附件2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **数字商务企业综合评价表** | | | | | | | | | |
| 填表时间：2021年 月 日 | | | | | | | | | |
| **企业名称** |  | | **组织机构代码** | |  | | **法定代表人** | |  |
| **注册时间** |  | | **注册资本** | |  | | **注册类型** | |  |
| **企业网址** |  | | | | | | | | |
| **联系人** | 姓名 |  | 职务 |  | | 工作电话 | |  | |
| 手机 |  | 传真 |  | | 电子邮件 | |  | |
|  | 微信 |  | | | | | | | |
| **注释：商务部确认的108家数字商务企业和各地推荐参评企业应遵循以下原则填报此表**：  **（1）同比变化为与2019年相比较的变化值，增加为正值，降低为负值。**  **（2）本表分为两部分，第一部分为企业共性选项，请如实填写，若日常经营不涉及相关选项可不填。**  **（3）第二部分为企业非共性选项，请各企业根据自身情况，谨慎选择一类填报，非填报项内容无需填写，其中商品交易创新应用、服务交易创新应用、数字内容创新应用属于数字商务创新应用大类；数字化运营服务、数字化营销服务、数据分析服务属于数字商务服务类；在确定填报大类后，原则上企业填报项应为与企业经营业绩最好的业务相符合的小类。**  **（4）2020年参与遴选并填选数字金融、数字物流的数字商务企业可根据本表重新选择其他类进行填报。**  **（5）任何问题，可致电综合评价组织单位询问。** | | | | | | | | | |
| **第一部分：** | | | | | | | | | |
| **基础营收**  **与线上发展情况** | | 1.2020年，营收\_\_\_\_万元，同比增长\_\_\_%，纳税\_\_\_\_万元，同比增长\_\_\_%；共获得融资\_\_\_\_万元；□是 □否 盈利。  2.2020年，完成线上销售额\_\_\_\_万元，占全部销售额的\_\_\_\_%。 | | | | | | | |
| **人力资源情况** | | 1.共有员工\_\_\_\_\_人，其中管理人员\_\_\_\_人，市场团队人员\_\_\_\_人，技术团队人员\_\_\_\_人，第三方合同人员\_\_\_\_人，其他人员\_\_\_\_人。  2.□是 □否 设置了人工智能、云计算、大数据、物联网工程技术人员（职业分类大典编码2021009、10、11、12）等相关岗位。  3.2020年，招募高新技术人才减免税费\_\_\_\_万元。 | | | | | | | |
| **上市情况** | | 1.□是 □否 上市,所在股市□上海 □深圳 □香港 □纽约 □伦敦 □其他\_\_。 2.截至2020年底，市值折合人民币 \_\_\_元，估值折合人民币\_\_\_元。 | | | | | | | |
| **数字化程度**  **与绿色发展** | | 1.□是 □否 使用云服务技术，拥有\_\_\_\_TB云空间供企业使用（含自建或使用第三方提供的服务器）。截至2020年底，已有\_\_\_项工作事项实现上云。  2.□是 □否 使用大数据技术并建立数据仓库；截至2020年底，拥有数据\_\_\_TB。  3.□是 □否 建立信息化整合平台系统，平台拥有\_\_\_\_个功能模块，整合了 □电子发票 □电子合同 □电子文档 □电子文件归档 □其他\_\_\_\_等功能；截至2020年底，电子化的纸质票据、文件占全年处理纸质票据、文件的\_\_\_\_%，帮助企业节约办公用品成本\_\_\_\_万元，占营收的\_\_\_\_%。  4.日常经营中采用\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_等数字技术方式节约能源，实现办公场所能耗变化\_\_\_%,其他场所能耗变化\_\_\_%（请在《报告》中详细介绍做法及成效）。 | | | | | | | |
