

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T XXXXX—XXXX

电子商务产业基地建设与运营规范

Specification for construction and operation of e-commerce industry base

(征求意见稿)

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

中华人民共和国商务部 发布

目 次

前 言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 电子商务产业基地规划与建设 2

5 电子商务产业基地管理 3

6 电子商务产业基地社会服务 3

7 电子商务产业基地安全保障 3

附录（规范性附录） 电子商务产业基地指标管理标准 4

前 言

本标准的编写格式是依据GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准的结构和编写》。

本标准由中国国际贸易促进委员会商业行业委员会提出并归口。

本标准起草单位：

本标准主要起草人：

电子商务产业基地建设与运营规范

1 范围

本标准规定了电子商务产业基地的规划建设、配套建设、服务体系和运营指标的相关标准。
本标准适用于全国范围内电子商务产业基地的建设与运营全过程。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 32873 电子商务主体基本信息规范

GB/T 38652 电子商务业务术语

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

3.1

电子商务 e-commerce.

通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。

[GB/T 38652-2020, 定义2.1.1]

3.2

电子商务企业 e-commerce enterprise

在互联网经济中以信息网络技术为手段，以商品或服务交易为中心，依法注册并独立承担民事责任的法人组织和非法人组织，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务相关企业。

3.3

电子商务经营者 e-commerce operator

通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

[GB/T 38652-2020, 定义2.1.3]

3.4

电子商务产业基地 industrial base of electronic commerce

在政府引导基础上，以市场资源配置为主导，以高效的公共服务体系为支撑，建立起较完善的产、学、研、用协同发展的地方电子商务服务企业综合体、应用企业的聚集地和电子商务的创业创新平台，

充分发挥电子商务产业基地规模、集聚、辐射和引领效应，包括电子商务产业园、电子商务楼宇、电商特色小镇（街、村）等。

3.5

电子商务产业服务商 e-commerce industry service provider

为电子商务企业开展互联网交易提供支撑的配套服务，主要包括软硬件方面的软件开发、网站建设、空间托管、域名维护、仓储物流、运营托管、网络营销、数据分析、交易追溯、售后服务、金融服务、信用认证、担保融资、咨询培训、法律专利等专业服务。

3.6

电子商务基地服务商 e-commerce base service provider

为电子商务基地运营开展公共性和基础性的配套服务，主要包括但不限于政策服务、物业服务、安保服务、生活配套服务等保障性服务。

4 电子商务产业基地规划与建设

4.1 规划布局

电子商务产业基地的规划符合国家、地区的区域整体规划要求，同时满足交通通畅、网、电、水、暖、气等基础配套冗余可靠、基本生活服务配套完善、环境优美等要求。

4.2 基地建设

4.2.1 电子商务产业基地（园区）建筑面积 2 万平方米或占地面积 8000 平方米及以上，服务设施建筑面积占比超过 10%，并且服务配套齐全，宜业宜商。

4.2.2 楼宇型产业基地营业面积在 8000 平方米以上，服务设施建筑面积占比超过 5%。

4.2.3 电商特色小镇（街、村）超过其商业占地面积的 25%，服务配套设施比例超过 20%以上，并且服务配套齐全，宜业宜居，产城融合。

4.3 服务要求

电子商务产业基地为电商办公区、公共物流区、产业配套区、公共服务区、生活设施区等提供专业化、市场化的相关服务，为基地企业提供较为完善的公共基础设施保障和相关增值服务，促进产业聚合、实现协同发展，推动地区电子商务的规模化、标准化、产业化发展。

