

电子商务 **动态**

2016年第 5 期（总第 24 期）

内部资料 免费交流

◎特别报道

国家电子商务示范城市创建之路的深圳实践（下）
——深圳电子商务创建工作的动力之源

◎专题研究

深圳跨境电商支付情况观察

◎热点追踪

前海保税仓如何逆市突围
关于支持企业提升竞争力的若干措施解读

◎数据观察

1-8 月深圳电子商务交易总额突破 1.1 万亿元
1-8 月全国实物商品网上零售额同比增长 25.5%

◎行业动态

深圳海关启动跨境电子商务一般出口模式试点
价之链、跨境翼挂牌新三板

指导单位：深圳市经济贸易和信息化委员会

主办单位：深圳市电子商务服务中心

contents

目录

2016年 9月30日 第二十四期

指导单位:

深圳市经济贸易和信息化委员会

主办单位:

深圳市电子商务服务中心

顾问:

陈 彪 高国辉 郭立民
柴跃廷 荆林波

指导委员会:

吴 优 彭新叶 贾兴东 刘毅刚
徐 静 石兴中 杨忠民

主 编: 夏 葵

执行主编: 刘升铨

编 辑: 管浩宇 陈佳宁
鲁贞松

深圳市连续性内部资料准印证
粤内登字B福田第1034号

通信地址: 深圳市福田区金田路4028号

荣超经贸中心大厦6楼602室

邮 编: 518035

联系电话: 0755-88916851

传 真: 0755-83786186-8888

电子邮箱: dsdt@szecsc.org.cn



深圳市电子商务服务中心
微信号: szecsalon

版权申明: 本刊编辑部保留一切权利,
如欲转载, 须获本刊编辑部许可。

(印数 1000 册)

◎卷首语

从“永远不允许私家车进入专车运营”看
“互联网+”的实践逻辑01

◎特别报道

国家电子商务示范城市创建之路的深圳实践(上)03
——深圳创建工作的成效概述

◎专题研究

深圳跨境电商支付情况观察05

◎热点追踪

前海保税仓如何逆市突围10
关于支持企业提升竞争力的若干措施解读14
盐田打造“互联网+外贸”创新发展亮丽名片15
2016年跨境进口电商十大动向17

◎数据观察

1-8月深圳电子商务交易总额突破1.1万亿元19
1-8月全国实物商品网上零售额同比增长25.5%20

◎行业动态

深圳海关启动跨境电子商务一般出口模式试点22
价之链、跨境翼挂牌新三板23

从“永远不允许私家车进入专车运营”看“互联网+”的实践逻辑

“永远不允许私家车进入专车运营”的宣示，言犹在耳。

这一表态发生在一年前的2015年3月12日，时值全国两会期间，交通运输部前部长杨传堂的话铿锵有力，不容置疑。

今年7月28日，《国务院办公厅关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》和《网络预约出租汽车经营管理暂行办法》（简称专车新政）发布，国务院明确私家车进入专车服务的合法性。这种好莱坞大片式的逆转式结局，使得关注网约车的中国人庆幸“互联网+”的共享经济模式在汽车共享领域终获合法生存空间，一种深受大众欢迎的“互联网+”新业态没有被“永远不允许”而窒息于利益集团的绞杀，网约车在中国的发展至此走向新天地。

“互联网+”是知识社会创新2.0推动下的互联网形态演进，并催生的经济社会发展新形态。作为互联网思维的实践成果，“互联网+”为改革、创新、发展提供广阔的网络化平台。为了推进“互联网+”，国务院专门制定《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，明确指出：在全球新一轮科技革命和产业变革中，互联网与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力，已成为不可阻挡的时代潮流，加快推进“互联网+”发展，有利于重塑创新体系、激发创新活力、培育新业态和创新公共服务模式，对打造“大众创业、万众创新”和增加公共产品、公共服务“双引擎”，主动适应和引领经济发展新常态，形成经济发展新动能，实现中国经济提质增效升级具有重要意义。

据《中国互联网络发展状况统计报告》，2016年上半年，网络预约出租车用户规模为1.59亿人，网络预约专车类用户规模为1.22亿人。为什么受到市场和国务院领导认同的新业态发展会有如此波折，其中的实践逻辑引人深思。

其一，利益集团是推进“互联网+”的最大挑战者。网约车是科技创新带来的一种新型社会化服务业态，它能在较短时间内就赢得市场，一亿多人在使用，其发展是民意所向，市场规律使然。然而，为什么有人敢于高调抗拒，无非网约车动了他的“奶酪”。尽管其言之凿凿是在维护“出租车司机”利益、“要保证乘客安全，反对偷税漏税”，其实天下人都知道他是在站在“互联网+”的对立面，站在民意的对立面。据报道，在兰州、济南运政管理部门先行拟出台的网约车实施意见及细则中，仍在以批准数量、形象标识、规定车型等条件严格限制网约车发展，极力把网约车纳入传统出租车管理模式。公众担忧，网约车管理会驶上出租车管理的老路，公众也质疑，如若他们代表“出租车司机”利益，为什么作为主管部门这么多年来对备受出租车司机激愤的“份子钱”、“茶水费”视若无睹，而见网约车新潮伊起就立马跳起“维护市场秩序”，禁止“违法运营”。可见，在“互联网+”的创新进程中，我们还要面对形形色色、颠预自负的挑战者，还要突破试图固化陈

旧利益格局的种种“奇招”。

其二，新业态发展要有克难攻坚的毅力。当下中国，改革已经进入攻坚期和“深水区”，每进一步，困难就加十分。“永远不允许”代表的是既得利益集团对改革的抗拒，对时代进步的冥顽不灵。作为知识经济的推进者，我们不仅要积极促进信息技术的广泛应用，造福于民生，同时也要“敢于涉深水区、啃硬骨头”，“敢于向积存多年的顽瘴痼疾开刀，敢于触及深层次利益关系和矛盾，坚决冲破思想观念束缚，坚决破除利益固化藩篱，坚决清除妨碍社会生产力发展的体制机制障碍”。唯其如此，才能“不忘初心、继续前进”。

其三，创新是“互联网+”坚定不移的主题。“互联网+”是把互联网的创新成果与经济社会各领域深度融合，推动技术进步、效率提升和组织变革，提升实体经济创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和要素的经济社会发展新形态。这里的创新包括技术创新、模式创新，也需要观念创新，尤其是各类管理者绝不可轻言“永远不允许”。人类历史的发展、时代的变革就是在打碎许许多多“永远不允许”中前行、进步，在创新中迈向社会进步的新台阶。

其四，推进“互联网+”要研究客观规律、遵循客观规律。网络预约出租车推动传统出租车市场转型升级，弥补了传统模式无法覆盖的服务区域。而网络预约专车类服务的出现，丰富了用车行业细分市场，成为分享经济发展的典型业态。给我们带来的思考就是要从互联网与传统产业的融合上去研究市场的“痛点”，关注民生的需求，在其交集上去切入，才能在推进“互联网+”上，把握事物本质、遵循客观规律，创新更多受到群众欢迎、市场欢迎的新业态。“改革是由问题倒逼而产生，又在不断解决问题中而深化”。

尔曹身与名俱灭，不废江河万古流。无论何人如何声嘶力竭“永远不允许”，终究会被时代潮流荡涤得无影无踪。

变化是永恒的。“世界上唯一不变的，就是变化本身”。世间万物，都在浩淼的历史长河中经受时光的洗礼、岁月的冲刷。小到周遭的日月更替、草木生长，大到国家文明的兴衰、时代风云的起伏，都在变化中见证彼此留下的印记。“穷则变，变则通，通则久”，也正是变化之道的朴素解读。

古往今来，适者生存。在不断变革的社会背景下，必须审时度势，推陈出新，与时俱进。抱残守缺，刻舟求剑，不思变化，只会越来越被动，越来越落后。因专车新政中国成为世界上第一个承认并以法律形式保护专车模式的国家，我们有信心引领和顺应世界互联网的发展趋势，充分发挥我国互联网已经形成的比较优势、规模优势和应用优势，加快推进电子商务等“互联网+”的业态发展，推动互联网由消费领域向生产领域拓展、向社会经济活动的广泛领域拓展，加速提升产业发展水平，增强各行业创新能力，构筑经济社会发展新优势新动能。

（成文后，恰逢“永远不允许”者离任，本文确无“痛打”之意）

文 / 夏葵

国家电子商务示范城市创建之路的深圳实践（下）

——深圳电子商务创建工作的动力之源

依托四大平台 集聚创新动力

（一）电子商务公共服务体系创新

深圳政府非常重视营造良好的产业发展环境，着力构建有利于电子商务发展的生态圈。几年来，在产业部门的主导和推进下，建立了四个面向全行业的电子商务公共服务平台，包括：公共宣传服务平台——“电子商务大讲堂”；公共线上交易服务平台——“深商e天下”；可信交易保障公共服务平台——“众信网”；跨境电商的“单一窗口”——“跨境电子商务通关服务平台”。这些平台在营造产业环境、宣传推广政策、普及应用与培训、产业对接与研究、市场规范与诚信、跨境电商通关一体化等方面发挥了积极作用。同时，平台之间服务功能互为补充、相互协作，构建起四位一体的电子商务公共服务体系。

（二）电子商务统计监测体系创新

为准确研判电商发展态势，在创建工作中发挥统计对产业发展、科学决策、市场导向的重要作用，我市在全国率先启动电子商务统计工作。2010年就着手进行电子商务指标体系的设计及制度研究，从2011年起，每年开展一次全市电子商务调查，与市统计局联合制定《深圳市电子商务统计制度》，形成电子商务统计的常态机制。2014年我市自行开发建设的电子商务信息管理平台上线运营，实现电子商务统计数据在线填报，并建立由市分管领导为召集人，市区两级共21家行政管理单位组成的电子商务统计工作联席会议制度，制定《深圳市推进电子商务统计工作方案》，编制、发布全市电子商务统

计的季报和年报，填补了对新兴产业统计数据调查的空白。

（三）在线信用保障的创新

1. 建设电子商务信用服务公共平台。2010年，深圳成立了电子商务交易保障促进中心，围绕解决网络经营者真实身份难以识别、交易诚信难以保障、网络交易非诉讼纠纷解决等热点问题，搭建了公共服务平台——“众信网”，通过电子商务主体身份验证、工商网监电子标识、电子商务产品基础数据库、网络交易合同管理与服务、网络交易非诉讼纠纷解决以及网络经营者交易信用管理与服务等六大功能模块，为企业提供信用信息查询、公示、消费预警等信用服务；开展电子商务ODR在线纠纷解决服务，成立全国首家电子商务纠纷人民调解委员会。目前，在平台上通过主体身份验证的电子商务企业19万家，收录交易产品基础数据信息28713条，可提供100多类标准化电子合同模板，2015年处理网购投诉纠纷1500余宗。

