**商务部办公厅关于开展国家电子商务示范基地**

**综合评价工作的通知**

为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，统筹做好新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作，加快数字经济发展，助力“六稳”、“六保”，根据《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》（商电发〔2017〕26号，以下简称《指导意见》），我部将对国家电子商务示范基地进行综合评价，并依据综合评价结果进行动态调整。通过优胜劣汰，优化发展布局，提升创建水平，更好发挥国家电子商务示范基地在培育中小电子商务企业、激励新技术应用、促进模式业态创新、改造提升传统产业，带动创业就业、促进精准扶贫和消费升级等方面的作用，为经济社会发展注入强大动能。现就有关事项通知如下：

一、评价方法

**（一）评价对象。**包括现有112家国家电子商务示范基地，以及各省级商务主管部门推荐的其他优秀电子商务园区（每个省可推荐2-3家）。所有参评对象要求边界清晰（因工作需要对四至范围进行调整的，要将调整理由、调整范围及发展方向等做出详细说明），电商企业相对集中，有专门的经营管理机构，专注发展电子商务。以市、市辖区、经济开发区、高新区等为载体，且电子商务企业较为分散的，须指定1个符合上述条件的特定区域参评。各地推荐的其他优秀电子商务园区原则上须为省级电子商务示范基地或本地重点支持和培育的服务县域电商特别是助力脱贫攻坚成效突出的电子商务产业园区。

**（二）评价内容。**国家电子商务示范基地2019年落实《指导意见》情况，包括开展示范创建的工作进展、重要举措、取得成效、存在问题及工作建议等。本次综合评价指标数据报告期为2019年，基期为2018年。参评对象均需按照《国家电子商务示范基地综合评价指标体系》（附件4）相关要求和说明，准确填报《国家电子商务示范基地和其他优秀电子商务园区经营服务情况报告表》（附件2），并提供相关证明材料。证明材料缺失的将酌情扣减相应指标分值（国家电子商务示范基地和2019年已参评其他优秀电子商务园区相关证明材料无变化的部分可不再提供）；按《国家电子商务示范基地和其他优秀电子商务园区自评报告编制说明》（附件1），围绕自身建设，突出提升承载、服务、保障、示范引领等能力的创新做法和成效，如实编制自评报告。

**（三）评价方式。**遵循全面客观、公开透明、科学量化原则，按照《国家电子商务示范基地综合评价指标体系》和《国家电子商务示范基地综合评价办法》（附件3）确定的评分细则和计算方法，组织专家对国家电子商务示范基地和其他优秀电子商务园区报送材料开展综合评价工作。

**（四）评价结果。**以综合评价得分为依据，对分数较低且2019年以来连续两年排名处于末位的国家电子商务示范基地，取消其示范资格；将综合评价得分较高，且2019年以来连续两年综合评价排名靠前的其他优秀电子商务园区，增补为国家电子商务示范基地。同时，将综合评价结果和专家评价意见反馈各地，指导国家电子商务示范基地进一步提升建设运营水平，切实发挥示范带动作用。

二、工作程序及进度安排

**（一）材料报送。**各省级商务主管部门收到本通知后，组织国家电子商务示范基地和其他优秀电子商务园区按照要求认真准备参评材料，指导参评对象做好总结工作（四至范围发生变化的示范基地，按照调整后的情况进行总结）。各省级商务主管部门对参评材料审核确认后，参评对象应于7月10日前通过商务部业务系统统一平台中的“电子商务信息管理分析应用”进行报送（点击<http://www.mofcom.gov.cn/mofcom/typt.shtml>进入统一平台后，商务主管部门通过管理端，使用“DS+原账号”及密码登录；国家电子商务示范基地和2019年参评的其他优秀电子商务园区从企业端登录；首次参评园区通过http://dzsw.mofcom.gov.cn/baseInfo/toSignup先注册账号，经所属省级商务主管部门审批后再登录报送相关材料），并提供纸质材料1份，由省级商务主管部门统一邮递至商务部（地址：北京市东长安街2号商务部电子商务司,邮编:100731，建议使用EMS）。各地报送纸质材料时，请出具公函并在相关表格处加盖省级商务主管部门印章。

**（二）专家评估。**2020年7月中旬，我部委托承办单位汇总、核对各地报送材料，并根据需要请有关参评对象补充完善报送材料。7月下旬，承办单位组织电子商务专家对参评对象进行综合评价，必要时，组织专家对有关基地（园区）进行现场调研、抽查和核实，形成综合评价结果和评价意见，并据此提出调整国家电子商务示范基地名录建议。

**（三）结果公示。**将拟调整的国家电子商务示范基地名单在商务部网站进行公示，任何单位和个人对名单有不同意见的，均可提出异议，由我部组织专家进行复议。

**（四）公布名单。**调整后的国家电子商务示范基地名单以商务部名义下发通知予以公布。

三**、工作要求**

**（一）严格审核把关。**开展综合评价工作是提升电子商务示范成效的一项重要举措，各地要高度重视、严密组织、精心指导，特别是对基地（园区）报送的数据、材料要严格审核把关，做到不漏项、不缺项，确保真实、准确和完整。对数据不实、材料不完整、未按规定时限报送的，将在综合评价中予以扣分。

