附件2

**国家电子商务示范基地综合评价指标解释及证明材料清单**

| **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）** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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。 |
| 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。 | 主要做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 建设运营海外仓 | 是/否 | 基地是否在境外建设运营跨境电商海外仓。 | 主要做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 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、电子商务服务企业三种类型。 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。   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，并列明以下内容：企业名称、企业法人、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。 |
| 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 |
| 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。 | 提供企业名单，并列明以下内容：企业名称、企业法人、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、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、主营业务、营业地址。 |
| 公共服务 | 专业服务 | 是/否 | 1.基地是否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。 | 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：将党建工作同业务工作同部署、同检查、同总结；落实“三会一课”制度；开展理想信念和法规法纪教育；开展经常性思想工作；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；加强流动党员管理，党组织关系接转及时规范到位；依法稳妥处置不合格党员。 | 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；定期开展党风廉政建设和反腐倡廉教育。 | 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 | 报告协调机制 | 是/否 | 基地是否与地方商务主管部门建立报告协调机制。 | 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：在全国性会议进行交流；入选商务部编发国家电子商务示范基地案例集；被商务部相关刊物转载；通过国际商报或商务微新闻进行报道。 | 相关内容复印件。 |
| 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数字化运营。 | 具体做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 绿色仓配 | 是/否 | 截至报告期末，基地是否建设绿色仓配设施，是否开展企业资源共享，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。 |
| 安全生产 | 安全审查 | 是/否 | 截至报告期末，基地是否严格入驻基地项目安全条件审查和准入把关，将不符合安全生产要求的企业淘汰退出基地。 | 具体做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 管理制度 | 是/否 | 截至报告期末，是否制定基地安全生产管理制度；基地主要负责人作为法定的安全生产第一责任人，是否负责安全生产工作。 | 具体做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 应急预案 | 是/否 | 截至报告期末，基地是否制定火灾等突发事件应急处置预案；是否定期组织开展消防等突发事件演练。 | 具体做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 排查隐患 | 是/否 | 截至报告期末，是否定期对基地和基地内企业的水、电、油、气及仓储物流等设备设施等进行维护、检查，及时排查整改安全隐患。 | 具体做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 落实责任 | 是/否 | 截至报告期末，是否督促基地内企业全面落实安全生产责任。 | 主要督促手段和激励措施。 |
| 配套设施 | 是/否 | 截至报告期末，基地是否定期完善有利于安全生产的公用工程配套和安全保障设施。 | 具体做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 资金投入 | 万元 | 截至报告期末，基地投入安全生产建设资金金额。 | 2022年基地投入安全生产建设资金支出明细及相关用途。 |
| 安全事故 | 是/否 | 截至报告期末，基地是否发生较大或重特大生产安全事故。 | 若发生生产安全事故，需提供事故情况说明。 |
| 示范能力 | 发展规模与速度 | 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。 | 2022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%。 | 2021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。 | 2022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%。 | 2021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。 | 2022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%。 | 2021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。 | 2022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%。 | 2021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。  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。 |
| 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。 |
| 促进传统产业  数字化转型 | 是/否 | 报告年度内，带动中小微企业数字化转型。 | 具体做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 数商兴农 | 带动农村人口创业  就业人数 | 人 | 基地通过农村电商带动农村人口创业就业人数。 | 按企业统计，包括企业名称、地址、带动农村人口创业就业人数等。 |
| 农特产品品牌数量 | 个 | 基地通过电商培育推广地方农特产品品牌数量。 | 品牌名称及相关销售情况等。 |
| 助农销售额 | 万元 | 基地通过电商助农销售金额。 | 助农销售额构成明细，按企业统计。 |
| 农村电商新基建 | 是/否 | 基地内电商企业应用物联网、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。 | 具体做法、取得进展及成效，可以提供具体案例。 |
| 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。 | 2022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、负责人等。 |
| 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%。 | 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、负责人等。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。 | 2022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、地址等。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。 | 2022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、地址等。与前一指标的证明材料可以共用一张报表。 |
| 创新能力 | 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 | 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。 | 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、涉农直播场次、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。 |
| 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。 |