

吕梁市电子商务发展规划（2026-2030）
(征求意见稿)

目录

第一章 面临形势与发展基础	1
一、现状与形势	2
（一）电子商务发展现状	2
1.全国电商发展现状	2
2.山西省电商发展现状	3
3.吕梁市电商发展现状	5
（二）“十五五”时期电子商务发展面临形势	7
二、吕梁市电子商务发展基础	10
三、当前电商发展存在的问题	14
第二章 总体思路和发展目标	17
一、指导思想	17
二、基本原则	17
（一）坚持要素驱动，做强电商产业	17
（二）坚持创新驱动，融合线上线下	18
（三）坚持市场主导，政府积极推动	18
（四）坚持补齐短板，产业提质增效	18
（五）坚持普惠共享，持续绿色发展	19

(六) 坚持应用导向，促进转型发展	19
三、发展目标	19
(一) 总体目标	19
(二) 具体目标	20
第三章 重点任务和专项行动	24
一、重点任务	24
(一) 强化电商服务主导产业角色	24
1.明晰电商发展与主导产业的紧密联结关系	24
2.聚焦激发主导产业内生的电商化动力机制	24
3.鼓励本地电商人才积极参与地方产品宣介	25
(二) 培育结构完善多层人才队伍	25
1.梳理本市电商人才存量，形成电商人才库	25
2.定期开展企业电商调研，形成电商需求表	25
3.链接内外电商人才团队，形成电商梯度队伍	26
(三) 明确地区品牌匹配特色产业	26
1.细分品牌类型，建立“一品一牌”强关联	26
2.打造品牌特色，塑造“优质优品”强产业	27
3.形成推广矩阵，争创“有牌必火”强声势	27

（四）夯实基础提升物流数流效率	27
1.立足产业特色建立物流中心	27
2.合理规划补齐冷链物流短板	28
3.加大物流数流体系建设支持力度	28
（五）形成部门联动协同组织矩阵	29
1.梳理电商产业关联部门权责关系	29
2.对接主导产业企业提供定制政策	29
3.推动政府平台企业三方协同发展	30
（六）拓展业态提升跨境能力	30
1.构建跨境电商综合服务平台	30
2.培育跨境电商主体，壮大市场规模	31
3.完善跨境物流体系，畅通国际通道	31
二、专项行动	32
（一）推进市场主体电商化进程	32
1.加快电商园区建设服务地区电商特色产业	32
2.支持主导产业企业加快成立并优化电商部门	32
3.提升工业电商发展水平助力优势产业转型	33
4.建立主导产业企业电商部门联结沟通机制	33

（二）推进各类产品电商化适配	34
1.鼓励企业建立多样化的产品设计体系	34
2.推进本地特色产品电商持续提质增效	34
3.针对本地出圈爆款网红产品予以支持	35
4.助力打造电商全配套设施夯实发展基础	35
（三）推进电商培训层级化转型	36
1.分平台分阶段设立电商培训课程	36
2.支持主导企业围绕产品特点设课	37
3.鼓励社会力量参与电商培训项目	37
（四）推进电商人才灵活化发展	38
1.灵活施策留存不同类型电商人才	38
2.创新施策给予电商人才更多福利	38
3.多措并举营造积极电商经营氛围	39
（五）推进跨境电商专项培育发展	40
1.立足特色产业拓展海外渠道	40
2.立足贸易便利优化服务体系	40
3.立足人才支撑强化能力建设	40
（六）推进乡村 e 镇成果持续转化	41

1.系统性总结乡村 e 镇建设模式与经验	41
2.坚持以乡村 e 镇为电商建设枢纽节点	41
3.建设成果服务新时期电商发展新态势	42
(七) 推进多类主体链条化协作	42
1.推动物流链与数流链的融会贯通	42
2.扩展产业链上企业间的协作关系	43
3.扩展政务链上部门间的协同关系	43
4.扩展政企链上主体间的亲清关系	44
第四章 保障措施	45
一、加强组织领导 完善政策支持	45
二、优化发展环境 推动区域协作	46
三、加强宣传推广 推进人才培养	46
四、加强法规建设 完善监测体系	47

第一章 面临形势与发展基础

电子商务是通过互联网等信息网络销售商品或提供服务的经营活动，是数字经济和实体经济深度融合的关键载体，也是推动产业数字化、智能化转型和提升经济韧性的核心力量。我国电子商务已全面渗透经济社会的多领域、多环节，在促进消费升级、赋能产业转型、畅通国内国际双循环中发挥了不可替代的作用。

“十五五”时期，电子商务将顺应技术革命和产业变革趋势，进一步强化数据驱动、智能引领和消费驱动导向，深度融合全球市场与本地产业，助力构建现代化经济体系。电子商务还将持续赋能区域协调发展、乡村振兴与高水平对外开放，成为培育新质生产力、塑造国际竞争新优势、服务中国式现代化建设的重要引擎。

“十五五”期间，我国电子商务迈入高质量发展的新阶段，面临着新的发展机遇和更加复杂的环境挑战。特别是人工智能、物联网等新兴技术的发展，以及电商多平台竞争格局的白热化，使得电商相关产业对地区产品特色、人才队伍、物流基础和数据分析提出了更高的要求。为谋划“十五五”时期吕梁市电子商务发展的基本路径，在《“十四五”电子商务发展规划》《吕梁市国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《山西省商贸流通业“十四五”发展规划》《吕梁市“985”重点产业链推进工作机制》等相关文件的基础上，结合未来电子商

务发展态势，编制本规划。规划期为 2026—2030 年。

一、现状与形势

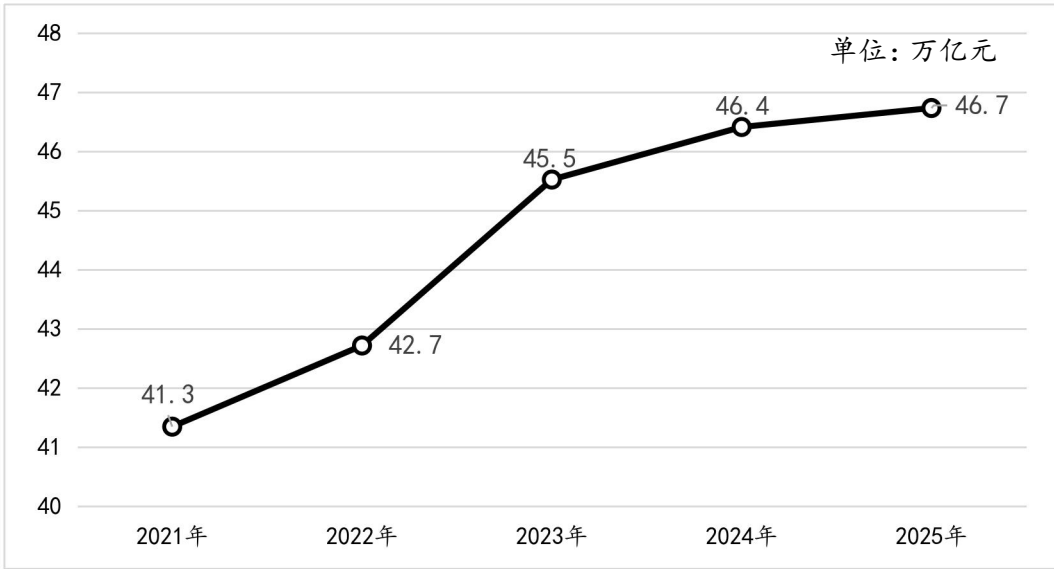
（一）电子商务发展现状

1.全国电商发展现状

“十四五”期间，我国电子商务持续保持总体扩张并呈现结构优化态势，网上零售额稳步提升，实物商品线上占比总体保持在较高水平。全国电子商务交易额由 2021 年的 41.34 万亿元增加至 2025 年的 46.73 万亿元，展现出行业在规模扩张与结构优化双重驱动下的稳健发展势头。随着发展阶段的变化，电商增长动力逐步由规模扩张转向质量提升，直播电商、社交电商、社区团购与跨境电商等新业态协同发力，推动消费回暖并提升产业链整体效率。

电子商务的持续增长主要得益于三个方面：一是规模扩张与市场渗透率提升形成合力，电商交易总量不断走高，带动网上零售额由 2021 年的 13.09 万亿元逐年增加至 2025 年的 15.97 万亿元。二是结构优化趋势明显，实物商品网上零售额从 2021 年的 10.80 万亿元增加至 2025 年的 13.09 万亿元，占社会消费品零售总额的比重稳定在 26%—28%之间，显示线上消费的支柱作用持续增强。三是新业态普及与政策支持相互促进，社交电商、直播带货、社区团购等模式快速渗透，跨境电商和海外仓建设在政策

