

标 题:

商务部等 9 部门办公厅(室)关于印发《县
域商业三年行动计划(2023-2025 年)》发文机关:
的通知

商务部办公厅 国家发展改革委办公
厅 工业和信息化部办公厅 财政部
办公厅 自然资源部办公厅 农业农
村部办公厅 文化和旅游部办公厅
国家邮政局办公室 中华全国供销合
作总社办公厅

发文字号:

来 源:

商务部网站

主题分类:

商贸、海关、旅游\其他

公文种类:

通知

成文日期:

2023 年 07 月 27 日

商务部等 9 部门办公厅(室)关于印发《县域商业三年行动计划(2023-2025 年)》 的通知

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团商务、发展改革、工业和信息化、财政、自然资源、农业农村、文化和旅游、
邮政管理部门,各供销合作社:

为全面贯彻落实党的二十大和中央农村工作会议精神,落实《中共中央 国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振
兴重点工作的意见》(中发〔2023〕1 号)有关部署,充分发挥乡村作为消费市场和要素市场的重要作用,进一步提升
县域商业体系建设成效,促进城乡融合发展,助力乡村振兴,商务部等 9 部门研究制定了《县域商业三年行动计划
(2023-2025 年)》。现印发给你们,请结合实际,认真贯彻落实。

商务部办公厅 国家发展改革委办公厅
工业和信息化部办公厅 财政部办公厅
自然资源部办公厅 农业农村部办公厅
文化和旅游部办公厅 国家邮政局办公室
中华全国供销合作总社办公厅
2023 年 7 月 27 日

县域商业三年行动计划 (2023-2025 年)

为全面贯彻落实党的二十大和中央农村工作会议精神,落实《中共中央 国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振
兴重点工作的意见》(中发〔2023〕1 号)有关部署,按照《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,以下简称《意见》)、《财政部办公厅 商务部办公厅 国家乡村振兴局综合司关
于支持实施县域商业建设行动的通知》(财办建〔2022〕18 号,以下简称《通知》)、《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,以下简称《指南》),进一步深化政策措施,
提升县域商业体系建设工作成效,制定本行动计划。

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,立足新发展阶段,完整、准确、全面贯彻新发展理念,学习运用
“千万工程”经验做法,坚持市场化原则、更好发挥政府引导作用,按照“一年梳理经验、两年复制推广、三年总结提

升”思路，以供应链、物流配送、商品和服务下沉以及农产品上行为主线，以数字化、连锁化、标准化为方向，进一步推动资源要素向农村市场倾斜，加快补齐农村商业设施短板，健全县乡村物流配送体系，引导商贸流通企业转型升级，推动县域商业高质量发展。

二、工作目标

建立县域统筹，以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系。到2025年，在全国打造500个左右的县域商业“领跑县”，建设改造一批县级物流配送中心、乡镇商贸中心（大中型超市、集贸市场）和农村新型便民商店。90%的县达到“基本型”及以上商业功能，具备条件的地区基本实现村村通快递。工业品下乡、农产品进城双向流通渠道进一步畅通，农民增收和消费提质实现良性循环，更好满足乡村产业振兴和农村居民生产生活需求。

三、重点任务

（一）完善县域商业网络设施和业态。

1. 增强县城商业辐射能力。结合国土空间规划编制实施，优化商业用地结构和功能布局。鼓励县城购物中心、大型商超向乡镇延伸服务，布局前置仓、物流仓储等设施，完善家电、家具家装等商品营销、回收和维修网络。构建商业服务完善的社区生活圈，加强对乡村商业发展的带动，促进一体化发展。

2. 提高乡镇商业集聚效应。升级改造乡镇商贸中心、大中型超市、集贸市场等，完善冷藏、加工、配送等设施，拓展餐饮、休闲、娱乐等消费新业态新场景，打造乡镇商业集聚区。以人口聚集的乡镇为重点，推进乡镇集贸市场标准化改造，完善设施设备，传承地域特色和传统习俗，提高市场综合治理水平，更好地满足农村居民日常购物、社交等需求。

3. 提升村级商业便民服务水平。加强邮政、供销、电商、快递、益农信息社等资源协作，推动村级站点设施共建、服务共享，丰富日用消费品、农资、邮政、快递等服务，实现“一点多能、一网多用”，提高农村商业网点便民服务水平 and 可持续运营能力。发挥大型连锁企业资金和渠道优势，推进农村便民商店标准化改造，拓展多元化零售业务。

