

商务部流通产业促进中心

商流促函〔2024〕84号

关于做好县域商业和农村电商“领跑县”等典型案例 推荐工作的通知

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团商务主管部门：

为贯彻落实《商务部等9部门办公厅（室）关于印发〈县域商业三年行动计划（2023-2025年）〉的通知》（商办流通函〔2023〕419号）和《商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》（商流通函〔2024〕39号）相关要求，做好县域商业“领跑县”、农村电商“领跑县”、数字化商贸流通龙头企业、县域直播电商中心（村播学院）等典型案例推荐工作，现就有关事项通知如下：

一、相关条件

（一）县域商业“领跑县”典型案例。

- 1.满足省级商务主管部门制定的分等定型“提升型”县标准，并通过验收。
- 2.在商业网点改造、物流配送、企业转型等方面工作扎实，取得成熟经验和阶段性成效。（具体可参照附件1）
- 3.县域商业建设行动项目和资金管理不存在重大问题，

未发生安全生产事故或质量事故，纪检、巡视、审计等未反映相关工作严重问题。

（二）农村电商“领跑县”典型案例。

1.在农村电商公共服务体系、县乡村三级物流配送体系、新型农村电商主体培育等方面工作扎实，取得成熟经验。在培育农村电商特色品牌、带动农村创业就业、促进农民增收等方面取得较好成效。（具体可参照附件2）

2.如为电子商务进农村综合示范县，应完成项目验收。

3.电子商务进农村综合示范、县域商业建设行动等中央财政支持项目质量或资金管理不存在重大问题。纪检、巡视、审计未反映相关工作严重问题。农村电商领域未发生安全生产事故、舆情、侵犯消费者权益等事件。

（三）数字化商贸流通龙头企业典型案例。

1.数字化发展基础较好、服务水平较高，在数字技术应用、数字化营销、数字化运营管理、绿色低碳发展等方面取得较好成效和成熟经验。（具体可参照附件3）

2.享受政府财政资金支持的企业，两年内未发生严重项目责任问题，在项目管理或资金管理中不存在重复支持、弄虚作假等现象。

3.两年内未发生重大安全事故、质量事故、舆情事件或者造成重大经济损失等。

（四）县域直播电商中心（村播学院）典型案例。

1.具有开展直播必要的软硬件设施设备和良好的运营机

制，在直播人才培养、促进县域特色产品上行、带动当地产业发展等方面取得较好成效和成熟经验。（具体可参照附件4）

2.具备良好的辐射带动和可持续运营能力，具有稳定的直播电商产业链合作伙伴，与直播电商平台、上下游企业形成良好的合作机制。

3.公司主体及主要经营人员、主播近三年不存在严重违法违规行为，不存在失信记录及其他不良记录，未发生过重大安全事故。

二、推荐要求

请省级商务主管部门于2024年8月30日前将以下材料电子版上传至商务部县域商业信息管理系统，超期不予受理。网址为：<https://emanage.mofcom.gov.cn/loginGov.html>，路径为：文件上传-领跑县典型案例。

（一）推荐名单。县域商业“领跑县”为通过本年验收的“提升型”县；农村电商“领跑县”不超过1个、数字化商贸流通龙头企业不超过10家、县域直播电商中心（村播学院）不超过10个。

（二）推荐表、典型案例。格式参照附件5-8，推荐表需加盖省级商务主管部门公章。

（三）其他材料。县域商业“领跑县”除上述材料外，还需提交各县验收报告；农村电商“领跑县”如为电子商务进农村综合示范县，还需提交项目验收报告。

联系方式:

推荐工作

联系人: 陈琬 戴松君

电 话: 010-83779155/9150

传 真: 010-83779158

邮 箱: cipcszjic@163.com

系统上传工作

联系人: 邬倩

电 话: 010-67801650

- 附件: 1.县域商业“领跑县”应具备的特点及成效
2.农村电商“领跑县”应具备的特点及成效
3.数字化商贸流通龙头企业发展目标及实际情况
4.县域直播电商中心（村播学院）发展目标及实际情况
5.县域商业“领跑县”典型案例推荐表
6.农村电商“领跑县”典型案例推荐表
7.数字化商贸流通龙头企业典型案例推荐表
8.县域直播电商中心（村播学院）典型案例推荐表

