

山西省商务厅  
山西省财政厅文件  
山西省乡村振兴局

晋商建〔2022〕58号

---

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

各市商务局、财政局、乡村振兴局：

为深入推动培育乡村 e 镇工作，实施市场主体倍增工程，现

将《山西省培育乡村 e 镇工作实施方案》印发给你们，请遵照执行，抓好落实。



山西省乡村振兴局

2022 年 3 月 31 日

(此件主动公开)

# 山西省培育乡村 e 镇工作实施方案

为深入推动培育乡村 e 镇工作，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，根据省委、省政府要求，特制定本方案。

## 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考察调研山西重要指示精神，按照省委全方位推动高质量发展的目标要求，坚持以人民为中心的发展理念，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，建设市场主体集聚平台载体。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，推动乡村 e 镇与太忻一体化经济区融合发展，为我省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、基本原则与目标

### （一）基本原则

**市场主导，政府引导。**健全省负总责，市县抓落实、抓考核、

抓管理的工作机制，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，充分激发乡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。**立足当前，着眼长远，要从实际出发，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。尊重基层首创精神，分层分类，鼓励地方立足区域实际，大胆开拓创新。乡村 e 镇培育要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。**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要相适应，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。

**统筹实施，协调推进。**在电子商务进农村综合示范地区，综合示范工作与乡村 e 镇培育在资金使用和项目建设上要统筹考虑，一体设计，协调推进，资源共享。要弥补短板、强化弱项，充分发挥中央和省级财政资金的撬动作用。

## （二）发展目标

乡村 e 镇指在一定区域内以产业为基础、以电子商务深度融合为核心、以配套服务为支撑，具有明确的产业定位、互联网应



用基础的发展空间平台。乡村 e 镇应拥有较完善的电商基础设施、鲜明的主导产业、聚集的市场主体、健全的电商服务体系，区域影响力强，示范作用明显，符合产业布局。

力争用两年时间，培育 100 个乡村 e 镇，市场主体高质扩容，产业发展突出鲜明、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、创新等要素科学聚集发展，形成“产业+电商+配套”的可持续发展电商生态体系。

### **三、主要任务及支持重点**

鼓励各地优先采取贷款贴息、以奖代补、购买服务、项目补助等支持方式开展乡村 e 镇培育工作，通过省级财政资金撬动社会资本，推动电商高质量发展。

各地依据优势资源，合理规划乡村 e 镇，科学设定乡村 e 镇规模，高标准编制乡村 e 镇发展规划，推动乡村 e 镇和区域经济协同发展。乡村 e 镇规划应边界清晰、集中连片、空间相对独立、四至范围精确。对电商聚集区、双创基地、智创城、电商强镇、特色小镇、产业大镇、特色基地、特色商业街区、步行街、电商孵化基地、商贸古镇、跨境电商基地等有一定电商发展基础的可作为乡村 e 镇培育载体，形成产业特而强、功能聚而合、形态小而美、机制新而活的新型电商发展空间，形成全国有影响的山西名片。

根据乡村 e 镇培育需要选择支持重点，省级财政资金主要用于支持以下工作：

（一）培育乡村 e 镇主导产业。重点支持培育乡村 e 镇主导产业，促进产业转型升级、企业提质增效。加大对农产品认证体系、追溯体系、标准化和品牌化建设力度，加强与区域产业互联互通，提升产业价值链和产品附加值。对接省内外优势电商产业和市场优质资源，完善乡村 e 镇电商产业链供应链。鼓励省内外大型企业下沉供应链，促进乡村 e 镇产业发展。

（二）培育引进电子商务市场主体。发展壮大市场主体，培育一批电商龙头企业，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市场主体给予适当财政资金奖补，包括奖励、减免房租等，减轻入驻企业负担，提高入驻企业创新创业积极性。建立长效稳定的电商产品供应销售渠道，优化产业链供应链，加强产销对接，鼓励在电商平台和省外建设山西产品特色馆，拓宽销售渠道，扩大网络销售。开展金融扶持，对接金融机构，创新金融产品，为企业提供优惠金融服务。

