

黔江府发〔2017〕10号

重庆市黔江区人民政府
关于印发黔江区“十三五”电子商务发展
规划的通知

各乡、镇人民政府，各街道办事处，区政府各部门，有关单位：

《黔江区“十三五”电子商务发展规划》已经四届区委第7次常委会会议及区政府2017年第1次常务会议审议通过，现印发给你们，请认真组织实施。

重庆市黔江区人民政府

2017年3月23日

目 录

引言.....	1
第一章 发展基础和形势.....	3
第一节 国内电子商务发展概况.....	3
一、我国电子商务发展现状.....	3
二、重庆市电子商务发展现状.....	4
第二节 黔江区电子商务发展概况.....	7
一、黔江区电子商务发展现状.....	7
二、黔江区电子商务发展的比较优势.....	9
三、黔江区电子商务发展中存在的主要问题.....	10
四、黔江区电子商务发展面临的新形势.....	12
第二章 指导思想、基本原则和发展目标.....	15
第三节 指导思想.....	16
第四节 基本原则.....	17
一、企业主体与政府推动相结合.....	16
二、立足本地与区域协作相结合.....	16
三、重点突破与统筹兼顾相结合.....	17
第五节 发展目标.....	17
第三章 产业布局.....	18
第六节 布局思路.....	18
第七节 重点项目空间布局.....	19
第四章 重点任务.....	19

第八节 建设黔江电子商务产业园.....	19
一、黔江区电子商务产业园建设思路.....	19
二、黔江区电子商务产业园建设内容.....	20
第九节 培育两个示范区.....	21
一、智慧商贸 O2O 示范区.....	21
二、跨境电子商务示范区.....	22
第十节 建设三个区域性电子商务配套服务中心.....	23
一、区域快递物流集散分拨中心.....	23
二、区域农特产品品牌培育中心.....	24
三、区域电商综合服务中心.....	26
第十一节 实施四项工程.....	27
一、电子商务进农村工程.....	27
二、智慧旅游工程.....	30
三、创新创业工程.....	32
四、电商人才培养工程.....	33
第十二节 培育壮大电子商务市场主体.....	34
一、培育电子商务龙头企业.....	34
二、大力引进知名电商企业.....	34
三、鼓励传统企业开拓网上市场.....	34
四、鼓励电商创新创业.....	35
第十三节 完善电子商务支撑服务体系.....	35
一、完善信息网络基础设施建设.....	35
二、完善物流快递基础设施建设.....	35

三、改善电子商务投融资环境.....	36
四、完善信用服务体系.....	36
五、加强电子商务统计监测.....	37
六、构建电商产品质量安全监管体系.....	37
第五章 保障措施.....	38
第十四节 完善工作机制.....	38
第十五节 加大财政支持.....	38
第十六节 强化人才支撑.....	429
第十七节 加强宣传引导.....	40
附录：黔江区“十三五”电子商务发展规划重点项目表.....	41

引 言

电子商务是融合现代信息技术与商业贸易的网络化新型经济活动，是我国战略性新兴产业与现代服务业的重要组成部分。电子商务不仅在刺激内需、扩大消费、促进就业方面发挥着重要作用，而且正加速与制造业融合，推动服务业转型升级，催生新兴商业模式和商业业态，逐渐成为提供公共产品、公共服务的新力量，成为经济发展新的原动力。

黔江区位于重庆市东南部，处武陵山区腹地，素有“渝鄂咽喉”之称，集革命老区、民族地区、边远山区和国家扶贫开发工作重点区于一体。对黔江区而言，加快发展电子商务，有利于优化资源配置，推动经济转型升级；有利于突破地域偏远劣势，把握发展主动权；有利于大众创业、万众创新，增强黔江经济活力和竞争力；有利于改善网络建设及快递物流等基础设施；有利于农民增收致富，带动农村经济提质增效；有利于发挥黔江区渝东南中心城市的优势，提升在武陵山区的综合影响力和竞争力。

一、规划目的

本规划是黔江区“十三五”时期大力推动电子商务发展的指导性文件。本规划通过分析黔江区电子商务现状、发展基础和面临机遇，围绕生态保护发展区和渝东南中心城市建设，站在城市与产业发展的战略高度，阐明下一阶段黔江区电子商务发展的指导思想、基本原则，明确电子商务发展的产业布局、重点任务，确定促进电子商务发展的保障措施，形成黔江区电子商务发展的重

点项目库，实现科学规划和推动黔江区电子商务健康快速发展。

二、规划依据

《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（国发〔2015〕24号）、《国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》（国办发〔2015〕46号）、商务部、中央网信办和发展改革委三部门印发《电子商务“十三五”发展规划》、《重庆市人民政府关于加快建设长江上游地区商贸物流中心的意见》（渝府发〔2013〕13号）、《重庆市人民政府关于促进网络零售产业加快发展的意见》（渝府发〔2013〕42号）、《重庆市商业委员会关于印发重庆市电商进乡村工作方案的通知》（渝商委发〔2015〕5号）、《重庆市黔江区国民经济和社会发展规划第十三个五年规划（2016—2020年）》、《黔江区2017年政府工作报告》、《黔江区“十三五”建设武陵山区商务聚集区规划》等规划文件。

三、规划期限

2016-2020年

四、规划范围

空间范围：重庆市黔江区区辖行政区域共30个街道镇乡，2402平方公里，着眼与黔江区相邻的周边区（县）域。

产业范围：根据《国民经济行业分类（GB/T4754—2011）》标准，参照国际商贸流通产业统计口径，结合黔江区实际，本规划中电子商务应用范围包括机械制造业、批发零售业、住宿餐饮业、物流会展业、旅游休闲业、现代农业等，重点在产业聚集区的生产性服务业和生活性服务业。

第一章 发展基础和形势

第一节 国内电子商务发展概况

一、我国电子商务发展现状

近年来，我国电子商务发展迅猛，已广泛地渗透到社会经济生活各个领域，成为企业拓市场、降成本的新渠道，消费者便利消费的新选择，也成为政府拉动内需、发展经济、优化产业结构的新手段，而且电子商务正加速与制造业融合，推动服务业转型升级，催生新兴业态，成为提供公共产品、公共服务的新力量，成为经济发展新的原动力。2015年，全国开展在线销售的企业比例为34.7%，开展在线采购的企业比例为32.8%，利用互联网开展营销推广活动的企业比例为34.2%；网购用户规模达4.61亿，同比增长29.7%，网购渗透率达到65.7%；电子商务交易总额达到约16.4万亿元（包括B2B和网络零售），同比增长35%，其中网络零售额达到3.52万亿，同比增长59.7%。“十二五”期间，网络零售额从7500亿元猛增至3.88万亿元，其中实物商品网络零售额为3.24万亿元，在社会消费品零售总额中占比达10.8%。据统计，2016年各项指标继续保持快速增长。我国网络零售交易额已跃居全球第一，成为世界上最大的网络零售市场。

随着互联网渗透率尤其是移动互联网渗透率的快速提升、网上支付的不断普及、物流网络覆盖和配送服务的完善、大众对网络购物接受度的提高，我国电子商务未来仍将保持较快增长的状态。

势。一是智能终端的普及化和移动网络基础设施的深度覆盖，推动了移动购物的渗透率和普及化，移动购物将成为电商的主战场。二是农村电子商务快速发展，电子商务加速向四五线城市和农村市场下沉，国家大力推进农村电子商务试点示范工作，阿里、京东、苏宁等知名电商加快在区县和乡村的布局。三是跨境电子商务成为风口，居民消费升级热潮到来。四是 O2O 模式成为热点，线上线下零售将会互补互通，为顾客提供多渠道和不同情景下的购物解决方案。五是互联网尤其是移动互联及物联网的飞速发展，让大众社交更容易、更密切、更频繁，社交购物的发展空间将释放。六是互联网金融兴起，为用户提供保理、小贷、保险、基金等多种金融产品。七是大数据技术的发展使得精准化营销和个性化服务将被更加重视，低效率的大众营销将会被淘汰，被高效率的窄众营销所取代。八是电子商务与传统商贸将在相互竞争、相互渗透的过程中融合发展。九是“电商扶贫”开辟“脱贫攻坚”新途径，在“十二五”时期，全国开展在线销售的企业比例增至 32.6%，电商双创催生新就业领域。并积极探索电子商务村、产业扶贫、创业扶贫、用工扶贫等“电商扶贫”方式，使脱贫攻坚战再踏新征程。十是电子商务进一步融入生活服务、医疗健康、交通旅游等领域；B2B 交易服务正在优化重构产业链，整合提供交易撮合、物流加工、融资等供应链综合服务。

二、重庆市电子商务发展现状

近年来，重庆高度重视电子商务发展，先后印发了《关于促进网络零售产业加快发展的意见》(渝府发〔2013〕42号)、《关于进一步推动互联网产业发展的若干政策》(渝府发〔2013〕47号)