**（二）加强督促指导。**对照综合评价结果，认真查找基地（园区）建设中存在的问题和薄弱环节，特别是对综合评价中问题较多、排名靠后以及被取消示范资格的基地，相关地方商务主管部门要派出专人，深入一线面对面进行帮扶，有针对性地督促整改，及时掌握示范基地建设情况，切实帮助其解决发展过程中遇到的实际问题。要切实落实中央支持民营企业、中小微企业发展重要工作部署和“放管服”改革各项要求，指导基层商务主管部门强化企业入驻示范基地办理程序监督，缩短办理时限，优化办理服务，规范办理行为，提高办理效率，严禁对电商企业入驻示范基地设置“隐形门槛”，不断优化电子商务发展环境。

**（三）总结宣传经验。**注意发现和总结示范基地创新发展先进经验，尤其是各示范基地在贯彻落实党的十九大精神，加强基层党建、助力脱贫攻坚、促进消费升级、积极抗疫保供，创新现代信息技术应用、培育数字商务企业、推动传统产业转型升级，自觉履行社会责任和义务的典型案例。我部将通过编写示范基地案例集等方式，对相关经验和做法予以宣传推广。

联系人：电子商务司 孙国强

电 话：010-65198950

传 真：010-65197902

邮 箱：sunguoqiang@mofcom.gov.cn

联系人：中国国际电子商务中心 郭卫华

电 话：010-67800061

附 件：1.国家电子商务示范基地和其他优秀电子商务园区自评报告编制说明

2.国家电子商务示范基地和其他优秀电子商务园区经营服务情况报告表

3.国家电子商务示范基地综合评价办法

4.[国家电子商务示范基地综合评价指标体系](http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/201804/20180409101442631.xlsx)

商务部办公厅

2020年6月3日

附件1

**国家电子商务示范基地和其他优秀电子商务园区**

**自评报告编制说明**

一、编制要点

**（一）承载能力建设情况。**基地（园区）在基础硬件、功能布局及相关配套设施等方面的建设与完善情况。对于城市、市辖区、经济开发区、高新区等电商企业较为分散的基地（园区），须指定1个电商企业相对集中的特定区域作为参评对象。

**（二）服务能力建设情况。**基地（园区）面向入驻企业提供电子商务金融服务、人才服务、孵化服务及其他公共服务情况，包括但不限于出台的政策措施、服务类型、主要做法与进展、服务规模数量、作用与效果等。

**（三）保障能力建设情况。**基地（园区）在组织领导、党团建设、统计监测、电商专项政策支持、宣传交流等方面的工作推进情况及取得主要成效等。

**（四）示范能力建设情况。**基地（园区）电子商务交易规模、营收规模、税收规模、从业人员规模及其同比变化情况，在促进就业创业、研发创新、品牌创建、品质消费以及拓展国内外市场等方面所发挥的作用。

**（五）其他方面。**基地（园区）在园企互动、生态建设方面的创新发展情况；在规划发展、资金扶持、产学研合作方面的推进及落实情况；在新技术应用、新模式创新及绿色发展等方面的进展情况；在推动农村电商发展、助力精准扶贫、促进传统产业数字化转型的有关情况；在推动电子商务与快递物流协同发展、电子商务行业标准和信用体系建设方面的进展情况。

**（六）存在问题、原因及建议。**对照国家电子商务示范基地综合评价指标体系与自评报告有关内容，认真查找基地（园区）建设中存在的问题及面临的主要制约因素，深入研究未来发展思路与重点方向，有针对性地提出工作意见和建议。

二、其他事项

（一）自评报告及相关证明材料的电子版通过商务部业务系统统一平台内“电子商务信息分析管理应用”报送。如证明材料较多，可只上传电子版，不再提供纸质材料。

（二）我部将以示范基地自评报告为主要素材，组织编写《国家电子商务示范基地建设案例集》（以下简称《案例集》），宣传推广示范基地建设先进经验。各示范基地编制自评报告时，要围绕编制要点，将某一或若干方面特色突出、效果显著的做法写清写透（字体加黑标注），《案例集》将择优选择。建设经验纳入《案例集》的示范基地，在综合评价工作中将酌情给予加分。

