

电子商务动态

2013第**6**期（总第9期）

◎ 热点追踪

筚路求新先行试 春华秋实结硕果

——首届深圳电子商务发展成果展综述

◎ 专题研究

外贸综合服务在深圳的发展

——谈跨境电商零售出口政策对深圳的影响

深圳跨境电子商务观察——支付篇

◎ 专家视角

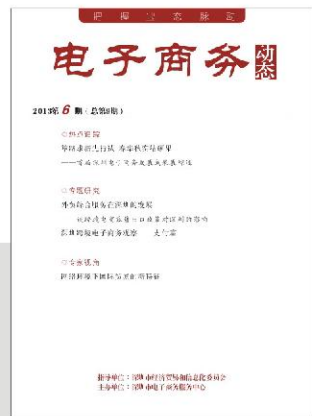
网络环境下国际贸易的新特征

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



2013年11月30日（总第九期）

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 张立仁
黄爱萍 陈巧华 石兴中 杨忠民
陈跃群

主 编：夏 葵
副主编：田雨弘 王瑞琼
编 审：冯玉麟
记 者：张奕跃 朱 琳
编 辑：鲁贞松 黄妙瑜

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：88916846
传 真：83786186-8888
电子邮箱：dsdt@szecsc.org.cn

（印数 800册）

◎卷首语

天凉好个秋 01

◎热点追踪

筚路求新先行试 春华秋实结硕果 02

——首届深圳电子商务发展成果展综述

◎专题研究

外贸综合服务在深圳的发展 05

——谈跨境电商零售出口政策对深圳的影响

深圳跨境电子商务观察——支付篇 08

◎专家视角

网络环境下国际贸易的新特征 10

◎电商大讲堂

微信时代：企业营销新思路 12

——记电商大讲堂34期“微信时代企业发展机遇”论坛

延伸品牌价值“小投入”造就“大产出” 13

——记电商大讲堂35期“传统企业备战电商经验分享”论坛

◎行业动态

海关总署批准深圳跨境电子商务出口试点 14

我市成为跨境电商外汇支付业务试点先行城市 14

《深圳市网络交易合同规则》出台 15

深圳七项目入选工信部2013年电子商务集成创新试点工程 15

卷首语

天凉好个秋

秋风送爽，丹桂飘香，我们迎来2013年硕果累累的金秋。如辛勤的农民——喜悦于秋天的收获，也享受着勤奋劳作的回报。

本月，作为第15届中国国际高新技术成果交易会的重大活动项目——首届深圳电子商务发展成果展开幕，《筚路求新先行试 春华秋实结硕果》一文将以此进行多视角的介绍与观察。此次成果展是我市启动创建国家电子商务示范城市以来，对深圳电子商务发展历程的系统性回顾和总结，它不仅从支撑体系、品牌创建、模式创新、应用转型等方面集中展示深圳人在电子商务领域取得的成就和引以为荣的业绩，同时又投射出深圳人创新智慧的光彩。藉此，无论其创业成功与否，我们都要向为此艰辛探索和付出辛勤耕耘汗水的电子商务创业者致敬！

继今年七月国务院办公厅下发《关于促进进出口稳增长、调结构的若干意见》，将发展跨境电子商务作为当前外贸发展稳增长、调结构的重要手段后，八月又再次下发《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》。国务院领导高度重视跨境电子商务发展，多次强调跨境电子商务已成为国际贸易的新方式和新手段，对于扩大海外营销渠道，提升我国品牌竞争力，实现我国外贸转型升级有重要而深远的意义。十月三十一日，李克强总理在北京主持召开经济形势座谈会时，高度赞许电子商务作为新经济业态不仅仅解放了老的生产力，更主要是创造了新的生产力。总理强调指出：我们对新经济要重新认识、高度重视。中国经济要“爬坡过坎”，必须加快结构调整，大力培育新兴增长点，这样才能使中国经济提质增效、行稳致远。

深圳是国家外贸的重要基地，也是跨境电子商务的领头羊。如何贯彻国务院政策精神，借此契机做大做强跨境电子商务，本刊将组织相关文章进行讨论，集思广益，也期待有识之士的真知灼见。

登高眺远，“看万山红遍，层林尽染”，天朗气清的秋色中，深圳电子商务的快车正疾驰在时代前行的大道上。

筚路求新先行试 春华秋实结硕果

——首届深圳电子商务发展成果展综述

电子商务是深圳战略性新兴产业振兴发展的重要领域。深圳市委、市政府高度重视电子商务的发展，并遂行实践，使之成为调整产业结构、转变经济增长方式、提高经济运行质量和增强国际竞争力的有力抓手。在国家部委的支持下，深圳于2009年正式启动创建首个国家电子商务示范城市工作。四年来，深圳市委、市政府以“先行先试、开拓创新”的勇气，在制定电子商务产业政策、完善产业支撑体系、营造优良产业生态环境等方面积极探索、鼓励创新，一批具有行业影响力的龙头企业和国内领先的创新业态蓬勃兴起，成为国内电子商务一道亮丽的景观，引起国务院领导、国家部委及兄弟省市的热情关注。

为加快国家电子商务示范城市的建设步伐，总结创建工作经验，集中展示我市电子商务产业发展成果，由市经济贸易和信息化委员会牵头指导，市电子商务服务中心主办的首届深圳电子商务发展成果展（以下简称“成果展”）于11月15日上午九点半在市民中心B区西厅正式开幕，国家商务部、市政府办公厅、市经贸信息委、市发改委和市科创委领导，以及各区政府主管部门领导、行业协会、产业园区代表及知名参展企业代表出席并参观成果展。首届成果展作为2013年第15届高交会重大活动之一，以“聚焦电商新成果、创新驱动e时代”为主题，以展示创建国家电子商务示范城市成就为主线，在为期两周的展期里重点展示我市电子商务总体发展情况、发展环境、支撑体系、龙头企业、品牌电商、模式创新、应用转型及国家示范应用等八大版块内容，同时举办“企业主题活动日”，为参展企业和服务机构搭建合作交流平台，形成成果展示、应用推广、项目对接、招商洽谈、专题研讨等主题鲜明、内容丰富、生动活泼的展示效果。

创建首个国家电子商务示范城市成果总览

在“政府引导、市场驱动、创新发展、试点示范、协同推进”的原则指导下，深圳市委、市政府以建立、完善电子商务支撑体系和发展环境为重点，鼓励电子商务服务业的创新发展，持续推进电子商务的深化应用，为电子商务的健康发展奠定了良好的基础。总体看，我市电子商务处于国内第一梯队，且在电子商务交易额、电子商务应用企业、专业化服务企业、大中型企业开展电子商务的比例等指标上居领先地位，产业集聚、统计体系建设、技术与模式创新等方面均保持了良好的发展态势。2012年全市电子商务交易额达到6297亿元，占到全国的7.86%；网络购物交易规模超500亿¹，深圳的网购消费力占到全国的3.23%，居全国第三，深圳地区的卖家实现了全国9.12%的成交金额，深圳成为了名副其实的全国性核心零售城市之一²，电子商务正改变着我市经济发展的格局，成为推动国民经济增长的重要力量。

深圳电子商务取得的成绩，是各行各业与政府相关部门同心同德、努力奋斗，全面贯彻落实科学发展观，加快建设现代化国际化先进城市的成果。政府推动与市场调节是我市电子商务得以快速健康发展的重要保证。2010年深圳成立了由市主要领导挂帅的新兴产业推进领导小组，建立联席会议工作机制。同时，从顶层设计入手，制定了《深圳市互联网产业振兴发展规划》及《深圳互联网产业振兴发展政策》、《深圳市电子商务创新发展行动计划》、《关于服务电子商务市场促进健康快速发展的若干措施》。自2009年起，市财政每年安排互联网专项资金5亿元，支持互联网、电子商务的发展。这些鼓励、支持电子商务发展的措施，不仅明确了深圳电子商务的发展方

向，同时激发了全社会参与电子商务发展的积极性和创造性。

此次成果展是首次对我市电子商务发展历程的全面性回顾和总结，它不仅展示我市完善的电子商务支撑体系和发展环境，还重点突出企业主体在品牌创建、模式创新、转型升级等方面的深化应用，集中展示了深圳人在电子商务领域取得的成就和引以为荣的业绩，同时又投射出深圳人创新智慧的光彩，为电子商务的健康发展奠定了良好的基础。

亮点一：完善的电子商务支撑体系擎起产业半边天

支撑体系是深圳电子商务产业链日趋完善的基石。本届成果展主要围绕支付、物流、信用、技术等关键环节展现我市支撑体系建设成效。目前，深圳拥有安全高效的支付平台网络，聚集了财付通、快付通、银盛、深圳银联、钱宝等一批优秀企业，截至2013年1月6日，15家深圳企业获得第三方支付牌照。在跨境支付方面，今年9月国家外管局正式批复的17家首批跨境电子商务外汇支付业务试点资格的企业中，深圳财付通、钱宝科技获批试点资质。

在物流配送方面，据统计，深圳现有物流公司14800多家，依托深圳港、深圳航空等地理优势和多年外贸服务优势，使深圳具有国际化的高端服务优势，一批企业充分利用信息技术向现代物流企业转型。目前，深圳已成为国际、国内公认的物流产业领先城市和亚太地区物流枢纽城市。

在信用认证体系建设方面，深圳已有5家电子认证服务机构，解决市场主体不明确、产品信息真假难辨、信用信息不充分、投诉维权难等问题，取得了阶段性成果。同时，深圳积极建立“法规、标准、服务”三位一体的电子商务可信交易环境深圳模式，逾5万家深圳电商企业领取了“电商信用通行证”的电子标识。

深圳作为我国互联网发展的领先城市，信息化基础设施日臻完善，同时作为全国电子信息产业重

镇，拥有密集的高科技企业群，第三代移动通信网络、物联网、云计算、移动互联网、智能终端、系统集成网络与信息安全等核心技术与关键技术产业化和自主创新，为深圳发展电子商务提供了成熟的技术基础配套。

亮点二：优越的电子商务产业环境力促产业转型升级

本届成果展重点凸显了我市在政策引导、财政扶持、标准规范、产业聚集区、产业研究、产业宣传等方面取得的显著成效。深圳市委、市政府自2009年起，连续7年每年安排互联网专项资金5亿元，支持互联网、电子商务的发展。在产业化应用、服务创新、产业统计、新业态、产业园区建设、品牌培育、技术研究开发、创业大赛等方面，进行多层次多角度的扶持。

我市鼓励各区开展电子商务园示范区建设工作，降低中小企业创业风险和创业成本，提高企业成活率和成功率。我市已形成以福田CBD区域、罗湖商务中心区及罗湖互联网产业园、南山蛇口网谷、福田电子商务产业园（国家电子商务示范基地）等14个产业园区为支撑的电子商务集聚区域，园区总面积已超过250万平方米，超过1000家互联网、电子商务企业入驻。