2. 承担国家征信工作情况。我市腾讯征信、前海征信中心、鹏元征信三家机构被央行纳入国家个人征信业务准备，成为全国个人征信业务试点最多的重点地区。我市接入企业征信系统和个人征信系统在银行、信托、保险、证券等重要金融领域形成覆盖。2015年深圳地区查询企业征信226.49万次，累计查询个人征信1.01亿次，广泛应用于金融机构信用风险管理全过程。

3. 积极开展电子商务信用领域新业务探索。承担的《电子商务诚信交易服务试点》、

《电子合同标准制定及应用试点》、《网络(电子)发票应用试点》等8项国家级重点示范项目均已完成,取得预期成果。

4. 开展可信交易网络环境合作建设。将食品安全追溯与电子商务可信交易环境建设相结合,建设网络食品安全诚信监管体系;积极推进与湖南、湖北、黑龙江、广西、四川、山东等有关机构对接合作,共同构建辐射全国的电子商务可信交易网络环境;开展国际合作交流,参与ISO、IEC等国际标准化组织的标准化技术工作。

重视顶层设计 形成全局合力

回顾筚路蓝缕的创建工作历程,深圳人也收获了若干成效

一是高屋建瓴的互联网思维视野,促使了深圳创建电子商务示范城市的目标并没有止步于商务领域,而是衍化为涵盖整个社会经济领域、创新性推进网络化新型经济活动的强劲引擎。启动伊始,深圳就把“网络化的新型经济活动”作为顶层设计的出发点,创建工作不仅要贯彻好国家电子商务发展战略,也要以国际化的前瞻性视野和勇于创新的精神,对“互联网+”及信息时代的社会经济形态进行探索和实践,推动形成深圳特区发展的新优势、新格局。

二是促进了电子商务与传统产业融合发展,目前电子商务已成为深圳转变经济增长方式、调整经济结构、实施“互联网+”战略的重要抓手,在电子信息、服装、文化创意、外贸、物流等传统产业发展中,随处可见电子商务融入产生的强劲动能和亮点频现的创新业态。

三是以示范项目带动创建工作。2012年以来,在电商金融服务创新、跨境贸易服务、跨境支付、电子发票、电子合同、网络信用及标准等电子商务重点领域,我市承担的国

家部委试点、示范项目全部通过验收。试点项目的成效,不仅深化了我们对电子商务规律的认识,提升了创建工作的影响力,而且以创新性的示范成果、经验为国家电子商务发展作出了贡献,成为引领行业的先行者。

四是电子商务已成为我市贯彻布局新兴产业战略的重要切入点和有质量、可持续发展的重要领域。产业规模日益扩大、垂直领域电子商务深入推进、传统企业“上网触电”成效显著、跨境电子商务规模全国领先、移动电子商务蕴藏巨大的发展潜力。随着支撑体系不断完善,电子商务生态环境日趋优化,深圳创建工作将在深化应用和创新领域开拓更加广阔的发展空间。

结语

时序更替,梦想前行。目前,全国已有53个国家电子商务示范城市,随着国务院对电子商务推进政策的落实,示范城市的效应将在更大范围推广。深圳作为国家第一个电子商务示范城市和跨境电子商务综合试验区,要认真贯彻落实国务院的部署要求,结合深圳产业转型和消费升级,进一步完善电子商务发展生态,以“互联网+”等信息化技术和手段,构建经济活动新模式,在电子商务国际化发展、电子商务平台建设、传统产业的电子商务应用等方面,催生更多的新产业、新业态,抢占新经济发展先机。打造全国电子商务创新高地和具有全球化影响力的跨境电子商务中心。这是国家赋予深圳改革创新、探索实践的任务,也是深圳承担国家改革开放、先行先试的时代使命和发展机遇。

雄关漫道真如铁,而今迈步从头越。深圳人一定不辱使命,为中国电子商务发展做出无愧历史的贡献。

(文/夏葵)

深圳跨境电商支付情况观察

跨境电子商务蓬勃发展呈现出旺盛的生命力，已成为推动我国外贸增长和产业结构调整的重要力量。过去，跨境电商零售企业通过邮政包裹或快递直接将货物邮寄给境内外消费者，没有经过报关、商检等一般贸易流程，货物流和资金流不匹配。银行无法依据外贸资金管理规定为企业提供资金进出和结售汇服务，因此，跨境支付成为跨境电子商务企业走向“阳光化”的瓶颈。

为便利境内机构、个人通过互联网进行电子商务交易，规范支付机构跨境外汇支付业务，防范互联网渠道跨境资金流动风险，国家外汇管理局（以下简称“外管局”）于2013年和2015年两次出台政策文件，开展支付机构跨境外汇支付业务试点。本文旨在梳理我市跨境电子商务支付业务发展现状、国家跨境外汇支付业务试点推进中存在的问题，并提出对深圳发展跨境电商支付业务的几点建议。

一、跨境电商支付业务介绍

跨境外汇支付是指支付机构通过银行为电子商务（货物贸易或服务贸易）交易双方提供外汇资金集中收付及相关结售汇服务。

2013年2月，外管局下发《国家外汇管理局综合司关于开展支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点的通知》（汇综发[2013]5号），决定在上海、浙江、深圳、北京、重庆五地率先开展试点。2015年1月，外管局决定在全国范围内开展部分支付机构跨境外汇支付业务试点，同时将跨境电商交易单笔限额由等值1万美元提升至5万美元。目前在全国获得试点资质的支付企业有31家。

目前从事跨境电商支付业务的支付机构其业务内容主要有国际信用卡收款、海外本

地化支付工具收款和境外第三方电商平台收款这三种类型。

（一）国际信用卡收款

国际信用卡和海外本地化支付工具是跨境电商出口独立站主要的收款方式。国际信用卡收款是由获得VisaQSP和MasterCardPF资质认证的支付机构帮助商户面向持有Visa、Master、JCB和AE等境外信用卡的消费者进行收款。目前Visa、Master的用户超过20亿，遍布全球。

（二）海外本地化支付工具收款

海外本地化支付工具收款是指支付机构帮助跨境电商出口独立网站对接国外支付工具，例如俄罗斯的Yandex.Money、Qiwi、Webmoney，德国的Giropay，巴西的Boleto，荷兰的iDeal，西班牙的teleingreso等。

（三）境外第三方电商平台收款

中国商户从亚马逊等平台收款，分为两种情况：一种是规模较大的企业在海外注册公司，开设企业海外银行帐号进行收款；而对于只有中国公司的企业来讲，一般需要Worldfirst、Payoneer、PingPong等跨境支付服务商帮助开设虚拟海外银行账户进行收款。

二、我市跨境电商支付业务发展情况

（一）参与主体

在深圳从事跨境支付业务的企业按照业务分为收单服务商和跨境清算服务商两类：

收单方面，分为境内收单和境外收单。目前从事境内收单业务的企业是商业银行和支付宝、财付通等第三方支付机构。

从事境外收单的参与主体有卡组织，境外银行，境外支付工具，帮助卡组织、银行、境外支付工具收款的服务商。

其中，卡组织包括Visa、Master、美国

运通、中国银联、大来信用证、JCB 日本国际信用卡等；境外支付工具既有 PayPal 等国际化支付工具，也有各国本地化支付工具。帮助卡组织和境外支付工具收款的服务商有钱宝、富汇通、鼎付、钱海等。从事境外第三方电商交易平台收款的服务商有 Worldfirst、Payoneer、Currencies Direct、DTAS(帝塔思)等。

跨境清算方面，参与企业主要是境内外商业银行和国内参与跨境外汇支付业务试点的第三方支付机构。商业银行代表有工商银行、农业银行、花旗银行等；在我市取得外管局跨境电子商务外汇支付业务试点资质的支付机构有财付通和智付。

(二) 业务开展现状

1、我市跨境外汇支付业务试点情况

目前我市有财付通、智付两家企业获得外管局的跨境电子商务外汇支付业务试点资质。钱宝和平安付已分别将注册地址迁至重庆和上海。

财付通目前在跨境电子商务外汇支付试点中主要开展的业务是针对个人境外消费的购汇业务。支付业务需求集中在个人酒店、机票等服务类贸易和海淘、京东等货物贸易。

其合作的商户有京东全球购、网易考拉海淘、香港莎莎、香港周大福、亚洲航空、韩国新罗免税店、韩国新世界免税店等。业务覆盖的国家或地区有港澳台、新加坡、日本、韩国、美国、新西兰、澳大利亚、泰国等二十多个国家和地区。

智付电子支付成立于 2007 年，2012 年获得人民银行颁发的《支付业务许可证》，于 2015 年 10 月获得国家外汇管理局深圳市分局批复的《跨境外汇支付业务试点资格》和跨境人民币支付业务资质。

去年 12 月智付开始跨境支付货物贸易试点业务，其业务拓展方向主要是跨境进口领域。目前已与广州、深圳、杭州、天津、上海、重庆、福州、郑州、宁波等海关完成支付备案和系统对接。截止至 2016 年 9 月，

智付发展的跨境商户约 120 个。同时，智付也在积极拓展跨境服务贸易方面的业务，特别是在跨境旅游和跨境留学教育行业。

据深圳市外汇管理局统计数据显示，今年深圳跨境电商外汇试点业务月均实现 2 亿美元。2015 年，全市支付机构跨境电子商务外汇支付试点业务规模总计 8.2 亿美元，其中跨境收入 2.9 亿美元，跨境支出 5.3 亿美元；按交易项目统计，货物贸易占比 97.9%，服务贸易占比 2.1%。

2、银行跨境电商支付业务

银行业不仅在传统国际贸易中扮演着重要角色，在跨境电商支付领域，也发挥着重要作用，参与主体既有内资银行也有外资银行。整体上看，内外资银行在跨境支付资金收付和结售汇方面区别不大。两者均可以在境外开设银行伞形子帐户，实现商户开设一个银行帐号对应多个虚拟子账号，多店铺运营。其区别在于业务开展模式方面，外资银行主要是基于香港银行主体为跨境电商商户进行全球资金管理。

(1) 内资银行

在进口领域，深圳工商银行前海分行目前开展小额跨境零售支付业务主要是通过和第三方支付公司合作，第三方支付机构与全国各地海关监管系统对接，帮助商户提供三单数据（订单、物流单、支付单），而银行直接面对商户的成本较高。

出口领域分为两种情况：一是针对具备一般贸易资质、取得外管局货物贸易备案 A 类资质的电商企业，国内银行可结合其合同、报关单和订单数据直接开展业务；二是对于支付金额规模较小的跨境电商企业，银行通过第三方支付企业间接帮助其收款和结汇。

我市在跨境支付领域实践过程中，已涌现银行和跨境电商平台合作的范例。保宏开发的跨境电商 B2B 平台“信诺网”对接工商银行前海分行数据接口，使得传统线下 B2B 贸易支付环节实现线上操作。其具体做法是，

保宏将供应商货物买断并将货物放入保税区，提前通关。采购商开设国内离岸帐户（属于境外账户），通过“信诺网”下单。工商银行前海分行根据报关单、“信诺网”订单数据开展跨境资金收付和结售汇服务。这种模式将平台交易与货物交付、跨境支付结合起来，帮助供应商与采购商解决货物通关和跨境支付的问题。目前，跨境电商采购商通过该平台集中采购国内手机、平板等产品，将传统的线下交易搬到线上，为跨境电商小额交易开辟了合规的贸易渠道。