附件2

**国家电子商务示范基地和其他优秀电子商务园区**

**经营服务情况报告表**

填表时间： 年 月 日

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **基地（园区）**  **名称** |  | | | **商务主管部门** |  | | |
| **地址与范围[[1]](#footnote-0)** |  | | | | | | |
| **运营机构** | 名称 |  | | | | | |
| 类型 | □政府部门 □事业单位 □国有企业 □民营企业 □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | |
| **基地（园区）**  **联系人** | 姓名 |  | 职务 |  | | 工作电话 |  |
| 手机 |  | 传真 |  | | 电子邮件 |  |
| **基地（园区）承载能力** | | | | | | | |
| **基础硬件** | 1. 电子商务企业建筑面积\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万平方米。 2. 电子商务配套服务区面积\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万平方米。 3. 平均网络带宽\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Mbps。 4. 平均网络资费下降幅度\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。 | | | | | | |
| **入驻企业** | 1. 电子商务企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 2. 电子商务企业入驻率\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。 3. 电子商务企业增长率\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。 4. 商务部认定的数字商务企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 5. 省级电子商务示范企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 6. 列入商务部“商贸流通业典型统计调查企业”的电子商务企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 7. 上市的电子商务企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 | | | | | | |
| **基地（园区）服务能力** | | | | | | | |
| **金融服务** | 1. 面向入驻电子商务企业的投资基金额度\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。 2. 获得基地（园区）金融服务的电子商务企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 3. 电子商务企业获得投融资总额\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。 | | | | | | |
| **人才服务** | 1. 基地(园区)是否设立或实施区域性的电子商务人才引进政策：□是 □否； 是否设立或实施区域性的电子商务人才培养政策：□是 □否。 2. 年度电子商务培训\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人次。 3. 为农村地区开展电子商务培训\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人次。 4. 输送电子商务人才\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人。 | | | | | | |
| **孵化服务** | 1. 在孵电子商务企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 2. 电商企业孵化成功率\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。 | | | | | | |
| **公共服务** | 1. 为入驻企业提供的专业服务类型：□云服务 □共享服务 □协同服务 □仓储物流 □摄影美工 □客服托管 □代运营 □会计事务 □专利申办 □评估咨询 □法律支持 □其他专业服务\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。 2. 为入驻企业提供的行政服务类型：□工商注册 □年审年检 □税务登记 □项目申报 □其他行政便利化服务\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。 | | | | | | |
| **保障能力** | | | | | | | |
| **党建水平** | 1. 基地（园区）内所有电商企业党员\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人。 2. 设立党组织的电商企业\_\_\_\_\_个。其中，亮党组织标识和党员身份的企业\_\_\_\_个。 3. 为落实党建工作责任制，开展了哪些工作：□党组织书记履行党建责任，明确责任和任务；□建立了相关机制和制度；□讲专题党课；□充分发挥第一责任人的作用，落实“两个责任”。 4. 为坚定党员理想信念，主要开展了哪些学习教育活动：□制定相应的学习教育计划和方案；□定期开展主题党日活动；□组织党员定期学习。 5. 开展了哪些党内活动：□执行“三会一课”制度；□开展民主生活会、组织生活会、党建述职、民主评议党员活动；□积极发展党员；□收缴党费并合理使用管理；□规范管理党员；□贯彻落实《关于新形势下党内政治生活的若干准则》。 6. 为加强党风廉政建设，主要有哪些做法：□党组织执行政治纪律和政治规矩；□定期开展党风廉政建设和反腐倡廉教育活动。 | | | | | | |
| **环境营造** | 1. 是否与地方商务主管部门建立报告协调机制：□是 □否；　基地内部是否设立相关管理运营机构：□是 □否。 2. 是否开展电子商务统计监测工作：□是 □否；　是否及时上报信息、数据并保证数据的准确真实：□是 □否。 3. 基地（园区）所在地方是否制定并实施支持基地电子商务发展和示范建设的专项政策：　　　　□是 □否。 4. 电商基地（园区）开园运营年限\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年。 5. 是否及时总结好经验、好做法，梳理典型案例，在各种媒体进行宣传推广：□是 □否；是否通过会议、论坛、交流活动等开展政产学研多方合作，开展园区间及与周边传统产业间交流合作：□是 □否。 | | | | | | |
| **示范能力** | | | | | | | |
| **发展速度**  **与规模** | 1. 电子商务交易额\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。 2. 电子商务交易额增长率\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。 3. 电子商务企业营收总额\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。 4. 电子商务企业营收增长率\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。 5. 电子商务企业缴税总额\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。 6. 电子商务企业缴税增长率\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。 7. 跨境电子商务交易额\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。 | | | | | | |
| **示范带动** | 1. 电商企业研发成果\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 2. 电商企业创建商标品牌\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 3. 电子商务应用企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 4. “双品网购节”电商交易额\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。 5. 进博会成交额\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万元。 | | | | | | |
| **吸纳就业** | 1. 全体电子商务企业从业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人。 2. 电子商务从业人员增长率\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。 3. 吸纳农民工就业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人。 4. 吸纳应届大学毕业生就业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人。 | | | | | | |
| **附加项** | | | | | | | |
| **运营服务** | 1. 在国内其他地区或国外运营电商园区数量\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 2. 在农村地区设立的电子商务公共服务中心\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 3. 在农村地区建设运营的电商服务站点\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 4. 基地运营单位在以下哪些领域开展模式创新并取得显著效果：□园区运营 □园企互动 □生态建设 □其他领域\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。 | | | | | | |
| **发展潜力** | 1. 是否设立专项电子商务扶持资金：□是 □ 否；扶持资金是否落实到位：□是 □否。 2. 是否根据自身情况编制合理的发展规划科学指导基地建设与未来发展：□是 □否。 3. 是否设立电子商务专家工作服务机构：□是 □否；是否设立电子商务行业研究机构：□是 □否。 | | | | | | |
| **创新应用** | 1. 是否制定鼓励基地内电商企业在5G、大数据、物联网、云计算、人工智能、区块链、虚拟现实/增强现实等先进信息技术领域积极开展创新应用的措施：□是 □否。 2. 基地内电子商务企业技术研发投入占营收额比例\_\_\_\_\_\_\_%。 3. 基地内以自有技术创新作为核心竞争力并取得明显成效的电子商务企业\_\_\_个。 4. 是否制定激励基地内电商企业在商业模式领域积极开展创新应用的措施：□是 □否。 5. 基地内依托自有商业模式创新作为核心竞争力，提供新产品或新服务，并取得明显成效的电子商务企业\_\_\_个。 | | | | | | |
| **绿色发展** | 1. 是否制定基地绿色发展的规划以及促进基地内企业绿色发展的激励措施：□是 □否。 2. 是否在基地内开展了绿色环保政策法规方面的宣传推广活动：□是 □否；是否组织了相关培训：□是 □否。 3. 基地内已设置的新能源设施设备、回收装置等各类环保设施\_\_\_\_\_\_个。 4. 基地内是否安排支持企业绿色发展资金：□是 □否；是否建立基地内企业资源共享平台：□是 □否；是否组织或引导企业开展绿色运营：□是 □否。 | | | | | | |
| **产业联动** | 1. 是否通过电子商务助力农村贫困人口就业创业和增收脱贫：□是 □否；是否帮助地方解决农产品滞销等困难: □是 □否。 2. 是否通过电子商务助力传统产业数字化转型：□是 □否。 3. 是否实现电子商务与快递物流协同发展：□是 □否。 | | | | | | |
| **行业规范** | 1. 制定和实施的电子商务行业标准与规范\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 2. 是否开展或合作开展电子商务信用体系建设工作：□是 □否。 | | | | | | |
| **意见及建议** |  | | | | | | |
| **省级商务**  **主管部门**  **审核意见** | 省级商务主管部门（盖章） 年 月 日 | | | | | | |