4.3.1 基础性服务

4.3.1.1 电商办公区应具备符合电子商务企业办公要求的场地、设施、技术、配套等相关软硬件条件，顺利保障电子商务企业工作的开展。

4.3.1.2 公共物流区应具备满足电子商务企业业务的仓储、分拣、运输、集散、“仓配一体化”快件处理及必要的品控等功能。

4.3.1.3 产业配套区应具备满足电子商务企业产业链条的物流、金融、信息、信用、法律、保险政策服务和技术支持等功能。

4.3.1.4 公共服务区应具备满足保障电子商务企业运维的水、电、暖、网等基础设施以及物业提供的公共服务。

4.3.1.5 生活设施区应具备满足产业基地人员的生活基础性、普惠性服务。

4.3.2 增值性服务

4.3.2.1 基地应根据需要引进政务服务、融资、大数据、孵化、培训等第三方专业服务机构。

4.3.2.2 基地应具有开放共享的线上线下综合服务平台和管理机制。

4.3.2.3 基地应大力推动电子商务企业技术创新、管理创新和服务创新，促进有形市场和虚拟市场的有机融合。

4.3.2.4 基地应自主对内或聘请第三方开展电子商务信用评价工作，形成相应考核机制，提升基地交易主体行为规范性和合法性。

4.3.2.5 基地应吸引电商产业链上下游企业进驻，发挥基地聚集效应，形成特色产业优势集群，充分鼓励大数据、云计算、人工智能、区块链技术在电子商务的转换应用。

4.3.2.6 基地应引导培育电子商务战略研究机构、应用研究中心、企业技术开发中心和专家工作站，加强地区电子商务核心关键技术开发和应用。

4.3.2.7 基地应制定招才引智激励政策，借助政、行、校、企相关资源开展产教融合现代学徒制、订单式等培养模式，引育优秀的创新创业项目和人才。

4.4 基地运营

4.4.1 基地运营应遵循公平公正、公开透明、诚信经营的服务原则，由独立的法人资格的运营商负责。基地主要管理者宜具备从一线发现问题、分析问题、提出问题解决建议或方案的服务能力和相应任职资格。

4.4.2 基地运营管理应有完善的电子商务服务体系，主要包括金融服务、人才服务、创业孵化、沟通交流、宣传提升、公共技术、后勤配套等公共服务模块，提供窗口型、综合型、开放型、一站型等公共服务。

4.4.3 基地运营要协同政府进行扶持政策建立和修订，提升企业数字化办公、企业上云等数字化高效经营手段。

4.4.4 基地物业管理可自营或委托有资质的第三方专业企业管理。

5 电子商务产业基地管理

5.1 管理原则

根据电子商务产业基地的功能设置、建设规模和运营情况进行分级管理，分级引导，逐步做强。

5.2 管理要素

根据电子商务产业基地的建设规模、营商环境、主营指标、支撑体系、公共服务、战略发展和荣誉表彰等，对电子商务基地分级管理，参见附录。

6 电子商务产业基地社会服务

6.1 社会服务

根据电子商务产业基地的功能、优势、区位在自身规范管理、有序提升的基础上，起到辐射带动作用，对所在区域开展以电商为核心的社会公益服务，带动区域经济创新转型升级。

6.2 社会服务内容

基地应充分挖掘自身潜力，结合区域发展需求，提供包括但不限于：产业转型升级、数字经济、精准扶贫、乡村振兴等方面的开放服务、资源对接和产学研合作的生态平台体系。

7 电子商务产业基地安全保障

7.1 卫生安全

7.1.1 基地应制定公共场所相关卫生安全管理规定，根据公共物流区、产业配套区、公共服务区、生活设施区划分进行卫生检查和质量监督，参考 GB/T27306-2008、GB 37487-2019。

7.1.2 制定垃圾分类、收集和清运制度，符合国家环境保护的要求及《生活垃圾分类标志》标准。

7.1.3 基地应制定突发公共卫生事件管理机制。建有组织机构、管理办法、应急预案、防护物资、日常演练等。

7.2 应急安全管理

7.2.1 明确安全生产工作职责，落实责任，加强安全生产监督管理，根据《中华人民共和国安全生产法》和地区安全生产条例等法律、法规，结合电子商务产业基地实际情况，制定安全管理规定文本文档及监督机制，保障基地的建设和发展。

7.2.2 针对施工现场及运营现场可能发生的事故或紧急情况，建立应急反应机制及应急资源保管机制，参考《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国消防法》《重大危险源辨识标准》GB18218-2000等相关法律法规。

