

各区县(自治县)、两江新区、西部科学城重庆高新区、万盛经开区商务主管部门:

为深入贯彻落实商务部等 17 部门《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》(商流通发〔2021〕99 号)精神,经与相关部门会商研究,现将《重庆市县域商业发展“十四五”规划》印发给你们,请认真贯彻抓好执行。

特此通知

重庆市商务委员会

2022 年 4 月 11 日

重庆市县域商业发展“十四五”规划

(2022—2025 年)

2022 年 3 月

目录

第一章 “十三五”发展基础

第一节 发展基础

第二节 存在问题

第二章 “十四五”发展形势

第一节 发展机遇

第二节 面临挑战

第三章 指导思想与发展目标

第一节 指导思想

第二节 基本原则

第三节 发展目标

第四章 构建完善县域商贸网络体系

第一节 提档升级城区商业设施

第二节 提质优化乡镇商业设施

第三节 补齐村级商业设施短板

第四节 提质农产品市场流通网络

第五节 优化农用物资流通网络

第五章 优化发展县域物流配送体系

第一节 健全县域物流网络

第二节 实施物流统仓共配

第三节 创新发展智慧物流

第四节 加快发展农村寄递物流

第一节 培育壮大流通企业

第二节 扶持发展农业经营主体

第三节 推动企业转型发展

第四节 加强农村商业人才培养

第六章 培养壮大县域商业市场主体

第一节 培育壮大流通企业

第二节 扶持发展农业经营主体

第三节 推动企业转型发展

第四节 加强农村商业人才培养

第七章 创新发展县域流通新业态新模式

第一节 扩大农村电商覆盖面

第二节 发展商贸流通新模式

第三节 加快供应链一体化发展

第八章 提升农产品上行流通能力

第一节 提高农产品规模化组织化水平

第二节 增强农产品商品化处理能力

第三节 构建完善产销对接长效机制

第九章 促进县域商业消费市场发展

第一节 丰富县域消费产品和服务

第二节 推进农商文旅融合发展

第十章 优化县域商业消费环境

第一节 营造良好营商环境

第二节 加大市场监管力度

第三节 规范市场秩序

第十一章 强化规划保障

第一节 加强统筹协调

第二节 加强规划引领

第三节 加强政策支持

第四节 加强消费帮扶

第五节 加强指导考核

第六节 建立完善统计相关制度

建设县域(设乡镇的区县)商业体系是推动城乡融合发展、实施“一区两群”协调发展、全面推进乡村振兴的重要内容,是畅通国内大循环、全面促进农村消费的必然选择,是落实以人民为中心发展思想、满足人民对美好生活需求的客观要求。为落实党中央、国务院决策部署和市委、市政府工作要求,明确“十四五”时期我市县域商业发展的指导思想、发展目标和重点任务,依据国务院《关于“十四五”现代流通体系规划的批复》

(国函〔2021〕138号)、商务部等17部门《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》(商流通发〔2021〕99号)、商务部等15部门办公厅(室)《关于印发〈县域商业建设指南〉的通知》(商办流通函〔2021〕322号)、重庆市人民政府办公厅《关于印发重庆市商务发展“十四五”规划(2021—2025)的通知》(渝府办〔2021〕126号)等文件精神,编制《重庆市县域商业发展“十四五”规划》,规划期为2022—2025年。

第一章 “十三五”发展基础

第一节 发展基础

“十三五”期间,全市县域商业体系不断健全,流通网络不断完善,流通秩序不断规范,流通效率不断提升,流通规模不断扩大,对畅通国内大循环、全面促进农村消费、推动城乡融合发展和“一区两群”协调发展、助力脱贫攻坚、全面推进乡村振兴发挥了重要作用。

县域商业体系不断健全,农村消费供给水平明显提升。一是城区商业综合服务供给能力显著增强。各区县均规划建设重点商圈,打造一批商业综合体和商贸服务中心,培育一大批商贸流通市场主体,对本区域城乡消费发挥了较强的辐射带动作用。全市商品市场体系日趋完善,年交易额超亿元或营业面积超1万平方米的大型商品交易市场达436个、营业面积达2700万平方米,2020年交易总额达5683亿元,城乡商品供给日益丰富。二是乡镇村商贸流通网络加快完善。全市已培育建设乡镇商贸中心636个、乡镇覆盖率达63%,建设和改造乡镇超市2000余家、乡镇覆盖率达75%,承上启下服务农村居民、提质农村消费作用明显。全市现有村级便民日用品商店超2.9万个,行政村覆盖率达100%,基本满足农村居民就近购物需求。三是大型商贸流通企业延伸服务有序推进。苏宁、重百超市、永辉超市、谊品生鲜等大型商贸流通企业积极适应市场发展趋势,不断拓展农村市场,已在乡镇分别建设商业网点152家、83家、58家和35家。

农产品商品化持续发力,流通渠道有效拓展。一是农产品生产基础逐步夯实。加强农业经营主体培育,全市累计发展家庭农场3.26万个,培育农业龙头企业3716家,其中

3000 多家企业采取“公司+农户”“公司+农民专业合作社+农户”等订单方式,带动 88.5 万农民增收致富。加强农产品品牌培育,全市名牌农产品数量达 1258 个,46 个农产品获评全国名特优新产品,丰都牛肉、忠县柑橘等 7 个产品入选中国农业品牌目录。2020 年全市有效期内“两品一标”农产品达 2770 个、无公害农产品达 4301 个,主要农产品综合抽检合格率达 99.41%。二是农产品市场体系逐步完善。全市已建成跨区域一级农产品批发市场 1 个、二级农产品批发市场 79 个、城区菜市场 625 个、乡镇农贸市场 1089 个,基本构建形成覆盖城乡、布局合理的三级农产品市场体系。三是农产品市场流通主体不断壮大。“十三五”期间,全市新设农产品销售市场主体年均保持在 1.3 万户以上,农产品销售市场主体累计达 12.8 万户、注册资本金超 400 亿元,农产品流通能力显著增强。四是农产品产销对接持续深入。农产品批发市场、商超、电商企业和经营大户深入基地开展产销精准对接,大力发展“订单农业”,依托市内外各类展会持续开展农产品推介活动,不断扩大品牌效应,构建形成一大批长期稳定的农产品产销合作关系。

农村电商发展迅速,科技赋能效果明显。推动 17 个涉农区县开展国家电子商务进农村综合示范创建,引导中心城区以外区县培育电商市场主体 8.9 万家,带动创业就业超 21.8 万人。建成农村电商公共服务中心 28 个、电商产业园(集聚区)33 个,乡镇及村级电子商务服务站点超 5500 个。2020 年,全市农村网络零售额达 243.3 亿元、同比增长 11.5%,农产品网络零售额达 130.7 亿元、同比增长 21%。

农资流通网络不断完善,服务“三农”效果较好。一是网络体系加快构建。以供销合作社为龙头,邮政、民营企业和个体户广泛参与,着力构建多主体、多渠道现代农资流通经营服务体系。在农资流通中,供销合作社占据主导地位,已建成农资市场 12 个、“放心农资店” 686 个,全系统农资销售网点动态保持在 3000 个以上,年化肥销售量全市占比达 80%以上。二是供应及价格持续稳定。以供销合作社为基础,民营企业和个体户为补充,农业生产用肥等农资供给得到有效保障,价格持续平稳,为农业生产提供有力支撑。

三是服务和管理水平明显提高。供销合作社积极发挥龙头带动作用,及时向社会公布重点农资企业名单,拓展农资社会化一条龙服务,通过组建运输队、机耕队、飞防队和电话、微信、网络等方式送货和送服务上门,综合服务能力不断提升。

