

中华人民共和国商务部办公厅

商办电函〔2022〕161号

商务部办公厅关于继续开展电子商务示范企业 综合评价工作的通知

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团商务主管部门：

经党中央、国务院批准，2020年以来，商务部组织开展了电子商务示范企业创建工作，先后制定发布了《电子商务示范企业创建规范（试行）》（附件1，以下简称《规范》）、《电子商务示范企业遴选（综合评价）指标体系》（附件2，以下简称《指标体系》），并于2020年组织专家对各地推荐的305家电子商务企业进行了评审，共有203家企业进入“电子商务示范企业”候选名单；2021年，商务部又对其中的200家电子商务企业（附件5，3家企业因故未参与）进行了综合评价，并根据党中央关于强化反垄断和防止资本无序扩张等重要决策部署，配合职能部门督促指导相关企业进行整改，已经取得明显成效。

为深入开展电子商务示范创建工作，引导电商企业合法合规经营，更好发挥电子商务在转方式、调结构、稳增长、促就业、惠民生等方面的重要作用，推动我国电子商务高质量发展，服务构建新

发展格局,2022年,商务部将继续对相关优秀电子商务企业进行综合评价,并根据综合评价结果,确认一批在促融合、促民生、促发展、促振兴、促环境、促开放等方面取得突出成效的“电子商务示范企业”。现将有关事项通知如下:

一、综合评价方法

(一)评价对象。包括2021年参与综合评价的进入“电子商务示范企业”名单的200家电子商务企业、2019—2020年商务部确认的108家数字商务企业(附件6)。除此以外,各省级商务主管部门原则上还可新推荐不超过3家(2021年网上零售额全国排名前10位的电子商务较为发达省市可放宽至5家)当地优秀电子商务企业参与综合评价。

(二)评价内容。本次综合评价主要是评估评价对象2021年创新发展及示范作用发挥情况,具体内容和方法按照《规范》规定的申报条件、要求和程序进行。其中,综合评价指标数据报告期为2021年,基期为2020年,企业财年与自然年不一致的,按截至企业财年末填报,基期为上一财年末。

(三)评价方式。根据评价对象报送材料,由商务部(电子商务司)根据《规范》和《指标体系》确定的评分细则和运算方法,组织专家开展具体评价工作。

(四)评价结果。遵循全面客观、公开公平、科学量化的原则,根据专家综合评价结果,并履行报批、公示等程序后,确认一批“电子商务示范企业”。

二、工作程序及进度安排

(一)报送材料。2022年8月,各省级商务主管部门根据本通知要求,组织参评企业填写《电子商务示范企业申报表》(附件3)和《电子商务示范企业申报书》(附件4),经省级商务主管部门审核确认后,8月30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(通过<http://www.mofcom.gov.cn/mofcom/typt.shtml>进入统一平台后,选择企业端进行登录;若为第一次访问,在登录界面下方选择国内贸易—电商企业注册申请,完成注册流程后回到该页面进行登录填报。该应用于8月10日开放)。在系统报送的同时,各地还应报送纸质材料(包括申报表、申报书及相关佐证材料)1份(已参与综合评价企业证明材料无变化部分,可不再提供),由省级商务主管部门审核确认并盖章后,一并邮递至商务部(地址:北京市东城区东长安街2号商务部电子商务司,邮编:100731)。各地在报送纸质材料时还需出具公函(包括全部参评企业名单,并对推荐参评其他优秀企业进行排序),并加盖省级商务主管部门印章。

(二)专家评估。2022年9月,商务部(电子商务司)组织专家按照有关标准对参评企业报送的相关材料进行评估,形成综合得分、排名和评审意见;必要时,组织专家对有关企业进行现场调研、抽查和核实。

(三)结果反馈。商务部(电子商务司)将参评企业专家评审结果和点评意见反馈各省级商务主管部门,作为各地指导开展“电子

商务示范企业”创建工作的重要依据。

(四)公布名单。商务部以公告形式发布“电子商务示范企业”名单。

三、工作要求

(一)加强组织领导。开展“电子商务示范企业”综合评价是电子商务示范创建工作中最为重要的常态化工作,对落实《“十四五”电子商务发展规划》、促进电子商务高质量发展具有积极的推动作用。各地商务主管部门要高度重视、专人负责,周密部署、及早安排,并按照本通知时间节点要求抓好各项工作落实,以期通过综合评价,晒出实绩、拼出活力、创出精彩,积极顺应和满足企业的新期待、新需求。

