

上海市商务委员会文件

沪商电商〔2023〕253号

市商务委关于开展 2023-2024 年度 电子商务示范企业创建工作的通知

各区商务主管部门、有关行业协会和企业：

为加快推进本市电子商务高质量发展，充分发挥电子商务示范企业在促进产业发展、强化民生保障、推动绿色发展、助力数商兴农、扩大国际合作、优化行业环境等方面的引领作用，市商务委将组织开展 2023-2024 年度电子商务示范企业创建工作。现将有关事项通知如下：

一、创建方法及步骤

示范创建工作依据《上海市电子商务示范企业创建管理办法》（沪商规〔2023〕4号）（以下简称“《管理办法》”，见附件1）

中规定的要求和程序进行。

（一）企业申请及区推荐。各区商务主管部门组织参与创建示范的企业按照《管理办法》要求，认真准备并填写相关申报材料。申报材料的数据报告期为 2022 年，基期为 2021 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。所有材料需加盖公章，通过电子商务工作服务平台进行报送（网址：<https://ec.sww.sh.gov.cn/dspt/login/toLogin.do>）；并将纸质版材料（一式三份）提交至区商务主管部门。各区商务主管部门出具初审意见，连同企业材料于 10 月 15 日前报送市商务委。各区在报送纸质材料时还需出具公函（包括本区推荐参与创建全部企业名单，并进行排序），加盖各区商务主管部门印章。

（二）市商务委组织专家评审。根据收到的企业申报材料，市商务委将组织专家对有关企业进行实地抽查和核实；同时，将组织专家按照《管理办法》中有关标准，对参评企业进行评估，形成综合得分、排名和评审意见。

（三）结果公布。评审结果在市商务委门户网站公示 7 天。公示期结束，无异议或异议不成立的，向社会公布。

二、工作要求

（一）加强组织领导。各区商务主管部门要充分重视此项工作，对有关企业的情况加强审核把关，遴选符合条件的企业上报。督促企业及时、如实报送相关材料。

（二）强化日常管理。各区要加强对电子商务示范企业的日

常管理。各区要加强对电子商务示范企业的日常管理和监督考核，对不符合《管理办法》示范创建条件和要求的，要及时报送相关情况，市商务委将取消相关企业示范资格。

（三）做好宣传推广。总结典型经验、创新做法和取得成效，充分发挥优秀电子商务企业的示范带动作用，推进数字商务发展、落实电商稳增长、激发市场主体活力。

三、联系方式

联系人：电子商务处 周 和 23110542

地 址：世博村路 300 号 7 号楼 1201

附件：1. 上海市电子商务示范企业创建管理办法
2. 电子商务示范企业申请表
3. 电子商务示范企业申报提纲
4. 电子商务企业诚信经营承诺书

上海市商务委员会

2023 年 9 月 20 日

上海市商务委员会文件

沪商规〔2023〕4号

上海市商务委员会关于印发《上海市电子商务示范企业创建管理办法》的通知

各区商务主管部门、各有关单位：

为加快推进上海市电子商务高质量发展，根据商务部、中央网信办、发展改革委印发的《“十四五”电子商务发展规划》（商电发〔2021〕191号）要求，我委制订了《上海市电子商务示范企业创建管理办法》。现印发给你们，请遵照执行。

（此件主动公开发布）



上海市电子商务示范企业创建管理办法

第一章 总则

第一条（目的和依据）

为加快推进上海市电子商务高质量发展，根据商务部、中央网信办、发展改革委印发的《“十四五”电子商务发展规划》要求，制订本办法。

第二条（定义）

上海市电子商务示范企业是指在本市行政区域内依法合规经营、运营状况良好、社会效益明显、业务水平领先、创新实践突出，并能发挥示范引领作用的电子商务企业。

第三条（适用范围）

上海市行政区域内，电子商务示范企业的创建管理适用本办法。

第四条（管理部门）

上海市商务委员会（以下简称“市商务委”）负责上海市电子商务示范企业的创建管理，各区商务主管部门做好本区域内电子商务示范企业的初审推荐和服务指导工作。

第二章 申报和创建

第五条（申报条件）

申报示范的电子商务企业须同时符合以下条件：

（一）基本条件

1. 在上海市内注册的独立法人企业。

2. 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、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。

3. 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。

4. 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。

5. 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。

6. 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。

7. 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。

8. 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。

9. 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。在经营活动中未发生重大安全、重大质量事故，且无严重失信行为。

（二）不同类型企业原则上还应具备的相应条件

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，其年度电子商务交易额在 10 亿元（含）以上，员工总数在 100 人（含）以上。

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，其年度电子商务交易额在 2 亿元（含）以上，员工总数在 50 人（含）以上。

3. 电子商务服务企业。为电子商务发展提供营销（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、数字生活服务等相关服务的企业，其年度营业收入在 5000 万元（含）以上。

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，其运营平台的年度电子商务交易额在 100 亿元（含）以上，员工总数在 1000 人（含）以上。

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，其年度营业收入在 1000 万元以上且增速超过 100%，员工总数在 50 人（含）以上。

（三）示范性要求

围绕上海建设国际贸易中心、国际消费中心城市目标，鼓励电子商务企业在以下单个或多个方面创新发展，并起到示范带动作用。

1. 促进产业发展。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。丰富商品供应，推动老字号复兴，培育网络新消费品牌，促进消费和产业升级为中小微企业提供各类专业化服务，为产业赋能。

2. 强化民生保障。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。

3. 推动绿色发展。在塑料包装减量、绿色包装治理、垃圾分类管理等方面积极履行企业主体责任，加大绿色发展宣传推广，优先开展绿色采购，倡导绿色消费。

4. 助力数商兴农。围绕电商对口合作、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。

5. 扩大国际合作。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。积极参与“一带一路”共建国家“丝路电商”交流合作，促进与共建国家“丝路云品”对接，举办“丝路云品”主题促消费活动。