等文件，出台了主体培育、税费优惠、人才培养、配套产业发展等多项扶持政策，推动电子商务健康快速发展。2015年，全市已有电子商务聚集区、产业园超过30个；全市电商市场经营主体总量预计将超过14万户；网店、网站数量预计将超过20万个，重庆在淘宝、天猫、京东等全网平台的活跃卖家数超过11万户；电商平台企业数量预计增长将达到3000个；餐饮、娱乐等生活服务实现线上超30亿元；跨境电商成交额349万单，货值8.2亿元；涉农网店超过20000家，全年销售额27亿元。2015全市电子商务交易额共计6000亿元，其中网络零售额600亿元。预计到2017年，全市电子商务交易额将突破1万亿元，其中网络零售额超过1千亿元；到2020年，全市电子商务交易额将突破1.8万亿元，其中网络零售额将达到2千亿元。

一是重点企业继续保持较快增长。联交所年交易额超过1100亿元，药交所年交易额超过180亿元；部分企业通过引入风投等方式加大资金投入，探索开拓全国市场，猪八戒网获得26亿投资，已发展成为全国最大的创意服务交易平台；大龙网加快全球市场开拓步伐，年交易额突破18亿元；E宠商城通过不到5年的发展，已从3个人的团队发展到300多人的企业，2014年网上销售额近亿元，被评选为“2013年网上零售价值百强”；菜园坝水果市场、商社集团、商投集团、和平药房等传统企业，通过自建网上商城开拓网上市场也已初见成效。诗仙太白、梦柯达鞋业、白市驿板鸭等多家品牌传统企业入驻京东、苏宁平台开展网上销售。此外，京东集团、苏宁云商、易迅网、齐家网等国内知名电商落户我市本地化运营后发展态势良好，其中重庆京东创盟信息

技术有限公司并于 2014 年 5 月正式营运，全年销售额近 20 亿元。

二是网商群体逐渐壮大。中小企业积极利用国内知名 B2B 平台开展网上交易，目前重庆在慧聪网上的会员超过 10 万户，在阿里巴巴平台上的登记会员超过 34 万户。2014 年全市在淘宝、天猫平台上的卖家超过 11 万家，总销售额超过 110 亿元。涌现出了“胖九点”、“瑞丽佳人”、“CC 皇后”、“凤凰涅槃”等一批淘宝网上的知名品牌，不少成熟网商正在向规范化、规模化、企业化方向发展。

三是园区集聚效应初显。按照政府推动、企业参与、市场运作的共建机制，加快建设了一批电子商务产业园。如：巴南区京东电商产业园、渝中区龙工场跨境电子商务产业园、九龙坡区的阿里巴巴产业带、渝北区仙桃大数据谷、綦江区同方电子商务产业园等其中渝中区、江北区网商产业园、南岸区国际电子商务产业园被评选为国家电子商务示范基地。江北区重庆网商产业园是西部地区单体面积最大的电商产业园，总面积 6 万余平米，入驻电商企业 150 多家，日成交包裹量超过 2 万件。

四是跨境电子商务试点有序推进。成功申报成为国家跨境贸易电子商务服务试点城市和跨境电子商务外汇支付业务试点省市，并获准成为全国唯一跨境贸易电子商务全业务（一般进出口、保税进出口）试点城市。重庆跨境贸易电子商务公共服务平台 2.0 版本正式上线运行，卓益网、爱购保税、世纪购等电商企业已通过该平台实现线上销售。

五是行业应用亮点突显。据调查，我市制造、批发、零售、餐饮和住宿业等 1 万多家规模企业中，已有 68.7% 的企业借助第三方平台开展电子商务。电子商务在工业、农业、商贸流通、交通运输、金融、旅游等各个领域的应用不断得到拓展，应用水平不断提高，

与实体经济的融合不断深入。六是配套支撑产业逐步完善。通信基础设施建设加快推进，成为国家新增七个互联网骨干直联点之一，互联网出口带宽已提升到 3600G，行政村接入宽带全覆盖。物流配送体系快速发展，全市获得快递业务经营许可证的企业超过 120 家，快递营业网点超过 10000 个。互联网金融方面，先后引进了阿里小贷、苏宁小贷、支付宝重庆分公司等机构落户重庆，易极付、联付通获得央行颁发的互联网第三方支付牌照。

第二节 黔江区电子商务发展概况

随着互联网的普及和“互联网+”向各个领域的渗透，黔江的电子商务得到一定的发展。2015 年，黔江电子商务交易总规模约 15 亿元，同比增长 46%。黔江区监管的电商市场主体 2500 余家，其中工商登记主体 1500 家，非工商登记主体 1000 余家；拥有亲戚田园、宅天下等本土电商平台 5 个，在各类电商平台开设网店 2502 家，其中交易类网店 700 余家。

一、黔江区电子商务发展现状

（一）自主电商平台各具特色

随着互联网带来的生产组织形式、流通方式，人民生活、消费习惯改变，催生了一批包括综合服务、土特产品销售及同城配送在内的本土电商平台。一是以黔江在线为代表的综合性网络服务平台。包含时政、旅游、房产等各类信息收集发布，并与本地企业、商家合作，开展团购、房地产线上销售等业务；二是以亲戚田园为代表的土特产展销平台。以黔江本地土特农产品销售为

主，销售范围覆盖全国各地，已经建成覆盖全区 24 个乡镇的服务站点，对农特产品货源组织、普及农村电子商务、完善农村物流体系和帮助农民触网致富有重要的作用；三是以宅天下为代表的同城配送平台。整合本地商场、超市及商户资源，开展同城代购及配送服务，其业务已拓展至区外。

（二）传统企业触网已成趋势

在通过实体店消费的人群逐渐减少和线上销售半径不断扩大的情况下，全区各类企业及农村专业合作社、种养大户“触网”营销已是大势所趋。一是全区规上企业多数建设有自己的网站，并借助网站进行产品推广、宣传、销售；二是蓬江食品公司、珍珠兰食品、偿必乐公司等传统农产品加工企业，通过天猫、京东等第三方平台开设了专卖店，积极拓展网络销售渠道空间，网销比例逐年增长；三是渝东南工程机械交易市场、鑫众磊国际建材城、武陵山林业交易市场等专业市场，正在筹建线上电子商务交易平台，致力于实现线下线上融合发展。

（三）电商已成服务业重要的营销渠道

为适应人们消费方式，特别是支付习惯的改变，电子商务已成了传统服务业必不可少的营销手段。一是餐饮、食宿、旅游等行业均搭上大电商平台的快车。全区特色餐馆企业、各类酒店和所有景区、景点通过加入携程网、百度团购，接受网上订单，开展线上营销；二是阿蓬记黔江鸡杂、巴蜀印象等本土传统餐饮品牌，通过网上营销不断扩大销售半径；三是金融服务业纷纷触网，开展在线投融资、理财等金融服务，涌现了渝东南首家 P2P 融资平台。

（四）一批电商企业开始探索运营体系建设

电子商务先行企业已经启动运营中心和示范站点等电商运营体系建设。一是邮政公司依托现有的物流配送体系开展电子商务，邮政黔江分公司的区级电子商务运营中心已建成投用，已建成乡镇、村电商服务站点 130 个；二是供销社以本土电商平台亲戚田园为依托，在全区各乡镇建设服务站，已完成 24 个镇乡服务站建设和挂牌，并链接至“供销 e 家”门户网站。

（五）电商配套服务逐渐向乡镇、村延伸

一是网络信号已实现乡镇全覆盖。2015 年全区互联网用户达 16 万户，其中宽带用户 8.2 万户；移动手机用户达 49.5 万，其中智能手机用户达 19.8 万，城区重点公共区域无线网络热点实现全覆盖，170 个行政村已开通互联网。二是快递业延伸到乡镇。全区快递企业已达 19 家，其中“三通一达”均已在全区 24 个乡镇设置了营业网点。2015 年，全区快递业务总量约 600 万件，其中，邮政网点在 24 个镇乡业务总量约 110 万件，同比增长 30%。

二、黔江区电子商务发展的比较优势

（一）区位优势明显

从地理位置上看，黔江地处重庆东南部中心地带和武陵山区腹地，位于重庆与长沙、武汉、贵阳三个省会城市的几何中心，是重庆乃至川渝地区通往华中和东南沿海的陆上交通要塞，东临湖北省的咸丰县，西界彭水县，南连酉阳县，北接湖北利川市，是渝、鄂、湘、黔四省市的结合部，素有“渝鄂咽喉”之称。从经济地位上看，黔江区是重庆市委、市政府确定的渝东南中心城市，也是国家《武陵山片区区域发展与扶贫攻坚规划》定位的武陵山

片区 6 个中心城市之一，是承接传递主城辐射的重要节点，是重庆市东南向的开放门户。

（二）交通便利

黔江区建成了集“铁、公、机”于一体的综合交通，是重庆、成都等地进入东南沿海市场的交通线路之一。航空方面，武陵山机场开通北京、上海、广州、成都、昆明、重庆、杭州、海口等 8 条航线，形成了“米”字型航线网络，拉近了黔江和外界的距离。铁路方面，黔江区进入铁路枢纽和高速铁路建设时代。渝怀铁路、渝湘高速公路、黔恩高速公路纵贯全境；黔张常铁路、渝怀复线铁路、黔石高速公路开工建设，重庆主城至黔江高速铁路、恩黔毕昭铁路、铁路客货枢纽列入国市“十三五”规划。黔江至重庆主城高速铁路获市委、市政府支持。公路方面，黔江区有公路总里程 4706 公里，其中 G65 渝（重庆）湘（怀化）高速黔江境内 78 公里，在建 G5515 黔（江）恩（施）段 21 公里，普通国省干线（G319，S202，S209）335 公里，各类县乡村道 4293 公里，公路密度达 196 公里/百平方公里。

