基层供销合作社经营服务规范

（征求意见稿）

# 第一章 总则

一、为规范基层供销合作社经营服务行为，提升经营服务的标准化、规范化、科学化水平，树立文明规范服务形象，推进服务品牌建设，更好地满足农民、社员及消费者需要，现根据国家有关法律法规和《中华全国供销合作总社章程》的有关规定，制定本规范。

二、本规范规定了基层供销合作社的定义和术语，办社原则、基本要求、基本功能、组织机构、管理制度、服务标准、经营服务网点等方面的规范内容。

三、本规范所指的基层供销合作社（以下简称基层社）是供销合作社设在乡镇直接面向农民（居民）的综合性合作经济组织。设在村的基层社另文规范。

四、本规范所指的农村综合服务社、日用消费品门店、农业生产资料门店、农副产品收购站点、再生资源回收站点、农民合作社、惠农服务中心、电商服务站点是基层社兴建、参办、领办的设在乡村（或城市社区）的农村综合服务社、日用消费品门店、农业生产资料门店、农副产品收购站点、再生资源回收站点、农民合作社、惠农服务中心、电商服务站点。

# 第二章 基本规范

# 一、办社原则

（一）坚持为农服务根本宗旨。始终把服务“三农”作为基层社的首要任务，紧紧围绕实现乡村振兴和农业农村现代化，适应农民群众生产生活新需求，创新服务方式、拓展服务领域、延伸服务链条、夯实服务基础，把为农服务成效作为衡量工作的首要标准，做到为农、务农、姓农。

（二）坚持合作经济基本属性。按照合作制要求，充分尊重农民意愿，实行民主管理、民主监督、互助互利，密切与农民社员的利益联结，规范与农民社员的利益分配关系，做到农民出资、农民参与、农民受益。

（三）坚持实体性经济组织属性。通过市场化手段，优化资产配置，开展多种形式的联合与合作，提升经济实力和经营服务水平，把基层社建成农民社员主体、自主经营实体、合作经济组织联合体和经济实力强、服务能力强的综合性合作经济组织。

（四）坚持开放办社工作原则。因地制宜，整合社会资源，优化要素组合，广泛吸纳小农户、各类合作经济组织、新型农业经营主体加入基层社，把基层社打造成为开放、民主、共赢的合作经济组织联合体。

# 二、基本要求

（一）有证照。基层社有工商注册登记的证照。

（二）有章程。章程规定遵守合作社原则，实行民主管理等内容。

（三）有联合组织。承认并遵守县社供销合作社联合社章程，服从县级供销合作社的领导和管理。

（四）有独立的企业法人资格。产权清晰、权责明确，自主经营、自负盈亏、自担风险、自我约束。

（五）有固定的办公场所。

（六）有健全的组织管理机构。有理事会、监事会及必要的组织管理机构。

（七）有人员。有基层社主任和相应的办事人员。

（八）有农民社员。

（九）有经营服务项目。有经营服务场所，兴建、参办、领办农村综合服务社、日用消费品门店、农业生产资料门店、农副产品收购站点、再生资源回收站点、农民合作社、惠农服务中心、电商服务站点等经营服务网点。

（十）有标识。基层社办公场所、经营服务场所醒目悬挂中国供销合作社标识。

# 三、基本功能

（一）组织建设功能

按照县级联合社的统筹安排，结合当地经济社会发展规划、小城镇建设和村居改造实际，制定本地系统农资、日用消费品、农产品、再生资源等经营服务网点和综合服务社、惠农服务中心、电商服务站等的布局、运营发展规划，并积极推动落实。引领、带动农民合作社、农民合作社联合社发展，提高农民的组织化程度。

（二）商品经营功能

依托基层组织体系，引进连锁、配送、电子商务等现代经营方式和新业态新模式，运用互联网、大数据、物联网等技术，打造现代流通网络终端，在农资、日用消费品、农产品、再生资源等领域积极开展经营，满足农民生产生活需要。

（三）综合服务功能

顺应农业农村新变化和农民新需求，依托本区域基层组织体系和基层经营体系，为农民提供公益性、经营性、中介性服务。在农资、日用消费品等传统经营门店的基础上，创新服务方式，拓展服务领域，整合涉农服务资源，开展农化服务、电子商务、物流配送、科技信息、金融保险、文化娱乐、养老幼教、医疗卫生、代理代办等综合服务。

