

乳源县发电

发电单位 乳源瑶族自治县人民政府办公室 签批盖章 韩冬双

等级 平急·明电 乳府办发电〔2020〕6号 乳机发 号

乳源瑶族自治县人民政府办公室关于印发 乳源瑶族自治县省级电子商务进农村 综合示范县创建工作实施方案 (2020-2021年)的通知

各镇人民政府、县直各有关单位：

《乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作实施方案（2020-2021年）》已经县人民政府同意，现印发给你们，请认真按照执行。执行中遇到的问题，请径向县工信局反映。联系电话：5383488。

乳源瑶族自治县人民政府办公室

2020年3月17日

乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作实施方案（2020-2021年）

为贯彻落实《中共广东省委 广东省人民政府关于推动我省民族地区加快高质量发展的意见》《广东省人民政府办公室关于印发广东省促进农村电子商务发展实施方案的通知》（粤府办〔2016〕12号）《广东省商务厅关于进一步做好电商精准扶贫工作的通知》（粤商务电函〔2019〕5号）《广东省商务厅关于公布2020年省级电子商务进农村综合示范县名单的通知》（粤商务电函〔2019〕80号）等文件精神，加快电子商务进农村综合示范县创建，完善农村电子商务服务体系，优化农村电子商务发展环境，促进农村物流现代化，助力脱贫攻坚和乡村振兴，特制定本工作方案。

一、总体思路

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的十九大、十九届二中、三中、四中全会精神，落实《中共广东省委 广东省人民政府关于推动我省民族地区加快高质量发展的意见》要求，深入贯彻落实国家“互联网”战略，以电子商务进农村综合示范县建设为抓手，坚持“企业主体、政府推动、市场运作、合作共赢”的原则，将电子商务进农村作为农村市场体系建设的重要引擎与城乡一体化建设的重要支撑，建立和完善县域农村电子商务综合服务

体系，着力打造“电子商务+农特产品+生态旅游+产业融合+精准扶贫”的电子商务发展模式，全面提升农村流通现代化水平，带动传统产业转型升级，推进乡村振兴发展。

二、基本原则与实施目标

（一）基本原则

1. 市场为主，政府扶持。突出企业的主体地位，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，建立统一开放竞争有序的现代市场体系。加快转变政府职能，做好引导和扶持工作，加强基础设施建设，促进资源统筹协作，建立完善的农村电子商务公共服务体系，为农村电子商务发展营造良好环境。

2. 统筹规划，创新发展。把发展农村电子商务纳入乡村振兴建设规划和产业化发展规划，切实发挥电子商务对促进经济增长、产业升级和脱贫攻坚的作用，带动大众创业、万众创新，加快培育新动能。创新商业模式，推动管理创新和体制创新，不断改造传统商业的业务流程，提升农村流通现代化水平，促进一、二、三产业融合发展。

3. 结合实际，因地制宜。结合全县农村经济社会发展情况、人文环境和自然资源等基础条件，认真研究分析、着眼长远、有序推进。注重发挥基层自主性、积极性和创造性，探索具有农村特点的电子商务发展路线和模式，改善农村民生条件，让广大农村群众逐步享受到与城市居民一样的公共服务。

4. 以点带面，重点突破。围绕农村电子商务发展的关键

问题和薄弱环节，紧密结合我县民族地区产业特色和央视广告扶贫优势，集中力量研究解决物流、人才、金融服务等方面的制约因素，总结经验，不断提升示范效应，形成联动机制。

（二）实施目标

1. 健全电商服务体系。到 2021 年底，建设 1 个集运营、培训、创业、孵化、服务于一体的县级电子商务公共服务中心，并配套打造 1 个县级仓储物流配送中心。

2. 完善县、镇、村三级电商网络。到 2021 年底，建成 9 个镇级电子商务及物流配送服务站（以下简称镇级电商服务站），72 个行政村电子商务及物流配送服务点（以下简称村级电商服务点，全县 102 个行政村覆盖率达 70%以上）；村级电商服务点实现网络销售农产品或地方特色产品；行政村宽带网络覆盖率 100%，完善县、镇、村三级农村电商应用服务网络，逐步实现电商的应用和服务网络在镇、村全覆盖，带动农村创业和就业。