全市电子商务统计调查是我市在创建国家电子商务示范城市进程中重要的创新性和基础性工作，通过两年多来的统计指标研究及统计调查的实施所获取的数据显示，我市的电子商务发展情况与预估基本吻合，已研究制定深圳市电子商务统计调查制度，组织开展深圳市电子商务统计调查工作，建设网上统计直报平台，建立了国内先进的电子商务统计体系。

我市充分利用各种媒体，普及电子商务知识，提高全社会对发展电子商务重要性、紧迫性的认识。举办“中国（深圳）IT领袖峰会”、“中国（深圳）电子商务发展论坛”等活动，开展电子商务应

用知识培训及“电子商务大讲堂”等活动，加强电子商务宣传培训力度和品牌培育力度、普及电子商务应用。

亮点三：涌现出一系列覆盖行业齐全的知名电子商务企业和创新试点

持久经年的业态创新中，深圳电子商务产业规模日趋壮大，配套体系日臻完善，形成了规模领先、生态链完整、产业高度集聚的良好态势。本届成果展上不仅重点呈现腾讯、一达通、华强电子网、中农网、走秀网等一批国内知名的龙头企业，还展示了在黄金珠宝、服装时尚、娱乐生活、农产品各个细分垂直领域的知名电商品牌，呈现了完备的电子商务应用服务链。此外，我市传统优势产业如电子、珠宝、服装、钟表、工艺品等凭借强大的供应链能力、品牌积淀等各种优势资源进军电子商务，带动传统制造业和生产性服务业的优化升级，天虹、百丽、飞亚达、富安娜等传统企业也在成果展上秀出了不俗的成绩。

深圳作为改革开放的窗口和试验田，一直保持着电子商务产业创新进取排头兵的地位。一批市场嗅觉灵敏、创新意识强的企业，集聚创新发展资源的优势，根据电子商务规模化、移动化和社交化的特点，通过先进的信息技术和新颖的商业模式，探索出具有鲜明区域特色的电子商务新模式，在本届成果展上大放异彩。同时，8个国家电子商务试点项目，也以其超前的商业模式、新颖的服务方式、较高的技术含量，成为领导、企业关注的焦点。

亮点四：打造成融入互联网基因的创新性展会

本届成果展使用多媒体及二维码等新技术手段，强调互动性，力图在有限的空间里展示深圳电子商务发展成果，融合图文展示、多媒体互动、二维码体验等，打造线上线下立体化的展示体验。同时结合智能终端、LED显示屏等多媒体工具应用，让观众充分享受交互式的信息体验，在静态图文展

示的基础上，增强互动交流的趣味性，为观众提供感官体验丰富的“人机互动”，全力打造成融入互联网基因的创新性展会。

此外，为更好地利用成果展平台形成的聚集效应，提高展会的企业服务能力，成果展期间开展内容丰富的“企业主题活动日”线下活动。“企业主题活动日”以“政府搭台、企业唱戏”为主纲，发挥企业自主能动性，在市民中心工业展览馆三楼多功能厅陆续举行。“企业主题活动日”的活动形式旨在为参展企业和服务机构搭建合作交流平台，同时也让观众有机会与优秀企业进行深度交流。活动期间举行9场形式多样的主题活动，分享交流我市电子商务企业的成功经验和发展成果。

首届成果展作为本届高交会的重头戏，自开展以来，不仅得到我市各级领导、企业机构的高度关注，还吸引了全国各地的参观团队和“广货网上行”记者团，国家商务部电子商务和信息化司聂林海副司长对本次成果展做了精彩点评，并慷慨地为深圳发展电子商务支招，他称赞“深圳是电子商务创新的沃土，虽然中小企业居多，但每个企业都有自己的独特模式，而且大都是盈利的，这是深圳电子商务最突出的特点，是值得全国借鉴的地方。”他还表示，深圳市政府在扶持电商发展上，做了许多示范、引导和基础服务工作，从这些参展企业的阵形结构来看，深圳市发展电子商务已经形成了系统。

今后，我们将继续牢牢抓住电子商务带来的战略机遇，学习国内外先进城市电子商务的发展经验，健全电子商务交易支撑环境，重点发展电子商务服务平台，积极推动跨境电子商务的开展，强化打造知名品牌的力度，进一步提升深圳电子商务发展水平，使之成为全球电子商务的新坐标。

（本刊记者 鲁贞松）

1、深圳市电子商务统计调查

2、淘宝网《2009-2010年度中国网购热门城市报告》

外贸综合服务在深圳的发展 ——谈跨境电商零售出口政策对深圳的影响

“充分发挥外贸综合服务企业的作用，为中小民营企业出口提供融资、通关、退税等服务，抓紧研究促进外贸综合服务企业发展的支持政策”。今年七月，国务院出台的《促进进出口稳增长、调结构的若干意见》（“外贸国六条”），首次在政府政策层面界定了外贸综合服务行业——外贸领域的这一全新行业，肯定了其对促进外贸发展、提高贸易便利化水平的积极作用及鼓励发展的政策导向。其后，国务院办公厅又转发商务部等九部委《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》，进一步明确“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”是国家政策支持电子商务出口经营主体。

深圳是国内进出口贸易的重要基地，国内第一家面向中小企业的外贸综合服务平台——一达通企业服务公司即创业于此。作为国内领先的外贸服务平台，一达通开创了“集成化经营外贸服务资源，一站式提供服务”的外贸经营模式，受到社会的广泛关注以及各级政府的高度认同。近年来，国家部委、省政府多次调研他们创新的经营业态，并在国家政策层面给予认可和支持，这不仅是对一达通外贸服务模式的褒奖，也是对深圳人创新精神的肯定。国务院办公厅转发《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》的影响是全局性、多方位的，本文试从“外贸综合服务”视角论及《意见》对深圳的影响。

一、跨境电商的创新业态——外贸综合服务

外贸综合服务行业是以整合各类环节服务资源为基础，在构建的信息化平台上，统一投放给中、小外贸企业，主要包括融资、通关、退税以及物流、保险等外贸环节的平台化服务。盈利模式来自外贸节点服务产品的批发采购与零售的价格差。

国际跨境交易具有距离远、流程复杂的特点，并且涉及不同的国家、口岸、物流、结算、保险、融资、通关等硬性必备服务，也包括不同的营销、语言、法律、文化、认证等软性辅助服务。这些服务较之于内贸要复杂和繁琐，但其也有运作规程成熟、具有共性和易于标准化等特征。

中小企业开展外贸，上述中间流通环节服务不是他们的核心业务，企业无论从哪个渠道拿到订单或谈成生意，使用哪家银行、从哪个口岸通关、用哪种物流方式、谁来提供外贸融资、保险以及选择哪家公司、认证机构等来完成流通环节服务并不重要，他们最关心的只是一个结果，那就是怎样做最便利、最省钱，这即是综合服务新业态诞生的基本原理。

深圳连续二十年外贸进出口在全国领先，进出口贸易总量大，同时又面临贸易主体量大、分散，进出口流程繁杂的局面。因而，外贸企业特别是中小企业对外贸综合服务外包的需求非常迫切。这是中国制造业在经济全球化格局中心地位的直接反映，也是“外贸综合服务”新业态首先在深圳诞生的“土壤”。

二、外贸综合服务的创新点

外贸综合服务作为一种全新的服务业态，是我市跨境电子商务发展中具有原创性的商业模式。这一新业态服务平台，起到了“化零为整、化繁为简、化险为夷”的作用，即以集约分散的服务资源，简化繁杂的作业流程、掌握更全的贸易信息达到规避风险的目的。其创新点可归纳如下：

一是外贸综合服务的商业定位。只做综合服务商，不做贸易商，也不是基础传统服务商。简而言之，即在外贸经营环节中，专注于服务资源的整合、服务产品的提供和服务效能的跟踪，把商品贸

易与流通服务分离。生意是买卖商家的事务，他们只需把服务需求提交给综合服务平台，综合服务平台通过集成银行、船公司、码头、海关等各类基础服务商作为服务资源，组合形成面向中小企业的外贸流通外包服务产品，以满足买卖商家的需求。

二是外贸综合服务的经营兼容性。利用互联网及信息化手段对中小企业外贸中货物品类繁多、地域分布交错、单量大小不一、交付周期多变进行系统化、流程规范化、运营高效化的综合服务资源整合；平台客户端不仅服务于双边贸易，也可服务多边贸易；既可提供通关、物流等基础性流通服务，也可提供出口信用证、商业保险等辅助性贸易服务。

三是外贸综合服务的商业模式创新。不以服务费、佣金为主要赢利来源，也不依靠商品销售赚取差价，赢利主要来自集约采购外贸各类流通服务的规模优势，形成的议价实力，赚取“服务产品”的差价。如同沃尔玛超市，靠集约商品规模的采购优势，再以零售商品获利，外贸综合服务新业态平台则是，依靠集约服务产品规模采购优势，再零售给中小商户获利，形成外贸综合服务产品的“超市”。

三、外贸综合服务对深圳外贸的影响

外贸综合服务对传统外贸经营模式的变革是多方面的：

其一，以一站式服务降低中小企业外贸门槛。

占中国企业数量98%以上的中小企业，是我国经济社会发展的重要组成部分，在国家进出口贸易中发挥非常积极的作用。国家政策鼓励广大中小企业加入国际化发展战略，向外向型经济转型。但是，一方面由于对国际竞争环境陌生、外贸人才资源缺乏、外贸环节成本过高等因素，致使许多具有外贸基础条件的企业陷入无法突破外贸拓展的困局。另一方面已经涉足外贸的企业还要承受外贸流通环节成本高、知识产权壁垒、反倾销法等制约，中小企业外贸发展举步维艰。从我国制造业的全球优势看上述问题，当前我国中小企业外贸发展的瓶颈不是产品制造问题，也不是国际市场需求问题，而是配套外贸进出口流程的服务问题。

外贸综合服务把涉及融资、通关、退税以及物流、保险的外贸环节资源，集成化为针对中小企业的外贸服务产品，为其拓展国际市场，开展外贸提供一站式服务，从而破解了中小企业发展外贸的困局，降低了中小企业外贸门槛。

其二，以平台化促进传统外贸转型发展

外贸综合服务的创新与发展将以网络化的“N+P+N”模式取代传统外贸“N+1+N”的模式。这里“N”分别指国际贸易链条的买家和卖家；“1”指的是大型传统贸易公司；“P”指“外贸综合服务”电子商务平台。在“外贸综合服务”的冲击下，曾经在国际贸易中占有重要地位的大型贸易公司正日渐式微，被新兴的电子商务平台所取代。对此，深圳一达通魏强在“2013第六届GSS全球海运峰会”上有独到的分析：“外贸比内贸复杂十倍以上，正因为外贸的复杂，所以需要中间商——大型贸易公司，解决两个问题，一是信息不对称的问题；二是交易环节的问题。在解决这些问题的同时，大型贸易公司也获得了超额利润。”

“随着电子商务的崛起，外贸开始朝着“多对多”、“小对小”的方向发展，阿里巴巴国际、环球资源等外贸B2B的快速崛起，解决了信息不对称的问题，国际贸易双方寻找交易信息不再依赖大型贸易商。而一达通平台则解决了交易环节复杂的问题。国内的厂商找到海外买家之后，无论规模多小的企业，点击一下鼠标，一键就可以解决通关、商检、物流、退税、融资等各种复杂的交易环节难题。”

