苏州市吴江区商务局文件

关于评选2022年度苏州市吴江区

数字商务示范企业的通知

吴江开发区、汾湖高新区（黎里镇）、吴江高新区（盛泽镇）、东太湖度假区（太湖新城）管委会，各镇人民政府：

为深入推进我区数字商务创新发展，加快数据赋能，鼓励和引导商务领域相关企业积极应用数字技术创新突破，以新产业、新业态、新模式为商务高质量发展增添新动能，决定开展2022年度苏州市吴江区数字商务示范企业评选活动。

一、申报资格

申报企业需同时满足以下条件：

1.相对于传统电子商务企业，数字商务示范企业更加注重对整个商务流程的数据赋能，利用现代化信息技术和数字技术为手段，形成以数据驱动为核心，以平台为支撑，以产业融合为主线的网络化、智能化、高效化的发展模式。

2.依法在吴江区行政区域内注册，具有独立法人资格，成立时间不低于2年。

3.企业经营的独立网站或网店须开设2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。

4.企业建有专门的数字商务组织管理机构，拥有专业的数字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。

5.企业经营状况良好，2022年销售额在2000万元以上。传统商贸流通企业应用新零售的，新零售业务占比应不低于30%。且可持续发展能力较强，2022年度相关业务收入或利税稳定增长，或在同行业中处于先进水平，用户满意度高，对我区新零售发展具有示范意义和推广价值。

6.申报企业报送材料应客观真实,不得弄虚作假，否则从下年度起3年内不得参加本评选。

二、评选指标

评选将依据企业填报的信息，包括两部分：企业基本信息、企业创新发展特色与成效。

三、申报材料

吴江区数字商务企业申报表（附件2）；

吴江区数字商务企业申报书（详见附件3）；

以上材料按申报单位装订成册，一式一份上报。

四、申报时间和程序

1.申报截止时间：2023年1月12日。

2.申报方式：申请评选企业按照文件要求认真填写申报表，将纸质版送至区商务局市场商贸科孙灿，联系方式：63982291，通讯地址：苏州市吴江区开平路1000号吴江大厦B座22楼2288室，同时将填报好的申报表电子档发送至联系人邮箱([875160468@qq.com](mailto:875160468@qq.com))。

附件：1.2022年吴江数字商务示范企业确认指南（试行）

2.数字商务企业申报表

3.数字商务企业申报书提纲

苏州市吴江区商务局

2022年12月26日

附件1

2022年吴江数字商务示范企业确认指南（试行）

为深入推进我区数字商务创新发展，鼓励和引导商务领域相关企业积极应用数字技术创新突破，以新产业、新业态、新模式为商务高质量发展增添新动力，区商务局决定开展首批区级“数字商务示范企业”评选工作，积极推动新零售等新业态发展，并制定以下确认指南。

一、主要特征

数字经济是牵引经济发展的新动能，数字商务是数字经济的重要组成部分。新零售是数字商务在商贸流通领域的具体体现和实践。本指南所称数字商务企业，是指商贸流通企业利用现代信息技术和数字技术手段，形成以数据驱动为核心，以平台为支撑，以产业融合为主线的网络化、智能化、高效化模式的企业。相较于传统电子商务企业，数字商务企业更加注重对整个商务流程的数据赋能。其主要特征表现在以下六个方面：

（一）创新引领。利用现代信息技术，创新商业模式，研发新产品，拓展新服务，培育新动能。

（二）数据赋能。增强数据收集、加工、分析、应用能力提高业务、管理、决策的精细化和科学化水平，促进提质增效。

（三）平台支撑。依托网络平台，有效整合资源、加快要素流动、推动产业融合、健全生态体系、完善规则标准。

（四）融合发展。以数据为纽带，打通信息壁垒、技术壁垒、行业壁垒，逐步走向跨界融合、线上线下融合、内外贸融合、国内外市场融合发展之路。

（五）资源共享。加快数字资源合理流通、交易和共享，优化数据资源配置效率，提高数据资源利用价值。

（六）生态共治。积极参与数字商务生态治理，助力形成政府引领，企业主体、社会组织、技术社群、社会公众共同参与的治理机制，构建开放、包容、诚信、安全的数字商务生态环境。

