

电子商务 **动态**

把 / 握 / 业 / 态 / 脉 / 动

2013年第5期（总第八期）

◇ 专题研究

深圳外贸电子商务发展对策研究（下）

催生一个新的业态

——解读“外贸国六条”对跨境电子商务的影响

◇ 热点追踪

前海合作区电子商务现状浅析

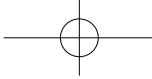
国家有关部门颁发支持跨境电子商务零售出口的政策

◇ 行业动态

2013 中国网商网货交易会启动大会在深圳举行

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



电子商务 动态

把 / 握 / 业 / 态 / 脉 / 动

2013年第5期(总第八期)

◆ 专题研究

深圳外贸电子商务发展对策研究(下)

催生一个新的业态

——解读“外贸国六条”对跨境电子商务的影响

◆ 热点追踪

前海合作区电子商务现状浅析

国家有关部门颁发支持跨境电子商务零售出口的政策

◆ 行业动态

2013中国网商网货交易会启动大会在深圳举行

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

2013年9月30日(总第八期)

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

支持单位:

深圳报业集团

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 张立仁

黄爱萍 陈巧华 旷 昕 石兴中

杨忠民 陈跃群

主 编 : 夏 葵

副 主 编 : 田雨弘 王瑞琼

执行主编 : 刘升铨

编 审 : 刘升铨 冯玉麟

记 者 : 童 航 大 熙

编 辑 : 黄妙瑜 鲁贞松

刘 锋 钟海英

美 编 : 湘 宏

通信地址 : 深圳市福田区金田路 4028 号

荣超经贸中心大厦六楼 602 室

邮 编 : 518035

联系电话 : 88916846

传 真 : 83786186-8888

电子邮箱 : dianshangdongtai@sina.cn

(印数 1000 册)

CONTENTS

电子商务动态 · 目录

卷首语

1 好风凭借力

专题研究

2 深圳外贸电子商务发展对策研究(下)

11 催生一个新的业态

——解读“外贸国六条”对跨境电子商务的影响

热点追踪

15 前海合作区电子商务现状浅析

18 国家有关部门颁发支持跨境电子商务零售出口的政策

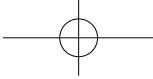
电商大讲堂

19 电子商务大讲堂第 32 期——《大数据时代的决策思维》

19 电子商务大讲堂第 33 期——《2013 中国(深圳)服装产业电子商务发展论坛》

行业动态

22 2013 中国网商网货交易会启动大会在深圳举行



好风凭借力

九月初，商务部新闻办公布了国务院办公厅转发商务部等九部门《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》，发展跨境电子商务从年初热议的焦点由此成为国家决策机关政策层面的着力点。

本期《催生一个新的业态》——解读“外贸国六条”对跨境电子商务的影响，其成文时，《意见》尚未公布，但其在促进国际贸易便利化方面，重视“外贸综合服务平台”、强调支持跨境电子商务的重要作用，其意自见。

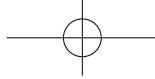
2012年我国电子商务交易额突破8万亿元，其中，跨境电子商务在我国国际贸易领域的影响力，国家发改委有如下阐述：近年来，中国的出口增速逐渐趋缓，过去五年中，出口年均增长不到10%，但同期中国跨境电子商务发展强劲。2011年跨境电子商务交易额达到1.6万亿元，同比增长33%；2012年跨境交易额2万亿元，增速远高于外贸增速。此次发布的《意见》，明确提出建立“电子商务出口新型海关监管模式、检验监管模式及支持企业收结汇、为跨境电子商务提供支付服务”等务实性措施，确如业界激起的强烈反映：《意见》是电子商务的重大利好，是针对性解决制约跨境电子商务发展瓶颈和问题的“及时雨”。

前海是国务院批准的深港现代服务业合作区，自2010年启动，发挥深港比较优势，抢抓跨境电商发展机遇，成为其推动现代服务业创新发展，探索科学发展新模式的一项主要任务，目前，前海管理局已制定《前海跨境贸易电子商务服务研究报告》，本期对前海及其发展作了概括性的报道。

作为信息社会和网络经济的重要形态，电子商务不仅冲破了国家间的障碍，使国际贸易走向无国界贸易，同时也正在引起世界经济贸易的巨大变革。电子商务平台构建的开放、多维、立体的多边经贸合作模式，极大地拓宽了社会经济要素配置的国际路径，大大促进了多边资源的优化配置与企业间的互利共赢。跨境电子商务全球化发展趋势不可逆转。

“解落三秋叶，能开二月花”，在初秋的习习凉风里，可以感受到跨境电子商务给我们传递来春潮涌动的气息。

[本刊编辑部]



深圳外贸电子商务发展对策研究(下)

五、深圳外贸电子商务未来发展机遇和主要挑战

(一) 发展机遇

1、将促进外贸交易规模大幅增长。

在国际国内市场中,企业市场信息的交流相当重要,没有信息交流,就没有交易机会。电子商务条件下,全球市场几乎是一个透明的开放系统,客户可以凭借网上丰富的信息资源优势,获取比其他任何传播媒体更多的市场信息。因此,中国企业可以打破原有的地域限制,利用因特网带来的商机,在电子商务这个平台上开展自己的业务,增加贸易机会。

2、可助企业获得全球竞争优势。

信息已经成为信息时代最重要的战略性资源,电子商务则是最好的获取手段。利用电子商务方式,企业可以构筑覆盖全球的商业营销体系,实施全球性经营战略,加强全球范围内行业合作,因而增强全球性竞争能力。特别是对于小企业或小行业,能够通过电子商务手段更好地了解世界范围市场需求,促进与遍布全球的公司间合作,这无疑给了外贸企业一个施展的舞台,帮助企业用最小的成本和最短的时间形成全球影响力。

3、对服务的诉求将更高。

外贸本身专业性较强、流程复杂、交易风险

大、资金周转周期较长,对于大多数新进企业而言,需要较长一段的熟悉过程、开展业务成本较高。因此,需要有经验丰富、信息化水平高、权威安全的服务体系对于此类企业进行足够的指导,并通过统一平台为企业提供同一化的高端服务。而深圳本地的外贸应用服务体系在这一方面具备较好的市场嗅觉,在服务平台的市场开拓上也走在国内前列。

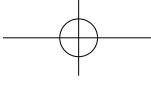
(二) 主要挑战

1、面对的资金压力。

电子商务行业是一个“烧钱”行业,目前国内大多电子商务企业都在亏损,电子商务企业资金投入量大,而风险投资公司也并不看好电子商务行业,融资难成为行业发展较大瓶颈。在外贸应用当中,国际企业往往会要求较长时间的资金周期,对于大多数中小企业而言,资金链流转压力还比较大,仅凭借少数几家企业的力量,还无法覆盖到深圳外贸电子商务的整个市场。

2、具有普遍公信力信用平台的搭建。

目前,深圳市并没有具有普遍公信力的企业信用平台,一些外贸网站根据自身交易情况,通过制定一定的标准体系使得买卖双方可以较为明晰地了解到交易对方的信用信息,但这一体系目前没有一个统一的制定标准,重复甚至矛盾情况



时有发生，整体还没有形成行业和社会认可的普适性信用平台。

3、标准化体系研究制定是难题。

根据深圳市电子商务产业发展需要，深圳市政府正鼓励企业加快对诚信体系、认证体系、交易过程、物品编码、电子单证、信息交换、在线支付、消费者保护等电子商务关键领域空缺标准的研制制定。但国内外电子商务整体环境的不确定性，电子商务标准化体系的建设，目前效果并不理想。如何快速搭建标准化体系，成为行业难题。

4、行业人才短缺现象较普遍。

目前外贸电子商务人才严重短缺，管理层和一线基层都有较大人才缺口。深圳对于人才的吸引力越来越小，本地人才培养能力较弱，电子商务产业人才尤其稀缺。加之外贸经济环境形势不明朗，电子商务企业招工普遍困难。

六、对策研究

(一) 政策体系保障

1、加大发展电子商务意识的宣传和培养。

国际电子商务在我国还刚刚起步，对其重要性的认识程度偏低。应加大宣传力度，提高各级政府和外贸企业对电子商务的认知度，特别要让外贸企业都能熟悉、了解国际电子商务，愿意采用国际电子商务方式。必要的时候可以将此内容作为企业激励和考核的指标，同时以资金优惠的形式吸引企业参加。

2、加强政策法规制定和贸易纠纷处理能力。

法律法规和安全问题对于外贸电子商务的健康发展至关重要，当前全国范围内在外贸电子商务的法规上涉足较少，深圳本地在积极把握国内外整体政策动向的同时，需要从产业的实地操作角度对于行业的动态和趋势进行监控，重点在关税、税收、资质认定、资金账户边界、支付、版

权、专利、消费者权益等方面提出相应的法规建议。同时完善现有法律法规，保证电子交易的合法性，保护个人隐私和防范网上犯罪，建立电子商务安全认证法律机制。

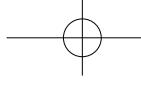
另外，为营造公平竞争的外贸环境，需健全和完善商务部、地方商务主管部门、商务协会和企业“四体联动”贸易摩擦应对机制，统筹运用各种有效手段和世贸组织争端解决机制，提高贸易摩擦应对能力。加强贸易摩擦预警机制建设，完善全口径进出口监测体系，加强产业损害预警体系建设，完善产业安全数据库，充分发挥产业损害预警机制作用。加强进出口产品质量安全监管，依法落实进出口产品有关企业的主体责任。加大规则谈判参与力度，构建公平规则环境。遵循国际贸易通行规则，运用反倾销、反补贴、保障措施等贸易救济措施，维护国内产业安全，保护企业公平竞争及合法权益。支持企业积极应对国外反垄断诉讼，依法处理外贸领域垄断行为。

3、加快基础设施和环境建设。

积极引导和推动政府管理部门实现信息联网及共享，为进出口企业提供更加优质、便捷的公共信息服务，保障国际贸易供应链安全。加强对出口退税、出口信贷、出口信保、加工贸易等方面政策的宣传。稳步推进与原产地认证相关的贸易便利化进程。继续推进“大通关”、地方电子口岸、中国电子检验检疫建设，推行进出口货物电子监管、直通放行、绿色通道等便利化措施。完善海关企业分类管理办法。优化通关环境，提高通关效率。加强检验监管体系建设，丰富检验监管模式和手段，完善进出口商品法定检验监督管理制度。争取在具备条件的边境口岸尽快实施“一站式”通关。加强进出口收费监管，减轻企业通关负担，简化商务人员出入境审批程序。

