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，以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，以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，主要包括电子商务平台企业、电子商务品牌经销企业、电子商务服务企业、综合型电子商务企业和其他创新型电子商务企业五种类型。 2. 电子商务平台企业。通过自建平台开展自营活动或者向第三方经营者提供平台服务的电子商务平台经营企业，包括提供实物商品零售或批发服务的自营平台企业，或为电子商务经营者提供交易服务的第三方平台企业，以及通过互联网等信息网络提供餐饮外卖、教育、医疗、文化、旅游、体育、本地生活等服务产品的企业。 3. 电子商务品牌经销企业。通过第三方电子商务平台销售商品或提供服务的电子商务经营企业。 4. 电子商务服务企业。为电子商务经营者提供营销（含直播）、技术、运营、数据、信用、咨询、培训、物流、金融支付、网红孵化与运营、外贸综合服务等电子商务相关服务的企业。 5. 综合型电子商务企业。同时开展上述两种（含）以上经营活动的企业。 6. 其他创新型电子商务企业。通过互联网等信息网络开展其他类型经营活动的企业。   2.涉农电商企业。通过电子商务助力工业品下乡、农产品进城，开展农村电商新基建，培养农村电商人才，服务农业、农村、农民的电商企业。  3.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、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、注册及相关证明材料。 |
| 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、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、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、办公地址、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、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。  3.具体指标解释：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；召开民主生活会、组织生活会，开展党建述职、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，是否做到领导重视、组织有力、保障到位。 | 相关通知、报告、报道、会议记录等。 |
| 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、数据并保证数据的真实准确。 | 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、农产品交易额等。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。  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。 | 2020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%。 | 2019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。 | 2020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%。 | 2019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。 | 2020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%。 | 2019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。 | 2020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，以及其中开展网络销售的农产品品牌数量。  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、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2020年“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、交易额构成明细及相关报道等。 |
| 进博会成交额 | 万元 | 基地内企业参加2020年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、成交额构成明细及相关报道等。 |
| 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。 | 2020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%。 | 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。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。 | 2020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。 | 2020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。 |
| 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 | 截至报告期末，基地是否与大专院校、研究机构建立合作机制，开展电子商务研究，应用新技术、开发新产品。 | 相关文件、新闻报道等。 |
| 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直播电商等创新应用的措施。 | 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。 |
| 数商兴农 | 助农兴农 | 是/否 | 基地是否通过电子商务助力农村人口就业创业和增收致富，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。 |
| 电商企业获得“三品一标”等农产品认证数量 | 是/否 | 1.截至报告期末，基地内电子商务企业获得无公害农产品、绿色食品、有机农产品、农产品地理标志、地理标志产品保护等认证的数量。  2.相关认证应在有效期内。 | 获证认证主体名称、认证类别、产品名称、证书编号及颁证日期等。 |
| 农村电商新基建 | 是/否 | 基地内电商企业通过规范有序投资，开展农村电商基础设施数字化、网络化、智能化建设。如智慧仓储、智慧运输装备、仓配冷链设施等数字化升级改造等；适合乡村市场的数字化产品服务下沉；支持地方开展农村电商数据中心建设；建设服务农村电商的直播间等。 | 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。 |