二、主要发展方向

（一）新技术模式升级。零售企业应用大数据、云计算、物联网、人工智能、5G，以及区块链等现代技术手段，提升营销、物流、支付等数字化、智能化水平，实现精细化管理、精准化营销；应用生物识别、虚拟现实、增强现实等感知类信息技术，优化登录、认证、购物、验货、支付等流程，挖掘利用平台数据资源，创新消费场景，为消费者提供社群团购、直播带货、餐饮配送等综合服务，提升消费体验。外贸企业精准对接国内市场消费升级需求，应用大数据、工业互联网等技术，研发适销对路的内销产品，开拓国内市场。培育和发展“跨境电商进口+新零售”模式，扩大优质消费品进口，推动境外消费回流。

（二）线上下融合应用。电子商务零售企业和传统零售企业利用现代信息技术手段改造业务流程，在线上进行展示、销售商品和服务，在线下提供体验、配送和售后等服务，促进线上市场和线下市场在商品会员、支付、库存、物流、售后等方面深度融合，利用线上线下渠道传播名优产品品牌。

（三）供应链优化整合。品牌供应商依托对商品供应链和价值链的主导能力，推动供应链上下游数据共享，有效协同整合研发、生产、加工、销售、物流、售后等环节，建立线上线下结合的用户数据采集系统，发现个性化消费需求，建立智能化大规模定制生产方式。电子商务企业或物流快递企业依托自身物流体系，为消费者提供高效快捷的物流服务以及产地直采、直供的优质产品，推动电子商务与快递物流的协同发展。

（四）全渠道创新发展。大型商贸流通企业建立健全以网络平台为核心的生态体系，整合多渠道和多业态优势，完善供应链创新及应用服务体系，推动全产业链的数字化、网络化、智能化发展，带动中小型企业协同发展，引领中小企业加快数字化转型。

三、确认条件

（一）企业需为独立法人企业。

（二）企业遵守《中华人民共和国电子商务法》等有关法律、法规、规章的规定，符合商务部《数字商务企业发展指引（试行）》、《电子商务企业认定规范（SB/T11112-2015）》、《电子商务商品营销运营规范》（SB/T10469-2013）、《电子商务物流服务规范》（SB/T11132-2015）等行业标准，合法经营，对传销、欺诈、销售违禁品、制假售假、非法集资等违法违规行为有相应健全的管理防控措施。

（三）企业经营的独立网站或网店须开设2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。

（四）企业建有专门的数字商务组织管理机构，拥有专业的数字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。

（五）企业经营状况良好，年度销售额在2000万元以上（含），传统商贸流通企业应用新零售的，新零售业务占比应不低于30%。且可持续发展能力较强，2022年度相关业务收入或利税稳定增长，或在同行业中处于先进水平，用户满意度高，对我省新零售发展具有示范意义和推广价值。

（六）企业数字商务应用的社会效益明显，对相关产业发展具有降低成本、提高效率、改善效益等促进作用，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。

