渑池县电子商务进农村工作领导小组办公室文件

渑电办发〔2018〕5号

关于印发渑池县促进农产品网络销售

实施方案的通知

各乡（镇）人民政府，相关县直单位：

现将《渑池县促进农产品网络销售实施方案》印发给你们，请认真贯彻落实。

 渑池县电子商务进农村工作领导小组办公室

 （渑池县商务局代章）

 2018年11月13日

渑池县促进农产品网络销售实施方案

为推动我县农产品网上营销，打破地域空间限制，充分开拓农产品国内、国际两个市场，提高特色农产品知名度，降低流通成本，解决农产品卖难问题，增加农民收入，特制定本方案。

一、总体要求

**（一）指导思想**

以习总书记系列讲话精神为指导，坚持“企业主体、政府推动、市场运作、社会参与”的原则，以电子商务网络营销为手段，促进现代农业流通方式转变和农民持续增收，大力推进电商企业（网店）组织化、专业化、规模化程度，推动我县农产品外销，努力把农产品电子商务培育成我县现代农业发展新的增长点。

**（二）主要目标**

培育和引进一批电子商务企业和电商配套服务企业，逐步形成若干电子商务平台和服务体系，电子商务应用领域进一步拓展，服务产业链日益完善，交易规模持续扩大，竞争力不断增强，对全县经济社会发展的贡献率显著提高。加快发展电子商务网络营销，强力推进“双椒一药”、”仰韶三宝”等特色农产品网上销售，拓宽农产品销售渠道，促进农民增收。

二、主要任务和职责分工

**（一）做好农产品信息网上发布工作。**县商务、农业等部门和乡镇，要组织发动农民专业合作社、生产加工企业、外贸进出口企业、运销大户等在中国农产品交易网、中国农产品信息网等全国影响较大的网站，定期发布我县主要农产品信息，提升我县农产品的知名度和影响力。发布内容包括农产品的单品特点、数量、价格、上市时间以及企业（合作社）简介、联系方式等。县农业局负责组织农民专业合作社、运销大户，县工信委负责生产加工企业，县商务局负责外贸企业和批发市场在网上发布农产品信息。（牵头单位：县商务局、县农牧局、县工信委。配合单位：各乡镇）

**（二）引导农产品销售企业（个人）在专业电商平台开店销售。**县商务、农业等部门和乡镇要组织、引导和支持农民专业合作社、农产品生产加工企业、营销企业和运销大户在淘宝、天猫、苏宁、京东等国内知名电子商务平台开设旗舰店、专卖店，借助其品牌优势，开展农产品网上营销。（牵头单位：县商务局、县农牧局、配合单位：各乡镇）

**（三）培育扶持一批有影响力的电子商务企业，不断扩大电子商务经营主体。**选择县内有代表性的生产加工、营销企业、运销大户，在资金筹措、人才培训、技术服务等方面给予支持，帮助其发展电子商务。到2018年，全县有影响力的电子商务企业达到40家。鼓励个体市场和质量监督管理户、下岗职工、农村致富带头人、大学生、“两后生”等开设网店，实现创业就业。实施“电子商务进农村工程”，依托“万村千乡”、“益农社“、”邮乐购“等资源，实现贫困村服务点100%全覆盖；力争到2019年底，全县行政村覆盖率达到60%以上。（牵头单位：县商务局、县农牧局、邮政公司。配合单位：各乡镇）

**（四）加快物流配送体系建设**。县交通局要以完善物流网络，提高配送效率、降低物流成本为目标，积极发展与电子商务相配套的物流配送。通过电子商务高效集约的流程再造，实现信息流、物流、商流、资金流“四流合一”。支持重点物流企业建设物流配送系统，优化物流配送布局，整合物流资源，加快建立县、乡镇和村三级物流配送体系。依托户联速递物流系统整合资源优势，进一步拓展快递业务范围，降低快递业务收费，充分利用物流网络，为电子商务企业（网点）进一步提供物流保障与支持，大力发展第三方物流。推动农村流通设施和农产品批发市场信息化提升工程，鼓励和支持电商企业参与农产品流通和农村物流体系建设。（牵头单位：县交通局、配合单位：县商务局、各乡镇）