（三）旅游资源丰富

黔江位于神秘的北纬 30 度，境内山雄水秀，植被葱郁，野生动物繁多，一片净土恰似重庆的“后花园”，旅游资源极为丰富，全区共有旅游单元 245 个，拥有濯水古镇、蒲花暗河、小南海、芭拉胡 4 个国家 4A 级旅游景区，被评为全国休闲农业与乡村旅游示范区县，正在加快创建濯水国家 5A 级旅游景区和芭拉胡国家 5A 级旅游景区；拥有“黔江国家森林公园”“阿蓬江国家湿地公园”“小南海国家地质公园”“清新清凉峡谷城”等国家级品牌；此外还有仰

头山森林公园、大板营原始森林以及八面山、麒麟盖、石钟山等丰富多彩的自然旅游资源。

（四）政策叠加效应明显

黔江是重庆市委、市政府确定的6个区域性中心城市之一，又是国家规划建设的武陵山片区和成渝城市群中心城市之一。全区集革命老区、少数民族聚居区、边远山区、国家扶贫开发重点区于一体，政策叠加效应明显。从国家扶持政策层面来看，黔江区除享受西部大开发扶持政策外，还是国家唯一享受“民族政策”的区级政府、国家唯一享受“扶贫政策”的区级政府。从市级扶持政策层面来看，市政府为黔江区量身定制重庆市“36号文件”（《关于加快把黔江建成渝东南地区中心城市的决定》）重点支持黔江发展。并成功申创国家电子商务进农村综合示范区，获得国家政策支持。

三、黔江区电子商务发展中存在的主要问题

（一）现有市场主体规模不大，发展水平不高

表现为黔江区电子商务企业缺乏行业龙头，对所在行业企业的电子商务示范性、带动性还不够，需要加强培育和引进。区内自建平台和网站的企业，利用网络开展主要应用于市场宣传、发布供销信息、初步商务沟通，而实现网上下单、网上支付、网上购销管理、客户管理和物流管理的很少，大多数企业处在信息化向电子商务应用提升的初级阶段。而利用第三方平台开展网络销售的企业，多以农特产品为主，且销售量有限，大部分网店经营状况不佳。

（二）产业聚集度不够，电子商务产业园人气不足

目前黔江区电子商务产业园还在建设阶段，还没有真正形成集聚产业资源、适合电商市场主体和服务团队入驻的楼宇和基地。由于大部分电子商务企业（网店）都为中小卖家，团队一般不超过5人，且选择家庭或者租民房经营，分散在城市的各个区域，因此形不成抱团发展，也不利于政府的宏观引导和扶持政策实施。

（三）电商公共服务体系和配套有待完善

电子商务产业发展，需要政府、平台、网商、供应商、服务商等主体组成部分相互融合，相互促进，形成一个有利电商产业和企业发展良好氛围和上下游产业链协同推进的体系构架。目前，黔江缺少运营（公共服务）中心、电商智能仓储托管中心、电子商务产业园区等提供交易、支付、仓储、产品展示、配送、培训等电商服务的配套平台载体。城乡物流一体化没有形成，物流配送体系还有待完善，全区缺乏大型的电商物流配送中心，乡镇村物流体系还未成熟，缺乏完整、畅通的物流渠道，农村电子商务的需求，因物流进出的双向通道不畅、农产品保鲜难而无法满足。

（四）产业支撑能力不足

目前，黔江电商产业基础还相对薄弱。一是缺乏统一规划。对全区优势产品，特别是网销产品的包装打造没有进行清晰的界定和规划，导致黔江网销产品种少、销量低，产品优势不突出。二是缺乏品牌。目前，全区网销产品生产与销售企业各自为战，总体呈散、杂、乱、小的特征，缺乏统一品牌打造，宣传和营销力度有限，产品知名度低、生产规模小，制约电子商务发展。

（五）人力资源不足

一是缺少电子商务专业人才。主要是计算机技术、网络技术、信息技术、网络营销、品牌策划等领域专业人才缺乏；二是广大农村人口不具备电子商务基本知识。目前，全区农村人口结构年龄老化，无法实现电子计算机和互联网技术的普及，更缺乏高素质的电子商务从业人员；三是缺乏对人才吸引力。全区城市综合服务体系还不健全，农业产业化水平不够，城乡差距大，对大学毕业生、外出务工人员等没有足够的吸引力。

四、黔江区电子商务发展面临的新形势

（一）机遇

1. 电子商务战略地位提升。国家高度重视电子商务发展，国务院印发了《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（国发〔2015〕24号），指出电子商务已成为经济发展新的原动力，并从营造宽松发展环境、促进就业创业、推动转型升级、完善物流基础设施、提升对外开放水平、构筑安全保障防线、健全支撑体系等方面进行安排部署。重庆市委、市政府也高度重视电子商务发展，先后印发了《重庆市人民政府关于促进网络零售产业加快发展的意见》、《关于进一步加快电子商务产业园区发展的意见》、《关于促进快递服务与网络零售协同发展的实施意见》等文件，并加大了政策和资金扶持力度，推动重庆电子商务健康快速发展。2015年，黔江又成功申创电子商务进农村综合示范区。

2. 区域电子商务与农村电子商务得到政府高度重视。商务部研究制定的《“互联网+流通”行动计划》将推动电子商务进农村、支持电子商务进中小城市作为重点任务；《关于大力发展电子商

务加快培育经济新动力的意见》（国发〔2015〕24号）文件中，明确提出加强互联网与农业农村融合发展，研究制定促进农村电子商务发展的意见，出台支持政策措施。互联网+农业已受到高度重视，农业电商的发展已经上升到国家战略层面。

3. 电商巨头抢夺三四线城市，助力区域电商发展。近年来，电商巨头加速渗透农村电商市场，纷纷将农村电子商务作为最重要的战略之一进行规划。目前，阿里巴巴、京东帮、猪八戒网等已落户黔江。新希望等全国知名农业龙头企业业务也向互联网金融延伸，借助“希望金融”等 P2P 平台致力于农村互联网金融的发展。

4. 迎来了区位优势与电商有机结合的机遇。重庆加快长江上游地区商贸物流中心建设为区域电子商务发展赢来良好契机。在 2013 年重庆市人民政府出台的《关于加快建设长江上游地区商贸物流中心的意见》中，将“黔江—秀山”作为 5 个地区级物流枢纽之一，将发展电子商务作为其主要任务之一。重庆大力推进发展跨境电子商务也为黔江的产业转型升级带来新机遇。重庆是国家首批 5 个跨境贸易电子商务试点城市之一，是西南地区的重要交通枢纽，并借助“渝新欧”与欧洲大陆相连。借此机会，黔江可充分发挥海关和出入境检验检疫局等开放机构优势，发展跨境电商，开展“一站式”跨境电商服务，推动本区工业企业和商贸企业的转型升级，进一步凸显“渝东南门户”的优势，辐射周边区域。

（二）挑战

1. 区域竞争更加激烈。与国内和市内先发地区相比，黔江在网络基础设施、产业规模、网络交易平台建设、网商数量和质量、

开展网络零售的传统企业数量、配套支撑服务能力等方面存在差距，在当前电子商务加速发展的态势下，区域之间的竞争将更加激烈。

2. 电商人才不足。特别是具有电子商务成熟营运经验的人才十分匮乏，目前从事电子商务的人员多数为从传统行业转型就业的员工，他们的电商经验不足、互联网思维不强，技术支撑能力较弱、对电子商务的理解深度和电子商务营运模式管理模式的创新存在较大局限。目前国内电子商务人才主要集聚在北、上、广、浙等发达地区，西部地区普遍还存在招人难和留人难的问题。

3. 产品标准化程度低，网销品牌的培育难度大。目前区县电子商务销售产品中农特产品占很大比重。但现有农特产品缺乏统一的质量标准，培育知名网络品牌的难度较大。此外在进入快速发展期和平台期后，由于无统一的质量标准，容易受到以次充好、制假售假等不正当行为的影响，从而增加企业拓展网上市场的风险。

4. 整体投入不足。开展电子商务前期需要大量的资金投入，对投融资环境要求较高，但目前针对中小网商的多渠道融资机制不健全。政府性资金的扶持力度有限；企业自有资金的投入多数处于试水阶段；金融机构的信贷支持方面，由于互联网电子商务企业普遍属于轻资产企业，获取金融机构信贷支持的难度较大。由于整体投入不足，一定程度上影响了区域电子商务发展加快发展。

