# 电商助农工作计划(合集8篇)

来源：网络 作者：红尘浅笑 更新时间：2024-01-12

*电商助农工作计划1为提升我县农村商贸流通现代化水平，促进农村电子商务发展，带动贫困群众增收致富，特制定本实施方案。一、总体思路二、实施目标三、实施内容四、投资规模、资金安排及效益预测投资规模：20XX年5月到20XX年6月共计投资202\_万...*

**电商助农工作计划1**

为提升我县农村商贸流通现代化水平，促进农村电子商务发展，带动贫困群众增收致富，特制定本实施方案。

一、总体思路

二、实施目标

三、实施内容

四、投资规模、资金安排及效益预测

投资规模：20XX年5月到20XX年6月共计投资202\_万元，其中申请中央资金1500万元，市县财政配套500万元，其余资金由建设单位自筹或社会筹集。

资金安排：严格按照中央、陕西省、咸阳市关于电子商务进农村综合示范工作资金使用相关规定执行：

一是支持农产品产销对接。立足资源禀赋和市场需求，打造农村电商多元化供应链，加强农产品分级、包装、营销，加快补齐产地预冷、初加工配送等基础设施短板；支持农村产品标准化、质量认证、品牌培育、质量追溯等综合服务体系建设；支持建设县、镇、村三级具有服务农村产品上行功能的物流配送体系建设。中央财政资金支持农村产品上行的比例不低于60％，即900万元。

二是支持公共服务中心建设。坚持实用、节约原则，中央财政资金使用比例原则上不得高于15％，即225万元。

**电商助农工作计划2**

一、项目内容

二、项目背景

随着我国经济的快速发展，城市化进程的加快，人们越来越追求高品质的生活。民以食为天，而当今食品安全令人担忧，市场上的农产品品质良莠不齐，没有统一的管理与规范，在此社会大背景下，原生态特色农产品越来越受到人们的青睐。目前xx县农产品的销售仅局限于线下，没有统一的电子商务销售平台，急需建设一个统一规范的电子商务台帮助xx县农产品走出去，提高销售额，加快xx县经济发展。

三、项目发展前景

1、有利的外部宏观环境

国家对“三农”问题的重视，以及信息技术和电子商务的越来越深入人民生活，电子商务在我国农业得到了越来越广泛的应用：国家发改委农产品批发市场信息化、农业部对农业信息化重视和积极扶持政策，如今农业的发展可以让我国现有的经济发展水平有一个新突破；经济全球化的外力推动，更有利于农产品的出口。

2、农产品市场的自我创新需求驱动

产业发展的.基础是生产，但市场和流通是决定产业发展的关键环节。农产品流通不畅已经成为阻碍农业和农村经济健康发展、影响农民增收乃至农村稳定的重要因素之一。农产品的交易难及农产品的结构性、季节性、区域性过剩，从流通环节看，主要存在两个问题：一是信息不畅，盲目跟风。市场信息的形成机制和信息传播手段落后使农户缺少市场信息的指导。二是农产品交易手段单一，交易市场管理不规范。所以当务之急便是如何解决信息畅通问题，以及市场预测，尽可能避免不必要的损失。这需要创造一个平台去解决这个问题。创造一个平台去提高信息流通率，信息匹配率，商务交易率，方便这个产业的发展和扩大。

四、供应产品

1、民族手工艺类：排倒莫蜡染、苗族手工银饰、石桥古法造纸。

2、民间特产类：排调米酒、民间自制香肠、土酒、酸、糟辣椒黑毛猪香猪肉。

3、精装礼品类：黔丹硒米、硒茶、俊建公司红酸、糟辣椒、腊肉、香肠、喜湘聚豆腐干、浙丹林芝粉、金海公司韭菜根、茅台生态农业公司酒品。

五、目标市场分析

1、农业电子商务的发展现状

当下中国，电子商务正处在一个飞速发展的阶段，电子商务覆盖的领域涉及了我们生活中的方方面面，例如图书、家电、电子产品、服装纺织等。可以说各行各业都开始融入电子商务这个广阔的平台。那么，电子商务何以会受到如此青睐，为越来越广泛的人群所接受呢？我们认为原因有三：