3. 健全电商配送体系。到 2021 年底，打造一个县级仓储物流配送中心，并依托国内大型知名快递、物流配送企业资源，使农村商品物流配送能力和农产品商品化率大幅提高，实现快递到镇、配送到村。从县级物流中心到村级站点配送 24 小时内完成，物流成本总体逐步降低，流通效率极大提高，“工业品下乡、农产品进城”的双向流通体系基本形成。

4. 健全电商人才培养制度。建立健全电子商务发展长效

机制，制定有利于农村电子商务发展的政策，加强电商人才培训及转化。有效调动政府各部门和承办企业、电商企业、商贸流通企业、专业合作组织，以及返乡农民工、退伍军人、大中专毕业生、社会青年、精准扶贫有劳动能力人员等参加电商技能培训班，并组织专场对接招聘会，提高培训转化率；组织开展校企合作，包括在职业学校开设电商专业，动员在校电商专业大学生到电商企业学习实践，邀请专业老师到企业授课等，多方面开展电子商务人才培养工作。

5. 重点产业融合突破。支持电商服务型企业、农产品生产加工企业、农民合作社、农产品品牌培育型企业等开展区域品牌培育、产品追溯和质量认证体系建设，实施“一镇一业、一村一品”的整体品牌策略。重点在乳城镇、桂头镇、大桥镇、洛阳镇、大布镇等地域打造“乳源三宝”腐竹、笋干、番薯干、茶叶、蔬菜、水果、瑶绣等特色产业，逐步打造一批有市场、竞争力强的区域农产品网络品牌，推进电子商务与生态农业、休闲旅游、工艺制品等产业融合发展。

6. 实现电商精准扶贫。开展电商精准扶贫，电商企业对接“一镇一业、一村一品”项目开发，实现集聚发展，落实人才引进和培训、扶持奖励等措施。实现全县有劳动能力的建档立卡贫困人口（外出务工者除外）电商培训人次达50%以上，扶持3-5家电商精准扶贫龙头企业发展壮大，带动贫困人员就业，实现产业规模化、公共服务配套化，带动农村电子商务产业发展，助推脱贫攻坚。

7. 电商企业快速发展。到2021年底，建成县电子商务

公共服务中心，培育电商示范型企业 3 家以上，孵化入驻企业 15 家以上，积极鼓励大学生村官和返乡青年开办网店（微店），全县新增电商就业人数 500 人以上。

8. 网上交易显著增加。到 2021 年底，全县电子商务交易额、销售额同比增长 15% 以上。其中农副产品、民俗产品、乡村旅游等网络销售额形成一定规模，占全县社会消费品零售额的比重明显上升，电子商务促进农民增收作用明显。

三、建设内容

电子商务进农村综合示范县创建工作以建设“六个体系”为重点（农村电子商务服务体系、培训体系、物流配送体系、农产品供应链管理体系、品牌营销体系和溯源监管体系），加快培育市场主体，不断完善农村电子商务网销网购、品牌培育、商品配送等综合服务网络，达到“县有中心、镇村有站点”的一体化电子商务体系。

（一）建设农村电子商务服务体系。整合各方资源，构建集培训、物流、农村产品营销和供应于一体的农村服务站点，解决创业培训、农产品销售、O2O 农村消费等问题。依托国内知名电商平台资源优势，建设 1 个集运营、培训、创业、孵化、服务于一体的县级电子商务公共服务中心，9 个镇级电商服务站和 72 个村级电商服务点，形成县、镇、村三级农村电子商务服务体系。

