

# 中华人民共和国商务部办公厅

商办电函〔2023〕357 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、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团商务主管部门：

为全面贯彻落实党的二十大和中央经济工作会议精神，更好发挥国家电子商务示范基地（以下简称示范基地）在促进数字经济和实体经济深度融合、改造提升传统产业、带动创业就业、促进乡村振兴等方面的重要作用，根据《“十四五”电子商务发展规划》（以下简称《发展规划》）、《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》），2023 年，商务部在对《国家电子商务示范基地综合评价办法》（以下简称《综合评价办法》，见附件 1）修改完善的基础上，将继续开展示范基地综合评价工作。现就有关事项通知如下。

### 一、评价方法

（一）评价对象。除现有 155 家示范基地外，各省级商务主管部门可推荐不超过 5 家当地其他电子商务产业基地（含电子商务



扫描全能王 创建

产业园、楼宇型电子商务产业基地,电子商务特色小镇、街、区等类型的电子商务产业集聚区)参评。参评对象应边界清晰(示范基地因工作需要,对四至范围进行调整的,要对调整理由、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。各地推荐参评的其他电子商务产业基地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《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 2022 年,基期为 2021 年。参评对象均须按照《综合评价办法》中的综合评价指标体系(指标解释见附件 3),准确填报《国家电子商务示范基地和其他电子商务产业基地经营服务情况报告表》(附件 2),并提供相关证明材料。示范基地和 2022 年已参评其他电子商务产业基地相关证明材料无变化部分,无需再次提供;按照《国家电子商务示范



基地和其他电子商务产业基地自评报告编制说明》(附件 4),围绕自身建设,突出提升承载能力、服务能力、保障能力、示范能力、创新能力的工作举措及成效,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《综合评价办法》确定的评分细则和计算方法,组织专家对示范基地和各地推荐其他电子商务产业基地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 2022 年以来连续两年排名处于后 2 位的示范基地,取消其示范资格;将综合评价得分较高,且 2022 年以来连续两年排名靠前的其他电子商务产业基地,增补为示范基地。同时,反馈综合评价结果和专家点评意见,作为各地指导开展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(数据)报送。**各省级商务主管部门及时组织示范基地和推荐参评的其他电子商务产业基地认真准备材料,指导参评对象做好相关总结和材料(数据)的报送工作(自评报告不超过 2 万字)。参评对象应于 2023 年 6 月 30 日前通过商务部业务系统统一平台(以下简称“统一平台”)中的“电子商务信息管理分析应用”完成报送(示范基地和已有账号的其他电子商务产业基地点击 <http://www.mofcom.gov.cn/mofcom/typt.shtml> 进入统一平台,从企业端登录后报送;首次参评产业基地通过 [— 3 —](http://dzsw.</a></p></div><div data-bbox=)





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统一平台进行报送),并经所属省级商务主管部门审核(通过统一平台的管理端使用“DS+原账号”及密码登录)确认。省级商务主管部门汇总参评对象纸质报送材料(数据)1份(包括参评对象名单,并在相关表格处加盖公章),并统一邮寄至商务部(地址:北京市东长安街2号商务部电子商务司,邮编:100731)。

**(二)专家评估。**2023年7月中上旬,商务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。7月下旬,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,并据此提出调整示范基地建议名单。

**(三)结果公示。**将拟调整的示范基地名单在商务部网站进行公示(公示期为5个工作日),任何单位和个人对名单有不同意见的,均可提出异议,由商务部组织专家进行复议。

**(四)公布名单。**调整后的示范基地名单以商务部名义下发通知予以公布,同时对综合评价成绩突出的示范基地予以表扬。

### 三、工作要求

**(一)高度重视。**各地商务主管部门要将示范基地创建作为促进电子商务创新发展的重要抓手,切实加强组织领导,分工专人负责





责,完善联络机制,加大支持力度,做到融入日常、抓在经常,上下联动、务求实效。

**(二)严格把关。**各地商务主管部门要结合日常掌握情况和相关佐证材料,对参评基地报送数据、自评报告进行认真审核,杜绝错、忘、漏和数据不一致,以及提供不实信息等情况的发生。

**(三)加强指导。**各地商务主管部门要对照综合评价结果,认真查找基地建设中存在的突出问题和薄弱环节,对问题较多、排名靠后的基地,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)及时总结。**各地商务主管部门要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、促进业态模式创新、推动传统产业数字化转型,为中小微企业办实事、解难题,以及促进消费提振、助力乡村振兴,自觉履行社会责任等方面的典型案例。商务部将通过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:yycje@mofcom.gov.cn

