

中国国际电子商务中心

【2025】商电商发第52号

关于做好2025年农村电商高质量发展工程 有关重点工作的通知

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团商务主管部门：

为深入贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，落实中央农村工作会议要求，根据商务部等9部门《关于推动农村电商高质量发展的实施意见》相关安排，进一步发挥典型案例的示范引领作用，做好2025年度农村电商“领跑县”、数字化商贸流通龙头企业、县域直播电商中心（村播学院）、农村电商带头人等典型案例推荐工作，现就有关事项通知如下：

一、农村电商有关典型案例推荐

（一）农村电商“领跑县”典型案例。

1. 在农村电商公共服务体系、县乡村三级物流配送体系、新型农村电商主体培育等方面工作扎实，取得成熟经验。在培育农村电商特色品牌、带动农村创业就业、促进农民增收等方面取得较好成效。

2. 如为电子商务进农村综合示范县，应完成项目验收。

3. 电子商务进农村综合示范、县域商业建设行动等中央

财政支持项目质量或资金管理不存在重大问题。纪检、巡视、审计未反映相关工作严重问题。农村电商领域未发生安全生产事故、舆情、侵犯消费者权益等事件。

（二）数字化商贸流通龙头企业典型案例。

1. 数字化发展基础较好、服务水平较高，在数字技术应用、数字化营销、数字化运营管理、绿色低碳发展等方面取得较好成效和成熟经验。

2. 享受政府财政资金支持的企业，两年内未发生严重项目责任问题，在项目管理或资金管理中不存在重复支持、弄虚作假等现象。

3. 两年内未发生重大安全事故、质量事故、舆情事件或者造成重大经济损失等。

（三）县域直播电商中心(村播学院)典型案例。

1. 具有开展直播必要的软硬件设施设备和良好运营机制，在直播人才培养、促进县域特色产品上行、带动当地产业发展等方面取得较好成效和成熟经验。

2. 具备良好的辐射带动和可持续运营能力，具有稳定的直播电商产业链合作伙伴，与直播电商平台、上下游企业形成良好的合作机制。

3. 公司主体及主要经营人员、主播近三年不存在严重违法违规行为，不存在失信记录及其他不良记录，未发生过重大安全事故。

（四）农村电商带头人典型案例。

1. 符合农村电商发展政策导向与要求。
2. 在农产品品牌打造、农产品上行、农村物流体系建设、农村直播电商助农、农文旅商融合发展、农村电商综合服务及农村电商人才培养等方面取得成熟经验，创新性突出、带动力强，具有示范引领作用。
3. 近三年不存在严重违法违规行为，不存在失信记录及其他不良记录。
4. 已进入“农村电商带头人案例库”（原“农村直播电商优秀案例库”）的案例，不再重复推荐。

（五）有关推荐程序。

请省级商务主管部门于2025年6月30日前（农村电商带头人案例推荐材料须于2025年4月10日前）将以下材料电子版上传至商务部县域商业信息管理系统，超期不予受理。网址为：<https://emanage.mofcom.gov.cn/loginGov.html>，路径为：文件上传-农村电商典型案例。

1. 推荐名单。农村电商“领跑县”不超过1个；数字化商贸流通龙头企业不超过10家；县域直播电商中心（村播学院）不超过10个；农村电商带头人案例20个。

2. 推荐表、典型案例。格式参照附件1-附件4，推荐表需加盖省级商务主管部门公章。

3. 其他材料。农村电商“领跑县”如为电子商务进农村

综合示范县，还需提交项目验收报告。

二、举办农村电商带头人案例赛事活动

（一）赛程安排。

1. 筹备启动并下发通知（3月）；
2. 分赛区申报与举办（3-5月）；
3. 省市选手报送及初赛（5月）；
4. 半决赛（6月）；
5. 总决赛及颁奖典礼（7月）。