商务部流通产业促进中心

2024年5月21日

附件 1

县域商业“领跑县”应具备的特点及成效

组织管理	组织领导	县级党委、政府高度重视，负责同志亲自抓，成立工作领导小组，细化职责分工；建立多部门统筹协调机制，集中商务、农业农村、交通运输、邮政、供销合作等部门力量，加强政策协同，推动重点任务落实落地。
	工作思路	对本县商业体系底数清、情况明；结合本地实际，提出“十四五”时期县域商业体系建设工作目标、总体思路，制定切实可行的实施方案，明确时间表、路线图。
	配套措施	出台规划、财政、人才、融资等配套措施，为县域商业高质量发展创造良好的政策环境，提供必要的政策支持。
重点任务	商业网点建设改造	有条件的县依据国土空间总体规划，编制商业网点专项规划，明确县乡村商业网点数量、分布、功能、规模、业态等内容（对制定规划的县酌情加分）。对县城综合商贸中心、乡镇商贸中心、村级便民商店等网点进行了必要、合理的升级改造，有效提升了硬件设施和服务功能，便利了居民消费。乡镇大集等网点改造注重保留乡土气息和传统文化，提高群众消费体验。
	农村物流体系建设	对分拣、仓储设施进行自动化更新，提高农村物流配送现代化水平。发展共同配送，统筹县域商贸、邮政、供销合作、物流、快递等资源，整合订单、数据、场地、车辆、人员、包裹、线路等，降低成本。具备条件的县在电商快递基础上，叠加日用消费品、农资等物流服务。除边远地区外，物流快递成本与省会城市持平，县到村、村到县配送实现“当日达”。对边远、分散的农村，探索可行的物流配送方案，提高通达率。
	龙头企业培育	拥有扎根本地的商贸流通龙头企业。企业管理规范，开展连锁经营，网点覆盖县镇，辐射乡村，对在村里直接开店或开展加盟经营的，优先推荐。企业自建或合作经营物流配送中心，为门店配送，保障商品质量。有条件的可为其他市场主体提供第三方物流服务。
	农产品上行	根据本地农产品生产流通特点，建设实用、适用的农产品商品化处理设施，配备分拣、预冷、清洗、烘干、包装、运输设施，提高农产品设备化处理和错峰销售能力。
	农村电商	农村电商发展环境良好，市场主体活跃，直播电商、即时零售等新模式新业态发展迅速，在带动农产品销售和农民增收、促进农村消费提档升级等方面发挥积极作用。电子商务进农村综合示范县应加强后续工作，做好资产管护、盘活利用，推动可持续运营。
管理规范 (适用于县域商业建设行动支持县)	项目管理	支持方向符合工作文件要求，严格项目和承办企业筛选，加强建设进度跟踪管理，及时组织项目验收，对项目建成后持续运营和资产管护等有明确要求。
	资金管理	资金使用规范，单独核算、专款专用，拨付进度符合中央和省级要求。引入审计、监理咨询等第三方，参与资金决策的监督；按要求做好资金事项的信息公开。

