

# 县域商业建设指南

(征求意见稿)

2021 年 8 月

# 目 录

前 言.....	2
一、适用范围.....	4
二、建设目标.....	4
三、基本原则.....	7
四、完善县域商业网络体系，提升农村市场供给能力.....	8
（一）增强县城商业综合服务和辐射带动能力.....	9
（二）把乡镇建成服务周边的重要商业中心.....	10
（三）积极推进村级商业的规范化建设.....	11
（四）丰富农村消费市场.....	12
五、推动农村电商和农村物流融合发展，打通城乡双向流通渠道.....	13
（一）推动农村电商快递物流网点共建共享.....	14
（二）发展农村物流共同配送等新模式新业态.....	16
（三）鼓励发展农村商贸物流.....	17
（四）扩大农村电子商务覆盖面.....	17
（五）规范农村电商快递物流发展环境.....	18
六、提升农产品流通效率，推动县域商业助农增收.....	18
（一）加强农产品冷链物流设施建设.....	18
（二）推动农贸市场、菜市场标准化升级改造.....	20
（三）改善乡镇集贸市场面貌.....	20
（四）完善农产品市场的公益性功能保障机制.....	21
（五）强化产销对接长效机制.....	22
七、发展现代供应链，培育农村新型市场主体.....	23
（一）引导大型企业开展供应链赋能.....	23
（二）支持本地商贸流通企业的供应链建设.....	23
（三）培育农村商业带头人.....	24
八、加强农村市场监管，改善县域消费环境.....	24
（一）加大农村市场监管力度.....	25
（二）规范农村市场秩序.....	26
九、工作保障机制.....	26
十、参考标准和规范.....	29
附件：关于《县域商业建设指南》的起草说明.....	31

## 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、任务、政策机制等进行部署。为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写了《县域商业建设指南》（以下简称《指南》），对《意见》中的重点任务进一步细化和规范，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，以及地方工作保障机制等进行规范。第 10 章列出了参考的标准和技术规范。

《指南》侧重于农村商贸流通领域，重点对县乡村商业网络体系、物流配送“三点一线”以及农产品流通、农村市场主体等进行规范。《指南》未能尽录农业、科技、资本、要素、环境等县域商业重要相关内容，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、县级物流配送中心、村级便民商店等商业网点的面积、功能、设施设备规范，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，并借鉴了人均商业面积等参照值。编制过程中，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》作为试行版本，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，广泛征集意见建议，适时组织修订。

## 一、适用范围

本《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。本《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

按照“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”县域商业建设行动总目标，以县、乡、村商业网络和物流配送“三点一线”的建设改造为中心，同步推动县域商业网点设施、功能业态、市场主体、消费环境等的全面提升。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，升级改造县城综合商贸服务中心和物流配送中心，建设一批乡镇商贸中心、村级便利店，形成高低搭配、衔接互补、县乡村联动的县域商业网点布局。到2025年，实现100%的乡镇有商贸中心，对具备条件的行政村完成商业网点改造。

——**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、农业经营主体等的对接，提供物流、营销、信息、金融等集成服务。扩大农村电商覆盖面，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、消费促进等方面发挥带头作用。

——**双向物流畅通**。将农村物流配送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，重点提高村级快递通达率，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，对具备条件的行政村实现村村通快递。