（二）报名条件与资格。

1. 参赛对象：须为在乡村振兴过程中起到积极推动作用的农村电商带头人。

2. 参赛资格：省市报送选手从各省市商务主管部门报送的 2025 农村电商带头人案例中推荐产生；分赛区选手由申办分赛区的主办单位推荐参赛选手。

（三）分赛区申报及举办。

1. 申报范围：重点面向农村电商“领跑县”、农村电商发展较突出的市县以及农产品产业带，设立 2-3 个分赛区。

2. 申报条件：有意愿积极组织开展分赛区举办工作的省市县；申报单位须负责招募本区域及周边区域的优秀农村电商带头人参赛，参赛选手不低于 60 位；申报单位须提供线下分赛区举办场地及设施、会务服务等保障；产业带分赛区的申报单位须有突出特色产业链、产业集群作为基础，并有

从事相关产业上下游运营服务经验的人员作为参赛选手。

（四）奖励措施。

赛事优秀选手将获得由赛事组委会颁发的荣誉奖项及证书。赛事优秀选手将由国家专业技术人员继续教育基地聘任为“农村电商助农讲师”。

三、举办农村电商高质量发展大讲堂

中国国际电子商务中心将继续会同农村电商高质量发展工程工作组成员单位以及相关机构，围绕培育农村电商“领跑县”、培育县域数字流通龙头企业、打造县域直播电商基地、培育农村电商带头人等方向开展年度线上培训。

线上专题培训计划每月举办 1 期，重点围绕县域直播基地运营、农村直播电商、电商物流、农村电商供应链、农产品上行与品牌打造等内容授课（课程计划详见附件 5）。同时新设地方优秀实践课程模块，面向地方培训机构广泛征集优秀电商课程；推出农村电商带头人线上专项培训课程体系，参与培训且考试通过后将发放农村电商运营能力证书。此外，各省市商务主管部门可申请开展线下带头人地方专场培训。

相关工作联系方式:

1. 推荐工作

联系人: 翁会杰、刘五一

电 话: 010-67801813、010-67801815

2. 赛事活动分赛区申报工作

联系人: 常欣

电 话: 010-67801817

3. 大讲堂线上线下人才培训工作

联系人: 李朝彪

电 话: 010-67801814

附件: 1. 农村电商“领跑县”有关推荐材料

2. 数字化商贸流通龙头企业有关推荐材料

3. 县域直播电商中心(村播学院)有关推荐材料

4. 农村电商带头人典型案例有关推荐材料

5. 农村电商高质量发展大讲堂 2025 专题课程计划

中国国际电子商务中心

2025 年 3 月 10 日



附件1

农村电商“领跑县”典型案例推荐表

省级商务主管部门(盖章):

基本情况					
申报单位:		省		市(州、盟)	
				县(市、区、旗)	
常住人口		区域面积			
全县社会消费品零售额(亿元)及增速(%)		县域直播电商中心		有()个 无	
市场主体					
电商企业数量(个)		其中电商服务商数量(个)		其中纳统电商企业数量(个)	
限额以上商贸流通企业数(个)		农村网商(店)数(个)		活跃带货主播数(人)	
电商培训(人次)		电商从业人员数(人)			
物流配送					
电商快递件数(件)		电商快递件数增速(%)		县域内共同配送比例(%)	
乡镇快递网点头镇覆盖率(%)		快递进村覆盖率(%)		县域内物流快递配送效率(%)	☐ 半日达 ☐ 当日达 ☐ 次日达
电商规模					
农村网络零售额(亿元)及增速(%)		农村实物型网络零售额(亿元)及增速(%)			
农产品网络零售额(亿元)及增速(%)		直播电商交易额(亿元)及增速(%)			
产业基础					
农村电商特色产品(不多于三种)			农村电商特色产业增加值(亿元)		

区域公用品牌	有() 无	地理标志保护 产品数量 (个)	
农村电商工作情况简介(突出工作进展、成效和创新亮点, 600 字以内)			
省级商务主管部门意见			

注：有关统计数据应为 2024 年度数据。

典型案例要求

(2000 字以内)

围绕电商与一二三产融合发展、完善三级物流配送体系、培育新型农村电商主体、发展新业态新模式、建设电商公共服务平台等方向提供典型案例，选择方向不超过 3 个，同类案例不超过 2 个。

