

新河县国家电子商务进农村综合示范项目

农产品上行保障体系实施方案

为推进新河县电子商务进农村综合示范项目建设，培育优势互补的各类经营主体，完善电子商务基础设施建设，实现新河县电子商务快速发展，推动县域农产品网上销售，结合新河县实际情况，制定本实施方案。

一、指导思想

坚持“企业为主、政府推动、市场运作、合作共赢”的原则，整合本地农产品、土特产品、民俗产品、特色资源等进行品牌培育，搭建综合性的县域农村电子商务公共服务体系，农产品进城，工业品下乡，形成连接城乡、资源共享的农产品网络营销体系，促进新河县企业入网、全民触网、大众创业、万众创新，实现网络经济与实体经济的深度融合，助推农业升级、农村发展、农民增收，加快全县脱贫致富奔小康步伐。

二、建设内容

对新河县域农村电商品牌进行专业化的品牌包装，培育出“一乡一品”、“一村一品”等一批特色区域品牌，从农产品自身标准、质量、包装、认证、检验检疫等方面加强监管，建设农产品追溯和质量认证体系，建设互联网数据中心，推广“互联网+现代农业”全程

可追溯发展新模式，加强农产品的标准化、品牌化建设。以产品质量优势带动农产品销售。

通过对区域内的产品进行梳理，策划和设计不少于 139 个上行农产品单品，引入全国资源，为新河县产品提供产品营销活动，策划 3 次大型线上产品营销活动。对新河县的农特产品进行调研分析，根据本区域上行农产品特点，策划打造一个区域公共品牌，进行推广策划、视觉 VI 系统、包装设计、价格体系、渠道定位等：对新河县区域产品进行优化筛选，按“一区一品牌、一乡一精品、一村一特色”为开发目标进行产品筛选；建设新河县特色农产品/延伸类产品开发流程，制定农特产品优选标准 1 份；对新河县现有品牌进行培育，孵化当地新型品牌，年度特色农产品孵化 2 个以上；注册区域公用品牌商标，用来作为新河县区域品牌的标志，制定商标使用准入门槛与使用规范，保护新河县公共品牌的形象、信誉。同时也可作为新河县民族、历史文化等内容的新型表现形式。对筛选出的农特产品进行从外包装设计到拍摄、人文故事、美工、活动策划等一系列电商化运作，并通过平台向消费者集中展示，促进新河县农特产品生产、包装、品质升级。完成农村产品标准化分级包装策划设计 45 个。

在县级电子商务服务中心建设大数据处理中心，收集县域交易数据、物流信息，定期发布电商发展信息。支持建立本地农产品统计监督系统，形成本地农产品数据收集、分析、处理中心，依托大数据中心，把握本地农村电商发展动态和趋势。构建追溯平台数据库，实

现上网、二维码、条码扫描、电话、短信、微信等方式的追溯，从而保障农产品质量。

三、任务目标

（一）农产品质量安全保障体系

围绕“一县一业”、“一乡一品”，建立一套农产品质量安全可追溯体系，搜集我县农村产品数据，强化我县农村产品的安全与质量要求，促进消费者对我县农村产品的信任，提升我县农村产品的市场竞争力和品牌竞争力，促进农村产品上行销售。至 2020 年 8 月底在公共服务中心一楼展厅建成一套新河县农村产品质量安全可追溯软硬件系统，并建成我县 5 家企业产品的质量安全可追溯示范，指导县域内其他企业与农村产品了解和加入我县质量安全追溯体系中，建成新河县电商大数据展示中心。

农产品质量追溯系统主要是采用物联网技术、二维码技术、移动互联网技术等关键技术，实现优质农产品的生产管理、加工、质量安全检测、流通、销售、营销服务等全程关键指标的追溯应用，通过建立优质农产品质量安全的全程敏捷追溯，构建从“田间到餐桌”的农产品溯源数据中心。

根据新河县特色产品产业特性，开发设计农产品质量安全追溯管理系统，进行产品信息的采集与管理，主要覆盖地理信息管理、生产主体信息、投入品信息管理、种植管理、企业自检、包装仓储信息、物流信息、销售管理等信息。这些数据信息将作为新河种植业追溯查