4、加强外贸电子商务人才培养。

鼓励深圳本地加大外贸电子商务人才的培养



力度，并通过定向的人才实习培训，减少学生毕业后在企业的适应期。充分发挥我国业余大学、远程教育、民办大学等社会办学力量，加大培养电子商务人才的力度。实施多层次的信息化人才教育培训计划，建立信息化人才培养体系和制度，广泛开展信息技术和信息能力教育宣传普及工作。通过各类专场招聘的形式，增加深圳在行业人才当中的知名度，同时给予外贸电子商务企业在人才落户、子女入学、职称认定、住房保障等方面的优惠政策，加大高端人才的引进和稳定力度。

5、加紧创新示范区和统计体系建设。

应积极推动区内电子商务园区获得国家级的相关资质认可。可先在前海、盐田等口岸地区，集中打造专业化的外贸电子商务园区，根据外贸的特点，在园区的各类业务支撑，特别是基础网络、物流交通、金融服务体系、文化氛围建设，甚至是不同国际时区的服务覆盖、外语服务等小的环节上强化外贸专业性，在自身的园区建设上，应突出网货展示交易、产品信息发布、运营服务、公共服务平台、生活配套服务等功能模块，通过标准厂房集聚电商的模式吸引更多类型的外贸电子商务企业入驻，并充分利用港口、铁路、公路、民航、邮政、仓储、商业网点等现有物流资源，完善物流基础设施建设，完善通往港口、火车站、机场的公路运输体系。并在园区内率先开展外贸电子商务技术的试点应用，如物联网技术、移动支付技术、4G 技术等等，创造一个优先的体验环境，增加相关从业人员的代入感，进而搭建全方位、全天候的外贸电子商务创新示范园区。

外贸电子商务的统计目前仍属行业空白，深圳应在企业统计上，通过协会会员定期信息反馈和第三方咨询机构结合的方式，按季度对外贸电子商务进行实地调研统计，结合一达通、怀众科技等外贸服务公司的监测数据，建立起权威性的

外贸电子商务统计指标体系，按照半年为周期发布专业性的深圳外贸电子商务统计报告，基础版面向公众开放，完整版作为平台的盈利产品之一。另外，应加强和海外相关研究机构的合作，在相关指标体系当中加入更多的海外外贸电子商务数据、分区域电子商务发展数据、消费特征数据、电子商务基础设施建设数据、外贸交通运输体系信息等内容，提高统计的国际权威性，以更好地为企业 provide 指导。

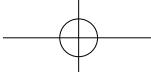
(二) 重点应用领域

1、电子信息产品领域。

深圳是全国乃至全世界的电子信息产品中心，以华强北为代表的一批电子信息产业集聚中心具备了对全球产业覆盖的能力。当前国际整体电子信息产品，特别是消费类电子商务产品的国内需求旺盛。因此，深圳在发展电子信息产品外贸电子商务方面，在传统的原材料出口，终端进口的基础上，进一步加强在电子信息产品当中的资源聚集能力，整合深圳本地及周边地区的原材料加工以及服务企业之外的物流、支付等服务资源，强化区域的产业品牌效应，同时在面向个人消费的领域，积极开拓海外代购等方面的外贸应用领域，充分发掘和聚集区域乃至全国范围内的海外电子信息产业市场需求，将区域电子信息产业基地的角色进一步扩充为全产业链解决方案的体系，都有很大可为。

2、装备制造领域。

深圳拥有雄厚的装备制造产业基础，当前发展的主要问题在行业出口的主体主要为产业链低端环节的劳动密集型和资源消耗型产品，缺少集成电路、平板显示器等技术密集型、高附加值产品；产业链的关键环节缺失，核心元器件不能就地配套；集成电路、芯片等关键元器件研发和生产远远滞后于整机制造、产业集中度偏低。未来可重点专注于形成以优势企业为龙头的产业集



群，培育一批具有设备工程总包能力的企业，为市场提供从系统设计、工程施工、到成套设备安装调试及后续运行管理等全过程增值服务，进而带动产业链的共同发展。

3、服装及奢侈品领域。

在出口上，从市场整体发展趋势看，作为深圳外贸行业重要组成部分之一的服装业近几年的发展遇到了一定的瓶颈，国际市场整体对中国服装的生产需求有所减弱，部分欧美订单向东南亚等其他国家转移，贸易保护愈演愈烈。尽管如此，整个中国地区的服装配套产业优势仍然明显，中国目前在全球纺织品服装贸易额中占 31%，而越南和孟加拉加在一起在全世界只占 3% 的份额。可见，中国服装领域的产业配套优势仍然明显，而深圳地区的服装产业配套又是全国领先，肩负着维持我国服装出口领先优势的重任。

从目前的情况看，服务环境的优化仍然是重中之重，引入更多的专业化外贸服务机构进行服务链条优化，为各类服装企业，特别是中小企业提供集成化物流服务，减少成本和中间流程。进口方面，针对国内奢侈品需求增多和国际奢侈品品牌整体销量下滑，需要中国市场进行拉动的趋势，应该在服装进口领域加大对于奢侈品的引进力度和规范化监管，通过走秀网等龙头企业牵头，搭配各类外贸电子商务的周边服务资源，力争将深圳打造成全国领先的奢侈品进口窗口，改变服装业传统的以量取胜的发展模式，在进口端强化深圳的高端化和品牌化定位，对于服务人群进行细分，拓宽供需两端的沟通渠道。

4、个人日用消费品领域。

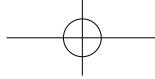
当前我国网上零售市场的海外代购，化妆品、奶粉等个人消费日用品占据了较大的比例，酒类产品由于部分国家的产品优势较为突出，国内需求较大，也是可以重点发展的细分产品之一，同时这部分商品也是外贸 B2C 发展的终极目标，对

于有需求的国内用户，能够如逛超市一般自由地选购国外商品无疑是最理想化的模式之一，在国内整体商品质量下滑，消费者信心不足背景下，有目的有步骤地拓宽海外商品的代购渠道，丰富市场当中的产品类型，不但可以满足市场的需求，也是为国内企业树立行业模板，激励其寻找差距，不断完善自我的必要手段。

深圳目前主要的问题是从政策上对海外代购的规模和税费等进行适当的放宽和引导，并借助区域内的主要电子商务服务网站平台，加大海外商品在网站当中的比重，并借助统一的服务平台解决当前海外购物的零散化、走私等问题。整体看来，个人代购的发展空间由于限制较多、客单量低、成本高，在产业逐渐成熟后必然会遭到淘汰，针对个人消费品的海外代购体系将逐渐纳入到整体的电子商务服务平台当中，作为一种服务特定人群和特定商品门类的业务体系获得更好的发展驱动力和更为规范的监管。

5、文化产品领域。

深圳本地拥有较为丰富的文化创意产业资源，而行业本身在海外市场的开拓也有了很好的成功经验，作为成本低、附加值高、国家大力推动的行业类型，深圳本地对于行业人才的支撑政策也是整个地区的典范。在这一领域的外贸电子商务应用上，应注重发展从业务模式、市场规划到软件开发等多层面自主创新的版权交易平台。通过线上线下的综合资源整合，最终实现文化产业与特色产业集群供需的无缝对接。同时搭建深圳地区的文化产业外贸电子商务公共服务平台，围绕文化公共资源信息服务，搭建统一的深圳文化产业资源信息集散地和信息服务窗口；根据对外文化企业产品交易，精心设计产品供求、企业展示、项目交易、文人商社等产品，构建完整的文化产业链电子商务交易服务体系，鼓励企业境外参展开拓市场，



同时围绕政府职能部门业务管理工作，为文化行业信息化平台建设提供技术支撑。

6、农产品领域。

我国目前外贸市场农产品主要以进口为主。由于农产品自身货量大、运输成本高等特点，当前农产品外贸电子商务的拓展可以在现有的大宗 B2B 市场基础上，先从高端用户开始，在泰国香米等高端品牌上通过 B2C 垂直网站的形式进行试点，并结合线下分社区自提等 O2O 方式培养用户的使用习惯，建设完善基于 B2C 电子商务平台的 O2O 优质粮油社区销售服务体系，实现从农业选种到种植、加工、储运，进行全供应链的深度管理。

（三）重点服务领域

1、一站式服务平台。

电子商务未来发展的趋势必然是集成化和专业化，而电子商务向供应链的延伸也是整个行业未来保持良性发展，减少流通环节和成本的必由之路。在未来产业发展数据量大、专业性强、周期短、流转速率快的条件下，外贸电子商务的发展必然会要求应用和服务的区分，应用企业专注于产品本身，而服务企业则会将服务的内容进一步向产业链两端扩展，形成一站式的服务体系。企业可以将自身的进出口业务周边服务完全交付给外贸服务企业，自身只提供商品和资金即可。

深圳是全国外贸状态最全的城市，整体的外贸服务体系相当发达。在整体国际经济不明朗的情况下，成本的优化、中小外贸单量的汇总等手段都是外贸最新的发展方向，这也是深圳本地开展外贸所要重点抢占的“制高点”。

深圳可以全产业链的方式打造以“深货四海通”为主题的外贸电子商务一站式服务，其核心思想为将电子商务信息化的手段渗透至整个外贸产业链当中，通过统一的平台管理和宣传，尽一切可能扩大外贸供需两端规模，强化海外市场的

挖掘和国内企业的扩充，力求在产业类型、企业特性和外贸服务机构类型等多个方面覆盖多而全的企业类型，形成一个基础扎实、体系健壮、覆盖全面、权威认证、专业服务、安全高效的外贸综合性服务体系。外贸企业只需提供商品和必要材料，便可以在之后的信用证明、付款、订舱、报关、延伸、配算、结算、结汇等诸多流程当中享受到专业化的认证和服务，为企业节省大量的成本和时间，以全身心完善自身专业化业务。

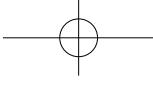
2、专业化“软硬结合”服务。

在一站式平台建设的基础上，针对外贸电子商务常见的问题节点，可以通过专业化的细分领域服务企业进行更为针对性的细化服务，例如供需双方信息的深度挖掘和定制、推送服务；企业资金周转、结算和融资服务；外贸培训；行业指数收集和发布；贸易纠纷解决；第三方企业信用体系建设等等。企业积累的大量买卖双方的企业、个人信息、交易信息、行为特征信息都是增值服务的重要基础，对于各个节点数据的整理分析可以为服务企业提供各类参考决策的重要依据，同时采用动态更新、阶梯式的信息公开方式。这一部分服务的核心要求是深度化和专业化，数据挖掘等一系列专业的分析方法需要尽快与外贸行业应用对接。