| **数据处理与协同** | | 1.□是 □否 形成数字产品并参与数据交易。  2.□是 □否 在商务活动中使用大数据技术，应用 □日志采集 □实时采集 □网络数据采集 □数据交易 □其他\_\_\_\_等方式获取数据。  3.截至2020年，在商业运营中应用□机器学习 □深度学习 □边缘计算 □其他\_\_\_\_\_等数据处理技术。  4.□是 □否 使用自研/第三方提供的数据质量监控系统平台（大数据采集后，用于检测、筛选高质量数据的系统，应用后能有效节约数据储存空间，提升数据分析速度）。  5.□是 □否 使用自研/第三方提供的用户行为分析、用户画像等技术。  6.□是 □否 与政府或其他组织机构分享脱敏数据（严格遵守数据安全法，在签署相关数据协议后，有偿或无偿分享），其中与□国家级 □省级 □地市级 □县级 政府分享企业数据。 | | | | | | | |
| **科研能力** | | 1.年均科研总投入\_\_\_\_\_万元，研发投入占总收入的\_\_\_\_%；截至2020年底，共获得有效发明类科研专利\_\_\_\_\_项。  2.获得云计算专利\_\_\_件，数据技术专利\_\_\_件，5G、物联网技术专利\_\_\_件、通信类专利\_\_\_件，自动化技术专利\_\_\_件，人工智能技术专利\_\_\_件（请在《报告》中详细介绍专利获得及与技术的商业应用情况）。 | | | | | | | |
| **数字技术安全**  **与数据安全防护** | | 1.□是 □否 建立相应安全协议，保护用户个人数据与隐私安全。  2.为应对网络攻击，保护数据安全，□是 □否建立内部数据安全管理规章制度，□是 □否 应用商用密码保护数据，□是 □否 备份数据应对数据丢失等情况，还采取了\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_等措施保护数据安全。  3.2020年，在数字技术安全与数据安全防护上的开支为\_\_\_\_万元。 | | | | | | | |
| **第二部分：** | | | | | | | | | |
| **数字商务创新应用类** | **商品交易创新应用** | 业务类型为□生产制造 □批发零售  1.企业拥有长期稳定（2年或2年以上时间）的合作伙伴\_\_\_\_家，2020年同比增加\_\_\_%；个人用户（会员）\_\_\_人,同比增加\_\_\_%，其中数字化会员占比\_\_\_\_%（即经常性使用企业小程序、客户端的客户占全部会员客户的比例）。  2.□是 □否 应用了C2M柔性供应链生产规模化定制产品；2020年共生产定制化产品SKU\_\_\_\_种，实现销售额\_\_\_\_万元。  3.□是 □否 开设实体店面，2020年,实体店销售额为\_\_\_\_万元；通过体验店带动线上（通过网上下单，由实体店发货而非库房发货）销售额为\_\_\_\_万元。  4.□是 □否 在店内使用VR/AR、生物识别等技术，使用店铺占全部实体店数量的\_\_\_\_%；□是 □否 使用自动收款系统并安放终端设备,平均每家店铺拥有终端\_\_\_\_\_台。  5.□是 □否 自主运营建设数字化供应链连接上下游；2020年通过使用数字化供应链交易额增加值为\_\_\_\_万元，通过数字化供应链连接上游企业\_\_\_家、下游企业\_\_\_家，连接金融、数据分析、物流等功能企业\_\_\_\_家，实现□信息共享 □金融融资 □智能物流 □其他\_\_\_等服务功能。  6.□是 □否 使用自动补货系统；2020年通过自动补货系统库存成本下降\_\_\_\_%；应用数字技术后，库存周转率提高\_\_\_\_%，运营成本降低\_\_\_\_%，坪效增加\_\_\_\_%。  7.2020年，以模式赋能的方式带动其他商品交易类中小企业\_\_\_家，共输出\_\_\_个SKU，赋能的所有中小企业累计完成交易\_\_\_\_万元，同比提升\_\_\_%。  8．□是 □否 利用大数据技术或与平台合作，对产品和包装进行绿色环保设计；线上销售商品 □是 □否应用智能打包系统，加强快递包裹与包装箱科学匹配，采用直发包装的商品品类有\_\_\_、\_\_\_、\_\_\_（请在《报告》中详细介绍做法及成效。“直发包装”是指出场包装不增加额外的快递包装，可直接运输的包装）。 | | | | | | | |