附件3

**国家电子商务示范基地综合评价办法**

第一条 为加强对国家电子商务示范基地（以下简称“示范基地”）的分类指导和动态管理，引导和督促示范基地积极贯彻新发展理念，紧密结合国家战略优化和创新经营服务内容及方式，更好地发挥示范引领作用，特制定本办法。

第二条 按照《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》（商电发﹝2017﹞26号）的有关要求，制定示范基地综合评价指标体系（以下简称“综合评价指标”），开展示范基地综合评价工作。

第三条 综合评价工作遵循全面客观、公开透明、科学量化的原则，同时兼顾地区差异、发展不平衡等问题和情况。

第四条 综合评价指标包括承载能力、服务能力、保障能力、示范能力等四大类指标。

第五条 商务部电子商务和信息化司根据综合评价指标体系的测度项目，组织研究确定评分细则和计算方法，并委托相关专业机构根据本办法开展具体评价工作。

第六条 各省级商务主管部门负责本行政区域内示范基地（包括各地报送参评的其他优秀电子商务园区）综合评价工作的组织协调及报送数据材料的审核工作。

第七条 综合评价工作按照下列程序进行：

（一）数据和材料报送。各示范基地（包括各地报送参评的优秀电子商务园区）按规定时间和要求，向省级商务主管部门报送相关数据和材料，经省级商务主管部门审核确认后上报商务部。

（二）综合评价。商务部委托专业机构根据示范基地（包括各地报送参评的优秀电子商务园区）报送的数据和材料，依据评分细则和计算方法得出各自分值，提出初步综合评价结果。

（三）结果审定。商务部征求各省级商务主管部门意见，对综合评价结果有异议的组织复评，必要时进行现场调研核实。综合评价结果将作为示范基地优胜劣汰的重要依据。

第八条 严禁任何单位捏造、虚报或篡改数据，对违反规定的示范基地（包括各地报送参评的优秀电子商务园区）给予通报批评或取消示范基地资格。

第九条 综合评价工作暂按年度进行，对年度综合评价得分较低、排名处于末位的示范基地，由省级商务主管部门约谈其主要负责人，要求进行整改；对整改效果不明显，连续2年综合评价处于末位的，取消示范基地资格。

第十条 为促进示范基地发展壮大，商务部建立国家电子商务示范基地退出补充机制，每年根据综合评价结果，将连续2年得分排名靠前的其他优秀电子商务园区增补为国家电子商务示范基地，具体数量由商务部确定。

