

云南省“十四五”电子商务发展规划

云 南 省 商 务 厅

中共云南省委网络安全和信息化委员会办公室

云 南 省 发 展 和 改 革 委 员 会

2021 年 12 月

编制说明

电子商务是通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动，是数字经济和实体经济的重要组成部分，是催生数字产业化、拉动产业数字化、推进治理数字化的重要引擎，是提升人民生活品质的重要方式，是推动国民经济和社会发展的力量。“十三五”期间，我省电子商务保持快速发展态势，对全省经济发展的带动作用日益增强，电子商务正逐步成为居民消费的主要渠道和经济增长的新动能。农村电商成为脱贫攻坚和乡村振兴的有力推手，跨境电商发展规模初显，服务面向南亚东南亚辐射中心建设的功能日渐凸显。

“十四五”时期，是我国由“全面建成小康社会阶段”向“基本实现社会主义现代化阶段”迈进的关键时期，也是中国（云南）自由贸易试验区建设的攻坚期。面对错综复杂的国际经济局势及全球数字经济发展大趋势，必须抢抓重大机遇，深入实施“电商换市”发展战略，推动电子商务实现高质量跨越式发展。本规划是我省“十四五”期间电子商务发展的总体战略、发展方向、实施路径和措施建议，力促电子商务成为我省经济实现高质量增长、内涵式发展的重要引擎。本规划依据：

1. 《中华人民共和国电子商务法》
2. 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划

和二〇三五年远景目标的建议》

3. 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》

4. 《“十四五”商务发展规划》

5. 《“十四五”电子商务发展规划》

6. 《中共云南省委关于制定云南省国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》

7. 《云南省国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》

8. 《云南省商务发展“十四五”规划》

目 录

一、发展基础.....	8
（一）电商交易规模迈上新台阶.....	8
（二）农村电商开拓发展新思路.....	9
（三）跨境电商进入发展新阶段.....	10
（四）电商生态构建取得新成绩.....	11
（五）物流体系建设实现新突破.....	12
二、面临挑战.....	12
（一）电子商务产业发展强度不够.....	13
（二）云品标准品牌发展美度不够.....	13
（三）跨境电商行业发展丰度不够.....	13
（四）本土电商企业价值高度不够.....	14
（五）支撑体系底层支撑力度不够.....	14
三、发展机遇.....	15
（一）国际环境大变革为电子商务发展带来新契机.....	15
（二）新发展格局构建中电子商务迎来发展新使命.....	16
（三）技术与业态创新为我省“换道超车”创造新机会.....	17
四、总体思路.....	17
（一）指导思想.....	18
（二）基本原则.....	18

(三) 发展目标.....	19
五、主要任务.....	21
(一) 创新驱动构建电商产业生态.....	21
(二) 跨界融合赋能实体经济转型.....	25
(三) 强化数商兴农服务乡村振兴.....	28
(四) 做足沿边开放促进电商发展.....	32
(五) 优化要素配置夯实发展实力.....	36
(六) 深化监管服务鼓励创新创业.....	40
六、保障措施.....	42
(一) 加强党的领导.....	42
(二) 完善组织保障.....	43
(三) 强化资金支持.....	43
(四) 加强统计分析.....	43
(五) 增进国际交流.....	44
(六) 强化安全保障.....	44
附录：重点名词解释.....	45

一、发展基础

“十三五”期间，面对严峻复杂的发展环境，特别是新冠肺炎疫情等重大风险挑战，依照省委、省政府建设“数字云南”的要求，我省商务系统、网信部门、发展改革委等相关部门坚持系统谋划，强化创新应用，电子商务持续提质增量，产业环境和支撑体系不断完善，电子商务在促消费稳增长、助力决战脱贫攻坚、服务辐射中心建设中的作用日益显著。

（一）电商交易规模迈上新台阶

“十三五”期间，我省电子商务交易额持续高速增长，在贯通生产、流通与消费，扎实做好“六稳”工作，全面落实“六保”任务中发挥了重要作用。一是网络交易额和网络零售额增速均高于全国平均水平。2020年我省电子商务网络交易额达3019.21亿元，同比增速较全国平均水平高5.13个百分点。网络零售额年均增长33.53%，较全国平均水平高出11.76个百分点。二是电子商务成为就业创业的重要渠道。截至2020年底，全省经营云品相关电子商务市场主体数量超过65万家，电商带动就业人数达177.66万人。

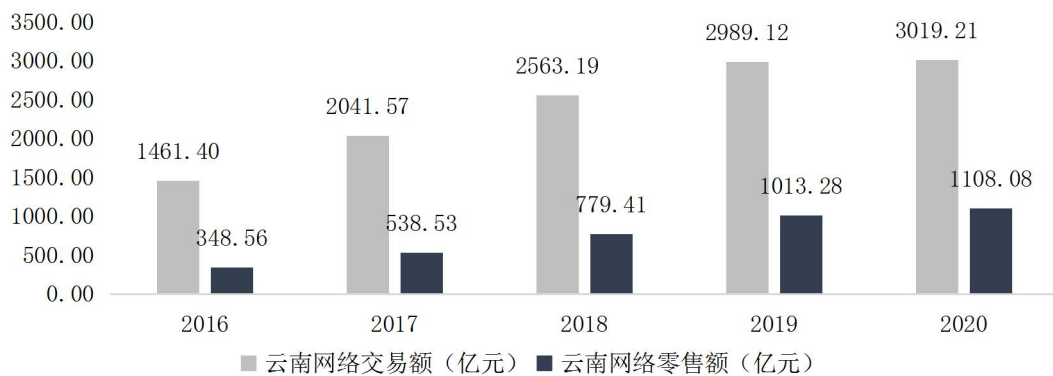


图 1-1 云南省网络交易额、网络零售额规模（2016-2020）

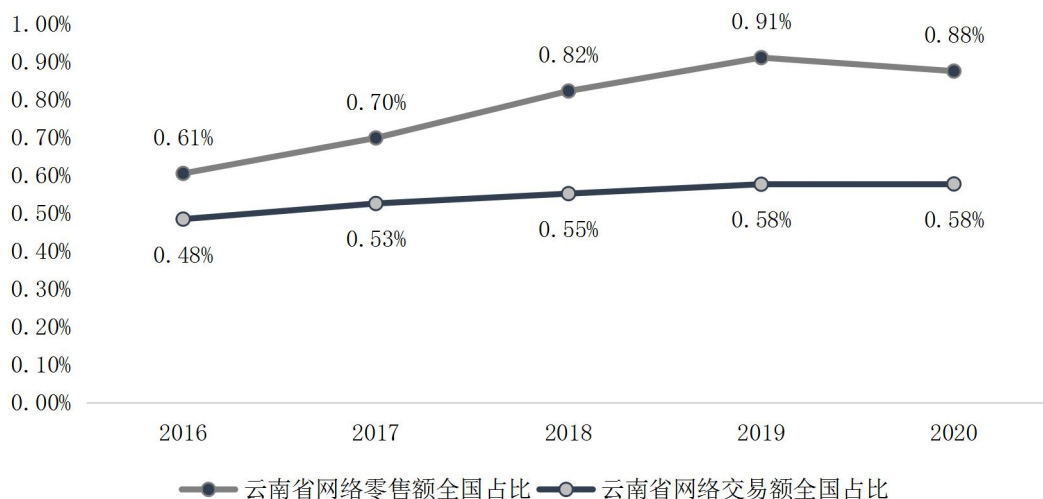


图 1-2 云南省网络交易额、网络零售额全国占比（2016-2020）

（二）农村电商开拓发展新思路

“十三五”期间，我省大力推进农村电商，深入实施电商扶贫，农村电商成为带动电子商务增长的“主力军”。一是农村网络零售额全国占比实现倍增。2020年，我省农村网络零售额582.52亿元，同比增长19.23%，较全国高出3.41个百分点，占全国农村网络零售额

