

电子商务 **动态**

2015年第4期（总第19期）

◎**热点追踪**

深圳跨境电子商务试点在创新中前行

◎**业界交流**

深圳跨境电商零售出口增长催生海外仓业务兴起

◎**特别报道**

跨境电商成为深圳腾飞新窗口

——2015年深圳跨境电商物流与供应链服务发展论坛专题报道

◎**数据观察**

我市第三季度电子商务交易额达4522.2亿元

天猫“双11”期间深圳交易额位居广东省第一

◎**行业动态**

深圳跨境电商试点通过国家验收

我市出台开展跨境贸易电子商务通关服务试点指导意见

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



2015年11月30日 第十九期

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 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 吴宇帆

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：88916851

传 真：83786186-8888

电子邮箱：dsdt@szecsc.org.cn

（印数 1000 册）

◎ 卷首语

“+互联网”与“互联网+”01

◎ 热点追踪

深圳跨境电商试点在创新中前行02

◎ 业界交流

深圳跨境电商零售出口增长催生海外仓业务兴起06

◎ 特别报道

跨境电商成为深圳腾飞新窗口09
—— 2015年深圳跨境电商物流与供应链服务发展论坛专题报道

◎ 数据观察

我市第三季度电子商务交易额达4522.2亿元12
天猫“双11”期间深圳交易额位居广东省第一12

◎ 行业动态

深圳跨境电商试点通过国家验收15
我市出台开展跨境贸易电子商务通关服务试点指导意见15

◎ 电商大讲堂

“共谋O2O浪潮中的时尚产业发展之道”沙龙举办25
跨境电商如何掘金海外新兴市场系列沙龙之“探索神秘的东南亚市场”举办25

“+ 互联网”与“互联网 +”

传统产业的互联网化可分为两种模式：“+ 互联网”模式与“互联网 +”模式。在信息化浪潮的推进下，越来越多的传统企业都去“拥抱”互联网，即在自己的业务流程或者经营方式上，添加互联网色彩，这便是“+ 互联网”模式，但总体来看效果欠佳。王府井百货在2007年便开始涉足网上商城，这些年一直在推行全渠道战略。但是最近公布的该公司2014年年报显示，电子商务项目建设亏损已超过4000万元。诸如银泰百货、利群百货、新世界百货、武汉中百等知名电商项目也都步履艰难；银泰改为在天猫上开旗舰店，同样侵蚀其线下资源。

采用“+ 互联网”模式，意味着企业没有改变其原有的经营理念和传统的商业模式，只把互联网当作新增量渠道，这使得企业难以整体转型，也难以获得资本市场的追捧。现实对此的回答是：不贴近用户就很难适应日新月异的需求变化；不建立开放的平台模式，不去充分利用第三方资源就无法满足用户多样化需求和各种新颖体验，王府井百货的电商与天猫相比就输在这里。

相反地，采用“互联网 +”模式的企业通常是那些原先没有传统业务的所谓互联网企业。他们边缘进入、贴近用户以后，往往采用开放式平台的商业模式，并在互联网以及云计算、大数据等技术创新的支持下，正呈现出旺盛的生命力、巨大的市场空间和竞争优势。“阿里健康”杀入互联网医疗，患者将处方上网，由各家社会药房抢单，而平台向患者和药房双向补贴。未来的网络医院一定会是个开放的平台。在医师多点执业、第三方医学机构独立检验等环境支持下，网络医院上的医生或许就像淘宝上的商家那样，有很大的自主性；而去网络医院看病的患者，也会像在淘宝上购物那样，有很强的选择能力。这样的平台模式显然是传统医院以及其他传统业务模式难以企及的。

两种模式之争还在进行中。金融企业的高管们不断强调，互联网金融也是金融。这话是对的，迄今为止，传统企业依然占据着金融核心业务的位置。问题是，那些年轻的还在边缘的互联网企业，正贴近用户，把那些“高大上”的传统巨人分割、包围，不断减少他们对用户的控制力和影响力；他们采用平台模式，以更加开放、更加便利和更加多样化（目前还不能说更加安全）的服务方式形成和积累自己的优势。未来，虽然未必就一定“喧宾夺主”，但威胁确实是强有力的。

传统企业要想“破茧成蝶”，需要具有更大的勇气和智慧，他们在粘住既有用户、拓展垂直领域并利用高端用户延伸业务等方面仍有一定的空间。传统企业要努力打造开放式平台，创新商业模式，避免因担心传统模式利益流失而减缓新模式新业务的发展。

虽然互联网企业气势如虹，但最终胜负还得看“地里的收成”。在未来的精耕细作环节中，彼此都需要适应新环境、新生态。总之，无论是传统企业“+ 互联网”，还是互联网企业“+”入传统产业，最终谁胜谁负，可能很大程度上聚焦在平台模式的决战：谁能把平台建大建新、信息流畅、模式新颖、体验良好、成本低廉、利用有效、为客户创造价值，谁就是互联网时代的最后胜者！

摘编自《新华文摘》

深圳市跨境电子商务试点在创新中前行

创新是深圳发展永不衰竭的动力，也是其在国家层面改革行动中领先的优势所在。2013年我市获得海关总署批复，成为我国较早开展跨境电商零售出口试点的城市。2014年，国务院同意前海开展跨境电商进口试点。

