

## 关于《电子商务统计指标体系 第1部分：总体》 (征求意见稿) 公开征求意见

为了规范电子商务统计口径，适时建立起我国的电子商务国家统计体系，全面把握电子商务发展的现状和规律，掌握我国电子商务发展情况、问题及趋势，开展电子商务国际交流与合作，根据《中华人民共和国标准化法》及相关法律法规，我部起草了《电子商务统计指标体系 第1部分：总体》(征求意见稿)，现向社会开征求意见。公众可以通过以下途径和方式提出反馈意见：

1. 电子邮件：[qiuyanlei@mofcom.gov.cn](mailto:qiuyanlei@mofcom.gov.cn) \ [zhangxuan@ec.com.cn](mailto:zhangxuan@ec.com.cn)。
2. 传真：010-65197491、010-67801069。

意见反馈截止日期为2013年12月31日。

附件1：《电子商务统计指标体系 第1部分：总体》(征求意见稿)

附件2：意见反馈表

附件3：国家标准编制说明

商务部电子商务和信息化司

2013年11月29日

## 附件 1:

# 电子商务统计指标体系 第 1 部分：总体

(征求意见稿)

GB/T XXXXXXXXX-T—XXX

XXXX - XX - XX 发布      XXXX - XX - XX 实施

中华人民共和国商务部发布

## 目录

### 前言

- 1 范围
- 2 规范性引用文件
- 3 术语和定义
  - 3.1 电子商务
  - 3.2 电子商务服务企业
  - 3.3 电子商务平台服务企业
  - 3.4 电子商务支撑服务企业
  - 3.5 电子商务应用企业
- 4 基本原则
  - 4.1 合理性
  - 4.2 协调性
  - 4.3 可操作性
- 5 指标体系框架
  - 5.1 统计分类
  - 5.2 统计指标框架
- 6 指标描述及其内容
  - 6.1 指标项的描述方法
  - 6.2 指标体系内容

## 前言

GB/T 2012 0306-T-469《电子商务统计指标体系》为系列标准，本标准为该体系的总体部分。

本部分按照 GB/T 1.1-2009 给出的规则起草。

本部分由中华人民共和国商务部提出。

本部分由全国电子业务标准化技术委员会（SAC/TC 83）归口。

本部分主要起草单位：中国国际电子商务有限公司、中国标准化研究院。

本部分主要起草人（排名不分先后）：李鸣涛、咸奎桐、张英花、龚炳铮、杨京英、张璇、李阳、郭卫华、马丽红、赵征、胡凡、赵晚明、仇妍蕾、张阁、程虎等。

## 电子商务统计指标体系 第1部分：总体

### 1 范围

本标准规定了电子商务统计指标体系中反应电子商务整体情况的综合性、总体性指标及其属性，主要包括电子商务发展规模指标、电子商务企业总体效益指标、电子商务对国民经济贡献度指标等。

本部分适用于电子商务各级管理机构、研究机构、电子商务企业等进行电子商务的总体情况统计与分析。

### 2 规范性引用文件

下列文件对于本标准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标准。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。

《标准化工作导则》（GB/T 1.1-2009）

《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2002）

《企业会计准则——基本准则》

《第三方电子商务服务平台服务及其等级划分规范 B2B / B2C 电子商务服务平台》（GB/T 24661.2-2009）；

《电子商务基本术语》（GB/T 18811-2012）

### 3 术语和定义

#### 3.1 电子商务

电子商务：通过电子形式进行的商务活动，具体指经济活动主体之间利用现代信息技术基于计算机网络（含互联网、移动网络和其他信息网络）开展商务活动，实现网上接洽、签约、交易等关键商务活动环节的部分或全部电子化，包括货物交易、服务交易等。

#### 3.2 电子商务服务企业

电子商务服务企业：基于互联网，为企业、机构或个人提供产品或服务交易及辅助服务的企业。既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。