四、组织申报

申报企业需提交以下材料：

（一）数字商务企业申报表；

（二）数字商务企业申报书提纲；

（三）企业营业执照、增值电信业务经营许可（备案）ICP证、经审计的会计年报及其他证明材料、涉及行政许可的商品或服务经营许可证。

附件2

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2022年度数字商务示范企业申报表 | | | | | | |
| 填表时间： 年 月 日 | | | | | | |
| 第一部分：企业基本信息 | | | | | | |
| **企业名称** |  | **组织机构代码** | |  | **法定代表人** |  |
| **注册时间** |  | **注册资本** | |  | **注册类型** |  |
| **企业网址** |  | | | | | |
| **联系人** | 姓名 |  | 职务 |  | 工作电话 |  |
| 手机 |  | 传真 |  | 电子邮件 |  |
| **营收概况** | | 2022年全年，企业营收为\_\_\_\_万元，同比增长\_\_\_%，纳税\_\_\_\_万元；企业财报中资产回报率(ROA)为\_\_\_,投资回报率(ROI)为\_\_\_；企业共获得融资\_\_\_\_万元；企业 □是 □否 盈利。 | | | | |
| **人力资源情况** | | 企业共雇佣员工\_\_\_\_\_人，其中管理人员\_\_\_\_人，市场团队人员\_\_\_\_人，技术团队人员\_\_\_\_人，第三方合同人员\_\_\_\_人，其他人员\_\_\_\_人。 | | | | |
| **上市情况** | | 1.□是 □否为上市企业,所在股市□上海 □深圳 □香港 □纽约 □伦敦 □其他\_\_。 2.截至2022年，公司市值折合人民币为 \_\_\_，估值折合人民币\_\_\_。 | | | | |
| **数字化程度** | | 1.□是 □否 使用云服务技术，截至2022年，企业已有\_\_\_项工作事项实现上云。  2.□是 □否 使用大数据技术，截至2022年，拥有非结构化数据\_\_\_TB，结构化数据\_\_\_ZB。  3.应用\_\_\_\_种信息化管理系统,分别为\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_（若超过三个请在申报书中详细列出，并对所有系统功能做介绍）。  4.□是 □否 建立信息化整合平台系统，整合了 □电子发票 □电子合同 □电子文档 □电子文件归档 □其他\_\_\_\_ 等功能，占企业全部功能模块的\_\_\_\_%,截至2021年，电子化的纸质票据、文件占全年处理纸质票据、文件的\_\_\_\_%。  5.日常经营中采用\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_等数字技术方式节约能源，实现办公场所能耗变化\_\_\_%,其他场所能耗变化\_\_\_%（请在申报书中详细介绍做法及成效）。 | | | | |
| **数据协同** | | 1.□是 □否 形成数字产品并参与数据交易，交易额为\_\_\_\_万元。  2.□是 □否 与\_\_\_\_、\_\_\_\_、\_\_\_\_等政府对接数据（请填写政府部门的详细名称）。 | | | | |
| **科研能力** | | 1.年均科研总投入金额为\_\_\_\_\_万元，研发投入占总收入比例\_\_\_\_%，截至2022年，共获得有效发明类科研专利\_\_\_\_\_项。  2.获得云计算专利\_\_\_件，数据技术专利\_\_\_件，5G、物联网技术专利\_\_\_件、通信类专利\_\_\_件，自动化技术专利\_\_\_件，人工智能技术专利\_\_\_件（请企业在申报书中详细介绍专利获得及与技术的商业应用情况）。  3.2022年，通过自研数字技术创造价值\_\_\_\_万元（请在申报书中介绍成果），自研数字技术获得国家/地方奖励认证\_\_\_件。 | | | | |
| **注释：（1）同比变化为与2021年相比较的变化值，增加为正值，降低为负值。**  **（2）以上内容为企业共性选项，请如实填写，若企业日常经营不涉及相关选项可不填写。**  **（3）下述内容为企业非共性选项，请企业根据自身特点，谨慎选择一类进行填报，其他类别无需填报。** | | | | | | |
