附件7：

**广西电子商务示范基地（直播类）评价指标体系**

| **一级**  **指标** | **二级**  **指标** | **三级指标** | **单位** | **指标解释** | **证明材料**  **（包括但不限于以下内容）** | **得分**  满分（100） |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **承载**  **能力**  **（20）** | 基础  硬件 | **经营面积（2分）** | **平方米** | 1.已投入使用的、用于直播电商企业办公的总建筑面积，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。  3.1000平米以内不得分，2000平米以上得满分。 | 提供直播电商基地建筑面积明细表，以楼宇或企业为单位进行统计。 |  |
| **配套服务面积（2分）** | **平方米** | 基地已投入使用的、用于为直播电商企业提供商业及生活配套的建筑面积，包括仓储面积，也包括为基地直播电商企业提供食宿、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**  **（1分）** | **Mbps** | 1.基地所有直播电商企业网络带宽之和与入驻企业数量之间的比值。  2.是平均带宽，而不是总带宽。 | 提供网络运营商协议等。 |  |
| **直播间数量（5分）** | **间** | 基地已投入使用的、用于为直播电商企业提供直播带货等服务用途的直播间，需要有完善的直播设备。 | 提供直播间布局平面图，面积及直播设备明细表，以间为单位进行统计。 |  |
| 入驻  企业 | **直播电商企业数量（5分）** | **个** | 报告期末入驻基地全部直播电商企业（含在孵直播电商企业，MCN机构）数量，主要包括直播电商上下游产业链相关企业。 | 提供企业名单，列明以下内容：企业名称、企业法人、联系方式、主营业务、营业地址。 |  |
| **直播电商企业入驻率（2分）** | **%** | 基地直播电商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。 |  |
| 入驻主播 | **主播入驻数量（3分）** | **个** | 截至报告期未，基地入驻签约主播数量。10名以上得2分，粉丝量50—100万，+0.5分/人，超过100万+1分/人，最高+2分。 | 提供入驻签约主播协议、主播名单等相关材料。 |  |
| **示范**  **能力**  **（30）** | 发展速度与规模 | **直播电商交易额**  **（8分）** | **万元** | 在报告期内，基地全体直播电商企业产生的直播电商交易总额。 | 直播电商交易额构成明细，按企业统计。 |  |
| **直播电商企业营收总额（8分）** | **万元** | 1.报告期内基地全体直播电商企业营业总收入。  2.该营收应来源于基地直播电商企业进行的直播电商交易或提供的服务，而不应源于传统交易方式或其他非电商业务收入。  3.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。 | 按企业统计。 |  |
| **直播电商企业缴税总额（3分）** | **万元** | 报告期内基地全体直播电商企业缴税总额。直播电商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。 | 按企业统计。 |  |
| **全体直播电商企业从业人数（3分）** | **人** | 1.报告期末基地全体直播电商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。 | 全体直播电商企业从业人数，按企业统计，包括企业名称、地址、从业人数、负责人、联系方式。 |  |
| 快递服务 | **快递成本降幅（3分）** | **%** | 基地内快递成本降低2%以内得1分，2%-5%得2分，5%以上得满分。 | 相关佐证材料。 |  |
| 绿色发展 | **绿色包装占比（2分）** | **%** | 基地内使用可降解、可回收包装的比例，5%以内得1分。5%-10%得2分，10%以上得满分。 | 绿色包装使用情况证明文件。 |  |
| **参与促销活动情况（3分）** | | **场** | 是否组织基地内企业参与网络促消费活动，拓宽企业营销。 | 相关佐证材料，活动方案，活动成果等。 |  |
| **服务**  **能力**  **（40）** | 公共服务 | **直播电商服务能力（6分）** | **是/否** | 重点评价仓储、分拣、包装、物流以及配套服务能力；评价提供美工、文案、直播、营销推广和品牌打造等服务能力。 | 各项服务提供机构、方式、相关管理规范文件等。 |  |
| **行政服务（3分）** | **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。 |  |
| 金融服务 | **面向入驻直播电商企业的投资基金**  **额度（1分）** | **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直播电商企业的投资引导基金额度。  2.聚焦于直播电商领域的投资基金额度，而非其他产业。 | 基金设立、注册及相关证明材料。 |  |
| **获得基地金融服务的直播电商企业**  **数量（1分）** | **个** | 报告期内获得基地金融服务的直播电商企业数量，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、联系方式、主营业务。 |  |
| **直播电商企业获得投融资总额（1分）** | **万元** | 报告期内基地直播电商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、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直播电商企业数量”的证明材料共用表格。 |  |
| 人才服务 | **直播电商人才引进与培养政策（3分）** | **是/否** | 截至报告期末，基地所在区是否设立或实施区域性的直播电商人才引进政策；是否设立或实施区域性的直播电商人才培养政策。 | 政策文件名称、复印件。 |  |
| **年度直播电商培训人次（4分）** | **人次** | 1.报告期内，基地组织的直播电商培训总人次数。  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。 |  |
| 孵化服务 | **在孵直播电商企业数量（5分）** | **个** | 报告期末基地孵化器内在孵直播电商企业数量。 | 在孵企业名单，包括企业名称、办公地址、入驻时间等。 |  |
| **直播电商企业孵化**  **成功率（3分）** | **%** | 1.计算公式：报告期内孵化毕业直播电商企业数/（报告期末在孵直播电商企业数+报告期内孵化毕业企业数）×100%。  2.该指标如果填报100%，“在孵直播电商企业数量”应为0。 | 孵化毕业企业名单，包括企业名称、企业法人、联系方式、主营业务、营业地址。 |  |
| **创建商标品牌数**  **（5分）** | **个** | 1.基地内直播电商企业注册的商标、产品品牌或服务品牌数量，以及其中开展网络销售的农产品品牌数量。  2.该商标品牌的创建应直接来源于企业直播电商交易或服务经营活动。 | 商标图形、商标名称、注册号、登记日期、有效期限等。 |  |
| 环境营造 | **统计监测（2分）** | **是/否** | 截至报告期末，基地是否开展直播电商统计监测工作。 | 实施直播电商统计监测的制度、方案相关文件及表格等。 |  |
| **电商基地开园**  **运营年限（1分）** | **年** | 1.截至报告期末，基地开园运营年限。  2.按照基地自第一家直播电商企业入驻之日计算，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。 |  |
| **发展**  **能力**  **（10）** | 发展潜力 | **规划发展（5分）** | **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（2分）** | **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，开展直播电商研究，应用新技术、开发新产品。 | 相关文件、新闻报道等。 |  |
| **平台合作（3分）** | **是/否** | 截至报告期末，基地是否与国内外知名平台建立合作机制，引入平台资源合作开展专项直播项目等。 | 有关批复文件、新闻报道等。 |  |
| **合计得分** | | | | |  | |