

吉林省 2024 年度县域商业建设行动 项目资金使用方案

按照《财政部办公厅 商务部办公厅 国家乡村振兴局关于支持实施县域商业建设行动的通知》（财办建〔2022〕18号）部署，为进一步加强项目资金管理、提高使用效益，扎实开展县域商业建设行动，制定本方案。

一、改造内容、补贴额度及改造要求

根据商务部等三部委明确的 5 个支持方向、围绕“三个全覆盖”和“7 项约束性指标”，按照“多站合一、一点多能、一网多用”的原则，区分基本型、增强型、提升型三种建设类型，充分利用万村千乡市场工程、电子商务进农村综合示范等现有资源，坚持以县城为中心、乡镇为重点、村为基础开展县域商业建设行动。县域商业建设行动项目资金主要补助作业场地改造、服务功能升级等项目支出，不支持土建。所有项目的建设场地应由各县（市、区，下称县）或承办企业无偿提供。重点支持内容如下：

（一）补齐县域商业基础设施短板。以人口聚集的乡（镇）为重点，支持升级改造一批商贸中心、大中型超市、集贸市场等，完善冷藏、陈列、打包、结算、食品加工等设备设施，鼓

励连锁流通企业、电子商务平台下沉农村，加强数字赋能，发展连锁经营和电子商务，拓展消费新业态新场景，打造乡镇商业集聚区。

1. 乡（镇）商贸中心建设改造。由各县根据本地实际，在具备条件的乡（镇）自主选择三种相应形态（三种形态分别是：①单体商超形态，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。）中的一种形态改造1个乡（镇）商贸中心。

（1）支持内容。主要对被确定为乡（镇）商贸中心建设改造对象的乡（镇）大中型商超、集贸市场等市场主体的作业场地改造、服务功能升级。其中，作业场地改造，中央财政补助资金可补助室内简易装修、实现不同商品和服务类型分区经营；根据消防安全、防淹排水等有关要求对地面进行硬化改造，配备消防安全、污水处理等相关的设施。服务功能升级，主要支持补助购买商品排列展示架、购物筐或购物车、电子收款机（POS机）、电脑、打印机、冷（冰）柜等设备设施；中（小）型打包机、真空塑封机等初级农产品商品化预处理设备设施；出入库信息数字化管理服务系统。

（2）补助资金。每个乡（镇）商贸中心可按补助比例不超过项目投资总额的50%给予支持、但补助上限不超过50万元。

（3）建设改造要求。乡（镇）商贸中心改造，应通过招标

或专家评审优先选择下沉供应链的大型商贸流通法人企业承办；项目选址综合考虑使用万村千乡市场工程、电子商务进农村综合示范或人流、商流、信息流充沛的大中型超市、集贸市场等符合运营服务条件的现有场所。

2. 乡（镇）大中型超市建设改造。在人口多、消费市场潜力大等具备条件的乡（镇）可改造 1-2 个大中型超市。

（1）支持内容。中央财政补助资金主要补助室内简易装修和购买商品排列展示架、购物筐或购物车、电子收款机（POS 机）、电脑、打印机、冷（冰）柜等设备设施；小（微）型打包机、真空塑封机等初级农产品商品化预处理设备设施。出入库信息数字化管理服务系统。

（2）补助资金。单个乡（镇）大中型超市可按补助比例不高于项目投资总额的 50% 的标准给予支持、但补助上限不超过 20 万元。被纳入乡（镇）商贸中心予以支持的乡（镇）大中型超市只能在乡（镇）商贸中心和乡（镇）大中型超市两项支持政策中任选一项支持政策，不得重复支持。

（3）建设改造要求。乡（镇）大中型超市改造，应通过招标或专家评审优先选择下沉供应链的大型商贸流通法人企业承办；项目选址优先考虑使用万村千乡市场工程、电子商务进农村综合示范已支持的或人流、商流、信息流充沛的大中型超市。

