**4.1分项报价表**

项目编号：长招采公字[2020 ] 006号

项目名称： 2020年长葛市电子商务进农村综合示范采购项目C包

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **名称** | **规格型号** | **技术**  **参数** | **单位** | **数量** | **单价** | **总价** | **产地及**  **厂家** |
| 1 | 公共服务中心运营管理 | / | 用于电子商务进农村综合服务管理、入驻企业服务；组织开展形式多样的电商创业比赛、沙龙、路演等活动，每年不低于6场，营造电商创业氛围；市级电子商务进农村农特产品展厅业务经营。 | 月 | 24 | 60000.00元 | 1440000.00元 | / |
| 2 | **市电商大数据系统** | / | 建立全市电商大数据收集、分析、展示系统1套； | 套 | 1 | 200000.00元 | 200000.00元 | / |
| 3 | 电商扶贫 | / | 用于电商孵化园培训教室、公共区域、电商扶贫公共服务中心、 电商扶贫创客中心宽带费用 | 条 | 56 | 1964.00元 | 109984.00元 | / |
| / | 电商扶贫办公室电费及办公费用；实操教室电费及中心公共区域电水费 | 年 | 1 | 48016.00元 | 48016.00元 | / |
| 合计 | | 大写：壹佰柒拾玖万捌仟元整 　小写：1798000.00元 | | | | | | |

供应商（公章）：河南豫储物流发展有限公司

供应商法定代表人（单位负责人）或授权代表签字：

**4.3技术方案（实施方案）**

（投标人根据招标文件要求自行编制）

**长葛市电子商务进农村公共服务中心运营管理实施方案**

一、指导思想

长葛市电子商务进农村公共服务中心已于2018年9月在长葛市电子商务产业园建成并投入运营，按照长葛市工业化、城镇化、信息化、农业现代化的总体规划要求，以实现农村流通现代化为目标，以“政府引导、企业主体、市场导向”的原则，培育和壮大农村电子商务经营主体，搭建农村流通电子商务公共服务平台，加快农村电子商务支撑保障体系建设，强化农村电子商务宣传教育和培训培育，促进农村电子商务普及应用，建设完善农村电子商务配送及综合服务网络体系，不断提升镇平农村电子商务应用水平，进一步优化农村电子商务发展环境，提升农村电子商务发展水平，扩大就业创业渠道，搞活农产品流通，促进农业增效农民增收，扶持农村青年创业就业，为城乡协同发展作出贡献，推动长葛市国民经济持续健康发展。

二、主要专业运营团队，满足本地化运营电商园区、电子商务公共服务中心、村级便民服务站以及电子商务公共服务信息平台系统服务维护等工作需求；

2、用于电子商务进农村综合服务管理、入驻企业服务；组织开展形式多样的电商创业比赛、沙龙、路演等活动，每年不低于6场，营造电商创业氛围；市级电子商务进农村农特产品展厅业务经营。

三、整体思路

（1）、依托长葛市电子商务产业园电商集聚的优势，河南豫储物流发展有限公司组建专业运营团队全面运营长葛市电子商务产业园，做好长葛市电子商务进农村公共服务中心运营管理

1、电子商务公共服务中心作为长葛市域电子商务公共服务实体，服务于政府、企业及个人，助力传统企业转型升级，提供品牌培育、创意设计、文化包装、运营推广等系统性全面电商公共服务，致力于将中心打造成集运营服务、数据统计、电商咨询、电商培训、电商支撑服务等功能于一体的综合服务管理中心。

2、电子商务公共服务中心提供一对一的电子商务技能培训、客服托管、订单协管、后期技术维护、技术升级更新、数据挖掘、货源提供、分拣发货等多方面的扶持帮助，构建“技术支持＋培训孵化＋产品对接＋品牌建设＋网络推广＋其他增值服务”的全方位服务模式。

3、电子商务公共服务中心与国内外第三方平台合作开设地方馆，加强与淘宝、京东、苏宁等知名平台合作，通过整合县域产品资源，给有志青年提供创业平台，拓宽县域农产品网络销售渠道。

（2）、公共服务中心运营管理组织架构及职责

1、运营服务中心下设行政、网络后勤保障及培训组，负责技术支持，针对市域电子商务公共服务系统，开展整体招商、推广，创造原产地网络文化，展现市域电子商务进农村特色亮点，对乡、村服务站点进行日常培训、指导和维护等工作。

2、运营服务中心人员架构

|  |  |
| --- | --- |
| 长葛市电子商务公共服务中心总监（2人） | 培训实操讲师3人 |
| 行政专员2人 |
| 美工摄影专员2人 |
| 网络会务内勤专员2人 |
| 展厅接待讲解专员3人 |
| 物业管理专员2人 |
| 电商平台资源对接2人 |

3、服务中心总监：负责长葛市服务中心运营进度的整体把控和效果监督；及时对接长葛市政府商务局等部门配合实施本服务中心的各项职能的同时，在长葛市上马诸如溯源体系、大数据信息平台的时候，及时让服务团队的业务部门跟进相关的配合工作；对接阿里巴巴、京东商城等大型电商平台资源，配合有关单位举办网上活动，推动长葛市特色产品尽快上行；及时以书面形式上报长葛市商务局每阶段完成工作情况。

4、行政专员：负责服务中心电子商务相关服务体系的整体运营和实施；督促其他团队组成人员积极推动工作，及时以书面形式向服务中心总监汇报每阶段工作完成情况。

5、培训实操讲师：根据运营总监每一个月的培训进度表，提前制定相关课件和课后跟踪服务；制定培训期间的会场互动项目，提高培训效果；及时考核学员课后学习程度，每次培训后在线上开展至少1-2个小时的答疑，及时解决每个学员遇到的个性化问题；及时以书面形式向服务中心总监汇报每阶段培训完成情况。（培训讲师根据培训对象不同和课程体系不同，会安排不同的讲师分阶段授课，以保证所授课程的适用性和高水平。）

6、美工摄影专员：发挥美工摄影人员专业性技术，为长葛市电商企业提供网货拍摄、视觉构图、PHOTOSHOP修图等配套服务工作；根据服务中心各阶段的培训课程，提前制定宣传海报，在电商园区、服务中心、本地微信公众号、学员微信群、QQ群发布，以扩大培训的宣传力度，引导更多电商从业者前来参加培训；负责园区和服务中心的宣传KT板等装饰性宣传材料的设计制作。

7、展厅接待讲解专员：熟悉了解长葛市特色支柱产业及农特产品卖点，为来访客人精准讲解长葛市域经济特色，积极推介长葛市农特产品，把展厅打造成为长葛市对外宣传的一个窗口

8、网络会务内勤专员：统筹每期培训的时间、教具、做好培训教室安排，确保每期培训顺利进行；协助长葛市开展的电子商务研讨会、推进会等大型活动的准备工作；做好园区网络服务及技术支撑工作。

9、电商平台资源对接专员：协助长葛市企业在网店开设、运营维权等方面的工作；对接淘宝天猫、京东商城、跨境平台、线上特色馆、众筹平台等电商平台的地区负责人，协调长葛市电商企业获得更多的电商流量资源并在一个较为宽松的市场中运营网店；根据长葛市特色产业，对接电商平台开展大型线上活动，协助品牌运营主管开展线上品牌推广活动。

四、全方位服务与支持：

服务内容包括但不限于园区模块规划、招商规划、入驻标准、摄影美工、包装设计、商标注册、网站建设、品牌推广、文案策划、运营顾问、管理咨询、定期组织电商沙龙交流会等，同时融合政务咨询与项目申报等，全面推动电商产业园区的集聚与繁荣。

**实施方案**

一、招商扶持激励政策

1.以奖代补政策

在园区注册登记和依法纳税的企业自建电子商务应用平台，当年销售额达到500万以上的，一次性给予平台项目实际投入额（基建和土地拨款除外）15％的补贴，最高不超过10万元。

引入到园区并依法纳税的国内知名电商企业平台，注册用户数量模式清晰、访问量稳定，交易额1000万元以上的，经认定后，按企业平台长葛项目实际投入额的15％给子补贴，最高不超过10万元。

对实际应用电子商务实现出口首次超过50万美元、100万美元的企业，分别给予一次性奖励5万元、10万元。

对应税网上年销售收入首次突破3000万元的传统企业，一次性奖励3万元。

扶持大学生利用电子商务创业。年销售额达到300万元以上的电子商务企业者（大学生创业者），经认定后，一次性奖励1－3万元；符合相关政策要求的，经申请，可享受人社部门最高额度贴息货款。

2.税收扶持政策

经认定其入驻园区的企业，在税收方面享受政府特别制定的税收优惠政策。税收方面，工商注册入园的企业，园区进行核算后，对企业纳税提供最高奖励额度，并提供专业秘书服务。

3.人才支持政策

对入园企业和非入园的传统企业提供针对性的电商产业及跨境电商孵化服务，包括电商人才专业培训、平台支持

服务、村淘合伙人培养、阿里总部考察等免费服务。对培训合格的专业人才可颁发证书。

4.金融支持保障

凡入驻园区的企业、商户，园区采取集中存储、货品担保、抵押贷款模式，与金融机构建立战略合作关系，想方设法降低金融部门贷款门槛，保障商家资金需求，缓解商家融资难题，降低商家的融资成本，减轻商家社会负担。并根据商户情况提供大学生创业扶持基金、大众创业扶持基金以及企业经营贷款等。

5.入驻优惠政策

最大限度满足所有入驻商家需求及经营者经营利益保障，对入驻商家在前期、中期以及后期运营方面减免商铺铺位租金优惠，对新入驻商户实行每间铺位减免6个月租金，物业管理费每间铺位减免6个月。中后期运营每间商铺每平米均价由现在每月征收的10元标准，新入驻商家每月每平方收取8元；物业管理费每间商铺每平米均价由现在每月征收的1元标准。