6. 优化行业环境。合法合规经营，健全企业合规体系和知识产权保护体系，完善平台规则与治理，保障相关主体合法权益；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，落实党风廉政责任。

第六条（申报材料）

申报示范的电子商务企业应提供以下材料：

- （一）电子商务示范企业申请表；
- （二）电子商务示范企业申报书；
- （三）经审计的会计年报；
- （四）相关管理制度和成果证明材料；
- （五）电子商务企业诚信经营承诺书；
- （六）区商务主管部门推荐函。

第七条（创建程序）

电子商务示范企业创建工作按下列程序进行：

（一）通知发布。在市商务委门户网站公开发布示范创建工作通知，鼓励电子商务企业积极参与。

（二）各区推荐。符合申报条件的企业向注册地所在区商务主管部门提出申请，经区商务主管部门初审推荐后报市商务委。

（三）专家评审。市商务委组织召开专家评审会，根据电子

商务示范企业遴选指标体系，综合评价、择优确定。

（四）结果公示。评审结果在市商务委门户网站公示 7 天。

（五）名单公布。公示期结束，无异议或异议不成立的，向社会公布。

第三章 监督与管理

第八条（支持鼓励）

鼓励各区商务主管部门出台具有自身特色的促进政策，结合实际情况给予支持。

第九条（指导监督）

市商务委会同区商务主管部门加强对电子商务示范企业的工作指导，电子商务示范企业应当定期向市商务委报送年度工作总结、运行情况等工作材料。

第十条（动态管理）

市商务委通过综合评价的办法，每两年创建一批电子商务示范企业。对存在以下行为的，取消示范资格且四年内不得再次申报：

1. 报送材料中存在虚假信息的。2. 在经营活动中发生重大安全、重大质量事故或有严重失信行为的。3. 不符合本办法其他要求和条件的。

第四章 附则

第十一条

本办法由上海市商务委员会负责解释。

第十二条

本办法自 2023 年 9 月 1 日起施行，有效期至 2028 年 8 月 31 日。

- 附件：
1. 电子商务示范企业遴选指标体系
 2. 电子商务示范企业申报表
 3. 电子商务示范企业申报提纲
 4. 电子商务企业诚信经营承诺书

附件 1

电子商务示范企业遴选指标体系

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”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	企业是否在国内外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。
	吸纳应届大学毕业生就业人数	人	企业吸纳应届大学毕业生就业人数。	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、区块链、物联网工程技术人员等相关岗位。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
示范能力	数字化管理	信息化管理	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。	企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
		降低管理成本	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。
		大数据分析	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。
	数据要素应用	大数据共享	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。
		开展海外投资	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。
	海外投资	覆盖国家/地区数量	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。
		投资额度	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。

	科研水平	研发投入	%	企业研发投入占总收入的比例。	企业自行填报。
	网络安全	专利数量	个	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。	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。
		风控机制	是/ 否	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。	具体做法, 取得进展及成效, 可以提供具体案例。
	党建水平	数据保护	是/ 否	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。	具体做法, 取得进展及成效, 可以提供具体案例。
		党员人数	人	1. 企业全部员工中党员总数; 2. 正式党员和预备党员数。	企业员工统计表等能体现党员数量的材料。
		设立党组织	是/ 否	企业是否已经设立党组织。	相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。
		责任落实	是/ 否	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。	相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。
		学习贯彻	是/ 否	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; 定期开展主题党日活动; 组织党	相关工作或活动的通知、记录、报道、照片、文档等。

				员定期学习。					
				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。		
				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。		
带动能力	公益慈善			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。		
				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。		
				企业自治	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；	具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。		

			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质量的自查及改进工作。	
	行业自律	是/ 否	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	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。
	管理措施	是/ 否	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。
绿色发展	绿色包装	是/ 否	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	是/ 否	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					
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。
	用户规模	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。
		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； 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。
		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。
示范能力	国际化	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	交易凭证或新闻报道等。

			是否包含新兴市场国家。			企业自行填报，能体现该项内容的相关证明材料。
模式创新	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。
		%	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。
		是/否	个性化定制	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。
		是/否	智能制造	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。
		是/否	快反供应链	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。
		是/否	数字供应链	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	应急保障机制	是/否	企业是否建立应急保障机制，确保在自然灾害等重大事件中能够为社会提供应急物资。		具体做法，取得进展及成效。可以提供具体案例。	
	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。	

带动能力	扶农助农	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。
		精准帮扶	是/ 否	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。
		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。
	实体商业	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。
	产业带动	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、	相关工作报道、照片、文档

				营销等环节的线上化。	等。
			个	带动新国货品牌数量	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。
			是/ 否	产业带促进	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。
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。

示范能力	渠道建设	品牌数量	个	企业拥有的品牌数量。	申请的商标及相应文件。
		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/否	企业是否通过自建站、App、小程序、公众号等方式自建销售渠道。	具体做法，取得进展及成效。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。
	模式创新	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。
	智能制造	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。 可以提供具体案例。
品牌出海	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。	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电子商务出口交易规模; 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。
	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	企业跨境电商出口目的地中是否包含“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	企业跨境电商出口目的地中是否包含新兴市场国家。	交易凭证或新闻报道等。
电子商务服务企业				

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	业务量	件	1. 报告年度内, 企业实现的电子商务订单量; 2. 单位: 件。不要自行改变单位; 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报, 能体现该项内容的相关证明材料。
		电子商务成交额	万元	1. 报告年度内, 企业实现的电子商务成交额; 2. 单位: 万元。不要自行改变单位; 3. 此数字应与申报书一致。	企业自行填报, 能体现该项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。
	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。
		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。

		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。
示范能力	平台内经营者规模				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。
	数字技术应用	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。
		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。
		其他技术创新	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。
		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。
	服务出海				

