

封政文〔2023〕16号

封丘县人民政府 关于修订《封丘县国家级电子商务进农村综合 示范工作实施方案》的通知

各乡(镇)人民政府，县政府各部门：

为进一步推进我县农村电子商务发展，深入实施和完善农村电子商务综合示范工作，经县政府研究，决定对《封丘县国家级电子商务进农村综合示范项目实施方案》（封政文〔2021〕47号）相关内容进行修订完善。现将修订后的《封丘县2020年国家级电子商务进农村综合示范工作实施方案》印发给你们，请遵照执行。原《封丘县国家级电子商务进农村综合示范项目实施方案》（封政文〔2021〕47号）同时废止。

封丘县人民政府

2023年3月9日

封丘县 2020 年国家级电子商务进农村综合示范工作实施方案

根据财政部办公厅、商务部办公厅、国务院扶贫办综合司《关于做好 2020 年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建〔2020〕48 号），河南省商务厅、河南省财政厅、河南省扶贫开发办公室《关于做好 2020 年国家电子商务进农村综合示范有关工作的通知》（豫商体系〔2020〕25 号）文件精神，为推进我县农村电子商务深入发展，进一步完善农村电商市场体系，提升公共服务水平，促进产销对接，探索数据驱动，构建普惠共享、线上线下融合、工业品下乡和农产品进城畅通的农村现代流通体系，力促农旅产业实现跨越式发展，助力巩固拓展脱贫攻坚成果和乡村振兴，结合我县实际，特制定本实施方案。

一、总体思路

按照“企业为主、政府推动、市场运作、合作共赢”的原则，以巩固拓展脱贫攻坚成果和农业供给侧结构性改革为主线，合理规划电商功能设计，升级电商基础设施，完善电商公共服务体系。以加强农村流通设施建设，提升公共服务水平，促进产销对接，探索数据驱动，挖掘农村电商发展潜力，打造综合示范“升级版”，采取“统一规划、系统设计、领域侧重、分步实施、整体推进、跨越发展”的建设模式，进一步提升农村电商公共服务，强化农村电子商务人才培训和培育，推动县域农村产品标准化、品牌化、

电商化，提高农村产品商品化率和网络上行比例，构建线上线下融合、覆盖全程、综合配套、安全高效、便捷实惠的现代农村商品流通和服务网络，健全农村电商公共服务体系，培育壮大农村市场主体，全面开创全县农村经济发展的新局面，实现农业提质增效和农民致富增收，满足农村居民美好生活需求。

二、基本原则

（一）政府引导，市场为主

充分发挥县政府及各工作部门的职能职责，着力完善政策、优化服务、加强监管、总结经验、推广典型模式，为电子商务在农村的发展创造开放、包容、公平的政策环境。坚持市场导向，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，突出企业主体作用，提高农村电子商务的可持续发展能力。结合封丘县产业基础和电商发展情况，采用“以销促产，打造品牌，源头升级”的发展思路推进县域农村电商升级。

（二）把握精准，助力增收

发挥农村电子商务助力巩固拓展脱贫攻坚成果的作用，完善利益联结机制，促进产销对接，在物流、培训、供应链等项目建设上，向具备条件的脱贫村、脱贫户倾斜，完善农村电商公共服务体系，注重培育带动农民群众增收致富的经济实体，让电商发展成果惠及更多农民群众。

（三）挖掘潜力，巩固提升

通过农产品线上销售来挖掘县域电商生态体系的短板，倒逼

产业转型升级，用消费者反馈信息指导生产经营，逐步完善农产品网货化标准和电商配套服务。加强农村电商公共服务体系建设，推动农产品、农村工业品、乡村旅游及服务产品的电商化、品牌化、标准化，提高农村产品商品化率和电子商务交易比例，探索具有封丘特色、可复制及辐射带动作用强的农村电子商务发展的路径和模式，促进农业发展方式转变，提升农村消费品质，增强服务“三农”能力。

（四）规范实施，鼓励创新

管好用好财政资金、规范示范项目，确保各项规定落实到位，推进农村电商健康规范发展。以服务巩固拓展脱贫攻坚成果和乡村振兴发展为导向，以数据驱动为核心，面向“三农”创新大数据、云服务、智慧物流等技术应用，培育带动效应较强的电商产业聚集，加强典型激励支持和创新孵化的引导和接入，发挥县级电子商务公共服务中心综合服务作用，提升乡村电子商务服务功能，实现乡村两级电商公共服务全覆盖。强化农副、旅游、民俗产品供需对接，更好的服务农业农村现代化，推动乡村振兴。