(二)严格审核把关。各地商务主管部门要按照《规范》要求,根据实际情况,精准推荐企业,并严格审核报送材料和数据,确保其真实、准确和完整。对数据不实、材料不全、未按规定时限报送的,将在综合评价中予以扣分,对情况严重的将取消参评资格。

(三)加强工作指导。各地商务主管部门要加强对“电子商务示范企业”创建工作的指导,认真抓好组织协调和相关政策解释工作,及时发现和宣传推广企业的创新经验和典型做法,对企业发展过程中出现的突出问题,要及时提醒,并积极配合相关部门督促整改。

(四)优化发展环境。各地商务主管部门要坚持市场化、法治化、国际化原则,以市场主体需求为导向,以深刻转变政府职能为

核心,创新体制机制、强化协同联动、完善法治保障,通过政策创新、制度创新和管理创新,为电子商务企业发展营造稳定、公平、透明、可预期的良好环境。

各地开展“电子商务示范企业”创建工作的经验做法和工作建议,请及时反馈。

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. 电子商务示范企业创建规范(试行)

2. 电子商务示范企业遴选(综合评价)指标体系

3. 电子商务示范企业申报表

4. 电子商务示范企业申报书模板

5. 2021年参评的200家电子商务企业名单

6. 商务部确认108家数字商务企业名单



附件 1

电子商务示范企业创建规范
(试行)

第一条 为充分发挥优秀电子商务企业的示范引领作用，促进我国电子商务高质量发展，商务部组织开展电子商务示范企业创建活动。

第二条 电子商务示范企业创建活动遵循全面客观、公开公平、科学量化、动态管理、优胜劣汰、鼓励创新的原则。

第三条 申报示范（参与综合评价）的电子商务企业须同时符合以下基本条件：

（一）在中国境内注册的独立法人企业。

（二）遵守《中华人民共和国电子商务法》《固体废物污染防治法》《商务领域一次性塑料制品使用、报告管理办法》等有关法律、法规、规章，符合电子商务领域国家标准和行业标准，合法经营，公平竞争，有相应的网络和数据安全防护体系。

（三）通过互联网从事涉及行政许可类商品和服务经营活动的，须按有关规定取得相应经营批准证书，并在其电子商务平台公开经营批准证书的信息以及清晰可辨的照片或其电子链接标识。

（四）已在商务部电子商务公共服务平台注册签署《电

子商务企业诚信经营承诺书》，建立诚信档案，公开信用信息，并履行数据报送义务。

（五）企业经营的独立网站或网店须开设两年以上并运行稳定，如是独立网站须已取得互联网信息服务增值电信业务经营许可证，或已通过非经营性互联网信息服务备案，取得 ICP 证号。

（六）企业建有专门的电子商务运营机构，拥有专业的电子商务人才队伍和培养计划，具备充足的资金保障，有健全的管理、技术和财务制度，拥有完善的售前、售中、售后服务保障体系。

（七）企业的电子商务业务经营状况良好，上年度业务收入或利税稳定增长，或企业电子商务销售额在同行业中居领先地位，无严重违法违规记录。

（八）企业可持续发展能力较强，经营商品品种、服务内容、市场占有率、用户规模具有良好的成长性。

（九）企业电子商务应用的社会效益明显，有助于提升相关产业的国际竞争力，带动上下游关联企业协同发展，有利于促进就业和创业，满足社会公众便利、安全的消费需求。

（十）企业电子商务业务在国内同行业中处于先进水平，用户满意度高，具有较高知名度和影响力。

（十一）在已开展本级电子商务示范创建活动的省份，申报（参与综合评价）企业原则上应是省级电子商务示范企

业。

第四条 申报示范（参与综合评价）的企业应是以下类型之一，且原则上具备相应条件：

（一）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、本地生活等服务的企业。其中，零售及批发平台企业的年度电子商务交易额在5亿元（含）以上，员工总数在100人（含）以上；网络化服务企业的年度营业收入在1000万元（含）以上，员工总数在50人（含）以上。