（四）文化宣传功能

宣传贯彻落实国家有关农村经济和合作经济发展的方针政策，宣传合作社知识，培育农民社员的合作意识、互助意识、民主意识，传承弘扬“扁担”精神、“背篓”精神和新时代供销合作社精神，培育创建“中国供销合作社”服务品牌，扩大供销合作事业社会影响。

# 第三章 组织机构规范

# 一、社员（代表）大会

社员大会是基层社的最高权力机构，由全体社员组成。基层社社员超过一百人的，可以设立社员代表大会。社员大会（社员代表大会）每年至少召开一次，由理事会召集。每次会议须有全体社员（代表）三分之二以上出席。社员（代表）大会的表决实行1人1票或比例票制。比例票制是指按照社员入股多少和与合作社交易量（额）来决定表决权的票数，具体标准由该社《章程》规定。

# 二、理事会

理事会是社员大会闭会期间的执行机构，对社员大会负责并报告工作。理事会由主任、副主任和理事组成，理事会主任、副主任、理事由社员（代表）大会选举产生。基层社实行理事会主任负责制，理事会主任为本社的法定代表人。理事会会议每两个月至少召开一次，理事会主任召集。

# 三、监事会（执行监事）

监事会是监督机构，对社员大会负责并报告工作。监事会由主任、副主任和监事组成。社员人数较少或者规模较小的基层社可以设执行监事，不设监事会。监事会成员（执行监事）由社员（代表）大会选举产生。监事会会议每两个月至少召开一次，由监事会主任召集。

# 四、组织管理机构

（一）根据精简效能的原则理事会之下设立内设组织管理机构。

（二）内设机构要与基层社职责任务相匹配。

（三）确定必要的岗位并明确职责和权限。

（四）确定办事人员。人员具有为农服务意识，具有与岗位相适应的知识、技能和经验，有执业资质要求的人员需具备相应资质。人员实行聘任制。

# 第四章 管理制度规范

# 一、人事制度规范

（一）制定灵活的选人用人制度。坚持公开、公平、公正原则择优选聘人才，运用市场化方式，把农村能人、村“两委”负责人、返乡创业人员、专业大户、大学生村官和高校毕业生等吸纳到基层社队伍中来，条件具备的可担任基层社负责人。

（二）制定人员管理制度。根据基层社职责任务确定必要的岗位、明确岗位职责。规范职工行为，加强对职工的日常管理，奖勤罚懒，对做出贡献的职工进行奖励，对违反规定、造成损失的职工进行处罚。

（三）规范人才引进、录用、培育、考核等制度流程，为优秀人才打通晋升通道，打造一支爱供销、懂经营、会管理、勇创新的人才队伍。

# 二、财务制度规范

（一）配备具有会计从业资格的专职会计人员。

（二）严格执行国家财务制度和会计制度，依法进行财务管理和会计核算，编制财务会计报告。

（三）建立健全财务管理制度，对基层社本级及经营服务网点实施规范的财务结算、核算和监控。

（四）加强资金管理，规范财务活动，公共管理费用收支合理，不违反国家财经管理纪律和制度。

（五）提供真实可靠、内容完整的会计信息。

（六）定期公布经费管理及收支情况，接受干部职工和县级社的监督。

# 三、收益分配制度规范

（一）规范基层社与社员的利益分配关系，确保农民增收、供销社发展。

（二）建立健全对社员的管理档案，由专人登记并妥善保管。

（三）年终决算盈余提取公积金、公共服务资金后，按照《基层社章程》规定实行对社员按股分红和按交易量（额）返还。

# 四、培训制度规范

（一）建立规范的培训制度，有计划、分层次地对基层组织负责人、管理人员、职工进行法律法规、规章制度、行为规范、合作社知识、业务知识的培训和考核，提高职工的能力和素质。