农村电商“领跑县”应具备的特点及成效

组织管理	组织领导	县级党委、政府高度重视，成立工作领导小组，细化职责分工；建立多部门统筹协调机制，集中商务、农业农村、交通运输、邮政、供销合作等部门力量，加强政策协同，推动重点任务落实。
	配套措施	出台规划财政、人才、融资等配套措施，为农村电商高质量发展创造良好政策环境，提供必要政策支持。
	行业促进	本地组建有农村电商行业协会、社团等组织，积极对接行业资源，引导诚信经营和绿色发展，营造活跃的农村电商发展氛围。
重点任务	搭建电子商综合服务平台	对县级电商公共服务中心(电商产业园区)进行改造升级，提升服务功能和可持续运营能力。与主要平台或服务商建立稳定合作关系，提供专业化精细化电商服务，运用上级部门反馈数据或第三方数据进行挖掘分析，支撑政府决策和行业发展。
	完善三级物流配送体系	推动县级物流配送中心(物流园区)、乡镇快递网点升级改造，农村物流设施现代化水平较高，共同配送应用范围较为广泛。
	促进商贸流通企业数字化转型	鼓励商贸流通企业建立数字化(含电子商务)组织团队，运用数字技术发展数字化营销，建设数字化管理系统，提供数字化服务，开展直播电商、社群电商、即时配送等业务，发展“线上引流+线下消费”模式。
	培育新型农村电商主体	积极组织直播大赛、电商技能培训等人才培养活动，策划举办直播助农、电商促销等资源对接活动，活跃市场主体。
	推动农村电商与一二三产融合	立足当地特色产业和资源禀赋，通过农村电商帮助生产主体改进生产决策、调整产品结构，提供适销对路的县域特色产品，促进产业链上下游协同发展。
工作成效	完善农村电商服务体系	农村电商服务体系设施完善、主体活跃、流通顺畅、服务高效。本地电商企业、农村网商(店)、活跃带货主播等数量或增速位于全省前列；县域快递物流包裹数或增速、共同配送率等位于全省前列。电子商务进农村综合示范县应完成项目建设并通过验收。
	带动农民就业增收	提升农民致富技能，带动农民就业创业。电商培训人次、电商从业人员数量或增长速度位于全省前列。
	带动当地产业发展	培育农村电商特色品牌，扩大特色产品线上销售额，农村网络零售额、农产品网络零售额，总量或增速位于全省前列。
	促进农村消费提质升级	优化农村消费供给，培育热点消费品类和数字消费场景，扩大农村消费规模，促进农村居民消费升级。农村实物型网络零售额占社会消费品零售额比重位于全省前列；农村服务型网络零售额或增速位于全省前列。
	打造农村电商创新标杆	在农村电商运营技术、模式创新、绿色发展、数字赋能等方面形成了可复制、可推广的经验做法。直播电商交易额或增速、即时零售平台本地用户注册量或增速等指标位于全省前列。

其他	风险提示	1. 电子商务进农村综合示范、县域商业建设行动等中央财政支持项目质量或资金管理存在重大问题，纪检、审计、巡视或舆情方面存在严重问题。2. 农村电商领域发生安全生产事故、舆情、侵犯消费者权益等事件。
----	------	--

附件2

数字化商贸流通龙头企业典型案例推荐表

省级商务主管部门(盖章):

基本情况					
企业名称					
注册地址	省	市(州、盟)		县(市、区、旗)	
企业类型	☐农村批发 ☐生活服务 ☐商贸物流 ☐快递物流 ☐产地经纪人 ☐传统零售	经营范围		主营业务收入 (万元)	
员工数量(人)		技术研发员工 数量(人)		吸纳农村地区就 业人数(人)	
数字化发展领域 获最高荣誉 (不多于三个)				数字化投入总额 (万元)	
一、批发类					
电商销售额(万 元)及增速(%)		电商销售额占 总销售额比例 (%)		开展电商业务商 户数占总商户数 量比例 (%) (批发 市场填)	
二、生活服务类(住宿餐饮)					
在线订单量占 总订单量比例 (%)		在线交易额 (万元)及增速 (%)		是否使用智能物 联设备提供服务	
三、物流配送类					
共同配送率(%)		是否使用智能 化设备提供服 务		是否与电商经营 者进行数据互联 共享	
四、产地经纪人类(农民专业合作社)					

