化和品牌化的村镇企业将具有更高的市场竞争力，也将促使农村电商加强品控管理，完善品控体系。

5. 电商扶贫实践路径日益多元催生特色发展

农村电商在兴乡富民过程中扮演越来越重要的角色，各大电商平台依托自身资源优势，通过“赋能”贫困主体、赋能产业，逐渐探索出各具特色的电商扶贫模式。农产品电商的多种模式创新发展，催生了特色农产品电商，使得电商上行的错位竞争成为可能，在新的竞争中也更加容易获得关注。

四、总体要求

（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，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，全面实施乡村振兴战略，深化农业供给侧结构性改革，持续改进农村人居环境，加快促进城乡融合发展，结合我区电子商务进农村综合示范项目建设及城郊农业示范区建设，全方位推动功能农业产业化发展，聚焦大葱、中药材、高粱、旱地西红柿、设施蔬菜等产业集群建设，加快传统农业电商化、数字化进程，拓展农业农村文旅康养功能，因地制宜培育发展乡村 e 镇新业态新模式，推动电商与康养、文旅、居住等功能业态融合，并建立合理稳定的利益联结机制，着力构建产业政策完善有力、管理体制合理高效、产业体系基本健全、服务支撑基本完备的电子商务产业新业态，有效助力潞城区农村经济快速发展。

（二）基本原则

1. 规划引领，统筹推进

将乡村 e 镇培育工作纳入区政府年度重点项目库及全区发展规划。乡村 e 镇作为农村发展的重要引擎和产业支撑，将促进城乡互补、协调发展。坚持规划先行，统筹规划推进，与潞城区乡村振兴、巩固脱贫成果等重要工作有机结合，创新农村电子商务发展模式。

2.政府引导，市场主导

坚持政府引导推动、市场主导发展的原则，重点发挥政府在统筹规划布局、扶持政策制定、服务体系打造、基础设施建设等方面的推动作用，创造有利于电子商务发展和提高乡村 e 镇内企业可持续发展能力的制度环境和服务环境。充分激发市场主体活力和内生动力，发挥企业在模式创新、技术研发、平台搭建等方面的创新引领作用，引导潞城区乡村 e 镇电商健康有序发展。

3.企业主体，全民参与

以企业为主体，在政府引导下主动参与，自主创建、自主运营，主动探索、复制、承接新模式新业态，着力推动企业产品创新、品牌创新和供应链创新。培育和扶持发展网店、网商，直播电商，孵化更多产品供应商和销售商。积极鼓励大学生、返乡青年等开办网店销售农产品，带动全民参与电商创业，营造浓郁的电子商务发展氛围。

4.创建品牌，聚焦上行

坚持品牌意识，积极培育壮大电子商务区域公用品牌、产

品品牌、企业品牌，开发一批适销对路的网货产品、鼓励企业创建一批“小而美”自主品牌，推动农副产品、农村工业品、乡村旅游产品的电商化、品牌化和标准化，提升产业价值链和产品附加值，对乡村 e 镇内电商业绩突出的企业给予适当财政资金奖励，鼓励企业拓宽销售渠道，扩大网络销售，促进产业发展。

5.提档升级，示范推动

培育电商产业梯队人才库，提升农村电商服务品质，建立电商产品展示体验中心，推动公共设施和建筑等物联网应用，提高公共服务设施智能化水平，壮大农村电子商务市场主体，培育农产品网销品牌，全面推进乡村 e 镇典型示范工作。

6.规范发展，保障安全

正确处理电子商务发展与规范的关系，在发展中求规范，以规范促发展。以网络运行环境安全可靠为基础，促进网络交易主体与客体的真实有效、交易过程的可鉴证，加强对失信行为的惩戒力度，营造电子商务可信环境，推动潞城区电子商务规范化发展。

（三）发展思路

乡村 e 镇围绕“产业升级发展、小镇功能完善、特色灵魂塑造”三个方向突破发展。

产业升级发展——产品升级、链条延伸、业态创新。产品升级：聚焦大葱等农特初级低端产品向深精加工高端产品演

变，实现产品升级；链条延伸：聚焦农产品等中间产品向功能食品等终端产品的升级，实现产业链条的延伸，提升产品附加值；业态创新：聚焦产品制造为主向“产品制造+服务营销”的产品定制模式转变，引领产业业态创新。