“通过总包式平台一站式解决通关、物流、金融等一系列贸易服务，能提升外贸企业的服务能力，并改善外贸的服务水平，将会是中国外贸升级转型的一个重要的方法。”

其三，以便利化提高外贸通关效率

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、融资难长期存在，再加上劳动力和原材料成本的不断攀升使得出口利润不断降低，资金周转紧张、汇率升值的波动使得外贸环境更加严峻。解决这些外贸服务难题不可能依靠中小企业自己的力量，也不能依靠服务机构的结构性改革，而是需

要依靠平台化的服务创新力量。

通过“外贸综合服务”这样的第三方电子商务服务平台，实现外贸通关事务处理的高效双向对接：

一是对接中小企业的业务资源，将众多中小企业的“碎片化需求”聚小成大，集零成整，化繁成简。同时，将企业服务需求进行标准化、数字化和网络化管理，打包成为符合外贸通关规范的企业服务需求，在海关、商检、国税、外管局等外贸监管部门面前享受到大客户待遇。二是统一对接海关、税务、商检等外贸监管部门和银行、保险、物流运输等服务机构，使其在传统外贸监管模式中需面对的繁琐、杂乱的企业通关事务，转变为直接对接“外贸综合服务”平台上化零为整，变小为大，变杂乱为标准的需求。

在对接中可实现：外贸监管部门提升工作效率，降低行政成本，控制通关风险以及中小企业便利化通关。

其四，降低中小企业外贸成本。

一是在国际贸易产业链各环节形成对接通道和集团议价优势，直接降低企业购买外贸各环节服务的价格；

二是借助“外贸综合服务”与商业银行、保险公司、国际物流等关联业务的服务产品创新，低成本获得外贸供应链融资、贷款等服务；

三是企业可以专注于外贸的核心业务，节省了非核心业务的经营管理支出及人力成本。

四、外贸综合服务发展面临的问题

外贸综合服务行业的光明前景毋庸置疑，在被国家和社会广泛看好的同时，如何促进外贸综合服务业的健康发展是需要认真思考的问题。仅以目前局面而言，以下几点应予以关注：

其一，尽快出台相关配套措施和实施细则，使国务院的宏观决策落地。其中在“外贸国六条”及《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》中多次提到相关部委的工作，应该及时跟进，勿使“只闻楼梯响，不见下楼人”。七、八两个月国务院接连针对“跨境电子商务”发文和转发，足见中央决策层的重视程度，人们翘首以待相关部门的执行力和见诸实施的、可操作的措施。

其二，对外贸综合服务平台要持鼓励和支持的态度。外贸综合服务平台是外贸领域的创新业态，实践中出现缺陷乃至失误在所难免，以海关、商检评级管理为例，一个外贸综合服务平台上汇聚了成千上万各种各样的中小企业会员，在外贸出口业务流程中，难免会出现差错甚至有个别企业故意造假，但是把一个外贸综合服务平台当作一般外贸企业去考核，并且因为一个或几个会员企业的过失而令整个企业平台被降级，就会累及其他成千上万的外贸出口业务办理的效率。建议相关政府部门针对外贸综合服务平台的特点，调整僵化、传统的考核模式。结合外贸综合服务新业态的发展趋势和运营特征，科学界定一定的容错范围，鼓励外贸综合服务平台更规范地配合外贸监管部门工作，更好地发挥服务中小企业外贸的作用。

其三，深圳的“外贸综合服务企业平台”要上台阶。

以深圳一达通为典型代表的“外贸综合服务企业平台”在全国一线口岸城市具有先进地位，要保持并发挥在行业的引领作用还需要在以下方面做好工作：

一是要提升平台的数字化、网络化水平，从实体经济与网络经济的结合上，强化平台信息化服务功能。全面提升平台的信息资源、服务资源、管理资源的整合水平，以信息化促进平台服务的智能化。

二是要有走出去的胆识与谋略。深圳的“外贸综合服务企业平台”要率先到国际市场去“拓疆扩土”，“一达通”提出发展国际化的双边、多边贸易业务的经营思路应该得到鼓励。

三是要切实落实国务院提出“抓紧研究促进外贸综合服务企业发展的支持政策”的要求。在产业政策扶持方面要倾向性地支持“外贸综合服务企业平台”，使其发展成为深圳在国际金融、国际物流领域，服务资源整合、服务产品创新的跨境电子商务品牌。（本文撰写参考了深圳一达通公司的相关资料）

（本刊记者 张奕跃）

深圳跨境电子商务观察——支付篇

跨境电子商务已经成为我国对外贸易新增长点，电子支付全球化已经成为必然趋势。深圳作为全国最为重要外贸城市，跨境电子商务发展迅猛，跨境支付业务也呈现快速增长态势。

深圳跨境电子商务发展空间巨大

深圳外贸进出口业务为跨境电子商务的发展提供了坚实基础。深圳一直是我国外贸进出口的重点地区，即便在国际经济形势低迷，外贸市场发展放缓的背景下，深圳外贸仍然保持了较好的发展活力。2012年，深圳市外贸进出口总值达4667.9亿美元，比2011年增长12.7%，比全国高6.5个百分点，比广东省高5个百分点；其中，出口总值2713.7亿美元，在全国大中型城市保持外贸出口“二十连冠”，比2011年增长10.5%，高于全国2.6个百分点，高于广东省2.6个百分点。深圳外贸进出口业务持续走强为深圳跨境电子商务发展提供了坚实基础。

跨境电子商务成为深圳外贸企业进军海外的主流趋势。2011年全国跨境电子商务交易额达到1.6万亿元，同比增长33%；2012年全国跨境交易额2万亿元，增速远高于外贸增速。2013年8月，国家商务部发布了《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》，提出6项具体措施，解决在海关、检验检疫、税务和收付汇等方面存在的问题，这标志着跨境电子商务日益正规化、阳光化。深圳外贸企业众多，利用电子商务进行外贸业务洽谈、询价等商务活动成为企业拓展市场和提升经营能力的主流趋势。随着电子商务快速发展，外贸企业应用电子商务水平将进一步提高，未来深圳跨境电子商务发展空间巨大。

跨境支付在深圳跨境电子商务的需求分析

跨境电子商务业务是“三流合一”（资金流、信息流、物流）的交易活动，跨境支付主要为用户提供资金流和信息流服务，是跨境电子商务的重要支撑。从产业发展趋势来看，深圳跨境电子商务对支付业务的需求主要在以下三个方面。

其一、政策极大推动跨境支付业务的发展

自2012年来，国家先后出台《关于利用电子商务平台开展对外贸易的若干意见》、《支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点指导意见》、《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》等跨境电子商务相关政策，深圳地方政府也出台相应配套政策推进跨境电子商务的发展。跨境支付作为跨境电子商务的重要环节，国家及地方政策极大促进了跨境支付的应用。

其二、传统支付手段无法有效满足外贸发展新趋势

跨境电子商务不断简化外贸业务流程，交易内容不断细分化，交易对象不断扩散化，跨境电子商务已经成为外贸业务发展新趋势。目前，外贸业务的主要支付方式包括电汇、信用证、西联等，这些支付方式无法满足跨境电子商务时代下小额交易、频繁交易、实时支付等应用需求。因此，跨境电子商务的发展需要创新的支付方式。

其三、中小外贸企业亟需支付机构提供高便捷、高安全、低成本的跨境支付服务

深圳大部分中小外贸企业都面临着外贸收款和结汇流程繁琐、外贸成本高、外贸交易周期长、企业融资困难等难题。如何有效运用电子支付手段便捷、安全地收取货款成为当前中小外贸企业发展跨境业务首先考虑的问题。因此，跨境电子商务亟需高便捷、高安全、低成本的支付服务，保障中小外贸企业安全稳健增长。

深圳跨境支付业务发展现状

深圳各方积极推进跨境支付业务。在政府方面，深圳市经信委在《关于在深圳机场开展跨境贸易电子商务试点工作的复函》中，同意将深圳宝安国际机场与前海同时作为跨境贸易电子商务试点区域，将促进跨境支付业务在试点区域的发展；在第三方支付平台企业方面，财付通与美国运通合作跨境支付，为客户提供在美国运通旗下的网络商户在线跨境购物支付服务，在台湾开通“二维码扫描支付”；在金融机构方面，深圳中国银行现正开展“精彩港澳台，惠聚多重

礼”跨境支付尊享活动，提供“出境前旅游线路立减优惠与出行礼包、出境后精选优惠商户打折优惠、境外支付现金返还”一条龙服务。

深圳跨境支付业务发展走在全国前列。2013年3月，国家外汇局下发《支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点指导意见》，拟在上海、北京、重庆、浙江、深圳等地区开展试点，允许参加试点的支付机构集中为电子商务客户办理跨境收付汇和结售汇业务。9月，国家外汇局发布17家第三方支付机构获跨境支付牌照，其中深圳财付通科技有限公司获得从事货物贸易、留学教育、航空机票及酒店住宿的跨境支付资格；深圳钱宝科技有限公司获得从事货物贸易及留学教育的跨境支付资格。

深圳跨境支付业务已经初步形成三方竞争的市场格局。一是涉足跨境网络购物业务的第三方支付企业，比如财付通；二是在跨境支付市场上已成熟布局的、提供全球在线收付款业务的境外支付企业，比如Paypal；三是传统金融机构，比如银行，它们凭借强大的银行网络，不仅支持跨境购物，还覆盖了境外ATM取款和刷卡消费等国际卡业务市场。

积极探索跨境支付新问题，推进跨境支付更好更快发展

当前，深圳第三方支付企业纷纷拓展跨境支付市场，跨境支付业务发展不够成熟，深圳市政府积极加强跨境支付规范化管理，探索跨境支付过程中遇到的新问题，推进跨境支付更好更快发展。

其一、跨境支付业务监管正在加强

随着跨境电子商务迅猛发展，深圳境内消费者海外购物以及境外消费者国内购物的双向需求与日俱增，尤其以电子产品、服装为代表的跨境B2C业务呈现爆发式增长。在跨境B2C业务领域，由于企业直接面对国外消费者，采用小件物品零售模式，周期短，订单小，交易笔数大，在交易方式、支付结算等方面与传统国际贸易方式差异较大，现行管理体制、政策、法规等无法适应，致使企业在海关、检验、收付汇、税收等环节无法合规。深圳市政府机构正积极摸索跨境支付业务监管方式，积极推进跨境支付业务良性发展。

其二、跨境支付效率正在提高

跨境支付涵盖跨境购汇和跨境收汇支付流程，涉及境内、境外金融机构，支付流程较为繁琐，支付周期较长。当前，深圳中小外贸企业资金周转压力大，对跨境支付时效性要求越来越高。究其原因，一是人民币快速升值，较长的支付周期导致中小外贸企业交易成本增加，利润率降低；二是部分中小外贸企业处于微利时代，对企业资金周转要求越来越高。因此，深圳市政府机构及相关企业正积极探索跨境支付业务发展方式，简化跨境支付流程，提高跨境支付效率。