附件4

**国家电子商务示范基地综合评价指标体系**

| **一级**  **指标** | **二级**  **指标** | **三级指标** | **单位** | **指标解释与填报注意事项** | **证明材料提示**  **（可以包括但不限于以下内容）** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **承载**  **能力** | 基础  硬件 | 电子商务企业  建筑面积 | 万平方米 | 1.基地已投入使用的、用于电子商务企业办公的总体建筑面积，不包括用于仓储、配套等用途的建筑面积。  2.在建和已建成未使用的面积不计入在内。  3.电子商务企业的类型详见指标“电子商务企业数量”。 | 提供电商企业办公建筑面积明细表，按照楼宇或企业为单位进行统计。 |
| 电子商务配套  服务区面积 | 万平方米 | 基地已投入使用的、用于为电子商务企业提供商业及生活配套的建筑面积，包括仓储面积，也包括为基地电子商务企业提供食宿、休闲娱乐等服务用途的建筑面积。 | 提供配套服务面积明细表，按照楼宇或配套功能区为单位进行统计。 |
| 平均网络带宽 | Mbps | 1.基地所有电子商务企业网络带宽之和与电子商务企业数量之间的比值。  2.是平均带宽，而不是总带宽。  3.建有数据中心的基地，其企业接入的网络带宽不包含数据中心的带宽。 | 提供网络运营商协议等。 |
| 平均网络资费  下降幅度 | % | 1.计算公式为（1-报告期末基地平均每兆网络带宽资费/上一年基地平均每兆网络带宽资费）×100%。  2.网络供入驻企业免费使用的，可以填报100%。 | 提供网络运营商协议、网络资费补贴证明等相关证明材料。 |
| 入驻  企业 | 电子商务企业数量 | 个 | 1.报告期末入驻基地全部电子商务企业（含在孵电子商务企业）数量，主要包括电子商务服务企业和电子商务应用企业两种类型。  2.电子商务服务企业包括电子商务第三方平台以及为电子商务经营者提供运维、数据、信用、咨询、培训、物流、金融支付等电子商务相关服务（含跨境电子商务服务）的企业。  3.电子商务应用企业指利用第三方电子商务平台（含网站、APP等）进行交易的企业。  4.基地外电商企业不计入在内。 | 提供电商企业名单，列明以下内容：企业名称、企业法人、注册资本、联系方式、主营业务、营业地址。 |
| 电子商务企业  入驻率 | % | 基地电子商务企业数量与全部入驻企业数量之间的比值。 | 提供全部入驻企业数量及证明材料。 |
| 电子商务企业  增长率 | % | 计算公式为（报告期末基地电子商务企业数量/上一年基地电子商务企业数量-1）×100%。 | 提供上一年基地电子商务企业数量及证明材料。 |
| 商务部认定的数字商务企业数量 | 个 | 报告期内基地拥有商务部认定的数字商务企业数量。 | 企业名单 |
| 省级电子商务示范企业数量 | 个 | 报告期内基地拥有省级商务主管部门认定的电子商务示范企业数量。 | 企业名单 |
| 列入商务部“商贸流通业典型统计调查企业”的电子商务企业数量 | 个 | 报告期内基地列入商务部“商贸流通业典型统计调查企业”的电子商务企业数量。 | 企业名单 |
| 上市的电子  商务企业数量 | 个 | 入驻基地的电子商务企业中，在国内外资本市场公开发行股票的企业数量。 | 企业名单，企业股票上市发行所在的证券交易机构。 |
| **服务能力** | 金融服务 | 面向入驻电子商务企业的投资基金  额度 | 万元 | 1.截至报告期末，基地自主或联合社会资本设立面向入驻电子商务企业的投资引导基金额度。  2.聚焦于电商领域的投资基金额度，而非其他产业。 | 基金设立、注册及相关明细材料。 |
| 获得基地金融服务的电子商务企业  数量 | 个 | 报告期内获得基地金融服务的电子商务企业数量，包括但不限于股权投资、借贷服务等。 | 企业名单，列明以下内容：企业名称、企业法人、注册资本、联系方式、主营业务。 |
| 电子商务企业获得投融资总额 | 万元 | 报告期内基地电子商务企业通过基地设立的投资基金或基地引荐的方式获得的投融资总额。 | 融资明细，列明以下内容：获得融资企业名单（企业名称、企业法人、注册资本、联系方式、主营业务）、各企业融资金额，资金来源、融资类型；可以与指标“获得基地金融服务的电子商务企业数量”的证明材料共用表格。 |
| 人才服务 | 电子商务人才引进与培养政策 | 是/否 | 截至报告期末，基地是否设立或实施区域性的电子商务人才引进政策；是否设立或实施区域性的电子商务人才培养政策。 | 政策文件名称、复印件。 |
| 年度电子商务培训人次 | 人次 | 1.报告期内，基地组织的电子商务培训总人次数。  2.其他领域培训不计入在内。 | 明细列表，包括培训班或培训活动主题、日期、培训人数、培训照片、批准文件等。 |
| 为农村地区开展电子商务培训人次 | 人次 | 1.报告期内，基地为农村地区组织开展的电子商务培训总人次数。  2.其他领域培训不计入在内。  3.前一指标“年度电子商务培训人次”的统计数据应包含该指标统计数据。 | 明细列表，包括培训班或培训活动主题、日期、培训人数、培训照片、批准文件等。 |
| 输送电子商务人才数量 | 人 | 1.报告期内，基地为基地内及周边电子商务企业输送的电子商务人才数量。  2.输送人才与培训人数不是一个概念，两者不能划等号。 | 接收电商人才企业名单、人数、专业特长等。 |