（二）加强对基层组织负责人教育、管理和培养，增强事业心和责任感，改善知识结构，提高带领基层组织健康发展的能力与水平。

（三）开展对新入职员工的岗前培训，学习各项规章制度、行为规范、岗位操作规程等。

（四）开展对在职职工的业务培训。通过例会、专业技术讲座等多种方式，经常性地组织职工学习业务知识，提升岗位技能。

**五、商品质量管理**

（一）严格执行《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等国家法律法规，确保商品质量安全、价格公道。

（二）对商品流通实行过程控制，保证商品和服务质量。对商品进货、验收、上柜、销售等环节严格把关，确保不销售假冒伪劣及“三无”产品。

（三）实行商品索证索票制度，向供应商索要营业执照、生产许可证或准产证、商标注册证、产品合格证、质量认证等复印件。

（四）建立并执行供应商准入、退出制度、商品可追溯制度和质量责任追究制度。

（五）实行连锁经营、商品直供的，充分利用连锁经营体系、直供配送体系统一采购、统一管理的内在约束机制，严把商品质量安全关。

（六）诚信规范经营，杜绝价格欺诈行为。严格执行国家关于物价管理的法律法规及政策，商品明码标价，一货一签，货签对位。

（七）明示商品、服务相关信息。明示商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务等；明示服务的内容、方式、费用等有关信息。

（八）定期对所经营商品进行盘点，确保不销售过期、变质商品。对国家明令淘汰和召回的产品应及时作下架处理。

（九）建立主要负责人质量负责制，主要负责人为质量和安全的第一责任人。设立商品质量管理机构或人员，负责商品质量、食品安全等的管理。

（十）建立商品质量承诺制度、服务承诺制度和投诉处理制度，设置并公布服务电话，设置意见簿，设有售后服务部门或人员，及时有效处理售后出现的商品质量问题。按照国家法律法规规定，承担修理、更换、退货等三包责任。

