

## 附件 1

中华人民共和国商务部办公厅  
中华人民共和国国家发展和改革委员会办公厅  
中华人民共和国工业和信息化部办公厅  
中华人民共和国财政部办公厅  
中华人民共和国自然资源部办公厅  
中华人民共和国农业农村部办公厅  
中华人民共和国文化和旅游部办公厅  
国家邮政局办公室  
中华全国供销合作总社办公厅

商办流通函〔2023〕419 号

### 商务部等 9 部门办公厅(室)关于印发《县域商业 三年行动计划(2023—2025 年)》的通知

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团商务、发展改革、工业和信息化、财政、自然资源、农业农村、文化和旅游、邮政管理部门,各供销合作社:

为全面贯彻落实党的二十大和中央农村工作会议精神,落实《中共中央 国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》(中发〔2023〕1 号)有关部署,充分发挥乡村作为消费市场和要素市场的重要作用,进一步提升县域商业体系建设成效,促进城乡融合发展,助力乡村振兴,商务部等 9 部门研究制定了《县域

商业三年行动计划(2023—2025 年)》。现印发给你们,请结合实际,认真贯彻落实。



2023年7月27日

# 县域商业三年行动计划

(2023—2025 年)

为全面贯彻落实党的二十大和中央农村工作会议精神，落实《中共中央 国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》(中发〔2023〕1 号)有关部署，按照《商务部等 17 部门关于加强县域商业体系建设 促进农村消费的意见》(商流通发〔2021〕99 号，以下简称《意见》)、《财政部办公厅 商务部办公厅 国家乡村振兴局综合司关于支持实施县域商业建设行动的通知》(财办建〔2022〕18 号，以下简称《通知》)、《商务部等 15 部门办公厅(室)关于印发〈县域商业建设指南〉的通知》(商办流通函〔2021〕322 号，以下简称《指南》)，进一步深化政策措施，提升县域商业体系建设工作成效，制定本行动计划。

## 一、总体思路

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，学习运用“千万工程”经验做法，坚持市场化原则、更好发挥政府引导作用，按照“一年梳理经验、两年复制推广、三年总结提升”思路，以供应链、物流配送、商品和服务下沉以及农产品上行为主线，以数字化、连锁化、标准化为方向，进一步推动资源要素向农村市场倾斜，加快补齐农村商业设

施短板,健全县乡村物流配送体系,引导商贸流通企业转型升级,推动县域商业高质量发展。

## **二、工作目标**

建立县域统筹,以县城为中心、乡镇为重点、村为基础的农村商业体系。到2025年,在全国打造500个左右的县域商业“领跑县”,建设改造一批县级物流配送中心、乡镇商贸中心(大中型超市、集贸市场)和农村新型便民商店。90%的县达到“基本型”及以上商业功能,具备条件的地区基本实现村村通快递。工业品下乡、农产品进城双向流通渠道进一步畅通,农民增收和消费提质实现良性循环,更好满足乡村产业振兴和农村居民生产生活需求。

## **三、重点任务**

### **(一)完善县域商业网络设施和业态。**

1. 增强县城商业辐射能力。结合国土空间规划编制实施,优化商业用地结构和功能布局。鼓励县城购物中心、大型商超向乡镇延伸服务,布局前置仓、物流仓储等设施,完善家电、家具家装等商品营销、回收和维修网络。构建商业服务完善的社区生活圈,加强对乡村商业发展的带动,促进一体化发展。

2. 提高乡镇商业集聚效应。升级改造乡镇商贸中心、大中型超市、集贸市场等,完善冷藏、加工、配送等设施,拓展餐饮、休闲、娱乐等消费新业态新场景,打造乡镇商业集聚区。以人口聚集的乡镇为重点,推进乡镇集贸市场标准化改造,完善设施设备,传承地域特色和传统习俗,提高市场综合治理水平,更好地满足农村居民日常购物、社交等需求。

3. 提升村级商业便民服务水平。加强邮政、供销、电商、快递、益农信息社等资源协作,推动村级站点设施共建、服务共享,丰富日用消费品、农资、邮政、快递等服务,实现“一点多能、一网多用”,提高农村商业网点便民服务水平和可持续运营能力。发挥大型连锁企业资金和渠道优势,推进农村便民商店标准化改造,拓展多元化零售业务。

