

县域商业建设指南

(2021 版)

2021 年 12 月

目 录

前 言.....	8
一、适用范围.....	10
二、建设目标.....	10
三、基本原则.....	14
四、完善县域商业网络体系，提升农村市场供给能力.....	15
（一）增强县城商业综合服务和辐射带动能力。.....	15
（二）把乡镇建成服务周边的重要商业中心。.....	16
（三）积极推进村级商业的规范化建设。.....	18
（四）丰富农村消费市场。.....	19
（五）优化农资供应和服务，促进农业绿色高质量发展。.....	20
五、促进农村电商和农村物流融合发展，打通城乡双向流通渠道.....	22
（一）推动农村电商快递物流网点共建共享。.....	22
（二）发展农村物流共同配送等新模式新业态。.....	24
（三）鼓励发展农村商贸物流。.....	26
（四）扩大农村电子商务覆盖面。.....	26
（五）规范农村电商快递物流发展环境。.....	26
六、提升农产品流通效率，推动县域商业助农增收.....	27
（一）加强农产品冷链物流设施建设。.....	27
（二）推进农产品产地市场建设。.....	29
（三）推动农贸市场、菜市场标准化升级改造。.....	30
（四）改善乡镇集贸市场面貌。.....	30
（五）完善农产品市场的公益性功能保障机制。.....	31
（六）强化产销对接长效机制。.....	32
七、发展现代供应链，培育农村新型市场主体.....	33
（一）支持本地商贸流通企业的供应链建设。.....	33
（二）培育县域农产品产业化运营主体。.....	34
（三）引导大型企业开展供应链赋能。.....	35
（四）培育农村商业带头人。.....	35
八、加强农村市场监管，改善县域消费环境.....	35
（一）加大农村市场监管力度。.....	36
（二）规范农村市场秩序。.....	37
九、工作保障机制.....	38
十、参考标准和规范.....	40

前 言

加强县域商业体系建设、促进农村消费，是实施乡村建设行动的重要内容，是培育完整内需体系的重要支撑，是提高人民生活品质的重要举措。近年来，我国县域商业建设取得显著成果，在脱贫攻坚和乡村振兴中发挥了积极作用。但总的看，县域商业发展仍然滞后，一些地方缺少专门性规划，工作要求不规范、建设标准不统一、网点布局不合理、设施功能不完善，不能很好满足城乡居民消费升级需求。

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，加快推进县域商业体系建设，为乡村振兴和构建新发展格局提供有力支撑，经国务院批准，商务部会同有关部门和单位印发了《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》），对县域商业体系建设的总体目标、重点任务、政策机制等作出部署。为做好《意见》目标任务的量化分解，指导和规范各地开展县域商业体系建设工作，商务部会同有关部门和单位组织编制了《县域商业建设指南（2021版）》（以下简称《指南》），作为《意见》配套文件。

《指南》全文分为10个章节。第1章到第3章从适用范围、建设目标和基本原则3个角度，对县域商业体系建设进行总体介绍。第4章到第9章从县域商业网络体系、农村

电商和物流、农产品流通、农村市场主体、农村市场监管、工作保障机制 6 个方面，对县域商业体系建设重点工作的主要功能、建设规模、设施设备 etc，以及地方工作保障机制等进行规范。第 10 章列出了参考标准和技术规范。

《指南》侧重于农村商贸流通领域，重点对县乡村三级商业网络体系、农村物流配送“三点一线”明确约束性规范，对农产品流通、农村市场主体培育等明确指导性规范。《指南》未能尽录农业、科技、资本、要素、环境等县域商业相关内容。各地可结合实际，在工作中进一步补充和完善。

《指南》关于县城综合商贸服务中心、乡镇商贸中心、村级便民商店等商业网点的面积、功能、设施设备 etc 规范，参考了《零售业态分类》《便利店分类》等有关部门、行业协会发布的标准和技术规范。通过调研座谈方式，广泛征求地方、企业、协会、专家等意见建议，充分考虑城乡差异，选取具有一定代表性、合理范围内的数值。

目前，县域商业体系建设正处于探索实践阶段。《指南》对县域商业体系建设提出指导性、方向性要求，后续将继续总结各地实践经验，广泛征集意见和建议，适时组织修订。

一、适用范围

《指南》规定了“十四五”时期县域商业体系建设的基本框架、功能要求、实施路径和重点工作，旨在规范省级主管部门制定方案、指导建设、考核评估等工作以及有关县级行政区划（县、县级市、自治县、旗）项目建设、管理、验收等工作。《指南》非强制性标准，各地可结合实际，进一步细化和完善。

二、建设目标

围绕“到 2025 年，在具备条件的地区，基本实现县县有连锁商超和物流配送中心、乡镇有商贸中心、村村通快递”的目标，以县乡村商业网络体系和农村物流配送“三点一线”为重点，以渠道下沉和农产品上行为主线，加快推动县域商业网点设施、功能业态、市场主体、消费环境、安全水平等的改造升级。到 2025 年，建立以县城为中心、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，推动县城综合商贸服务中心改造升级，建设改造一批乡镇商贸中心和村级便民商店，到 2025 年，基本实现县城有综合商贸服务中心、乡镇有商贸中心、村村有便民商店，高中低搭配、县乡村联动、衔接互补的县域商业网点布局。

——**功能业态完备。**顺应县域内城乡融合发展趋势，以县镇为重点，提升环境设施和服务功能，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，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头作用。

——**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，基本实现乡乡有快递服务网点、村村有寄递服务。

——**消费安全便利。**严把从农田到餐桌的每一道关，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较大改观。

“十四五”时期县域商业体系建设工作目标					
序号	类型	重点工作	数量指标	主要功能	属性
1	县城商业网点	改造升级县城综合商贸服务中心	>1个	推动消费业态集聚,满足县域居民大件、高端消费	约束性
2	乡镇商业网点	建设改造乡镇商贸中心	具备条件的乡镇覆盖率达到100%	满足乡镇居民实用消费和一般生活服务需求	约束性
3	村级商业网点	建设改造村级便民商店	具备条件的行政村覆盖率达到100%	满足村民就近、便利消费	约束性
4	县域物流枢纽	建设改造县级物流配送中心	>1个	物流配送覆盖县城和主要乡镇村	约束性
5	乡村末端物流	乡村快递通达率	基本实现乡乡(镇)有网点、村村有服务	建设改造一批乡镇邮政、快递网点和村级寄递物流综合服务站,提供消费品下乡、农产品进城寄递服务	约束性
6	物流资源整合	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★	全县具备条件的乡镇、村30%以上的物流快递实现统一分拣、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品的统仓共配	约束性
7	农村电子商务	扩大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	1.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 2.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	约束性
8	农产品流通	农产品冷链物流设施建设	1.产地低温处理率提高到30% 2.每县至少建设改造一个农产品集配中心	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	预期性