### 3.2.1 电子商务平台服务企业

指运营电子商务交易网站的企业，含自营电子商务交易网站和运营第三方电子商务交易网站的企业，不含仅利用第三方电子商务网站进行交易的企业。

### 3.2.2 电子商务支撑服务企业

电子商务支撑服务企业：为电子商务交易提供相应物流配送、金融支付、信用认证、营销推广、信息数据服务、培训及技术咨询等支持服务的企业。

### 3.3 电子商务应用企业

电子商务应用企业：指仅利用第三方电子商务网站进行交易的企业。

## 4 基本原则

### 4.1 合理性

——指标项及统计结果应能客观反映我国电子商务的发展现状、趋势及与国民经济的关系；

——由于完成电子商务活动需要多环节服务，在电子商务相关统计指标设计中，应按照国家不同企业类型分别设计。

### 4.2 协调性

——在基本概念、分类和代码标准等方面要与现有国家标准或行业标准相协调；

——指标体系内部分类相互协调，避免重复，应从不同层面反应电子商务的总体情况。

### 4.3 可操作性

——指标体系内容设置及测算方法应符合不同类型的实际情况，指标应便于理解、避免歧义。

## 5 指标体系框架

本标准把统计调查对象确定为电子商务服务企业和电子商务应用企业，电子商务服务企业又按所提供服务的类型分为电子商务平台服务企业和电子商务支撑服务企业；通过对不同类别电子商务企业的规模、效益、贡献度及发展环境完善程度等方面的统计，全面反映电子商务整体发展状况及对国民经济影响。

本部分标准共包括三级分类、四级指标。具体如下：

### 5.1 统计分类

**5.1.1** 统计对象一级分类：电子商务服务企业与电子商务应用企业；

**5.1.2** 统计对象二级分类：电子商务平台服务企业、电子商务支撑服务企业（主要含物流服务企业、支付服务企业、信用服务企业等）；

**5.1.3** 统计指标分类：规模、效益、贡献度、国民经济影响及支撑环境完善程度。

## **5.2 统计指标框架**

表1 电子商务统计指标总体框架

统计对象	企业分类	企业分类	指标分类	一级指标	二级指标	三级指标	四级指标	
I 电子商务服务企业	I-I 电子商务平台服务企业	—	规模	1 企业数量	—	—	—	
				2-1 企业间电子商务交易额	2-1-1 面向海外的交易额	2-1-1-1 进口交易额		
						2-1-1-2 出口交易额		
				2-2 网络零售交易额	2-2-1 B2C 交易额	2-2-1-1 面向海外的交易额		
						2-2-2 C2C 交易额	2-2-2-1 面向海外的交易额	
							2-2-3 基于移动互联网交易额	—
							2-2-4 在线支付比例	—
				2-3 商品交易额	2-3-1 粮油、食品、饮料、烟酒、保健类交易额	2-3-1-1 其中：鲜活农产品类交易额	—	
						2-3-3 服饰鞋帽类交易额	—	
						2-3-4 化妆品类交易额	—	
						2-3-5 金银珠宝类交易额	—	
						2-3-6 家居、日用品类交易额	—	
						2-3-7 家具、装修、五金类交易额	—	
						2-3-8 文体用品类交易额	—	

表1 电子商务统计指标总体框架\_续1

统计对象	企业分类	企业分类	指标分类	一级指标	二级指标	三级指标	四级指标
I 电子商务服务企业	I-I 电子商务平台服务企业	—	规模	2 电子商务交易额	2-3 商品交易额	2-3-9 书报、音像、数码制品类交易额	—
						2-3-10 家用电器类交易额	—
						2-3-11 药品类交易额	—
						2-3-12 办公用品类交易额	—
						2-3-13 电脑、通讯、数码产品类交易额	—
						2-3-14 煤炭及制品类交易额	—
						2-3-15 木材及制品类交易额	—
						2-3-16 石油及制品类交易额	—
						2-3-17 化工材料及制品类交易额	—
						2-3-18 金属材料类交易额	—
						2-3-19 建筑材料类交易额	—
						2-3-20 机电产品及设备类交易额	—
						2-3-21 汽车、摩托车类交易额	—
						2-3-22 农业生产资料类交易额	—
2-3-23 粮棉油类交易额	—						
2-3-24 其他类交易额	—						