## (二)发展农村物流共同配送。

1. 加强农村物流基础设施建设。建设改造县级物流配送中心和乡镇快递物流站点,根据实际需要,配备自动分拣线、立体货架、新能源配送车、智能取件终端等设施设备,提高物流配送效率,增强服务能力。

2. 加强农村物流资源整合。鼓励邮政、供销、快递、商贸流通等主体市场化合作,整合各类物流资源,在电商快递基础上,叠加日用消费品、农资下乡和农产品进城等双向配送服务,实现风险共担、利益共享,降低物流成本。总结共同配送成熟模式,将其作为重点支持方向,加快在中西部偏远地区推广落地。

3. 积极发展即时零售。鼓励电商平台、大型商贸流通企业在具备条件的县城,依托自建物流、第三方物流体系,对接本地零散的商超、便利店,精准匹配周边消费订单需求,为居民提供高效便捷的到家服务。

## (三)推动县域流通企业转型升级。

1. 支持中小企业数字化转型。针对农村中小流通企业数字化转型成本高、周期长等问题,依托已有平台资源,提升区域数字

化服务水平,为企业提供成本低、实用性强的数字化转型解决方案,推动数字应用从销售前端向采购、库存、配送等全过程延伸,加快线上线下融合。

2. 加强企业供应链建设。以数字化、连锁化改造和跨界融合为手段,支持邮政、供销、传统商贸流通企业从传统商品批发、零售向上下游一体的供应链管理服务平台转变,增强对县域商业发展的引领带动作用。鼓励大型流通企业下沉供应链,推广新型交易模式,为农村便民商店、个体商户提供集中采购、销售分析、店面设计、库存管理等服务,增强农村实体店铺的经营水平和抗风险能力。

3. 培育县域龙头流通企业。鼓励有实力、有信誉的农村商贸流通企业综合运用大数据、云计算、人工智能等现代信息技术,促进业务流程和组织结构优化重组,创新商业模式,提高经营质量和效益。加大土地等政策扶持力度,落实好现行税收优惠政策,培育一批辐射面广、带动力强的县域龙头流通企业。

4. 发挥农村商业带头人作用。充分发挥县域大型经销商、代理商等渠道优势,支持进行市场化整合协作,加强物流分拨中心、前置仓等设施建设改造,为区域内商贸流通企业、便民商店、农民合作社等提供统一采购、统一仓储、统一配送等服务,建立适合县域发展水平的消费品、农资流通网络。

#### **(四)丰富农村消费市场。**

1. 加大优质商品投放力度。发挥电商平台大数据优势,依法依规开展消费数据分析应用,引导生产厂商为农村市场生产投放

在农村、留给农民。

3. 加快打造农业品牌。实施农业品牌精品培育计划,打造精品区域公用品牌,带动培育核心授权企业和产品品牌。支持脱贫地区打造一批质量过硬、特色鲜明、带动力强的区域公用品牌,增强脱贫地区产业内生发展动力。发挥电商平台、商超等线上线下营销网络优势,加强特色优质农产品宣传推广,扩大区域公用品牌的知名度和美誉度。

#### (七)加强农产品流通体系建设。

1. 完善全国农产品流通骨干网络。依托农产品主产地、主销地、集散地,在全国统筹确定一批农产品流通骨干节点城市、农产品市场和重点企业。加强农产品批发市场和农贸市场等各类零售终端升级改造,进一步提升农产品流通效率。加强农产品流通保供体系建设,提高宏观调控和民生保障能力。

2. 提高农产品冷链流通效率。加强跨区域农产品批发市场、干支线冷链物流、农产品仓储保鲜设施和产地冷链集配中心建设,提高农产品冷链流通效率,进一步降低流通损耗。支持标准果蔬周转箱(筐)等物流载具在冷链物流的全程应用,鼓励积极应用新能源城市配送冷藏车,促进农产品冷链各环节有序衔接和信息互联互通。鼓励第三方冷链物流企业发展,推广冷链云仓、共同配送、零担物流等模式,提高冷链资源综合利用率。

3. 强化农产品产销对接。引导流通企业与农业生产主体建立长期稳定合作关系,完善利益联结机制。继续举办全国农产品产销对接助力乡村振兴、“数商兴农”进地方等活动,邀请相关主体

