# 运城市盐湖区人民政府办公室文件

运盐政办发〔2026〕20号

## 运城市盐湖区人民政府办公室<br>关于印发《盐湖区乡村e镇中长期高质量可持续运营实施方案（2026–2030年）》的通　知

各街道（办事处），区直有关单位:

经区政府同意，现将《盐湖区乡村e镇中长期高质量可持续运营实施方案（2026-2030年）》印发给你们，请结合实际抓好贯彻落实。

运城市盐湖区人民政府办公室

2026年9月1日

（此件公开发布）

# 盐湖区乡村e镇中长期高质量可持续运营实施方案（2026—2030年）

为进一步巩固乡村e镇建设成果，推动项目由建设培育阶段向市场化、可持续运营阶段转型，根据商务部“数商兴农”工程和山西省乡村e镇培育建设有关要求，结合我区实际，制定本实施方案。

## 一、总体要求

### （一）指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实乡村振兴战略部署，深入实施商务部“数商兴农”工程和省级乡村e镇培育建设要求，立足盐湖区生鲜果蔬、文旅文创、预包装食品三大特色产业优势，以盐湖区电商公共服务中心为核心载体，以区域公用品牌建设为重要抓手，坚持“政府引导、市场主导、产业支撑、助农增收”发展方向。充分发挥现有乡村e镇建设基础和资源优势，推动电子商务与农业、文旅、商贸深度融合，完善品牌运营、供应链服务、人才培育、数字赋能、跨境拓展等体系，促进特色产业数字化转型和农村电商高质量发展。坚持问题导向，对标省商务厅督查反馈意见和整改要求，全面补齐跨境服务、人才培育、数据应用、市场化运营等短板，推动乡村e镇由“项目建设型”向“产业运营型”转变，由“财政投入驱动”向“市场内生驱动”转

变，打造黄河金三角区域特色产业数字化流通节点和全省乡村e镇可持续运营示范样板。

（二）基本原则

**1.坚持助农为本，产业带动。**

始终把促进农民增收、服务产业发展作为乡村e镇建设运营的根本目标，围绕特色产业完善电商服务体系，推动更多农业经营主体参与电商发展，实现产业增值收益向基层群众合理传导。

**2.坚持品牌引领，特色发展。**

以区域公用品牌为统领，围绕生鲜果蔬、文旅文创、预包装食品三大产业方向，打造统一品牌体系、标准体系和营销体系，提升盐湖特色产品市场影响力。

**3.坚持市场运作，持续发展。**

坚持不新增财政专项投入，充分发挥市场主体作用，以公共服务保障基础运营，以产业服务创造经营收入，逐步形成自主造血、长期稳定的发展机制。

**4.坚持政府统筹，协同推进。**

强化政府规划引导、政策支持和监督管理作用，明确部门职责边界，推动农业、商务、人社、文旅等部门协同发力，形成工作合力。

**5.坚持融合创新，提质增效。**

推动农业、文化、旅游、电商、物流等要素融合发展，拓展线上销售、直播营销、文旅消费、跨境贸易等应用场景，提升产业综合竞争力。

## 二、发展目标

到2030年，基本建成品牌化运营、数字化赋能、市场化造血、融合化发展、示范化推广的乡村e镇产业生态体系。

在不新增财政专项投入基础上，推动电商公共服务中心实现市场化自主运营，经营性收入稳定覆盖运营成本，形成可持续发展模式，实现以下目标:

