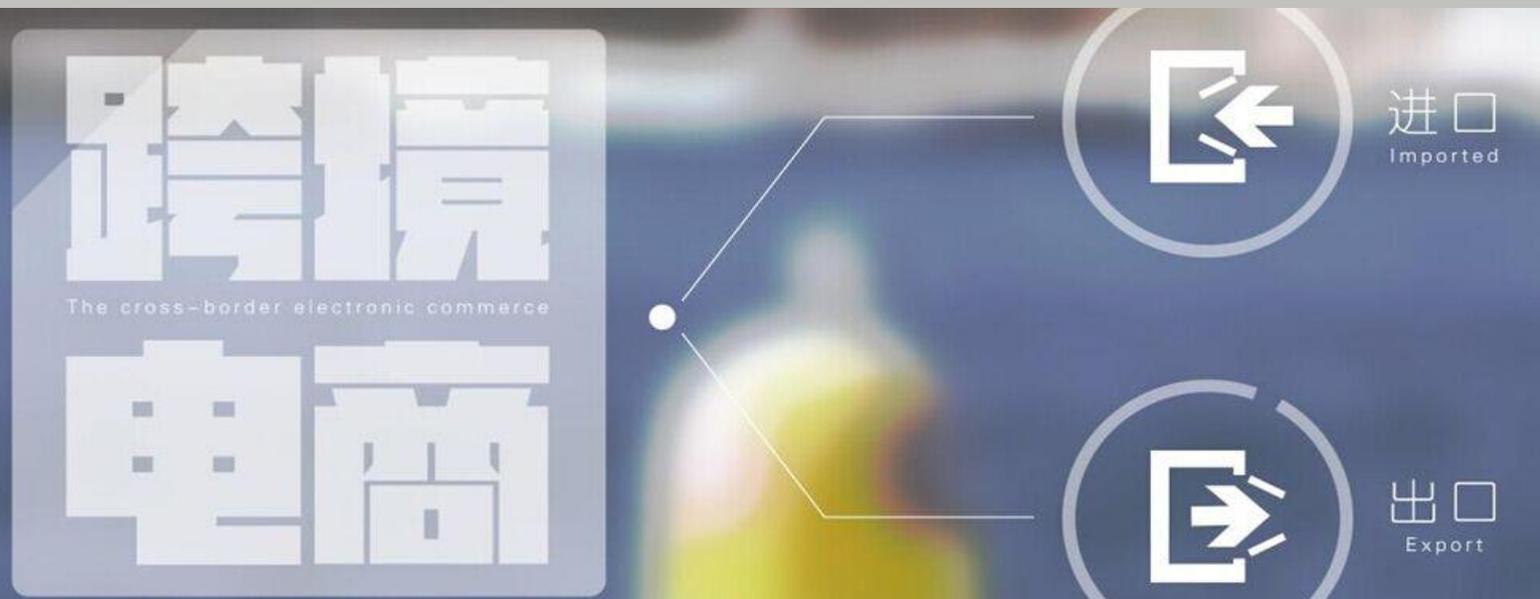


主办：广州南沙投资咨询有限公司

微信扫描二维码，
获取更多及时资讯



CONTENTS

聚焦南沙	2
产业政策	3
产业动态	3
大局观.....	4
南沙自贸区跨境电商达 190 家 进仓总值超 3.95 亿元	4
跨境电商模式成出口新增长点.....	5
行邮税究竟是什么？税率几何？	7
国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见.....	10
广东力争 3 年内培育 20—30 个跨境电商示范园区	12
支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点指导意见.....	14
进口跨境电商链条及模式优势.....	17
我国目前主要的十大进口跨境电商模式.....	20
跨境电子商务配套措施正制定.....	25

聚焦南沙

- 7月23日下午，2015年（第十届）城市发展与规划大会“南沙新区与自贸试验区发展论坛”上介绍，南沙今年上半年实现GDP517.95亿元，同比增长14.1%，增速位居全市前列。
- 南沙粮食通用码头今年上半年从南沙口岸进境的粮食量已突破100万吨。7月21日，南沙检验检疫局介绍，上半年从该口岸进口的粮食总货值约为3.2亿美元，同比分别增长120.17%、33.59%。
- 近日，一艘波兰制造、价值25万欧元的豪华游艇驶入南沙游艇会游艇帆船水上保税仓库，标志着中国（广东）自由贸易试验区南沙新区片区首家游艇水上保税仓正式开始运作。
- 广州港集团上半年净增8条外贸航线，新增4个内陆办事处，新开通2条“穿梭巴士”支线，支线业务量同比增长16%，内陆业务量同比增长18.1%。其中，新增的航线大部分在南沙港区。
- 从挂牌至7月21日，南沙已有190家电商企业在新沙口岸部门完成备案，京东国际、天猫国际等电商巨头纷纷抢滩南沙。
- 7月24日上午，由南沙区人社局办理的社保登记证纳入“一口受理”平台，实现“七证联发”，通过“一口受理”进行企业注册登记，无需填写社保登记相关申请表格，减少群众填写材料的繁琐程序。

产业政策

- 7月21日，广东省政府在广州召开新闻发布会，宣布《中国（广东）自由贸易区建设实施方案》向全社会公开。《实施方案》明确广东自贸区三个片区的功能布局，并提出了八个方面的62项工作任务
- 7月18日，中国人民银行等十部委正式发布了《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》，业界翘首企盼的指导意见终于尘埃落定，互联网金融再也不是监管空白。

- 国家工商总局 7 月印发《关于支持中国（广东）自由贸易试验区建设的若干意见》提出 7 条支持广东自贸区建设的措施。在此基础上，广东省工商局印发实施意见，提出放宽新注册企业场所登记条件限制等 16 条政策措施。

产业动态

- 7 月 13 日，深圳市前海管理局发布数据称，截至 2015 年 6 月，前海企业共对外投资备案 114 家，香港成为前海企业对外投资的主要地区，占比近八成。中方总投资额为 15.75 亿美元。
- 7 月 15 日，横琴海关正式入驻广东自由贸易试验区珠海横琴新区片区综合服务中心，成为首个入驻该中心的联检单位。
- 7 月 24 日，恒生银行与深圳前海金控在前海签署合资协议，双方将向监管机构申请设立合资基金管理公司，其中恒生银行将作为控股股东。这意味着国内首家境外机构控股的基金公司将在前海产生。
- 7 月底，珠海横琴正式对外公布《中国（广东）自由贸易试验区珠海横琴新区片区建设实施方案》，将着力推进 48 项重点工作，通过先行先试货物贸易便利化、创新扩大服务领域开放的制度，重点发展旅游休闲健康、商务金融服务、文化科教和高新技术等产业。
- 横琴发布了 2015 年改革创新总体方案，提出继续引进各类要素交易平台，开展大宗商品现货交易和国际贸易，探索建立国际商品交易集散中心、信息中心和价格形成中心。据悉，横琴已获得省里批准设立的有 5 个要素交易中心，还有七八个要素交易平台正在筹备申请中。

南沙自贸区跨境电商达 190 家 进仓总值超 3.95 亿元

文章来源：央广网

7月28日从广州南沙区有关部门获悉，自贸区挂牌以后截今已有190家跨境电商企业在南沙口岸部门完成备案，京东国际、1号店、聚美优品、苏宁云商、唯品会、当当网、天猫国际等国内跨境电商企业相继落户南沙。累计审核进仓清单1273票，总价

值人民币超过3.95亿元。据区保税区介绍，南沙跨境电商已在创新模式上取得较大突破，通关、检验检疫、税务等部门也总结提出了不少南沙独有的措施优势。会议明确，通过做大业务量，不断积累“量变”，为创新“质变”提供基础，把南沙跨境电商业务量排在全国前列。