参加中国农产品交易会、茶博会、中国农民丰收节等展会节庆活动。深入实施“互联网+”农产品出村进城工程,完善适应农产品网络销售的运营服务体系。广泛开展专题促销、集中采购等活动,建立健全农产品产销对接长效机制。

#### **四、保障措施**

**(一)加强统筹协调。**各地要把县域商业三年行动作为全面推进乡村振兴的重要任务,建立省级统筹、市县抓落实的工作推进机制,抓好部署推进。省级主管部门结合实际,对照县域商业三年行动实施步骤(见附件),制定本省县域商业三年行动计划或实施方案,进一步细化明确目标任务、重点举措和监督考核机制,推动工作落地。充分发挥多部门工作协调机制作用,加强政策协同,共同研究解决重大问题。

**(二)规范资金管理。**严格对照《服务业发展资金管理办法》(财建〔2023〕9号)及《通知》要求,建立健全省市县三级日常监督机制,规范资金支出方向。各地应引入审计、监理咨询等第三方机构,加强资金决策、拨付、使用等环节审核,确保手续完整、账实相符。明确资产权属和管护责任,依法依规整合、处置和盘活资产,形成管护运营长效机制。

**(三)做好政策衔接。**加强县域商业建设行动与电子商务进农村综合示范、农产品供应链体系建设以及发展改革、农业农村、供销等单位相关资金的衔接,发挥各自优势,避免重复建设。用好县级电子商务公共服务中心、物流配送中心等现有设施设备,引入邮政、供销、快递和有实力的商贸流通企业,拓展公益性和增值性服

务,实现市场化可持续运营。巩固电子商务进农村综合示范专项整改成果,建立健全资金管理、项目建设、日常监督、考核评估机制,形成闭环管理。

**(四)强化大数据应用。**加强部门间、部门与地方县域商业数据资源共享,充分依托已有信息化设施,提高政府管理水平和治理效能。推广县域商业大数据应用,整合农村商业网点、消费、客流、物流等数据信息,根据地方和企业需求,拓展县域商业动态监测、市场分析、产业培育、产销对接等功能,为县域商业三年行动提供支撑。

## **五、组织实施**

**(一)加强调研摸底。**全面落实党中央关于大兴调查研究的部署,带着问题深入基层一线,对照县域商业体系建设目标和群众需求,找准差距和不足,厘清工作底数。参照《指南》“基本型、增强型、提升型”功能要求,因地制宜,明确纳入县域商业体系建设的县(县级市、区、旗,以下称县)范围、发展现状、建设目标、年度细化任务等。摸底和目标任务确认工作应于2023年8月底前完成,作为后续绩效评价、验收等的重要依据,原则上不再调整。

**(二)压实主体责任。**省级主管部门建立季调度、半年汇总、年度通报制度,加强工作调度,强化奖惩激励,对于工作推进不力以及审计、绩效评价、日常检查等发现重大问题的市县,视情给予通报、收回资金等处理措施;对于做得好的地方,加大支持力度。商务部会同有关部门通过省级党委和政府推进乡村振兴战略实绩考核、绩效评价、日常检查等方式,加强指导,跟踪问效,形成上下联

动抓落实的格局。

**(三)组织评估验收。**省级主管部门制定县域商业体系建设达标验收办法,组织对上年度完成建设目标的县进行评估验收,并出具书面评估意见。对达到“提升型”标准的县以及部分具备条件的“增强型”县,每年11月底前通过地方推荐,纳入全国县域商业“领跑县”。建立退出机制,通过抽查“回头看”,对工作出现滑坡、达不到领跑标准或在相关领域出现重大安全生产事故的县,按程序调整退出。

**(四)做好宣传推广。**尊重基层首创精神,从基层实践中汲取智慧,充分调动地方、企业、群众积极性,鼓励探索创新,及时总结推广好经验好做法。发挥主流媒体引导作用,宣传县域商业“领跑县”典型案例,增强典型示范作用,提高县域商业三年行动的社会认知度。省级主管部门按时更新县域商业信息系统数据,按季度报送资金使用清单,每年11月底前报送年度任务完成情况和工作总结。