### （一）运营机制更加成熟

建立市场化运营机制，实现公共服务与产业经营有效结合，推动项目长期稳定运行。

### （二）产业体系更加完善

区域公用品牌形成区域影响力，三大特色产业线上销售规模持续增长，供应链服务体系更加健全。

### （三）数字赋能更加深入

建立产业数据采集、分析、应用机制，实现消费端数据反向指导生产端优化升级。

### （四）人才培育更加有效

形成覆盖农户、合作社、电商企业、直播达人、跨境经营主

体的分层分类培育体系。

（五）助农增收更加明显

建立农户增收跟踪机制，推动农村电商成为促进就业创业、带动群众增收的重要渠道。

## 三、年度发展指标

| 指标类别 | 2026年 | 2027年 | 2028年 | 2029年 | 2030年 |
|---|---|---|---|---|---|
| 电商实操培训人数（人次） | ⩾500 | ⩾600 | ⩾700 | ⩾800 | ⩾1000 |
| 新增电商经营主体（家） | ⩾50 | ⩾60 | ⩾70 | ⩾80 | ⩾100 |
| 新增万粉带货达人 | 5名 | 6名 | 7名 | 7名 | 5名 |
| 市场化收入占运营成本比例 | ⩾40% | ⩾75% | 100% | 稳定100% | 盈利反哺产业 |
| 市场化经营性收入（万元） | ⩾20 | ⩾40 | ⩾60 | ⩾70 | ⩾80 |
| 三大产业网络零售额增速 | ⩾10% | ⩾12% | ⩾12% | ⩾10% | ⩾10% |
| 跨境电商交易额（万美元） | ⩾360 | ⩾410 | ⩾470 | ⩾540 | ⩾620 |
| 年度产销对接及实操活动 | ⩾6场 | ⩾8场 | ⩾10场 | ⩾10场 | ⩾12场 |
| 品牌授权经营主体 | ⩾8家 | ⩾10家 | ⩾12家 | ⩾15家 | ⩾20家 |
| 培育头部电商标杆企业 | 2家 | 4家 | 6家 | 8家 | 10家 |

## 四、重点任务

（一）实施品牌引领工程，构建特色产业价值体系

坚持以品牌赋能产业发展，以区域公用品牌为核心纽带，围绕

生鲜果蔬、文旅文创、预包装食品三大产业，完善品牌建设、标准制定、供应链整合、市场推广和利益联结机制，提升盐湖特色产品市场竞争力和产业附加值。

**1.完善品牌体系。**

统一品牌视觉体系、产品标准、授权管理、质量监管和溯源体系，建立品牌准入、退出和动态管理机制，引导农户、合作社、小微企业等市场主体规范使用品牌。探索品牌授权服务机制，对符合条件的经营主体开放品牌使用权限，通过品牌运营、产品推广、市场拓展提升产业价值。

**2.完善特色产业供应链体系。**

围绕生鲜产业发展需求，推动完善产地集货、分拣包装、预冷仓储、物流配送等基础设施，提升农产品商品化处理能力。建立“合作社＋运营主体＋市场渠道”协作机制，推动果蔬标准化生产、分级包装和品牌销售。围绕文创产业，建设文创产品展示、孵化和销售空间，支持非遗传承人、文创企业开展线上营销和跨境推广。围绕食品产业，支持食品企业开发系列产品和特色礼盒，提升产品标准化、品牌化水平。

**3.建立助农增收利益联结机制。**

探索从品牌授权、供应链服务、渠道销售等市场化收益中提取一定比例，建立产业发展支持机制，用于农产品品质提升、电商创

业扶持等。推动产业发展收益更多向农户、合作社和基层经营主体传导，增强乡村e镇助农带富能力。

（二）实施数智普惠赋能工程，提升电商发展支撑能力

坚持数字赋能、精准培育，依托现有电商公共服务中心资源，完善电商人才培养、数据应用、经营服务体系，提高农村电商发展质量。

**1.建设数字化电商服务体系。**

依托乡村e镇现有设施，引入市场化数字服务资源，建设人工智能（AI）电商服务应用场景，为农户、小微企业提供短视频制作、直播运营、选品分析、营销推广等基础服务。推动数字技术在农业生产、产品营销、市场分析等环节应用，提高产业数字化水平。

**2.完善分层分类人才培育体系。**

根据不同群体需求，建立“基础培训—能力提升—创业扶持—标杆培育”四级培养体系。

**基础层：**面向农户、合作社成员开展电商基础知识、短视频制作、直播应用等公益培训，提高群众参与电商发展的能力。

**提升层：**面向个体商户、中小主播开展店铺运营、营销推广、供应链管理等实操培训，提高经营能力。

**创业层：**支持有发展潜力的经营主体开展创业孵化，在品牌、渠道、流量等方面提供支持。

**标杆层：**培育电商企业成为头部企业、直播达人和跨境经营主体，形成示范带动效应。

**3.建立产业数据应用机制。**

依托电商交易、市场反馈、消费趋势等数据资源，建立产业运行分析机制。定期形成产业销售分析报告，为农业生产、产品开发、包装优化和市场拓展提供参考。推动形成“市场需求指导生产、销售数据反哺产业”的发展模式。

（三）实施农文旅商融合工程，拓展产业增值空间

充分发挥盐湖区关公文化、生态农业和特色产业优势，推动农业、电商、文旅融合发展，打造多元化消费场景。

**1.打造融合消费场景。**

围绕品牌，开发特色消费产品和体验项目，将关公文化、非遗旅游资源、农产品销售、特色食品消费相结合。推动景区、采摘基地、生产车间、直播间等场景联动，促进游客流量向产品销量转化。