（三）鼓励发展跨境电商。落实跨境电商扶持政策，培育跨境电商企业，引进跨境电商龙头企业、平台企业、应用企业和跨境电商人才。强化本地企业与乡村 e 镇内跨境电商平台和龙头企业对接合作，运用电子商务改造传统营销渠道，利用第三方平台开展对外贸易。鼓励对接阿里巴巴国际站、亚马逊、速卖通等第

三方平台资源，建设跨境电子商务创业培训（孵化）基地和服务中心。

（四）打造区域公用品牌。立足资源禀赋和比较优势，支持乡村 e 镇，开发一批适销对路的网货产品，打造做强一批区域公用品牌，鼓励企业创建一批“小而美”自主品牌。建立区域公用品牌运行和管理制度，促进区域公用品牌发展。挖掘品牌内涵，讲好品牌故事，创新品牌营销，组织开展区域公用品牌线上、线下营销推广活动，畅通线上线下销售渠道，提高品牌竞争力和知名度。

（五）培育乡村 e 镇商业带头人。建立电商产业培训孵化中心，开展新型商业带头人培育，培育一批具有示范带动效应的商业带头人。引进电商培训机构，对接大专院校，开展电商人才定制培训。培育一批本地网红，发挥网红效应。举办创业创新和技能大赛，挖掘电商专业人才。整合政府机构、行业协会等培训资源，利用县级电子商务公共服务中心等开展品牌设计、市场营销、电商应用等专业培训，强化实操技能，提升对返乡农民工、大学生、退役军人等就业创业服务水平，提高就业转化率。引入外部智力、人力资源，加强跨区域人员交流学习。

（六）健全电商公共服务体系。立足地方特色产业和资源禀赋，统筹生产、加工、包装、设计、营销、策划、金融服务、培训、展示、体验、会展和直播等服务，建立乡村 e 镇电商公共服



务中心。整合邮政、交通、供销、快递、金融、政务等资源，拓展服务中心代买代卖、小额存取、信息咨询、职业介绍等便民服务功能。围绕电商发展需要，发挥市场主导作用，向乡村 e 镇内企业提供营销推广、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、法律财税咨询等服务。建立电商产品展示体验中心，宣传展示推介山西优特产品和优势资源。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。

（七）加强基础配套设施建设。依据乡村 e 镇的定位和产业需要，盘活存量资产，完善基础配套设施，健全配套服务功能。支持宽带通讯、加工包装、产品研发、冷链仓储、物流配送、公共服务等基础设施建设。开展共同配送，推动寄递物流公共服务平台建设。完善“一刻钟”便民生活圈设施，开展智慧社区建设，积极应用大数据、物联网、5G 等技术，实现数字化、智能化管理。

（八）健全物流配送体系。建立乡村 e 镇物流配送中心，引导邮政、快递、物流、商贸流通等企业开展市场化合作，实现统一仓储、分拣、运输、配送、揽件，建立完善物流共同配送服务规范和运营机制，推动物流快递统仓共配，构建全国畅通的物流配送网络。以乡村 e 镇为核心载体，推动寄递物流公共信息服务平台建设，促进信息共享、数据互联。

（九）加大招商引资。围绕乡村 e 镇建设，加大招商引资招



才引智力度，创建有利于吸引人才的生活工作环境，健全有利于企业入镇发展的配套设施。创新招商模式，突出精准招商，提升招商质量，推进乡村 e 镇高质量发展。鼓励引进有建设资源、配套资金大等实力雄厚、专业性和可持续性强的省内外企业承接乡村 e 镇建设和运营。

（十）促进创新创业。发挥乡村 e 镇的政策和配套优势，营造有利于创新创业的良好氛围，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，提升孵化能力。推动乡村 e 镇创业孵化和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。