电商销售额(万元)及增速(%)		网络零售店铺数量(个)		粉丝规模十万级以上带货主播数量(人)	
五、传统零售类					
电商销售额(万元)及增速(%)		电商销售额占总销售额比例(%)		运用自助结算设备销售额占总销售额比例(%)	
省级商务主管部门意见					

注：填写的相关内容须同时提交证明材料。

典型案例要求
(2000字以内)

围绕商贸流通龙头企业数字技术应用、数字化营销、数字化运营管理、绿色低碳发展等方面创新举措和创新成果提供典型案例1个。

数字化商贸流通龙头企业发展目标及实际情况

总体情况	
数字化组织架构	拥有开展数字化业务(含电商)组织团队,制定数字化人才培养计划,投入了一定规模数字化建设资金。
数字化发展基础	具备数字化发展基础,能够对企业运营、业务拓展、组织人事、安全防控等领域提供数字化管理支持,有数据沉淀并进行数据挖掘和分析,支撑经营决策。
数字化服务能力	具备数字化营销能力,运用互联网开展线上经营活动或拓展线上业务,联动数字化平台对本地中小微企业进行供应链赋能。
数字化安全管理	具有数字化安全管理意识,建立了网络安全、信息安全等相关管理制度或安全防护措施。
数字化发展成效	在线订单量占总订单量比例处于较高水平,线上客户体验较好、粘性较强、复购率较高。
一、批发类企业 ¹	
智能物联设备	配有智能卡口、智能秤、射频识别技术等智能物联设备,实现一定程度数据自动采集,提升数字技术应用能力。
数字管理系统	建有数字管理系统,汇集了商户、商品、交易、价格、客流、物流等信息,能对配货和库存进行动态管理,赋能上下游企业。
电商经营行为	与头部平台或服务商建立合作关系,运用直播电商、社群电商等新营销模式拓展线上业务,批发市场内开展线上业务商户数持续增长,线上商户数量与总商户数量占比达到较高水平。
二、生活服务类企业 ²	
网络服务	具备连锁经营能力,能够依托互联网提供在线排位、在线预定、线上下单、在线支付、线上导览等服务。
智能设备	能够提供或使用人脸识别等设备快速确认身份,使用清洁机器人、导航机器人等智能设备提供无人服务。
线上营销	能够依托网络营销渠道开展宣传推广、客户管理、订单处理、在线交易等业务,提供网订店取、网订店送、自助提货等服务。
三、物流配送类企业 ³	
智能仓储	运用标准托盘、周转箱(筐)、智能物流管理系统、可循环包装技术、智能货架、智能云仓等智能化设施,优化利用仓储空间,提高仓储作业效率。
智能分拣	具备自动分拣设备,如自动分拣线、拣货机器人、智能分拣机等,减少人工操作,提高分拣效率。
协同配送	创建小程序或公众号,或者联动平台企业,提供统仓共配、协同化配送等方面服务。
数据互联	在确保用户信息安全前提下,能够与电商经营者进行数据互联共享,共同提升配送效率。

四、产地经纪人 ⁴	
网络店铺	在主流电商平台上开设有网络零售店铺，带货主播粉丝群达到一定规模，且店铺(主播)业绩良好，电商销售额持续保持增长。
数字管理	建有信息化管理系统，采集农户基础信息、土地信息、产品信息等，通过农村电商终端消费数据帮助生产主体改进生产决策、调整产品结构，提供适销对路农产品。
智慧种养	通过农村电商引导生产主体采用数字化技术科学种养，支持农作物生长监测、病虫害防治、产量预测等。
五、传统零售类企业 ⁵	
网络营销	善于运用数字化工具开展“线上引流+线下消费”营销服务，如内容营销、导购直播、网店运营等，增加曝光率和点击量，有效提升店铺名气、人气和流量，提高销售量和销售额。
数字系统	建有进销存一体化、订单结算、客户关系等数字化管理系统，支撑企业运营管理、业务流程、渠道拓展等业务，提高运营效率。
数字服务	拥有自助结算设备，通过农村电商消费数据挖掘分析，支撑选品推荐、销售预测、大数据营销等数字化服务。
在线协同	开展连锁经营，建立了信息管理系统，可以进行实时管理调度，为直营店、加盟店等提供统一货源、统一包装、统一配送等一体化供应链服务。
风险提示	
1. 享受政府财政资金支持的企业两年内发生过严重项目责任、在项目管理或资金管理中存在重复支持、弄虚作假等问题。 2. 两年内发生了重大安全事故、质量事故、舆情事件或者造成重大经济损失等。	