（二）完善农村电子商务培训体系。有计划地培养电商人才，全面开展电商培训。到 2021 年底，开展电商培训 40

场以上，培训人数 3000 人次以上。一是开展农村电商技能培训，培养一批理论和实践能力强的农村电商专业人才，提高新型农业经营主体电商应用能力；二是开展电商专业技能培训，培训一批策划、美工、摄影等技术人才，为全县电商企业提供优质服务；三是开展政府部门人员培训，采取多种形式针对各级政府机关干部、镇村干部进行电商普及培训，便于政策推广与下行；四是针对县、镇、村三级服务站点工作人员开展业务技能培训，进一步掌握业务和功能服务，健全三级服务体系。

（三）构建农村电子商务物流配送体系。整合现有的物流资源，优化物流资源配置，打造一个 500 平方米以上的县级物流配送中心，各镇、村配送点若干个。形成集包装、分拣、配送于一体的物流配送中心，形成“县有中心、镇村有站点”的服务机制，实现县、镇、村快递物流达到全覆盖，为农村群众提供快递收发、物流配送等服务，为“工业品下乡、农产品进城”双向流通奠定基础，物流配送 24 小时内到达村点。

（四）加强农产品供应链管理体系建设。加强与各类专业合作社和涉农企业的合作，鼓励快递企业积极服务农产品进城，发展农产品冷链物流，提供产地采摘、货运仓储、分拣包装、冷链运输、质检追溯等标准化、定制化的公共服务。指导农民开展和参与标准化生产，并根据消费需求变化及时调整生产经营结构。

(五) 建立农村电子商务营销体系及品牌建设。搭建乳源瑶族自治县电子商务信息服务平台，整合电子商务信息资源，建设电子商务供销信息数据中心。县级公共服务中心运营电商信息服务平台，为全域电商活动提供数据支持，助力农产品品牌建设，打造 3-5 个农产品优秀品牌或龙头企业，同时提供活动策划、产品包装设计与视频拍摄、代运营、分销体系建设，推动农产品上行交易，指导创建自有品牌，采取直播、预售、团购等方式，积极推动农产品网上营销，推动互联网金融和农业无缝对接。

(六) 构建农村电商溯源体系及监管服务体系。依托农业农村局打造乳源瑶族自治县农特产品溯源平台，同时依托“农产品检验检测站”为我县农特产品上行提供检测、检疫，对产品进行官方认证服务。加强网销产品的质量监管，及时在网络上发布商品质量监测和农产品溯源信息。严厉打击各类电子商务领域违法经营行为，杜绝质量隐患，保障食品安全，增强消费者信心，着力建设规范有序的网络市场环境，促进电子商务健康有序发展。

(七) 培育多元农村电子商务市场主体。引导农村流通企业向电子商务服务企业转型，鼓励电子商务服务企业拓展农村业务，推动茶叶、蔬菜、水果等农业专业合作社、种养大户、农产品生产流通企业等向农产品生产、加工、包装、销售的电子商务企业转型发展。依托各电商销售平台，开展农产品促销活动，促进农产品销售。

四、项目年度实施计划

乳源瑶族自治县电子商务进农村综合示范县项目实施时间表			
序号	具体工作内容	时间安排	负责单位
1	建设乳源瑶族自治县电子商务公共服务中心。	2020年3月至 2021年12月	县工信局
2	成立乳源瑶族自治县电子商务进农村综合示范县创建工作领导小组，负责项目的组织、协调、规划、实施工作。	2020年3月至 2021年12月	县政府办
3	在乳源瑶族自治县人民政府门户网设立电子商务进农村综合示范县工作公开专栏。	2020年3月至 2021年12月	县政务服务数据管理局
4	电子商务进农村工作全域宣传。	2020年3月至 2021年12月	县委宣传部
5	县、镇、村三级物流配送体系建设，推动工业品下乡，农产品进城。	2020年4月至 2021年12月	县工信局
6	打造县、镇、村三级电商服务体系建设，推进9个镇级电商服务站、72个村级电商服务点建设（102个行政村覆盖达70%以上）。	2020年3月至 2021年12月	县工信局 各镇政府
7	组织电商人才培养，开展电子商务政策宣传解读、知识普及和电子商务应用技能培训、考察交流活动，其中实现全县有劳动能力的建档立卡贫困人口（外出务工者除外）电商培训人次达50%以上。组织电商培训40场以上，总参加人员3000人次以上。	2020年3月至 2021年12月	县工信局 县人社局 县扶贫办 各镇政府 电商协会
8	农产品溯源体系建设。	2020年3月至 2021年12月	县农业农村局