（十一）推进乡村 e 镇与电子商务进农村综合示范协同发展。围绕乡村 e 镇的主体功能区建设和产业定位，协同推进电子商务进农村综合示范工作。非电子商务进农村综合示范的地区除上述九项建设内容外，还要参照 2021 年商务部电子商务进农村综合示范工作建设内容，建立完善电子商务公共服务体系和物流配送体系，开展电商人才培养，促进商贸流通企业转型升级。电子商务进农村综合示范县重点要补短板、强弱项，进一步提升电商公共服务中心和物流配送中心服务水平。统筹建立和使用电商公共服务中心、物流中心和培训中心等，能共用的不得新建和重建，因乡村 e 镇距离县（市、区）中心区较远等客观条件限制不能统筹

建立和使用的，围绕乡村 e 镇需要可设立分中心，完善功能，提供服务，避免资源浪费。

#### **四、做好项目申报和管理工作**

(一) 进度安排。全面推进，重点指导，分类实施，两年完成。2022 年全面启动，并支持建成一批基础条件好的乡村 e 镇，2023 年底全面建成。

##### **(二) 申报条件**

申报山西省乡村 e 镇，应当具备以下条件：

**1. 申报范围。**全省 117 个县、市、区，优先重点支持国家电子商务进农村综合示范县、县、县级市，农业发展基础好，乡村振兴示范带动作用大，以及本地产品上行能力强的地区。

**2. 申报主体。**县（市、区）政府为申报主体。原则上一县一镇，个别基础条件特别好、引领带动汇聚作用特别强的地方可以申报两个乡村 e 镇，每市申报两个乡村 e 镇的县（市、区）不超过全市所有县（市、区）数量的 30%。

**3. 政策配套条件。**所在县（区、市）政府有明确的电商、主导产业发展的政策措施，在发展要素聚合、主导产业及集群化发展、体制机制等方面开展创新，形成体制机制灵活、发展潜力强劲、创新氛围活跃的发展环境。

**4. 市场主体基础。**区域内电子商务应用普及率高、覆盖面广，申报时原则上拥有 10 家以上电商企业（包含电子商务服务企业与

电子商务应用企业)。电子商务应用渗透到生产制造、经营管理和营销服务等产业链各个环节。电子商务与区域生产、生活、生态等各领域融合发展，对带动区域经济的发展贡献较大。区域内电子商务年交易额要达到一定规模，其中网络零售额申报时上年度原则上不低于 1000 万元，或区域内申报时原则上上年度网络零售额超 100 万元的电商企业不少于 3 个。

**5. 产业基础。**产业定位明确，产业特色突出，拥有具有培育潜力的电商企业和区域品牌，产业带动效应强，具有 1~2 个适合网销、市场影响力大的特色产品品类，申报时区域内市场主体数量原则上不少于 20 家，申报时上年度原则上年产值 5000 万元以上，引领地区经济发展能力强。

**6. 物理空间条件。**乡村 e 镇应有确定的规划空间，面积约 0.5~5 平方公里，或者建筑面积在 50 万平方米以上，区域内物流、仓配、宽带接入等基础设施较好，拥有较完善的电子商务服务网点和物流配送能力，通过具备电商、物流、人才等专业化的产业发展服务配套能力。

## (二) 建设标准

**1. 产业定位。**立足当前，着眼长远，要从实际出发，根据资源要素、禀赋条件、电商产业和比较优势，聚焦产业细分门类，结合产业发展现状，选择本地最有基础、最具潜力、最能成长壮大的产业，做强做精 1~3 个主导产业和区域品牌，培育形成具有



核心竞争力的电商产业，引领区域经济发展。聚焦产业高端化发展，提升产业价值链和产品附加值，建成后“十四五”期间总产值先行示范县不少于2亿元/年/镇、整体推进县不少于1.5亿元/年/镇、重点帮扶县不少于1亿元/年/镇，同比增长率高于所在市平均水平2个百分点。在聚力发展主导产业的基础上，推进生产生活生态“三生融合”、产业社区文化旅游“四位一体”，培育“一刻钟”便民生活圈。