比重从 2016 年 1.81% 增至 2020 年 3.86%。2020 年我省农产品网络零售额实现 283.77 亿元，同比增长 38.34%，“云品出滇”提质加速，打造了电商扶贫和数字富农的“云南样本”。二是农村电商公共服务体系持续完善。全省电子商务进农村综合示范县共计 105 个，实现 88 个原国家级贫困县全覆盖，已建成 101 个县级电商公共服务中心，1087 个乡镇级电子商务服务站，6959 个村级服务网点。三是“一部手机云品荟”平台功能持续提升。平台产品数据库日益完善，数据填报、数据处理、数据展示、统计监测、溯源服务等系统不断优化，用户体验度和使用便利性显著提升。截止 2020 年底，721 户生产企业、748 个品牌、过万单品入驻“云品荟”，超五千单品进入线下体验店。

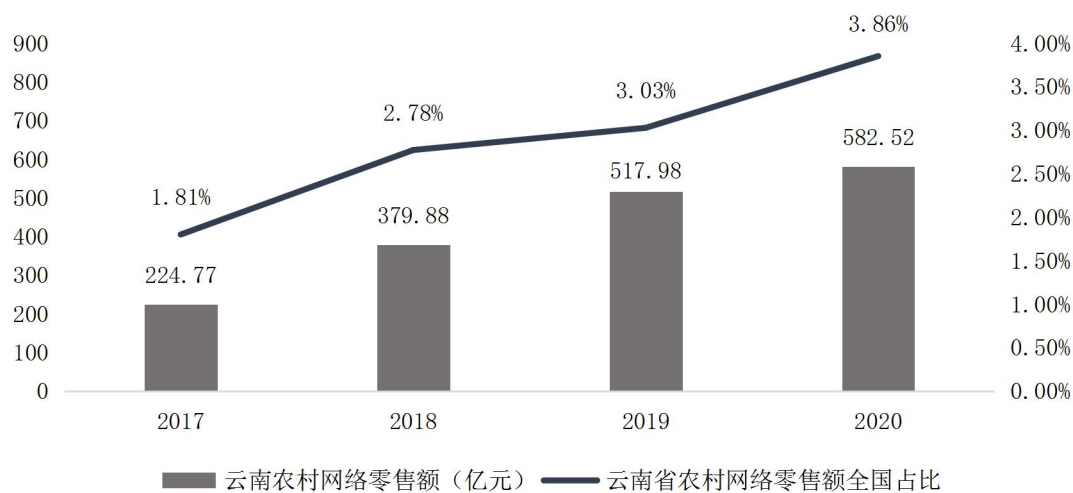


图 1-3 云南省农村网络零售规模及全国占比（2017-2020）

（三）跨境电商进入发展新阶段

跨境电商发展成效显著，成为我省电子商务发展新增长点。一是跨境电商发展基础持续夯实。2020 年全省跨境电商零售进出口实

现进出口额 13.53 亿元，是 2019 年的 13.13 倍。中国（昆明）跨境电子商务综合试验区建设加快推进，以昆明综合保税区、昆明高新和腾俊保税物流中心等为重点的线下综合支撑平台通过验收并封关运行，中国（德宏）跨境电子商务综合试验区获批，红河州、德宏州获批开展跨境电商零售进口试点，为开展跨境电商提供有力支撑。

二是跨境电商新业态新模式不断涌现。云南省跨境电子商务公共服务平台上线，为跨境电商直购（9610）、跨境保税（1210）两种海关监管模式提供通关服务。自贸区昆明片区着力搭建云品及进口商品的双向贸易通道，持续探索“商业+产业”双中心的跨境贸易服务新模式，跨境电商 O2O 新业态不断发展。红河片区以“互联网+边民互市”试点为基础，持续推动“智慧边民互市”和“电子商务+互市出口”创新模式，德宏片区建立的垂直自营平台“中缅贸促通”已成为缅甸国内交易量最大的电商平台。

三是“丝路电商”国际合作成为面向南亚东南亚辐射中心建设新亮点。GMS、东盟、南亚等区域跨境电商合作的“云南参与度”持续提升。

（四）电商生态构建取得新成绩

“龙头企业引领，本土新星追赶”的企业生态初步形成。一是**大平台加速布局助力“云品出滇”。**按照“大产业+新主体+新平台”总体思路，推动阿里巴巴、腾讯、京东、苏宁等一批电商企业落户，国内知名电子商务企业在全省 17 个县（市、区）开展以促进农产品上行为重点的电子商务试点。二是**本土电子企业快速成长壮大。**在

医药、玉石、茶叶等特色领域，云南白药集团、昆明贝泰妮集团、禅石珠宝有限公司、大益茶叶集团等一批成长性好的本土企业不断涌现，云南九机网络科技有限公司等8家企业获批全国电子商务示范企业。生鲜电商、社区电商新业态蓬勃发展。

（五）物流体系建设实现新突破

现代物流支撑体系日益建立健全，对电子商务发展支撑力持续加强。一是现代物流产业规模持续攀升。2020年，我省现代物流业总收入达5864亿元，全省A级以上物流企业达到100户，较2016年翻了一番，居西部第2位。5A级物流企业由1户增加至8户，龙头企业培育实现历史性突破。二是县乡村三级物流网络建设取得成效。129个县级物流集散中心加快推进，已建成101个县级物流配送中心，1333个乡镇快递网点，快递覆盖3994个行政村，农村电商物流配送服务乡镇覆盖率达100%。三是跨境物流大通道建设和冷链设施有序推进。全省境外物流企业业务已覆盖老、缅、泰、越等国，开通始发航线466条，其中国际货运航线11条，中亚（滇越）班列实现常态化开行。宝象万吨冷链港、腾俊国际陆港冷链仓储中心等大型冷链项目加快实施，冷链物流发展基础日益夯实。四是智慧物流平台加速创新。“云上营家”智慧供应链平台、“宏星好运”跨境物流信息平台等均是各领域的首创式创新。

二、面临挑战

立足新发展阶段，全面对标对表辐射中心建设目标和“数字云

南”总体要求，我省电子商务在服务经济社会高质量发展、推动建设更高水平开放型经济新体制中的作用与功能仍有待进一步发挥，发展不平衡不充分问题还很突出。

（一）电子商务产业发展强度不够

电子商务交易体量相对偏小，2020 年我省网络交易额和网络零售额分别仅占全国的 0.58%和 0.88%，位居全国第 20 和第 17 名，人均网络交易额和网络零售额分别仅相当于全国平均水平的 16.62%和 25.19%。我省实物型商品交易量首位的食品保健类产品交易规模仅占全国的 3.2%，位居全国第 11 位。跨境电商处于起步阶段。跨境电商交易规模小，占全国比重不足 0.73%，仍有较大的追赶空间。

（二）云品标准品牌发展美度不够

我省农村电商起步较晚，总体规模较小。截至 2020 年，我省仅 6 个淘宝村，占全国淘宝村比重仅为 0.1%。农产品品牌效应尚未形成，“良品无亮牌”的矛盾突出。我省农产品地理标志产品数为 82 个，仅为四川省的 1/2，松茸、咖啡、茶叶、蘑菇、花卉等特色农产品品牌化、特色化、标准化发展不足。省内大部分农产品仍然由小规模种植户提供，电商卖家企业化发展不足，农产品电商和种植基地的合作停留在定向采购的初级层面，缺乏上下游战略协同的长期稳定关系。

（三）跨境电商行业发展丰度不够

我省自由贸易试验区、综合保税区、跨境电子商务综合试验区

等国家级重点平台总体仍处于发展初期，跨境电商产业结构和产品结构丰度不够，企业发展生态尚未形成。跨境电商进出口结构不平衡，主要集中于出口业务，跨境电商进口起步较晚，政策优势、口岸优势仍有待进一步发挥。跨境电商产品结构不合理，附加值较低，跨境电商出口商品主要是服饰、箱包、饰品等劳动密集型产品，出口商品多元化、高价值化发展不足。