小镇功能完善——产业+电商+展贸、设计、研发等。围绕产业+电商+商贸会展、研发设计、金融服务、文化旅游等构建可持续发展的电商生态圈。其中，产业+电商+商贸会展，通过贸工联动、展会带动发展，依托潞城商贸物流基础，以商贸带动加工，并开办小型展会，集聚客商，打响公用品牌；产业+电商+研发设计，通过科技研发、产品设计促进发展，引进科研机构促进科技转化，引进设计机构促进产品设计创新；产业+电商+金融服务，通过金融服务提升区域产业服务能力；产业+电商+文化旅游，通过产业文化旅游塑造小镇特色魅力；产业+电商+职业培训，通过职业培训促进技术扩散，围绕产业升级需要促进工人技术提升，形成技术培训为主体的职业培训体系；产业+电商+生活休闲，通过生活休闲功能设置促进产城融合。

特色灵魂塑造——文化、生态、景观引领特色发展。以文化、生态引领小镇精致建设，实现特色化发展。文化引领：围绕特色产业文化进行强化打造，突出小镇特色文化意向，凸显小镇魅力；生态引领：围绕生活环境打造景城互动、环境宜人的居民生活家园，实现良好的生态基础，构建绿色活力网络；

精致建设：围绕街道、广场、建筑空间建设有机更新、尺度精致宜人的小镇，构建人性化尺度空间，让人才引进来留得住。

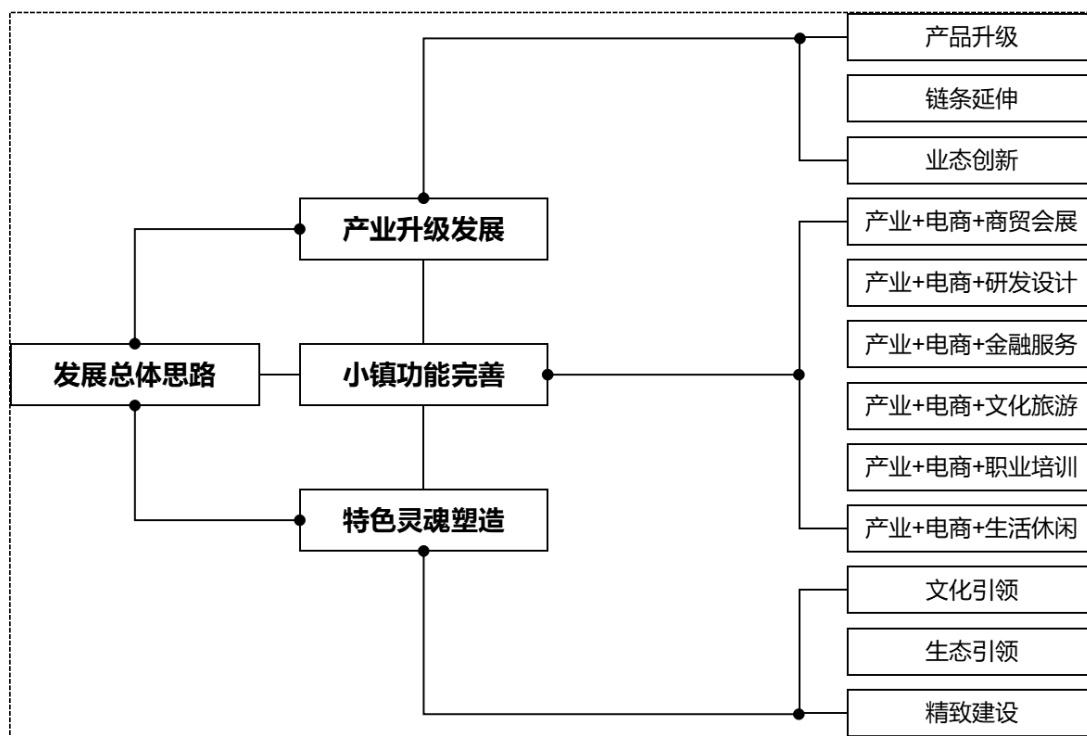


图 1 发展思路框架图

（四）发展目标

1. 总体目标

2022 年 4 月全面启动乡村 e 镇培育工作，到 2022 年底完成乡村 e 镇建设并取得初步成效，大葱产业实现标准化、规模化、产业化、集群化发展，带动周边中药材、高粱、旱地西红柿、设施蔬菜等一批“小而美”自主品牌发展，将我区打造成为“晋东南优质大葱供应基地”。项目实施在全区范围内形成示范带动效应，农村电商快速发展，我区城乡“数字鸿沟”明显缩小，