**六、经营网点管理规范**

（一）建立健全网点管理制度。对自营、承包、租赁、加盟等全部经营网点，基层社都要实行建档管理，分类归档、分类施策，由专人登记并妥善保管。

（二）建立信息管理系统，加强对基层经营网点运营情况的监管。

（三）定期不定期对基层经营网点进行现场督导检查，做好工作记录。

（四）积极协调解决基层经营网点存在的问题。

**七、公共关系管理规范**

（一）加强与市场监管、农业、商务等部门的协调、沟通，处理好公共关系，确保经营服务顺利进行。

（二）依托县级供销合作社联合社，争取政策支持，承担政府任务，承接政府购买服务，改善经营环境。

（三）积极配合、自觉接受市场监管、农业、商务等部门的监督检查,处理好消费者投诉。

（四）可联合高校、科研院所等其它涉农机构，建立农化服务专家库,开设农技课堂,开展信息咨询和实地巡诊,进行农作物病虫害远程视频诊断，为农民提供科技服务。

（五）可联合气象部门，提供农业气象服务，减少自然灾害风险。

**八、客户管理规范**

（一）建立客户档案，由专人登记并妥善保管。

（二）及时收集农民的意见和建议，了解客户需求和购买意向等信息，根据农民需求和农时季节等组织适销对路的商品。

（三）主动联系采购大户，定期回访、重点服务，建立稳定的服务关系，做好工作纪录。

（四）注意培育新客户，开辟潜在市场。

第五章 职工服务标准

**一、职业道德**

（一）遵章守纪，诚信经营

（二）服务三农，便民利民

（三）爱岗敬业，合作奉献

（四）服从大局，忠于组织

（五）尊重他人，协同高效

（六）勤俭节约，稳健经营

（七）持续学习，务实创新

（八）严于律己，清正廉洁

（九）关心公益，回报社会

**二、服务要求**

**（一）真诚服务。**热情接待客户，语言文明，耐心解答顾客疑问，塑造以诚待人、以情动人的服务形象。

**（二）文明服务。**坚持微笑服务，提倡使用普通话，做到“来有迎声，问有答声，走有送声”。

**（三）规范服务。**严格按照相关制度规章及操作流程，规范经营服务行为。

**（四）品牌服务。**树立品牌服务意识，努力提高业务技能和综合素质，为农民及消费者提供优质特色服务。

**（五）优先服务。**当顾客出现时，上岗职工应暂时放下手头工作迎接服务顾客。

**三、仪表仪容**

**（一）着装整洁，穿戴规范**

基本要求。职工上岗时服装干净、整洁、合身，无污迹、无破损。帽子扣戴端正，衣裤拉链到位，不卷袖口、裤腿，不穿拖鞋。

着装整洁。职工应保持服装整洁合体，有条件的基层社可统一着装。职工工装由中华全国供销合作总社统一规定式样，各单位根据需要制作。

示牌服务。职工上岗须佩戴规范胸牌，胸牌佩戴在左胸前。职工胸牌由中华全国供销合作总社统一规定式样，由各单位制作，并按标准佩带。

**（二）仪容端庄、服饰得当**

面容清洁，男员工经常修面，不留胡须，无大鬓角，女员工化淡妆，不化浓妆，饰物得当。

发型美观大方，经常梳理，保持清洁，不剪、不染怪发，不戴墨镜。男性职工发脚不过耳，后不过领，女员工除露耳短发外，长发应以发髻系于后脑或用黑色发结束起。

手部保持清洁，不留长指甲，女员工不染彩甲。

保持口腔无异味，牙齿无污垢。

勤洗澡，勤换衣，身上无异味。

**（三）举止规范、动作标准**

站姿正直平稳，眼神自然，注视顾客，精神饱满，落落大方。不叉腰，不抱胸，不插兜、不斜倚它物，不搂肩搭背。

坐姿端正挺直，双肩平正，两臂自然弯曲，两手自然摆放。不前俯后仰、不东倒西歪，不跷腿抖腿。

行姿稳重协调，抬头挺胸，行走路线保持一条直线，步幅适度，速度均匀。

**四、语言文明**

（一）服务语言要以普通话为主；如遇使用方言顾客，要以普通话首问，可根据顾客回答情况调整用语。

（二）用语准确，称呼恰当，问候亲切，语气诚恳，语调自然平和。

（三）使用文明服务用语。经常使用“您好”、“请”、“谢谢”、“劳驾”、“不必客气”、“很抱歉”、“请原谅”、“没关系”、“欢迎您下次再来”、“再见”等基本文明礼貌语。

（四）文明礼貌“六声”。做到来有迎声，走有送声，问有答声，不明白有解释声，受表扬有感谢声，不满意有道歉声。

（五）杜绝服务忌语。不得使用讥讽、嘲笑、挖苦、催促、埋怨等语言语气。不得使用不负责任的、歧视性的、污辱性语言。顾客有疑问或不满时应耐心解释说明，不引发争执，不能出现粗俗和鲁莽言行。

**五、礼貌待客**

（一）主动热情，周到耐心，态度谦和、尊敬顾客，严格执行服务规范与服务流程。

（二）顾客有困难，热心帮助；顾客有疑问，细心解答；顾客有意见，专心听取；顾客有误会，耐心解释;对无法立即处理的事项，记录并答复客户。

（三）对待顾客，一视同仁，不轻视、不怠慢、不讽刺、不轻薄。

**六、纪律规范**

（一）按时上下班，不迟到、不早退、不旷工。

（二）上班时间不串岗、脱岗、睡岗，未经允许不离班，上班期间不私自会客，不做与工作无关的事。

（三）事假、病假、离职等申请，需遵守劳动法律法规及单位管理要求。

（四）服从工作安排，听从指挥。

（五）不在经营服务场所吸烟，不饮酒上班。

# 第六章 经营服务网点规范

**一、农村综合服务社**

（一）按照《农村综合服务社规范》（GB/T35343-2017）、《农村综合服务社经营服务规范》要求，规范农村综合服务社经营服务行为，按照《农村综合服务社星级划分与评定》（GH/T1100-2015）标准，建设农村综合服务社星级社，带动农村综合服务社改造升级硬件设施，扩大经营业务范围，提升服务质量和群众满意度。

（二）以小城镇建设和村居改造规划调整为契机，优化农村综合服务社布局，采取盘活资产改造、整合利用村居设施、与村“两委”联办等方式在乡镇、中心村和行政村建设一批农村综合服务社，筑牢服务乡村振兴的前沿阵地。

（三）积极融入乡村便民服务体系建设，在日用消费品便民店和农资超市等传统经营服务的基础上发展新型服务业态，建设惠农服务站、电商服务站、智慧金融等站点，为农民提供“一门式办理”、“一站式服务”。