引导下加快发展，农村电商持续壮大，在消费承压时发挥带动作用，在经济回升阶段进一步放大增长效应，推动行业加快实现由“量的扩张”向“质的提升”的转型。



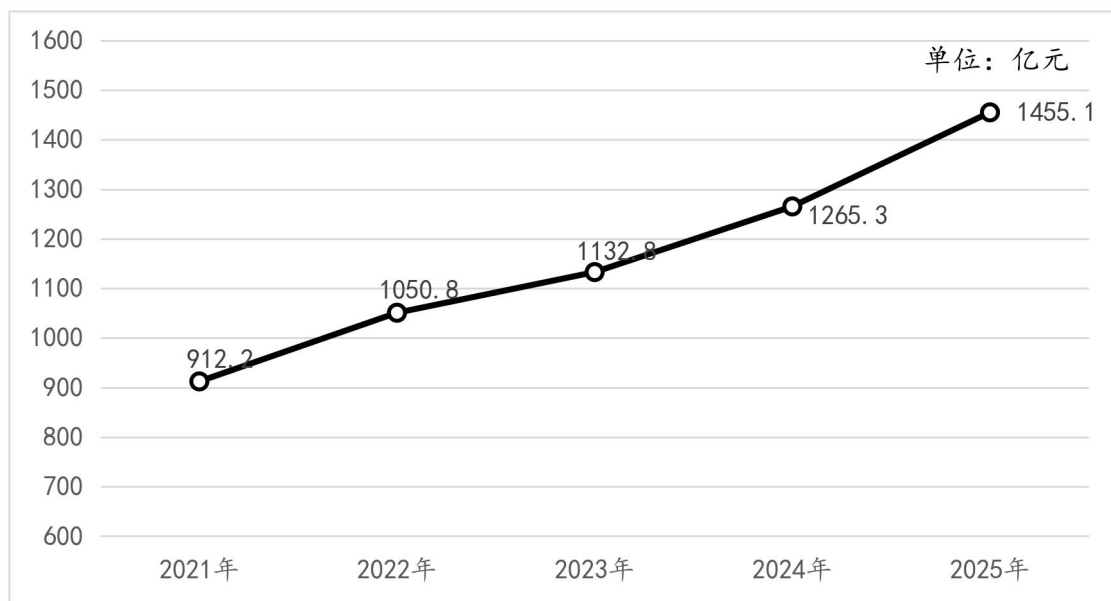
数据来源：国家统计局（2021-2025）

图 1 “十四五”期间全国电子商务交易额变化图

2.山西省电商发展现状

“十四五”期间，山西省电子商务持续加快发展并不断融入经济体系。虽然受业态迭代及经济形势影响，但网上零售额保持了总体增长，产业带动作用日益增强。根据 2025 年的统计口径计算，2021 年至 2025 年，全省网上零售额从 912.2 亿元增长至 1455.1 亿元，电子商务已成为推动消费扩张和产业升级的重要力量。

这一增长主要得益于多方面因素的共同作用。一是规模扩张与消费带动效应显著增强。2021 年全省网上零售额达到 912.2 亿元，同比增长 24.9%，同时互联网及相关服务业营业收入增长 50%、快递业收入增长 26.9%，体现了线上消费对相关产业的强大拉动作用。二是市场主体不断壮大，产业基础持续夯实。2022 年，全省开展电商交易的企业达到 1498 个，占企业总数的 5.8%，时年网上零售额进一步增至 1050.8 亿元，同比增长 15.2%，为电商发展积蓄了强大动能。三是业态创新加快渗透，消费潜力加速释放。随着直播电商、社区团购等新模式广泛普及，2023 年全省网上零售额高达 1132.8 亿元，同比增长 7.8%，对服务业与物流业形成了显著带动。四是业态迭代带来阶段性调整，但高质量发展动能持续积累。2024 年和 2025 年，全省网上零售额分别为 1265.3 亿元和 1455.1 亿元，增速分别达到 11.7%和 15.0%，跨境电商、直播带货、海外仓等新兴业态保持扩张，推动电商产业由高速增长逐步迈向高质量发展新阶段。

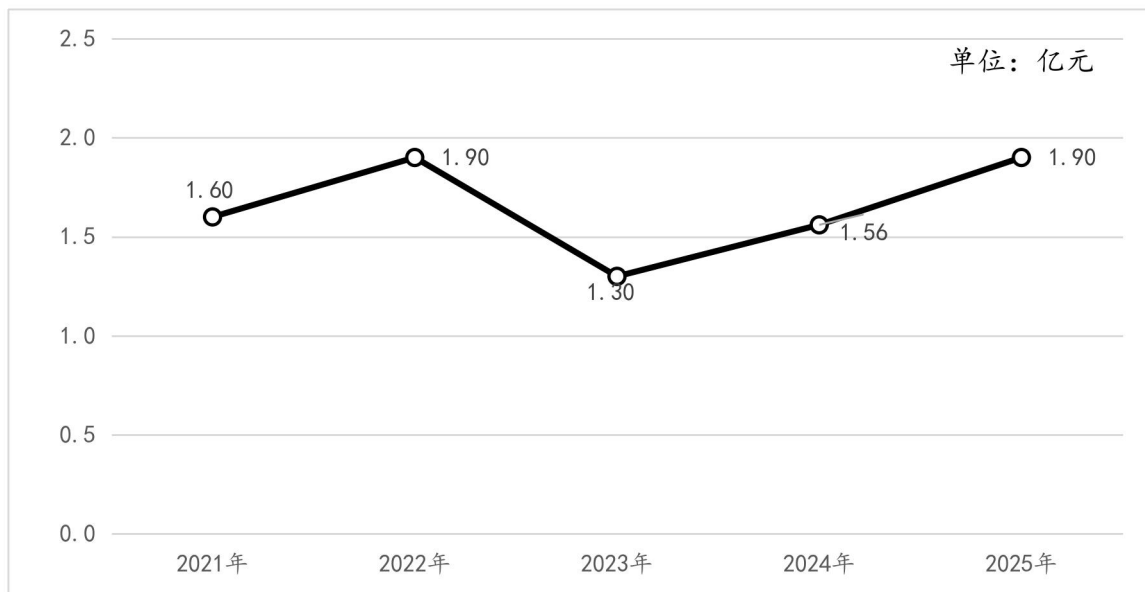


数据来源：山西省统计局（2021-2025）

图 2 “十四五”期间山西省网上零售额变化图

3. 吕梁市电商发展现状

“十四五”期间，吕梁市电子商务保持整体增长态势，网上零售额和新兴业态发展活力持续增强。尽管受经济形势冲击，部分年份出现波动，但整体呈现稳中有升的趋势。2021年至2025年，全市限额以上单位网上零售额由1.6亿元波动至1.9亿元，体现了地区电商产业发展的复杂性。电商新业态快速成长，逐渐成为推动全市电商发展的核心力量。



数据来源：吕梁市发展公报（2021-2025）

图3 “十四五”期间吕梁市限额以上单位网上零售额变化图

推动吕梁市电子商务整体向好的原因主要体现在三个方面：一是交易体系和基础条件不断完善，为市场扩容提供支撑。2021年限额以上单位网上零售额同比增长 17.9%，电商交易体系加快健全，为后续发展奠定了良好基础。二是市场主体壮大与网络生态繁荣，为产业扩张注入活力。2022 年，全市电商零售企业达 2527 家、网络店铺 3.4 万个，带动限额以上单位网上零售额增至 1.9 亿元，同比增长 5.2%，显示出市场主体扩容带来的积极效应。三是业态迭代与结构优化显著增强发展韧性。2023 年，限额以上单位网上零售额下降至 1.3 亿元，同比下降 35.6%，体现出传统零售端的阶段性调整压力，以及受疫情影响的产业复苏难度，

但同期直播电商快速兴起、发货量占比持续提升，到 2024 年推动全市电商回稳，限额以上单位网上零售额回升至 1.56 亿元，直播电商销售额更是达到 3.28 亿元，同比增长 121.1%，成为支撑整体增长的重要动力。2025 年，全年全市限额以上单位消费品零售额 124.4 亿元，增长 3.3%。其中，限额以上单位网上零售额 1.9 亿元，增长 2.8%。

（二）“十五五”时期电子商务发展面临形势

“十五五”时期，电子商务正迎来国家战略持续赋能、省级政策纵深推进、产业基础不断夯实、技术革新加速融合等多重机遇，同时也面临合规监管趋严、国际经贸环境复杂、业态迭代迅速等新挑战。吕梁市需把握新发展机遇，依托资源与区位优势，增强产业协同能力，积极应对风险变革，推动电子商务成为区域经济转型升级和创新发展的引擎。