（二）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。其年度电子商务交易额在1亿元（含）以上，员工总数在50人（含）以上。

（三）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、外贸综合服务等相关服务的企业。其年度营业收入在1000万元（含）以上。

（四）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。其运营平台的年度电子商务交易额在

100 亿元（含）以上（或年度服务收入在 5 亿元及以上），员工总数在 1000 人（含）以上。

（五）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。其年度营业收入增速超过 100%，或所经营网站用户访问量、注册用户数、下载量等核心流量指标年增速超过 100%，员工总数在 50 人（含）以上。

第五条 围绕建设网络强国目标和数字经济发展战略，鼓励电子商务企业在以下单个或多个方面创新发展：

（一）促融合。应用大数据、云计算、物联网、人工智能等现代信息技术，创新商业模式和产业形态，推动与传统产业带、智能制造、实体商业、县域经济、社交网络、对外贸易等开展深度融合，促进中小企业数字化转型，打造数字化供应链平台，服务和融入新发展格局、推动高质量发展。

（二）促民生。积极履行社会责任，在带动就业、扶农助农、公益慈善、社会应急保障等方面发挥重要作用；在餐饮、教育、医疗、出行、住宿、旅游、文体等与民生相关领域开展在线服务创新。

（三）促发展。统筹建设新型基础设施，参与国家重大科技创新项目，在国内外资本市场上市；丰富商品供应，推动老字号复兴，培育新消费品牌，促进消费和产业升级；为中小微企业提供供需对接、资源支撑、金融信贷、技术保障、人才培养等服务，为企业赋值、为产业赋能。

(四)促振兴。围绕巩固脱贫攻坚成果、服务乡村振兴、促进数商兴农，在产销对接、农产品品牌培育推广、农村电商人才培养、农村电商基础设施建设等方面发挥积极作用。

(五)促环境。合法合规经营，健全企业合规体系，完善平台规则与治理，保障相关主体合法权益；加强绿色低碳发展，推广绿色包装，引导绿色消费；推动建立团体标准、行业标准、国家标准、国际标准；积极开展党建工作，落实党风廉政建设责任。

(六)促开放。以开放促竞争，以竞争促创新，围绕海外投资和国际化经营，开展平台出海、品牌出海、供应链出海、技术出海、服务出海；推动与“一带一路”沿线国家和新兴市场开展电子商务领域的合作创新。

第六条 自首次遴选确认电子商务示范企业的下一年起，每年通过综合评价的办法，对示范企业实施动态调整，对连续两年综合评价成绩较差的，取消示范资格；对连续两年综合评价成绩优秀的地方推荐企业，增补为示范企业。

第七条 每年度电子商务示范企业调整数量根据具体情况确定，原则上总量控制、适当增补，反映我国电子商务创新发展水平。

第八条 电子商务示范企业创建工作按下列程序进行：

(一)报送材料。省级商务主管部门根据商务部电子商务示范企业年度创建、综合评价工作通知，动员并组织有参

与示范创建意愿的企业报送相关材料，对企业提交的材料进行初核后研究确定推荐名单，并连同推荐文件和企业申报材料（电子版通过系统报送）一并上报商务部。企业需提供材料包括《电子商务示范企业申报表》、《电子商务示范企业申报书》、企业工商营业执照（三证合一）、经审计的会计年报及其他证明材料（所有材料需加盖公章）。

（二）专家评估。商务部组织专家对各地报送的示范企业申报表、申报书及其他证明材料进行评估，确定企业综合得分和排名。必要时，组织专家对有关企业进行现场调研、抽查和核实，形成最终结果和意见，并据此拟定电子商务示范企业建议名单。

（三）结果公示。经部领导批准，将拟定的电子商务示范企业建议名单在商务部网站公示，任何单位或个人对名单有不同意见的，均可向商务部提出异议，由商务部组织专家进行复审。