三、工作目标

以实现“升级版”电子商务进农村综合示范县创建为目标，进一步挖掘当地农村电商发展潜力，补齐项目建设中的弱项和短板，促进电商示范和乡村振兴有效衔接，提升农村电子商务服务档次，完善农村电子商务服务体系，壮大农村电子商务市场主体，打造农村电子商务发展模式，发挥好综合示范引领作用。通过创

新、深化电商在农业农村中的应用，推动封丘农村电子商务高质量发展，促进封丘县农村网络零售额、农产品网络零售额整体增速高于全国农村平均水平，农产品进城和工业品下乡有效畅通，全面提升农村现代化流通水平，为统筹城乡发展作出积极贡献，进一步巩固拓展脱贫攻坚成果和助力乡村振兴。

四、主要任务

（一）建设县乡村三级电子商务物流共同配送体系

整合现有仓储物流快递资源，推进乡村站点联动，建设县域电商物流分拨中心，统一调配物流，实现资源共享。依托现有物流中心和原有仓储配送设施，按照一流标准和电商发展需求对县级中心进行升级改造；在整个县域网点中优先对乡村级物流服务站进行升级改造。整合本地网贸仓储和快递物流资源，与物流快递公司合作，使物流快递配送能够延伸至乡村电商服务站点，解决当地农产品上行配送“最初一公里”和工业品下行“最后一公里”的问题。

（二）强化完善农产品进城公共服务体系

完善县级电子商务公共服务中心职能，发挥电子商务公共服务中心的枢纽作用，探索公共服务中心+乡村电商服务站点、合作社、供应链企业+脱贫户等帮扶机制，切实增强服务体系可持续发展能力。同时电商公共服务中心为从事互联网创业和相关服务人员提供技术支持、信息服务、营销推广、管理咨询及其他增值业务等服务，为电商企业、家庭农场、农民合作社、专业运营公司

等主体提供市场开拓、资源对接、业务指导等服务。

农产品上行方面重点做好公共品牌培育、整合营销活动、精品网货打造与产销对接等工作。按照封丘农特产品的特点，电商公共服务中心进行包装设计，使更多的农产品符合网络销售特性，并开展质量安全检验，以确保质量符合规范和标准。加强网络宣传，由电子商务公共服务中心组织精英团队，有组织地进行创意和策划制作，把封丘农产品信息在各大平台、论坛进行推广，促进农产品上行。指导农业生产者（农业企业、合作社、农民）进行农产品的品质控制以及标准化生产，使农民自有产品品牌化。同时针对我县金银花等优势传统产业，积极培训引导企业触网，指导产品网络化销售运营，借助发挥线上线下融合发展优势占领市场。

（三）建设工业品下行流通服务体系，提升农村电子商务服务站功能

支持农村地区商贸流通企业以电子商务及物流配送为依托，通过新零售惠民终端店为基站下沉工业品，开展集中采购、统一配送、直供直销等业务。推进本地传统商贸流通企业转型升级，推动工业品下乡与本地生活服务相结合，链接各社区团购平台、电商平台，实现线上线下融合发展，建立本地化、连锁化、信息化的商品流通网络。按照市场化运营，结合封丘县情现状，争创“一村一品”的原则，使农村电商服务站具备线下体验和基本配送功能，为村民提供网购、订票、缴费充值、代收代发、普惠金

融、农资采购、为农产品上行提供信息发布、宣传推介、产品收集等服务。

（四）强化农村电子商务培训体系

以电子商务进农村综合示范县建设为依托，制定电子商务进农村培训计划，利用好省内外电商师资优势资源，并邀请电子商务行业知名专家、学者，开展形式多样的分级培训，培育消费习惯、提升电商技能，打造电商新经济，培育农村电商创业带头人。

（五）强化农村电子商务宣传体系

通过大规模持续性的宣传，让全县人民群众了解、熟悉互联网，实现再就业和创业。通过县政府门户网站、报纸、电视、网络、宣传车、宣传单、墙体标语、文艺表演等多种立体化的传播手段，发布封丘县电子商务进农村的政策、工作进度、典型示范、培训活动、创业模范，引导广大网创青年、农民、残疾人员致富，在乡村的公共墙体、户外屏幕、物流车辆设置电子商务进农村宣传标语。