3. 乡（镇）集贸市场建设改造。在人口多、消费市场潜力

大等具备条件的乡（镇）可改造 1-2 个集贸市场。乡（镇）大集改造参照执行乡（镇）集贸市场改造标准和要求。

（1）支持内容。主要补助地面硬化、厅棚、水电、集贸市场辅助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，对食品、服装、日用品、农资等销售合理分区。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。乡（镇）集贸市场应按照《乡镇集贸市场规划设计标准》（CJJ/T87）进行改造，改造完成后应达到相应标准。

（2）补助资金。每个乡（镇）集贸市场可按补助比例不超过项目投资总额的 50% 的标准给予支持，但补助上限不超过 50 万元；对市场主体缺位、乡（镇）急需改造的，县政府可按不超过 50 万元的标准，全额补助乡（镇）政府按照公益性市场标准进行改造，但须明确政府股权占比等要求，明确市场供应、稳定价格、为城乡居民及脱贫户自产自销农村产品提供服务等内容条款及制度机制与保障措施，强化集贸市场改造的公益属性，丰富公益性市场功能。被纳入乡（镇）商贸中心予以支持的乡（镇）集贸市场只能在乡（镇）商贸中心和乡（镇）集贸市场两项支持政策中任选一项支持政策，不得重复支持。

（3）建设改造要求。乡（镇）集贸市场改造，应通过招标或专家评审优先选择下沉供应链的大型商贸流通法人企业。县人民政府也可支持乡（镇）政府按公益性市场要求投资改造。

项目选址优先考虑使用万村千乡市场工程等项目已支持的现有封闭、半封闭市场，或人流、商流、信息流充沛的乡（镇）集市。

（二）完善县乡村三级物流配送体系。发挥县城和乡镇物流枢纽作用，支持建设改造一批县级物流配送中心和乡镇快递物流站点，完善仓储、分拣、包装、运输、配送等设施，增强对乡村的辐射能力。整合县域邮政、供销、快递、商贸等物流资源，发挥连锁商贸流通企业自建物流优势，开展日用消费品、农资下乡和农产品进城等物流快递共同配送服务，降低物流成本。

4. 县级物流配送中心建设改造。具备条件的县可支持改造1个县级物流配送中心。

（1）支持内容。县级物流配送中心改造主要支持作业场地建设、服务功能升级两项内容。其中，作业场地建设，中央财政补助资金主要补助室内简易装修，按作业类型实现收货区、仓储区、拣选区、发货区等区块分区作业；根据消防安全、防淹排水等有关要求对地面进行硬化改造，配备消防安全、防淹排水等相关的设施（参照 GB/T28581 和 GB/T21072 标准实施）。服务功能升级主要补助仓库、冷库的改造升级，补助购买货架、托盘、分拣、配送车辆、出入库信息数字化管理服务系统等设备设施。

（2）补助资金。每个县级物流配送中心可按补助比例不超过项目投资总额的 50% 的标准给予支持，但补助总额上限不超过 300 万元；对市场主体缺位，可全额补助县政府进行改造，但补助总额不超过 300 万元。其中，用于服务功能升级的补助资金，不得低于该项目补助总额的 70%。

（3）建设改造要求。县级物流配送中心改造，应通过招标或专家评审优先选择邮政、供销、快递等优势突出、具有物流快递资源整合和改造能力的法人企业承办；在市场主体缺位的情况下，可全额补助县政府投资改造。按照“村村通快递”的要求，承担县级物流配送中心改造的单位（企业或政府）应明确承诺建立和完善县乡村三级物流体系，实现具备条件的行政村物流快递全覆盖。项目选址综合考虑使用万村千乡市场工程、电子商务进农村综合示范等项目已支持的现有场地，或邮政、供销、商贸物流企业现有物流仓储配送基地、物流产业园等能够满足运营服务条件的现有场所。县级物流配送中心改造，应在单一、完整空间场地内（基本型一般为 3000-10000 平方米左右）划分功能区域，按“1+N、N+1 或第三方服务”等模式和“五统一”原则完成资源整合，实现统仓共配、一件代发等功能。