表1 电子商务统计指标总体框架\_续2

统计对象	企业分类	企业分类	指标分类	一级指标	二级指标	三级指标	四级指标
I 电子商务服务企业	I-I 电子商务平台服务企业	—	规模	2 电子商务交易额	2-4 服务交易额	2-4-1 餐饮服务类交易额	—
						2-4-2 住宿、旅游服务类交易额	—
						2-4-3 交通仓储服务类交易额	—
						2-4-4 通信服务类交易额	—
						2-4-5 文化娱乐服务类交易额	—
						2-4-6 家庭服务类交易额	—
						2-4-7 非金融机构支付服务类交易额	—
						2-4-8 咨询服务类交易额	—
						2-4-9 广告会展服务类交易额	—
						2-4-10 其他服务类交易额	—
			3 订单总数	3-1 通过自建物流配送比例	—	—	
			4 网上用户数	4-1 企业用户数	—	—	
				4-2 个人用户数	—	—	
效益	5 营业收入	5-1 主营业务收入	—	—			
	6 营业利润	—	—	—			
	7 资产总计	—	—	—			



表1 电子商务统计指标总体框架\_续3

统计对象	企业分类	企业分类	指标分类	一级指标	二级指标	三级指标	四级指标
I 电子商务服务企业	I-I 电子商务平台服务企业	—	贡献度	8 从业人数	8-1 信息技术人员	—	—
					8-2 物流配送人员	—	—
				9 纳税额	—	—	
			国民经济影响	10 网络零售交易额相当于城乡居民消费支出总额比重	—	—	
				11 面向海外的电子商务交易额相当于进出口总额比重	—	—	
	I-II 电子商务支撑服务企业	I-II-I 物流服务企业	支撑环境完善程度	12 企业数量	12-1 从事电子商务物流配送企业数量	—	—
				13 订单总数	13-1 电子商务业务订单量	—	—
						—	—
				14 营业收入	14-1 电子商务业务收入总额	—	—
		15 从业人数		—	—		
I-II-II 信用服务企业		支撑环境完善程度	16 企业数量	16-1 从事电子商务信用服务的企业数量	—	—	
	17 评价企业数量		17-1 电子商务企业（商户）信用评价数量	—	—		

表1 电子商务统计指标总体框架\_续4

统计对象	企业分类	企业分类	指标分类	一级指标	二级指标	三级指标	四级指标
I 电子商务服务企业	I-II 电子商务支撑服务企业	I-II-II 信用服务企业	支撑环境完善程度	18 营业收入	18-1 从事电子商务信用服务的收入总额	—	—
				19 从业人数		—	—
				20 企业数量	20-1 从事电子商务支付企业数量	—	—
				21 支付笔数	21-1 电子商务支付笔数	—	—
				22 营业收入	22-1 电子商务业务收入总额	—	—
				23 从业人数	—	—	—
II 电子商务应用企业	—	—	规模	24 电子商务交易额	24-1 电子商务销售额	24-1-1 通过第三方电子商务平台产生的销售额	—
						24-1-2 销售给消费者个人(B2C)金额	—
						24-1-3 销售的服务类商品金额	—
						24-1-4 面向海外区域的销售金额	—
				24-2 电子商务采购额	24-2-1 通过第三方电子商务平台产生的采购额	—	
						24-2-2 采购的服务类商品金额	—
						24-2-3 面向海外区域的采购金额	—

## **6 指标描述及其内容**

### **6.1 指标项的描述方法**

本部分通过下列属性来描述每一个指标项：

- a) 编码：指标项编码；
- b) 名称：指标项的中文名称；
- c) 指标说明：指标项的具体含义及其解释；
- d) 计算方法：指标项与其他指标项之间的计算关系；
- e) 数据类型及格式：指标项允许值的类型及长度的表示格式，本部分中一般为数值型，精确到小数点后两位；
- f) 单位：指标项取值的限定计量单位；