		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	应急保障	应急保障机制	是/否	企业是否建立应急保障机制，确保在自然灾害等重大事件中能够为社会提供应急服务。	具体做法，取得进展及成效。 可以提供具体案例。	
		供应物资货值	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。	
		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。	
	带动产业数字化	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、人才培养等。	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。

附件 2

电子商务示范企业申报表

填表时间： 年 月 日

企业名称		统一社会信用代码		法定代表人	
企业网址		注册资本		注册类型	
注册时间		电商业务开始时间			
企业联系人	姓名		职务		工作电话
	手机		微信		电子邮件
企业类型	☐ 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 ☐ 其他创新型电子商务企业 说明：每个企业只能选择一个类型申报，企业类型说明参见《上海市电子商务示范企业创建管理办法》。				
示范方向	☐ 促进产业发展 ☐ 强化民生保障 ☐ 推动绿色发展 ☐ 助力数商兴农 ☐ 扩大国际合作 ☐ 优化行业环境 说明：企业可选择一个或多个示范方向申报，详细说明参见《上海市电子商务示范企业创建管理办法》。				
营收情况	前年度营业收入_____万元，增长率_____%，纳税额_____万元，增长率_____。 上年度营业收入_____万元，增长率_____%，纳税额_____万元，增长率_____。 是否实现盈利： ☐ 是 ☐ 否。				
企业上市情况	是否为上市企业： ☐ 是 ☐ 否。当前公司市值：_____万元。 所在股市： ☐ 上海 ☐ 深圳 ☐ 科创板 ☐ 新三板 ☐ 香港 ☐ 纽约 ☐ 纳斯达克 ☐ 伦敦 ☐ 其他_____。				
从业人员数	截至上年末，企业拥有员工人数合计_____人，其中技术团队人员_____人，吸纳应届大学毕业生_____人，带动农村地区就业_____人。 是否设置了人工智能、云计算、大数据、区块链、物联网工程技术人员等相关岗位： ☐ 是 ☐ 否。 说明：“截至上年末”的起始时间为企业成立或首次开展相关业务的时间，下同。				
数字化管理	企业在哪些方面应用了数字化、在线化的信息管理系统或工具： ☐ 客户管理 ☐ 供应链管理 ☐ 订单管理 ☐ 办公流程 ☐ 其他_____。 通过应用数字化管理，企业实现降低管理成本_____万元、降低人力成本_____万元。				

数据要素应用	是否在商务活动中使用大数据技术：☐是 ☐否。企业应用以下哪些方式获取数据： ☐日志采集 ☐实时采集 ☐网络数据采集 ☐数据交易 ☐其他_____。 在商业运营中应用以下哪些数据处理技术：☐机器学习 ☐深度学习 ☐边缘计算 ☐其他_____。 是否使用自研/第三方提供的的数据质量监控系统平台（大数据采集后，用于检测、筛选高质量数据的系统，应用后能有效节约数据储存空间，提升数据分析速度）：☐是 ☐否。 是否使用自研/第三方提供的用户行为分析、用户画像等技术：☐是 ☐否。 是否与政府或其他组织机构分享脱敏数据（严格遵守数据安全法，在签署相关数据协议后，有偿或无偿分享）：☐是 ☐否；其中与☐国家级 ☐省级 ☐地市级 ☐县级 政府分享企业数据。
海外投资	是否在海外开展电子商务相关业务的投融资或并购活动：☐是 ☐否。 截至上年末，企业在海外投资涉及的国家或地区数量：_____个，投资金额_____万元。
科研水平	截至上年末，企业研发投入占总收入的比例：_____%，拥有的专利数量_____个。 是否被认定为高新技术企业：☐是 ☐否 ☐正在申请。
网络安全	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：☐是 ☐否。 是否建立相应的安全协议，保护用户个人数据及隐私信息的安全：☐是 ☐否。
党建水平	企业的党员人数：_____人。 是否设立党组织：☐是 ☐否。 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的作用，促进“两个责任”的落实：☐是 ☐否。 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；定期开展主题党日活动；组织党员定期学习：☐是 ☐否。 是否开展以下党内活动：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；贯彻落实《关于新形势下党内政治生活的若干准则》：☐是 ☐否。 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：☐是 ☐否。
公益慈善	是否开展过公益慈善活动：☐是 ☐否，公益活动价值总额：_____万元。
标准建立	是否参与编制过电子商务相关领域的团体、行业或国家标准：☐是 ☐否。 截至上年末，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：_____个，参与编制的电子商务相关领域国家标准数量：_____个。
环境打造	是否发布/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，或开展关于自身产品/服务质量的自查及改进工作：☐是 ☐否。 是否在报告年度内建立合规管理制度：☐是 ☐否。 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：☐是 ☐否。 是否积极将企业示范效应和先进经验向社会宣传推广：☐是 ☐否。