5. 乡（镇）快递物流站建设改造。具备条件的乡（镇）支持改造 1 个乡（镇）物流配送站，达到 3 万人以上的大型乡

(镇)可根据人口分布和网点布局改造2个。

(1) 支持内容。乡(镇)物流配送站改造主要支持作业场地建设改造、服务功能升级两项内容。其中，作业场地改造，中央财政资金主要补助室内简易装修，有场地条件的应按作业类型实现收货区、仓储区、拣选区、发货区等区块分区作业；根据消防安全、防淹排水等有关要求对地面进行硬化改造，配备消防安全、防淹排水等相关的设施(参照 GB/T28581 和 GB/T21072 标准实施)。服务功能升级，主要补助小型仓库改造和补助购买货架，手持数据终端(PDA)或库采仪智能终端机、冷(冰)柜等设备设施，小(微)型打包机、真空塑封机等初级农产品商品化预处理设备设施。

(2) 补助资金。每个乡(镇)物流配送站可按补助比例不超过项目投资总额的50%的标准给予支持、但补助上限不超过10万元。

(3) 建设改造要求。乡(镇)物流配送站改造，应通过招标或专家评审优先选择邮政、供销、快递等优势突出、具有物流快递资源整合和建设改造能力的法人企业承办。乡(镇)物流配送站应与县级物流配送中心项目捆绑打包开展招标或专家评审，选择一家承办企业负责项目改造。项目选址优先考虑县域商业建设行动支持建设的乡(镇)商贸中心，综合考虑使用万村千乡市场工程、电子商务进农村综合示范等项目资金建

设的乡（镇）物流配送站，乡（镇）电子商务公共服务中心或邮政、供销、电商、快递、交通、商贸物流等能够满足运营服务条件的现有场所。

（三）改善优化县域消费渠道。支持大型流通企业下沉供应链，布局一批县域前置仓、物流仓储等设施，提供直供直销、集中采购、统一配送、库存管理等服务，让农民直购好产品、新产品。鼓励本地商贸流通企业组建品牌联盟或联合采购平台，加大农村地区商品投放力度。发展购物、餐饮、亲子、娱乐、农资等多种业态，承接市场下乡和农民进城消费。

6. 商贸流通企业自建物流建设改造。支持向乡镇农村下沉供应链的商贸流通企业建设改造自建物流。其中，批发企业须具备批发资质，面向乡镇农村自主开展仓储和配送服务，为4个以上以销售日用消费品和鲜生农产品为主的乡镇农村实体店铺配送货品，且单个实体店铺的经营面积在50平方米以上；零售企业须在乡镇或农村自主经营4个以上实体店铺，且每个实体店铺经营面积在50平方米以上、以销售日用消费品和鲜生农产品为主、每3日内需往返乡镇或农村为实体店铺配货1次以上的。人口和乡镇较少的边境县（市）可适当降低标准条件。

（1）支持内容。主要支持作业场地建设改造、服务功能升级两项内容。其中，作业场地建设改造，中央财政补助资金主要补助室内简易装修，按作业类型实现收货区、仓储区、拣选

区、发货区等区块分区作业；根据消防安全、防淹排水等有关要求对地面进行硬化改造，配备消防安全、防淹排水等相关的设施（参照 GB/T28581 和 GB/T21072 标准实施）。服务功能升级主要补助仓库、冷库的改造升级，补助购买货架、托盘、装卸、物流配送车辆、出入库信息数字化管理服务系统等设备设施。

（2）补助资金。商贸流通企业建设改造自建物流可按补助比例不超过项目投资总额的 50% 的标准给予支持，但补助总额上限不超过 300 万元。其中，用于服务功能升级的补助资金，不得低于该项目补助总额的 70%。