（四）拓展城乡综合服务功能，在开展日用消费品销售、农资商品销售、农产品收购、再生资源回收等经营性服务的基础上，开展农化服务、农村电商、合作金融、文化娱乐、体育健身、养老幼教等公益性服务。

（五）基本要求

1.门店经营面积不少于100平方米。其中，三星级的不少于300平方米，四星级的不少于600平方米，五星级的不少于800平方米。

2.供应的日用消费品单品不少于500种。其中，三星级的不少于1500种，四星级的不少于2000种，五星级的不少于5000种。

3.实行连锁经营。

4.商品配送率不低于50%。其中，三星级的日用消费品商品配送率不低于60%，农资商品不低于70%；四星级的日用消费品不低于70%，农资商品不低于80%；五星级的日用消费品不低于80%，农资商品不低于90%。

5.开展不少于2项的经营性服务和不少于1项的公益性服务。其中，三星级的开展日用消费品销售、农资商品销售、农产品收购等不少于5项的经营性服务，开展农化服务等不少于4项的公益性服务；四星级的开展日用消费品销售、农资商品销售、农产品收购等不少于6项的经营性服务，开展农化服务等不少于6项的公益性服务；五星级的开展日用消费品销售、农资商品销售、农产品收购等不少于7项的经营性服务，开展农化服务等不少于8项的公益性服务。

6.根据实际需要采用开架自选、货柜销售等方式售货，商品分区分类摆放，陈列整齐美观。

7.明码标价，商品价签及商品分类等标识设置规范、明显。

8.农资商品销售、再生资源回收、烟花爆竹销售与其它经营服务项目有效隔离。

**二、日用消费品门店**

（一）可参照《日用消费品超市经营服务规范》要求，规范日用消费品门店经营服务行为，带动硬件设施升级改造，提升服务质量和群众满意度。

（二）根据规划，按照商圈、人口、消费水平等合理布局日用消费品门店，为基层群众提供物美价廉、安全快捷的商品和服务。

（三）基本要求

1.门店经营面积不少于300平方米，供应品种不少于1000种。

2.采用开架自选方式售货，商品分区分类摆放，陈列整齐美观。

3.明码标价，商品价签及商品分类等标识设置规范、明显。

4.实行连锁经营,商品配送率不低于60%。

5.执行供应商准入，建立商品可追溯及商品质量责任追究制度，确保日用消费品质量。建立台账并确保其完整真实，易于识别和检索。

**三、农业生产资料门店**

（一）可参照《农业生产资料超市经营服务规范》要求，规范农业生产资料门店经营服务行为，带动硬件设施升级改造，提升服务质量和群众满意度。

（二）根据规划，按照种植结构、服务半径、地理环境、用肥习惯等合理布局农业生产资料门店，为农民和农民合作社、家庭农场等新型农业经营服务主体提供农业生产资料商品销售以及测土配方、统防统治、代耕代种等农化服务。

（三）基本要求

1.门店经营面积不少于100平方米，与其他经营服务项目有效隔离。

2.实行连锁经营，大类农资商品配送率不低于70%。

3.执行供应商准入，建立商品可追溯及商品质量责任追究制度，确保农资商品和服务质量。建立台账并确保其完整真实，易于识别和检索。

4. 配备适宜的货柜货架和检定合格的计量器具，储存、运输、防护等设施设备符合要求。

5.明码标价，商品价签及商品分类等标识设置规范、明显。

6. 如实标明农资商品的产地、含量、主要性能等信息，不夸大使用效果。

7.开展送货到田等基本服务及测土配方、统防统治、代耕代种等农化服务。

**四、农副产品收购站点**

（一）充分发挥基层社贴近农民、熟悉农业的优势以及供销合作社的系统优势、组织优势、网络优势，推动农超对接、农商互联，实现小农户和农民合作社、家庭农场等新型农业经营服务主体与大市场的有效对接，形成“一点多能、一网多用”的双向流通网络。