（二）发展农村物流共同配送。

1. 加强农村物流基础设施建设。建设改造县级物流配送中心和乡镇快递物流站点，根据实际需要，配备自动分拣线、立体货架、新能源配送车、智能取件终端等设施设备，提高物流配送效率，增强服务能力。

2. 加强农村物流资源整合。鼓励邮政、供销、快递、商贸流通等主体市场化合作，整合各类物流资源，在电商快递基础上，叠加日用消费品、农资下乡和农产品进城等双向配送服务，实现风险共担、利益共享，降低物流成本。总结共同配送成熟模式，将其作为重点支持方向，加快在中西部偏远地区推广落地。

3. 积极发展即时零售。鼓励电商平台、大型商贸流通企业在具备条件的县城，依托自建物流、第三方物流体系，对接本地零散的商超、便利店，精准匹配周边消费订单需求，为居民提供高效便捷的到家服务。

（三）推动县域流通企业转型升级。

1. 支持中小企业数字化转型。针对农村中小流通企业数字化转型成本高、周期长等问题，依托已有平台资源，提升区域数字化服务水平，为企业提供成本低、实用性强的数字化转型解决方案，推动数字应用从销售前端向采购、库存、配送等全过程延伸，加快线上线下融合。

2. 加强企业供应链建设。以数字化、连锁化改造和跨界融合为手段，支持邮政、供销、传统商贸流通企业从传统商品批发、零售向上下游一体的供应链管理服务平台转变，增强对县域商业发展的引领带动作用。鼓励大型流通企业下沉供应链，推广新型交易模式，为农村便民商店、个体工商户提供集中采购、销售分析、店面设计、库存管理等服务，增强农村实体店铺的经营水平和抗风险能力。

3. 培育县域龙头流通企业。鼓励有实力、有信誉的农村商贸流通企业综合运用大数据、云计算、人工智能等现代信息技术，促进业务流程和组织结构优化重组，创新商业模式，提高经营质量和效益。加大土地等政策扶持力度，落实好现行税收优惠政策，培育一批辐射面广、带动力强的县域龙头流通企业。

4. 发挥农村商业带头人作用。充分发挥县域大型经销商、代理商等渠道优势，支持进行市场化整合协作，加强物流分拨中心、前置仓等设施建设改造，为区域内商贸流通企业、便民商店、农民合作社等提供统一采购、统一仓储、统一配送等服务，建立适合县域发展水平的消费品、农资流通网络。

（四）丰富农村消费市场。

1. 加大优质商品投放力度。发挥电商平台大数据优势，依法依规开展消费数据分析应用，引导生产厂商为农村市场生产投放更多适销对路的商品。继续支持新能源汽车、绿色智能家电、绿色建材和家具家装下乡，加快农村充换电设施建设，完善售后回收服务网络，促进农村大宗商品消费更新换代。鼓励组成县域零售商采购联盟，集中向生产厂家、品牌供应商采购商品，解决中小企业进货渠道混乱、议价能力弱等问题，提高商品品质，降低采购成本。

2. 加快发展农村生活服务。结合乡镇商业设施改造，引导餐饮、亲子、娱乐、维修等服务业态聚集，促进家政服务向县域下沉。鼓励文化和旅游资源丰富的农村地区，依托乡村旅游重点村镇、乡村旅游集聚区和休闲露营地，打造乡村旅游、休闲农业、农家乐、自驾游等精品线路，吸引市民下乡消费。继续实施乡村休闲旅游精品工程，推介一批中国美丽休闲乡村，建设一批全国休闲农业重点县。加强中国重要农业文化遗产保护传承，推进优秀农耕文化社会宣传，指导遗产地在有效保护的基础上，促进品牌打造、农文旅融合发展。

（五）推动农村电商高质量发展。

1. 大力发展农村直播电商。深化电子商务进农村综合示范，利用县级电子商务公共服务中心的场地和设备等资源，打造一批县域电商直播基地、“村播学院”。整合各类资源，增强电商技能实训、品牌培育、包装设计、宣传推广、电商代运营等服务能力。鼓励有条件的县级电子商务公共服务中心拓展 O2O 体验店、云展会、网货中心、跨境电商等衍生增值服务，推动县域电商形成抱团合力，实现可持续发展。