去年7月到今年7月期间，保宏“信诺网”B2B交易平台处理订单约11万单，交易金额累计约7748万美元。目前平台吸引349家采购商和50家品牌商入驻，服务小米、乐视、联想、道格等多家品牌商。

（2）外资银行

据了解，外资银行主要为我市跨境电商提供全球B2B贸易资金结算、外汇管理以及信用贷款支持。从花旗银行深圳分行了解到，目前傲基、价之链等我市主要的跨境出口大卖家是其跨境支付业务的客户。花旗银行利用其在全球的分支机构，为深圳跨境出口大卖家开设海外银行帐户（一般是香港帐户），进行全球资金收付和外汇管理服务。

3、外卡收单业务

外卡收单指持卡人通过使用境外银行或境外信用卡公司发行的可在全球范围内通用的信用卡、借记卡进行支付的业务。此项业务是我市跨境电商支付企业的重要业务内容，这与我市跨境出口电商企业自建B2C独立网站的业务需求密不可分。例如环球易购、Pandawill等跨境电商零售出口企业在跨境电商独立站领域业绩表现不俗。

（1）国际信用卡收款

在国际信用卡收款领域，全国来讲，北京易智付、财付通、支付宝、上海乾汇、钱宝、鼎付等走在全国的前列。深圳钱宝、鼎付、钱海、富汇通、速汇通、联银、蓝付等一批

跨境支付服务商在外卡收单领域业务表现突出。深圳国际信用卡收单具有以下特点：

一是诞生了国内外卡收单领域的“黄埔军校”钱宝。钱海、鼎付、财宝网等公司均由钱宝之前员工创立而来。钱宝成立于2005年，拥有人民银行颁发的“互联网支付”和“银行卡收单”双牌照，也是国内首批通过VISA QSP资质的第三方支付公司。目前已成为国内跨境支付行业的领导者，日处理订单超过十万笔，交易量突破百亿。

二是深圳外卡收单企业具备良好的业务拓展资质。目前在深圳开展国际信用卡收款业务的企业一般具有Visa QSP认证或PCI DSS认证。Visa中国官方网站数据显示，国内获得Visa QSP认证的企业有18家，其中深圳钱宝、财付通、鼎付、富汇通、财宝网络五家入选。深圳钱海、智付、速汇通等企业获得PCI DSS认证。

三是深圳国际信用卡服务商业务能力表现突出。例如鼎付成立于2012年，已经服务全球600多家商户。钱海成立于2014年，目前服务客户网站8000多个，月交易额达到5000万美金。

（2）海外本地化支付工具收款

伴随着跨境电商出口业务在全球范围内的拓展，对接海外本地化支付工具成为跨境电商出口企业重要的跨境支付业务需求之一。在对接海外本地化支付工具方面，我市涌现出钱宝、钱海等跨境支付服务企业。他们除开展国际信用卡收单业务外，还帮助商户对接国外本地化支付工具。

4、境外第三方电商平台收款

目前，在国内从事亚马逊等海外第三方电子商务平台收款业务的服务商比较成熟的有PayPal、Worldfirst、Payoneer。业务刚刚起步的是PingPong、深圳DTAS（帝塔思）和义乌的稠州银行。其中，PayPal是eBay平台重要的收款工具，Worldfirst、Payoneer（美国）、PingPong（杭州）、深圳DTAS

(帝塔思)等通过和亚马逊等平台合作,帮助没有独立开设美国银行账户的跨境出口电商企业或个人进行收款。

在境外资金结汇方面,据悉,PayPal和Worldfirst与上海连连支付等境内支付渠道合作,PingPong是中国银联的战略合作伙伴,并与多家国内第三方支付公司有合作关系。据PingPong深圳分公司负责人介绍,目前公司1万多注册用户中,有一半是深圳的客户。相对外卡收单业务来讲,平台收款业务目前正处于扩张阶段,预计2016年该公司在亚马逊平台上的收款金额将达到5亿美元以上。

深圳跨境电商出口企业价之链同样瞄准亚马逊等平台收款业务。据了解,该公司的定位是建立完善的跨境电子商务服务体系,其亚马逊等第三方平台收款工具DTAS(帝塔思)于今年10月上线。与其他支付服务公司不同的是,价之链将为跨境电商创业者提供营销、软件、供应链、支付、物流等全链条服务,以孵化优秀的跨境电商出口企业为目标。

由深圳爱淘城与中国邮政合资成立的深圳市爱邮网将推出专门针对亚马逊、eBay、Wish等平台的收款业务。据了解,爱邮网将为跨境电商提供物流仓储、收款结汇、金融贷款、分销集采等服务。

工商银行前海分行与美国工商银行合作,为亚马逊等平台中国商户提供美国地区的伞形子账户体系,商户可直接绑定Amazon等境外电商平台账户进行收款,解决商户使用多个平台账户对应一张银行卡的问题。

三、跨境外汇试点推进中存在的问题

跨境电商外汇支付试点将第三方支付企业纳入到跨境支付业务中来,对于跨境电商企业来讲,市场参与主体更加丰富,服务内容更加贴近跨境电商业务实际。但在实际操作层面,我市大多数跨境电商进出口企业并没有参与到试点中来。跨境电商外汇支付试点业务并未“深入人心”,原因有以下几点:

(一) 试点成本高, 电商企业无法承担

试点要求,跨境支付试点企业需要取得交易平台三单数据(订单、支付单、物流单),并进行逐笔还原,证明商户贸易真实性。然而,试点企业在参与试点过程中遇到很多实操方面的细节问题,比较突出的问题有三单信息收集和报关成本高两个方面,使得试点无法落地。

一是企业反映,试点需要收集三单数据,对企业来说比较麻烦;目前大多数的国内跨境支付试点企业没有与海外银行系统对接,缺少境外交易平台三单数据信息。这在一定程度上,增加了跨境支付试点企业业务开展的难度。

二是跨境电商低值货品以包裹形式报关出口的成本有时候高出货值几倍,即便有17%的出口退税,对于企业来说成本很高。再者,支付机构参与跨境外汇支付业务试点,除另有规定外,单笔交易金额不得超过等值5万美元,影响大额交易的跨境外汇订单。

(二) 境内进口电商平台不能参与跨境支付试点的要求与市场实际脱节

根据外管局的要求,参与跨境支付试点业务的跨境电商进口平台必须是海外的公司,即货物所有权必须是境外公司才合规。但是,目前跨境电商进口业务的实际情况是,大量的国内企业自建进口电商平台,有跨境结算需求。

试点企业反映,其客户类型主要是国内进口贸易商。其针对境外进口电商平台开展进口业务试点比较困难,原因在于具有货源优势的境外进口电商平台缺乏国内流量,不敢贸然开拓中国市场业务。而具有国内流量优势的境内进口电商平台有对接外汇试点需求,但不是境外公司,不能直接参与试点。如果按照外管局合规性要求,国内跨境进口平台需要将贸易拆成两段,即以境外平台名义申请跨境支付业务,货物所有权属于境外公司,而实际运营的境内公司成为境外平台的代销机构。

（三）企业对接多地海关监管系统成本高
据跨境支付试点企业结汇部门人员反映，该公司开展进口试点业务需对接多地海关监管系统，成本高。对于刚开展跨境支付业务的企业来说，项目目前利润率偏低。

除了上述试点中反映的问题，电商企业还提到由于海关和外管的监管没有串联，企业需要向两个监管部门分别申请开展业务。

四、对深圳跨境电商支付业务的建议

（一）制定资金流动便利化措施，吸引跨境电商将深圳作为采销主体

通过调研，我市跨境电商企业业务架构一般有两种模式：一是以爱淘城和百事泰为代表，以国内公司和海外公司为贸易主体进行B2B一般贸易。另一种是以有棵树、环球易购、价之链为代表，内地公司为母公司，香港和海外公司为子公司和采销主体。他们通常使用香港银行账户与供应商在香港结算，将利润留在香港。这样做究其原因，使用香港银行账户进行全球资金结算和外汇管理比较方便。一方面是香港税率比较低；另一方面是香港帐户付款给海外比较方便，而国内向境外付款通常需要提交支持文件。

建议我市针对跨境电商制定灵活的资金管理办法，缩短跨境电商出口退税周期，并在所得税方面给予企业优惠，吸引我市跨境电商企业将深圳公司作为采销贸易主体。

（二）中资银行应提升全球网点覆盖率并制定灵活的定价策略

从跨境电子商务支付业务实际操作中可以看到，在国际收款业务中，全球线下收款被美国的Swift系统所主导，线上收款主要是Visa、Master、JCB等国际卡组织。目前我市跨境电商进出口主要商户是利用外资银行的香港账户开展全球收付款。与外资银行相比，中资银行在全球网点覆盖率、外汇管理和境内外联动方面略显逊色。我市跨境支付企业的相对优势在于对接国内消费者，要

想发展壮大，需要和海外的电子商务平台、银行以及本地化支付工具合作，积极融入贸易结算链条。

同时，在国际信用卡收单领域，国外的服务商有Worldpay、Global Collect、Cyber-Source等。国际信用卡收单服务商在货币结算币种灵活性和手续费方面优于国内信用卡收单服务商。其主要原因在于国内信用卡收单服务商主要对接国内中资银行机构。国内中资银行的通道费是固定价格费率。相比国内中资银行，外资银行针对国际信用卡业务的费率采用的是阶梯式定价，对于交易量大，客户体验好的商户可以给予费率优惠。

（三）建立维护我国跨境电商境外经营商户合法权益的服务平台

之前亚马逊、PayPal、Wish等平台分别发生过冻结中国跨境电商商户账户资金、罚没商户货款的群发性事件。建议国家跨境电商和外汇管理相关政府部门针对跨境电商在国外遇到的贸易摩擦和国外对我国跨境电商企业的针对性条款进行梳理，及时掌握我国跨境电商在境外的经营情况，建立贸易纠纷解决机制，对境外电商交易平台和支付服务机构侵犯我国商户经济利益的行为给予打击，维护我国跨境电商商户合法权益。

（四）支持支付服务商为跨境电商提供贸易融资等个性化服务

目前我市的跨境支付服务商起到的主要作用是帮助商户对接国际卡组织、海外本地化支付工具、海外银行等。其主营业务还处于收款为主的底层业务层面，没有向贸易融资等高端增值服务延展。建议我市在政策上支持支付企业增加服务内容，利用业务优势开展贴合跨境电商实际需求的贸易融资等增值服务项目，提升深圳跨境支付企业的市场竞争能力。