### **6.2 指标体系内容**

电子商务总体指标体系内容是由各级分指标体系及其指标项属性来描述和组成的，具体内容见下表。

指标体系内容表

编码	中文名称	指标说明	计算方法	数据类型及格式	单位
01	电子商务服务企业数量	指在报告期内，所有电子商务服务企业的数量。	填报汇总测算	数值；整数	个
02	电子商务交易额	指在报告期内，通过网络实现的交易，无论采用何种支付手段，均将其视为电子商务，其成交额即为电子商务交易额；此外，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。	02=03+04	数值； 小数点后两位	千元
03	企业间电子商务交易额	即企业与企业之间的电子商务。指在报告期内，企业与企业间通过网站进行产品或服务交易产生的总金额。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
04	网络零售交易额	即电子商务服务企业运营的网站范围内发生的面向终端消费者的电子商务。指在报告期内，消费者通过网站进行产品或服务交易产生的总金额。	04=05+06	数值； 小数点后两位	千元
05	B2C 交易额	即企业对消费者的电子商务。指在报告期内，企业与消费者间通过网站进行产品或服务交易产生的总金额。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
06	C2C 交易额	即消费者与消费者（家庭）之间的电子商务，指在报告期内，消费者与消费者（家庭）间通过网络进行产品或服务服务交易产生的总金额。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
07	基于移动互联网交易额	指在报告期内，用户使用手机、上网本、智能本等移动终端通过移动通信网络和互联网服务完成订单实现的交易额。其中支付手段不限。	直接填报		
08	面向海外的交易额	指在报告期内，通过电子商务交易实现的面向海外的产品或服务交易产生的总金额。	08=10+11	数值； 小数点后两位	千元
09	面向境内的交易额	指在报告期内，通过电子商务交易实现的面向境内的产品或服务交易产生的总金额。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
10	电子商务进口交易额	指在报告期内，通过电子商务交易实现的从国外购买产品或服务产生的总金额。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元

指标体系内容表\_续 1

编码	中文名称	指标说明	计算方法	数据类型及格式	单位
11	电子商务出口交易额	指在报告期内，通过电子商务交易实现的向国外售出的产品或服务产生的总金额。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
12	进出口总额	指在报告期内，实际进出我国国境的货物总金额。包括对外贸易实际进出口货物，来料加工装配进出口货物，国家间、联合国及国际组织无偿援助物资和赠送品，华侨、港澳台同胞和外籍华人捐赠品，租赁期满归承租人所有的租赁货物，进料加工进出口货物，边境地方贸易及边境地区小额贸易进出口货物(边民互市贸易除外)，中外合资企业、中外合作经营企业、外商独资经营企业进出口货物和公用物品，到、离岸价格在规定的规定限额以上的进出口货样和广告品(无商业价值、无使用价值和免费提供出口的除外)，从保税仓库提取在中国境内销售的进口货物，以及其他进出口货物。进出口总额用以观察一个国家在对外贸易方面的总规模。我国规定出口货物按离岸价格统计，进口货物按到岸价格统计。	国家统计局数据	数值； 小数点后两位	千元
13	面向海外的电子商务交易额相当于进出口总额比重	指在报告期内，面向海外的电子商务交易额除以当期进出口总额的比例。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
14	居民消费支出总额	指在报告期内，常住住户在一定时期内对于货物和服务的全部最终消费支出。居民消费支出除了直接以货币形式购买的货物和服务的消费支出外，还包括以其他方式获得的货物和服务的消费支出，即所谓的虚拟消费支出。居民虚拟消费支出包括如下几种类型：单位以实物报酬及实物转移的形式提供给劳动者的货物和服务；住户生产并由本住户消费了的货物和服务，其中的服务仅指住户的自有住房服务和付酬的家庭雇员提供的家庭和个人服务；金融机构提供的金融媒介服务。	国家统计局数据	数值； 小数点后两位	千元
15	网络零售交易额相当于居民消费支出总额比重	指在报告期内，网络零售交易额除以城乡居民消费支出总额的比例。	15=04 / 13	数值； 小数点后两位	%