附件:1. 国家电子商务示范基地综合评价办法

2. 国家电子商务示范基地和其他电子商务产业基地经营服务情况报告表

3. 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

4. 国家电子商务示范基地和其他电子商务产业基地自评报告编制说明



## 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,更好地发挥引领带动作用,特制定本办法。

**第二条** 按照中共中央办公厅、国务院办公厅印发《创建示范活动管理办法(试行)》《“十四五”电子商务发展规划》《“十四五”对外贸易高质量发展规划》《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)有关要求,制定示范基地综合评价指标体系(附后,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。

**第四条** 综合评价指标共分三级,其中一级指标 5 项(承载能力、服务能力、保障能力、示范能力、创新能力),二级指标 17 项,三级指标 76 项。综合评价指标根据形势发展变化及实际工作需要,适时作出相应调整。





**第五条** 商务部电子商务和信息化司根据综合评价指标的测度项目,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。

**第六条** 综合评价采取定量与定性相结合的方式,并按照定量、定性各占 80%和 20%的权重,计算出每个基地的综合得分。定量方面,在通过德尔菲法(专家调查法)确定综合评价指标中各级指标权重的基础上,对各示范基地(包括各地推荐参评的其他电子商务产业基地)的三级指标进行排序、分档并加权汇总。定性方面,评审专家根据示范基地(包括各地推荐参评的其他电子商务产业基地)的自评报告并结合相关佐证材料对一级指标进行打分。

**第七条** 各省级商务主管部门负责本行政区域内示范基地(包括各地推荐参评的其他电子商务产业基地)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** 各地推荐参评的其他电子商务产业基地,包括电子商务产业园、楼宇型电子商务产业基地,电子商务特色小镇、街、区等类型的电子商务产业集聚区。

**第九条** 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(包括各地推荐参评的其他电子商务产业基地)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(包括各地推荐参评的其他电子商务产业基地)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,提出综合评价结果。

(三)结果反馈。商务部电子商务和信息化司对综合评价结果进行研究并报商务部领导同意后,反馈至各省级商务主管部门,作为各地开展示范基地创建活动分类指导的重要依据。

**第十条** 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(包括各地推荐参评的其他电子商务产业基地)给予通报批评或取消示范基地(或参评)资格。

**第十一条** 综合评价工作按年度进行,并根据综合评价结果对示范基地实施动态调整。

(一)经网上公示和部领导同意,将连续两年综合评价得分排名靠前的各地推荐参评的电子商务产业基地,增补为示范基地。每年新增示范基地数量不超过 20 家。

(二)对年度综合评价得分较低、排名处于后 10 位的示范基地,由所在省级商务主管部门约谈其主要负责人并提出整改要求,同时,商务部开展帮扶指导。对连续两年综合评价得分排名处于后 2 位的,取消其示范基地资格。被取消示范基地资格 4 年内,不得再次申报。

**第十二条** 近两年发生重大及以上生产安全事故的电子商务



产业基地,不得推荐参与示范基地综合评价;对综合评价当年发生重大及以上生产安全事故的示范基地,取消其示范资格。

**第十三条** 示范基地发生更名、合并、分立或转业的,应及时向商务部及所在省级商务主管部门备案。

本办法由商务部电子商务和信息化司负责解释。





附

## 国家电子商务示范基地综合评价指标体系

(本表中的指标权重为示意值, 最终权重根据专家德尔菲法确定)