6.园区鼓励政策

园区设立黄金旺铺，先入先得，对前100家入驻的商家，可优秀选择黄金位置；对100家以后进驻的不再享受选择权利，由园区指定安排商铺。

7.提供对外宣传

由园区出资聘请专业团队负责对外扩大宣传，通过省、市、县网络媒体、各级电视媒体、广告宣传以及途径长葛主要交通干线设立固定户外大型广告牌、市内交通要道插播广告等形式，对外宣传市场、推销经营产品，增强对外的辐射力、影响力，打消个别商家商铺迁移影响生意的顾虑。全方位做好宣传和推广，引领市场健康快速发展。

8.提供信息服务

凡新入驻的商家，园区对每家每户提供信息平台服务，把商家主要产品进入园区自建的电子商务平台，为其量身定制进行产品宣传推广服务，拓宽销售渠道，为商家开辟新的进军国内市场的路径。

9.提供贴心服务

为商家跑腿，帮助手续办理及所有部门需要办理的一切事项。成立园区运营管理中心、物业管理中心、市场全程服务中心、信息咨询咨询、金融服务中心、水电维护等，为商家提供一条龙服务。

二、认证电子商务企业政策

一）企业分类

1、在园区内完成工商注册、税务登记。

2、具备独立的法人资格，且生产经营地在电子商务园内。

3、在先进制造业、高端服务业等领域从事电子商务应用的企业及电子商务专业服务商。

4、经上级认定为“电子商务企业”。

（1）平台类：在电子商务活动中为交易双方或多方提

供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和，该类平台的突出特征是自身并不直接开展网上交易，而是为其他企业、单位或个人开展电子商务提供专业的公共与增值服务（包括线上撮合、洽谈，线下交易的平台）。

（2）应用类：应用电子商务开展网络营销、推广、销售等业务的传统企业。

（3）服务类:在电子商务活动中为开展电子商务业务的企业提供配套服务的企业,主要服务业务有信用认证、代运营托管、广告宣传、信息发布,网站设计、摄影拍照、在线支付、物流配送、在线客服及售后保障等专业服务。

二）认定标准

1.企业遵守国家有关法律、法规、规章的规定,符合《电子商务模式规范(SB/T10518-2009)》和《网络交易服务规范》(SB/T10519-2009)等行业标准。

2.企业通过互联网从事涉及行政许可类商品和服务的经营,须按有关规定依法办理相关手续,取得相应经营批准证书,并在其电子商务平台公开经营批准证书的信息以及清晰可辨的照片或其电子链接标识方可开展经营活动。

3.企业自有电子商务平台,须通过非经营性互联网信息服务备案,取得ICP证号。开展互联网信息增值服务，须提供增值电信业务经营许可证。

4.企业重视电子商务应用,有相关组织机构和人员、发展规划、资金保障和管理制度等。

5.企业生产经营状况良好,应用电子商务1年以上，并在本地区同行业中处于领先水平,具有较高知名度、影响力和良好的发展前景。

6.企业诚信经营、规范服务,近3年内无违法、违规行为。

三）政策支持

1.对经认定的电子商务进驻企业，从入园年度起至2020年，月按照15元/平方米的标准，对办公用房给予房租补贴。补贴面积按每个正式签订劳动合同的员工补贴8平方米计算，补贴总面积原则上不超过500平方米。该补贴自企业正常经营满一年后，于次年对其上年度的租金兑现补贴。经营不满一年不享受此政策。

2.争取各类专项资金支持。对于获得各类政府立项无偿资助资金，按实际获得资金额的6%给予配套资助，最高2万元。

3. 鼓励园区高等院校、民办教育机构、国内外知名专业培训机构在园区内建设电子商务人才培训基地，开展人才教育培训业务。毕业学员在高新区内创业或与区内电子商务企业签订一年以上劳动合同的，经认定，园区给予培训基地一定补贴。

4.基地企业的管理人才，可根据长葛录用高端人才个人相

关政策予以奖励。

5.园区办公室负责协调推进电子商务基地发展、入园企业认定及政策落实等工作。

三、入驻流程政策

一）入驻对象

在我市依法取得工商营业执照、办理纳税登记、具有独立法人资格的从事电子商务、电子商务相关产业以及电商服务为主的企业或个人，均可申请入驻。

二）入驻条件

1.基本条件

⑴工商注册地和税务登记地均在长葛境内（如从其他地区搬迁至产业园，必须在入园后30天内将企业工商注册地和税务登记地迁至产业园内）。

⑵企业或个人在产业园内必须从事与电子商务有关的业务与活动。

⑶企业经营范围符合电子商务产业发展重点扶持范围，符合国家产业、技术政策，无知识产权纠纷，并具有较好的市场前景，有可操作性，市场竞争力较强。

⑷企业或个人经营活动必须合法、合规，达到国家有关环保、消防、安全生产等政策规定的措施要求。

⑸申请入驻的企业和个人信誉良好，有较高的素养，重信誉，有一定的网上经营能力，自觉遵守创业园各项规章制度。

2.优先入驻条件

⑴在我市产业集聚区内的企业。

⑵在国内外有影响力的知名电子商务或电子商务相关配套服务企业在我市设立的独立法人资格的电商企业。

⑶在行业内有一定影响力的本地电子商务平台或自创品牌企业或获得国家、省、市知名商标企业，有自主专利产品的企业。

⑷本地优秀电子商务服务企业。

⑸设立电子商务孵化区，大学生、退伍军人、返乡农民工、残疾人及社会人员自主创业和实体店新开网店。

⑹优秀电商服务企业，如服务商、摄影美工、代理运营商、软件开发商、互联网咨询公司。

⑺经营社旗名优特产品、地理标志产品、古镇文化创意、旅游产品的企业。

3.入驻流程

⑴企业向县电商中心提出入园申请，填写入园申请表（提供企业发展现状及规划、电商项目发展计划）。

⑵企业向市电商中心提交相关证件原件和复印件（原件经审核后退还）：企业需提供营业执照、组织机构代码证、税务登记证、法人代表身份证；孵化区个体需提供从业人员身份证、学历证书和创业计划书。

⑶市电商中心对企业进行审核。

⑷企业与产业园管理部门确定办公场地，签订入园协议，明确入驻时间、园区管理制度及企业责任；缴纳保证金、出具承诺书后正式入驻。

4.退出机制

园区管理部门对入驻园区的企业进行全方位的跟踪监管，企业不服从园区统一管理的，自核实之日起十日内由园区管理部门对企业进行约谈。约谈不成的，园区管理部门书面通知其改正，自书面通知发出之日起一个月内未改正或未有实质性进展的，由园区管理部门依照协议约定书面通知企业限期退出。拒不退出的，通过司法程序强制退出。

⑴企业所租区域交付后一个月内未开展业务的；

⑵连续两个季度以上不按约上报企业经营情况、不按要求上报相关统计数字的；

⑶连续两个季度考核不达标的；

⑷企业经营活动违反国家法律法规的。

⑸其他情况需要退出的。

（二）基础配套设施及支撑体系

1.基础设施

⑴电子商务运营中心：村淘项目县级运营中心邀请阿里巴巴集团派驻团队进行运营管理，用于村级服务站（合伙人）的开发建设、培训和管理；村级代购市场的运营、管理；县村仓储、二段物流服务；市场推广、电商培训、参观接待。建设规模为1200平方米。

⑵电子商务公共服务中心：公共服务中心将采取企业运营的方式，开展公益为主、市场为辅的电商运营服务，为广大城乡电子商务创业人群搭建实体和网络公共服务平台，为广大电商提供技术培训、业务咨询、经验交流、电商项目策划实施等服务，从而进一步拓宽长葛产品的网络销售渠道，推动XX县电子商务品牌和农特产品网销品牌建设。建设规模为800平方米。

⑶电子商务孵化中心：针对中小企业应用电子商务过程中遇到的技术、人才、资金、运营等方面的问题，搭建电商孵化中心，由村淘项目运营中心和电子商务公共服务中心为中小企业提供专业化、全方位的孵化服务，使被孵化企业和个人能够轻资产、降成本，在相对较短的时间内见到经济效益。同时为本地中小电商企业以及引入的电商平台提供办公场地，快速形成规模。建设规模为2200平方米。

⑷知名电商入驻中心：邀请阿里巴巴、云书网、全人国际、深圳卖货郎、乐村淘、乐意网、供销e家、京东商城、云农场网等20多家国内知名电商企业集团在园区建立运营中心，扶持培训本市以及周边县区的电商产业人才，扶持形成电商产业集群。建设规模为5500平方米。

⑸跨境电商中心：建成了800平方米的云电商创业园。

◆跨境电商商品展示区展示来自世界各地的进口商品，包括乳制品、日用品、生鲜食品、葡萄酒、休闲食品、保健品、卫浴洗漱用品等商品。按照产业链、供应链纵向一体化的经营模式，先后投资建成了“中部电商物流贸易港”、“长葛云商创业园”，入驻168建筑机械网、众企汇电子商务公司、东元电子商务公司、长百益网络科技公司等知名电商企业37家。积极实施“一带一路”“双市双园”战略，现已在巴基斯坦站、泰国站、缅甸站等建立长葛站，在巴基斯坦拉哈尔建立起“中巴机械产业园”，跨入了全球一体化供应链门槛。目前，园区已发展成汽车物流+电商物流+快递物流+跨境贸易+信息服务智慧化园区。

