

中华人民共和国商务部办公厅

商办电函〔2022〕110号

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

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：

为深入贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，全面落实全国商务工作电视电话会议相关要求，更好发挥国家电子商务示范基地的创新引领作用，根据《“十四五”电子商务发展规划》和《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》），2022年，我部将继续开展国家电子商务示范基地综合评价工作，并依据综合评价结果进行动态调整，实现优胜劣汰、优化发展布局，进一步提升示范创建水平。现就有关事项通知如下。

一、评价方法

（一）评价对象。除现有141家国家电子商务示范基地外，各省级商务主管部门也可推荐2—3家当地优秀电子商务园区参评（往年参评园区也可继续推荐）。所有参评对象要求边界清晰（因工作需要调整范围的，要将调整理由、调整范围及发展

方向等作出详细说明),电子商务企业相对集中,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,且电商企业较为分散的,须指定1个符合上述条件的特定区域参评。各地推荐参评的优秀电子商务园区原则上应是省级电子商务示范基地;或在数字商务建设领域成效突出,积极推动数字商务技术创新、数字化赋能、绿色低碳转型,并形成典型案例;或积极开展“数商兴农”,在建设农村电商新型基础设施、打造农产品网络新品牌、培育电商应用新农人等方面措施有力、效果明显,且具备示范和推广价值。

(二)评价内容。重点是落实《指导意见》和《“十四五”电子商务发展规划》情况,包括开展示范创建工作进展、重要举措、取得成效、存在问题及政策建议等。本次综合评价指标数据报告期为2021年,基期为2020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。国家电子商务示范基地和2021年已参评其他优秀电子商务园区相关证明材料无变化部分,可不再提供;按照《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。按照全面客观、公开透明、科学量化原则,依据《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各地推荐其他优秀电子商务园区报送材料进行综合评价。

(四)评价结果。以综合评价得分为依据,对分数较低且2021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2021年以来连续两年综合评价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。同时,将综合评价结果和专家点评意见予以反馈,作为各地指导开展国家电子商务示范基地创建工作的重要依据。

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,及时组织国家电子商务示范基地和推荐参评其他优秀电子商务园区认真准备材料,指导参评对象做好相关总结工作(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)。参评对象应于2022年7月15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”完成报送(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2021年参评的其他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)并经各省级商务主管部门审核确认,同时提供纸质材料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)。各地报送纸质材料时,需提供省级商务主管部门公函(包括参评国家电子商务示范基地名单,以及推荐参评其他优秀电子商务园区名单和排序),并在相关表格处加盖公章。

(二)专家评估。2022年7月下旬,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予以补充完善。8月上旬,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建议名单。

(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)持续高度重视。各地商务主管部门要高度重视国家电子商务示范基地创建工作,将其作为促进当地电子商务创新发展的重要抓手,加强组织领导,完善管理机制,分工专人负责,切实做到融入日常、抓在经常,上下联动、务求实效,推动国家电子商务示范基地健康可持续发展。

(二)严格审核把关。各地商务主管部门要加强督促指导,并

结合日常掌握情况和相关佐证材料,对示范基地和推荐参评园区报送数据、材料认真审核、严格把关,我部将对漏项、缺项及不实信息数据等情况,在综合评价中予以扣分。

(三)加强督促指导。各地商务主管部门要对照综合评价结果,认真查找基地(园区)建设中存在的突出问题和薄弱环节,对综合评价中问题较多、排名靠后的示范基地,要派出专人进行帮扶,及时掌握示范基地建设情况,有针对性地督促整改。要坚决贯彻中央支持民营企业、中小微企业发展重要工作部署,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,不断优化电子商务发展环境。

(四)总结宣传经验。各地商务主管部门要注意发现和认真总结示范基地创新发展先进经验,尤其是在加强基层党建、促进新业态新模式创新发展、推动传统产业数字化转型,为中小微企业办实事、解难题,以及抗疫情、保供应、促消费,自觉履行社会责任和义务方面的典型案例。我部将通过新闻媒体、专题简报和案例集等多种方式,对相关经验和做法进行宣传推广。

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

- 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



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),须指定一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、抗疫保供、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；规划发展、资金扶持、产学研合作方面的推进及落实情况；在商务领域新技术应用、模式业态创新及节能增效、绿色发展等方面进展情况；在推动“数商兴农”、发展农村电商新型基础设施、打造农产品网络新品牌、培育电商应用新农人，助力乡村振兴方面情况；加强数字商务基础设施和服务能力建设，促进传统产业数字化转型情况；推动电子商务与快递物流协同发展（示范基地与快递物流园区融合发展）、电商领域快递包装绿色转型、电子商务行业标准和信用体系建设方面进展情况。