附 录
(规范性附录)
电子商务产业基地指标管理标准

指标体系		指标说明
基本 指标	1. 建筑面积（万平方米）	1. 基地已投入使用的、用于电子商务企业办公的总体建筑面积，不包括用于仓储、配套等用途的建筑面积 2. 电商小镇建筑面积按照其中电商企业及相关配套建筑面积计算 3. 在建和已建成未使用的面积不计入在内
	2. 经营年限(年)	1. 基地开园运营年限。 2. 按照基地自第一家电子商务企业入驻之日计算，此时间点若早于正式开园时间，按开园时间计算 3. 不应是审批或建区年限
	3. 配套服务面积	基地已投入使用的、用于为电子商务企业提供商业及生活配套的建筑面积，包括仓储面积，也包括为基地电子商务企业提供食宿、休闲娱乐等服务用途的建筑面积
	4. 运营机构	1. 基地由建设方运维的有独立财务，专职人员，健全的组织体系 2. 基地由第三方运维的有相关资质，专业管理团队和制度
	5. 物业机构	达到或拥有国家相关资质要求
	6. 电商企业数量	1. 入驻基地全部电子商务企业（含在孵电子商务企业）数量，主要包括电子商务服务企业与电子商务应用企业两种类型 2. 电子商务服务企业包括电子商务平台服务企业，也包括物流、支付、信用、营销等为电子商务交易提供辅助服务的电子商务支撑服务企业 3. 电子商务应用企业指利用第三方电子商务平台（含网站、APP等）进行交易的企业 4. 基地外电商企业不计入在内
	7. 基地总资产	基地自身包括但不限于固定资产和流动资产等，不包括基地内企业资产和无形资产

	8. 平均网络带宽	1. 基地所有电子商务企业网络带宽之和与电子商务企业数量之间的比值 2. 是平均带宽，而不是总带宽 3. 建有数据中心的基地，其企业接入的网络带宽不包含数据中心的带宽
	9. 基地荣誉	基地本身获得的县（区）级政府以上、省域或全国范围电商相关的行会、协会、学会授予的荣誉称号等
营商环境	1. 政府政策支持	1. 基地所在地方是否制定并实施支持基地电子商务发展和示范建设的专项政策 2. 不应以所在地区的普惠性质的扶持政策代替基地的电商专项政策 3. 不应以非电商政策代替
	2. 基地发展规划	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发展
	3. 产业发展方向	基地制定明确产业发展方向，聚焦电商主责主业，积极探索实施
	4. 引导鼓励基金	1. 基地自主或联合社会资本设立面向入驻电子商务企业的投资引导基金额度 2. 聚焦于电商领域的投资基金额度，而非其他产业
	5. 行业协会	基地内设有电商相关的行业协会或分支组织，机构健全，积极开展业务
主营企业指标体系	1. 电商企业入驻率	基地电子商务企业数量与全部入驻企业数量之间的比值
	2. 电商年交易总额	1. 基地全体电子商务企业产生的电子商务交易总额，包括企业间 B2B 电子商务交易额、网络零售额、跨境电子商务交易额等。 2. 对于 B2B 及外贸企业，通过网络电子商务平台接洽而达成的交易，其成交额亦为电子商务交易额。
	3. 电商交易额增长率	计算公式为（基地电子商务交易额/上一年基地电子商务交易额-1）×100%
	4. 电子商务企业营收总额	1. 基地全体电子商务企业营业总收入 2. 该营收应来源于基地电子商务企业进行的电子商务交易或提供的服务，而不应源于传统交易方式或其他非电商业务收入 3. 不等同于电子商务交易总额

5. 电子商务企业营收总额增长率	计算公式为（基地电子商务企业营收总额/上一年基地电子商务企业营收总额-1）×100%。
6. 跨境电子商务交易额	1. 基地内企业通过电子商务平台实现的、面向境外的产品（或服务）交易总金额 2. 包括进口电商交易额和出口电商交易额 3. 依据当地海关提供基地内电商企业跨境电商相关数据
7. 电商企业年度纳税总额	基地全体电子商务企业缴税总额。电子商务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。
8. 电商企业年度纳税增长率	计算公式为（基地电子商务企业缴税总额/上一年基地电子商务企业缴税总额-1）×100%
9. 电商企业吸纳就业人数	基地全体电子商务企业吸纳就业人数之和
10. 企业单位面积产出效益	计算公式为（基地企业营收总额/企业建设面积）
11. 企业风投总额	基地电子商务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
12. 企业上市总数	1. 入驻基地的电子商务企业当中，在国内外资本市场公开发行股票的企业数量 2. 纳入统计的企业注册地应在基地，或在基地开展实质性经营活动
13. 企业组织体系	基地内所有企业达到或通过相关 ISO 体系认证的总数量
14. 企业法人资质	基地内所有企业法人拥有高级职称或资格的总人数
15. 企业高级人才数量	基地内所有企业员工拥有高级职称或资格的总人数
16. 列入商务部“商贸流通业典型统计调查企业”的电子商务企业数量	1. 基地列入商务部“商贸流通业典型统计调查企业”的电子商务企业数量 2. 纳入统计的企业注册地应在基地，或在基地开展实质性经营活动