指标体系内容表\_续 2

编码	中文名称	指标说明	计算方法	数据类型及格式	单位
16	在线支付比例	指在报告期内，网站上设有在线电子支付服务功能，用户为完成电子商务交易活动而通过在线电子支付的金额占电子商务总交易额的比重。包含通过信用卡、第三方支付工具实现的在线支付。	直接填报	数值； 小数点后两位	%
17	商品类电子商务交易额	指在报告期内，针对商品进行电子商务交易产生的总金额，包括销售额和采购额。对于电子商务平台服务企业来说，即通过平台产生的实物商品交易总额。	$17 = \sum_{i=19}^{42} i$ (i--指编码对应的指标项)	数值； 小数点后两位	千元
18	服务类电子商务交易额	指在报告期内，针对各项服务进行电子商务交易产生的总金额，包含金融服务、住宿旅游服务、交通仓储服务、通信服务等等。	$17 = \sum_{i=43}^{52} i$	数值； 小数点后两位	千元
19	粮油、食品、饮料、烟酒、保健类	指供人们食用的各种粮油食品、饮料、酒和烟草加工品以及保健食品。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
20	其中：鲜活农产品类	指与居民生活息息相关的新鲜蔬菜、水果、水产品、禽畜及其肉类产品。以及时能够到达餐桌上的农副产品，新鲜、绿色食品。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
21	服饰鞋帽类	指服装、鞋帽以及眼镜、腰带、领带领结、围巾手套、手表等其他配件。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
22	化妆品类	指洁肤护肤美容用品、洁发护发美发用品、药物美容美体用品等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元

指标体系内容表\_续 3

编码	中文名称	指标说明	计算方法	数据类型及格式	单位
23	金银珠宝类	指以金、银、铂等金属及钻石、宝（玉）石、翡翠、珍珠、水晶、象牙、骨角等为原料，经加工和连接组合、镶嵌等方法，制成各种图案造型的装饰品、饰品、工艺品等。包括首饰，如项链、戒指、耳环、手镯、脚链、挂件、别针、发卡等，珠宝饰品，如宝（玉）石、宝（玉）石饰品、钻石镶嵌、珍珠镶嵌以及其他金银珠宝饰品等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
24	家居、日用品类	指日用金属制品、日用搪瓷制品、日用塑料制品、天然皮革和人造皮革制品、玻璃器皿、家纺、日用百货、燃气灶具、日用化工产品、照明器具、日用杂品、钟表、计生、各种工艺品、烟花炮竹、人力或助动车类及配件等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
25	家具、装修、五金类	指用木材、金属、塑料、藤、竹等为主要原料制成的供人们生活、学习、工作、休息用的各种普通家具和具有特定用途的专用家具，包括家用就寝、就餐、起居、书房使用的床、柜、箱、架、沙发、桌、椅、凳、茶几、屏风，以及成套或组合家具，也包括医院、学校、图书馆、旅游、办公等专用的办公桌椅、文件柜、书柜等家具以及各种办公或家庭用的室内装饰材料。五金指五金工具、电工工具、工具配件、水暖器材、各种专用工具、五金杂品等，以及木瓦工具、电工电讯器材及配件等各类商品，如各种榔头、钳子、扳手、锉刀、泥刀、自来水管、各种水龙头、暖气片、阀门、螺丝、螺母、水表、电表、插座、插头、开关、电线、铁丝、镇流器、灯架、灯罩等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
26	文体用品类	指体育用品、健身器材、游艺器材、棋牌、戏装道具、乐器等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
27	书报、音像、数码制品类	指各种以纸介质形态出版发行的中外文的书籍、工具书、课本、教材、图片、报纸和杂志以及电子出版物和音像制品。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元