**（五）依托现有网络资源拓展产品外销市场。**依托全国农产品商务信息公共服务平台、陕西新农村商网和“万村千乡”农家店，探索采取“企业+基地+网店”或“协会+合作社+网店”模式，发挥企业、协会和专业合作社作用，大力发展农产品网络营销和订单农业，进一步拓展我县特色农产品的销售渠道，扩大销售规模，促进农民增收。（牵头单位：县商务局。配合单位：县农牧局、各乡镇）

**（六）积极推进跨境电子商务。**落实跨境电子商务的优惠政策和便利措施，积极为跨境电子商务企业提供通关、商检、结汇、退税等“一站式”服务。（牵头单位：县商务局。配合单位：县农业局、县工信委、县财政局）

**（七）加强电商人才培训。**加强电子商务人才培养，鼓励社会教育机构参与电子商务人才培养。邀请淘宝大学等有关方面的专家、教授，特别是淘宝开店经验丰富、业绩优秀的营运企业，对特色农产品销售企业、农业合作社、种养殖大户等进行电子商务培训。优化培训教程，并对县内退役士兵、大学生村官进行集中短期创业培训，引导他们通过设立“淘宝网店”发展电子商务。（牵头单位：县教育局、县人社局、县商务局。配合单位：团县委、县农牧局、各乡镇）

**（八）加快创建特色农产品精品和品牌。**县农业畜牧局、工商质监等部门要加快“三品一标”（无公害农产品、绿色食品、有机食品及农产品地理标志）认证工作，培育一批产量大、品质优、影响广泛的特色农产品，提升我县农产品的质量和档次，扩大产品的市场竞争力。市场和质量监督管理部门要加强特色农产品的品牌商标注册培育工作，通过全方位的包装、策划、宣传推广等活动，打造特色知名品牌，促进农产品的线上线下销售。（牵头单位：县农业畜牧局、县工商质监局。配合单位：各乡镇）

三、支持政策

**（一）财政支持。**设立专项资金，对销售突出的网店给予奖励。对在电子商务平台年交易额或单一品牌年交易额名列全县前5的企业，以“以奖代补”的方式给予补助。要加大对市场前景好、带动能力强的农产品流通企业和营销大户的支持力度，对农产品网上交易企业、运销企业、农产品标准化生产基地和兴办仓储保鲜设施、引进先进技术设备等方面给予重点扶持。（牵头单位：县财政局。配合单位：县农牧局、县商务局）。

**（二）金融支持。**鼓励金融机构积极探索无形资产和动产质押融资方式，扩大电子商务企业贷款抵质押品范围。积极发展小额贷款保证保险，缓解电子商务企业抵押担保难的问题。积极探索适合电子商务企业的融资产品，提高中小企业信贷审批和发放率。鼓励银行拓展电子银行服务业务，强化在线支付功能；加强与电子商务企业的合作，发展电子票据、移动电话支付等新型电子支付业务，推出适合电子商务特点的支付产品和服务。（牵头单位：县金融办）

**（三）用地支持。**优先保障重大电子商务项目用地。对重点电子商务项目或招商引资电子商务项目，国土部门要优先安排用地指标，保障项目落地。鼓励利用存量土地发展电子商务产业，在不改变用地主体、不重新开发建设等前提下，利用工业厂房、仓储用房等存量房产、土地资源兴办电子商务企业，其土地用途可暂不变更。（牵头单位：县国土局。配合单位：县商务局）

四、工作措施

**（一）加强组织协调。**采取得力措施，认真抓好农产品网络营销工作。县直各相关部门要各负其责、相互配合，根据各自职能抓好协调、服务、指导、督促、检查工作。县委、县政府将把农产品网络营销工作纳入部门（单位）年度实绩考核。（牵头单位：县委组织部、县商务局。配合单位：县农业局）

**（二）放宽准入门槛。**鼓励各类资本投资电子商务产业，电子商务企业登记注册时，除法律、法规和国家已有规定外，一律不设前臵性审批事项。设立公司制的电子商务企业，取消注册资本最低限额、注册资本由实缴制改为认缴制，注册登记时不再提交验资报告。（牵头单位：县工商局）

**（三）争取项目支持。**相关部门要积极争取国家和省市相关项目和资金，加大对农产品网络营销的支持力度，在申报安排农业产业化、扶贫开发、农业综合开发、市场建设等项目时，优先考虑向网络营销农产品的生产、营销企业、种养殖大户予以倾斜。（牵头单位：县商务局、县发改委、县农牧局。）