附件:县域商业三年行动实施步骤

## 附 件

### 县域商业三年行动实施步骤

#### 一、部署启动阶段(2023 年 7 月—12 月)

印发通知,启动县域商业三年行动,加强动员部署和政策解读。经地方推荐产生第一批全国县域商业“领跑县”,发布相关典型案例集。省级主管部门结合实际制定县域商业三年行动计划或实施方案,明确目标任务、重点举措和验收考核办法,指导市县抓好落实;开展绩效评价,对上年度完成“基本型、增强型、提升型”建设目标的县进行验收。

#### 二、全面推广阶段(2024 年 1 月—12 月)

经地方推荐产生第二批全国县域商业“领跑县”,发布相关典型案例集。有关部门通过全国会、专家下乡、线上培训等方式,加强宣传推广和经验交流。省级主管部门跟进,培育一批地方典型,加强经验复制推广,形成适合自身特点的县域商业、农村直播电商发展路径;开展绩效评价,组织对上年度完成建设目标的县进行验收。

#### 三、总结评估阶段(2025 年 1 月—10 月)

经地方推荐产生第三批全国县域商业“领跑县”,发布相关典型案例集。有关部门组织抽查检查,对照目标任务查漏补缺,全面总结评估县域商业三年行动工作成果。省级主管部门对照《意见》

《通知》和县域商业三年行动要求,对各市县开展评估验收。加强前期发现问题整改工作“回头看”,及时发现和化解资金风险,建立项目和资产常态化运营管护机制,巩固提升政策成效,持续促进农民增收和农村消费。

---

抄送:各省、自治区、直辖市人民政府、新疆生产建设兵团办公厅。

---

商务部办公厅

2023年7月28日印发

---



## 附件 2

# 县域商业三年行动实施步骤

### 一、2023 年部署启动

1. 明确标准及目标。省商务厅会同有关部门出台《辽宁省县域商业体系建设类型划分标准（试行）》，各市按照标准对所辖县目前的商业功能进行类型划分，确定 2023—2025 年建设目标，及时准确录入商务部信息系统。

2. 统筹工作部署。省商务厅召开全省县域商业建设工作推进会，通报前期工作进展情况，动员部署下步工作，开展政策解读，指导各市抓好落实。启动县域商业三年行动，明确目标任务、实施步骤和重点举措。

3. 组织评估验收。各市制定完善评估验收办法，组织第三方机构对完成 2023 年晋档升级目标的县进行评估验收，10 月 20 日前，将书面评审意见报省商务厅。10 月中下旬—11 月，省商务厅组织第三方机构对完成 2023 年晋档升级目标的县进行评估验收。

4. 确认省重点培育县。各市按照《培育全国县域商业“领跑县”工作暂行办法》，组织指导符合条件的县编制省级重点培育县材料（见附件 4、5、6）及相关佐证材料，经县政府同意后，于 10 月 28 日前，经由市向省推荐。省商务厅组织第三方进行评估和验收，合格的列入省级重点培育县。

5. 推荐国家领跑县。省商务厅组织第三方对达到“提升性”验收标准的省重点培育县进行审核打分，按照商务部关于总量控制的要求，按照分数高低依次推荐。

6. 开展绩效评价。各市组织第三方开展绩效评价工作，11月10日前，将绩效自评报告报省商务厅。11月—12月，省商务厅组织第三方机构赴各市开展县域商业建设行动绩效评价，出具绩效评价意见，组织各市按照评价意见完善工作。

7. 开展工作考核。将各市县域商业体系建设工作情况纳入乡村振兴战略实绩考核，12月，省商务厅根据日常检查、评估定型和绩效评价结果，对各市工作进行打分。

## **二、2024 年全面推广**

1. 推广典型经验。1—3月，组织学习2023年全国县域商业典型案例集，梳理2023年省重点培育县典型经验，树立一批地方典型，加强经验复制推广。

2. 加强交流学习。4—8月，通过全省会议、专家下乡、线上培训等方式，加强宣传推广和经验交流，形成适合我省自身特点的县域商业、农村直播电商发展路径。

3. 做好各项工作。9—12月，各市推荐第二批省级重点培育县，省商务厅向商务部推荐第二批全国县域商业“领跑县”。省商务厅组织第三方机构对各市完成2024年晋档升级目标的县进行评估验收，开展年度县域商业建设行动绩效