第二章 指导思想、基本原则和发展目标

第三节 指导思想

全面贯彻落实党的十八大和十八届四中、五中、六中全会精神,按照统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局要求,坚持创新、协调、绿色、开放、共享发展理念,把电子商务作为“稳增长、调结构、促改革、惠民生”的重要抓手,主动适应经济发展新常态,全面服务“工业强区、旅游大区、城市靓区”三大战略。积极开展电子商务精准扶贫,建立电子商务助力精准扶贫的带动机制,探索通过电子商务平台调动全社会扶贫力量,实现产品或项目资源的精准对接,带动产品增值和农民增收,助力脱贫攻坚。通过政府与电子商务平台企业联合开展电商扶贫就业行动,重点面向建档立卡贫困户收购产品或提供就业机会,精准解决贫困人群就业问题。充分发挥互联网在助推脱贫攻坚中的作用,深入实施网络扶贫行动。并依托电子商务促进再生资源的回收利用,发挥电子商务对“循环经济、低碳经济”的促进作用。

围绕建设武陵山区商务聚集区的总体目标,以培育电子商务集群发展优势为核心,打通“工业品下乡、农产品进城”的信息和物流双向通道为着力点,构建完善电子商务综合服务体系。优化电子商务发展环境,促进电子商务与传统商业、旅游、生态农业、工业、社会事业融合发展,壮大全区电子商务产业发展规模,提升全区电子商务产业发展的水平,促进电子商务与农林业、工业和服务业深度融合,及时发展电子商务要素市场,积极推动电子商

务国际合作，建设统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务市场，把电子商务培育成为黔江经济社会发展的新动力。

第四节 基本原则

一、企业主体与政府推动相结合

充分发挥企业在电子商务发展中的主体作用，坚持市场导向，运用市场机制优化资源配置。强化政府引导，创建更加有利于电子商务发展的制度环境，综合运用政策、服务、资金等多种手段推进电子商务发展。最大限度减少对电子商务市场竞争的行政干预，坚持协调发展，促进电子商务与传统产业、线上与线下、城市与农村之间优势互补、一体化发展。

二、立足本地与区域协作相结合

立足本地产业特点和消费特点，大力发展本地特色电子商务产业，并加强对外协作，积极融入全国、全球电子商务产业体系，促进电子商务的区域发展和产业链的形成。

三、重点突破与统筹兼顾相结合

要突出重点，抓好一批重点项目和工程，实现以点带面、重点突破。要统筹兼顾，进一步拓展电子商务在各领域的应用，提高电子商务应用及服务水平。依托电子商务发展休闲农业、乡村旅游，积极开发农林生态、乡土文化资源价值，促进一二三产业融合发展。

第五节 发展目标

高标准建成国家电子商务进农村综合示范区，实现电子商务生态环境不断优化，电子商务应用和服务水平明显提升，全区电子商务产业集中度高、应用广、竞争力强，建成完善的电子商务物流和服务体系，把黔江建成全国知名的电子商务产业聚集区。

到 2020 年，全区电子商务交易额达到 100 亿元，其中：网络零售额达到 30 亿元，电子商务相关从业人员达 10000 人以上，培育打造电商品牌 50 个以上。

第三章 产业布局

第六节 布局思路

根据黔江区“十三五”电子商务发展的指导思想和目标，结合空间结构和基础设施承载条件，围绕“1234”工程，对黔江电子商务产业进行布局。即：打造 1 个电子商务产业园，培育 2 个电子商务示范区（智慧商贸 O2O 示范区和跨境电子商务示范区），建设 3 个区域性电子商务配套服务中心（区域快递物流集散分拨中心、区域农特产品品牌培育中心、区域电子商务综合服务中心），实施 4 个工程（电子商务进农村工程、智慧旅游工程、创新创业工程、电商人才培育工程）。到 2020 年，全区形成布局合理、功能齐全、特色鲜明的电子商务产业载体空间格局，实现电子商务集群化、规模化、品牌化发展，有效缩短电子商务的培育周期，

迅速提高全区电子商务的竞争力。

第七节 重点项目空间布局

◆建设 1 个电商产业园

电商产业园：在重庆三磊渝东南冷链物流中心建设面积约 2.3 万平方米的黔江电商产业园。把该产业园建设成为集电商运营、特色产品展示、电商微企孵化、物流配送、仓储保管、人才培养、进口商品展示交易等功能于一体的综合性电子商务产业服务平台。

◆培育 2 个示范区

智慧商贸 O2O 示范区：以老城核心商圈和新城核心商圈为依托，打造商贸零售、餐饮和服务业 O2O，把黔江打造成武陵山区电商产品集散中心、武陵山区游客娱乐休闲 O2O 体验中心、武陵山区常住居民 O2O 购物体验中心。

跨境电子商务示范区：以正阳工业园区为依托，利用海关、出入境检验检疫局和规划建设的航空、内陆口岸等优势，打造市级跨境电商示范区。把黔江打造成武陵山区跨境电商 O2O 体验中心、武陵山区跨境电商产品集散中心、武陵山区跨境电商企业集聚中心，推进黔江建设加工贸易区、保税物流中心和综合保税区。

◆打造 3 个中心

区域快递物流集散分拨中心：依托正阳物流园区，打造区域快递物流集散分拨中心，推动龙头快递物流企业入驻该园区，建成辐射武陵山区的区域快递物流集散分拨中心。

区域农特产品品牌培育中心：在正阳工业园区建设武陵山农

特产品加工展销中心，将其打造成为武陵山区网络零售产品的改造、设计、包装、加工及展销中心。

区域电子商务综合服务中心：引进、培育各类电商服务企业，建设区域电商服务产业链，使黔江形成完整的电商服务体系，开展武陵山区电商人才培训和交流、电商营销设计、电商技术服务、电商战略规划等服务，把黔江打造成区域电商综合服务中心。

◆实施4项工程：

电子商务进农村工程：以电子商务进农村的“一中心五体系”为纽带，建设打造农村综合服务体系和农村物流快递配送体系，将黔江打造成为全国电子商务进农村综合示范区。

智慧旅游工程：以小南海、濯水古镇5A级景区、阿蓬江“一江两岸”休闲农业与乡村旅游示范带为重点，突出“中国清新清凉峡谷城”品牌和“神秘芭拉胡·魅力阿蓬江”旅游形象宣传推广，借助阿里旅游、携程网等知名网站，实现线上营销和线下推广融合发展，打造智慧旅游。

创新创业工程：依托渝东南电商产业园和重庆市渝东南创业孵化基地实施互联网创新创业工程，加快培育创新创业主体，打造武陵山区互联网电商创业团队孵化基地。

电商人才培育工程：依托黔江电商产业园、重庆旅游职业学院、重庆经贸职业学院和区职教中心，通过校企合作、乡镇与学校合作打造区域性的电子商务教育实训基地，建立完善的培训体系，开展电商人才培养培训工程，特别是实施定制式人才培养工程，为武陵山区储备、输送电子商务专业人才。

第四章 重点任务

第八节 建设黔江电子商务产业园

一、黔江区电子商务产业园建设思路

依托渝东南冷链物流中心建设黔江电子商务产业园。产业园建设要遵循基础性、公益性、服务性为主的总体思路，由政府引导、企业主导进行建设，鼓励社会资金建设、运营，政府给予一定扶持。在建设过程中要合理定位，注重营运实效，突出特色，着力提升电子商务领域科技支撑能力。

（一）合理定位。黔江电子商务产业园建设以“建成市级电子商务产业园”为目标。初期主要服务黔江电子商务的发展，后期要加强与周边区县的融合；在软硬件条件方面应符合市级产业园区的基础条件，并努力向国家级产业园区的方向发展，以确保园区能够适应高速发展的电子商务的要求，对电子商务企业具有持续的吸引力。

（二）注重营运实效。一是要选好园区的营运主体。园区建设及运营企业应从品牌电商企业、知名电商园区运营公司、本地有电商从业经验的龙头企业等实力较强的企业中筛选。二是要选好入驻企业。招商对象应以电子商务企业或与电子商务直接相关的服务企业为主，并综合考虑现有业绩及未来发展前景，防止部分企业假借电商之名，套取扶持政策。三是做好配套服务。建设智能化仓库，提高企业运行效率，降低运行成本。四是发展电子商务要素市场，以云计算、大数据、物联网、虚拟现实、区块链、

人工智能、机器人等各类新技术为重点，加大对相关技术领域的研发、创新、应用支持，发挥电子商务技术应用需求引导作用，打造电子商务技术服务产业。

（三）突出区域特色。电子商务产业园的建设应符合黔江区及武陵山区的电子商务发展实际，确保电子商务产业园对区域经济产生实效。目前，黔江电子商务尚处于电商初期阶段，小微企业特别多，水平层次参差不齐。因此园区的配套服务上既要考虑大中型电商企业，也要兼顾 3-5 人的创业小团队。电子商务产业园应具备技术研发、产品设计、物流、品牌推广、媒体宣传、数据分析与处理、综合服务等功能模块。应合理划分功能区，既实现功能的局部集聚，又能促进不同类型企业的沟通交流和合作。