| 孵化服务 | 在孵电子商务企业数量 | 个 | 报告期末基地孵化器内在孵电子商务企业数量。 | 在孵企业名单，包括企业名称、企业人数、办公地址、注册时间、入驻时间等。 |
| 电商企业孵化  成功率 | % | 1.计算公式：报告期内孵化毕业企业数/（报告期末在孵企业数+报告期内孵化毕业企业数）×100%。  2.该指标如果填报100%，“在孵电子商务企业数量”应为0。 | 孵化毕业企业名单，包括企业名称、企业法人、注册资本、联系方式、主营业务、营业地址。 |
| 公共服务 | 专业服务 | 是/否 | 1.基地是否具备云服务、共享服务、协同服务功能，以及为入驻企业提供仓储物流、摄影美工、客服托管、代运营、会计事务、专利申办、评估咨询、法律支持等专业服务。  2.有关融资、人才、创业、跨境电商等服务不在其他专业服务中体现。  （指标解释：①云服务：通过网络以按需使用、协作共享等方式，为用户提供数据储存、互联网应用部署和运行管理等服务；为流通企业、外贸企业提供通用基础软件服务，降低企业经营成本。②共享服务：通过共享方式提升社会资源效用、优化资源配置、促进灵活就业。③协同服务：创新资源整合，与科研院所、电商企业、孵化器等搭建新服务平台，服务创新创业；提升供应链上下游网络化协同制造水平，满足大规模客户个性化定制需求。） | 各项服务提供机构、方式、相关管理规范文件等。 |
| 行政服务 | 是/否 | 1.基地是否为入驻企业提供工商注册、年审年检、税务登记、项目申报等便利服务。  2.有关融资、人才、创业、跨境电商等服务不在其他行政便利化服务中体现。 | 各项服务提供机构、方式、相关管理规范文件等。 |
| **保障能力** | 党建水平 | 党员人数 | 人 | 基地所有电子商务企业的员工中党员总数，包括正式党员和预备党员。 | 按企业统计，包括企业名单、党员人数；与“全体电子商务企业从业人数”等指标的证明材料可共用一张表格。 |
| 设立党组织的电商企业数量 | 个 | 基地内设立党组织的电子商务企业总数。 | 设立党组织的电商企业名单（与地方联合组建的党组织需注明）。 |
| 责任落实 | 是/否 | 为落实党建工作责任制，基地是否开展以下工作：党组织书记履行党建责任，明确责任和任务；建立机制和制度；讲过专题党课；充分发挥第一责任人作用，促进了“两个责任”的落实。 | 相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。 |
| 学习贯彻 | 是/否 | 为坚定党员理想信念，基地是否开展以下学习活动：制定相应的学习宣传贯彻计划和方案；定期开展主题党日活动；组织党员定期学习。 | 相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。 |
| 党内生活 | 是/否 | 为丰富党员生活，基地是否开展以下党内活动：执行“三会一课”制度；开展民主生活会、组织生活会、党建述职、民主评议党员活动；积极发展党员；收缴党费并合理使用管理；规范管理党员；贯彻落实《关于新形势下党内政治生活的若干准则》。 | 相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。 |
| 党风廉政 | 是/否 | 在加强党风廉政建设方面，基地是否开展以下工作：党组织执行政治纪律和政治规矩；推进党风廉政建设和反腐败以及执行廉洁纪律。 | 相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。 |
| 环境营造 | 组织领导 | 是/否 | 截至报告期末，围绕国家电子商务示范基地建设，基地是否与地方商务主管部门建立报告协调机制，基地内部是否设立相关运营管理机构。 | 运营管理机构设置情况及其上级主管部门；运营单位如果是企事业法人，需提供法人证书及组织机构代码证等；成立基地领导小组的有关通知文件、成员名单等。 |
| 统计监测 | 是/否 | 截至报告期末，基地是否开展电子商务统计监测工作；是否及时上报信息、数据并保证数据的准确真实。 | 实施电子商务统计监测的制度、方案相关文件及表格等。 |
| 电商专项政策支持 | 是/否 | 1.截至报告期末，基地所在地方是否制定并实施支持基地电子商务发展和示范建设的专项政策。  2.不应以所在地区的普惠性质的扶持政策代替基地的电商专项政策。  3.不应以非电商政策代替。 | 政策文件名称、编号、复印件等。 |
| 电商基地开园  运营年限 | 年 | 1.截至报告期末，基地开园运营年限。  2.按照基地自第一家电子商务企业入驻之日计算，此时间点若早于正式开园时间，按开园时间计算。  3.可以细化到月份，如2年8个月。  4.不应是工业区、高新区、经开区等其他类型园区设立或建区年限。 | 有关批复文件、新闻报道等。 |
| 宣传交流 | 是/否 | 基地是否及时总结好经验、好做法，梳理典型案例，在各种媒体进行宣传推广；通过会议、论坛、交流活动等开展政产学研多方合作，开展园区间及与周边传统产业间交流合作。 | 活动照片、新闻报道，包括日期、媒体、报道名称、主要内容等。 |