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	单位	权重
承载能力	20.00%	基础硬件	8.00%	电子商务企业建筑面积	万平方米	2.40%
				电子商务配套服务区面积	万平方米	1.60%
				平均网络带宽	Mbps	0.80%
				电商物流协同发展	是/否	1.60%
				建设运营海外仓	是/否	1.60%
		入驻企业	12.00%	电子商务企业数量	个	4.80%
				电子商务企业入驻率	%	1.80%
				电子商务企业增长率	%	1.80%
				入选全国商业科技创新应用 优秀案例企业数量	个	1.20%
				省级电子商务示范企业数量	个	1.20%
				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	1.20%
服务能力	25.00%	金融服务	6.25%	获得基地金融服务的 电子商务企业数量	个	3.13%
				电子商务企业获得投融资总额	万元	3.13%
		人才服务	7.50%	电子商务人才引进与培养政策	是/否	1.50%
				年度电子商务培训人次	人次	2.63%
				为农村地区开展电子商务 培训人次	人次	1.50%



保障能力	15.00%	孵化服务	5.00%	输送电子商务人才数量	人	1.88%
				在孵电子商务企业数量	个	3.00%
				电商企业孵化成功率	%	2.00%
		公共服务	6.25%	专业服务	是/否	3.75%
				行政服务	是/否	2.50%
		党建水平	4.50%	党员人数	人	0.90%
	设立党组织的电商企业数量			个	0.90%	
	责任落实			是/否	0.90%	
	党风廉政			是/否	0.90%	
	党组织表彰			是/否	0.90%	
	环境营造	4.50%	报告协调机制	是/否	0.90%	
			统计监测	是/否	0.90%	
			电商专项政策支持	是/否	0.90%	
			电商基地运营年限	年	0.45%	
			宣传交流	是/否	0.45%	
			典型经验	是/否	0.90%	
	绿色发展	3.00%	制度规划	是/否	0.60%	
			宣传推广	是/否	0.60%	
			资金支持	是/否	0.60%	
			绿色仓配	是/否	0.60%	
			配套措施	是/否	0.60%	
	安全生产	3.00%	安全审查	是/否	0.30%	
			管理制度	是/否	0.60%	
			应急预案	是/否	0.30%	
			排查隐患	是/否	0.30%	
			落实责任	是/否	0.30%	



示范能力				配套设施	是/否	0.30%
				资金投入	万元	0.60%
				安全事故	是/否	0.30%
	25.00%	发展规模与速度	12.50%	电子商务交易额	万元	2.50%
				电子商务交易额增长率	%	2.50%
				电子商务企业营收总额	万元	1.25%
				电子商务企业营收增长率	%	1.25%
				电子商务企业缴税总额	万元	1.25%
				电子商务企业缴税增长率	%	1.25%
				跨境电子商务交易额	万元	1.25%
				跨境电子商务交易额增长率	%	1.25%
		示范带动	3.75%	电商企业研发成果数量	个	0.75%
				电商企业创建商标品牌数	个	0.75%
				“双品网购节”电商交易额	万元	0.75%
				“全国网上年货节”电商交易额	万元	0.75%
				进博会成交额	万元	0.38%
				促进传统产业数字化转型	是/否	0.38%
		数商兴农	3.75%	带动农村人口创业就业人数	人	0.90%
				农特产品品牌数量	个	0.98%
				助农销售额	万元	0.98%
				农村电商新基建	是/否	0.90%
		吸纳就业	5.00%	全体电子商务企业从业人数	人	2.00%
				电子商务从业人员增长率	%	1.00%
				吸纳农民工就业人数	人	1.00%
				吸纳应届大学毕业生就业人数	人	1.00%
	15.00%	发展潜力	6.00%	扶持资金	是/否	2.40%





创新能力				规划发展	是/否	1.80%
				产学研合作	是/否	1.80%
		创新应用	6.00%	技术模式创新鼓励措施	是/否	1.20%
				技术模式创新应用成果	个	1.20%
				新消费品牌培育	是/否	1.80%
				电商直播基地	是/否	1.80%
		行业规范	3.00%	电子商务行业标准数	个	1.80%
				信用体系建设	是/否	1.20%