——**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	开展工作	2025年数量指标	2025年功能目标	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	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	乡镇覆盖率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100%	满足村民就近、便利消费	约束性
4	商贸物流	建设改造县级物流配送中心	≥1个	配送覆盖县城和主要乡镇村便民商店	约束性
5	快递物流	行政村快递通达率	具备条件的行政村通达率100%	建设改造一批乡镇村快递服务站点，开展日常生活消费品、农资以及快件接取送达服务	约束性
6	共同配送★	推动县域邮政、快递、商贸物流等资源整合，发展共同配送	全县50%以上的电商快递开展共同配送	主要快递企业等市场化合作，实现信息、配送等整合，开展共同配送。具备条件的县初步实现商贸物流、电商快递和农产品上行统仓共配	约束性
7	农村电子商务	扩大农村电商覆盖面	快递配送等农村电商服务对具备条件的行政村100%覆盖	网购商品基本配送到村，特色农产品建立电商品牌	约束性
8	农产品流通	农产品冷链物流设施建设	产地低温处理率提高到30%		预期性
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		主要农产品市场公益性进一步增强，建立保供稳价队伍	预期性
11	农村市场主体	本地商贸流通企业转型升级	培育至少1家龙头商贸流通企业	完成数字化、连锁化改造，建立供应链服务体系，引领县域商业发展	预期性

12	农村市场秩序	农村食品安全监管	主要食品流通企业风险等级评定率达到100%		预期性
13	县域商业规划	编制专门的县域商业发展规划		与国土空间总体规划“一张图”叠加	预期性
14	县域消费统计	建立县域消费统计体系		建立县域社会消费品零售额、网络零售额、规模以上商贸流通企业等统计指标	预期性

注：★共同配送主要适用于中西部县域。东部县和人口稀少、偏远县可根据本地物流发展情况，创新物流资源整合模式，合理确定指标规范。

### 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。政府加强普惠性、基础性、兜底性基础设施建设，优化政策供给，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，因地制宜、大胆探索、先行先试，以点带面实现创新发展。

**（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，合理确定商业网点布局、功能业态、数量规模、辐射范围等建设内容。立足实际、适度超前、侧重服务。规范大型商业综合体、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▲
县城综合商贸服务中心	基本型	1.提供果蔬肉蛋、食品、洗护用品、家居百货等商品零售，满足县域居民日常消费需求。 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。让县域居民不出县就能满足大部分消费需求。	经营面积一般在10000 m <sup>2</sup> 以上。偏远、人口稀少的县可适度降低要求，下同。	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。可根据实际需要，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，满足县域居民大件消费需求。 2.提供娱乐、休闲、亲子、健身、教育、物流、金融等业态，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 <sup>2</sup> 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，可根据实际需要，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、奢侈消费需求。 2.发展品牌直营连锁、直播网购、美容美妆、文化创意、中	经营面积一般在30000 m <sup>2</sup> 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，可根据实际需要，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、

	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。			冷链等设施设备。
--	--------------------------------------	--	--	----------

注：★主要功能、业态为约束性规范，面积、设施设备等为预期性规范，各地可根据县域商业发展阶段提高标准，欠发达地区可适度降低标准。下同。

## （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的优势，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，使乡镇基本上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、食品、洗护用品、日用百货等生活必需品销售，满足乡镇村居民实用型消费。 2.提供餐饮、理发等基本生活服务。 3.以单体超市为主体、兼具生活服务的商业业态，不包括步行街、商业地产等业态。	一般在1000 m <sup>2</sup> 左右。 偏远、人口稀少乡镇可适度降低标准。	西部地区人口低于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。 可根据实际需要，可配备电子收款机（POS机）、电脑、打印机等设备和信息系统。

<b>增强型</b>	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、金融、农产品收购等服务。 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。	一般在1000-3000㎡左右。	中西部地区人口在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、简易仓储、加工、冷藏、配送设施设备。 并建有临时停车位。
<b>提升型</b>	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.通过信息平台,整合乡镇村线上线下生活服务需求,打造一站式便民服务平台。	一般在3000㎡以上。	东中部地区人口在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,配备仓储配送设施、线上线上购物等相关设备。 建有固定停车场。

### (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、连锁商贸流通企业通过特许加盟、联营联销、供应链赋能等方式,新建一批村级连锁商店,对现有村级夫妻店、小卖部等商业零售网点进行标准化改造,为村民提供日用消费品、农资、电商、电信、金融、快递收发等多样化服务,保障农村居民就近便利消费和基本生活服务。