				地集配中心	
9	农产品流通	农贸市场、集市标准化升级改造	主要乡镇至少改造1个农贸市场或集市		预期性
10	农产品流通	农产品市场公益性保障		进一步提升主要农产品市场公益性，增强保供稳价能力	预期性
11	农村市场主体培育	1. 本地商贸流通企业转型升级 2. 培育农产品产业运营主体	1. 每县实现1个以上商贸流通龙头企业转型升级 2. 每县培育至少1个农产品产业化运营主体	1. 主要商贸流通企业完成数字化、连锁化改造，初步建立供应链体系，引领县域商业发展 2. 通过运营主体引导带动产业链上下游各类主体形成协同高效、利益共享的农产品供应链体系。根据需求及时调整生产和供给，合理制定销售计划	预期性
12	农村市场秩序	1. 农村食品安全监管 2. 加强农产品质量安全监管	1. 主要食品销售企业100%实现食品经营风险分级动态管理 2. 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	预期性
13	县域商业规划	编制县域商业网点专项规划，或纳入市级商业网点规划重要内容		与国土空间规划“一张图”叠加	预期性
14	县域消费统计	1. 加强县域消费统计体系建设 2. 建立农村地区农产品生产加工流通统计体系		1. 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 2. 建立大宗农产品流通、农产品网络零售等统计指标	预期性

注：★共同配送作为物流整合的一种创新模式，主要适用于行业集中度低、需求分散、末端物流不发达的中西部县域。偏远、人口稀少县域及东部发达县域可结合实际，探索适合本地的物流整合模式。

三、基本原则

（一）市场主导，政府引导。发挥市场对资源配置的决定性作用，充分激发农村市场主体活力和内生动力。政府加强基础性、普惠性基础设施建设，优化政策供给，统筹发展和安全，提升政府治理和公共服务水平，营造公平营商环境和放心消费环境。把握好顶层设计和基层创新的关系，尊重基层首创精神，最大限度调动各方积极性。鼓励结合自身实际，探索县域商业发展的新模式、新路径。

（二）聚焦短板，注重民生。加强资源整合，做好与万村千乡、电子商务进农村、城乡高效配送等工作衔接，充分利用现有商业设施，加快补齐短板、打通堵点，重点布局一批公益性和民生保障类商业设施，提升应急保供能力。加大对革命老区、民族地区、边境地区、脱贫地区的倾斜支持力度，做好巩固拓展脱贫攻坚成果和乡村振兴有效衔接。

（三）因地制宜，实事求是。综合考虑东中西差异、人口分布、市场需求、生态保护等因素，合理确定县域商业网点布局、功能业态、数量规模、辐射范围等建设改造内容。立足实际、适度超前、注重服务。规范县域大型商业综合体、商业地产等项目建设，不搞大拆大建，避免商业过剩和同质化竞争，适应乡村振兴要求。

（四）统筹推进，协调联动。各地要把县域商业体系

建设作为乡村振兴的重要内容，纳入乡村振兴考核评估、主题培训、协调议事等机制，一体谋划推进。要建立党政统一领导、多部门参与的县域商业体系建设工作协调机制，加强组织协调，明确责任分工，完善土地、税收等配套政策，推动工作落地。

四、完善县域商业网络体系，提升农村市场供给能力

把县域作为统筹农村商业发展的重要切入点，引导和扶持有实力的流通企业下沉农村，加强县乡村三级商业网络建设，夯实农村商业发展基础，推动县乡村商业联动，弥补市场缺位和薄弱环节，贴近村庄、服务农民，满足农村居民分层分类消费需求。

（一）增强县城商业综合服务和辐射带动能力。

将县城打造成为县域消费升级的“排头兵”。鼓励大型商贸流通企业对县城购物中心、综合商贸中心、大型连锁商超等现有商业网点改造升级，推动商旅文体业态集聚，提升综合服务能力，向乡镇和村庄延伸服务，带动乡村商业发展，让县域内城乡居民不出县，就能满足绝大部分的消费需求。

重点工作 1：改造提升县城综合商贸服务中心					
	类型	功能★	面积▲	适用范围	设施设备▲
	基本型	1.提供果蔬肉蛋奶、食品、日化、家居、小家电、小百货等商品零售，满足居民多元消费需求。	经营面积一般在10000-20000 m ² 左右	西部人口较少、商业欠发达的县。	生鲜、日用百货、餐饮等分区经营，自营类商品实行统一结算。根据实际

县城综合商贸服务中心		2.提供餐饮、维修、美容美发等生活服务。 3.对城区和一定范围的乡镇村提供批发、零售或配送服务。	右。 偏远、人口稀少的县可适度降低要求，下同。		需要，设置仓储、停车场等设施，配备配送车辆、人员等。场地设施符合消防、卫生、安全生产、防淹排水等有关要求。
	增强型	除具备上述功能外，同时具备以下功能： 1.提供家电、通讯、服装等标准化程度较高的商品零售，满足居民大件消费需求。 2.提供娱乐、休闲、亲子、健身、教育、物流、小额存取代理等服务，拓展空间载体，打造多功能、多业态、复合型的县域商业集聚区（微商圈）。 3.提供本地特色商品体验，打造区域优势供应链品牌。	经营面积一般在20000-30000 m ² 左右。	中西部人口相对集中、商业较发达的县。	除配备上述设施设备外，根据实际需要，配备与娱乐、休闲、亲子功能等相适应的设施设备。
	提升型	除具备上述两类功能外，同时具备以下功能： 1.提供品牌服饰、大家电、家居建材等商品零售，满足县域居民高档、品牌消费需求。 2.发展品牌直营连锁、直播网购、美容美妆、文化创意、中央厨房等新业态，增强可视化、数字化、智能化消费场景，建设县域商业新地标。	经营面积一般在30000 m ² 以上。	东中部人口集中、商业发达的县。	除配备上述两类设施设备外，根据实际需要，配备自助收银、线上商城、手机智能导购，拓展线上线下消费场景，以及食品加工、冷链等设施设备。