	日常监督	建立日常监督检查机制，对资金使用和项目进展情况检查指导，及时发现问题并督促整改。
	绩效评价	绩效评价成绩在本省排名靠前，未发现严重资金违规使用等问题。
	统筹衔接	加强与“万村千乡”市场工程、电子商务进农村综合示范工作的统筹衔接，本着经济节约原则，用好既有设施设备，加强功能整合和服务提升，不盲目铺摊子，不搞重复投入。
工作成效	年度目标任务完成情况	符合省级商务主管部门制定的提升型县标准，对于没有提升型县的西部和东北地区省份，可推荐达到标准的增强型县。须通过省级商务主管部门组织开展的评估验收。
		对照省级工作方案和《县域商业建设指南》，高标准完成约束性指标和自选预期性指标。县城综合商贸中心、乡镇商贸中心（集贸市场）、村级便民商店、县级物流配送中心、乡村快递通达率、共同配送率、农村电商覆盖面、农产品冷链物流设施等在数量、质量或功能上实现提升（应提供量化数据）。
	助力乡村振兴	年度县域商品和服务销售额同比增长，总量或增速位于全省前 1/3。
		农村网络零售额、农产品网络零售额、农村网商（店）数同比增长，总量或增速位于全省前 1/3。
		县域主要商业设施（商贸中心、农贸市场、便利店等）/万人保有量、乡镇/街道覆盖率同比增长。
打造典型标杆	县域快递物流包裹数的绝对值或增长率位于全省前 1/3。	
		在商业网点改造、物流资源整合、商贸流通企业转型升级、促进农产品上行、农村电商高质量发展等某一个或多个方面探索形成可复制可推广的经验做法，有关做法在全国性或省级会议上交流，或获得主流媒体采访报道。农村居民对县域商业环境整体满意度较高。
其他	不具备推荐资格事项	1.县域商业建设行动等项目质量或资金管理存在重大问题，纪检、审计、巡视或舆情反映相关工作存在严重问题。 2.县域商业领域发生安全生产事故。

附件 2

农村电商“领跑县应具备的特点及成效

组织管理	组织领导	县级党委、政府高度重视，成立工作领导小组，细化职责分工；建立多部门统筹协调机制，集中商务、农业农村、交通运输、邮政、供销合作等部门力量，加强政策协同，推动重点任务落实。
	配套措施	出台规划财政、人才、融资等配套措施，为农村电商高质量发展营造良好政策环境，提供必要政策支持。
	行业促进	本地组建有农村电商行业协会、社团等组织，积极对接行业资源，引导诚信经营和绿色发展，营造活跃的农村电商发展氛围。
重点任务	搭建电子商务综合服务平台	对县级电商公共服务中心（电商产业园区）进行改造升级，提升服务功能和可持续运营能力。与主要平台或服务商建立稳定合作关系，提供专业化精细化电商服务，运用上级部门反馈数据或第三方数据进行挖掘分析，支撑政府决策和行业发展。
	完善三级物流配送体系	推动县级物流配送中心（物流园区）、乡镇快递网点升级改造，农村物流设施现代化水平较高，共同配送应用范围较为广泛。
	促进商贸流通企业数字化转型	鼓励商贸流通企业建立数字化（含电子商务）组织团队，运用数字技术发展数字化营销，建设数字化管理系统，提供数字化服务，开展直播电商、社群电商、即时配送等业务，发展“线上引流+线下消费”模式。
	培育新型农村电商主体	积极组织直播大赛、电商技能培训等人才培养活动，策划举办直播助农、电商促销等资源对接活动，活跃市场主体。
	推动农村电商与一二三产融合	立足当地特色产业和资源禀赋，通过农村电商帮助生产主体改进生产决策、调整产品结构，提供适销对路的县域特色产品，促进产业链上下游协同发展。
工作成效	完善农村电商服务体系	农村电商服务体系设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效。本地电商企业、农村网商（店）、活跃带货主播等数量或增速位于全省前列；县域快递物流包裹数或增速、共同配送率等位于全省前列。电子商务进农村综合示范县应完成项目建设并通过验收。
	带动农民就业增收	提升农民致富技能，带动农民就业创业。电商培训人次、电商从业人员数量或增长速度位于全省前列。
	带动当地产业发展	培育农村电商特色品牌，扩大特色产品线上销售额，农村网络零售额、农产品网络零售额，总量或增速位于全省前列。
	促进农村消费提质升级	优化农村消费供给，培育热点消费品类和数字消费场景，扩大农村消费规模，促进农村居民消费升级。农村实物型网络零售额占社会消费品零售额比重位于全省前列；农村服务型网络零售额或增速位于全省前列。
	打造农村电商创新标杆	在农村电商运营技术、模式创新、绿色发展、数字赋能等方面形成了可复制、可推广的经验做法。直播电商交易额或增速、即时零售平台本地用户注册量或增速等指标位于全省前列。
其他	风险提示	1.电子商务进农村综合示范、县域商业建设行动等中央财政支持项目质量或资金管理存在重大问题，纪检、审计、巡视或舆情方面存在严重问题。2.农村电商领域发生安全生产事故、舆情、侵犯消费者权益等事件。