本文感谢覃洪武、郑华东、郝韵子、施佳林、常乐、肖俊伟、刘絮莹等支持。

（文/管浩宇）

前海保税仓如何逆势突围

近年来，前海推进中国（深圳）跨境电子商务综合试验区建设，打造全球供应链管理中心、全球跨境电商的重要门户和核心枢纽，保税仓租赁市场无疑是重要的核心环节。然而，近期笔者走访了前海湾保税港区内开展跨境业务的部分物流仓储企业，发现 4.8 新政后，跨境电商进口业务遭遇滑铁卢，保税仓租赁市场不容乐观。前海物流仓储企业如何在逆境中突围，寻求可持续发展之道？政府如何改善市场竞争环境，帮助这些企业走出困境，为跨境电商提供坚实的支撑服务？这些都是值得深入探讨的话题。

市场现状：4.8 新政后前海保税仓遇冷

1. 前海保税仓概况。前海湾保税港区规划面积 3.71 平方公里，第一期围网封关面积 1.176 平方公里现已投入运营。截至 2015 年，前海湾保税港区仓库面积近 50 万平方米，主要由招商保税物流、南油集团、外代国际货运这几家公司承租，但他们不负责具体的业务，而是租给第三方物流公司运营，如保宏、前海易硕、大前海、易通寰宇、E 码头、宏高、超远等。这些仓库，大多数用于一般贸易的仓储，约 30 多万平方米，主要客户是 DHL、嘉宏、利丰行等；而用于跨境电商仓储大约有 13 万平方米，主要客户是聚美优品、小红书、寺库、跨境购、傲基等知名电商企业。

2. 保税仓遇冷。前海试行跨境电商保税进口模式以来，业务呈现爆炸式增长态势，日单量猛增，仓储需求一度高涨。但是今年的 4.8 新政一出，给跨境电商行业当头一棒，自然也就殃及开展保税仓租赁业务的第三方运营服务商。据业内人士估算，前海保税区原本 13 万平米的保税仓面积，4.8 新政出台

至此不满半年，就退租了将近 5 万平方米，剩下约 8 万平方米，也并非全部是日常在跑单运营的“活仓库”。市场走低，客户退租，亦带来了员工裁减、设备空置等一系列连锁问题。如保宏在新政后，员工数量由原来的近 300 人，缩减为 160 多人。

究其原因，主要有三：

一是新政规定，跨境电商网购保税商品将按照新税制征税，不再适用行邮税，改征收“跨境电商综合税”，并取消了行邮税 50 元以下的免税额度。这使得部分商品的税率有所提升，压缩了进口电商平台的利润率，直接击中其软肋，以保税模式为主的进口电商对未来市场信心不足，谨慎观望，不敢贸然备货。

其次，以前很多进口跨境电商从海外进货后，先存入保税区，并不需要通关单，或者自动就能获得通关单。而新政规定，网购保税商品在“一线”进区时需要按货物验核通关单。通关单前置，单据文件申报流程繁琐，所需时间更长，通关效率降低，保税仓的便利性自然将不复存在。许多商家不得不加快布局香港仓、海外仓，或者直接采用直邮的清关方式予以应对，这导致保税仓的市场需求迅速降温，退租潮此起彼伏。

再者，新政及之后的《跨境电子商务零售进口商品清单》，还对化妆品、婴幼儿配方奶粉、保健食品等商品提出了首次进口许可批件、注册或备案要求。众所周知，这些市场上常见的进口商品，其备案手续少则数月，多则一年以上。此外，一般贸易通常都是从生产厂家直接进货，能够比较容易地提供原产地证、合同、发票、装箱单以及相关批文等，而跨境电商的商品供应模式多为采购团队或买手在海外商超、卖场等购买商品，

这种模式下跨境电商只能拿到商品的销售发票，无法取得原产地证及合同等单证。这大大增加了进口商品的经营难度，进而打击了商家的积极性，保税仓模式步入进退两难的境地。

企业突围：调整发展思路，创新经营策略

风物长宜放眼量。虽然新政短期内对跨境电商带来巨大冲击，但长远来看，国家出台跨境电商政策的根本在于将灰色渠道纳入监管范围，使跨境电商行业更加规范化，合法化。同时，因为进入保税区的产品成本，无论在物流、仓储、人工等方面都比海外直邮更低，客户体验也更好，保税仓仍将成为市场的主流。目前，一些大型跨境电商依然加速扩张，天猫国际、京东国际、网易考拉等主流平台亦坚持采用以保税模式为主的经营策略。可以说，只要消费升级背景下跨境进口商品的消费趋势不变，保税仓的前景必将越来越广阔。

但毋庸置疑的是，对于前海的物流仓储企业来说，依赖仓储资源投入而获得市场红利、爆仓、挣快钱的时期将一去不返，必须着眼于长久之策，调整发展思路，提升核心竞争力，为将来的发展打下良好基础。目前，前海一些物流仓储企业已经开始积极应对，创新运营策略，为跨境电商提供优质高效、专业化、差异化的物流仓储服务。

策略一：平台创新，提升竞争力。

1. 打造跨境线上交易一站式综合服务平台。面对海量的小批量、碎片化订单，国内制造企业碰到了交易、通关和结算的瓶颈，跨境电商最大的难题表现为“交易无国界”与“交付有关境、支付有规定”之间的矛盾。保宏从这个难题着手，建立了国内领先的跨境线上交易综合服务平台和结算模式，为跨境电商提供阳光化、便捷、全面的O2O一站式交易服务。

跨境线上交易综合服务平台整合了资金流、物流、信息流以及海关通关信息等电子数据信息，形成了实时、系统的线上交易综合服务平台，主要包括出口B2B线上交易平台sinoB2B、进口B2B线上交易平台comB2B、CCIC315防伪溯源平台等。电商企业可以通过这些平台及其交易体系，将以前的市场采购转变成保税区内采购，并完成相应的报关流程，从而使整个跨境业务正规化、阳光化。从实际业务来看，仅sinoB2B平台从2015年7月至2016年7月份，就操作了多达11万份的订单，货物数量达75万余件，货值7748万美金。

保宏的跨境线上交易综合服务平台也为大量从事来料加工的中小企业提供了便利。以前，华强北等地的一些企业或卖家从国内来料加工企业那里拿货，以邮政小包的形式做跨境出口业务，但问题是这部分业务很难在来料加工企业那里进行核销，给企业带来一系列麻烦。现在这部分业务可以在保宏的保税仓库中实现交割，并通过跨境线上交易平台的操作，全程监控所有信息流，从而解决了这部分业务的阳光化难题。

2. 价值创造，拓展供应链金融服务。除物流仓储服务，越来越多的面向跨境电商的物流企业开始重价值创造，拓展增值服务，如供应链金融服务。保宏的跨境线上交易平台，最大程度上破解供应链金融行业信息不对称、过程监管粗放等痛点，所以保宏从今年开始，加快了采购融资、库存融资、退税融资、赊销融资等拓展步伐，进军供应链金融这片蓝海市场。

策略二：小而专，注重开源节流。

1. 专注垂直细分领域。当市场竞争激烈或遭遇较大波动的时候，深耕细分领域，突出专业优势，成为小企业的制胜法宝。例如前海跨境电商试点企业深圳大前海物流有限公司，它是一家规模较小的企业，在前海的仓库面积只有1000平方米左右，其经营策

略是专注品牌服装这一垂直细分领域的仓储服务。众所周知，面向服装行业的物流仓储管理难度相当大，特别繁琐，投入成本高，做得好并不容易。大前海服装行业专业化、精细化管理颇为行业所青睐，新政后，仍然有近四万件意大利服装品牌 SKU 进入大前海的仓库，另外还有其它服装品牌也正在洽谈当中。

曾名噪一时的买鲜网瞄准 6 万亿的生鲜市场空间，借助前海的航班和港口优势，在前海保税区内建立 3000 平米的专业冻仓库和 1500 平米的活水生鲜池，它们的产品在原产地进行活冻，然后空运直达深圳，进入零下 20℃ 冻库，采用目前最先进的渐冻技术与进口海鲜暂养技术，以自建物流和立体配送体系相结合提升运输效率，为市场提供富有竞争力的国外进口海鲜产品。由于其在生鲜进口领域的个性化经营和品牌优势，新政对其的影响较小。

2. 注重开源节流。当前低迷的市场环境下，开源节流、降本增效也是小型物流仓储企业平稳度过新政难关的可行策略。如大前海除了积极主动拓展华北等内地市场外，还延伸供应链环节，利用为品牌企业服务的机会，尝试电商业务。到目前为止，大前海在服装、平板车等领域，已经迈出了步伐。这家企业还在仓库的空间利用中实行“节流”，在原来只有 1000 多平米仓储面积的基础上，投入重型货架，把空间拓展到 3000 多平米，做到集约化利用。

策略三：多地联动多模并举，主动适应市场。

1. 多地仓储联动，多种模式并举。宏高电子商务综合服务有限公司也是前海湾保税港区代表性物流仓储企业之一，他们在宁波自贸区、香港地区都设有保税仓，充分利用各地优势，统筹业务。业务模式方面，2014 年成立以来，宏高相继开展一般进口 B2B2C、香港电商直邮 BC、香港快件等多

种模式的业务类型。正是这种多地联动、多模并举，才使得宏高在新政后为跨境电商提供的物流仓储服务更加游刃有余。

2. 主动适应跨境电商平台企业。对于跨境电商平台企业来说，即使新政后市场仍没有改善，企业也不必心灰意冷，因为一般贸易的市场空间巨大，商家可以通过跨境电商的方式，试探市场的反映，然后平稳过渡到大宗进出口贸易。当然，也可以主打那些满足特殊消费需求的长尾产品、非标品等，提升用户消费体验，培育客户的忠诚度。因此，物流仓储企业也要不断跟踪和适应跨境电商平台企业的发展动向，及时调整运营策略，紧贴市场，服务市场。

政府何为：完善市场环境，加大政策供给

对于政府来说，当前较为紧迫的是在以下几个方面加快完善步伐，帮助前海物流仓储企业走出困境，使当前不景气的物流仓储市场，快速走上健康可持续发展的道路，进而为跨境电商提供坚实的支撑服务。

1. 建立更加开放、高效的仓储租赁市场

目前，要在前海湾保税港区从事物流仓储业务，首先必须是注册在前海湾保税港区的具有相关物流资质的企业，而注册此类企业，不仅办理周期长，还需要在保税区租赁仓库、拥有固定的商务办公场所，但保税区内目前没有此类性质的场所，所以一般都设在临海路的海运中心，这些因素对物流企业入驻前海湾保税港区造成了不小的障碍。同时随着未来前海湾保税港区二期建成，仓储面积进一步扩容，又需要引进更多的第三方物流企业，两者的矛盾将会日益凸显。

另一方面，保税区第三方物流企业实际上只能从招商保税物流、南油集团这几家企业手中转租仓库，其资源约束性强，议价空间有限。形成的行业垄断，在一定程度上也制约了前海湾保税港区仓储业务的发展。

因此，政府应在放宽资格准入条件，简化注册手续，营造良好的市场竞争环境等方面加快改革步伐，用市场的方式优化配置仓储资源，建立开放、高效、公平的仓库租赁市场，引入更多优质的物流仓储企业，为跨境电商保驾护航。