五、省级项目资金使用计划表

金额：万元

2020年省级电子商务进农村综合示范县省级建设经费使用计划					
项目分类 (占比)	序号	项目名称	建设情况及数量	省级专项资金	备注
农产品上行基础设施建设 (35%)	1	县、镇、村三级物流体系打造。	1个县级物流仓储中心、9个镇级电商服务站、72个村级电商服务点。	80	为“工业品下乡、农产品进城”双向流通奠定基础，物流配送24小时内到达村点。
	2	农产品标准化、农产品品牌打造。	对我县农特产品进行标准化体系建设，打造3-5个农特产品品牌。	95	打造我县农特产品品牌、建立特色产业示范点、扶持企业打造“三品一标”，溯源体系等。
农村电商公共服务体系 (50%)	3	全县电商公共服务提升。	建设电商产业孵化园、打造县级电商公共服务中心、提升全县电商氛围。	100	园区升级改造(包括设施设备配置等)、公共服务平台搭建、全县电商氛围提升。
	4	县、镇、村三级电商服务体系建设。	建设1个集运营、培训、创业、孵化、服务于一体的县级电子商务公共服务中心，完善县、镇、村三级电商物流站点的电商服务功能。	150	对县域各类电商主体提供技术支持、培训孵化、产品对接、品牌建设、网络推广及其他衍生服务。各级电商站点必须具备开展代购代销、代存代缴、便民服务等功能。
农村电商 人才培养 (15%)	5	电子商务进农村人才培养计划。	约40场共3000人次以上。	75	各类培训开展，其中实现全县有劳动能力的建档立卡贫困人口(外出务工者除外)电商培训人次达50%以上。
			合计	500	

六、县级配套资金使用计划表

省级建设资金主要用于县电子商务公共服务中心和镇村服务站点建设，完善农村电商公共服务体系和电商人才培养等，资金使用比例按省相关文件要求执行，且不得用于网络交易平台建设和楼堂馆所建设、日常工作经费及购买流量等支出，地方政府需在年度财政预算中增加对发展农村电子商务产业的投入。电子商务进农村综合示范县创建工作点多面广，镇村站点选点布点任务繁重，需要县政府解决创建工作经费，见下表。

序号	项目	总金额	分期支付明细		备注
			2020 年	2021 年	
1	租车费用	20	10	10	租期 2 年，每年费用 10 万元。用于 9 个镇、72 个村站点选点、布点及进度检查工作。
2	第三方监理服务	25	15	10	主要包含电商示范县创建工作技术指导及项目验收工作等。
3	学习经费	5	3	2	组织县工信局、县农业农村局、县财政局等部门相关人员到有电子商务进农村成功经验的地区参观、学习。
4	工作经费	30	15	15	9 个镇、72 个村站点选点、布点和接待省、市商务部门领导及专家到我县指导创建工作等 3 年的工作经费。
合计		80	43	37	

七、管理机构和工作措施

(一) 加强组织领导。成立由县长任组长，分管副县长任副组长，县政府办、县委编办、县发改局、县工信局、县财政局、县人社局、县自然资源局、县交通运输局、县农业农村局、县文广旅体局、县市场监管局、县统计局、县税务局、县行政服务中心、县政务服务数据管理局、团县委、县扶贫办、县供销社、人行乳源支行、邮政乳源分公司、县中等职业学校、乳源电信、乳源移动、乳源联通、县电商行业协会、各镇人民政府等有关单位主要领导，县委宣传部分管领导为成员的省级电子商务进农村综合示范县创建工作领导小组。