<b>重点工作3: 建设改造村级便民商店</b>					
村级	类型	功能	规模	适用范围	设施设备

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.提供手机话费充值等服务。	经营面积不低于100 m <sup>2</sup> 。 商品单品(SKU)不低于100种。	西部常住人口少于1000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。
	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、快递代收代发、复印等服务。 2.提供农产品需求、劳务、房屋、培训等中介信息服务。 3.提供简易农资农具等销售。	经营面积在100-200 m <sup>2</sup> 。 商品单品(SKU)不低于300种。 商品统一采购率不低于50%。	中西部常住人口1000-3000人以上的行政村。	除上述设施设备外,可根据实际需要,配置生活缴费、快递手持终端设备、复印机、农资存放等设备,接入互联网。
	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、金融保险等服务。 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。	经营面积在200 m <sup>2</sup> 以上。 商品单品(SKU)不低于500种。 商品统一采购率不低于70%。	东中部常住人口3000人以上的行政村。	除上述两类设施设备外,可根据实际需要,配置与连锁经营、金融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、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。**建设一批商旅文娱体等融合发展的特色商贸镇。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、废旧物资回收等便民服务。

**4.加强农业生产资料市场建设。**鼓励农资市场主体共建共享，发展直供直销、连锁经营、统一配送等现代流通方式。推动传统农资流通企业向现代农资综合服务商转型，健全农资流通网络。引导服务组织面向小农户、家庭农场、合作社等，发展测土配方施肥、机具租赁等社会化服务。

## **五、推动农村电商和农村物流融合发展，打通城乡双向流通渠道**

将农村电子商务、快递物流与县域商业体系建设、促进农村消费紧密结合起来，发挥邮政、供销基层优势，加强县域电商、快递、商贸物流等资源整合，补齐末端物流短板，扩大农村电商覆盖面，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、县级电子商务公共服务中心等重组整合，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。鼓励农村超市、便利店、夫妻店等发展电子商务、快递收发等便民服务，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.提供物流或快递件的仓储、分拣、中转、配送等服务，配送范围覆盖县城和主要的乡镇村。 2.物流或快件吞吐量占全县的20%以上。快递配送到村一般不超过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 m <sup>2</sup> 。 地广人稀、交通不便的县可适度降低标准。	中西部每平方公里人口密度低于100人的县。	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。
	增强型	除上述功能外,同时具备以下功能: 1.物流或快件吞吐量占全县的30%以上。快递配送到村一般不超过2日。 2.开展统仓共配等共享物流模式。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。	一般在10000-30000 m <sup>2</sup> 左右。	中西部每平方公里人口密度100-400人的县。	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。 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	<p>除上述两类功能外，同时具备以下功能：</p> <p>1.物流或快件吞吐量占全县的50%以上。快递配送到村一般不超过2日。</p> <p>2.具有较高的信息化、自动化、标准化水平。</p> <p>3.提供平台交易、运输监控、支付结算、金融保险、大数据分析等全链条服务。</p>	一般在30000 m <sup>2</sup> 以上。	东中部每平方公里人口密度在400人以上的县。	除上述两类设施设备外，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、低温物流箱等冷链物流设备，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.加快农村电商快递网点布局：**鼓励农村邮政、供销、电商、快递、运输、商贸流通等下沉网络和服务，以村级便利店、夫妻店、村邮站为载体，建设改造一批乡镇村快递服务站点，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，加快村邮所、村级电商服务站点等现有网点设施的改造升级，提高村级快递通达率。
- 2.增强农村电商快递网点综合服务能力：**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，丰富快递收发、电商交易、信息查询、便民缴费等功能，增强可持续运营水平。
- 3.加强农村电商快递网点信息化改造：**加快农村电商快递网点信息化改造，推动有条件的站点联通物流快递企业、县级物流配送中心等统一信息平台，提高物流配送效率。
- 4.加强农村电商快递网点监督管理：**加强行业指导监督，规范农村快递物流服务价格，保障基层站点、快递员工等合法权益，清除农村快递“二次收费”等不合理现象。