同时，需要借鉴阿里巴巴的做法，建立专业化的服务团队，对于企业的需求进行对口和跟踪式服务，以更为灵活、准确、动态和贴身的服务模式加快外贸企业向专业化的转变进程，通过分工提高效率，以“软硬结合”的方式同步提升外贸服务的处理和应变能力。

3、流程和成本结构优化。

随着商业环境、互联网、电子商务产业链各节点和基础设施的成熟及 B2C 自身规模增长、效率提升以及采购和运营成本下降、管理成熟，电子商务的技术优势会逐渐展现。在外贸当中，电



子商务平台建设只是一种载体。从根本上说，应该是将电子商务的优势体现在流程和成本结构的优化当中，省去众多批发商和中间商的环节，无论是企业还是服务平台都减少了很大一部分的佣金负担，同时也大大简化了周期，促进企业更快更灵活地开展业务。

因此，在未来的外贸平台运作当中，流程的简化是另一个重要的探索方向，在整体国际外贸流程改变难度较大的情况下，可在国内企业容易把控的领域上，将信息流、资金流、物流三者尽量集中化处理，在特殊环境下，在担保机制完善的情况下，可以采用物流优先、信息流及时跟进、资金流平台担保的模式，将流转较慢的部分优先执行，将风险较大的部分进行担保，从而降低业务流程冗余时间，减少等待的环节。而在成本优化上，由第三方集中报关和结算的模式目前已经体现出其在成本上的优势，未来实施的核心应该重点落在将繁琐的外贸流程以打包服务的形式形成产品，企业只需要支付单一部分的佣金费用即可，为企业减小多头支付、重复支付和风险支付的内容，并通过开放平台和信息推送使得产业链条各方都处于有效监测业务的运行状态，降低信息不对称风险，从而实现成本的降低。

（四）支撑体系建设

1、物流。

外贸电子商务物流需要实现自身供应链集成商的体系，通过调集和管理组织自己的以及具有互补性的服务提供商的资源、能力和技术，以提供一个综合的供应链解决方案，更多地体现第四方物流的概念。

未来的外贸电子商务领域应该更多地强调通道成员的联合机制，整个平台的成员间应该对于信息进行有效的共享，尤其是内部需求及生产的资料，使得上游的企业无需去预测，流通模式是逐渐由预测基础转向终测基础发展。

同时必须有效整合各部门的营运，并以类似工厂流水线的操作系统来运作，物流作业与活动多半具有跨功能、跨企业的特性，故流水线般的整合工作是物流管理成功的重点。

此外，在外贸电子商务的应用当中，供应链内相关企业必须将供应链整合所需的信息与其他企业分享，否则，将无法形成有效的供应链体系。

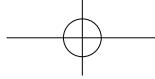
外贸电子商务物流，面向的客户维度多，范围广，特点不一，个性化需求明显，需要将物流管理从物的处理，提升到物的加值方案设计、解决和管理上。可以为客户提供量身定做式的，并带有个性化的服务，同时在企业的评价当中，加强相对价值的比重，传统财务评价只看一些绝对数值，新的评估方法将着重在相对价值的创造上。

还需提高土地的利用效率和价值。电子商务发展带来实体店萎缩，积极探索利用现有的实体门店资源，将其转型为物流仓储基地，同时将部分低附加值，如呼叫中心等部门进行转移，提高单位土地的利用效率和价值。对于出口型企业，利用在海外租赁仓库，将货物集中性运到海外仓库，一来可以大大降低单票运输的成本，二来当买家下单的时候，货物可以直接从海外仓库发出，时效从原来的1周迅速缩短为2-3天。

2、支付。

加快打造国际第三方支付品牌。对以财付通为代表的深圳本地第三方支付企业，应该继续鼓励其同国外银行和金融机构深度合作，利用腾讯等企业市场用户覆盖方面的优势，加强支付平台和各类外贸购物平台网站的协同，并在未来打造的统一外贸平台当中，优先推荐本地的第三方支付企业。

规范业务市场准入。对本土的第三方网上支付机构尽快做出统一的管理规范，明确其业务范围、注册资本、身份审核、资金清算、账户开立、保证金使用等问题，推动支付清算组织机构的健



康发展。

进一步完善网上个人外汇支付规定。重点跟进国家级金融机构在这一领域的动态，关注以下三个方面：一是明确第三方网上支付机构的委托代理购汇资格。二是明确购汇数据录入个人结售汇系统的相关规定。三是明确购汇凭证的留存规定。

规范国际收支统计申报。针对第三方网上支付机构境外收单业务的实际情况，可允许银行代理境内居民个人办理对外付款申报。为了保障国际收支统计申报信息的及时性和准确性，应规定第三方网上支付机构必须向银行提供境内外买卖双方的相关信息。

明确银行和第三方网上支付机构境外收单的内控制度、操作规程。为银行和第三方网上支付机构之间建立信息沟通交换机制。办理境外收单业务的银行需和第三方平台签订相关协议，规定相应的信息共享机制。

3、信用。

构建外贸企业的网上信用销售评估指标体系。借鉴西方企业信用部门的应用模式，整合行业产学研的力量，建立起适合不同行业类型的网上信用销售评估指标体系，确保网络交易的安全。

建立专业的第三方信用服务认证机构。实现电子商务的安全交易，认证机构有着不可替代的地位和作用，必须在外贸电子商务的平台上建立起能够进行信用评估、发放和管理认证证书的由多个用户信任的权威性机构。初期阶段，可以采用引入国际知名认证机构的形式来提高整个平台在海外市场的公信力，最终建立和培育我国的个人和企业信用认证机构。由信用认证机构建立起信用记录档案，对个人和企业信用做出整体评价，以保证评价结果的客观与公正，促进电子商务的顺利发展，同时提升机构和平台在国际外贸当中的话语权。

加快电子商务安全技术的研发和应用。电子商务信用的提升，信息安全技术的发展是核心推动力。必须不断加强网上安全认证技术的开发和应用，如数据挖掘技术、信息安全技术、信用系统数据平台建设、数据仓库的整合与数据采集以及制订政府信用相关数据和信息的采集、交换和存储标准、电子签章、CA 认证等服务体系。

4、金融。

完善中小企业信贷担保制度。

发展到一定规模的外贸电子商务企业，尤其是面向个人用户的电子商务企业，其发展空间会受到资金的限制。应借鉴电子商务整体的金融支持模式，完善中小企业信贷担保制度，组织成立中小企业信用担保基金和中小企业信用担保协会，通过统一化手段支持和引导担保机构为中小型电子商务企业的融资提供担保。

积极支持符合条件的企业向资本市场迈进，改制上市，使企业从依赖国家优惠政策和银行信贷的间接融资为主转向主要依靠国内外资本市场的直接融资为主，进一步丰富深圳发展电子商务企业的融资渠道。

应该引入更多的银行机构参与其中，同时引入更多的保险公司机构，通过各类外贸险种的设立，降低因外贸形势变化而造成的资金周转风险。

5、基础网络环境。

当前外贸电子商务企业过于分散，基础网络设施环境落后。可选取离深圳口岸较近的地区，以类似城市综合体园区开发模式的形式打造专业化的外贸电子商务园区，园区除了为入驻企业提供租金优惠、税费减免等常见优惠政策外，还应该根据外贸企业的实际情况，在国际带宽搭建、网页加速、信息安全、周边交通等方面增加更多的专属性优惠措施，形成以外贸电子商务为区域特色的产业园区体系，最终形成具有外贸文化特色的产业和生活集群。

（五）主要实施路径

1、政策体系。

建立专业化外贸电子商务发展园区，在各类基础设施环境建设上根据外贸电子商务需求进行定制化设计。

完善外贸电子商务产业监管政策，紧跟国家最新政策动态，根据深圳的具体情况在物流、支付、企业资质认定、人才政策等方面开展一定范围的试点，对于产业发展的动态和趋势进行有效把握，从鼓励产业扩张和规范市场秩序两个方面着手。

安排专门的第三方机构负责外贸电子商务统计工作，定期发布外贸电子商务监测报告，准确反映深圳市外贸电子商务发展总体规模、市场结构、发展趋势和存在问题，同时加强与海外研究机构的合作，提供全球外贸电子商务的发展全景分析，为政策制定提供可靠依据。

加强外贸电子商务的人才培养引进工作，通过高校的企业对接人才培养体系的建立和区外人才引进优惠政策的实施，提升深圳本地外贸电子商务的人才水平，增强区域的行业人才吸引力。

政策制定应重点扶植以下四类企业：

- （1）专业外贸电子商务产业园区；
- （2）外贸电子商务平台相关应用和服务企业；
- （3）专项负责外贸电子商务统计的第三方机构；
- （4）企业、高校、其他研发机构负责调研统计和指标体系制定的团队。

重点引入以下五类企业及人才：

- （1）电子商务发达地区的相关统计机构或者企业市场研究部门；
- （2）行业领先的咨询企业开展相关项目；
- （3）海外外贸电子商务咨询机构；
- （4）周边配套社区所需的服务性企业和机

构；

（5）外贸电子商务人才。

加强对以下产品和服务的研究：

- （1）外贸电子商务监管政策；
- （2）外贸电子商务园区集群体系；
- （3）龙头企业带动，中小企业集群，各类支撑机构健全，全面覆盖外贸电子商务应用和支撑体系；
- （4）园区周边社区体系；
- （5）外贸总体及分行业电子商务行业统计指标体系；
- （6）外贸电子商务行业统计调研方案；
- （7）半年期深圳外贸电子商务发展报告；
- （8）外贸电子商务统计指数。

设立集中式外贸电子商务园区、政策和统计活动，以企业聚集区域和产业园区为单位进行统计，在重点园区设立常驻类市场调研和统计机构。

2、应用体系。

重点实现目标：2015年力争使外贸电子商务交易额达到100亿美元，占总体电子商务交易比率的5%，外贸电子商务领域打造1个百亿元级别企业，3-5个十亿元级别企业，成为深圳市经济增长的重要推动力量。

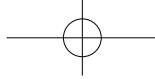
巩固装备制造、电子信息产品领域的外贸优势地位，强化个人消费品、文化用品等领域的开拓。拓展东南亚、非洲、南美洲新兴市场。提高企业信息化应用水平，促进外贸企业生产流程和交易流程信息化应用比例。