为支持深圳跨境电商发展，市政府各监管部门在进出口外贸旧有模式上进行大胆改革，突破瓶颈。深圳海关出台支持跨境电商“实招”：启动国际贸易“单一窗口”建设，推广进出口报关单通关作业无纸化，对符合条件的跨境电商实行全年无休日、24小时办结手续，实施卡口智能核放，优化监管流程，提高通关效率；国检部门以服务企业为导向，简政放权，实行入境物品备案“负面清单”管理；外管局成功协助深圳“财付通”和“钱宝”两家支付机构获得全国首批跨境支付业务试点资质。

这些创新性改革，推进了深圳海关、检验检疫、外汇支付等监管模式的探索，产生了一批制度创新成果，为推动全国跨境电子商务试点、加快发展跨境电子商务、促进传统外贸转型升级形成一批可复制可推广的制度经验。

几年来，深圳跨境电商交易额呈快速增长态势。据深圳市电子商务服务中心统计，2014年我市跨境电商交易额达到170.4亿美元，同比增长27.3%，占我市当年外贸进出口总额的3.5%；今年前三季度深圳跨境电商交易额226.8亿美元，同比增长105%。涌现出了走秀网、品尚汇、递四方、环球易购、傲基、有棵树、爱淘城、赛维、通拓、价之链、UX168等一批跨境电商优秀企业。异军突起的跨境电商已成为我市转变外贸发展方式的重要抓手。

一、创新是我市跨境电商试点的亮点

试点就是要在旧体制上进行突破，在旧模式上进行重构。跨境电商试点首当其冲地是对现有体制的梳理和改革，减少束缚电子商务发展的机制体制障碍。深圳在跨境电商试点中着力解决监管模式与发展需求不适应的瓶颈，在制度建设、业务管理、信息支撑、深化应用的创新中亮点频显。

（一）制度建设的创新

我市开展跨境电商试点以来，以优化监管机制为突破口，推进制度创新。先后制定《深圳市推进跨境贸易电子商务服务试点实施方案》、《深圳市开展跨境贸易电子商务通关服务试点的指导意见》。目前我市正在研究制定《深圳市推动跨境电商快速发展的若干措施》。同时，各管理部门已开展制订涵盖主体及关、检、汇、税等政策法规体系，提高监管及服务水平。

1、深圳海关在监管政策上，明确企业备案、商品备案、“三单”数据传输、物品清单申报等法定环节；开发前海湾保税港区海关监管系统；制定《深圳海关跨境贸易电子商务网购保税进口试点实施方案》，印发《深圳海关前海湾保税港区跨境电子商务零售出口海关业务操作指引（试行）》、《深圳海关前海湾保税港区跨境贸易电子商务网购保税进口物品海关业务操作规程（试行）》、《深圳海关跨境贸易电子商务试点企业海关备案操作指引（试行）》、《深圳海关前海湾保税港区跨境贸易电子商务试点现场海关人工应急操作处置指引》等操作性文件。同时，为保护消费者权益，深圳海关研究制定了前海湾保税港区保税展示交易暨跨境电商电子商务进口消费品直销中心监管方案，满足了

企业快速配送和展示商品自由调度需求。此外，深圳海关还与龙岗区政府合作研究建设加贸电商平台，探索加工贸易产品销售 M2C（“工厂到消费者”）模式，帮助企业拓展国际国内终端市场。

2、市检验检疫局出台《深圳地区跨境电子商务检验检疫监督管理办法（试行）》，建立了“事前备案评估、入区（境）检疫、区内监管、出区核查、事后溯源”的监管模式，较好地兼顾了守住安全底线和促进产业发展两者的需要。同时，检验检疫局参与承担一个国家发改委项目，制定了六项引领性的跨境电商质量标准；牵头编制的跨境电商领域标准《网上交易进口商品质量信息规范》弥补了该领域地方标准的空白。9月28日，全国首个跨境电商检验认证联盟在深成立，该联盟将主动对接跨境电商企业、检验认证机构、消费者以及政府部门的需求，通过定期发布跨境电子商务产品质量指数，构建“统一开放、公平竞争、监管有效、诚信有序”的跨境电子商务检验认证市场。

3、市外管局在跨境电子商务金融服务创新方面，提出以下措施：

（1）扩大跨境电子商务外汇支付业务试点。支持更多符合条件的支付机构参与试点，不断扩大试点业务范围、交易限额和业务模式，为跨境电商企业提供便利的资金结算渠道。

（2）鼓励个人开展跨境贸易电子商务。允许符合条件的个人开立外汇结算账户，直接在银行办理涉及跨境贸易电子商务的外汇收支及结售汇，促进跨境电商结算便利化。

（3）推动跨境人民币支付结算。鼓励跨境电子商务活动使用人民币计价结算。支持银行业金融机构与支付机构开展业务合作，丰富电子商务跨境人民币业务产品，为企业和个人的电子商务活动提供优质的跨境人民币结算服务。