低成本：退税快通关更便宜

据了解，南沙在支持跨境电商发展方面出台了不少创新措施。其中，税务、海关部门在企业低成本经营方面提供有利环境。

从4月份开始，南沙海关取消了原来收取的每票1元的跨境通关系统数据传输费，切实降低企业运行成本。4月14日，南沙保税港区卡口功能进一步优化，实现跨境电商24小时出区，接下来将对保税港区卡口及跨境通关系统进行系统升级改造，改造后可实现南沙跨境电商全天候自动通关。据了解，实现全天候24小时通关，企业在运输成本上可进一步压缩。

据悉，南沙区国税局从5月份起试行出口退（免）税全程无纸化管理，同时，面向自贸区出口企业推行“快捷退税绿色通道”服务，实现单证齐全的一类出口企业2日内办结退税，非一类出口企业退税时限从20个工作日缩至15个工作日内，试点企业的出口退（免）税申报从受理到税收收入退还书的开具平均仅需5-7个工作日，与国税总局规定的20个工作日内提速近70%。“退税更快，资金运转更加流畅，企业在进货和销售方面更有话事权。”到场的电商企业对此十分赞同。

高效率：科技手段助通关便利化

广东出入境检验检疫局跨境电商商品质量溯源平台在6月1日南沙正式上线，南沙成为全国首个推出跨境电商商品质量溯源的自贸区，经南沙自贸区进出口的跨境电商商品质量信息可随时随地通过互联网登录广东智检口岸公共服务平台进行24小时全天候快捷查询。据了解，已有190家国内跨境电商企业在“智检口岸”公共服务平台备案，电商业务相继落户南沙。据统计，备案商品9680种。2015年7到12月共计申报2.86万票、货值0.14亿元，2015年自贸区挂牌前共计25.3万票、货值1.01亿元，自贸区挂牌后至6月底为50.26万票、货值1.33亿元。

今年7月，“智检口岸”平台的跨境电商公共服务模块在南沙上线。南沙检验检疫局负责人介绍，企业无需安装客户端软件，任何地点、任何时间均可通过互联网登录智检口岸公共服务平台，24小时远程、免费、无纸化申报，可实时查询业务流程，真正实现“零纸张、零距离、零障碍、零门槛、零费用、零时限”的“六零申报”。同时，通过智检口岸公共服务平台发布商品质量信息、负面清单，提供技术标准服务；与国内外第三方机构合作，逐步实现全球质量信息数据互联互通，建立大质量工作机制。

跨境电商模式成出口新增长点

文章来源：金融时报

近一段时间以来，随着我国跨境电商逆市而上，“一带一路”战略带动装备出口，区域自贸协定和新设自贸区释放政策红利，中国外贸的“活力”和“后劲”已在低迷的外贸增长数据中初现端倪。

外汇局7月31日发布的数据显示，2015年6月，我国国际收支口径的国际货物和服务贸易收入12468亿元，支出10461亿元，顺差2007亿元；

其中，货物贸易顺差2916亿元，服务贸易逆差909亿元。同时，海关总署的数据显示，按人民币计价，我国6月出口同比增长2.1%，预期值为1.2%；进口同比下降6.7%，预期值为-16.2%；6月份，我国贸易顺差2842亿元，前值顺差3668亿元。



对于上述数据，对外经济贸易大学国际经济研究院副研究员杨立强告诉记者，进出口总值的变化是内外因共同作用的结果。“从外需来看，产品出口主要是为了满足国外客户，比如欧美和其他一些重要出口市场的需要，如果这些国家经济发展速度放缓，我国外需就会下降，出口增速也会随之放缓，甚至影响进口规模。”杨立强解释称。

内因方面，杨立强表示，从去年下半年到今年，我国进入产业转型升级和结构调整的关键阶段。在这一阶段，经济发展受到劳动成本、运营成本等一些因素发生变化的影响，可能会出现企业的生产效率跟不上外贸需求增长的情况，从而对我国产品的出口产生影响。

不过，杨立强认为：“如果度过产业转型升级的阵痛期，我国的外贸总值将获得更大的增长潜力。”

跨境电商驱动外贸升级

推进新一轮更高层次的对外开放是经济提质增效的重要支撑。业内专家建议，未来要进一步推动对外贸易便利化，改善营商环境，为外贸企业减负助力，促使进出口稳定增长，培育国际竞争新优势。为此，国务院办公厅于近日下发了《关于促进进出口稳定增长的若干意见》（以下简称《意见》）。

《意见》对跨境电子商务着墨颇多，提出要加快推进外贸新型商业模式发展，推进中国（杭州）跨境电子商务综合试验区建设。而受惠于政策支持，跨境电商 B2B 模式正成为我国出口的新增长点。

今年 3 月 7 日，中国（杭州）跨境电子商务综合试验区正式获得国务院批准设立。截至目前，试验区已拥有 3 个跨境园区，实现了跨境电子商务出口和进口业务全覆盖。

事实上，海淘网、洋码头、跨境购等一批新兴进口电商企业，正伴随着跨境电商业务迅速成长。跨境电商正成为创新驱动发展的重要引擎和大众创业、万众创新的重要渠道。据统计，2014 年，我国跨境电商进口交易规模约为 4.2 万亿元，同比增长 33.3%。商务部发布的全球贸易格局报告预测，2016 年中国跨境电商进出口额有望增长至 6.5 万亿元，年增速将超过 30%。

此前，在我国新设的广东、天津、福建等自由贸易试验区正成为外贸转型升级的重要试验场。有报道称，广东自贸试验区南沙片区目前已有 173 家跨境电商企业备案，备案商品达到 8618 种，跨境电商业务货值从 2014 年的 0.14 亿元猛增至今年的 1.33 亿元。

高端装备制造出口持续发力

自我国经济进入新常态以来，对外贸易从“大进大出”向“优进优出”的转变正在逐步加快，“一带一路”等外贸新增长点也开始逐渐发力。

国务院发布的《关于推进国际产能和装备制造合作的指导意见》提出，推进国际产能和装备制造合作，是保持中国经济中高速增长和迈向中高端水平的重大举措，是推动新一轮高水平对外开放、增强国际竞争优势的重要内容。我国外贸企业正在加快装备“走出去”，推进国际产能合作，也更加注重高端制造、高附加值产品出口。

海关总署新闻发言人黄颂平日前表示，今年上半年，中国与“一带一路”沿线国家进出口值接近3万亿元，约占同期中国外贸总值的1/4。其中，中国对孟加拉国、巴基斯坦、以色列、沙特阿拉伯和埃及等“一带一路”沿线国家出口实现两位数的较高增速。

此外，中韩自贸协定、中澳自贸协定相继正式签署，不仅为今年外贸企稳增长创造条件，而且更加有助于我国外贸由规模速度型向质量效益型转变。

杨立强表示，随着“一带一路”战略的实施，自贸区和区域自贸协定带来的政策红利不断释放以及促进外贸发展的政策力度不断加大，我国将巩固外贸传统优势，培育竞争新优势，在稳增长过程中持续推进外贸转型升级。

行邮税究竟是什么？税率几何？

文章来源:跨境电商熊汇

随着跨境电商，海外购的兴起，行邮税也成为各方关注的热点，但行至将变，仍有很多人在问行邮税的基本常识。

行邮税，顾名思义，就是行李和邮递物品进口税的简称，它是关税、进口环节增值税及消费税三者合一的替代税种。替代，就是征了行邮税，对应的关税、增值税、消费税就不征了哦。

行邮税只针对个人非大宗物品，根据海关相关条例规定，对超过海关总署规定数额、但仍在合理数量以内的个人自用进境物品进行归类、确定完税价格和使用税率，进而征收进口税，税额若不超过**50元**，行邮税是免征的。注意关键词：限定个人购买数量、税金不足50元免征。