农村物流配送加快发展,流通基础不断夯实。一是农村物流基础条件持续改善。全市农村公路总里程达 16.2 万公里,每百平方公里密度居西部第一。聚合专业市场、电商快递、冷链仓配等多种业态的综合性商贸物流设施加快建设,商贸仓储面积达 1500 多万平方米,建成冷库容量 190 万吨,已逐步形成以“冷链物流+交易市场”为主体,冷链加工、运输、配送为支撑的现代冷链物流体系,鲜活农产品保鲜能力不断提升,产后损失率逐步降低,商品化处理和议价能力明显增强。二是农村快递网络体系织密织细。邮政快递企业加强资源整合,协同打造“1+2+N”服务网络,在全市建设服务网点 1273 个,基本形成“市级中心仓—县级分拨仓—县下周转仓”三级邮政仓配体系,建制村直接通邮率持续保持 100%。京东、顺丰总部直营企业采取城区网点直营、乡镇网点代理、村级快件直投或转投方式,对用户进行二次免费投递,不断拓宽配送服务范围。中通、圆通、申通、百世、韵达等民营快递企业通过抱团合作或与交通、邮政合作等方式,在全市设立村级快递服务网点 443 个。三是共同配送和集中分拣分拨不断探索推进。万运公司等第三方物流企业积极与邮政、快递和商贸企业协同推进共同配送,打造物流配送中心和智能分拨仓储设施,实现互利多赢、降本增效。快递公司采取邮快合作、快快合作、交快合作、快供合作等多种形式,在乡村探索推进共同配送。邮政快递企业市级分拨中心基本实现自动化分拣,永川、江津等地初步实现集中分拣、共同配送,较之前降低人工成本 40%,人均分拣能力提升 60%。

执法监管不断加强,市场秩序不断规范。市场监管部门积极适应形势变化,将监管触角向农村地区不断延伸,围绕农业生产资料、建材、家电、食品等重点商品,深入开展护农行动和专项执法检查,进一步畅通农村投诉举报渠道,严厉打击制售假冒伪劣商品违法行为,规范农村流通秩序,有效保障农村市场消费安全。2020 年,全市共取缔无照经营

1415 户,查处无证无照经营案件 495 件,查处质量不合格农产品价值 37.88 万元、不合格和假冒伪劣农资价值 84.84 万元、不合格和假冒伪劣食品价值 37.89 万元、其他不合格和假冒伪劣商品价值 2764.4 万元。

第二节 存在问题

“十三五”期间,我市县域商业体系建设虽然取得明显成效,但仍然存在一些问题,与构建新发展格局还存在一定差距。突出表现在:一是流通基础设施存在短板,流通载体还不够完善。全市产地冷藏及配送设施仍显不足,农产品流通“最初一公里”问题尚需持续解决。农产品批发市场仓储分拣包装和检验检测设施缺乏,农贸市场设施陈旧。部分区县尚未建设大宗商品物流园区(配送中心),仓储配送较为散乱。乡镇商业设施缺乏统一规划,建设规模散小,中型商业设施不足,难以满足连锁超市和专卖店开店需求。村级便民商店规范化程度不高,种类不够丰富,功能比较单一,消费供给能力总体不强。二是农产品规模化生产程度较低,流通成本偏高。从生产规模看,全市土地适度规模经营面积 1279 万亩、规模经营集中度仅为 37.5%,除柑橘、榨菜、脆李等少数产品较为大规模集中连片种植外,其余品类规模化生产不足,导致集约化流通程度不够。从组织化程度看,大型龙头企业在农产品生产市场主体中占比仅为 1.5%,全市仍以农户、家庭农场、农民专业合作社等小规模经营为主,生产及交易较为分散。从物流运输看,我市地形地貌以山区丘陵为主,物流运距长、接运点分散、运输成本高,农产品流通环节成本仍然较高。三是信息化智能化应用不足,流通效率有待提升。从交易市场看,现有大型商品交易市场、农产品批发市场和农贸市场以“三现”交易为主,盈利模式单一,管理方式传统,平台化、信息化和智能化水平不高。从物流配送设施看,物流配送中心、储存配送仓库和配送网点的信息化、标准化程度不高,仓储、分拨和配送的自动化、智能化、一体化水平普遍较低。从规划前瞻性看,部分新建大型市场、物流配送中心和配送网点没有适应商贸流通和物流现代化发展趋势需要,对信息化、智能化、数字化规划建设不足,前瞻性不够。四是统筹协调力度不够,政策和资源整合有待加强。县域商业体系建设涉及商务、农业农村、

口岸物流、交通、供销、邮政等多个部门,目前市与区县两级层面统筹有限,行业部门分线作战较多,多方资源整合不够,流通能力和流通效率尚有较大提升空间。

第二章 “十四五”发展形势

第一节 发展机遇

从国家战略层面看。以习近平同志为核心的党中央高度重视“三农”工作,要求大力实施乡村振兴战略和推进城乡融合发展,积极畅通国内大循环,推动农村消费扩容提质。国务院对县域商业体系建设进行了系统安排部署,国家相关部门出台政策文件推进县域商业体系建设工作,为全市县域商业发展提供重大战略机遇。

从区域发展战略看。共建“一带一路”、推动长江经济带发展和西部大开发、建设成渝地区双城经济圈等多重发展机遇在重庆叠加,为全市县域商业高质量发展赋予了全新使命。重庆作为全国唯一“城乡统筹综合试验区”,积极推动“一区两群”协调发展,大力推进乡村振兴,有助于各区域发挥优势、彰显特色、协同发展,充分释放县域商业发展潜能。

从政策导向看。商务部等17部门联合印发《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》(商流通发〔2021〕99号),对县域商业体系建设的总体目标、任务、政策措施等进行了系统安排。商务部会同有关部门编制出台《县域商业建设指南》,对重点任务进一步细化和规范,为全市县域商业发展指明方向和路径。

从转型发展看。新一代信息技术正在广泛而深入地渗透到各领域,县域商业变革同步推进,必将为其转型发展深度赋能。乡村振兴、城乡融合发展战略的深入实施和“一区两群”协调发展、全市经济社会高质量发展,为县域商业发展提供了更加广阔的舞台,必将纵深推进县域商业发展转型,进一步激发城乡资源和商业发展要素活力。

第二节 面临挑战

经济发展压力仍然较大。世界疫情尚未好转,我国疫情多点散发,消费市场仍未完全恢复,我国经济发展面临需求紧缩、供给冲击、预期不稳等压力,线下实体商业、农商文旅融合等县域商业发展受到较大影响。

县域商业模式面临创新挑战。县域商业发展在市场、资源、人才等方面与城市商业之间的竞争不断增大,“互联网+”时代商贸流通市场需求及结构不断创新变化,电子商务、直播带货等新兴消费场景的持续迭代演变和产业化,对全市县域商业发展带来模式创新等方面的全新挑战。

县域商业发展不平衡。我市集大城市、大农村、大山区、大库区于一体,全市产业发展能级还不够大,各区县之间发展不够平衡,全面充分提升县域商业发展潜力还面临不少的困难和问题。

农村人口和消费规模偏小。据第7次全国人口普查,2020年全市乡村人口已从2010年的1355.07万人、2015年的1178.14万人下降至979.01万人,且下降趋势仍在持续。据实地调研,乡村常住人口已从老人、妇女、儿童逐步演变为以老人为主,且年龄大多在60岁以上。2020年,全市乡村社零总额占全市社零总额的比重仅为13.6%。农村市场规模较小,消费分散,规模经济难以有效形成。