**2. 市场主体发展。**建设期新增市场主体数量不少于10个/年/镇，其中开展电商业务市场主体不少于60%。建成后“十四五”期间网络零售额先行示范县不少于5000万元/年/镇、整体推进县不少于3000万元/年/镇、重点帮扶县不少于2000万元/年/镇，年网络零售额同比增长率不低于10%，有条件地区可进一步提高。坚持经济发展就业导向，扩大就业容量、提高就业质量。鼓励各地自加压力，设定一定数量的就业目标和一定规模的税收目标。鼓励发展跨境电商，创造跨境电子商务产业集聚发展的优良条件，为跨境电子商务企业提供通关、物流、金融、人才等一站式综合服务。

**3. 建设规模。**乡村e镇应边界清晰、集中连片、空间相对独立、四至范围精确，规划用地面积原则上不少于0.5平方公里，不多于5平方公里，或者建筑面积在50万平方米以上，以优化发展原有产业集聚区为主、以培育发展新兴区域为辅，重点布局在产

业集中突出、配套设施集聚以及市郊区域、城市新区及交通沿线、景区周边等有一定电商发展基础的区域。确保投资具备一定强度，每个乡村 e 镇总投资先行示范县原则上不少于 3 亿元、整体推进县原则上不少于 2 亿元、重点帮扶县原则上不少于 1 亿元。做强做精电商产业集群，培育竞争优势强的龙头企业。

**4. 创新驱动。**乡村 e 镇应聚焦创新创业，培育新产业新业态新商业模式，健全研发设计、成果孵化、金融导入、场景应用相结合的创新创业服务体系，至少有一个电商研发机构，至少设立一个金融服务网点和一个通讯服务网点。

**（四）申报程序和材料。**申报程序和要求：各市商务主管部门是培育乡村 e 镇的牵头部门。各县（市、区）政府以正式文件向市商务、财政和乡村振兴局提出申请，市商务局联合市财政和乡村振兴局向市政府请示，各市政府以正式文件向省商务厅、省财政厅、省乡村振兴局提出推荐意见。省商务厅会同省财政厅、省乡村振兴局组织召开评审会，确定名单并公示。各市商务局联合市财政局、市乡村振兴局于 2022 年 5 月 10 日前将装订成册一式 30 份的申报材料报省商务厅，逾期未申报的视为自动放弃。

申报材料：

1. 市政府推荐文件；

2. 山西省“乡村 e 镇”申报表（县政府盖章、县主要领导签字）；

3. 乡村 e 镇培育方案、乡村 e 镇发展规划（县政府盖章、县主要领导签字）；

4. 相关证明材料（县政府加盖公章）；

5. 县（市、区）政府承诺函（资料真实性、准确性、一致性、无重大安全隐患、按要求完成建设任务等）。

各县（市、区）“乡村 e 镇”申报表、乡村 e 镇培育方案、乡村 e 镇发展规划和县政府承诺函等将作为绩效考核、验收的重要依据。

（五）完善工作方案。编制乡村 e 镇培育方案。各县（市、区）乡村 e 镇培育方案要围绕乡村 e 镇的规划建设、基础配套设施建设、发展要素聚合、主导产业及集群化发展、体制机制创新等工作，明确规划范围、功能分区、投资运营主体、重点项目、建设方式、投融资模式、盈利模式等事项，科学编制工作方案，细化工作任务。工作方案要包含指导思想、基本原则、主要目标（需明确“十四五”期间市场主体、网络零售额、产值等指标）、预期效果、重点任务、实施步骤、建设规模、运营模式、保障措施等内容。主要目标要量化、细化，措施可落地，管理可问责。

编制乡村 e 镇方案要与电子商务进农村综合示范工作统筹考虑，一体编制，整体推进。

编制乡村 e 镇发展规划。要全面贯彻新发展理念，牢牢把握全方位高质量发展的主题，结合省市“十四五”发展目标和本地



区产业定位，目标设定要科学合理，各项措施要有前瞻性、全局性、基础性、针对性，切勿好高骛远、不切实际，规划内容要与工作方案协调一致。

（六）组织实施。各县（市、区）政府依据本地实际情况，各地自主选择乡村 e 镇培育方式，推进乡村 e 镇建设。同时，应坚持市场化运作、突出企业主体地位，鼓励通过政策激励引导、盘活存量资产、挖掘土地潜在价值等方式，培育专业性的乡村 e 镇投资运营主体，引导大中小微企业联动发展。确定培育运营方式后，要明确各方权利和义务，督促其按实施方案推进项目建设，指定责任人，跟踪项目建设进度。