2013年开始，海关在全国范围内开展跨境电商试点城市，政策中说明：入境时已有订单信息，且收货人为个人消费者的，适用行邮税。以下几种电商通关形式均适用于行邮税：

1. 快件
2. 电商保税集货
3. 电商保税备货

目前，进口税税率共设为四档，分别为**10%、20%、30%和50%**。

- 适用第一档10%税率的物品

主要包括书报、刊物、教育专用电影片、幻灯片、原版录音带、录像带、金、银及其制品、食品、饮料等；

- 适用第二档 20%税率得物品

主要包括纺织品及其制成品、摄像机、摄录一体机、数码相机及其他电器用具、照相机、自行车、手表、钟表（含配件、附件）；

- 适用第三档 30%税率得物品

为高尔夫球及球具、高档手表（是指完税价格 10000 元人民币以上的手表）；

- 适用第四档 50%税率得物品

为烟、酒、化妆品。

进口税的计算公式为：**进口税税额=完税价格×进口税税率。**

各品类税率详情，请参阅下表：

中华人民共和国进境物品归类表		
物品类别	范围	税率
食品、饮料	食品：包括水产品、乳制品、糖制品、调味品，燕窝、冬虫夏草、高丽参、红参、西洋参、人参、鹿茸、阿胶、奶粉及其他保健品、补品等	10%
	饮料：包括茶叶、咖啡等其他非酒精类饮料	
酒	包括啤酒、葡萄酒（香槟酒）、黄酒、果酒、清酒、米酒、白兰地、威士忌、伏特加、朗姆酒、金酒、白酒、药酒、保健酒、鸡尾酒、利口酒、龙舌蓝、柯迪尔酒、梅子酒等用粮食、水果等含淀粉或糖的物质发酵或配制而制成的含乙醇的酒精饮料	50%
烟草	包括卷烟、雪茄烟、烟丝、烟叶、碎烟、烟梗、烟末等	50%
纺织品及其制成品	衣着：包括外衣、外裤、内衣裤、衬衫/T恤衫、其他衣着等	20%
	配饰：包括帽子、丝巾、头巾、围巾、领带、腰带、手套、袜子、手帕等	
	家纺用品：包括毛毯、被子、枕头、床罩、睡袋、幔帐等	
	其他：包括毛巾、浴巾、桌布、窗帘、地毯等	
皮革服装及配饰	包括各式皮革服装及皮质配饰	10%
箱包及鞋靴	箱：包括各种材质的箱子	10%
	挎包、背包、提包：包括各种材质的挎包、背包、提包	
	钱包、钥匙包：包括各种材质的钱包、钥匙包、卡片包	
	其他：包括化妆包、包装袋（盒、箱）等	
	鞋靴：包括皮鞋、皮靴、运动鞋、其他鞋靴等	
表、钟及其配件、附件	高档手表：审定价格在人民币10000元及以上的手表	30%
	表：包括高档手表外其他各种表	20%
	钟：包括座钟、挂钟、台钟、落地钟等	
	配件附件：包括各种表、钟的配件、附件	
金、银、珠宝及其制品、艺术品、收藏品	包括金、银、珠宝及其制品，艺术品、收藏品	10%

化妆品	芳香类化妆品：包括各种香水、香体棒、止汗露、走珠香露等	50%
	清洁/护理类化妆品：洗面奶（乳、皂）、洁面霜（露、蜜、粉、啫喱）、卸妆水（乳、膏、液、油）、鼻贴膜、去黑头膏（液）、剃须膏（泡沫）、洗甲液、面霜、眼霜、日霜、晚霜、冷霜、防晒霜、祛斑霜、护肤膏（霜、露、乳液、喷雾）、磨砂膏、按摩膏、精油、化妆水（含爽肤水、柔肤水、紧肤水、护肤水、收缩水）、须后水、隔离霜、面膜、面膜膏（粉）、眼膜、颈膜、护手霜、护甲水（霜、油）、指甲硬化剂、润唇膏、去角质膏（粉）、发乳、发油、发蜡、焗油膏、花露水、痱子粉、爽身粉等	
	美容/修饰类化妆品：包括粉底、粉饼、胭脂、眼影、眼线笔（液）、眉笔、睫毛膏（液）、唇膏、唇彩、唇线笔、指甲油、发胶、发泥、定型水（啫喱、摩丝）等	
	特殊功能类化妆品：丰（美、健）乳霜、纤体霜（膏）、健美霜、紧致霜、除臭露（剂）等	
家用医疗、保健及美容器材	医疗器材：包括呼吸器具、矫形器具、夹板及其他骨折用具，血糖计、血糖试纸、电动洗眼器、红外线耳探热针、空气制氧机、治疗用雾化机、电动血压计、病人用拐杖、病人用轮椅等及上述物品的配件、附件	10%
	保健器材：包括按摩床、按摩椅等及上述物品的配件、附件	
	美容器材：包括蒸汽仪、喷雾器、化妆/美容专用工具等及上述物品的配件、附件	

厨卫用具及小家电	厨房用具：包括各种材料制的餐具、刀具、炊具、灶具，锅、壶、盘、碗、筷子、勺、铲、餐刀、餐叉、切菜刀、案板、削皮刀、手动绞肉机、手动食品研磨机、搅拌机、净水器、煤气灶、煤气点火器等	10%
	卫生用具、洁具：包括水龙头、淋浴用具等	
	其他家庭用具：包括电话机、传真机、游戏机、手动缝纫机或编织机等及上述物品的配件、附件	20%
	电器类厨房用具：包括电饭煲、微波炉、电磁炉、抽油烟机、消毒碗柜、家用洗碗机、电烤箱、面包机、电炉灶、豆浆机、酸奶机、电动榨汁机、咖啡机、制冰机、饮水机、食品调理机、电动食品研磨机、煮蛋器等电器用具 电器类卫生用具、洁具：包括电热水器等电器用具	
	其他小家电：包括灯具、电动缝纫机或编织机、电动剪草机、便携式复印机、电风扇、电烫斗、电吹风机、电动剃须刀、电动毛发推剪器、地板打蜡机、加湿机、除湿机、增除湿一体机、电暖器、电热毯、空气清新机、家用吸尘器、家用地毯清洗机电器及上述物品的配件、附件等	
家具	包括各种材料制的沙发、组合式家具、柜、橱、台、桌、椅、书架、床、床垫、坐垫等	10%
空调及其配件、附件	包括空气调节器及其配件、附件等	20%
电冰箱及其配件、附件	包括各式电冰箱、冰柜、红酒柜及其配件、附件等	20%
洗衣设备及其配件、附件	包括波轮式洗衣机、滚筒式洗衣机、干衣机/烘干机及上述物品的配件、附件	20%
电视机及其配件、附件	包括各式电视机、电视收音联合机、电视收音录音联合机、电视录像联合机等及上述物品的配件、附件	20%
摄影（像）设备及其配件、附件	包括照相机、摄像机、照相制版机、放大机，数码相框、存储卡、胶卷、胶片、感光纸、镜箱、闪光灯、滤色镜、测光表、曝光表、遮光罩、水下摄影罩、半身镜、接镜环、取景器、自拍器、洗像盒、显影罐等	10%
	电视摄像机	20%