注：★县城综合商贸服务中心及《指南》中其他所有县域商业、物流设施功能要求均为约束性规范，面积、设备等仅作为地方工作参考。各地应坚持市场化导向，由市场经营主体因地制宜确定县域商业设施建设改造的面积、设备等标准，不宜搞“一刀切”、行政指令。

（二）把乡镇建成服务周边的重要商业中心。

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域商业中心优势，引导连锁商贸流通企业采取自建、改造、股权合作等方式，对现有乡镇商业设施进行现代

化改造，新建改造一批商贸中心、超市、餐饮等服务网点，改善乡镇集贸市场面貌，优化生活服务业供给，使乡镇基本能够满足周边居民的米面粮油、家居百货、农资，以及美容、美发、餐饮等一般性消费需求。

重点工作 2：建设改造乡镇商贸中心					
	类型	功能	面积	适用范围	设施设备
乡镇商贸中心	基本型	1.提供包括果蔬肉蛋奶、食品、洗护用品、日用百货等商品零售，满足乡镇居民日常、实用型消费。 2.提供餐饮、理发等基本生活服务。 3.乡镇商贸中心具有业态显著集聚特点的商业形态，不包括步行街、商业地产形态★。	经营面积（单体商超形态，其他可根据实际确定）一般在 500-1000 m ² 左右，偏远、人口稀少的乡镇可适度降低标准，下同。	人口低于 10000 人、商业欠发达的乡镇。	不同商品和服务类型分区经营，自营部分实行统一结算。根据实际需要，可配备电子收款机（POS 机）、电脑、打印机等设备和信息系统。场地设施符合消防安全、防淹排水等有关要求。
	增强型	除具备上述功能外，同时具备以下功能： 1.提供小家电、服装、鞋帽、家纺等商品销售。 2.提供维修、洗衣、修鞋、快递收发、农产品收购等便民服务。	经营面积一般在 1000-1500 m ² 左右。	人口在 10000-30000 人、商业基础较好的乡镇。	除配备上述设施设备外，可根据实际需要，配备休闲娱乐设施、临时停车位等。
	提升型	除具备上述两类功能外，同时具备以下功能： 1.具备休闲、娱乐、亲子、健身、生活服务等功能。 2.提供农业生产资料、农机农具等销售和基本技术服务。 3.具备简易仓储配送功能，为一定范围内村级商店、农户等提供小批量商品配送服务。 4.发布线上线下生活服务信息。	经营面积一般在 1500 m ² 以上。	人口在 30000 人以上、商业较发达的乡镇。	除配备上述两类设施设备外，可根据实际需要，配备基本分拣配送设施、线上线下购物等相关设备。建有固定停车场。

注：★乡镇商贸中心主要包括3种商业集聚形态：1.单体商超形态，以商品批发、零售为主、兼具多种服务；2.以单体商超为中心，集聚多种服务的商圈形态；3.沿主要街道条状分布的农村特色商业街形态。不包括分散分布商业形态。

（三）积极推进村级商业的规范化建设。

把县域商业村级末端建设好，引导电商、物流、连锁商贸流通企业、益农信息社运营商通过特许加盟、联营联销、供应链赋能等方式，新建改造一批村级连锁商店，加强对夫妻店、小卖部等村级现有商业网点的标准化改造，为村民提供日用消费品、农资、电商、电信、金融、邮件快件代收代投、涉农信息服务等多样化服务，保障农村居民就近便利消费和基本生活服务。

重点工作3：建设改造村级便民商店					
	类型	功能	规模	适用范围	设施设备
村级便民商店	基本型	1.提供油盐酱醋、小食品、日杂用品等生活必需品零售，满足村民就近、便利消费。 2.提供生活缴费、邮件快递代收代投等服务。 3.可通过手机等移动终端设备帮助农民获取生产生活信息服务。	1.经营面积一般不低于30㎡，偏远、人口稀少的村庄可适度降低标准，下同。 2.商品单品(SKU)不低于100种。	常住人口低于500人的行政村。	除特殊商品外，采取开架售货方式。 悬挂醒目牌匾标识，店铺整洁，货物开架陈列。 商品明码标价，实行索证索票制度。 符合经营、住宿合用场所的消防安全要求。
	增强型	除上述功能，同时具备以下功能： 1.提供水电、宽带、生活缴费、复印等服务。 2.提供农产品需求、劳务、房屋等中介信息服务，以及农业生产、信	1.经营面积一般在30-100㎡左右。 2.商品单品数量(SKU)不低于300种。 3.主要商品统	常住人口500-1000人的行政村。	除上述设施设备外，根据实际需要，配置生活缴费、复印机、农资存放等设备，接入互联网和相关涉农服务资源。

	息化等生产技能提升服务。 3.提供简易农资农具等销售。	一采购率不低于50%。		
提 升 型	除具备上述两类功能外，同时具备以下功能： 1.采取直营、加盟等连锁经营模式。 2.提供小额存取代理等服务。 3.提供小批量农产品、手工制品等的上行服务，包括包装、代销、快递代发等增值服务。	1.经营面积一般在100 m ² 以上。 2.商品单品(SKU)不低于500种。 3.商品统一采购率不低于70%。	常住人口1000人以上的行政村。	除上述两类设施设备外，根据实际需要，配置与连锁经营、小额存取等相适应的信息管理系统、ATM机等设施设备。 提供农产品上行服务的村级便利商店，可配备真空包装机、冷柜、简易直播设备等。

(四) 丰富农村消费市场。

1.促进农村耐用消费品升级。加快农村道路、水、电、通信等基础设施建设，改善农村消费品使用环境。鼓励农村商业企业、零售网点与品牌生产厂商合作，加大汽车、大家电、家居等耐用消费品投放，加强售后维修网点建设，解决农民消费后顾之忧。

2.吸引城市居民下乡消费。引导乡镇加强商旅文体等功能融合。发展乡村民宿、休闲旅游、自驾车旅游等，完善生活服务配套设施。举办特色节庆活动，发展会展经济，促进特色农产品销售。

3.优化农村生活服务供给。依托乡镇商贸中心、集贸市场等场所，提供餐饮、亲子、洗浴、健身等服务。利用村民活动中心、夫妻店等场所，提供理发、维修、废旧物资回收、

邮件快递暂存或配送等便民服务。

4.提升农村信息消费水平。完善农村综合信息服务体系，加强涉农信息资源集聚，通过多样化培训，提升农民信息化应用能力，引导农民利用信息化手段发展生产、便利生活、增收致富。