（4）支持跨境电子商务金融创新业务。

鼓励银行机构、支付机构、第三方电商平台和外贸综合服务企业，规范开展互联网支付产品和服务的创新。

4、市市场监督管理局出台《关于促进跨境贸易电子商务市场健康快速发展的若干意见》。从建设可信交易环境、加强与境外第三方机构合作、强化知识产权保护、健全纠纷解决机制、打击违法违规行为等五个方面拟定具体措施。针对国际间贸易商品和服务标准不一致而导致贸易纠纷的问题，积极开展标准研制，推动国际标准互认，强化标准引领，推进跨境电商标准与国际标准接轨。

（二）业务管理模式的创新

1、创新便捷通关监管模式，提升通关服务效能。

在监管模式上，深圳海关在前海湾保税港区开展“特殊区域出口”和“网购保税进口”模式试点，其中，对出口企业和商品实行账册管理；对进口企业和商品实行事前备案。对于出口试点“特殊区域出口”模式，创新推出“暂存入区”的监管措施，即商品实际出境后填写出口报关单向海关办理通关手续，彻底解决企业出口退税和商品退货返销回国内的难题；对于进口试点“网购保税进口”模式，通过提前备案、系统“三单”比对审核清单、汇总纳税等措施，实现了“管得住、通得快”。

在降低企业通关成本方面，创新实施归并申报制度。在“特殊区域出口”监管模式中，允许企业归并申报：对不涉及监管证件（包括通关单）的商品，可按商品编码前8位相同归并申报出境备案清单；对不涉及监管证件（包括通关单）、不涉及税费的商品，可按商品编码前8位相同归并申报出口报关单。

在快速通关方面：一是为企业提供全天候“预约式”通关、货到海关监管场所24小时内办结通关手续等服务。在个人办理物品的进口通关业务时，可以由保税港区区内企业向海关提前办理担保手续，物品在实际

进口环节无需逐票办理征税手续，可以快速通关放行，待一段时间后再由区内企业汇总相关数据，向海关集中办理税款缴纳等通关手续。二是为适应跨境电子商务进口商业运作需求，深圳海关率先将物品清单与商品的订单、运单、支付单利用电子网络进行智能比对。企业可在保税港区提前免税备货，按订单发货，事后征税，从而为消费者节约成本，并可全程追踪物流。同时，由于引入网络信息化管理，商品通关速度会加快。

在风险防控上，深圳海关采取事前备案、事中监管、事后监控的方式，掌握试点商品种类和风险，防范税费漏缴风险。通过三单与物品清单比对，构建商品集中查验模式。

2、创新检验检疫通关无纸化、一体化、便利化的监管模式，提升跨境商品质量和交易速度。

深圳检验检疫局通过“互认、采信、溯源、联控”环节，将检验监管前推后移，打造深圳特色的检验检疫服务。具体措施是：（1）推进深港检测和监管互认，推行港货直销的模式；（2）采信第三方检测结果，成立“跨境电商检验认证联盟”。改革传统报检抽批监管模式，建立信用监管制度，助力建设全球“快捷购物、质量电商”示范基地；（3）应用二维码技术溯源管理，实现消费者共同参与监管；（4）加强联控联查，推动“一站式”综合执法，大力推进“单一窗口”建设以及“三个一”联合查验等工作，最大程度地实现通关无纸化、一体化、便利化。目前，由前海备货模式进口的跨境电商产品，最快可实现3小时分包通关出区，广东地区及各大城市可在24小时内送达消费者手上。

3、创新跨境电子商务金融服务。

深圳外管局于2013年9月，成功协助深圳“财付通”和“钱宝”两家支付机构获得全国首批跨境支付业务试点资质；在试点工作中，目前外汇局根据非现场或现场核查结果，结合企业遵守外汇管理规定等情况，

对企业进行分类管理，有助于我市建立跨境电子商务信用综合评价体系。

4、创新实行出口退税“无纸化管理”和“分类管理”。

市国税总局于2015年5月1日起对注册地址在前海、蛇口自贸区内的出口企业和其他单位试行出口退税无纸化管理。该措施实现申报、证明办理、审核审批、退库等出口退（免）税业务无纸化，切实方便出口企业办理退税，提高税务机关退税审核审批的效率。同时，于2015年3月1日起按照出口退（免）税企业的资产状况、纳税信用等级、内部风险控制等将企业分为四类，实施差别化管理。对管理类别为一类的出口企业简化管理，提高出口退税速度，提升管理效率。在切实提高跨境电商出口退税业务方面，深圳国税局创新性地以加盖海关公章的纸质入区集报清单作为辅助材料办理出口退税业务。2014年6月10日，全国首单全程在9610项下操作的跨境电商出口退税单在前海诞生，具有里程碑的意义。

（三）信息支撑体系的创新

1、市跨境贸易电子商务通关服务平台上线运行。

2014年，市政府出资委托南方电子口岸搭建“深圳市跨境贸易电子商务通关服务平台”，经过一年多的开发、测试、联调和试运行，该平台于今年11月正式上线。平台将跨境电商企业的交易、支付、物流信息数据与关、检、汇、税、市场监管等政府监管系统实时对接，使监管部门能够及时掌握跨境电商的真实交易情况，做到提前审核、提前监管、真实有效、信息共享。平台上线运行标志着深圳跨境电子商务的信息化高速公路建成“通车”，对推动深圳跨境电子商务规模化、阳光化、便利化，实现跨境电子商务“单一窗口”管理具有重大意义。