（四）公布名单。在公示期间，对拟定的示范企业名单无异议或者异议不成立的，由商务部确定为电子商务示范企业，并以商务部公告形式予以发布。

第九条 示范企业有下述情况之一的，取消示范资格：

（一）报送材料中存在虚假信息的。

（二）两年内，在经营活动中出现重大违法行为，使国家和人民利益遭受重大损失，带来恶劣社会影响的。

(三) 两年内, 发生重大生产安全事故的。

(四) 连续两年综合评价成绩较差的。

(五) 不按规定要求和时限报送相关材料(含证明材料), 经验总结交流不积极等影响示范创建相关工作计划或进程的。

(六) 不符合本规范其他要求和条件的。

企业被取消示范资格起 4 年内, 不得再次申报电子商务示范企业。

第十条 示范企业发生更名或变更经营范围、合并、分立、转业的, 应及时向商务部和所在地省级商务主管部门备案。

第十一条 电子商务企业在示范创建工作中遇到问题, 及时向商务部或地方商务主管部门反映, 商务部将适时组织专家对本规范进行完善。

本规范由商务部电子商务和信息化司负责解释。

附件 2

电子商务示范企业遴选（综合评价）指标体系

指标说明：电子商务示范企业遴选（综合评价）指标主要从“经营能力”、“示范能力”、“带动能力”、“示范能力”、“带动能力”三个方面进行评价，分为共性评价部分和企业分类评价部分，其中共性评价部分适用于全部申报企业，企业分类评价部分适用于申报该类示范的企业。

以下指标适用于全部申报企业					
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	需提交证明材料
经营能力	营收情况	营业收入	万元	1. 报告年度内，企业实现的营业收入； 2. 单位：万元。不要自行改变单位； 3. 此数字应与申报书一致。	报告年度的财务报表。
		营业收入增长率	%	计算公式为：(报告年度末营业收入/上一年度末营业收入-1)×100%。	上一年度的财务报表。
		纳税	万元	1. 报告年度内，企业缴纳的增值税、企业所得税、员工个人所得税及其他主要税种； 2. 单位：万元。不要自行改变单位； 3. 此数字应与申报书一致。	报告年度的财务报表。
		纳税增长率	%	计算公式为：(报告年度末纳税额/上一年度末纳税额-1)×100%。	上一年度的财务报表。

	盈利	是/ 否	企业是否实现盈利。	报告年度的财务报表。
上市情况	上市企业	是/ 否	企业是否在国内资本市场公开发行股票。	企业股票上市发行所在的证 券交易机构。
	市值	万元	1. 企业发行股份按市场价格计算的股票总价值； 2. 计算公式为：每股股票的市场价格 × 发行总股 数。	企业股票上市发行所在的证 券交易机构。
人力资源情况	全体员工数量	人	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关系的职工。	报告年度的财务报表。
	技术团队人员数量	人	企业中负责技术研发工作的员工人数。	企业自行填报，能体现该项 内容的相关证明材料。
	吸纳应届大学毕业毕业生就业人数	人	企业吸纳应届大学毕业毕业生就业人数。	毕业证书、社保证明等企业 认为能体现该项内容的相 关证明材料。
	带动农村地区就业人数	人	企业吸纳农村地区就业人数。	企业自行填报，能体现该项 内容的相关证明材料。
	数字技术相关岗位	是/ 否	企业是否设置了人工智能、云计算、大数据、区块	企业自行填报，能体现该项 内容的相关证明材料。

		链、物联网工程技术人员等相关岗位。	内容的相关证明材料。	
示范能力	数字化管理	否	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。	
		是/否	企业是否在用户管理、客户管理、供应链管理、订单管理等方面应用数字化、在线化的信息管理系统或工具。	
	数据要素应用	万元	1.通过应用数字化管理，企业降低管理成本和人力成本金额； 2.单位：万元。不要自行改变单位。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
		是/否	1.企业是否在商务活动中使用大数据技术； 2.企业是否使用数据质量监控系统平台； 3.企业是否使用用户行为分析、用户画像等技术。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	海外投资	是/否	企业是否与政府或其他组织机构分享脱敏数据。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
		是/否	企业是否在海外开展电子商务相关业务的投融资或并购活动。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
		个	企业海外投资涉及的国家或地区数量。	新闻报道等能体现该项内容的相关证明材料。
	科研水平	万元	1.报告年度内，企业海外投资总额； 2.单位：万元。不要自行改变单位。	新闻报道等能体现该项内容的相关证明材料。
		%	企业研发投入占总收入的比例。	企业自行填报。