(五) 优化农资供应和服务，促进农业绿色高质量发展。

优化县域农资供应、使用结构，健全现代农资流通网络，加快乡镇为农服务中心建设，推广集约环保高效农业社会化服务，推动农资流通企业向现代农业综合服务商转型升级，促进农业农村绿色发展，有效防控农业面源污染。

1.优化农资产品供应和使用结构。深入实施“绿色农资”行动，扩大有机肥、生物有机肥、水溶肥、缓控释肥等新型肥料，及低毒低残留高效农药的采购、供应，加强化肥农药减量增效技术推广，提高绿色农资供应量和覆盖面。鼓励农资企业和基层门店从主要供应化肥等单一品种，向供应农药、种子、农膜、农机等相关农资种类拓展延伸。支持农资龙头企业充分发挥现有网络优势，因地制宜开展农药集中配供、农药包装废弃物回收处理、废旧农膜回收利用等，有效防控农业面源污染。

2.健全现代农资流通网络。鼓励有实力的农资流通龙头企业下沉销售渠道，深耕县域基层市场，扩大乡镇直供直销，

与各类农资市场主体加强资源共建共享，发展连锁经营、统一配送等现代流通方式，拓展终端市场，巩固基层农资供应。鼓励县域农资流通企业加强与县级以上农资龙头企业的对接，通过股权、业务联结，共同开展农资业务，扩大终端网络覆盖面。支持供销合作社健全提升县域农资流通网络，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、村有农资便利店的三级农资流通服务网络体系。探索推动“智慧农资”建设，引导农资经销商创新营销模式，推进线上线下融合发展，满足农业生产需要。鼓励品牌农资龙头企业、上市公司通过兼并、联合等方式进行资产和业务重组，开展跨区域横向联合和跨层级纵向整合，培育一批有核心竞争力的龙头企业。

3.建设乡镇为农服务中心。支持农资龙头企业连接县域网络资源，采取升级改造或新建的方式，将原有配送中心、植保合作社、农机合作社、配肥站等打造成乡镇为农服务中心，围绕农业生产的耕、种、管、收、储、加、销等环节，提供农技培训、测土配方、统防统治、农机作业、土地托管、农产品销售等综合服务，夯实为农服务“最后一公里”。鼓励重点农资企业牵头，在粮食生产功能区、重要农产品生产保护区和特色农产品优势区，改造或新建一批乡镇为农服务中心，充分发挥引领示范作用，开展全程农业社会化服务和

绿色高效集成技术推广，加强信息化建设，推动小农户和现代农业有机衔接，服务农业现代化发展。

五、促进农村电商和农村物流融合发展，打通城乡双向流通渠道

将农村电商、物流、交通运输与县域商业体系建设、促进农村消费结合起来，发挥邮政、供销基层优势，加强县域电商、快递、交通运输、商贸物流等资源整合，补齐末端物流短板，扩大农村电子商务覆盖面，创新协同发展模式，加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系，畅通工业品下乡和农产品进城双向流通渠道，促进城乡生产和消费有效对接。

（一）推动农村电商快递物流网点共建共享。

鼓励县级物流配送中心、电商公共服务中心与现有商贸配送、公共仓储、邮政寄递等设施重组整合，实现优势互补、资源集聚，提升服务水平和运营效益。支持村邮站、电商服务站点、快递站点等站点共建、服务共享，实现多站合一、一点多能、一网多用，建设完善无障碍设施设备。鼓励农村超市、便利店、夫妻店等发展电子商务、邮件快件代收代投等便民服务，打通农村网购“最后一公里”。

重点工作4：建设改造县级物流配送中心

	类型	功能	面积	适用范围	设施设备
县级物流配送中心	基本型	1.提供物流快递件的仓储、分拣、中转、配送等服务，配送至县城和主要乡镇村。 2.对有条件的乡镇、村物流或快件吞吐总量占比20%以上。快递配送从县到村、从村到县不超过3日。 3.物流配送中心提供开放、非排他服务。	占地面积一般在5000-10000 m²左右。 地广人稀、偏远县可适度降低标准，下同。	每平方公里人口密度低于100人的县，或西部交通不便、经济欠发达县。	合理划分功能区域，包括但不限于收货区、仓储区、拣选区、发货区等。 可根据实际需要，配备统一的货架、仓库、分拣、配送车辆等设施设备。实现部分基础设施和信息等资源的共享。 场地设施符合消防安全、防淹排水等有关要求。可参照GB/T 28581和GB/T 21072标准要求，下同。
	增强型	除上述功能外，同时具备以下功能： 1.对有条件的乡镇、村物流或快件吞吐总量占比30%以上。 2.快递配送从县到村、从村到县不超过2日。 3.采取统仓共配等物流整合模式。在整合县域电商快递的基础上，搭载日用消费品、农资下乡和农产品进城双向配送服务。	占地面积一般在10000-30000 m²左右。	每平方公里人口密度达到100-400人的县，或中西部交通较为便利、经济基础较好的县。	除上述设施设备外，可根据实际需求，配备相应的冷藏冷冻设施及冷链物流车辆。 建立仓储物流管理信息系统或快递信息查询系统，实现与项目承办企业信息管理系统以及采购商、配送网点进销存信息的互联互通。
	提升型	除上述两类功能外，同时具备以下功能： 1.对有条件的乡镇、村物流或快件吞吐总量占比50%以上。 2.信息化、自动化、标准化水平较高。 3.提供平台交易、运输监控、支付结算、大数据分析等全链条服务。	占地面积一般在30000 m²以上。	东部每平方公里人口密度在400人以上，或东部经济较发达县。	可根据实际需要，配备自动化包装、分拣、装卸设备，加强条形码、射频识别技术、车载卫星定位装置等终端信息建设。 鼓励农产品产区加强农产品产地预冷、多温区存储、低温加工等设施设备，推广应用冷藏保温车辆、低温物流箱等冷链设备，完善农产品冷链物流服务体系。

重点工作 5：建设改造农村快递物流末端网络

- 1.加快农村邮政快递网点站点布局：鼓励农村邮政、供销、电商、快递、交通、商贸流通等下沉网络和服务，以村级便利店、夫妻店、村邮站、村内公共服务设施为载体，建设改造一批村级寄递物流综合服务站，开展日用生活消费品、农资以及快件接取送达服务。鼓励偏远地区建设改造具备客运和物流服务功能的农村运输服务站点，发挥邮政普遍服务优势，加快村邮站、邮政综合便民服务站、村级电商服务站等现有网点设施的改造升级，提高村级快递通达率。
- 2.增强农村寄递物流综合服务站服务能力：鼓励“多站合一、一点多能、一网多用”，推动村邮站、快递站点、便利店等共建共享，丰富邮件快件代收代投、电商交易、电商培训、信息查询、便民缴费等功能，提升可持续运营水平。
- 3.加强农村寄递物流服务监督管理：加强寄递物流服务监督管理，依法查处未按约定地址投递、违规收费等行为，促进公平竞争，保障群众合法权益。