附件 3

数字化商贸流通龙头企业发展目标及实际情况

总体情况	
数字化组织架构	拥有开展数字化业务（含电商）组织团队，制定数字化人才培养计划，投入了一定规模数字化建设资金。
数字化发展基础	具备数字化发展基础，能够对企业运营、业务拓展、组织人事、安全防控等领域提供数字化管理支持，有数据沉淀并进行数据挖掘和分析，支撑经营决策。
数字化服务能力	具备数字化营销能力，运用互联网开展线上经营活动或拓展线上业务，联动数字化平台对本地中小微企业进行供应链赋能。
数字化安全管理	具有数字化安全管理意识，建立了网络安全、信息安全等相关管理制度或安全防护措施。
数字化发展成效	在线订单量占总订单量比例处于较高水平，线上客户体验较好、粘性较强、复购率较高。
一、批发类企业 ¹	
智能物联设备	配有智能卡口、智能秤、射频识别技术等智能物联设备，实现一定程度数据自动采集，提升数字技术应用能力。
数字管理系统	建有数字管理系统，汇集了商户、商品、交易、价格、客流、物流等信息，能对配货和库存进行动态管理，赋能上下游企业。
电商经营行为	与头部平台或服务商建立合作关系，运用直播电商、社群电商等新营销模式拓展线上业务，批发市场内开展线上业务商户数持续增长，线上商户数量与总商户数量占比达到较高水平。
二、生活服务类企业 ²	
网络服务	具备连锁经营能力，能够依托互联网提供在线排位、在线预定、线上下单、在线支付、线上导览等服务。
智能设备	能够提供或使用人脸识别等设备快速确认身份，使用清洁机器人、导航机器人等智能设备提供无人服务。
线上营销	能够依托网络营销渠道开展宣传推广、客户管理、订单处理、在线交易等业务，提供网订店取、网订店送、自助提货等服务。
三、物流配送类企业 ³	
智能仓储	运用标准托盘、周转箱（筐）、智能物流管理系统、可循环包装技术、智能货架、智能云仓等智能化设施，优化利用仓储空间，提高仓储作业效率。

¹ 指以批发为主营业务的企业，包括不限于批发市场、产地批发商、总代理商（经销商）、二级批发商等。

² 指以为居民提供餐饮、住宿等生活服务为主营业务的实体企业，包括不限于住宿、餐饮、酒店等。

³ 指以商贸物流或快递物流为主营业务的企业，其中商贸物流企业是指与批发、零售、住宿、餐饮、居民服务等商贸服务业及进出口贸易相关的物流服务商；快递配送企业是指专门从事将商品、文件等物品从寄送地点快速、高效地运送至收件人手中的服务商。