从总体上看,全市县域商业发展机遇与挑战并存,机遇大于挑战。要深刻把握重庆市情,主动融入新发展格局,牢牢把握供给侧结构性改革和扩大内需战略方向,抓住城乡融合发展、乡村振兴和“一区两群”协调发展战略机遇,加快推进县域商业体系建设,提升乡村消费,满足消费需求,促进国内大循环。

第三章 指导思想与发展目标

第一节 指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻党的十九大和十九届历次全会精神,认真落实党中央、国务院决策部署,立足新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局,充分发挥市场在资源配置中的决定性作用,更好发挥政府作用,分层分类,因地

制宜,实事求是,以渠道下沉和农产品上行为主线,推动资源要素向县域市场倾斜,畅通农产品进城、工业品下乡、农用物资进村入户流通网络,推动县域商业高质量发展,实现农民增收与消费提质良性循环。

第二节 基本原则

市场主导,政府引导。发挥市场在资源配置中的决定性作用,坚持需求导向,遵循市场经济规律,激发企业在开拓县域市场、构建流通网络体系中的主体活力和内生动力,推动流通网络体系不断健全完善。强化政府对县域商业体系建设的宏观指导、组织、协调和服务,发挥公共财政和产业政策的引导作用,建立公益性保障机制,调动企业参与的积极性和创造性。

因地制宜,实事求是。综合考虑“一区两群”区域差异、人口分布、市场需求和生态保护等因素,合理确定商业网点布局、功能业态、数量规模、辐射范围等内容,立足实际、适度超前、侧重服务,重在补短板、强弱项,不搞大拆大建,避免商业过剩和同质化竞争。

创新赋能,融合发展。贯彻新发展理念,集聚技术、项目和资源要素,着眼现代流通发展方向,加强现代流通方式推广和经销模式创新,培育新型、特色、个性化商业模式,推动一二三产业融合发展。

横向协同,纵向推动。加强发展引领,建立部门协调联动机制,加强横向协作,整合政策资源,形成工作合力。以区县为主体,加强统筹和领导,集聚多方资源,因地制宜系统推进县域商业体系建设,确保区域发展有力有效。

第三节 发展目标

以县乡村商业网络体系和农村物流配送“三点一线”为建设重点,以消费品下行和农产品上行为主线,提质布局县域商业网点、不断丰富载体功能业态、培育壮大市场主体、持续优化农村消费环境、全面提升安全消费水平,到2025年,建成以县城为中心、乡镇为重点、村为基础、分工合理、布局完善的一体化县域商业网络体系。

——网点布局合理。适应农村居民分层分类消费需求,推动城区商圈(商业集聚区)改造升级,建设改造一批乡镇商贸中心和村级便民商店,到2025年,各区县基本实现县城有商圈(商业集聚区)、乡镇有商贸中心、村村有便民商店。形成县乡村联动、高中低搭配、各层级衔接互补的县域商业网点布局。其中经营农产品的公益性市场覆盖率达到60%以上。

——功能业态完备。顺应城乡融合发展趋势,以城镇为发展重点,提升设施环境和服务功能,引导商旅文体业态集聚,带动县域消费升级。丰富乡村消费市场,保障农民基本生活服务和消费需求,吸引城市居民下乡消费,逐步实现农村商业功能与生产生活、生态功能协调发展。

——市场主体多元。支持农村商贸流通企业数字化、连锁化转型升级,向供应链服务企业转变,加强与生产商、供应商、新型农业经营主体等对接,延伸提供物流、营销、信息、金融等集成服务;扩大农村电子商务覆盖面,培育农村新型商业带头人。到2025年,培育一批县域商贸流通骨干企业,在保供稳价、促进农村消费等方面发挥带动作用。

——双向物流畅通。将农村物流体系建设与农村电商、农村消费结合起来,加强物流资源整合,加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系,提高乡村快递通达率,畅通工业品下乡和农产品进城,连接城乡生产与消费。到2025年,基本实现乡镇快递服务网点和村级寄递服务全覆盖。

——消费安全便利。严把从农田到餐桌的每一道关口,加强农村食品安全和农资市场监管。突出重点领域,围绕与农民生产生活密切相关的产品,加大侵权假冒行为打击力度。紧盯薄弱环节,加强农村流动经营场所秩序规范。到2025年,推动县域消费环境实现大幅改观。

第四章 构建完善县域商贸网络体系

加强县乡村三级商业网络体系建设,完善城乡消费品流通网络,提质城乡农产品市场流通网络,优化城乡农用物资流通网络。提档升级县域商业发展基础,强化县域综合商业

辐射带动能力,把乡镇建成辐射周边的重要商业中心,积极推进村级商业设施的规范化建设,推动县乡村商业联动,满足县域居民分层分类消费需求。

第一节 提档升级城区商业设施

大力实施城区商业“十个一”建设工程,提质建设一批县(区)城商圈,打造一批商旅文融合发展示范街(特色美食街、特色夜市街),改造一批标准化智慧化菜市场(农贸市场),构建一批一刻钟便民生活圈(便民消费服务中心)、建设一批现代物流配送中心(园区、基地)、升级一批现代大型商品批发交易市场,发展一批品牌特色酒店,集聚一批知名电商平台(网购直播平台),培育一批商贸流通龙头企业,创办一批品牌展会,进一步夯实城市商业基础,提升城区商业综合服务能力和辐射带动能力,打造形成区域性消费中心。

专栏 1 区县城商业“十个一”建设工程

项目	功能	服务对象	数量指标
县(区)城商圈	推动消费业态集聚,提升聚合辐射能级,满足县域居民提档升级消费需求。	面向县域内消费人群。	≥1 个
商旅文融合发展示范街(特色美食街、特色夜市街)	整合商文旅资源,建设特色消费集聚区。	面向县域内、辐射市内外消费人群。	≥1 个
标准化智慧化菜市场(农贸市场)	通过物联网、云计算、大数据等技术对传统的菜市场(农贸市场)进行智慧化改造,解决食品溯源、短斤缺两、智能电子支付等问题。	面向县域内消费人群。	≥1 个

一刻钟便民生活圈(便民消费服务中心)	更好满足社区居民便利消费、品质消费需求,打造“15分钟”社区便民生活圈。	面向县域内社区消费人群。	≥2个
现代物流配送中心(园区、基地)	物流配送覆盖县城和主要乡镇村	面向县域内消费人群、辐射周边区县。	≥1个
现代大型商品批发交易市场	改造商品交易市场交易环境,完善交易功能,提升智能化智慧化水平,增强聚合辐射能级。	面向县域内消费人群、辐射周边区县。	≥1个
品牌特色酒店	引导市场主体提升创意水平,高位谋划,建设改造一批具有巴渝历史文化、地域特色的主题酒店。	面向县域内,辐射市内外消费人群。	≥1个
知名电商平台(网购直播平台)	做优做强做特现有电商平台或网购直播平台。	面向县域和市内外消费人群。	≥1个
商贸流通龙头企业	支持商贸流通企业做大做强。	面向县域和市内外消费人群。	≥1个
品牌展会	增强展会品牌影响力和辐射带动力,提升展会品牌档次,丰富展示商品种类。	面向县域内和市内外消费人群。	≥1个

第二节 提质优化乡镇商业设施

发挥乡镇承上启下、紧靠农村居民生活圈、服务农村常住人口的区位优势,大力推进乡镇商业“六个一”建设工程,因地制宜建设、改造或培育一批乡镇商贸中心(商业集聚区)、乡镇农(集)贸市场、电商服务站、品牌超市、特色美食店、品质农家乐,拓展丰富电子产品和家电销售、洗衣维修、快递收发、休闲娱乐等服务功能,满足农村扩容提质消费需求。