| **第二部分：企业创新发展特色与成效** | | | | | | |
| **数字商务创新应用类与数字商务服务类** | **商品交易创新应用** | 1.企业类型为 □批发类 □零售类，共拥有企业用户（会员）\_\_\_\_家，2022年同比增长\_\_\_%；个人用户（会员）\_\_\_人,同比增长\_\_\_%。  2.□是 □否 开设实体店面，2022年实体店销售额为\_\_\_\_万元；通过体验店带动线上（通过网上下单，由实体店发货而非库房发货）销售额为\_\_\_\_万元；□是 □否 使用VR/AR、生物识别等技术，使用比例为\_\_\_\_%；□是 □否 通过热区分析，合理调整商品位置，使单一店面平均销量上升\_\_\_\_%。  3.□是 □否 自主运营建设数字化供应链（最低要求实现基础货物数量查询，自动记账等功能），2022年通过使用数字化供应链交易额增加值为\_\_\_\_万元；□是 □否 应用了C2M柔性供应链生产规模化定制产品（一次性生产100件产品以上）\_\_\_\_种，通过数字化供应链连接上游企业\_\_\_家，下游企业\_\_\_家，连接金融、数据分析、物流等功能企业\_\_\_\_家，实现□信息共享 □金融融资 □智能物流 □其他\_\_\_等服务功能。  4.□是 □否 使用自动补货系统，2022年通过自动补货系统库存成本下降\_\_\_\_%，应用数字技术后，库存周转率提高\_\_\_\_%，运营成本降低\_\_\_\_%，坪效增加\_\_\_\_%。  5.2022年线上销售额为\_\_\_\_万元，占全部销售额比例\_\_\_\_%。  6.2022年数字化会员比例\_\_\_\_%（经常性使用企业小程序、客户端的客户占全部会员客户数的比例）。  7.2022年，以模式赋能的方式带动其他商品交易类中小企业\_\_\_家，共输出\_\_\_个SKU，赋能的所有中小企业累计完成交易\_\_\_\_万元，同比提升\_\_\_%。  8．□是 □否 利用大数据技术或与平台合作，对产品和包装进行绿色环保设计。线上销售商品 □是 □否应用智能打包系统，加强快递包裹与包装箱科学匹配，请列举采用直发包装的商品品类\_\_\_、\_\_\_、\_\_\_（请在申报书中详细介绍做法及成效；直发包装指出场包装不增加额外的快递包装，可直接运输的包装）。 | | | | |
| **服务交易创新应用** | 1.服务覆盖 □餐饮 □办公 □出行 □教育 □医疗 □体育 □住宿 □其他，截至2022年，共拥有企业用户（会员）\_\_\_家，同比增长\_\_\_%；个人用户（会员）\_\_\_人,同比增长\_\_\_%。  2.2022年共运营APP服务程序\_\_\_\_款，下载量为\_\_\_次，同比变化\_\_\_%。  3.2022年线上销售额为\_\_\_\_万元，占全部销售额比例\_\_\_\_%。  4.□是 □否 提供共享类型服务，2022年，共享服务交易额为\_\_\_\_\_万元，占企业全部业务的\_\_\_\_%。  5.通过数字技术的优化升级，2022年，平均单笔业务响应时间为\_\_\_\_秒,同比变化\_\_\_%；平均单笔业务服务时间为\_\_\_\_分钟，同比变化\_\_\_\_%；客服服务好评率为（好评及以上）\_\_\_\_%，同比变化\_\_\_\_%。  6.□是 □否 在服务中使用VR/AR、人工智能、生物识别等创新技术，使用比例为\_\_\_\_%；请在申报书中详细介绍使用创新技术后客户粘性提升、用户满意度提升等情况。  7.2022年，以模式赋能的方式带动其他服务交易类中小企业\_\_\_\_家，赋能的所有中小企业累计完成交易\_\_\_\_万元，同比提升\_\_\_\_%。  8.2022年，直接或间接带动就业\_\_\_\_人，其中建档立卡贫困户\_\_\_\_人。 | | | | |