绿色发展	是否制定绿色发展相关管理制度： ☐ 是 ☐ 否。 是否组织开展与绿色发展和节能减排相关的培训活动： ☐ 是 ☐ 否。 是否推广使用绿色包装或采取措施实现包装减量： ☐ 是 ☐ 否。 是否建立包装产品合格供应商制度： ☐ 是 ☐ 否。 是否设置绿色产品销售专区： ☐ 是 ☐ 否。 是否采取激励措施，引导消费者购买绿色产品： ☐ 是 ☐ 否。
综合型电子商务企业填写此项	
申报综合型电子商务企业需包含至少两种业务类型，请勾选并分别填写下表中的分类型指标数据。	
☐ 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	
电子商务平台企业填写此项	
业务规模	前年度，企业实现订单量_____万件，电子商务交易额_____万元，增长率_____%，下沉市场交易额占比_____%。 上年度，企业实现订单量_____万件，电子商务交易额_____万元，增长率_____%，下沉市场交易额占比_____%。
用户规模	截至上年末， 个人用户注册数量_____个，增长率_____%（toC平台填写）。 企业用户注册数量_____个，增长率_____%（toB平台填写）。 平台内经营者数量_____个，增长率_____%（第三方平台填写）。 说明：个人用户与企业用户均指在平台上购买或采购商品的买家；平台内经营者指在平台上销售商品的卖家。
国际化	是否开展跨境电商业务（包括进、出口）： ☐ 是 ☐ 否。 前年度，实现跨境电商交易额_____万元，增长率_____%。 上年度，实现跨境电商交易额_____万元，增长率_____%。 跨境电商业务的商品来源国或出口目的地中是否包含“一带一路”沿线国家： ☐ 是 ☐ 否。 跨境电商业务的商品来源国或出口目的地中是否包含新兴市场国家： ☐ 是 ☐ 否。
模式创新	前年度的电子商务交易额中，通过直播带货实现的交易额占比为_____%，通过社交电商实现的交易额占比为_____%（toC平台填写）。 上年度的电子商务交易额中，通过直播带货实现的交易额占比为_____%，通过社交电商实现的交易额占比为_____%（toC平台填写）。 是否开展个性化定制业务： ☐ 是 ☐ 否；个性化定制占全部交易额的比重为_____%。 是否自建或协作数字化工厂： ☐ 是 ☐ 否。 是否具备基于用户反馈的快速研发、设计能力： ☐ 是 ☐ 否。 是否通过数字化方式连接上游生产制造企业： ☐ 是 ☐ 否（toB平台填写）。 是否实现以下连接方式： ☐ 报价及订单在线 ☐ 制造执行在线 ☐ 产能在线 ☐ 设备在线（toB平台填写）。 说明：社交电商模式指通过社群、朋友圈等社交网络分享、销售商品的模式，不包含直播电商模式。

应急保障	是否建立应急保障机制，确保在自然灾害等重大事件中能够为社会提供应急物资： ☐ 是 ☐ 否。 上年度，企业为社会提供的应急物资对应的货值：_____万元。
扶农助农	是否应用社交电商模式助力农产品上行，促进农民增收： ☐ 是 ☐ 否。 通过电子商务助力农村脱贫人口就业创业和增收人数：_____人。 前年度，企业实现农产品网上零售额_____万元，增长率_____%。 上年度，企业实现农产品网上零售额_____万元，增长率_____%。 上年度，企业累计孵化农产品品牌数量为_____个，在农村地区新建电商中心、配送网点、服务站等载体数量为_____个。
实体商业	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： ☐ 是 ☐ 否。 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： ☐ 是 ☐ 否。
产业带动	上年度，企业共带动_____个传统品牌实现销售、营销等环节的线上化，共带动_____个新国货品牌实现销售、营销等环节的线上化。 是否在产业带开展相关活动，促进产业带电子商务应用： ☐ 是 ☐ 否。
电子商务品牌经销企业填写此项	
业务规模	前年度，企业实现订单量_____万件，电子商务销售额_____万元，增长率_____%，线上销售额占比_____%。 上年度，企业实现订单量_____万件，电子商务销售额_____万元，增长率_____%，线上销售额占比_____%。 截至上年末，企业拥有的品牌数量：_____个。
渠道建设	截至上年末，企业入驻并开展线上销售业务的电子商务平台数量：_____个。 是否通过以下方式自建销售渠道： ☐ 自建站 ☐ App ☐ 小程序 ☐ 公众号 ☐ 其他_____。 是否通过以下方式布局线下渠道： ☐ 入驻卖场 ☐ 与经销商合作 ☐ 开实体店 ☐ 其他_____。
模式创新	在前年度的电子商务销售额中，通过自建渠道实现的销售占比为_____%，通过社交电商分销的销售占比为_____%，通过直播带货实现的销售占比为_____%。 在上年度的电子商务销售额中，通过自建渠道实现的销售占比为_____%，通过社交分销实现的销售占比为_____%，通过直播带货实现的销售占比为_____%。
智能制造	是否自建或协作数字化工厂： ☐ 是 ☐ 否。 是否通过数字化方式连接上下游企业： ☐ 是 ☐ 否。 是否开展 C2M 个性化定制业务： ☐ 是 ☐ 否。企业 2021 年拥有 C2M 产品 SKU_____种，实现销售额_____万元。 是否具备基于用户反馈的快速研发、设计能力： ☐ 是 ☐ 否。
品牌出海	是否通过跨境电商将商品销售到境外的国家或地区： ☐ 是 ☐ 否。 企业通过何种线上渠道开展品牌出海： ☐ 入驻第三方电子商务平台 ☐ 独立电子商务网站 ☐ 两者都有。 前年度，实现跨境电商交易额_____万元，增长率_____%。 上年度，实现跨境电商交易额_____万元，增长率_____%。 跨境电商出口目的地国中是否包含“一带一路”沿线国家： ☐ 是 ☐ 否。 跨境电商出口目的地国中是否包含新兴市场国家： ☐ 是 ☐ 否。