培育形成一批农业智能化生产示范基地，农业生产智能化水平显著提高。

2.具体目标

乡村 e 镇在便利农民生产生活、巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接等方面取得成效，在发展农村电子商务的政策和体制机制方面有所突破。乡村 e 镇主导产业快速发展，到 2022 年底项目建成当年，年总产值不低于 1.5 亿元，网络零售额达到 3100 万元/年，新增市场主体数量 10 个左右，其中新增电商企业 8 个，吸纳就业 200 人以上，纳税额达 180 万元左右。建成 1 个服务功能完善的乡村 e 镇公共服务中心、1 个功能相对完善、设施齐备的乡村 e 镇智能电子商务仓储物流配送中心，同时建设预冷仓储中心、低温加工仓储配送中心、农产品网货加工中心和农产品初加工基地，完善基础配套设施设备。建设 8 个乡镇（街道）级电子商务服务站，151 个村（社区）级电商服务点，实现电商服务覆盖率达到 80%以上，市场化的区乡村三级物流配送体系和工业品下乡流通服务体系融合发展；引入电商研发机构，打造 1 个区级公用区域品牌，打造不低于 5 款的本地“小而美”自主品牌，开发 1 套农产品质量追溯系统，购置相应溯源设备，建设 3 个以上产业溯源基地，标准化、规模化培育乡村 e 镇主导产业；出台相关扶持政策、开展金融扶持，打造 1 个跨境电子商务创业培训基地，入驻 2 个以上跨境电商平台，建设 3 个以上具有 O2O 展示展销和体验功能的

线下产品特色馆，同时在全国大型网络平台建设 3 个以上特色产品馆，提供线下展示功能，拓宽销售渠道，扩大网络销售；人才孵化方面，在服务中心建立 1 个电商产业培训孵化中心，引进专业网红讲师和电商培训机构，大力培育各类电子商务人才，面向各类人群多层次电子商务培训累计 1000 人次以上，其中具有示范带动效应的商业带头人不低于 5 人，本地网红不低于 5 人（详见山西省乡村 e 镇建设标准）。

3.建设内容

项目名称：潞城区乡村 e 镇培育项目

项目地点：山西省长治市潞城区潞华街道熬脑村（东至中村，南至山底村，西至南凹村，北至熬脑村）

项目类型：现代服务业，打造为乡村 e 镇经营主体提供一站式电商服务的公共中心。

产业情况：以大葱产业为主，中药材、高粱、旱地西红柿、设施蔬菜为辅。

投资情况：“十四五”期间总投资达 4.1 亿元，新增投资达 2.6 亿元，主导产业投资不低于 1.1 亿元。其中 2022 年新增投资 5000 万元，主导产业投资 2000 万元。

建设规模：晋东南优质大葱供应基地，规划用地面积 4.8 平方公里。

载体建设：建设 3000 m²左右的电子商务公共服务中心，包含服务大厅、商务办公区、会议交流区、展览展示区、创业

孵化区、直播运营区、文创产业区、电商人才培训区、检验检测区等；整合改建 10000 m²的物流仓储分拣中心，包含改造快递中转站、预冷仓储中心、低温加工仓储配送中心、网货供应中心、农产品初加工基地等；打造 1 个智慧农业示范基地，包含大数据统计、交易平台、一件代发等功能；建成当年潞城区乡村 e 镇总产值超过 1.5 亿元，网络零售额 3100 万元；到“十四五”末期，规划区内市场主体纳税额达 320 万元，电商企业超过 60 家，吸纳就业约 350 人。

五、发展定位

（一）总体定位

潞城区乡村 e 镇遵循城乡融合发展趋势，以“大葱为主，中药材、高粱、旱地西红柿、设施蔬菜为辅”的主导产业为基础，以电商营销、运营深度融合为支撑，以物流配套、休闲娱乐、旅游购物为辅助，将我区乡村 e 镇打造为生产生活生态“三生融合”和产业社区文化旅游“四位一体”的电商发展示范地、文化创意体验地、旅游乐趣目的地、生态宜居新天地。

（二）功能定位

打造为全区从业主体提供一站式电商服务的公共中心：在乡村 e 镇规划范围的核心区域内，搭建 1 个内部功能完善、对外辐射力较强的潞城区电商公共服务中心，原则上应具备服务大厅、商务办公区、会议交流区、展览展示区、创业孵化区、直播带货区、电商人才培训区、检验检测区等功能区划。