（二）发展农村物流共同配送等新模式新业态。

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，促进线上线下互动发展，创新批发、零售供应链管理，健全县乡村三级物流配送体系。鼓励农村邮政、供销、电商、快递、交通运输、商贸流通等各类主体开展市场化合作，在整合县域电商快递基础上，搭载日用消费品、农资下乡和农产品进城双向配送服务，推动统仓共配。鼓励依托云计算、大数据、物联网等技术，创新发展智慧物流、众包物流、客货邮快融合等多种物流模式，充分调动社会运力资源，提升物流配送能力。支持农产品产地发展“电商+产地仓+快递物流”仓配模式，提高农产品上行效率。宣传推广农村物流服务品牌。

重点工作 6：发展农村物流共同配送		
基本概念： 共同配送是指多个物流企业通过共享物流资源，对同一地区的客户开展统一配送服务，是一种现代物流管理模式。共同配送将零散的货物、快递集中起来，能够显著降低物流成本，提高配送效率，适用于行业集中度低、客户需求分散、末端物流不发达的农村地区。		
合作模式	“1+N”模式	由一家邮政、快递、物流、龙头连锁流通企业等牵头，与多家物流企业结成联盟，利用自建物流系统广泛开展共同配送。
	“N+1”模式	多家快递、物流企业签订协议，共同出资成立一家新企业，负责开展共同配送，并按比例分配利润。
	第三方模式	多家快递、物流企业委托一家第三方企业，进行业务整合，开展共同配送服务。
工作要求	市场化原则：鼓励邮政、供销、快递、物流和龙头连锁流通企业等合作，明确投入和收益分配比例，引导一家有实力的企业集中开展仓储、分拣、配送等服务。 加强政策协同：积极发挥引导作用，协调解决土地使用、费用分摊、利益分配、信息开放等问题，推动共同配送工作落地，促进企业之间利益共享、设施共建、信息互通。 “五统一”原则：按照“统一仓储、统一分拣、统一中转、统一配送、统一服务”，建设改造县乡村物流配送体系。对统一收储到县级物流配送中心的物流件，按照所在乡镇进行统一分拣，并统一中转至乡镇站点，再根据物流件所在村统一配送至村级站点。县域内物流配送包装、称重、价格、时效等，执行统一服务规范和标准。	
推进步骤	根据农村物流不同发展阶段，各地可按照“三步走”推进实现共同配送体系建设。 初级整合阶段：鼓励电商、物流、邮政、快递、连锁流通等企业市场化合作，初步实现县级物流配送中心、村级寄递物流综合服务站、车辆、人员、线路等资源整合，以及对电商快递包裹的统一配送。 统仓共配阶段：进一步将村级商店、合作社、农户等对象纳入共同配送服务范围，在整合县域电商快递的基础上，促进日用消费品、农资下乡和农产品进城等物流业务的集约整合，推动物流快递统仓共配。 充分整合阶段：加强共同配送的数字化、自动化、标准化建设，针对生鲜、工业消费品、农资等不同快递物流件制定统一作业标准和流程，发展自动化分拣、立体化存储、机械化搬运、一体化仓配，应用射频识别、智能标签、电子订货、数据交换、信息定位、单元化集装等技术，推广供应商管理库存（VMI）等模式，引导共同配送企业全程标准化管理。	

（三）鼓励发展农村商贸物流。

支持县域龙头连锁流通企业发展共同配送，整合上下游供应商资源，建设改造县级物流配送中心，建设集配送、零售、便民服务等多功能于一体的物流配送终端，提高农村共同配送率和网点覆盖率。鼓励农村商贸流通企业依托自建物流系统发展第三方物流，为农村各类企业、商超、个体商户等提供家电、家居、建材、农业生产资料等大件物流服务。

（四）扩大农村电子商务覆盖面。

鼓励依托县级物流配送中心、农村快递物流站点等，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，提供产品开发、品牌孵化、包装设计、数据分析、市场营销等服务，提高农村电商应用水平。已建成的县级电商公共服务中心、农村电商服务站点，应明确固定产权属和承办企业长期运营要求，充分利用现有场地和设施，加强资源整合，统筹推进品牌、标准、金融、物流、培训等服务，在提升可持续运营水平上下功夫。

（五）规范农村电商快递物流发展环境。

简化农村快递网点备案手续，鼓励发展农村快递末端服务。加强寄递物流服务监管，依法查处未按约定地址投递、违规收费等行为，促进公平竞争，保障群众合法权益。压实物流、快递企业交通安全主体责任，教育引导从业人员安全

守法文明配送，从源头防范超速、超载、逆行、闯红灯等交通违法行为。

六、提升农产品流通效率，推动县域商业助农增收

围绕“促进农民收入、农村消费双提升”工作定位，补齐农产品产地商品化处理设施短板，建立更紧密的产销衔接机制，增强农产品上行能力，保障农产品顺利进入城市市场；改造升级一批农产品产地市场、农贸市场、菜市场、集贸市场等，打通本地“微循环”，提高农产品流通效率，带动农民增收。

（一）加强农产品冷链物流设施建设。

1.提高农产品产地商品化处理能力。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、冷库、产地仓等设施，配备产后清洗、加工、预冷、烘干、质检、分级、包装、冷藏等设备，补齐农产品供应链“最初一公里”短板，提高农产品商品化处理和错峰销售能力。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设备使用效率。其中，产地集配中心在《农产品产地集配中心建设规范》（SB/T 10870.1）基础上，根据电商发展需要，增加电商物流仓储功能。