电子商务服务企业填写此项	
经营情况	前年度，企业实现电商服务订单量_____件，电商服务成交额_____万元，增长率_____%。 上年度，企业实现电商服务订单量_____件，电商服务成交额_____万元，增长率_____%。 截至上年末，用户注册数量_____个，增长率_____%；平台内经营者数量_____个，增长率_____%。 企业是否提供共享类型服务：☐是 ☐否；上年共享服务交易额为_____万元，占全部交易额的_____%。
服务类型	企业提供哪些类型的服务（可多选）： ☐物流 ☐支付/金融 ☐营销 ☐代运营 ☐信用 ☐咨询 ☐云服务 ☐应用型软件开发与解决方案 ☐电子商务保险 ☐消费信贷 ☐电子票据 ☐网络安全与区块链 ☐培训 ☐外综服 ☐线上商品交易 ☐餐饮 ☐办公 ☐出行 ☐教育 ☐医疗 ☐体育 ☐住宿 ☐空间 ☐法律 ☐其他_____。
数字技术应用	是否正在探索 5G 在电子商务服务中的应用场景：☐是 ☐否。 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：☐是 ☐否。 是否在供需匹配、算法决策、用户画像管理、用户行为分析等方面运用大数据技术：☐是 ☐否。 是否通过无人机、无人车、无人终端等无人设备提供服务：☐是 ☐否。 是否开展上述技术以外的其他技术创新：☐是 ☐否。
应急保障	是否建立应急保障机制，确保在自然灾害等重大事件中能够为社会提供应急服务：☐是 ☐否。 上年度，企业为社会提供的应急服务对应的价值：_____万元。
服务出海	是否为境外的电子商务企业提供服务：☐是 ☐否。 在境外提供哪些类型的服务（可多选）：☐海外仓 ☐国际物流 ☐海外配送 ☐营销推广 ☐售后维修 ☐金融保险 ☐咨询 ☐其他_____。 前年度，企业在境外实现的电商服务交易规模：_____万元。 上年度，企业在境外实现的电商服务交易规模：_____万元。
带动产业数字化	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：☐是 ☐否。 上年度，企业服务的传统企业数量为_____家。
赋能中小企业	是否向中小企业开放端口，为其提供支撑服务：☐是 ☐否。 提供以下哪些服务类型：☐供需对接 ☐资源支撑 ☐金融信贷 ☐技术保障 ☐人才培养 ☐其他_____。 上年度，企业服务的中小企业数量为_____家。
其他创新型电子商务企业填写此项	
经营情况	前年度，企业主营业务实现交易额_____万元，增长率_____%，平台访问量(PV)_____次，独立访问量(UV)_____次，App 下载量_____次，增长率_____%。 上年度，企业主营业务实现交易额_____万元，增长率_____%，平台访问量(PV)_____次，独立访问量(UV)_____次，App 下载量_____次，增长率_____%。 截至上年末，用户注册数量_____个，增长率_____%。

应用载体	企业电子商务应用，主要通过何种载体： ☐ 独立电子商务网站 ☐ App ☐ 入驻第三方电子商务平台 ☐ 其他_____。
各区商务主管部门推荐意见	 区商务主管部门（盖章） 年 月 日

附件 3

电子商务示范企业申报提纲

一、企业概况

（一）基本情况

包括但不限于：企业成立时间、地点、主营业务、服务对象及覆盖范围，股权结构及与子（母）公司业务联系、企业规模、行业地位、员工数量等。

（二）经营业绩

包括但不限于：盈利模式、近两年来主营业务收入、产品销售产值、实现利润、利税总额等。

（三）市场定位

包括但不限于：企业所服务行业或领域整体发展情况，行业地位及市场空间，与主要竞争对手的业务区别等。

（四）主要产品及服务

包括但不限于：企业主要产品或服务介绍，上线时间，市场效果（通过数据或例证表述）和市场同类产品的区别等。

二、示范特色

根据业务情况，详细说明本企业在所申报示范方向的特色业务、创新方式方法、实际案例及业绩等。包括但不限于如下几种：

（一）促进产业发展。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。丰富商品供应，推动老字号复兴，培育网络新消费品牌，促进消费和产业升级；为中小微企业提供各类专业化服务，为产业赋能。

（二）强化民生保障。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）推动绿色发展。在塑料包装减量、绿色包装治理、垃圾分类管理等方面积极履行企业主体责任，加大绿色发展宣传推广，优先开展绿色采购，倡导绿色消费。

（四）助力数商兴农。围绕电商对口合作、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）扩大国际合作。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。积极参与“一带一路”共建国家“丝路电商”交流合作，促进与共建国家“丝路云品”对接，举办“丝路云品”主题促消费活动。

（六）优化行业环境。合法合规经营，健全企业合规体系和知

识产权保护体系，完善平台规则与治理，保障相关主体合法权益；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，落实党风廉政责任。

三、电子商务应用绩效评价

（一）应用电子商务为企业带来的经济效益。

（二）应用电子商务为企业带来的社会效益（包括但不限于带动就业、服务民生、促消费等）。

（三）行业知名度和推广价值。

四、主要管理制度和技术措施

（一）参与行业标准化工作情况和电商领域国标、行标执行情况。

（二）云计算、大数据、人工智能、区块链、5G 等数字技术应用情况及应用效果。

（三）防止侵犯知识产权和销售假冒伪劣商品的技术措施和管理制度。

（四）完善交易规则、提高交易服务质量和水平、处理交易纠纷，保护用户权益的做法及成效。

五、企业未来发展规划及其他需要说明的事项

附件 4

电子商务企业诚信经营承诺书

为共建共享电子商务诚信经营环境，我单位公开承诺：

一、遵纪守法，严格履行相关义务。认真落实《关于全面加强电商领域诚信建设的指导意见》，严格遵守守信联合激励与失信联合惩戒制度，坚决抵制侵犯知识产权、假冒伪劣、服务违约、虚假宣传、刷单炒信以及滥用、泄露和非法倒卖个人隐私信息等行为，切实保护消费者权益。

二、积极立信，建立健全信用记录。对入驻平台的经营者建立实名登记制度，加强管理和定期核查。完善信用评价体系，健全信用评价规则，充分公开交易双方评价结果和服务承诺履约情况，及时将恶意评价、恶意刷单、虚假流量、图物不符、假冒伪劣、价格欺诈等失信行为纳入诚信档案。积极配合第三方信用评价，推动信用信息共享、互认。

三、诚信经营，自觉接受社会监督。牢固树立诚信经营意识，加强商品质量、服务履约、广告宣传等方面的信用管控，强化数据信息的保护与管理。优选合格可靠供货渠道，建立检验抽查制度，维护商品质量安全。加强自律，自觉接受主管部门、行业组织、公众媒体监督。若发生违法失信行为，自愿接受约束和惩戒。