一是拓宽了买卖双方的地理空间。通过电子商务提供的交易平台，买卖双方可以在互不见面的情况下进行相关的谈判及交易，大大节省了交易的成本和时间。同时，交易的范围也不再仅仅局限在一市或一省之内，而是扩大到了全国甚而世界，由此带来的交易数量的增长也是极其可观的；

**电商助农工作计划3**

根据财政部办公厅商务部办公厅国家乡村振兴局综合司《关于开展20XX年电子商务进农村综合示范工作的通知》、江西省商务厅江西省财政厅江西省乡村振兴局《关于印发江西省20XX年电子商务进农村综合示范工作实施方案的通知》(赣商务建设字〔20XX〕130号)和《关于做好20XX年电子商务进农村综合示范有关工作的通知》(赣商务建设函〔20XX〕110号)等文件相关要求，为进一步加强农村电子商务和商贸流通发展、推动城乡生产与消费有效对接、推进我县乡村振兴战略实施，结合我县社会经济与农村电子商务发展实际，特制定本工作实施方案。

>一、工作思路

以^v^新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大及十九届二中、三中、四中、五中全会精神和《^v^中央^v^关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》有关要求，聚焦乡村振兴，因地制宜、实事求是，以电子商务进农村综合示范项目建设为抓手，进一步挖掘全县农村电商发展潜力，健全农村电商公共服务体系，不断提高电子商务在我县农村地区的应用水平;促进线上线下融合，推动县域商业体系转型升级，完善县乡村三级物流配送体系;助推农产品进城和工业品下乡，拓展农村消费，助力乡村振兴，巩固拓展脱贫攻坚成果，让电商发展成果惠及更多的农村居民，进一步促进我县县域经济转型升级。

>二、工作目标

积极深化电商在农产品进城和工业品下乡、传统商贸转型、乡村振兴等领域的应用，推动电商与浮梁特色农业、乡村旅游、民俗文化等优势产业有机融合，完善我县农村电子商务公共服务体系，进一步提升县域农村流通基础设施和物流快递服务水平，助力我县乡村发展、农民增收。具体实现以下目标:

二是建设浮梁县电子商务公共服务中心，打造浮梁农村电子商务产业集聚区(农村电商产业园)，中心建筑面积不低于3000平米，企业入驻率不低于90%，为县域电子商务相关企业提供专业服务并实际应用。

三是整合全县物流快递资源，改造建设县级电商物流快递配送中心。共同配送范围进一步扩大，物流快递服务覆盖全县100%的乡镇和50%的行政村，快递配送基本实现一天送达(偏远地区两天送达)，农村产品上行物流成本与景德镇市基本持平。

四是农产品品牌培育、标准化水平和品控水平显著提升，培育1-2个农产品区域公用品牌，对浮梁茶等优势产业强制应用国家标准，形成一套特色产品品控体系。

五是探索县域农村商业体系建设，建设改造至少1个示范，鼓励发展中心村直营或加盟连锁店，助推农村消费升级。

六是农村电商培训转化机制进一步完善，培训学员202\_人次以上，培训转化率(创业就业务工人数参训人数)不低于1%，重点培育一批具有示范和引领作用的电商创业带头人。

七是完善农村电子商务宣传机制。编制县域农村电子商务发展规划，农村电商政策与典型事迹宣传进村入户，电子商务发展模式或巩固脱贫效果获得国家主流媒体报道，或被列为国家主管部门典型案例。

>三、实施内容

(一)开展县域电子商务公共服务中心建设。

**电商助农工作计划4**

>一、总体思路

>二、基本原则

（三）整合资源，完善功能。坚持与便民服务、产业发展、农产品流通、美丽乡村建设相结合，本着便民、务实、高效原则，整合农村种养殖大户、农产品合作社、家庭农场等各类资源，构建我镇电子商务代购代销服务体系，降低农民购物成本，拓展农产品销售渠道。

>三、建设内容

（一）建设主体

结合xx镇实际情况，在全镇范围内建设五个村级（社区）电子商务服务站点，其中xx村、xx庄村、xx街社区合建一个，xx村、xx村合建一个，xx村、xx开发有限公司、xx农农业有限公司各建一个。

（二）建设标准

各电商按照县人民政府《电子商务进农村工作方案》（xx发〔20xx〕xx号）“十个一”要求进行建设，即：统一门头尺寸及标示、一张办公桌、一把椅子、一台电脑、一台电视机、一部POS机、一款系统软件、一台打印机、一组储物柜、一组展示架。