对策与建议

其一、政策落实与政策创新并举

深圳应当积极落实国家《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》政策，重点推进深圳宝安国际机场与前海跨境贸易电子商务试点建设，深入探索深圳跨境支付业务的发展模式，创新深圳跨境支付政策，引导社会资源健康有序地发展跨境支付业务。

其二、准入机制与产业生态并行

深圳有关部门应对本土的跨境支付机构尽快做出统一的管理规范，建立跨境支付准入机制，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。与此同时，深圳应当积极推进传统外贸行业向跨境电子商务转变，推广新兴跨境支付方式在传统外贸行业的应用，实现跨境支付业务与外贸应用行业联动发展。

其三、技术创新与安全保障并进

技术创新的目的是创立新知识，创建新产品。深圳应当积极鼓励本土支付企业的技术创新，既要加强基础研究投入，进行原始创新，也要重视商业模式创新，加快建设跨境支付业务的创新体系。与此同时，安全是支付的红线，深圳应当注重跨境支付的安全保障，着力推动支付企业研究跨境支付的安全保障措施，建立安全标准体系。

（杨明辉）

网络环境下国际贸易的新特征

编者按：国家电子商务专家组组长、清华大学柴跃廷教授非常关心国家改革开放先进窗口——深圳在电子商务领域的探索与实践，长期给予热情、真诚的指导。今年10月，柴教授与海关总署领导受邀到我市指导跨境电子商务工作期间，在跨境电子商务课题讨论会上作了专题演讲，对跨境电子商务发展的环境特征、现状趋势、制约瓶颈作了精辟分析。本刊从演讲中选登部分章节以飨读者。

谈到跨境电子商务，我们不得不研究和分析国际贸易当前面临的发展环境，及其与互联网结合衍生出的业态变化。我选了这个题目，即网络环境下国际贸易的新特征。这就是想回答为什么跨境电子商务出现一些问题？我把它归纳为五点。

第一个特征是多边化。传统的国际贸易主要是两国之间的双边贸易。即使有多边贸易也是由多个双边贸易实现的，呈线性结构，这是传统国际贸易的单边化特性。跨境电子商务不一样，跨境电子商务通过综合的交易平台，可以把美国人和欧洲人的生意做成，可以把欧洲人和日本人的生意做成，这就构成了多边的网状结构，这个网状结构实际上只是个表面形式，其实更重要是其在宏观上重构国际经济新秩序。这是我们一定要认识到的。而且这也是冲击传统的国际贸易规则很重要的一个地方。我们有好多的保税区、自贸区，对于多边贸易、转口贸易，它是有严格限定的。为什么会有严格限定？那是有一些关税的，局部利益的问题。所以这是一个很重要的特征。就是电子化、网络环境过来以后，把多个双边线性结构变成了网状结构，这个结构的变化引起了经济秩序的变化。我觉得这是一个很重

要的特征。

第二个特征是直接化。这个大家都好理解，因为传统的国际贸易基本上是由一国的进出口商和另外一国的进出口商，把这个贸易做成以后，再通过境内的分销商把手里的货物送给最终用户，这是个非常长的交易链条。今天的跨境电子商务不一样了，通过跨境电子商务平台，生产厂家直接和用户对接，这就是为什么今天邮包、小包裹这些问题都出来了。原来都是通过进出口商、口岸、然后到了境内去分销，没有这个问题。这是一个很重要的特点，现在所有的跨境贸易都在由多环节向直接化转变。

第三个特征是小批量。网络环境下的国际贸易对应了终端用户，这个终端用户不管是企业、还是消费者，因为它是直接贸易，总体上看它的总量不会减少。因为原来是大货物、大批量，是进出口商直接搞的，现在是直接一家对一家的，当然就形成小批量。

第四个特征是高频度。小批量不要紧，关键是高频度，因为需求是即时的，终端用户需要什么就买什么，所以小批量诞生的就是高频度。这就是网络环境下的另一个特征。

前面四个特征，大家都基本上认识到了，特别是直接化、小批量、高频度，这些特征大多数人都认同。我说的多边化，很多人还没有意识到。我还说最后一个，好多人更没有意识到。就是信息化、数字化。

第五个特征数字化。数字化是什么概念？现在数字化商品贸易根本没有纳入海关部门的试点，什么意思呢？对通过网络完成的数字化产品的贸易，我举个简单的例子，即“愤怒的小鸟”这个数字化产品，一年在全球有几十个亿的销售收入，由于它是虚拟的数字化的产品，不是实物，就没有经过海关。今天的音乐、影视作品、软件、文学、电子书、游戏经过海关吗？也是不经过海关。但是这类贸易量会越来越大。

将来它会大到什么程度呢？我相信过不了多少年，它会大过实物贸易，这就是网络的威力和贸易新特征。这种情况下，我们的跨境电子商务、进出口贸易的监管部门、服务部门，又该作如何应对呢？这是一个非常现实的问题。因为它没有实物的形态，现在我们的监管部门还没有多大的感觉。其实这种贸易量，因为常规的贸易统计里没有，所以很难收集完整资料。但是，你去看纳斯达克上市公司报告，从它的业绩可以看得出数字化产品在全球的贸易额有多大。在网络环境下国际贸易新的特征，归纳起来是这么五个大的方面。因为这些新特征带来关联性的问题，这是在专题研究里面，我想说清楚为什么跨境电子商务会出现这么多问题的原因。这是今天讲的第一个问题。

第二个问题，谈一下跨境电子商务现状和趋势，材料由艾瑞提供。

现状从宏观上说，是以下几个方面：

第一个方面是去年全球的跨境电子商务交易额，大致是10到11万亿，这个数据后来又确认了下，从方方面面去综合考虑，还比较靠谱。这不仅仅是我们看见的小件邮包，还包括企业之间的网上贸易。大致上是这个数据，年增长比去年增长30%左右。

首先看跨境贸易的产品类型，大致上分布六大类：消费电子、服装、手机配件、首饰手表钻石、电池、汽车配件，这是初步的统计。

其次是全球的电商市场分布的国家。屏幕PPT列出交易额的顺序是北美、欧盟、日本，我直观感觉欧盟位置列得比较靠前，实际应该在后面。北美、日本、金砖四国，然后香港、台湾基本上都应该在前面。比起发展中的金砖四国和亚太地区，欧盟不是太活跃。再看电商的投资情况，主要是美国、德国、英国、日本和中国这几个区域，是投资的热点，以上是全球电商发展的大致情况。

第二个方面看中国的情况。中国去年跨境电商

的进出口大致是2.5万亿，增长速度和前些年增长速度差不多，略快一点点。主要的品类和其他的国家品类也差不多，因为国际贸易是关联的。然后看我国的贸易对象，排列看是美国、欧盟、香港、东盟、日本、韩国，其实增长速度比较快的是金砖四国及新兴市场。从跨境电子商务发展规模看，中国与美国、日本是全球三大经济体。从GDP来说，存在相关度，正相关非常高。从地域分布看，中国跨境电子商务的地域分布，广东省占了47.6%，这说明广东的跨境贸易量非常大。这是根据各个地方的数据得出的基本状况。

再看发展趋势，我觉得重点是三个方面：

第一是全球快速增长，这是毫无疑问的。预测到2016年左右大概是30万亿，年增长28%左右。

其次中国跨境电子商务也是高速增长，今年增长率预测到70%。我估计应该比全球的平均速度要高。艾瑞提供数据说从2008年到2016年平均增长是16%，这有点悲观。我认为基本会在30%到50%之间。咱们国家应该是这样的发展态势。

再谈进口和出口的态势。目前出口占绝大多数，但是进口规模增长的速度也非常快，大趋势就是进口的数量会越来越多。可以说进出口结构逐渐趋向合理、协调，这跟我们整个经济结构的调整有关系。

（根据清华大学柴跃廷教授在深圳跨境电子商务课题研讨会的演讲整理）

微信时代：企业营销新思路

——记电商大讲堂34期
“微信时代企业发展机遇”论坛

移动互联网的浪潮汹涌而至，微信作为移动端最大的平台级应用，自2011年进入人们视野以来，就成为一股势不可挡的新生力量，现已拥有6亿用户，企业公众账号也逾百万。从刚开始背负着既非原创、不具备首发优势的质疑，发展到现如今移动端的营销引领者，微信的火速风行，印证了微信营销时代的到来，也代表着移动互联网端的风生水起。

微信迅捷、高效、可信度高的特点让其市场化功能愈发突显，让众多企业转换营销思路，逐步启动微信营销。面对机遇与考验并存的新营销环境，微信营销过程中用户活跃度差、服务体验不足、推广手段匮乏等普遍问题，成为束缚企业发掘新商机的强大阻力。为帮助更多企业充分利用微信等移动互联网技术增强竞争实力，全面认识微信营销价值，由深圳市电子商务服务中心组织举办的第34期电商大讲堂“微信时代企业发展机遇”讲座围绕微信营销的新发展、新思路，电商营销模式创新等主题，为欲在微信时代全面转变营销思路的企业答疑解惑。

本次讲座特别邀请曾获浙报集团创业大赛金奖的知名微信应用车商通创始人李明友以及国内知名微信营销专家兼K友会发起人管鹏两位行业专家，深度解读微信时代企业全新的营销思路。

李明友以“车商通”为例，提出微信营销的关键在于不断优化系统和服务，提供更高的用户体验和用户价值。他对微信营销的新思路提出以下观点：

首先，大众对应用微信营销存在五大误区：一是错爱订阅号，把微信公众号等同于广告发布平台；二是把增加粉丝当作第一要务；三是忽略用户感受；四是企业自行开发，缺乏专业性；五是欠缺具体执行力。

其次，大数据时代，信息的公开透明度得到大幅度提升，“体验在前，买卖在后”交易方式的转

变，使用户体验和用户价值成为网络营销的两大核心。简言之，推行社会化分享的营销方式的关键就是提高产品和服务的功能性以及增强用户的体验度。

最后，李明友对于处于转型初期的企业提出几点建议，不建议开发APP功能：相较于APP，微信具有移动方便、用户群广、使用度和忠诚度高的使用优点，企业处于营销模式转型初期不宜投入巨资进行APP开发。

管鹏详细解读了微信的布局和未来展望，引发了全新的微信营销思考模式。他分析目前已形成“双微战略”和“双号战略”，“双微战略”即微信和微博的组合，充分利用微信的即时通讯功能和微博的社会媒体功能；“双号战略”即微信公众平台服务号和订阅号组合，服务号主要用来做品牌服务，订阅号主要用来做企业自媒体。

管鹏还提炼出微信营销推广七步法：1、利用微信平台公众号完成内容定位；2、尽快完成微信认证；3、灵活利用所有线上线下推广渠道；4、搭建自定义回复接口；5、策划大量有奖互动活动；6、搭建自定义公众号模版；7、利用口碑营销扩大信息传播覆盖面。

两位行业专家畅谈微信的未来发展机遇，大胆预测微信将在具有客户粘性的行业中得到广泛应用，成为一个无可比拟的营销平台。微信作为提升客户服务体验的工具，尤其适合应用于银行、地产、零售、餐饮、汽车、教育、医院、旅游、酒店等领域，微信的营销时代已然到来。