| **数字内容创新应用** | 1.提供以下 □新闻资讯 □网络直播 □游戏 □音乐 □电影、电视剧 □电子报刊、杂志、书籍 □网络小说 □视频创作 □网络综艺 □教育公开课 □网络社交媒体 □其他\_\_\_ 类型服务，共运营\_\_\_个品牌\_\_\_\_个APP程序。  2.拥有原创内容占比\_\_%,2022年，共推出原创内容\_\_个，播放量（阅读量）\_\_亿。  3.2022年，共有\_\_\_人在企业旗下平台使用增值服务（充值打赏、会员、付费节目等），其中，会员费用收入为\_\_\_\_万元，打赏收入为\_\_\_\_万元，占总营收\_\_\_%；广告收入为\_\_\_\_万元，占总营收\_\_\_%；其他形式收入（如游戏、线上线下活动、周边商品等）\_\_\_\_万元，占总营收\_\_\_\_%。  4.□是 □否 运营直播电商相关业务，使用 □外部电商平台 □自建平台 。  5.2022年，旗下平台直播电商交易额为\_\_\_\_万元，其中助力脱贫攻坚，□是 □否给予流量支持，发动明星主播带货贫困地区农村产品\_\_\_万元。  6.2022年，举办线上品牌发布会\_\_\_\_个，共吸引\_\_\_\_观众观看。  7.使用 □图像识别 □语音语义识别 □大数据 □智能搜索 □其他\_\_\_等技术对违法信息进行监管。 | | | | |
| **数字化**  **运营服务** | 1.提供 □财务电算 □电子合同 □电子文档 □远程会议 □其他\_\_\_ 等共\_\_\_\_种数字化服务支撑。  2. 2022年，服务企业用户\_\_\_\_家，同比变化\_\_\_%；个人用户\_\_\_人，同比变化\_\_\_%。  3.提供的数字化服务升级周期为\_\_\_\_天，□是 □否 提供在线升级服务。  4.□是 □否 通过云平台提供数字化服务（如SAAS服务等），2022年上半年，云上服务营业额为\_\_\_\_万元，同比变化\_\_\_\_%。  5.□是 □否 提供系统运营、维护，2022年，系统维护、修复收入\_\_\_\_万元。  6.2022年，帮助\_\_\_家企业实现数字化转型，帮助其他企业平均节约工作成本\_\_\_万元，提升效率\_\_\_%。  请在申报书中详细介绍赋能企业、优化供给、提高供需匹配等方面的2-3个成功案例，并列出客户企业通过数字升级后提质增效的情况。 | | | | |
| **数字化**  **营销服务** | 1.2022年，通过各类平台，共引流\_\_\_\_亿人次。  2.2022年，共销售商品SKU\_\_\_\_种，包括 □农产品 □电器产品 □生活日用品 □数码产品 □服装 □化妆品 □食品 □其他\_\_\_\_,完成销量\_\_\_\_万元；带动贫困地区农村产品（农产品与农村生产的商品）销量为\_\_\_\_万元，占总销量的\_\_\_%。  3.旗下共拥有各类主播人才、大V、艺人明星（单一平台粉丝数超过10万）等共\_\_\_人，共引流\_\_\_万人次，其中\_\_\_\_人与固定平台签约。  4.2022年，共发布带货文案、短视频等\_\_\_\_个，点击率达\_\_\_\_亿次，带动商品销售额\_\_\_\_万元。  5.企业旗下明星主播在淘宝直播最高流量为\_\_\_\_、抖音最高流量为\_\_\_\_、快手最高流量为\_\_\_\_、其他(\_\_\_\_\_)平台最高流量为\_\_\_\_\_ (请在申报书中附上排名材料）。  6.除直播电商外，其他业务收入为\_\_\_\_万元，占总营收\_\_\_%。  7.通过数字营销模式，助力\_\_\_家企业实现销售业绩增长，提升品牌价值。  请在申报书中列举2-3个成功案例，详细介绍通过数字营销帮助客户公司提升销量、完成品牌口碑提升的方式。 | | | | |
| **数据分析服务** | 1.为\_\_\_\_个行业提供数据分析服务， □是 □否 形成数据库，拥有\_\_\_\_TB的数据。  2.通过 □网络抓取 □问卷调研 □行业调查 □专家访谈 □数据交易 □其他\_\_\_\_等形式获取数据。  3.2022年，数据产品销售额为\_\_\_\_万元，采用了□客户分群 □留存分析 □转化分析 □路径分析 □其他\_\_\_\_等方法。  4.2022年，为\_\_\_家企业提供数据分析服务，其中驻场服务\_\_\_家企业。  5.2022年，企业 □是 □否形成 □月度 □季度 □年度 行业报告，共形成行业分析报告\_\_\_\_份，共售出\_\_\_\_份。  6.为保护自身数据版权，采取了\_\_\_\_、\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_等 \_\_\_项措施。  7.□是 □否 提供数据产品的评估服务，2022年前两季度，为\_\_\_家客户提供该项服务。  8.2022年，通过各种形式的数据产品赋能客户后，被赋能客户营收变化\_\_\_%（可提供所服务企业中的一家变化情况）。  请在申报书中列举2-3个成功案例，介绍数据分析服务帮助客户提质增效过程与成果。 | | | | |