◆ 创业者联合会通过聚集大批创业人才，并为创业企业在工商、税务、创业咨询、投融资等方面提供服务。

⑹仓储物流区面积20000平方米

充分利用长葛优越的地理位置优势，实现物流资源的积聚与优化配置，提高物流效率、降低物流成本，打造绿色环保、功能齐全的物流功能区。

主要功能包括：

◆物流仓储中心。物流仓储中心下设商品检验区、商品仓储区、物流服务中心。该中心通过提供完善的智慧仓储和物流服务，加强信息化平台系统建设，引入若干第三方的物流企业，为入驻园区的企业、本地居民和商家提供最便捷和优质的服务。

◆流通加工中心。流通加工中心下设包装加工区、包装材料仓储区、商品周转区三大区。通过提供装袋、定量化小包牌、拴绳子、贴标签、配货刷标记等流通加工服务，对商品进行一些辅助性加工，弥补企业、物资部门、商业部门生产过程中加工程度的不足，更好地衔接生产和需求环节，使流通过程更加合理化，提高原材料利用率、加工效率及设备利用率。

◆ 物流运配中心。物流运配中心下设运输调度和商品配送两大中心，主要提供运输配送功能。在功能上，集装卸、包装、保管、运输于一身，并采取集中库存、共同配货的形式，使用户或服务对象实现零库存，同时依靠物流中心的准时配送，减少物流成本。

◆ 快递物流仓储中心：为阿里巴巴村淘项目、各中小电商企业和创业者提供优惠的仓储场所、集中的配送中心、菜鸟、韵达等19家各大物流快递公司全市流转中心。建设规模为2600平方米。

⑺产业陈列展示区

依托长葛优秀企业，吸附本地名优农产品、工业品、文化旅游品及跨境电商产品等，形成集展示、交流、互动体验购买于一体的展示区。

主要功能包括：

◆智能装备展示区中心：以长葛产业集聚区的智能电动汽车、智能装备、建筑机械、陶瓷卫浴为主，做产品线下展示中心，依托电商平台，打通线上销售网络，形成对外销售输出的能力。建设规模1200平方米。

◆农产品展示区主要介绍长葛的农业发展状况并展示长葛本地特色农副产品，如官亭蜂蜜、石像豆腐、长葛腐竹、南席小磨油等，并积极引入淘宝特色中国长葛馆等平台，不断扩大影响力。

◆工业品展示区主要介绍长葛工业发展状况并展示长葛的特色工业品，如蜂机具、电瓷电器等，同时积极引入阿里巴巴产业带，并与世界工厂网等开展合作，不断扩大长葛特色工业品的外销量。

◆文化旅游产品展示区主要介绍长葛的文化旅游发展状况并展示仿古青铜器、乐器、陶瓷等长葛特色传统文化工艺品以及“钟繇”、“葛天”等系列主题文化旅游产品，同时开展携程、同程等OTA的合作，助推长葛旅游产品的销售。

◆互动体验区用来增强体验感，参观者在该区可以直接通过电脑等终端设备体验农业品、工业品、文化旅游品以及跨境电商各种产品的线上购买，充分感受电子商务的便捷性。

⑻公共服务区

提供面向入驻企业的相关配套服务及配套设施，同时承担长葛电商人才的培训、电商发展规划及电商产业政策的制定，电商论坛会议的举办，增强长葛的电商服务能力，扩大城市形象。

主要功能包括：

◆服务中心对入驻园区的项目和企业，实行“一条龙”服务，代办所有审批登记等手续，降低入驻企业的综合运营成本，提供优质贴心的服务，为入驻企业营造高效、舒心的工作生活空间。

◆生产性服务机构集聚区集聚银行、保险公司等机构，为企业提供供应链金融等服务。引入设计类公司，为电商企业提供工业设计、创意设计、辅助设计、网站设计等服务，应对电商产品升级需求。

◆战略规划中心负责研究国家、河南省及长葛市电子商务发展趋势及产业政策，为长葛电子商务产业的发展提供规划提案，并根据提案制定电子商务服务中心的具体业务项目。同时，联合行业中坚力量成立产业联盟，协助政府制定与产业发展相结合的电子商务业务标准，推行重大电子商务产业发展计划。

◆培训中心负责产业培训计划的制定，并向电商从业人员进行产业政策宣讲及知识、技能的培训，不断提升从业者的理论水平和实际业务能力，并联合政府有关部门及第三方职业技能培训机构，推进电子商务人才资格认证体系的建立，推行电子商务人才认证工程，促进企业与实用人才的对接。

◆会展中心主要是承办承办电子商务产业相关论坛、峰会，承办其它国内外相关产业展会，进一步提升长葛电商产业园的知名度和服务能力，改善投资环境，促进电子商务产业发展，推动长葛与国际接轨，全面带动城市经济发展。

⑼电商企业总部办公区

大力发展新型总部经济，重点集聚长葛市电商骨干企业和明星企业，着力吸引优势产业和各类新兴产业的企业总部进驻，并积极引入国内及各行业优秀电商企业的区域总部入驻，打造多元化、创新型的电商总部基地。

◆电商企业总部办公区主要满足长葛规模以上电子商务企业总部办公，同时展现企业发展历史、企业文化及特色产品等，进一步扩大企业品牌形象。

⑽生活配套区规划面积35亩。

通过人才公寓及商品房建设，完善配套功能，为入驻园区的高新人才解决后顾之忧，提升就业人员对园区的归属感。

◆生活配套区主要提供园区企业配套的人才公寓及商品房，完善居住区的配套功能，积极引入超市、酒店会务、休闲娱乐、聚会餐饮等商业服务设施布点，增强生活休闲气息，为电商产业园区范围及周边区域提供商贸流通及消费的场所，提高园区区域的生活品质。

2.支撑体系

⑴强化专业服务支撑体系，进一步依托阿里、京东浙江云动信息咨询有限公司营销策划团队，依托入驻的天猫、京东、亚马逊等14家电商企业，依托菜鸟、韵达等快递企业等服务平台建设，并依托现有的技术、物流、电子支付等服务平台，解决好营销整合、配送服务、外汇支付等问题。

⑵强化公共与集成服务支撑体系，重点推进融合政府管理和服务功能的公共服务、信用评估、标准制定等服务平台，发挥好长葛电商协会的行业自律作用，进一步规范电子商务经营环境。成立跨境电子商务协会，发展企业会员50家以上个，涵盖制造业、服务业等多个领域。协会将发挥桥梁纽带作用，引领带动电子商务基地，为经济稳增长、促改革、调结构提供有力支撑。

⑶加强互联网金融体系建设。鼓励依托阿里——长葛蚂蚁金服、农商银行、轩辕银行等金融金融机构，开发面向消费者的电子钱包、手机支付等新型在线支付产品，形成网上支付、移动支付、固网支付以及其他渠道构成的新型综合支付体系。

⑷完善物流快递服务网络。规划建设面积30亩的——长葛市快递物流专业园区，整合长葛19家全国知名快递物流企业和规模快递物流企业优先入驻基地。长葛市快递物流专业园区规划已纳入长葛新建或改造提升项目。

⑸积极实施更具吸引力的人才战略。在全球范围吸纳引进一批电商高端人才和团队，依托长葛北京动力咨询、长葛双创中心优势，实施人才培养“十百千工程”，全力打造电商人才培育、电商企业孵化中心。积极与许昌学院、许昌市技术经济学校等院校合作，着力引进产业高端人才，对符合条件的电子商务企业引进人才，可享受县里出台的相关人才政策；加强本土人才队伍建设，通过聘请阿里管理运营专家、电子商务实战精英授课和外出考察学习乌镇等地先进经验等方式，对青年致富带头人、返乡大学生、技校生、复员转业军人和基层专业合作社负责人等人群进行电商知识、技能培训。

⑹电商氛围营造与宣传

1）社会媒介宣传。利用公交站台、墙体标语、公众信息栏、单位橱窗等发布电子商务政策信息、公益广告、宣传标语，普及电商知识，引导市民逐步转变传统经营方式和消费观念，建设乡镇（街道）、村（社区）信息推广平台，提升电子商务的社会关注度和知名度。

2）新闻宣传造势。通过市电视台、市信息中心等宣传阵营形成合力，长葛电视台新闻时段、开设“电子商务进农村”系列主题新闻宣传专栏，邀请领导干部、网上创业成功人士、热心市民代表等社会各界人士共话电商，通过媒体与市民双向互动，全面提高市民对电子商务的认知度，营造发展电商的浓厚氛围。

3）“政务双微”联动。利用微博微信平台，充分发挥我市文化特色和产品特色，在“双微”发布内容中重点营造，合力推进我市电子商务信息发布和对外宣传工作。为网络创业人员实际创业过程中遇到的各类问题提供咨询与解答；向政府推荐优秀电商创业项目，争取政策扶持。

4）典型案例宣传。挖掘和培育一批优秀网商、典型网商、创业案例，通过政府网站、电视、报纸、微信、微博等全方位、多角度地围绕电商创业的成功案例以及企业发展经验、产业基地运营模式等进行宣传报道，引导社会各界持续关注和支持农村电子商务发展，吸引一批从事电子商务的企业或个人回乡创业，在全市范围内掀起电子商务发展热潮。

5）参与策划长葛市电子商务展会，并参与长葛市特色农产品品牌策划、品牌打造、包装设计，提高长葛市特色农产品的知名度，促进农产品线上线下销售的融合发展。组织开展各类电商文化活动，举办网上创业创新项目大赛等，为创业人员、电商企业和人才之间搭建交流平台。并将本地电子商务氛围营造、平台建设与当地农特产品宣传、休闲旅游产品推介有机结合。