（二）基本要求

1.农副产品收购站点经营面积适宜。

2.配备必要的包装、仓储、冷藏、运输和农副产品质量快速检测等设施设备和经定期检验合格的计量器具。

3.执行相关收购政策和质量检测要求，及时支付货款。

4.签订收购合同，合同中明确收购农副产品的质量要求、等级标准、价格、交付时限及服务内容等。

5.建立农副产品收购台账和生产者信息档案，及时采集发布农副产品信息。

6.农产品包装

（1）收购获得无公害农产品、绿色食品、有机农产品等认证的农产品（鲜活畜、禽、水产品除外）和省级以上人民政府农业农村部门规定的其他需要包装销售的农产品时必须进行包装。

（2）符合规定包装的农产品拆包后直接向消费者销售的，可以不再另行包装。

（3）农产品包装应当符合农产品储藏、运输、销售及保障安全的要求，便于拆卸和搬运。

（4）包装农产品的材料和使用的保鲜剂、防腐剂、添加剂等物质必须符合国家强制性技术规范要求。

（5）包装农产品应当防止机械损伤和二次污染。

（6）包装物上应标注或者附加标识标明品名、产地、生产者或者销售者名称、生产日期。

（7）有分级标准或者使用添加剂的，还应当标明产品质量等级或者添加剂名称。

（8）未包装的农产品，应当采取附加标签、标识牌、标识带、说明书等形式标明农产品的品名、生产地、生产者或者销售者名称等内容。

（9）农产品标识所用文字应当使用规范的中文。标识标注的内容应当准确、清晰、显著。

（10）销售获得无公害农产品、[绿色](http://www.ocn.com.cn/reports/2006381lvseshipin.shtml)[食品](http://www.ocn.com.cn/reports/1467shipin.shtml)、有机农产品等质量标志使用权的农产品，应当标注相应标志和发证机构。

**五、再生资源回收站点**

（一）按照总社《关于参与农村人居环境整治的行动方案》要求，推动乡村再生资源回收站点、县域或乡镇分拣中心的改造升级，对接资源化利用龙头企业，积极构建县、乡、村资源回收利用体系，逐步从“废品买卖型”向“环境服务型”转型升级，为农村人居环境整治贡献供销合作社力量。

（二）基本要求

1.回收站经营面积不少于80平方米，回收点经营面积不少于20平方米，与其他经营服务项目有效隔离。

2.经营者在行业主管部门或其授权机构备案。

3.具有回收、分类、中转、集散等功能。

4.回收品分区堆码、分类管理，作业现场整洁，及时进行清理、转运。

**六、农民合作社**

（一）按照《农民专业合作社法》、《供销合作社领办农民专业合作社工作规范（试行）》要求，规范供销合作社领办、创办农民合作社、农民合作社联合社行为，提升农民合作社发展质量。

（二）基本要求

1.基层社通过出资创办、入股参办、服务带动三种方式积极领办创办农民合作社。

2.基层社主要在农产品生产经营、农业生产资料经营和服务、涉农综合服务三大领域领办创办农民合作社。

3.采取出资创办、入股参办农民合作社时，基层社可以用货币投入，也可以用实物、知识产权、土地经营权、林权等可以用货币估价并可以依法转让的非货币财产，以及农民合作社章程规定的其他方式作价投入。

4.采取服务带动方式领办农民合作社时，基层社应与农民合作社签订具备法律效力的服务合同，并按照合同约定条款开展经营服务。

5.基层社领办农民合作社联合社时，必须由3个以上依法登记的农民合作社在自愿的基础上，共同出资设立农民合作社联合社，基层社与联合社可采取产业带动、业务合作等方式，满足联合社及成员社在生产服务、产品销售、资金借贷、规范管理等方面的服务需求，密切与联合社的利益联结。领办的联合社可以是生产型联合、营销型联合、产业链型联合、综合型联合四种类型。

**七、惠农服务中心**

（一）按照中华全国供销合作总社《关于全面实施供销合作社农业社会化服务惠农工程的指导意见》要求，在乡镇建设惠农服务平台，充分利用现有经营服务网点，整合各方资源，打造县有运营中心、乡镇有服务平台、村有服务站点的三级惠农服务网络。