专栏2 乡镇商业“六个一”建设工程

项目	功能	服务对象	数量指标
乡镇商贸中心(商业集聚区)	满足乡镇居民实用消费和一般生活服务需求。	主要面向乡镇内、辐射周边乡镇消费人群。	具备条件的乡镇覆盖率达到100%。
农(集)贸市场	农贸市场、集市标准化升级改造,改善购物环境,提高农贸市场销售购物功能。	主要面向乡镇内消费人群。	主要乡镇至少改造1个农贸市场或集市。
电商服务站	结合当地消费特点和产品优势,提供线上电商服务、配送取件和寄递服务。	主要面向乡镇内消费人群。	≥1个
品牌超市	因地制宜建设、改造或培育一批品牌超市,提升商品档次和服务水平,改善购物环境,增强购物体验。	主要面向乡镇内消费人群。	≥1个
特色美食店	结合当地特色,打造本土特色美食,丰富乡镇居民消费,吸引外来人员消	主要面向乡镇内消费人群和	≥1个

	费。	外来人群消费。	
品质农家乐	充分挖掘乡村生态、民俗文化、古村古镇等特色资源和农产品优势,提升一批具有民俗风情、生态康养、旅游观光、休闲娱乐等特色的品质农家乐。	主要面向乡镇内消费人群、辐射区县乃至市外消费人群。	≥1个

第三节 补齐村级商业设施短板

着眼建设标准化和服务功能拓展,在人口聚集的行政村全覆盖提质改造一批村级便民商店,因地制宜拓展服务功能,赋能门店增值经营,不断满足农民就近便利购销和服务需求。在已建成的人口聚集的自然村或行政村,在“万村千乡市场”工程村级店的基础上,建设改造一批村级综合服务站,对其增值赋能,不断丰富日用品销售、快递寄存收发、再生资源回收、农资销售、农产品销售经纪服务、生活缴费等服务功能,满足农民便利消费和就近销售需求。

专栏 3 村级商业网点建设工程

项目	功能	服务对象	数量指标
村级便民商店 (村级综合服务站)	因地制宜拓展日用品销售、快递寄存收发、再生资源回收、农资销售、农产品销售经纪服务、生活缴费等服务功能,对其增值赋能,不断满足农民便利消费和就近销售需求。	主要面向村级便民商店附近消费人群。	具备条件的行政村覆盖率达到 100%。

第四节 提质农产品市场流通网络

健全完善农产品市场体系。贯彻落实《重庆市人民政府办公厅关于推进主城都市区农产品批发市场科学合理布局和持续健康发展的意见》(渝府办〔2021〕13号)、《重庆市大型商品交易市场发展“十四五”规划》(渝商务发〔2021〕29号)要求,加强农产品市场科学合理布局,推进农产品批发市场、农贸市场和菜市场规范化、标准化、智慧化升级改造,增强农产品批发、零售市场公益属性,构建形成以跨区域农产品批发市场为龙头、中型农产品批零市场(二级批发市场)为骨干、终端农产品零售市场为基础,覆盖城乡、布局合理、设施完备、功能完善的三级农产品市场流通体系。推进产地集配中心和田头市场建设、促进小农户与大市场的有效衔接。建立健全公益性保障机制,通过政府直接参股入股、委托经营、公建配套、与各级财政资金支持建设改造的市场签订协议等多种方式,增强农产品批发、零售市场保供稳价公益功能,持续增强民生保障能力。在主城都市区提档升级1个具有全国影响力的跨区域农产品批发市场、建设培育1个初具跨区域集散分拨功能的农产品批发市场、规划布局16个区域性农产品批发市场,“两群”地区每个区县原则布局1个以蔬菜、水果经营为主的区域性农产品批发市场。推动成立川渝农批市场联盟,加强川渝两地农产品双向流通。

推动农贸市场和菜市场标准化改造。加强县城和乡镇菜市场、农(集)贸市场规范化、标准化改造,完善水、电、气、通讯、仓储、停车场等基础设施建设,明确功能分区和间隔距离,鼓励设立农民自产自销专区。完善交易设施、冷藏冷冻、加工配送、电子结算、检验检测、安全监控、消防设施等配套设施设备。做好清洗、消毒、公厕、污水杂物处理、防疫卫生等保障措施。改善经营环境,鼓励菜市场、农(集)贸市场统一为经营户办理经营许可证,配套发展餐饮、理发、生活服务等业态,丰富市场经营种类。规范经营秩序,倡导明码标价、诚信经营,加大失信曝光力度。

专栏4 农产品市场布局发展体系

一级农产品批发市场(具有跨区域集散分拨功能的综合性农产品

批发市场)。提档升级重庆双福国际农贸城作为全市一级农产品批发市场,培育建设长寿区重庆东部国际农产品交易中心作为初具跨区域集散分拨功能的农产品批发市场。

二级农产品批发市场(区域性农产品批发市场)。主城都市区保留发展九龙坡花枝农业祥和蔬菜批发市场、渝北海领(临空)进口农产品交易中心、中农联合川农贸城、永川吉之汇国际农贸物流城、渝黔(綦江)农博城、璧山鲜活农产品中转站、南川丰绿农产品批发物流市场、铜梁杰民蔬菜批发市场、潼南蔬菜批发物流市场、荣昌农副产品综合批发交易市场等 10 个二级农产品批发市场,同时在江北区鱼嘴组团、北碚区北碚组团、巴南区公路物流基地、涪陵区新城区、大足区龙岗街道、万盛经开区重庆(万盛)内陆无水港规划新建 6 个二级农产品批发市场。“两群”地区原则上每个区县布局建设 1 个二级农产品批发市场。

三级农产品终端市场(乡镇农贸市场、城区菜市场、生鲜超市、社区菜店)。启动农产品终端市场提升工作,对乡镇农贸市场进行规范化建设与改造,增加配套服务功能,确保主要乡镇有 1 个农(集)贸市场;支持城区菜市场进行标准化、智慧化改造,深化农商对接,采取基地直供、协议供货方式促进农产品上行。

备注:本规划所指农产品批发市场专指以蔬菜、水果经营为主,兼营水产、粮油、干副等其他品类的农产品批发市场。

第五节 优化农用物资流通网络

优化农业生产资料网点布局。加强农资连锁配送网络体系建设。依托供销、邮政、农业等组织体系,推进农资连锁经营,优化经营网点布局和配送中心选址。对现有农资经营渠道、网点资源进行优化整合利用。发挥供销、邮政、农业系统农资流通主渠道作

用,支持供销、邮政、农业乡镇网点巩固基层农资供应、农资配送、农产品收购等传统业务,支持供销合作社规范化建设区域性农资市场、农资配送中心、农资流通网点,推进网络终端化、服务一体化,建设为农服务综合平台,夯实服务基础。

推进现代农资流通网络体系建设。建设县有农资公司或农资配送中心、乡镇有农资门店或区域服务中心、村有综合服务网点的三级农资流通服务网络体系。建立农资物流配送网络,形成上下贯通、布局合理、运转高效的现代农资流通网络体系,提升流通效率。积极发展直供直销、连锁经营、统一配送等现代流通方式。

保障农资市场供应量足价稳。严格执行国家和市级化肥储备管理规定,加强农资储备,加强投放调度,确保市场供应量足价稳。建立农资动态监测机制,健全农资供应监测网络直报系统,及时掌握市场供应和价格变化动态。实施“绿色农资”行动,增强化肥农药减量增效技术推广应用。