国家战略和政策赋能电子商务发展新机遇。2025 年全国网上零售总额达到 15.97 万亿元，同比增长 8.6%，连续 13 年成为全球第一大网络零售市场。电商在推动经济高质量发展、促进产业结构优化和升级的战略作用进一步凸显。在“十四五”期间，国家先后出台了《中华人民共和国电子商务法》《“十四五”电子商务发展规划》《关于跨境电子商务综合试验区建设的指导意见》《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意

见》等政策法律文献，为电子商务领域的健康发展提供了全面而有力的支持。“十五五”期间，围绕新技术和新增长点的政策支持将更加密集。

省级发展优势助力电商新动能培育。2025 年全年，山西省网上零售额 1455 亿元，比上年增长 15.0%。山西省不断加大对电子商务建设发展的支持力度，先后出台了《关于加快电子商务体系和快递物流配送体系贯通发展行动计划》《山西省数字经济促进条例》《中国（运城）跨境电子商务综合试验区建设实施方案》《关于加快我省数字贸易发展的实施意见》等一系列的政策条例与实施方案，乡村 e 镇也已经从培育阶段转向高质量发展阶段。承接省级提供的优势基础，吕梁市高度重视电子商务产业发展，围绕“主导产业+电商+配套”的工作思路，重点推进主导产业发展、电商市场主体培育、区域公共品牌建设、公共服务体系提升等十个方面任务。

产业区位优势奠定地域发展基石。坐落于山西省中部西侧，吕梁不仅承载着丰富的历史文化资源，拥有丰富的矿产资源，包括煤炭、铁矿、铝土矿等为代表的“985”特色产业链，在消费领域也有汾阳白酒、吕梁山猪等特色产业，拥有发展工业电商和农业电商的坚实产业基础。吕梁市依托其坚实的产业基础，积极推动电商经济的发展，为区域经济转型和高质量发展奠定了坚实

的基础。近年来，吕梁市改造了原有城区布局，新区的建设优化了全市的物流节点布局，综合交通运输网络不断完善，交通运输服务水平显著提高，进一步提升了物流配送效率。通过深化“互联网+产业+品牌”战略，吕梁市致力于将电子商务新业态的发展作为推动经济转型升级的新引擎，吕梁市全力打造五大产业集群，促进战略性新兴产业加速成长，并以此作为促进经济增长和结构调整的关键举措。

科技革新描绘地区发展的新图景。随着 5G 技术、工业互联网的万物互联和智能制造科技的发展，以电子商务为代表的数字经济正在改变各行各业，互联网数字科技已全面融入人们的衣食住行。随着电子商务新业态的涌现、新技术的快速兴起，将衍生出更多的内容商、运营商、服务商等，从而不断拓展电子商务发展的新领域和新内容。吕梁市电商发展应紧跟科技发展新趋势，推进“互联网+产业+品牌”的建设，推动电子商务与地方特色产业的深度融合，为电商转型发展提供了强大的技术动力。

领域合规挑战与贸易波动的新态势。从国内角度看，随着电子商务发展进入新阶段，电商的社会影响力日益扩大，《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国网络安全法》等一系列法律法规及监管措施出台，从行业发展、规范秩序等方面对电商经营主体依法合规经营和电商行业的发展环境提出了新的监管

治理要求。从全球视角看，当前国际形势复杂多变，国家间贸易摩擦日益频繁，跨境电商企业需要不断调整业务模式，以积极应对贸易规则变化。

电子商务运营新阶段面临新挑战。近年来，电子商务平台经济模式业态迭代迅速，在传统电商仍占有一定份额的局面下，直播电商全面带动生产、销售、品牌及供应链创新，从供给侧重塑了品牌成长路径和电商供应链组织方式。人工智能等新兴技术预计将在下一个发展阶段对电子商务领域产生全面冲击。例如电商直播中的 AI 数字人、供应链管理的智能化技术应用、社交电商的深度发展等。这要求电子商务经营企业既要熟悉传统电商图文传播和稳定供应链建设方法，又要理解直播电商场景传播和柔性供应链打造技巧，还要对将来的电子商务领域有预判，提前做好相应布局。

二、吕梁市电子商务发展基础

为深入贯彻党的二十大精神和习近平总书记考察调研山西重要讲话重要指示精神，全面落实省第十二次党代会“一年强基础、两年上台阶、三年大提升”总体部署，山西省不断加大对电子商务（简称“电商”）建设发展的力度。吕梁市积极响应，先后出台了《吕梁市国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》《关于吕梁市“十四五”新技术规划（2021—2025

年)》《吕梁市“985”重点产业链推进工作机制》《关于印发吕梁市支持十大平台建设培育发展市场主体10条措施的通知》《吕梁市县域商业建设攻坚提升方案(2024—2025年)》等一系列政策文件。

2024年,吕梁市电商网络零售额达34.49亿元,同比增长28.4%,高于全省增速11.8个百分点,增速全省排名第三。其中,直播电商销售额3.75亿元,同比增长129.6%。截至2025年,吕梁市电商网络零售额达42.40亿元,同比增长22.9%。电子商务发展已形成较为体系化的产业基础。

电商主体不断扩大。2024年底,全市在淘宝、京东、拼多多、美团等平台开设网络店铺逾3.8万个,年网销1000万元以上的农产品电商企业约有10家,100万元以上的约50家。全市有电子商务集聚区12个,区内已建成20平方米以上直播间71个、总面积2050平方米。2025年底,吕梁市开展电商零售业务的企业数共有3072家,企业数排名全省第3。本地形成了一定规模的网红主播,跨境电商模式涌现,已经培育一批在Amazon(亚马逊)、eBay等全球平台开展跨境电商贸易的规模企业。

电商品牌影响力日益彰显。截至2025年,本地打造“小而美”特色产品自主品牌17个、开发网货产品273款。在吕梁本地优质山货的基础上,通过整合资源、优化供应链,吕梁市成功

打造了“问君”红枣、“马一芳”核桃、“汾都香”小米等一系列具有吕梁特色的优质农副产品品牌。初步形成了以市级区域公共品牌“印象吕梁”为龙头、区县级区域公共品牌“晋绥红土地”“一品岚州”“塬谷石楼”等为主干、“吕粮山猪”“宝珠山”“阳府井”等品牌为主体的多层次、宽领域地域品牌体系。区域公共品牌授权企业累计销售额 9143.9 万元，总销售额 1.5 亿元，同比增长 26.4%。

电商发展配套设施不断完善。吕梁市大力推进“县－乡－村”三级物流配送体系建设，争取国家资金 1.5 亿元，建成县级电子商务中心 8 个、县级物流配送中心 7 个、乡镇电商服务站 83 个、村级服务网点 963 个，实现邮政、三通一达、顺丰、极兔等主流快递企业的全入驻。针对农副产品核心所需的冷链技术，吕梁市还实施了农产品仓储保鲜冷链物流设施建设工程，鼓励农业产业化龙头企业建设冷链物流集散中心和综合性加工配送中心。

电商助农成效明显。吕梁市兴县入选全国农村电商“领跑县”。吕梁市在全市范围内培育建设了 12 个乡村 e 镇，区域内总产值达 52.23 亿元，发展市场主体 940 余个，月累计培训 1000 余人次。吕梁市积极开展农村寄递物流上行快件补助，2023—2025 年共争取省级补助 3436.9 万元，惠及 160 余家农产品电商主体。通过举办中国青年助农年货节（吕梁专场），开展“乡村 e 镇、直

播助农”等活动，吕梁市不断推动实施电商助农销售行动，组织电商企业与龙头企业对接。从“直播带货节”发展到“直播带货季”，吕梁全市域组织直播带货活动，持续开展常态化直播带货，鼓励代理地方特色产品，大力发展订单农业、直供直销等模式，拓宽网络销售渠道，打造持续性助农增收新路径。

电商辐射带动效应强。到 2025 年底，辖区内 12 个乡村 e 镇带动就业超过 2000 人，培训 19052 人次，培育电商带头人 194 名，孵化带货主播 131 名，其中粉丝数量 20 万以上的主播 6 名。电子商务公共服务中心孵化企业数 180 余家，入驻企业 164 家。吕梁市组织“全晋乐购”网上年货节、“双品网购节”“618”网络促销活动等一系列全国性网络促销节点，积极参与省组织的山西特产（太原）展销活动、东方甄选山西专场、“交个朋友”年货节、“与辉同行”山西专场等直播带货活动，组织电商企业和乡村 e 镇开展线上促销带货，累计参与企业约 120 户次，涉及商品超 500 种。电商发展带动县域商业建设行动 9 个试点县建成运营 31 个乡镇商贸中心，电商对吕梁市“985”产业的辐射带动作用取得了阶段性成效。

电商产业生态逐步向好。吕梁市大力支持电商园区的建设，推进跨境电商发展，并探索 5G 技术和大数据在农业农村的应用场景，打造数字农产品，加快数字农业发展。积极布局建设了一