重点扶持企业：

- （1）传统大型外贸企业；
- （2）中小外贸生产型企业；
- （3）外贸B2C企业。

重点引入企业：

- （1）外贸电子商务龙头企业；
- （2）移动电子商务、云计算、物联网新兴企业；



(3) 信息化解决方案提供商。

重点产品和服务：

(1) 重点突出，覆盖广泛的外贸进出口商品品类；

(2) 类型多样的外贸电子商务应用企业；

重点扶持园区：

福田保税区，前海规划涉及的未来园区，盐田港。

3、服务体系。

重点整合深圳地区外贸电子商务资源，打造“深货四海通”专业外贸电子商务服务平台；集成产业链各个节点的国内外优秀企业，形成一站式外贸服务体系。

外贸 B2C 领域建立全国领先的综合性 B2B2C 平台，实现百亿元级别的销售规模。

重点扶持：

(1) 外贸电子商务服务企业；

(2) 外贸信息化解决方案提供商；

(3) 专业化外贸电子商务服务团队。

重点引入：

(1) 知名外贸电子商务服务平台；

(2) 专业化外贸电子商务咨询服务企业；

(3) 国内外权威的支付、物流、认证等支撑体系企业。

重点产品和服务：

(1) 外贸电子商务服务平台；

(2) 龙头企业带动，中小企业集群，全面覆盖电子商务应用和支撑体系；

(3) 多样化的外贸电子商务服务模式。

4、支撑体系。

重点实现目标：追踪物流、支付相关领域最新动态，了解国内外最新技术和应用成果，加快外贸电子商务平台对于各类新技术的应用步伐。

物流企业实现与外贸电子商务平台前端供应链的对接，实现信息共享。

形成法规健全、符合市场需求、快捷安全的跨境支付体系，打造国际知名的第三方支付品牌。

建立外贸电子商务的企业信用评价体系，发展第三方信用机构，加强相关安全技术的研发和应用。

将一达通的金融服务模式推广，分别建立针对企业发展和外贸流程当中的金融服务体系。

重点扶持企业：

(1) 递四方、华运物流等外贸物流企业；

(2) 物流信息化软件开发商；

(3) 本土第三方支付企业；

(4) 第三方信用机构；

(5) 外贸金融服务企业。

重点引入企业：

(1) 国外外贸服务龙头企业；

(2) 国外大型外贸支付平台和金融机构；

(3) 国内外权威的外贸全程认证监管机构。

重点产品和服务：

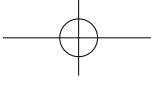
(1) 外贸电子商务一站式服务平台与物流、支付、报关、金融服务等节点的全面对接，形成信息共享体系；

(2) 本地第三方支付平台的国际化推进；

(3) 权威的国际化、社会化信用认证体系；

(4) 集群化外贸电子商务金融服务体系。

重点扶持园区：盐田、前海湾、大铲湾建立港运物流信息中心，机场物流园区建立空运物流信息中心，平湖园区建立陆运信息中心、龙华物流园区建立深港物流信息中心、笋岗-清水河园区建立城市内部物流信息中心，同时在金融机构聚集区形成金融和信用服务的企业集群。



催生一个新的业态

——解读“外贸国六条”对跨境电子商务的影响

2013年7月24日，总理李克强主持召开国务院常务会议，决定出台推进贸易便利化六个方面的改革措施，即促进外贸“国六条”。“国六条”要求通过制度创新，制定便利通关办法，抓紧出台“一次申报、一次查验、一次放行”改革方案，提高贸易便利化水平，增强企业参与国际贸易的竞争力。同时明确了“支持外贸综合服务企业为中小民营企业出口提供融资、通关、退税等服务”的政策导向。

外贸综合服务业态创新终被认可

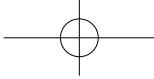
“国六条”的出台，首次在国家层面正式提出“外贸综合服务企业”这一概念，这是中央政府首次明确了外贸B2B服务商作为服务机构的合法身份，并肯定了它们为中小民营企业出口提供融资、通关、退税等外贸服务的方向。

支持各地“外贸综合服务企业（平台）”发展，是国家对外贸电商服务业政策的重要调整。回望2012年，商务部出台《关于电商平台开展外贸若干意见》还是停留在把外贸综合服务平台作为“对外贸易配套增值服务”的认知上。2013年初，外贸电子商务领域的业态创新引起中央政

策研究室、国务院的重视，深圳一达通公司以其首创中小企业外贸综合服务模式的创新性及社会效益、经济效益的品牌影响力，进入国家经济战略研究的视野。国家发改委、商务部及广东省、深圳市、外地省市等各级政府和研究机构多次到该公司，对外贸综合服务平台为中小企业提供支付、物流、报关、金融、保险等“一站式”外贸环节服务业务进行现场考察、专题调研。一达通公司也两度赴京参与中央政策研究室、国务院（国家发改委牵头）跨境电子商务专项课题研究及汇报会议，为政策的出台建言献策。

当前，我国外贸环境复杂严峻，进出口增速明显放缓。通过制度创新，提高外贸便利化水平，增强企业竞争力，是“国六条”的基调。外贸综合服务作为创新业态在政策层面被国家认可，“是国六条中最具创新和最有价值的一项政策，这项政策解决了其它政策落地的问题”，深圳一达通总经理魏强表示，“这条政策还定义了一个全新的行业，即外贸综合服务行业。”

外贸综合服务因此迎来了发展的春天。以外贸作为支柱产业的地区，特别是深圳等一线口岸城市，大可利用“外贸综合服务平台”的总包式



平台、一站式服务的创新模式，提升对外贸企业的服务能力，改善外贸环节的服务水平，以此契机，实现传统外贸模式的转型升级。

外贸电商服务业崛起的良机

在计划经济的政策惯性下，长期以来，外贸电商服务业一直处于从事外贸服务，又要以贸易公司名义“乔装打扮”开展经营业务的尴尬境地。以普通贸易公司身份代理数千上万家公司的外贸业务，这不仅不利于服务业务的正常开展，同时也面临着众多外贸业务环节积累的政策风险、信用风险及支付风险。此前，外贸电商服务商被海关认定为一般贸易企业，在经营上受到两大瓶颈制约：

一是必须像圣人一样做到每个环节每件单证都“万无一失”。按照现行外贸管理制度，贸易企业只要出现一次大的失误就会被处罚降级，出现一次知识产权违规或退税复函异常，也会被降级。这对于外贸 B2B 服务商来说，过于严苛。相比于一般外贸企业，随着客户规模的扩大，服务商需要处理的订单数量呈几何级数增长，很难做到“万无一失”。以深圳一达通为例，目前服务客户一万三千家，去年处理报关单证 5 万多件，退税 31 万笔，融资担保 22 亿，某一客户的有意或无意失误，其处罚就要一达通公司承担，显然，这对服务型公司是不公平、不合理的。有此后顾之忧，服务型公司很难敢于放开手脚去拓展业务，集中精力去做好服务。其后果不仅遏制了外贸电商服务商发展，也制约了中小企业外贸的市场拓展能力，把企业资源消耗在应对繁复的外贸环节、等待冗长繁琐的事务程序，其结果是把市场和机会拱手让人。

二是以贸易企业的身份为中小企业提供外贸融资、通关、退税等服务，存在与现行外贸管理制度相冲突的灰色地带，这为服务商寻求健康、

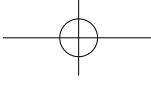
规范的成长发展带来很大的不确定性，有违企业“规规矩矩做生意”的初衷。

“国六条”的支持对象主要是中小民营企业，这类企业的订单分散、交易金额小、货品种类多，如果以传统外贸的线下方式操作，不仅服务成本高、效率低，而且易出错、风险大。而在外贸电商服务平台上，采用网络化、电子化的技术手段，可以与海关、税务、金融、物流等外贸环节信息系统实现无缝对接，其信息化的技术和平台化的优势可化解中小民营企业外贸的瓶颈和风险，其集约式、一站式的服务也显著降低了外贸成本、提高了效率，显然最适宜中小民营企业外贸服务需求，因而将获得更多的市场机会。

可以预期，在“国六条”政策导向下，外贸 B2B 服务业将摆脱羁绊，迎来一个快速发展期。我们深圳的一达通、怀众科技等外贸电商平台必将在平台上集成更多的配套服务，获取更大的发展空间。

中小企业外贸将从专业化服务中受益

长期以来，中小企业从事外贸必须要在海关、商检、税务、银行、保险、运输等核心环节，办理繁琐、重复的报关、缴税、退税、外汇、融资、外汇险、信用险、国际国内物流等门类众多的业务。中国外贸交易环节复杂，报关难、报检难、退税难、定船难、保险难、融资难成为外贸企业的道道门槛，再加上劳动力和原材料成本的不断攀升，出口利润不断降低，资金周转紧张，外贸境况恶劣。由于对国际外贸环境陌生、信息不对称、外贸人才资源缺乏、外贸环节成本过高等因素，使许多具有外贸潜在市场的中小企业陷入无法突破的进出口事务性困局，在繁琐的进出口环节前望而止步。而已经实现外贸的企业还要承受外贸流通环节成本高、知识产权壁垒、反倾销法



等不确定因素制约，严重限制了我国中小企业外贸的健康发展。

“国六条”认可外贸综合服务平台的合法性，将中小企业面临的环节业务，化零为整，化繁成简，化险为安，集成化地为中小企业出口提供融资、通关、退税等服务，对中小企业涉足外贸无疑是雪中送炭。中小企业将从外贸电商服务平台提供的专业化的外贸服务中深受其益。这意味着中小企业可以降低乃至节省无谓消耗的环节成本，规避外贸风险，提高对国际市场的响应效率，进而提升企业国际化竞争力。

外贸综合服务平台同时还造就了中小企业、平台 B2B 服务商、外贸监管（服务）方合作多赢的格局。深圳一达通就是依靠自己平台化的创新，通过第三方新型电子商务服务平台聚合外贸服务链众多小企业的业务资源，实现与海关、税务、商检、银行、保险、物流等政府部门和服务型企业统一对接，从而，不仅可以聚合优质而丰富的服务产品来支持中小企业开展外贸，而且也协助海关、银行等部门机构提高工作效率，降低运行成本，控制风险，外贸电子商务平台自身也通过服务的批发零售获得收益。

深圳外贸电商平台要趁势而上

深圳是国家重要的外贸基地。2012 年，全年外贸进出口总额 4667.85 亿美元。其中出口总额 2713.70 亿美元，占全国出口总额的 13.2%，占全省出口总额的 47.3%；进口总额 1954.15 亿美元。外贸出口总额连续二十年居内地城市首位。据其它数据来源，全国外贸供应链的 70% 业务额是深圳企业完成的。但是外贸综合服务一直没有被作为外贸规范性行业获得政策层面的认同。从事外贸服务的企业被作为一般外贸企业对待，制约了外贸服务业的发育与成长，长期处于边缘

化地位。“国六条”首次正式提出“外贸综合服务企业”这一概念，这表明中央政府对以“一达通”为代表的外贸 B2B 服务商，在促进和服务国家外贸方面的行业地位与积极作用的认同。