（三）产业定位

以大葱产业为主导，中药材、高粱、旱地西红柿、设施蔬菜为辅助产业，并与休闲农业、体验农业相结合，形成“大葱+食品加工/体验旅游+电商+配套”的电商产业发展模式，将潞城区乡村 e 镇建设成为晋东南优质大葱供应基地和旅游乐趣目的地。

（四）空间定位

充分依托潞城区区位优势和产业资源，整合、培育电商发展载体，按照“多点集聚、以点带面”的原则和“线上平台推动、线下基地支撑”的布局思路，以“熬脑大葱”为核心，在区域范围内构建潞城区“一核多点”的电子商务发展空间格局。

“一核”引领，“多点”呼应：以大葱产业为核心，以园区建设为载体，加大主体培育力度。以山丹丹、聪和、鑫熬兴等企业为龙头建立大葱传统种植区、现代有机农业示范区、全域旅游区，实行标准化生产、旱作良种良法配套、农机农艺融合。结合我区万亩小杂粮、万亩中药材、万亩蔬菜、10 万头猪、100 万只鸡 5 个“万字号”特色产业示范区，协调推进生产生活生态“三生融合”、产业社区文化旅游“四位一体”。

六、主要任务

（一）激发农村电商活力，开辟乡村振兴的新空间

1. 打造农产品电商供应基地

重点围绕“熬脑大葱”等标志产品及大葱酱、西红柿酱等特

色产品，以农产品龙头企业、新型农业经营主体为引领，以农产品精深加工基地为载体，打造一批农产品电商供应基地。鼓励基地以电商需求为导向，应用推广农产品规范生产标准，强化农产品质量管理，提升农产品品质，输出高标准、高品质产品；提高基地农产品商品化处理能力，做强农产品初、深加工，研制开发网销产品，拓展延伸农产品产业链，提高农产品附加值。

2.打造农产品电商品牌

以潞城区公用品牌建设为契机，积极引导各乡镇（街道）、行业协会和农产品企业树立电商品牌观念，加强潞城区农产品电商品牌整体形象设计，创建一批“小而美”特色农产品区域品牌和企业品牌，开发一批适销对路的网货产品，大力开拓品牌发展空间，以品牌发展提升产品附加值，提高市场竞争力，助力企业转型，促进全区品牌经济发展。充分利用传统媒体、新媒体等多种传播手段，加大农产品品牌和农产品电子商务品牌宣传推广力度，着力提升各类品牌的知名度、影响力。

3.构建农产品全渠道营销体系

鼓励农产品电商供应基地对接京东到家、美团优选等国内知名生鲜电商企业，发展 B2B 模式；支持农产品电商供应基地广泛对接电商平台，通过基地直播、开设线上店铺等方式推动特色农产品网络销售，发展“网上农产品直销”“时令农产品预订”等业务。鼓励农产品电商企业对接本地农产品电商基地发

展直播电商、社区团购、小程序电商等新业态新模式，带动农产品网络销售。发挥政府桥梁纽带作用，组织农产品电商平台对接，通过资源和信息的汇集，推动农产品生产经营主体与农产品电商企业的有效衔接，引导农产品上线销售。鼓励农产品电商龙头企业建立农产品电子商务线下体验馆，开展线上线下相结合的销售模式。

（二）深化农业电商应用，拉动产业数字化大提速

1. 培育农业电商产业集聚区

以潞城平原盆地农田林网蔬菜作物区、东部丘陵农牧经济区、北部土石山林牧农区、东北部浊漳河沿岸农林经济作物区为基础，探索应用潞城特色共享模式，引导区域内骨干企业建立品牌、技术、设备、检测、认证等资源共享平台，吸引更多中小微企业进入，内部整合企业、外部引进项目，实现资源整合、优势互补、利益共享，解决部分产业集聚区域发展“散、乱、污”等问题、充分发挥“电商+农副产品精深加工”“电商+农业体验”等示范引导作用，提升产业园区、集聚区电商服务功能，构建产业特色鲜明、资源要素聚集、产业链条健全、服务体系完善的电商产业集聚区，为全区工业企业抱团发展电商按下加速键。

2. 推广应用个性化定制模式

加快推广以电商平台大数据为依托的按需生产、个性定制等新兴制造模式，鼓励制造企业强化供应链管理，打通从研发、

采购、制造、营销到售后的供应链链条，开展小批量、多批次、定制化的柔性生产，推动传统生产型制造向基于电子商务的个性化、服务型制造延伸。探索实施“龙头企业领跑”计划，培育一批个性化定制典型企业、示范项目，及时总结提炼发展模式和典型案例，切实发挥电子商务聚合供给侧需求、助力工业提质增效的关键作用。