影音设备及其配件、附件	包括录音笔、录音机、收音机、MP3播放机、MP4播放机、收录音机、数码录音播放器、电唱机、激光电唱机、放像机、录像机、激光视盘机、(单)功能座、音箱、自动伴唱机、卡拉OK混音器等及上述物品的配件、附件	20%
计算机及其外围设备	包括个人计算机及其存储、输入、输出设备和附件、零部件	10%
书报、刊物及其他各类印刷品	包括书报、刊物及其他各类印刷品	10%
教育专用的电影片、幻灯片、原版录音带、录像带	包括教育专用的电影片、幻灯片、原版录音带、录像带、地球仪、解剖模型、人体骨骼模型、教育用示意牌等	10%
文具用品及玩具	包括各种书写用具及材料、照像簿、集邮簿、印刷日历、月历、放大镜、望远镜、眼镜、绘图用具、绘图用颜料、装订用具、削铅笔器、算盘、电子计算器、电子字典/记事簿、电子(纸)书、誊写钢板等各种文具用品及玩具	10%
邮票	包括中国大陆及境外各种邮票、小型张、纪念封等	10%
乐器	包括各种键盘类、弓弦类、拨弦类、打击类、管乐类等乐器及节拍器、音叉、定音器等器具及上述乐器的配件、附件	10%
体育用品	高尔夫球及球具：包括高尔夫球杆、高尔夫球、高尔夫球包、高尔夫球手套、高尔夫球鞋	30%
	除高尔夫球以外各种球类，各种棋类、健身器具、航空和航海模型、钓具等，一般体育活动、体操、竞技、游泳、滑冰、滑雪及其他户内外活动用具及其配件、附件	10%
自行车、三轮车、童车及其配件、附件	包括不带发动机、电动机的自行车、三轮车、童车等，及上述物品的配件、附件	20%
其他物品	其他不能归入上述类别的物品	10%

国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

近年来，我国跨境电子商务快速发展，已经形成了一定的产业集群和交易规模。支持跨境电子商务发展，有利于用“互联网+外贸”实现优进优出，发挥我国制造业大国优势，扩大海外营销渠道，合理增加进口，扩大国内消费，促进企业和外贸转型升级；有利于增加就业，推进大众创业、万众创新，打造新的经济增长点；有利于加快实施共建“一带一路”等国家战略，推动开放型经济发展升级。为促进我国跨境电子商务健康快速发展，经国务院批准，现提出以下意见：

一、支持国内企业更好地利用电子商务开展对外贸易。加快建立适应跨境电子商务特点的政策体系和监管体系，提高贸易各环节便利化水平。鼓励企业间贸易尽快实现全程在线交

易，不断扩大可交易商品范围。支持跨境电子商务零售出口企业加强与境外企业合作，通过规范的“海外仓”、体验店和配送网店等模式，融入境外零售体系，逐步实现经营规范化、管理专业化、物流生产集约化和监管科学化。通过跨境电子商务，合理增加消费品进口。

二、鼓励有实力的企业做大做强。培育一批影响力较大的公共平台，为更多国内外企业沟通、洽谈提供优质服务；培育一批竞争力较强的外贸综合服务企业，为跨境电子商务企业提供全面配套支持；培育一批知名度较高的自建平台，鼓励企业利用自建平台加快品牌培育，拓展营销渠道。鼓励国内企业与境外电子商务企业强强联合。

三、优化配套的海关监管措施。在总结前期试点工作基础上，进一步完善跨境电子商务进出境货物、物品管理模式，优化跨境电子商务海关进出口通关作业流程。研究跨境电子商务出口商品简化归类的可行性，完善跨境电子商务统计制度。

四、完善检验检疫监管政策措施。对跨境电子商务进出口商品实施集中申报、集中查验、集中放行等便利措施。加强跨境电子商务质量安全监管，对跨境电子商务经营主体及商品实施备案管理制度，突出经营企业质量安全主体责任，开展商品质量安全风险监管。进境商品应当符合我国法律法规和标准要求，对违反生物安全和其他相关规定的行为要依法查处。

五、明确规范进出口税收政策。继续落实现行跨境电子商务零售出口货物增值税、消费税退税或免税政策。关于跨境电子商务零售进口税收政策，由财政部按照有利于拉动国内消费、公平竞争、促进发展和加强进口税收管理的原则，会同海关总署、税务总局另行制订。

六、完善电子商务支付结算管理。稳妥推进支付机构跨境外汇支付业务试点。鼓励境内银行、支付机构依法合规开展跨境电子支付业务，满足境内外企业及个人跨境电子支付需要。推动跨境电子商务活动中使用人民币(6.2096, -0.0001, -0.00%)计价结算。支持境内银行卡清算机构拓展境外业务。加强对电子商务大额在线交易的监测，防范金融风险。加强跨境支付国内与国际监管合作，推动建立合作监管机制和信息共享机制。

七、提供积极财政金融支持。鼓励传统制造和商贸流通企业利用跨境电子商务平台开拓国际市场。利用现有财政政策，对符合条件的跨境电子商务企业走出去重点项目给予必要的资金支持。为跨境电子商务提供适合的信用保险服务。向跨境电子商务外贸综合服务企业提供有效的融资、保险支持。

八、建设综合服务体系。支持各地创新发展跨境电子商务，引导本地跨境电子商务产业向规模化、标准化、集群化、规范化方向发展。鼓励外贸综合服务企业为跨境电子商务企业提供通关、物流、仓储、融资等全方位服务。支持企业建立全球物流供应链和境外物流服务体系。充分发挥各驻外经商机构作用，为企业开展跨境电子商务提供信息服务和必要的协助。

九、规范跨境电子商务经营行为。加强诚信体系建设，完善信用评估机制，实现各监管部门信息互换、监管互认、执法互助，构建跨境电子商务交易保障体系。推动建立针对跨境电子商务交易的风险防范和预警机制，健全消费者权益保护和售后服务制度。引导跨境电子商务主体规范经营行为，承担质量安全主体责任，营造公平竞争的市场环境。加强执法监管，加大知识产权保护力度，坚决打击跨境电子商务中出现的各种违法侵权行为。通过有效措施，努力实现跨境电子商务在发展中逐步规范、在规范中健康发展。

十、充分发挥行业组织作用。推动建立全国性跨境电子商务行业组织，指导各地行业组织有效开展相关工作。发挥行业组织在政府与企业间的桥梁作用，引导企业公平竞争、守法经营。加强与国内外相关行业组织交流合作，支持跨境电子商务企业与相关产业集群、专业商会在境外举办实体展会，建立营销网络。联合高校和职业教育机构开展跨境电子商务人才培养培训。

十一、加强多双边国际合作。加强与“一带一路”沿线国家和地区的电子商务合作，提升合作水平，共同打造若干畅通安全高效的电子商务大通道。通过多双边对话，与各经济体建立互利共赢的合作机制，及时化解跨境电子商务进出口引发的贸易摩擦和纠纷。

十二、加强组织实施。国务院有关部门要制订和完善配套措施，做好跨境电子商务的中长期总体发展规划，定期开展总结评估，支持和推动各地监管部门出台相关措施。同时，对有条件、有发展意愿的地区，就本意见的组织实施做好协调和服务等相关工作。依托现有工作机制，加强部门间沟通协作和相关政策衔接，全力推动中国（杭州）跨境电子商务综合试验区和海峡两岸电子商务经济合作实验区建设，及时总结经验，适时扩大试点。在此基础上，逐步建立适应跨境电子商务发展特点的政策体系和监管体系。

地方各级人民政府要按照本意见要求，结合实际情况，制订完善发展跨境电子商务的工作方案，切实履行指导、督查和监管责任。组建高效、便利、统一的公共服务平台，构建可追溯、可比对的数据链条，既符合监管要求，又简化企业申报办理流程。加大对重点企业的支持力度，主动与相关部门沟通，及时协调解决组织实施工作中遇到的困难和问题。

国务院办公厅
2015年6月16日

广东力争3年内培育20—30个跨境电商示范园区

来源：南方网

广东省商务厅近日发布《广东省跨境电子商务园区规划建设的意见》（下称《意见》），从合理布局实体园区、搭建园区支撑服务体系、建设公共服务平台等方面，为我省即将建设的相关园区明确功能定位、规范规划建设等作出指引。