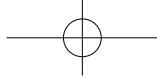
“国六条”对深圳的意义，不局限于外贸综合服务得到了国家层面的认可，新的政策同时将从多方面促进外贸电子商务行业的发展，尤其是外贸电商服务业的崛起。这是新一届政府给予行业的政策机遇，更是外贸电商服务业的时代使命。外贸 B2B 服务商不应止步于政策红利的欣喜，更要借此良机，在以下方面加快前进的步伐：

一是要持续创新，拓展服务。创新是深圳的灵魂，坚持创新驱动，以创新为“主动力”的经济发展方式是深圳发展的战略。我市以“一达通”为代表的外贸综合服务平台，就是因为在外贸领域里不因循守旧，以创新的理念开拓了外贸电商服务产品，开创电子商务经营新模式，才取得今天的成果。面向未来的发展，同样需要坚持这种创新理念，不断拓展外贸服务的新天地。

二是提升服务水平，提高服务质量。要领会和贯彻“国六条”的精神实质，坚持服务意识、质量意识，把为中小企业服务、促进中小企业发展作为本企业安身立命的生存之道、发展之道。

三是抓住机遇，扩张市场。外贸综合服务平台已经在国内“开花”，这是深圳对国家的贡献，同时也产生倒逼的压力。深圳虽有“一达通”、“怀众科技”等优秀平台领先全国，市场竞争如逆水行舟，对此深圳企业要有清醒的认识。

四是多元化发展，推进合作。外贸综合服务平台是由外贸核心业务节点链接的产业链，与产业链关联的有政府的海关、国检；市场的金融、物流、互联网企业，这些都是外贸综合服务做好做强的合作方，推进合作、良性互动，惟其如此，服务产品才能推陈出新，多元化发展。



□ 链接

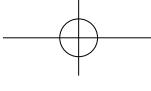
商务部发言人沈丹阳谈跨境电子商务 (2013年8月23日)

关于跨境电子商务，这是最近大家议论较多的话题，媒体有很多报道。通常所说的跨境电子商务指的是生产和贸易企业或者个人通过电子商务的手段，将传统贸易中的展示、洽谈和成交环节数字化、电子化，实现产品进出口的新型贸易方式。目前我国跨境电子商务主要分为企业对企业（就是通常所说的B2B）和企业对消费者（就是B2C）的贸易模式。B2B模式下，企业运用电子商务以广告和信息发布为主，成交和通关流程基本在线下完成，本质上仍属传统贸易，已纳入海关一般贸易统计。B2C模式下，我国企业直接面对国外消费者，以销售个人消费品为主，物流方面主要采用航空小包、邮寄、快递等方式，其报关主体是邮政或快递公司，目前大多没有纳入海关登记。在义乌的跨境电子商务发展很快，据我们了解，今年上半年义乌一天往外发的邮包差不多有15万件，义乌是全球最大的小商品市场，产品主要销往世界各地。这些邮件有航空小包、邮寄、快递等方式，都是运用电子商务的方式来成交的。这么大数量的往外交运的商品，通过境外电子商务方式来成交的贸易，目前大多还没有纳入海关统计范围。

跨境电子商务是外贸发展的新方式，也是企业扩大海外营销渠道，提升我国品牌竞争力，实现我国外贸转型升级的有效途径。商务部认为应给予积极的支持，因此前几年就已经开展了一些促进性的工作，比如我们择优认定了阿里巴巴速卖通、敦煌网、中国制造网和中国诚商网等若干家电子商务平台，作为商务部重点

推荐的开展对外贸易的第三方电子商务平台，制定了专门文件，明确了增强电子商务平台服务外贸的功能，提升企业利用电子商务平台开展外贸水平、加大对利用电子商务平台开展外贸的支持政策等具体指导意见。这些工作已经见到了初步成效，2011年跨境电子商务交易额达到了1.6万亿元左右。2012年大概有2万亿元，贸易规模增长的速度是非常快的。

最近国务院办公厅下发了《关于促进进出口稳增长、调结构的若干意见》，明确提出要积极研究，解决以跨境电子商务方式出口货物遇到的有关问题，推动跨境电子商务发展。目前商务部除了继续做好原有已经开展的相关促进工作以外，正在会同有关部门研究并争取尽早出台支持跨境电子商务促进出口的具体政策措施，这些政策措施有很多，主要包括：要规范贸易制度（过去有一般贸易贸易、加工贸易、边境贸易等贸易方式，但在海关统计的贸易方式中并没有跨境电子商务这样的贸易方式）；要制定贸易标准（跨境电子商务要有贸易标准，什么情况算是这种贸易方式，既要考虑国内的标准，也要考虑国际的标准）；要强化支付（跨境电子商务通过网络支付成交，支付如何便捷，如何安全，这是很重要的一个问题）；还要完善跨境物流（现在大量通过跨境电子商务的方式来出口，交货怎么交？物流怎么解决？现在有一些是通过国外的物流公司在做，我们可不可以走出去建立自己的跨境物流？这也需要研究支持）；还有出口退税（因为跨境电子商务没有列入贸易方式，企业就没有办法办理出口退税，这也是需要解决的）。诸如此类的问题还有很多需要研究解决，我们现在正在抓紧向有关部门会商，希望尽早出台。



前海合作区电子商务现状浅析

如果说前三十年，深圳特区的改革试验，让中国走出一条有特色的社会主义市场经济之路。那么，如今的深圳正在成为一座普通的城市，“泯然众城矣”。

如果有一天，深圳再次让世人惊叹，那么它的关键词肯定是“前海”。

2010年8月26日，国务院批复《前海深港现代服务业合作区总体发展规划》。批复指出，《前海深港现代服务业合作区总体发展规划》的实施在“一国两制”框架下，进一步深化粤港紧密合作，以现代服务业发展促进产业结构优化升级，为我国构建对外开放新格局，为全国转变经济发展方式，实现科学发展发挥示范带动作用。

一、前海正重点推进“跨境电商”

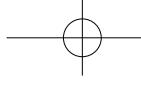
为改变深圳未被纳入全国跨境电商试点城市的被动局面，前海抢抓跨境电商发展机遇，会同深圳海关、市经贸信息委、市场监督管理局、市发改委、南方电子口岸公司等单位积极筹划申报试点，会同相关机构研究制定了《前海跨境贸易电子商务服务研究报告》，并就申报主体、项目落地等问题提出了意见。

2013年1月26日，前海管理局在其官方网站上发布公告，对前海深港合作区现代服务业综合试点第一批19个拟扶持的项目予以了公示。这次公示的19个项目中，除深圳石油化工交易重大产业服务平台、前海金融交易市场平台、前

海保险交易中心、供应链管理服务及信息化平台、现代物流业以及信息服务业等现代服务业项目外，前海跨境电子商务服务平台是其重要项目之一。

据前海管理局透露，跨境电子商务将作为前海加大产业培育和引进，依托保税港区政策叠加优势，打破“产业空转”的引擎，是实质性推动转型升级的重要助推力。跨境贸易电子商务的优势和重要意义不仅仅是增加外贸出口，从珠三角的实际情况来看，大量中小企业依靠利润微薄的加工贸易为生，抗风险能力极低，转型已迫在眉睫。但其长期代工的产品本身针对海外市场，盲目转向竞争激烈的国内电商“红海”未必能获得市场认可，而跨境电商出口却是它们转型之路中较为平坦的一条通路。与此同时，跨境电商出口之较高的利润率也能直接促进中小企业的发展壮大。有测算显示，通过跨境电子商务向海外直销，中小企业的产品利润率，可由原来大宗采购的5%到10%提升至30%以上。同时，直接面对消费者，了解国际市场的需求和产品发展趋势，也能够促进设计水平的提升，拉高“微笑曲线”的嘴角。

为做大做强跨境贸易电商产业，前海深港现代服务业合作区协助跨境电商企业在前海设立合资公司，将于今年10月开启跨境贸易电子商务业务，预期可为前海打造成跨境电子商务的国际结算中心、贸易中心、信息中心以及产品展示中心奠定良好的产业基础。



目前,蛇口海关、招商保税及香港的嘉宏、赛诚等国际物流公司,已通过了跨境电子商务贸易业务的前期调研和论证。同时,招商保税与香港嘉宏已计划成立新的合资公司,专业从事前海湾保税港区的跨境贸易电子商务。

二、前海“跨境电商”的独特优势

(一) 部分省级经济管理权限,为跨境电子商务的发展提供了无限的空间

广东省政府常务会议已审议通过《关于支持前海加快开发开放的若干意见》,授予前海部分省级经济管理权限,并确定在集聚发展现代服务业、建设深港人才特区等多方面给予支持。

今年开始,前海跨境人民币贷款、前海外资股权投资基金等 22 条先行先试政策及相关细则陆续落地。据深圳市前海管理局方面透露,财政部正在研究深圳前海优惠产业目录,这项目录旨在通过税收优惠政策吸引企业到该地区发展,金融、科技、信息等产业会被纳入目录成为重点扶持产业。根据国务院批复的深圳前海总体规划,出台配套措施支持加快推进前海开发开放,对于打造粤港现代服务业创新合作示范区,促进粤港澳更紧密合作,具有重大意义。

(二) 重要的服务对象和全面展开的基础条件

在前海的总体规划中,重点发展金融、现代物流、信息服务、科技及其他专业性服务产业,这些产业的重点发展的定位,为前海发展“跨境电商”提供了重要的服务对象,并为其深入和全面的展开提供了重要的基础性条件。

前海湾保税港区的跨境贸易电子商务项目具有自己独特的优势:一是港澳台地区和东南亚各国的消费市场一直是重要目标客户;二是依靠独特的区位优势,电子商务信息流、资金流、物流“三流合一”中的物流成本将被尽量压低。

(三) 特殊的政策支持和良好的营商环境
前海实行比经济特区更特的先行先试政策,为前海企业提供良好营商环境。

2012 年 6 月,国务院批复同意前海实行比经济特区更“特”的先行先试政策,涉及金融、财税、法制、人才、教育医疗以及电信等 6 个方面 22 条具体措施,将为前海企业提供良好营商环境。其中包括支持前海构建跨境人民币业务创新试验区、对前海符合产业准入目录及优惠目录的企业减按 15% 的税率征收企业所得税、支持建设前海国际通信专用通道,满足前海企业国际通信业务需求等具有中央层面的政策优势。

(四) 高层级制度支持和有效监督

2011 年 7 月,国务院批复同意建立前海“部级联席会议制度”。这一制度的确立,有助于为“跨境电商”在前海开展活动提供高效率高层级的制度支持和有效监督。

前海部级联席会议制度是目前国内特区和国家级开发区中最高层级的重大决策形式和机构,由国家发改委牵头,27 个部委参加,原则上每年召开一次,共同为前海开发开放出谋划策和对重大问题进行决策。