规范和创新农资服务。发挥供销、邮政、农业等农资流通主渠道作用,依托县域农资三级流通服务网络体系,拓展农技综合服务,夯实为农服务“最后一公里”。完善服务标准体系,建设服务云平台,扩大农资送货上门等全程农业社会化服务。探索推动“智慧农资”建设,引导推进传统农资经销商创新营销模式,推进线上线下融合发展,满足农业生产多样化、个性化需求。

第五章 优化发展县域物流配送体系

深入贯彻落实《国务院关于“十四五”现代流通体系建设规划的批复》(国函〔2021〕138号)和《国务院办公厅关于加快农村寄递物流体系建设的意见》(国办发〔2021〕29号),统筹推进县域三级物流配送体系建设,加快完善农村寄递物流体系,切实降低农村地区物流成本,促进农产品和消费品高效流通,推动农业产业和县域商业高质量发展。

第一节 健全县域物流网络

加强县域物流统筹。坚持政策引导和市场主导,发挥交通运输、供销、邮政、快递、电商等行业渠道优势,推进区县物流集散分拨中心、乡镇物流配送站、村级综合服务站

点建设,统筹做好“双碳”工作,加快构建“一网多用、一点多能、功能集约、便利高效”的县域物流配送体系,实现县域物流网络集约共享、融合发展。

推进物流资源整合。支持连锁经营、物流配送、电子商务等现代流通方式相互融合,鼓励县域物流配送中心(园区、基地)、电商公共服务中心与现有商贸配送、公共仓储、邮政寄递等设施融合或整合,推进不同主体之间标准互认、服务互补与资源聚集,在设施建设、运营维护、安全责任等方面实现有效衔接,探索相应的投资方式、服务规范和收益分配机制,促进线上线下互动发展。推进电商物流进村,健全“双向进出”的县乡村三级物流配送与物流服务网络。

第二节 实施物流统仓共配

整合物流统仓共配资源。优化物流资源与线路,引导乡村客运网、邮快网、物流网、旅游网、商业网等“多网合一”,支持邮政、快递、物流、商贸流通等企业开展市场化合作,实现统一仓储、分拣、运输、配送、揽件,建立完善农村物流共同配送服务运营机制。

推进实施物流统仓共配。推动区县电商产业园与物流配送中心融合发展,鼓励实体商业和快递物流协同,探索推进仓配一体化和共同配送。在整合县域电商快递基础上,推进城区日用消费品、农资下乡与农产品进城的双向共同配送物流资源整合,探索乡村公交客运班车带货等物流模式,促进农村物流集约共享、融合发展。

第三节 创新发展智慧物流

大力发展智慧物流。鼓励依托云计算、大数据、物联网等技术,推动物流配送信息化集约化发展,促进农村物流信息互通、数据互联、利益共享,引导市场化物流信息服务向农村市场延伸,提升县域物流分拣、配送能力和信息服务水平。

强化信息平台集成。积极拓展重庆智慧物流公共信息平台服务功能,开发农村物流配送信息对接功能模块,加大农村地区平台推介和服务力度,为农村地区“车找货”“货找

车”信息对接提供解决方案。鼓励区县因地制宜搭建区域性农村物流配送信息对接平台,为实现本地区农村物流信息对称提供支撑。

第四节 加快发展农村寄递物流

强化农村邮政体系作用。加强农村邮政基础设施和服务网络共享,强化邮政网络节点作用。发挥邮政网络在农村地区的基础支撑作用,巩固邮政普遍服务营业场所、快递营业场所乡镇覆盖率 100%,巩固建制村直接通邮率 100%,满足农村群众基本寄递需求。支持创新乡镇邮政网点运营模式,承接代收代办代缴等各类农村公共服务,实现“一点多能”,提升农村邮政基本公共服务能力。

推进实施“快递进村”工程。支持在较大乡镇建设一批兼具货运物流、邮政快递、供销、电商、农产品销售等功能于一体的农村物流综合服务节点,基本实现乡乡(镇)有网点、村村有服务,推动“快递进村”降本增效。推进寄递物流与其他物流的资源整合,打造一批农产品年寄递业务量超千万件金牌、超五百万件银牌、超百万件铜牌项目。引导快递企业完善符合农村实际的分配激励机制,加大农村快递从业人员合法权益保护,保障农村快递网络可持续运行。

专栏 5 县域物流网络工程

项目	功能	数量指标
建设改造县(区)级物流配送中心	物流配送覆盖县城和主要乡镇村。	≥1 个
引导县域邮政、供销、快递、交通运输、商贸物流等资源整合,发展共同配送	主要快递企业等市场化合作,实现信息、配送等资源整合,开展共同配送。具备条件的区县初步实现商贸物流、电商快递、农产品上行等同类物流标准商	具备条件的乡镇村 30%以上的物流快递实现统一分拣、配送。

	品的统仓共配。	
农村快递寄递物流体系建设	支持在较大乡镇建设一批兼具货运物流、邮政快递、供销、电商、农产品销售等功能于一体的农村物流综合服务节点,推进快递寄递物流与其他物流资源整合,基本实现乡乡(镇)有网点、村村有服务。打造一批农产品年寄递业务量超千万件金牌、超五百万件银牌、超百万件铜牌项目。	邮政普遍服务营业场所、快递营业场所乡镇覆盖率100%,建制村直接通邮率100%。

第六章 培养壮大县域商业市场主体

加强重点商业流通企业、农业产业化龙头企业、新型农业经营主体等多元市场主体培育,不断完善利益联结机制,提升产业融合发展能力。加强农村商业人才培养,挖掘培育一批农村新型商业带头人。

第一节 培育壮大流通企业

引导一批市级大型商贸流通和物流配送企业下沉区县和乡镇发展,延伸服务触角,提高以消费品、农产品、农用物资为重点的农村消费供给能力和服务水平。培育一批本土重点商贸流通企业,拓宽服务范围和领域,提升本地化供给服务和农产品营销能力。鼓励区县寄递物流配送企业加强资源整合,培育一批农村寄递物流配送骨干企业,因地制宜做深做透农村地区物流配送体系,形成农村寄递物流配送规模效应。扶持现有农村电商企业做大做强,支持电商平台延伸供应链和物流链,推进农产品上行和工业品下行融合发展。

第二节 扶持发展农业经营主体

采取先建后补、以奖代补等方式,对农业产业化龙头企业、农民专业合作社、家庭农场、农业产业化联合体等新型农业经营主体实施政策支持。围绕县域内特色农产品,整合产业链上下游主体,因地制宜建立健全区县级农产品产业化运营主体。实施家庭农场培育行动,扶持更多小农户发展现代家庭农场,把规模经营户培育成有活力的家庭农场。开展农民专业合作社发展质量提升行动,鼓励以家庭农场主要成员组建农民专业合作社,积极发展农业产业化联合体。发展多种类型农业社会化服务主体,将先进适用的品种、技术、装备、设施导入小农户。支持各类农村市场主体建设区域性农业展示推广服务中心和区域性农业全产业链综合服务中心。

第三节 推动企业转型发展

深化大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术和智能分拣、无人配送等新技术在农村商贸流通领域的应用,促进业务流程和组织结构优化重组,引导传统商贸流通企业转型升级,实现线上线下融合发展,推动产品创新数字化、运营管理智能化、服务供给精准化,提高企业管理水平和流通效率。

第四节 加强农村商业人才培养

强化农村电商人才培养、项目孵化和直播带货等服务,加大信用和金融支持力度,培育发展一批农村新型商业经营主体。依托大中专院校和区县级电商公共服务中心师资队伍,开展品牌设计、市场营销、电商应用等专业培训,强化实操技能,提高农村人才就业能力和就业质量。加强与电商、物流、商贸等企业合作,强化农村商业人才实习实训,开展各类创新创业和技能竞赛,挖掘培育一批农村商业带头人。