评价。

### 三、2025 年总结评估

组织各市推荐第三批省级重点培育县，省商务厅向商务部推荐第三批全国县域商业“领跑县”。组织学习全国县域商业典型案例集。按照商务部部署要求，对照目标任务查漏补缺，全面总结评估县域商业三年行动工作成果。对照《关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》（商流通发〔2021〕99号）、《商务部等15部门办公厅（室）关于印发〈县域商业建设指南〉的通知》（商办流通函〔2021〕322号）和《商务部等9部门县域商业三年行动计划（2023—2025年）》（商办流通函〔2023〕419号）要求，对未验收的县开展评估验收。加强前期发现问题整改工作“回头看”，及时发现解决相关问题，建立项目和资产常态化运营管护机制，巩固提升政策成效，持续促进农民增收和农村消费。

## 附件 3

# 培育全国县域商业“领跑县”工作 暂行办法

按照《商务部等 17 部门关于加强县域商业体系建设促进农村消费的意见》《商务部等 15 部门办公厅（室）关于印发《商务部等 9 部门县域商业三年行动计划（2023—2025 年）》《关于做好县域商业体系建设分型县验收工作的通知》等文件要求，为做好全国县域商业“领跑县”推荐工作，制定本办法。

## 一、基本原则

2023—2025 年，力争全省 90% 的县通过整县商业功能标准评估验收，实现晋档升级。全省力争培育 15 个以上全国县域商业“领跑县”。

2023 年，每个市至少推荐 1 个县纳入省级重点培育县名单，全省最终确定不超过 20 个。按照“县级申请、市级指导完善、省级审核推荐”的程序，力争推动 5 个重点培育县进入全国县域商业“领跑县”名单。

## 二、申报条件

各市推荐的重点培育县，应符合以下要求：

（一）政府重视，县域商业发展基础较好，参与热情高，认真落实商务部及省、市部门工作要求，出台配套政策。

(二) 成立多部门协调推进机制，全面开展并完成县域商业摸底，制订实施方案，并提出针对性举措。

(三) 在推进县域商业网点改造、物流配送整合、商贸流通企业转型等方面工作扎实，亮点突出，形成较为成熟的经验模式和工作路径。

(四) 在安全生产、舆情等领域未出现重点问题，三年内资金审计、绩效评价等未发生严重违规。

### **三、实施步骤**

(一) 省商务厅分类制订“基本型、增强型、提升型”整县商业功能标准及县域商业体系建设省级达标验收办法。

(二) 各市组织指导基础好的县编制省级重点培育县材料(见附件 4、5、6) 及相关佐证材料，经县政府同意后，于 10 月 23 日前，经由市向省推荐。

(三) 省商务厅组织第三方对重点培育县申报的相关材料和商业功能进行评估验收，通过评估验收的列入省级重点培育县名单。对达到“提升性”以及部分条件较好且达到“增强型”验收标准的重点培育县进行审核打分，并按得分高低顺序进行公示，对公示期间内产生异议的，必要时省商务厅组织进行调查复核。对异议成立的，予以调整。对公示期间无异议或者异议不成立的，列入全国县域商业“领跑县”备选推荐名单。