（四）本土电商企业价值高度不够

我省本土电商企业发展能级不高，市场影响力不强，缺乏行业话语权和竞争力，自身造血能力不强，抵抗风险能力较弱，缺乏在国内外有较大影响的电子商务交易平台和龙头企业，企业梯队尚未有效形成。薇诺娜、云南白药、嘉华等本土优势电商企业以传统的商品销售为主，社区电商、本地生活、生鲜电商等新兴垂直领域亦缺乏具有影响力的本土领军企业。

（五）支撑体系底层支撑力度不够

物流基础设施网络仍不完善，全省物流干线运输、支线运输、城乡配送的一体化衔接能力有待提升，传统运输、仓储、初加工等初级物流市场供给过剩，中高端服务供给不足，服务实体经济降本增效能力有待加强。农村电子商务物流配送体系发展较为薄弱，下行“最后一公里”和上行“最初一公里”难题仍待进一步解决。冷链物流发展滞后，原产地预冷基础设施建设不足，农产品产后分级包装、加工仓储、追溯体系等亟待加强。周边国家道路等级低，通

行条件差，泛亚铁路境外段建设进展缓慢，境外物流体系与境内物流衔接不畅。我省跨境电商物流渠道主要依托航空运输，陆空、陆海联运发展相对不足，陆路口岸和泛亚铁路的交通优势尚未充分发挥。电子商务专业人才短缺问题突出。我省对数字人才的吸引力不足，高端人才集聚水平低，尤其是缺乏精通数字技术与商务知识的跨界人才，复合型人才结构性短缺。数字领域缺少影响力较强的研究机构和院校，相关培养体系尚未建设完善。

三、发展机遇

“十四五”时期，全球数字经济进入蓬勃发展的关键阶段，面对复杂多变的国际形势和国际贸易格局，在双循环发展新格局下，我省电子商务发展将会面临更多的挑战，但也更将会迎来转型发展的机遇期和跨越式发展的窗口期。

（一）国际环境大变革为电子商务发展带来新契机

数字将成为推动全球经济和社会持续转型的关键力量。新冠肺炎疫情“黑天鹅”影响之下，线上购物将成为一种长期性的、可持续性的、共识性的消费模式，后疫情时代“无接触”式电子商务将迎来巨大发展契机，数字化成为全球共识。商务各领域数字化应用将持续深化，数字技术的大规模应用将开启更多领域的“数字大门”，不断推动全球数字贸易的增长。

中美贸易摩擦影响下跨境电商迎来发展机遇期。全球化面临的深层次矛盾进一步凸显，中美贸易摩擦从关税向科技领域蔓延态势

显现，我国对外贸易尤其是货物贸易面临较大压力。但危机与机遇并存，贸易摩擦升级导致的关税提升使很多传统外贸企业转型通过跨境电商开展业务，跨境电商将成为外贸转型的关键突破口和电子商务发展的重要增长点。

区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）签署为跨境电商带来贸易便利和规模发展双重利好。全球范围来看，电商行业发展呈现出明显的区域不平衡性，亚太地区是全球网购消费者的主要聚集地，新兴市场网络消费潜力巨大。2019年增长最快的10个电子商务国家中，有6个来自亚太地区，其中菲律宾、马来西亚、印度尼西亚年均增幅均超过20%。区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)正式签订，将为各成员国加强电子商务领域合作提供更为坚实的制度保障，进一步增强各成员国在电子商务领域的政策互信、规制互认和企业互通，促进区域内电子商务贸易便利度和规模发展，推动“数字丝绸之路”建设进入发展新阶段。

（二）新发展格局构建中电子商务迎来发展新使命

新发展格局下电子商务被赋予了畅通循环的新使命。以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局正在形成，数字经济成为推动形成发展新格局的重要推力。电子商务一端连着生产、一端连着消费，一侧联通国内循环，一侧联通国际循环，将成为构建有机高效的数字命运共同体的关键使者。在面向南亚东南亚辐射中心建设过程中，我省需要充分利用国际、国内两个市场，依

托我省世界一流“三张牌”资源优势，畅通“电商循环”，推动云品“走出去”，国际产品“走进来”。

未来全球最大的消费市场将为电子商务发展提供强大支撑。我国将由中等收入国家迈向高收入国家行列，中等收入群体规模不断扩大，超大规模市场优势日益显现，消费升级时代全面到来。消费成为拉动国民经济增长的第一驱动力，消费品质化、特色化、精细化特征日趋明显。未来内需市场活力和规模将持续释放，我省在培育和壮大高质量电子商务市场中将大有可为。

（三）技术与业态创新为我省“换道超车”创造新机会

新基建布局加速落地为电子商务发展构筑坚实基础。以5G网络、大数据中心、人工智能、工业互联网、物联网等为代表的“新基建”在速度、覆盖度、时延等方面提升明显，将为电子商务的发展提供基础保障。在新、老基建加速推进下，我省电子商务迎来转型发展新场景和新机遇。

电商新业态加速迭代为我省电子商务实现“换道超车”提供机会。直播电商、社区拼团等新模式与智慧零售、社交电商等新业态快速迭代，并向文化、娱乐、旅游、教育、健康、养生等服务领域扩张渗透，新型电商消费模式不断深化创新。在新一轮的电子商务变革中，我省需要紧跟时代步伐，加快电商业态和模式创新的步伐，创造新场景、打造新业态、发展新模式。

四、总体思路

（一）指导思想

高举中国特色社会主义伟大旗帜，以习近平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和十九届历次全会精神，深刻领会习近平总书记关于“正确认识和把握云南在全国发展大局中的地位和作用”，以大开放促进大发展的重要指示，立足国内国际双循环，深化省情内涵新认识，聚焦我省世界一流“三张牌”打造和“数字云南”建设，以扩大内需为战略基点，以推动高质量发展为主题，坚持走“以资源引企业、以市场换产业、以应用促发展”的路子，围绕“‘一部手机云品荟’生态化、电商企业龙头化、中小网商企业化、跨境电商规模化、边境贸易数字化、实体企业数字化、产业载体园区化”的“七化”发展思路，实现电子商务发展规模倍增，力促电子商务成为我省质量型增长、内涵式发展的重要驱动力，打通强大国内市场与南亚东南亚国际市场之间的数字循环，建设“大循环、双循环”的数字枢纽。

（二）基本原则

守正创新，健康发展。始终把创新作为电子商务发展的第一动力，推动新技术、新模式、新业态在电商领域的应用，推动形成新型数字生活。坚持底线思维，提升数字化治理水平，强化各市场主体权益保护，促进公平竞争，强化反垄断和防止资本无序扩张。坚持安全发展，加强平台企业网络和数据安全能力建设，妥善处理数据开放和信息共享风险。

以人为本，绿色发展。聚焦人民共享发展成果，发挥电子商务在促进共同富裕中的重要作用，让人民群众从电子商务快速发展中更好受益。践行绿色发展理念，贯彻落实碳达峰、碳中和目标要求，发挥电子商务对“循环经济、低碳经济”的促进作用，解决经济发展与资源环境之间的矛盾与冲突，实现有质量、有效益、可持续发展。

融合共生，协同共治。加快推进电子商务与传统产业融合创新，促进线上线下互动与融合，推动传统实体商业的数字化转型，使电子商务成为实现我省经济提质增效、推进供给侧结构性改革、促进消费升级和产业转型、扩大外贸进出口的重要驱动力以及新常态下经济发展的新引擎。坚持开放、共享、协作，促进电商企业之间、政企之间的共享共治，发挥各界力量，促进电商生态体系、电商生态链的不断构建和持续发展。