2、建设跨境贸易电商有关部门的信息化监管系统。

深圳海关监管系统：深圳海关依托前海保税区信息化管理系统，新增跨境电商专用功能。根据试点进展变化，搭建深圳海关跨境电子商务监管系统，优化海关系统软件程序，采购硬件设备，升级系统性能；积极推进监管系统与通关服务平台的对接。海关目前能满足 50 万票 / 天的业务规模，达到试点目标，量化指标达到年内试点业务快速通关的需求。

检验检疫监管系统：深圳检验检疫局于 2015 年 5 月 25 日完成跨境电商经营主体备案、商品评估、三单信息采集、入区申报、出区核销等所有模块的建设；6 月 10 日接入深圳市跨境电商通关服务平台。目前，该局通关服务平台已完成与前海湾保税港区内招商保税旗下 18 家代理报关报检企业的系统对接，现正陆续与区内其他电商企业完成全面对接。

可信交易保障系统：市市场监管委积极开展跨境电商可信交易保障系统的建设，包括数据传输与交换、企业主体备案、信用信息填报与查询、商品质量与产品准入壁垒、交易信息查询、知识产权促进与保护、在线非诉讼纠纷解决、门户信息、系统管理等九大功能模块，目前已与通关平台对接并上线试运行，完成跨境企业备案 4000 余家。

3、推动电商企业、支付企业、物流企业系统改造。

我市利用产业发展专项资金对深圳企业通过“阳光化”通关渠道开展跨境电商业务给予重点支持，以引导和鼓励跨境电商企业规范化运作。

（四）跨境电商应用的创新

根据《深圳市推进跨境贸易电子商务服务试点实施方案》，我市鼓励具备条件的跨境电商企业、物流企业、支付企业，在前海湾保税港区开展“特殊区域进出口”试点，待条件成熟后试点区域拓展至邮政快件监管中心、国际邮件处理中心、机场快件监管中

心、UPS 国际转运中心等区域，并开展“电商包裹出口”和“电商直购进口”试点，在海关指定电商仓库和物流仓库开展深圳转运香港邮、快件零售出口试点。今年 1-9 月，蛇口海关备案各类电商企业 120 家，备案商品 5.89 万种。我市在海关“9610”和“1210”项下实现跨境电商进出口 1.13 亿美元，其中出口 1530 万美元，进口 9603 万美元。同时，我市鼓励保税展示场所与跨境电商模式结合。前海目前已有华润“e 万家”、腾邦“海捣网”、星辰电商“星辰汇”、联银金融“开心购”、德国商品馆等实体店开业。12 月 7 日，前海港货中心将对外营业。

二、若干制约发展的问题

尽管我市跨境电商试点取得显著成绩，但从跨境电商发展需求看，仍存在若干制约瓶颈。

（一）轻资产带来企业融资难

跨境电商是典型的轻资产行业，其特征是少有抵押物，人力资本是企业最重要的核心价值组成。因此，按照原有的融资标准，跨境电商企业难以从银行等资本机构获得融资。

（二）促进电商的税收政策需注重可操作性

现行的部分税收政策与跨境电商行业的创新运营模式并不相适应，电商零售出口货物“退免税”等方面存在问题：

一是部分电商采购商品难以获得可抵扣进项的增值税发票，特别是向小供应商采购，获取增值税发票非常困难；同时，跨境电商企业向第三方收款机构 Paypal 支付的手续费也无法取得发票。

二是跨境电商存在退税周期长的情况。跨境电商零售出口业务有小批量、多批次的特点。对于具有进货凭证的企业，退税周期长，影响资金周转。

（三）行业监管需进一步加强

目前跨境电商出口市场存在卖家通过第

三方平台将以往传统外贸渠道难以出口的假冒伪劣、侵权低质产品直接发货给买家的行为，影响境外用户对“中国制造”产品的体验，不利于行业发展。同时，税务申报存在少报、不报的现象。

三、对策浅析

跨境电商试点还需要在体制、机制改革上进行深入而务实的探索，从现状看，以下几点应优先考虑：

（一）进一步拓宽融资渠道

针对跨境电商平台企业普遍少有固定资产的情况，建议将有订单、资金流水、发货记录等完整贸易链条证明的交易认定为真实交易，尝试以经营情况来评估企业风险承受能力，从而给予信用贷款。鼓励金融机构针对跨境电商业务特点推出新的金融产品，满足企业融资需求。

（二）加大税收政策扶持力度

针对跨境电商推出税务优惠政策，鼓励其做大做强。对于跨境电商零售出口企业无法获取可抵扣进项增值税发票的情况，建议研究制定税务管理操作规范，给予合理引导，帮助其实现走向“阳光化”。

（三）以前海跨境电商综合改革带动全市试点

结合前海在战略叠加、区位交通、深港合作、优惠政策、制度环境、产业支撑等方面的独特优势，向国家积极申报中国（前海）跨境电商综合试验区，争取有关部委支持，依托深港两个超级空港和海港的资源，打造以前海为核心，与大铲湾、西部港区、深圳机场、机场快件监管中心等区域联动发展的深港跨境电商产业生态圈，为我国试点工作提供可复制、推广的经验。