批乡村 e 镇示范镇，将电子商务与吕梁市地方文旅、农业、工业等“985”特色产业资源全面融合，推动实体经济与电子商务融合，对全市传统产业实施数字化、网络化改造，并配套物流、金融、培训等服务，不断开展电商新业态拓展行动。如离石网库信息技术有限公司打造垂直细分领域的单品电商平台，为吕梁市铝行业提供基于单品供应链的互联网交易平台等。大数据等数字经济产业初具规模，“数谷吕梁”建设取得重要进展，打造提升省级直播电商基地，培育电商直播产业生态圈。

电商产业协同不断加力。针对电子商务产业协同配合问题，市级工作不断创新思路，提出链长领衔推进、部门分工负责、链主企业引领的多主体协商合作机制。在五个服务业重点产业链中，由市商务局牵头的电子商务产业链成为电商发展的核心推动力。数字经济产业链、现代物流产业链和文旅康养产业链的发展均能构成电子商务产业发展的重要助力。

三、当前电商发展存在的问题

“十四五”时期，吕梁市发挥产业优势，大力推动电商产业发展，取得了一系列的建设成果和良好社会效益，但仍存在一些发展问题。

电商总体规模相比较小，市场主体实力不强，电商市场活力不足。近年来全市网络零售额虽有增长，但与全国其他地区相比，

仍处于中等水平，有较大提升空间。电商高端创新人才较为缺乏，本土平台类和支撑服务类企业数量还不多，同质化严重，电商销售品类以农副产品为主，农村电商建设投入较多，但附加值较小，转型带动效益不足。

电商公共服务能力和集聚带动作用有待进一步提升，冷链物流基础设施不完善，影响了更高附加值的生鲜农产品等的电商销售情况。跨境电商、工业电商等新业态电子商务发展需要进一步加强。跨境电商市场规模虽在不断扩大，但在 SHEIN、Temu、TikTok 等新兴平台的崛起，加剧了市场竞争和内卷程度，吕梁市的跨境电商企业仍旧面临着较大的竞争压力。

电商产业发展支撑不足，产业供应链尚不成熟且附加值低。围绕电商生态圈的代运营、营销、设计、包装、美工、咨询、培训、知识产权等衍生服务业不发达，特别是与其他发达区域的同类现代服务业相比存在规模不大、结构不优、集中度不高、产业链条不长和市场竞争力不高等不足。一些县域企业规模小、产业门类分散，主要依赖线下渠道开展销售，电商和产业发展模式仍需要尽快更新。

市场主体和运营主体仍需培养，企业的电商素养依然较低，创新发展的主体意识比较薄弱，市场主体外流现象严重，行业“小巨人”培育缓慢，缺乏能够带动电商发展的龙头企业，园区内运

营水平仍有较大的提升空间。电商人才在本地的留存率较低，缺乏浓厚的电商氛围，本地懂电商、会运营的团队较为匮乏。一些小商家虽在新电商的流量集中下获得发展机会，但如何改良产品、节省成本、避免低价竞争等问题仍需解决。

电商与经济社会的融合支撑能力不足，对于传统产业组织生产方式变革和文旅资源等的带动作用仍然有限，传统企业数字化创新仍处于较低水平，电子商务领域的上行氛围不够浓厚。电子商务与实体经济的深度融合已成为构建完整产业链生态系统的关键环节，为了实现更高效的协同，电商平台与产业链各环节的合作仍需进一步加强。

电商发展的整体投入不足，项目式电商发展特征明显，资金投入呈现断点特征，资金的可持续性较差。政策的引领与导向还需要进一步增强，政策的延续性问题有待解决，电商高质量发展缺乏吸引人才的有力政策。推动电商发展提质增效需要持续加大工作力度，从多方面采取举措支持跨境电商发展。

第二章 总体思路和发展目标

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大精神和习近平总书记考察山西重要讲话指示精神，坚持以人民为中心的发展思想，因地制宜、实事求是，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，积极融入服务新发展格局。

以电子商务高质量发展为主线，坚持把发展电子商务与全市经济可持续发展紧密结合，坚持把调整产业结构和推进产业转型升级紧密结合，坚持把发展电子商务与居民生产生活改善紧密结合，激发电子商务创新创业活力，形成电商产业多维度、立体化、跨越式发展，走出一条既符合电子商务发展规律，又具有吕梁特色的发展道路，为助力乡村振兴、创造高品质生活提供有力支撑，实现经济效益和社会效益双提升。

二、基本原则

（一）坚持要素驱动，做强电商产业

紧紧围绕现代生产性服务业核心区建设目标，聚焦电商产业发展过程中的“人－货－场－数”四大要素，配齐吕梁市电商产业发展的要素资源，着力加强电商人才队伍建设，加速推进地区网货产品的打造，继续强化电商物流的支撑作用，创新设计本地

电商发展数据库，将吕梁电商产业打造为独立发展和持续赋能的数字产业。

（二）坚持创新驱动，融合线上线下

充分挖掘吕梁特色产业资源，进一步释放数字技术和数据资源对商务领域的赋能效应，推动传统商贸零售企业、重点生活服务企业、重点工业企业等数字化升级改造，构建数字化供应链，优化电子商务运营和管理，提升企业竞争力，实现线上线下一体化发展。

（三）坚持市场主导，政府积极推动

充分发挥市场的决定性作用和企业主体作用，运用市场机制优化资源配置，进一步激发市场活力。加强政府的协调作用，强化政府在产业规划、政策引导、配套环境、企业服务、市场监管等方面的作用，积极引导市场主体根据市场变化和 demand，积极创造服务供给，综合运用政策支持、环境改善等多种手段推进电子商务发展。

（四）坚持补齐短板，产业提质增效

聚焦农村产品上行与消费品下行，完善电商供应链体系，壮大电商经营主体，培育推广电商品牌，推进形成稳定利益联结机制，改善基础设施，坚持问题导向，注重质量效益，着力固根基、扬优势、补短板、稳增长，促进资源合理优化配置，因地制宜，

注重点面结合，强化产业发展重点领域和薄弱环节，推动电子商务提档升级。

（五）坚持普惠共享，持续绿色发展

聚焦人民共享发展成果，积极发挥平台经济、共享经济在城乡一体化和区域一体化发展中的作用，加快弥合城乡之间数字鸿沟，强化产销对接、城乡互促，促进共同富裕，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，发挥电子商务领域在节能减排和集约发展方面的推动作用。

（六）坚持应用导向，促进转型发展

进一步推动电子商务在我市经济领域的深入广泛应用，努力推动特色农产品电子商务、消费服务电子商务、大宗商品电子商务等协调发展，培育发展与实体经济相匹配的网络经济，促进网络与实体经济融合发展。加快培育壮大电子商务服务业，优化产业结构，形成我市新的经济增长点，突破地理空间和自然资源限制，增强吕梁的产品竞争优势。

三、发展目标

（一）总体目标

完善电商空间布局，加快电商平台和产业载体建设，进一步加强流通基础建设，培育新型电商人才，促成电商产业链延伸，

实现平川区县与山区县、城市农村协同联动发展。争取到 2030 年，全市实物网络零售额接近 35 亿元，网络零售额突破 40 亿元，争创省级电子商务示范市。

（二）具体目标

主导产业加速触网。到 2030 年，主导产业中的龙头企业应全部设立专门电商人才队伍，龙头企业的电商销售占比应超过 30%。打造沙棘汁、白酒、红枣等电商产业带，离石区和平川四县产业聚焦融入以太原为核心的中部城市群电商产业发展格局，吸引电商上下游企业集聚，形成产业规模效应。山区县产业聚焦发挥地区特色和优势，向西对接陕蒙两省区，建设辐射晋陕蒙的晋西中心商贸城市，推进农特产品品牌打造，促进农产品多渠道走出去。

服务体系加快建立。到 2030 年，电子商务平台应用充分普及。根据电商交易不同的发展阶段和现实需求，培育和引进多家涉及摄影、短视频、运营、推广、设计、物流、人工智能等第三方电子商务服务公司。实现各县均有多个熟悉电商运营和本地特色产业发展的第三方服务平台。流通体系趋于完善，在离石区和平川四县设置更多的物流枢纽节点，完善冷链物流体系和仓储体系。

电商人才氛围浓厚。到 2030 年，打造具有一定知名度的本

地电商销售团队 100 支，培养 1000 名电子商务创业带头人，建成 10 个电子商务示范园区，并配有特色产业、综合服务、创业孵化、物流集聚等专业服务。平川区县重点依托其工业基础和交通便利的优势，打造以制造业和农产品加工为主的电商产业集群，培养一批精通工业电商和农产品电商的专业人才。山区县发挥其丰富的农产品资源和独特的文化资源，培养一批擅长农产品电商和文旅电商的创业带头人，通过电商示范园区的建设，推动当地特色农产品和文旅产品的线上销售，形成具有地方特色的电商产业带。