¹指以批发为主营业务的企业，包括不限于批发市场、产地批发商、总代理商(经销商)、二级批发商等。

²指以为居民提供餐饮、住宿等生活服务为主营业务的实体企业，包括不限于住宿、餐饮、酒店等。

³指以商贸物流或快递物流为主营业务的企业，其中商贸物流企业是指与批发、零售、住宿、餐饮、居民服务等商贸服务业及进出口贸易相关的物流服务商；快递配送企业是指专门从事将商品、文件等物品从寄送地点快速、高效地运送至收件人手中的服务商。

⁴产地经纪人指主营业务为县域特色产品进行生产、加工、采买、批发、销售的服务商，包括但不限于农民专业合作社、农场主、农业产业化龙头企业等。

⁵传统零售类企业指主营业务为居民提供零售服务的实体企业，包括但不限于百货商场、超市、便利店、购物中心等。

附件3

县域直播电商中心(村播学院)典型案例推荐表

省级商务主管部门(盖章):

基本情况									
名称									
地址									
运营机构		名称							
负责人		姓名		职务		电话			
经营管理									
开园运营年限(年)			运营团队(人)			党员人数(人)			
党小组(个)			是否有中长期规划		☐ 是 ☐ 否				
发展基础									
建筑面积(平方米)			直播电商企业(个)			直播电商企业入驻率(%)			
直播间总数(个)			合作直播平台(个)						
服务能力									
公共服务		☐ 直播带货 ☐ 直播选品 ☐ 短视频制作 ☐ 直播场景打造 ☐ 主播孵化培育 ☐ 商品供应链服务 ☐ 代运营 ☐ 营销推广 ☐ 客服托管 ☐ 其他服务							
配套服务		☐ 工商注册 ☐ 税务登记 ☐ 年审年检 ☐ 项目申报 ☐ 会计事务 ☐ 法律支持 ☐ 其他服务							
孵化服务		2024年孵化直播电商企业(个)_____							
要素支撑									
物流配送		☐ 仓储加工 ☐ 分拣包装 ☐ 快递配送 ☐ 其他服务_____							
人才培养		☐ 电商实训 ☐ 人才引进 ☐ 开展直播培训(场)_____							
数据联动		☐ 平台数据合作 ☐ 数据分析 ☐ 数据上报 ☐ 其他服务_____							
发展成效									
2024年直播电商交易额(万元)			2024年入驻企业获得投融资总额(万元)			2024年直播带货(场次)			

十万级以上粉丝主播(人)		全体直播电商企业从业人员数(人)		吸纳应届大学毕业生就业(人)	
所获荣誉(近3年)					
省级商务主管部门意见	省级商务主管部门(盖章) 年 月 日				

注：填写的相关内容须同时提交证明材料。

典型案例要求
(2000字以内)