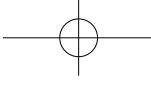
(五) 业态的产业支撑将形成其独特优势

目前,已有多家国内外知名企业入驻前海合作区内的前海湾保税港区。保税港区的独特优势,可以为“跨境电商”企业提供仓储、物流、退税等功能支持。

此外,前海目前已经集聚了一大批优秀的国内外电商企业。已有菜鸟网络、京东、苏宁、国美、腾讯、顺丰、民生电商等企业与前海管理局深入接触

并做进驻准备,初步形成了前海电子商务产业集群。

另外,前海享有深圳良好的生产和物流基础以及珠三角地区雄厚的产业支撑。据深圳相关部



门的不完全统计，目前近 60% 跨境电商货物从深圳出口，位居全国首位。同时前海拥有毗邻香港的优势，交通网络发达，可以为企业提供多种方便的、有竞争力的现代企业服务。

三、前海“跨境电商”存在的困难和需解决的问题

（一）需靠模式和技术创新增强协调机制和提高效率

想要真正推动中小企业改变外贸模式，前海湾保税港区的跨境贸易电子商务项目还要面对不少考验。例如报关、通关、退税、结汇等困扰中小企业的难题仍很多，加之尚缺乏明朗的政策指引，急需有关部门在业务流程和管理机制上“探路”，为推动产业发展打下良好基础。

解决这些难题，一方面需要模式创新。比如说，考虑将现有的“一单一报”改为“定期申报”。这样不仅能降低企业的成本，同时还可以解决以往小企业普遍采用的以个人邮件方式出口难以退税和结汇的问题。

另一方面，则要依靠技术创新。利用先进的信息化手段能够提高园区内企业的运作效率，比如将海关、税务、检验检疫、电商企业、物流企业的数据接口开放并实现相关的数据共享，实现出口申报、海关监管和物流跟踪的全流程查询，真正做到“现场通关”。

对于从事电子商务的中小企业来说，还需要园区加强对产业链相关环节的支持，将之作为公共服务提供。比如引入从事跨国配送的物流企业，并为中小企业争取尽量优惠的价格，使“三流合一”真正落到实处。

（二）需加快企业的入驻和运营速度，以提高其示范性作用

有消息透露，民生电子商务有限责任公司已经在前海注册，这是第一家与商业银行形成对应

关系的银商紧密合作型企业。

前海管理局相关资料显示，“民生电商”致力于以“融合民智，联合民企，服务民生”为出发点，以建设形成基于中小微客户需求，有机融合电子商务与金融活动，实现产业链交易高效撮合的一流市场化平台为基础，向中小微企业及个人提供完善的信息平台、服务平台、撮合平台、做市平台等综合性电商和金融服务。该公司致力于“成为新型电子商务金融业务的代表性公司和龙头企业，解决中小企业融资难和改善小微企业生态环境的标志性公司，以及国家互联网金融和电子商务政策的重要外部参与者”。

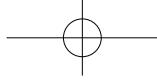
“民生电商”将利用民生银行庞大的中小微客户规模和牢固的客户关系基础以及业内独树一帜的商业模式，发挥在信息流、资金流、物流与民生银行的互补与协同作用，促进互联网金融与电子商务的有机和有效结合，达到民生电商、民生银行、中小微企业乃至整个社会的共赢。

据了解，目前前海合作区内由于各种原因，“已经注册”的企业还不够多。整个合作区内企业的入驻和运营速度需加快，以提高其示范性作用。

梁启超说，“天下惟庸人无咎无誉。举天下人而恶之，斯可谓非常之奸雄矣乎。举天下人而誉之，斯可谓非常之豪杰矣乎。”如今的前海，须“举天下人而誉之”，不复存在后路。

历史的车轮滚滚而来，没有什么可以阻挡。我们期待前海，前海也值得期待。

没有人会因为你秘而不宣的思想而记住你。前海，必须用自己的智慧和能力，来展现自己，向世人证明：时代赋予前海一个机会，前海留给时代一个强音。



国家有关部门颁发 支持跨境电子商务零售出口的政策

当前，跨境电子商务已成为政府和民众极为关注的产业，政府大力支持，连续颁发有关优惠政策，电子商务零售业已成为国内外新的消费渠道。

近日，国务院办公厅转发了商务部、发改委、海关总署、税务总局、工商总局等国务院所属九部委《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》。该意见指出了发展跨境电子商务对于扩大国际市场份额、拓展外贸营销网络、转变外贸发展方式具有重要而深远的意义。阐述了为达到加快我国跨境电子商务发展，支持跨境电子商务零售出口的目的，制定并颁发了以下优惠政策：

(一) 确定电子商务出口经营主体(以下简称经营主体)。经营主体分为三类：一是自建跨境电子商务销售平台的电子商务出口企业，二是利用第三方跨境电子商务平台开展电子商务出口的企业，三是为电子商务出口企业提供交易服务的跨境电子商务第三方平台。经营主体要按照现行规定办理注册、备案登记手续。在政策未实施地区注册的电子商务出口企业可在政策实施地区被确认为经营主体。

(二) 建立电子商务出口新型海关监管模式并进行专项统计。海关对经营主体的出口商品进行集中监管，并采取清单核放、汇总申报的方式办理通关手续，降低报关费用。经营主体可在网上提交相关电子文件，并在货物实际出境后，按照外汇和税务部门的要求，向海关申请签发报关

单证明联。将电子商务出口纳入海关统计。

(三) 建立电子商务出口检验监管模式。对电子商务出口企业及其产品进行检验检疫备案或准入管理，利用第三方检验鉴定机构进行产品质量安全的合格评定。实行全申报制度，以检疫监管为主，一般工业制成品不再实行法检。实施集中申报、集中办理相关检验检疫手续的便利措施。

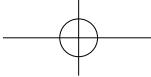
(四) 支持电子商务出口企业正常收结汇。允许经营主体申请设立外汇账户，凭海关报关信息办理货物出口收结汇业务。加强对银行和经营主体通过跨境电子商务收结汇的监管。

(五) 鼓励银行机构和支付机构为跨境电子商务提供支付服务。支付机构办理电子商务外汇资金或人民币资金跨境支付业务，应分别向国家外汇管理局和中国人民银行申请并按照支付机构有关管理政策执行。完善跨境电子支付、清算、结算服务体系，切实加强对银行机构和支付机构跨境支付业务的监管力度。

(六) 实施适应电子商务出口的税收政策。对符合条件的电子商务出口货物实行增值税和消费税免税或退税政策，具体办法由财政部和税务总局商有关部门另行制订。

(七) 完善电子商务出口信用体系。严肃查处商业欺诈，打击侵犯知识产权和销售假冒伪劣产品等行为，不断加强电子商务出口信用体系建设。

该文件从实施时间(5个试点城市立即开始，
(下转第25页)



电商大讲堂

电子商务大讲堂第 32 期——《大数据时代的决策思维》

主题——大数据时代的电子商务决策

大数据作为电商时代真正有价值的资产，是继云计算、物联网之后又一次颠覆性的技术革命。目前，中国以全球最大的 PC 和智能手机市场，以及最多的互联网和移动互联网数量，成为全球最重要的大数据市场。大数据时代意味着商业决策将日益基于数据和分析做出，打破企业基于经验和直觉进行市场判断的思维方式，为企业构建商业能力、把握市场机会创造条件。为帮助我市企业学习数据时代下的商业思维和逻辑，创新运营模式，电子商务服务中心于 7 月 5 日举办了这次活动。邀请了谷歌、阿里巴巴、苏宁易购、1 号店、唯品会、红杉资本、松禾资本等国内知名电商及投资企业高管围绕“数字化浪潮下的新挑战”、“大数据的应用”、“数据的诱惑与陷阱”等展开演讲和交流。同时，由《21 世纪商业评论》《21 世纪经济报道》主办的 21 世纪中国最佳商业模式评选（深圳站）暨 2013 商业模式启动仪式下午举行，掀起了我市企业模式创新的高潮。

有价值的观点和建议

对大数据的利用，电商企业首先有新的机遇。京东商城高级总监王东称，数据量越多、挖掘的数据越准确，就越容易掌握客户特征。京东基于大数据技术的下一步发展计划是根据用户的浏览历史、购买行为、收藏来创建模式，为不同的用户定制不同的首页、提供个性化的服务，目

的是提升用户体验。唯品会高级副总裁蒋泾则表示，利用大数据技术能很好地提高唯品会的销售业绩。通过大数据技术了解用户下一个与自己接触的点在哪里，让买过一次的客户买第二次，将客户分成不同价值的客户来不同地对待，用不同的页面、排序、商品、促销方式来迎接客户。

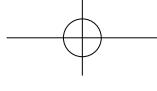
大数据被公认具有数量大、速度快、类型多等特征，不过，在实际利用大数据的过程中，数据量的多少虽然重要，但却并不需要一味求大，应注重培养数据化思维，注重构建数据生态系统。红杉资本中国董事总经理刘星认为，数据有多少不重要，关键是做事时是否运用了数据化思维，是否有梳理数据、管理、分析和数据化背景经营的思维。“数据化思维要比简单利用大数据重要得多。”

利用大数据已越来越重要，成为竞争中最为有利的工具之一。将历史数据与实时数据进行整合，可以大大降低损耗，减少客户等待时间、提高客户满意度。大数据还能够帮助企业做出更合适的决策。如何有效、准确地使用大数据应是未来企业的关注重点。

电子商务大讲堂第 33 期——《2013 中国（深圳）服装产业电子商务发展论坛》

主题——运用电子商务发展服装产业

我国作为世界上最大的服装生产、消费国之一，目前整个服装市场处于平稳增长的上升期。电商的崛起，导致服装品牌传统渠道的优势逐渐式微，服装网络购物市场交易规模呈逐年增长的



趋势，2012年交易规模达3050亿元，同比增长49.9%，预计2013年交易规模将达4076亿元，同比增长33.6%。

由深圳市经济贸易和信息化委员会主办、深圳市服装行业协会协办、深圳市电子商务服务中心具体执行的“2013中国（深圳）服装产业电子商务发展论坛”于7月12日上午在深圳会展中心隆重举行。本届大会以趋势、专业为导向，探究服装市场最新发展态势，深挖服装产业电子商务的先锋价值，以全新视觉思考服装产业电子商务发展的新趋势和新机遇。

