附件5

广西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《电子商务示范企业创建规范》。** | | | | | | | |
| **示范方向** | | □促融合 □促民生 □促发展 □促振兴 □促环境 □促开放 | | | | | | | |
| **说明：企业可选择一个或多个示范方向申报，详细说明参见《电子商务示范企业创建规范》。** | | | | | | | |
| **营收情况** | | 2022年营业收入\_\_\_\_\_\_\_\_\_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2022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2022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2022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2022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2022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** | | | | | | | | | |
| **实物型电子商务平台企业填写以下部分** | | | | | | | | | |
| **业务规模** | | 2021年，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\_\_\_\_\_\_\_\_%。  2022年，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2022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。  2021年，实现跨境电商交易额\_\_\_\_\_\_\_\_万元，增长率\_\_\_\_\_\_\_\_%。  2022年，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** | | 2021年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）。  2022年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、突发疫情等重大事件中能够为社会提供应急物资： □是 □否。  2022年，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。  2021年，企业实现农产品网上零售额\_\_\_\_\_\_\_\_万元，增长率\_\_\_\_\_\_\_\_%。  2022年，企业实现农产品网上零售额\_\_\_\_\_\_\_\_万元，增长率\_\_\_\_\_\_\_\_%。  2022年，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** | | 2022年，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。 | | | | | | | |
| **数字生活服务型电子商务平台企业填写以下部分** | | | | | | | | | |
| **经营情况** | | 企业服务业务覆盖 □线上商品交易 □餐饮 □办公 □出行 □物流 □教育 □医疗 □体育 □住宿 □空间 □法律 □咨询 □金融 □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_。  2021年，企业实现订单量\_\_\_\_\_\_\_\_万件，网络化服务收入\_\_\_\_\_\_\_\_万元，增长率\_\_\_\_\_\_\_\_%。  2022年，企业实现订单量\_\_\_\_\_\_\_\_万件，网络化服务收入\_\_\_\_\_\_\_\_万元，增长率\_\_\_\_\_\_\_\_%。  截至2022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；2022年共享服务交易额为\_\_\_\_\_万元，占全部交易额的\_\_\_\_%。 | | | | | | | |
| **技术创新** | | 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： □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、突发疫情等重大事件中能够为社会提供应急服务： □是 □否。  2022年，企业为社会提供的应急服务对应的价值：\_\_\_\_\_\_\_\_万元。 | | | | | | | |
| **电子商务品牌经销企业填写此项** | | | | | | | | | |
| **业务规模** | | 2021年，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\_\_\_\_\_\_\_\_%。  2022年，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2022年末，企业拥有的品牌数量：\_\_\_\_\_\_\_\_个。 | | | | | | | |
| **渠道建设** | | 截至2022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2021年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2022年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2022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。  2021年，实现跨境电商交易额\_\_\_\_\_\_\_\_万元，增长率\_\_\_\_\_\_\_\_%。  2022年，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** | | 2021年，企业实现电商服务订单量\_\_\_\_\_\_\_\_件，电商服务成交额\_\_\_\_\_\_\_\_万元，增长率\_\_\_\_\_\_\_\_%。  2022年，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2022年末，用户注册数量\_\_\_\_\_\_\_\_个，增长率\_\_\_\_\_\_\_\_%。 | | | | | | | |
| **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 □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、算法决策等方面运用大数据技术： □是 □否。 | | | | | | | |
| **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\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。  2021年，企业在境外实现的电商服务交易规模：\_\_\_\_\_\_\_\_万元。  2022年，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。  2022年，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 □人才培训 □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。  2022年，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** | | 2021年，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\_\_\_\_\_\_\_%。  2022年，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2022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\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。 | | | | | | | |
| **设区市商务主管部门推荐意见** | |  | | | | | | | |
|  | | | | | | | |
|  | | | | | | | |
|  | | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| 设区市商务主管部门（盖章） 年 月 日 | | | | | | | |
|  | |  | | | | | | | |