（本刊记者 朱琳）

延伸品牌价值“小投入”造就“大产出”

——记电商大讲堂35期
“传统企业备战电商经验分享”论坛

当前全球金融危机的冲击下，传统企业面临着艰难转型与升级，与此同时，我国电子商务取得了远超前于实体经济的快速发展。电子商务给企业带来了机遇同时也带来了众多困惑，高额的广告投入无法带来预期的产出；网络销售的成本远大于收益等。在这个竞争日益激烈、经营成本日趋高昂的销售大环境中，传统企业如何借助电子商务快速占领市场？如何降低经营成本，获得最大收益？

传统企业进军电子商务，拿到入场券容易，叫好叫座却并非易事。如何利用既有优势，规避转型陷阱，成为横亘在传统企业面前的难题。10月24日，深圳市电子商务服务中心组织举办第35期电子商务大讲堂“传统企业备战电商经验分享”讲座，艾瑞电子商务咨询中心总经理傅志勇、深圳市电子商务服务中心主任助理洪培林两位行业专家就传统企业如何规划电子商务业务、企业如何备战电子商务等热门话题发表了自己独到的见解。

傅志勇有超过十年的电商研究从业经验，对电子商务和网络营销行业有着深入的洞察力和实践经验，是传统企业开展电子商务业务的专业导师。讲座一开始，傅志勇就向现场观众提出四个问题：传统企业开展电商，流量成本高、转化率低；传统企业初期搭建电商平台的具体思路；传统品牌如何平衡线上与线下的关系；家具行业如何应用电商。他以实例分析的方式，逐一对以上问题进行了解答。

针对“企业的电商发展需要跟随市场节奏”，傅志勇提出了以下观点：一是互联网的快速发展已经促使商业生态发生了本质的改变，企业要清楚自身的发展优势，才能顺应市场节奏充分应用电商转型。二是电子商务具备提高效率、节约成本、延伸价值的市场化功能。三是传统企业应用电子商务必须面临改变经

营模式的挑战，要让消费者从产品的功能满足提升到体验满足进而达到情感满足。四是区别“品牌”和“名牌”的概念，企业才可以立足根本，要打造出“名牌”，完成品牌价值的延伸，从而提升产品的价值效率。

洪培林从电子商务发展现状及趋势、互联网环境下企业面临的变化与困惑以及传统企业做好电商的实用启示三个方面，详细解读了传统企业应用电子商务的实操经验。

目前，电子商务成为新一轮商业革命的核心驱动，快速冲击转型中的实体零售业，并已处于成熟发展的阶段。传统企业处于全新的电商竞争环境，面临着顾客、竞争对手和营销方式转变的巨大变化。

传统企业在应用电子商务过程中，需在企业经营过程中认清数据对企业的价值，要打通从供应链到流通环节及最终客户的各环节数据以形成可供企业决策的完整数据链，掌握与挖掘互联网用户的消费心理变化，深入了解互联网营销和电子商务营销的技巧，缓解了很多企业在开展电子商务业务时对线上线下的品牌、产品、价格、渠道等产生冲突的担忧。

在实操层面，企业要全面了解互联网营销，积累知识和经验，同时在建立电商团队时要大胆尝试并进行探索，建立以顾客为中心的互动营销模式。

最后，他对传统企业应用电子商务提出几点建议：传统企业要快速启动电商业务；阶段性进行团队建设；懂得利用社会化服务资源，非核心业务外包，企业轻装上阵，边战边学；合理的资金投入，在摸索出符合企业实际的可行之路后再快速发展。

（本刊记者 朱琳）

行业动态

[深圳]

海关总署批准深圳跨境电子商务出口试点

11月13日，海关总署在《关于深圳市开展跨境贸易电子商务服务试点工作的复函》中批准深圳开展跨境电子商务出口试点。至此，我市在跨境电子商务领域又迈出了关键性的一步。

为创建国家跨境电子商务综合试点城市，今年下半年我市政府部门联同企业开展了大量工作。市政府领导高度重视，首先启动了2013年国家跨境贸易电子商务服务综合试点工作，成立工作小组并建立联席会议制度。联席会议由市经信委牵头，市发改委、深圳海关、国家外汇管理局深圳分局、市场监督管理局、市国税局、市财政委等相关职能部门参与。工作小组先后多次组织会议进行申报方案研究探讨、企业调研等活动，了解跨境电子商务企业的实际需求和困难，提出合理性的意见和建议。市政府高国辉副秘书长带队前往国家发改委、海关总署等相关部委汇报深圳跨境电子商务试点工作方案，目前正积极推进国家跨境电子商务综合试点申报工作。

这次海关总署同意深圳开展跨境电子商务出口试点，将有利于探索制定跨境电子商务涉及的通关、结汇和退税等方面的管理办法及标准规范，促进国家跨境贸易电子商务发展。（来源：中心采编）

链接：从重庆市经信委获悉，海关总署正式批复重庆跨境贸易电子商务服务试点项目业务实施方案，同意试点方案中涉及的“一般进口”、“一般出口”、“保税进口”和“保税出口”等跨境电子商务业务。据了解，重庆市分别于2012年8月和2013年2月获批跨境贸易电子商务服务试点城市和支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点，与上海市一起成为跨境电子商务“双试点城市”。

中国深圳电子商务发展成果展开幕

11月15日，由市经贸信息委指导，市电子商务服务中心主办的首届深圳电子商务发展成果展在市民中心开幕。本次成果展是深圳创建国家电子商务示范城市以来，对电子商务发展成果的首次回顾和总结。活动组织腾讯电商、走秀、递四方、一达通等70多家我市电子商务优秀企业和服务机构集体亮相。作为第十五届高交会的重大活动之一，成果展包括我市电子商务总体发展状况、电子商务发展环境、支撑体系、龙头企业、品牌电商、模式创新、应用转型及国家示范应用八大模块，全面翔实的展示我市电子商务发展中涌现的成功经验和电子商务应用典范。同时结合智能终端、LED显示屏等多媒体工具应用，打造融入互联网基因的创新性展会。

成果展展期为11月15日-28日，截至11月18日展览已接待观众2500人次。活动受到国家和我市政府领导的高度关注，商务部电子商务和信息化司聂林海副巡视员、市政府高国辉副秘书长、市经贸信息委彭新叶副主任、市发改委吴优副主任等参观了成果展。聂林海表示，深圳应大力发展跨境电子商务，重视基础配套产业建设，更要着重培养能够为电子商务发展提供支持的服务型企业，为促进中小型企业转型提供技术服务。

为宣传和推广我市优秀企业，搭建企业互动交流的平台，成果展期间在工业展览馆举办9场丰富多彩的“企业活动日”专题活动。11月16日，“走秀VIP分享会”作为“企业活动日”的首场活动成功举行。走秀VIP客户从购物体验的角度为走秀的发展提出了很多中肯意见。

同时，在高交会主馆展区，市电子商务服务中心、“深商e天下”、众信中心、福田国际电子商务产业园作为深圳电子商务公共服务体系的代表参展。腾讯电商、华强电子网、芒果网、依谷网等电子商务

企业在新一代信息技术展区进行了推介。（来源：中心采编）

深圳信息化——电子商务带动传统产业转型升级

11月13日，市政府召开全市信息化工作会议，是我市贯彻落实党的十八大精神，深入实施信息化带动战略，加快推进全市信息化发展的重要活动。会议印发了《深圳市人民政府关于加快信息化发展的若干意见》（以下简称《意见》）和《智慧深圳建设实施方案（2013-2015年）》（以下简称《方案》）等配套文件。文件提出到2014年底率先完成创建国家电子商务示范市任务；到2015年，深圳信息消费规模超过5000亿元、电子商务年均增长30%以上，交易额达1.2万亿元的发展目标。

在积极促进信息消费方面，《意见》提出加快推进电子商务发展。制定进一步促进电子商务发展的政策措施，加快推进创建国家电子商务示范市工作。加快建设“深商e天下”深圳商品网上市场，打造深圳电子商务的综合展示、服务和交易平台，扩大网络经济规模。完善电子商务可信交易环境建设，建立健全支付、物流、信用和标准等支撑体系，不断优化电子商务发展环境。支持第三方电子商务服务平台建设，深化普及电子商务应用，大力发展电子商务服务业。加快跨境电子商务发展，支持跨境电子商务通关服务平台和外贸交易平台建设，积极探索创新跨境电子商务监管措施。完善电子商务统计制度。

在培育电子商务服务业方面，《方案》提出发展多种形式的安全在线支付，建立电子商务信用体系，推进电子商务安全认证，完善现代物流配送体系，积极开展跨境贸易电子商务试点，优化电子商务发展环境；加快专业市场电子商务建设，积极培育电子商务服务企业，大力发展第三方电子商务交易服务；加速推动移动电子商务服务，重点支持在移动支付、位置服务、移动流媒体、即时通信等移

动互联网领域的商业服务模式创新和业态拓展。

会议上，深圳一达通企业服务有限公司介绍了促进电子商务发展的典型经验。当天出版的《人民日报》经济版头版报道了深圳一达通有限公司通过信息化手段带动制造业转型升级。

此外，国家发改委代表在信息化工作会议上授予我市“政务信息共享国家示范市”牌子，许勤市长在会议总结中指出，深圳近年来信息化发展取得积极成效。加快信息化发展，使深圳经济特区在新时期更好发挥示范引领作用的必然要求。各区各部门要深刻认识加快信息化发展的重要意义，抢抓机遇、主动作为，进一步固和强化深圳经济特区信息化发展领先优势。（来源：中心采编）

我市成为跨境电商外汇支付业务试点先行城市——腾讯财付通和钱宝科技取得试点资格

9月25日，国内17家第三方支付公司成为国内首批获得跨境电子商务外汇支付业务试点资格的企业，其中深圳财付通、钱宝科技也在试点名单之列。在试点资格下达前，支付机构提供的国际收单需要在境外银行完成结算；成为试点支付机构后，国际收单即可在国内银行完成结算，这大大提升了交易效率，降低了交易成本。此项试点的开展，将增加境内消费者在境外网站消费的支付渠道，利好境内电子商务平台和网上卖家，也有利于深圳跨境电子商务领域的发展。

深圳为跨境电商外汇支付试点五先行城市之一

今年2月，外汇总局制定了《支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点指导意见》，下发《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），在深圳、上海、北京、重庆、浙江5个地区开展试点，允许参加试点的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涉及的外汇资金集中收付及相关结售汇服务。

第三方支付企业迎来良好发展契机

总部位于深圳的财付通在获得跨境支付试点资格之前，只能选择与国外银行和支付机构合作的方式，通过共享帐号实现跨境支付。获得跨境电子商务外汇业务试点资格后，境内买家可通过财付通接入境外商户购物，直接使用人民币支付，无需为个人结售汇等手续困扰。同时，试点也有利于财付通跨境商户的拓展，这对以财付通为代表的第三方支付企业来说意义重大。下一步，第三方支付企业还须完善产品线，建立更多币种的全球兑付平台，为用户提供优秀的支付体验。此次跨境支付牌照的发放能促进国内支付产业的整体发展，更好地应对国外竞争压力，从长远看也有利于推动人民币的国际化进程。（来源：根据《上海证券报》相关内容编写）