乡村 e 镇建设期限为两年，建成后项目要持续运营并发挥作用，各地要深入考察调研，优先选择有建设运营实力、可持续能力强的乡村 e 镇投资运营主体，签订的合同或协议，应符合当地实际和项目运营的可持续性。

（七）制定项目验收办法。各县（市、区）政府要根据当地实际，制定合规、可操作的乡村 e 镇项目验收办法，组织有关专业人员或聘请第三方中介机构等方式对承办企业申请验收的项目开展资料核查和现场核实工作。项目验收后，上报省商务厅、省财政厅和省乡村振兴局。

（八）建立完善日常监管机制。县（市、区）政府要建立日常指导监督机制，加强乡村 e 镇工作日常监管，可委托会计师事

务所等第三方机构进行日常管理和绩效考核。加强事中事后全过程监管，加强对承办单位履约能力的考核。不仅重视项目建设，更要重视项目后期运营和工作实效。

（九）建立档案，设置统一标识。各县（市、区）要建立乡村 e 镇档案，完整保存项目建设资料。要在乡村 e 镇醒目位置，按照地标的理念设立乡村 e 镇标识。

## 五、加强资金管理

（一）资金使用。根据《财政部关于印发〈服务业发展资金管理办法〉的通知》（财建〔2019〕50号）和《财政专项资金监管办法》等规定，中央及省级财政资金不得用于楼堂馆所建设、征地拆迁、购买流量，不得用于支付罚款、捐款、赞助、偿还债务以及财政补助单位人员经费和工作经费。各县（市、区）政府要制定项目资金管理及拨付办法，各县（市、区）财政部门应加强专项资金的管理，与县（市、区）商务部门共同做好资金监管工作，同时各县（市、区）政府要按照申报时的承诺，积极落实本县（市、区）财政扶持资金，支持项目建设。

（二）资金拨付。省财政厅会同省商务厅按照申请、绩效考核等流程做好资金拨付工作，2022年4月下达启动资金。省商务厅将会同省财政厅、省乡村振兴局根据绩效考核情况，统筹全省乡村 e 镇培育资金的使用。

各县（市、区）政府根据乡村 e 镇项目建设合同，分阶段及



时将财政资金拨付到位。

（三）资金监管。县级纪检、审计、财政要建立资金监管机制，全流程确保资金使用安全监管。财政资金必须专款专用，资金投入额度、设备购置与归属须在承办单位与政府签订的项目建设协议中清晰明确，并落实到各地政府乡村 e 镇培育方案中。

（四）账目管理。乡村 e 镇运营主体要建立项目台账制度，根据国家财务、会计制度的有关规定进行账务处理，按照规定使用资金，按资金性质分别核算，自觉接受监督检查。

## 六、保障措施

（一）加强组织领导。培育乡村 e 镇是省委、省政府一项重要工作，时间紧、任务重，各市商务局、财政局、乡村振兴局要采取必要措施，抓紧组织安排实施，落实落细《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）。省级主管部门是第一责任主体，负责制定全省实施方案，指导全省乡村 e 镇培育工作，对县（市、区）进行绩效评价和验收。县（市、区）政府是实施乡村 e 镇培育的直接责任主体，对具体工作直接负责，负责自主统筹资金和项目管理，推动政策落地。建立县委或政府一名主要负责同志牵头成立乡村 e 镇工作领导小组，相关部门共同参与的工作协调推进机制，明确各部门工作职责并形成工作合力。注重统筹协调和政策协同力度，研究出台土地、资金、人才等配套支持政策，各地在安排使用省财政对乡村 e 镇的培育



资金时，应与发展改革、农业农村、乡村振兴等部门安排投资的项目加强衔接，避免重复投入。鼓励各地将乡村 e 镇管理运营工作经费纳入当地政府财政预算，确保项目可持续发展。