**（四）加强电子商务市场管理。**加大网络市场监管力度，严厉打击制假售假、价格欺诈、不正当竞争等行为，维护市场秩序，努力营造诚信经营、放心消费的良好环境。相关部门要健全农产品质量安全监管体系，建立完善设施瓜菜、畜禽产品、特色林果产品市场准入和产地准出制度，加大例行检测力度，严肃查处取缔无证无标经营行为，保护品牌商标，维护渑池农产品良好信誉，促进全县农产品网上交易顺畅平稳。（牵头单位：县市场和质量监督管理局。配合单位：县农牧局、县商务局）

**（五）加强宣传推介。**充分利用搜索引擎、政府门户网站、微博、微信、QQ群等新型网络媒体和报纸、杂志、广播电视等媒体大力宣传我县特色农产品，提升我县特色农产品的知名度。借助利用网络平台、展示展销会等多种渠道，宣传渑池县农产品的特色优势，提高渑池县农产品在全省、全国的知名度。（牵头单位：县委宣传部。配合单位：县文广局、县电视台、县商务局、县农业局、各乡镇）

**（六）加强电商人才培训。**加强电子商务人才培养，鼓励社会教育机构参与电子商务人才培养。引进专业营运团队，对特色农产品进行专业设计、打造，提高渑池农产品的知名度和品牌影响力。（牵头单位：县委宣传部。配合单位：县文广局、县电视台、县商务局、各乡镇）

附件：农产品网络销售步骤及方式

农产品网络销售步骤及方式

一、农产品上行流程

1.商标注册

企业注册商标，作为企业的无形资产，可以转让（投资），可以抵押，许可使用，创造收益，还可以继承。同时也是入驻电商平台的必要条件。

**1.1**商标注册流程

**1.11**商标查询

商标查询是商标申请非常重要的一个环节，做好这一步可以让我们的事半功倍。了解自己商标注册成功率。完善自己的商标注册计划，避免浪费时间浪费财力。

**1.12**提交商标申请

申请商标根据申请人的不同，商标的申请也会不同。以企业名称申请注册的，需提供营业执照复印件，并需在营业执照复印件上加盖公章；以个人名称申请注册的，需提供个人身份证复印件一份和个体工商户营业执照复印件，个体工商户营业执照复印件上需加盖公章；提供商标文字或图样，需要保护颜色的，还需要提供彩色图样；提供拟注册的商品、服务项目，可根据申请人自己经营的商品或提供的服务，参照《商标注册用商品和服务国际分类》（尼斯分类）第十版以及商标局根据上述国际分类表修改的《类似商品和服务区分表》来填写，提供加盖公章或签字的《商标代理委托书》，该委托书可从本网站上；尤其注意，《商标代理委托书》上的地址应于营业执照上的注册地址应完全一致

**1.13**商标形式审查

形式审查的内容是：申请文件的审查、对商标图样规格、清晰程度及必要的说明的审查、分类审查。审查的结果有三种：受理通知书、补正通知书、不予受理通知书。

**1.14**商标实质审查

实质审查是商标注册主管机关对商标注册申请是否合乎商标法的规定所进行的检查.资料检索.分析对比.调查研究并决定给予初步审定或驳回申请等一系列活动。经过3个月的商标公告，无异议后颁发商标证书。

**2.产品包装**

包装设计的一项重要任务就是更好地符合消费者的生理与心理需要，通过更人性化的包装设计让人们生活更舒适、更富有色彩。因此在农产品的包装上，选择不同的包装策略将得到不同的包装效果。

**2.1**突出商品农产品形象的包装策略

突出农产品形象，是指在包装上通过多种表现方式突出该农产品是什么、有什么功能、内部成分、结构如何等形象要素的表现方式。这一策略着重于展示农产品的直观形象。随着购买过程中自主选择空间的不断增大，新产品不断涌现，厂商很难将所有产品的全部信息都详细地向消费者介绍，这种包装策略通过在包装上再现产品品质、功能、色彩、美感等，有助于商品充分地传达自身信息，给选购者直观印象，真实可信，以产品本身的魅力吸引消费者，缩短选择的过程。