领导小组下设办公室，负责协调处理电子商务进农村综合示范县创建项目的日常工作。办公地点设在县工信局，办公室主任由县工信局主要领导担任，办公室副主任由县工信局分管领导担任。领导小组于每月10日前向省商务厅及市商务局报送示范县创建进展、成效和截止上月底示范县创建数据等工作情况。其他成员单位指定1名分管领导负责此项工作，指定专人跟踪落实；各镇政府成立相应的组织机构，并落实1名专职信息联络员；各行政村设1名村干部为信息员，负责收集生产、生活资料需求信息，做好信息采集、资料梳理、汇总上报区域内电商对接情况。领导小组根据工作需要召开电子商务进农村综合示范县创建工作会议，听取办公室组织实施工作推进情况汇报，总结研究分析和解决实施

工作过程中遇到的困难和问题。

(二) 明确职责分工。各成员单位要明确职责分工，县镇两级政府是创建责任主体，分级承担项目建设任务，各责任主体要制定切实可行的项目实施方案，负责引导和支持电商企业、电商服务企业等打造农村电子商务网络平台，抓好农村电商物流体系及镇村电商服务站点建设，确保创建工作顺利推进，如期实现。

县委宣传部: 负责通过多渠道、广覆盖的梯度宣传，提高城乡企业和群众电子商务意识，利用网络和新闻媒体，大力宣传乳源瑶族自治县发展电子商务的各项举措，提升社会各界的互联网思维，努力营造发展“互联网+”新经济生态的浓厚氛围，增强电子商务产业投资与发展信心。组织媒体对示范县创建成效及电商扶贫案例进行宣传报道，扩大示范带动作用，有关报道需报领导小组办公室存档，并上报省商务厅。

县工信局: 负责综合示范县创建项目的统筹工作，协调解决工作中的重大事宜；负责电子商务进农村综合示范县创建工作领导小组的日常工作；负责牵头项目的组织实施工作，组织学习成功创建示范县的经验；拟订项目实施方案、资金使用方案；制定绩效目标和考评方案，督促指导项目承办企业按计划、高质量完成建设任务；负责做好沟通联络，督促检查和后勤保障等工作，推动“大众创业、万众创新”。组织引导企业参加电商业务培训，大力开展电子商务交易。做好电商进农村项目，实施“宽带进农村”网络建设，并对

全县电子商务进农村工作给予技术方面支持等。

县财政局:将电子商务进农村综合示范县创建工作经费及配套资金纳入县财政年度预算;负责对电子商务进农村综合示范县创建项目资金管理、拨付支付以及项目工程实施进度和项目效益进行全程跟踪检查;严格按照规定管理项目资金,确保专户管理、专款专用;全程监督项目资金的分配使用情况,并协助做好项目评估验收工作。

县委编办:负责提请县委编委会议研究示范县建设机构和人员编制配备事项。

县扶贫办:负责电子商务精准扶贫工作的对接、综合协调、监督检查,协助做好有劳动力贫困户电商培训,实现全县有劳动能力的建档立卡贫困人口(外出务工者除外)电商培训人次达人口数的50%以上等。

县发改局:负责指导电子商务产业发展规划和扶持政策的制定。

县人社局:负责做好政府机构、涉农企业、合作社员工和农民等电子商务培训;把农村电子商务创业培训纳入到全县创业就业培训体系,依托部门行业相关组织,多渠道、多形式开展电子商务实操培训,鼓励社会教育机构参与电子商务人才培养;将电商经营户纳入小额贷款担保政策扶持范围,为我县电子商务发展与应用提供人才保障和资金支持;负责电子商务产业发展急需的专业技术人才引进及培养与交流。