（二）根据各乡镇产业结构、人口规模实际，加强乡镇惠农服务平台的重点服务功能建设。在耕地集中连片、农业产业规模较大的乡镇，侧重建设惠农服务中心、新型庄稼医院、智能配肥中心等生产服务平台，强化农资供应、测土施肥、统防统治、农机作业等生产服务功能。在粮食和鲜活农产品主产乡镇，侧重建设农产品烘干、冷藏、仓储、加工、交易等服务设施，强化商品化处理功能。在商贸集散地和人口集聚乡镇，侧重建设社区综合服务中心或乡镇经营服务综合体，强化商贸流通、电子商务、文体娱乐、养老幼教、生态养生等生活服务功能。

（三）基本要求

1.依托基层社或供销合作社领办的农民合作社等市场主体，围绕当地主导和特色农业产业生产服务需要建设规模适度、功能适用的惠农服务中心。

2.围绕农资、农机、植保等服务领域，采取出资创办、服务带动、招募合伙人等方式培育生产服务型基层社和农民合作社。

3.采取新建和改造的方式建设具备农资供应、测土配方、统防统治、农技推广、在线诊断等服务功能的新型庄稼医院。

4.开展多种模式的土地托管服务。依托供销合作社乡镇托管服务平台，开展“保姆式”全托管、“菜单式”半托管等多种形式服务，为农民合作社、家庭农场、小农户等经营主体提供耕、种、管、收、加、贮、销等农业生产全程或单环节、多环节服务。

5.推广无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志等生产标准，创建农产品区域公用品牌，带动小农户提升优质农产品供应能力，开展多种形式的产销对接，带动小农户获得更多流通环节的增值收益。

**八、电商服务站点**

（一）按照中华全国供销合作总社《“千县千社”振兴计划实施方案》要求，依托基层社经营服务网点或供销合作社领办的农民合作社的相关设施，建设乡镇电商服务站和村级电商服务点，形成县有电商运营中心、乡镇有电商服务站、村有电商服务点、线上线下融合的电商发展格局。

（二）运用互联网、物联网等技术，推进基层社、村级综合服务社等网点信息化改造，健全乡村电商服务站点功能，加强基层物流配送体系建设，打通农村电商“最后一公里”。

（三）基本要求

1.选择交通便利，人口较多、人气较旺的基层社经营服务网点开展电子商务服务。

2.营业执照的经营范围包含电子商务服务内容。限制使用农药不得利用互联网经营。利用互联网经营其他农药的，应当取得农药经营许可证。

3.有固定经营场所，建在乡镇的电商服务站面积不少于60平方米；建在村上的电商服务点面积不少于30平方米。

4.有1名及以上工作人员具备开展电商业务的知识技能，参加过相应培训，能够对所服务区域的农民的需求和生产进行摸底统计。

5.配备相应的信息设备、电子商务设备等必需的网络软硬件设施，如连接互联网的电脑、手机和拥有电子商务平台注册账号等。

6.依托经营服务门店发展网上商城、社区团购、微商销售等网络销售及线下配送等新型业态，实现线上线下融合发展。

7.承接供销合作社系统所属企业及社会其他经营服务主体的电子商务、快递服务等业务，帮助农民开展日用消费品、农资商品等网上购物和农副产品信息发布、农业生产在线问诊、直播带货、快递代收代寄等服务。

8.电务平台（网上商城）业务流程

（1）筛选上线商品。按照有关标准筛选拟上线商品，提交上线申请，经电商平台（网上商城）负责人审核后确定。

（2）制作商品详情网页。准备商品相关材料，提交至电商平台（网上商城）。按照产品展示要求、风格及标准，电商平台（网上商城）业务员统一制作产品详情网页。必要时，指派专人采集商品照片等材料。

（3）商品定价。根据商品线下价格、线上指导价以及线上基准补贴价等综合因素确定商品线上价格。

（4）商品上架。在电商平台（网上商城）网页导入商品信息，上线展示销售。

（5）制定推广策略。根据线下销量确定线上销售预期，并制定销售推广策略。

（6）下达订单。顾客在线上商城下达订单，电商平台（网上商城）在后台创建销售订单，完成每个订单信息的系统录入等工作。

（7）生成交货单，开具发票。仓库库存查询确认后填写发货单和开票申请，财务开具客户发票。

（8）发货。仓库管理员组织发货（包括商品和发票），完成物流交接处理。

（9）顾客确认收货。