（四）构建和推进试点中的协同机制

各部门、各单位的协同和配合是我们各项事业顺利、健康、快速发展的保证，跨境电商的发展也不例外。一是政府各有关部门的监管要协同，不能各搞一套，应互相协商、互相支持、互通信息，建立统一的监管窗口。二是政府和企业要互相协同，政府要向企业及时公开有关信息，帮助企业解决跨境电商运转中的瓶颈；企业也要积极配合政府的工作，及时向政府反映情况，大胆提出自己的意见和建议，共同促进跨境电商产业的发展。

（根据市经贸信息委生产服务业处提供资料编写）

深圳跨境电商零售出口增长 催生海外仓业务兴起

编者按：

深圳集中了国内主流的跨境电商 B2C 出口企业，凭借价廉物美的“中国制造”产品优势，通过自建网站、第三方平台的方式开展出口业务。从应用程度来说，以国际小包为代表的国内发货业务是最主要的物流解决方式。同时，随着参与跨境电商 B2C 出口业

务的竞争者越来越多，提升服务的时效性、扩充品类、精细化运营和售后服务，成为了新一轮竞争的焦点。

随之而来的是跨境电商 B2C 出口企业对于国外仓储物流服务的需求，本文旨在反映深圳跨境电商 B2C 出口企业在海外仓方面的建设和应用情况，以呈现海外仓这一新兴物

流模式的业态。

目前应用海外仓的深圳跨境 B2C 出口企业可分为三种类型：一类是应用第三方物流服务商的海外仓服务；一类是自建海外仓；另一类是自建和租用海外仓相结合。

观察 1：从深圳跨境电商 B2C 出口企业设立海外仓的时间来看，海外仓发展处于扩张阶段。

最早开展海外仓布局的企业有邻友通（2007 年）、递四方（2009 年）、出口易（2009 年），这些企业都是在 2010 年之前布局海外仓业务。目前深圳大部分建立海外仓的企业都是在近五年开始布局的，而且逐步加速扩张。例如，中国邮政速递物流在澳洲、英国、德国和日本的仓库预计 2016 年一季度全部上线。递四方预计今年将建成 22 个海外仓。有棵树将在德国、西班牙、波兰拓展业务。赛维明年将扩展美国和欧洲的仓库，在现有面积基础上增加至少一倍。

观察 2：第三方物流服务商和跨境电商 B2C 出口企业是参与建设海外仓的两类主体

目前参与建立海外仓用于跨境零售出口业务的企业分为两类：

一是第三方物流服务商，代表性企业有递四方、中国邮政速递物流、出口易（广州企业）、万邑通、顺丰速运、飞鸟国际等。

其中，递四方在海外有 11 个分公司，以自营模式拥有英国仓、德国仓、美国仓、澳大利亚仓等，员工 400 多人，海外仓总面积达到 7.5 万平米。

顺丰在海外 11 个国家设立了经营实体，业务覆盖近 200 个国家，设立了 23 个海外仓，其中有自营也有合作。

出口易在英国曼彻斯特与朴茨茅斯、美国旧金山、德国法兰克福、澳洲悉尼和香港

建成五大海外仓储。

万邑通于 2013 年在澳洲首建海外仓，随后建立了英、德、美西、美东四个海外仓。

二是跨境电商 B2C 出口企业，代表有傲基、有棵树、爱淘城、邻友通、浩方、DX、通拓、赛维、兰亭集势等。

爱淘城在美国、英国、德国、加拿大、日本、澳大利亚分别设立有海外仓，总面积约 2-3 万平米。赛维在美国和德国自建的海外仓面积大约 1.6 万平米。傲基在德国和法国自建的海外仓面积约 6000 平米。有棵树在美国自建海外仓面积约 6000 平米。邻友通在美国加州、德国汉堡分别设立海外仓，总面积约 2000 平米。

值得注意的是部分跨境电商 B2C 出口企业，例如傲基和有棵树，一方面拥有自建的海外仓，另一方面也在使用递四方、飞鸟国际（主要在英国市场）等物流服务商的仓储服务。

观察 3：深圳跨境电商 B2C 出口企业海外仓应用程度分为三种情况

一类是跨境电商零售进出口业务全部采用国内直发的模式，没有使用海外仓，例如蓝思。深圳大部分中小卖家，尤其是经营轻小件产品的商户一般采用这种模式。其优点是不占用库存，风险小，经营灵活。

第二类是采用国内直发与海外仓相结合的方式，但物流以国内直发业务为主。代表企业有傲基、有棵树等跨境电商企业，其海外仓的应用比例不高。2014 年有棵树在跨境 B2C 出口业务中使用海外仓的比例约 10%。傲基也是有选择性地使用海外仓服务，其应用海外仓的业务主要是其品牌产品。赛维使用海外仓业务的比例目前低于 50%。

另一类是采用国内直发与海外仓相结合的方式，但物流以海外仓为主。代表性企业有爱淘城、邻友通、浩方等。其电商零售出口业务使用海外仓的比例相对较高。例如，爱淘城在海外设立贸易公司，以海外仓备货

的模式开展业务，目前其运用海外仓的比例高达 90%；邻友通和浩方约有 80% 的业务也是采用海外仓模式。

观察 4：海外仓现在没有得到大范围应用与深圳跨境电商出口企业经营的产品特点、规模和发展阶段相关。

首先，功能型、大件的商品比较适合使用海外仓。而目前，深圳跨境电商 B2C 出口卖家经营的产品主要以 3C 配件类、家居用品等轻小件为主，大件商品较少，而重量在 350 克以下的轻小件产品适合小包模式。

