

T/HCEA

团 体 标 准

T/HCEA XXXX—XXXX

跨境电子商务品牌出海基地评价规范

Evaluation specifications for cross-border e-commerce brand outbound bases

（征求意见稿）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

杭州跨境电子商务协会 发 布

目 次

前 言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 评价原则 1

 4.1 公正性 1

 4.2 客观性 1

 4.3 适用性 1

 4.4 持续改进 1

5 评价流程 1

 5.1 确定评价目的 1

 5.2 明确评价对象 2

 5.3 制定评价方案 2

 5.4 建立评价指标体系 2

 5.5 选择评价方法 2

 5.6 采集、加工数据 2

 5.7 形成评价结果 2

6 评价指标 2

7 评价方式与方法 3

 7.1 概述 3

 7.2 评分依据 3

 7.3 评分结果 3

附 录 A （规范性） 跨境电子商务品牌出海基地评价指标和分值..... 5

参 考 文 献 6

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由杭州跨境电子商务协会提出并归口。

本文件起草单位：。

本文件主要起草人：

跨境电子商务品牌出海基地评价规范

1 范围

本文件规定了跨境电子商务品牌出海基地的评价原则、评价流程、评价指标、评价方式方法等内容。本文件适用于跨境电子商务品牌出海基地自评和第三方评价。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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 29185-2021 品牌 术语

GB/T 38652-2020 电子商务业务术语

3 术语和定义

GB/T 29185-2021和GB/T 38652-2020界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

跨境电子商务品牌出海基地 overseas base for cross-border e-commerce brands

聚集一定数量跨境电子商务企业（包括卖家、平台、服务商等类型）、跨境电子商务业务发展特色明显、以推动跨境电子商务品牌出海为主导、具有明确的经营管理机构、能够提供相应的基础设施保障和公共服务的区域。