2. 积极探索周边地区保税联动，优化城市共同配送

虽然新政后前海保税仓储租赁市场严重下滑，但放眼全国海关特殊监管区，依然是几家欢喜几家愁。杭州、宁波地区一些保税区仓储的需求仍然向好，且租金不降反升，而深圳保税仓的业务则受到了一定程度的影响。

中国（深圳）综合开发研究院物流与供应链研究所助理研究员张翼举认为，前海保税仓市场应在国家进出口贸易大势下，着眼于跨境电商未来的发展，探索前海湾保税港区与南沙自贸区、广州、中山、顺德等周边城市，特别是香港地区的保税联动，建立以市场为导向，物流仓储企业为主体，政府、海关、国检、结算等部门的联合协调机制，顺畅跨境渠道，优化供应链结构。

同时，由于前海保税区的面积短期内不可能再扩张，长期来看，保税区的仓储空间仍然是紧缺的，这样就必须在其它方面寻求发展空间。张翼举认为，在未来前海 80 多万人口高密度的体量下，低碳、高效、敏捷的城市共同配送是物流企业应对这一挑战的路径之一，对于前海湾保税港区跨境电商物流仓储企业而言，它有利于提高整体运营效率，完善物流、仓储及配送业务，从而更好地服务跨境电商的发展。

3. 完善直邮通道，引导仓内物权互换

在单一窗口、三单比对、通关综合服务平台基础上，利用互联网技术，加快推进相关政策的落实进度，为前海物流仓储企业排忧解难，共同应对当前跨境电商低迷的市场环境。

关于直邮通道。在税改新政实施后，直

邮模式的便捷、配送等优势愈加突出，越来越受到跨境电商的青睐，以缓解当前的经营困境。据悉，前海湾保税港区的直邮系统也将于 9 月底开通。与全国其它海关特殊监管区相比，前海湾保税港区具有依托香港这一国际自由港的优势，物流更加便捷高效，所以直邮模式一旦放开，单量增长可期，这无论对跨境电商企业还是物流仓储企业来说，都是一个重大的机会。政府应做好“宣传员”与“服务员”，加大宣传力度，并不断完善直邮通道，提高通关效率，为扭转物流仓储企业经营困境创造良好的条件。

关于仓内物权互换。目前，同一跨境电商从前海湾保税港区不同的物流企业走货，若在天猫、京东等国内一线的大平台上销售，均必须按要求在仓库中保证最低备货量；或者不同的跨境电商都采购相同的货物，储备在各家仓库当中，但由于仓储货物信息普遍被视为商业秘密，相互之间不能共享，造成资源浪费。这对于跨境电商企业来说，沉没资金过多，市场运营成本提高；对于物流仓储企业来说，作业管理低效，资源利用价值无法最大化。解决这一问题，仓内物权互换不失为一个好方法。

9 月中旬，蛇口海关召开了前海保税区跨境电商宣讲会，提出将力推 6 项重点工作，其中之一就是“将尽快实现保税港区内不同主体下跨境电商账册下商品互换（A 企业可以在自己的电商平台上销售区内 B 企业账册下的商品）”，可见仓内物权互换已逐步成为各方的共识。应本着监管可控、合作自愿、多方共赢的原则，由政府积极引导跨境电商企业、物流仓储企业及第三方信息服务企业，共同探索和完善仓内物权互换的商业模式，简化商品备案手续和物权互换手续，顺畅不同仓库间的调配通道，最大程度地优化前海物流仓储资源，进一步丰富跨境电商平台的商品种类，提升企业的核心竞争力。

（文 / 廖令鹏）

关于支持企业提升竞争力的若干措施解读

“十三五”开局之年，深圳市提出“加快建设国际科技、产业创新中心”目标，市委常委会会议审议通过《关于支持企业提升竞争力的若干措施》，多方举措支持企业提升竞争力。8月24日，市电商服务中心举办“支持企业提升竞争力政策宣讲会”，市经贸信息委生产服务业处相关负责人深入解读政策的适用对象、申请条件、支持标准等。

实招一：实施大型龙头企业和跨国企业培育引进计划，壮大我市企业的影响力、竞争力

加快培育一批成长潜力大、商业模式新、产业特色鲜明的高成长型企业，加大企业上市培育力度，重点支持一批市场前景好、综合效益高、核心竞争力强的企业在多层次资本市场上市或挂牌。成立由市领导牵头的专责工作小组，加大对中央企业、知名跨国公司、中国企业500强等大型企业的引进力度。对中央企业迁入或在深圳新设立公司的、大型企业迁入并达到总部企业认定标准的，采取“一企一案”方式给予综合支持。对首次入选“世界500强”和“中国500强”企业依次给予3000万元和1000万元奖励。

实招二：针对电子商务领域，出台三类财政奖励计划

分别设立“电子商务龙头企业引进奖励计划”、“电子商务交易平台规模奖励计划”以及“电子商务示范奖励计划”三类电子商务领域奖励方案。对在我市设立总部或总部迁移至我市的世界500强电子商务交易平台企业、国家级电子商务示范企业，以及中国互联网100强企业等电子商务龙头企业，一次性给予500万奖励。同时，奖励计划支

持企业利用电子商务平台开拓市场，支持自营交易平台企业及第三方电子商务交易服务平台企业，以及鼓励企业创建国家和省、市电子商务示范企业、示范基地，不断提升我市电子商务的发展水平。

实招三：多管齐下，着力化解企业“融资难”、“融资贵”

市级财政建立中小微企业贷款风险补偿机制，对银行向无抵押、无担保和没有取得过贷款的中小微企业发放信用贷款、首笔贷款所形成的坏账损失，给予50%补偿。各区结合实际制定相应补偿扶持政策。加快发展动产融资，支持有条件的银行向中小微企业开展应收账款和存货抵押质押融资业务。试行中小微企业融资担保风险补偿，对符合条件的融资担保公司以中小微企业作为担保对象的，予以风险补偿。加大对再担保业务的支持力度，优化运行机制，拓展业务范围，扩大中小企业信用再担保业务规模。探索在前海股权交易中心设立创新型中小企业单独板块，研究设立前海“新四板”基金，投资新兴产业企业。

实招四：落实支持中小微企业发展政策措施，完善创业创新服务体系

发挥国家中小企业发展基金深圳子基金的投资引导作用，市政府投资引导基金参与设立规模为100亿元的市级中小微企业发展基金，重点支持符合我市产业导向的种子期、初创期成长型中小微企业发展。推动“大众创业、万众创新”，启动小微企业创新创业培育行动，推进小企业创业基地规划建设，做好民营及中小企业家培育工程，完善中小微企业创业创新服务体系。

盐田打造“互联网+外贸”创新发展亮丽名片

根据马兴瑞书记关于加快跨境电商发展的讲话精神，盐田区充分发挥综合保税区的政策平台优势和港口物流的服务优势，“先行先试”、大胆探索跨境电商实践，吸取前海湾保税港区的经验做法，整合资源，力促跨境电商成为盐田“互联网+外贸”创新发展的亮丽名片。

8月23日，市经贸信息委机关党委书记张立仁率领主管电商和保税区管理工作的生产服务业处、保税经济处的负责人及市电商服务中心等相关人员，前往盐田区调研，与盐田区委常委黄伟平副区长、区长助理王晓霞、盐田区经促局、盐保服务中心、沙保服务中心、盐田海关、国检等部门负责人以及区重点企业举行座谈会，了解盐田区跨境电商及盐田综合保税区在跨境电商方面取得的工作成效。

跨境电商成为促进商贸、带动物流业的重要抓手

在促进产业发展上，盐田区政府强化在宏观指导、环境营造、政策支持等方面的职能，先后出台《促进港口物流业高端化发展若干措施（试行）》、《盐田区关于促进商贸物流业繁荣发展的若干措施》，今年更是将跨境电商作为促进辖区商贸、物流业的重要抓手，结合自身资源特点和前海、广州、杭州等地的跨境电商发展经验，形成以出口业务为主、进口为辅、B2B为主、B2C为辅的跨境电商策略。经进一步协调各部门资源，年内将出台《盐田区促进跨境电子商务产业发展若干措施》，加大对跨境电商的扶持力度，激发企业参与跨境电子商务综合试验区建设的主体性、主动性和创造性。

盐田综合保税区将成为跨境电商发展新引擎

今年以来，盐田综税区政策频出，在海关、国检的监管下，盐田综保区将实现盐田片区和沙头角片区企业一体化运作，并为跨境电商新业态的规范发展提供重要的保障。随着今年3月8日盐田综合保税区海关的挂牌，盐田综保区已具备保税物流、保税加工、跨境电子商务、国际采购、国际中转、检测维修等功能，是目前国内功能最齐全、政策最优惠、形态最接近国际惯例的海关特殊监管区域。

该综合保税区叠加了出口加工区、保税区、保税物流园区的所有政策功能，未来有望成为推动深圳盐田区经济发展尤其是跨境电商发展的新引擎。整个保税区比前海具有充沛的仓储资源，目前拥有保税仓储设施66.5万平方米，未来计划新增超过50万平方米的保税仓储资源，可以满足跨境电商保税进出口业务的需求。

培育“保税展示+跨境电商+直购直销”一站式综合平台

盐田区依托深圳精茂进口商品展示交易中心（以下简称精茂城），发挥综合保税区产业优势，积极培育“保税展示+跨境电商+直购直销”新业态，推动综合保税区成为辐射全市乃至华南地区的进口保税展示和进口贸易中心。精茂城在充分发挥盐田综合保税区贸易便利化优势的基础上，采取“区内网外”、“前店后仓”、“实体交易+电子商务”等模式运作，打造了一个集保税展示交易、产品展示、商务洽谈、跨境电商O2O、直购直销、仓储物流、金融服务、商务办公于一体的综合性商务平台。目前已发

展成为我省单点经营面积最大的一般贸易进出口商品直销中心。

打造以物流为核心竞争力的跨境电商综合服务商

据了解，目前盐田区已有 294 家电商企业、77 家电商物流企业、13 家支付企业以及 43 家快递公司入驻，构建了较为完善的跨境电商生态圈，并形成了集仓储、配送、劳务外包、商品展示展销及供应链管理等物流产业的集聚优势。孕育了像有信达物流、海格物流、金胜丰供应链等龙头企业，随着服务范围拓宽，开始向跨境电商综合服务商纵向深度创新，在构建跨境电商平台、整合物流资源、建立海外物流仓储系统、提高跨境电商物流效率等方面不断探索。

一是构建立体化跨境电商平台。

有信达物流集团 2014 年起实施“互联网战略”，目前已构建了 4 个跨境电商平台即“海购通商城”、“海蟹网” B2B 分销平台、“海蟹购”跨境电商社区体验店、“海獐网”微信直销平台。今年集团正式启动跨境电商 O2O 连锁加盟社区体验店，预计三年内在全国建立 520 家社区 O2O 体验店，覆盖数百万个终端网点，目前已拓展 60 多家店中店。海格物流目前成立了 B2B 电商交易平台“好易商”，并积极打造跨境供应链综合服务平台和线下展示交易中心，形成线上线下 O2O 展示与交易的融合。