**2.2**突出商品农产品用途和使用方法的包装策略

突出商品农产品用途和用法的策略是通过包装的文字、图形及其组合告诉消费者，该农产品是什么样的产品，有什么特别之处，在哪种场合使用，如何使用最佳，使用后的效果是什么。这种包装给人们简明易懂的启示，让人一看就懂，一用就会，并有知识性和趣味性，比较受消费者欢迎。

**2.3**展示企业整体形象的包装策略

企业形象对产品营销具有四两拨千斤的作用，因此，很多企业从产品经营之初就注重企业形象的展示与美誉度的积淀。运用这种包装策略的企业文化积淀比较深厚。有的企业挖掘企业文化透彻，并且能与开发的农产品有机地融合起来宣传，达到了既展示企业文化，介绍其产品，给消费者留下深刻印象，又有利于促销的目的。

**2.4**突出农产品特殊要素的包装策略

任何一种商品农产品都有一定的特殊背景，如历史、地理背景，人文习俗背景，神话传说或自然景观背景等，包装设计中恰如其分地运用这些特殊要素，能有效地区别同类产品，同时使消费者将产品与背景进行有效链接，迅速建立概念。这种包装策略运作得好，给人以联想的感觉，有利于增强人们购买欲望，扩大销路。

**3.**产品溯源

食品安全关系到人民群众的身体健康和生命安全，农产品溯源可建立一个覆盖农产品从初级到深加工各阶段的信息库，一旦出现问题农产品，及时发现、及时处理，同时规范农产品种植、加工，帮助规范化的农产品生产企业树立品牌。以农产品追溯码为信息传递载体，以农产品追溯标签为表现形式，以农产品溯源信息管理系统为服务手段，实现对各类农产品的种植、加工、流通、仓储及零售等各个环节的全程监控，实现农产品生产全程网络化管理，并对农产品追溯信息进行整理、分析、评估、预警，从而完善国家食品安全监管体系。消费者可以随时查询食品的相关信息，确保吃上放心食品，打造智慧农业，保证农产品安全信誉。

**3.1**产品溯源的方式

**3.11**种植管理

种植环节从种子、肥料购入、播种、灌溉、施肥等工作信息记录，到采摘、检测等信息记录，根据非同批次号进行全过程数据采集、监控，实现种植环节信息的追溯管理。同时采用物联网技术在农业上的应用，构建智慧农业，根据无线网络获取植物生长环境信息，如监测温度、湿度、光照强度、植物养分含量等参数，实现所有基地测试点信息的获取、管理、显示和分析处理，对农业园区运行自动化控制、管理。

**3.12**深加工信息管理

从农产品进厂、检测、加工，依次按各批次号进行全程追踪、信息采集，每个加工完的产品都会赋予相应批次号的二维码标签。

**3.13**物流信息管理

通过GPS/GIS技术，对农产品运输全过程进行全面监控和管理，保证农产品的运输过程安全。

**3.14**零售信息管理

终端销售，消费者在购买到农产品后，消费者可通过扫描二维码标签信息进行溯源，让消费者可以买到放心的、健康的、有保证的安全食品。

**3.15**追溯平台网站

建立农产品安全追溯网络平台，终端消费者根据追溯码于网站上直接查询，追溯并了解农产品从种植、深加工、物流等各环节信息，并可查询真伪。

二、线上推广方案

**1．**站内推广方式

**1.1**免费推广资源的运用：

百度SEO优化，谷歌SEO优化，淘宝内部的SEO优化、淘宝社区、淘江湖软文广告、淘帮派推广资源发掘利用、信用评价等。

**1.2**合理利用官方活动

在淘宝举行一般节假日促销时，公司会在以下一些淘宝平台聚划算、类目活动、天天特价、U站等上采取不同的促销活动：

满就送、限时折扣、优惠劵、套餐搭配。同时，在京东，一号店都可以利用官方活动争取大流量，实现品牌输出。

**1.3**有效利用推广工具：

淘宝有淘宝直通车、一淘、淘宝客等，在京东、亚马逊争取广告位等。

**1.4**套餐搭配方案：

为了满足消费者需求的多样性，增强消费者对本品牌的依赖性，开发新产品或进行新产品的组合就显得尤其重要。从产品组合的优化和调整来满足消费者求实又求廉的心理。

**2.**站外营销

**2.1**广告投放

**2.11**在影响力较大的网站首页，如腾讯网、人人网、新浪、搜狐网上打广告，主要以横幅、文本链接、图片链接为主，利用网站本身的知名度获得大量的访问量。尤其主打的广告在本地区先推广，实现全地区带动效应，在各大媒体上发布信息，鼓励本地人民积极关注。