(四) 省商务厅按照商务部关于总量控制的要求，按照分数高低依次向商务部推荐。

附件 4

省级重点培育县推荐表

市级商务主管部门（盖章）：

|                    |  |                      |  |                 |  |
|--------------------|--|----------------------|--|-----------------|--|
| 基本情况               |  |                      |  |                 |  |
| 申报单位：              |  | 市（州、盟）               |  | 县（市、区、旗）        |  |
| 常住人口               |  |                      |  | 区域面积            |  |
| 全县社会消费品零售总额（亿元）    |  | 农村居民人均可支配收入（元）       |  | 人均消费支出（元）       |  |
| 县域商业建设行动支持金额（万元）   |  |                      |  |                 |  |
| 市场主体               |  |                      |  |                 |  |
| 县域龙头商贸流通企业数量（个）    |  | 其中连锁经营企业数量（个）        |  | 其中有自建物流的企业数量（个） |  |
| 商业网点               |  |                      |  |                 |  |
| 县城综合商贸服务中心县域覆盖率（%） |  | 乡镇商贸中心（集贸市场）乡镇覆盖率（%） |  | 村级便民商店行政村覆盖率（%） |  |
| 物流配送               |  |                      |  |                 |  |
| 县级物流配送中心县域覆盖率（%）   |  | 乡镇快递网点乡镇覆盖率（%）       |  | 快递进村覆盖率（%）      |  |
| 县域内共同配送比例（%）       |  | 县域内快递物流配送效率          |  | 当日达/次日达         |  |
| 农村电商               |  |                      |  |                 |  |
| 农村电商对行政村覆盖率（%）     |  | 农村网络零售额（亿元）          |  | 县域内网商（店）数量（个）   |  |
| 农产品上行              |  |                      |  |                 |  |
| 农产品产地商品化处理率（%）     |  | 农产品产地低温处理率（%）        |  | 农产品网络零售额（亿元）    |  |

|                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 县域商业体系建设工作情况简要介绍（500 字以内）                                                                                                                                    |
| 相关证明材料：参考附 5、6 格式撰写                                                                                                                                          |
| <p>一票否决事项</p> <p>1.在日常调研检查中发现项目质量或资金管理等方面存在重大问题；</p> <p>2.项目发生安全生产事故或质量事故，或者造成重大经济损失和社会不良影响；</p> <p>3.弄虚作假，或中央财政资金支持项目存在重复支持问题；</p> <p>4.舆情反映相关工作存在严重问题。</p> |
| <p><input type="radio"/>有    <input type="radio"/>无</p> <p>市级商务主管部门推荐意见</p>                                                                                  |
|                                                                                                                                                              |

注： 1.有关统计数据应为上一年度数据；  
2.如未获得中央财政资金支持，有关内容可不填报。

## 附件 5

# 县域商业体系建设工作开展情况提纲

(2000 字以内)

1. 县域商业体系建设组织领导情况，包括县领导牵头推进、完善配套政策、加强规划引领、部门协同落实等。

2. 县域商业体系建设工作开展情况，包括目标完成情况（含约束性指标和预期性指标）、重点任务完成情况等。

3. 如为县域商业建设行动支持县，应简要说明资金使用情况，包括资金和项目管理、日常管理、资金使用效果和绩效评价成绩等。

4. 工作成效，包括健全商业网点、物流配送服务、企业转型升级、农产品上行、农村电商、助力乡村振兴等，应提供全县整体情况，案例详实、数据准确。

## 附件 6

# 典型案例要求

(3000 字以内)

围绕商业网点建设改造、物流资源整合、商贸流通企业转型升级、促进农产品上行、农村电商高质量发展等方向提供典型案例，选择方向不超过 3 个，同类型案例不超过两个。

## 县域商业体系建设验收达标办法

为加强我省县域商业建设整县晋档升级评估验收工作，规范评估验收过程，根据相关规定要求，结合我省县域商业工作实际，制定本办法。

### 一、验收依据

晋档升级评估验收内容和标准参照《辽宁省县域商业体系建设类型划分标准（试行）》执行。

### 二、验收程序

#### （一）验收申请。

完成晋档升级的县，由所在市组织第三方机构等进行评估验收，合格后向省商务厅报送书面评估意见提出验收申请，省商务厅组织第三方机构等成立评估验收小组，对各市评估意见进行验收复核。

#### （二）验收流程。

1. 验收小组查看和听取各市关于县域商业建设工作情况汇报，主要包括县域商业网点设施布局、县乡村三级物流配送体系建设、电商服务体系建设、农产品流通设施建设、龙头商贸企业转型升级情况等。

2. 验收小组抽取并实地核查相关商业设施建设情况，主要包括综合商贸服务中心、乡镇商贸中心、村级便利店、

县级物流配送中心、寄递物流综合服务站、龙头商贸流通企业等。

3. 验收小组形成县晋档升级意见书，对符合相关类型划分标准的县予以“验收合格”，由验收小组在验收表上签字确认。验收不合格的县，督促其在规定时限内进行整改，整改完毕后再次验收。

### **三、附则**

本办法于全省县域商业建设晋档升级工作全面结束后废止，具体由省商务厅负责解释。