## 附件 2

## 国家电子商务示范基地 和其他电子商务产业基地经营服务情况报告表

填表时间： 年 月 日

基地名称						商务主管部门		
地址与范围 <sup>1</sup>								
运营机构	名称							
	类型	<input type="checkbox"/> 政府部门 <input type="checkbox"/> 事业单位 <input type="checkbox"/> 国有或国有控股企业 <input type="checkbox"/> 民营企业 <input type="checkbox"/> 其他_____						
基地 主要负责人	姓名		职务		工作电话			
	手机		微信		电子邮件			
基地联系人	姓名		职务		工作电话			
	手机		微信		电子邮件			
<b>承载能力</b>								
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。							
	4. 是否建有配套或协同发展的快递物流园区： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否。							
	5. 是否在境外建设运营跨境电商海外仓： <input type="checkbox"/> 是（所在国家：_____） <input type="checkbox"/> 否。							
入驻企业	6. 截至 2022 年底，电子商务企业_____个，入驻率_____%，增长率_____%，其中，涉农电商企业_____个。							
	7. 入选全国商业科技创新应用优秀案例企业_____个。							
	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。							
<b>服务能力</b>								
金融服务	10. 2022 年，获得基地金融服务的电子商务企业_____个。							
	11. 2022 年，电子商务企业获得投融资总额_____万元。							

1. <sup>1</sup>此栏填写注意事项：基地应具备明确的地理边界，清晰的四至范围；基地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。

2. 电子商务产业基地包括电子商务产业园、楼宇型电子商务产业基地，电子商务特色小镇、街、区等电子商务产业集聚区。



人才服务	12. 基地是否设立或实施电子商务人才引进政策： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否；是否设立或实施电子商务人才培养政策： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否。 13. 2022 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. 2022 年，输送电子商务人才_____人，其中，输送农村电商“带头人”_____人。
孵化服务	15. 2022 年底，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： <input type="checkbox"/> 仓储物流 <input type="checkbox"/> 摄影美工 <input type="checkbox"/> 客服托管 <input type="checkbox"/> 代运营 <input type="checkbox"/> 会计事务 <input type="checkbox"/> 专利申办 <input type="checkbox"/> 评估咨询 <input type="checkbox"/> 法律支持 <input type="checkbox"/> 其他_____。 18. 为入驻企业提供的行政服务类型： <input type="checkbox"/> 工商注册 <input type="checkbox"/> 年审年检 <input type="checkbox"/> 税务登记 <input type="checkbox"/> 项目申报 <input type="checkbox"/> 其他行政便利化服务_____。
<b>保障能力</b>	
党建水平	19. 2022 年底，基地内拥有电商企业党员_____人。 20. 是否按要求及时健全组织： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否；2022 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；共设立党委_____个，党总支_____个，党支部_____个。 21. 落实党建工作责任制，开展了哪些工作： <input type="checkbox"/> 将党建工作同业务工作同部署、同检查、同总结； <input type="checkbox"/> 讲专题党课； <input type="checkbox"/> 落实“三会一课”制度； <input type="checkbox"/> 开展理想信念和法规法纪教育； <input type="checkbox"/> 开展经常性思想工作； <input type="checkbox"/> 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； <input type="checkbox"/> 积极发展党员； <input type="checkbox"/> 收缴党费并合理使用管理； <input type="checkbox"/> 加强流动党员管理，党组织关系接转及时规范到位； <input type="checkbox"/> 依法稳妥处置不合格党员。 22. 加强党风廉政建设，主要有哪些做法： <input type="checkbox"/> 党组织执行政治纪律和政治规矩； <input type="checkbox"/> 定期开展党风廉政建设和反腐倡廉教育。 23. 受到上级党组织表彰先进党委、党总支、党支部： <input type="checkbox"/> 全国 <input type="checkbox"/> 省级 <input type="checkbox"/> 地市级 <input type="checkbox"/> 县级。
环境营造	24. 是否与地方商务主管部门建立报告协调机制： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否。 25. 是否开展电子商务统计监测工作： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否；是否及时上报信息、数据并保证数据的真实准确： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否。 26. 基地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： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否。 27. 基地运营年限_____年。 28. 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： <input type="checkbox"/> 是（媒体名称为_____） <input type="checkbox"/> 否；是否通过会议、论坛、交流等活动开展政产学研合作： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否。 29. 相关经验做法获得商务部肯定： <input type="checkbox"/> 在全国性会议进行交流； <input type="checkbox"/> 入选商务部编发国家电子商务示范基地案例集； <input type="checkbox"/> 被商务部相关刊物转载； <input type="checkbox"/> 国际商报或商务微新闻进行报道。
绿色发展	30. 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： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否。