（三）鼓励商贸流通创新发展，促进消费扩容提质

1.推进传统商贸业数字化转型

引导乡村 e 镇及全区连锁超市、便利店等传统商贸企业加快新理念、新技术、新设计改造提升，向场景化、体验式、互动性消费场所转型；支持实体零售企业整合线上线下资源，依托本地化服务优势，开展生鲜产品、日常消费品和生活服务类商品的网络零售以及社交电商、网络社区等新媒体营销；加强新零售市场主体的引进和培育，探索智慧超市、智慧商店等新模式的发展应用，丰富便利性、体验式、智能化消费场景；支持电商企业拓展实体零售业务，赋能线下零售门店，完善线下展示、体验、营销、售后服务和物流配送等功能，为线上销售提供保障，促进线上线下一体化融合发展。

2.鼓励专业市场数字化发展

推动市场主体信息化建设，引导农副产品批发、农产品产地批发等市场加大信息基础设施投入，完善数字化交易配套和服务设施，推动数字信息技术在经营商户中的应用，以功能升

级、产业协作、设计融合、电商应用、渠道拓展等为重点方向，积极发展数字化模式业态。鼓励支持市场商户依托电商平台开设网络销售店铺，充分利用市场品类多、渠道广等资源优势，发展直播电商、社交电商等，拓展创新发展空间。

3.深化生活服务业电商应用

以促进生活服务领域数字化为主线，提升社区消费、家政服务、餐饮住宿等领域电商应用水平，扩大数字生活服务供给，创新生活服务消费场景和模式，加快推进生活服务消费线上线下融合发展；推动电子商务企业整合社区商业资源和便民服务设施，优化社区商业结构和布局，开展电商便民服务，实现社区商业与便民服务、社区政务、物流配送的互联互通；鼓励社区商超、便利店、家政、洗衣、家电维修等企业利用电子商务平台发展立足本地生活服务市场的 O2O 模式，将餐饮、生鲜、娱乐、家政等服务资源与互联网结合，满足多元化、多样化、高品质新生活需求；推进电商、快递企业与社区便利店、社区物业等合作开展快件自取、电子缴费等便民生活服务，切实解决电商配送“最后一百米”难题。

（四）加快发展旅游电商，助推休闲农业提速建设

1.深化旅游业电子商务应用

加快形成全区四大现代农业区域布局形成，鼓励农业种植区域发展休闲农业、体验式农业等项目，结合美食街区、住宿酒店等业态打造，进一步整合全区优质农业旅游、文化旅游资

源，规划构建好一条“生态农业旅游路线”，并积极入驻携程旅行等在线旅游服务平台进行线上营销。借助微博、微信、短视频、直播等方式，构建线上多维度、精准化传播矩阵，举办“云游潞城”线上旅游推介活动，将农业基地打造为潞城区域旅游新地标和“网红打卡地”。

2.拓展特色产品线上营销渠道

加大“以文塑旅、以旅彰文”力度，以“熬脑大葱”“神泉山庄”等品牌为依托，持续推进葱酱王、西红柿酱、红丝菜等特色产品进驻旅游景区特产店铺，并开设线上平台旗舰店，开展网络直播带货、微博平台推广等互动营销；支持区内更多特色文化旅游产品申请区域公用品牌授权，融入品牌建设矩阵，借助特色产品馆、抖音账号及各类融媒渠道实现推广、销售，拓展本地农产品营销渠道，构建起“农事体验+旅游资源+特色产品”的游购闭环。

（五）构建跨境电商新生态，融入一带一路大分工

1.探索跨境电商发展新模式

聚焦传统制造企业、农产品加工企业与跨境电商深度融合，引导企业成立跨境电商业务部门，依托阿里巴巴国际站、敦煌网、中国制造网、亚马逊、速卖通等第三方跨境电商平台，探索与行业发展相吻合的跨境电商发展业务模式，形成 B2B 模式重点突破，B2C、C2M、B2B2C 等多模式齐头并进的跨境电商模式发展格局。