承诺单位(盖章):

负责人(签字):

日 期: 年 月 日

附件 2

电子商务示范企业申报表

填表时间： 年月日

企业名称		统一社会信用代码		法定代表人	
企业网址		注册资本		注册类型	
注册时间		电商业务开始时间			
企业联系人	姓名		职务		工作电话
	手机		微信		电子邮件
企业类型	☐ 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 ☐ 其他创新型电子商务企业 说明：每个企业只能选择一个类型申报，企业类型说明参见《上海市电子商务示范企业创建管理办法》。				
示范方向	☐ 促进产业发展 ☐ 强化民生保障 ☐ 推动绿色发展 ☐ 助力数商兴农 ☐ 扩大国际合作 ☐ 优化行业环境 说明：企业可选择一个或多个示范方向申报，详细说明参见《上海市电子商务示范企业创建管理办法》。				
营收情况	前年度营业收入 _____ 万元，增长率 _____ %，纳税额 _____ 万元，增长率 _____ %。 上年度营业收入 _____ 万元，增长率 _____ %，纳税额 _____ 万元，增长率 _____ %。 是否实现盈利： ☐ 是 ☐ 否。				
企业上市情况	是否为上市企业： ☐ 是 ☐ 否。当前公司市值： _____ 万元。 所在股市： ☐ 上海 ☐ 深圳 ☐ 科创板 ☐ 新三板 ☐ 香港 ☐ 纽约 ☐ 纳斯达克 ☐ 伦敦 ☐ 其他 _____。				
从业人员数	截至上年末，企业拥有员工人数合计 _____ 人，其中技术团队人员 _____ 人，吸纳应届大学毕业生 _____ 人，带动农村地区就业 _____ 人。 是否设置了人工智能、云计算、大数据、区块链、物联网工程技术人员等相关岗位： ☐ 是 ☐ 否。 说明：“截至上年末”的起始时间为企业成立或首次开展相关业务的时间，下同。				
数字化管理	企业在哪些方面应用了数字化、在线化的信息管理系统或工具： ☐ 客户管理 ☐ 供应链管理 ☐ 订单管理 ☐ 办公流程 ☐ 其他 _____。 通过应用数字化管理，企业实现降低管理成本 _____ 万元、降低人力成本 _____ 万元。				

数据要素应用	是否在商务活动中使用大数据技术：☐是 ☐否。企业应用以下哪些方式获取数据： ☐日志采集 ☐实时采集 ☐网络数据采集 ☐数据交易 ☐其他_____。 在商业运营中应用以下哪些数据处理技术：☐机器学习 ☐深度学习 ☐边缘计算 ☐其他_____。 是否使用自研/第三方提供的数据库质量监控系统平台（大数据采集后，用于检测、筛选高质量数据的系统，应用后能有效节约数据存储空间，提升数据分析速度）：☐是 ☐否。 是否使用自研/第三方提供的用户行为分析、用户画像等技术：☐是 ☐否。 是否与政府或其他组织机构分享脱敏数据（严格遵守数据安全法，在签署相关数据协议后，有偿或无偿分享）：☐是 ☐否；其中与☐国家级 ☐省级 ☐地市级 ☐县级 政府分享企业数据。
海外投资	是否在海外开展电子商务相关业务的投融资或并购活动：☐是 ☐否。 截至上年末，企业在海外投资涉及的国家或地区数量：_____个，投资金额_____万元。
科研水平	截至上年末，企业研发投入占总收入的比例：_____%，拥有的专利数量_____个。 是否被认定为高新技术企业：☐是 ☐否 ☐正在申请。
网络安全	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：☐是 ☐否。 是否建立相应的安全协议，保护用户个人数据及隐私信息的安全：☐是 ☐否。
党建水平	企业的党员人数：_____人。 是否设立党组织：☐是 ☐否。 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的作用，促进“两个责任”的落实：☐是 ☐否。 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；定期开展主题党日活动；组织党员定期学习：☐是 ☐否。 是否开展以下党内活动：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；贯彻落实《关于新形势下党内政治生活的若干准则》：☐是 ☐否。 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：☐是 ☐否。
公益慈善	是否开展过公益慈善活动：☐是 ☐否，公益活动价值总额：_____万元。
标准建立	是否参与编制过电子商务相关领域的团体、行业或国家标准：☐是 ☐否。 截至上年末，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：_____个，参与编制的电子商务相关领域国家标准数量：_____个。
环境打造	是否发布/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，或开展关于自身产品/服务质量的自查及改进工作：☐是 ☐否。 是否在报告年度内建立合规管理制度：☐是 ☐否。 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：☐是 ☐否。 是否积极将企业示范效应和先进经验向社会宣传推广：☐是 ☐否。