指标体系内容表\_续 4

编码	中文名称	指标说明	计算方法	数据类型及格式	单位
28	家用电器类	指大家电、生活电器、家用厨房电器具、家用保健电器以及家电配件等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
29	药品类	指人用各种中西药品、中药材以及各种小型医疗用品、敷料，以及保健型药物。不包括医疗用的各种大型设备，如 CT 机、核磁共振器等，和兽用的各种药品、医疗器材（统计在“其他类”）。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
30	办公用品类	指学习用品、办公用品。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
31	电脑、通讯、数码产品类	指电脑及其配套产品；有线、无线通讯使用的各种器材和设备，包括电话机（普通电话机、无绳电话机、手机）、对讲机、传真机等以及配套产品；摄像摄影设备、数码制品播放器及其配套产品，包括 MP3、MP4、电子书、音响设备等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
32	煤炭及制品类	包括原煤、煤炭和煤制品，如洗煤、筛选块煤、筛选混煤及混末煤、焦炭、石油焦、半焦、煤饼（块）、煤球等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
33	木材及制品类	指木、竹采伐产品和木材、竹非生活制品等。此类商品销售一律按批发计算。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
34	石油及制品类	包括原油、炼厂气体、汽油、煤油、柴油、燃料油、工业燃料、溶剂油、润滑油、石蜡、地蜡、专用蜡、凡士林、洗涤剂原料、石油蜡类、石油沥青、标准油、白色油、软麻油、原料油、润滑脂、石油酸、石油皂、液化石油气等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
35	化工材料及制品类	指化学矿采选品、化工产品、橡胶制品、塑料制品等。此类商品销售一律按批发计算。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
36	金属材料类	指黑色金属矿采选品和黑色金属冶炼及其压延产品、有色金属矿采选产品和有色金属冶炼及其压延产品。此类商品销售一律按批发计算。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元



指标体系内容表\_续 5

编码	中文名称	指标说明	计算方法	数据类型及格式	单位
37	建筑材料类	指非金属矿采选成品、建筑材料及其他非金属矿物制品。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
38	机电产品及设备类	指普通机械、交通运输机械、电器机械及器材、电子产品及通讯设备、各种农林牧渔业机械等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
39	汽车、摩托车类	指汽车是指由动力装置驱动，具有四个或以上车轮的非轨道无架线车辆，包括汽车、汽车底盘和配件等。摩托车是指由汽油机驱动，靠手把操纵前轮转向的两轮或三轮车及其零配件。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
40	农业生产资料类	指化肥、农药、农业机具、种子、苗木等用于农业生产的相关产品。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
41	粮棉油类	指主要用于工业生产及大宗交易的粮食、油料、棉麻产品、蚕茧等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
42	其他商品类	指以上未包括的商品类别（如大型医疗器材，文物、古董、邮票、硬币、现代绘画作品，土特产品和畜产品、禽畜或宠物用的药品、宠物食品、花鸟鱼虫，消防器材及设施，废旧物资、虚拟商品等）。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
43	餐饮服务类	指正餐、快餐和各种饮料服务。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
44	住宿、旅游服务类	指住宿服务包括旅游饭店和一般旅馆服务；旅游服务包括旅游咨询、旅游计划和建议、行程安排与导游服务。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
45	交通仓储服务类	指航空、铁路、公路运输服务以及物流配送服务。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
46	通信服务类	指固定电信、移动通信服务。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元