五、工作内容

（一）县乡村三级物流共同配送体系

1. 资金概算：450 万元。
2. 资金来源：中央财政资金 450 万元。
3. 实施内容：

加强封丘物流信息化、标准化、专业化建设，将物流仓储由自由化向市场化转型，基本实现快递物流进村 24 小时内送达。加

强物流体系的服务功能，提高全县物流服务质量，提供网购网销商品的包裹收发、快递分拣、仓储配送、冷链服务和售后保障等全链条服务。

完善仓储物流配送中心，发展智慧物流。仓储物流公共服务中心不断完善服务功能，能够为当地企业、个人提供上下行配送服务，农村共配服务规范，提升共配服务质量和效率。聚合农村电商配送需求，升级乡村物流服务站功能，形成县级仓配中心和乡村电商服务站双向流通，实现电商服务站为村民提供快递配送和自提服务，实现农副产品上行网销全国、工业品下行进村入户，构建上下贯通、运行高效的县域物流配送体系，在工业品下乡实现提速降费的基础上推进农产品进城快递时效的提升和价格的根本下降，通过整合共同配送后，使物流上下行整体费用明显降低。

以推进电子商务进农村仓储物流发展为先导，以降低物流成本为根本，以农村电子商务物流全覆盖为目标，打造具有服务农村产品上行功能的物流配送体系。整合或配置一定数量物流车辆，划定固定的物流快递线路，鼓励物流快递企业，采用联盟、合作等多种形式，实现配送资源整合与共享，降低快递配送成本。结合县级和乡镇农产品的实际存、送需求，完善冷链物流体系。

进一步整合物流、快递、商贸企业资源，建立覆盖城乡的物流快递配送联盟，整合物流快递商贸企业4家以上，鼓励实体商业和电商快递的物流协同，整合县域日用消费品、农资下乡和农

产品进城双向配送，推动商流、物流统仓共配，降低农村物流成本。

（二）强化完善农产品进城公共服务体系

1. 资金概算：562.5 万元。
2. 资金来源：中央财政资金 562.5 万元。
3. 实施内容：

完善电商公共服务中心功能，强化县级电子商务公共服务中心统筹能力，为电商企业、家庭农场、农民合作社、专业运营公司等主体提供市场开拓、资源对接、业务指导等服务。农村电商公共服务体系能够有效衔接，具有开放性，能够向社会提供市场化服务。改造（升级）1 个综合直播基地，能够满足 10 余名主播同时进行直播的需求。引进知名的供应链企业为直播导购提供展示、选货、供货等服务。支持人才培育，创业孵化，营造电商氛围，提升对园区企业的管理服务水平。建立专业团队或引入农村电商服务企业，提供摄影、美工、策划、营销等服务，丰富品牌、标准、品控、金融、物流协同等功能，指导县域内企业充分利用淘宝、京东、抖音等主流线上平台开展网络销售，利用网络社交媒体推广，促进农村产品线上线下销售的融合发展，带动县域内 5 家以上农产品生产加工企业、农民合作社、农产品流通企业等在电商平台销售，且每家企业线上年销售额不低于 20 万元。

升级改造乡村电商服务站点，使其具备便民生活、职业介绍、代收代发、普惠金融、农资采购、农技指导等服务功能。对交通

便利、人流量大、沿旅游路线附近和有实际需求的站点升级成具有 o2o 展示展销功能的电子商务服务站点，服务站点升级改造后优先支持本地生鲜农产品或本地特色产品、民俗产品展示展销，能实现线下体验推广、线上下单支付、网订店取等功能。

依托封丘“中国长寿之乡”“中国金银花之乡”“中国树莓之乡”“中国相思文化之乡”“全国粮食生产先进县”等国字招牌，打造农村电商多元化供应链，设计和培育具有封丘特色的农产品区域公共品牌 1 个，完善公共品牌的 VI 标识系统应用，并进行相应品类的商标注册保护。深入挖掘品牌内涵，讲好品牌故事，重点做好精品网货打造、全渠道产销对接、整合农产品营销与公共品牌管理工作，实现公共品牌至少涵盖 3 个特色产品，要求产品资质齐全，包装完善，能在全网主流电商平台进行销售，单个产品年销售额同比增长不低于 30%。