**2.12**新媒体推广

聘请专业写手撰写软文并定期发布在各大门户网站及自媒体，如：新浪、搜狐、微信、博客等，于无形之中提升品牌形象和知名度。针对企业和产品特征，在目标网站进行广泛传播，让网站和产品在短时间内进行曝光，并且有可能会有很多相关网站转载我们的软文，从而获得最佳的营销效果。可以采取给产品讲故事的方式，引起消费者的关注，从而全面推广。

**2.2**社会化媒体营销

随着网络购物市场的爆发式增长，越来越多的卖家涌入网购平台，而买家的增长速度却未与其对应，网购平台不得不通过社会化网站导流，增加客户流量来源。在社会化导流网站中，微博的使用人群所占比例最大。华旗智慧电商在进行社会化营销时可从以下三个层面着手：

**2.21**链接

链接是社会化网络营销中的核心属性，营销效果取决于信息的传播情况，表现为链接的效度和广度。通过注册有关企业黄页，留下惠生活店铺平台的链接，同时，在微博等自媒体也留下链接。

**2.22**互动

让品牌与消费者之间产生私密的互动对话，微博、微信，更能直接提升服务体验的附加值，在传播中更容易成为爆点。利用微博、微信、微淘、淘宝帮客推广等工具，定期更新微博、微信、微淘、淘宝帮客内容，介绍网站和产品，也进行优惠活动和折扣信息的宣传，与消费者进行互动.

**2.23**痕迹

社会化媒体上容易留下用户的个人信息、兴趣偏好、网购行为习惯，根据这些信息可以实现实时推荐和精准营销。

**2.24**网站推广

在本企业认证的网站以及各大门户网站上重点推介公司企业文化，产品信息以及本企业最新动态。

**2.3**互惠链接

与具有一定资源互补优势的网站之间建立合作伙伴关系即分别在自己的网站上放置对方网站的LOGO图片或文字的网站名称，并设置对方网站的超链接，使得用户可以从网站中发现自己的网站，达到互相推广的目的。

三、线下体验营销

当然在现今消费者不仅注重食品的享受，更注重身体的放松，精神的满足。为了满足这一消费需求，采取了建立体验馆—-线下体验馆。体验馆还将承担形象宣传、优质农产品展销、电商服务、电商孵化、青年网络创业“五位一体”的平台作用，为涉农企业、农民专业合作社、网店提供平台搭建、业务培训、运营推广、物流配送等电子商务服务，从而全方位推进电子商务服务快速发展。

四、网店代运营

**1．成本优势的整合**

随着电子商务高速发展，网店卖方市场竞争越来越激烈，作为卖家没有有效的推广、营销是很难和先前开店做大的卖家竞争的。很多卖家认为只要在网上注册开店了，上货了，就等到有生意来，这一时代已经不存在了。小卖家特别是新卖家前期必须投入大量的广告、营销宣传才能一步步吸引买家的眼球，这一过程需要雄厚的资金做支持。小卖家把店铺委托给本公司后，不需要自己再投入大量的推广资金，本公司会帮他们做全面的推广，快速而低成本把卖家的店铺推广出去。网店代运营不仅为卖家节约了推广成本，还节省了时间成本。

**2．推广优势的整合**

单个卖家做推广无法承受巨额的广告费用，小的投入又不见效果，我们把所有代运营卖家的店铺资源整合后，在各大门户网站、博客论坛等平台关键的广告位打广告，通过软文推广、搜索引擎推广、电子商城的建设等一系列途径来宣传。

**3．管理优势的整合**

专业的网店代运营是进行了专业化培训的网业管理项目技术、服务、销售、管理类人才组成的，为卖家安排的店小二都是有过网店成功开店经验，实时跟踪网店市场的专业级服务管家，相对于个人开店的业主，更有经验，更有时间，更能说服买家，对网店系统的操作更加熟练。

五、企业网站托管

企业想要建设或已经有自己的网站，在不想或者没能力请一个专业团队来建设、更新、维护和推广网站的情况下，把网站委托给第三方管理，由第三方代为更新、维护和推广的方式。这种方式可以让企业获得专业的一系列的网络服务，还为企业方节省一个或多个专业技术人员不菲的费用支出，大大降低了企业的运营成本。