**2.建设示范应用场景。**

分年度打造数字直播、文创展示、跨境服务等特色示范点位。建立示范点运行管理机制，定期开展评估，提高示范点利用效率和推广价值。

**3.拓展线上线下销售渠道。**

推动产品进入商超、社区门店、文旅场所等消费终端。

利用直播电商、社区团购、即时零售等新模式，拓宽特色产品销售渠道。结合关公文化旅游节、农产品采摘节、年货节等活动，开展线上直播、产品展销、消费促进活动，提升品牌影响力。

（四）实施跨境电商升级工程，推动特色产品走向国际市场

围绕品牌出海目标，完善跨境电商公共服务体系，支持食品、文创等特色产品拓展海外市场。

**1.完善跨境电商服务体系。**

依托电商公共服务中心跨境电商板块功能，为企业提供政策咨询、运营指导、合规申报等服务。围绕食品、文创等重点产品，提供出口标准、包装设计、海外营销等指导。重点支持特色食品、文化创意产品拓展海外市场，提升盐湖特色产业国际竞争力。

**2.培育跨境经营主体。**

实施跨境电商主体培育计划，筛选有基础、有潜力的企业开展专项辅导。支持企业对接海外市场，提高跨境经营能力。力争到2030年，培育一批稳定开展跨境业务的企业，形成特色产业出口增长点。

**3.降低企业出海成本。**

积极对接省市跨境电商扶持政策，帮助企业申报物流、平台、认证等相关支持。加强与跨境物流资源合作，提高企业国际贸易便利化水平。

（五）实施市场化长效运营工程，建立自主发展机制。

坚持市场化方向，推动乡村e镇由项目建设运营向产业经营运营转变，实现长期稳定发展。

**1.完善运营资金保障机制。**

严格执行省级乡村e镇专项资金管理要求，坚持专款专用、专账管理。专项资金主要用于基础公共服务、公益培训等必要支出。品牌推广、产业拓展、数字升级、市场开发等增量投入，逐步由市场化经营收入承担。建立资金使用全过程监管机制，确保资金安全规范。

**2.拓展市场化经营收入渠道。**

围绕产业服务和品牌运营，积极拓展品牌授权服务、 供应链服务、直播运营服务、跨境电商服务、场地运营服务、线上线下渠道合作分成等，逐步形成稳定经营收入来源，增强项目自主发展能力。

**3.完善运营绩效考核机制。**

建立以市场化运营能力、助农增收成效、公共服务质量为核心的综合评价体系。强化运营主体考核结果运用，将考核结果与资金拨付、服务评价、运营资格挂钩，推动运营主体持续提升服务能力。

**五、实施步骤**

按照“稳步转型、逐步市场化、示范引领”的总体思路，坚持

目标导向、问题导向、结果导向相统一，分三个阶段推进乡村e镇高质量可持续运营。

（一）市场化转型攻坚阶段（2026—2027年）

围绕补短板、强基础、建机制，推动乡村e镇由建设培育阶段向产业运营阶段平稳转型。重点完成以下任务:

**一是完善品牌体系。**完成区域公用品牌体系建设，建立品牌标准、授权管理、产品体系和质量监管机制，推动生鲜果蔬、文旅文创、预包装食品三大产业产品标准化、品牌化发展。

**二是提升公共服务能力。**依托电商公共服务中心，完善数字化服务功能，引入市场化服务资源，建设AI电商服务应用场景和跨境电商服务载体，为农户、合作社、电商企业提供精准服务。

**三是完善产业配套体系。**围绕生鲜产业发展需求，推动完善产地集货、分拣包装、预冷仓储等设施建设，探索建立冷链服务协作机制，提高农产品流通效率。围绕文创、食品产业发展需求，完善产品展示、营销推广、供应链服务等配套体系。

**四是强化人才培育转化。**建立覆盖农户、合作社、电商经营主体、直播达人、跨境企业的分层分类培训体系，加强培训后跟踪服务，推动培训成果向就业、创业和增收转化。

**五是健全运营管理机制**。完善资金管理、资产管理、档案管理、风险防控、绩效评价等制度体系，建立市场化运营考核机制，推动

项目规范运行。到2027年底实现品牌体系基本完善，项目市场化收入占运营成本比例达到75%以上，电商培训、主体培育、助农增收机制全面建立，项目运营管理规范化水平明显提升。