有园区出现“挂羊头”现象

跨境电商是我省近年发展最为迅猛的新业态之一。我省2015年第一季度跨境电商进出

口值已达 10.3 亿元，居全国前列。国家发改委、海关总署自 2012 年起相继批准的 7 个跨境电商服务试点城市中，广东就有广州和深圳两家。

与此同时，我省不少地市目前对如何建设跨境电商园区还没有清晰的思路，也出现了一些“挂羊头”的跨境电商园区。为此，《意见》提供了相关指引，力争 3 年内培育 20—30 个跨境电商示范园区。

鼓励利用厂房兴办园区

《意见》提出，在不改变用地主体、不重新开发建设等前提下，鼓励利用工业厂房、仓储用房兴办跨境电商园区。

《意见》同时明确，跨境电商园区不仅仅是为入驻企业提供场地和设备这些基本服务，还要引入第三方服务平台，使园区内各类企业上下游配套，资源互补，合理布局实体园区。其中布局实体园区包括提供物流仓储服务，有条件的园区还应争取开展跨境电商保税进口业务，并由地方政府牵头推动海关、检验检疫等监管部门驻园区工作，实现园区内跨境电商进出口便捷通关。同时，还要打造涵盖第三方平台、支付、金融、信用、创意、软件等领域的综合服务功能区，提供一站式综合服务。

探索出口商品简化归类

对于搭建园区支撑服务体系，《意见》提出，各市要完善通关监管功能区建设，可先行先试探索开展跨境电商出口商品简化归类业务。我省跨境电商园区应对进出口商品实施“集中申报、集中查验、集中放行”等便利措施，其中对占跨境电商进出口总值八成以上的出口业务，出口企业备案取得资质后，可在园区备货，国外订单直接从园区发货，随报随走。此外，园区应具备信息化平台，开展出口退（免）税无纸化管理，便利企业退税。园区还应对接国际物流、快递企业，为园内企业提供统一采购、仓储、运输、配送等一体化物流解决方案。



《意见》还提出，园区要建设公共服务平台，统一接入各市海关、检验检疫等监管部门系统，方便企业开展进出口阳光化申报。采集和审核园内企业提交的跨境电商交易数据，实现一次申报，监管部门间数据共享，凭监管部门指令放行，提高服务效率。

支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点指导意见

第一章 总则

第一条 为便利机构、个人通过互联网进行电子商务交易、规范支付机构跨境互联网支付业务发展，防范互联网渠道跨境资金流动风险，根据《中华人民共和国外汇管理条例》及《非金融机构支付服务管理办法》等有关规定，制定本指导意见。

第二条 支付机构跨境电子商务外汇支付业务是指支付机构通过银行为小额电子商务(货物贸易或服务贸易)交易双方提供跨境互联网支付所涉的外汇资金集中收付及相关结售汇服务不包括支付机构提供的使用人民币进行跨境结算的相关服务。

第三条 支付机构参加跨境电子商务外汇支付业务试点，应首先取得人民银行颁发的《支付业务许可证》，许可业务范围须包括互联网支付支付机构应制定相关试点申请方案经所在地国家外汇管理局分局、外汇管理部(以下简称“外汇分局”)初审报，国家外汇管理局核准点支付机构应接收付和结售汇管。试照跨境理有关规定及经核准的试点申请方案开展业务接受跨境外支，汇付业务监督和管理。从事跨境电子商务的主体准入管理还应遵守国家其他有关法律法规。

第二章 试点业务申请

第四条 符合本指导意见第三章至第六章规定的支付机构可以申请试点开办跨境电子商务外汇支付业务。支付机构可根据自身需求选择，申请开展的业务范围。

第五条 支付机构申请试点开办跨境电子商务外汇支付业务应向，所在地外汇分局提交以下材料：

(一)申请报告，载明申请人名称、住所、注册资本、组织机构设置、已开展的支付业务和拟申请开展的跨境电子商务外汇支付业务种类有关备情，以及准况和工作计划等

(二)业务运营方案含，包业务办理流程详细说明资金汇兑和支付整个环节、客户实名制管理、交易真实性审核、国际收支统计申报、数据采集报送、备付金账户管理、业务风险控制等内容

(三)《支付业务许可证》复印件

(四)与备付金开户银行的书面合作协议包含备付,金账户管理、支付指令管理、跨境收支申报管理、系统录入管理、数据核对等内容明确方责任,双义

(五)内部操作规程含,包支付机构内部各部门业务分工、操作流程和要求等

(六)国家外汇管理局要求的其他材料。

第六条 外汇分局初审支付机构申请材料内容是否符合本指导意见规定,选取申请方案符合规定业、务基础良好且内部管理成熟的支付机构,报国家外汇管理局批准。

第三章 试点业务管理

第七条 支付机构对参与跨境电子商务外汇支付业务的客户采取实名认证制,严格审核客户身份信息的真实性。

支付机构自主发展“境外特约商户须接了解你的客户”,照原则保证境外特约商户的真实性、合法性。

支付机构应通过有效方式核验银行支付账户开户人信息与客户身份信息的一致性者一致方完成支付。

第八条 支付机构仅对具有真实交易背景的跨境电子商务交易提供跨境外汇支付服务,范围包括货物贸易交易和经国家外汇管理局审核同意的服务贸易交易交易背景的跨境,不得开展无外汇支付业务。

第九条 客户外汇备付金账户资金与支付机构自有外汇资金应严格区分管理,不得混用。自有外汇收支运用应遵循现行机构外汇管理规定。

第十条 支付机构可集中为客户办理收付汇和结售汇业务,但应实现交易信息的逐笔还原轧差收付汇和结售支付,不得汇。机构应在日内办理结售汇业务据与户约定或实际交易情况,及时向客户支付,不得故意延迟支付。

第十一条 支付机构在提供跨境电子商务外汇支付服务时,可接受客户人民币或自有外汇支付客户向。支付机构划转外汇时,银行应要求其提供包含有交易金额、支付机构名称等信息的网上交易真实性证明材料,经核对金额和支付机构账户名称后办理,并在交易附言中标注“跨境外汇互联网支付划转”字样。

第十二条 支付机构为客户集中办理结售汇业务时应,按照银行提供的汇率标价得自行变动汇率,不价格就。支付机构应手续费、交易退款涉及汇兑损益分担等,与客户事先达成协议。

第十三条 交易发生退款的支付机构应,按原路、原币种退回的原则在银行办理,并进行跨境收支申报。

第四章 支付机构外汇备付金账户管理

第十四条 支付机构应按照现行经常项目外汇账户管理有关规定,在银行开立外汇备付金账户,账户名称结尾标注“PIA”(Payment Institute Account),并通过外汇备付金账户办理跨境代收、代付业务。

第十五条 本指导意见所称外汇备付金，是指交易产生后由支付机构为客户代收或代付的外汇资金，不得在无交易情况下预收、预存。

外汇备付金账户的收入范围为接受境内付款方外汇划转或购汇转入，境外付款方汇入，以及因交易失败由原路、原币种退回的外汇资金；支出范围为外汇划转，结汇转入人民币备付金账户或境内收款方人民币账户。汇出至境外收款方，以及因客户错汇、多汇或交易失败产生的原路、原币种退出的外汇资金。

第十六条 支付机构应选择其境内人民币备付金存管银行，开立 1 个存管银行外汇备付金账户。同时可根据业务需要选择不超过 3 家境内商业银行作为备付金合作银行，每家合作银行可开立 1 个外汇备付金账户。以上两账户均可办理集中外汇收付。

第十七条 支付机构外汇备付金账户纳入外汇账户管理，银行应将数据填报在“支付机构外汇备付金账户”项下。

第五章 风险管理

第十八条 支付机构业务系统应当能够接收外汇局导入的分拆结售汇“关注名单”，自动别客户是否属于“关注名单”个人，并进行拦截提示，不得对“关注名单”内个人提供服务。

第十九条 支付机构办理的跨境电子商务外汇支付业务应当具有真实交易背景上单笔交易金额不得超过等值万，原则且美元贸易的单笔交易限额，国家外汇管理局。对于特殊服务交易将根据申请情况另行核准。