6）制作长葛市电子商务政策和示范市创建工作、成果展示宣传册，让更多群众了解长葛市电子商务发展趋势，营造农村电子商务发展的良好氛围。

**入驻企业服务**

**一、提供的服务**

1．创业辅导。包含创业咨询、政策辅导、手续代理等内容。

2．管理咨询。包含财务代理、法律咨询、专利服务等内容。

3．交流培训。包含管理培训、技术交流、专家咨询等内容。

4．项目推介。包含成果展示、项目申报、新闻发布等内容。

5．市场推广。包含展览会议、产品对接、信息咨询等内容。

6．融资投资。包含银企对接、孵化基金、风险投资等内容。

7．人才引进。包括校企合作、猎头服务、人才招聘等内容

8．专业服务。包含技术平台、检验测试、技术联盟等内容。

9．基础设施。包含办公场地、商务会务、物业服务等内容。

**二、园区基础配套设施及支撑体系**

**1.基础设施**

**（1）电子商务孵化中心：**针对中小企业应用电子商务过程中遇到的技术、人才、资金、运营等方面的问题，搭建电商孵化中心，由村淘项目运营中心和电子商务公共服务中心为中小企业提供专业化、全方位的孵化服务，使被孵化企业和个人能够轻资产、降成本，在相对较短的时间内见到经济效益。同时为本地中小电商企业以及引入的电商平台提供办公场地，快速形成规模。建设规模为2200平方米。

**（2）知名电商入驻中心**：邀请阿里巴巴、云书网、全人国际、深圳卖货郎、乐村淘、乐意网、供销e家、京东商城、云农场网等20多家国内知名电商企业集团在园区建立运营中心，扶持培训本市以及周边县区的电商产业人才，扶持形成电商产业集群。建设规模为5500平方米。

**（3）跨境电商中心：**建成了800平方米的云电商创业园。

◆跨境电商商品展示区展示来自世界各地的进口商品，包括乳制品、日用品、生鲜食品、葡萄酒、休闲食品、保健品、卫浴洗漱用品等商品。按照产业链、供应链纵向一体化的经营模式，先后投资建成了“中部电商物流贸易港”、“长葛云商创业园”，入驻168建筑机械网、众企汇电子商务公司、东元电子商务公司、长百益网络科技公司等知名电商企业37家。积极实施“一带一路”“双市双园”战略，现已在巴基斯坦站、泰国站、缅甸站等建立长葛站，在巴基斯坦拉哈尔建立起“中巴机械产业园”，跨入了全球一体化供应链门槛。目前，园区已发展成汽车物流+电商物流+快递物流+跨境贸易+信息服务智慧化园区。

◆ 创业者联合会通过聚集大批创业人才，并为创业企业在工商、税务、创业咨询、投融资等方面提供服务。

**（4）仓储物流区面积20000平方米**

充分利用长葛优越的地理位置优势，实现物流资源的积聚与优化配置，提高物流效率、降低物流成本，打造绿色环保、功能齐全的物流功能区。

主要功能包括：

◆物流仓储中心。物流仓储中心下设商品检验区、商品仓储区、物流服务中心。该中心通过提供完善的智慧仓储和物流服务，加强信息化平台系统建设，引入若干第三方的物流企业，为入驻园区的企业、本地居民和商家提供最便捷和优质的服务。

◆流通加工中心。流通加工中心下设包装加工区、包装材料仓储区、商品周转区三大区。通过提供装袋、定量化小包牌、拴绳子、贴标签、配货刷标记等流通加工服务，对商品进行一些辅助性加工，弥补企业、物资部门、商业部门生产过程中加工程度的不足，更好地衔接生产和需求环节，使流通过程更加合理化，提高原材料利用率、加工效率及设备利用率。

◆ 物流运配中心。物流运配中心下设运输调度和商品配送两大中心，主要提供运输配送功能。在功能上，集装卸、包装、保管、运输于一身，并采取集中库存、共同配货的形式，使用户或服务对象实现零库存，同时依靠物流中心的准时配送，减少物流成本。

◆ 快递物流仓储中心：为阿里巴巴村淘项目、各中小电商企业和创业者提供优惠的仓储场所、集中的配送中心、菜鸟、韵达等19家各大物流快递公司全市流转中心。建设规模为2600平方米。

**（5）产业陈列展示区**

依托长葛优秀企业，吸附本地名优农产品、工业品、文化旅游品及跨境电商产品等，形成集展示、交流、互动体验购买于一体的展示区。

主要功能包括：

◆智能装备展示区中心：以长葛产业集聚区的智能电动汽车、智能装备、建筑机械、陶瓷卫浴为主，做产品线下展示中心，依托电商平台，打通线上销售网络，形成对外销售输出的能力。建设规模1200平方米。

◆农产品展示区主要介绍长葛的农业发展状况并展示长葛本地特色农副产品，如官亭蜂蜜、石像豆腐、长葛腐竹、南席小磨油等，并积极引入淘宝特色中国长葛馆等平台，不断扩大影响力。

◆工业品展示区主要介绍长葛工业发展状况并展示长葛的特色工业品，如蜂机具、电瓷电器等，同时积极引入阿里巴巴产业带，并与世界工厂网等开展合作，不断扩大长葛特色工业品的外销量。

◆文化旅游产品展示区主要介绍长葛的文化旅游发展状况并展示仿古青铜器、乐器、陶瓷等长葛特色传统文化工艺品以及“钟繇”、“葛天”等系列主题文化旅游产品，同时开展携程、同程等OTA的合作，助推长葛旅游产品的销售。

◆互动体验区用来增强体验感，参观者在该区可以直接通过电脑等终端设备体验农业品、工业品、文化旅游品以及跨境电商各种产品的线上购买，充分感受电子商务的便捷性。

**（6）公共服务区**

提供面向入驻企业的相关配套服务及配套设施，同时承担长葛电商人才的培训、电商发展规划及电商产业政策的制定，电商论坛会议的举办，增强长葛的电商服务能力，扩大城市形象。

主要功能包括：

◆服务中心对入驻园区的项目和企业，实行“一条龙”服务，代办所有审批登记等手续，降低入驻企业的综合运营成本，提供优质贴心的服务，为入驻企业营造高效、舒心的工作生活空间。

◆生产性服务机构集聚区集聚银行、保险公司等机构，为企业提供供应链金融等服务。引入设计类公司，为电商企业提供工业设计、创意设计、辅助设计、网站设计等服务，应对电商产品升级需求。

◆战略规划中心负责研究国家、河南省及长葛市电子商务发展趋势及产业政策，为长葛电子商务产业的发展提供规划提案，并根据提案制定电子商务服务中心的具体业务项目。同时，联合行业中坚力量成立产业联盟，协助政府制定与产业发展相结合的电子商务业务标准，推行重大电子商务产业发展计划。

◆培训中心负责产业培训计划的制定，并向电商从业人员进行产业政策宣讲及知识、技能的培训，不断提升从业者的理论水平和实际业务能力，并联合政府有关部门及第三方职业技能培训机构，推进电子商务人才资格认证体系的建立，推行电子商务人才认证工程，促进企业与实用人才的对接。

◆会展中心主要是承办承办电子商务产业相关论坛、峰会，承办其它国内外相关产业展会，进一步提升长葛电商产业园的知名度和服务能力，改善投资环境，促进电子商务产业发展，推动长葛与国际接轨，全面带动城市经济发展。

**（7）电商企业总部办公区**

大力发展新型总部经济，重点集聚长葛市电商骨干企业和明星企业，着力吸引优势产业和各类新兴产业的企业总部进驻，并积极引入国内及各行业优秀电商企业的区域总部入驻，打造多元化、创新型的电商总部基地。

◆电商企业总部办公区主要满足长葛规模以上电子商务企业总部办公，同时展现企业发展历史、企业文化及特色产品等，进一步扩大企业品牌形象。

**（8）生活配套区规划**

通过人才公寓及商品房建设，完善配套功能，为入驻园区的高新人才解决后顾之忧，提升就业人员对园区的归属感。

◆生活配套区主要提供园区企业配套的人才公寓及商品房，完善居住区的配套功能，积极引入超市、酒店会务、休闲娱乐、聚会餐饮等商业服务设施布点，增强生活休闲气息，为电商产业园区范围及周边区域提供商贸流通及消费的场所，提高园区区域的生活品质。

**2.支撑体系**

⑴强化专业服务支撑体系，进一步依托阿里、京东、浙江云动信息咨询有限公司营销策划团队，依托入驻的电商企业，依托菜鸟、韵达等快递企业等服务平台建设，并依托现有的技术、物流、电子支付等服务平台，解决好营销整合、配送服务、外汇支付等问题。

⑵强化公共与集成服务支撑体系，重点推进融合政府管理和服务功能的公共服务、信用评估、标准制定等服务平台，发挥好长葛电商协会的行业自律作用，进一步规范电子商务经营环境。成立跨境电子商务协会，发展企业会员50家以上个，涵盖制造业、服务业等多个领域。协会将发挥桥梁纽带作用，引领带动电子商务基地，为经济稳增长、促改革、调结构提供有力支撑。

⑶加强互联网金融体系建设。鼓励依托阿里——长葛蚂蚁金服、农商银行、轩辕银行等金融金融机构，开发面向消费者的电子钱包、手机支付等新型在线支付产品，形成网上支付、移动支付、固网支付以及其他渠道构成的新型综合支付体系。

⑷完善物流快递服务网络。整合全国知名快递物流企业和规模快递物流企业优先入驻基地。

⑸积极实施更具吸引力的人才战略。在全球范围吸纳引进一批电商高端人才和团队，依托长葛北京动力咨询、长葛双创中心优势，实施人才培养“十百千工程”，全力打造电商人才培育、电商企业孵化中心。积极与许昌学院、许昌市技术经济学校等院校合作，着力引进产业高端人才，对符合条件的电子商务企业引进人才，可享受县里出台的相关人才政策；加强本土人才队伍建设，通过聘请阿里管理运营专家、电子商务实战精英授课和外出考察学习乌镇等地先进经验等方式，对青年致富带头人、返乡大学生、技校生、复员转业军人和基层专业合作社负责人等人群进行电商知识、技能培训。