### （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、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。

<b>重点工作 6：发展农村物流共同配送</b>	
<p><b>基本概念：</b>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。</p>	
<b>运作形式</b>	<p><b>“1+N”模式</b> 由一家快递、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。</p>
	<p><b>“N+1”模式</b> 多家物流企业签订协议，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。</p>
	<p><b>第三方模式</b> 多家物流企业委托一家第三方物流企业，进行业务整合，开展共同配送服务。</p>
<b>工作要求</b>	<p><b>市场化原则：</b>鼓励邮政、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，确定一家有实力的企业集中开展仓储、分拣、配送等服务。</p> <p><b>加强政策协同：</b>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。</p> <p><b>“五统一”原则：</b>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。</p>
<b>推进步骤</b>	<p>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。</p> <p><b>初级整合阶段：</b>鼓励电商、物流、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、乡镇村快递服务站点、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。</p> <p><b>统仓共配阶段：</b>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，搭载日用消费品、农资下乡和农产品进城双向配送服务，推动物流快递统仓共配。</p>

<p><b>充分整合阶段：</b>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，推广供应商库存（VMI）等模式，引导共同配送企业全程标准化管理。</p>
---

### **（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、个体工商户等提供家电、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。**

加强对农村快递物流服务定价的指导监管，简化农村快

递业务经营许可程序，完善农村快递末端网点备案流程，选择信誉好的农村物流、快递、商贸企业和乡村电商服务站点纳入快递许可范围，扩大快递物流配送半径。督促快递企业依法保障农村快递从业人员社保、薪酬等合法权益。

## **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；改造升级一批农贸市场、菜市场、集贸市场，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，产地集配中心有关建设标准具体可参照《农产品产地集配中心建设规范》（SB/T 10870.1）执行。

**2. 推进农产品仓储保鲜冷链物流设施建设。**加快补齐产

地预冷短板。支持新型农业经营主体等在产地配备移动式冷库等冷藏保鲜设施，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，配备低温配送设备。健全完善农副产品、商超配送、邮政快递等领域周转箱相关标准，鼓励和引导交通运输、连锁商超、大型集贸市场、物流仓储、电商及邮政快递、农资流通等龙头骨干企业，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7：农产品产地冷链设施建设**

- 1.通风贮藏库：**在马铃薯、甘薯、山药、大白菜、胡萝卜、生姜、小米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。

### **（三）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。

**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、道路系统及服务设施改造升级，逐步清除马路市场，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。

#### **（四）完善农产品市场的公益性功能保障机制。**

鼓励通过产权回购、现代化升级改造、购买服务等方式，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、土地使用权作价入股、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**，可通过回购回租、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。

#### **（五）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、采购会等形式多样产销对接活动。鼓励标准化生产、供货稳定的龙头农产品生产流通企业参与，为农民专业合作社、家庭农场、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、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、农民合作社、农业企业等新型生产主体，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）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。

## （二）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。

<b>重点工作 8：培育县域龙头商贸流通企业</b>		
<p><b>培育对象：</b>在商品批发、零售、农资、生活服务等领域，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。每个县培育至少 1 家龙头流通企业。</p>		
<b>经营 规模</b>	<b>东部地区</b>	批发企业年销售额一般在 1 亿元以上，零售企业年销售额一般在 5000 万元以上，餐饮、住宿等服务企业营业收入在 5000 万元以上。
	<b>中西部地区</b>	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在 3000 万元以上。欠发达地区可根据实际适度降低标准。
<b>培育 内容</b>	<p>——鼓励<b>传统零售企业</b>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。</p> <p>——鼓励<b>传统批发企业</b>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。</p> <p>——支持<b>连锁商贸流通企业</b>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。</p>	



	<p>——鼓励<b>餐饮、住宿、生活服务类企业</b>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。</p>
实现功能	<p>——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。</p> <p>——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。</p> <p>——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、夫妻店等提供集中采购、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。</p>