注：基地的表现形式可以为园区、商务楼宇或产业集聚区等。

4 评价原则

4.1 公正性

应按照工作程序和有关要求公平、公正、公开地开展评价活动，不受来自第三方的干扰和影响，独立做出判断。

4.2 客观性

评价方案应全面、完整，能够准确体系评价活动的导向和要求，评价依据的信息内容应真实、准确，反映跨境电子商务品牌出海基地的客观实际情况。

4.3 适用性

评价指标和评价方法应当具体明确，指标可衡量，数据可获取。评价指标体系设计应易于理解，评价方法应科学合理、便于操作。

4.4 持续改进

评价应是持续性的，得出评价结果后，应定期进行监督评价（包括客户、第三方的监督），达到保持和改进的目的。

5 评价流程

5.1 确定评价目的

评价者应确定评价活动的目的，并将其作为制定评价方案的依据。

5.2 明确评价对象

评价者应确定评价活动的内容范围，即明确评价对象。

5.3 制定评价方案

评价者应根据评价目的及评价对象的特点，确定实施步骤与时间、评价指标、评价方法等，形成评价方案。

评价者应从操作性、经济性、科学性、有效性等角度出发，对评价方进行论证优化。

5.4 建立评价指标体系

评价者应根据评价方案，在第6章中选取科学、有效的评价指标进行组合和赋权，建立评价指标体系。

注：可根据评价活动实际需要增加第6章中未列出的评价指标。

5.5 选择评价方法

评价者应综合考虑评价过程中的各项具体要求，选用适当的权重测算方法、数据采集方法、数据加工方法、分数计算方法等开展评价工作。

5.6 采集、加工数据

评价者应根据评价方案，确定数据采集的内容、范围和方法，开展数据采集工作并对所采集的数据进行质量评估。

评价者应对通过质量评估的数据进行加工，将其转化为统一、可操作、易分析的格式数据。

5.7 形成评价结果

评价活动结束后，评价者应向评价对象或（和）相关方提供评价结果，评价结果的内容、形式等见第7章。

评价者应根据评价指标、计算分数及其他信息，分析得出真实、准确的评价结论并对其进行描述，必要时可在此基础上提出相关建议，形成评价结果。

6 评价指标

跨境电子商务品牌出海基地评价指标体系包括：一级指标、二级指标、三级指标、指标项说明等内容。其中，一级指标包括基本配套、品牌质效、运维机制等三大类指标。

基本配套是指跨境电子商务品牌出海基地具有发展规划和基础条件配套等。基本配套一级指标包括规划布局 and 基础建设二级指标。每项二级指标又包含若干三级指标。

品牌质效是指跨境电子商务品牌出海基地推动品牌出海取得的成效。品牌质效一级指标包括产业集聚、创新能力、产出效益等二级指标。每项二级指标又包含若干三级指标。

运维机制是指跨境电子商务品牌出海基地的运行维护管理等。运维机制一级指标包括跨境服务提供、机制建设等二级指标。每项二级指标又包含若干三级指标。

跨境电子商务品牌出海基地评价指标体系结构见图1。

跨境电子商务品牌出海基地评价体系一级、二级、三级指标、指标项说明，以及评价分值见附录A。

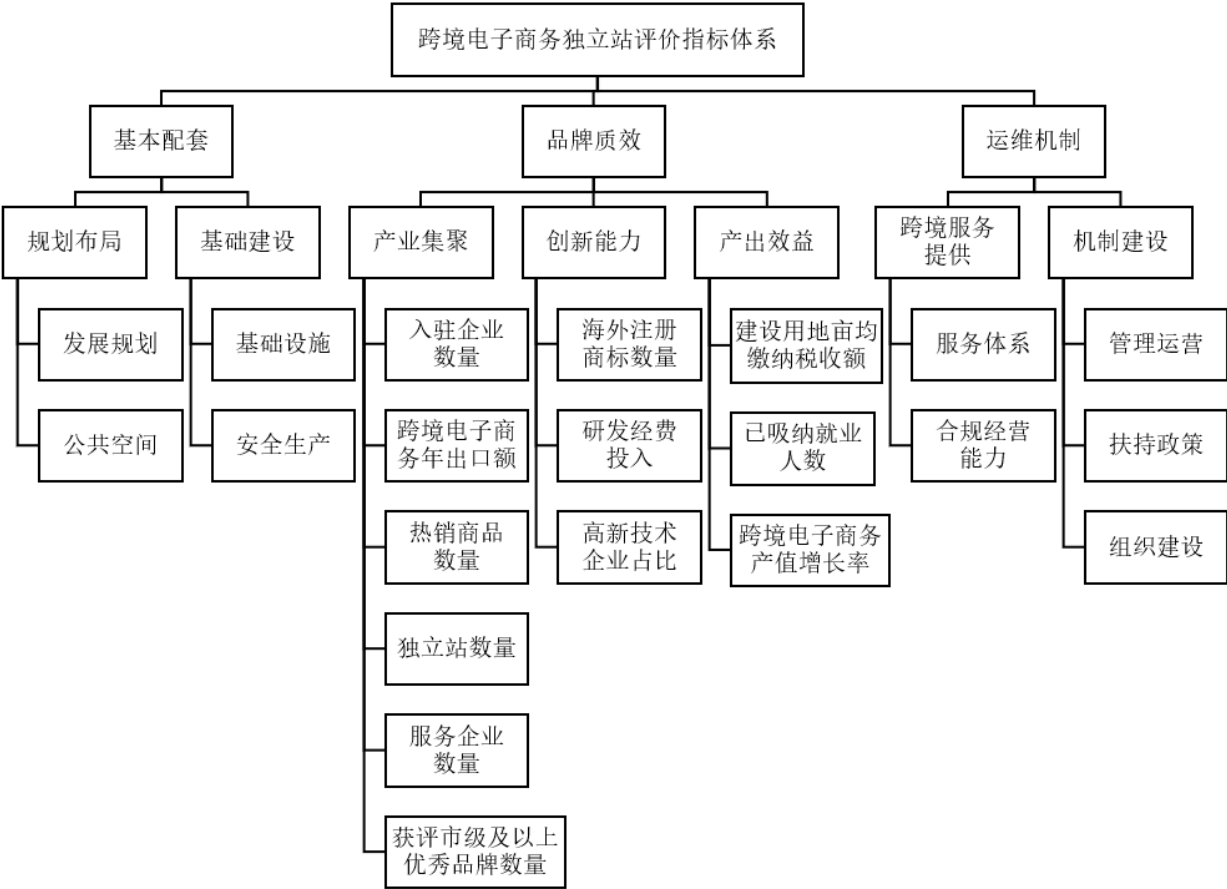


图1 跨境电商品牌出海基地评价指标体系结构

7 评价方式与方法

7.1 概述

- 7.1.1 依据本标准开展跨境电商品牌出海基地评价时，需组织专门的评价小组执行具体工作。自评可由基地的相关部门人员进行。
- 7.1.2 评价时采用文件调查和现场调查的方式，包括查阅文献和记录、询问工作人员、观察现场等。

7.2 评分依据

- 7.2.1 依据本标准进行跨境电商品牌出海基地评价时，对各项指标采取评分的方法，满分为 100 分。评分的依据是本标准给出评价指标的实施情况。
- 7.2.2 本标准给出的跨境电商品牌出海基地评价指标和分值表，见附录 A。
- 7.2.3 发现以下情况时应产生一项特别扣分项：不符合国家法律法规、强制性标准的要求。每个特别扣分项在评分值之外额外扣除 10 分，且应进行整改。
- 7.2.4 发现以下情况应产生一项特别加分项：
- 获得政府质量奖等奖项，国家级加 10 分，省部级加 5 分，市级加 3 分，区级加 2 分。
 - 基地内品牌出海主体获得上市，每个新上市企业加 2 分。