（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政策建议。

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，要围绕创新发展、产业促进、品牌培育、助农兴农、绿色发展、党团建设等领域，将某一或若干领域特色突出、效果显著的做法写清写透（字体加黑标注），《案例集》将择优采纳。

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						
运营机构	名称					
	类型	☐ 政府部门 ☐ 事业单位 ☐ 国有或国有控股企业 ☐ 民营企业 ☐ 其他 				
基地（园区） 主要负责人	姓名		职务		工作电话	
	手机		微信		电子邮件	
基地（园区） 联系人	姓名		职务		工作电话	
	手机		微信		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。					
入驻企业	4. 截至 2021 年底，电子商务企业_____个，其中，涉农电商企业_____个；截至 2022 年 6 月底，电子商务企业_____个，其中，涉农电商企业_____个。					
	5. 电子商务企业入驻率_____%。					
	6. 电子商务企业增长率_____%。					
	7. 入选全国商业科技创新应用优秀案例企业_____个。					

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。

	8. 省级电子商务示范企业_____个。
	9. 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。
基地（园区）服务能力	
金融服务	10. 2021 年，获得基地（园区）金融服务的电子商务企业_____个；2022 年上半年，获得基地（园区）金融服务的电子商务企业_____个。 11. 2021 年，电子商务企业获得投融资总额_____万元；2022 年上半年，电子商务企业获得投融资总额_____万元。
人才服务	12. 基地（园区）是否设立或实施电子商务人才引进政策： ☐ 是 ☐ 否；是否设立或实施电子商务人才培养政策： ☐ 是 ☐ 否。 13. 2021 年，电子商务培训_____人次，其中，为农村地区开展电子商务培训_____人次；2022 年上半年，电子商务培训_____人次，其中，为农村地区开展电子商务培训_____人次。 14. 2021 年，输送电子商务人才_____人，其中，农村电商“带头人”_____人；2022 年上半年，输送电子商务人才_____人，其中，农村电商“带头人”_____人。
孵化服务	15. 2021 年底，在孵电子商务企业_____个；2022 年 6 月底，在孵电子商务企业_____个。 16. 电商企业孵化成功率_____ %。
公共服务	17. 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_____。 18. 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	19. 2021 年底，基地（园区）内所有电商企业党员_____人；2022 年 6 月底，基地（园区）内所有电商企业党员_____人。 20. 2021 年底，设立党组织的电商企业_____个，其中，亮明党组织标识和党员身份的企业_____个；2022 年 6 月底，设立党组织的电商企业_____个，其中，亮明党组织

	标识和党员身份的企业_____个。 21. 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”。 22. 为加强党员教育管理，开展了哪些活动：☐落实“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。 23. 为加强党风廉政建设，主要有做法：☐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。 24. 受到上级党组织表彰先进党委、党总支、党支部：☐全国 ☐省级 ☐地市级 ☐县级。
环境营造	25. 是否与地方商务主管部门建立报告协调机制：☐是 ☐否。 26. 是否开展电子商务统计监测工作：☐是 ☐否；是否及时上报信息、数据并保证数据的真实准确：☐是 ☐否。 27. 基地（园区）所在地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。 28. 电商基地（园区）开园运营年限_____年。 29. 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。 30. 相关经验做法获得商务部肯定：☐刊发商务微新闻 ☐刊发电子商务和信息化简报 ☐入选国家电子商务示范基地优秀案例 ☐刊发国际商报。
示范能力	
发展速度与规模	31. 2021 年，电子商务交易额_____万元，电子商务交易额增长率_____%；2022 年上半年，电子商务交易额_____万元，电子商务交易额增长率_____%。 32. 2021 年，电子商务企业营收总额_____万元，电子商务企业营收增长率_____%；2022 年上半年，电子商务企业营收总额_____万元，电子商务企业营收增长率_____%。 33. 2021 年，电子商务企业缴税总额_____万元，电子商务企业缴税增长率_____%。 34. 2021 年，跨境电子商务交易额_____万元，跨境电子商务交易额增长率_____%；2022