跨境电商初具规模。到 2030 年，跨境电商交易额超 3 亿元。平川区县将充分利用其交通和物流优势，建设跨境电商物流枢纽，吸引跨境电商企业入驻，打造跨境电商产业集聚区。一些地区如临县等，应重点挖掘本地的跨境人才优势，鼓励他们将部分电商团队放在吕梁本地，通过建设跨境电商配套设施，如跨境电商孵化基地、国际物流仓储中心等，提升本地跨境电商的服务能力。同时，将充分挖掘吕梁本地的特色农产品和手工艺品等资源，通过跨境电商平台将其推向国际市场，实现跨境交易额本地留存，营造本地电商发展氛围。

电商发展心中有数。到 2030 年，各县电子商务相关部门开展电商数据周期填报工作，并形成全市汇聚的电子商务产业数据

库。重点加强与周边城市的电商数据共享与合作，通过大数据分析，优化本地电商产业布局，提升电商产业的竞争力。利用本地的特色资源，通过数据监测和分析，精准定位目标市场和消费者需求，推动农产品和文旅产品的电商销售。同时，鼓励各县链主企业开展产业链电商发展调研，通过数据驱动的方式，提升产业链的协同效应，促进电商产业的高质量发展。

表 1 年度电子商务发展目标分解（2026-2030）

目标/年度	2026	2027	2028	2029	2030
实物商品网络零售额（亿元） ¹	27	28	30	32	34
网络零售额（亿元） ²	36	39	42	45	48
跨境电商交易额（亿元） ³	2.2	2.4	2.6	2.9	3.2
主导产业龙头企业电商销售比例 ⁴	14%	18%	20%	26%	30%
第三方电商服务企业（个）	25	30	40	45	50
本地电商销售团队（支）	30	50	70	90	100

¹ 以 2025 年基数 25 亿计，参考全国实物商品网络零售额 6.5%增速计算取整，得出每年度发展目标

² 以 2025 年基数 34 亿计，参考全国网上零售额 7.2%增速计算取整，得出每年年度发展目标

³ 以 2025 年基数 2 亿计，参考全国跨境电商进出口额 10%增速计算取整，得出每年年度发展目标

⁴ 以 2025 年基数 10%计，基于本规划推动主导产业中龙头企业电商化的目标，参考全国各地区电商发展水平和全国网络零售额/全国商品零售额指标，设定 30%的终值，分解得出每年年度发展目标

电子商务创业带头人（名）	300	500	700	900	1000
电子商务示范园区（个）	5	6	7	8	10
电商产业数据填报覆盖率（%）	70%	90%	100%	100%	100%

编制文件依据：《山西省关于加快电子商务体系和快递物流配送体系贯通发展行动计划》；《推进乡村e镇可持续高质量发展行动计划》；《山西省推动农村电商高质量发展实施方案》等

第三章 重点任务和专项行动

一、重点任务

（一）强化电商服务主导产业角色

1.明晰电商发展与主导产业的紧密联结关系

结合市场机制进行政策引导，推动电子商务与地方主导产业的深度融合，特别是探索特色产业与电子商务融合发展的创新之路。各县市应开展对本地特色产业所在行业的深入调查，理清产业电商化路径。明确电子商务与主导产业融合发展方向和重点任务，打造一批电商与主导产业融合的示范项目，发挥示范引领作用。关注电商发展对主导产业的带动效应，特别是对传统产业转型、产品品牌化、规模化、高端化的促进作用。建立相应的监测评估机制，定期发布行业电商融合发展报告，为相关政策制定和企业决策提供参考。

2.聚焦激发主导产业内生的电商化动力机制

推动技术创新和模式创新，提升主导产业的电商应用水平。结合本地特色产业，积极举办电子商务培训，着力创造新的经济增长点。支持主导产业企业建立电子商务营销队伍和部门，开展线上营销和品牌建设，推动产业数字化转型。引导企业开展多样化的电商实践，拓宽产品销售渠道。鼓励产业链主企业推动全链电商化和数字化，利用大数据、云计算等现代信息技术，优化生

产流程，提高供应链管理效率，实现个性化定制和柔性化生产。

3.鼓励本地电商人才积极参与地方产品宣介

电商人才必须服务于本地产业的产品销售和品牌宣介，才能发挥电商产业的地区价值创造作用。鼓励本地特色产业组织针对电商人才开展专项的产业电商培训、举办产品推介会等形式的活动，提升本地电商人才在本地产业发展中的业务能力和市场敏感度。建立电商人才与主导产业企业的对接机制，促进人才向主导产业流动，为主导产业的电商化转型提供人才支持。

（二）培育结构完善多层人才队伍

1.梳理本市电商人才存量，形成电商人才库

建立电商人才信息平台，收集和分析电商人才的基本信息、专业技能、工作经验等数据，重点关注本地直播人才和跨境电商人才，充分总结跨境贸易电子商务服务试点的建设经验，为相关组织提供决策参考，为电商人才的培养和引进提供数据支持。定期发布电商人才需求报告，引导教育资源向电商领域倾斜，优化电商人才培养结构，推动建立以产教融合为核心、职技院校为基础、电商企业为主体、培训机构为补充的电商人才共育体系。

2.定期开展企业电商调研，形成电商需求表

深入企业一线，了解企业在电商运营、技术应用、市场拓展等方面的需求，形成详细的电商需求清单。根据需求清单制定电

商人才培养计划，调整课程设置，加强实践教学，提高电商人才培养的针对性和实效性，为电商人才培养提供方向指引。通过定期开展企业电商调研，把握本地电商发展的难点、堵点，着力解决电商发展的基础性问题，实现政策与企业发展需求的精准对接。

3.链接内外电商人才团队，形成电商梯度队伍

建立电商人才交流合作平台，促进市内外、省内外电商人才的交流与合作，学习发达地区先进的电商理念和技术，引进优质人才。加强与高校、科研机构的合作，建立电商人才联合培养机制，培养一批具有国际视野、创新精神和实践能力的高端电商人才，提升电商人才的整体素质和竞争力，打造本地电商人才库，为电商发展中的专业性问题提供解决方案。

（三）明确地区品牌匹配特色产业

1.细分品牌类型，建立“一品一牌”强关联

深入挖掘地方特色农产品，如吕梁红枣、核桃等，通过精准的市场定位和品牌塑造，实现每个特色产品都有其独特的品牌形象。制定一系列品牌发展计划，包括品牌命名、标识设计等，讲好品牌故事，构建起具有吕梁特色的农产品品牌体系。建设公共资源交易大数据综合分析平台，利用交易主体信息数据，分析消费者偏好，为不同产品定制差异化的品牌策略，建立清晰的品牌形象。

2.打造品牌特色，塑造“优质优品”强产业

进一步强化农产品品质控制，建立严格的质量标准和认证体系，确保每一件产品都能达到高标准的“优质优品”要求。通过品牌建设和市场推广提升产品知名度和竞争力，推动农产品的深加工和附加值提升，开发更多符合市场需求的健康、绿色、有机的高端农产品，满足消费者需求。通过电商平台进行推广，宣传吕梁农产品的独特价值，提升品牌的知名度和忠诚度。

3.形成推广矩阵，争创“有牌必火”强声势

整合线上线下资源，构建全方位的品牌推广矩阵，力争创建一批“小而美”的自主品牌。线上，与各大电商平台合作，开展直播带货、限时抢购、品牌故事传播等多种形式的网络营销活动，提高品牌的在线曝光率和购买转化率。加快智慧媒体建设，利用智慧媒体提升电商宣传效果。依托会展产业，在线下举办农产品展销会、品鉴会等区域性线下营销推广活动，利用会展平台展示和推广本地特色产品，组织品牌农业企业参加全国综合性展会，提高品牌传播效率。与文旅产业融合发展，打造一批以农产品为主题的旅游线路和文化活动，进一步提高品牌竞争力和知名度。

（四）夯实基础提升物流数流效率

1.立足产业特色建立物流中心

整合电商企业与快递物流配送资源，推进传统物流企业与电

商企业的业务协同，支持邮政公司提升农村供应链水平，构建线上线下结合的综合服务平台，建设“市级枢纽仓+县级节点仓”模式的电商云仓。强化“一核引领、两翼腾飞、四通八达、多点支撑”的物流空间布局，优化电商物流配送网络。加强农资仓储物流基础设施、区域物流配送中心以及网络终端建设，不断健全农资经营网络，持续增强运用“互联网+”、大数据信息技术等手段对农资营销、配送和服务方式进行创新发展。为物流中心配备先进的仓储、分拣、包装和冷链设施，确保农产品在运输过程中的品质和新鲜度。