### （三）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、电商应用等专业培训。开展新型商业带头人培育计划，加强与电商、物流、商贸流通企业的实习实训合作，举办各类创新创业和技能大赛，挖掘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

突出重点商品、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、销售不合格商品、以次充好、以假充真、掺假使假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、传销等各类违法行为。

**2.加强农村食品安全监管。**落实“四个最严”要求，紧盯农村集市、小餐馆、流动摊贩等薄弱环节，加强餐饮、食用油、肉蛋奶、副食品、调味品等食品安全执法监督。加强源头治理，严查经销不合格食品，严厉打击制售假冒伪劣食品违法行为，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.建立农村市场准入制度。**严格落实食品生产经营许可证制度，严查无证无照、进假售假、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，按照相关部门的职能

分工依法查处和取缔无照经营违法行为。

**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，如实记录食品、商品名称、规格、数量、供货商及其联系方式、进货时间等内容。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。

**3.完善农村消费维权机制。** 倡导利用基层远程教育网等社会资源，建立 12315 城乡远程维权平台，畅通农民消费者申诉举报渠道。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，依法受理消费咨询、申诉和举报，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。地方各级人民政府要建立商务部门牵头，农委、发展改革、财政、农业农村等多部门参与的县域商业工作协

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。**各地要对照前期商务部组织的县域商业建设情况问卷调查，进一步丰富和完善调查内容，对本县域的商业设施、物流配送、生活服务业、农产品流通等农村商业体系建设情况进行全面摸底，系统梳理，形成“十四五”农村商业建设的工作底数。

**（三）加强规划引领。**鼓励有条件的县编制商业网点布局专项规划，加强与国土空间总体规划“一张图”对照叠加。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，对县域商业建设作出全面细致的部署。

**（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，作为中央财政支持和考核的重要依据。

**（五）强化考核机制。**各地要将县域商业体系建设工作纳入省、市、县乡村振兴考核体系，鼓励有条件的地方将县域商业发展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。**鼓励有条件的县将县域商业体系建设专题培训纳入全国干部教育培训、乡村振兴主题培训等，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

## 附件 2

# 关于《县域商业建设指南》的起草说明

为落实国务院常务会议部署和国务院领导同志指示精神，指导和规范各地开展县域商业体系建设工作，推动县域商业高质量发展，为乡村振兴和构建新发展格局提供有力支撑，商务部会同有关单位编制了《县域商业建设指南（征求意见稿）》（以下简称《指南》）。现就有关情况说明如下。

### 一、《指南》起草背景

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。党中央、国务院高度重视县域商业。习近平总书记指出，必须把建设现代流通体系作为一项重要战略任务来抓，要推动农村流通设施和业态融入现代流通体系。今年4月27日，李克强总理主持国务院常务会议，部署加强县域商业体系建设，促进流通畅通和农民收入农村消费双提升。胡春华副总理多次作出批示要求，专题研究部署有关工作。

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，经国务院批准，今年6月11日，商务部会同有关单位印发了《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。为指导和规范各地开展县域商业体系建设，商务部会同有关单位组织编写了《指南》，对《意见》中的重点任务进一步细化和规范，作为《意见》配套操作细则。

## 二、《指南》主要内容

《指南》除前言外，共分10个章节、8项重点工作。

**第一章“适用范围”。**明确《指南》主要适用于规范省级主管部门、县级行政区划（县、县级市、自治县、旗）县域商业体系建设有关工作。

**第二章“建设目标”。**提出“十四五”时期实施县域商业建设行动，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的总体目标。从网点布局、功能业态、市场主体、物流、消费环境5个维度，描绘了县域商业建设的具体目标。