县农业农村局:负责做好农业企业、农民专业合作社推

广电子商务运用相关工作；负责做好网销农产品品牌培育推广及农产品的质量溯源工作，打造农产品溯源系统；鼓励开设了电商项目的农业企业入驻电商产业孵化园；负责组织农村青年、农民专业合作社负责人、有意愿的农业企业负责人、种植大户参加电商培训。

县市场监管局：负责做好对电子商务企业（网店）的登记，相关减免优惠政策的落实，商标品牌注册建设工作；加强对农村电子商务企业（网店）诚信教育和商品监管工作；负责组织对商品质量的监督检查，依法查处生产和经销假冒伪劣商品等违法行为。

县文广旅体局：负责推动我县旅游资源的网络平台建设，负责旅游产品及旅游景点在互联网及电商平台上进行包装推广及质量监管，负责动员旅游企业、星级酒店业主及从业人员参加电子商务培训。

县政务服务数据管理局：负责在县政府门户网站设立电商示范县工作专栏，对示范县创建实施方案、决策过程和专项资金使用情况，包括（但不限于）项目名称、建设内容和要求、项目承办单位名称、资金额度、完成时限、绩效目标、确定财政扶持项目的决策文件、示范县项目承办单位责任人等进行公示，定期公布项目建设进度，并设立征求意见和纪检、审计举报窗口，公布监督电话。

县供销社：负责组织本系统企业进行包装推广、参加电子商务培训、协助电商服务站及供销系统电商平台建设；协助农产品质量检测中心和物流冷链储藏中心的建设；积极推

进助农平台融入示范县创建工作。

团县委:负责组织返乡青年、大学生参加电子商务培训和入驻电商创业孵化中心,为深入实施“大众创业、万众创新”工程夯实基础。

县税务局:负责做好对电子商务企业税收方面的优惠措施,积极主动开展服务,全方位为电商经营发展出实策,全面提升纳税人满意度。

人民银行乳源支行:负责把电子商务建设纳入到全县信用体系建设之中,把电商创业纳入到小额信贷支持范围,并指导相关金融机构制定电子商务建设的专项信贷支持政策。

县交通运输局:负责做好乡村公交发展农村物流业务,统筹全县物流配送车辆的规范化管理工作。

县统计局:负责电子商务销售、交易等数据的统计分析工作,形成有效的数据支撑。

邮政乳源分公司:利用优势进行资源整合,积极推进物流快递业务向村级延伸,推进邮乐购平台和电商村级服务点有机融合,协助推进基层网点建设工作。

县电商行业协会:搭建政府与省市电商协会、电商专家、电商企业、培训机构的桥梁作用,联系电商会员,调动会员积极性,开展电商培训与服务,协助做好电子商务进农村综合示范县的建设工作。

电信公司、移动公司、联通公司:加强全县农村的通信基础设施建设,改善农村通信条件,落实行政村光纤宽带覆

盖率达 100%，并对全县电子商务进农村工作在网络技术、资费优惠等方面给予支持。

县中职学校：负责做好电子商务专业人才培养，协助做好电子商务培训工作，为电商培训提供技术支持。

各镇人民政府：负责开展好本镇镇、村两级电商服务站点的选点、布点工作，实现 9 个镇级服务站 100%全覆盖，102 个行政村服务点覆盖率 70%以上；配合电商培训工作，协助组织培训人员、安排培训场所等；做好电商氛围宣传工作等。

（三）财政投入保障。在项目实施过程中，县财政严格按照省商务厅《广东省商务厅关于下达 2019 年促进经济高质量发展专项资金（内贸方向省级电子商务进农村综合示范）项目计划的通知》（粤商务电函〔2019〕29 号）文件要求和上级项目专项资金使用管理有关规定，切实履行审批程序，使用好省级财政资金，统筹解决县级配套资金。