《深圳市网络交易合同规则》出台

为规范本市网络交易合同行为，保护经营者和消费者的合法权益，保障网络交易安全，10月29日市市场监督管理局印发了《深圳市网络交易合同规则》，并将于12月1日起正式实施。

根据《规则》，卖方应当依法在交易页面显著位置显示产品和服务的真实信息。网络交易平台应当在买卖双方进行交易前，明确提示买方浏览系统使用说明、合同存储规则、系统运营管理制度和相关风险提示等内容。网络交易合同内容由当事人约定，一般包括当事人的名称或者姓名、住所、标的、数量、质量、价款或者报酬、履行期限、地点和方式、配送信息、违约责任以及解决争议的方法等。

《规则》鼓励第三方存储机构对合同当事人基本身份信息、产品或服务基础信息和主体信用信息提供查询和数据共享等服务。当事人可以借助第三方存储机构或以其他方式，对另一方的真实身份进行验证或核实。《规则》还对网络交易合同安全保障进行了相关规定，比如说网络交易平台对收集的个人信息必须严格保密，不得泄露、篡改、毁损，不得出售或者非法向他人提供。（来源：根

据《深圳特区报》相关内容编写）

龙岗区电子商务商会成立

10月11日，由龙岗区工商联组建的龙岗区电子商务商会成立，并选举产生第一届理事会。商会由深圳市东企网络技术有限公司、市华人在线信息技术有限公司、市网际网信息技术有限公司等8家电子商务企业发起，至今已发展58家会员企业。目前，龙岗区70%以上的企业通过网络推介产品，超过10%的人通过网购消费，且比例还在不断攀升。（来源：《深圳商报》）

深圳七项目入选工信部2013年电子商务集成创新试点工程

10月22日，工业和信息化部公布入选国家电子商务集成创新试点工程的342个项目。我市中农网的“农产品网上交易全程供应链平台”、深圳石油化工交易所的“深圳石油化工交易产业服务平台”、深圳市递四方速递的“4PX跨境电子商务服务平台”、中兴通讯的“外贸B2B电子商务平台”、一达通的“面向跨境电子商务超市信息化管理平台”、南方电子口岸的“深圳跨境贸易电子商务服务平台”和迪蒙网络的“企业移动电子商务服务平台”共七个项目入选。（来源：中心采编）

27家企业入选我市电子商务服务规模资助扶持计划

10月29日，深圳市经济贸易和信息化委员会在其网站上公示了入选2013年战略性新兴产业发展专项资金第六批互联网产业发展专项资金电子商务服务规模资助扶持计划的企业名单。入选的企业有腾讯电商、依谷网、宜和股份、华运国际物流、芒果网、易特科信息技术、欧莎世家服饰、佐卡伊电子商务、恩科电子、天虹商场、递四方速递等27家企业。

从获选企业的业务覆盖范围看，此次资助扶持计

划覆盖了我市重点的电子商务综合平台、电子商务服务商和传统企业代表。从筛选标准上看，资助主要针对开展电子商务业务或直接从事电子商务交易且取得至少200万元以上服务（销售）收入的电子商务企业。（来源：中心采编）

第六届中国电子商务建设与发展高峰论坛在深举行

11月16日，“第六届中国电子商务建设与发展高峰论坛”在深圳市民中心多功能会议厅举行。盐田港供应链电子平台、合时代投融资电子商务平台等深圳新兴电子商务企业集体亮相。

论坛以“探索跨境电子商务发展新模式，互联网金融创新发展”为主题，深入探讨如何解决跨境支付、进出口结汇、退税等难题；如何依托电子口岸建设机制和优化通关监管模式来提高商品通关、检验检疫时效和服务水平；如何实现外贸电商与口岸管理相关部门的业务协同与数据共享等问题。

市政协委员表示，在大力推进进出口贸易的过程中，政府将进一步完善有利于出口的快速高效服务机制，支持企业拓市场、争订单、保份额的贸易促进机制以及保证外贸稳定增长的政策机制，为我市电子商务的发展再助一臂之力。

此外，来自国家电子口岸建设协调指导委员会、商务部电子商务和信息化司、中国银行深圳分行、华南城集团等政府企业代表和专家学者与到会企业家分享了政府政策措施和电子商务实战经验。

据了解，“中国电子商务建设与发展高峰论坛”自2008年以来在深圳“高交会”期间举办，至今已连续举办六届。论坛对促进国内外电子商务战略合作与应用交流，汇聚国内外电子商务精英，搭建电子商务产业发展、创新应用以及投融资合作平台，提高深圳在国内外电子商务创新发展的影响力具有重要意义。（来源：深圳市电子商务协会供稿）

深圳海贸会举办跨境电子商务大会

10月19-20日，由深圳海贸会主办的2013中国跨境电子商务大会暨海贸会第三届年会在东莞松山湖举行。会议内容涉及跨境电子商务领域政策、平台、产品、市场、技术等方面，吸引来自传统企业、跨境电商平台和服务企业的上千名代表参与。

俄罗斯政府代表在会上推介了中俄“边贸通”项目。该项目是由黑龙江口岸、东方长城、风电科技三家公司打造的中俄资金结算和贸易服务平台，旨在减少物流清关成本、保障交易可靠性。目前“边贸通”已经在广东、俄罗斯等地建立5家综合体验厅，涵盖五金、瓷器、家居、装饰、电子、鞋服等品类。

东莞松山湖管委会代表发布了扶持电子商务发展的优惠政策。松山湖管委计划从2013年开始连续三年每年投入5000万支持发展电子商务。目前，松山湖已成立东莞电子商务服务中心、培训学院，提供10万平米的办公场地支持企业入驻。会议当天松山湖管委会还与敦煌网签约成立“松创电子商务产业基地”。（来源：中心采编）

民生电商将发展电子商务和互联网金融

10月30日，成立于深圳的民生电子商务有限公司代表在2013互联网金融全球峰会上表示，民生电商将发展电子商务和互联网金融业务。

在电子商务方面，民生电商将拓展B2C和B2B两种业务模式。其中B2C平台采取B2B2C的模式，整合优质垂直B2C和零售商，在每个细分领域选择一家排他性的高端合作伙伴。在B2B平台上，民生电商将建立“频道”概念，围绕核心企业的上下游企业，提升整个供应链效率。在互联网金融方面，民生电商将成立中小电商金融联盟和中小银行电商联盟，为其分别提供数据资源和系统搭建等服务。

此外，民生电商还规划围绕社区居民，提供衣食住行等便民服务的“小区战略”和面向小微企

业，提供全网零售的技术支持、仓储物流等配套服务的“小微战略”。（来源：腾讯科技）

易迅网“双十一”促销八天成交金额突破10亿元

据统计，从2013年11月11日0点至24时，腾讯全资电商子公司易迅网下单笔数达到60万单，下单金额超过5亿元人民币，两项数据均较去年双11当天翻4倍。总体来看，易迅网从11月4日-11日的促销活动累计实现网络购物交易金额突破10亿元。在移动互联网领域，微信在“双11”期间为易迅网专门开辟一个卖场入口，卖场中有多款微信专享特价的热门商品，用户下单后将直接跳转微信支付。根据易迅公布的数据显示，截止“双11”下午两点，易迅微信卖场下单已经突破3万单，占同时期全站订单量的10%。（来源：根据腾讯科技相关内容编写）

深哈两地企业联合打造俄语市场跨境电商平台

由深圳网商会、龙江网商会及大连网商会等23家商会成员共同出资成立的哈尔滨乐狐网络科技有限公司近日落户中国云谷，并上线针对俄语市场的跨境电商平台“乐狐网”，致力于打造中俄跨境电商第一平台。

据了解，该跨境电商平台将借助哈尔滨拥有的独特俄语人才优势和对俄物流通道优势，以及深圳电商企业云集效应，开发对俄罗斯及独联体国家的外贸电子商务市场。

该中俄电商平台将以深圳为产品集散中心，货物通过公路和铁路等方式抵达哈尔滨，通过多种对俄物流渠道将货物分拨配送至俄罗斯。企业还将在哈尔滨和俄罗斯建立物流仓储中心，并在莫斯科设境外销售中心。目前，乐狐公司已与俄罗斯电子商务平台Daozon公司、俄罗斯最大搜索引擎Youngdex等达成战略合作。（来源：商务部驻大

连特派员办事处）

“思贝克工业品平台”在深圳正式发布

10月19日，工业品类O2O电子商务平台“思贝克工业品平台”在深圳正式发布。该平台运用“金融+实业”的创新理念，以O2O电子商务运营为载体，在工业领域建立产品、技术、服务、仓储、配送、运营为一体的支持平台，建立起新型的工业品销售产业链。

据介绍，目前我国工业品领域的商业模式远远落后于时代的发展，具有较大发展空间。思贝克工业品平台融合了实业、金融、电商三者，实现客户源、资金流和资源的整合，创建了产品、技术、服务、仓储等为一体的体系，通过线上订单和线上交易，去除传统分销层级的重复运营成本。（根据《深圳特区报》相关内容编写）

[广东及其他]

省政府前三季度经济形势分析会议强调全力推动广深跨境电商工作

10月17日，省长朱小丹在省政府召开的全省前三季度经济形势分析电视电话会议上强调，做好当前的经济工作，要多渠道开拓消费市场，进一步巩固发展消费逐季回升的良好态势，深入开展“广货全国行”，积极拓宽电子商务发展空间，全力推动广州、深圳跨境电商工作，鼓励电子商务“进村入户”和“走出去”，支持2万家中小企业“上网触电”。（来源：根据《深圳特区报》相关内容编写）

广州、重庆获批跨境贸易电子商务试点

9月24日、11月5日，广州和重庆两地分别获国家海关总署同意开展跨境贸易电子商务服务试点。

作为南方重要的出口城市，广州将在B2C一般出口（邮件/快件）、B2B2C保税出口、B2B一般出口三个领域实行试点。在B2B2C保税出口试点方面，

如果收货人是企业，拟按照一般贸易现行政策规定办理通关、征税等手续；如果是个人，则拟按照邮递物品管理规定，以商品实际成交价格计征行邮税。2012年广州跨境电子商务交易额达60亿美元。目前，广州有跨境电子商务平台20个，包括环球市场、广贸天下、广新达、易融电商、易票联、卓志物流、出口易等。

作为中国西部发展最快的城市之一，重庆已分别于2012年8月和2013年2月获批跨境贸易电子商务服务试点城市和支付机构跨境电子商务外汇支付业务试点，与上海市一起成为“双试点城市”。此次，海关总署同意重庆开展“一般进口”、“一般出口”、“保税进口”和“保税出口”等跨境电子商务全业务。（来源：中心采编）