| **数字金融服务** | 1.提供 □三农金融 □供应链金融 □移动支付 □金融云 □保险服务 □投资理财 □基金证券 □移动银行 □其他\_\_\_ 。  2.金融服务载体为 □线下场所 □电脑云端 □移动APP □其他\_\_\_。  3.2022年，共为\_\_\_\_企业客户、\_\_\_\_\_个人客户提供数字金融服务；数字金融业务交易额为\_\_\_\_万元，同比变化\_\_\_\_%，其中网络移动支付业务交易额为\_\_\_\_万元，占比为\_\_\_\_%；三农、供应链金融交易额为\_\_\_\_万元，同比变化\_\_\_\_%,占比为\_\_\_\_%；共为\_\_企业客户（其中中小微企业\_\_家）、\_\_个人客户提供数字金融服务。  4.□是 □否 提供移动支付服务，2022年，已建立\_\_\_万个支付终端服务\_\_\_家商铺；共有\_\_\_人实名制注册并使用移动支付功能，同比变化\_\_\_\_%。  5.应用 □生物识别 □人工智能 □大数据 □区块链 □其他\_\_\_ 先进信息技术，这些技术已在企业的\_\_\_\_、\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_等\_\_\_\_个业务中得到应用。  请在申报书中列举2-3个成功案例，详细介绍企业提供的金融服务如何通过数字手段提质增效、方便客户、助力供应链中中小企业发展。 | | | | |
| **数字物流服务** | 1.应用□机器人 □5G □大数据分析 □云计算 □物联网 □其他\_\_等先进信息技术，2022年，通过应用先进信息技术，小件（重量计算）包裹配送时间平均同比变化\_\_\_小时，大件（体积计算）包裹配送时间平均同比变化\_\_\_小时（同2019年相比，下同，请企业估算）。  2.利用数字化技术后，每平米仓储平均成本由\_\_\_元降低到\_\_\_元，配送平均成本由\_\_元降低到\_\_\_元/订单。  3.货物 □是 □否 实现实时追踪，用户通过 □电脑客户端 □APP □小程序 □其他\_\_\_\_等途径查询货物位置、配送剩余时间等情况。  4.□是 □否 提供共享物流服务，单笔业务平均响应时间为\_\_\_秒。  5.□是 □否 在仓储、物流等设施中积极应用数字技术降低能耗，□是 □否 采用智能立体货架、机器人等自动化设备，仓储运营效率变化\_\_\_\_%，□是 □否 利用大数据、人工智能等技术开展科学配载、线路优化，车货匹配效率变化\_\_\_\_%（可在申报书中详细介绍做法及降本提效情况）。  6.截至2022年，自主开发\_\_\_套物流系统软件，赋能\_\_\_\_家中小物流企业进行数字化转型（可在申报书中详细介绍开发系统的情况）。  请在申报书中列举2-3个成功案例，详细介绍企业物流快递业务中应用数字技术提质增效的情况或企业提供数字物流系统服务，帮助其他物流快递企业数字化转型的情况。 | | | | |

附件3

数字商务示范企业

申报书提纲

**一、企业概况**

（一）基本情况。企业成立时间、地点、新零售相关主营业务、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，党建工作开展情况等。

（二）经营业绩。企业盈利模式、近两年来主营业务收入、当年度电子商务销售额、其他业务收入、产品销售产值、提供服务收入、实现利润、利税总额、年度纳税情况等。

（三）市场定位与主要产品、服务。

市场定位：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。

产品与服务：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、创新发展特色与成效**

围绕《2020年区级数字商务示范企业确认指南（试行）》中关于“主要特征”“主要发展方向”以及“确认条件”有关内容，并结合企业整体运营情况，详细说明本企业的特色业务、创新方式方法、实际案例及经济社会效益等（“主要发展方向”重点介绍本企业所申报的类型）。