绿色发展	是否制定绿色发展相关管理制度： ☐ 是 ☐ 否。 是否组织开展与绿色发展和节能减排相关的培训活动： ☐ 是 ☐ 否。 是否推广使用绿色包装或采取措施实现包装减量： ☐ 是 ☐ 否。 是否建立包装产品合格供应商制度： ☐ 是 ☐ 否。 是否设置绿色产品销售专区： ☐ 是 ☐ 否。 是否采取激励措施，引导消费者购买绿色产品： ☐ 是 ☐ 否。
综合型电子商务企业填写此项	
申报综合型电子商务企业需包含至少两种业务类型，请勾选并分别填写下表中要求的分类型指标数据。	
☐ 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	
电子商务平台企业填写此项	
业务规模	前年度，企业实现订单量_____万件，电子商务交易额_____万元，增长率_____%，下沉市场交易额占比_____%。 上年度，企业实现订单量_____万件，电子商务交易额_____万元，增长率_____%，下沉市场交易额占比_____%。
用户规模	截至上年末， 个人用户注册数量_____个，增长率_____%（toC 平台填写）。 企业用户注册数量_____个，增长率_____%（toB 平台填写）。 平台内经营者数量_____个，增长率_____%（第三方平台填写）。 说明：个人用户与企业用户均指在平台上购买或采购商品的买家；平台内经营者指在平台上销售商品的卖家。
国际化	是否开展跨境电商业务（包括进、出口）： ☐ 是 ☐ 否。 前年度，实现跨境电商交易额_____万元，增长率_____%。 上年度，实现跨境电商交易额_____万元，增长率_____%。 跨境电商业务的商品来源国或出口目的地国中是否包含“一带一路”沿线国家： ☐ 是 ☐ 否。 跨境电商业务的商品来源国或出口目的地国中是否包含新兴市场国家： ☐ 是 ☐ 否。
模式创新	前年度的电子商务交易额中，通过直播带货实现的交易额占比为_____%，通过社交电商实现的交易额占比为_____%（toC 平台填写）。 上年度的电子商务交易额中，通过直播带货实现的交易额占比为_____%，通过社交电商实现的交易额占比为_____%（toC 平台填写）。 是否开展个性化定制业务： ☐ 是 ☐ 否；个性化定制占全部交易额的比重为_____%。 是否自建或协作数字化工厂： ☐ 是 ☐ 否。 是否具备基于用户反馈的快速研发、设计能力： ☐ 是 ☐ 否。 是否通过数字化方式连接上游生产制造企业： ☐ 是 ☐ 否（toB 平台填写）。 是否实现以下连接方式： ☐ 报价及订单在线 ☐ 制造执行在线 ☐ 产能在线 ☐ 设备在线（toB 平台填写）。 说明：社交电商模式指通过社群、朋友圈等社交网络分享、销售商品的模式，不包含直播电商模式。

应急保障	是否建立应急保障机制，确保在自然灾害等重大事件中能够为社会提供应急物资： ☐ 是 ☐ 否。 上年度，企业为社会提供的应急物资对应的货值：_____万元。
扶农助农	是否应用社交电商模式助力农产品上行，促进农民增收： ☐ 是 ☐ 否。 通过电子商务助力农村脱贫人口就业创业和增收人数：_____人。 前年度，企业实现农产品网上零售额_____万元，增长率_____%。 上年度，企业实现农产品网上零售额_____万元，增长率_____%。 上年度，企业累计孵化农产品品牌数量为_____个，在农村地区新建电商中心、配送网点、服务站等载体数量为_____个。
实体商业	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： ☐ 是 ☐ 否。 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： ☐ 是 ☐ 否。
产业带动	上年度，企业共带动_____个传统品牌实现销售、营销等环节的线上化，共带动_____个新国货品牌实现销售、营销等环节的线上化。 是否在产业带开展相关活动，促进产业带电子商务应用： ☐ 是 ☐ 否。
电子商务品牌经销企业填写此项	
业务规模	前年度，企业实现订单量_____万件，电子商务销售额_____万元，增长率_____%，线上销售额占比_____%。 上年度，企业实现订单量_____万件，电子商务销售额_____万元，增长率_____%，线上销售额占比_____%。 截至上年末，企业拥有的品牌数量：_____个。
渠道建设	截至上年末，企业入驻并开展线上销售业务的电子商务平台数量：_____个。 是否通过以下方式自建销售渠道： ☐ 自建站 ☐ App ☐ 小程序 ☐ 公众号 ☐ 其他_____。 是否通过以下方式布局线下渠道： ☐ 入驻卖场 ☐ 与经销商合作 ☐ 开实体店 ☐ 其他_____。
模式创新	在前年度的电子商务销售额中，通过自建渠道实现的销售额占比为_____%，通过社交电商分销的销售额占比为_____%，通过直播带货实现的销售额占比为_____%。 在上年度的电子商务销售额中，通过自建渠道实现的销售额占比为_____%，通过社交分销实现的销售额占比为_____%，通过直播带货实现的销售额占比为_____%。
智能制造	是否自建或协作数字化工厂： ☐ 是 ☐ 否。 是否通过数字化方式连接上下游企业： ☐ 是 ☐ 否。 是否开展 C2M 个性化定制业务： ☐ 是 ☐ 否。企业 2021 年拥有 C2M 产品 SKU_____种，实现销售额_____万元。 是否具备基于用户反馈的快速研发、设计能力： ☐ 是 ☐ 否。
品牌出海	是否通过跨境电商将商品销售到境外的国家或地区： ☐ 是 ☐ 否。 企业通过何种线上渠道开展品牌出海： ☐ 入驻第三方电子商务平台 ☐ 独立电子商务网站 ☐ 两者都有。 前年度，实现跨境电商交易额_____万元，增长率_____%。 上年度，实现跨境电商交易额_____万元，增长率_____%。 跨境电商出口目的地中是否包含“一带一路”沿线国家： ☐ 是 ☐ 否。 跨境电商出口目的地中是否包含新兴市场国家： ☐ 是 ☐ 否。