其次，国内跨境电商零售出口产品附加值普遍不高，基本上属于无牌产品，尤其在国外发达市场的消费者心中认可程度不高，以低价策略生存，使用国内直发的物流方式可以规避海外仓备货造成库存难以消化的风险。

再次，使用海外仓业务，企业需要在海外建仓或租仓备货，中小微企业往往不具备雄厚的资金实力。但对于傲基等具有一定规模和资金实力的跨境电商企业来说，建立自己的品牌才是立足海外市场的长久发展之计，因此海外仓成为其品牌产品的物流解决方式。

观察 5：海外仓将成为深圳跨境 B2C 出口企业业务开展的趋势

首先，海外仓的主要优势是提升海外客户的消费体验，一般 3-5 日内都可以将货物送达到客户手中。

其次，目前深圳跨境电商 B2C 出口卖家经营的品类，逐步地从轻小件产品向大件产品扩充。小包模式适合产品重量在 350 克以下的产品；而体积大、比较重的产品应用小包模式成本高，就需要完善的海外配套物流仓储及售后服务来支撑。

再次，深圳跨境电商 B2C 出口业务竞争层面从批量扩充 SKU 转向实实在在做贸易，必然会批量采购，打造品牌，针对海外当地市场定制化地开发产品，海外仓备货成为标

配。中国邮政速递物流、顺丰速运、递四方等多家企业纷纷表示将加大海外仓的布局，以支持出口产品品类扩充这一趋势。

观察 6：跨境电商企业建立海外仓需要防范的风险

一是资金投入风险。海外仓投入资金比较多，要求企业具有一定的资金实力和销售规模。

二是违反海外当地法律法规的风险。企业需要了解海外当地的政策法规和税务环境，这点对于海外仓选址很重要。

三是因产品认证和质量问题导致的库存积压风险。企业以海外仓模式备货，由于是批量货物通关，出口产品需具有海外当地产品相关资质认证。如果产品质量得不到保障，就面临与海外当地政府监管部门的沟通协调问题。建议企业在备货前作好充分的市场调研和数据分析，优化供应链，减少库存积压的风险。

观察 7：跨境电商零售进出口业务面临的瓶颈

一是跨境电商零售出口产品需要加强国际互认。

目前存在中国跨境电商零售出口产品缺乏产品检测认证，或者国内认证不被国外监管部门认可的现象。由此使得物流服务商代理清关的时候，遇到国外监管部门的阻碍。或者国外政府监管部门在收到消费者举报的时候，中国卖家没有维权的依据。

二是跨境电商零售出口产品退回国内成本高。

在客户有退换货需求的情况下，跨境电商出口企业不能快速便捷地将产品退回国内。具体表现是：如果通过海运到国内，时间长且清关流程繁琐；如果通过快递或空运，则面临高昂的运费及进口征税的问题。

（作者：王与剑 管浩宇）

跨境电商成为深圳腾飞新窗口

——2015 年深圳跨境电商物流与供应链服务发展论坛专题报道

10月14日，2015深圳国际物流与交通运输博览会于深圳举行。在外贸进出口放缓的大背景下，快速崛起的跨境电商成为业界关注的重点之一。继去年首度亮相物博会后，跨境电商物流与供应链服务发展论坛于10月15日第二次登台，二十余位业界人士畅谈跨境电商和供应链。

综合嘉宾发言，目前跨境电商主要有以下几个关注点：一是趋势判断，跨境电商不仅是外贸以及电子商务下一个腾飞窗口，也是中国品牌走出去的渠道和推手；二是瓶颈分析，贸易碎片化带来的物流碎片化、订单碎片化和资金碎片化，给企业提出了挑战也提供了机会；三是拓展步骤，无论是国内企业还是海外来客，都建议设立境外实体展示中心，解决信任问题；四是机遇展望，企业在前海设立跨境电子商务分销中心将整合多方资源，有利于发挥前海集聚优势。

论坛由中国交通运输部、深圳市人民政府主办，深圳市物流与供应链管理协会、深圳市电子商务服务中心、前海供应链服务行业协会承办，俄罗斯远程贸易协会、比利时瓦龙州国际物流协会、大龙网、国际电商联盟鹰熊汇协办。

EWTO 设想：跨境电商成腾飞新窗口

阿里研究院与埃森哲联合发布的全球跨境 B2C 电商趋势报告显示，2014 年全球跨境电子商务（B2C 网络零售部分）市场规模为 2300 亿美元。就深圳而言，跨境电商正成为深圳外贸进出口重要的新型业态。

艾瑞咨询集团研究院院长曹军波在发言中提出 EWTO 构想。他表示，14 年前，所有人都在谈论 WTO 和入世，而现在的目光

都在聚焦“互联网+”，这意味着有机会实现一个“EWTO”。他指出，中国网络购物市场交易规模在 2014 年已达 2.8 万亿。这 2.8 万亿主要是以国内内需为主，一线城市为核心，偏重进出口和农村地区的交易结构。下一步腾飞的窗口将集中在跨境电商、行业电商和农村电商。