第二十条 试点期间，支付机构按月向所在地外汇分局书面上报客户跨境外汇互联网支付金额笔交易国别等总量报告，并对每月累计交易额超过等值万美元的客户交易情况上报累计高额支付报告。核查属于异常交易的，支付机构应停止为该客户办理业务。

第二十一条 支付机构负责按照交易性质，审核客户每笔交易的真实性并留，存交易信息、备付金账户资金结售汇及收支明细等相关材料备查。其中客户登记有效期内持续保存，客户销户后，纸质材料至少保存年电、子数据至少保存年。第六章数据报送及信息采集。

第二十二条 支付机构原则上应要求个人客户登记姓名、性别、国籍、职业、住址、联系方式以及有效身份证件的种类、号码和有效期限等身份信息。支付机构应对个人客户提供的姓名、性别、有效身份证件的种类和号码等基本身份信息的真实性进行审核，并留存相关信息。

第六章 支付机构管

支付机构应要求机构客户登记单位名称、地址、经营范围、税务登记证号码、组织机构代码按规定无须取得税务登记证或无法取得组织机构代码证的除，外可证明该客户依法设立或者依法开展经营、社会活动的执照、证件或者文件的名称、号码和有效期限，法定代表人负责人和授权经办人的姓名、有效身份证件的种类、号码和有效期限。支付机构应核对单位及其法定代表人负责人和授权经办人的有效身份证件信息，并留存相关信息。支付机构对客户身份的管理，还应符合国家其他法律规定。

第二十三条 支付机构办理业务时必须掌握真实交易信息，采集逐笔交易的明细数据，包括标的物名称、数量、金额、交易双方和交易时间等。

第二十四条 支付机构应按现行跨境收支申报的规定，通过境内银行进行的集中涉外收付款项进行国际收支统计间接申报，同时应提供逐笔跨境收支信息，通过银行对实际用汇客户的跨境收支进行还原申报。上述申报要求同时适用跨境人民币交易。

第二十五条 按现行结售汇管理规定，支付机构应在现行间提供通过银行办理的逐笔购汇或结汇信息照规，银行应按现行定报送结售汇统计报表。个人项下结售汇业务，银行还须按现行个人法规规定录入个人结售汇管理信息系统，依法开展跨境互联网交易的个人客户结售汇不受年度总额限制。

第七章 监督检查

第二十六条 试点期间支付机构违反本规定，国家外汇管理局及其分支机构可要求其整改、停止试点等。

支付机构如出现违反外汇管理规定的行为，国家外汇管理局以及其分支机构将依据《中华人民共和国外汇管理条例》等予以处罚。

进口跨境电商链条及模式优势

整理：南沙观察

一、从传统海淘到跨境电商平台

梳理近年来国人海淘方式的演变，会发现，国人对国外产品的需求所催生的个人代购是最初的源头，在此基础上形成海外买手或代购流程服务的专业代购平台，以及海淘服务商。直到 2013 年，当“海淘军”形成规模，国家为了规范行业，出台了跨境电子商务试点城市政策。继而互联网巨头跟进，成立了基于自贸区或保税区的跨境电商平台。如天猫国际、京东海外购、网易考拉海购、苏宁海外购等。可以说，跨境电商平台是国家政策和互联网公司合力产生的规范化渠道。

二、进口跨境电商链条，从供货源到消费者

目前进口跨境电商链条涉及的主体包括供货源、海外物流、国际物流、国内保税区、海关、国内物流、第三方支付机构、跨境电子商务企业、消费者等，其模式大体包括 B2B2C（保

税备货进口)、B2B2C(保税集货进口)、B2C(直购进口)以及M2C等。其中,B2C(直购进口)是在海外已完成打包,缴付通关费、行邮税后直接寄往消费者的销售模式,与前者相比,两种B2B2C优势明显,它们是将商品运到保税区并在区内根据消费者需要分散打包,缴纳行邮税后出保税区邮寄给消费者,它们的区别在于监管方式,集货进口模式是通过个人行邮物品进行监管,而备货进口则是以一般传统贸易进行监管。目前国内大部分进口商品体验中心都是采用B2B2C进行销售的。

(一) 进口跨境电商供货源

任何商品的销售都由厂商、中端、末端等多个经销渠道组成,进口跨境商品的主要来源也是如此,国内进口跨境商品的主要渠道便是生产厂商、主要经销商以及末端超市、商店等。一般而言,大部分品牌由于在中国国内市场已经有授权经销商,不会随便寻找新的合作伙伴,所以进口跨境电商企业极少找到厂商合作,更多的是通过中端经销商批发购买。一些中小型或急于进口国外产品的跨境电商企业甚至会通过“扫荡”超市、门店等方式来完成进口商品采购,了解到这个就不要对中国人排队“扫荡”LV包包感到奇怪了,这样的例子其实不胜枚举。

(二) 进口跨境电商与海关

确定供货源是良好的开始,但是,并不是所有的进口贸易企业都能从事跨境进口电子商务业务。要将这些进口商品运到国内保税区,跨境电子商务企业必须注册在国内,并且在海关完成备案流程,其进口的国外商品也必须在海关完成备案才能入关。

完成备案后,跨境电商企业还必须将电商销售平台与物流企业进行基础数据对接,而这家物流企业必须已经和海关等部门完成系统对接,能够实现“三单对碰”,这样才能使消费者在电商平台上下单后海关系统能够查得到数据,而海关也可以对照电商平台上商品的成交价格进行征税。

值得注意的是,与传统贸易相比,进口跨境电商产品征收的是行邮税,而不是增值税和消费税。行邮税是行李和邮递物品进口税的简称,是海关对入境旅客行李物品和个人邮递物品征收的进口税。由于其中包含了进口环节的增值税和消费税,故也为对个人非贸易性入境物品征收的进口关税和进口工商税收的总称。

海关总署公告 2010 年第 43 号（关于调整进出境个人邮递物品管理措施有关事宜）9.1 生效：个人邮寄进境物品应征进口税税额在人民币 50 元（含 50 元）以下的，海关予以免征。对超过海关总署规定数额但仍在合理数量以内的个人自用进境物品进行归类、确定完税价格和适用税率，征收进口税。

目前，进口税税率共设为四档，分别为 10%、20%、30%和 50%。适用第一档 10%税率的物品主要包括书报、刊物、教育专用电影片、幻灯片、原版录音带、录像带、金、银及其制品、食品、饮料等；适用第二档 20%税率的物品主要包括纺织品及其制成品、摄像机、摄录一体机、数码相机及其他电器用具、照相机、自行车、手表、钟表（含配件、附件）；适用第三档 30%税率的物品为高尔夫球及球具、高档手表（系指完税价格 10000 元人民币以上的手表）；适用第四档 50%税率的物品为烟、酒、化妆品。

（三）进口跨境电商与消费者

消费者购买进口跨境商品前，必须完成个人实名认证，同时，根据海关的相关规定，消费者个人消费金额每单不得超过 1000 元（当前，中国（杭州）跨境电子商务综合试验区正尝试突破 1000 元的海关限额，预计不久将来全国可以大面积推广）。此外，笔者有幸了解到南沙保税区卓志物流（已和海关等部门完成系统对接）目前业务主要集中在跨境电商板块。在进口跨境电商方面，目前卓志物流保税仓库内八层左右都是国外进口奶粉、纸尿裤，剩下两层比较繁杂，都是酒类、坚果、包包、电子产品、服饰等，并且供不应求。因此，大概可以推测出目前国内消费者亲睐的产品主要是奶粉和纸尿裤，并且市场需求远未得到有效满足。