2. 培育“土特产”电商品牌。深化“数商兴农”，发展农特产品网络品牌。鼓励电商平台、直播团队充分挖掘农村“土特产”资源，为农业生产企业、农民合作社等提供产品设计、视频拍摄、文案策划、品牌推广等服务。培育一批“小而美”的农村电商特色品牌，变“流量”为“销量”，拓宽农产品上行渠道。

3. 鼓励农村电商创业就业。加强与全国及本地直播平台的合作，“以工代训”“以赛代训”，面向返乡大学生、农民工、退役军人等开展直播带头人技能培训，提升直播带货技能，激发农村直播电商创业就业热潮。举办多种形式的农村直播电商大赛，组织地方直播团队等参加，促进相互学习交流，提升农村直播电商营销水平。

（六）提升优质农产品供给水平。

1. 提高农产品供给质量。发挥流通对生产的先导性作用，加强农商互联，推动农业生产围绕市场需求，优化品种结构和产业布局，提升规模化、标准化和信息化水平。加快建设优势特色产业集群，抓好特色农产品优势区。创建和认定一批农业产业强镇、国家现代农业产业园、国家农产品质量安全县等，统筹推进农业生产和农产品“三品一标”，培

育优质农产品生产基地，全面推行食用农产品承诺达标合格证，加强县级农产品质量安全检测机构能力建设，扩大绿色、有机、地理标志和名特优新产品规模。

2. 增强农产品商品化处理能力。支持商贸、电商、农产品流通等企业向生产环节延伸产业链，建设产地集配中心等流通基础设施。配备农产品分级、加工、仓储、包装、冷链等商品化处理设施设备，增强农产品错峰上市和商品化处理能力，把增值收益更多留在农村、留给农民。

3. 加快打造农业品牌。实施农业品牌精品培育计划，打造精品区域公用品牌，带动培育核心授权企业和产品品牌。支持脱贫地区打造一批质量过硬、特色鲜明、带动力强的区域公用品牌，增强脱贫地区产业内生发展动力。发挥电商平台、商超等线上线下营销网络优势，加强特色优质农产品宣传推广，扩大区域公用品牌的知名度和美誉度。

（七）加强农产品流通体系建设。

1. 完善全国农产品流通骨干网络。依托农产品主产地、主销地、集散地，在全国统筹确定一批农产品流通骨干节点城市、农产品市场和重点企业。加强农产品批发市场和农贸市场等各类零售终端升级改造，进一步提升农产品流通效率。加强农产品流通保供体系建设，提高宏观调控和民生保障能力。

2. 提高农产品冷链流通效率。加强跨区域农产品批发市场、干支线冷链物流、农产品仓储保鲜设施和产地冷链集配中心建设，提高农产品冷链流通效率，进一步降低流通损耗。支持标准果蔬周转箱（筐）等物流载具在冷链物流的全程应用，鼓励积极应用新能源城市配送冷藏车，促进农产品冷链各环节有序衔接和信息互联互通。鼓励第三方冷链物流企业发展，推广冷链云仓、共同配送、零担物流等模式，提高冷链资源综合利用率。

3. 强化农产品产销对接。引导流通企业与农业生产主体建立长期稳定合作关系，完善利益联结机制。继续举办全国农产品产销对接助力乡村振兴、“数商兴农”进地方等活动，邀请相关主体参加中国农产品交易会、茶博会、中国农民丰收节等展会节庆活动。深入实施“互联网+”农产品出村进城工程，完善适应农产品网络销售的运营服务体系。广泛开展专题促销、集中采购等活动，建立健全农产品产销对接长效机制。

四、保障措施

（一）加强统筹协调。各地要把县域商业三年行动作为全面推进乡村振兴的重要任务，建立省级统筹、市县抓落实的工作推进机制，抓好部署推进。省级主管部门结合实际，对照县域商业三年行动实施步骤（见附件），制定本省县域商业三年行动计划或实施方案，进一步细化明确目标任务、重点举措和监督考核机制，推动工作落地。充分发挥多部门工作协调机制作用，加强政策协同，共同研究解决重大问题。

（二）规范资金管理。严格对照《服务业发展资金管理办法》（财建〔2023〕9号）及《通知》要求，建立健全省市县三级日常监督机制，规范资金支出方向。各地应引入审计、监理咨询等第三方机构，加强资金决策、拨付、使用等环节审核，确保手续完整、账实相符。明确资产权属和管护责任，依法依规整合、处置和盘活资产，形成管护运营长效机制。