围绕县域直播电商中心(村播学院)新业态新模式、直播
人才培养、农村电商带头人、促进县域特色产品上行、带动
当地产业发展等方向提供典型案例1个。

县域直播电商中心(村播学院)应具备功能及服务能力

组织管理	主体明确	运营主体须为当地依法注册登记企业，成立时间不少于1年，运营状况良好。运营主体及入驻企业遵守相关法律法规规定，诚实守信，依法开展经营活动。
	运营机制	有专业化管理及运营机构，配有专职工作人员，能有效开展中心建设、招商、管理、运营等工作。积极落实党建工作责任，设有党小组的优先考虑。
	配套措施	制定中长期发展规划，组织开展行业研讨、直播助农、资源对接等方面活动，为中心高质量发展创造良好环境。
发展基础	基础硬件	有合理的办公空间，配置完善的直播设备，直播间(场景)有效满足企业需求；建有良好的发展环境，信息化基础设施完善。
	企业集聚	有直播电商企业、直播上下游供应链企业、开展直播业务的流通企业、专业服务机构入驻，电商企业、物流企业入驻率不低于80%。
	平台合作	具有稳定的直播电商产业链合作伙伴，与直播电商平台、上下游企业形成良好的合作机制。
服务能力	电商公服	提供选品展示、短视频内容制作、电商代运营主播培育孵化、营销推广等电商公共服务。
	配套服务	可提供工商注册、税务登记、项目申报等行政便利服务以及法律会计、检验检测、投融资等配套服务。
	孵化服务	联合企业、院校加强直播团队孵化，探索应用数字技术构建新应用场景，创新业态模式，培育新品牌，开发新产品。
要素支撑	物流配送	有条件的可设置独立的物流仓储承载空间,吸引头部物流服务商入驻，可提供集货、仓储、分拣、配送和一件代发等服务。
	人才培养	具有完善的直播电商人才培养体系，与大专院校、头部平台服务商等建立产学研联合培养机制，积极组织电商人才培训活动。
	数据联动	与平台、第三方数据服务商等建立了数据合作关系，并联动商务部门数据开展分析挖掘工作，为中心运营和入驻企业提供运营支持。
发展成效	发展规模	电商企业入驻率、直播电商交易额、短视频交易额增长速度、粉丝数十万级以上主播人数位于全省前列。
	带动就业	积极开展本地就业创业指导，提高就业质量，培养本地电商带头人和吸纳应届大学毕业生能力较强。
	产业融合	引领带动本地产业高质量发展，通过品牌培育、直播精准营销等产业服务为产业赋能，提升商贸流通行业数字化服务能力。
其他	风险提示	公司主体及主要经营人员、主播近三年存在严重违法违规行为，有失信记录及其他不良记录，发生过重大安全事故。

附件4

“农村电商带头人”典型案例推荐表

省/市/县商务主管部门(盖章):

姓名		年龄		民族	
所在地区	省	市	县(区)	联系方式	
身份证件号					
年营业额(万元)		团队规模(人)			
案例所属类别					
☐ 农村直播电商	直播平台: _____ 直播领域: _____ 当前粉丝量: _____ 账号名称: _____				
☐ 农村电商人才培养	培训机构名称: _____ 培训人次(/年): _____				
☐ 农产品品牌打造	☐ 农产品上行		☐ 农文旅商融合		
☐ 农村物流体系建设	☐ 农村电商综合服务平台		☐ 其他: _____		
推荐单位 意见	年 月 日				

典型案例要求

(2000字以内)

围绕农村电商带头人在农村电商领域促进农民增收、带动致富以及乡村振兴中作出的贡献成果,以及总结提炼案例好经验、好做法的推广复制价值。案例名称供参考(例:李明:美食美味系乡情 电商致富“领头雁”)。

附件5

农村电商高质量发展大讲堂2025专题课程计划

时间	课程方向	具体课程	课程提纲
1月	短视频+直播电商专场（上）	短视频+直播全域矩阵营销与全域运营统筹	1. 短视频+直播全域运营趋势与现状分析 2. 短视频+直播全域平台梳理与选择 3. 全域账号整合定位与矩阵搭建 4. 全域短视频+直播团队发展与能力迭代 5. 数据化全域分析策略与战略运营部署
2月	短视频+直播电商专场（下）	短视频+直播全域流量获取与爆品打造	1. 短视频+直播全域流量布局与获取方法 2. 全域内容营销，提炼短直联动内容模型 3. 全域货品升级，短视频+直播爆品打造 4. 自营+达人营销放大，助力流量放大 5. 全域短视频+直播电商经营能力模型提升
3月	AI+农产品直播电商专场	AIGC重构农产品直播电商新生态——“人、货、场”智能升级实战	1. “人”升级：AI虚拟主播+真人IP克隆在主播人设搭建上的应用 2. “货”升级：AI动态选品+爆款农产品预测系统 3. “场”升级：AR实景迁移+智能农产品带货场景生成 4. 商品展示：AI优化农产品商品详情页与直播促单话术 5. 降本增效：人工智能搭建农产品数字人直播间——24小时不打烊卖货
4月	县域电商发展新模式专场	县域农村电商发展策略与生态体系构建模式创新	1. 新质生产力助力县域农村电商发展生态构建探索 2. 县域特色产业带数智化、品牌化升级 3. 短视频+直播电商矩阵助力农特爆品打造
		乡村振兴战略下重塑互联网+农文旅融合发展新模式	1. 乡村振兴背景下的“互联网+”乡村农文旅 2. 乡村农文旅项目运营思路与实施路径 3. 创新运营农文旅项目落地的重点与难点 4. 乡村“农文商旅”融合项目运营体系与案例解析