7.3 评分结果

- 7.3.1 根据评分值认定跨境电商品牌出海基地，并以不同级别区分等级程度。
- 7.3.2 评分到达 60 分以上（含 60 分）为本标准的最低要求。60 分以下或特别扣分项达到 2 个以上（含 2 个），为评分不合格。
- 7.3.3 对于评分达到 60 分以上（含 60 分），且特别扣分项低于 2 个的基地，按照以下要求进行级别

划分：

- 达到 60 分以上（含 60 分），达标级跨境电子商务品牌出海基地；
- 达到 70 分以上（含 70 分），三星级跨境电子商务品牌出海基地；
- 达到 80 分以上（含 80 分），四星级跨境电子商务品牌出海基地；
- 达到 90 分以上（含 90 分），五星级跨境电子商务品牌出海基地。

7.3.4 评价结果应以书面形式的评价报告呈现。评价报告可包含但不限于以下内容：

- 评价对象基本情况；
- 评价者基本情况；
- 评价方案（含评价目的、评价时间、评价指标、评价方法等）；
- 评价活动过程；
- 评价分数及解释；
- 评价结论及描述、建议；
- 评价分数、评价结论及其他相关内容的使用建议和使用限制。

附 录 A

(规范性)

跨境电子商务品牌出海基地评价指标和分值

跨境电子商务品牌出海基地评价指标和分值见表A.1。

表A.1 跨境电子商务品牌出海基地评价指标和分值表

一级 指标	分 值	二级 指标	分 值	三级指标	指标项说明	分 值
基本 配套	20	规划 布局	10	发展规划	具有较为完备的建设发展规划，产业布局合理，功能定位准确、建设主体明确、业务方向合理，并对跨境电子商务品牌出海具有清晰明确的规划。	5
				公共空间	具备较好的展厅、众创空间、教培中心等提供公共服务功能的固定场所。	5
		基础 建设	10	基础设施	具备一定的发展空间规模和使用面积，基础设施完善、交通出行便利，发展环境良好，企业员工生活设置配套齐全。	5
				安全生产	引导基地内跨境电子商务企业提高安全意识，将安全宣传教育纳入企业日常管理与生产经营工作，建立安全激励机制，帮助基地内跨境电子商务企业做好风险辨识防控。	5
品牌 质效	60	产业 集聚	30	入驻企业数量	入驻的各类跨境电子商务企业数量（含跨境电子商务销售企业、跨境电子商务服务企业）。	5
				跨境电子商务年出口额	基地内跨境电子商务销售企业年出口总额。	5
				热销商品数量	近三个月内，基地内跨境电子商务销售企业在各大主流平台单品类销售排行TOP10商品数量。	5
				独立站数量	基地内跨境电子商务销售企业设立的或跨境电子商务服务企业代理设立的独立站数量。	5
				服务企业数量	基地内企业服务的跨境电子商务企业数量。	5
				获评市级及以上优秀品牌数量	基地内跨境电子商务销售企业获评市级及市级以上部门优秀品牌数量。	5
		创新 能力	15	海外注册商标数量	基地内跨境电子商务销售企业注册的或跨境电子商务服务企业代理海外注册品牌商标数量。	5
				研发经费投入	鼓励基地内跨境电子商务企业加强研发经费投入，获得发明专利、设计专利、软件著作权自主知识产权。	5
				高新技术企业占比	入驻的各类跨境电子商务企业数量中高新技术企业的比例。	5
		产出 效益	15	建设用地区均缴纳税收额	报告周期内基地建设用地区均缴纳的税收总额。	5
				已吸纳就业人数	基地内所有入驻企业的就业人数之和。	5
				跨境电子商务产值增长率	报告期内基地跨境电子商务产业总产值的变化情况，动态反映基地跨境电子商务产业增长速度和活力。	5
运维 机制	20	跨境 服务 提供	10	服务体系	能为入驻企业提供跨境电子商务仓储物流、网络技术支持、报关报检、融资服务、法律和知识产权咨询等综合服务。开展电子商务培训、政策宣讲、资源对接、市场拓展等多类型活动。	5
				合规经营能力	引导园区内跨境电子商务企业加强合规经营意识，完善企业合规治理体系，包括组织机构的设置、制度的规范等，提升企业合规经营能力。	5
		机制 建设	10	管理运营	具有规范的管理机构和运营机制，配备专职管理人员，能有效开展产业园区的建设、招商、管理、运营和行业统计等工作。	5
				扶持政策	具有明确的、促进基地建设和入驻企业发展的扶持政策（含办公场地租金减免政策、人才扶持政策、税收优惠政策等）。	3
				组织建设	具有健全的社团组织（党委、团委、协会），积极开展相关建设活动，丰富基地精神文明生活。鼓励基地内跨境电子商务企业引进和培育各类跨境电子商务高级人才。	2

参 考 文 献

- [1] 2022年度中国（杭州）跨境电子商务综合试验区跨境电子商务品牌出海基地认定办法
-