以销促产，通过农产品线上销售来发现县域电商生态体系的短板，倒逼产业转型升级，用消费者反馈信息指导生产经营，逐步完善主要和特色农产品网货化标准和电商配套服务。综合考虑节点功能、地理位置、产销规模等因素，支持有实际需求的地区或企业开展农村产品（含农副、手工、旅游、民俗等特色产品及服务）筛选、加工、烘干、质检、分级、包装、预冷等产地初加工和商品化预处理设施建设以及围绕金银花、树莓、封芹等地标、特色农产品开展精深加工、包装供应基地建设。指导农民、合作社进行农产品的品质控制以及标准化生产，使农民自有产品品牌

化。

重点围绕本县特色优势农村产品供应链体系的短板和薄弱环节，创新应用新模式、新技术，推动农商互联互通，搭建数字化农产品供应链平台。因地制宜，培育、打造畅销网货，创新电商营销思维，用新模式放大营销影响，打造爆款农村产品，实现本县特色农产品销量大幅增长。

建立、完善涵盖区域品牌打造、特色农副产品生产供应、溯源、品控和质量检测等方面的农村产品上行服务体系，提供全链条服务，提高农村产品商品化率和供应链高能高效。支持农产品生产、加工等环节的国标、地标、企标有机结合的全产业链标准体系建设，试行食用农产品达标合格证，农产品生产者（农业企业、合作社等）加强对农产品的质量管控，承诺承担质量责任，提高封丘县农产品品质，加强品控追溯，从源头为网销提供质量保证。定义溯源环节、采集溯源信息，至少引入 3-5 家企业、种植合作社等主体进入溯源系统，并取得销售成效，有力的推进农村产品上行。

完善农村产品电子商务供应链营销体系，加大对全县特色产品与产业的宣传推广，培育农产品网络品牌，促进品牌农产品销售。与省级主流官方媒体合作，多角度、全方位进行品牌传播和营销推广，着力提升我县特色产品品牌价值和信任度，形成良好的县域品牌形象和社会影响力。加快形成向全国市场辐射的封丘县农产品网络销售体系，积极探索农产品跨境电商业务，使封丘

县农村网络零售额及农村产品网络零售额同比增长高于全国农村平均水平。

以巩固拓展脱贫攻坚成果为导向，对脱贫户和监测对象予以重点帮扶，灵活运用产业扶贫、创业扶贫、合作扶贫等多种形式，加大对农村产品上行和产销对接的支持力度，助力脱贫增收，促进农村电子商务可持续发展，带动脱贫户和监测对象直接或间接开展网络销售金额 30 万元以上。

（三）建设工业品下行流通服务体系

1. 资金概算：300 万元。
2. 资金来源：中央财政资金 300 万元。
3. 实施内容：

在全县范围内规划建设工业品下行流通服务体系，升级具备条件的乡村服务站点，优先考虑具备条件的脱贫村服务站点升级，将脱贫户和监测对象作为重点服务对象，提供更多更优惠的服务。与电子商务、金融保险、移动支付、就业引导等资源进行深度合作，建立完善的商品流通网络。强化电商公共服务中心及乡村服务站点的下行功能，及时上报交易数据，开展农村物流配送进村入户，为企业及个人提供工业品下乡绿色通道和便利服务，主要解决工业品下行和农村物流最后一公里问题，让农民群众享受与城市居民同质量的生活环境和公共服务。

改造农村商贸流通服务体系，推动商贸流通企业数字化转型升级，促进业务流程和组织结构优化重组，实现线上线下融合发

展，建立本地化、连锁化、信息化的商品流通网络。为企业提供必要的商务服务，为客户提供更多的体验，为本县上下行商家提供所需的技术、供应链金融等支持，帮助商贸流通企业、服务站点等商家与数字化供应链系统云库商品的互联互通，对商品种类和品质进行双提升，扩大经营规模，发展智慧新零售。推动 1-3 家本县农村地区商贸流通企业的进行数字化转型升级，建立信息化的商品流通网络，具备线上交易、移动支付、物流配送和售后服务等功能，实现线上线下融合发展。

支持有实力的企业向农村下沉供应链，开展供应链赋能，延伸供应链链条，推广应用新型交易模式，为中小企业、个体商户、服务站点提供集中采购、统一配送等服务，提高农村商贸企业和电商服务站点经营水平和抗风险能力。引导电商平台投放更多种类工业品下乡，弥补农村实体店供给不足和品质不高的短板，更好满足农村居民生活和消费需求。