	<p>专利数量</p>	<p>个</p>	<p>1. 企业获得的专利授权数量和软件著作权登记数量之和; 2. 与电子商务业务无关的研发成果不应计入在内。</p>	<p>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。</p>
<p>网络安全</p>	<p>风控机制</p>	<p>是/否</p>	<p>企业是否在硬件、软件、云防护等方面设立风险防控机制, 保护企业网络安全。</p>	<p>具体做法, 取得进展及成效, 可以提供具体案例。</p>
	<p>数据保护</p>	<p>是/否</p>	<p>企业是否建立相应的安全协议, 保护用户个人信息及隐私信息的安全。</p>	<p>具体做法, 取得进展及成效, 可以提供具体案例。</p>
	<p>党员人数</p>	<p>人</p>	<p>1. 企业全部员工中党员总数; 2. 正式党员和预备党员数。</p>	<p>企业职工统计表等能体现党员数量的材料。</p>
<p>党建水平</p>	<p>设立党组织</p>	<p>是/否</p>	<p>企业是否已经设立党组织。</p>	<p>相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。</p>
	<p>责任落实</p>	<p>是/否</p>	<p>企业是否开展以下工作: 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; 组织过专题党课; 充分发挥第一责任人的作用, 促进“两个责任”的落实。</p>	<p>相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。</p>
	<p>学习贯彻</p>	<p>是/否</p>	<p>企业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; 定期开展主题党日学习; 组织党员定期学习。</p>	<p>相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。</p>

		党内生活	是/否	企业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；规范党员管理；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	企业是否开展以下工作：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。
	公益慈善	开展慈善活动	是/否	报告年度内，企业是否开展过公益慈善活动。	相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。
		慈善活动总额	万元	企业开展的公益慈善活动价值总额。	相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。
	标准建立	团体标准或行业标准	个	报告年度内，企业参与编制的电子商务相关领域团体标准或行业标准数量。	相关批复文件、标准文本或新闻报道等。
		国家标准	个	报告年度内，企业参与编制的电子商务相关领域国家标准数量。	相关批复文件、标准文本或新闻报道等。
带动能力		环境打造	是/否	1. 报告年度内，平台企业是否发布或修订面向平台内电子商务经营者公平竞争、保障消费者权益及新就业形态劳动者权益的平台规则； 2. 报告年度内，企业是否建立合规管理制度； 3. 报告年度内，企业是否开展关于自身产品或服务	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。

		质量的自查及改进工作。	
	行业自律	报告年度内，企业是否与相关监管部门、行业协会或其他企业共同发起或组织有关优化电子商务市场环境的活动。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
	宣传推广	是否积极将示范效应和先进经验向社会宣传推广。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
绿色发展	管理措施	1. 是否制定绿色发展相关管理办法； 2. 是否组织开展与绿色发展和节能减排相关的培训活动。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
	绿色包装	1. 是否推广使用绿色包装或采取措施实现包装减量； 2. 是否建立包装产品合格供应商制度。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
	绿色消费	1. 是否设置绿色产品销售专区； 2. 是否采取激励措施，引导消费者购买绿色产品。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
以下指标分别适用于不同类型的申报企业			
注：申报“综合型电子商务示范企业”的应适用不少于两类指标(不含“其他创新型电子商务企业”)			
电子商务平台企业			

以下部分适用于实物型电子商务平台企业

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	需提交证明材料
经营能力	业务规模	订单量	万件	1. 报告年度内, 企业实现的电子商务订单量; 2. 单位: 万件。不要自行改变单位; 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报, 能体现该项内容的相关证明材料。
		电子商务交易额	万元	1. 报告年度内, 企业实现的电子商务交易额或网上零售额; 2. 单位: 万元。不要自行改变单位; 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报, 能体现该项内容的相关证明材料。
		电子商务交易额增长率	%	计算公式为: (报告年度末电子商务交易额/上一年度末电子商务交易额-1) × 100%。	企业自行填报, 能体现该项内容的相关证明材料。
		下沉市场交易额占比	%	三、四、五线城市以及县域、农村市场的电商交易额占总额的比例。	该项市场份额统计表等企业认为能体现该项内容的相关证明材料。
		个人用户注册数量	个	1. 报告年度内, 平台上的个人用户注册数量; 2. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报, 能体现该项内容的相关证明材料。
	用户规模	个人用户注册数量增长率	%	计算公式为: (报告年度末个人用户注册数量/上一年度末个人用户注册数量-1) × 100%。	企业自行填报, 能体现该项内容的相关证明材料。
		企业用户注册数量	个	1. 报告年度内, 平台上的企业用户注册数量;	企业自行填报, 能体现该项内容的相关证明材料。