2.合理规划补齐冷链物流短板

围绕电子商务快递物流工程的整体性需求，针对特色产品的相关特性，规划建设一批广覆盖的现代化冷链物流设施，包括冷库、冷藏车和温控运输系统，构建集产地预冷、冷链运输、冷库仓储、定制配送于一体的全冷链农产品物流体系，确保农产品在运输和储存过程中的品质和安全，利用现代信息技术，对冷链物流进行实时监控和优化。基本形成便捷直达、舒适高效、能力充分的“123 出行圈”和“123 物流圈”，持续优化货运结构，运输服务基本实现安全、绿色、智慧。

3.加大物流数流体系建设支持力度

在已有的政策基础上，进一步提供财政资金支持、税收优惠、

金融信贷支持等，鼓励数据要素驱动企业申请相关政策支持，鼓励数据企业在本地区设立总部或成规模分支机构。出台大型工矿企业使用互联网物流平台企业车辆运输货物的优惠政策和条件，支持工矿企业与物流企业、运输企业进行对接，提升依托互联网平台整合配置资源、运输资源的程度。及时填补政策到期后的支持空白，鼓励企业和投资者参与物流体系建设。加强对物流企业的培训和指导，提升物流服务的专业化和标准化水平。

（五）形成部门联动协同组织矩阵

1.梳理电商产业关联部门权责关系

明确各相关部门在电商发展中的职责和权限，包括商务局、农业农村局、市场监管局等部门，确保各部门在政策制定、执行和监管中形成合力。通过建立权责清单，明确各部门在电商产业发展中的具体任务及目标。建立多部门共同组成的电商发展专题讨论小组，定期就电商发展中的问题进行讨论和研究。小组将主要负责协调解决电商发展中的跨部门问题，如物流配送、产品质量监管、网络信息安全等。通过定期的会议和研讨，形成问题解决的共识和方案，提升电商发展的决策效率和执行力。

2.对接主导产业企业提供定制政策

了解主导产业企业的实际需求，制定有针对性的支持政策，包括物流补贴、融资优惠、品牌建设等方面。通过深入调研和与

企业沟通，政府可以精准把握企业在电商转型过程中面临的挑战和机遇，从而制定出更具针对性的政策。建立政企对接机制，确保政策的有效传递和落地实施，通过定期召开政企座谈会、设立政策咨询热线、建立线上政策服务平台等方式，加强政府与企业之间的沟通与互动，确保企业能够及时了解和享受相关政策，通过定制化支持政策鼓励龙头企业带动中小企业，帮助企业更好地利用电商渠道，提升产品的市场竞争力。

3.推动政府平台企业三方协同发展

完善政府、平台、企业三方协同发展机制，建立健全政企互动渠道，构建起“政府搭台、平台赋能、企业参与”的多方联动发展格局。政府负责规划产业发展路径及制定优惠政策，鼓励有条件的企业发展垂类电商平台，各县政府应积极与全国性电商平台展开合作，引导电商平台为本地产业提供技术支持与销售渠道，企业专注产品质量提升与品牌打造。通过三方协同合作，形成优势互补、资源共享的发展态势

（六）拓展业态提升跨境能力

1.构建跨境电商综合服务平台

链接上级海关、税务、外汇、物流等部门资源，建设集通关服务、退税申报、结汇便利、物流追踪、海外仓管理于一体的跨境电商综合服务平台。优化线上线下服务流程，为跨境电商企业

提供“一站式”便捷服务，降低运营成本，提升通关效率。鼓励和支持本地企业利用现有电商园区和物流园区，升级改造为跨境电商产业园，吸引国内外知名跨境电商平台、服务商和品牌企业入驻，形成产业集聚效应。

2. 培育跨境电商主体，壮大市场规模

加大对本地传统外贸企业和生产型企业的培训和引导力度，鼓励其利用跨境电商平台拓展国际市场，实现数字化转型。支持有条件的本地企业自建或入驻第三方跨境电商平台，开展 B2B、B2C 等多种模式的跨境电商业务。针对吕梁特色农产品、文创产品和优势工业产品，培育一批具有国际竞争力的跨境电商品牌。建立健全跨境电商人才培养体系，通过校企合作、职业培训等方式，培养一批懂外贸、懂电商、懂物流的复合型人才。

3. 完善跨境物流体系，畅通国际通道

加强与国内外知名物流企业合作，开辟更多国际货运航线和陆路运输通道，构建高效便捷的跨境物流网络。支持企业建设和租赁海外仓，优化海外仓布局，提升海外仓服务能力，为跨境电商企业提供仓储、分拣、配送、退换货等一体化服务。积极探索多式联运模式，充分利用铁路、公路、航空等多种运输方式，降低物流成本，提高运输效率。同时，加强与海关、边检等部门的协作，简化通关手续，提升跨境物流的便利化水平。

二、专项行动

（一）推进市场主体电商化进程

1.加快电商园区建设服务地区电商特色产业

积极建设平川区县和山区县代表性电商园区，发挥地区电商产业的引领作用。建设一批运营专业化、服务多元化、企业生态化的电商产业园区，实现县区全覆盖。离石区聚焦电商人才培养，交城、汾阳、文水、孝义聚焦特色农产品的深加工，如白酒、沙棘、肥料等。山区县聚焦传统农产品的电商化适配，如交口山猪、临县粽子、柳林红枣、岚县马铃薯制品等，鼓励各县之间协同开展产业合作，因地制宜规划建设并推动电商产业园加快发展。

2.支持主导产业企业加快成立并优化电商部门

鼓励相关产业及企业设立电商部门，负责线上市场的开拓与运营，在招商引资上将企业电商部门的设置作为前置条件，并将招引落户网络销售 1000 万元以上电商企业数列入全市招商引资考核体系。积极推动实体产品在电商平台上架及经销，将电商作为拓展线上销售渠道的重要抓手，增强电商作为品牌推广和客户关系管理的渠道功能。政府电商部门要积极发挥部门在企业与数字市场之间的桥梁作用，推进企业电商化进程，推动线上线下双市场融合发展，每年推荐 1-2 家市场规模大、引领作用好的电商企业参与省级电商示范企业评选。

3.提升工业电商发展水平助力优势产业转型

有效利用吕梁工业互联网平台，积极推动工业企业“上云上平台”，以规上企业为重点，实施“千企上云、万企联网”工程，深入推进工业电子商务应用，推动中小微企业接入消费互联网与工业互联网。通过平台的线上采购、仓储集拼、分销流通、供应链金融等功能，主动融入产业链体系，提升企业的运营效率和市场竞争力。结合“四都吕梁”的建设目标，到2030年，全市企业“上云上平台”意识和积极性显著提升，上云比例和应用深度走在全省前列，培育20家实力较强、省内领先的工业互联网平台服务商，上云企业超过2000家。

4.建立主导产业企业电商部门联结沟通机制

建立多边联结的电商部门沟通平台，成立电商工作专班，构建跨政府部门、院校、金融部门、行业协会、电商企业及培训机构共同参与的联合工作机制。组织“电商+”对接活动，保障电商化进程中的各主体间的信息流通与资源整合。积极促进企业间的经验交流、资源共享，破除企业间合作的壁垒与障碍。定期开展访查、座谈会等活动，联合各相关主体共商电商发展中的瓶颈与挑战，分享实践经验，共同提升电商运营的效率与效果。为电商转型中取得显著成效的带头企业提供关键性、撬动性奖励和补助。鼓励多样化、多层次的实体企业投入到电商化实践中。围绕

“主导产业发展—快递物流体系建设—品牌培育—人才孵化引进”成链，持续打造乡村 e 镇和电子商务示范基地，以发挥成功案例示范和鼓舞效用，促进奖补政策的正向激励循环作用，推动全域主导产业的电商化进程。

（二）推进各类产品电商化适配

1.鼓励企业建立多样化的产品设计体系

鼓励企业立足不同消费需求，在电商产品设计中推出更为多样化、个性化的农产品。积极探索涵盖便携装、礼品装、定制装等多种形式的新产品。鼓励企业紧密结合地方文化特色，精心设计具有地域特色的包装，全力打造可持续生态产品概念，切实提升产品的附加值，特别是着力研发符合城市消费场景的产品，进而增强线上线下双市场竞争力。培育支持中小企业依托电商平台、小程序、公众号、社交媒体等创新创业，不断壮大电商市场主体，为实现网络零售倍增贡献力量。每年新增网络销售 5000 万元以上电商标杆企业 1 个，到 2030 年达到 20 个。

2.推进本地特色产品电商持续提质增效

围绕当地的特优农业、特色轻工等优势产业，扶持培育一批专精特新“小巨人”企业，在已有的 8 个国家级电子商务进农村综合示范县基础上，持续深化“数商兴农”。培育县域电商产业集聚区，深化推动电子商务与农村特色产业融合创新发展。收集