（四）强化农村电子商务培训体系

1. 资金概算：127.5 万元。
2. 资金来源：中央财政资金 127.5 万元。
3. 实施内容：

结合封丘县农村电子商务产业特点，整合培训资源，增强培训针对性，引导返乡农民工、大学生、退伍军人、乡村服务站站长、涉农企业、合作社、脱贫群众、乡村干部参与电子商务培训，切实加强美工、设计、网店运营、直播带货、宣传、营销、电商

创业等电商实操培训，同时网上开展电商基础普及性免费培训，不断培养和壮大县域电商从业队伍。从提高全县电商人才队伍质量的实际出发，注重跟踪服务、注重实际效果，如实做好培训和跟踪辅导服务记录。

根据我县目前农村电商人才稀缺的情况，充分利用县级电子商务公共服务中心，依托县域电商公共服务体系等，注重创就业辅导孵化，提升农村电商培训转化率，加强电商培训与就业用工、创业经营的需求对接，强化培训转化机制，培育新型农村电商创业带头人，发挥电商致富的示范性、引领性作用。编写农村电商标准化教材，提高农村电子商务培训的针对性和实用性，助力县域经济实现跨越发展，计划培训 5000 人次以上，其中增值培训 2500 人次以上。通过培育、孵化，新增年销售额达到 1 万元的网络店铺 50 个以上，新增电商就业创业人员不少于 50 人，新增年销售额 10 万元以上的网商、微商、直播带货达人等农村电商创业带头人不少于 20 人。

通过举办电商创业创新和技能大赛、电商沙龙等形式，挖掘农村电商人才，营造电商创业氛围，增强封丘县电商发展后劲。

（五）强化电子商务进农村宣传体系

1. 资金概算：60 万元。
2. 资金来源：中央财政资金 60 万元。
3. 实施内容：

由项目承办企业和县电商公共服务中心共同组成精英团队，

有组织的进行创意和策划制作，加强网络宣传，把封丘县域公共品牌及农产品信息发到各大平台、论坛进行推广，促进农产品上行。积极开展网络营销活动策划，媒体宣传推广，渠道维护和拓展。打造品牌，通过原产地活动，同时配合各种产品推广、公益直播、敏捷营销等活动，进一步提升活动转化率和宣传曝光率，最终达到“品效合一”，实现封丘县公用品牌传播和特色农产品电商销售双赢。

通过多渠道、全方位的持续性的电子商务政策宣传、知识普及宣传，具体通过县政府门户网站、短视频、公众号、微博、报纸、电视、宣传车、宣传单、墙体标语、文艺表演等多种立体化的电子商务活动传播手段，在各大媒体平台发布封丘县电子商务进农村的政策、项目建设进度、典型示范、培训活动、创业模范，让全县人民群众更深入的了解、熟悉互联网，增强全县干部群众的“互联网+”意识，引导农村各类经营主体更新观念，尤其调动脱贫群众学电商、用电商、促增收的积极性，通过农村电子商务政策成效的宣传，提高农村各类经营主体对电子商务的认同，全面提升全县电子商务进农村的创业、就业氛围，引导广大网创青年、农民、大学毕业生、退伍军人、返乡创业。

建立工作机制，认真总结综合示范工作开展情况，深入挖掘农村电商致富带头人先进事迹，及时发现并梳理典型经验、做法和成效，加强地区之间相互交流与借鉴，增强综合示范辐射效应。县域电子商务巩固拓展脱贫攻坚成果和助力乡村振兴的发展模

式、典型经验或做法争取中央级主流媒体报道 1 次，或推荐到主管部门会议上做经验交流发言，或省级主流媒体报道 1 次。

制作电商宣传片，能够在全县各村站等对电子商务进行宣传推广，引导农民积极参与电商创业就业。在省级主流官方媒体发布我县特色农产品专题报道或宣传文章不少于 3 篇，专题报道不低于 5 分钟、宣传文章每篇不低于 1000 字。通过电商规划和宣传，逐步扩大封丘县农产品知名度和美誉度，提高网上销售量，促进农产品出村进城，助推封丘县农村电子商务事业持续快速健康发展。