**第三章“基本原则”。**提出要坚持市场化原则，更好发挥政府作用，聚焦短板、注重民生，加强统筹协调，因地制宜、实事求是开展工作。

**第四章“完善县域商业网络体系，提升农村市场供给能力”。**提出要把县域作为统筹农村商业发展的重要切入点，加强县乡村三级商业网络建设，丰富农村消费市场，满足农

村居民分层分类消费需求。对**建设改造县城综合商贸服务中心、乡镇商贸中心、村级便民商店**3项重点工作提出了具体的规范性要求。

**第五章“推动农村电商和农村物流融合发展，打通城乡双向流通渠道”**。强调发挥邮政、供销基层优势，完善农村电商快递末端网络，发展共同配送，规范电商快递发展环境，加快贯通县乡村电子商务体系和快递物流配送体系。对**建设改造县城物流配送中心、农村快递物流末端网络、发展农村物流共同配送**3项重点工作提出了具体的规范性要求。

**第六章“提升农产品流通效率，推动县域商业助农增收”**。提出从农产品冷链物流、农产品商品化处理、农产品市场公益性功能、产销对接长效机制以及农贸市场、菜市场、乡镇集贸市场升级改造5个角度，增强农产品上行能力，带动农民增收。对**农产品产地冷链设施建设**重点工作提出了具体的规范性要求。

**第七章“发展现代供应链，培育农村新型市场主体”**。提出引导大企业供应链下沉，加强本地商贸流通企业的供应链建设，培育农村商业带头人，提升农村多元化市场主体的竞争力和服务水平。对**培育县域龙头商贸流通企业**重点工作提出具体的规范性要求。

**第八章“加强农村市场监管，改善县域消费环境”。**强调要突出重点商品、重点区域、重点场所、重点时段，抓好打击侵权假冒、食品安全、农资市场工作，健全市场准入、经营、消费维权制度机制。

**第九章“工作保障机制”。**围绕“可量化、可考核”要求，明确了县域商业体系建设组织领导、摸清底数、规划引领、量化目标、考核机制、总结推广6个方面机制要求，确保工作落地，发挥实效。

**第十章“参考标准和规范”。**列出了《指南》编制过程中，参考的相关部门、行业协会发布的标准、技术规范。

### 三、其他需要说明的问题

**（一）关于《指南》重点。**为贯彻胡春华副总理在全国农村商业建设工作现场会上的重要讲话精神，根据国务院常务会议部署，县域商业建设行动的主要目标是：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，年均新增农村网商（店）100万家。《指南》坚持目标导向，突出重点，侧重于农村商贸流通领域，对县乡村商业网络、农村物流配送“三点一线”主要任务提出约束性规范，对农产品流通、市场主体、消费环境等重要任务提出预期性规范。对其他未纳入《指南》的工作，鼓励各地结合实际进一步丰富和完善。

**（二）关于网点类型。**《指南》坚持因地制宜、实事求是，立足东中西差异和各地不同商业发展阶段，加强分层分类指导。对县乡村商业网点、物流配送中心等建设改造分为基本型、增强型和提升型3种类型。其中，**基本型**主要保障农村居民“吃穿住用行”基本消费需求，具备相应的功能、业态、设施设备，适用于西部人口较少、商业欠发达的县。**增强型**主要满足农村居民“吃喝玩乐购”多样化升级消费需求，具备相应的功能、业态、设施设备，适用于中西部人口相对集中、商业较发达的县。**提升型**主要满足农村居民高端、品质消费需求，具备相应的功能、业态、设施设备，进一步缩小城乡消费差距，适用于东中部人口集中、商业发达的县。“十四五”时期，大部分县域要达到增强型商业标准，鼓励有条件的县域发展提升型商业，做好欠发达县域基本型商业保障。

**（三）关于指标规范。**《指南》确定的工作指标和规范，参考了相关部门、行业协会发布的标准和技术规范，借鉴人均商业面积等参照值，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，充分考虑东中西和城乡差异，选取具有一定代表性、合理范围内的数值。