曹军波特别提到，去年全年中国跨境电商的规模达到 4 万亿，增速达 30%；这和当前传统的进出口贸易负增长的数据形成鲜明的对比。整个经济、社会、科技的发展，让我们可以更频繁、更高效地接触网络，从而更快速地推动跨境电商的发展。

傲基国际的杜波在发言中表示，以前在国际上谈论中国产品，大多数人觉得便宜；但现在走在欧洲街头，大家都在谈论中国品牌，最好的就是华为了。他认为，2015 年是中国制造品牌元年，跨境电商要把握机会，将中国制造、中国品牌、中国供应链推向世界。

腾邦集团董事局副主席孙志平也表示，腾邦目前在前海、福田保税区以及青岛、厦门、成都、贵阳等地陆续将海捣网落地。腾邦的下一步不仅仅在中心城市进行线下体验店的布局，更重要的是走入三四线城市。他表示，腾邦在从事跨境电商链接价值的过程中，核心的商业逻辑是通过互联网使产品市场与消费市场直接对接，并且要建立全球采购、全球交易的商业模式。他举例称，比如现在腾邦经营的法国葡萄酒，跨境电商的启示意义不是说仅仅供应给中国大陆的餐桌，而是通过互联网平台实现法国的红酒走到日本、越南、澳大利亚的餐台，这些都将是跨境电商这个概念的延展和扩充。他强调，

跨境不仅仅是跨中国的国境，更重要的是通过互联网使得全球经济一体化能够真正实现。

化解贸易碎片化：供应链企业仍有提升空间

贸易碎片化，产生物流碎片化、订单碎片化、资金碎片化，在东方嘉盛供应链股份有限公司副董事长孙庆平看来，这是跨境电商的三大瓶颈和难点，也是供应链企业服务突破和改进的发力点。

他在发言中提出，贸易碎片化会产生很多问题，尤其是对现在的中小商家。首先是交易成本高，生产厂家会要求采购商全部现金支付，而且这种出口模式不能享受出口退税，此外售后服务也难以跟上，甚至没有什么售后服务。

贸易碎片化给供应链企业提升附加值提出了三个挑战：首先是物流的碎片化，每一单小，但是很密集；然后是订单碎片化，客户订单小，量成比例的上升，但总金额实际上没有大幅度上升；最后是资金碎片化，支付需求急切，数量多金额小。

如何解决碎片化问题？孙志平提出用集中整合采购解决物流碎片化，根据历史成交量帮助一些中小型的客户进行集中采购，然后通过批量报关、仓库托管，海外配送，实现正常的退税，甚至可提前退税。但他表示，在跨境电商的热潮里面，打造真正的一站式服务体系，还存在两个风险需要控制：一是信用风险。客户大多数都是中小型的商家，资金、实力都有一定的局限，有失信的危险。二是IT系统风险。贸易碎片化要求供应链企业有很强大的IT系统处理能力。

朗华供应链副总裁欧阳志军在发言中表示，深圳对全国来说，是供应链的发源地。供应链的形态在不同环节有不同的创新和发展，形成了不同特点的供应链公司，这些供应链公司在各自的领域通过创新促进外贸进

出口的发展。欧阳志军提出以下两个创新点：

一是形成了一个跨境闭环的供应链金融创新。企业做出口的时候，境外的应收账款通常有一个要收回的时间，朗华将这笔应收账款盘活用以原材料进口，就形成了资金的闭环。整个资金的流通，从采购到生产到出口再到采购，这个闭环的风险相对来说是比较小的。

二是不仅仅关注贸易融资领域的创新，还应把眼光放在整个供应链上下游的生态圈里。例如，在资本市场上推出物流产业基金，通过支持产业链不同环节的企业，形成资源的集聚，在提供供应链服务的时候，具备更多的选择权利。

在分享供应链金融对外贸生态的影响方面，欧阳志军认为通过金融创新让客户将非核心的一些融资和供应链管理问题外包出去，使客户专注于他的核心业务，提升企业在“微笑曲线”两端的能力。

关于供应链金融创新的方式，欧阳志军指出，供应链的发展实际上就是国际贸易在全球化过程中，要求金融市场以供应链为中心给企业提供更灵活、成本更低、效率更高、风险可控的金融产品和融资的方式。供应链的创新有三个层次，一是通过银行融资，运用结算工具、外汇风险管理等工具。第二个是供应链上游进行贸易融资，盘活资产，通过提高周转率和单证的运用实行创新。甚至是利用供应链生态圈及大数据进行创新。第三个是新的金融形态对供应链金融创新提出了更高的要求。

现在人民币的波动是非常大的，以后升值、贬值的趋势也非常的模糊，因而不少小型的外贸企业可能会面临很多的风险。作为供应链核心的一个创新点，可以利用供应链金融规模的效益、利用国内和国外的外汇市场，选择一些好的外汇金融产品进行对冲，为中小型的客户化解汇率风险。