指标体系内容表\_续 6

编码	中文名称	指标说明	计算方法	数据类型及格式	单位
47	文化娱乐服务类	指演出、教育、视听及游戏娱乐服务。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
48	家庭服务类	指保姆、清洁、家教、病床临时护理服务。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
49	非金融机构支付服务类	指非金融机构在收付款人之间作为中介机构提供部分或全部货币资金转移服务。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
50	咨询服务类	指社会经济咨询、专业技术咨询、各类信息咨询等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
51	广告会展服务类	指在线广告、网上会展、展览、展示等。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
52	其他服务类	指以上未包括的服务类别。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
53	电子商务采购额	指在报告期内，借助网络订单实际采购的商品总额。借助网络订单指通过网络发送订单。付款可以是网上，也可以是网下进行。该指标主要适用于电子商务应用企业。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
54	电子商务销售额	指在报告期内，借助网络订单实际销售的商品或服务总额。借助网络订单指通过网络接受订单。付款可以是网上，也可以是网下进行。该指标主要适用于电子商务应用企业。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
55	订单总数	指在报告期内，受企业或个人委托，物流企业接到的物流配送合同或单据总量。	直接填报	数值；整数	单
56	通过自建物流配送比例	指在报告期内，企业为完成电子商务交易活动而通过自营物流配送体系完成的订单数，占电子商务总订单数的比重。	直接填报	数值； 小数点后两位	%

指标体系内容表\_续 7

编码	中文名称	指标说明	计算方法	数据类型及格式	单位
57	网上用户数量	指在报告期内在，该网站注册成为用户的总数，包括企业用户与个人用户。	56=57+58	数值；整数	个
58	企业用户数量	指在报告期内，以企业（单位）名义在网站注册成为用户的数量。	直接填报	数值；整数	个
59	个人用户数量	指在报告期内，以个人名义在网站注册成为用户的数量。	直接填报	数值；整数	个
60	营业收入	指在报告期内，企业全年生产经营活动中通过销售商品或提供劳务以及渡让资产取得的收入。营业收入合计分为主营业务收入和其他业务收入。企业填写营业收入合计指标时，一般根据企业会计“利润表”中各自的“主营业务收入”的本年累计数与“其他业务收入”的本年累计数之和填写。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
61	主营业务收入	指在报告期内，企业在销售商品、提供劳务等日常活动中所产生的收入总额。此项目应根据相关行业的“产品销售收入”、“商品销售收入”、“主营业务收入”、“营业收入”、“经营收入”、“工程结算收入”等科目发生额填列。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
62	营业利润	指在报告期内，企业在销售商品、提供劳务等日常活动中所产生的利润。其内容为主营业务利润和其他业务利润扣除期间费用之后的余额。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
63	资产总计	指在报告期内，企业拥有或控制的能以货币计量的经济资源，包括各种财产、债权和其他权利。资产按其流动性（即资产的变现能力和支付能力）划分为：流动资产、长期投资、固定资产、无形资产、递延资产和其他资产。根据企业会计“资产负债表”中“资产总计”项目的期末数填写。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元

指标体系内容表\_续 8

编码	中文名称	指标说明	计算方法	数据类型及格式	单位
64	从业人数	指在报告期内，在本单位工作并取得劳动报酬或经营收入的实有人员数。 从业人员包括在各单位工作的外方人员和港澳台方人员、兼职人员、再就业的离退休人员、借用的外单位人员和第二职业者。但不包括离开本单位仍保留劳动关系的职工。	64>65+66	数值；整数	人
65	信息技术人员	指在报告期内，在本单位从事与信息技术相关工作的实有人员数。	直接填报	数值；整数	人
66	物流配送人员	指在报告期内，专门从事物流配送的人员数量。	直接填报	数值；整数	人
67	纳税额	指在报告期内，企业全年的实缴纳税总额。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。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
68	通过第三方平台产生的交易额	指在报告期内，企业在非自己所有的电子商务平台上进行电子商务交易产生的总金额。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元
69	从事电子商务物流配送企业	指在报告期内，物流企业从事电子商务相关订单配送业务的企业。	直接填报	数值； 小数点后两位	个
70	从事电子商务信用服务的企业	指在报告期内，信用企业中从事电子商务相关信用服务业务的企业，包括信用评级、信用认证、信用担保等。	直接填报	数值； 小数点后两位	个
71	评价企业数量	指在报告期内，提供信用服务的企业完成信用评价业务的企业数量。其中信用评价包括信用评级、信用认证等信用服务。	直接填报	数值； 小数点后两位	个
72	电子商务企业（商户）信用评价数量	指在报告期内，为电子商务企业（用户）提供信用评价服务的数量。	直接填报	数值； 小数点后两位	个
73	从事电子商务信用服务的收入总额	指在报告期内，电子商务企业（商户）提供信用服务所获得的收入总额。	直接填报	数值； 小数点后两位	千元