二是建立海外物流仓储系统。

海格物流目前在马来西亚成立了一个第四方物流公司，专门覆盖整个东南亚地区的物流服务，未来这个服务网络将和综合保税区内 5 万平方米仓库进行联动，力争打造亚洲物流中心。有信达集团为推进国际化进程，在香港、美国洛杉矶、意大利米兰布局海外仓。

三是整合跨境电商物流资源，形成产业集群优势。

有信达集团未来计划在盐田区建设“深

圳东部跨境电商产业发展中心”和“全球跨境电子商务分销物流中心”，整合本区有实力的企业，打造跨境电商集聚区。金胜丰供应链公司今年 3 月与中海集团签署战略合作协议共建盐田港跨境电商产业园，规划 5.5 万平方米的仓储面积，计划分两期打造开发，通过“三平台”的协同发展，力争打造盐田港跨境电商产业示范基地。业务模式将以网购保税备货模式为主，同时以直购、海外仓、行邮定投为辅，并在合适的契机开展特殊区域的出口跨境电商业务，为中小卖家跨境电商平台搭建多渠道全方面的供应链物流服务。

(上接第 25 页)

杭州综试区发布白皮书

杭州跨境电子商务综合试验区在全国首发“跨境电商指数”和白皮书。杭州跨境电商指数显示，今年 6 月，杭州市跨境电商发展总指数为 166.03 点，环比增长了 7.45 个点。

白皮书显示，两年来，综试区通过开展两轮跨境电商 B2B 专项行动，帮助企业“拓市场、降成本、创品牌”，通过互联网基因改造、推广信保应用、实施品牌战略等举措，为企业重构生产链、价值链、供应链，推动杭州近三分之二(超过 4500 家)外贸企业上线经营，累计已有近一半的杭州外贸企业(3521 家)达成线上交易新实绩，占杭州外贸企业总数一半。

今年以来，杭州综试区加快“单一窗口”综合服务平台建设，积极推动全国通关一体化，从杭州报关的企业，已经实现直接从上海、宁波、厦门、天津等口岸出口。杭州单一窗口平台业务运行以来，累计传输的 B2C 出口申报小包超过 7771 万票，交易额超过 34.3 亿元。

据介绍，杭州综试区已有下城、下沙、空港、临安、江干、萧山、余杭、富阳、建德、拱墅、西湖、邮政速递等 12 个线下产业园，面积 304 万平方米，入驻企业 1634 家。(来源：根据网易新闻相关内容编写)

2016 年上半年跨境进口电商十大动向

导读：2016 年上半年，注定是多事之秋，在经历野蛮生长之后，跨境电商正在经历行业洗牌，并朝着健康规范的方向发展和深化，笔者归纳了上半年跨境进口电商十大动向，分别是：政策定风向、多模式竞争、境内外布仓、直邮受青睐、供应链整合、聚品牌资源、谋纵深发展、体系化竞争、跨境 B2B 电商、跨境 O2O 电商。

【动向一】政策定风向

概述：为创造公平化竞争环境，国家相关主管部门公布税收新政、正面清单、监管监管等相关规定并予以实施，明确跨境单次交易限值和个人年度交易限值，超标将按照一般贸易征税。由于新政未留缓冲期，令诸多跨境电商企业猝不及防，许多商品进不来、清货、断货、裁员、退租甚至是倒闭，几近熔断，影响甚大。

5 月中下旬，为使跨境电商企业逐步适应监管要求，海关总署又下达通知，紧急调整，设置过渡期，在明年 5 月前，对上海、杭州等 10 个试点城市经营的网购保税商品“一线”进区时暂不验核通关单，暂不执行化妆品、婴幼儿配方奶粉、医疗器械、特殊食品的首次进口许可批件、注册或备案要求。

点评：从宏观角度分析，新政旨在避免跨境电商相关的税收政策对一般贸易构成不公平竞争，使其进口监管方式等向一般贸易靠拢，在同一竞争规则下实现优胜劣汰。

在客观上，新政有利于减少国家税收流失，严把进口商品质量关，加大力度打击走私和假冒伪劣，力求不断规范和鼓励跨境电商的良性发展。

【动向二】多模式竞争

概述：从最初的个人海外代购发展到

如今的海淘平台，并逐渐发展成为多种模式并存的跨境电商，诸如：以洋码头，海蜜为代表的买手制，以天猫国际，京东国际为代表的平台式，还有以蜜芽，波罗蜜为代表的 B2C 直营式。

无论何种模式，各有特色和独特价值，并在快速布置资源，纷纷构建各自竞争壁垒。

点评：正如国内电商现状，不可能一种模式独霸天下，多类模式并存，相得益彰，以满足消费多样化的需求。

【动向三】境内外布仓

概述：在跨境电商新政公布后，保税仓模式发货优势大减，亚马逊海外购、尚品网、天猫国际、网易考拉购、小红书等采用保税仓模式的电商平台受影响较大。

点评：对于一般贸易和跨境电商，保税仓具有一定价值，虽然，较之前，对于跨境电商会造成一定的影响，并不能否认保税仓存在的意义，为了发挥电商的商品丰富以及用户体验灵活、时效性高等优势，跨境电商企业应根据实际情况，快建境外仓和保税仓，速组境内外物流，从而构建良好的跨境供应链生态。

【动向四】直邮受青睐

概述：因直购进口商品免去了检核通关单、境外建仓，发展直邮模式正成为跨境电商进口的重要途径，例如：洋码头的买手制搭配海外直邮，走秀网一向直邮为主，而银泰计划拿下 100 家全球买手店，宝贝格子已开通 10 个国家的海外直邮业务。

点评：海外直邮相对较轻，成为长尾非标品的选择，尤其是保税仓模式制约较大的情况下，诸多跨境电商会整合更多的国际物流服务商。但受现有国际物流条件限制，邮

寄周期较长，并非所有用户始终都会乐意等待，同时，在未形成规模化之前，降低运费水平相对不容易。

【动向五】供应链整合

概述：在国内，一些实力强的跨境电商开始整合仓储物流和配送资源，以增强综合服务能力。例如：京东与日本最大物流企业 Yamato 合作，由 Yamato 负责在日本的报关、集货，以及发往中国的运输流程。

点评：跨境电商理应致力打造一个以消费者为中心，基于大数据精准营销的全球销售体系和全渠道模式，整合优化全球供应链，提供集合商品、库存、订单、结算于一体的跨境电商服务。

【动向六】聚品牌资源

概述：诸多跨境电商积极整合海内外供应方、谋求海外品牌扩展和深度合作。例如：蜜芽推“蜜伙伴全球+”计划。天猫国际引进全球超市、百货、垂直平台多零售业态，与知名品牌达成战略合作，通过深耕海外供应链，不断优化，在品质、价格和服务上为用户创造价值。

点评：为了强化上游资源优势，跨境电商均在谋求海外知名品牌合作，已属常态化，但必然不只停留在销售渠道层面，而会进一步深挖供应链。

【动向七】谋纵深发展

概述：洋码头计划投资 10 亿日元深耕日本市场，继续完善买手生态，发展海外仓储和物流，还计划与当地邮政展开深度合作。步步高云猴全球购联合全国十多个零售商一起组建全球采购联盟。

点评：精耕上游，根植资源，以求降低商品成本、增强供应链资源，通过品牌号召力、商品丰富度和价格吸引力等因素吸引更多消费者持续关注和反复购买。

【动向八】体系化竞争

概述：绿地跨境电商不仅仅做自营全球购业务，还为入驻企业提供包括海外代采、商品质量溯源及认证、供应链金融、报关及仓储物流、O2O 体验店等全供应链服务。

点评：跨境电商对于供应链、国家政策的依存关系非常紧密，跨境电商间的竞争不再只是品牌、商品售价、销量、销售额等方面的前端竞争，更是往上游延伸的综合型作战，而且基于不同的国别政策和市场环境，跨境电商的发展模式更加多元化和开放化。

【动向九】跨境 B2B 电商

概述：跨境电商占外贸进出口的比重大约是 17%，其中 90% 都是 B2B 模式，跨境零售部分只占外贸进出口的 3% 左右。但因为缺少税收、支付、物流等配套的支撑，国内还没有完善的 B2B 平台，只是充当信息媒介。

点评：中国企业只有快速融入全球主流的供应链交易体系，将中国产品“卖出”到全球供应链体系的同时，还能快捷地“买入”全球优质产品，以促进中国企业的供应链体系的改善和壮大。

【动向十】跨境 O2O 电商

概述：跨境 O2O 电商也已成为业界共同关注的焦点，许多企业正在争相跑马圈地。苏宁易购在上海开启澳大利亚生活体验馆，同时入驻苏宁超市和苏宁海外购。通过双渠道做 O2O 体验式服务。除苏宁易购外，还有天猫国际、万达、万国优品、百联全球购均已相继开出跨境电商体验店……

点评：伴随跨境电商深化发展，从产品、渠道、支付、实体店和大数据营销等方面出发，以消费者为中心，择域开通体验店，推动线上线下融合，构建“跨境产品服务生态”已经成为必然。

（本文转自中国电子商务研究中心）

数据观察

◎区域数据

1-8月深圳电子商务交易总额突破1.1万亿元

据市电子商务服务中心统计，今年1-8月，深圳电子商务交易总额为11082.27亿元，同比增长21.90%；网络零售交易额为1339.63亿元，同比增长41.10%；跨境电子商务交易额为236.69亿美元，同比增长21.31%，跨境进口额为51.32亿美元，出口额185.37亿美元。其中，前海湾保税港区跨境电商海关监管代码项下实现跨境电商出口额2128万美元，进口额约折合10527万美元。（来源：本刊编辑部整理）

我市跨境电商交易中心年底逾15个

到去年底，深圳市已建成6个以上保税展示暨跨境电商交易中心，实现年销售额5亿元人民币以上。2016年底前，深圳全市将建15个以上保税展示+跨境电商交易中心，并实现在宝安机场、华南物流园等区域的业务覆盖，年销售额将突破20亿元人民币。（来源：根据《深圳特区报》相关内容编写）

前7个月我市快递入账150亿元

据市邮政管理局统计，7月份，全市规模以上快递企业业务收入完成22.88亿元，今年累计完成150.3亿元，同比增长27.99%。当月，全市规模以上快递企业业务量完成17311.81万件，今年累计完成10.72亿件，同比增长54.56%。

从业务构成来看，1-7月，深圳快递企业完成同城快递业务量3.16亿件，占比28.61%；国内异地快递业务量6.46亿件，占比62.14%；国际及港澳台业务量完成1.1

亿件，占比9.25%。深圳快递国际及港澳台业务量增幅达到了74.11%，增速明显超过了同城和国内异地业务。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