⑹营造氛围。充分利用各种形式组织开展形式多样的电商创业比赛、如论坛、沙龙、沙龙、路演等活动，每年不低于6场，营造电商创业氛围媒体报道等途经大力宣传基地电子商务发展的政策措施、经验做法和典型事迹等，不断促进电子商务工作推广和宣传。凡本市区域内的户外、主要公路干线广告等，优先提供给电子商务企业竞标使用，对重点电子商务企业开辟户外宣传“绿色通道”。

**三 、综合服务站点服务**

乡镇、村级电子商务服务站建设必须与市级电子商务服务中心实现性能、功能等方面的无缝对接。

（1）入户宣传。向村民宣传服务站各项功能、电子商务行业相关资讯，提供农村电子商务普及培训，培育农村群众网上购物、商品销售、购买服务等习惯。

（2）网上代买代卖。帮助村民网上购物，并协助解决购物过程产生的纠纷等问题。公共服务中心组织村级服务站收集当地特色农产品，汇总后对外发布信息、销售。

（3）便民服务。为村民提供水、电、宽带、话费等生活网上缴费，代收代发快递、车票代购、酒店预定、本地资讯等服务。与金融机构合作，提供小额取现、生产贷款等服务。对外发布村级各项服务内容。

（4）创业服务。组织当地青年参加网上创业就业学习、交流，营造氛围，培育人才。

（5）生产服务。与种子、农药、化肥等农业生产资料企业合作，依托村级服务站网上销售，开展技术指导。

（6）依照当地情况其他增值服务。

**服务措施**

针对综合站点的电商创业者，我们将提供“店铺1+1”创业导师服务。创业室有每日挂牌导师：工作日（周一—周五）：早9:30- 20:00；非工作日（周六）：13：00—18：00随时指导，随时服务。服务项目包括且不仅限于以下项目：

（1）店铺详细诊断：指导站点负责人通过自身店铺后台数据分析存在的问题，流量分类，及与行业对比后销售额的层级、转化率是否达标、UV、PV、等综合数据并辅助指导完成店铺问题的修正，出具详细的店铺诊断书及整改方案，细化至每日执行项目。后续每日跟踪执行力。

（2）提供销量渠道：由我司整合更多的电商销售渠道，比如：京东、拼多多等，整合各创业者的产品特点以及结合地域特产优势，多渠道销售，我司提供其他流量渠道挖掘的可行性方案，并辅助完成，至少完成2条渠道的整合。

（3）挖掘流量价值：每一个流量的引入至最后走失，都需要做详细分析，然后根据客户需求，提升每一个流量的价值，具体的执行，引导创业者挖掘产品的6大卖点，更精准的广告投放。每一次优化提升转化率10%。

（4）老客户维护与联合营销：充分挖掘每一个站点负责人现有客户资源，挖掘老客户潜在价值以及每天店铺流量的变现。建立店铺会员制度和客户CRM和EDM体系，分析店铺现有资源，提供可行性建议并指导完成操作；可针对共有客户群体，进行联合营销。如：客户A买苹果（商家1），客户B买菜(商家2)，商家1与商家2为不同类目商家，那么客户A即为商家2的潜在客户，反之客户B即为商家1的潜在客户，故，商家与商家之间，是可以做客户资源共享，组团联合营销。由我司牵头，整合各位创业者，完成联盟及联合营销。

（5）视觉传达协助：我司有专业的网络及美工专业人员，为站点提供专业的包装设计、品牌形象打造、产品拍摄以及图片后期处理等服务，根据店铺自身不同的需求，提供不同的服务，保障店铺产品从选品到包装再到上行一系列过程的正常运作。

（6）定期组织电商主题沙龙、论坛活动，加强长葛市电商学习和交流氛围。

主题确认：我司策划人员策划沙龙主题会根据近期的电商热点、平台大型促销活动、专项提升加强、电商心路历程等内容来确立。如“谁说中小卖家无缘双十一？”、“深度挖掘黑车科技”、“如何利用新势力周打造爆款”等。

时间确认：由策划专员确立好主题和时间之后，由辅导老师联系学员通知主题沙龙等信息，把整个活动信息输送到往期学员，并进行活动报名和学员信息登记。

前期准备：活动开展之前由策划专员根据报名人数布置会场，准备相关材料：横幅、活动资料、活动器具等。并由策划专员检查现场器具的完整性和水电宽带等的配置是否完整。活动开始之后，由辅导老师安排现场人员就坐，维护现场秩序。

活动核心：我司安排讲师莅临现场提供技术支持，邀请电商行业大咖现场分享实战干货以及和现场学员互动交流和分享。

问答环节：最后安排一个问答环节，切实帮助学员对整个沙龙活动内容的理解以及店铺运营遇到的难题，从而促进整个县域电商的发展。

（7）企业服务

定期组织全市综合站点负责人参加电商技术服务活动，并相互交流，每三个月一期

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 指导时间 | 内容 | 形式 | 活动推广渠道 |
| 第一月第一周  周一14:00—17:00 | 1、店铺产品布局 | 视频直播 | 1. 地方相关媒体 2. 微信公众号   3、政府相关人员代言  4、企业电话通知； |
| 第一月第一周  周一14:00—17:00 | 2、店铺内营销 | 由专家引导、商家进行沙龙讨论 |
| 第一月第一周  周一14:00—17:00 | 3、官方活动策划 | 由专家引导、商家进行沙龙讨论 |
| 5月中旬 | 4、资源整合：各平台人脉整合、各行业人脉整合、如何借势、借力 | 知名专家讲座、各大平台类目小二讲座 |
| 第二季度、第三季度 | 5、优秀“营销策划”奖 | 专家组评分、客户投票，颁奖大会 |
| 7月中旬 | 6、参观学习其它企业 | 视频直播 |
| 7月下旬 | 7、组织入驻企业相互交流 | 组织开展形式多样的电商创业比赛、路演等活动 |

（8）拓宽投资融资渠道进一步拓宽电子商务投融资渠道，加强对电子商务创新创业的资本支持。培育和发展创业风险投资，促进风险资本对电子商务自主创新和创业的支持。鼓励实体企业在信息化建设中加大对电子商务的投资力度。鼓励金融机构加强对电子商务的信贷扶持。加强政府财政支持对社会投入的引导和带动作用，形成政府引导性投入与社会资本投入互补的投融资机制。加强对投融资效果的评估。

**建立全市电商大数据收集、分析、展示系统1套**

电商大数据中心为电商发展提供数据支持，使政府领导第一时间掌握全市电商发展情况，并根据大数据反馈的各卖家经营情况，给予各站点相应的指导与支持，及时解决卖家经营中遇到的各种问题。

1、系统描述：

建立辖区运营沙盘，让宏观市场、企业运营的各方面数据能够实时同步展现在图表上，沙盘上展示各类数据并不断变化，动态可交互，让政府领导人全盘把握辖区电商运行，商业行为监控。及时做出正确指导决策，促进辖区市域电商快速发展。

2、涉及技术：

数据搜索技术、大型数据库，数据仓库技术，电商数据格式统一，数据传输系统，数据可视化系统，可交互数据报表技术。

3、功能模块：

实时运营监控、财务图形化分析、资源可视化管理、销售进度管理、扶植资源分配及效果监视、商家管理CRM系统、竞争监控系统等。



大数据中心，可以设置16项数据指标，能够更直观、更清楚了解县域电商的发展情况，大数据中心16项指标，具体如下：

1. 宏观展示各个行业/类目的销售走势，给电商企业做未来走向的指导；
2. 分析出新兴的行业/类目，提供政府参考是否进行生产投放扶持；
3. 分析出销量增值的行业/类目，根据当地情况参考加大力度进行投放推广；
4. 辖区内电商企业好评率、转化率、退款率，访客数等店铺数据分析及趋势；
5. 辖区内电商企业商品总数及成交量及走势对比；
6. 辖区地图上实时展示电商企业销售额数据，客单价等店 铺数据；
7. 全国（或某区域内）电商的销售趋势；
8. 辖区内总销售额在全国（或某区域内）各时间段内排名，销售额占比分析及趋势研究；
9. 辖区内电商企业销售排行分析及趋势研究；
10. 辖区内商品销售排行分析及趋势研究；
11. 辖区内电商企业政府扶持后交易额对比分析；
12. 及时了解辖区内电商企业的销售状况，比较国内其他电商企业销售状况。如：当相对国内有销量下降的趋势的时候，就有需要了解导致当地销售下滑的因素，解决弊端；或者有上升趋势的时候可以找找增加销量的原因，增强利导因素，进一步促进销售；
13. 掌握辖区内受政府扶持的电商企业的效果，便于扶持调控；
14. 政府决策的数据基础，可以根据趋势图看出决策对辖区内电商企业的影响，根据销售的变化和自己的预期，可以做出是否继续决策的执行或加大决策力度或暂停决策的执行等等；
15. 展现当地地区在全国电商销售所做的贡献，同时展现全国电商销售趋势与当地的贡献趋势；展现当地销量最好的和递增最明显的电商企业和商品，提供其他企业模仿，或邀请其分享经验，综合提高当地电商的销售情况。

**服务中心公共区域管理方案**

**一、培训教室安全管理制度**

为了维护正常的教学秩序和生活秩序，保障广大师生的人身财产安全，贯彻预防为主的方针，坚持教育先行，明确责任，齐抓共管，做好安全防范工作，特制班级安全管理制度。

1、班主任老师对学生要经常进行安全防范教育，增强学生的安全防范意识，预防各类不法事件的发生，创造安全的学习环境。

2、离开教室参加实践课及放学后，各班务必锁好门、关好窗。发现门锁及把手不牢固及时报总务科或后勤科安排修理，防止盗窃案件的发生。

3、各班要加强实习设备的管理，教育学生爱护公物，爱护实习设备，保护室内各种设施的安全无损，实习设备要专人负责，防止损坏，丢失和被盗，要采取切实有效的措施，做好安全防范工作，对有意破坏实习设备的要严肃查处。