智能分拣	具备自动分拣设备，如自动分拣线、拣货机器人、智能分拣机等，减少人工操作，提高分拣效率。
协同配送	创建小程序或公众号，或者联动平台企业，提供统仓共配、协同化配送等方面服务。
数据互联	在确保用户信息安全前提下，能够与电商经营者进行数据互联共享，共同提升配送效率。
四、产地经纪人⁴	
网络店铺	在主流电商平台上开设有网络零售店铺，带货主播粉丝群达到一定规模，且店铺（主播）业绩良好，电商销售额持续保持增长。
数字管理	建有信息化管理系统，采集农户基础信息、土地信息、产品信息等，通过农村电商终端消费数据帮助生产主体改进生产决策、调整产品结构，提供适销对路农产品。
智慧种养	通过农村电商引导生产主体采用数字化技术科学种养，支持农作物生长监测、病虫害防治、产量预测等。
五、传统零售类企业⁵	
网络营销	善于运用数字化工具开展“线上引流+线下消费”营销服务，如内容营销、导购直播、网店运营等，增加曝光率和点击量，有效提升店铺名气、人气和流量，提高销售量和销售额。
数字系统	建有进销存一体化、订单结算、客户关系等数字化管理系统，支撑企业运营管理、业务流程、渠道拓展等业务，提高运营效率。
数字服务	拥有自助结算设备，通过农村电商消费数据挖掘分析，支撑选品推荐、销售预测、大数据营销等数字化服务。
在线协同	开展连锁经营，建立了信息管理系统，可以进行实时管理调度，为直营店、加盟店等提供统一货源、统一包装、统一配送等一体化供应链服务。
风险提示	
<p>1.享受政府财政资金支持的企业两年内发生过严重项目责任、在项目管理或资金管理中存在重复支持、弄虚作假等问题。</p> <p>2.两年内发生了重大安全事故、质量事故、舆情事件或者造成重大经济损失等。</p>	

⁴ 产地经纪人指主营业务为县域特色产品进行生产、加工、采买、批发、销售的服务商，包括但不限于农民专业合作社、农场主、农业产业化龙头企业等。

⁵ 传统零售类企业指主营业务为居民提供零售服务的实体企业，包括但不限于百货商场、超市、便利店、购物中心等。

附件 4

县域直播电商中心（村播学院）应具备功能及服务能力

组织管理	主体明确	运营主体须为当地依法注册登记企业，成立时间不少于 1 年，运营状况良好。运营主体及入驻企业遵守相关法律法规规定，诚实守信，依法开展经营活动。
	运营机制	有专业化管理及运营机构，配有专职工作人员，能有效开展中心建设、招商、管理、运营等工作。积极落实党建工作责任，设有党组织的优先考虑。
	配套措施	制定中长期发展规划，组织开展行业研讨、直播助农、资源对接等方面活动，为中心高质量发展创造良好环境。
发展基础	基础硬件	有合理的办公空间，配置完善的直播设备，直播间（场景）有效满足企业需求；建有良好的发展环境，信息化基础设施完善。
	企业集聚	有直播电商企业、直播上下游供应链企业、开展直播业务的流通企业、专业服务机构入驻，电商企业、物流企业入驻率不低于 80%。
	平台合作	具有稳定的直播电商产业链合作伙伴，与直播电商平台、上下游企业形成良好的合作机制。
服务能力	电商公服	提供选品展示、短视频内容制作、电商代运营、主播培育孵化、营销推广等电商公共服务。
	配套服务	可提供工商注册、税务登记、项目申报等行政便利服务以及法律会计、检验检测、投融资等配套服务。
	孵化服务	联合企业、院校加强直播团队孵化，探索应用数字技术构建新应用场景，创新业态模式，培育新品牌，开发新产品。
要素支撑	物流配送	有条件的可设置独立的物流仓储承载空间，吸引头部物流服务商入驻，可提供集货、仓储、分拣、配送和一件代发等服务。
	人才培养	具有完善的直播电商人才培养体系，与大专院校、头部平台服务商等建立产学研联合培养机制，积极组织电商人才培训活动。
	数据联动	与平台、第三方数据服务商等建立了数据合作关系，并联动商务部门数据开展分析挖掘工作，为中心运营和入驻企业提供运营支持。
发展成效	发展规模	电商企业入驻率、直播电商交易额、短视频交易额增长速度、粉丝数十万级以上主播人数位于全省前列。
	带动就业	积极开展本地就业创业指导，提高就业质量，培养本地电商带头人和吸纳应届大学毕业生能力较强。
	产业融合	引领带动本地产业高质量发展，通过品牌培育、直播精准营销等产业服务为产业赋能，提升商贸流通行业数字化服务能力。
其他	风险提示	公司主体及主要经营人员、主播近三年存在严重违法违规行为，有失信记录及其他不良记录，发生过重大安全事故。