1-7月上海电子商务交易总额实现9724.2亿元

从上海市商务委获悉，今年1-7月全市电商交易总额实现9724.2亿元，同比增长18.4%。其中B2B交易额6771.9亿元，同比增长12.2%。网络购物交易达到2952.3万亿元，同比增长35.8%，其中服务类和商品类交易额分别达到1384.1亿元和1568.2亿元，同比分别增长39.2%和32.9%。（来源：本刊编辑部整理）

浙江1-8月跨境网络零售出口累计近30亿美元

浙江省商务厅发布网络零售统计数据，显示，1-8月，浙江累计实现网络零售5259.41亿元，同比增长35.10%；省内居民网络消费2868.54亿元，同比增长27.99%；网络零售顺差达到2390.87亿元。1-8月，浙江省跨境网络零售出口295661.52万美元，同比增长35.62%；其中，金华市、杭州市、宁波市等三地居全省前三名，占比分别为58.14%、19.01%、8.47%，占全省跨境网络零售出口的85.63%。（来源：本刊编辑部整理）

河南：前7个月跨境电商出区包裹2491万个居综试区首位

据河南出入境检验检疫局数据显示，截至7月底，该局共受理跨境电子商务企业备

案 200 家、商品备案 47364 种；监管跨境电子商务保税入区商品 4205 批、货值 25.79 亿元，出区包裹 2491.49 万个、货值 26.58 亿元；直邮进境商品 15.62 万件、货值 6117 万元，出区包裹数居全国十三个跨境综合试验区首位。（来源：根据大河网相关内容编写）

杭州跨境电商综试区交易额两年增长 300 倍

2014 年杭州跨境电商交易规模不足 2000 万美元，今年 1-6 月，杭州跨境电商实现出口 26.82 亿美元，进口 10.06 亿美元。（来源：根据《钱江晚报》相关内容编写）

◎行业数据

1-8 月全国实物商品网上零售额同比增长 25.5%

据国家统计局数据，1-8 月全国实物商品网上零售额同比增长 25.5%，较 1-7 月回落 0.6 个百分点；占社会消费品零售总额的比重为 11.6%，占比与 1-7 月相当。仅 8 月，商务部重点监测企业网络零售同比增长 25.3%，增速比百货店、超市、购物中心分别高 23.6、18.9 和 17.8 个百分点。（来源：本刊编辑部整理）

商务部：上半年农村网络零售额超过 3100 亿元

上半年农村网络零售额超过 3100 亿元人民币，其中，实物型的网络零售额超过 2000 亿元，服务型的零售额超过了 1100 亿元。上半年全国农产品网络零售额达到 560 多亿元。农村网络零售额在全国网络零售额的占比为 14.14%。（来源：根据商务部网站相关内容编写）

央行：二季度移动支付业务增长明显

中国人民银行发布第二季度支付体系运

行总体情况。二季度，社会资金交易规模持续扩大，全国支付体系平稳运行，支付业务量稳步增长。

数据显示，移动支付业务增长明显，银行业金融机构共处理电子支付业务 323.22 亿笔，金额 570.95 万亿元。其中，移动支付业务 61.37 亿笔，金额 29.32 万亿元，同比分别增长 168.46% 和 10.20%；网上支付业务 110.27 亿笔，金额 474.04 万亿元，同比分别增长 6.05% 和 2.11%。

二季度，全国共办理非现金支付业务 278.89 亿笔，金额 940.26 万亿元，同比分别增长 21.23% 和 10.26%。票据方面，电子商业汇票系统贴现、转贴现业务增长较快，电子商业汇票系统出票 49.26 万笔，金额 19469.26 亿元，同比分别增长 61.12% 和 33.72%。（来源：根据《人民日报》相关内容编写）

我国网民规模达 7.1 亿

据中国互联网络信息中心公布的第 38 次全国互联网发展统计报告显示，截至今年 6 月，我国网民规模达 7.1 亿，上半年新增网民 2132 万人，增长率为 3.1%。我国互联网普及率达到 51.7%，与 2015 年底相比提高 1.3 个百分点，超过全球平均水平 3.1 个百分点，超过亚洲平均水平 8.1 个百分点。（来源：根据环球网相关内容编写）

2016 年上半年网络零售市场交易规模达 2.3 万亿元

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2016 年上半年中国网络零售市场交易规模达 2.3 万亿元，相比 2015 年上半年的 1.6 万亿元，同比增长 43.4%。预计 2016 年全年中国网络零售市场交易规模有望达 5.2 亿元。2016 年上半年中国网络零售交易规模占到社会消费品零售总额的 14.8%，较 2015 上半年的 11.4%，增长了 3.4%，预计 2016

年将突破 15% 大关。(来源: 根据中国电子商务研究中心相关内容编写)

2016 上半年中国 B2B 电子商务市场交易额达 7.9 万亿元 同比增长 36.2%

据中国电子商务研究中心监测数据显示, 2016 年上半年, 中国 B2B 电子商务市场交易额达 7.9 万亿元, 同比增长 36.2%, 增幅上升 7.4 个百分点。中国 B2B 电子商务服务商的营收规模为 134 亿元, 同比增长 21.8%。B2B 电子商务服务商营收份额中, 阿里巴巴排名首位, 市场份额 38.5%, 接下来为环球资源 4.5%、慧聪网 3.4%、上海钢联 2.9%、焦点科技 2.2%、环球市场 1.4%、生意宝 0.9%, 其他 46.2%。(来源: 本刊编辑部整理)

eBay TOP 1000 卖家中国占三成

据了解, eBay 前 1000 强卖家当中, 有 39% 属于跨境电商卖家——(即所处位置和 eBay 店铺所在地不在同一国家内。)这一比例在 2014 和 2015 年分别是 31% 和 35%, 比例持续上升中。而在这些跨境电商卖家里, 有 325 位卖家是位于中国和香港, 2014 和 2015 年这一数字分别为 281 和 315。今年 46% 的跨境电商卖家是出口到美国的中国卖家, 低于去年的 51%。而在今年的 1000 强卖家当中, 18% 是出口到美国的中国卖家, 和 2014 年和 2015 年持平。总体来说, 今年前 1000 强 eBay 卖家中, 32.5% 是出口美国、欧洲和澳洲的中国卖家, 高于 2014 年和 2015 年的 25% 和 30%。(来源: 根据雨果网相关内容编写)

微信月活跃用户超 8 亿

据腾讯第二季度财报显示, 微信月活跃用户已达到 8.06 亿, 微信企业号注册用户过两千万。二季度总收入为人民币 356.91 亿元, 同比增幅达到 52%。按非通用会计准则, 净

利润为人民币 113.19 亿元(17.07 亿美元), 比去年同期增长 42%。腾讯在今年上半年总收入也达到人民币 676.86 亿元(102.07 亿美元), 比去年同期增长 48%。(来源: 本刊编辑部整理)

网红产业规模将突破 500 亿元 “直播 +” 产业变现风口渐成

据易观国际发布的《中国网红产业专题研究报告 2016》预测, 2016 年网红产业规模将突破 500 亿元, “直播 +” 细分产业的模式成大热门。然而, 在大企业和资金不断涌入网红市场的同时, 行业混乱、低俗内容等问题也逐渐显现出来。

9 月 9 日, 国家新闻出版广电总局下发《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》, 规定直播平台必须“持证上岗”, 未经批准不得使用“TV”等广播电视专有名称, 直播活动开始前需向省级以上广电部门备案。

近年来最先打开网络直播市场的是 YY 和六间房, 发展势头较为突出的则是映客、斗鱼、一直播和花椒等。据了解, 从今年 5 月份开始, 国内直播平台从 200 家迅速增长到 400 多家。实际上, 网红经济大爆发是源于视频直播、社群电商、网生内容、电子竞技、知识共享等多个风口产业的交织。2015 年, 中国网红产业规模达到 251 亿元人民币。2016 年网红产业规模将达到 528 亿元, 预计到 2018 年将超过 1000 亿元。2015 年至 2018 年的复合增长率为 59.4%。

《报告》显示, 目前支撑着网红经济快速崛起的是电商、直播、广告、电竞代言、影视演艺、签约和 IP 品牌化等六大变现模式。其中, 网红产业变现最主要的来源是直播和电商。预计 2016 年“电商 + 直播”将占整体网红产业收入的 86.4%。(来源: 根据《通信信息报》相关内容编写)

行业动态

◎深圳

深圳海关启动跨境电子商务一般出口模式试点

近日，深圳海关发出通知，明确深圳自9月20日起启动跨境电子商务一般出口模式试点。试点分两个阶段：第一阶段，在海关总署跨境电子商务出口统一版信息化系统启用前，使用原有邮政监管系统实施监管；第二阶段，在海关总署跨境电子商务出口统一版信息化系统启用后，使用海关总署跨境电子商务出口统一版信息化系统实施监管。

目前在第一阶段，确定中国邮政集团公司深圳分公司、中国邮政速递物流股份有限公司深圳分公司为首批试点企业，对邮政公司以国际小包出境的商品，速递公司以“国际E邮宝”方式出境的商品按照《海关总署关于跨境电子商务零售进出口商品有关监管事宜的公告》（海关总署公告2016年第26号）实施监管。试点企业通过邮政处理系统在包裹申报前，向系统发送交易、支付、物流信息，并在系统中向海关申报清单。按照新规，试点企业以每星期为周期，汇总清单数据，向海关申报出口报关单（监管方式为9610），海关驻邮局办事处按现行作业规程办理出口报关单手续。

深圳海关启动的一般出口模式试点，是我市在特殊区域出口、网购保税进口试点之后开展的跨境电商出口模式新试点，将再次成为我市跨境电商贸易阳光化进程中的一个里程碑。（来源：本刊编辑部整理）

深圳海关：网购保税进口将实施“先入区、后报关”

据了解，深圳海关下一步将实施跨境电商网购保税进口模式的“先进区、后报关”

改革。允许跨境电商网购保税进口模式的商品在一线进境时凭进境货物舱单信息先提货进区，货物运至区内后，企业再在规定时间内向海关提交进境备案清单申报。同时，深圳海关将从补齐跨境电商零售进口发展短板、优化电商货物监管模式、加强后续监管、完善电商系统、优化人力资源配置入手，构建多层次的跨境电商贸易监管体系，推动跨境电商更好发展。（来源：根据《经济日报》相关内容编写）

前海跨境电商最新动向

一、上线跨境电商溯源公共服务平台

8月，由市检验检疫科学研究院开发的“跨境电商溯源公共服务平台”上线。消费者可通过该平台的商品质量溯源服务来保障自身权益的同时，还有望进一步推动构建“风险监测、网上抽查、源头追溯、属地查处、信用管理”的跨境电商产品质量监督机制。该平台在跨境电商进口奢侈品上应用溯源二维码技术系全国首创。

二、着手规划跨境电商产业园

自今年5月“深圳跨境电商综合服务平台”落地前海后，前海管理局已经着手规划跨境电商产业园。深圳市跨境电子商务综合服务平台信用体系也正筹建中，目前子系统已进入深入设计阶段。该局称，目前，前海以“产业园公共仓（主仓）+跨境电商企业自有仓（分仓）+企业海外仓（分仓）”为核心理念开展跨境电商批量出口全链条解决方案的研究设计。