指标体系内容表\_续 9

编码	中文名称	指标说明	计算方法	数据类型及格式	单位
74	从事电子商务支付企业	指在报告期内，支付企业中从事电子商务支付业务的企业。	直接填报	数值； 小数点后两位	个
75	电子商务支付笔数	指在报告期内，电子商务交易中通过网上支付完成交易的总数。	直接填报	数值； 小数点后两位	笔

## 附件 2：意见反馈表

国家标准名称	《电子商务统计指标体系 第 1 部分：总体》 (征求意见稿)		
反馈人姓名		职务/职称	
电话/手机		电子信箱	
单 位			
反馈意见：			
序号	页码及标准章节 编号	意见内容	备注

## 附件 3：《电子商务统计指标体系 第 1 部分：总体》 国家标准编制说明

### 一、任务来源

本标准由中华人民共和国商务部提出，经国家标准化管理委员会批准，正式列入 2012 年国家标准制修订项目计划，系统编号为 98050，项目名称为《电子商务统计指标体系 第 1 部分：总体》。本标准的主要起草单位为中国国际电子商务有限公司、中国标准化研究院。

### 二、制定本标准的目的和意义

电子商务作为一种新型经济活动，正以前所未有的速度迅猛发展，已成为重要的商品流通方式，也成为我国稳外需、扩内需的一个重要抓手，其在现代市场流通体系中的重要作用日益显现。

目前公开使用的大部分电子商务统计数据均出自各种电子商务咨询机构，由于受限于数据来源、统计口径等问题，导致所公布的数据千差万别，系统性、权威性和公正性明显不足。此外，目前北京、上海、广州等部分城市已经依托地方统计部门开始开展城市电子商务统计，但也存在统计口径、统计指标不一致等问题。

为全面准确及时地掌握我国电子商务发展情况，商务部于 2011 年起在全国范围内开展了电子商务相关企业典型统计调查工作。但是总体上来看，由于数据来源、统计口径等问题的限制，导致各方发布的统计数据千差万别，系统性、权威性和公正性均显不足。

因此，为了全面把握电子商务发展的现状和特点，掌握我国电子商务发展情况、问题及趋势，为今后制定相关法规、政策提供准确依据，开展电子商务国际交流与合作等，我部拟建立我国电子商务统计体系，规范电子商务统计口径和指标标准。其中《电子商务统计指标体系 第 1 部分：总体》是标准体系研究中提出的应急需制定的标准。

《电子商务统计指标体系 第 1 部分：总体》标准主要围绕电子商务统计过程中各项统计指标及其说明进行。

### 三、本标准的主要技术内容

本标准主要规定了电子商务相关企业的基础术语和定义，适用于各级管理机构、研究机构、电子商务企业等进行电子商务的总体情况统计与分析。本标准的具体内容主要包括：

- 1 范围
- 2 规范性引用文件

- 3 术语和定义
- 4 基本原则
- 5 指标体系框架
- 6 指标描述及其内容

#### **四、本标准的起草过程**

本标准自 2012 年 9 月立项以来，标准起草组在 2012 年到 2013 年间，充分调研了国内各地电子商务统计开展情况，并参考了国外相关电子商务统计资料，经过分析整理和提炼，并广泛组织专家进行多次研讨，最后形成了标准征求意见稿。

《电子商务统计指标体系 第 1 部分：总体》国家标准起草工作组

二〇一三年十二月