附件 5

县域商业“领跑县”典型案例推荐表

省级商务主管部门（盖章）：

基本情况				
申报单位：	省	市（州、盟）	县（市、区、旗）	
常住人口			区域面积	
全县社会消费品零售总额（亿元）		农村居民人均可支配收入（元）		人均消费支出（元）
县域商业建设行动支持金额（万元）				
市场主体				
县域龙头商贸流通企业数量（个）		其中连锁经营企业数量（个）		其中有自建物流的企业数量（个）
商业网点				
县城综合商贸服务中心县域覆盖率（%）		乡镇商贸中心（集贸市场）乡镇覆盖率（%）		村级便民商店行政村覆盖率（%）
物流配送				
县级物流配送中心县域覆盖率（%）		乡镇快递网点乡镇覆盖率（%）		快递进村覆盖率（%）
县域内共同配送比例（%）		县域内快递物流配送效率	当日达/次日达	
农村电商				
农村电商对行政村覆盖率（%）		农村网络零售额（亿元）		县域内网商（店）数量（个）
农产品上行				
农产品产地商品化处理率（%）		农产品产地低温处理率（%）		农产品网络零售额（亿元）
县域商业体系建设工作情况简要介绍（600字以内）				
<p>1.重点描述县域商业体系建设目标任务完整情况，特别是《县域商业建设指南》中的7个约束性指标建设完整情况。</p> <p>2.在助力乡村振兴方面取得成效，包括但不限于县域消费品零售总额增长情况、农村和农产品网络销售情况、带动创业就业和助农增收情况。</p> <p>3.附3-4张图片。</p>				
省级商务主管部门推荐意见				

注：1.有关统计数据应为上一年度数据；
2.如未获得中央财政资金支持，有关内容可不填报。

典型案例要求

(2000-3000字)

围绕商业网点改造、物流资源整合、商贸流通企业转型升级、促进农产品上行等方向提供典型案例。

附件 6

农村电商“领跑县”典型案例推荐表

省级商务主管部门（盖章）：

基本情况				
申报单位： 省 市（州、盟） 县（市、区、旗）				
常住人口		区域面积		
全县社会消费品零售额（亿元）及增速（%）		县域直播电商中心	有（ 个） 无	
市场主体				
电商企业数量（个）		其中电商服务商数量（个）		其中纳统电商企业数量（个）
限额以上商贸流通企业数（个）		农村网商（店）数（个）		活跃带货主播数（人）
电商培训（人次）		电商从业人员数（人）		
物流配送				
电商快递件数（件）		电商快递件数增速（%）		县域内共同配送比例（%）
乡镇快递网点乡镇覆盖率（%）		快递进村覆盖率（%）	县域内物流快递配送效率（%）	<input type="checkbox"/> 半日达 <input type="checkbox"/> 当日达 <input type="checkbox"/> 次日达
电商规模				
农村网络零售额（亿元）及增速（%）		农村实物型网络零售额（亿元）及增速（%）		
农产品网络零售额（亿元）及增速（%）		直播电商交易额（亿元）及增速（%）		
产业基础				
农村电商特色产品（不多于三种）		农村电商特色产业增加值（亿元）		
区域公用品牌	有（ ） 无	地理标志保护产品数量（个）		

农村电商工作情况简介（突出工作进展、成效和创新亮点，600字以内）

省级商务主管部门意见

注：有关统计数据应为2023年度数据。

典型案例要求

（2000字以内）

围绕电商与一二三产融合发展、完善三级物流配送体系、培育新型农村电商主体、发展新业态新模式、建设电商公共服务平台等方向提供典型案例，选择方向不超过3个，同类案例不超过2个。