2. 培育跨境电商配套服务企业

面向国际物流、跨境支付、海外品牌构建等领域，积极吸引一批综合实力强、服务链条全的跨境电商服务企业落地建设潞城本地化运营服务中心，配套一批围绕核心产业的品牌注册、网络推广、代理通关、质量认证、知识产权申报、数据分析、多语种翻译、软件开发等创新型、成长型跨境电商服务企业，形成产业集聚效应；支持潞城区传统外贸企业、物流企业、供应链企业等依托自身专业团队优势转型升级，为跨境电商企业提供通关、仓储、配送、结汇、融资等专项或综合服务，完善跨境电商配套服务生态链。

（六）培育直播电商生态圈，打造电商发展新引擎

1. 推动直播电商应用

引导直播电商赋能本地特色产业。依托大葱、中药材、高粱、旱地西红柿、设施蔬菜等优势特色产业领域，重点打造打造熬脑、张家河、合室等特色“电商村”、“网红村”，培育推广一批网红产业带，通过“产业带+直播”模式，推动优势特色产业、品牌企业、优质产品提高市场占有率；强化“熬脑大葱”“神泉山庄”“乡色香味”等品牌产品的设计、生产、营销，丰富以美食吃播、文旅直播等为代表、凸显潞城特色的各类直播服务，打造多品类、有特色、供应足的直播电商产品与服务内容；借助物联网、大数据、人工智能等技术实施“直播电商助力乡村振兴计划”，依托区级电商公共服务中心、直播基地，部署搭

建“乡村振兴·直播助农”直播间，打造乡村振兴助农直播示范样板，有效带动乡镇特色产业做大做强、区域品牌做精做优。

鼓励直播电商促进商贸领域转型升级。充分发挥直播电商能够有效压缩中间环节、重塑交易方式、线上线下融合互动、全天候带货的特质，积极对接主要直播电商流量平台，推动“直播+商圈”“直播+商业街”“直播+商场”“直播+批发市场”“直播+夜经济”等发展，引导商贸服务行业向数字化、可视化、社交化方向发展；利用现有大型商业设施场地资源，推动直播基地进驻商圈、商场，鼓励实体商业设施设立共享直播间，组织商圈电商直播活动，培育一批商家直播网红达人，培育一批网红商业品牌，带动传统商贸转型升级。

推动直播电商赋能本地生活。积极引导餐饮、旅游、教育等企业通过直播电子商务、短视频电商、内容营销等方式，发展“线上引流+实体消费”的新模式，营造全品类直播的良好氛围，提高消费体验，增强消费粘性；深化直播电商 5G、VR/AR 等技术应用，支持利用 5G 推动远程教育等应用场景与直播电商融合，促进新型信息消费；加大直播电商消费数据分析研究力度，引导优质产业链对接，推动直播电商与新零售相互支撑，促进形成国内强大消费市场。

2.营造直播电商发展良好氛围

着力优化直播电商发展环境，鼓励成立以行业龙头企业为主导，专业直播机构、企业及基地共同参与的电商直播产业

协会，推进直播电商资源对接、人才培养、行业自律等；加强直播电商人才培养，扶持培育本土网红达人，指导行业组织开展公益普及性培训，加强政策、规范和基本技能培训，提升从业人员的业务素质和服务技能；联动各大直播电商平台，与本地媒体合作，定期举办直播电商带货大赛、论坛等具有行业影响力的大型活动，评选一批素人网红、培育一批网红品牌，扩大潞城直播电商的知名度和影响力；加大舆论宣传力度，挖掘报道直播电商机构、头部带货主播、领导干部直播带货等工作典型，营造各行各业共同发展直播电商的良好氛围，推动直播电商产业健康快速发展

（七）健全电商物流服务，畅通城乡双向流通渠道

1.壮大电商物流经营主体

加快电商物流企业培育，引导区域内加快整合快递物流企业，充分利用现有车辆、人员、服务等资源，组建区域农村物流共同配送运营企业，推动改建区物流仓储分拣中心整合物流资源，形成区域快递物流统一仓储、统一分拣、统一中转、统一服务的发展格局；坚持培育和引进相结合，鼓励具有先进技术的冷链物流服务商和设备供应商落地建设分支机构，积极开展星级冷链物流企业创建，培育一批技术先进、运作规范、核心竞争力强的区级冷链物流示范企业。支持快递企业自办电商，鼓励“快递+电商+农特产品+农户”发展模式，促进农特产品销售、运输、配送一体化服务。