除了以上提到的供货源、海关和消费者外，物流也是进口跨境电商的重要环节。找到供货源后，产品到消费者需要经过海外物流、海外仓库、国际物流、国内保税区、国内物流（与海关完成对接）、国内物流（一般国内物流企业）等才能最终到达消费者手中。

三、跨境电商进口模式的优势

与一般进口贸易和传统海淘相比，进口跨境电子商务之所以能够在短短一两年间成长起来，与其自身的独特优势是分不开的。

一方面，跟一般进口贸易商品相比，进口跨境商品规避了层层经销商的盘剥，大大降低

了商品成本，即使完税后在直销商店内销售，仍具有一定的价格优势，再加上他们可以通过行邮税的相关规定规避关税，使之在价格上的优势更加明显。与此同时，一般贸易到国内销售是需要经销许可证的，有些还需要监管部门的销售许可证，但是跨境电子商务则无需这些，这就催生了许多商业机会。如最近听过的一个例子：某家香港制药公司一直想把自己的产品卖到内地来，然而其产品一件件拿到食品药品监督管理局的许可需要很多时间和精力，但是在发现跨境电商这个口子后，该公司已经迅速开始布局国内市场。

另一方面，跟传统海淘相比，跨境电商进口产品符合国家的政策导向，合法合规，不同于传统海淘的灰色游走，而且传统海淘的商品种类较为单一，无法与当前跨境电商进口产品的丰富繁多向媲美。同时，传统海淘在邮递速度、产品保证、退货换货等方面都有着天然的缺陷和不足。综上所述，进口跨境电商迅速崛起也就不难理解了。

我国目前主要的十大进口跨境电商模式

来源：中国电子商务研究中心

（一）“保税进口+海外直邮”模式

典型案例：天猫国际



天猫在跨境这方面通过和自贸区的合作，在各地保税物流中心建立了各自的跨境物流仓。它在宁波、上海、重庆、杭州、郑州、广州6个城市试点跨境电商贸易保税区、产业园签约跨境合作，全面铺设跨境网点。规避了基本法律风险，同时获得了法律保障，压缩了消费者从订单到接货的时间，提高了海外直发服务的便捷性。使得跨境业务在“灰色地带”打开了

“光明之门”。据中国跨境电商网监测显示，2014年“双11”，天猫国际一半以上的国际商品就是以保税模式进入国内消费者手中，是跨境的一次重要尝试。

这种模式都可以大幅降低物流成本，提高物流效率，给中国消费者带来更具价格优势的海外商品。但值得一提的是，“保税进口”模式在目前政策还算特别不明朗，因此未来走向还有待观察。

（二）“自营+招商”模式

典型案例：苏宁海外购



“自营+招商”的模式就相当于发挥最大的企业内在优势，在内在优势缺乏或比较弱的方面就采取外来招商以弥补自身不足。苏宁选择该模式，结合了它的自身现状，在传统电商方面发挥它供应链、资金链的内在优势，同时通过全球招商来弥补国际商用资源上的不足。苏宁进入跨境电商，也是继天猫、亚马逊之后该市场迎来的又一位强有力的竞争对手。

（三）“自营而非纯平台”模式

典型案例：京东海外购

在2012年底时上线了英文版，直接面向海外买家出售商品。直到2014年初，刘强东宣布京东国际化提升，采用自营而非纯平台的方式，京东海外购是京东海淘业务的主要方向。京东控制所有的产品品质，确保发出的包裹能够得到消费者的信赖。京东初期可能会依靠品牌的海外经销商拿货，今后会尽量和国外品牌商直接合作。

京东海外购从目前来看已经布局，仍在等待未来进一步的发力。京东的海外购并不是走全品类路线，而是根据京东会员需求来进行。与其他电商如天猫国际、亚马逊、1号店来相比，京东在开展海淘业务方面优势还未显现，海淘业务将“深根细作”，等待收获。

（四）“直营+保税区”模式

典型案例：聚美海外购

“自营”模式就是跨境电商企业将直接参与到采购、物流、仓储等海外商品的买卖流程。对物流监控，支付体系都有自己的一套体系。

目前，河南保税物流区已为聚美优品开建上万平方米自理仓，其进口货物日处理规模预期在年底可达8万包，聚美优品和河南保税物流中心在2014年9月完成对接。保税物流模式的开启会大大压缩消费者从订单到接货的时间，加之海外直发服务的便捷性，因为聚美海外购较常规“海淘商品”购买周期，可由15天压缩到3天，甚至更短，并保证物流信息全程可跟踪。

（五）“海外商品闪购+直购保税”模式

典型案例：唯品会全球特卖



2014年9月，唯品会的“全球特卖”频道亮相网站首页，同时开通首个正规海外快件进口的“全球特卖”业务。唯品会“全球特卖”全程采用海关管理模式中级别最高的“三单对接”标准，“三单对接”实现了将消费者下单信息自动生成用于海关核查备案的订单、运单及支付单，并实时同步给电商平台供货方、物流转运方、信用支付系统三方，形成四位一体的闭合全链条管理体系。

(六)“自营跨境 B2C 平台”模式

典型案例：亚马逊海外购、1号海淘、顺丰海淘



亚马逊要在上海自贸区设立仓库，以自贸模式(即保税备货)，将商品销往中国，这种模式目前还在推进中。海外电商在中国的保税区内自建仓库的模式，可以极大地改善跨境网购的速度体验，因此备受电商期待。

据中国跨境电商网了解，1号店是通过上海自贸区的保税进口模式或海外直邮模式入境，可以提前将海外商品进口至上海自贸区备货。除此之外，1号店的战略投资方沃尔玛在国际市场的零售和采购资源整合优势将利好“1号海淘”业务。



2015年1月9日，顺丰主导的跨境B2C电商网站“顺丰海淘”正式上线。提供的产品涉及美国、德国、荷兰、澳大利亚、新西兰、日本、韩国等海淘热门国家。“顺丰海淘”提供商品详情汉化、人民币支付、中文客服团队支持等服务，提供一键下单等流畅体验。目前上线的商品锁定在母婴、食品、生活用品等品类。货物可在5个工作日左右送达。



(七)“直销、直购、直邮”的“三直”模式 典型案例：洋码头



洋码头是一家面向中国消费者的跨境电商第三方交易平台。该平台上的卖家可以分为两类，一类是个人买手，模式是C2C，另一类是商户，模式就是M2C。它帮助国外的零售产业跟中国消费者对接，就是海外零售商应该直销给中国消费者，中国消费者应该直购，中间的物流是直邮。三个直：“直销、直购、直邮”。

洋码头作为跨境电商的先行者，向第三方卖家开放，因此也面临着与亚马逊、京东、苏宁等电商的正面较量。洋码头想要立足，还是要在海外供应商、产品体验、用户体验以及物流方面下功夫。

(八)“垂直型自营跨境B2C平台”模式

典型案例：蜜芽宝贝

垂直自营跨境B2C平台指，平台在选择自营品类时会集中于某个特定的领域，如美妆、服装、化妆品、母婴等。



蜜芽宝贝主导“母婴品牌限时特卖”，是指每天在网站推荐热门的进口母婴品牌，以低于市场价的折扣力度，在72小时内限量出售，致力于打开跨境电商业务。据中国母婴电商网监测数据显示，目前蜜芽宝贝用户已经超过百万，2014年10月它的GMV超过1亿元，月复购率达到70%左右。

据研究发现，蜜芽宝贝的供应链分为四种模式：1、从品牌方的国内总代采购体系采购；2、从国外订货直接采购，经过各口岸走一般贸易形式；3、从国外订货，走宁波和广州的跨境电商试点模式；4、蜜芽的海外公司从国外订货，以直邮的模式报关入境。