厚植优势，开放合作。立足高原特色农产品、能源等优势产业，大力发展跨境电商、智慧物流等新业态，数字赋能推动产品和品牌输出。强化与粤港澳、长三角、京津冀等区域的电子商务技术合作和市场合作。充分发挥我省沿边优势，围绕面向南亚东南亚辐射中心战略定位，大胆探索沿边开放型电商发展新模式。

（三）发展目标

到 2025 年，电子商务经济进入规模发展阶段，培育形成特色鲜明、国内一流、国际领先的电子商务大市场，基本建成有影响力的

跨境电商和特色产品电子商务区域中心，成为建设面向南亚东南亚辐射中心和引领开放型经济转型升级的重要动能，成为经济高质量发展和新旧动能接续转换的关键动力，成为打好“绿色产品牌”和稳就业促创业的战略平台。

电子商务促进国内大循环作用更加凸显。到 2025 年，电子商务交易规模实现倍增，网络交易额突破 6000 亿元，年均增长 15%以上。其中，网络零售额突破 2000 亿元，年均增长 15%以上。

电子商务推动乡村振兴功能更加凸显。农村电商规模持续增长，进一步发挥电子商务在产业融合、数字富农中的作用。到 2025 年，全省农村电商交易额实现 1200 亿元，年均增长 15%以上；农产品网络零售额达到 600 亿元，年均增长 15%以上。

电子商务对外辐射综合效能更加凸显。以中国（云南）自由贸易试验区、中国（昆明）跨境电子商务综合试验区、中国（德宏）跨境电子商务综合试验区、云南综合保税区等国家级平台为重点，形成以辐射南亚东南亚、面向全球的跨境电子商务发展格局。到 2025 年，跨境电子商务进出口规模实现 100 亿元，年均增长达到 50%。

电商产业高端要素集聚效应更加凸显。培育四个“一批”，即一批电子商务示范效应明显、产业辐射带动强大的电子商务集聚区，一批有影响力的本地电子商务企业，一批特色鲜明、知名度高的本地电子商务平台，一批利用第三方平台销售的绩优网商。

云南省“十四五”电子商务发展主要指标

序号	指标名称	单位	2020 年 完成值	2025 年 目标值	备注
1	网络交易额	亿元	3019.21	6100	预期性
2	网络零售额	亿元	1108.08	2300	预期性
3	农村网络零售额	亿元	582.52	1200	预期性
4	农产品网络零售额	亿元	283.77	600	预期性
5	跨境电商进出口规模	亿元	13.53	100	预期性

五、主要任务

聚焦“做特电商生态、做足融合创新、做大农村电商、做强电商开放、做优支撑体系、做好监管服务”六大主要任务，推动“一部手机云品荟”生态化、电商企业龙头化、中小网商企业化、跨境电商规模化、边境贸易数字化、实体企业电商化、产业载体园区化发展，将电子商务打造成为我省在“十四五”期间“数字云南”建设、全面提升云南在“大循环、双循环”中的嵌入度、贡献度和价值链地位的有力支撑。

（一）创新驱动构建电商产业生态

以促进“一部手机云品荟”生态化发展为重点和方向，着力促进本土电子商务企业龙头化升级、培育“专精特新”电子商务平台企业，推动形成“有生态、有平台、有龙头”的高质量电子商务发展格局。

1. 促进“一部手机云品荟”生态化发展

强化“一部手机云品荟”生态建设。用足第三方平台流量优势，推动“一部手机云品荟”与龙头电商平台战略合作，加大“一部手机云品荟”宣传推广力度，扩大平台影响力，强化“一部手机云品荟”产品库建设，助力农产品上行，拓宽销售渠道。深入推进“一部手机云品荟”应用，进一步强化“一部手机云品荟”技术服务、公共服务、渠道分拨、信息收集等引导和服务功能。围绕“一部手机云品荟”引入并培育上下游市场主体资源，培育一批电商软件开发、网站建设、数据分析、商务代运营、网络推广、售后服务、仓储、物流等上下游企业，为电商卖家提供产品上行“一揽子解决方案”。加大5G、4K、人工智能、大数据、区块链等新技术在“一部手机云品荟”的应用，增加智能化、智慧化应用场景。

打造“一部手机云品荟国际版”。加强“一部手机云品荟”的全球商务推介，通过线上线下联动、全媒体方式提升“一部手机云品荟”在境外的认知度和使用度。推动“一部手机云品荟”与南亚东南亚主流电商平台的合作，实现“云品荟”与“云品”同步走出去，更好地实现“三张牌”向境外延伸。

2. 促进本土电子商务企业龙头化升级

平台助力培育龙头电商企业。发挥好电商平台品牌孵化功能，鼓励电商卖家在各大电商平台开设主题馆、旗舰店，提升“云品”品牌溢价，引导企业提升网上交易的商品质量和服务专业化水平，加快培育一批具有交易规模大、品牌市场影响力强的龙头网商和网

络品牌，支持优秀电商企业申报电子商务示范企业。

引导电商企业强化技术创新。引导电子商务企业加强创新基础能力建设，提升企业专利化、标准化、品牌化、体系化、专业化水平。推动 5G、大数据、物联网、人工智能、区块链、虚拟现实/增强现实等新一代信息技术在电子商务领域的集成创新和融合应用。加快电子商务技术产业化，鼓励电商平台企业拓展“产、学、研、用”融合通道，为数字技术提供丰富电子商务产品 and 应用。

3. 培育“专精特新”电子商务平台企业

培育“特而专”的行业发展电商平台。形成“一特色产品一平台”、“一专业市场一平台”。打造细分垂直行业电商龙头，提升区域公用品牌知名度和市场影响力。围绕茶叶、咖啡、中药材、玉石等优势产品，支持企业以自建、合作开发等形式搭建产业电商平台。支持农业、大宗原材料等重要生产资料领域垂直电商平台发展，引导有条件的生产资料企业、经营企业和专业批发市场开展大宗网上商品交易，培育一批集成电子交易、仓储物流、供应链金融、大数据服务和全球采购等功能的商品交易服务平台。鼓励电子商务企业积极发展远程办公、云展会、无接触服务、共享员工等数字化运营模式，不断提升电子发票、电子合同、电子档案、电子面单等在商业活动中的应用水平。

培育“小而美”的生活服务电商平台。在社区电商、生鲜电商、本地生活服务等细分领域，支持整合各类公用设施和社会资源，打

造涵盖餐饮、住宿、家政、维修等生活服务领域的区域电子商务平台。

4. 引进国内外电商龙头做大产业规模

推动形成“集聚发展、龙头领航”的发展格局。积极引进国内外知名的优秀电子商务平台、物流仓储、支付企业落户，在我省设立企业总部、区域总部、服务中心、运营中心和仓储基地。发挥龙头企业资源优势，大力发展数据服务、信息咨询、专业营销、代运营等电子商务服务业，鼓励各类技术服务、知识产权交易、国际合作等专业化支撑平台建设，做大电子商务市场。

专栏 1 电商生态建设工程

1. “一部手机云品荟”生态主体培育工程。围绕“一部手机云品荟”上下游产业链进行商务数字化主体培育，加强电商软件开发、网站建设、数据分析、商务代运营、网络推广、售后服务、仓储、物流等上下游扶持力度，推动“一部手机云品荟”生态化发展。
2. “一特色产品一平台”建设工程。重点围绕茶叶、中药材、花卉、咖啡、玉石珠宝等特色产品，建设特色产品电商平台，推动特色平台深度嵌入“一部手机云品荟”，推动资源共享、优势互补、市场开放，提升全行业竞争力。
3. “一交易市场一平台”建设工程。依托大型交易市场和大宗产品交易市场，打造一批全国领先的垂直领域平台，推动大宗商品电商平台深度嵌入“一部手机云品荟”，长期探索发布行业指数。
4. 电商示范企业培育工程。支持各行业龙头企业、有实力的电子商务服务企业和第三方平台网商积极创建国家级、省级、州市级电子