二、黔江区电子商务产业园建设内容

黔江电商产业园应打造成为集聚电商主体和服务资源的综合性电子商务产业园。一是推进主体集聚。完善办公、生活服务、物业管理等基础服务，优化园区运营环境，集聚黔江及周边电商企业、个体网商及有关配套企业入驻发展。二是服务资源集聚。吸引物流快递、代运营、电商培训、网络营销、网店摄影、网店装修、法律咨询、财务管理等各类服务机构入驻，加强行业发展指导，提供各类政策咨询、法律援助等服务。三是搞好整体营销推广。充分利用报纸、杂志、电视等传统媒体以及网站、微博、微信等新媒体，整体宣传推广园区企业，提升园区企业形象和知名度。通过在大渝网、华龙网等重庆知名网站和公交车站、轻轨站等线下广告媒体开展促销宣传的方式，帮助入园企业导流促销，探索举办区域性的电商论坛等行业交流对接活动。

第九节 培育两个示范区

一、智慧商贸 O2O 示范区

以老城核心商圈和新城核心商圈为依托，打造商贸零售、餐饮、服务业 O2O。利用技术创新交易场景，支持电子商务企业积极利用虚拟现实、自动识别等技术，创造沉浸式购物体验，提供更为智能、便捷和安全的网购方式，提升客户服务水平。

（一）WI-FI 等基础设施建设

建设覆盖老城核心商圈和新城核心商圈的免费 Wi-Fi 平台，联合红星美凯龙、万达广场等线下商家，建成由智能触摸终端、PAD 电脑、智能移动应用和商务门户构成的智能商圈信息服务平台。

（二）智慧商贸平台建设

开发或移植服务于黔江本地消费的移动商务大平台，推出“智慧黔江”APP，并推动本地商务或商贸业态与移动商务的嫁接与融合。实现公共设施和商业设施快捷查询，商家位置和商品信息快速检索，商业导购、资讯发布，商品在线交易、评价互动及商业信息分析等功能；支持企业发挥掌上商圈的“导购”功能，开展数字精准营销，发布及时的促销、团购等优惠资讯，提供面向“位置+个人”的个性化“吃、住、行、游、购、娱”信息推送服务，发展 LBS+O2O（基于无线环境下的体验式消费）的立体商务模式，扩大商圈消费。

二、跨境电子商务示范区

（一）优化跨境电商发展环境

一是发挥黔江海关、出入境检验检疫局的通关、出入境检验检疫管理等职能作用，逐步建立与国际市场接轨的国际物流网络体系；二是借助黔江在渝新欧延长线上的优势，加强与两路寸滩保税港区、西永综合保税区互联合作，争取建立黔江保税物流中心，通过“一带一路”的政策支持，促进对外贸易快速发展。

（二）大力培育招引跨境电商主体

积极引进大龙网、敦煌网、阿里巴巴等知名跨境贸易电子商务企业入驻黔江，设立区域性营运基地，借助它们的经验与优势带动黔江跨境电子商务快速发展；大力推进传统外贸企业、各类经营主体、各类专业市场，尤其是食品加工、新材料、清洁化工产业中的骨干的企业，与第三方跨境电商平台对接，借助第三方平台的优势，开展跨境电子商务。

（三）稳步推进跨境电商载体建设

一是依托口岸和保税物流中心，延展保税展示交易功能，搭建高端消费品进口保税展销服务平台，促进高端消费品进口贸易便利化。二是引进大龙网欧咖、爱购保税、西港全球购、世纪购等跨境电子商务平台，在黔江建设跨境商品 O2O 体验馆。三是建设单一窗口平台，建立和完善电子商务海关、检验检疫、结算、税收等管理制度，加快推进形成跨部门共建、共管、共享机制，建设布局合理、互联互通的国际贸易“单一窗口”平台，带动综合服务体系建设，进一步优化跨境电子商务综合管理与服务。

第十节 建设三个区域性电子商务配套服务中心

一、区域快递物流集散分拨中心

充分发挥黔江地处武陵山腹地，东临湖北省的咸丰县，西界彭水县，南连酉阳县，北接湖北利川市，处于渝、鄂、湘、黔四省市的结合部的区位优势，打造成渝东南和武陵山区的快递物流集散分拨中心。

（一）健全物流配送网络

一是依托正阳物流基地、青杠物流园区、冯家物流园区，建设电子商务快递物流园，吸引顺丰等快递龙头企业入驻园区，形成现代化的电商物流聚集区，构建覆盖渝东南和武陵山区的区域性电子商务快递物流配送网络，增强黔江物流集散功能。

二是发挥邮政、供销、乡镇客运的网络和服务优势，发展濯水镇、石会镇、石家镇、马喇镇等重点集镇为重要物流节点，构建覆盖全区的现代物流网络体系，建立商流、物流、信息流相结合的物流模式，开展供应链一体化的物流配送服务。

（二）创新物流组织模式，提升电商物流运行效率

一是以规模提效率。鼓励区内龙头物流企业整合资源，优化快递物流线路和班次，增强城际间的物流配送能力，降低电子商务快递物流成本，提升电子商务快递效率。二是以技术提效率。推广标准化设施设备及先进技术应用，鼓励配送企业新建改造仓储设施，开展立体化自动仓库、标准化通用仓库、多温层冷库、节能型冷库等不同种类新型仓库的建设，不断提高机械化、自动化和智能管理水平；支持使用自动拣选设备、电子标签、管理信

息、应用射频识别（RFID）、全球定位系统（GPS）、地理信息系统（GIS）、条码技术、智能标签、标准托盘、货架、自动拣选、自动化装备等先进技术和方式；规范厢式标准配送车辆，鼓励末端配送使用纯电动物流车，推动绿色物流发展。

（三）强化物流信息系统支撑

探索建设集“数据采集、信息互联、政府监管”于一体的城市电商物流快递公共信息服务系统，通过搭载快递末端网点备案登记电子地图系统、快递末端网点收投终端系统、数据信息采集交换系统、快递车辆GPS定位系统、收寄验视信息监管系统及远程视频监控系统等六个系统，衔接用户、电商、快递等各个环节，实现多方信息共享。

二、区域农特产品品牌培育中心

集聚武陵山农特产品，统一进行产业扶持和品牌培育，以壮大产业、做优品牌、拓展销售渠道为目的，夯实电子商务发展的产业基础。

（一）打造农特产品品牌推广站

成立农特产品品牌推广站，对本土产品进行品牌化运作。引进熟悉电子商务营销、具备产品设计和品牌改造能力的企业，对武陵山区地标产品和特色产品进行统一包装设计，通过线上及旅游、会展等多种渠道，进行统一营销，集中力量打造具有武陵山特色标签的品牌。

（二）打造农特产品电商化加工中心

一是采取校企合作或校地合作方式，建立农特产品研究站，对“黔江猕猴桃”、“黔江珍珠兰茶”等区域特色产品的深加工进行关

键技术的研究与产业化开发，提高农特产品的附加值。二是以正阳工业园区为依托，建立农特产品标准化生产加工基地，由农特产品龙头加工企业与农户合作，对农产品统一收购，产业化加工、标准化包装，通过农特产品的标准化生产，培育网络品牌，实现原产品电商化。

（三）打造武陵山农特产品 O2O 展销中心

以武陵山特色农产品展示展销中心为核心，打造农特产品展示展销营销平台。商品以实物展区和虚拟展区呈现，为消费者提供多种精选、优质的农特产品。消费者不仅能到店直接选购商品，可以登录官网或手机扫描二维码来体验轻松购物。店内配置立式触摸屏，提升 O2O 消费体验的流畅感，增加购物的乐趣。

建立集综合宣传区、展示销售区、旅游体验区以及交易洽谈区为一体的线下电子商务展销平台，结合电子商务公共服务中心的功能，实现线上线下有机结合，增强消费者的线下体验，促进线上交易。

（四）拓展农特产品网络销售渠道

一是利用“亲戚田园”平台优势，开展武陵山农特产品平台直销模式；二是与阿里巴巴合作，开设“黔江产业带”版块，拓展网络批发模式，整合武陵山区特产，精选优秀企业，打造淘宝网“特色中国·黔江馆”线上展示和销售平台；三是积极与京东平台、一号店合作，争取使黔江农特产品进入这些知名平台的自营采购渠道；四是全力打造农特产品实时“田间市场”，通过实时直播的方式推销农特产品。

（五）完善农产品质量保障体系

引导农产品生产环节的精细化管理，确保产品质量和安全；大力推广农产品管理标准化，对蔬菜等农产品实行分级定价；探索推进农产品运输装具标准化，适应电子商务发展需要。在此基础上形成黔江区特色农产品产能、品类、品牌、资源、市场等方面完整的数据模型和信息，建立产品资源数据库。建立农产品安全质量追溯体系，利用条形码、二维码、RFID、云计算等技术，将农产品生产流通环节的关键信息储存于大数据中心，并渗透于生产、收储、分拣包装、物流配送等各个环节，实现农产品的追踪查询、问题回溯和召回，方便政府监管，使消费者买到安全放心的农特产品。

三、区域电商综合服务中心

在黔江区电子商务产业园的基础上，建立区域电商综合服务中心，其核心功能主要包含以下两个方面：

对区内：一是向上对接电子商务产业园或集聚区，把核心理念、技术和政策措施传递到各个区域或产业，成为全区电子商务由上到下的“服务窗口”；二是向下对接一线的加工实体企业或个体经营户，成为各区域或产业电子商务发展的“基层联络员”；三是通过双向的服务和对接，让电子商务服务中心成为政府对全区电子商务统抓统管的“重要抓手”。