并整理其电商化的成功案例，建立起涵盖产品开发、品牌建设、营销策略、物流配送等多领域、全方位的案例库。借助案例库对电商化过程中的实践过程以及经验教训的全面展示，促进知识的共享与传播，打造以特色产业集群化发展为主要特征的特色产业镇，推动集群产业做大做强。到 2030 年，打造 5 个省级县域电商产业集聚区，形成共计 300 个电商发展成功案例。

3.针对本地出圈爆款网红产品予以支持

集中优势打造拳头产品，培育“小而美”网络品牌，构建公共品牌引领、企业品牌支撑的品牌互助新生态。重点支持“印象吕梁”“汾都香”“一品岚州”“吕梁山猪”等已经形成一定品牌影响力的产品打造网红爆款，特别是要关注电商平台上的本地爆款产品，给予政策支持和资金扶持，鼓励企业与平台深度合作，结合当前流行的营销手段开展线上销售，帮助特色产业做大规模、做亮品牌、做强龙头，每年新增品牌授权企业 10 家以上。促进本地出圈产品市场份额的进一步扩大，建立有影响力的区域公共品牌，带动整体品牌影响力的持续提升。到 2030 年，各县应均有产品在电商经营过程中实现线上爆款。

4.助力打造电商全配套设施夯实发展基础

助力建成以两个“围绕”为核心的现代电商产业配套设施，形成“产业+电商+配套”的可持续发展电商生态体系。围绕 5G

应用服务、数据存储和云资源服务、数据标注、信创服务、人工智能、数字健康六大产业，打造“数谷吕梁”大数据产业基地。围绕“仓储建设—物流服务管理—网络货运—智慧物流”形成产业链，打造内外联通、供需适配、安全高效的智慧物流配送基地。创新“互联网+商贸”流通模式，不断深化新一代信息技术在商贸流通领域的集成创新和融合应用，增强商贸流通企业技术创新和模式创新能力，推动企业向全方位、全渠道、全流程数字化转型。到 2030 年，大数据、人工智能技术应形成与电商产业发展相匹配的成熟联动机制，改造提升 30 家以上与民众日常生活紧密相关的数字消费场景，打造 2 个以上具有示范引领性的数字化商业街区。

（三）推进电商培训层级化转型

1.分平台分阶段设立电商培训课程

关注不同层次电商人才的需求，开设三级电商培训课程。初级课程针对电商基础知识与操作技能，重点开展基础类美工、产品设计、宣传、营销策划等实操技能培训，中级课程侧重电商平台运营和管理，高级课程关注电商战略规划和创新模式。课程将根据不同电商平台特点细分，如淘宝、京东、拼多多及跨境电商平台等，通过系统规划培训内容、合理安排师资、科学设置培训方式，确保培训的针对性和实效性，让人才在培训中提升发展，

为电商行业持续发展提供人才支撑。到 2030 年，各县应围绕本地特色产业形成三级电商培训课程，并围绕地区特色产业形成课程组，将基础课程制作成数字视频对外公开。

2.支持主导企业围绕产品特色设课

鼓励并支持主导产业企业根据自身产品特点及市场需求，开设定制化的电商培训课程，建立网络适销品备选库。通过“职业培训考核评价”“企业备案自主评价”“技能竞赛选拔评价”等方式，对电商人才的职业技能水平进行评价认定。利用研发机构、行业商协会、电子商务公共服务中心、师资团队等县域资源，针对特定企业开展品牌设计、市场营销、电商应用等专业培训，围绕特色产业提高知识的实践性，提高就业转化率。课程应确保涵盖产品知识、市场定位、在线营销策略等核心内容，助力电商人才更好地理解并熟练掌握电商平台推广及销售技巧，进而提升企业自身的电商运营能力，培养契合企业实际需求的电商人才。

3.鼓励社会力量参与电商培训项目

通过政策引导与资金支持，鼓励教育机构、行业协会和专业培训机构等社会力量参与电商培训项目，创新推进“校企”“政校企”等多样化的合作模式，打造市场营销和电子商务示范专业，建立农村电商人才培养载体，完善师资、标准、认证体系，提高人才培养质量。发挥社会力量对教育资源、行业经验与电商培训

的整合创新作用，培育更加多元化和个性化的电商发展模式，营造浓厚电商发展氛围。建立健全电商培训的评估和认证体系，确保培训质量，打造一批高质量电商培训品牌，构建起多方参与、互利共赢的电商人才培养生态。到 2030 年，确定市级电商人才培训基地 10 家以上，新增持证电商人才 5000 人，每年培训电商人才 5000 人以上。

（四）推进电商人才灵活化发展

1. 灵活施策留存不同类型电商人才

采取灵活的策略及差异化的支持措施，吸引并留住初创企业家、技术专家、市场营销专家等各类电商人才。加大优质直播电商平台、MCN 机构孵化和引进力度，鼓励知名短视频、直播等平台在吕梁建设运营总部和供应链基地。持续举办电商短视频与直播大赛，发现和培养一批优秀带货主播，并为符合条件者颁发技能人才等级证书。对于在主导产业发展作出重要贡献、成效特别突出的管理、技术、营销等人才，提请特别表彰。提供契合电商发展阶段的技术人才研发资金支持，针对市场营销人才开展市场拓展培训并进行资源对接，构建多元化的电商人才生态系统，支撑电商产业创新发展。

2. 创新施策给予电商人才更多福利

合理制定任务清单，系统推进电商人才队伍建设。对与任务

清单相关的人才，创新人才福利政策，提供包括但不限于税收减免、住房补贴、医疗保健等福利，激励电商人才长期投身于吕梁市的电商产业发展。特别是在引进对象的定级上，积极探索推行电商人才认定标准，可尝试“先定领域后定级”的方式，让电商人才在电商产业相关领域发光发热，为电商人才提供创业资金扶持、税收减免、场地租金补贴等系列举措，推动协会建立以搭建“友善”的行业发展关系，全方位多层次营造电商发展的良好创业创富氛围，提高其工作满意度与城市归属感。

3.多措并举营造积极电商经营氛围

在吕梁经开区数字经济产业园的基础上，建设数字商务友好社区，提供涵盖创业指导、市场分析、法律咨询、AI 赋能等配套服务的一系列密集政策支持，营造积极的电商经营氛围，加大对电商成功案例的宣传力度，借助媒体和社交平台分享优秀电商企业故事，激发电商人才的创业热情与创新精神。强化政策的一致性与协调性，确保电商人才政策落地生效，确保各项政策措施相互支持、相互补充。对现有政策进行梳理和评估，确保政策的连贯性和稳定性，建设高效便捷的政务环境，聚焦打造“三无”“三可”营商环境，为电商人才与发展企业提供一个清晰、可预测、便捷的政策环境，以推动电商产业的健康发展。到 2030 年，全市建成 5 个数字商务友好社区。

（五）推进跨境电商专项培育发展

1.立足特色产业拓展海外渠道

针对吕梁特色产品和优势产业，启动“吕梁优品出海”专项行动。鼓励和引导本地企业积极利用 Amazon（亚马逊）、eBay、速卖通、Lazada 等国际知名跨境电商平台，拓展海外销售渠道。支持企业通过自建独立站、社交媒体营销等多元化方式，直接触达海外消费者。组织企业参加国际线上展会和跨境电商对接活动，帮助企业精准对接海外采购商和消费者需求，提升吕梁产品在国际市场的知名度和影响力。

2.立足贸易便利优化服务体系

深化与上级海关、税务、外汇管理等部门的协作，推出一系列便利化措施，简化跨境电商出口退税、结汇、通关等流程。建立跨境电商风险防控机制，为企业提供合规指导和风险预警服务。鼓励第三方跨境电商服务商在吕梁设立分支机构或运营中心，提供包括海外仓储、国际物流、支付结算、法律咨询、知识产权保护等在内的全链条专业服务，构建高效、安全、便捷的跨境电商生态服务体系。

3.立足人才支撑强化能力建设

启动“跨境电商人才赋能”计划，联合高校、职业院校和行业协会，开设跨境电商专业课程和实训基地。定期举办跨境电商

专题培训班、研讨会和经验分享会，重点培养具备国际贸易知识、电商运营技能、外语沟通能力的复合型人才。鼓励企业引进和培养跨境电商高端人才，并提供相应的政策支持。通过人才的持续供给和能力提升，为吕梁跨境电商的快速发展提供坚实的人力资源保障。

（六）推进乡村 e 镇成果持续转化

1. 系统性总结乡村 e 镇建设模式与经验

全面总结吕梁市离石区、兴县等 12 个乡村 e 镇试点项目的建设经验，形成可复制的“吕梁模式”。推广离石区“八大功能区”一体化运营架构、兴县“双轮驱动”线上线下融合策略等乡村 e 镇成熟运营模式。深化“人才+品牌”双轮驱动机制，完善电商人才定制化培训体系和区域公用品牌建设模式。到 2028 年，完成全市乡村 e 镇建设标准化手册编制，推动经验覆盖所有县域。