三、拟设专项资金扶持跨境电商发展

前海正在起草《前海深港现代服务业合作区跨境电子商务发展专项扶持资金申报指南》，一是对前海跨境电商根据其实际业务

量贡献给予奖励，二是引导企业积极参与前海跨境电商重点项目建设，扶持资金总盘子预计接近1亿元。

据悉，前海目前正在推进两大服务平台建设。其中，通关服务平台已与海关、国检、税务系统联通，正与海关总署统一版系统联通，对接三单数据并交由监管部门系统审核，平台致力于建设信息互换、监管互认、执法互助的跨境电子商务“单一窗口”。“综合服务平台”一是将整合深港澳地区乃至国际、国内与跨境电商有关的高端、线上服务资源，为跨境电商产业发展提供一站式的服务支持；二是将建立大数据服务中心，利用大数据、云计算技术，对地区跨境电商相关数据进行综合分析，为政府监管和企业经营提供决策咨询服务。

同时，为求尽快破解深圳跨境电商“拼货批量出口”的监管与运营难题，前海正在全力开展跨境电商出口“海外仓”模式的政策需求调研与设计。推进建设跨境电商金融服务中心，鼓励金融机构为跨境电商量身定制服务产品、引导跨境电商企业和金融机构开展各类合作，其中跨境电商支付与融资服务是探索重点。（来源：本刊编辑部整理）

福田区培育五大电商平台

据悉，福田区将打造五大线上技术平台：福田国际电子商务产业园特色互联网产业示范平台、华强北电子商务综合平台、深港商贸合作技术平台、跨境电商消费中心平台、时尚创意平台，开展交易和品牌展示活动，促进跨行业流通信息的互联互通，完善商贸流通信息系统。到2020年，拥有10个以上交易额过亿元的电商平台。（来源：本刊编辑部整理）

深圳在全国率先出台首份“校园贷”

地方性自律规范文件市互联网金融协会发布《关于规范深圳市校园网络借贷业务的

通知》明确规定九项整顿规范内容，要求各平台进行相应的自查自纠。此举标志着，深圳在全国率先出台了首份关于“校园贷”的地方性自律规范文件。（来源：根据证券时报网相关内容编写）

顺丰落户喀什深圳产业园

9月，顺丰喀什公司正式落户喀什深圳产业园，这对喀什来说是一个重大利好。顺丰集团副总裁表示，顺丰力争将喀什打造成为南疆区域的关键布点城市，接下来顺丰将争取开通喀什到一线城市直飞航线，届时将实现喀什到重要一线城市次日送达，进一步提升喀什地区快件时效；除飞机直航外，同时推出全程冷链加冷库配送等生鲜类产品的解决方案，保障各类特色“鲜冻品”顺利出疆。（来源：本刊编辑部整理）

价之链、跨境翼挂牌新三板

继今年4月有棵树挂牌新三板之后，8月8日，从事跨境电商出口业务的深圳价之链挂牌新三板。据悉，2015年，公司营业收入为1.37亿元，净利润875万元，毛利率为45.38%。目前主要通过Amazon、eBay、Aliexpress等平台，将消费类电子产品、汽车配件、家居运动等产品销售到美国等8个国家。

9月13日，深圳进口供应链服务商跨境翼挂牌。跨境翼成立于2013年12月24日，是一家集电商集采、保税进口、保税仓储、备案申报、清关服务、国内物流配送、分销平台、供应链金融于一体的跨境一站式供应链服务商。公告显示，跨境翼2014年度、2015年度营业收入分别为4903.92万元、4.28亿元；净利润分别为-59.44万元、-972.31万元。（来源：本刊编辑部整理）

◎国内
商务部：电商“十三五”规划将出台

商务部电子商务与信息化司巡视员聂林海表示,今年上半年我国网络零售额 2.2 万亿元,占社会消费品零售总额的比重为 11.6%。下一步主管部门将加快电子商务立法,尽快公布电子商务“十三五”规划。

聂林海表示,近年来中国电子商务交易额快速增长,近五年的平均增速超过 35%。今年上半年在消费增速有所放缓的情况下,网络零售额同比依然增长 28.2%,保持良好势头。其中,手机移动端网购用户突破 4 亿,较去年的 3.4 亿增长 18%。下一步商务部将加快电子商务立法,完善相关法规标准建设;推动重点领域电子商务应用,包括线上线下联动、电子商务进农村和社区、促进跨境电商发展等;开展第三批电子商务示范城市创建;加强电子商务信用体系和人才队伍建设。(来源:根据中国经济网相关内容编写)

党中央、国务院决定新设 7 个自贸区

党中央、国务院决定,在辽宁、浙江、河南、湖北、重庆、四川、陕西新设立 7 个新的自贸试验区。这 7 个横跨沿海内陆、贯通东西、兼顾东北的新自贸试验区将会推动国内“两横三纵”格局的统筹,体现了对区域战略布局和区域改革发展的总体考虑,进一步坚定了中国新一轮对外开放的决心和部署。(来源:本刊编辑部整理)

发改委:推动“互联网+”领域建设

发改委决定组织实施“互联网+”领域创新能力建设专项,构建“互联网+”领域创新网络。专项目标为,未来 2-3 年,建成一批“互联网+”领域创新平台,为“互联网+”领域相关技术创新提供支撑和服务。以推进经济发展方式转变为着力点,通过建立和完善“互联网+”领域的技术创新平台,集聚整合创新资源,加强产学研用结合,突破一批关键共性技术并实现产业化,促进“互联网+”产业的快速发展,为培育和发展战

略性新兴产业提供动力支撑。

此外,国家相关部门联合发布《推进“互联网+”便捷交通促进智能交通发展的实施方案》,旨在全面推进交通与互联网更加广泛、更深层次的融合,加快交通信息化、智能化进程,推动我国交通产业的现代化发展。(来源:本刊编辑部整理)

工商总局:《互联网广告管理暂行办法》9月1日正式施行

国家工商总局颁布的《互联网广告管理暂行办法》于 9 月 1 日起正式实施。这是我国首部专门规范互联网广告的规章,对互联网广告的概念定义、付费搜索广告区分以及违法行为管辖原则等问题予以明确规定。(来源:本刊编辑部整理)

银监会等四部委联合发布《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》

银监会、工业和信息化部、公安部、国家互联网信息办公室于 8 月联合发布《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法》,标志着 P2P 行业从野蛮发展步入规范发展的新时代。《办法》采取了新的监管原则和监管模式,不仅从传统的事前监管模式转向了“备案制加负面清单”的事中事后监管,还通过第三方资金存管、信息披露、投资者教育和保护等制度来保障市场的健康发展,避免因制度创新缺乏衔接而造成监管真空。(来源:本刊编辑部整理)

网约车新政出台 共享经济迈出实质一步

《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》出台,酝酿两年之久的出租汽车改革及网约车新政方案揭开面纱。根据方案,对于备受关注的私家车参与网约车运营问题,新规明确私家车符合条件可转化为网约车运营。新政明确网约车的合法地位,以及平台

公司应承担的承运人责任，具体的营运条件和规范经营行为的要求，支持网约车平台公司不断创新规范发展。

虽然有国家层面支持，但部分地方运政部门制定的细则影响网约车的发展，包括要求网约车统一标识、提供出租车发票、与出租车一样6年退出等。有业内人士认为，传统出租车势力与网约车之间的争斗，或将在地方拉开序幕，短期内阻碍新政在地方上的推行，以及网约车市场在各地的发展。（来源：根据中国网相关内容编写）

滴滴优步“成婚”月余商务部三度递进回应反垄断调查

今年一季度，专车市场内滴滴专车以85.3%的订单市场份额居行业之首，优步和易到用车分别以7.8%、3.3%位列二、三位。

滴滴、优步中国合并后，将占据93.1%的市场份额。商务部新闻发言人沈丹阳表示，因有举报称滴滴、优步中国合并未依法申报，商务部正在依法对该案进行调查。自8月1日滴滴收购优步中国的消息正式宣布后，这已是商务部一个月内第三次回应滴滴、优步中国合并案。（来源：根据《第一财经日报》相关内容编写）

央行首次认可二维码支付

支付清算协会向支付机构下发《条码支付业务规范》（征求意见稿），意见稿中明确指出支付机构开展条码业务需要遵循的安全标准。这是央行在2014年叫停二维码支付以后首次官方认可二维码支付地位。

统计显示，在2015年第三方移动支付交易规模市场份额中，支付宝以72.9%的份额居首，财付通以17.4%位居第二，拉卡拉、百度钱包、易宝支付的市场份额均在1%以上，分别为3%、2.2%、1.5%；快钱、平安付、京东支付、连连支付相对较小。（来源：根据环球网相关内容编写）

27家第三方支付机构终获续展

央行在2011年5月发放了首批27家第三方支付牌照，首批牌照已在今年5月到期。日前，支付宝、银联商务、财付通等27家非银行支付机构获得央行续展牌照。与此同时，不少机构还获准增加支付业务范围，移动支付成为多家机构调整重点。（来源：本刊编辑部整理）

食药监：食品跨境电商线下店无销售无须办证

国家食品药品监督管理总局发布《关于食品跨境电商企业有关监管问题》的复函。文件指出，食品跨境电商企业在线下开设展示（体验）店，但实际不销售食品的，不需要办理《食品经营许可证》。但该展示（体验）店应当在其营业场所设立提示牌，提醒消费者现场不销售食品。（来源：本刊编辑部整理）

广东省政府再设专项资金支持跨境电商海外仓

广东省商务厅、省财政发布《外经贸发展与口岸建设专项资金电子商务事项项目库申报指南》。此专项资金的对象为，在重点国家和地区节点城市有仓储设施，以跨境电商电子商务B2B、B2B2C、B2C模式开展的进出口业务，提供海外仓储、通关、配送、展示等服务的广东省内注册企业或单位，给予单家企业不超过300万元，不超过投资额40%的资助。

此项资金支持的内容为4个方面：1、跨境电商物流供应链综合服务系统及海外仓仓储管理系统的升级改造及建设；2、海外仓经营网络的建设及扩建；3、海外仓储扩容及硬件设备升级；4、海外仓提供境外营销推广、国际贸易代理、境外通关服务、金融保险服务对接、退换货服务、其他企业所需的便利化服务。（来源：本刊编辑部整理）

（下转第16页）

征稿启事

《电子商务动态》编辑部诚挚地感谢各位领导和业内人士的关注和支持，真诚地希望该刊物能成为国内电子商务相关人士的交流阵地。

本刊欢迎政府主管部门、企业家、电子商务从业者、专家学者、科研机构、媒体等来稿。投稿邮箱：dstdt@szecsc.org.cn。来稿请采用word编排，每篇不超过6000字，并注明作者姓名、单位、通信地址、联系电话。稿件一经采用，即付丰厚稿酬。相信您的文章一定会为本刊增色。期待您的来稿！

《电子商务动态》编辑部