			2. 此数字应与申报书一致。	内容的相关证明材料。
企业用户注册数量增长率	%		计算公式为：(报告年度末企业用户注册数量/上一年度末企业用户注册数量-1) × 100%。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
平台内经营者数量	个		1. 报告年度内，平台内经营者的注册数量； 2. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
平台内经营者数量增长率	%		计算公式为：(报告年度末平台内经营者数量/上一年度末平台内经营者数量-1) × 100%。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
开展跨境电商业务	是/否		企业是否通过跨境电商的方式将商品出售给境外企业或个人客户，或开展跨境电商零售进出口业务。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
跨境电商交易额	万元		1. 报告年度内，企业实现的跨境电商交易额； 2. 单位：万元。不要自行改变单位； 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
跨境电商交易额增长率	%		计算公式为：(报告年度末跨境电商交易额/上一年度末跨境电商交易额-1) × 100%。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
覆盖“一带一路”沿线国家	是/否		企业跨境电商业务的商品来源国或出口目的地中国是否包含“一带一路”沿线国家。	交易凭证或新闻报道等。
覆盖新兴市场国家	是/否		企业跨境电商业务的商品来源国或出口目的地中国是否包含新兴市场国家。	交易凭证或新闻报道等。
示范能力		国际化		

	直播带货交易额占比	%	企业的电子商务交易额中，通过直播带货实现的交易额占比。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	社交电商交易额占比	%	企业的电子商务交易额中，通过社交电商实现的交易额占比。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
模式创新	个性化定制	是/否	企业是否开展个性化定制业务。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	智能制造	是/否	企业是否自建或协作数字化工厂。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	快反供应链	是/否	企业是否具备基于用户反馈的快速研发、设计能力。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	数字供应链	是/否	企业是否通过数字化方式连接上游生产制造企业。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	应急保障机制	是/否	企业是否建立应急保障机制，确保在自然灾害、突发疫情等重大事件中能够提供应急物资。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
应急保障	供应物资货值	万元	在报告年度内，企业为社会提供的应急物资对应的货值。	相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。
	农产品上行	是/否	是否应用社交电商模式助力农产品上行，促进农民增收。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
带动能力				

			是否通过电子商务助力农村人口就业创业和增收。	具体做法,取得进展及成效。可以提供具体案例。
	精准帮扶	是/否		
	农产品网上零售额	万元	1. 报告年度内,企业实现的农产品网上零售额; 2. 单位:万元。不要自行改变单位; 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报,能体现该项内容的相关证明材料。
	农产品网上零售额增长率	%	计算公式为:(报告年度末农产品网上零售额/上一年度末农产品网上零售额-1)×100%。	企业自行填报,能体现该项内容的相关证明材料。
	孵化农产品品牌	个	报告年度内,企业孵化的农产品品牌数量。	相关工作报道、照片、文档等。
	建有农村电商服务载体	个	报告年度内,企业在农村地区新建电商中心、配送网点、服务站等载体数量。	相关工作报道、照片、文档等。
	新模式新业态应用	是/否	企业是否运用社交、直播、小程序等电商新模式与实体商业实现线上线下融合发展。	具体做法,取得进展及成效。可以提供具体案例。
	布局线下渠道	是/否	企业是否通过开设实体店、投资并购、扩展销售渠道等方式布局线下业态。	具体做法,取得进展及成效。可以提供具体案例。
	带动传统品牌数量	个	报告年度内,企业带动多少个传统品牌实现销售、营销等环节的线上化。	相关工作报道、照片、文档等。
	产业带动	个	报告年度内,企业带动多少个新国货品牌实现销售、营销等环节的线上化。	相关工作报道、照片、文档等。