| **服务交易创新应用** | 业务类型为 □综合服务平台（运营2种或2种以上业务，且单项业务营收均大于1亿元）□电商类平台 □生活服务平台 □物流服务平台 □金融服务平台 □其他服务平台\_\_\_\_  1.服务业务覆盖 □线上商品交易 □餐饮 □办公 □出行 □物流 □教育 □医疗 □体育 □住宿 □空间 □法律 □咨询 □金融 □其他\_\_\_\_。截至2020年底，共拥有企业用户（会员）\_\_\_家，同比增加\_\_\_%；个人用户（会员）\_\_\_人,同比增加\_\_\_%，其中数字化会员占比\_\_\_\_%（即经常使用企业小程序、客户端的客户占全部会员客户的比例）。  2.2020年，企业共开发、运营APP、小程序等\_\_\_\_款，全平台下载约\_\_\_次，同比变化\_\_\_%。  3.□是 □否 提供共享类型服务，2020年共享服务交易额为\_\_\_\_\_万元，占全部交易额的\_\_\_\_%。  4.通过数字技术的优化升级，2020年平均单笔服务响应时间为\_\_\_\_秒,同比变化\_\_\_%；平均单笔业务服务时间为\_\_\_\_分钟，同比变化\_\_\_\_%；同城内，平均单笔业务配送时间为\_\_\_\_分钟，跨地区，平均单笔业务配送时间为\_\_\_\_小时，客户服务好评率为（好评及以上）\_\_\_\_%，同比变化\_\_\_\_%。  5.□是 □否 在服务中使用VR/AR、人工智能、生物识别等创新技术，使用比例为\_\_\_\_%（请在《报告》中详细介绍使用创新技术后客户粘性提升、用户满意度提升等情况）。  6.2020年，以模式赋能的方式带动其他服务交易类中小企业\_\_\_\_家，赋能的所有中小企业累计完成交易\_\_\_\_万元，同比提升\_\_\_\_%。  7.2020年直接或间接带动就业\_\_\_\_人，其中建档立卡贫困户\_\_\_\_人。 | | | | | | | |
| **数字内容创新应用** | 业务类型为 □短视频平台 □长视频平台 □直播平台 □社交平台 □其他媒体平台\_\_\_\_  1.提供 □新闻资讯 □网络直播 □游戏 □音乐 □电影、电视剧 □电子报刊、杂志、书籍 □网络小说 □视频创作 □网络综艺 □教育 □网络社交 □其他\_\_\_种类的服务。  2.共运营\_\_\_个子品牌，共注册APP、小程序\_\_\_\_个。截至2020年底，拥有内容\_\_\_\_TB，其中用户原创内容占比\_\_\_\_%,2020年播放量（阅读量）\_\_\_\_亿;优质引进与平台自制内容占比\_\_\_\_%,2020年播放量（阅读量）\_\_\_\_亿。  3.2020年，通过□广告 □电子商务 □游戏 □付费内容 □会员 □打赏 □线下活动 □其他\_\_\_等方式实现营收。截至2020年底，共\_\_\_\_\_个用户在企业旗下平台使用增值服务（充值打赏、会员、付费节目等），其中，会员费用收入为\_\_\_\_万元，打赏收入为\_\_\_\_万元，占总营收\_\_\_%；广告收入为\_\_\_\_万元，占总营收\_\_\_%；电商收入为\_\_\_\_万元，占总营收\_\_\_\_%;其他形式收入（如游戏、线上线下活动、周边商品等）\_\_\_\_万元，占总营收\_\_\_\_%。  4.2020年，平台通过广告、直播电商等方式助力脱贫攻坚，带动农村产品销售\_\_\_\_万元，□是 □否给予相关内容流量支持。  5.2020年，举办/承办/合作直播 □线上展会 □产品发布会 □论坛□赛事 □其他内容\_\_\_,共\_\_\_\_次，总计吸引\_\_\_\_观众观看。  6.□是 □否建立内容自我审查机制，已经使用 □图像识别 □语音语义识别 □大数据 □智能搜索 □其他\_\_\_等技术对违法信息进行监管，2020年共封禁、下架\_\_\_\_\_个内容。 | | | | | | | |
