

附件 2

省级数字商务企业申报表

填表时间：2021 年 月 日

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	
	微信				
注释：申报企业应遵循以下原则填报此表： (1) 同比变化为与 2019 年相比较的变化值，增加为正值，降低为负值。 (2) 本表分为两部分，第一部分为企业共性选项，请如实填写，若日常经营不涉及相关选项可不填。 (3) 第二部分为企业非共性选项，请各企业根据自身情况，谨慎选择一类填报，非填报项内容无需填写，其中商品交易创新应用、服务交易创新应用、数字内容创新应用属于数字商务创新应用大类；数字化运营服务、数字化营销服务、数据分析服务属于数字商务服务类；在确定填报填报大类后，原则上企业填报项应为与企业经营业绩最好的业务相符合的小类。					
第一部分：					
基础营收与线上发展情况		1. 2020 年，营收_____万元，同比增长_____ %，纳税_____万元，同比增长_____ %；共获得融资_____元；☐是 ☐否 盈利。 2. 2020 年，完成线上销售额_____万元，占全部销售额的_____ %。			
人力资源情况		1. 共有员工_____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。 2. ☐是 ☐否 设置了人工智能、云计算、大数据、物联网工程技术人员(职业分类大典编码 2021009、10、11、12)等相关岗位。 3. 2020 年，招募高新技术人才减免税费_____万元。			
上市情况		1. ☐是 ☐否 上市，所在股市 ☐上海 ☐深圳 ☐香港 ☐纽约☐伦敦 ☐其他_____。 2. 截至 2020 年底，市值折合人民币_____元，估值折合人民币_____元。			

数字化程度 与绿色发展		1. ☐是 ☐否 使用云服务技术, 拥有____TB 云空间供企业使用 (含自建或使用第三方提供的服务器)。截至 2020 年底, 已有____项工作事项实现上云。 2. ☐是 ☐否 使用大数据技术并建立数据仓库; 截至 2020 年底, 拥有数据____TB。 3. ☐是 ☐否 建立信息化整合平台系统, 平台拥有____个功能模块, 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, 截至 2020 年底, 电子化的纸质票据、文件占全年处理纸质票据、文件的____%, 帮助企业节约办公用品成本____万元, 占营收的____%。 4. 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《报告》中详细介绍做法及成效)。
数据处理 与协同		1. ☐是 ☐否 形成数字产品并参与数据交易。 2. ☐是 ☐否 在商务活动中使用大数据技术, 应用 ☐日志采集 ☐实时采集 ☐网络数据采集 ☐数据交易 ☐其他____等方式获取数据。 3. 截至 2020 年, 在商业运营中应用 ☐机器学习 ☐深度学习 ☐边缘计算 ☐其他____等数据处理技术。 4. ☐是 ☐否 使用自研/第三方提供的数字质量监控系统平台 (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)。 5. ☐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。 6. ☐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), 其中与 ☐国家级 ☐省级 ☐地市级 ☐县级 政府分享企业数据。
科研能力		1. 年均科研总投入____万元, 研发投入占总收入的____%; 截至 2020 年底, 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 (请在《创建报告》中详细介绍专利获得及与技术的商业应用情况)。
数字技术安全 与数据安全 安全防护		1. ☐是 ☐否 建立相应安全协议, 保护用户个人数据与隐私安全。 2. 为应对网络攻击, 保护数据安全, ☐是 ☐否 建立内部数据安全管理制度, ☐是 ☐否 应用商用密码保护数据, ☐是 ☐否 备份数据应对数据丢失等情况, 还采取了____、____、____等措施保护数据安全。 3. 2020 年, 在数字技术安全与数据安全防护上的开支为 ____万元。
第二部分:		
数字 商务 创新 应用 类	商品交易 创新 应用	业务类型为 ☐生产制造 ☐批发零售 1. 企业拥有长期稳定(2 年或 2 年以上时间)的合作伙伴____家, 2020 年同比增加____%; 个人用户 (会员) ____人, 同比增加____%, 其中数字化会员占比____% (即经常性使用企业小程序、客户端的客户占全部会员客户的比例)。 2. ☐是 ☐否 应用了 C2M 柔性供应链生产规模化定制产品; 2020 年共生产定制化产品 SKU____种, 实现销售额____万元。 3. ☐是 ☐否 开设实体店面, 2020 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。