	产业带促进	是/否	企业是否在产业带开展相关活动，促进产业带电子商务应用。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。		
以下部分适用于数字生活服务型平台企业						
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	需提交证明材料	
		订单量	万件	1. 报告年度内，企业实现的网络化服务订单量； 2. 单位：万件。不要自行改变单位； 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。	
		业务规模	万元	1. 报告年度内，企业实现的网络化服务收入，包括外卖、教育、出行、健康、住宿、文娱、健身等； 2. 单位：万元。不要自行改变单位； 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。	
		经营能力	网络化服务收入增长率	%	计算公式为： $(\text{报告年度末网络化服务收入} / \text{上一年度末网络化服务收入} - 1) \times 100\%$ 。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
			用户注册数量	个	1. 报告年度内，平台上的用户注册数量； 2. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
			用户注册数量增长率	%	计算公式为： $(\text{报告年度末用户注册数量} / \text{上一年度末用户注册数量} - 1) \times 100\%$ 。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
		共享经济	共享类型服务	是/否	企业是否提供共享类型服务。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。

示范能力	共享类型交易额	共享类型服务交易额	万元	1. 报告年度内，企业实现的共享类型服务交易额； 2. 单位：万元。不要自行改变单位； 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。	
		平台内经营者规模	共享类型服务交易额占比	%	企业的网络化服务收入中，共享类型服务占比。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
			平台内经营者数量	个	1. 报告年度内，平台上的经营者数量； 2. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
			平台内经营者数量增长率	%	计算公式为：(报告年度末平台内经营者数量/上一年度末平台内经营者数量-1) × 100%。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	技术创新	人工智能	是/否	企业是否在用户管理、订单管理、路径优化等方面运用人工智能技术。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。	
			是/否	企业是否在用户画像管理、用户行为分析、算法决策等方面运用大数据技术。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。	
		无人设备	是/否	企业是否通过无人机、无人车、无人终端等无人设备提供服务。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。	
			是/否	企业是否开展上述技术以外的其他技术创新。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。	
		应急保障	应急保障机制	是/否	企业是否建立应急保障机制，确保在自然灾害、突发事件等重大事件中能够提供应急服务。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。

		供应物资价值	万元	在报告年度内，企业为社会提供的应急服务对应的价值。	相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。
电子商务品牌经销企业					
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	需提交证明材料
经营能力	业务规模	订单量	万件	1. 报告年度内，企业实现的电子商务订单量； 2. 单位：万件。不要自行改变单位； 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
		电子商务销售额	万元	1. 报告年度内，企业实现的电子商务销售额； 2. 单位：万元。不要自行改变单位； 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
		电子商务销售额增长率	%	计算公式为：(报告年度末电子商务销售额/上一年度末电子商务销售额-1) × 100%。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
		线上销售额占比	%	企业线上销售额在销售总额中的占比。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
		品牌数量	个	企业拥有的品牌数量。	申请的商标及相应文件。
	渠道建设	入驻线上平台数量	个	报告年度末，企业已经入驻并开展线上销售业务的电子商务平台数量。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
		自建销售渠道	是/	企业是否通过自建站、App、小程序、公众号等方式	具体做法，取得进展及成效。

			自建销售渠道。	可以提供具体案例。
	线下渠道布局	是/否	企业是否通过入驻卖场、与经销商合作、开实体店等方式布局线下渠道。	具体做法,取得进展及成效。可以提供具体案例。
	自有渠道销售额占比	%	企业的电子商务销售额中,通过自建渠道实现的销售额占比。	企业自行填报,能体现该项内容的相关证明材料。
	社交电商销售额占比	%	企业的电子商务销售额中,通过社交电商实现的销售额占比。	企业自行填报,能体现该项内容的相关证明材料。
	直播电商销售额占比	%	企业的电子商务销售额中,通过直播电商实现的销售额占比。	企业自行填报,能体现该项内容的相关证明材料。
	反向定制交易额占比	%	企业的电子商务交易额中,反向定制类的交易额占比。	企业自行填报,能体现该项内容的相关证明材料。
	数字化工厂	是/否	企业是否自建或协作数字化工厂。	具体做法,取得进展及成效。可以提供具体案例。
	数字供应链	是/否	企业是否通过数字化方式连接上下游企业。	具体做法,取得进展及成效。可以提供具体案例。
	个性化定制	是/否	企业是否开展C2M个性化定制业务。	具体做法,取得进展及成效。可以提供具体案例。
	快反供应链	是/否	企业是否具备基于用户反馈的快速研发、设计能力。	具体做法,取得进展及成效。
示范能力				
	模式创新			
	智能制造			