广交会电商平台与内地12家交易团签署战略合作协议

10月16日，广交会电商平台与广东交易团、重庆交易团、福建交易团、湖南交易团等12家交易团签署战略合作协议，双方将出台系列措施，鼓励企业应用广交会电商平台开拓国际市场，以应对当前的外贸形势。

广交会电商平台是广交会实体展的重要补充，该平台全年365天为采购商和供应商提供优质的网上展会服务，其有别于传统B2B电商的是不搞竞价排名；不再“坐等”询盘，供应商可以在广交会电商平台上自己挑选需要的采购商；享受优先匹配推介、线上线下一体化的服务。

在商务部的支持下，广交会电商正在进行跨境贸易电子商务平台创建工作和全国内贸大百货平台的研究，这意味着广交会电商平台未来将把内外贸融合，真正实现B2B在线贸易全流程，届时供应商可以在平台上办理银行融资、购买保险、订船订舱、出口退税等。（来源：中国新闻网）

李克强总理称赞以电子商务代表的新经济创造了消费时点

10月31日，国务院总理李克强在经济形势座谈会上听取专家学者和企业负责人对当前经济形势和今后经济工作的意见和建议。

阿里巴巴集团马云介绍说，虽然公司只有两万五千名员工，但在淘宝网开店的公司数是900万家，比较活跃的有300多万家店。预计今年全年的销售额占中国整体社会消费品零售总额的比重超过10%。沃尔玛创造了B2C模式，阿里巴巴希望在中国创建一个新的C2B模式，即按需定制。这是制造业转型升级的重要平台。

李克强在会上肯定了新经济形态对就业的巨大推动力，针对淘宝网把11月11日打造成“中国消费者日”的做法，称赞道：“你们创造了一个消费时点”，并当面叮嘱马云，要保质保量，公平竞争。李克强认为，我们对新经济要重新认识、高度重视。新经济不仅仅解放了老的生产力，更主要是创造了新的生产力。中国经济要“爬坡过坎”，必须加快结构调整，大力培育新兴增长点，这样才能使中国经济提质增效、行稳致远。（来源：根据新华网相关内容编写）

“双十一”支付宝成交额达350亿元

今年“双十一”期间，根据阿里巴巴发布的数据，支付宝成交额达到350亿。其中手机淘宝整体支付宝成交额53.5亿，是去年的5.6倍；单日活跃用户达1.27亿；手机淘宝单日成交笔数达3590万笔，交易笔数占整体的21%。

天猫“双十一”中销售额前十名的商家为小米、海尔、骆驼服饰、罗莱家纺、JackJones、优衣库、富安娜、茵曼、林氏木业、Artka。其中排名第一的小米官方旗舰店销售额为5.53亿元。“双十一”不仅成就了实物类产品的巨大销量，同时，在淘宝基金销售频道，易方达基金、国华人寿、生命人寿等保险基金理财产品也实现销售过亿。

但是，在节日刺激消费作用的背后，今年“双十一”活动也引发了一些问题。一是进一步强化了价格战色彩，使网络购物与低价捆绑。由于活动的短暂性，参与活动的消费者以“一次性消费”为特征，购买时往往只考虑价格，回购欲望低，对商家长远经营不利。二是受电商低价促销行为影响，国内快递企业面临满负荷运转、价格下行和人员严重流失的问题。根据国家邮政局12日公布的信息显示，11月11日全天以淘宝网为代表的主要网商共产生快递订单约1.8亿件，各快递企业共处理6000多万件快件，是去年“双十一”最高峰3500万件的1.7倍。三是“双十一”期间，假冒伪劣、虚假销售的行为层出不穷，引发商家打折前暗中抬价、提高运费价格、刷单等破坏商业信誉的现象。四是由于销量剧增，商家的仓储、物流、客服等环节面临运营压力，很多卖家为了冲刺销量，早早备货，从老板到员工都承受不小的心理负担。五是“双十一”期间快递量的增加引发短时间内，大量快递单号在网上被售卖。不少消费者投诉称，因快递单号泄露，被不法钓鱼网站利用进行诈骗，造成财产损失。六是没有参加活动的小卖家被抢流量，造成不公平竞争。对于没有参加“双十一”活动的小卖家而言，从活动预热阶段开始，搜索、流量、销售都受到活动的负面影响，尤其是活动前店铺内各个角落被强行加入了主会场的跳转链接，这意味着商户辛苦买来的流量会被二次分流。（来源：中心采编）

国家食品安全法拟对电商平台进行规范

备受业界关注的《中华人民共和国食品安全法（修订草案送审稿）》（下称《送审稿》）日前公开征求意见，意见反馈截止日期为2013年11月29日。《送审稿》中增加了以下规定：网络食品交易第三方平台提供者应当取得食品生产经营许可；应当查验入网食品经营者的许可证或者对入网食品经营者实行实名登记；网络食品交易第三方平台提供者未履行规定义务，使消费者的合法权益受到侵害的，应当承担连

带责任，先行赔付。

这些措施将打击网络购物过程中出现的假品牌食品、临近保质期食品，甚至“三无食品”等网民反映较多的网购食品问题，规范网络食品交易第三方平台行为，提高电子商务企业开展食品网络销售的门槛。（来源：根据《国际金融报》相关内容编写）

国家工商总局：将放宽电商等企业住所登记条件

11月7日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，国家工商总局宣布了注册资本登记制度改革的内容。内容包括：放宽注册资本登记条件；推进注册资本由实缴登记制改为认缴登记制，以降低开办公司成本等。在电子商务领域，国家工商总局局长表示将放宽电子商务等企业住所的条件管制，方便企业注册登记，释放更多的场地资源。

深圳在创新电子商务企业住所登记制度方面，走在全国的前列。2010年6月深圳市市场监督管理局出台的《关于服务电子商务市场促进健康快速发展的若干措施》提出创新登记注册模式，降低市场准入门槛，探索适应电子商务市场特点的市场准入制度，大力培育我市电子商务市场主体。对有办公实体的电子商务经营者，允许在符合条件的集中办公区域内一个住所登记多家企业。试点兴办商务秘书企业，没有办公实体的电子商务经营者可以使用所托管商务秘书企业的住所或办公区域作为企业住所注册。

由此，我市试点兴办电子商务秘书企业，推行入驻挂靠商务秘书企业“无地址、零资本认缴制”注册公司，实行“无办公场所注册公司”，通过入驻电商秘书企业的形式给予小规模电子商务经营者合法、有效、真实的注册登记，吸引更多的创业者从事电子商务。（来源：中心采编）

向电商征税是趋势时机要恰当

10月25日，原国家税务总局征管科技司司长李林军在“2013中国税法论坛”第二届中国税务律师论

坛”上表示，向个体电商征税是趋势，但是时机和策略要把握好。

2012年中国网络零售市场交易规模达1.3万多亿，其中天猫商城和淘宝网占据约80%市场份额，达到一万亿。天猫的品牌电商在线下有实体公司，进行了税务登记和管理，线上交易实际上是交税的。但是，淘宝网700多万个体电商没有做税务登记，是没有交税的。

李林军认为，个体电商解决了千千万万家庭的就业问题，目前税法中没有规定针对个体电商的税收优惠措施，若马上强制征税，会影响就业。这个问题，需要国务院来决定，开征的时机和策略都要好好把握。目前，税务总局采取的策略是严管B2C，积极研究探索C2C的税收征管。现在欧洲普遍对电商征税，美国也通过《市场公平法案》，准备对电商征税。所以，未来发展趋势是征税，但是时机和策略要把握好。（来源：根据中国新闻网相关内容编写）

《消费者权益保护法修正案》对网购进行规范

10月25日，第十二届全国人大常委会第五次会议表决通过了《中华人民共和国消费者权益保护法修正案》，针对网络时代经营者和消费者行为进行规范，成为这次新消法的亮点。

根据新消法，除了消费者定做的鲜活、易腐产品，消费者拆封的或者在线下载的音像制品、计算机软件等数字化商品，交付的报纸、期刊等商品外，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，退回商品的运费由消费者承担。

为保障消费者利益，新消法规定如果第三方平台不能够向消费者提供经营者真实的联络方式，包括真实名称、地址、有效联系方式等信息，平台应对消费者先行承担赔偿责任。所谓“先行赔付”，就是当经营者不在的时候，消费者可以向市场主办

单位提出赔偿，然后再由市场主办单位对经营者进行追偿。

新消法通过完善三包、格式条款、缺陷产品召回等规定，强化了经营者的义务。对于机动车、计算机、电视机、冰箱等耐用消费品的质量投诉问题，新消法建立举证倒置机制。即商品或服务发生质量问题六个月之内，厂家具有举证义务。通过重新界定消费者协会的性质和职责，建立消费公益诉讼制度，减轻消费者举证负担，着力解决维权难问题。

新消法还强化了虚假广告发布者的连带责任。将一般性欺诈行为的赔偿数额，由过去的加倍赔偿提升到商品或服务价款的三倍。新消法加大了对违法行为的惩处力度。规定对商户违法所得进行没收，并处以一倍以上十倍以下罚款。商户没有违法所得的，处以50万以下罚款。同时，违法行为将计入信用档案，向社会公开。（来源：央视新闻频道）

上海自贸区“跨境通”电商平台将上线运行

中国(上海)自由贸易试验区运行伊始，由东方支付投资、上海电子口岸搭建的跨境电子商务服务平台“跨境通”已基本建成，目前正在测试运行，待通过海关总署验收后即可上线运行。

“跨境通”作为首批入驻自贸试验区的项目之一，是国家发改委委托海关总署实施的跨境贸易电子商务服务试点。平台直接与海关统计系统连接，可以实时统计购买行为，形成对信息流、资金流、物流三维信息的合一比对、实时监控，实现商品的有效查验，及进口业务在交易过程中所有申报数据可控、可视化和可追溯，解决跨境电子商务无法有效监管的问题。

对消费者来说，“跨境通”平台合作商户经过海关备案，避免消费者买到假货。产品方面，平台全程电子化管理可实现商品追溯，平台上的每件产品清晰表明商品价格、进口关税和物流费用，购物渠道更规范透明，价格也比境内实体店更实惠。其中关税按照行邮征收，比一般贸易进口关税低。购

物流方面，消费者须经过实名认证，并确认商品符合海关规定的个人物品合理自用数量及限定金额，方可购买。

目前，跨境通测试平台上已有CK、Coach、Burberry等多个境外品牌入驻，支持联邦快递、北京明邦运通两家物流，且已与中国银联、上海银行、民生银行等展开合作。

据悉，上海自贸区计划建设大型免税商品仓储中心，并通过专门的跨境电子商务平台直销给国内消费者。“跨境通”平台的开通，有利于规范我国境内消费者购买境外消费品的商业渠道，并规避中转代购过程中伴随的资金和质量风险，更有利于避免因监管缺失，我国进口商品税收收入大量流失的现象。

同时，上海自贸区鼓励境外供应商在上海自贸区内成立全球分销中心，通过电子商务模式直接向中国消费者进行B2C销售，境外品牌可以在自贸区内设立保税仓库、保税展示基地等。此种模式减少了过去传统贸易中的一些不必要的中转或者中间环节，降低了贸易成本。