| **数字商务服务类** | **数字化**  **运营服务** | 1.提供 □云服务 □应用型软件开发与解决方案 □移动支付 □电子商务保险 □消费信贷 □电子票据 □网络安全与区块链 □其他\_\_\_\_ 等服务；截至2020年，共服务客户企业\_\_\_\_家，其中2020年新增客户\_\_\_\_家，同比增长\_\_\_\_%。  2.截至2020年，开发或代理相关服务产品\_\_\_\_种，其中2020年新增服务\_\_\_\_种，同比增长\_\_\_\_%,产品销售额\_\_\_\_万元； □是 □否 为其他企业提供数字外包服务，如\_\_\_\_、\_\_\_\_\_\_。  3.□是 □否 提供系统运营、维护，2020年系统维护、修复收入\_\_\_\_万元，提供的数字化服务升级周期为\_\_\_\_天，□是 □否 提供在线升级服务。  4.□是 □否 通过云平台提供数字化服务（如SAAS服务等），2020年，云上服务营业额为\_\_\_\_万元，同比变化\_\_\_\_%。  5.截至2020年，已为\_\_\_\_个行业、领域提供数字化运营服务，并帮助\_\_\_\_家传统企业实现数字化转型升级，如\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_\_等（客户企业名称）；请举例，\_\_\_\_\_（企业名），在应用企业提供的数字化服务后，2020年企业营收同比提升\_\_\_\_%,利润提升\_\_\_\_%（请在《报告》中以案例形式详细介绍相关情况）。 | | | | | | | |
| **数字化**  **营销服务** | 1.2020年，签约主播\_\_\_\_位，其中全平台粉丝（关注、热度等）超过10万的主播\_\_\_\_\_位，同比增长\_\_\_%。  2.□是 □否 建立数据分析团队，规模为\_\_\_\_人； □是 □否 通过大数据分析选定产品，2020年（仅当年）共与\_\_\_家客户签订合同，带货销售SKU\_\_\_种，包括□农产品 □家用电器 □生活日用品 □烟酒饮料 □食品 □3C数码 □化妆品 □其他\_\_\_，完成销售额\_\_\_\_万元，其中带动贫困地区产品销售额\_\_\_\_万元，占总销售额的\_\_\_\_%。  3.旗下主播□是 □否 与淘宝、抖音、快手、B站等平台签约，头部主播在对应平台最高拥有流量\_\_\_\_\_。  4.2020年，在各平台发布图文营销内容\_\_\_\_万字，总阅读量\_\_\_\_次，点赞数\_\_\_\_次；2020年（仅当年），企业发布各类视频营销内容\_\_\_个，总阅读量\_\_\_\_次，点赞数\_\_\_\_次。  5. □是 □否 建立用户画像数据库（或与平台分享用户数据），截至2020年，企业数据库中共包含用户数据\_\_\_\_万条。  6.除直播电商外，其他业务收入为\_\_\_\_万元，占总营收\_\_\_%。  7.通过数字营销模式，助力\_\_\_家企业实现销售业绩增长，提升品牌价值（请在《报告》中列举2-3个成功案例，详细介绍通过数字营销帮助客户公司提升销量、完成品牌口碑提升的方式）。 | | | | | | | |
| **数据分析服务** | 1.为\_\_\_\_个行业提供数据分析服务， □是 □否 形成有品牌价值的行业数据库（通过数据库形成数据产品可以在市场上流通，或利用大数据发布行业报告，在垂直行业具有一定知名度的品牌），拥有数据\_\_\_\_TB。  2.2020年，数据产品销售额为\_\_\_\_万元，采用了□客户分群 □留存分析 □转化分析 □路径分析 □其他\_\_\_\_等方法。  3.2020年，为\_\_\_家企业提供数据分析服务，其中驻场服务\_\_\_家企业。  4.2020年， □是 □否 形成了 □月度 □季度 □年度 行业报告，共形成行业分析报告\_\_\_\_份，售出\_\_\_\_份。  5.为保护自身数据版权，采取了\_\_\_\_、\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_等 \_\_\_项措施。  6.□是 □否 提供数据产品的评估服务，2020年，为\_\_\_家客户提供该项服务。  7.2020年，通过各种形式的数据产品赋能客户后，被赋能客户营收变化\_\_\_%（可提供所服务企业中的一家变化情况）。  请在《报告》中列举2-3个成功案例，介绍数据分析服务帮助客户提质增效的过程与成果。 | | | | | | | |