（三）功能设置

**电商助农工作计划5**

为了加快我市电子商务进农村综合示范市建设步伐，推进农村电子商务的全面应用发展，根据财政部、商务部《关于开展电子商务进农村综合示范的通知》，商务部《农村电子商务工作指引》、《农村电子商务服务规范》和省市关于电子商务进农村工作要求，结合我市实际，特制定本实施方案。

>一、总体要求

>二、基本原则

（一）政府引导，企业主体。政府主要通过创新机制、搭建平台、统筹协调、政策支持、改善环境、培训人才，充分调动和发挥流通、电商、物流、金融、通信等行业企业参与电子商务进农村的积极性和创造性。充分发挥市场机制在农村电子商务发展中的决定性作用，突出企业的主体地位。

（二）城乡一体，统筹发展。坚持规划先行，将电子商务进农村作为农村市场体系建设的重要引擎和城镇化建设的重要产业支撑。坚持一套机制、一个体系、一体推进，统筹解决城乡消费中农产品销售、物流配送、消费习惯等问题，在消费流通领域实现城乡一体化。

（四）因地制宜，创新驱动。坚持引进与培育结合，结合我市产业定位和产业特色，走符合我市实际的农村电商之路。鼓励大众创新，突破性解决在电子商务进农村中的标准化、配送最后一公里、商品质量追溯等瓶颈性难题。

>三、工作目标

>四、建设内容

**电商助农工作计划6**

>一、宗旨及商业模式

我们销售的不仅仅是一件件包包，更是一种感性和时尚;一种积极乐观的现代生活方式;

商业模式: BTOC的商业模式;

网站和实体相结合。

>二、产品概述

布包、皮包、竹子工艺包、草包等等。

>三、市场分析

随着社会经济、文化的飞跃发展，人们日益注重时尚元素的把握和追求个性魅力的张扬。尤其作为女性日常装扮必不可少的一部分，包包已成为众多女性在着装中考虑的热点。越来越多的女性已经意识到，包包在整体衣着搭配上会带来不同凡响的效果。巧妙的搭配不仅可以提升个人的气质和品味，更是日常工作和生活中的随身好伴侣。一个时尚的都市女性拥有几款不同款式和不同材质的包包早已不足为奇。

而据相关统计显示，中国市场皮具消费需求近年来每年可达数百亿元，总消费量占世界总消费量近五成，皮具文化显示出强大的发展势头和越来越多元化的市场趋势。

上海箱包城--是经上海市批准的奉贤区政府的重点项目，奉城镇政府经济园区控股重点开发建设，控制规划2800亩，其中商贸用地860亩，投资 10 亿元人民币,是集产业、商贸、信息、物流、展示、研发为一体的大型箱包、皮具专业市场。临近的江浙两省有多达三万家的箱包企业，而奉城及其附近地区就有几百家，从而形成了强有力的产业支撑。建成后的上海箱包城将包容一个规模庞大、链条完整的工贸产业群，能吸纳202\_多家厂商进城置业发展，可安排4万人就业。市场投入运营后，预计年成交额可达60-100亿元。

>四、竞争分析

目前发展势头最为迅猛，但地处山东东营，地理、信息优势无法和上海相比，但他们目前已经走出山东，在广东设有办事处。

地处宁波，处于发展初期，规模还比较小。

**电商助农工作计划7**

>导语

沧海桑田50载，中国发生了巨变，中国农业发生了巨变，中国农村发生了巨变，中国的农民也发生了巨变。但随着新世纪的到来，我国的“三农”以及农资流通领域出现了许多新的问题和矛盾，这些问题和矛盾，直接影响着我国农业现代化和产业结构调整的发展进程。在目前条件下，能否有效地开拓农资市场，扩大商品销售，提高农产品的内在质量和农民的科技意识，已成为关系到国民经济全面发展的大问题，也成为工商企业以至整个流通部门生存和发展的关键。

中国是世界上最具发展潜力的市场，而我国农村市场是国内发展潜力最大的市场，它势将成为我国商品市场和整个国民经济发展的新的增长点。因此，大力开拓农村市场，建立适应农村经济发展的新型农资流通体系，对促进整个国民经济持续、快速、健康地发展，具有举足轻重的作用。