对区外：一是中心需建立区域电子商务专家智库，汇集一批有丰富理论知识和实践经验的专家学者，成为区域电子商务发展的“规划局”。二是中心需建立覆盖电子商务各个环节的技术人才库，构建出一支专业专注的区域电商的团队，为各区域电子商务的发展提供技术支持，成为区域电子商务发展的“技术部”。三是

中心可与专业电商培训机构合作，针对武陵山区电商事情，开发有针对性的课程，为区域提供培训服务，成为区域电商发展的“培训师”。

基于这样的功能设计和定位，区域电商综合服务中心应包含这样几个模块。一是数据板块，负责专家智库和技术人才库的建立；二是课程开发与培训板块，负责培训课程的设计与培训的组织；三是公共关系板块，负责与政府、各相关企业的联络工作；四是服务板块，负责衔接黔江区内政府与各电子商务企业的工作，并确保各项政策和规划顺利实施。

第十一节 实施四项工程

一、电子商务进农村工程

按照“企业主体、政府推动、市场运作、合作共赢”的原则，争取与知名电商合作，共同推进电子商务进农村工程。

（一）整合线下特产资源，为农村电商发展打下坚实基础

一是由农特产品品牌培育中心对本地农特产品进行梳理，摸清本地特产明细，包括产品品类、产量、主产区、主销区、生产周期、品牌、电商运营能力、联系方式等。二是政府引导，黔江农产品电子商务协会牵头，利用农特产品品牌培育中心，对本地农特产品进行统一化包装、标准化生产，以统一的形象拓展网络市场。三是由政府牵头，力促与知名电商进行对接，争取获得“品牌电商线下体验店”的授权，使农特产品展销中心成为品牌电商自营渠道采购点。四是依托电子商务助推“三品一标”建设、加速农

林产品的商品化、品牌化和电商化进程，形成一批质量好、信誉佳的品牌商品，培育一批区域电子商务企业家。

（二）打造农村电商服务及物流体系，点线面全覆盖

1. 打造电子商务进农村服务体系。一是建设区级服务中心。整合展示、体验、配送、售后、宣传、小型培训、小型会议等诸多功能，为区域消费者提供从线上购物到线下体验的一条龙服务，真正实现消费水平。同时，运营中心还要负责黔江的网点开拓与运营管理、物流配送管理、相关人员培训等功能。二是建设 30 个乡镇电子商务服务站。乡镇级服务站主要起二级培训功能和农特产品代收功能，服务站定期组织培训，为村级服务点和电商带头人提供培训、创业指导、孵化等服务。三是建设 180 个村级服务点。在全区 138 个行政村和 80 个社区中选择建立 180 个村级服务点，覆盖全区 30 个乡镇、街道，建设具有网络商品配寄送服务、农产品网络销售服务、农村青年创业服务、农村基础生活用品网上购买及缴费服务四大功能的农村电子商务服务站。四是招募 200 名以上农村电商带头人。一方面对其进行网购操作、网上开店技巧和特色产品信息采集发布等技能培训，使他们成为工业品下乡和农产品卖全国的技术员；另一方面鼓励并推介他们成为知名电商平台的乡村推广员，成为农村电子商务的生力军。

2. 打造电子商务进农村三级物流体系。一是打造 1 个电子商务公共仓储配送中心。在正阳工业物流基地打造区级公共仓储配送中心。采取政府补助的方式，支持电商企业、快递企业等相关企业将货物存储于公共仓储配送中心进行统一配送。二是建设一批乡镇电子商务物流配送站。升级改造黔江区邮政和供销社的乡

镇网点，充分利用“万村千乡”工程中建成的 29 家日用品镇乡连锁超市和 30 家农业生产资料镇乡连锁超市，承接电子商务农村共同配送主体乡镇快递业务，实现快递包裹仓储、自提、进村分拨的功能。充分发挥电子商务农村共同配送主体的资源整合能力，加大乡镇政府支持力度，鼓励在乡镇建设一批乡镇级电子商务物流配送中心，作为电子商务农村共同配送主体快递包裹下乡进村的基础。三是建设 200 个村级电子商务配送点。支持村农家店、农村电商带头人等以便民超市为依托，建设村级电商物流配送点，为快递包裹提供仓储、自提和送货上门等服务。四是培育 1-2 家电子商务共同配送企业。依托区级公共仓储配送中心和乡镇级电子商务物流配送站，引导电商企业、快递企业加强沟通和资源整合，培育 1-2 个电子商务农村共同配送主体，推进黔江区下乡进村的电商企业、快递企业快递包裹的共同配送。支持“万村千乡市场工程”龙头企业、供销合作社、邮政等利用现有区、乡、村三级网点和物流配送体系，以及引导快递企业、物流企业加强联合并通过共同投资在黔江成立物流快递企业，为入驻区级公共仓储配送中心的电商企业、快递企业货物下乡进村提供统一公共配送。

3. 建立电子商务进农村平台体系，拓展网销市场

一是建设农村电子商务综合平台。升级改造重庆市葱枝农业投资有限公司旗下的“亲戚田园”农特产品平台，将该平台打造成为武陵山区的农村电子商务综合平台。鼓励该平台在现有基础上，与各农特产品展销中心对接，以采购自营或展销中心直营的方式，开展网络销售。鼓励该平台和农特产品加工、销售企业和群众对接，使他们能在平台开设店铺，以 B2C、C2C 的方式，销售农特

产品、旅游产品，实现购销对接。鼓励该平台与农资产品、家电卖场、生鲜供应商、区内连锁超市对接，针对武陵山区群众的需求，打造多品种、有特色的区内群众采购平台，把全国优秀的工业品引进武陵山区，惠及区内群众。二是支持黔江区农村电商信息平台建设。通过平台互联建设，实现与农村电子商务服务站及农村电子商务综合平台联网，实现信息共享、实时视频监控、资源调配等系列服务。通过该平台，使各农村电子商务服务站、服务点进行农产品价格和市场有关的信息搜集，并发布农产品价格和数量信息以及其他农产品市场相关信息。

4. 建设移动端农村电子商务平台。围绕农村群众生活需要，将农村电子商务平台应用于手机等移动设备，建设移动电商平台，为农村消费者提供手机购物通道，引导和改变农村消费习惯。该平台将逐步延伸水电气费缴纳等多种服务功能。

二、智慧旅游工程

发挥黔江作为武陵山地区旅游集散中心的作用，以濯水古镇、芭拉胡景区、小南海全国防震减灾科普宣传教育基地、国家森林公园、乡村旅游等为重点，加快推进黔江区智慧旅游建设。

（一）做好旅游电子商务基础设施建设

1. 打通数据信息传输通道。一是在酒店、农家乐、AAA级以上景区、旅游大巴上建设开通无线宽带网，扩展免费WI-FI网络的覆盖；二是在游客休息服务中心、主要景区、星级酒店、农家乐、交通口岸等人流量密集的地方铺设触摸屏查询终端，将各种旅游资讯、公共旅游信息的查询、旅游电子商务应用等功能通过旅游互动触摸屏终端一体机实现。

2. 建设黔江区智慧旅游数据中心。为了实现各旅游资源之间的互通互联，提升资源的综合化运营效率，打造统领区域旅游数据中心。协助区域内各旅游景点，完善其内部管理信息系统建设。将旅游电子商务平台与各家机构的内部管理平台进行数据对接，各类信息及时汇集到核心数据库，并在电商平台上得到呈现。消费者通过黔江区旅游电商平台可以及时了解各旅游景点的状况，合理规划旅游线路，实现旅游负载的自我均衡和自动分流，提升各家旅游景点和机构的运营效率。

3. 打造智慧景区。一是建设景区电子门票工程，建设国内领先的 IC 卡指纹门禁验票系统，实现游客在景区一人多站、两天多次入园有效。二是建设景区安全保障智能监控工程，依据 GIS、数字监控系统对景区实时监控，确保游客安全；三是建设手机推送系统，通过景区检票口、休息区等区域的无线 WIFI，对景区游客提供景区 APP 的免费下载，提供购票、导览、导游、导购、支付等服务；同时，利用定位功能自动播放导游词、旅游攻略、线路推荐、餐饮、住宿、购物等信息。

（二）打造覆盖武陵山区的本地旅游电商平台

1. 打造综合性 PC 端旅游电商平台。依托现有的黔江旅游网，整合武陵山区各个旅游景点，实现区域内旅游景点等资源的打通。消费者可以通过该垂直电子商务平台方便了解旅游线路、门票价格、交通工具、住宿餐饮、各类活动等信息，并可以实现网上预定、下单和支付。通过该平台实现对区域内旅游资源信息的集中、公开和透明，在一定程度上规范了各旅游景点和旅游机构的运作行为，推动整个旅游行业的品牌化、规范化发展。

2. 开发移动端旅游 APP。游客通过手机 APP，便捷地获取自己当前所在位置、查询周边旅游要素信息、景区导游导览、虚拟旅游、旅游地图服务和导航、互动评论等贯穿旅客旅行全过程的一体化的优质旅游公共服务，从而提高和优化游客的旅游体验；同时实现无线位置服务和新媒体营销结合，在取得游客许可的前提下，向游客推送门票、餐饮、住宿等旅游消费信息，进行精准营销。