（九）“导购返利平台”模式

典型案例：55海淘

55海淘网是针对国内消费者进行海外网购的返利网站，其返利商家主要是美国、英国、德国等B2C、C2C网站，如：亚马逊、eBay等，返利比例在2%—10%之间不等，商品覆盖母婴、美妆、服饰、食品等综合品类。



导购返利模式是一种比较轻的电子商务模式，技术门槛也相对较低。可以分为引流与商品交易两部分。这就要求企业在B端与境外电商建立合作，在C端从用户中获取流量。从目前来看，55海淘在返利额度上有一定优势，但与商家合作方面的特色还未完全体现出来。

（十）“跨境C2C平台”模式

典型案例：淘宝全球购、美国购物网

全球购是淘宝网奢侈品牌的时尚中心，全球购帮助会员实现“足不出户，淘遍全球”的目标，于2007年建立此平台。全球购帮助会员实现“足不出户，淘遍全球”的目标，于2007年建立此平台。全球购期望通过严格审核每一位卖家，精挑细选每一件商品，为淘宝网的高端用户提供服务。



“美国购物网”是专注代购美国本土品牌商品，涵盖服饰、箱包、运动鞋、保健品、化妆品、名表首饰、户外装备、家居母婴用品、家庭影院等。该网站已批发零售兼顾，主打直邮代购。代购的商品均由美国分公司采用统一的物流配送——纽约全一快递，由美国发货直接寄至客户手中，无需经过国内转运。

跨境电子商务配套措施正制定

来源：中国经济时报

随着信息技术革命和经济全球化的发展，以跨境电子商务为代表的新型贸易方式即“互联网+对外贸易”，正在成为对外贸易增长的主力军。跨境电子商务借助互联网突破了传统交易的地理限制，呈现全球化和非中心化态势。当前我国跨境电子商务渗透率不到 10%，正处在“井喷”式的发展阶段。



2008 年以来我国跨境电子商务交易规模呈逐年递增趋势，交易规模占进出口总量的比重也以较快的速度增长，交易规模增长率基本保持在 30% 以上（2008 年、2009 年除外）。以 2014

年数据为例，2014 年我国跨境电子商务交易规模 4.2 万亿元，同比增长 33.3%，是我国 GDP 增率的 4.5 倍。其中，我国浙江义乌跨境电子商务扮演着先锋队的角色，其凭借优越的产业链和强大的实体市场，已成为除市场采购外的新外贸增长极。根据义乌电商办发布的最新数

据，今年上半年义乌电子商务实现 618 亿元交易额，同比增长 31%；新增 6869 家电商企业，同比增长 23%；日均出货 40 万票跨境快递，同比增长 43%。当前经工商登记的电商主体达到 29250 家，电子商务已然成为义乌发展的新动力。目前义乌外贸网商密度仅次于深圳，位居全国第二。作为“一带一路”的桥头堡，义乌正在积极推动“网上丝绸之路”的发展。

在我国跨境电子商务快速发展的同时，也暴露出不少问题，必须通过完善相关配套措施加以解决。

一、搭建跨境电子商务便利化通关服务、监管平台。跨境电子商务虽基于信息流动无阻的互联网发展，但货物和服务的流动依然备受贸易各国法律、政治和文化等差异的限制，通关仍是当前跨境电子商务发展的最大壁垒。即使小额跨境电子商务也有可能因货物超出海关规定，被要求进行申报，由此导致的费用支出和时间延误成为网商和消费者的经济成本。义乌于 2014 年 12 月正式启动跨境电子商务监管中心，引入自动分拣流水线，实现同屏比对监管，推动建立跨境通关管理和服务平台，通过该平台把跨境电商企业的货物、仓储和物流信息纳入统一管理；将电商网站与海关通关系统实现数据互通，把消费者下单付款到通关审核所需时间缩短至不超过五分钟。我国应积极推广义乌跨境电子商务监管中心的经验。此外，今年将由海关总署正式上线中国跨境贸易电子商务零售出口统一版本通关系统，这将进一步促进跨境电子商务通关的便捷化和监管的高效率，同时大大降低企业运营成本。

二、建立同跨境电子商务发展相适应的国际物流体系。目前我国从事跨境电子商务的物流企业发展迟缓，大部分物流配送服务由国际快递公司承担，但仅靠国际快递企业是满足不了我国外贸物流需求的，特别是在购物旺季，常常会出现爆仓、快件积压等现象，这是跨境电子商务发展的一个大瓶颈。为此，一方面要通过税收、资金等优惠政策积极扶持我国现有物流企业开拓国际物流服务，并支持其做大做强，培育我国具有国际水准的大型物流企业；另一方面，加强面向国际物流的基础设施建设，促进开展铁路国际联运业务，海运、空运联运业务等。例如，义乌目前已推动“义新欧”中欧班列的开通和常态化，义乌海关还首推预约通关制，更好地满足跨境电子商务企业的物流周转需要。

三、着力实施跨境电子商务人才战略。我国跨境电子商务专业人才紧缺主要表现在缺乏高端人才、留不住高端人才、低端人才流动性较大等。集电子商务知识、贸易和外语于一身的高端跨境电子商务人才的缺乏是当前我国跨境电子商务整个行业存在的普遍问题。而低端人才流动大在于该行业进入门槛较低，部分员工工作一段时间后即选择跳槽或自主创业。为缓解专业人才问题，必须逐步完善人才引进政策，鼓励期望从事电商事业的人们参加电商培训，学习跨境电子商务技能，培育复合型跨境电子商务人才。另外，为解决企业和应聘者信息不对称问题，应积极搭建跨境电子商务人才双选会等平台，重点推出校企结对、电子商务基础提升以及电商精英培训等项目。

四、制定和完善 ODR 规则。随着全球 B2C 的快速发展，世界上 B2C 争端越来越多。学界对 B2C 合同中有关仲裁条款的有效性争议不断。许多国家拒绝承认与执行 ODR(Online Dispute Resolution, 在线非诉讼纠纷解决)裁决。如果仲裁条款被裁定无效，裁决将可能面临得不到承认和执行的执行风险，消费者将失去合理的救济途径。另外，贸易主体身份难辨真伪是网上交易的主要隐患之一，银行之间相对封闭，缺乏安全保障，可能给电子商务欺诈、盗窃电子商务信息等非法行为提供可乘之机。虽然各大网络运营商，如亚马逊、淘宝、当当等都有解决自身纠纷的办法，但目前仍缺乏一个全球公认的 ODR 规则，为此，建议通过互联网构建一个全球性的 ODR 规则。ODR 规则应当公平、程序透明，同时设立协商平台，保证消费者能够自由获取信息，严格限制仲裁和执行的时间，并保留消费者的司法救济途径，建立全球范围的诚信信息发布网站，完善透明公开的披露制度。同时要建立有效的监管制度，监管部门要持续寻求使用者的反馈，借此对 ODR 规则改进。

五、建立大数据时代下的信用体系。研究和制订跨境电子商务大数据应用工作方案，开展应用试点，建立数据共享机制。全面深入推进跨境电子商务信息管理分析系统的应用。对跨境电子商务企业进行信用评级，加快公开透明的信用基础数据库建设，并以相关法律约束评级差的企业，给消费者跨境消费提供指导。由政府主导建立有关部门协同监督机制并实现信息共享，建设包含第三方信用平台的信息采集、共享及使用机制，构建标准统一、政府主导、多方参与的跨境电子商务信用体系。

联系方式：

企业服务热线：4000-550-512 传真：020-39393118

Email:china_nsftz@163.com 网址：<http://www.china-nsftz.com/>

南沙本部：广州市南沙区丰泽东路 106 号城投大厦 14 楼

南沙新区（广州）投资服务中心：

广州市天河区珠江新城珠江东路 30 号广州银行大厦 25 楼

版权所有，如有疑问，请联系本刊编辑部