（四）大力营造氛围。一是加强对各级干部的宣传、教育、培训，提高电子商务产业发展意识，提升电子商务进农村综合示范县创建工作的能力水平；二是利用网络媒体和报纸、广播电视等传媒工具，大力宣传电子商务进农村综合示范县建设的各项举措，增强企业投资和应用电子商务的信心；三是发挥行业协会等民间组织联系政府与企业的桥梁作用，举办形式多样的研讨会、座谈会、电商沙龙、电商讲座等活动，大力营造政府、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。

（五）加强行业监管。加快建设电子商务标准和统计体

系，加强对网上涉及行政许可的商品和服务监管，引导电子商务规范有序发展。发挥各部门在电子商务活动中的监管职能，规范网商交易主体，加大网络售假和网络诈骗等违法违规打击力度，健全电子商务消费者权益保护机制，促进网络经济健康发展。将电子商务进农村综合示范县创建工作纳入县政府的考核体系，以建设目标任务完成进展、网络交易业绩为主，以年度进行考核评价电子商务建设和应用情况，对各主体责任部门进行量化考核，确保电子商务进农村综合示范县创建工作取得实效，促进农村电子商务健康发展。

（六）建立电商品牌建设保障机制。

1. 实施农业标准化，提高农产品质量。以农业龙头企业、农民专业合作社、行业协会、农业生产基地为主体，广泛采用国际标准和国内先进标准，制定和实施农业生产前、中、后各个环节的技术要求和操作规范，开展全程质量控制。把建设农业综合开发项目、农业科技示范基地、特色优势农产品生产基地等与推进品牌农业有机结合起来，着力抓好生产基地建设。

2. 发展无公害、绿色、有机农产品，加强质量认证工作。大力推进无公害农产品产地认定与产品认证一体化，推进行政区域和生产区域的一体化认证。围绕发展主导产业，实施特色优势农产品区域规划，带动农产品产业带建设，加快发展绿色食品，着力提高绿色食品产业带动能力。

3. 完善农产品检验检测体系，完善安全追溯体系建设措

施。在提升品牌农业建设中按照《农产品质量安全法》的监管要求，以现有农产品质检机构为基础，通过乳源瑶族自治县农产品溯源平台，开展农产品质量安全信息追溯。广泛宣传农村产品质量安全追溯体系建设工作的重要性和必要性，引导有条件、有能力的生产经营主体进入追溯体系。对纳入追溯主体的基地、企业、合作社在农产品生产经营过程前、中、后的信息进行动态采集，建立和规范信息采集和上传制度，保证追溯产品质量安全信息的及时性和有效性。

4. 推进农业产业化经营，做大做强品牌农业经营主体。围绕茶叶、蔬菜、水果等主导产业，以培育、扶持有较强开发加工能力和市场拓展能力的农业品牌经营主体，通过基地、订单、股份合作等途径，鼓励企业、合作社与农户之间建立更加稳定的产销合同和服务契约关系，以品牌为载体，将分散的千家万户联合成一个利益共同体，实现小生产与大市场的有效对接。

5. 支持农产品商标注册，促进品牌农产品上市销售。整合现有农业品牌，鼓励农业龙头企业、农民专业合作社、行业协会等加强协作，支持和鼓励传统农产品、名优产品的集中连片产区建设，积极申报原产地保护和地理标志产品，提升农业特色产业，打造农业区域品牌。

6. 加大营销推介力度，提高品牌农业影响力。对认定的名牌农产品，通过各类展示、展销活动及运用各种媒体推介宣传，形成政府重视、企业主动、消费者认知、多方合力推进品牌农业建设的良好氛围，促进品牌农业输出，扩大名牌

农产品知名度。积极加强农产品专业市场建设，增强市场服务功能。积极推进品牌农产品销售专柜、放心店建设，不断扩大品牌农业的辐射面。

7. 完善保障机制，营造发展良好环境。在农业产业化、农业科技进步等项目安排实施中，积极扶持鼓励品牌农业建设。积极争取上级部门的支持，努力创造条件，从人才、资金、税收等方面予以支持，形成“政府推动、企业主动、市场拉动”的良性互动格局，共同推进品牌农业建设。