**验收标准**

一、验收评价标准

1.1第一期验收评价标准

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **一级****服务项** | **二级****服务项** | **评价指标** | **成果交付物** |
|  1 | 网货新品孵化（单SKU） | 网货新品策略制定  | 交付物1通过甲方验收工作领导小组办公室审核 | 1、产品手册1套 （含网货化设计方案） |
| 网货销售素材设计  | 交付物2通过甲方验收工作领导小组办公室审核 | 2、网货销售素材1套（含网货内外包装设计文件、制作稿等素材）  |
|  2 | 码上放心正品溯源服务 | 基础溯源建设 | 交付物1和2网货建设方案通过甲方验收工作领导小组办公室审核 | 1、溯源系统1套2、标准消费者溯源查询页面1套3、运营服务支持（溯源商品标签体系配置、官方优品溯源频道推广）4、溯源服务档案1套（内容要求包括但不限于，系统上线确认单、入驻协议、标签认领单） |
| 溯源运营服务 | 交付物3和4网货建设方案通过甲方验收工作领导小组办公室审核 |

1.2第二期验收评价标准

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **一级****服务项** | **二级****服务项** | **评价指标** | **成果交付物** |
| 1 | 产业运营中心运营（一期） | 产业运营中心运营升级版 | 电商运营中心建设：1、配置不低于5人的本地化运营团队，其中项目经理1人，专业运营人员4人，进行产业运营中心运营（不包含房租、物业、水电、软装等费用）；2、组织5场专题辅导沙龙活动，为企业和个人提供电商相关的如短视频拍摄、营销推广、爆款打造、粉丝运营、内容营销等方面的辅导，服务覆盖人次不低于80人；3、为本地商家和电商行业从业者提供电子商务政策、技术、业务等各类公共服务，累计服务次数不低于6次，累计服务人次不低于120人，并建立服务档案，其中至少包含为本地4家电商店铺提供店铺装修服务；4、在钉钉与微信组建本地电商线上社群各1个，单个社群内商家数量不少于100家；电商供货中心建设：5、对接至少1家本地企业的4个产品入驻供货中心，帮助制作商品主图与店铺详情页不低于4款，完善产品公共素材库，并成功对接分销主体12次（含直播带货对接）及建立服务档案（因此项目对接产生的服务成果和结果归甲方所有）；6、提供1场招商对接会，帮助对接阿里巴巴经济体平台资源及渠道；7、为本地特色产品提供数乡宝藏旗舰店与超级原产地官方直播间对接服务；线上公服中心建设：8、整合宣传渠道，对县域电商的典型经验与做法进行宣传，省级或省级以上媒体的宣传报道不少于1篇，市级媒体宣传报道不少于2篇；自建宣传阵地，作为本地宣传推广主阵营，发布关于政策解读、时事报道、活动宣传、培训招募（报名）等内容不低于40篇。 | 1、产业电商体系建设方案1份2、产业运营中心运营工作报告1份3、产业运营中心服务档案1套4、产业运营中心培训验收档案资料1套5、线上数字公服中心协助搭建6、协助本地企业线上开店 |
| 2 | 电商培训 | 1天线下课-县域 | 根据招生进度，开展电商培训班，时长1天，覆盖50人次； | 培训总结报告1份 |
| 3 | 整合营销 | 定制化整合营销 | 交付物1和2营销推广方案和总结报告通过甲方验收工作领导小组办公室审核 | 1、营销推广方案1份2、整合营销推广活动执行总结报告1份  |

1.3 第三期验收评价标准

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **一级****服务项** | **二级****服务项** | **评价指标** | **成果交付物** |
| 1 | 产业运营中心运营（二期） | 产业运营中心运营升级版 | 电商运营中心建设：1、配置本地化运营团队，进行产业运营中心运营（不包含物业水电等费用）；2、组织7场专题辅导沙龙活动，为企业和个人提供电商相关的如短视频拍摄、营销推广、爆款打造、粉丝运营、内容营销等方面的辅导，服务覆盖人数不低于120人；3、为本地商家和电商行业从业者提供电子商务政策、技术、业务等各类公共服务，累计服务次数不低于6次，累计服务人次不低于180人次，并建立服务档案，其中至少包含为本地6家电商店铺提供店铺装修服务；4、在钉钉与微信组建本地电商线上社群各1个，单个社群内商家数量不少于100家；电商供货中心建设：5、对接至少3家本地企业的10个产品入驻供货中心，帮助制作商品主图与店铺详情页不低于10款，完善产品公共素材库，并成功对接分销主体18次（含直播带货对接）及建立服务档案；6、提供3场招商对接会，帮助对接阿里巴巴经济体平台资源及渠道；7、为本地特色产品提供数乡宝藏旗舰店与超级原产地官方直播间对接服务；8、整合宣传渠道，对县域电商的典型经验与做法进行宣传，省级或省级以上媒体的宣传报道不少于2篇，市级媒体宣传报道不少于3篇；自建宣传阵地，作为本地宣传推广主阵营，发布关于政策解读、时事报道、活动宣传、培训招募（报名）等内容不低于60篇。 | 1、产业运营中心运营工作报告1份（含供货中心运营报告）2、产业运营中心服务档案1套 |

二、验收节点

按照项目实施规划，各服务项验收节点如下：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **一级服务项** | **二级服务项** | **验收时间** | **验收****节点** |
| **1** | 产业运营中心运营 | * 产业运营中心运营（一期）
 | 自产业运营中心开始运营起6个月内完成 | 第二期验收 |
| * 产业运营中心运营（二期）
 | 自产业运营中心开始运营起12个月内完成 | 第三期验收 |
| 2 | 电商培训 | * 1天线下课-县域
 | 自收到首付款后6个月内完成 | 第二期验收 |
| 3 | 网货新品孵化 | * 网货新品策略制定
* 网货销售素材设计
 | 自收到甲方首付款之日起6个月内完成 | 第一期验收 |
| 4 | 整合营销 | 定制化整合营销 | 自收到甲方首付款之日起8个月内完成 | 第二期验收 |
| 5 | 码上放心溯源服务 | * 基础溯源建设
 | 自收到甲方首付款之日起6个月内完成 | 第一期验收 |
| * 溯源运营服务
 | 自收到甲方首付款之日起6个月内完成 | 第一期验收 |