（三）借力知名电商平台做好本地旅游营销

1. 与旅游第三方平台合作，提升黔江旅游资源知名度。整合景区、酒店和旅行社等旅游企业的资源，树立和打造黔江区统一旅游形象，开拓国内外旅游市场，吸引更多游客来黔旅游、观光，增加黔江的知名度。

2. 与社交平台合作，增加黔江区旅游的感知度。一是 PC 端旅游平台和旅游移动 APP，和第三方平台开放接口对接，使用户可以绑定微博、微信、社区网站帐号，快速参与在线互动，实现照片游记分享、实时评论、游客签到、旅游交友等互动功能。二是采取激励措施，鼓励游客在等专业旅游社交平台上发表博文，提升宣传效果。

三、创新创业工程

（一）加快构建各具特色的众创空间

一是提升一批传统孵化器。对以黔江区武陵微型企业孵化园、黔江区正阳微型企业创业园等传统孵化器进行升级改造，拓展孵化功能，鼓励与龙头企业、创投机构和专业团队合作，形成创业创新、孵化投资相结合的新型孵化器。二是改造一批创客天地。

充分利用老厂房、旧仓库、存量商务楼宇以及传统文化街区等资源改造成成为新型众创空间。三是培育一个创业示范基地。与电子商务龙头企业或商贸龙头企业合作，打造 1 家运行模式先进、配套设施完善、服务环境优质、影响力和带动力强的示范创业创新基地。

（二）创客育引工程

按照“依托产业集聚人才、创新体制成就人才、优化环境留住人才”的要求，优化创新创业环境，支持大学生、科技人员、大企业员工、海归、连续创业者等多元化创业主体在黔江区创新创业。重点引进三大类电商人才，具体包括对商务和技术的要求都比较高的电子商务项目经理和电子商务系统设计师；具备利用电子商务推动传统企业实现商业模式创新经验，与企业电子商务实际应用“零距离”接触的人才；与就业岗位实现“零适应期”，独立思考、敢于开拓，能快速切入企业具体电子商务类岗位的“楔型人才”。

四、电商人才培育工程

一是打造优秀的培训团队。与专业化培训团队及重庆各高校建立战略合作，共同建立电子商务培训基地，邀请电子商务专业讲师对广大电商群体进行针对性的培训。同时力争与重庆市电子商务协会、重庆市网商协会、重庆大学、重庆旅游职业学院、重庆经贸职业学院等建立长期的合作关系，通过电子商务实训基地、培训分院等运作形式，为黔江区导入优良的外部电子商务师资力量，促进提升本地电子商务团队的专业化水平和经营能力。

二是编制实用、系统、针对性强的培训课程。针对机关单位等行政管理层实施电子商务普及培训，帮助管理干部了解电子商

务发展现状和存在的瓶颈问题，对电子商务应用、支撑体系、创新模式、发展趋势进行认知，掌握推动电商发展的方法和手段。针对传统制造业、农产品生产加工、旅游产业等适合网络营销的企业负责人进行电子商务店铺开设、管理运营、技术外包合作等技能培训。针对农村专业合作社工作人员、返乡创业者、大学生、农村电商带头人、农村青年、农村妇女能手、退伍军人等群体实施就业指导培训，传授电商创业方式和电商营销基本技能培训；针对已开展电子商务的企业和从业者进行针对性的营销技巧等提升培训。

三是“走出去”培训学习，引进先进管理技术。组织企业管理人员，政府及部门负责人或具体工作人员等多批次到市内外电子商务发达的地区学习考察，带回其先进经营理念、发展模式、管理技术和营销水平，全面提升电子商务人才综合素质，为全区电子商务发展提供坚强的技术支撑。

第十二节 培育壮大电子商务市场主体

一、培育电子商务龙头企业

支持重庆市葱枝农业投资有限公司、重庆宅天下商贸有限公司、黔江在线等基础好、潜力大、成长快的电子商务企业加快发展，提升市场竞争力。整合相关资源优势，促进黔江区电子商务企业的合力发展，形成电子商务产业氛围，着力打造 4-5 家具有区域影响力的电子商务企业。形成“订、产、包、销”完整的产业供应链，带动更多的人投身到电子商务发展事业中。

二、大力引进知名电商企业

一是利用电商巨头抢夺农村市场的机遇，结合黔江实际，对比苏宁云商、阿里巴巴、京东、邮政（邮乐网）等知名电商平台企业的优劣势，从中选择 1-2 家，在黔江设立营运、服务、创新、数据、研发等中心。重点加大对知名电商的引进对接工作，打造区内电子商务生态链。二是加强与知名电商平台的对接。鼓励区内企业、行业协会与知名第三方平台对接，重点推广纺织服装、农副产品深加工、家具、旅游等特色产品。三是积极引进互联网金融服务企业，为黔江区电子商务发展创造良好的环境和配套设施。

三、鼓励传统企业开拓网上市场

一是大力推动制造企业“上网触电”。鼓励大型制造企业自建平台，利用电子商务改造供应链流程，带动产业链上下游企业共同发展。支持中小制造企业通过各类 B2B、B2C 网站平台，开拓网络零售渠道。二是支持传统商贸企业发展网络零售。对亲戚田园、宅天下、黔江团购进行升级改造，鼓励传统大型商贸企业与它们进行合作，开展“线上市场”与“线下市场”良性互动的网络零售业务。鼓励大中型批发市场的商户依托天猫商城、京东商城、淘宝网等第三方电子商务平台开展网络零售、网络直销业务。支持面向传统企业提供网店装修、网络整体营销等外包服务。

四、鼓励电商创新创业

优化电商发展环境，积极建设电子商务企业孵化基地、创客空间，采用“培训+孵化+培育”模式，充分发挥工、青、妇相关部门的引导作用，开展大学生、返乡创业青年和个体经营户等群体电子商务知识培训，以电子商务为依托，在天猫、京东等知名电子商务平台开店创业，带动黔江区电商发展。通过电商集聚区建

设，吸引一批中小企业聚集，鼓励中小企业发挥专、精、特、新的优势，开展代运营、平台开发等网络零售服务。开展优秀电商评选，挖掘和推介一批电商成功案例，宣传推广电商发展成功经验，促进整体发展。

第十三节 完善电子商务支撑服务体系

一、完善信息网络基础设施建设

结合“宽带中国”、“信息下乡”，加快信息化基础设施建设，确保通信基础设施建设位于区域领先水平。第一，全面推进光纤宽带网络建设，促进三网融合。实现市区 100%光纤到小区、到楼宇、到商户，在所有行政村实现光缆覆盖。第二，加快移动 4G 网络建设，确保 218 个行政村 4G 网络 100%全覆盖。第三，推进全区域内公共场所、服务场所的 WI-FI 建设，确保所有商业区域 100%覆盖，率先在全市商贸中心区域实现高速无线网络覆盖。

二、完善物流快递基础设施建设

一是加强物流通道建设，提升流通保障水平。进一步增强公路、铁路、航空运输保障能力，基本形成区域联通、辐射周边、安全便捷的物流通道。二是完善物流网络布局，增强物流平台功能。按照三大功能区域划分，依托物流综合交通网络，优化整合区域物流资源，着力构建以正阳物流园为支撑，城乡社区商业网点为末端的物流网络体系。三是创新物流组织模式，提升物流运行效率。通过推进多式联运、打造全程物流、推进物流信息化、构建区域性交易平台等方式节约成本、提升效率。四是推动特色

物流发展，改善物流薄弱环节。大力发展冷链物流、电商物流，提升黔江区物流产业的竞争力。五是培育引进物流企业，提高物流企业综合实力。六是开展绿色电子商务行动，鼓励社区及机关单位设置包裹领取场所，创新物流运输及交通出行方式，依托大数据及分享经济模式。

三、改善电子商务投融资环境

探索建立多元化、多渠道投融资机制，帮助中小电商成长。举办电子商务企业投融资对接会，邀请天使投资人、创业投资基金、私募股权基金开展项目对接活动，为企业和创业者融资提供平台。帮助成长性中小企业对接互联网小贷公司，利用公共服务平台数据，在金融机构、园区企业之间搭建桥梁，开展货物抵押贷款担保。设立电子商务小微企业孵化基金，对创新型小微企业免费提供研发、生产、经营场地和光纤网络，降低创业者的创业风险和创业成本。

四、完善信用服务体系

建立政府主导与市场化运作模式相结合的网络零售信用体系，统一信用评估标准和信用信息征集、评估、发布渠道，建立有效的企业信用监督约束机制；建设第三方信用评价认证服务机构，实现电子商务系统（网站）和企业信用信息系统之间的数据交换和共享，拓展信用系统的使用范围，促进网络零售交易双方的诚信交易；引导建立网络零售企业诚信联盟，抵制不诚信经营，鼓励企业联合建立网络零售信用风险赔偿机制，树立网络零售行业信誉，保障消费者利益。