（二）自主运营提升阶段（2028年）

围绕自主造血、提质增效，推动乡村e镇实现市场化自主运营。重点完成以下任务:

**一是实现运营自主。**市场化经营收入稳定覆盖电商公共服务中心日常运营成本，实现由财政保障为主向市场经营支撑转变。

**二是提升产业发展能力。**进一步完善生鲜供应链体系、品牌运营体系和跨境电商服务体系，提高特色产品市场竞争力。

**三是强化主体培育。**重点培育一批电商企业、直播达人、产业带头人，形成大中小主体协同发展的电商产业生态。

**四是扩大品牌影响。**推动品牌进入更多线上线下消费渠道，提升区域市场影响力。到2028年底，实现市场化收入覆盖全部运营成本，培育头部电商标杆企业6家以上，形成具有推广价值的乡村e镇市场化运营模式。

（三）示范引领发展阶段（2029—2030年）

围绕品牌提升、模式输出、示范推广，推动乡村e镇成为区域农村电商高质量发展示范样板。重点完成以下任务:

**1.提升产业影响力。**推动区域公用品牌形成黄河金三角区域

影响力，打造特色产业数字营销体系。

**2.完善产业生态体系。**实现品牌运营、供应链服务、数字赋能、跨境拓展、人才培育、农户增收全过程闭环，形成稳定发展的产业生态。

**3.强化示范推广。**系统总结乡村e镇市场化运营经验，形成可复制、可推广的发展模式，积极向省、市商务部门推广交流。

到2030年底，实现电商公共服务中心持续稳定运营，品牌授权经营主体达到20家以上，培育头部电商企业10家以上，跨境电商交易额达到620万美元以上，形成全省乡村e镇高质量可持续运营示范样板。

## 六、保障措施

### （一）强化组织领导，形成协同推进机制

成立盐湖区乡村e镇工作领导小组，由区政府主要领导任组长，分管领导任副组长，区商务局、区农业农村局、区人社局、区文化和旅游局及各乡镇办为成员单位。领导小组办公室设在区商务局，负责统筹协调、任务推进、督查考核和日常管理。各成员单位按照职责分工，协同推进乡村e镇建设运营。

**区商务局：**负责统筹乡村e镇运营管理、跨境电商服务、政策争取、示范创建和与省市商务部门沟通协调等工作。

**区农业农村局：**负责农业产业项目支持，农产品质量安全抽检、

绿色食品认证、农产品冷链设施建设等工作。

**区人社局：**负责推广电商创业就业政策落实、人才培训转化和就业服务工作。

**区文化和旅游局：**负责推动非遗文创产品、旅游资源与电商融合发展，打造文商融合消费新模式。

**各乡镇办：**负责基层电商需求摸排、培训人员组织、产业资源对接和配套项目实施。

（二）加强资金监管，确保资金安全规范

严格执行省级乡村e镇专项资金管理要求，坚持专款专用、专账管理。建立资金使用全过程监管机制，确保财政资金安全、高效、规范使用。一是规范资金审批流程，严格执行专项资金使用范围和标准；二是加强经营收入管理，市场化收入实行单独核算，优先用于项目运营和产业发展；三是建立资金绩效评价机制，将资金使用情况与项目考核挂钩；四是定期开展资金检查和审计，及时发现并整改风险问题。

（三）完善资产档案管理，提升项目规范化水平

建立乡村e镇项目资产和档案管理制度。实行“一项目一档案”，完善建设资料、运营资料、资金资料、绩效资料归档管理。建立固定资产登记、盘点、维护制度，确保国有资产安全完整。加强运营数据管理，建立产业运行动态监测台账，为项目决策和产业

发展提供数据支撑。

（四）强化风险防控，守牢运营底线

建立乡村e镇风险防控机制，重点加强资金使用风险防控、品牌授权风险防控、供应链运营风险防控、跨境经营风险防控和廉政风险防控。建立经营运行监测机制，对市场化收入、项目运营、产业带动情况进行动态分析。对连续未完成年度目标任务的运营主体，按照合同约定采取整改、优化服务或调整运营主体等措施。**坚决守住**“不新增地方财政负担、不发生资金违规、不出现重大运营风险”三条底线。

**七、附则**

本方案自印发之日起实施。

本方案未尽事宜，按照国家、省、市关于乡村e镇建设、农村电子商务发展和专项资金管理有关规定执行。

本方案由盐湖区商务局负责解释。