4、教育学生遵守守法，学生不得纠集社会闲散人员或外校学生聚众闹事，不得打架斗殴和进行不法侵害，破坏公共财产的学生要按校纪校规从严处理。

**二、培训教室卫生制度**

1、讲究个人卫生，保持衣着整洁，端庄大方的良好形象。

2、必须保持教室、厕所、楼梯、过道、水池内外清洁，各班级的卫生清洁区域必须每天打扫。

3、保持清洁的卫生环境，不得随地吐痰，污染，不得在走廊、楼梯、教室、宿舍乱扔果皮，纸屑，不得在地面倾倒污水，垃圾；不得从教室、宿舍窗子向外扔垃圾、倾倒污水、吐痰；否则一经发现，责令立即打扫干净，情节严重，给别的单位或个人造成滋扰或伤害事故，一切责任自负并承担全部经济损失，构成犯罪者送交司法机关处理。

4、剩饭菜必须在指定地点倾倒，严禁倒入水池，违者责令打扫干净，一旦造成堵塞者，必须承担全部疏通费用。

5、垃圾必须随扫随倒，严禁将垃圾堆放或散落于垃圾道外，严禁将污水或其他液体倾倒入垃圾道内。

**三、公共区域环境卫生五不准**

1. 不准在楼道和其它公共场所堆放东西，堆放垃圾。
2. 不准从窗口向外漏水、扔瓜果皮核、纸屑。
3. 不准在厕所、水房、院落等处随地大小便。
4. 不准在墙壁、门窗乱写、乱画、乱涂。
5. 不准破坏水房、厕所和和培训中心卫生设施。

**楼梯、走廊、水房、厕所卫生**

坚持天天打扫，拖地板，做到“五无”。

五无：地面无杂物，水池无脏水，门窗栏杆无灰尘，墙壁无污痕蜘蛛网，厕所无臭味。

**卫生工作管理制度**

为了贯彻落实（卫生工作条例），使广大师生员工养成良好的卫生习惯，创造干净，文明舒适的育人环境，特制定本管理制度。

卫生工作要求和标准

1、班级、部门要有卫生工作计划，卫生制度或卫生公约，讲究卫生公告，不吸烟（老师集会、课堂、监考不允许吸烟）不酗酒，不随地吐痰，不乱扔杂物。

1. 值日生全天负责卫生打扫，保持教室，校园整洁优美。
2. 清洁区地面平整，无杂物、乱石、不堆放其它物品，无废弃物。

4、教室地面干净。书籍、用具、桌凳摆放整齐，悬挂物安排有序，无灰尘、无痰迹，有痰盂，有废约篓。

5、厕所大小便入池，经常冲刷，无粪便堆积，无蛆蝇。

6、花园经常除草、松土、浇水、修剪，花木完整，生长旺盛。

**四、公共区域及办公室绿色植物养护标准：**

1、植株要选择丰满健壮、株型自然均称；叶面要保持干净光亮、无灰尘脏物、无明显病斑、虫害；

2、植株无残枝、黄叶，叶片叶尖有少许黄尾的要及时修剪，保持植株的美观；

3、保持植物生长对水分的需求，不浇过量的水，也不能缺失水分；

4、保持花盆、器皿的赶紧、整洁、无脏污，花盆内无杂物、垃圾，对有破损的花盘、器皿及时更换；

5、花盆的底碟、套缸的大小、颜色都应合适配套，不大不小、美观大方；

6、保持花盆、底碟、套缸内外部无泥垢、脏水，定期清洗；

7、保证摆放植物的观赏性，对叶片少于植株1/2以上的、或没有观赏性的植物定期更换；

8、保持植物历旧常新，应及时提醒公司相关负责人安排定期更换调整；

**会议室使用管理制度**

**1、**目的：

为了充分利用会议室的功能，创造良好的办公环境，使会议室的管理和使用更加规范化、合理化，以确保中心各类会议的正常召开，现结合本中心的实际情况，制定本制度。

2、责任**：**

会议室使用管理由培训中心负责，并实施监督。

3、会议室使用办法：

（1）中心内部企业需借用会议室，为避免会议发生冲突，需至少提前1天通知培训中心，并在前台接待处做好登记，以便统一安排。

（2）会议室是专门用于接待客户、召开会议、研讨工作的地方，未经允许，不得挪借他用。

（3）非参加会议及培训的人员，未经允许不得随意进入会议室。

（4）临时召开的紧急会议需要占用会议室时，要及时向培训中心提出申请并登记。

（5）各入驻企业申请使用会议室时，需明确使用时间、参加人员等，如有需要培训中心协办的事项提前注明，培训中心可根据实际情况做好相关服务工作。

（6）如遇到会议之间发生冲突，要坚持局部服从整体的原则，内部客户优先于外部客户，中心会议优先于企业会议，企业会议之间由企业之间本着重要、紧急优先的原则自行协商解决

（7）会议室的管理由培训中心统一负责。会议涉及使用的设备及设施由指定专人负责保管、管理与调试。各企业如需使用会议室的设备，应提前向综合部说明，以便提前准备，确保会议顺利进行。

开会期间，请爱惜会议室的设备及物品，如投影仪、录相机、VCD等,贵重物品由专人负责操作,其他人不得擅自使用和操作。

（8）会议结束后,相关人员应及时整理会议场地,关闭各种电器,如发现设备故障和公物损坏应及时报综合部,以便及时修理,保证其他会议的准时进行。

（9）会议室的使用部门，要维持室内清洁，使用完毕后由前台通知保洁人员及时清理打扫，将移动的桌椅及时放回原位，以方便其他部门使用。

（10）室内物品未经培训中心批准，不得私自转借他人或挪借他用。若要借用会议室内的物品，需填写物品借用申请表，并要及时归还原处。

**公共服务中心各区域记录表格**

**来访人员登记表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **日期** | **访客姓名** | **来访事宜** | **联系电话** | **接待人** | **备注** |
| **1** |  |  |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |  |  |
| **4** |  |  |  |  |  |  |
| **5** |  |  |  |  |  |  |
| **6** |  |  |  |  |  |  |
| **7** |  |  |  |  |  |  |
| **8** |  |  |  |  |  |  |
| **9** |  |  |  |  |  |  |

**市级电子商务进农村农特产品展厅进出登记表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **物品名称** | **产地** | **数量** |
| **1** |  |  |  |
| **2** |  |  |  |

**市级电子商务进农村农特产品展厅管理制度**

为了提高客户满意度，营造一个温馨、舒适的环境，现特制定特色馆管理规定。

**一、行为规范**

1、特色馆工作人员未经主管的许可，不得迟到、早退、缺席、擅离岗位及私自调假；

2、员工不得迟到、早退、擅自离岗及私自调班或休假，特殊情况须经主管以上直属主管批准；

3、上下班必须签到或打卡，不得代签；

4、每月排班表，应于每月1日前由主管排定，未经主管允许，不得擅自更改；

5、员工请假需报直属主管批准，主管需由直属主管批准不；

6、穿着工装时，不能在公共场所有不良言形，以免影响公司声誉；

7、员工用餐时间为30分钟，主管应合理安排员工用餐时间，必须轮流进餐，不得在店堂内用餐，餐后及时补妆并清理现场干净；

8、工作时必须穿着公司指定整齐制服及配戴工牌于左胸前，并应有专业仪态；

9、不论在任何情景下，应面带亲切笑容及不得与顾客争论；

10、主管休息时必须指定人员代班，并报请上级批准；

11、无论在任何情况下，应面带微笑，热情服务，不得与顾客争吵或不礼貌，不得任意评论顾客的言行、服饰；

12、不可在店堂内粗言秽语、饮食、戏闹、聊天，亦不得在店堂内及休息室吸烟或睡觉；

13、不可在店堂内依傍货架或墙壁、双手叠在胸前或插在裤袋内；

14、不得对上司态度恶劣及拒绝履行上司之合理工作安排；

15、必须严格遵循公司服务标准及清洁标准；

16、未经允许不得擅自开启电脑、收银机;

17、工作时间不得私自会客，带子女上班及存放他人物品;

18、未经允许严禁擅自更改店内商品价格；

19、本店营业额及操作规程严禁向外透露；

20、交接班时应将日报表、收银等情况交接清楚;

21、每日下班前须将当日账目整理清楚后，员工方可离开;