示范商务企业。加快培育 5-10 家国家级电子商务示范企业、一批省级和州市级电子商务示范企业。

5. 电商龙头企业集聚工程。“十四五”期间，吸引 5-10 家国内外有影响力的电子商务企业和服务企业到我省设立研发中心、运营中心或物流仓储中心。

6. 电子商务技术产业化工程。支持电子商务企业加大数字技术研发投入，对科技创新成果、领先商业模式等进行商标品牌化建设。开展商业科技应用优秀案例遴选和宣传推广，提升商业科技的市场化转化率。推动电子商务技术产业化，为云计算、大数据、人工智能及虚拟现实等数字技术提供丰富电子商务应用场景。

（二）跨界融合赋能实体经济转型

以**推动实体企业数字化转型为重点和方向**，建设数字商贸流通发展示范区、“互联网+服务业”创新试验区、工业互联网与工业电子商务示范区和绿色供应链发展标杆示范区，推动形成**“有融合、有联动、全领域”**的电子商务与实体经济融合发展格局。

1. 推动实体企业数字化转型

建设实体企业数字化转型示范区。引导和支持实体企业利用第三方电子商务平台开展电子商务应用，鼓励企业内部分设电子商务部门或成立电子商务公司，发展自营电商业务。瞄准“数字云南”建设契机，引导国有企业数字化转型，加快推动电子商务与国有企业主营业务深度融合。着力发挥电子商务在降本增效、转型升级、业态创新、服务提升、稳定外贸等方面的引领作用，将电子商务充分应用于企业业务场景中，持续拓展新制造、新模式、新业态、新

服务、新市场。

2. 市场创新培育高品质数字生活

建设数字商贸发展示范区。鼓励商业基础较好的城市探索构建线上线下融合发展的体验式智慧商圈，打造社交化、情景化和智能化消费环境。鼓励“一店多能”，支持便利店、超市、百货商场、商业综合体等商贸企业数字化转型，加快商业基础设施智能化升级，推广自助终端、电子价签、智能货架、弹性供应链、溯源系统等实体门店数字科技。加强智能快件箱、智能取餐柜、智能外卖柜等服务终端建设，进一步丰富线下数字化消费场景。加快创建一批数字化农贸市场，引导专业市场发挥商品集散和物流服务等优势，建立网上批发和分销平台，积极发展集交易、金融、配送等功能为一体的电商分销业务。

建设数字服务创新试验区。提升便民生活圈数字化水平，支持电子商务企业与物流企业、社区商业网点、连锁超市、便利菜站、社区服务组织合作建立社区电子服务体系。积极构建“互联网+养老”模式，推动家政、餐饮、维修等生活服务行业在体验服务、智慧服务、定制服务等形态上实现与特色优势领域融合创新。深化“互联网+旅游”，发展智慧化和体验式的在线旅游服务，促进文旅商产业协同发展，持续拓展智慧会展新业态、新模式。支持银行、消费金融等金融机构依托互联网技术，积极开发基于互联网技术的新产品和服务。

4. 商产融合助力产业数字化转型

建设工业互联网与工业电子商务示范区。鼓励电子商务平台与工业互联网平台互联互通，协同创新，推动传统制造企业“上云用数赋智”，培育以电子商务为牵引的新型智能制造模式。引导企业发展定制化消费业务，发展按需生产、个性化定制、柔性化生产、用户直连制造（C2M）等新模式。

建设产业链供应链数字化转型示范区。支持产业链上下游企业基于电子商务平台加快订单、产能、物流、渠道等资源整合与数据共享，打造产业链协同共赢生态体系。鼓励生产企业依法合规开展用户画像和行为分析，全面提升产销联动效率。支持 B2B 电子商务平台加快对金融、物流、仓储、加工及设计等供应链资源的数字化整合，鼓励企业依托电子商务平台发展可视化、弹性化供应链业务体系，提升供应链快速响应能力。

4. 推动绿色经济与电商融合发展

建设绿色数字商务发展示范区。引导电子商务企业主动适应绿色低碳发展要求，树立绿色发展理念，积极履行生态环境保护社会责任，提升绿色创新水平。指导电子商务企业建立健全绿色运营体系，加大节能环保技术设备推广应用，加快数据中心、仓储物流设施、产业园区绿色转型升级，持续推动节能减排。推动互联网在环保领域的模式创新和应用，鼓励开展在线回收、在线拍卖、网上二手车交易等，提高再生资源回收和利用效率。协同推进快递包装绿

色供应链管理，推动快递包装减量，鼓励可循环包装应用。

专栏 2 电商融合发展工程
1. “滇企电商平台推进”工程。积极引导食品、医药、石化、有色金属等具有竞争力的龙头企业开展电子商务，加入全国乃至全球产业链，鼓励云铝、云锡、云铜等龙头企业搭建电商平台。 2. 智慧商圈和智慧商街创建工程。推动一批有条件的商业街区通过增设智能管理系统、创新经营模式、吸引和培育网红品牌等措施，开展智慧商圈建设，打造夜经济新地标和网红打卡地，争创国家级智慧商街。 3. 智慧农贸市场建设工程。对全省重点农贸市场基础设施进行标准化提升改造，全部打造为智慧农贸市场，进一步完善基础设施，加强信息化建设，不断提升净化、美化、规范化、精细化、标准化建设和运营水平。 4. 数字文旅商促进工程。培育一批文化和旅游类电子商务示范企业，鼓励电商平台企业拓展“旅游+地理标志产品+互联网+现代物流”功能，采用网络直播、小程序等多种渠道扩大线上旅游销售规模。 5. 电子商务绿色发展工程。引导电子商务示范基地绿色转型，引导电商企业加强绿色数据中心、绿色仓储建设，建立包装产品合格供应商制度。推动可循环快递包装规模化应用，鼓励电商平台开展多方合作，加大快递包装、外卖餐盒等塑料废弃物规范回收力度。

（三）强化数商兴农服务乡村振兴

以支持中小农村网上企业化升级为重点和方向，强化农村电商企业长效培养机制，持续强化渠道及模式创新助力数字富农，顺应消费升级趋势擦亮农村电商区域公共品牌，打通农村电商“最初和

最后一公里”，培育一批农村电商领域“带头人”，推动形成“有规模、有品牌、有流通”的农村电商发展格局。

1. 支持中小农村网商企业化升级

建立农村电子商务企业培养长效机制。加大限额以上电商企业培育入库力度，实施“限额以上电商企业培养计划”，按照“限上企业抓增长、上限企业抓入库、接近限额企业抓培育”的思路，引导农村个体网商向电子商务企业转型，鼓励农村合作社内部电子商务部门分设成立电子商务公司，全面加强对全省电子商务企业的规范引导和培育扶持力度。

2. 渠道及基建创新助力数字富农

构建“互联网+”农产品出村进城新渠道。建立“一部手机云品荟+直供+展销+第三方平台”模式，推动“一部手机云品荟”业务下沉。以“新消费场景+新零售传播”模式，发展直播带货等新兴消费业态。鼓励种植（养殖）基地与电子商务平台对接，探索发展订单农业、精准农业，实现从产销对接向农特产品预定、种植、包装、推广、产销、运输、品牌建设全产业链深度合作。引导农村电商与本地生活类电商平台联动发展，支持发展以销定产模式，形成集中采购、集中配送、按区域分发的发展模式。支持民宿、农家乐等新兴服务业发展电商业务，发展乡村共享经济等新业态。

强化数商兴农发展农村电商新基建。推动农村电商与数字乡村衔接，积极开展“数商兴农”，引导电子商务企业发展农村电商新基

建，提升农产品物流配送、分拣加工等电子商务基础设施数字化、网络化、智能化水平，发展智慧供应链。支持利用电子商务大数据推动农业供给侧结构性改革，完善农产品安全追溯监管体系，促进数字农业发展。