网站托管的具体内容：

**1．网站建设**

域名的注册、空间的租用、服务器系统的管理、信息的上传、主页的创意、网页的制作更新、Email系统的管理等。而网站的所有权和管理权归企业所有，企业只需要把自己的设想和要发布的信息及要达到的目的提供给网站托管的技术人员。实际上网站托管相当于企业的一个下属部门，网站托管将指定专人随时听命于企业的指示。并随时与客户交流，来满足客户对网站的要求。随时根据客户的要求来完善和更新网站。

**2．网站更新**

网站发布到网络之后，经常更新一些您现有的客户或替在的客户日常关注的信息是非常有必要的，例如更新公司动态、产品信息可以让他们及时了解公司的发展情况及动向，增加公司的可信度；更新行业动态、行业信息可以让他们及时关注行业发展形势，增加网站的被关注程度，在行业中树立良好的品牌形象；更新新品上市，产品促销等信息，让客户了解公司产品的最新资讯。同时还可以让网站更受搜索引擎的青睐，更有利于网站排名的提高，让潜在客户更容易找到您。

**3．网站维护**

网站的正常运转是公司网上业务来源的重要保障，网站在运行过程中经常会碰到网站不能访问、数据库访问出错、网站被黑客入侵、空间域名到期等情况，如果没有专人来维护，往往事情已经发生很长时间您还是一无所知，专门请一个团队来做这些却显得资源的浪费，所以网站托管是一条便捷、高效、省钱的方式！

**4．网站优化**

合理的网站结构、程序编写和简洁明了的网站导航，能够大大提高网站的访问速度，节约有限的服务器资源，有利于保持网站的流畅，有利于消费者的浏览习惯，从而让消费者爱上您的网站，喜欢您的产品。但现在的大多数网络公司和网站制作人员并不是很清楚这点，或在这方面经验不足，企业本身对这方面缺乏足够的认识，造成网站的访问速度缓慢、信息查询繁锁，对网站的浏览造成很大的不便。在同行竞争异常激烈、替代产品众多的信息时代，这足以让顾客放弃成为您竞争对手或替代品商家的客户。

5．**网站推广**

在这网络盛行的年代，网络已经成为人们出行、工作、生活中不可或缺的一部分，很多人没有了网络简直就没法生活，每个企业也对网络越来越重视，企业网站层出不穷，如果您的网站没有全力的去推广，客户想要找到您的网站就如同大海捞针，希望渺茫。这样的网站形同虚设，不能给企业带来任何直接的利益，这种资源的浪费才是一个企业最大的浪费。

制定农产品生产流通标准化、树立品牌通过适度标准化，实现农产品的“区域联合、全国联通”才是比较有效的解决办法。也就是在一定区域内，比如300到500公里左右行程一个生鲜物流圈和商贸圈，对于新鲜蔬果直接完成销售和流通，比如超市采购时首先注重的是能否将农产品保质保量送到超市，其次才是价格。诸如此类大可以逐步实现标准化。对于更大范围的流通，可以借助大型专业冷链物流，必须实现完全标准化的流通方式。农产品流通的标准化问题，需要逐步解决，按照生态分层的概念，大流通商解决更大范围的事情，小流通商关注区域内的事情。物流的问题的有效解决，电子商务才能得到更好的发展。

电子商务的竞争，对上游货源的竞争和供应链的把控。首先就是标准化的问题，没有标准化，每个农场或者合作社生产的农产品差异过大，无法进行统一的识别和分级，只能按照土特产的路子，一个地方一个牌子，非常不利于做大做强市场。实行农产品生产与流通标准化是加强农产品质量安全过程控制的根本举措，在电商的货源方面，就要考虑输出生产标准，形成可执行的细化的东西，也可以委托农产品研究机构制定和分发，确保农户按照统一标准进行土壤改造、施肥、采摘，按照统一的标准进行包装。缩小产品的差异性，扩大产品的相似性，打造一定量级的可复制性产品，才能实现电子商务的货源稳定。

其次就是品牌的打造，在农产品生产标准化过程中，更多稳定且品质上乘的农产品进入农产品流通标准化，就为品牌化的发展提供了一个好基础。

##

渑池县电子商务进农村工作领导小组办公室 2018年11月13日印发