（3）建设改造要求。通过招标或专家评审优先选择服务范围广、顾客满意度高、经营效益好、销售规模大、发展后劲足、长期扎根乡镇农村发展的优势商贸流通企业。商贸流通企业改造自建物流购置的配送车辆在取得登记证、行驶证等落籍手续后，每辆车补助不超过车辆购置总额的 50%（补助以购车发票为准，不含车辆落籍等其它费用），并承诺为乡镇农村配送 5 年以上、且 5 年内不得转籍。项目选址综合考虑使用万村千乡市场工程、电子商务进农村综合示范等项目已支持的现有场地，或供销、商贸流通企业等市场主体现有物流仓储配送基地。

7. 下沉供应链企业前置仓建设改造。具备条件的县一般可在县城改造 1 个下沉供应链企业前置仓。县域面积广、农村人

口多、农村直供直销规模大的县，可在辐射带动作用强和人流、物流、商流充沛的乡（镇）改造 1 个相对规模较小的下沉供应链企业前置仓，但全县在县城和乡（镇）改造的下沉供应链企业前置仓总数不得超过 4 个。

（1）支持内容。下沉供应链企业前置仓改造主要支持作业场地建设改造、服务功能升级两项内容。其中，作业场地建设，中央财政补助资金主要补助室内简易装修，按作业类型实现收货区、仓储区、发货区等区块分区作业；根据消防安全、防淹排水等有关要求对地面进行硬化改造，配备消防安全、防淹排水等相关的设施（参照 GB/T28581 和 GB/T21072 标准实施）。服务功能升级，主要补助仓库、冷库改造升级，补助购买货架、托盘、装卸、出入库信息数字化管理服务系统等设备设施。

（2）补助资金。下沉供应链企业前置仓选址在县城的，可按补助比例不超过项目投资总额的 50% 的标准给予支持，但单个补助上限不超过 50 万元；选址在乡（镇）的，可按补助比例不超过项目投资总额 50% 的标准给予支持，但每个补助上限不超过 10 万元。

（3）建设改造要求。下沉供应链企业前置仓，应通过招标或专家评审优先选择能够提供直供直销、集中采购、统一配送、库存管理等服务的大型商贸流通企业承办。项目选址综合考虑县城或辐射面广、上下行产品集散地的乡（镇），优先选择县级

物流配送中心或乡（镇）商贸中心和乡（镇）集贸市场，综合考虑使用万村千乡市场工程、电子商务进农村综合示范等项目支持改造的、能够满足运营服务条件的现有场地或设备设施。

（四）增强农村产品上行动能。引导商贸、电商、快递、物流围绕农村产品上行，建设分拣、预冷、初加工、配送等商品化处理设施，加强标准和品牌应用，提高农村产品商品转化率。整合现有县乡村电子商务服务网点，统筹产品开发、设计、营销、品牌等服务，拓宽农村产品上行渠道，提高农村电子商务应用水平。

8. 农产品商品化预处理中心建设改造。农产品商品化预处理中心在县城改造的不超过1个；在乡（镇）改造的不得超过4个，单个乡（镇）改造数量不超过1个。

（1）支持内容。农产品商品化预处理中心重点支持作业场地建设改造、服务功能升级两类改造项目。其中，作业场地改造，中央财政补助资金主要补助室内简易装修、实现不同商品和服务类型分区作业；对仓库进行冷藏及通风储藏改造；根据消防安全、防淹排水等有关要求对地面进行硬化改造，配备消防安全、污水处理等相关的设施。服务功能升级，主要补助购买电脑、打印机、装卸等设备设施；配备中（小）型清洗机、烘干机、打包机、真空塑封机等初级农产品商品化预处理设备设施；出入库信息数字化管理服务系统。

（2）补助资金。农产品商品化预处理中心在县城改造的，单个可按补助比例不超过项目投资总额的 50%、补助总额不超过 100 万元的标准给予支持；在乡镇改造的，单个可按补助比例不超过项目投资总额的 50%、补助总额不超过 25 万元的标准给予支持；