大会紧扣服装产业电子商务发展的热点，由艾瑞咨询集团现场解读《中国服装产业电子商务最新趋势数据》，并邀请全国知名服装电子商务品牌企业高管与深圳传统服装行业高管围绕品牌企业如何突破电商、如何定位品牌以及移动电商浪潮中传统服装企业如何抓住机遇等热点话题进行集中探讨，共同对话服装产业融合电子商务发展的新思考，助力我国服装产业进一步跨越发展。

有价值的观点和建议

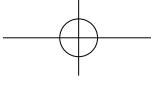
艾瑞咨询集团电商研究部总经理傅志勇首先发表了《2013中国服装产业电子商务产业数据解读》的演讲，以数据为切入点给大家介绍了当前电子商务的发展环境，目前亚太地区网民网购渗透率已经从前年的不到三分之一达到了目前的超过50%，而服装产业在电子商务的占比最大，超过四分之一达到了26.5%，服装品牌现在的发展已经不在于考虑是否进入电商而是如何发展电商的阶段。傅志勇指出：以消费者为核心的电商化是未来零售发展的大趋势。中国网购自然增长红利期已过，高复购率和需求频率的服装市场仍有巨大潜力。整体B2C占比持续增加，且服装市场集中度提高。移动端市场或将成为服装电商“下一战场”，海外服装品牌将加大电商布局力度，服装电商渠道模式加速融合。电商发展趋势是：

企业经营需以消费者多面整合诉求为中心；电商社会化本质日益显现；更多长尾商品上线；供应链服务更趋柔性化；全渠道运营日渐成熟；营销与品牌决策日趋“数字化”。

接着，七匹狼电商总经理钟涛在《以品牌为核心的电商营销》的演讲中指出，消费者网购最重要的因素是“自己喜欢的”，能被消费者传播的品牌才能称之为品牌。同时，他还提出“品牌做电商的解决之道就是要还原品牌零售的本质”，要营造品牌的品牌力、社会力、传播力，建立口碑，创造良好的购物体验。钟涛以七匹狼自身为例提出了让客户感受到你的变化，让客户参与你的生意，让客户与客户之间产生互动等良好的电商营销方式。如今服装行业面对电子商务的冲击或许最好的方法就是参与其中，在坚持品牌的同时找到自己的电商之路，让电商不仅仅是下水道。同时，我们看到韩都衣舍、茵曼等淘品牌的崛起完全是以电商为起点来打造自己的品牌，虽然他们在品牌价值和底蕴上还不能和传统的大品牌商相比，但他们在电商路上的成功却值得正在发展电商的品牌去学习。

最后，在傅志勇的主持下，知名服装品牌企业和服装电子商务企业的各三名代表围绕“领袖‘思辨’——品牌服装企业的电子商务之惑”进行了圆桌对话。代表们针对“品牌企业如何突破电商”、“电商眼里的传统品牌”、“不开网店如何玩转电商”、“选择‘小而美还是大品牌’”、“在线业务如何避开线下代理商围剿的陷阱”、“服装线上线下融合的发展趋势”、“移动电商浪潮中，传统服装企业如何抓住机遇”等问题展开了精彩的论述和对话，从而使与会者认识到了服装市场的最新发展趋势、服装产业电子商务的先锋价值，决心抓住新趋势和新机遇，促进传统服装产业的电商化，实现服装产业的跨越式发展。

[刘升铨]



行业动态

「深圳」

前海为深圳成为全国“跨境电子商务试点城市”发力

为改变深圳未被纳入全国跨境电商试点城市的被动局面，前海抢抓跨境电商发展机遇，会同深圳海关、市经信委、市场监督管理局、发改委、南方电子口岸公司等单位积极了解申报试点流程和要求，会同相关机构研究制定了《前海跨境贸易电子商务服务研究报告》，并就申报主体、项目落地等问题提出建设性意见。

为做大做强跨境贸易电商产业，前海协助跨境电商企业在前海设立合资公司，拟于9月正式启动前海跨境电商出口业务。我市已明确由南方电子口岸公司作为试点申报主体。（来源《深圳特区报》）

电商概念再受追捧 深圳“华强”强势封涨停

9月第二周的周三早盘，深圳华强股价表现抢眼，再次呈现强势拉升的走势，并快速封涨停。该公司目前拥有全国单体规模最大的电子专业市场“华强电子世界”，经营面积逾10万平方米，为多功能综合性的电子专业市场旗舰店。公司同时拥有国内行业电子商务网站排名第一、全球排名第二的“华强电子网”，是国内辐射实体专业市场以及电子元器件商户最多的电子交易平台。随着近期生意宝、上海钢联等电子商务股的持续强势，该股自然也成为主力资金关注的焦点。

除电子商务概念外，其旗下的深圳华强电子交易网络有限公司推出的“华强宝”，在近期“余额宝”、“活期宝”等“创新理财产品”概念股如东方财富等持续大涨的示范效应下，也受到了主

力资金关注。具体来看，“华强宝”代替了传统快递的现金代收款，近期更是携手浦发银行联合研发网络融资贷款服务。（来源：中国电子商务研究中心）

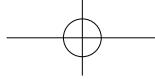
深圳知名电子商务平台助力南山传统企业“触电”

近日，“深商e天下”举行南山区企业对接会，200多家企业进行了面对面的交流。对接会现场，“深商e天下”、腾讯电商、走秀网、华强电子网、一达通、海王星辰、富安娜、彼爱珠宝等我市知名电子商务平台企业和成功实践电子商务的传统企业，纷纷出谋划策，助力南山传统企业“上网触电”。对接会结合南山区电子商务发展特色，在场的企业表示，搭载“深商e天下”平台，利用电子商务降低商贸流通领域成本，有利于产销对接，扩大网络交易。

“深商e天下”8月26日实现上线交易，现入驻企业近2000家，全面覆盖我市电子商务六大类市场主体。“深商e天下”在政府的推动力和深圳报业集团的支持下，通过可信的企业认证体系，推动深圳商品走向国内国外市场，在虚拟空间上为深圳商品创造更大更多的价值。（来源：《深圳特区报》）

微信启动百货O2O战略 首家落户深圳天虹商场

微信将于9月中旬正式启动面向实体零售业态的O2O项目，从而完成微信商业化中电子商务的重要一环。届时，线下门店可采用微信开店的方式进行线上销售，同时用户可持微信至线下门店享受各种优惠服务。微信首批试点企业将在深圳展开，天虹商场则有望成为全国范围内第一



家与微信达成战略合作的百货公司。

微信试图将深圳天虹商场打造成微信 O2O 的行业标杆，随后有望在 10 月底将该模式复制到天虹商城更多地域的门店中去。天虹商场股份有限公司在深圳、东莞、惠州、福州、厦门、南昌、长沙、嘉兴、苏州及北京等地开设了 34 家直营商场及 2 家特许经营商场。这家中国连锁百强企业在线上还有一家 B2C 电商平台——天虹网上商城。(来源：亿邦动力网)

2013 中国网商网货交易会启动大会在深圳举行

8 月 15 日，2013 (第三届) 中国网商网货交易会启动大会在深圳华南城举行。来自深圳国际商会电子商务专业委员会、深圳市互联网技术应用协会、中国网博会等众多来宾，以及超过 100 家的意向企业齐聚一堂，共同点亮第三届交易会的启动仪式球。

由深圳市互联网技术应用协会承办的中国网商网货交易会在华南城已成功举办两届，而 2013 (第三届) 中国网商网货交易会首次由深圳华南城、华南城网、深圳市互联网技术应用协会三方共同承办，并定于 2013 年 11 月 27 日开幕，12 月 1 日闭幕。

2013 (第三届) 中国网商网货交易会将会着重强调“新渠道拓展与合作交流”，不仅将会力邀京东商城、亚马逊、当当网、易迅、凡客等国内知名 B2C 电商企业，以及众多优秀外贸电商企业，齐聚展会现场，通过举办多场商业洽谈会，直接帮助品牌厂商拓展分销新渠道。同时，也会邀请资深专家和行业领袖举办多场高端论坛，共同探讨电商运营发展之道，帮助企业解决在电子商务过程中遇到的渠道、运营、人才、供应链和资本等方面的问题。此外，作为承办方之一的华南城，将会力邀七城所在的省、市政府电商产业主管部门组团参展或观展，他们中不乏知名品牌厂商、电子商务平台企业、电子商务服务商、大学生及

众多个体创业者。总之，第三届交易会将能真正实现电商运营服务商、品牌厂商、专业人才等产业资源有效对接，能切实帮助参展企业实现企业内外部资源的有效整合。(来源：中国会展门户)

「广东及其他」

中秋节前十大网购骗局曝光 广东成网络欺诈重灾区

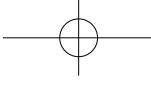
随着中秋国庆两节的到来，网购的风险也随着网购升温越发显现。据 360 互联网安全中心近日发布“网购先赔”报告显示，虚假购物、网上兼职、游戏交易、话费充值、虚假团购、网购木马、虚假票务、视频交友、网上博彩和投资理财成为当前最常见的十大骗局，人均经济损失达到 1133 元。

从地域分布上看，广东、山东和江苏仍是二季度网购欺诈高发地区，报案数量占全国总数的 13.0%、8.0% 和 7.0%。360 “网购先赔”本季度共收到 813 例来自广东的用户反馈，较一季度增长超 8 倍，广东也连续两个季度“蝉联”榜首，成为全国最大的网络欺诈重灾区。(来源：《南方日报》)

网络银行值得期待

近日有媒体报道：央行 9 月 6 日开会听取了阿里巴巴集团关于筹建网商银行的设想汇报，阿里巴巴方面的回应称网商银行的筹建可选址温州。9 月 7 日的互联网金融外滩论坛上，阿里巴巴小微金融集团 CEO 彭蕾公开否认已经正式提交“设立网络银行”的申请。

近年来，“互联网金融”成为一个热门词。除了传统金融机构在互联网上进行一系列创新，还有一批草根网络金融正在迅速发展。多位受访人士表示，阿里网络银行一旦获批将是中国互联网金融的标志性事件。中央财经大学教授郭田勇谈及此事时称，阿里网络银行值得期待。不仅因为淘宝、支付宝目前拥有庞大的客户存款，而且阿里金融通过大数据、云计算等在微贷技术方面



创新能力很强，该银行一旦获批，对目前银行业注入的创新能力和带来的鲶鱼效应将是巨大的。

从事 P2P 网络借贷的人人聚财 CEO 许建文表示，现在对金融有需求的个人和企业逐渐将他们的消费渠道、销售渠道等转移到互联网上，那么必然面临着在互联网上如何为企业金融服务的问题，不管是银行还是阿里巴巴。目前网络金融逐步形成了第三方支付、P2P、众筹融资等方向。网络银行也是互联网金融的一个形态。