	17. 企业荣誉或认证	基地内企业获得的县（区）级政府以上或省域范围电商相关的行会、协会、学会授予的荣誉称号等
支撑 服务 指标 体系	1. 网络数据服务	1. 基地内提供的交叉性、垂直性第三方电商及相关数据服务 2. 基地为入驻企业内部数据专业服务
	2. 仓储物流服务	基地或第三方独立运营仓储物流服务公司的数量及建筑面积
	3. 金融服务	1. 基地自主或联合社会资本设立面向入驻电子商务企业的投资引导基金总额度 2. 聚焦于电商领域的投资基金额度，而非其他产业
	4. 技术服务	基地是否开展在大数据、物联网、云计算、人工智能、区块链等新技术在电子商务领域的创新应用
	5. 运维公共服务	基地是否为入驻企业提供政务一站式便利化服务、仓储物流、供应链软件、客服托管、培训等专业公共服务
	6. 营销宣传服务	基地是否及时总结好经验、好做法，梳理典型案例，在各种媒体进行宣传推广；通过会议、论坛、交流活动等开展政产学研多方合作，开展园区间及与周边传统产业间交流合作
	7. 信用法律服务	基地内入驻律师工作所（室）、征信机构的数量及专业人数
	8. 人才孵化服务	基地是否有孵化器及面积和在孵电子商务企业数量
	9. 创新创业服务	基地是否有创新创业免费培训、专业导师、相应鼓励政策及典型案例
	10. 统计监测服务	基地是否开展电子商务统计监测工作；是否及时上报信息、数据并保证数据的准确真实
公共 服务 指标	1. 党建服务	1. 基地所有电子商务企业的员工中正式党员总数 2. 基地内设立党组织的电子商务企业总数 3. 基地内公共党组织活动建筑面积 4. 基地内为落实党建工作的责任机制
	2. 行政服务	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

体系	3. 电子商务行业标准服务	基地或联合相关机构主持或参与电子商务相关标准制定工作数量之和
	4. 物业服务	基地充分提供水、电、气、暖、网、卫生、园林等公共物业服务
	5. 安保服务	基地是否提供个性化、特色化、定制化、信息化安保服务
	6. 餐饮服务	基地是否入驻餐饮专业管理公司, 提供全天候、定制化餐饮服务, 并不低于 A 级餐饮单位建设标准
战略 发展 指标 体系	1. 企业模式创新	1. 基地运营单位围绕园区运营、园企互动、生态建设等方面进行模式创新情况 2. 基地内企业围绕电子商务发展模式、生态圈打造、新技术应用等模式创新情况
	2. 企业发展规划	基地内企业是否根据自身情况编制合理的发展规划与未来发展路径
	3. 企业获得知识产权数	基地内企业获得专利、软著等知识产权数量
	4. 企业品牌建设	1. 基地内电子商务企业注册的商标、产品品牌或服务品牌的数量 2. 该商标品牌的创建应直接来源于企业电子商务交易或服务经营活动, 不应源于传统线下业务
	5. 企业科研经费比例	计算公式为 (基地内电商企业科研投入经费总额/基地内电子商务营收额) $\times 100\%$
	6. 企业高端人才引进	基地是否设立或实施区域性的电子商务人才引进和培养政策
	7. 企业社会服务	基地内企业是否开展社会服务并取得一定的效果
	8. 精准扶贫	基地内企业是否通过电子商务助力农村贫困人口就业创业和增收脱贫