（三）做好政策衔接。加强县域商业建设行动与电子商务进农村综合示范、农产品供应链体系建设以及发展改革、农业农村、供销等单位相关资金的衔接，发挥各自优势，避免重复建设。用好县级电子商务公共服务中心、物流配送中心等现有设施设备，引入邮政、供销、快递和有实力的商贸流通企业，拓展公益性和增值性服务，实现市场化可持续运营。巩固电子商务进农村综合示范专项整改成果，建立健全资金管理、项目建设、日常监督、考核评估机制，形成闭环管理。

(四) 强化大数据应用。加强部门间、部门与地方县域商业数据资源共享，充分依托已有信息化设施，提高政府管理水平和治理效能。推广县域商业大数据应用，整合农村商业网点、消费、客流、物流等数据信息，根据地方和企业需求，拓展县域商业动态监测、市场分析、产业培育、产销对接等功能，为县域商业三年行动提供支撑。

五、组织实施

(一) 加强调研摸底。全面落实党中央关于大兴调查研究的部署，带着问题深入基层一线，对照县域商业体系建设目标和群众需求，找准差距和不足，厘清工作底数。参照《指南》“基本型、增强型、提升型”功能要求，因地制宜，明确纳入县域商业体系建设的县（县级市、区、旗，以下称县）范围、发展现状、建设目标、年度细化任务等。摸底和目标任务确认工作应于2023年8月底前完成，作为后续绩效评价、验收等的重要依据，原则上不再调整。

(二) 压实主体责任。省级主管部门建立季调度、半年汇总、年度通报制度，加强工作调度，强化奖惩激励，对于工作推进不力以及审计、绩效评价、日常检查等发现重大问题的市县，视情给予通报、收回资金等处理措施；对于做得好的地方，加大支持力度。商务部会同有关部门通过省级党委和政府推进乡村振兴战略实绩考核、绩效评价、日常检查等方式，加强指导跟踪问效，形成上下联动抓落实的格局。

(三) 组织评估验收。省级主管部门制定县域商业体系建设达标验收办法，组织对上年度完成建设目标的县进行评估验收，并出具书面评估意见。对达到“提升型”标准的县以及部分具备条件的“增强型”县，每年11月底前通过地方推荐，纳入全国县域商业“领跑县”。建立退出机制，通过抽查“回头看”，对工作出现滑坡、达不到领跑标准或在相关领域出现重大安全生产事故的县，按程序调整退出。

(四) 做好宣传推广。尊重基层首创精神，从基层实践中汲取智慧，充分调动地方、企业、群众积极性，鼓励探索创新，及时总结推广好经验好做法。发挥主流媒体引导作用，宣传县域商业“领跑县”典型案例，增强典型示范作用，提高县域商业三年行动的社会认知度。省级主管部门按时更新县域商业信息系统数据，按季度报送资金使用清单，每年11月底前报送年度任务完成情况和工作总结。

附件：县域商业三年行动实施步骤

附件

县域商业三年行动实施步骤

一、部署启动阶段（2023年7月-12月）

印发通知，启动县域商业三年行动，加强动员部署和政策解读。经地方推荐产生第一批全国县域商业“领跑县”，发布相关典型案例集。省级主管部门结合实际制定县域商业三年行动计划或实施方案，明确目标任务、重点举措和验收考核办法，指导市县抓好落实；开展绩效评价，对上年度完成“基本型、增强型、提升型”建设目标的县进行验收。

二、全面推广阶段（2024年1月-12月）

经地方推荐产生第二批全国县域商业“领跑县”，发布相关典型案例集。有关部门通过全国会、专家下乡、线上培训等方式，加强宣传推广和经验交流。省级主管部门跟进，培育一批地方典型，加强经验复制推广，形成适合自身特点的县域商业、农村直播电商发展路径；开展绩效评价，组织对上年度完成建设目标的县进行验收。

三、总结评估阶段（2025年1月-10月）

经地方推荐产生第三批全国县域商业“领跑县”，发布相关典型案例集。有关部门组织抽查检查，对照目标任务查漏补缺，全面总结评估县域商业三年行动工作成果。省级主管部门对照《意见》《通知》和县域商业三年行动要求，对各市县开展评估验收。加强前期发现问题整改工作“回头看”，及时发现和化解资金风险，建立项目和资产常态化运营管护机制，巩固提升政策成效，持续促进农民增收和农村消费。