

附件 3

其他行业中小企业数字化水平评测表 (2022 年版)¹

一级指标及权重	二级指标及权重	序号	问卷	题型
一、数字化基础 (40%)	业务系统 (40%)	1	企业通过部署工业互联网公有云/私有云/混合云平台等形式，实现业务的数字化管理情况 ☐ 单个业务环节 ☐ 关键业务环节 ☐ 绝大部分业务环节 ☐ 全覆盖 ☐ 以上均无	单选
	数据资源 (30%)	2	企业实现各类数据汇聚及应用的情况 ☐ 建立了统一的数据编码、数据交换格式和规则等 ☐ 信息系统实现了数据及分析结果的跨部门共享 ☐ 构建了数据算法模型，支撑业务人员进行数据分析 ☐ 构建了可视化数据分析工具 ☐ 以上均无	多选
	网络安全 (30%)	3	企业在保障网络安全方面采取的举措 ☐ 使用了工业级网络安全产品及服务，尚未建立网络安全保障制度 ☐ 建立了网络安全保障制度，尚未开展网络安全等级自评估 ☐ 开展了网络安全等级自评估，尚未通过第三方机构的验收认定 ☐ 网络安全等级评估通过了第三方机构的验收认定 ☐ 以上均无	单选
二、数字化经营 (30%)	研发设计 (10%)	4	企业的生产服务流程中是否涉及研发设计场景 ☐ 是，则回答下题 ☐ 否，则无需回答下题	多选

¹ 具体问卷题目的详细解释见优质中小企业梯度培育平台中小企业数字化水平自测模块。

一级指标及权重	二级指标及权重	序号	问卷	题型
			企业开展数字化研发设计的情况 （50%以上关键业务研发设计项目实现下列数字化场景即可勾选该项） ☐运用各类信息资源，收集产品设计创意，开展产品创意测试与验证 ☐建设和应用产品设计组件库，在研发设计过程中进行调用 ☐将数字技术、网络技术、传感技术融合进产品中，提高产品的附加值 ☐开展产业链上下游产品数据共享，实现产业链上下游的资源信息互通，提高研发效率 ☐以上均无	
	仓储物流（10%）	5	企业的生产服务流程中是否涉及仓储物流场景 ☐是，则回答下题 ☐否，则无需回答下题 企业仓储物流数字化场景的覆盖范围 （注 1：50%以上关键原料、半成品、成品等实现下列数字化场景即可勾选该项） （注 2：通过第三方、第四方物流实现的仓储物流数字化，如覆盖下述场景也可勾选） ☐物料条码管理：统一条码管理标识货物。 ☐智能仓储：应用数字化技术实现产品自动入库（进厂）、盘库或出库（出厂） ☐精准配送：应用数字化技术实现动态调度、自动配送或路径优化 ☐货物实时跟踪：应用数字化技术实现货物流转的全程跟踪 ☐物流监测与优化：应用数字化技术实现运输配送全程跟踪或异常预警，装载能力优化或配送路径优化 ☐以上均无	多选
	业务流程（20%）	6	企业实现业务流程数字化场景的覆盖范围 （50%以上关键业务实现下列数字化场景即可勾选该项） ☐策划阶段：通过信息系统实现资源分配、任务分解和项目节点设置	多选