	<p>31. 是否在基地内开展绿色环保政策法规方面的宣传推广活动：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否；是否组织相关培训：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p> <p>32. 是否安排支持企业绿色发展资金：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否；基地内开展数字化运营的企业_____家，占比_____ %。</p> <p>33. 是否建设绿色仓配设施：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否 数量：_____个；是否开展企业资源共享：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否，共享资源主要为：_____；基地是否配备新能源、清洁能源车辆：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否，数量_____辆。</p> <p>34. 是否建设节水、节电、节气系统：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否；是否配备垃圾分类配套设施：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否，数量：_____个；其他节能增效举措：_____。</p>
安全生产	<p>35. 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：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p> <p>36. 是否制定基地安全生产管理制度：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否；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：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p> <p>37. 是否制定火灾等突发事件应急处置预案：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否；是否定期组织开展消防等突发事件演练：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p> <p>38. 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：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p> <p>39. 是否督促基地内企业全面落实安全生产责任：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否，主要督促手段和激励措施：_____。</p> <p>40. 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：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p> <p>41. 2022 年，基地共投入安全生产建设资金_____万元。</p> <p>42. 2022 年以来，是否发生较大或重特大生产安全事故：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p>
<b>示范能力</b>	
发展速度与规模	<p>43. 2022 年，电子商务交易总额_____万元，增长率_____ %。</p> <p>44. 2022 年，电子商务企业营收总额_____万元，增长率_____ %。</p> <p>45. 2022 年，电子商务企业缴税总额_____万元，增长率_____ %。</p> <p>46. 2022 年，跨境电子商务交易额_____万元，增长率_____ %。</p>
示范带动	<p>47. 截至 2022 年底，电商企业研发成果_____个。</p> <p>48. 截至 2022 年底，电商企业培育推广商标品牌_____个。</p> <p>49. 参与 2022 年第四届“双品网购节”达成电商交易额_____万元。</p> <p>50. 参与“2022 全国网上年货节”达成电商交易额_____万元。</p> <p>51. 参与 2022 年第五届中国国际进口博览会成交额_____万元。</p> <p>52. 是否与周边传统产业开展交流合作，带动中小微企业数字化转型：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p>



数商兴农	<p>53. 通过农村电商带动农村人口创业就业_____人；通过电商培育推广地方农特产品品牌_____个，助农销售_____万元。</p> <p>54. 在以下方面开展农村电商新基建：<input type="checkbox"/>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；<input type="checkbox"/>推动适合乡村市场的数字化产品及服务下沉；<input type="checkbox"/>开展农村电商数据中心建设；<input type="checkbox"/>建设服务农村电商的直播间；<input type="checkbox"/>其他_____。</p>
吸纳就业	<p>55. 2022 年，全体电子商务企业从业_____人，增长率_____%。</p> <p>56. 2022 年，吸纳农民工就业_____人，吸纳应届大学毕业生就业_____人。</p>
<b>创新能力</b>	
发展潜力	<p>57. 是否设立专项电子商务扶持资金：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否；扶持资金是否落实到位：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p> <p>58. 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：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p> <p>59. 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：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p>
创新应用	<p>60. 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：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p> <p>61. 基地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。</p> <p>62. 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：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p> <p>63. 是否建设电商直播基地：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否；2022 年，开展电商直播_____场，交易额_____万元，其中，涉农直播场次_____场，农副产品交易额_____万元。</p>
行业规范	<p>64. 制定和实施电子商务行业标准与规范_____个。</p> <p>65. 是否开展或合作开展电子商务信用体系建设工作：<input type="checkbox"/>是 <input type="checkbox"/>否。</p>
意见及建议 (可详细填写)	
省级商务 主管部门 审核意见	<p style="text-align: center;">省级商务主管部门（盖章）</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>