| **示范能力** | 发展速度与规模 | 电子商务交易额 | 万元 | 1.在报告期内，基地全体电子商务企业产生的电子商务交易总额，包括企业间B2B电子商务交易额、网络零售额、跨境电子商务交易额等。电子商务交易额统计口径如下：基地企业通过网络实现的交易，无论采用何种支付手段，无论买卖双方为企业或消费者，均将其视为电子商务，其成交额即为电子商务交易额。此外，对于B2B及外贸企业，通过网络电子商务平台接洽而达成的交易，其成交额亦为电子商务交易额。  2.单位：万元，不要自行改变单位，如亿元。  3.此数字应与自评报告相一致，下同。 | 2019年电子商务交易额构成明细，按企业统计。 |
| 电子商务交易额  增长率 | % | 计算公式为（报告期内基地电子商务交易额/上一年基地电子商务交易额-1）×100%。 | 2018年电子商务交易额构成明细，按企业统计。 |
| 电子商务企业营收总额 | 万元 | 1.报告期内基地全体电子商务企业营业总收入。  2.该营收应来源于基地电子商务企业进行的电子商务交易或提供的服务，而不应源于传统交易方式或其他非电商业务收入。  3.不等同于电子商务交易额。如果出现此种情况，视为基地电商企业类型全部为自营网店或平台，且没有其他类型的电商企业。  4.营收额如果远高于交易额，视为电商服务企业占比大，需提供相应的证明。 | 2019年电子商务营收额构成明细，按企业统计。 |
| 电子商务企业营收增长率 | % | 计算公式为（报告期内基地电子商务企业营收总额/上一年基地电子商务企业营收总额-1）×100%。 | 2018年电子商务营收额构成明细，按企业统计。 |
| 电子商务企业缴税总额 | 万元 | 报告期内基地全体电子商务企业缴税总额。电子商务企业缴税额指企业全年的应缴纳税总额，主要包括企业营业税、增值税、个人所得税、企业所得税、附加税等。 | 2019年电子商务企业缴税额构成明细，按企业统计。 |
| 电子商务企业缴税增长率 | % | 计算公式为（报告期内基地电子商务企业缴税总额/上一年基地电子商务企业缴税总额-1）×100%。 | 2018年电子商务企业缴税额构成明细，按企业统计。 |
| 跨境电子商务交易额 | 万元 | 1.基地内企业通过电子商务平台实现的、面向境外的产品（或服务）交易总金额。  2.包括进口电商交易额和出口电商交易额。 | 2019年电子商务企业跨境电子商务交易额构成明细，按企业统计。为便于操作，可以将电子商务交易额、营收额、纳税额、跨境电子商务交易额四个明细表合并共用一张报表。 |
| 示范带动 | 电商企业研发成果数量 | 个 | 1.基地电子商务企业获得的专利授权数量和软件著作权登记数量之和。  2.电子商务企业研发成果应与电子商务业务直接相关，与电子商务业务无关的研发成果不应计入在内。 | 专利证书号、名称、类型、权利人、取得时间等。  软件著作权名称、登记号、属地、权利人、取得时间等。 |
| 电商企业创建商标品牌数 | 个 | 1.基地内电子商务企业注册的商标、产品品牌或服务品牌数量。  2.该商标品牌的创建应直接来源于企业电子商务交易或服务经营活动，不应源于传统线下业务。 | 商标图形、商标名称、注册号、登记日期、有效期限等。 |
| 电子商务应用企业数量 | 个 | 1.报告期末入驻基地开展电子商务应用的传统企业数量和未入驻基地但委托基地代运营企业开展电子商务业务的企业数量之和。  2.该指标与电子商务企业数量不是包含关系，可以有基地之外的电商应用企业。 | 提供企业名单，列明以下内容：企业名称、企业法人、注册资本、联系方式、主营业务。 |
| “双品网购节”  电商交易额 | 万元 | 基地内电商企业参加首届“双品网购节”期间达成的电商交易额。 | 提供基地组织企业参与“双品网购节”的相关文件、通知要求，参加企业名单、交易额构成明细、主要做法、取得成效及相关报道。 |
| 进博会成交额 | 万元 | 基地内企业参加第二届中国国际进口博览会期间达成的交易额。 | 提供基地组织企业参与进博会的相关文件、通知要求，参加企业名单、成交额构成明细、主要做法、取得成效及相关报道。 |
| 吸纳就业 | 全体电子商务企业从业人数 | 人 | 1.报告期末基地全体电子商务企业从业人员数量之和。  2.企业从业人数统计口径：在本单位工作并取得劳动报酬或经营收入的实有人员数。从业人员还包括在各单位工作的外方人员和港澳台方人员、兼职人员、再就业的离退休人员、借用的外单位人员和第二职业者，但不包括离开本单位仍保留劳动关系的职工。 | 2019年全体电子商务企业从业人数，按企业统计，包括企业名称、地址、从业人数、负责人、联系方式。 |
| 电子商务从业人员增长率 | % | 报告年度末基地电子商务从业人数的同比增速。计算公式为（报告年度末基地电子商务从业人数/上一年度末基地电子商务从业人数-1）×100%。 | 2018年全体电子商务企业从业人数，按企业统计，包括企业名称、地址、从业人数、负责人、联系方式。与前一指标的证明材料可以共用一张报表。 |
| 吸纳农民工  就业人数 | 人 | 报告期末基地全体电子商务企业吸纳农民工就业人数之和。 | 2019年基地全体电子商务企业吸纳农民工就业人数，按企业统计，包括企业名称、地址、负责人、联系方式。与前一指标的证明材料可以共用一张报表。 |
| 吸纳应届大学  毕业生就业人数 | 人 | 报告期末基地全体电子商务企业吸纳应届大学生就业人数之和。 | 2019年基地全体电子商务企业吸纳应届大学毕业生就业人数，按企业统计，包括企业名称、地址、负责人、联系方式。与前一指标的证明材料可以共用一张报表。 |