3. 品牌及标准建设实现价值提升

顺应消费升级趋势擦亮农村电商区域公共品牌。提高农产品标准化、多元化、品牌化、可电商化水平，提升农产品附加值。健全农产品电商品牌形象传播体系，加大对云南“绿色食品牌”、“十大名品”、自主品牌、原创品牌的支持力度，传承振兴老字号，引导各州市整合资源建设区域性农产品品牌，支持农业企业、农民专业合作社注册农产品商标和地理标志商标，加快培育一批“网红云品”和“高值小众云品”，构建“省级公共品牌+区县区域品牌+企业自主品牌”的品牌体系。支持区域品牌数字化营销，鼓励农业企业、专合组织在知名电商平台上开设特色云品展示展销专区。建立农产品网销标准体系，制定适应电子商务业态的质量检测、分等分级、产品包装、业务规范等产品质量和服务标准。

4. 培育县域电商服务畅通城乡循环

培育县域电子商务服务。大力发展县域电商服务业，引导电子商务服务企业建立县域服务机构，辐射带动乡村电子商务产业发展。推进“互联网+高效物流”，健全农村寄递物流体系，深入发展县乡村三级物流共同配送，打造农村电商快递协同发展示范区。创新物

流支持农村特色产业品质化、品牌化发展模式，提升农村产业化水平。支持邮政快递物流企业为农产品提供包装、仓储、运输的标准化、定制化服务，支持邮政快递企业与农业龙头企业合作，强化农村快递网络布局，实现快递服务入村、入户、入企业。

5. 鼓励返乡就业创业集聚数字青年

培育一批农村电商领域“带头人”。引导返乡农民工、大学生、退伍军人等个体开设线上店铺，在直播平台开设账户，扩大网商规模。把握“大数据”、“云平台”等发展机遇，围绕农村生活、农村文化等培养直播、电商类数字青年，为农村电商发展提供坚实数据和人才支撑。强化与电商平台的合作，支持对返乡农民工、大学生、退伍军人等开展农村电商普及和技能培训，丰富直播带货、社交电商等课程。

专栏 3 农村电商增效工程

1. 中小农村网商企业化转型工程。加强与主流电商平台的合作，加强对我省现有中小农村网商的政策支持、业务辅导，推动一批中小农村网商转型为电子商务企业。

2. “网红云品”培育工程。鼓励各州市筛选 3-5 个有特色、有市场、有规模、适合网络销售的产品作为电商销售龙头产品，实施“一州一品”、“一县一品”培育计划，加快培育一批有影响力的“网红产品”。积极组织引导农民专业合作社、农业产业化龙头企业与电商平台对接，开展媒体策划、品牌塑造及网络营销，提高农产品网络销售的知名度、信誉度和美誉度。

3. 农村电商线上线下融通工程。聚焦城市高端市场需求，加强农村电商与盒马鲜生、超级物种等新零售企业协同发展，加快发掘一批品质高、品级高、品位高、性价比高的“四高产品”，全面提升“云品”附加值。

4. 县乡村物流配送体系建设工程。升级改造县级物流配送中心，健全县乡村三级物流配送体系，发展统仓共配模式。在整合县域电商快递基础上，调动乡镇、行政村闲置运力，推动乡村末端物流线路共享，搭载日用消费品、农资下乡和农产品双向配送服务，提升县域物流服务时效，实现双向畅通。

5. 农村数字英才培育工程。加快培育一批农村电商带头人、企业家，对大学生村官、退伍军人、返乡农民工等开展实践操作培训，针对有需求的商家开展增值服务培训，培养一批电子商务网络销售实用人才。

（四）做足沿边开放促进电商发展

以推动跨境电商规模化发展和促进边境贸易电商化升级为重点和方向，着力培育“互联网+边境贸易”领域独角兽企业，打造跨境电商全产业链生态圈，持续完善跨境电商服务生态，提升跨境电商对外辐射能力，开拓国际合作新局面，推动形成“有创新、有产业、有辐射”的跨境电商发展格局。

1. 推动跨境电商规模化发展

打造链接南亚东南亚跨境电商转运枢纽。依托中老铁路与中欧班列等战略通道，发挥昆明国际航空枢纽国际辐射能力，强化多式联运，加快以昆明为核心，德宏、版纳、红河为重点，沿边口岸联

动为支撑的跨境电商园区和多式联运物流体系建设，建设面向南亚东南亚、链接欧洲的特色产品进口枢纽和出口门户。支持有条件的外贸企业转型升级，大力发展保税展示、保税交易，建设一批进口消费品展示交易直销平台，把我省打造成南亚东南亚商品“线上卖场”，推动南亚东南亚特色商品“本地电商化”。强化跨境电商大企业引进和大项目建设，推动跨境电商规模化发展。

2. 促进边境贸易电商化转型

着力培育“互联网+边境贸易”领域独角兽企业。积极把握疫情阻断人员往来的窗口期，用好边境贸易特殊政策，加快推进“互联网+边境贸易”发展。鼓励“互联网+边贸”、“集装箱化”、“拼单式”发展，着力培育“拼多多式”创新企业，力争在“互联网+边境贸易”领域培育出独角兽、瞪羚企业。

3. 创新跨境电商管理服务机制

持续完善跨境电商服务生态。深入推进我省跨境电子商务“两平台、六体系”建设，即持续推动跨境电子商务线上公共服务平台、跨境电子商务线下产业园区平台功能优化，进一步强化跨境电子商务信息共享体系、跨境电子商务金融服务体系、跨境智能物流体系、跨境电子商务信用体系、跨境电子商务统计监测体系、跨境电子商务风险防控体系建设。推进线上公共服务平台与海关、税务、市场监管、公安、邮政、外汇等职能部门数据交换和互联互通，强化“一站式”配套服务，持续创新 B2B 出口业务认定标准和申报流程，持

续完善优化跨境电子商务监管流程，强化跨境电商知识产权保护。依托沿边金融综合改革先行先试政策，推动非银行机构与银行机构开展合作，为南亚东南亚国家的跨境电子商务提供人民币结算。

4. 着力完善跨境电商产业生态

打造跨境电商全产业链生态圈。加快推动中国-南亚东南亚跨境电子商务发展，吸引跨境电子商务企业、跨境供应链企业落户，设立面向南亚东南亚的电子商务总部。加快形成具有国际影响力的跨境电商产业生态，不断壮大跨境物流、外汇支付、软件服务、培训教育、知识产权、财税支持、营销推广等专业服务市场。推动我省跨境电商营销、支付、仓储、物流、通关、结算等全产业链的发展，形成开放、协同、繁荣的跨境电商新生态。

5. 推动数字领域国际合作走深走实

打造面向南亚东南亚的电子商务辐射中心。鼓励电子商务平台联合融资担保、物流配送等电子商务服务企业共同拓展国际业务，为南亚东南亚国家提供一站式电子商务服务，积极推动电子商务“走出去”，不断输出电子商务服务的“中国标准”、“云南模式”。鼓励本土电商龙头通过自建、收购并购或租赁等方式在南亚东南亚国家建设海外仓、智能口岸仓、出口集货仓、海外实体店和提货点等，融入境外流通体系，提升全球化经营能力。鼓励跨境电商企业联合跨境旅游、文化贸易、信息服务贸易等国际化程度较高的重点行业企业，抱团开拓海外市场。引导具有一定优势的本土电子商务企业