## 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	基础设施	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。	提供配套服务区面积明细表, 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。
		电子商务企业数量	个	1. 报告期末入驻基地全部电子商务平台企业(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。 (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。	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。
	入驻企业				





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	证明材料提示 (可以包括但不限于以下内容)
				<p>(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。</p> <p>(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、外贸综合服务电子商务相关服务的企业。</p> <p>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。</p> <p>3. 基地外电商企业不计入在内。</p>	
		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
		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。
服务能力	金融服务	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金引荐的方式获得的投融资总额。	融资明细,列明以下内容:获得融资企业名称、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



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)
	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。	务的电子企业数量”的证明材料共用表格。
		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。	政策文件名称、复印件。
		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。	明细列表,包括培训或培训活动主题、日期、培训人数、培训照片、批准文件等。
	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。	接收电商人才企业名单、人数、专业特长等。
		电商企业孵化成功率	%	1. 计算公式: $\frac{\text{报告期末孵化毕业企业数}}{\text{报告期末在孵企业数} + \text{报告期内孵化毕业企业数}} \times 100\%$ 。 2. 该指标如果填报100%,“在孵电子商务企业数量”应为0。	在孵企业名单,包括企业名称、办公地址、入驻时间等。
	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。	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。
		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。
					各项服务提供机构、方式、相关管理规范文件等。





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)
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党纪教育;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	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)
绿色 发展				年限。	
		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。
		配套设施	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。
	安全 生产	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。



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)
示范能力		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。
	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子商务收入。 3. 不等同于电子商务交易额。如果出现此种情况，视为基地电子商务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 年电子商务营收构成明细，按企业统计。





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)
示范带动		电子商务企业缴纳税总额	万元	报告期内基地全体电子商务企业缴纳税总额。电子商务企业缴纳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年电子商务企业缴纳税额构成明细,按企业统计。
		电子商务企业缴纳税增长率	%	计算公式为(报告期内基地电子商务企业缴纳税总额/上一年基地电子商务企业缴纳税总额-1)×100%。	2021年电子商务企业缴纳税额构成明细,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。
		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。





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)
数字经济兴农		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。
		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储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数之和。 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人员。	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： $(\text{报告年度末基地电子商务从业人数} / \text{上一年度末基地电子商务从业人数} - 1) \times 100\%$ 。	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。



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)
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。
		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。
	创新应用	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。





## 国家电子商务示范基地和其他电子商务产业基地 自评报告编制说明

### 一、编制要点

**(一)承载能力建设情况。**基地在基础硬件、功能布局、相关配套及电商产业生态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,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。**基地在组织领导、党的建设、环境营造、绿色发展、安全生产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、乡村振兴、品牌创建、消费提振、数字化转型以及拓展国内外市场等





方面所发挥的作用。

**(五)创新能力建设情况。**基地在规划发展、资金扶持、产学研合作方面的推进及落实情况;在商务领域新技术应用、模式业态创新等方面的进展情况;在探索基地建设运营体制机制创新方面的工作进展;推动电子商务行业标准和信用体系建设进展情况。

**(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,认真查找基地建设存在的问题及面临的主要制约因素,深入研究基地发展目标与策略,有针对性地提出未来发展思路和政策建议。

## 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)商务部将以示范基地自评报告为主要素材,组织编写《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、数实融合、产业促进、品牌培育、助农兴农、绿色发展、党的建设等领域,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。



---

商务部办公厅

2023 年 6 月 5 日印发

---

— 30 —



扫描全能王 创建