附件1

**省级电子商务示范基地创建报告编制说明**

省级电子商务示范基地创建报告应按照以下要点逐条编制，尤其要说明是否符合《江苏省电子商务示范基地（园区）创建规范》中规定的“申报条件”，并提供相关证明材料。

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

对照省级电子商务示范基地创建指标体系与创建报告有关内容，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。

附件2

**省级电子商务示范基地申报表**

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。 | | | | | | |
| **入驻企业** | 1. 电子商务企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个，其中涉农电商企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 2. 电子商务企业入驻率\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。 3. 电子商务企业增长率\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_%。 4. 省级数字商务企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个，国家数字商务企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 5. 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。 6. 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，其中农村电商“带头人”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_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、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》。 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； 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，其中农产品网络品牌\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 3. 电子商务应用企业\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 | | | | | | |
| **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. 在国内其他地区运营电商园区数量\_\_\_\_\_个；在国外运营电商园区数量\_\_\_\_个，具体国家为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。 2. 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** | 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积极开展直播电商等商业模式创新应用的措施：□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。 | | | | | | |
| **数商兴农** | 1. 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。 2. 基地内企业获得“三品一标”等农产品认证的数量\_\_\_\_\_\_\_\_\_个。 3. 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链设施数字化升级 □推动适合乡村市场的数字化产品服务下沉 □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** | 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**  **（可详细填写）** |  | | | | | | |
| **设区市、省直管县商务**  **主管部门**  **审核意见** | 商务主管部门（盖章） 年 月 日 | | | | | | |

附件3

江苏省电子商务示范基地（园区）创建规范

一、总则

第一条为加快发展电子商务平台经济，进一步推动电子商务应用和创新发展，通过平台打造、产业集聚推动产业转型升级，更好地发挥电子商务对经济发展的拉动作用，特制订本规范。

第二条 江苏省电子商务示范基地（园区）（以下简称“示范基地”）是指，以电子商务及相关行业企业为主集聚发展，集约程度较高、产业规模较大、从业人员较多、服务体系较全，且配套设施完善、管理规范有序的园区、专业楼宇或特定区域。

第三条各设区市、省直管县（市）商务部门负责“示范基地”初审推荐和日常管理，省商务厅确定并公布“示范基地”名单。

第四条 “示范基地”创建工作遵循全面客观、公开公平、科学量化、动态管理、优胜劣汰、鼓励创新的原则，坚持择优选取与统筹兼顾相结合。

二、申报条件

第五条“示范基地”应具备以下条件：

（一） “示范基地”应符合《中华人民共和国电子商务法》等有关法律法规和已出台的电子商务政策规定，符合城市主体功能区规划、土地利用总体规划及相关产业发展规划，拥有明确的经营管理主体并已正式投入运营1年以上。

（二）用于电子商务相关产业的总体办公建筑面积应大于1万平方米，电商企业宽带接入率达到100%，电子商务相关企业原则上不少于30家。

（三）电子商务年交易额达到10亿元以上，或电子商务服务业年营业收入达到3000万元以上。基地（园区）内电子商务年交易额达到3000万元以上的电子商务企业不少于2家。

（四）战略咨询、技术开发、人才培养、企业孵化、金融服务、市场开拓、现代物流等公共服务功能完善。

（五）所在地政府已建立电子商务工作协调管理机制，出台了对基地（园区）的促进扶持政策和规范管理办法。

（六）对传统产业转型升级、产业结构调整和融合、企业经营管理机制创新，以及现代市场流通体系建设，起到明显的推动和示范作用。

（七）申报电子商务与快递物流协同发展示范基地（园区）的，除具备以上条件外，还应满足电子商务与快递物流融合发展程度较高，仓储面积大于2000平方米，年物流单量不少于100万单。

三、申报材料

第六条 申报“示范基地”需提交以下材料：

（一）设区市、省直管县（市）商务部门推荐文件。

（二）江苏省电子商务示范基地（园区）申报表。

（三）江苏省电子商务示范基地（园区）创建工作方案。

（四）相关证明材料。

第七条 申报材料应实事求是，各设区市、省直管县（市）商务部门要严格把关，出具书面推荐文件。

四、工作程序

第八条 “示范基地”由县（市、区）商务部门组织申报，设区市、省直管县（市）商务部门对申报材料进行初审后向省商务厅书面推荐。

第九条省商务厅可根据工作需要，对申报对象进行现场核查。

第十条 省商务厅邀请有关专家组成评审组，对申报对象进行评估审核。

第十一条依据专家组评审结果，对符合条件的申报对象在省商务厅网站进行公示。

第十二条公示期满后无异议的，省商务厅公布名单。

五、动态管理

第十三条 各地商务部门根据工作部署定期向省商务厅报送“示范基地”创建情况。基地（园区）应积极配合当地商务部门做好数据统计、情况报送等工作。

第十四条 “示范基地”有效期2年。

第十五条 有下列情形之一者，取消示范资格：

（一）申请材料严重弄虚作假的；

（二）除特殊原因外，未能按照创建方案推进和落实相应工作和项目的；

（三）不按规定提供统计数据、创建情况的；

（四）具有不再符合示范标准的其他情况的。

基地（园区）被取消示范资格之日起2年内，不得再申报“示范基地”。

第十六条省商务厅指导“示范基地”创建工作并给予政策支持。组织开展“示范基地”间的交流合作，推广成功经验，扩大示范效应。

第十七条 本规范自发布之日起生效。2014年《江苏省电子商务示范基地创建规范》同时废止。

第十八条 本规范由省商务厅负责解释。

附件4

**省级电子商务示范基地创建指标体系**

| **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。 |
| 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。  2.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。 | 企业名单。 |
| 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名单。 |
| 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 |
| 省级数字商务企业数量 | 个 | 报告期内基地拥有省级商务主管部门认定的数字商务企业数量。 | 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、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 | 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。 | 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 | 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。 | 各项服务提供机构、方式、相关管理规范文件等。 |
| 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）。 |
| 开展相关党组织活动，党风廉政建设情况 | 是/否 | 基地是否开展有关工作落实党建工作责任制、丰富党员生活、加强党风廉政建设。 | 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。 |
| 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，相关证明（包括但不限于专利证书、权威机构排名等），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，帮助地方解决农产品滞销等困难，助力农村电商新基建等。 | 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。 |

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)