2.完善城乡电商物流服务体系

以健全区末端配送网络、提升末端配送智能化水平为目标，加快速递驿站、快递超市以及自助提货柜、智能快件箱（信包箱）等智能投递设施建设，打通末端配送“最后一百米”。以区域集聚、协同发展、多站合一、全域覆盖为原则，优化农村快递资源配置，构建区级物流分拨中心、镇级物流配送站、村级物流配送点为支撑的三级物流配送体系，切实解决农村电商物流配送瓶颈，畅通“工业品下乡、农产品进城”双向流通渠道。

（八）完善电子商务公共服务，强化发展要素支撑

1.加强电子商务公共服务载体建设

改造提升区级电商公共服务中心。以“政府主导、统筹规划、服务多元、高效协同”为原则，结合潞城区整体功能布局及电商发展现状，搭建1个内部功能完善、对外辐射力强的潞城区电子商务公共服务中心，建成服务大厅、展览展示区、创业孵化区、直播带货区、电商人才培训区等功能区划，向上积极对接国家、省级、市级电商公共服务资源，整合形成本地电商资源，向下指导镇级电商公共服务站建设与运营工作，为全区电商从业主体提供一站式电商公共服务。

布局乡镇（街道）级电商公共服务站。以“功能聚合、服务精细”为标准，进行必要的基础设施改造提质，通过丰富镇域特色产业园区功能、盘活闲置办公资源等方式搭建镇级电商公共服务站（原则上一镇一站），为全镇电子商务从业主体提

供政策解读、信息咨询、平台运营、美工摄影、创业辅导等多元化服务，带动带活新型创业主体，为镇域特色产业再升级提供新路径。

布局村级（社区）电商公共服务站点。依托邮政服务站、供销社农资服务站、农村淘宝、零售门店等网点，向农村网商及消费者提供信息咨询、快递代收代发、代买代卖等服务（原则上一村一点）。

2.开展电子商务公共服务惠民惠企行动

推出本地化一揽子“电商公共服务包”。以“为民为企服务”为原则，聚焦电商企业发展痛点、市场开拓难点、政府服务堵点，采用“政府出资购买、第三方公司提供服务”的方式，主动对接淘宝、京东、浪潮、智联等平台企业，积极吸纳本地电商服务企业，推出符合潞城电商企业发展需求的一揽子“电商公共服务包”，汇聚培训服务、经营服务、管理服务、招聘服务、数据信息服务、信用服务、咨询服务等多元化服务内容。

启动电子商务公共服务“走基层”计划。组织召开潞城区电商公共服务惠民惠企行动宣讲会，面向需求大、意愿强、基础好的乡镇（街道）举办专场活动，促使全镇电商企业深入了解惠民惠企行动基本情况、惠企让利服务内容及获取方式；引导各乡镇（街道）加强宣传推广，以电商公共服务中心（站）等为服务载体，推动实用服务惠及更多企业。

（九）夯实电商培训基础，构建人才长效支撑体系

1.构建本土人才培育体系

整合政府、协会、院校等培训资源，围绕电商发展需求，建立长效培训机制；依托区级电商公共服务中心，打造电商人才培训与孵化中心，通过人才孵化，优先培育本土人才，搭建电商专业人才库，为企业精准输送各类电商人才；支持潞城区职业技术学校电商学科建设，鼓励与省、市内院校、企业、培训机构合作，建设电商实训基地，切实抓好电商实践、孵化、科研等功能。

2.加大专业人才引进力度

与山西省专业院校、科研机构、人才服务机构等对接，加大柔性引才力度，积极引入电子商务急缺的高级人才、运营人才、核心技术人才和关键岗位人才，引导带动本地电子商务团队，逐步强化服务支撑能力；探索电子商务人才飞地模式，鼓励企业、园区等在区外人才密集地区建立电商团队并开展电商运营，对于年网络零售达到一定标准的电商企业给予一次性资金奖励；深化“假日专家”柔性引才机制，组建潞城区电子商务专家智库，集聚全国电子商务领域专家资源，定期组织电商沙龙、高峰论坛、咨询会等人才交流沟通活动，为全区电子商务政策制定、决策咨询、项目建设等提供智力支持。

七、保障措施

（一）强化组织领导、明确责任主体

成立潞城区乡村 e 镇项目建设领导小组，由区委副书记、区

长任组长，区政府分管领导任副组长，涉及到的相关部门主要负责人为成员，加强对乡村 e 镇建设发展的组织领导。

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，并定期召开乡村 e 镇培育工作会议，研究项目发展模式，协调各部门之间工作，解决项目实施过程中的困难和问题，共同推动乡村 e 镇的建设良好的管理运行。