附件 7

数字化商贸流通龙头企业典型案例推荐表

省级商务主管部门（盖章）：

基本情况				
企业名称				
注册地址	省 市（州、盟）		县（市、区、旗）	
企业类型	<input type="checkbox"/> 农村批发 <input type="checkbox"/> 生活服务 <input type="checkbox"/> 商贸物流 <input type="checkbox"/> 快递物流 <input type="checkbox"/> 产地经纪人 <input type="checkbox"/> 传统零售	经营范围	主营业务收入 (万元)	
员工数量(人)		技术研发员工 数量(人)	吸纳农村地区就业 人数(人)	
数字化发展领域 获最高荣誉 (不多于三个)			数字化投入总额 (万元)	
一、批发类				
电商销售额(万 元)及增速(%)		电商销售额占 总销售额比例 (%)	开展电商业务商户 数占总商户数量比 例(%) (批发市场填)	
二、生活服务类(住宿餐饮)				
在线订单量占 总订单量比例 (%)		在线交易额(万 元)及增速(%)	是否使用智能物联 设备提供服务	
三、物流配送类				
共同配送率(%)		是否使用智能 化设备提供服 务	是否与电商经营者 进行数据互联共享	
四、产地经纪人类(农民专业合作社)				
电商销售额(万 元)及增速(%)		网络零售店铺 数量(个)	粉丝规模十方级以 上带货主播数量 (人)	

五、传统零售类					
电商销售额（万元）及增速（%）		电商销售额占总销售额比例（%）		运用自助结算设备销售额占总销售额比例（%）	
省级商务主管部门意见					

注：填写的相关内容需同时提交证明材料。

典型案例要求

（2000 字以内）

围绕商贸流通龙头企业数字技术应用、数字化营销、数字化运营管理、绿色低碳发展等方面创新举措和创新成果提供典型案例 1 个。

附件 8

县域直播电商中心（村播学院）典型案例推荐表

省级商务主管部门（盖章）：

基本情况					
名称					
地址					
运营机构	名称				
负责人	姓名		职务		电话
经营管理					
开园运营年限(年)		运营团队(人)		党员人数(人)	
党小组(个)		是否有中长期规划	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		
发展基础					
建筑面积(平方米)		直播电商企业(个)		直播电商企业入驻率(%)	
直播间总数(个)		合作直播平台(个)			
服务能力					
公共服务	<input type="checkbox"/> 直播带货 <input type="checkbox"/> 直播选品 <input type="checkbox"/> 短视频制作 <input type="checkbox"/> 直播场景打造 <input type="checkbox"/> 主播孵化培育 <input type="checkbox"/> 商品供应链服务 <input type="checkbox"/> 代运营 <input type="checkbox"/> 营销推广 <input type="checkbox"/> 客服托管 <input type="checkbox"/> 其他服务_____				
配套服务	<input type="checkbox"/> 工商注册 <input type="checkbox"/> 税务登记 <input type="checkbox"/> 年审年检 <input type="checkbox"/> 项目申报 <input type="checkbox"/> 会计事务 <input type="checkbox"/> 法律支持 <input type="checkbox"/> 其他服务_____				
孵化服务	2023 年孵化直播电商企业(个) _____				
要素支撑					
物流配送	<input type="checkbox"/> 仓储加工 <input type="checkbox"/> 分拣包装 <input type="checkbox"/> 快递配送 <input type="checkbox"/> 其他服务_____				
人才培养	<input type="checkbox"/> 电商实训 <input type="checkbox"/> 人才引进 <input type="checkbox"/> 开展直播培训(场) _____				
数据联动	<input type="checkbox"/> 平台数据合作 <input type="checkbox"/> 数据分析 <input type="checkbox"/> 数据上报 <input type="checkbox"/> 其他服务_____				
发展成效					
2023 年直播电商交易额(万元)		2023 年入驻企业获得投融资总额(万元)		2023 年直播带货(场次)	

十万级以上粉丝主播（人）		全体直播电商企业从业人员数（人）		吸纳应届大学毕业生就业（人）	
所获荣誉（近3年）					
省级商务主管部门意见	<p style="text-align: center;">省级商务主管部门（盖章）</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>				

注：填写的相关内容需同时提交证明材料。

典型案例要求

（2000字以内）

围绕县域直播电商中心（村播学院）新业态新模式、直播人才培养、农村电商带头人、促进县域特色产品上行、带动当地产业发展等方向提供典型案例1个。