重点工作7：建设县域农产品产地集配中心				
	类型	功能	设施设备	目标
县域农产品集配中心	基本型	1.提供农产品产地清洗、初加工、质检、分级、包装、仓储（冷藏及通风储藏）、物流等功能。 2.开展农产品统配统送及跨区配送,加强与县级物流配送中心的统筹衔接。	功能区域完备,包括但不限于初加工区、品控分拣区、包装区、仓储区、收发货区。实现农产品出入库信息数字化。	县域农产品商品化处理能力和低温处理率达20%以上。
	增强型	除上述功能外,同时具备以下功能: 1.具备预冷、烘干、冷藏保鲜仓储功能。 2.具有一定自动化加工条件。 3.具有一定电商营销能力。	除上述设施设备外,可根据实际需求,配备相应的冷藏保鲜仓储设施。建立仓储容量、物流信息管理系统,实现与运营主体的信息互联互通。	县域农产品商品化处理能力和低温处理率达30%以上。
	提升型	除上述两类功能外,同时具备以下功能: 1.具有较高的信息化、自动化、标准化加工流程,可实现农产品全过程冷链物流。 2.提供面向运营主体的在线培训、运营等服务。	除上述设施设备外,可根据实际需求,采用定位技术、传感技术加强全流程信息监控,完善农产品全过程冷链物流服务体系。	县域农产品商品化处理能力和低温处理率达50%以上。

2.推进农产品仓储保鲜冷链物流设施建设。加快补齐产地冷藏保鲜设施短板。支持县级以上示范家庭农场和农民合作社示范社、已登记的农村集体经济组织等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。健全完善农产品、商超配送、邮政快递等领域周转箱相关标准,鼓励引导交通运输、连锁商超、大型集贸市场、物流仓储、供销、电商及邮政快递等龙头骨干企业,推广使用标准化物流周转箱,提高物流周转箱循环共用的应用比例。

重点工作8：农产品产地冷藏保鲜设施建设

1. **通风贮藏库：**在马铃薯、甘薯、山药、大白菜、胡萝卜、生姜等耐贮型农产品主产区，充分利用自然冷源，因地制宜建设地下、半地下贮藏窖或地上通风贮藏库，采用自然通风和机械通风相结合的方式保持适宜贮藏温度。
2. **机械冷库：**在果蔬及其他种植类农产品主产区，根据贮藏规模、自然气候和地质条件等，采用土建式或组装式建筑结构，配备机械制冷设备，新建保温隔热性能良好、低温环境适宜的冷库和果蔬速冻库；也可对闲置的房屋、厂房、窑洞等进行保温隔热改造，安装制冷设备，改建为机械冷库。
3. **气调贮藏库：**在苹果、梨、桃、香蕉等呼吸跃变型农产品主产区，建设气密性较高、可调节气体浓度和组分的气调贮藏库，配备有关专用气调设备，对商品附加值较高的产品进行气调贮藏。
4. **预冷及配套设施设备：**根据产品特性、市场发展和储运加工的实际需要，规模较大的设施，可配套建设强制通风预冷、差压预冷或真空预冷等预冷库或预冷设施，配备必要的称量、清洗、分级、检测、信息采集等设备以及新建贮藏设施专用的供配电设备。

（二）推进农产品产地市场建设。

1.做好科学布局。统筹推进农产品产地市场体系和区域优势农业产业协同联动和深度融合，在农产品主产区和特色农产品优势区推动形成以田头市场为基础、区域性农产品产地市场为支撑、全国性农产品产地市场为引领的农产品产地市场体系。鼓励各地结合实际，将农产品产地市场纳入公益性公共基础设施，加大财政支持力度。

2.推动升级改造。改造升级一批国家级、区域性的农产品产地专业批发市场，支持加快建设农产品田头市场，打造以农产品产地市场为核心的现代农产品供应链体系。根据经营农产品特点、运输距离、买方需求等因素，配备预冷库和清洗、分级、包装、烘干等商品化处理设施设备，提升市场

交易和服务管理能力，减少农产品采后损失。

（三）推动农贸市场、菜市场标准化升级改造。

1.升级设施设备。加强县城和乡镇农贸市场、菜市场水、电、暖、通讯、仓储、停车场等场地建设，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。

2.改善经营环境。鼓励农贸市场、菜市场统一为经营户办理经营许可证。在条件许可的前提下，配套餐饮、理发、生活服务等业态，丰富市场经营种类。倡导明码标价、诚信经营。设立经营者信用档案，加大失信曝光力度，增强市场自我管理和自我约束，规范经营秩序。具体建设改造标准可参照《农贸市场管理技术规范》（GB/T 21720）执行。

（四）改善乡镇集贸市场面貌。

1.加强规划布局。推动乡镇集贸市场建设与县域商业网点布局有机结合。新建集贸市场要综合考虑自然条件、交通运输、环境质量、建设投资、使用效益、入集人次和交易额等因素，采取政府引导、土地入股合建以及村集体、企业和个人投资等多元投资模式，进行合理布局。有条件的地方可将乡镇集贸市场纳入公益性公共基础设施，政府主导投资建

设。创新农产品终端销售模式，鼓励在“固定场所、固定时段、固定货类”开展菜农直供直销、居民捎带采购的农产品采购模式，满足居民个性化、便利化消费需求。

2.加强设施设备改造。加强乡镇集贸市场地面硬化、厅棚、水电、道路系统及消防设施、停车设施、服务设施改造升级，建设完善无障碍设施设备，加快清除马路市场，还路于民。对食品、服装、日用品、农资等销售合理分区。鼓励设立公益性农产品销售区，为农民自产农副产品交易提供便利。根据市场需求，引入小家电、小百货、餐饮、修理等业态，把乡镇集贸市场打造成为农村居民日常消费和社交重要场所。具体建设改造标准可按照《乡镇集贸市场规划设计标准》（CJJ/T87）执行。

（五）完善农产品市场的公益性功能保障机制。

鼓励通过现代化升级改造等方式，增强现有农产品批发、零售市场的公益性，提升保供稳价和政府治理能力。对于**新建农产品市场**，可通过入股参股、公建配套等方式，实行委托经营，企业要按照政府要求发挥公益功能。对于**具备条件的各类市场**，可通过政府直接入股等方式，增强控制力，使其具备公益属性。对于**暂不具备条件的各类市场**，用于改造建设的各级财政资金要与经营主体签订协议，明确财政资金的用途和要求，待条件成熟后，将先期投入的财政资金转

为参股入股，增强政府调控能力。**加强信息追溯**，有条件的农产品批发市场要率先建设信息化追溯系统，并按有关要求与当地市场和农业行政主管部门进行对接，不断提高监管服务能力。