（3）建设改造要求。通过招标或专家评审优先选择下沉供应链的电商、物流、供应链和邮政、供销等具备条件的法人企业承办。项目选址应根据优势特色农产品产地分布情况确定。在县城改造的，应优先选择具备条件的县级物流配送中心或具有较大规模物流仓储能力的县城综合商贸中心等；在乡（镇）改造的，综合考虑使用集贸市场或万村千乡市场工程、电子商务进农村综合示范等项目已支持的、符合运营服务条件的现有场地及设备设施。

9. 支持农产品上行。农产品上行项目包括：渠道体系建设、品牌体系建设等项目。每县每年可组织或参加省内外线上线下农商互联、产销对接等拓展农产品上行渠道的促销活动。支持对优势特色农产品申请资质认证和商标注册。

（1）支持内容。渠道建设补助与线下促销活动相关的筹备、组织及实施期间的相关费用。品牌建设主要支持申请区域公共品牌、“两品一标”（绿色食品、有机农产品和农产品地理标志）、食品生产许可证（SC）等资质认证和商标注册。

（2）补助资金。在项目周期内，农产品上行补助资金占中央财政下达项目资金总额的比例不超过 30%、补助额度上限不超过 100 万元。

（3）活动要求。农商互联、产销对接等线上线下农产品促销活动，优先选择有意愿参与的电商供应链企业、大型商贸流通企业等法人企业承办，销售产品 70% 以上为本地农产品，无偿销售脱贫村、脱贫户自愿出售产品；品牌体系建设按招标或专家评审等正规流程优先选择产供销一体化、大型商贸流通、电商供应链等法人企业承办。

（五）提高生活服务供给质量。引导农村邮政、供销、电商、商贸流通企业从传统批发、零售向综合性服务转变，整合购物、订餐、家政、职介、租赁、同城配送等服务，提高社区、村镇生活服务的便捷性和服务质量。引导商贸流通、电子商务、生活服务业与现代农业、乡村旅游、加工制造业等特色产业跨界融合，增强服务业推动生产、促进流通、扩大消费的功能。

10. 数字赋能提高供给质量。此项目为政府购买服务项目，由各县综合考量本地县域商业发展实际，自主确定实施。

（1）支持内容。实施数字赋能提高供给质量项目须实现的基本功能是：能捕捉全域商业数据，动态跟踪县、乡、村三级地域零售、产业、电商、物流、服务、农产品流通等网点网络建设，明确区位、数量、规模、业态功能、服务等商业数据，

指导当地产业链上下游合理布局，及时满足市场需求。

（2）补助资金。政府购买服务可全额补助，按有关规定组织招标采购、最高补助金额不超过 60 万元。

（3）建设改造要求。通过招标或专家评审选择在全国同行业内影响面大、权威性高，能够高质量提供大数据监测统计服务或县域商业数字赋能服务的法人企业；优先选择有为国家商务部等部委提供相关服务的大数据赋能及服务类企业。

11. 支持传统商贸流通企业转型升级。具备条件的县可支持本地辐射带动能力强的限额以上大型商贸流通企业 1-4 户转型升级。

（1）支持内容。支持传统商贸流通企业开发运营基于网上交易的 APP、微信商城等网络交易模式，通过拓展线上线下渠道开展新技术、新模式的改造提升，创建场景化、体验式、互动性、综合型消费场所，支持商旅文体等跨界融合。