与境外企业开展合作，拓展境外市场网络。

发挥“丝路电商”国际合作主体省份作用。积极发展“丝路电商”，加快电子商务技术、平台、供应链及配套服务的国际合作步伐，探索建立跨境电子商务联盟。利用南博会、商洽会等平台，建立政府、企业、专家等各个层面的对话机制。充分利用各类外经贸合作机制，提升我省跨境电子商务交易平台在国内外市场的影响力。鼓励电子商务企业积极参与南亚东南亚国家数字惠民、数字金融、数字治理等民生项目，帮助发展中国家缩小数字鸿沟。积极参与电子商务国际规则制定谈判的相关工作，促进跨境交付、个人隐私保护、跨境数据流动、消费者权益等领域国内国际规则衔接。

专栏 4 跨境电商升级工程

1. 跨境电商“千百十”工程。在“十四五”期间集聚培育 1000 名跨境电商领军人才，实现跨境电商出口规模超过 100 亿元，打造 10 个以上示范效应明显、产业辐射带动强大的跨境电商产业园。

2. “跨境电商+边贸”独角兽培育工程。鼓励创新创业，在“跨境电商+边贸”领域引进、培育独角兽企业，培育一批“跨境电商+边贸”上下游的单项冠军企业。

3. 龙头跨境电商+本土企业协同工程。进一步深化本土外贸企业、跨境电商企业与阿里、京东等平台在跨境电商领域的务实合作，建设面向南亚、东南亚跨境电商交易服务、合作交流和仓储物流等生态体系。

4. 跨境电商数据对接工程。结合海关、税务、外汇、邮政等部门业务需求和企业开展跨境电商实际诉求，持续升级优化我省跨境电商

公共服务平台，建立完善的信息共享、金融服务、智能物流、电商信用、风险防控和统计监测体系。

5. 跨境电商“走出去”工程。加强与一批优质的海外仓企业合作，在跨境电子商务重点目标市场加快设立一批设立智能化的公共海外仓，为我省企业跨境销售提供低成本的国际物流服务。

（五）优化要素配置夯实发展实力

以推动产业载体园区化发展为重点和方向，加快构建高效便捷物流配送网络，引育并举促进复合型电商人才集聚，支持有实力的机构争取国家第三方支付和跨境支付许可，鼓励新技术在电子商务领域的应用，持续完善网络基础设施建设，推动形成“有集聚、有支撑、有人才”的电子商务发展支撑体系。

1. 推动产业载体园区化发展

建设一批电子商务示范基地。依托自由贸易试验区、经开区、跨合区、边合区、综保区等平台，支持各平台结合区域发展特点和资源优势进一步推动平台企业、电商企业、专业人才、专业服务为主体的集聚。引导和带动各类电子商务产业园区向运营专业化、服务多元化、企业生态化方向升级，通过改造、建设“园中园”等方式，支持有一定基础的电商产业园区做大做强，打造一批具有一定规模、产业配套齐全、多功能、多业态、“上游在楼上、客户在隔壁”的电子商务产业集聚园区，支持园区申报国家电子商务示范基地。采取“一区多园”、“一园多点”布局方式，支持具备条件的州、市

设立电子商务产业园。

建设一批直播电子商务产业基地。推动直播电商赋能优势产业、专业市场和特色商圈，围绕玉石珠宝、高原特色农产品、南亚东南亚特色产品建立电商直播基地，建设“一站式”网红直播孵化器，加强培育和引进优质直播电商平台公司、直播电商经纪公司、直播电商服务机构、供应链公司等，孵化和培训一批网红品牌和带货达人，打造一批直播电商示范基地。

建设一批电子商务孵化众创空间。通过市场主导、政府支持的方式建设一批电子商务众创空间，推进众创空间的功能优化、基础建设和制度创新，为创客、创业团队、创客企业提供系统化、网络化、规模化和全程化核心孵化的功能服务，增强电子商务创新承载能力和产业集聚水平。

2. 促进数据与技术创新利用

鼓励新技术在电子商务领域的应用。加强电子商务与物联网、大数据、区块链等融合发展，加强物联网、区块链技术在网络商品溯源、物流仓储管理等领域的应用，建立电子商务全流程实时监测体系。促进数据要素高水平开发利用，培育壮大大数据服务产业，规范发展第三方数据服务。支持电子商务相关服务企业开发数据产品，拓展数据资源在电子商务全业务场景中的应用，推动建立消费、信用、溯源等数据的跨平台交互机制。

3. 加快物流基础设施建设

加快构建高效便捷物流配送网络。结合公路、铁路、航空等关键物流节点，发展多式联运，合理布局电子商务仓储设施，加强各类节点的对接，构建高效便捷的电子商务物流网络。引导现有快递企业、仓储企业和社会资本参与电子商务物流设施建设或再利用。提高仓储设施信息化水平，建设货物集中配送综合服务平台，逐步形成与电子商务发展相适应的现代物流配送体系。探索物流企业与电子商务企业的联合经营或兼并重组，促进产业链、供应链和服务链一体化。统筹建立省、州、县三级物流数据系统，监控物流寄递企业实时数据。

4. 强化电商产业人才支撑

引育并举促进复合型电商人才集聚。建立电商人才库，将电子商务人才纳入我省高层次人才目录，针对电子商务领域高等级专家学者、科技人员，量身定制人才引进政策，充分发挥“头雁”效应，促进优质创新团队和项目落户。完善电子商务人才培养体系，进一步强化“政、产、学、研、用、培”六位一体人才培养模式，鼓励平台、企业与院校联动，开展线上线下融合、多层次、多梯度的电子商务培训，加强复合型人才供给。探索建立政府部门、行业服务中心、高校、研究咨询机构之间的电商人才流动机制，建设电子商务人才合理流动的保障体系。

5. 加强电子商务金融服务

多维度加强电子商务金融服务。支持有实力的机构争取国家第

三方支付和跨境支付许可，引导支付服务机构提供多终端支付服务，引进有实力的支付企业。推进农村商业银行、农村信用社、村镇银行服务当地电子商务发展，建立县域金融机构服务农村电商发展的激励约束机制。支持在农村地区推广网上银行、手机银行，创新支付产品，引导农民办理网上购物、缴费等支付业务。引导有关金融机构、第三方支付机构规范开展适合电子商务特点的支付产品和服务创新。

6. 完善网络通信基础设施

持续完善网络基础设施建设。加快布局 5G 网络、数据中心、区块链技术云平台、人工智能、工业互联网、物联网等新基建，提升数字经济发展支撑能力。将宽带网络建设纳入各地城市规划和农村电信普遍服务范围，加强统一规划、布局和设施保护。不断推进城市交通枢纽、大型商场超市、主要景区、公共设施等重点区域的公共无线网络建设。加快昆明互联网国际通信专用通道建设，支持跨境电子商务线上数据及时交互。

专栏 5 电商服务支撑保障工程

1. 电子商务示范基地建设工程。推进电子商务示范基地建设项目深入发展，建设一批布局合理、功能协调、特色鲜明、要素集聚、配套完善的电子商务示范园区（基地）、楼宇、小镇。鼓励电子商务产业集聚基地或园区创建国家电子商务示范基地，通过示范引领，提升电子商务发展质量。

2. 配套改建电子商务服务业专区工程。充分利用工业园区、特色

产业基地等闲置楼宇仓储资源，配套改建一批电子商务服务业专区。根据原有产业的特点，强化电子商务服务满足传统产业的特殊性要求，融合区域特色和产业优势，聚集发展具有云南特色的电子商务应用。

3. 电子商务孵化器建设工程。加强电子商务孵化器建设，为电子商务初创企业和个体工商户提供免费入驻、注册认证等公共服务。支持引进专业孵化机构，培育电商创业人才，提升电商企业经营水平，提高电商整体规模。

4. 电子商务数据资源开发工程。推动政府和公共数据资源有序开放共享，培育第三方数据评估服务，培育发展电子商务数据交易平台。鼓励电子商务企业依法依规开展数据资源合作，支持电子商务服务企业研发数据产品，丰富应用场景，服务和带动中小企业数字化。