（六）强化产销对接长效机制。

1.开展形式多样的产销对接活动。结合县域旅游、文化、特色产业、展会等资源，举办对接会、洽谈会、展示会、采购会等形式多样的产销对接活动。鼓励标准化生产、供货稳定的龙头企业参与，为农民专业合作社、种养殖大户等拓宽销路。鼓励建立透明信息平台，公布产地种植大户、合作社、家庭农场、生产加工企业的联系方式，便于查询和对接。发展产业振兴带动作用，发挥带贫主体优势，做好对脱贫户农资、农技、融资、品牌、营销等跟踪服务，与了解市场需求的采购商建立长期联系。

2.推广订单农业、产销一体等长期稳定对接模式。大力发展订单农业，吸引商贸流通企业、电商平台、农产品批发市场采取“农户+合作社+企业”等模式，签订长期农产品采购协议，增强特色农副产品持续供给能力。引导本地从事农产品批发、运销、经纪的经营主体，通过建立自建、合作生产基地等方式，向生产环节延伸产业链条；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、专区等各种方式，向销售环节延伸产业链条，形成以利益联结关系为核心的产销合作关系。

七、发展现代供应链，培育农村新型市场主体

坚持本地化和引进来相结合，以数字化、连锁化改造和跨界融合为手段，以供应链建设为方向，培育壮大农村新型市场主体，促进农村商业领域生产、供给、销售、物流、服务等全流程高效协同，提升市场主体的竞争力和服务水平。

（一）支持本地商贸流通企业的供应链建设。

引导供销、邮政、传统商贸流通等企业运用大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，促进业务流程和组织结构优化重组，从传统商品批发、零售向上下游一体化供应链服务转变，实现线上线下融合发展，提升管理水平和流通效率，增强对县域商业发展的引领带动作用。

重点工作9：培育县域龙头商贸流通企业		
培育对象：在商品批发、零售、农资、生活服务商业领域，支持农村邮政、供销、电商、物流、快递、商贸流通等企业数字化、连锁化转型升级，实现做大做优。每个县引导至少1家龙头商贸流通企业实现转型升级。		
经营 规模	东部地区	批发企业年销售额一般在5000万元以上，零售企业年销售额一般在3000万元以上，餐饮、住宿等服务企业营业收入一般在2000万元以上。
	中西部地区	批发企业年销售额一般在3000万元以上，零售企业年销售额一般在2000万元以上，餐饮、住宿等服务企业营业收入一般在1000万元以上。欠发达地区可根据实际适度降低标准。
	——鼓励传统零售企业运用互联网信息技术推进实体商业的数字化改造，增强场景化、智能化、立体化的展销功能，实现线上线下融合，实现全渠道营销。	

培育内容	——鼓励传统批发企业应用互联网信息技术，建设供应链协同平台，向生产、零售环节延伸，实现由商品批发向供应链管理的转变。 ——支持连锁商贸流通企业从城市向县乡村下沉，从传统商贸业向现代服务业延伸，进一步拓展连锁经营网络体系和覆盖范围。引导连锁流通企业发展品牌联盟或建立联合采购平台，联通上游生产商、下游供应商和零售网点，集聚品牌资源，降低采购成本。 ——鼓励餐饮、住宿、生活服务类企业发展电子商务和连锁经营，依托县乡村商业网点提供便民生活服务，创新订餐、订房、团购、外卖、配送等经营模式，推动县域生活服务业向专业化、精细化、品质化转变。
实现功能	——鼓励龙头商贸流通企业下沉物流，利用自建物流配送系统，为本地生产、流通企业以及乡镇商贸中心、农村便利店、夫妻店等，提供消费品、农资和农产品双向配送服务，健全县乡村物流配送网络。 ——鼓励龙头商贸流通企业下沉网点，通过直营、加盟、联营等形式，加快乡镇村商业网点布局，发展一批村级便利店，健全农村连锁化流通网络。 ——鼓励龙头商贸流通企业下沉供应链，推广应用新型交易模式，为本地生产流通企业、农村商业网点等提供集中采购、统一配送、销售分析、品牌授权、店面设计、库存管理等多样化服务，增强农村实体店铺经营水平和抗风险能力。

（二）培育县域农产品产业化运营主体。

围绕县域内优质特色农产品，整合产业链上下游主体，因地制宜建立健全县级农产品产业化运营主体。以订单农业等方式有效对接和带动广大小农户，形成协同高效、利益共享的优质特色农产品供应链体系。

1.鼓励农产品产业化运营主体通过互联网技术和市场化手段，引导带动产业链上下游各类主体，形成协同高效、利益共享的优质特色农产品供应链体系。

2.鼓励农产品产业化运营主体建立健全利益联结机制，探索订单生产、参股分红等多重分配机制，把更多电商发展红利留给当地农民。

3.支持针对农产品市场运行趋势和消费需求特点，及时调整优化生产结构和供给节奏，合理制定销售计划，精准安排生产经营，生产、开发适销对路的优质特色农产品及其加工品。

（三）引导大型企业开展供应链赋能。

鼓励大型电商、流通企业以县镇为重点，下沉供应链和新型交易模式，为中小企业、个体商户提供集中采购、统一配送、销售分析、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，推动农村流通设施和业态融入现代流通体系。

（四）培育农村商业带头人。

依托县级电商公共服务中心、师资团队，开展品牌设计、市场营销、电商应用等培训。开展新型商业带头人培育计划，加强与电商、物流、商贸流通等企业实习实训合作，举办各类创新创业和技能大赛，挖掘培育一批农村商业带头人。

八、加强农村市场监管，改善县域消费环境

聚焦重点商品、重点区域、重点场所、重点时段，集中执法力量，严格制度约束，加强市场监管，解决农村商品和服务质量不高、标准要求不严、经营场所不规范等问题，改善县域消费环境，保障农村居民放心消费、安全消费、品质消费。

（一）加大农村市场监管力度。

1.严厉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，检查其来源是否合法、标识是否齐全、质量是否合格、经营行为是否规范、售后服务义务是否得到切实履行，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。

2.加强农村食品安全监管。落实“四个最严”要求，深入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，加强餐饮、食用油、肉蛋奶、调味品、地方特色食品等安全监管。强化食用农产品质量安全监管，防止农兽药残留超标的农产品进入市场，严打私屠滥宰，屠宰、加工、销售病死畜禽违法行为，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，切实保障农村食品安全。

3.加强农业生产资料市场监管。结合春耕、夏种、秋播等重要农时季节，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生产资料的市场监管，加强对农业生产资料经营者进货台账和销售台账的监督检查，规范农业生产资料经营行为。

（二）规范农村市场秩序。

1.加强农村市场准入管理。严格落实食品生产经营许可证、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，要按照法定条件和程序，审验农村生产经营主体的前置许可证明文件，按照部门职能分工依法查处相关违法行为。