专栏 6 加强县域商业主体培育

引导支持市级大型商贸流通企业下沉区县和乡镇。每个县(区)实现 5 个以上大型商贸流通和物流配送企业下沉区县和乡镇。

支持培育本地大型商贸流通企业。每个县(区)培育 5 个以上本地大型商贸流通企业。

培育农产品产业化运营主体。每个县(区)培育至少 1 个农产品产业化运营主体。

推进商贸流通企业转型升级。每个县(区)实现 1 个以上商贸流通龙头企业转型升级。

加强农村商业人才培养。每个县(区)培养农村商业带头人 10 人以上。

第七章 创新发展县域流通新业态新模式

积极培育农村电商新模式,提高农村电商应用水平,不断扩大电子商务进农村覆盖面。建立健全县域商贸流通利益联结机制,创新发展农村商贸流通新模式,构建多元化商贸流通体系。加快推进供应链一体化发展,提高县域商业流通质量和效率。

第一节 扩大农村电商覆盖面

提高电商应用水平。强化县域电子商务公共服务中心统筹能力,完善农村电商公共服务体系,围绕工业品下乡和农产品进城,强化产品开发、品牌孵化、包装设计、数据分析、资源对接、业务指导、市场营销等服务,提高农村电商应用能力和可持续运营水平。

扩大电商销售体系。支持搭建县域电商平台,丰富电商平台工业品种类,引导更多工业品下乡,释放农村地区消费潜力。创新农产品电商销售模式,提高农产品电商销售比例。立足县域特色产业和现代农业发展需要,统筹加工、包装、品控、营销、金融、物流等服务,加强品牌和标准建设,拓宽农产品销售渠道和电商销售率。

积极培育新型农村电商。深入推进“互联网+”农产品出村进城工程,健全完善电商大数据平台,建立健全适应农产品网络销售的供应链体系、运营服务体系和支撑保障体系,用大数据疏通农村电商“最后一公里”。支持发展农村直播电商,打造农产品产地直播基地。壮大农村网商微商群体,积极发展移动电商、社交电商、体验电商等电子商务新模式。

持续推进“数商兴农”行动。打造一批“数商兴农”示范区县。加强县域电商基础设施建设的统筹和规划,支持发展农村电商新基建。支持建设供销“村村旺”等市级电商平台,打造区县特色农村电商平台,依托国内主要电商平台建设区县特产馆。鼓励区县引进市内外专业电商服务商构建网货开发、产品研发、网商孵化中心。

专栏 7 县域电商布局发展体系

公共服务体系:中心城区以外区县建成农村电商公共服务中心 30 个、电商产业园(集聚区)30 个、乡镇电子商务综合服务站 900 个,村级电子商务综合服务站 10000 个,打造 17 个示范区县。

市场主体:新增电商市场主体 1 万家,累计达 10 万家,带动电商创业就业人数累积达到 30 万人。培育销售规模较大、影响力较高的电商重点企业累积达 200 家以上。

产业发展和品牌打造:中心城区以外区县累计培育主打农产品网货 500 个,县域电商公共品牌累积达到 30 个,分别培育打造大品类、中品类、小品类农村电商品牌 150 个、400 个、1500 个。

新业态新模式:中心城区以外区县累积新建直播电商基地 100 个,累计开展直播带货 10 万场、带货金额超 50 亿元;利用电子商务转型升级的商贸企业累积达 5000 家以上。

农村电子商务覆盖面:农村电商服务对具备条件的行政村 100%覆盖。对有条件的村网购商品能够配送,农产品上行能力与效率显著提升。统筹邮政、供销、电商、益农信息等基层网点,健全县乡村三级农产品网络销售服务体系。

第二节 发展商贸流通新模式

促进线上线下融合发展。鼓励商贸流通企业运用互联网信息技术推进实体商业数字化改造,大力发展以标准化、信息化、智能化为主的商贸流通现代化,加快场景化、智能

化、立体化、体验式、互动性消费场所建设,采取连锁经营、电子商务等现代流通方式推进运营,促进线上线下融合发展,实现全渠道营销。

建立健全利益联结机制。鼓励农产品产业化运营主体建立健全利益保障机制、利益联结机制、利益分配机制。探索以产定销、以销定产等多种生产模式和参股分红等多重分配模式,把更多发展红利留给当地农民。

鼓励多元发展流通模式。推动物流资源整合,充分整合日用消费品、农资、农产品等农村商贸物流资源,支持农产品产地发展“电商+产地仓+快递物流”仓配模式,鼓励因地制宜发展邮快合作、快快合作、交快合作、快供合作等下乡进村末端物流共同配送模式,发展众包物流、客货邮快融合、农村客运班车代运邮件快件等物流模式,提高农村物流网络连通率和覆盖率,促进农村商贸流通降本增效。

第三节 加快供应链一体化发展

支持重点企业开展供应链赋能。鼓励大型电商、邮政、快递和商贸流通企业以乡镇为重点,延伸供应链,推广应用新型交易模式,为中小企业、个体商户提供集中采购、统一配送、销售分析、库存管理、店面设计等服务,提高企业管理水平和流通效率,增强农村实体店铺经营水平和抗风险能力。

推进农产品供应链协同发展。发挥县域现有农产品交易市场集聚优势与优质特色农产品优势,通过大型农产品流通企业有效对接和带动广大小农户的方式,强化产业链供应链协同发展,形成协同高效、利益共享的优质特色农产品供应链,促进农产品流通专业化、规模化、特色化、集约化发展。

推进县域供应链协同平台建设。引导大型商贸流通企业整合资源,构建集采购、分销、仓储、运输、配送等功能于一体的供应链协同平台,推动县域供应链各环节设施设备和信息数据高效对接,实现全要素互联互通和需求、库存、物流信息实时共享,促进供应链上下游资源整合、高效协同与融合创新发展。加大供应链协同平台的推介与宣传力度,塑造县域供应链品牌。

第八章 提升农产品上行流通能力

大力提升农业生产规模化、标准化、组织化水平,持续提高农产品加工和商品化处理能力,加快补齐冷链物流设施短板,提档升级农产品三级市场体系,促进农商互联、产销对接,增强农产品上行能力和流通效率。

第一节 提高农产品规模化组织化水平

推进优势农产品规模化生产。建设粮食安全产业带。围绕柑橘、榨菜、柠檬、生态畜牧、生态渔业、茶叶、调味品、中药材、特色水果、特色粮油、特色经济林等优势特色产业,推进现代农业产业园区、现代农业示范区、特色优势产业集群、特色农业产业强镇建设,提升主导农产品规模化、标准化种植水平,提高农产品集约化生产能力和流通规模化效率。

培育打造优势农产品品牌。持续开展农产品“两品一标”认证,推进“一村一品”“一品一标”建设,打造以“巴味渝珍”“三峡牌”为龙头、区县级农产品区域公用品牌为支撑、农业龙头企业产品品牌为主体的农产品品牌体系,创建“三峡柑橘”国家知名品牌,“巴味渝珍”区域公用品牌授权农产品稳定在500个以上。深度挖掘巴渝农业非物质文化遗产内涵,复兴传统“老字号”品牌,打造一批优质粮油品牌。

提高农产品流通组织化程度。加强农民专业合作社、农业产业化联合体、农村集体经济组织建设,把分散经营的农户、家庭农场、农民合作社、农业龙头企业联合起来,建立风险共担、利益共享的利益联合体,共同面对农产品销售市场,增强议价能力。壮大新型农业经营主体,实施家庭农场培育计划,开展农民合作社规范提升行动,壮大农业专业化、社会化服务组织。