22、应服从和配合上级领导、主管部门、督导人员巡店督查，不得抗拒；

23、任何人不得在店内私自取货品和未经打折私自让利给顾客；

24、不得有偷窃形为，挪用营业款或做假帐的形为；

25、工作时间内谢绝私人探访或电话；

26、工作时间不可阅读刊物或书报；

27、不可在工作前或工作中饮酒滋事；

28、私人物品、非销售商品不准放在柜台上；

29、遗失、损害、偷盗公物者按价赔偿；

30、未经授权不得任意变更商品售价；

31、不能使商品的调价或折扣未符合程序要求；

32、在任何环境下，员工不得拒绝主管检查其携带之物品，主管有权检查员工的储物柜及腰包；

33、非经同意，特色馆工作人员不可接受任何机构的咨询及访问；

34、非经通知，不可擅自及让任何人在特色馆外拍摄或照相；

35、凡违反以上任何条款，将给予严重纪律处分或即时解雇。

**二、休息室规章制度**

1、各位人员应对休息室有爱心，应存“休息室是我家，美靠大家”的强烈观念；

2、椅子用完后，叠在一起，放回原位；

3、个人用品勿随便乱放，就放在个人“保险柜”里；

4、茶杯用完后，要放回规定的地方

5、不准随地吐痰

6、不准随地扔东西，应放在指定的位置

7、各人员应爱干净，有卫生

8、空箱应放在指定位置，勿乱放

9、用品或物料用完后，就放回原位

10、保持饮水机的干净

11、出入休息室要随手关门

12、对以上10点的保持及维护

**三、仓库管理制度**

1、仓库管理人员须按时上下班，仓库实行24小时值班制度，严格实行交接班制度，发现异常情况应及时汇报。

2、非仓库工作人员，未经允许不得入内，出入仓库要随手关门。

3、仓库内要保持清洁、卫生，不准随地吐痰，乱扔果皮、纸屑。

4、仓库内严禁烟火，值班人员应常检查门窗有无异常，注意防盗、防潮、防鼠。

5、商品出入库，需严格手续，无有效手续不准办理出入库。

6、商品出入库需严格认真清点，核对数量、款号等务必准确。

7、仓库货品杜绝外借，特殊情况需办理有效手续。

8、不准私利，公司物品不分贵贱，不得私用或盗卖，一经发现，将严格处理。

9、端正工作态度，工作期间不得擅自离岗，多看、多学、多问，维护公司形象，爱护公共财物，礼貌待人。

**四、出勤规定**

1、特色馆员工周工作时间为45小时，细节如下：

早班：9：00——16：30

晚班：16：00——22：30

2、不同季节店铺上班时间做相应调整

3、特色馆员工每月休假两天，由主管排班（节假日不得安排休假）

**五、服装规定**

1、工作时间必穿着公司提供的制服，实习员工着装必须符合公司形象

2、制服必须完好及清洁，必须保持平整服帖，应经常熨烫

3、制服内穿的内衣不可外露，如因天气寒冷而需加衣服

4、袜子必须超过脚跟，色彩应与制服和谐搭配，并保持干净，无破损

5、下身裤长以刚到脚跟为准，并且不准折起

6、鞋子干净得体，与制服和谐搭配，鞋面保持干净、光亮、无破损；禁止穿夸张鞋

**六、仪容仪表**

1、化妆：必须化淡妆，严禁化浓妆，化妆后应给人以健康的感觉

2、头发：干净，没有头皮屑，必须梳理整齐（如头发留长发必须束起来），刘海不可以超过眼眉，头发严禁染成不自然颜色

3、手饰：严禁佩戴悬垂型首饰，严禁配戴可能划破商品或可能遗失于商品的首饰

4、胸卡：必须戴在左胸口袋上缘处，必须戴正

5、指甲：严禁过长，严禁涂过于夸张的指甲油，必须干净整齐

6、服装：必须穿指定的工作服，须干净清洁无异味，里外搭配要和谐

7、丝袜：颜色款式要与服装相协调，长袜不可有抽丝现象，不可有异味，须干净整洁

8、鞋子：颜色款式不可过于夸张，干净且适合于活动，女鞋鞋跟不可超过3厘米

**七、礼仪规定**

1、服务顾客礼貌

2、用礼貌用语欢迎顾客，最少也要做到微笑和点头致意

3、对顾客、同事、上司及其他职员要有礼貌

4、早上见到任何人都应微笑和打招呼

5、离开店铺或与人离区时要说“再见“等礼貌用语

6、如果有顾客在店内吸烟，须礼貌的请顾客到休息区吸烟

7、礼貌的提醒顾客，不可在店内拍照

8、提醒顾客将大件的物品放置在收银区处，但先要确认没有重物品在内

9、见到客人折叠衣物时，应立即予以帮助

10、如顾客要求打折时，应礼貌的告之公司平日不打折，并鼓励其申请VIP卡

11、即使顾客的态度不友善，也须表现的有耐性及礼貌

12、对进店的顾客买与不买都需礼貌欢送

13、永远不要对顾客说“不知道”或“不”不清楚任何事情都应请顾客稍等，再请教主管或同事

14、顾客对你说话时，应暂停手头的工作，留心去听及提供帮助

**八、接、打电话的礼貌**

1、电话铃响不超过两声，电话就应接起，并用普通话说“您好、长葛特色馆”

2、如主管不能接听电话时，提议对方留下口讯

3、如对方在等候时，不要挂断电话

4、如果知道对方要等一段时间，应说“对不起，请不要挂线再等等”或替对方留下口讯

5、如果对顾客的问题有疑问，应说“请稍等，我请主管来听

**九、特色农产品及特色馆清洁**

* 1. 特色馆农产品必须时刻保持干净，并按规定的位置摆放。
  2. 特色农产品必须在早9:00之前整理完毕。
  3. 每日负责人必须检查展厅情况，保持农产品的新鲜、美观。
  4. 特色馆负责人应在上午10：30和下午3：30进行检查，并记录检查结果归档。
  5. 每个资料架上必须放置所售产品的资料，每日值班人员需及时补充资料，资料必须随时保持摆放整齐，方便随时拿取使用。
  6. 业务洽谈区沙发、茶几等摆放整齐并保持清洁，桌面上备有烟灰缸，烟灰缸内若有3个以上（含3个）烟蒂，应立即清理；每次在客人走后应立即把用过的烟灰缸清理干净。
  7. 卫生间由值班人员负责卫生打扫与清洁，卫生间的地面、墙面、洗手台、设备用具等各部分保持清洁，台面、地面不许积水，大、小便池不许有黄垢等不干净的物品。卫生间应保持内无异味。

**接待管理**

**1、前台接待**

1）接待台面要保持干净整洁，无任何杂物。

2）如值班人员有特殊原因离岗，需找到替代人员，替代人员承担所有前台值勤的责任。

3） 前台值班人员站姿或坐姿要端正，不允许弯腿或身子倚在接待台，不允许手插入裤口袋。

4） 接待人员不允许在前台阅读书刊报纸、聊天、嬉戏打闹、玩手机电脑等，并做好展厅来店来电客户登记工作。

5） 接待前台电话要在铃声响三声内接听，并说“您好！长葛市特色馆，很高兴为您服务，我是顾问XX，有什么需要帮到您的”。如确实因特殊情况在三声内无法接听的，第一句话要说“您好！长葛市特色馆。对不起，让您久等了。”电话在最后应说：“感谢您的来电”，等客户挂完电话后再挂电话，并做好电话记录。

1. 上班时间不能长时间打私人电话。

**2、特色馆接待**

1) 接待人员必须要熟练掌握展馆内每种产品的产地、功能、价格等重要内容，并能用普通话向来访人员清晰的介绍

2）值班人员必须在展厅门口位置，发现有客户进店第一时间出门迎接并微笑致意：“您好！欢迎光临”，在客户离店时说：“请慢走，欢迎下次光临”，直至客户远去后再回店内做好来店登记工作。

3）值班人员如有事离开，须由其他人员替代，如无人替代需告知中心总监，由特色馆负责人统一协调安排，接替人员同样执行本守则标准。

4）接待人员在特色馆上岗须随身携带名片夹和文件（皮）夹，文件夹内需准备合同、特色农产品资料、计算单、精品价格单、公司帐号单、签字笔等。

5）禁止聚集在特色馆聊天、阅读书刊报纸、嬉闹打闹。

6）在接待不饱和的情况下，不允许出现客户无人接待的状况。

7）客人就座应立即倒茶水，并向客户微笑致意：“您好，请喝茶”。

8）下班前锁好钥匙柜关好各办公室门、窗，检查展厅所有电源开关是否关闭

3、接待流程

1）接受任务后及时通知物业做好展馆附近卫生及车位整理工作

2）及时提醒我方陪同及服务人员提前到场，通知摄影师到场做好准备

3）做好讲解准备工作

4）整理好园区及展馆产品宣传资料，以备客人领取

5）提前五分钟打开大屏幕，播放长葛市电商宣传片

6）整理个人着装，到门口静候客人到来

7)客人到达现场后要举止大方得体，引领客人按照参观顺序依次讲解，并回答客人的问题

8）客人离开后要礼貌送出，待客人离开后填写来访客人登记表

**来访人员登记表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **日期** | **访客姓名** | **来访事宜** | **联系电话** | **接待人** | **备注** |
| **1** |  |  |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |  |  |
| **4** |  |  |  |  |  |  |
| **5** |  |  |  |  |  |  |
| **6** |  |  |  |  |  |  |
| **7** |  |  |  |  |  |  |
| **8** |  |  |  |  |  |  |
| **9** |  |  |  |  |  |  |
| **10** |  |  |  |  |  |  |