2.健全农村经营制度。监督落实农村商业网点、个体经营户建立进货查验制度和进货台账制度，严格审验供货商经营资格，验明食品、商品合格证明和标识，如实记录商品名称、规格、数量、供货商及其联系方式、进货时间等内容，并保存相关进货凭证备查。监督落实农村食品经营企业依法建立食品进货查验记录制度，如实记录食品的名称、规格、数量、生产日期或者生产批号、保质期、进货日期以及供货商名称、地址、联系方式等内容，并保存相关凭证。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。乡镇、农村自建房用作生产经营且人员住宿、工作超过10人的，乡镇政府和当地行业部门应将其纳入重点安全管理范围。

3.完善农村消费维权机制。切实增强农村消费者的消费维权意识和维权能力，倡导利用基层远程教育网等社会资源，持续开展农村消费教育、食品安全消费教育、金融消费

教育等工作，预防相关消费纠纷的发生以及帮助消费者了解遇到问题后如何处理、从何处获取支持。加强农村消费维权保障工作和维权供给，设立投诉服务窗口，健全农民消费者咨询、申诉、举报的受理、查办、反馈等工作制度，为农民消费者提供便捷的维权服务。

九、工作保障机制

（一）加强组织领导。各省（自治区、直辖市）对本省县域商业体系建设工作负总责，要统筹抓好目标确定、项目安排、资金投入、组织动员、监督考核等工作。市（地、州、盟）要落实属地责任，做好承上启下、区域协调、监督检查等工作。县（县级市、自治县、旗）人民政府要承担主体责任，做好进度安排、项目落地、资金使用、人力调配、推进实施等工作。建立健全商务、党委农办、发展改革、财政、自然资源、农业农村、邮政、乡村振兴、供销合作等多部门参与的县域商业体系建设工作协调推进机制，明确任务分工，定期研究重大事项，形成政策合力，统筹推进县域商业建设行动。

（二）摸清工作底数。各省（自治区、直辖市）要组织对县域商业体系建设情况进行摸底，进一步丰富和完善调研内容，摸清县乡村商业网络、物流配送、电子商务、生活服务业、农产品流通、农资流通等农村商业体系建设基本情况，

经审核确认后，形成“十四五”时期农村商业建设工作底数。

（三）加强规划引领。鼓励有条件的县依据国土空间总体规划编制商业网点布局专项规划，加强与国土空间规划“一张图”的对照核对，批复后纳入同级国土空间基础信息平台，叠加到国土空间规划“一张图”上。要立足实际，明确县乡村商业网点区位、功能、数量、规模、业态、服务定位、设施防灾抗灾能力和特色等，加强规划的指导性、针对性和可操作性。其他县应结合本地实际，制定切实可行的建设方案，从农村商业设施的基本类型、业态、功能及建设规模等方面，对县域商业体系建设作出全面细致部署。

（四）建立量化目标。各省、市、县要按照“可量化、可考核”原则，在《指南》基础上，结合本地实际，制定“十四五”时期县域商业体系建设工作方案，包括总体目标、重点任务、年度目标和分解任务等，并确定数量、规模、功能、经济和社会效益等量化指标。目标和量化指标既要坚持实事求是，又要体现高质量、高标准要求。基础较差的地方，可在一定范围内适度降低标准。各省制定的方案和目标，须提交商务部备案，作为工作考核的重要依据。

（五）强化考核机制。各地要将县域商业体系建设纳入省、市、县乡村振兴考核体系，鼓励有条件的地方将县域商业体系建设纳入经济社会发展考核体系，保障政策落地见

效。探索建立“一对一”帮扶机制，鼓励区域内商业基础较好、工作具有典型性的县乡镇村，与商业基础欠发达的县乡镇村结对子，在规划编制、人员培训、项目共建、商品互换、市场共享等方面开展精准帮扶。

（六）加强总结推广。鼓励有条件的县组织开展县域商业体系建设专题教育培训，每年组织县直机关、乡镇党委政府、相关企事业单位负责人以及驻村第一书记、创业带头人等至少参加1次培训。完善课程教材，加强师资建设，创新培训方法，采取实地教学、现场观摩、案例分析、典型交流等多种形式，提高培训的针对性、实效性，不断扩大县域商业体系建设的社会知名度和参与度。要强化典型激励机制，及时总结和宣传推广典型经验，加强相互交流与借鉴，增强示范引领带动作用。

十、参考标准和规范

1. GB/T 18106-2021 零售业态分类
2. GB/T 28829-2012 超市等级划分要求
3. SB/T 10400-2006 超市购物环境
4. SB/T 10599-2011 购物中心建设及管理技术规范
5. SB/T 10813-2012 购物中心业态组合规范
6. SB/T 10808-2012 便利店服务类别及运营规范
7. SB/T 11084-2014 便利店分类

8. GH/T 1060-2010 农村日用消费品连锁经营网络规范
9. GB/T 24358-2019 物流中心分类与规划基本要求
10. SB/T 10597-2011 农村日用消费品配送中心运营管
理规范
11. SB/T 11132-2015 电子商务物流服务规范
12. SB/T 11155-2016 电子商务物流服务信息系统成熟
度等级规范
13. SB/T 11198-2017 商贸物流园区建设与运营服务规
范
14. YZ/T 0130-2012 快递服务与电子商务信息交换标
准化指南
15. YZ/T 0137-2015 快递营业场所设计基本要求
16. YZ0149-2015 快递安全生产操作规范
17. YZ/T 0161-2017 快件处理场所设计指南
18. GB/T 21720-2008 农贸市场管理技术规范
19. SB/T 10700-2012 小商品市场管理技术规范
20. CJJ/T87-2020 乡镇集贸市场规划设计标准
21. LB/T 065-2017 旅游民宿基本要求与评价
22. YZ/T 0162-2017 冷链快递服务
23. WB/T 1054-2015 餐饮冷链物流服务规范
24. NY/T 2776-2015 蔬菜产地批发市场建设标准

- 25. SB/T 10870.1-2012 农产品产地集配中心建设规范
- 26. SB/T 11066-2013 农产品市场交易行为规范
- 27. GH/T 1079-2012 农业生产资料连锁经营网络配送
中心建设与管理规范
- 28. GH/T 1101-2015 农业生产资料供应商评价准则
- 29. GH/T 1069-2011 农村综合服务社规范
- 30. GB50763-2012 无障碍设计规范