电子商务服务企业填写此项	
经营情况	前年度，企业实现电商服务订单量_____件，电商服务成交额_____万元，增长率_____%。 上年度，企业实现电商服务订单量_____件，电商服务成交额_____万元，增长率_____%。 截至上年末，用户注册数量_____个，增长率_____%；平台内经营者数量_____个，增长率_____%。 企业是否提供共享类型服务：☐是 ☐否；上年共享服务交易额为_____万元，占全部交易额的_____%。
服务类型	企业提供哪些类型的服务（可多选）： ☐物流☐支付/金融☐营销☐代运营☐信用☐咨询☐云服务☐应用型软件开发与解决方案☐电子商务保险☐消费信贷☐电子票据☐网络安全与区块链☐培训☐外综服☐线上商品交易☐餐饮☐办公☐出行☐教育☐医疗☐体育☐住宿☐空间☐法律☐其他_____。
数字技术应用	是否正在探索 5G 在电子商务服务中的应用场景：☐是 ☐否。 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：☐是 ☐否。 是否在供需匹配、算法决策、用户画像管理、用户行为分析等方面运用大数据技术：☐是 ☐否。 是否通过无人机、无人车、无人终端等无人设备提供服务：☐是 ☐否。 是否开展上述技术以外的其他技术创新：☐是 ☐否。
应急保障	是否建立应急保障机制，确保在自然灾害等重大事件中能够为社会提供应急服务：☐是 ☐否。 上年度，企业为社会提供的应急服务对应的价值：_____万元。
服务出海	是否为境外的电子商务企业提供服务：☐是 ☐否。 在境外提供哪些类型的服务（可多选）：☐海外仓☐国际物流☐海外配送☐营销推广 ☐售后维修☐金融保险☐咨询☐其他_____。 前年度，企业在境外实现的电商服务交易规模：_____万元。 上年度，企业在境外实现的电商服务交易规模：_____万元。
带动产业数字化	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：☐是 ☐否。 上年度，企业服务的传统企业数量为_____家。
赋能中小企业	是否向中小企业开放端口，为其提供支撑服务：☐是 ☐否。 提供以下哪些服务类型：☐供需对接 ☐资源支撑 ☐金融信贷 ☐技术保障 ☐人才培养 ☐其他_____。 上年度，企业服务的中小企业数量为_____家。
其他创新型电子商务企业填写此项	
经营情况	前年度，企业主营业务实现交易额_____万元，增长率_____%，平台访问量（PV）_____次，独立访问量（UV）_____次，App 下载量_____次，增长率_____%。 上年度，企业主营业务实现交易额_____万元，增长率_____%，平台访问量（PV）_____次，独立访问量（UV）_____次，App 下载量_____次，增长率_____%。 截至上年末，用户注册数量_____个，增长率_____%。

应用载体	企业电子商务应用，主要通过何种载体： ☐ 独立电子商务网站 ☐ App ☐ 入驻第三方电子商务平台 ☐ 其他_____。
各区商务主管部门推荐意见	 区商务主管部门（盖章）年月日

附件 3

电子商务示范企业申报提纲

一、企业概况

（一）基本情况

包括但不限于：企业成立时间、地点、主营业务、服务对象及覆盖范围，股权结构及与子（母）公司业务联系、企业规模、行业地位、员工数量等。

（二）经营业绩

包括但不限于：盈利模式、近两年来主营业务收入、产品销售产值、实现利润、利税总额等。

（三）市场定位

包括但不限于：企业所服务行业或领域整体发展情况，行业地位及市场空间，与主要竞争对手的业务区别等。

（四）主要产品及服务

包括但不限于：企业主要产品或服务介绍，上线时间，市场效果（通过数据或例证表述）和市场同类产品的区别等。

二、示范特色

根据业务情况，详细说明本企业在所申报示范方向的特色业务、创新方式方法、实际案例及业绩等。包括但不限于如下几种：

（一）促进产业发展。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。丰富商品供应，推动老字号复兴，培育网络新消费品牌，促进消费和产业升级；为中小微企业提供各类专业化服务，为产业赋能。

（二）强化民生保障。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）推动绿色发展。在塑料包装减量、绿色包装治理、垃圾分类管理等方面积极履行企业主体责任，加大绿色发展宣传推广，优先开展绿色采购，倡导绿色消费。

（四）助力数商兴农。围绕电商对口合作、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）扩大国际合作。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。积极参与“一带一路”共建国家“丝路电商”交流合作，促进与共建国家“丝路云品”对接，举办“丝路云品”主题促消费活动。

（六）优化行业环境。合法合规经营，健全企业合规体系和知识产权保护体系，完善平台规则与治理，保障相关主体合法权益；

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，落实党风廉政责任。

三、电子商务应用绩效评价

（一）应用电子商务为企业带来的经济效益。

（二）应用电子商务为企业带来的社会效益（包括但不限于带动就业、服务民生、促消费等）。

（三）行业知名度和推广价值。

四、主要管理制度和技术措施

（一）参与行业标准化工作情况和电商领域国标、行标执行情况。

（二）云计算、大数据、人工智能、区块链、5G 等数字技术应用情况及应用效果。

（三）防止侵犯知识产权和销售假冒伪劣商品的技术措施和管理制度。

（四）完善交易规则、提高交易服务质量和水平、处理交易纠纷，保护用户权益的做法及成效。

五、企业未来发展规划及其他需要说明的事项

附件 4

电子商务企业诚信经营承诺书

为共建共享电子商务诚信经营环境，我单位公开承诺：

一、遵纪守法，严格履行相关义务。认真落实《关于全面加强电商领域诚信建设的指导意见》，严格遵守守信联合激励与失信联合惩戒制度，坚决抵制侵犯知识产权、假冒伪劣、服务违约、虚假宣传、刷单炒信以及滥用、泄露和非法倒卖个人隐私信息等行为，切实保护消费者权益。

二、积极立信，建立健全信用记录。对入驻平台的经营者建立实名登记制度，加强管理和定期核查。完善信用评价体系，健全信用评价规则，充分公开交易双方评价结果和服务承诺履约情况，及时将恶意评价、恶意刷单、虚假流量、图物不符、假冒伪劣、价格欺诈等失信行为纳入诚信档案。积极配合第三方信用评价，推动信用信息共享、互认。

三、诚信经营，自觉接受社会监督。牢固树立诚信经营意识，加强商品质量、服务履约、广告宣传等方面的信用管控，强化数据信息的保护与管理。优选合格可靠供货渠道，建立检验抽查制度，维护商品质量安全。加强自律，自觉接受主管部门、行业组织、公众媒体监督。若发生违法失信行为，自愿接受约束和惩戒。

承诺单位(盖章):

负责人(签字):

日 期: 年 月 日