一级指标及权重	二级指标及权重	序号	问卷	题型
			☐ 执行阶段：通过信息系统进行过程实施监控和反馈。 ☐ 监测和控制阶段：应用信息系统监控业务绩效、资源、管理风险，对于变更可根据计划内容和时间进行管控和调整 ☐ 交付阶段：通过数字化技术创新成果交付方式，实现数字化成果交付或实施成效分析 ☐ 以上均无	
	运营管理 (20%)	7	企业实现运营管理数字化场景的覆盖范围 （50%以上关键业务实现下列数字化场景即可勾选该项） ☐ 需求创造：通过数字化手段，更加精准地了解消费者的潜在需求，并通过自动化、智能化的工具提供支撑，将消费者的潜在需求转化为真实需求 ☐ 业务设计：已通过新一代信息技术和产业技术融合创新，研制和应用新技术，开发和运营知识产权，创造新的市场机会和价值空间 ☐ 价值共创：通过大数据技术推动消费者参与数据、产品和服务的生产循环，实现消费者与企业之间、消费者相互之间或企业相互之间的价值共创 ☐ 生态圈构建：通过数字化手段将不同类型产品/服务关联起来，形成生态圈，集成式创造并满足消费者的多种需求。 ☐ 以上均无	多选
	产品服务 (20%)	8	新一代信息技术在企业产品服务中的应用情况 （50%以上关键产品服务实现下列数字化场景即可勾选该项） ☐ 数据增值服务：分析产品或服务的相关数据，应用数字化技术，提供专业服务、设备估值、融资租赁、资产处置等新业务 ☐ 主动客户服务：依托客户关系管理系统（CRM），集成数字化技术，实现精细化管理或主动式客户服务 ☐ 个性化定制：通过用户和企业的深度交互，提供满足个性化需求的产品定制设计或个性化服务 ☐ 以上均无	多选题
	市场	9	企业实现市场营销数字化场景的覆盖范围（50%以	多

一级指标及权重	二级指标及权重	序号	问卷	题型
	营销 (10%)		上关键业务市场营销实现下列数字化场景即可勾选该项) ☐线上渠道建设:应用数字化技术,通过线上互动的方式购买及完成交易 ☐开展社群营销:组织社群内容的运营和管理,实现与客户进行直接沟通和社群营销。 ☐目标客户精准定位:应用数字化技术,挖掘分析客户信息、构建用户画像,对目标客户进行精准定位 ☐市场需求分析预测:应用数字化技术,实现对市场未来供求趋势、影响因素或其变化规律的精准分析、判断或预测 ☐投放过程精准可控:应用数字化技术,按照曝光、点击等行为实现对目标客户群体的广告精准投放 ☐广告效果精准评估:应用数字化技术,量化评估广告展示到客户购买的数据转化,核算广告投入总量的效果转化率,优化广告传播策略 ☐销售驱动业务优化:应用数字化技术,根据客户需求变化,动态调整业务运营方案 ☐以上均无	选
	售后服务 (10%)	10	企业实现售后服务质量管理数字化场景的覆盖范围 (50%以上关键产品售后服务实现下列数字化场景即可勾选该项) ☐订单质量管理 ☐客户体验调查 ☐客户满意度调查 ☐以上均无	多选
	经营战略 (15%)	11	企业数字化转型意识与执行水平情况 ☐已经对数字化转型有了明确的目标(至少半年为期) ☐已制定了数字化转型规划及具体的实施计划 ☐已基于战略规划开展业务模式和管理决策方式的变革实践 ☐以上均无	多选
三、数字化管理 (20%)	管理机制	12	企业在设置数字化组织与管理制度等方面采取的措施	多选

一级指标及权重	二级指标及权重	序号	问卷	题型
	(30%)		☐ 设置专门的数字化人员岗位或部门 ☐ 对数字化建设单独建账核算 ☐ 为数字化人才设立专门的绩效薪酬体系 ☐ 建立数字化信息系统管理相关制度规范 ☐ 以上均无	
	人才建设 (25%)	13	企业在数字化方面培训覆盖的人员范围 ☐ 信息化部门员工 ☐ 业务部门员工 ☐ 企业主要决策人员 ☐ 其他员工 ☐ 以上均无	多选
	资金投入 (30%)	14	企业上年度数字化投入占营业收入的比重 ☐ 小于 1% ☐ [1%,2%) ☐ [2%,3%) ☐ [3%,5%] ☐ 大于 5%	单选
四、数字化成效 (10%)	生产效率 (50%)	15	企业上年度人均营业收入 ☐ 明显低于行业平均水平 ☐ 略低于行业平均水平 ☐ 与行业平均水平相当 ☐ 略高于行业平均水平 ☐ 明显高于行业平均水平 具体数值为[]	单选
	价值效益 (50%)	16	企业上年度每百元营业收入中的成本 ☐ 明显低于行业平均水平 ☐ 略低于行业平均水平 ☐ 与行业平均水平相当 ☐ 略高于行业平均水平 ☐ 明显高于行业平均水平 具体数值为[]	单选