随着自贸试验区的发展，“跨境通”将吸引更多境外知名品牌电商入驻，开创海外优质商品从仓库到境内消费者的直销模式，有望为国内其他地区跨境电子商务的发展提供可以借鉴的经验，促进我国跨境电商业业务逐渐合法化、正规化。（根据中央电视台相关内容编写）

百货行业扎堆谋转型“O2O”成共同选择

中国商务部数据显示，截至2012年，国内连锁百强流通企业中已有62家开展了网络零售业务。目前在传统百货领域，一股“O2O”的浪潮正在袭来，已有天虹商场、海宁皮城、友阿股份、王府井、徐家汇、南京中商等企业宣布触网，涉足“O2O”。天虹商场推出了微信平台产品“微信逛街”；友阿股份宣布与腾讯合作建设“友阿微购”微信公众平台；海宁皮城上线了“海皮城”电商平台；徐家汇商城目前引进的“太平洋馆”，直接将

商圈内太平洋百货的商品引入到线上；南京中商正在推进“O2O”项目的建设。此外，步步高、宏图高科、南京新百、南宁百货、大商股份、新世界、中兴商业、杭州解百等也一度传出涉足“O2O”的消息。（来源：根据《每日经济新闻》相关内容编写）

五矿电子商务平台年底上线

依托“中国钢铁流通e联盟”为基础的五矿电子商务平台将在年底上线，联盟是由五矿发展牵头国内部分钢材仓储物流企业、钢铁商贸流通企业、信息技术企业与服务企业发起成立。根据五矿的战略规划，覆盖全国的数字化钢材仓储物流体系搭建完成后，电子商务平台将尝试提供诸如“钢材网上超市”等扩展服务。

目前，以信息化为支撑的钢贸电商建设将成为行业未来发展的主要方向。为了改变目前钢贸行业分散混乱的经营格局，需要逐步建立行业统一标准，实现企业间信息数据的交换共享，为资源跨区域调配建立统一的信息服务平台。（来源：《中国证券报》）

2013第四届中国电子商务博览会在北京召开

10月9日，2013年中国电子商务博览会开幕，吸引京东商城、阿里巴巴等116家电子商务企业参展，展览面积为8000平方米。电商博览会已经成为中国乃至亚洲地区规模最大的电子商务行业会展平台。

与上届相比，参展商由网络零售为主扩展到涵盖网络零售、电商外包、网络营销、第三方支付、软件支持、网络通信、快递物流、社区媒体等电商产业各个环节。电子商务服务企业数量超过本次博览会参展商总数的50%。博览会揭晓了2012-2013年度网络零售百强企业，我市腾讯旗下的易讯网进入十强名单，还举行了中国电子商务成长研讨会、品牌全渠道网络分销洽谈会、电子商务分销推介会系列活动，旨在为供需双方提供现场一对一接洽的机会，帮助品牌商全面拓展电子商务分销，贯通B2C渠道，并为分销商提供优质、稳定的品牌货源。此外，博览会作为

首届北京惠民文化消费季的展销板块，充分展示电商行业品牌，搭建商机发布和交易洽谈平台。（来源：新华网）

上海市商务委举办2013中国(上海)国际网络购物交易会

11月1-3日，由商务部批准、上海市商务委员会主办的“2013中国(上海)国际网络购物交易会”在上海世贸商城举行，覆盖传统企业、电商零售企业与电商服务企业300多家。

展会以“区域合作、内外贸融合、进口贸易促进、线上线下互动”为主题，现场设立“电商体验馆”、“国别电商馆”、“生态农业食品馆”、“跨境电子商务馆”四大馆区，涵盖食品、农副产品、服装、生活旅游、汽车整车及保养服务、家居、进口产品、生活百货等八大品类。此外，本次展会运用微信扫描送礼、手机APP抽奖、二维码购物、现场在线商城试用等一系列网络新技术实现展品展示和体验。

本届展会会场面积10000平方米，以会展的模式建立电商、供应商、服务型企业之间的电商产业链，是集展示交易、经验分享、线下体验等三大功能为一体的展示交易平台。据悉，今年上半年，上海电子商务增长迅猛，实现交易额4548亿元，同比增长26.1%。其中，网络购物的交易额达到798亿元，同比增长六成。（来源：《国际商报》）

国家邮政局和工信部发布关于推进快递服务制造业指导意见

10月16日，国家邮政局、工业和信息化部联合发布《关于推进快递服务制造业工作的指导意见》，支持大型制造企业依托快递网络开展综合集成制造和分销配送，促进全国性快递网络建设与大型制造企业空间布局的有效衔接；支持纺织服装、鞋帽、工艺品等制造企业探索网络直销等发展模式，依托快递网络提供试穿、退换货、产品功能展

示等特色服务。

《意见》提出要在技术密集型制造业、制造业规模化发展等6个重点领域推进快递服务制造业的发展。支持技术密集型制造业通过服务外包优化生产流程，依托航空快递、限时快递等方式开展精益制造和准时制造。鼓励快递企业开发“一站式”整合服务和电子运单、简易组装等定制服务。鼓励快递企业提供样品、设计图样等限时寄递，提供从厂商到最终用户的产品递送方案。支持快递企业在中小制造企业集聚区建设物流服务平台，提供公共仓储配送等多样服务，降低中小制造企业运营成本。支持和推动有条件的快递企业通过自建、合作、并购等方式设立境外分支机构，为制造业“走出去”提供配套服务。

《意见》的出台将有助于制造企业通过快递公司把货物运输给客户，再利用快递公司的代收业务收款，客户在看到实物后付款，可改变制造业企业传统的销售模式，缩减制造业企业的成本，提高企业的效率。（来源：中央政府门户网站）

平安、阿里、腾讯联手启动众安保险

11月6日，平安马明哲、阿里巴巴马云、腾讯马化腾齐聚上海，联手启动众安保险。众安保险是国内首张获得互联网保险牌照的公司，总部设在上海，注册资本金为10亿元，定位是服务互联网。

众安保险业务主要包括电子商务、移动支付和互联网金融三大领域。其产品面向线上销售，围绕互联网交易中卖家的信用风险、产品质量风险、退换货风险，以及物流环节的丢失、延迟风险；还有社交群中的相互担保增信保证保险及游戏中的虚拟财产保险等，开发定制相应的保险产品。

此外，借助互联网数据和技术，帮助网络创业者解决融资难的问题，也是众安的重点发展方向之一。众安保险代表称，众安保险不是将传统保险平移到网上销售，而是根据互联网的特点对传统保险如何上线进行重新设计，是一家基于数据的创新型

互联网保险公司。初期不会把赚钱、盈利和保费规模作为首要的目标，而是希望一两年之内确立互联网保险的模式，包括销售、营运、管理、风险控制、数据等一套相对可控的、可靠的体系和经验。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

亚马逊推出在线支付服务抗衡PayPal

10月8日，亚马逊宣布推出名为“用亚马逊登陆并支付”的在线支付服务，其功能和外观非常类似PayPal的支付按钮，旨在为消费者提供信用卡和PayPal之外的支付选择。服务旨在帮助消费者通过利用保存于亚马逊网站中的信息在第三方平台上完成交易和支付，简化用户购买流程。

亚马逊借助这项新服务将抗衡PayPal在线支付领域的优势地位。PayPal当天也推出了一项店内支付新服务，允许用户使用手机上的高级条形码或特别密码编码进行支付。

据悉，亚马逊进军在线支付市场的最大资本是其规模，该公司目前拥有活跃用户约2.15亿人，超过PayPal近40%。但使用亚马逊在线支付服务的零售商将失去访问和分析消费者数据的机会，因为亚马逊宣称，将不会与任何使用其服务的零售商共享用户信用卡信息。（来源：凤凰科技）

天猫家居O2O触动传统渠道利益 遭抵制被迫叫停

今年天猫“双11”活动首次提出O2O模式，即线上线下联动，消费者可以去家居卖场看货，通过网络下单。天猫还鼓励商家在线下实体店挂天猫的LOGO、贴标识、扫二维码、收优惠券，并安装支付宝POS机，将款项直接刷到支付宝上。

为抵制天猫，红星美凯龙、居然之家和集美等19家实体家居卖场出台规定，严格禁止任何商户以任何形式在卖场内传播或推广天猫以及其他电商线上的“双十一”促销活动。同时，10月23日中国家具

协会发布《中国家具协会市场委员会关于规范电子商务工作的意见》。意见明确指出，厂家和商户在线上开展低价促销时，要向卖场等主要合作伙伴进行通报并将卖场的价格调至与线上一致；未经卖场允许，不许利用卖场的商标商号进行宣传，不许通过电商移动POS将卖场的业务转至他处进行交易。面对这样的情况，天猫于11月4日给所有家装品类商家发邮件表示，商家可以在15日之内以书面通知的形式解除之前签订的O2O补充协议。

业内人士认为，天猫促销活动引发传统卖场强烈抵制的原因是触及了卖场的核心利益。电商把POS机放在家居卖场，不仅抢走了客流量，还抢走了现金流。传统的家居卖场对现金流的需求十分庞大，卖场一般采用租金+资金占用的模式，其在统一收取商户的营业收入后并不是立刻将款项返还给商户，而是扣除租金之后，在约定的时间内把营业额还给商户。支付宝POS机将消费者的购物款直接打入支付宝，卖场就无法获得这部分收入，这直接触及了卖场的利益。

电子商务是大势所趋，网上购物已经成为重要的消费流通模式，传统的家具卖场要认识到电子商务的重要性，要加大对卖场设备设施的投入，推进信息化管理系统的升级，为厂家和商户开展电商提供良好的交易环境。实际上，除了自建电商平台，传统卖场与天猫的矛盾并非不可调和，关键是找到合适的合作模式。

（来源：根据腾讯科技相关内容编写）

深圳市电子商务服务中心简介

深圳市电子商务服务中心（以下简称“电商中心”）于2010年4月经由深圳市政府批准成立，是国内电子商务领域最早成立的社会化、公益型产业服务及促进机构。电商中心首创国内“电子商务大讲堂”产业服务项目，并连续三年举办在华南地区极具影响力和辐射力的中国（深圳）电子商务发展论坛，参与单位覆盖珠三角电商企业及传统企业；先行先试实施全市电子商务全面调查及年度统计，建设电子商务统计网上直报平台，为我市政府决策部门及统计局提供产业核心数据；与国家电子商务专家、国内知名咨询机构及我市重点高校建立紧密合作，共同开展电子商务领域的课题研究；参与我市重点电商平台“深商e天下”深圳商品网上市场建设，引导我市电商平台企业、传统企业拓宽线上产品展销渠道。电商中心自成立以来一直秉承“服务政府、服务企业”的宗旨，集聚社会资源，致力构建“政企对接、产业协作”的第三方公共服务平台，业已成为深圳创建首个国家电子商务示范市的重要基础支撑单位。

电 话：86-755-88916858、88916846

邮 箱：ds@szfetsc.com.cn

地 址：深圳市福田区金田路4028号荣超经贸中心大厦六楼

邮 编：518035

网 址：www.szecsc.org.cn

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：dsdt@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