六、时间进度安排

（一）启动阶段

1. **情况摸底。**对经济发展、产业基础、电商基础、物流快递、特色产业和特色产品情况进行摸底排查。

2. **落实方案。**成立电子商务进农村示范县工作领导小组，推进《封丘县 2020 年国家电子商务进农村综合示范工作实施方案》的起草、制定、报备和公示。

3. **会议动员。**召开“电子商务进农村综合示范”动员大会，全面启动电子商务进农村综合示范工作。

4. **宣传发动。**利用新闻媒体、广播电台、公众号、报纸传单、农村广播、悬挂横幅等形式对电子商务进农村进行宣传，营造全民参与的浓厚氛围。

（二）实施阶段

为确保电子商务进农村综合示范工作顺利实施，按时完成目标任务，按照公平公正公开的原则，通过政府采购的方式选拔相关承办单位，并与承办单位签订项目建设合同，对相关单位明确职责，细化分工，量化管理。同时制定《封丘县电子商务进农村综合示范项目管理办法》和《封丘县电子商务进农村综合示范资金管理辦法》。

（三）项目验收总结阶段

电子商务进农村综合示范项目实施完成后，由承办单位提出验收申请，县政府聘请有资质的第三方机构开展检查和验收工作，发现问题，及时通知整改，整改完成后接受国家、省、市相关部门对项目实施和资金使用情况检查验收，即时发现问题即时整改，以确保项目实施的建设示范效果。

七、推进措施

（一）加强组织领导

县政府成立由县委常委、县政府常务副县长任组长，商务、财政、发改委、科工信、交通运输等相关部门和各乡镇主要负责人为成员的电子商务进农村综合示范县工作领导小组，具体负责电子商务进农村综合示范工作；领导小组定期召开推进会，不定期召开电子商务企业和运营商座谈会，研究和解决示范工作中遇到的困难和问题。

（二）加大宣传力度

加强对各级干部的宣传、教育、培训，提升电子商务进农村

综合示范工作的能力和业务水平。利用搜索引擎、大型门户网站、微博、微信等网络媒体和广播电视、报纸等传统媒体，大力宣传电子商务进农村综合示范工作，增强企业投资和应用电子商务的信心。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。

（三）明确职责分工

电子商务进农村综合示范县工作领导小组成员单位，要按照职责分工，实行“属地推进、条块结合、以块为主”的办法，各乡镇及相关单位要制定切实可行的具体项目实施方案，全面推进项目实施工作。

（四）严格资金管理

严格执行《财政部关于印发〈服务业发展资金管理暂行办法〉的通知》（财建〔2019〕50号）等规定，对中央财政资金实行专款专用，专账核算，对资金进行公示、审核、监督、验收、审计，严禁挤占、截留、挪用和违规使用，否则按相关规定进行处罚，并追究相关企业和个人责任。

（五）加大政策配套和支持力度

研究制定促进通信、金融与农村流通信息化、电子商务互相支持、协同发展的政策措施，鼓励农村信用社等银行业金融机构结合电子商务实际使用场景，开展抵押、担保及信用类小额贷款业务，探索供应链金融，建立健全适应农村流通信息化、电子商务发展多元化、多渠道的投融资机制。县政府配套建设电子商务

产业园区 93 亩，房屋建筑物 4 万平方米，县财政每年安排 500 余万元，用于支持入驻企业的房租、物业、网络、用水、公共设施用电、园区维修维护等费用，以促进电子商务工作的开展。

（六）加强农村电子商务行业规范管理

发挥商务、公安、市场监管、税务、文化等部门监管职能，促进网络交易主体守法经营，大力打击网络售假和网络诈骗等违法行为，畅通农村消费投诉举报渠道，完善电子商务消费者权益保护机制。

（七）加强目标考核

为确保项目各项任务落到实处，县政府把电子商务进农村工作纳入各乡（镇）和县直单位的年度目标，并实施跟踪监督，统一考核。县委县政府督查局严格按照实施方案，加强督促检查，对领导重视、措施得力、成效明显的予以通报表彰；对重视不够、力度不大、动作迟缓的下达整改通知书，并跟踪督办。

（八）开展绩效评价

在项目实施后期，根据工作进度，对项目组织管理、资金使用、建设情况、电商运营、效益发挥、主要做法、典型经验、存在问题等方面进行绩效自查，确保投入资金发挥最大效益。

（九）组织验收总结

在项目实施中，项目涉及部门及乡镇要认真收集项目资料，及时对相关资料收集整理、归档，做好项目检查验收准备；县领导小组办公室要认真组织各成员部门对各项目工程

进行检查验收，对承办单位项目资金进行审查审核，作好项目自查和总结，确保示范工作圆满完成。