第二节 增强农产品商品化处理能力

提高农产品商品化处理能力。在产地就近建设改造具有产后商品化处理和跨区域配送功能的产地集配中心、产地仓等设施,依托特色优势农产品产地集配中心、产地仓,配备产后清洗、分选、加工、预冷、烘干、质检、包装等设备,补齐农产品供应链“最初

一公里”短板。鼓励新型农业经营主体、农产品流通企业加强产地移动型、共享型商品化处理设施建设,提高商品化处理设施使用效率。新建设施要落实疫情防控要求,结合实际预留消杀防疫空间。支持农民合作社、家庭农场、中小微企业等发展农产品产地初加工,鼓励龙头企业和产业园区开展农产品精深加工,拓展延伸产业链,提升产品附加值。支持发展一批商品化处理专业服务组织。加大生物、工程、环保、信息等技术集成应用力度,推进农产品加工科技创新。

专栏 8 农产品加工重点工程

农产品初加工:支持新型农业经营主体建设产地预冷、高效烘干、低温贮藏一体化装备和农产品清洗、分级、干燥、包装、储藏等产地初加工设施设备,建成 500 个以上农产品初加工示范基地。

农产品加工重点园区:以涪陵农产品加工园、江津德感工业园和先锋食品特色产业园为核心,建设中国(重庆)国际农产品加工园。打造集标准化原料基地、集约化农产品加工、体系化物流配送营销网络为一体的 50 亿级和 100 亿级农产品加工示范园区 20 个以上。

农产品加工示范企业培育:培育规模效益突出、核心竞争力强、发展前景好、带动效果明显的农产品加工示范企业 500 家以上。

农产品加工科技创新提升:建立重点优势产业科研联合体,建设农产品加工科技创新中心 5 个以上。

加强农产品冷链物流设施建设。依托农产品批发市场发展农产品流通冷链物流骨干体系,依托大型商业连锁超市发展农产品冷链连锁配送和终端销售体系,完善分级分拣、包装加工、冷藏配送设施,大力发展冷链配送、生鲜宅配、中央厨房加工配送等新业态,构建与当地农产品流通水平相适应的冷链物流体系。推进农产品产地仓储保鲜冷链物流设施建设,支持家庭农场、农民合作社、农村集体经济组织等市场主体建设规模适度的冷藏保鲜设施,引导生鲜电商、快递及超市等流通企业在产地建设具备冷藏设施的产

地仓和集配中心。加快补齐产地冷藏保鲜设施短板,推进节能型通风贮藏库、节能型机械冷库、节能型气调贮藏库建设,加大农村冷藏运输车辆支持购置力度,增强鲜活农产品仓储保鲜能力和错时销售溢价能力。

专栏 9 县域冷链物流体系建设

冷链物流保障能力:到 2025 年,全市冷库库容规模达到 280 万吨,其中冷链库库容达到 30 万吨,本地冷藏车保有量达到 5000 辆,集中屠宰的活禽活畜冷链运输占比达到 70%,果蔬等适冷商品冷链运输占比达到 50%,粮油等大宗食品冷藏存储和销售占比达到 30%。

冷链物流节点覆盖面:到 2025 年,形成 5 个一级节点、30 个二级节点,继续扩大三级节点数量,实现即产即冷,满足城市居民 2 公里以内、农村居民 5 公里以内采购冷鲜食品需求。

产地低温处理率:产地低温处理率提高到 30%以上。

农产品集配中心建设:在农产品集中的产地建立集初加工、冷藏保鲜仓储、集中采购和跨区域配送能力的农产品产地集配中心,每县(区)至少建设改造 1 个农产品集配中心。

第三节 构建完善产销对接长效机制

推动建立政企协同、部门联动、产销互动工作机制,搭建资源共享产销对接平台,促进农产品产销信息互通。引导农产品批发市场、商超、电商企业等开展产销精准对接,大力发展订单农业,引导农产品流通企业向生产端延伸产业链条、农业经营主体向销售端延伸链条,构建形成利益联结、长期稳定的农产品产销合作关系。支持专业大户、家庭农场、农民专业合作社、农业产业化龙头企业等农业经营主体通过直接设立销售门店或在批发市场、菜市场、超市等场所设立销售专档、专柜、专区等方式,向销售环节延伸产业链条,促进产销对接。结合文化、旅游、特色产业、展会等资源,举办形式多样的对接会、洽谈会、展示会、采购会等产销对接活动,扩大产销对接范围,提升品牌影响力,

不断拓展本地农产品销售渠道。发挥产业振兴带动作用,做好脱贫户农资、农技、品牌、营销等跟踪服务。

第九章 促进县域商业消费市场发展

发挥消费对县域商业发展的基础性作用,顺应县域消费升级趋势,着力丰富优质商品和生活服务供给,培养消费新业态新模式,激发农村消费活力。

第一节 丰富县域消费产品和服务

丰富优质商品供给。引导生产企业和供给主体更多关注县域市场,以消费升级需求为导向、以消费大数据为支撑,结合地域风俗、自然地理条件、经济发展水平等现实基础,针对性开发适销对路的消费品,更好满足日益增长的多元化、品质化、个性化消费需求,推动消费结构从生存型向品质提升型转变。鼓励有条件的农村商业企业、零售网点与品牌生产厂商合作,开展汽车下乡和以旧换新,推进实施农村地区家电以旧换新,深入乡镇开展品质商品巡展和专场促销活动,促进大家电、家居、汽车、智能手机、清洁能源器具等耐用消费品更新换代,提振农村大宗消费、重点消费。

丰富生活服务供给。鼓励市场主体下沉乡镇发展类型多样的生活服务业,依托乡镇商贸中心、集贸市场等场所,提供餐饮、亲子、健身等服务;利用村民活动中心、村级便利商店等场所,提供维修、生活缴费、手机充值、邮件快递暂存或配送等便民服务,缩小城乡居民生活品质差距。加强耐用消费品售后维修网点建设,解决农民消费后顾之忧。鼓励通信运营商推进自然村宽带网络全覆盖和降低农村网络流量资费,激发和释放农村市场消费潜力,推动农村消费提质。

第二节 推进农商文旅融合发展

建设农商文旅特色小镇。立足农村自然和文化资源禀赋,发展田园综合体、农业观光园等乡村休闲消费产业,推动农业观光、体验休闲、乡村度假、农村康养等复合型业态发展,推动餐饮住宿与创意农业、乡村旅游、文化养生等深度融合,支持培育特色农产品品牌,发展农业会展经济,促进特色农产品销售,建设农商文旅等融合发展的特色小镇。

发展农家乐消费市场。引导支持农家乐升级改造、多元化经营,发展采摘休闲、田园观光、农耕体验等休闲消费业态。对文化旅游、民俗等资源丰富的乡镇,鼓励完善生活服务配套设施,提升服务水平,发展自驾车旅居车营地、木屋营地、帐篷营地等,提供特色住宿服务和中高端乡村度假生活服务。

发展乡村旅游市场。加强乡村旅游规划设计,保护乡野风光,因地制宜打造本土“乡村生活”。加强乡村旅游重点村建设,鼓励发展休闲农业、创意农业、精致农业、科普农业、休闲渔业等新兴业态,引导开发乡村建筑、乡村聚落、乡村民俗、乡村体验、民风民俗、节事庆典等乡村旅游资源和特色农产品,升级游客乡村旅游体验。推出一批休闲农业和乡村旅游精品路线,开展丰富多彩的文化旅游活动,打造乡村休闲旅游聚集区。