询的内容素材，同样也是政府监管人员对农产品进行监管的数据来源与支撑。

地理信息管理采用电子地图进行企业及种植基地定位，加载企业、基地的基本信息，了解企业及基地所在区域和周边的地理环境。系统可实现对生产主体和生产基地信息的采集登记，包括企业名称、法人、基地生产规模、主要经营范围、产地信息、认证信息、人员设备等信息的采集和管理，为基地提供详细的基础数据资源，对种植产品质量安全进行最基础的管控。

可实现对所有投入品的管理，包括对农药、化肥等农业投入品进行管理，利于规范使用农业投入品，实现种植基地的标准化、信息化管理；对地块、播种、种苗、施肥、打药、花果、整枝修剪、病虫害防治、采摘等实现综合信息化管理；企业可通过平台采集企业产品质量检测相关的自检及抽检信息，涉及产品质量检测、产地环境检测及不合格农产品处置信息等，支持相关检测报告的上传；对种植产品的物流信息进行采集。主要信息包括：产品名称、发货时间、预期到达时间、运输工具、环境条件、物流人员、联系方式等信息。

通过平台可以对农产品的销售流向信息进行采集，以便在发生食品安全问题时，能及时进行产品召回或其他处置，将事件影响降至最低；还可对企业产品的产量、销量等信息根据基地、品种、时间、产量、销量等指标进行统计，自动生成统计报表。为掌控产品的市场销售状况、制定相关的决策和规划提供数据支持。

（二）农产品电子商务供应链体系建设

为加快推进新河县商务诚信体系步伐，加强企业信用体系建设工作，提升企业信用管理意识及风险防范能力，营造良好的市场秩序和信用环境，为新河县企业提供信用认证、信用评级服务。由国家认证认可监督管理委员会批准的认证机构对企业组织法律地位、安全信用状况、信用承诺与监督制度、信用管理部门设立、信用管理制度建设、产品和服务信用管控情况以及信用管理控制系统运行机制是否符合企业诚信管理体系要求进行综合评定。

1. 无公害农产品认证

申请人提出申请→ 县级工作机构受理申请、形式审查→ 地级工作机构符合性确认、受委托实施现场检查→ 省级工作机构组织现场检查→ 农业部农产品质量安全中心产品认证终审、颁发证书。

2. 绿色食品认证流程

申请人提出申请→ 受理及文审→ 现场检查、产品抽样 →环境监测→ 产品检测→ 中国绿色食品发展中心认证审核→ 绿色食品认证评审委员会认证评审→ 颁发证书。

3. 有机农产品认证流程

申请人提出申请→ 认证机构认证受理→ 申请材料初审 →现场检查评估→ 编写检查报告→ 综合审查评估意见 →颁证委员会决议 → 颁发证书。

4. 农产品地理标志认证流程

申请人提出申请→ 省级农业行政主管部门初审和现场核查→ 申请材料和初审意见报送农业部农产品质量安全中心→ 申请材料复审、

组织专家评审-）农业部农产品质量安全中心发布公示-> 颁发证书。

（三）农产品电子商务营销服务体系建设

以县级农村电子商务公共服务中心为载体，整合县域资源，建立健全电子商务营销服务体系，提供农特产品品牌策划、包装设计、视频拍摄、代运营、运营推广、第三方平台对接、分销体系建设等服务，实现农特产品存得住、运得出、卖得掉、赚得到。

1. 吸引本地产业龙头企业、特色农产品在县级公共服务中心上行销售。引导和鼓励本地龙头企业、农民专业合作社、特色农产品生产企业线上线下同时销售，并促进农产品包装、冷链、追溯、销售体系整体建设。