2. 坚持以乡村 e 镇为电商建设枢纽节点

强化乡村 e 镇作为区域电商核心枢纽功能，整合供应链、物流、数据与服务资源。依托现有公共服务中心，拓展冷链仓储、跨境电商服务模块。总结推广乡村 e 镇实践中优秀的资源整合模式，联动电商达人、社区团长及供应链企业，构建“生产－流通－销售”数字化协作网络。推动乡村 e 镇与县域商业体系协同发展，提升县乡村三级物流统一配送的质效，到 2030 年，农村物

流成本进一步降低 20%，农产品上行效率提升 30%。

3.建设成果服务新时期电商发展新态势

推动乡村 e 镇成果与 AI 技术、跨境电商等新业态深度融合。推广“DeepSeek+直播 AI 电商训练营”等先进电商经验，鼓励代表性企业尝试智能客服、AI 选品、数字人直播等 AI 电商实践。到 2027 年，实现 AI 技术应用覆盖所有乡村 e 镇直播间。扩大跨境电商扶持，支持企业对接阿里巴巴国际站、Amazon（亚马逊）、Temu 等平台，复刻乡村 e 镇农特产品出口范例。强化金融支持，鼓励建立以乡村 e 镇为枢纽节点的“银企联动”模式，完善贴息贷款政策。到 2030 年，力争区域重点企业的网络零售额年平均增速达 15%，跨境电商交易额占比提升至 10%。

（七）推进多类主体链条化协作

1.推动物流链与数流链的融会贯通

继续创新施策开展快递物流补贴政策，探索进一步扩大补助对象和补助范围，拓展覆盖的产品品类。争创“中国快递示范城市”，推动形成与电子商务不同阶段发展相匹配的仓储物流、快递配送、流通服务体系，围绕人工智能对物流发展的影响展开研究。以物流链数据为基础，构建地区电子商务发展数流链，形成本地电商发展的实时动态数据。到 2030 年，快递业务量达 8 亿件，推动电商物流数据互联互通，构建可服务电商决策的本地电

商发展数据库。

2. 扩展产业链上企业间的协作关系

推进“产业链+市场主体”的培育模式，发挥链主企业引领支撑作用，积极引导链上企业围绕链主企业、头部企业需求，提供配套产品和服务，融入产业链供应链创新链发展体系。围绕电子商务产业链、创新链、价值链、供应链和要素链“五链融合”，着力做强电商专业资源服务、技术研发、运营管理等高附加值环节，引导电子商务优质要素资源集聚集群发展。同时，围绕主导产业举办全省性、行业性的产品推介、互采互购、上下游协作配套、项目供需对接等活动，提高产业链的整体效率和竞争力。推动建立促进信息共享和资源优化配置的电子商务平台，加强产业链上下游企业间的紧密合作。助力建成涵盖订单管理、库存监控、物流跟踪等多功能智能平台，实现企业供应链的透明化和协同化。大力支持企业开发、创新电子商务产品及服务，以满足市场的多样化需求。

3. 扩展政务链上部门间的协同关系

通过电子政务平台加强政府部门之间的信息共享和业务协同，提升政府服务效率和透明度。推进政府部门基于平台实现数据交换、业务流程协调、公共服务整合等功能，加快实现各部门信息共治共享，实现政务服务的一站式办理。发挥电子商务平台

收集与分析市民需求的功能，为政府决策提供数据支撑，推动实现政府服务的精准化与个性化。加强开发区、专业镇建设，强化市县两级项目建设属地责任，做好重点项目建设的动态监测调度，积极协调解决项目建设中的困难问题，推动签约项目早落地、落地项目早建设、建设项目早投产、投产项目早达效。

4.扩展政企链上主体间的亲清关系

充分发挥电子商务平台提供政策咨询、项目对接、融资支持等服务以及帮助企业解决发展问题的重要功能。推动构建亲清新型政商关系，增进政府与企业间的良性互动，持续开展“三个一批”活动。着力加强政府对电子商务市场的监管力度，提升监管水平，切实保护消费者权益，维护市场秩序。聚焦产业链发展方向、关键领域、薄弱环节，绘制重点产业链精准招商图谱，深入实施引大引强行动，同时强化政企沟通与合作，赋能企业了解政策动态、参与政府项目及获取政府支持的综合能力，推动实现政企合作的规范化与透明化，引得来企业、更要留得住企业。

第四章 保障措施

一、加强组织领导 完善政策支持

优化设立吕梁市电子商务发展领导小组，强化吕梁市电子商务发展相关部门的领导作用。以主要领导作为吕梁电商发展的核心，由市政府分管领导担任组长，市商务局、市发改委、市财政局、市市场监管局等相关部门负责人为成员，统筹协调全市电子商务发展工作。依托市级“领导驾驶舱”系统，为电商发展决策提供支持。建立工作进展月报告制度，各部门按月向领导小组报送工作进展情况。各区县成立相应的领导机构，建设一支政治可靠、业务精通、廉洁高效、群众满意的高素质干部队伍，形成上下联动、协同推进的工作机制。

制定和完善支持电子商务发展的政策措施，形成合力推进电子商务发展的工作格局。加强与行业协会、企业、科研机构的沟通协作，提升从业人员整体技能，更好地服务全市电子商务的健康发展。加大对电子商务企业的财政扶持力度，提供税收减免、资金补贴等优惠政策。加大政策协同力度，从本市实际情况出发，研究出台土地、资金、人才等配套措施，推进政策落地，实现由单一的行政手段向综合运用法律、政策、经济、行政、教育等手段的转变。以优化营商环境为导向，创新公共服务体制，提高公共服务质量，坚持问题导向，着力补齐“短板”，打通“堵

点”，顺应社会主义经济建设的新形势，把握电商发展的新机遇，回应人民群众的新期望。

二、优化发展环境 推动区域协作

全方位深化电子商务领域改革，大力推进电子商务模式、管理和服务创新，激发市场主体活力。完善经营者市场准入机制，降低电子商务领域准入门槛，打造更为宽松的市场准入环境。积极拓展国内区域合作，对接相关地方和重大展会平台，强化对外宣介，增强与商协会及友好城市之间的区域合作。推动区域间的电子商务协作，形成产业链上下游的协同发展。

开放通道建设有序推进，对外贸易稳中有进，外贸质量持续提升，产品结构不断优化。鼓励企业积极参与国际电子商务交流活动，鼓励围绕主导产业引进国际性、全国性、行业性市场化运作的展览和会议，拓宽国际视野，引进国际先进的电子商务理念和技术。有力推进与“一带一路”沿线国家的贸易往来，全市贸易进出口总额不断增长，拓展国际市场，提升吕梁市电子商务的国际竞争力。加强与国际电子商务组织的合作，参与国际电子商务规则的制定和推广。引导支持企业参与国际电子商务项目，拓展国际市场，助推区域协作。

三、加强宣传推广 推进人才培养

加强电子商务文化建设，提高全社会对电子商务的认识和接

受度。凭借主流媒体进行引导宣传，加大对电子商务的宣传力度，提高社会公众对电子商务的认知度和参与度。支持企业开展线上线下相结合的营销推广，提升品牌影响力和市场竞争力，营造积极向好的电子商务文化氛围。

建立多层次、多渠道的电子商务人才培养体系，鼓励校企合作，开设电子商务相关专业和课程，培养符合市场需求的专业型人才。加强在职人员的培训和继续教育，提高现有从业人员的专业技能和管理水平。建立健全人才激励机制，吸引和留住电子商务人才，促进人才的合理流动和优化配置。

四、加强法规建设 完善监测体系

加快电子商务相关地方性法规的立法进程，完善电子商务法规体系。明确电子商务市场准入门槛，界定行业运作的法律规范，为电子商务提供法治保障。严格落实国家电子商务相关法律法规，建立健全吕梁市电子商务监管体系，加强对电子商务活动的监督管理，加强电子商务市场监管，维护市场秩序。加强网络交易安全监管，维护消费者和经营者的合法权益，打击网络欺诈、假冒伪劣等违法行为，维护公平竞争的市场秩序。加快建立电商数据要素生产流通使用全过程的合规公正、算法审查、监测预警等制度，规范电商企业、平台、消费者等各方履行数据要素流通安全责任和义务，确保电商数据的安全、合规、高效流通，为电子商

务发展提供有力保障。

建立健全电子商务发展监测评估体系和电子商务统计监测体系，定期对电子商务发展情况进行监测分析，及时掌握行业发展动态。把握电子商务发展中存在的问题，及时进行研究分析，及时提出解决措施，确保电子商务健康有序发展。

（完）