	年上半年, 跨境电子商务交易额_____万元, 跨境电子商务交易额增长率_____%。
示范带动	35. 截至 2021 年底, 电商企业研发成果_____个。 36. 截至 2021 年底, 电商企业培育推广商标品牌_____个, 其中, 农产品网络品牌_____个; 截至 2022 年上半年, 电商企业培育推广商标品牌_____个, 其中, 农产品网络品牌_____个。 37. 参与 2021 年第三届“双品网购节”达成电商交易额_____万元; 参与 2022 年第四届“双品网购节”达成电商交易额_____万元。 38. 参与“2021 全国网上年货节”达成电商交易额_____万元; 参与“2022 全国网上年货节”达成电商交易额_____万元。 39. 参与 2021 年第四届中国国际进口博览会成交额_____万元。
吸纳就业	40. 2021 年, 全体电子商务企业从业_____人, 电子商务从业人员增长率_____%; 2022 年上半年, 全体电子商务企业从业_____人, 电子商务从业人员增长率_____%。 41. 2021 年, 吸纳农民工就业_____人, 吸纳应届大学毕业生就业_____人; 2022 年上半年, 吸纳农民工就业_____人, 吸纳应届大学毕业生就业_____人。
附加项	
运营服务	42. 在国内其他地区运营电商园区_____个; 在国外运营电商园区_____个, 具体国家为_____。 43. 基地(园区)运营单位在以下哪些领域积极开拓创新并取得显著效果: ☐创新发展 ☐产业促进 ☐品牌培育 ☐助农兴农 ☐绿色发展 ☐党团建设 ☐其他领域_____。 44. 是否有配套或协同发展的快递物流园区: ☐是 ☐否。
发展潜力	45. 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。 46. 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 with 未来发展: ☐是 ☐否。 47. 是否与大专院校、研究机构等建立合作机制, 共同开展电子商务研究与创新应用: ☐是 ☐否。
创新应用	48. 是否制定鼓励基地内电商企业、数商企业在 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及商业模式方面开展创新应用的措施: ☐是 ☐否。 49. 基地(园区)内以自有技术创新或商业模式创新作为核心竞争力, 并取得明显成效的电子商务企业_____个。

	50. 基地（园区）内电子商务企业技术研发投入占营收额比例_____%。 51. 是否引导企业应用大数据技术，发展 C2M 模式，培育和推广“国潮精品”，促进“小而美”新消费品牌成长、国产优秀品牌网络销售和农特产品品牌孵化：☐是 ☐否。 52. 是否建设电商直播基地：☐是 ☐否；2021 年，开展电商直播_____场，交易额_____万元，其中，农副产品交易额_____万元；2022 年上半年，开展电商直播_____场，交易额_____万元，其中，农副产品交易额_____万元。 53. 是否鼓励电商平台及企业通过开辟专区等方式，积极开展出口转内销、扩大进口，协同发展国内国际业务：☐是 ☐否；2021 年，出口转内销成交额_____万元，2022 年上半年，出口转内销成交额_____万元。
绿色发展	54. 是否制定基地绿色发展规划或促进基地内企业绿色发展的激励措施：☐是 ☐否。 55. 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。 56. 是否安排支持企业绿色发展资金：☐是 ☐否；是否组织或引导企业开展绿色运营：☐是 ☐否。 57. 是否建设绿色仓配设施：☐是 ☐否；是否建立企业资源共享平台：☐是 ☐否；是否配备新能源、清洁能源车辆：☐是 ☐否。 58. 是否建设节水、节电、节气系统：☐是 ☐否；是否配备垃圾分类配套设施：☐是 ☐否；其他节能增效举措：_____。
数商兴农	59. 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；是否帮助地方解决农产品滞销等困难：☐是 ☐否。 60. 是否通过电商培育推广地方农特产品品牌：☐是 ☐否；是否对农特产品上行和带动产业发展起到良好效果：☐是 ☐否。 61. 在以下方面开展农村电商新基建：☐应用物联网、5G 技术、人工智能等技术建设智慧仓储、运输装备以及对现有仓配冷链设施数字化升级 ☐推动适合乡村市场的数字化产品及服务下沉 ☐开展农村电商数据中心建设 ☐建设服务农村电商的直播间 ☐其他_____。
行业规范	62. 制定和实施的电子商务行业标准与规范_____个。 63. 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 (可详细填写)	
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《“十四五”电子商务发展规划》和《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 综合评价指标根据形势发展变化情况和实际工作需要,做出相应调整。

第四条 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。

第五条 综合评价主要包括承载能力、服务能力、保障能力、示范能力等四大类指标。

第六条 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。

第七条 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。

第八条 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其他优秀电子商务园区)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其他优秀电子商务园区)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)结果反馈。商务部将综合评价结果和专家点评意见反馈至各省级商务主管部门,作为各地分类指导的重要依据。