		4. ☐是 ☐否 在店内使用 VR/AR、生物识别等技术，使用店铺占全部实体店数量的____%； ☐是 ☐否 使用自动收款系统并安放终端设备，平均每家店铺拥有终端____台。 5. ☐是 ☐否 自主运营建设数字化供应链连接上下游；2020 年通过使用数字化供应链交易额增加值为____万元，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。 6. ☐是 ☐否 使用自动补货系统；2020 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____%。 7. 2020 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，采用直发包装的商品品类有____、____、____。
	服务交易创新应用	业务类型为 ☐综合服务平台（运营 2 种或 2 种以上业务，且单项业务营收均大于 1 亿元） ☐电商类平台 ☐生活服务平台 ☐物流服务平台 ☐金融服务平台 ☐其他服务平台_____。 1. 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_____。截至 2020 年底，共拥有企业用户（会员）____家，同比增加____%；个人用户（会员）____人，同比增加____%，其中数字化会员占比____%（即经常使用企业小程序、客户端的客户占全部会员客户的比例）。 2. 2020 年，企业共开发、运营 APP、小程序等____款，全平台下载约 ____次，同比变化____%。 3. ☐是 ☐否 提供共享类型服务，2020 年共享服务交易额为 ____万元，占全部交易额的____%。 4. 通过数字技术的优化升级，2020 年平均单笔服务响应时间为____秒，同比变化____%；平均单笔业务服务时间为____分钟，同比变化____%；同城内，平均单笔业务配送时间为____分钟，跨地区，平均单笔业务配送时间为____小时，客户服务好评率为（好评及以上）____%，同比变化____%。 5. ☐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《报告》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）。 6. 2020 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____%。 7. 2020 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	业务类型为 ☐短视频平台 ☐长视频平台 ☐直播平台 ☐社交平台 ☐其他媒体平台_____。 1. 提供 ☐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 ☐ 网络社交 ☐ 其他____种类的服务。 2. 共运营____个子品牌，共注册 APP、小程序____个。截至 2020 年底，拥有内容____TB，其中用户原创内容占比____%， 2020 年播放量（阅读量）____亿；：优质引进与平台自制内 容占比____%，2020 年播放量（阅读量）____亿。 3. 2020 年，通过 ☐ 广告 ☐ 电子商务 ☐ 游戏 ☐ 付费内容 ☐ 会员 ☐ 打赏 ☐ 线下活动 ☐ 其他____等方式实现营收。截至 2020 年底，共____个用户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____%；电商收入为____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____%。 4. 2020 年，平台通过广告、直播电商等方式助力脱贫攻坚，带动农村产品销售____万元，口是 ☐ 口否 ☐ 给予相关内容流量支持。. 5. 2020 年，举办/承办/合作直播 ☐ 线上展会 ☐ 产品发布会 ☐ 论坛 ☐ 赛事 ☐ 其他内 容____，共____次，总计吸引____观众观看。 6. 口是 ☐ 口否 ☐ 建立内容自我审查机制，已经使用 ☐ 图像识别 ☐ 语音语义识别口大数据 ☐ 智能搜索 ☐ 其他____等技术对违法信息进行监管，2020 年共封禁、下架个内容。
数字 商务 服务 类	数字化 运营服 务	1. 提供 ☐ 云服务 ☐ 应用型软件开发与解决方案 ☐ 移动支付 ☐ 电子商务保险口消 费信贷 ☐ 电子票据 ☐ 网络安全与区块链 ☐ 其他____等服务；截至 2020 年，共服 客户企业____家，其中 2020 年新增客户____家，同比增长____%。 2. 截至 2020 年，开发或代理相关服务产品____种，其中 2020 年新增服务____种，同 比增长____%，产品销售____万元；口是 ☐ 口否 ☐ 为其他企业提供数字外包服务，如____、____。 3. 口是 ☐ 口否 ☐ 提供系统运营、维护，2020 年系统维护、修复收入____万元，提供的数 字化服务升级周期为____天，口是 ☐ 口否 ☐ 提供在线升级服务。 4. 口是 ☐ 口否 ☐ 通过云平台提供数字化服务（如 SAAS 服务等），2020 年，云上服务营业额为____万元，同比变化____%。 5. 截至 2020 年，已为____个行业、领域提供数字化运营服务，并帮助____家传统企业实现数字化转型升级，如____、____、____等（客户企业名称）；请举例，（企 业名），在应用企业提供的数字化服务后，2020 年企业营收同比提升____%，利 润提升____%。
	数字化 营销服 务	1. 2020 年，签约主播____位，其中全平台粉丝（关注、热度等）超过 10 万的主播____位，同比增长____%。 2. 口是 ☐ 口否 ☐ 建立数据分析团队，规模为____人；口是 ☐ 口否 ☐ 通过大数据分析选定产品，2020 年（仅当年）共与____家客户签订合同，带货销售 SKU____种，包括 ☐ 农产品 ☐ 家用电器 ☐ 生活日用品 ☐ 烟酒饮料 ☐ 食品 ☐ 3C 数码 ☐ 化妆品 ☐ 其他____，完成销售额____万元，其中带动贫困地区产品销售额____万元，占总销 售额的____%。

	3. 旗下主播 ☐是 ☐否 与淘宝、抖音、快手、B 站等平台签约，头部主播在对应平台最高拥有流量_____。 4. 2020 年，在各平台发布图文营销内容_____万字，总阅读量_____次，点赞数_____次；2020 年（仅当年），企业发布各类视频营销内容_____个，总阅读量_____次，点赞数_____次。 5. ☐是 ☐否 建立用户画像数据库（或与平台分享用户数据），截至 2020 年，企业数据库中中共包含用户数据_____万条。 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《创建报告》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 形成有品牌价值的行业数据库（通过数据库形成数据产品可以在市场上流通，或利用大数据发布行业报告，在垂直行业具与一定知名度的品牌），拥有数据_____TB。 2. 2020 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。 3. 2020 年，为_____家企业提供数据分析服务，其中驻场服务_____家企业。 4. 2020 年，☐是 ☐否 形成了 ☐月度 ☐季度 ☐年度 行业报告，共形成行业分析报告_____份，售出_____份。 5. 为保护自身数据版权，采取了_____、_____、_____等_____项措施。 6. ☐是 ☐否 提供数据产品的评估服务，2020 年，为_____家客户提供该项服务。 7. 2020 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）。 在《创建报告》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的过程与成果。