（2）补助资金。每户企业可按补助比例不超过项目投资总额的 50% 的标准给予支持，但补助上限不超过 10 万元。

（3）建设改造要求。传统商贸流通企业转型升级，应通过招标或专家评审优先选择具有供应链整合能力的商贸流通法人企业承办。

二、资金及绩效管理

（一）资金支持对象。各县要按照公平、公正、公开的原

则，向社会公示项目及其承办企业，公示无异议后组织实施。其中，遴选相关项目承办企业和机构（自然人、个体工商户等非法人机构不在此列）须通过正规的招标机构组织公开招标或专家评审。以前年度县域商业建设行动已支持的县（下称再次支持县），新增项目资金一般应安排支持新增项目，不得安排以前年度县域商业建设行动已支持的项目；确需进一步扩大建设改造规模和提升服务功能的，须报请省级主管部门同意。

（二）资金支持方式。鼓励各县优先采取贷款贴息、购买服务、以奖代补等支持方式，加快资金拨付进度，提高资金使用效益，通过中央财政资金引导撬动社会资本，共同推动县域商业高质量发展。

（三）资金使用。在资金管理工作中，各县要明确资金分配、下达、使用和监管等各环节责任分工，尽早将资金分解下达到位；要按照“成熟一批、建设一批”的原则，在确保支出质量和安全的前提下，对物流配送中心等投资额和补助资金量较大项目，在整体推进项目建设中可分子项、分批次、分阶段组织验收、拨付资金，提高资金拨付效率、加快资金支出进度。同时，各县支持的相关硬件设施或项目建设应符合国家、省及当地有关规定，中央财政资金不得用于征地拆迁，不得用于支付罚款、捐款、赞助、投资、偿还债务以及财政补助单位人员经费和工作经费等。县域商业建设行动项目应与发展改革委具

体安排的中央基建投资事项、农业农村部具体安排的产地冷链设施、中央财政农产品供应链体系建设等相关资金加强衔接，避免重复投入。对骗取、挪用中央专项资金等问题，按照《财政违法行为处罚处分条例》等相关规定处理。

（四）绩效管理。按照全面实施预算绩效管理要求，参照2023年度服务业发展资金整体绩效目标，结合全省县域商业工作实际，中央已批复了我省绩效目标（见附件）。各示范县要按照中央对地方专项转移支付绩效目标管理工作的相关要求，加强全过程绩效管理，确保绩效目标如期实现。

三、相关要求

（一）加强组织领导。各县人民政府是实施县域商业建设行动的直接责任主体，对具体工作负责。各县政府要结合本地实际，自主实施项目建设，建立台账制度，明确责任人和进展时限，确保资金安全、方案落地。各县人民政府要积极推动体制机制创新，在金融、土地、收费等方面出台支持政策；须在中央财政资金投入的基础上，统筹自有财力自主安排购买审计、监理咨询、运营管理等第三方服务，破除制约县域商业高质量发展的障碍和瓶颈。

（二）集中整合资源。根据商务部等三部委“固强补弱”的原则，各县要在发挥现有资源优势的基础上，按照“重改轻建”的思路，坚持以丰富、升级服务功能达标为主，兼顾场地面积

等刚性要求，最大限度利用社会化资源，充分发挥各类产业园区、闲置厂房等现有场地和设备设施的作用，突出解决制约县域商业发展的“短板”，避免盲目建设、浪费资源。要坚持开放共享原则，鼓励本地电商、物流、供应链、仓储配送等行业、企业加强协同配合，健全完善本地县域商业体系、生态，形成稳定可靠的产业链、供应链体系，确保县域商业高质量发展。

（三）突出重点项目。各县要以“三个全覆盖”、“7项约束性指标”为基准安排建设改造项目。按照“尽力而为、量力而行”的原则，各县可根据下达资金额度结合本县实际综合考虑“以功能升级为主、兼顾整乡（镇）推进”或“以整乡（镇）推进为主、兼顾功能升级”，做好县乡村三级物流体系、乡（镇）商贸中心等项目的改造达标建设和探索引导、撬动社会资本投入的市场机制等工作，每县应建设改造2-3个可参观、可复制的典型乡（镇）。各县要按照“前紧后松”的原则，区分不同项目的轻重缓急，合理安排项目建设改造进度，确保如期保质保量完成项目建设。要紧密结合实现巩固拓展脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接需要，优先支持脱贫户、脱贫村及返乡在乡创业人员等结合县域商业建设行动创业就业。