第九条 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其他优秀电子商务园区)给予通报批评或取消示范基地(或参评)资格。

第十条 综合评价工作按年度进行,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,提出整改要求;对整改效果不明显,连续两年综合评价成绩处于末位的,取消示范基地资格。

第十一条 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动态调整机制,每年根据综合评价结果,将连续两年得分排名靠前的各地推荐参评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。

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。
	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。 (1) 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。 (2) 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。	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。

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)
				(3) 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。 (4) 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。 (5) 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。	
		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。
		入选全国商业科技创新应用优秀案例企业数量	个	报告期内基地拥有入选商务部确定的全国商业科技创新应用优秀案例企业数量。	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

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)
服务能力	金融服务	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电子商务人才引进政策;是否设立或实施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。 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。 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。

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)
		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。

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)
		党内生活	是/否	为加强党员教育管理,基地是否开展以下活动:落实“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。	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。
		党组织表彰	是/否	基地受到上级党组织表彰先进党委、党总支、党支部的情况。	相关证书、报道、会议记录等。
	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。

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)
		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。
		典型经验	是/ 否	基地相关经验做法是否通过以下方式获得商务部肯定:刊发商务微新闻;刊发电子商务和信息化简报;入选国家电子商务示范基地优秀案例;刊发国际商报。	相关内容复印件。
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。	2021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%。	2020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。	2021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%。	2020年电子商务营收额构成明细,按企业统计。
		电子商务企业	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	2021年电子商务企业缴税额构成明

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)
		缴税总额		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。	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%。	2020 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。	2021 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。
		跨境电子商务交易额增长率	%	计算公式为(报告期内基地跨境电子商务交易额/上一年基地跨境电子商务交易额-1)×100%。	2020 年跨境电子商务交易额构成明细, 按企业统计。
	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。
		“双品网购节”电商交易额	万元	基地内电商企业参加报告年度“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。
		“全国网上年货节”电商交易额	万元	基地内电商企业参加报告年度“全国网上年货节”期间达成的电商交易额。	提供基地组织企业参与“全国网上年货节”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。

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)
		进博会成交额	万元	基地内企业参加报告年度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。	2021 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%。	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。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。	2021 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。	2021 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。

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)
		运营服务创新	是/ 否	基地运营单位围绕园区创新发展、产业促进、品牌培育、助农兴农、绿色发展、党建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。
		电商物流协同发展	是/ 否	基地是否有配套或协同发展的快递物流园区。	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	技术模式创新鼓励措施	是/ 否	截至报告期末，是否制定激励基地内电商企业、数商企业在 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及商业模式方面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。
		技术模式创新应用成果	个	截至报告期末，基地内以自有技术或商业模式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。	技术或模式创新电商企业名单，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总额统计表。
		新消费品牌培育	是/ 否	基地是否引导企业应用大数据技术，发展 C2M 模式，培育和推广“国潮精品”，促进“小而美”新消费品牌成长、国产优秀品牌网络销售和农特产品品牌孵化。	具体做法，取得进展及成效，可以提供具体案例。
		电商直播基地	是/ 否	基地是否建设电商直播基地；开展直播带货场次、交易额、农副产品交易额。	提供基地组织企业开展直播带货的相关文件、通知要求，参加企业名单、成交额构成明细及相关报道等。
		出口转内销	是/ 否	基地是否鼓励电商平台及企业通过开辟专区等方式，积极开展出口转内销、扩大进口，协同发展国内国际业务；出口转内销	提供基地组织企业开展出口转内销的相关文件、通知要求，参加企业名

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)
				成交额。	单、成交额构成明细及相关报道等。
	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规划或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。
		资金支持	是/ 否	截至报告期末,基地是否安排支持企业绿色发展资金,是否组织或引导企业开展绿色运营。	具体做法,取得进展及成效,可以提供具体案例。
		平台与设施	是/ 否	截至报告期末,基地是否建设绿色仓配设施,是否建立基地内企业资源共享平台,是否配备新能源、清洁能源车辆。	具体做法,取得进展及成效,可以提供具体案例。
		配套措施	是/ 否	截至报告期末,基地是否建设节水、节电、节气系统,是否配备垃圾分类配套设施及其他节能增效举措。	具体做法,取得进展及成效,可以提供具体案例。
	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。
		农产品电商品牌	是/ 否	基地是否通过电商培育推广地方农特产品品牌,是否对农特产品上行和带动产业发展起到良好效果。	具体做法,取得进展及成效,可以提供具体案例。
		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。