**用电安全**

1、[配电室](http://www.so.com/s?q=%E9%85%8D%E7%94%B5%E5%AE%A4&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)、操作室、[会议室](http://www.so.com/s?q=%E4%BC%9A%E8%AE%AE%E5%AE%A4&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)内禁止放置[易燃易爆物品](http://www.so.com/s?q=%E6%98%93%E7%87%83%E6%98%93%E7%88%86%E7%89%A9%E5%93%81&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)，配电室、[电器](http://www.so.com/s?q=%E7%94%B5%E5%99%A8&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)设施开关。  
2、新产品投产时，技术人员应详细向操作人员讲清产品性能，学习操作过程，研发部门应提出安全措施，会同安环科作出[安全评价](http://www.so.com/s?q=%E5%AE%89%E5%85%A8%E8%AF%84%E4%BB%B7&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)并检查安全措施的落实，认定符合安全规定后，方能投产。  
3、[电器设备](http://www.so.com/s?q=%E7%94%B5%E5%99%A8%E8%AE%BE%E5%A4%87&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)要防爆、潮、防止静电。  
4、消防器材要专物专用，消防水龙头、消防带、[灭火器](http://www.so.com/s?q=%E7%81%AD%E7%81%AB%E5%99%A8&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)周围三米内不准积垃圾或放置其他物品。  
5、保持公司院内及车间主要道路整洁畅通，不得堆积存放物品。  
6、库区要保持清洁，对库房内及附近的可燃废物要及时清除。  
7、严格控制、管理和使用电源，对库内的用电设备必须经常检查，保持安全使用，各种原材[物料](http://www.so.com/s?q=%E7%89%A9%E6%96%99&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)不得紧靠[电气设备](http://www.so.com/s?q=%E7%94%B5%E6%B0%94%E8%AE%BE%E5%A4%87&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)，[管理人员](http://www.so.com/s?q=%E7%AE%A1%E7%90%86%E4%BA%BA%E5%91%98&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)离开仓库时要切断电源。  
8、仓库内消防器械要保持完好，放置在醒目处，不得随意挪用。  
9、[电工](http://www.so.com/s?q=%E7%94%B5%E5%B7%A5&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)人员必须严格遵守二人监督，不得违章[带电作业](http://www.so.com/s?q=%E5%B8%A6%E7%94%B5%E4%BD%9C%E4%B8%9A&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)。  
10、电器设备的安装应按供电要求，不得超过负荷。  
11、禁止使用破皮[电线](http://www.so.com/s?q=%E7%94%B5%E7%BA%BF&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)，如有破皮现象，应用胶布包好或更换新线，应经常进行检查，随时发现，随时处理。  
12、电器设备的各种继电器，[避雷针](http://www.so.com/s?q=%E9%81%BF%E9%9B%B7%E9%92%88&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)等[安全附件](http://www.so.com/s?q=%E5%AE%89%E5%85%A8%E9%99%84%E4%BB%B6&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)，必须齐全完好，符合规定，避雷设施必须在雷雨季节前检查检修完好。每年检查一次[接地线](http://www.so.com/s?q=%E6%8E%A5%E5%9C%B0%E7%BA%BF&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)。  
13、[易燃易爆场所](http://www.so.com/s?q=%E6%98%93%E7%87%83%E6%98%93%E7%88%86%E5%9C%BA%E6%89%80&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)更换灯泡等电器[用具](http://www.so.com/s?q=%E7%94%A8%E5%85%B7&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)时，应先切断电源，再行更换。  
14、变电、配电室要保持干燥清洁，不准堆放易燃可燃等物品，应备好灭火器。  
15、各部门要经常保持消防器材使用良好，任何部门、个人不准擅自将消防器材用在与消防工作无关的[方面](http://www.so.com/s?q=%E6%96%B9%E9%9D%A2&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)。  
16、消防器材由物业科统一配备、安置，各部门范围内的消防器材要放在明显、干燥、取用[方便处](http://www.so.com/s?q=%E6%96%B9%E4%BE%BF%E5%A4%84&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)，任何人不得随便挪动位置。  
17、灭火器如使用后，应及时换新，不得空置。

**入驻企业用房、水、电、网络使用管理规定**

1、园区负责楼内的水电配给，任何企业未经允许不得自行启用或引入电源、水源，包括公用供电、供水设施。

2、园区负责对楼内的水电进行管理，确保大楼的用电、用水安全与规范，并定期对楼内的水电进行安全普查，企业应给予配合。一旦发现企业及企业员工私自接拉电线等违章行为，将及时予以制止，情节严重的，追究其责任。

3、企业在用电、用水过程中应注意安全、节约使用。如需要请事先应通知中心办公室，安装维修工作必须由专业人员实施。如发现故障及事故隐患，应及时向基地管理办公室申报处理。

**电商扶贫**

扎实开展建档立卡贫困户电商扶持，落实帮扶政策，对参与电商培训后，有能力自己开设网上店铺的贫困户提供宽带支持，联系移动或联通宽带业务，上门实行免费安装服务，计划安装56条。

安装成功后，园区进行登记管理，并在以后使用过程中及时和贫困户联系，询问使用情况，发现问题及时和网络运营部门沟通解决，保证贫困户正常使用，为贫困户脱贫提供支持

做好长葛市电商扶贫公共服务中心水电及办公服务工作，确保中心正常运转，为全市电商扶贫工作开展提供后勤保障。

**项目专项资金使用和管理办法**

1总则

1．1为加强公司项目专项资金的管理，合理、有效、规范使用专项资金，根据国家有关专项资金使用管理办法的规定，结合公司实际情况，制定本办法。

1．2项目专项资金是指公司在科技研发、环境保护、节能减排、产品创新等方面符合国家和省市地产业发展需要纳入重点支持类产品和项目而获得国家和省市地有关主管部门指定特定用途拨付的资金。

1．3专项资金管理和使用坚持科学安排、合理配置、专款专用、专账核算、严格监管原则。

2工作职责

2．1项目专项资金归口管理单位为公司经济运行管理部门，分口管理单位为公司经济运行管理部门、财务部门、科技管理部门、产品营销管理部门等单位。

2．1．1归口管理单位负责公司专项资金工作的分工安排、组织协调和统筹管理。

2．1．2分口管理单位负责密切关注、研究符合国家和省市地各主管部门有关专项资金管理规定或政策，负责组织完成专项资金项目的可行性分析和可研报告的编制，负责组织完成专项资金项目的备案、申报、答辩及审批落实工作，负责向财务部门、归口管理单位及时移交项目专项资金申报方案及批准的资金拨付文件，负责对项目实施单位专项资金的使用范围进行指导，负责向专项资金主管部门上报项目实施进度、专项资金使用情况等资料和报告，负责组织完成专项资金项目的检查、验收和评价工作。

2．2项目实施部门负责专项资金项目的组织实施，负责按照项目专项资金预算范围按计划合理使用专项资金，负责按照分口管理单位要求提供项目实施各阶段基础数据资料和项目总结，负责提请审计部门组织对项目各工程进行结算审核，负责提请分口管理单位组织对项目各工程进行内部竣工验收和评价，负责配合分口管理单位接受主管部门的检查、验收和评价工作。

2．3财务部门负责专项资金指定收款账户的提供，负责根据专项资金拨付文件跟踪落实专项资金到位，负贵审查项目实施单位按照专项资金预算范围申报的专项资金使用计划，负责按照公司《资金使用审批办法》规定权限报批后支付专项资金，负责设立专项资金的专用科目进行专账单独核算，负责建立专项资金使用台账，负责编制专项资金项目的资金预算、财务决算，负责配合审计机构对专项资金项目的竣工决算审计工作，负责配合分口管理单位接受主管部门的检查、验收和评价工作。

2．4审计部门负责在专项资金项目各工程交付验收前聘请中介机构对各工程进行结算审核、出具结算审核报告，负责根据专项资金主管部门要求在专项资金项目交付验收前聘请中介机构对项目财务决算进行审计、出具财务决算审计报告。

3项目专项资金使用

3．1项目资金来源包括专项资金和企业自有资金，其中专项资金包括专项借款、贷款贴息、资本金注入、专项补助。

3．2公司收到的项目专项资金要纳入公司资金预算统一管控，以提高专项资金使用的整体效益。

3．3项目专项资金的使用审批技照公司《资金使用审批办法》规定执行。

3．4项目专项资金的使用范围和标准严格按照申报方案中项目专项资金预算执行，各项支出原则上不得超出申报方案专项资金预算的开支范围和开支标准。

3．5项目实施过程中，专项资金和企业自有资金要匹配使用，不得优先全额使用专项资金。

3．6为确保项目的顺利实施，项目专项资金未拨付到账前，可先由企业自有资金垫付，待专项资金到账后再将垫付的企业自有资金调整为专项资金支付。企业自有资金垫付可以用银行存款垫付，也可以用票据垫付。垫付的票据包括支票、银行汇票、银行本票、银行承兑汇票、商业承兑汇票、信用证。

4项目专项资金管理

4．1根据集团公司资金集中管理要求，公司不为专项资金单独开立存款账户，公司基本存款账户作为公司专项资金的指定收款账户。

4．2公司收到专项资金拨付文件及后期收到拨付的专项资金时通过“其他应收款一一＊专项资金”科目单独核算。

4．3鉴于公司银行存款纳入了集团公司资金集中管理，项目专项资金中的材料款、设备款、工程款等采购类款项支付通过公司在财务公司开立的一般存款账户支付或票据支付，费用类款项支付通过现金支付或POS机刷卡支付。项目专项资金支付时通过“其他应付款一一＊＊专项资金”科目单独核算。

4．4项目专项资金的账务处理按照2006年2月财政部发布的《企业会计准则》规定执行。

4．5公司从县级以上各级人民政府主管部门取得的应计入收入总额的财政性专项资金，财务部门应在专项资金同时符合以下条件时作为不征税收入从纳税所得额中减除。

4．5．1能够提供规定资金专项用途的资金拨付文件。

4．5．2政府主管部门对该专项资金有专门的资金管理办法或具体管理要求。

4．5．3专项资金的支出进行了单独核算。

4．6专项资金项目因不可抗力或无法预测的情况导致出现重大调整或无法实施，分口管理单位应上报专项资金主管部门，按主管部门有关专项资金管理规定退回未使用专项资金或按主管部门意见执行。

4．7专项资金项目验收工作完成后，专项资金如有结余，或项目验收不合格，或项目绩效评价结果差的，分口管理单位按主管部门有关专项资金管理规定退回结余专项资金或按主管部门意见执行。

4．8专项资金项目实施过程中，纪检监察部门等单位或个人发现有未按规定管理和使用专项资金，存在弄虚作假、截留、挪用、挤占专项资金等违反财经纪律行为的，一经查实，按公司有关规定对涉嫌人员进行处理，情节严重构成犯罪的移交司法机关处理。