专业人士认为，网络银行概念的提及和阿里提交申请本身就是很大的创新，对监管层也是前所未有的新事物，或许需要经过认真思考、细心求证，才能给出一个态度和监管细则。（来源：《深圳商报》）

外贸电商收单成第三方支付机构蓝海

随着跨境电子商务政策逐渐明朗，外贸收单业务渐成第三方支付公司的蓝海。一方面，以支付宝为首的公司开始大力引入境外品牌入驻淘宝；另一方面，诸如兰亭集势等外贸出口电商通过赴美上市扩大其境外影响力。而从收益情况来看，相对国内网上支付 0.5% 的收单费率，外卡支付费率极高，一般可达 5% 以上。

近日，国务院办公厅转发商务部等部门《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策意见的通知》，其中提出 7 项具体措施解决跨境电商在海关、检验检疫、税务和收付汇等方面存在的问题，并要求自 10 月 1 日在全国有条件的地区实施。

而另一方面，外汇局也正在推进支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点，今后获得牌照的第三方支付公司即可通过银行为外贸电商提供外汇资金集中收付和结算的服务。

而一旦外汇局的上述试点开始施行，今后此类外贸电商的收单和结汇均可通过第三方支付公司代为完成。

国内首家涉水外贸收单业务的第三方支付公

司认为，境内的线上收单业务门槛较低，很容易就形成寡头垄断的局势，而外贸收单的技术门槛和风险都相对较高，基本上还是一片蓝海。

“与传统收单业务不同的是，第三方支付公司在拓展海外市场时面临更多挑战。”该公司副总经理朱智表示，“我们刚开始在境外拓展业务时也遇到过很多困难，包括外国人对中国市场不了解以及信用环境的差异等，而最终成功赢得市场与我们招聘了大量外资人才不无关系。”

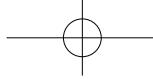
而另一方面，国际在线支付平台 PayPal 亦看中了中国市场的商机，该公司近日便在深圳举行 2013 年中国外贸电子商务大会上向国内外贸企业推销其跨境零售电商支付服务。在 PayPal 的数据系统中，中国卖家已经成为了跨境网购中第三大的供应商来源。（来源：《证券时报》）

国务院六条跨境电商零售出口政策将突破物流瓶颈

日前，国务院办公厅转发商务部等部门《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》（以下简称《意见》），明确出台电子商务出口经营主体、通关、检验、收结汇、税收等 6 项政策，扶持 B2C 跨境零售电商，2013 年 10 月 1 日起在全国有条件的地区实施。有关电商企业表示，在跨境零售不断升温的背景下，该支持政策将帮助电商们解决困扰已久的物流瓶颈。

国家发改委的数据表明，2012 年我国外贸增速为 6.2%；跨境交易额 2 万亿元，同比增长超过 25%，增速远高于外贸增速。一面是庞大的全球消费需求市场，一面又是不断萎缩的外贸增长率，在此背景下，跨境电子商务零售出口被认为是一条掘金新通路。

“物流是其中最大的瓶颈。”阿里巴巴国际业务（速卖通）负责人沈涤凡说，跨境零售，从制造商（代理商）直接到消费者，等于把中间所有的环节都省掉，必须有高效的物流、结汇等快速



服务。

而目前的跨境零售基本都是适合航空快递运输、体积较小、附加值较高的商品。预计新型监管模式建立以后，海关对经营主体的出口商品进行集中监管，并采取清单核放、汇总申报的方式办理通关手续，降低报关费用。按照该政策，现在经营主体就可在网上提交相关电子文件，并在货物实际出境后，按照外汇和税务部门要求，向海关申请签发报关单证明联。另外，试点企业将被允许设立外汇账户，凭海关报关信息办理货物出口收结汇业务。这些举措都将极大提高货物的物流速度。（来源：《广州日报》）

2013 福布斯电子商务发展论坛上海举行

9月11日，以“电商新浪潮”为主题的“2013福布斯电子商务发展论坛”在上海举办。论坛聚集电商行业领军企业共议电子商务对于中国经济的深刻影响及产业机会。来自互联网、电子商务、移动电商，传统行业的近200名业界领袖及代表参加论坛。

据介绍，截至2012年，电子商务经济体规模为8.2万亿元。据预测，到2020年，这一经济体体量将达50万亿元。在电子商务经济体的带动下，信息要素成为推动商业发展的关键；信息基础设施逐渐取代传统基础设施成为商业进程的主要推动力；消费者因为信息能力的大幅提升拥有经济主导权，颠覆以企业为中心的原有商业模式。

论坛就如何认识电子商务经济体，基于互联网及移动互联网的电商基础设施如何社会化，电商与传统行业的融合，传统企业如何在互联网大潮下实现转型等主题展开讨论。阿里、亚马逊、喜事网、驴妈妈、名品导购网、爱肯牛仔、齐家网、上海钢联，九九维康等优秀电子商务企业代表均作为论坛参会嘉宾出席。

“2013福布斯电子商务发展论坛”由《福布斯》中文版主办，合肥（蜀山）国际电子商务产

业园、合肥三元联创投资管理有限公司协办。（来源：人民网）

2013 年两岸电子商务产业交流会闭幕

据报道，2013两岸电子商务产业交流及合作会议（搭桥项目）昨天在台北圆山饭店顺利闭幕，吸引超过500名两岸电子商务产业界人士踊跃参加，会中就两岸电商产业投资障碍等协商达成多项共识、同时促成两岸企业及相关行业团体签署13份合作意向书。

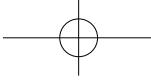
台湾“经济部商业司”表示，在“跨境”障碍议题部分，在两岸服务贸易协议中，针对电子商务部分，陆方同意网络内容供货商（ICP）经营许可证台资持股比率可达55%，并于大陆福建试点。“商业司”表示，本次会议已就未来申请方式及受理机关、以及申请代表人等细节进行沟通，双方互动良好，并已有初步合作共识；“商业司”指出，由于电子商务产业牵涉范围极广，不仅仅只有信息流、金流与物流，更包含通关、质检等部分，因此透过此次搭桥会议两岸代表深入沟通，双方对电子商务“跨境”交易的障碍问题虽然已有共识，然而问题牵涉不同管理单位。

为提高两岸电子商务合作效益，“商业司”表示，双方建议将向上提升沟通层次，未来透过正式合作机制，扩大沟通的部门与层级，使双方能持续推动，让两岸电子商务产业更紧密的连结，同时也为未来进一步长期合作留下扎实基础。（来源：华夏经纬网）

中国与阿拉伯国家联盟企业聚焦电子商务合作

在9月14日至16日举行的中国（银川）国际穆斯林企业家峰会期间，多家中阿企业聚焦电子商务合作新领域，中阿电子商务平台不断发展和完善将成为中阿经贸合作的高速通道。

我国2011年电子商务交易额已经达到5万亿元，每年平均增长30%左右。商务部也提出，到“十二五”末，中国电子商务市场规模将占到



中国 GDP 的 5%。“因此，在中阿贸易过程中搭建地区间的商务平台，将有利于推动两个区域间的贸易发展。”阿拉伯联盟工业发展和矿业组织总干事穆罕默德·约瑟夫·贝赫扎德说，电子商务可加快创新招商引资的方式，拓宽积极利用外资的渠道，同时打造中阿贸易在更宽领域更多层次的合作交流平台。

“中阿企业目前运用电子商务平台的合作发展方式还有待进一步探讨。”穆罕默德·约瑟夫·贝赫扎德说，可以参照一些大公司成熟的合作模式，让电子商务在未来合作中提供真正的商业价值。（来源：新华网）

全球在线支付机构 PayPal 将助推跨境电子商务

跨境电子商务有望迎来新一波发展高潮，越

来越多的中小外贸企业开始投身这一领域。日前在深圳举行的第二届中国外贸电子商务大会上，全球在线支付领先机构 PayPal 宣布，将于今年 10 月 11 日起在包括中国在内的亚太区施行全新的卖家保障政策，帮助商户有效规避欺诈交易风险，免除其在开拓海外市场时的后顾之忧。

以往，在线外贸商户需要投入大量时间、精力去处理欺诈性交易，并且承受由于非授权交易、“商品未送达”投诉以及“无卡支付”欺诈造成的经济损失。卖家保障政策推出后，PayPal 将承担起帮助符合相关要求的商户处理欺诈交易的责任。对于亚太区经营实体产品（非数字商品）的外贸商户，只要他们的客户通过 PayPal 账户购买实体产品时使用了快速结账、网站支付标准版或是发票功能，一旦该交易发生欺诈争议，商户就会受到卖家保障政策的保护。（来源：《深圳特区报》）

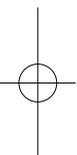
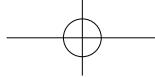
（上接第 18 页）

全国从 10 月 1 日开始）、制定方案、指导监管、部门配合、信用评价、质量管理、风险防控、产权保护等方面对有关地方人民政府提出了要求，以确保电子商务出口健康可持续发展。

专门针对跨境电子商务零售出口企业所颁布的“国七条”，不仅高度评价了发展跨境电子商务对于国内外的重大意义，而且从国家层面正式确定了电子商务出口经营的三大主体，确立了新型的海关监管模式和统计模式，确立了出口检验监管模式，确立了出口企业正常收结汇和支付服务模式，还确立了电子商务出口的优惠政策和信用体系。这是跨境电子商务实践经验的总结，是最具创新意义和最具发展价值的一项优惠政策。它大大提升了电商经营主体对出口企业的服务能力，改善了所有出口环节的服务水平；它对于扩大国际市场份额、拓展外贸营销网络、实现传统外贸模式的转型升级，具有重要而深远的意义。

深圳是全国重要的外贸基地，外贸出口总额连续 20 年居内地城市首位，特别是以“一达通”为代表的电子商务出口三类经营主体全而精，对跨境零售出口企业的服务质量高、效果好。深圳的电子商务出口经营主体应在已有成绩的基础上，认真贯彻执行国家九部委制定的“国七条”政策，要坚持以创新的理念不断开拓跨境电商服务新产品，持续开创跨境电子商务零售出口的新模式；要坚持服务和质量意识，将为跨境电子商务零售出口企业服务作为自己的生存和发展之道；要坚持“发展就是硬道理”的观念，抓住“国七条”的优惠政策，大力扩张零售出口市场；要坚持和海关、检验检疫、工商、税务部门以及金融、物流、互联网等企业密切合作，进行良性互动，促使电子商务出口经营主体和零售出口企业开拓性、多元化的发展。

[刘升铨]



内部交流资料 免费定向赠阅