5. 电子商务“专家信息库”建设工程。形成专家咨询体系，为产业转型升级、电子商务产业集聚、载体定制化落地、项目可持续发展等方面提供智力支撑。

6. 绿色食品全链条冷链物流建设工程。建设以花卉、水果、蔬菜、肉牛、生猪等重点产业生产基地为基础，以区域性和综合性冷链物流市场为依托，以重大冷链物流项目为支撑的绿色食品冷链物流设施网络及运行体系。

（六）深化监管服务鼓励创新创业

积极探索新型监管模式，鼓励电商领域创新创业，推进电商信用体系建设，加强电商平台规范管理，强化行业自律体系建设，推动形成“有监管、有包容、有自律”的电子商务发展政府服务体系。

1. 积极探索新型监管模式

优化电子商务市场监管。坚持包容审慎监管，转变监管理念，构建事前事中事后全链条监管框架，提升协同联动监管能力。优化监管方式，探索线上闭环监管、非接触监管、信用监管等新型方式，强化政企联动，推动政企间数据合法有序共享机制建设。加强反垄断与反不正当竞争执法司法，防止资本无序扩张。强化消费者权益保护，在新型消费领域开展消费教育和消费警示，建立健全消费纠纷多元化解机制。

2. 鼓励电商领域创新创业

激发电商领域创新活力。推动社会资本建立电子商务产业基金，探索设立电子商务创业创新项目资金池，整合社会各类资本投向电子商务领域。定期举办电子商务创业创新活动，建立电子商务创业创新导师团，完善创业创新服务机制，营造良好的社会参与氛围。

3. 推进电商信用体系建设

探索建立电子商务行政管理信息共享机制。依托国家企业信用信息公示系统促进电子商务企业信用信息与税务、海关等信息的共通共享。深入推进电子商务可信交易环境建设，完善网络经营者信用评价制度。支持第三方信用服务和产品应用于网络交易，开展信用调查、评估和担保等服务，鼓励行业组织、中介机构开展社会化的可信交易环境建设服务。推动区块链技术在溯源、信用、风险防控等领域应用，探索利用区块链技术提升数字贸易服务及数据化监管水平。

4. 加强电商平台规范管理

引导企业强化内控管理。推动电子商务平台经营者加强数字技术应用，完善平台规则，不断提升平台自治能力，落实网络安全等级保护制度。加强对网络交易平台交易规则的规范管理，引导网络交易平台经营者履行社会责任，维护经营者和消费者的合法权益。依法打击平台管理人员商业贿赂、平台商户虚构交易、信用造假等违法行为。

5. 强化行业自律体系建设

着力健全行业自律服务体系。支持与电子商务相关的商协会建设，推动出台行业自律公约、制订行业规章和标准，构建电商行业自律规范体系。支持商协会、社会团体及企业结合电子商务行业特点，开展标准研制及应用。充分发挥商协会在统计监测、技术推广、交流合作、市场开拓等方面的作用。支持电子商务智库建设，提升政府决策服务能力，支持社会组织和第三方服务机构为电子商务企业提供专业、高效服务。

六、保障措施

（一）加强党的领导

深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力。坚持党总揽全局、协调各方，贯彻党把方向、谋大局、定政策、促改革的要求，加强党对电子商务高质量发展工

作的全面领导，提高电子商务工作科学决策和管理水平。

（二）完善组织保障

依托我省电子商务工作领导小组，统领全省电子商务工作，建立电子商务产业联席会议制度，统筹协调全省电子商务产业发展重大问题，细化职能分工，完善商务、工信、发改、农业、文旅、邮政、海关等部门间的协调配合机制，形成合力推动工作的新局面。充分发挥相关行业协会、龙头企业、中介组织、高等院校和专家队伍等中介组织的协调作用，确定电子商务产业发展工作目标、责任分工、实施方案与进度安排，确保工作高效有序推进。进一步强化各级商务主管部门人员配备，打造一批“会做事、能做事”的人才队伍。

（三）强化资金支持

优化财政政策支持。加大农村电子商务、跨境电子商务、本地生活电商、电子商务创新创业、云计算、大数据等重点领域、关键环节资金支持力度。加大金融支持力度。支持电子商务企业发展供应链金融、商业保理等新型融资方式，优化金融资源配置手段。支持省内电子商务企业在境内外上市。推动社会资本建立电子商务产业基金，探索设立电子商务创新创业项目资金池，整合社会各类资本投向电子商务领域。

（四）加强统计分析

积极探索新形势下电子商务统计监测工作的目标、方法和途径，

逐步构建大数据监测、典型企业数据上报、部门数据共享等多种形式相结合的电子商务统计监测体系。鼓励行业协会和社会性服务机构积极参与，建立科学、统一、全面、协调的电子商务统计监测分析制度，全面提升电子商务统计监测工作水平。加强前瞻性研究，及时把握商务领域新经济发展特征和规律，根据新形势新变化不断修改和完善商务领域新经济统计指标体系，客观反映商务领域新经济的规模和贡献。

（五）增进国际交流

利用中老、中缅、中越双边国际交流机制，发挥区域引领作用，积极参与建立南亚东南亚电子商务规则谈判和政策协同机制，营造有利于电子商务发展的国际环境。开展跨境电子商务经验推广、专题研讨等专题活动，选取特点鲜明、效果显著的创新成果进行宣传推广，将发展成果外溢到其它地区和国家。

（六）强化安全保障

探索建立电子商务平台网络安全防护和金融风险预警机制，支持电子商务相关企业研究多属性的安全认证技术，保障网上购物的个人信息和重要数据安全。建立针对跨境电子商务风险信息采集、评估分析、风险分类管理等风险防范和预警处置机制，有效防控非真实贸易洗钱的经济风险，数据存储、支付交易、网络安全的技术风险，以及产品安全、贸易摩擦、主体信用的交易风险，确保国家安全、网络安全、交易安全和商品质量安全。

附录：重点名词解释

1. **“三张牌”**：全力打造世界一流“绿色能源”、“绿色食品”和“健康生活目的地”三张牌，持之以恒推动“三张牌”走深、走精、走长，让绿色成为云南发展的鲜明底色。

2. **“一部手机云品荟”**：“一部手机云品荟”是在云南省委、省政府指导下，围绕打好世界一流“绿色食品牌”的工作部署，面向各类销售渠道提供云南名优特产品直供以及农产品供应链服务的综合服务平台。

3. **第三方电子商务平台**：指独立于产品或服务的提供者和需求者，通过网络服务平台，按照特定的交易与服务规范，为买卖双方提供与交易行为相关的产品展示、信息沟通、下单支付、物流配送、金融保险、技术保障等综合服务。

4. **电子商务公共服务平台**：是指由政府主导、市场化运营，用于促进和支撑电子商务快速发展的电子商务公共服务信息平台，其有别于以阿里巴巴为代表的第三方电子商务平台，是电子政务公共服务向电子商务领域的延伸，是电子政务和电子商务的紧密融合，是电子商务发展的重要支撑部分。

5. **电子商务服务企业**：指为企业开展电子商务应用提供专业服务的服务性企业，包括信息和交易平台、支付、物流快递、推广、认证、信用、安全、培训等各类企业，是国家战略性新兴产业和现

代服务业的重要组成部分。

6. 个性化定制：“C2B”是“Consumer to Business”的缩写，改变了原有生产者和消费者的关系，是以消费者需求为导向的全新的生产和商业模式。

7. 海外仓：指进出口企业在境外建设的仓储设施，出口企业可以将货物批量发送至海外仓库，实现在该国的本地销售、配送；进口企业可以将进口的国外产品在海外仓汇集，集中运输和通关。

8. 边境仓：建在边境地区的为临近国家提供跨境物流、通关和仓储的服务体系。

9. 出口集货仓：为跨境电商卖家提供揽收、仓内拆/合包、清关、国际物流、配送等一站式物流供应链服务。