五、加强电子商务统计监测

加强与相关单位及有关机构的联合，根据国家统计局和市统计局部署，探索电子商务发展统计指标体系与统计分析方法，推进全区电子商务调查统计工作。鼓励行业协会和社会性服务机构积极参与全区电子商务动态发展监测，发布行业发展报告。

六、构建电商产品质量安全监管体系

构建起五大电商质量安全监管体系：一是电商产品标准化体系，大力推进电商产品标准化进程，为提高电商产品质量提供技术支撑。二是电商产品质量安全认证体系，全面开展电商产品认证工作，提升电商产品质量水平。三是电商产品质量安全监测与信息体系，强化电商产品质量安全监测能力，完善电商产品质量安全监测机制，提高农特产品溯源技术应用普及。四是电商产品质量安全执法体系，强化执法体系建设，加大执法力度。五是电商产品质量安全信用体系，通过推行电商产品质量安全信用制度，逐步实现建立健全生产档案，严格控制产品质量安全，提高电商产品生产者对质量安全的自律性，构建黔江区电商产品生产领域质量安全信用体系。

第五章 保障措施

第十四节 完善工作机制

进一步强化区政府电子商务发展工作领导小组职能，统筹研究决策和指导协调全区电子商务工作，实时根据各部门职责分工

成立电子商务工作推进实施方案，建立部门联动工作机制、产业推进协调机制、联席会议制度，研究解决产业发展中的重大问题，营造良好的产业发展环境。设立黔江区电子商务指导服务站，具体负责电子商务推进实施的业务工作。在乡镇职能结构层级，设立农村电子商务工作办公室，配备电子商务专职人员，负责本行政区域的电子商务综合工作。选拔培育村级电商带头人，落实村级电子商务的综合服务。组建黔江区电子商务行业协会，指导全区电子商务行业发展，提供公共服务。加强行业自律，引导网商诚信经营，促进电子商务行业健康发展。

第十五节 加大政策支持

一、制定包括电子商务产业园、特色楼宇、仓储配送基地等项目的用地优惠政策，引导社会资金投资开发建设电子商务产业园。对入园企业、科研机构，制定房租优惠标准、用地支持额度以及用电、规费及其他有关优惠政策。支持符合物流配送体系规划的物流园区的配送功能区、货运站场、快件集散中心、配送中心、信息平台、调度呼叫中心等基础设施项目建设。

二、实施税收优惠，支持电子商务及相关服务企业参与高新技术企业认定，符合条件的，可享受高新技术企业和技术先进型服务企业税收优惠政策。落实网络零售项目技术创新的研究开发费用加计扣除政策。

三、积极争取国家及省级层面有关部门对企业电子商务试点示范项目的支持，对争取到国家级或省级资助的项目分别给予一

定比例的匹配资助；对达到一定规模或获得各类荣誉的企业给予奖励，对当年新开且销售额在 200 万以上的天猫、京东等第三方网络平台品牌旗舰店给予适当补助。

四、加大电子商务技术研发的投入，成立电子商务技术研发项目支持基金。每年招标一批电子商务关键技术重大科研项目，通过验收的项目列入当年的电子商务引导资金扶持计划。

五、放宽网络零售企业出资最低限额，允许网络零售企业注册资本分期缴付。推动将信息通信基础服务纳入“普遍服务”和“基本公共服务”范畴，逐步降低信息服务资费。同时还要进一步加大传统商户企业上网基础设施购置补贴政策以及网络零售民生服务资助政策的支持力度。

第十六节 强化人才支撑

一是健全人才培养机制。一方面打造“政府+企业+院校”的培训机制。由政府牵头，与重庆市网商协会、重庆大学、经认定的电子商务培训机构合作，加强与重庆经贸职业学院、重庆旅游职业学院、区职教中心等当地高校合作，结合黔江区电子商务特点和现状，开发系统性、针对性的课程，在黔江区开展电子商务培训。另一方面建立教育和培训基地，鼓励电子商务企业、传统商贸企业的员工参加岗位职业培训，着重培养各种层次紧缺的电子商务人才。二是健全人才引进机制。加大优秀人才的引进力度，着力解决高层次人才引进中的住房、配偶工作、子女入学、创业扶持等实际问题，引导国内外各层次的电子商务人才向黔江聚集。

对符合条件的电子商务领军型人才和创新科研团队给予奖励和资助。三是创新人才激励机制。对优秀电商人才实行“智力资源资本化”，实施知识、管理、专利发明、原创科研成果等生产要素参与投资与分配政策；对在电子商务实施中做出重大贡献的单位、企业以及个人进行表彰、奖励，保持其开展电子商务工作的积极性。

第十七节 加强宣传引导

一是区内氛围营造。借助区内主流媒体进行大力宣传，利用头版头条、专版配图等形式进行专题报道。借助武陵都市报、黔江电视台、家在黔江、黔江今媒体、黔江在线，多层次广泛深入宣传报道黔江区电商发展事业。鼓励黔江区电商卖家分别用自媒体的方式对黔江电商发展进行口碑宣传。充分利用会议宣传，召开电子商务培训动员会，有效激发广大群众了解电子商务、参与电子商务的热情，提高电子商务在社会各界的知晓度和影响力。

二是加强对外宣传。通过开展电子商务高峰论坛、构建高端的互联网行业交流对话平台、通过国内外主流媒体和搜索引擎，加强黔江区电子商务整体品牌的营销推广。在各级媒体上开展黔江城市形象、黔江特色产业以及黔江品牌、黔江电商宣传，展示电子商务的发展亮点、龙头企业以及发展战略，全面彰显展示黔江区电子商务的建设成果。

附录：黔江区“十三五”电子商务发展规划重点项目表

序号	项目名称	建设地点	建设内容	建成年限	投资额 (万元)
1	黔江区电子商务产业园	重庆三磊渝东南冷链物流中心	改建办公用房、信息化建设、集中仓储、集中办公，建成综合性电子商务示范基地	2016-2017	1500
2	区域物流分拨中心	正阳物流基地	聚焦物流快递企业，兴建智能仓储设施设备，完善信息化建设，打造边区电商仓储物流基地	2016-2017	500
3	区域农特产品品牌培育中心	正阳工业园区	打造标准化的农特产品生产、加工、包装基地	2016-2020	400
4	农产品冷链物流中心	渝东南冷链物流园	建设万吨级冷冻冷藏库1座，全区冷冻仓库容量达到8万吨，配备冷藏运输车，打造农产品集散中心	2016-2019	30000
5	农村电商三级物流体系	相关乡镇	1.培育1-2家的城市物流配送公司；2.建设城市物流公共信息平台；3.建设区级公共仓储配送中心；4.在城区建设标准化末端配送点（服务半径300-500米），在居民小区统一购置、布放智能包裹柜。5.建设乡镇电子商务物流配送站和村级电商物流配送点。6.逐步轮换购置标准化城市配送车；7.分批购置大货车（用于区外运输）。	2016-2020	500

序号	项目名称	建设地点	建设内容	建成年限	投资额 (万元)
6	农村电商三级服务体系	相关乡镇	1、建设1个区级电子商务综合服务中心；建设乡镇农村电子商务服务站39个，村级农村电子商务服务点300个以上2、乡镇街道电商综合服务站，每个含产品展示厅，电子商务业务厅，多层货架仓库、配套电脑、LED显示屏、监控、RF无线手持扫描仪等设备；3、村级电商服务点，每个含产品销售区、多层货架仓库、配套电脑、RF无线手持扫描仪等设备。	2016-2018	600
7	区级农村电子商务运营中心		经营面积23000平方米，重点建设：网络数据、仓储物流、品牌包装、市场营销及客服服务等，打造区域性电子商务运营枢纽	2016-2017	1000
8	农村电子商务综合平台		1.信息集成模块；2.企业服务模块；3.消费服务模块；4.招商服务模块	2016-2017	300
9	旅游电子商务平台		建成整合武陵山区吃、住、行、游、购、娱等各种旅游要素企业为一体的综合电子商务平台	2016-2020	200
10	智慧商圈	老城和新城核心商圈	以老城核心商圈和新城核心商圈为中心，打造融合线上线下的智慧商圈信息服务平台，帮助商家更好地与消费者互动，提升消费者的消费体验，促进传统商圈的智能升级。	2016-2018	2000

序号	项目名称	建设地点	建设内容	建成年限	投资额 (万元)
11	淘宝特色中国重庆黔江馆	武陵山农特产品展销中心	1、搭建淘宝特色中国重庆黔江馆线上展示及销售平台(包含办公场地、办公设备、咨询支持费用、客服中心的建设等)；2、和武陵山农特产品展销中心合作,打造线下体验功能。	2016-2017	300
12	电子商务人才培训工程	黔江区电子商务产业园、黔江区民族职业教育中心	1、打造多层次电商人才培训体系；2、针对各类电子商务的参与主体(政府、企业、农村创业青年、大学生村官、农村妇女等),开展电子商务相关培训3、在各创业中心、孵化中心设立培训基地。	2016-2017	400
13	信息网络基础设施建设	扩建	1、建设覆盖城乡的4G基站和光纤线路；2、建设覆盖主要商圈的无线WIFI；3、建设覆盖A级以上景区及星级酒店的无线WIFI。	2016-2018	500