（二）强化工作指导。各市商务局要会同市财政局、市乡村振兴局建立指导监督机制，加强工作指导，指导各县（市、区）做好项目申报、方案规划编制、制度建立等工作，强化项目建成后运营和服务效果，加大对县（市、区）的日常监督检查，特别是现场检查，同时，要与市级纪检、审计、财政加强联动，建立监督协作机制，及时发现并解决工作中的问题。必要时，可组织有关专业人员或聘请第三方中介机构等对辖区内乡村 e 镇开展资料核查和现场核实工作。对日常监督检查、第三方中介机构以及纪检、审计等发现的问题，要建立问题清单，督促县（市、区）一一整改到位，推动乡村 e 镇培育工作。

（三）做好统计和信息报送。乡村 e 镇内市场主体、产值、网络零售额和社零指标等数据，要做到应统尽统，确保真实可信。各县（市、区）要按照省商务厅等要求，明确一位参与此项目工作的人员作为信息联络员，具体负责信息报送工作，按时按质向省、市做好信息报送工作。信息报送是绩效评价的重要内容，各县（市、区）要及时更新项目建设和资金拨付情况，凡接受财政补贴的承办主体，必须按要求提供有关交易和活动信息，同时，各级、各部门要依法保护承办主体的信息安全。

（四）做好经验总结。各市、县要及时梳理总结乡村 e 镇培育中出现的典型案例和经验模式，将发展主导产业、培育市场主体、建设推进、管理运营、助力乡村振兴等方面的经验和案例汇总、上报。

（五）重视宣传引导。各级、各部门要充分利用各种媒体，加大对乡村 e 镇相关政策、活动、经验、成效的宣传报道力度，积极营造正向舆论氛围，引导群众更新观念，调动群众积极性，不断提升企业参与度。加强地区间交流与借鉴，推广典型经验，增强辐射带动效应。

（六）加强廉政建设。各县（市、区）政府要建立健全各项规章制度，强化风险防控，确保财政资金安全，加强廉政建设，加大追责力度。

- 附件：1. 山西省乡村 e 镇建设标准  
2. 山西省乡村 e 镇申报表

## 山西省乡村 e 镇建设标准

项目	序号	建设内容	建设标准	属性
一、科学谋划布局	1	高标准编制乡村 e 镇方案和发展规划。	与实施方案协调一致，区域经济协调一致。	约束性
	2	培育最具核心竞争力的特色产业。	主导产业数量 1-3 个。	约束性
二、培育乡村 e 镇主导产业	3	对接省内外优势电商产业和市场优质资源，建立和完善乡村 e 镇电商产业供应链。	不少于 1 个乡村 e 镇上下游产业链供应链。	约束性
	4	鼓励省内大型企业下沉供应链。	不少于 1 家本地大型企业下沉供应链试点。	期望性
	5	发展壮大市场主体，引进培育一批电商龙头企业。	引进和培育在本市有一定影响电商龙头企业不少于 5 家。	约束性
	6	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企业给予奖励。	制定资金奖励办法，明确奖补标准。	约束性
三、培育引进电子商务企业	7	在电商平台建设山西产品体验馆。	至少在国内有影响的电商平台建立 1 个本地产品体验馆。	约束性
	8	开展金融扶持，对接金融机构，创新金融产品，为企业提供普惠金融服务。	至少引进 1 家金融服务网点。	约束性
	9	培育跨境电商企业，引进跨境电商龙头企业、平台企业、应用企业和跨境电商人才。	培育和引进在本市有影响的跨境电商龙头企业不少于 1 家。	期望性
四、发展跨境电商	10	对接阿里巴巴国际站、亚马逊、速卖通等第三方平台资源。	至少与 1 家第三方平台建立对接。	期望性
	11	建设跨境电子商务创业培训（孵化）基地和服务中心。	建筑面积不少 100 平米，培训人数不少于 200 人次。	期望性
五、打造区域公用品牌	12	打造做强区域公用品牌，创建一批“小而美”特色产品自主品牌，开发一批适销对路的网货产品。	打造或做强当地区域公用品牌不少于 1 个，“小而美”自主品牌不少于 5 个，网货产品不少于 5 款。	约束性
	13	建立区域公用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。	约束性
	14	做好品牌营销推广机制，挖掘品牌内涵，讲好品牌故事，创新品牌营销，组织开展区域公用品牌线上、线下营销推广活动，畅通线上线下销售渠道。	每年举办或参加不少于 1 次区域公用品牌展会；建立线上及线下宣传矩阵，宣传推广区域公用品牌（建立新媒体与传统媒体宣传渠道）。	约束性
	15	建立电商产业培训孵化中心。	可与跨境电商创业培训基地共用，建筑面积不少于 100 平米，培训人数不少于 500 人次。（电子商务进农村综合示范县，要统筹使用培训中心）	约束性
	16	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，培育带头人不少 5 人。	约束性
	17	引进电商培训机构，对接大专院校，开展电商人才定制培训。	引进电商培训机构不少于 1 家。	期望性