2. 依托电商、农业行业协会等组织的信息和资源优势同采同销，搭建流通平台，促成农特产品线上线下大宗交易。

3. 依托村级服务站挖掘农特产品，集中上行销售。培训村级服务站点负责人承担本村农产品信息的收集、整理、分析、外销等上行工作和商品下行工作。

4. 积极打造农产品内销（乡村→县城社区）、外销（县城→全国各地）两个销售渠道，鼓励创业者围绕两个销售渠道创办各类服务业。

5. 鼓励本地农业龙头企业和实力电商企业建立合作，推广“农业龙头企业优质产品+实力电商企业技术渠道”模式，发挥各自优势，强强联合，加快农产品上行。

（四）农产品品牌工程体系建设

选择新河县最具特色且已有一定发展基础的特色农产品作为特色农产品品牌培育项目的重点建设对象，通过对特色农产品的品牌进行专业化包装设计和营销推广，培育出“一乡一品”、“一村一品”等特色区域品牌，并为本地企业提供诚信体系认证、“三品一标”认证服务。

在天猫、京东等第三方平台开设品牌店，为新河县特色农产品提供销售平台。同时，通过新河县电子商务公共服务中心，实现商家开店和商家产品销售。

从农产品自身标准、质量、包装、认证、检验检疫等方面加强监管，建设农产品追溯和质量认证体系，使消费者可以购买到放心的产品，同时还可以使企业实时、精确掌握整个生产及供应链上的产品流向及变化，控制整个生产流通环节安全可靠，逐步实现规范化生产。

通过建设“互联网+大数据”统计系统，助力新河县政府管理部门适时掌握新河县电商发展状况，包括电子商务交易数据、农产品交易数据、各乡镇村电商交易等数据，为科学决策提供依据。

（五）农产品上行推广体系建设

充分利用好展销会平台，打造良好区域公共品牌形象，并利用媒体广告、网络营销、专题报道等多种促销手段，进行县域公共品牌宣传，提高公众对本土品牌形象的认知度和美誉度，增强信息沟通，搞好产需对接，以区域公共品牌的有效运作不断提升品牌价值，扩大知名度。

制定“品牌+传播+销售”整合策略，在推进品牌建设的过程中的

每个节点与电商深度融合起来，所有线上线下传播元素植入网店及平台二维码，实现流量互通，将每一次品牌传播引入的流量进行有效的销售转化。依托现有的节日或者农村传统习俗打造农产品电商文化节，真正实现以电商促进产业经济、产品品牌发展。

建立一个供货联盟，召集全县涉农企业组建供货联盟，与电商平台运营企业资源对接互补，建立完善产销合作机制。供货联盟统一提供产品供货价格及资料，由电商平台运营企业进行策划营销和建设分销体系，不断促进农产品网销；县级电商公共服务中心整合资源，充分发挥农商联动等示范项目的引领作用，加强产销对接，指导农产品批发市场、企业等消费单位开展农校对接、农企对接、农社对接等，每年至少开展 5 次以上产销对接会；加大第三方平台接入，对接商务部电商扶贫频道以及淘宝、天猫、京东、微兔 gogo、拼多多、一亩田等成熟电商平台。

线上进行相应网络店铺的辅导及实战培训，加强客户的引流及转化；借力农产品上行体系，将新河县产品入驻线上平台，积极推广引流并转化订单，对用户形成产品认知；依靠自媒体传播，将在微信和微博（培训引导并带动一批“新农人”进行长期、持续的“双微”推广传播和引流转化）、农业社群组织（如：“新农人联合会”、“农友会”等）做精准营销及推广。

正式开办新河电商节及新河县电商论坛，邀请产业专家，电商专家，优秀生产企业，优秀线上店铺，第三方电商平台（淘宝、苏宁）等共同参与启动仪式，同时开展线下技术研讨、经验交流，并

联系大型电视、报纸、网络等媒体参与报道，扩大宣传力度。不止让新河县老百姓知道电子商务，更要让外界知道新河县。

四、建设标准

完善农特产品加工、包装、运营和配送产业链的发展，有效促进农特产品线上线下销售的融合发展，鼓励标准化、规模化的生产、加工和配送的农特产品龙头企业，重点培育和打造 5 个农特产品网络销售品牌。