5月	农产品营销 与新零售专场（上）	直播电商助力 品牌农产品营 销模式创新	1. 农产品直播电商发展新模式与新趋势 2. 直播平台的推流机制与流量分发逻辑 3. 快速提高账号权重打上精准标签 4. 农产品直播带货——卖点挖掘 5. 农产品直播带货——脚本话术 6. 农产品直播带货——促单成交
6月	农产品营销 与新零售专场（下）	爆款农产品新 零售平台 选择与营销运 营攻略	1. 爆款农产品新零售模式与特点 2. 爆款农产品新零售的平台选择与方法 3. 农产品品质管理与新零售爆款打造流程 4. 爆款农产品体验优化与精细化营销运营攻略
7月	平台赋能直 播助农及案 例专场 （上）	小红书商业模 式创新及营销 全链路破局	1. 内容+直播电商全域发展业态创新 2. 小红书社区及商业发展模式解析 3. 小红书全链路种草营销核心方法论 4. “种收一体”商家业务增长案例分享
		抖音电商直播 投放转化率提 升策略	1. 电商直播投放转化率提升策略-投放前期策略 2. 电商直播投放转化率提升策略-执行策略 3. 电商直播投放转化率提升策略-投放后期复盘方向及方法
8月	平台赋能直 播助农及案 例专场 （下）	辛选集团直播 助农与赋能	县域直播基地打造与直播助农赋能方式与案例
		农村电商带头 人案例分享（ 产业富农：农 文旅产业助力 乡村振兴）	1. 农文旅产业体系的搭建策略 2. 农文旅产业运营模式的三大核心要素 3. 农文旅线上体系助力乡村振兴的路径 4. 农文旅产业助力乡村振兴的案例分析
9月	平台赋能农 村物流专场	京东物流体系 实践与案例	1. 深耕服务产地产业带 2. 高效服务“最后一公里” 3. 助力农文旅供应链品牌打造 4. 确保偏远地区供应链支持与配套
		菜鸟物流体系 实践与案例	1. 统仓配送实践与案例 2. 供应链协同与优化 3. 未来发展创新模式

10月	农村电商企业数字化转型专场（上）	企业数字化转型的重点和实施路径	1. 新时代，数字经济与数字化转型 2. 企业数字化转型的技术驱动力：大数据+人工智能+物联网 3. 建设数字化能力，推动数字化转型 4. 数字化转型需要符合时代的敏捷性组织管理 5. 数字化转型的挑战、路径及建议
11月	农村电商企业数字化转型专场（下）	农产品品牌创新与涉农企业数字化转型	1. 农产品互联网营销困境 2. 区域公共品牌发展思路 3. 老字号直播焕发新活力 4. 农企创新实现数字转型 5. 数商兴农助力乡村振兴
12月	农村直播电商案例专场	农村电商带头人IP品牌打造与运营策略	1. IP品牌形象塑造与传播策略 2. IP品牌产品线规划与市场拓展策略 3. IP品牌社群建设与用户粘性提升策略
		区域公共品牌与营销策略案例	1. 县域直播助农模式 2. 打造独特电商品牌 3. 创新的营销策略 4. 逐梦“新”农人助力乡村振兴发展