## 山西省乡村e镇建设标准

项目	序号	建设内容	建设标准	属性
	18	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。	约束性
	19	举办创业创新和技能大赛。	每年举办大赛不少于1次。	约束性
	20	建立乡村e镇电商公共服务中心。	建筑面积不少于1000平米；能满足入驻企业需要，建立大数据中心，至少设立1个直播直播间，发挥综合协调服务功能。	约束性
七、健全电商公共服务体系	21	建立乡村e镇电商公共服务平台。	搭建1个线上公共服务平台。功能按照需求设立，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、法律财税咨询等服务）。	期望性
	22	建立电商产品展示体验中心，宣传展示推介山西优特产品和优势资源。	建筑面积≥100平米，≤300平米。功能区域包括：产品线陈列展示、体验品鉴、销售对接。	约束性
	23	建立乡村e镇物流配送中心。	建筑面积原则上不少于500平米，功能规划与基础设施根据实际需要配备。	约束性
	24	引导邮政、快递、物流、商贸流通等企业开展市场化合作，实现统一仓储、分拣、运输、配送、揽件，建立完善物流共同配送服务规范和运营机制，推动物流快递统仓共配，构建全国畅通的物流配送网络。	推动物流快递统仓共配，建立物流共同配送服务规范和运营机制。	期望性
	25	推动快递物流公共信息服务平台建设。	建立快递物流公共信息服务平台。	期望性
	26	有序引导金融和社会资本投入乡村e镇建设。	招商资金不少于政府引导资金。	期望性
十、优化营商环境	27	在乡村e镇内推动“放管服”改革，创新管理模式，提高服务水平，营造良好营商环境。	针对“乡村e镇”制定“放管服”的专门政策。	约束性
	28	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。	期望性
十一、加强宣传强化管理	29	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。	约束性
	30	强化管理，确保乡村e镇在用地、生态环保、债务防控、房住不炒和安全生产等方面合规合法。	确保合规合法，不发生违法违规事件。	约束性
十二、加强组织领导	31	建立县委或政府一名主要负责同志牵头成立乡村e镇工作领导小组，相关部门共同参与的工作协调推进机制，明确各部门工作职责并形成工作合力。	建立和完善相应体制机制。	约束性
	32	鼓励各地优先采取项目补助、贷款贴息、以奖代补等支持方式，开展乡村e镇打造工作。	制定资金管理辦法，明确支持标准。	约束性