（一）加强对农特产品全供应链，包括生产、加工、包装、仓储、运输、装卸、配送等各个环节的规范化管理，积极探索建立“来源可溯、去向可查、风险可控、责任可究”的农特产品标准化质量保障体系。实现“品牌建设、质量保障、产品追溯、品牌推广”，通过本项目的构建，促使新河县农产品商品化、品牌化、标准化率大幅提高。通过农产品质量保障与溯源体系建设，实现新河农产品全程追溯、强化监管、优化管理、拓展营销的目标。对新河县农特产品资源进行调研、梳理，整合县域农特、优产品资源，包括企业数量及分布、基地数量及分布等，并可按照单个产品进行种养殖面积、分布情况、产量、上市时间等，掌握全县农特产品产业及单个产品组织化程度，并根据标准进行资源库供应商招募与筛选，统计生产企业、产品介绍、子品牌、产地、包装规格、保质期、供货时间等数据信息，并对农特产品进行包装与产品的美化设计，制作成可直接对接电商平台的产品数据包。

以“安全生产、智慧监管、创新服务”为出发点，以保障农产品质量安全、促进产业发展、维护公众健康、优化农业服务为目标，充分利用“大数据”、“物联网”、“云计算”、“互联网”、“数据挖掘”等现代信息技术构建新河县农产品质量安全保障体系，以创新农产品质量安全监管模式、并利用信息资源以服务社会为导向，着力提升农产品质量安全科学监管能力、公众服务能力、社会治理能力，实现农产品质量全过程监管、全产业覆盖、全环节监管、全天候运作、全系统互联，加快农产品质量安全监管信息化建设步伐，着力打造安全、放心的新河电商品牌形象。

（二）创建企业诚信评价体系，对我县特色非标农产品制定相应合格标准，制定县网络流通农产品质量标准，建立产品认证和防伪标识系统，建设农产品品控检测中心。新河县农产品质量保障与溯源体系建设项目的总体目标：

出台新河县质量安全追溯监管体系相关规章制度，对企业采集上来的信息进行准确性、真实性进行核查监管，对进入平台的问题农产品进行危机处置，主要包括产品下架、产品召回、问题发布与警示、问题追溯问责等。

建立新河县农产品生产、加工、贮藏、销售各环节信息的流转与关联机制，建立新河县质量保障管理服务平台与电商平台信息（数据）的共享与应用机制，对信息数据进行挖掘分析与评估，形成可利用的精准数据。编制统一的基础数据库标准，以数据与信息资源标准为基础，依托新河县质量保障管理服务平台与电商平台，实现对行政

区域内农产品质量安全状况进行监管，资源整合，信息共享，为业务工作及领导决策提供强大的信息保障。

对供应企业的生产能力、供货能力、品质管控能力、仓储物流能力、信誉等评估指标进行综合评估，制定电商平台企业准入标准，确定电商平台企业准入门槛。企业需对展示消费者的溯源信息的真实性、准确性负责。

逐步建立和完善新河县质量安全追溯监管体系建设项目配套规章制度，并强化落实、检查与执法。

根据产品质量安全管理需求，对企业及其产品进行综合评估。实现对企业及生产基地基本信息、产品信息、供货能力、品质管控能力、仓储物流能力、信誉等信息备案，为政府监管部门提供基础数据支持，为管理决策提供帮助。

产品生产经营主体纳入追溯体系需进行信息备案，备案内容包括主体信息、产品信息、生产能力等。农产品经营主体须根据相关规定及要求向“农产品备案管理系统”提交企业证明文件或其他相关资料，包括但不限于营业执照、组织机构代码证、法人身份证、商标注册证、税务登记证等。经营主体需对经销的产品进行备案，备案信息主要包括产品名称、品种、产品规格、产品合格的标准指标、产地、产品介绍等信息。同时，需对企业自身的生产能力进行备案申请，备案信息主要包括产品名称、品种、规模、预计达到多少生产量、加工贮藏物流情况等信息。政府监管部门可以针对产品生产企业的备案申请进行审核。通过审核的农产品生产企业纳入追溯体系。