		否	可以提供具体案例。
	开展跨境电商业务	是/否	企业是否通过跨境电商将商品销售到境外国家或地区。
	跨境电商交易额	万元	1. 报告年度内, 企业实现的跨境电商电子商务出口交易规模; 2. 单位: 万元, 不要自行改变单位。
品牌出海	跨境电商交易额增长率	%	计算公式为: (报告年度末跨境电商交易额/上一年度末跨境电商交易额-1) × 100%。
	覆盖“一带一路”沿线国家	是/否	企业跨境电商出口目的地中是否包含“一带一路”沿线国家。
	覆盖新兴市场国家	是/否	企业跨境电商出口目的地中是否包含新兴市场国家。
电子商务服务企业			
一级指标	二级指标	单位	需提交证明材料
经营能力	业务规模	件	1. 报告年度内, 企业实现的电商服务订单量; 2. 单位: 件, 不要自行改变单位; 3. 此数字应与申报书一致。
	电商服务成交额	万元	1. 报告年度内, 企业实现的电商服务成交额; 2. 单位: 万元, 不要自行改变单位;

			3. 此数字应与申报书一致。	内容的相关证明材料。
	电子商务成交额增长率	%	计算公式为：(报告年度末服务成交额/上一年度末服务成交额-1)×100%。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
用户规模	用户注册数量	个	1. 报告年度内，企业的用户数量； 2. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	用户注册数量增长率	%	计算公式为：(报告年度末用户数量/上一年度末用户数量-1)×100%。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
示范能力	5G	是/否	企业是否正在探索 5G 在电子商务服务中的应用场景。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
	人工智能	是/否	企业是否在用户管理、订单管理、路径优化等方面运用人工智能技术。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
	大数据	是/否	企业是否在供需匹配、算法决策等方面运用大数据技术。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
	境外服务	是/否	企业是否为境外的电子商务企业提供服务。	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。
	境外服务规模	万元	1. 报告年度内，企业在境外实现的电子商务交易规模； 2. 单位：万元。不要自行改变单位。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。

带动能力	带动产业数字化	服务传统企业	是/否	企业是否为线下传统企业提供电商服务，助力其实 现数字化转型。	具体做法，取得进展及成效。 可以提供具体案例。
		服务企业数量	个	报告年度内，企业服务的传统企业数量。	具体做法，取得进展及成效。 可以提供具体案例。
	赋能中小微企业	提供支撑服务	是/否	企业是否向中小企业开放端口，为其提供支撑服务， 服务类型包括但不限于供需对接、资源支撑、金融 信贷、技术保障、人才培训等。	具体做法，取得进展及成效。 可以提供具体案例。
		赋能企业数量	个	报告年度内，企业提供的支撑服务覆盖的中小企 业数量。	新闻报道等。
其他创新型电子商务企业					
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	需提交证明材料
经营能力	业务规模	主营业务交易额	万元	1. 报告年度内，企业实现的主营业务交易额； 2. 单位：万元。不要自行改变单位； 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项 内容的相关证明材料。
		主营业务交易额增长率	%	计算公式为：(报告年度末电子商务交易额/上一 年度末电子商务交易额-1) × 100%。	企业自行填报，能体现该项 内容的相关证明材料。
	用户规模	用户注册数量	个	1. 报告年度内，平台上的用户注册数量； 2. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项 内容的相关证明材料。

	用户注册数量增长率	%	计算公式为：(报告年度末用户注册数量/上一年度末用户注册数量-1) × 100%。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
其他规模	平台访问量 (PV、UV)	次	1. 报告年度内，页面浏览量或点击量、独立访问量； 2. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	平台访问量增长率	%	计算公式为：(报告年度末平台访问量数量/上一年度末平台访问量数量-1) × 100%。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	APP 下载量	次	1. 报告年度内，企业主要运营的移动端 App 的下载量。 2. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
	APP 量增长率	%	计算公式为：(报告年度末 APP 下载量/上一年度末 APP 下载量-1) × 100%。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。