领导小组下设办公室，设在区企业综合服务中心，负责乡村 e 镇任务实施、跟踪落实项目进展情况及各项日常工作。建立联席会议制度，领导小组各成员单位确定联络部门和联络员，同时建立乡镇（街道）工作联络点，各相关单位和项目所在乡镇（街道）要及时向领导小组办公室报送工作情况和存在的问题。

（二）完善政策支持、强化资金保障

将潞城区乡村 e 镇建设纳入区政府年度重点项目，研究制定促进通信、金融与乡村 e 镇培育工作内容互相支持、协同发展的政策措施，建立健全乡村 e 镇发展多元化和多渠道的投融资机制，邮政储蓄银行、农商行等金融机构要加大对电子商务企业及项目的信贷支持。

研究制定乡村 e 镇产业发展的扶持资金奖励办法和奖补标准，采取以奖代补、专项补助等多种形式，加大对注册和引进到乡村 e 镇的电子商务企业以及乡村 e 镇内电商业绩突出的示范企业给予奖励或扶持。

瞄准乡村 e 镇发展任务,出台系列有关基础网络设施建设、特色产业发展、人才引育等的激励政策,对在全区电商产业发展中作出重大贡献的企业、科研机构,在经费补贴、政府项目申报立项等予以倾斜。

加强政务公开及信息报送工作,不断提升政务公开及信息报送的工作水平,提高工作透明度,促进依法行政,充分发挥政务信息对人民群众生产、生活和社会活动的服务作用,更好地宣传党和国家在电子商务方面的方针、政策。

(三) 创新建设模式、激发各方活力

探索构建政企协作、优势互补的乡村 e 镇发展模式,将政府的战略规划、市场监管、公共服务与社会资金的管理效率、技术创新有机结合,激发社会资本参与乡村 e 镇建设、运营和管理的活力和创造力。深化“放管服”改革,处理好政府与市场的关系,厘清政府和市场的边界,充分调动各方力量和广大农民参与数字乡村建设,完善特许经营授权、以租代建、政府购买服务的政策和制度规范,形成政府主导推进指挥管理类、惠民服务类工程,引导推进产业发展类、市场运作类工程的落地机制。

(四) 加强监督考核、强化跟踪问效

将乡村 e 镇培育工作纳入全区目标责任考核范围,制定乡村 e 镇工作管理办法,建立健全乡村 e 镇考核与评价、监督与失误责任追究机制,跟踪评估各责任单位任务落实情况,促进

建设目标按期实现。引入纪检、审计等部门加强管理，建立资金与项目管理制度，验收制度，重点考核网络销售业绩，定期现场查看考核评价乡村 e 镇建设和运行应用情况，确保工作取得实效。

建立健全潞城区乡村 e 镇统计体系，做好乡村 e 镇项目建设、运营状况等调查统计建档工作。加强对网上销售商品的监管，引导乡村 e 镇规范有序发展。发挥公安、市场监管、税务、工信、文旅等部门在培育工作中的监管职能，建立电子商务市场秩序监管机制和商务信用评价制度，促进网络交易主体守法经营，严厉打击网络售假和网络诈骗等违法行为，完善电子商务消费者权益保护机制，构建安全放心的电子消费环境。

（五）加强宣传引导、营造良好氛围

围绕乡村 e 镇建设发展，积极探索典型工作方法，及时总结推广有益经验，重点展示信息化助农惠农的新成果，定期开展电商发展优秀成果展示和经验交流活动。加强开展乡村 e 镇培育工作的宣传报道，进一步提高公众对农村电子商务工作的认知水平，增强电子商务的应用知识，积极支持并参与乡村 e 镇培育工作，形成电子商务普及和产业发展的浓厚氛围。利用搜索引擎、大型门户网站、微博等网络媒体和报纸、广播电视等传统媒体大力宣传开展乡村 e 镇工作的各项举措，增强企业投资和应用电子商务的信心。发挥行业协会、商会等民间组织联系政府与企业的桥梁作用，举办形式多样的研讨会、座谈会、

电商讲座等活动，营造政府、企业以及社会各界共同参与推动电子商务发展的良好氛围。加强对政府机关、企业、合作社工作人员、大学生村官、返乡大学生、退伍军人、农村青年、农村致富带头人、贫困户及网店经营者、创业者的电商知识培训，提升电商实操能力和网店运营水平。