| **附加项** | 运营服务 | 在国内其他地区或国外运营电商园区数量 | 个 | 1.截至报告期末，基地运营单位在国内其他地区或国外运营的电子商务园区数量。  2.与参评对象在同一城市运营的其他园区数量不计入在内。 | 有关批复文件、新闻报道等。 |
| 在农村地区设立的电子商务公共服务中心数量 | 个 | 1.截至报告期末，基地在农村地区建设运营的县级电子商务公共服务中心数量。  2.计入本指标的农村电子商务公共服务中心数量不计入“在国内其他地区或国外运营电商园区数量”。 | 有关批复文件、新闻报道等。 |
| 农村电商服务站点数量 | 个 | 1.截至报告期末，基地在农村地区建设运营的电商服务站点数量。  2.包括乡级和村级电商服务站点。 | 电商服务站点名单、负责人、联系方式。 |
| 运营服务创新 | 是/否 | 基地运营单位围绕园区运营、园企互动、生态建设等方面进行模式创新情况。 | 具体做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 发展潜力 | 扶持资金 | 是/否 | 截至报告期末，基地是否设立专项电子商务扶持资金并积极落实。 | 资金设置相关文件，资金使用去向证明、资金申请材料等。 |
| 规划发展 | 是/否 | 1.截至报告期末，基地是否根据自身情况编制合理的发展规划，科学指导基地建设与未来发展。  2.不应以基地所在城市或区域的规划代替基地规划。  3.电商领域专业规划而非其他。 | 规划文件、实施方案、行动计划、可行性研究报告等。 |
| 产学研合作 | 是/否 | 1.截至报告期末，基地是否设立电子商务专家工作服务机构与行业研究机构。  2.电商专业研究机构，而非其他领域。 | 专家聘用证书、电商研究机构管理章程等。 |
| 创新应用 | 新技术创新  鼓励措施 | 是/否 | 截至报告期末，是否制定激励基地内电商企业在5G、大数据、物联网、云计算、人工智能、区块链、虚拟现实/增强现实等先进信息技术领域积极开展创新应用的措施。 | 相关措施政策文件、具体做法及取得成效，可以提供具体案例。 |
| 新技术创新投入 | % | 截至报告期末，基地内全体电子商务企业技术研发投入占营收总额比例。 | 全体电子商务企业研发投入和营收额统计表。 |
| 新技术创新  应用成果 | 个 | 截至报告期末，基地内以自有技术创新作为核心竞争力并取得明显成效的电子商务企业数量。 | 技术创新电商企业名单，自有技术创新成果相关证明（包括但不限于专利证书、权威机构排名、相关荣誉等），可以提供具体案例。 |
| 新模式创新  鼓励措施 | 是/否 | 截至报告期末，是否制定激励基地内电商企业在商业模式领域积极开展创新应用的措施。 | 制定措施政策文件、具体做法及取得成效，可以提供具体案例。 |
| 新模式创新  应用成果 | 个 | 截至报告期末，基地内依托自有商业模式创新作为核心竞争力，提供新产品或新服务并取得明显成效的电子商务企业数量。 | 模式创新电商企业名单，可以提供具体案例。 |
| 绿色发展 | 制度规划 | 是/否 | 截至报告期末，是否制定基地绿色发展的规划以及促进基地内企业绿色发展的激励措施。 | 制度文件、规划方案、行动计划等。 |
| 宣传推广 | 是/否 | 截至报告期末，是否在基地内开展了绿色环保政策法规方面的宣传推广活动，是否组织了相关培训。 | 新闻报道、具体做法、活动记录、宣传设施照片等。 |
| 环保设施 | 个 | 截至报告期末，基地内已设置的新能源设施设备、回收装置等各类环保设施。 | 相关设施照片、覆盖率、使用情况等。 |
| 公共服务 | 是/否 | 截至报告期末，基地内是否安排支持企业绿色发展资金，是否建立基地内企业资源共享平台，是否组织或引导企业开展绿色运营。 | 具体做法、会议纪要、活动照片、取得成效等。 |
| 产业联动 | 精准扶贫 | 是/否 | 基地是否通过电子商务助力农村贫困人口就业创业和增收脱贫，是否帮助地方解决农产品滞销等困难。 | 具体做法，取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 传统产业  数字化转型 | 是/否 | 基地是否通过电子商务赋能传统产业，助力工业、农业、商贸流通业等传统行业数字化转型升级。 | 具体做法，取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 电子商务与快递物流协同发展 | 是/否 | 基地是否采取措施完善电子商务快递物流基础设施，优化电子商务配送通行管理，提升快递末端服务能力，实现电子商务与快递物流协同发展。 | 具体做法，取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 行业规范 | 电子商务  行业标准数 | 个 | 1.截至报告期末，基地制定和实施的电子商务行业标准与规范数量之和。  2.与电子商务行业相关，而非其他行业领域。 | 标准与规范文件名称及内容，应注明已发布实施或起草制定阶段。 |
| 信用体系建设 | 是/否 | 截至报告期末，基地是否开展或合作开展电子商务信用体系建设工作。 | 信用体系建设相关标准、办法、进展及成效等。 |

1. 此栏填写注意事项：基地（园区）应具备明确的地理边界，清晰的四至范围；基地（园区）的空间分布在原则上要保持连续，各功能板块应隶属于同一运营主体。 [↑](#footnote-ref-0)