五、实施步骤

聚焦农村产品上行，助推经济社会发展。聚焦农产品上行，支持农村产品的标准化、生产认证、品牌培育、质量追溯等服务体系建设，推进农产品分级、包装、预冷、初加工配送等基础设施建设，促进农村产品网络化销售，实现电商精准扶贫，促进农民增收，推动县域经济社会健康快速发展。

（一）加强学习培训，提升素质能力

1、开展电商指导培训，积极组织对农民、合作社负责人、经纪人和政府工作人员等开展分行业、分区域电子商务应用知识和技能培训，普及电商理念和电商知识，培养一批既懂理论又懂业务、会经营网点、能带头致富的复合型人才。

2、开展电商下沉培训。在有条件的村建立专业的电子商务人才培训基地和师资队伍，达到下沉绩效、下沉有效、下沉实效。

3、开展电商考察培训。加大走出去的力度，积极到京津冀、江浙沪等电子商务发展先进地区参观考察，实地感受，学习先进，取长补短，吸收和引进一批高层次的电商人才。

（二）依托资源优势，开展多渠道网络销售

1、搭载电商平台，依托全县丰富优质的农特产品、文化旅游等资源，对产品进行策划包装，搭载专注于垂直细分领域、产品个性化突出、附加值高的特色产品电子商务平台。

2、推进模式创新。发展农产品网络营销，初期需要与传统营销

模式相结合，要与休闲观光农业和采摘旅游相结合，依托资源优势发展“线上营销、线下成交”、“线下体验、线上交易”等经营模式产品内涵，提高产品竞争优势。

（三）加强管理，打造网销品牌产品

1、加强产品的规范化管理。建立健全标准体系，鼓励和引导电商企业，在农产品的生产、储存、销售过程中实行“五统一”，即采购统一、环境统一、包装统一、入库统一、二维码统一，以品质赢客户，以诚信赢市场。

2、增加绿色优质农产品供给。把增加绿色优质农产品供给放在突出位置，着力打造小杂粮、黄芥油、红枣、核桃等农业产业品牌，鼓励和支持加工型、销售型龙头企业发展，努力形成供给充足、质量优良、具有竞争力的特色优质农产品供给体系。

3、强化农产品品牌创建。深入实施品牌战略，依托我县现有的品牌优势，整合县域内优势农产品资源，突出地理优势和特点，持续培育和壮大一批绿色、无公害、原生态、竞争力强的特色农产品，力争引导注册商标 10 件。搭建展销平台，加强品牌宣传，提高我县农产品品牌知名度。

4、加强质量安全绿色防控。建立健全农产品质量安全追溯体系和检测体系和农业信息服务体系，提高农业综合服务能力。完善基层农业技术推广体系，加强新品种引进和试验示范基地建设，加快绿色技术推广应用。加大新型职业农民培训力度，培育推动绿色农业发展的主力军。

（四）加强运营管理，创新优质服务

1、建设县级运营中心、乡镇综合服务站、村级农家店三级运营管理体系，各乡镇综合服务站负责所辖村级站(农家店)至乡镇服务站上下行物流配送工作。

2、组建电子商务行业协会，搭建行业服务平台，通过协会统一管理有效解决产品质量问题。

3、合理布局物流仓储设施，加强偏远地区和主要供货地的物流仓储体系建设。

4、制定扶持政策，通过补贴降低物流成本等模式，促进品牌农产品走出去。

5、建立和完善电子商务统计监测制度，充实数据收集渠道，提高数据分析水平，为电子商务决策提供科学依据。

六、保障机制

（一）加强领导，统筹协调推进各乡镇，县直各部门要高度重视，主要领导亲自抓、分管领导具体抓，统筹协调解决农产品上行中遇到的困难和问题。

（二）强化宣传，发挥示范带动作用。加大在用地、融资、税收等方向的政策支持力度，加大农产品上行宣传力度，推动社会各界关注支持农产品上行和农村电子商务发展。发挥示范带动作用，树立典型，营造良好氛围。

（三）完善机制，强化考核监督。将农产品上行纳入农村电子商

务工作考核体系，县商务粮食和物资储备局定期对乡镇和部门完成情况进行督查考核并通报，集聚乡镇和部门力量，扎实推进农产品上行工作，务求取得实效。