发展乡村文化市场。合理开发利用农耕文化遗产,挖掘用好乡村特色文化资源,创新举办春节庙会、端午赛龙舟、重阳登高等传统民俗活动和特色农事节庆活动,推动建设乡村特色文化公园、乡村文化生态博物馆和艺术村等。注重培养乡村文化能人,鼓励发展乡土民间艺术,支持开发乡土工艺品,培育乡村特色文化产业,建设一批特色文化产业村镇和文化产业群。

第十章 优化县域商业消费环境

顺应县域商业发展需求,着力营造良好营商环境,加强市场执法监管力度,规范市场秩序,进一步优化维护市场化、规范化、法治化消费环境。

第一节 营造良好营商环境

深化简政放权,建立商务领域行政权力事项动态调整机制,持续推进“放管服”改革,大力推进“互联网+政务服务”,实现政务服务事项“一网通办”,精简政务服务环节,推行政务服务“最多跑一次”,促进政务服务标准化、规范化、便利化。深入贯彻落实商务领域相关法律法规,健全商务领域法律服务工作机制,推进商务领域综合行政执法改革。落实市场准入负面清单,推动实现“非禁即入”,加强商务诚信体系建设,完善信用审查程序、信用公示制度、失信惩戒机制。引导区县和乡镇各级政府强化服务意识,推动

完善城乡道路、水、电(充电桩)、通信等基础设施建设,提供精准保障服务,开展“管家式”服务助企纾困,营造高效透明、公平正义、宽松便利的营商环境。

第二节 加大市场监管力度

打击消费品侵权假冒行为。围绕家用电器、建材、装饰材料等重点商品,深入开展消费品市场专项执法检查,确保农村消费品市场规范有序。依法严厉查处无照经营、制售假冒伪劣商品以及仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢和商标侵权、虚假广告、传销等各类违法犯罪行为。

加强农村食品安全监管。严格落实食品安全“四个最严”要求,对主要食品销售企业开展食品经营风险分级动态管理,开展农村假冒伪劣食品整治行动,紧盯农村集市、食品生产加工小作坊、小摊贩、小餐饮等薄弱环节加强食品安全监管。强化食用农产品质量安全监管,严查经销不合格食品和农产品,严厉打击制售假冒伪劣食品违法犯罪行为,切实保障农村食品市场安全。

加强农产品质量安全监管。推进农产品质量安全追溯体系建设,支持运营主体通过部省追溯开展试点农产品质量安全全程追溯,加强对农产品供应链全链条的质量安全监管和检测。

加强农用物资市场监管。结合春耕、夏种、秋播等重点农时季节,抓好种子、化肥、农药、农业机械及零配件、农用薄膜等重点农业市场资料的市场监管,规范农业生产资料经营行为。

第三节 规范市场秩序

加强市场准入管理。严格落实食品生产经营许可、备案制度,严查无证无照、超范围经营等行为。法律法规规定需要前置许可的,严格按照法定条件和程序,审验生产经营主体的前置许可证明文件,依法查处相关违法行为。

健全农村经营制度。监督落实商业网点、个体经营户建立进货查验制度和进货台账制度,监督落实食品经营企业依法建立食品进货查验记录制度,并保存相关进货凭证备

查。积极引导农资经营者建立购销台账、质量追溯、质量承诺、重要农资备案、种子留样备查公告等自律制度。

完善农村消费维权机制。加强涉农消费维权。开展涉农消费维权宣传,增强农村消费者的维权意识和能力。持续畅通 12315 投诉举报渠道,对 12345 中心转办工单严格审核、处理和反馈,依法及时处理市场监管部门职能范围内的涉农投诉举报,切实保护农村消费者的合法权益。

第十一章 强化规划保障

第一节 加强统筹协调

市级建立县域商业发展部门工作协调机制,由市商务委牵头统筹抓好全市县域商业体系建设,协调市级相关部门整体联动,强化组织调度,在信息共享、项目共推、平台共建等方面加强协作。积极开展调研,协商解决存在的突出问题,制定规划与政策文件,促进资源整合,分工合作,形成发展合力,有力有效推进县域商业发展。

第二节 加强规划引领

各区县要加强调查研究,摸清本地区县域商业发展现状,结合自身商贸基础、交通优势、资源禀赋等实际,按照“可量化、可考核”原则,针对性制定县域商业体系建设“十四五”规划或方案,编制农村商业网点专项规划或纳入全县(区)商业网点规划重要内容,与国土空间规划“一张图”叠加。规划或方案要体现分级分类管理理念,同城化发展先行区、重要战略支点、桥头堡城市经济较为发达,商业发展基础较好,重点在原有基础上弥补短板,加快县乡商贸中心转型升级,完善县乡村三级物流体系,优化农村商业网点建设,打造农村电商品牌;“两群”地区商业发展基础相对薄弱,重点在夯实县乡村商业发展基础、合理布局农村商业网点、推进县乡村三级物流体系建设等方面加大力度,防止“一刀切”。

第三节 加强政策支持

市级有关部门、各区县要统筹用好各类资金和政策,引导和鼓励社会资源积极投身县域商业体系建设,为县域商业注入新的发展动能。一是加大财政投入。聚焦农产品上行和消费品、农用物资下行两条主线,市区(县)两级加强各类政策整合,将农村商贸流通和物流配送载体建设、农产品生产流通基础设施建设、市场主体培育、电子商务发展、邮政快递下乡进村、末端物流整合等纳入各级财政重点支持范畴,突出政策的导向性,推动农村商业发展。二是强化金融赋能。加强与金融机构合作,创新投融资模式,有序引导金融和社会资本加大投入力度,设计更多适宜的金融产品,助力县域商业发展。三是落实各项优惠政策。认真落实促进农村商贸流通和物流配送各项税收优惠政策,执行国家有关下放审批权限和清理乱收费各项规定,继续扩大鲜活农产品运输网络和品种,完善鲜活农产品运输“绿色通道”政策,给予县域商业体系建设用地政策支持,降低农村流通载体建设成本。

第四节 加强消费帮扶

继续发挥市级帮扶集团、“一区两群”区县结对、预算单位采购、“万企兴万村”等机制作用,拓宽脱贫地区农产品销售渠道。深入推进脱贫地区农产品进市场、进超市、进机关、进学校、进社区、进电商平台,提档升级消费帮扶专区。要持续推进打造鲁渝消费协作“升级版”,实施“十万吨渝货进山东”行动,推广“鲁渝协作产销对接平台”,支持山东农业龙头企业来渝建生产基地,培育和延展乡村振兴重点区县的农产品产业链。

第五节 加强指导考核

将县域商业体系建设作为乡村振兴的重要内容,按照全市县域商业发展“十四五”规划,结合实际合理确定各区县县域商业体系建设的发展目标,按年度分解细化任务安排,明确责任主体、时间表和路线图,形成上下联动工作格局。将各区县县域商业体系建设纳入乡村振兴督查的内容,将业绩成效与政策支持密切挂钩;对承担公益性流通网络建设任务的国有企业,在政策上予以支持。

第六节 建立完善统计相关制度

加强县(区)城消费统计体系建设,完善县域消费品零售额、网络零售额、规模以上商贸流通企业等统计监测,做好县(区)城消费统计。建立健全全市农村消费相关指标体系,建立农村地区农产品生产加工流通统计体系,建立大宗农产品流通、农产品网络零售等统计指标,不断夯实统计基础。利用互联网、大数据加强农村市场消费大数据分析,加强农村限额以上批发零售企业统计工作,以区县为单位实施全面调查,完善发布内容,精准掌握农村地区批发零售企业发展情况,为政府决策提供重要参考。