（四）强化项目管理。原则上，所有项目应从国家指标文件印发时间之日起、2年内完成（国家另有要求的除外）。其中，涉及作业场地建设改造类项目，实施期限不得超过2年；购买

设备设施和服务功能升级类项目实施期限不得超过 1 年。同时，各县政府“县域商业建设行动实施方案”是项目建设管理和验收考核的基本依据，须于 2024 年 3 月 30 日前报省级主管部门备案，原则上上报备案后不得变更，确有必要须报省级主管部门同意。各县要认真建立健全项目建设改造档案，对项目申报、评审、建设、验收、补助等各环节的档案材料进行整理和归档，做到资料详实、手续齐备、程序合规。要督促、检查、指导承办企业加快项目建设，及时报送工作进展情况。项目完成后，要及时组织验收、做好自查。各县建设项目应在显著位置标识“国家县域商业建设行动”字样。要做好项目固定资产管理，建立管理台帐，严格按有关规定做好登记统计。凡是获得中央财政支持的县域商业建设行动项目，合同内容须明确承诺面向县域提供服务的期限。服务承诺到期后，由县政府或其指定的政府部门按市场机制推动可持续运营服务，并做好跟踪服务和保障工作。

（五）做好数据统计和总结推广工作。各县要建立和完善县域商业建设行动统计信息指标体系，与项目承办单位达成协议，凡获得专项资金补助的项目，应向相关主管部门公开信息。要按照商务部等 9 部门印发的《县域商业三年行动计划（2023-2025 年）》（商办流通函〔2023〕419 号）部署和商务部做好县域商业大数据试点工作的要求，通过数字赋能拓展商业大数据

的应用深度和广度，进一步提升本地商业数字化建设发展水平，提高服务供给质量。各县要按照商务部关于做好县域商业建设行动信息报送工作的通知要求，对接“商务部业务系统统一平台”，及时准确填报相关数据。要尽快在本级政府网站开设“县域商业建设行动工作专栏”，并将本县的工作方案、项目安排等与县域商业建设行动有关的工作全部在“县域商业建设行动工作专栏”公开，并于4月末上报“县域商业建设行动工作专栏”网址链接。要及时总结经验做法，定期上报阶段性工作情况，做好舆论引导和宣传推广工作。

2022-2023 年度支持开展县域商业建设行动的县可参照执行。

附件：中央服务业发展资金绩效目标表

附件

中央服务业发展资金绩效目标表
(2024 年度)

项目名称		服务业发展资金 - 县域商业建设行动		
		专项实施期		2022-2025
		省级主管部门		吉林省商务厅
项目资金 (万元)		年度资金总额：		8970
		其中：中央补助		8970
		地方资金		
		年度目标		
总体目标		目标1：在县域商业体系建设、农村消费促进、农村商贸流通企业数字化转型等领域培育一批各具特色的地方典型。 目标2：建设改造一批县级物流配送中心、乡镇商贸中心和快递物流站点，流通效率明显提升，流通成本进一步降低。 目标3：围绕地方特色产业，打造一批县域现代流通供应链，工业品下乡和农产品进城更加畅通。		
绩效指标	一级指标	二级指标	三级指标	指标值
	产出指标	数量指标	县级物流配送中心新增改造数量	≥5 个
			农村网络零售额同比增速	≥1%
		质量指标	乡镇商贸中心覆盖率提高	3.5 个百分点
			县域商品和服务销售额提高	3 个百分点
	效益指标	经济效益指标	城乡消费品零售额增速对比	基本持平
		社会效益指标	促进农民增收	效果明显
			农村网商（含社交、移动电商用户）数量同比增速	≥1%
	满意度指标	服务对象满意度指标	服务对象对项目的满意度	≥80%