## 山西省乡村e镇建设标准

项目	序号	建设内容	建设标准	属性
十三、产业定位	33	保证乡村e镇建成后“十四五”期间，年总产值同比增长率高于所在市平均水平2个百分点。	先行示范县不少于2亿元/年（验收当年）。	约束性
			整体推进县不少于1.5亿元/年（验收当年）。	
			重点帮扶县不少于1亿元/年（验收当年）。	
十四、建设规模	34	合理规划乡村e镇，科学设定乡村e镇规模。	占地面积 $\geq 0.5$ 平方公里， $\leq 5$ 平方公里，或者建筑面积在50万平方米以上，建设。边界清晰、集中连片、空间相对独立、四至范围精确。	约束性
			先行示范县不少于3亿元。	
			整体推进县不少于2亿元。	
十五、市场主体发展。	35	总投资规模。	重点帮扶县不少于1亿元。	约束性
			先行示范县不少于5000万元/年（验收当年）。	
			整体推进县不少于3000万元/年（验收当年）。	
十六、创新驱动	36	保证乡村e镇建成后“十四五”期间，年网络零售额同比增长率不低于10%。	重点帮扶县不少于2000万元/年（验收当年）。	约束性
			法人单位不少于10个/年/镇。	
			一定数量。	
十七、创新驱动	37	发展壮大市场主体。	至少设立1个电商研发机构，至少设立1个金融服务网点和1个通讯服务网点。	约束性
			一定数量。	
			设定一定数量的就业目标。	
十八、创新驱动	38	乡村e镇应聚焦创新创业，培育新业态新商业模式，健全研发设计、成果转化、金融导入、场景应用相结合的创新创业服务体系。	至少设立1个电商研发机构，至少设立1个金融服务网点和1个通讯服务网点。	约束性
			一定数量。	
			设定一定数量的就业目标。	
十九、创新驱动	39	乡村e镇应聚焦创新创业，培育新业态新商业模式，健全研发设计、成果转化、金融导入、场景应用相结合的创新创业服务体系。	至少设立1个电商研发机构，至少设立1个金融服务网点和1个通讯服务网点。	约束性
			一定数量。	
			设定一定数量的就业目标。	

**名词解释：**

- 1、市场主体：在乡村e镇内以营利为目的从事经营活动的下列自然人、法人及非法人组织（根据《中华人民共和国市场主体登记管理条例》内规定）。
- 2、主导产业：在乡村e镇内由政府拟重点发展的，有政策配套的，规划实施的产业。
- 3、总投资规模：在规划区域内围绕乡村e镇产业、市场主体、配套基础设施建设等，所有正在发挥效应的政府及社会的投资累计，包含交通、通信、生产、商贸等，包括新增投资和以往投资。
- 4、新增投资：围绕乡村e镇实施方案建设任务新增的投资。
- 5、总产值：一段时间乡村e镇内生产的货物和服务的价值总和。
- 6、电商研发机构：基于电商相关产业，具有开发、创新能力的机构，可设立、引进或合作。

## 山西省乡村e镇申报表

申报县 (市、区)		是否为电子商务进农村 综合示范县	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		三类县分 类				
乡村e镇项目名 称		负责人			联系电话				
联系人		联系电话			电子邮箱				
地址									
目前基础条件	规划面积(平方公里)		基础设施情况						
	市场主体(个)		电商企业(个)						
	网络零售额(万元)		网络零售额超过100万元 企业数						
	主导产业(具体名称)		特色产品(具体名称)						
	拥有品牌(具体名称)		产值(万元)						
培育规划目标		2022		2023		2024		2025	
		值	同比增长率	值	同比增长率	值	同比增长率	值	同比增长率
	总投资规模(万元)								
	新增投资(万元)								
	主导产业投资(万元)								
	新增市场主体(个)								
	新增电商企业(个)								
	网商(人)								
	总产值(万元)								
	网络零售额(万元)								
	品牌(个)								
	电商研发机构(个)								
	吸纳就业(人)								
	纳税(万元)								
县(市、区)政 府意见	年 月 日(盖章)								

## 填表说明:

- 1.所有数据均为乡村e镇规划区域内的数据,目前基础条件数据以现有或2021年为准。
- 2.基础设施情况指围绕乡村e镇建设目前拥有哪些基础设施,单独列明,如:物流、仓储、宽带等。
- 3.特色产品指具有培育潜力、适合网销、市场影响力大的特色产品品类,具体列明。
- 4.吸纳就业、纳税属于参考指标。
- 5.品牌指乡村e镇内区域公用品牌及企业自有的品牌。
- 6.山西省乡村e镇申报表需经县(市、区)政府主要负责人签名并加盖公章。