**1. 县城综合商贸服务中心：**主要功能、业态参考《购物中心建设与管理技术规范》《购物中心业态组合规范》等制

定，为约束性指标（下同）。面积、设施设备等参考了《零售业态分类》“社区型购物中心（包含停车场）一般建筑面积在 10000-50000 m<sup>2</sup>”等界定，结合县城商业设施特点，按照基本型、增强型、提升型 3 种类型，确定为 10000-20000 m<sup>2</sup>、20000-30000 m<sup>2</sup>、30000 m<sup>2</sup> 以上 3 个范围。

**2.乡镇商贸中心：**主要功能、业态参考《超市等级划分要求》《超市购物环境》制定。面积、设施设备等参考《零售业态分类》“中型超市一般在 2000-5999 m<sup>2</sup>”等界定，考虑乡镇中型超市（商贸中心）一般为单层经营的实际，按照基本型、增强型、提升型 3 种类型，确定为 1000-2000 m<sup>2</sup>、2000-3000 m<sup>2</sup>、3000 m<sup>2</sup> 以上 3 个范围。

**3.村级便民商店：**主要功能、业态参考《便利店类别和服务规范》《便利店分类》等制定。面积、设施设备等参考《零售业态分类》《便利店分类》“社区便利店一般在 50-199 m<sup>2</sup>，农村便利店一般在 80-150 m<sup>2</sup>”等标准，考虑到农村便民商店多是“前店后宅”情况，按照基本型、增强型、提升型 3 种类型，确定为 50-100 m<sup>2</sup>、100-200 m<sup>2</sup>、200 m<sup>2</sup> 以上 3 个范围。

**4.县级物流配送中心：**主要功能、业态参考《物流中心分类与规划基本要求》《农村日用消费品配送中心运营管理规范》等制定。占地面积、设施设备等考虑到现有县

级物流配送中心多建在老城区，新建物流配送中心多建在城乡结合部和主干道附近等不同情况，按照基本型、增强型、提升型 3 种类型，确定为 5000-10000 m<sup>2</sup>、10000-30000 m<sup>2</sup>、30000 m<sup>2</sup> 以上 3 个区间。

**5.电商快递共同配送率：**参考《商贸物流园区建设与运营服务规范》《电子商务物流服务规范》，结合全国县域商业调研摸底情况，初步开展共同配送的县电商快递共同配送率一般在 30%-50%。在此基础上，确定到 2025 年县域电商快递共同配送率达到 50%的约束性指标。

**6.行政村快递通达率：**参考邮政局《快递进村三年行动方案（2020-2022 年）》“到 2022 年符合条件的建制村基本实现村村通快递”目标，按照行政村行政区划，确定 2025 年前，具备条件的行政村快递通达率达到 100%的约束性指标。

**7.商品统一采购率：**参考《连锁经营术语》，商品统一采购率（集中采购率）是供应商向零售商提供统一采购和配送的商品数量，占零售商采购商品总量的比重，包括连锁经营总部向直营、加盟零售网点提供商品统一采购的行为。从调研情况看，除了初加工农产品、手工制品等，多数农村商店销售的商品标准化程度较高，统一采购率接近 50%。为推

动农村商业连锁化发展，对增强型、提升型农村便民商店确定统一采购率分别达到 50%、70%的预期目标。

**8.农产品（果蔬）产地低温处理率：**根据调研情况，目前，全国果蔬类农产品产地低温处理率约为 10%左右。参考发展改革委“十四五”冷链物流发展规划，确定到 2025 年，果蔬产地低温处理率达到 30%的预期目标。

**9.食品流通企业风险等级：**根据《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例等法律法规，规定食品生产经营者风险等级从低到高分 A、B、C、D 级风险四个等级，相对应每年至少监督检查的次数分别为 1 次、1—2 次、2—3 次、3—4 次。结合地方实践，力争到 2025 年对农村主要食品流通企业风险等级评定率达到 100%的预期目标。

《指南》作为试行版本，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，广泛征集意见建议，适时组织修订。