>一、公司基本情况

为实现公司的可持续发展，扩大公司经营规模，提高服务质量，公司本着立足当前、着眼未来的原则，确立了适应我国国情和公司自身特色的先进营销战略。

公司在确保服务质量的同时，还不断开发、拓展新领域，并制定了科研、开发、营销一体化互动式管理机制——确立了滚动式良性发展格局，树立真正的“某某”公司品牌。

公司创始人为高某某、李某某赵某某张某某王某某刘某某，均为金融专业毕业的高材生，同时辅修会计、法律、管理、电子商务的复合型人才，具备从事该行业的基本知识和专业知识，同时有创业热情、坚持不懈、艰苦奋斗的精神和良好的沟通和团队合作。本公司一定有很好的发展前途。

>二、产业背景

**电商助农工作计划8**

>1.淘宝运营第一步 制定整体项目策略规划

下面所有工作就是根据战略蓝图做具体的执行，只有先做好分析、制订策略才能实现资源整合的价值最大化。当然在具体运营过程中可能需要根据实际情况不断优化调整原来的计划和目标。

>2.淘宝运营第二步 组建运营团队

当整体项目的战略规划好之后，第一件事情就是组织资源了，人、财、物等各种资源。其中最大的问题就是团队组建，人才是淘宝运营的核心，所有的工作计划都需要通过人去执行完成。团队组建，根据战略销售目标和投入可大可小，并且，应该是在具体的运营过程中逐步调整的。

>3.淘宝运营第三步 规划装修好店铺

取好名字，做好入驻申请的前期工作，批准后就可正式开始规划装修店铺了。当然，由于淘宝商城审核工作有时回长一点，所以大部分都是同步进行，注册下来后，直接上传装修而已。

淘宝店铺规划其实并不复杂，尤其是模块栏目程序都已经确定好，只需要确定内容就OK了。但是，其实一个店铺装修规划并不那么简单，事前需要分析大量竞争对手的店铺以及自己品牌的优势特征，然后结合目标受众和一些后期运营思路来进行栏目规划。比如：很多淘宝店注重互动沟通，就会加一些帮派、社区的栏目，而对品牌历史个性很注重的，一般都会有品牌溯源的栏目。

同时，产品分类也是一个非常重要的课题，怎么划分能让消费者购物体验更佳，需要反复测试考量，才能得出结论。

规划好之后，才是美工设计执行，从店招、店标、首页到产品展示页模版，再到栏目品牌页的个性设计等，一定是在店铺规划好的风格下进行视觉表现。淘宝设计，有一个比较特殊的要求：热闹而不杂乱，要有购物的氛围，同时要清晰有序。

>4.淘宝运营第四步 策划包装产品

这一步应该是运营的关键。一个店铺的转化率高低有很多因素影响，但是产品绝对是最重要的元素。

产品策划包含的内容非常广和多。首先就是产品线和产品组合策划，做淘宝一定要确定好引流产品、阻击产品、利润产品、后续产品，而这又和产品定价相结合，形成完整的产品宽度和产品组合，实现热销和利润平衡统一。对于很多传统企业来说，还面临一个重要问题，那就是怎么解决线上线下的产品渠道冲突问题。

产品策划第二部分就是产品宝贝页面的策划和执行了。如何展现产品最有销售力、产品图片怎么拍最能打动消费者、产品销售文案怎么写才能大卖特卖？产品文案是以理性阐述为主还是感性打动为主？相对竞争对手，我们的优势是什么？怎么突出来？这些问题都需要通过分析策划才能初步做好。

>5.淘宝运营第五步 商品促销运营

商品促销运营和产品策划其实相辅相成，并且和下一步的推广运营三者组成日常运营的核心。淘宝店铺的商品促销，可以分成三大类：一参加淘宝各种促销活动；二、策划创意自己店铺各种主题活动；三、利用关联销售、交叉销售等手段方式，实现商品生动化，提升用户粘性，提升客单价。这三种促销活动相互联系，并且下面又有很多种形式，这些手段组合使用，可以打造爆款产品，实现销售飞跃。

提醒大家，促销只是手段，目的是增加销售。但是，目前很多淘宝店铺陷入了无促销无销售，有促销才有销售的怪圈，主要还是店铺和品牌缺少独特的卖点和差异化，无个性，没有吸引人的独特点，品牌无溢价能力，更没有粉丝。

>6.淘宝运营第六步 推广运营

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！