重线下体验：跨境电商企业境外开设实体店

在本次论坛上，电商企业都将开设实体店视为重要工作，不少发言者表示这是解决信任风险的路径。同时，中兴通讯等供应链企业的业务也逐步向电子商务领域延伸。

大龙网的供应链副总邓凤云在发言中说，跨境贸易需解决两个问题，一个是信任，另外一个语言问题。这就需要线下体验馆面对面来解决。大龙网设立了实体体验馆，采购商在哪个位置碰了哪样产品，甚至观察了多长时间，这些数据都会收集起来推送到约商软件上。这样可以帮助采购商、供应商去分析、鉴别这些产品。按照邓风云的说法，大龙网的计划就是百城百联，沿着“一带一路”来开发业务。

中兴供应链副总经理李莉介绍，中兴目前在全球有5大区域采购中心，设有107个分支机构，全球货源中心拥有6大品类的产品，包括洗护、日化、保健品、酒水、饮料、轻奢品等。在她的表述里，中兴供应链是一个“全球集市”，提供全球商品的展示交易平台。她表示，中兴供应链在海外的跨境业务上拥有很多的海外采购网点。同时中兴集团在海外的9大物流运营中心有极强的海外中转仓以及海外仓储分拨的能力，分别在荷兰、土耳其、印度、新加坡、南非、美国、巴西、迪拜以及香港。

欧洲机会多：俄罗斯比利时频频示好

俄罗斯远程贸易协会邮政物流委员会主任 Igor Subow 在发言中表示，俄罗斯目前有7300万网民，在欧洲占第一位，其中4000万俄罗斯消费者进行网络购物，而且有2500万体验过跨境电商。

他认为，目前是跨境电商进入俄罗斯的好机会，中国企业应当在俄罗斯开展跨境电商业务有三个原因：一是俄罗斯电子商务市场是刚刚开始发展的，在这个市场有非常多

的机会。俄罗斯消费者对中国产品非常爱好；二是在俄罗斯，跨境电子商务交易额低于1000欧元可以免掉关税和增值税；三是俄罗斯有2500万跨境电子商务消费者。但他也表示，跨境电商进入俄罗斯市场，必须要有俄语网站，还要提供更多的俄罗斯货币支付方式，甚至还可以提供包邮。

比利时瓦隆区物流运输协会总经理 Bernard Piette 在发言中力推该国环境，欢迎中国跨境电商设立欧洲物流中心。他介绍说，比利时对于跨境电商企业来说具有覆盖英国、法国、德国等欧洲国家的地理优势，能够加快货物流转的速度，因而可作为中国企业在欧洲的售后配套中心。

电商在自贸区的机遇：前海可成分销中心

深圳保宏电子商务综合服务有限公司进口部副总经理冯全在发言中提出，保宏将在前海建立一个跨境电商分销中心，利用传统供应链、传统零售商的供应渠道以及前海跨境B2B、贸易便利化的优势，结合前海跨境支付结算的快捷，为传统零售企业和电商企业提供更有保障、可追溯、高效的物流供应链产品。

此外，前海对跨境电商特别注重。冯全认为可以从三个层面来分析：在战略层面，前海管理局一直在助推跨境电商在前海自贸区落地，出台了很多关于扶持跨境电商产业的政策，来保障跨境电商在前海落地的基础；在现实层面，前海注册企业有4万多家，这些企业可以为跨境电子商务企业和销售平台提供全面的服务；在区位层面，前海是跨境电商的沃土，中国目前为止只有这个区域叠加了4个特殊的政策，包括了深圳经济特区、前海蛇口自贸区、前海深港综合服务区和前海湾保税港区。

（来源：斐然根据2015年深圳跨境电商物流与供应链服务发展论坛内容整理）

数据观察

◎区域数据

我市第三季度电子商务交易额达4522.2亿元

今年第三季度深圳电子商务交易额达4544.2亿元，环比上涨42.9%，同比下降7.7%；B2B、B2C交易额占深圳电子商务总体交易额的比重分别为81.68%和18.27%，C2C交易额占比为0.05%；网络零售规模达469.6亿元。

跨境电子商务市场交易额达95.0亿美元，同比增长76.8%，环比增长23.2%。其中，跨境电子商务进口额达19.7亿美元，占比为20.7%；出口额达75.3亿美元，占比达79.3%。

支付模式方面，“货到付款”占比22.5%；“网上支付”占比74.2%；“移动支付”占比3.3%。物流配送方面，物流外包占物流配送比重为79.7%，物流自营比重为20.3%。

从我市各区电子商务交易统计结果来看，龙华（34.40%）、福田（34.10%）、罗湖（19.94%）以及南山（7.64%）四个行政区排名靠前。（来源：本刊编辑部整理）

天猫“双11”期间深圳交易额位居广东省第一

11月11日截至24时，天猫“双11”全球狂欢节总交易额为912亿元。在地区方面，按交易额计，广东居首位，浙江、江苏紧随排在第二和第三，上海和北京则分居第四名和第五名。深圳以25.2亿元成为广东省冠军。

据国家邮政局监测数据显示，“双11”当天主要电商企业全天共产生快递物流订单4.6亿件，同比增长65%；全天各邮政、快递企业共处理快递物流订单1.48亿件。

今年“双十一”有以下特点：一是农村电商异军突起。阿里数据显示，全国8000多个村点的农民首次通过农村淘宝服务站的平台参加“双11”。二是跨境电商出口快速增长。今年“双11”，在一个小时之内，已有220个国家和地区的买家涌入速卖通下单。三是跨境电商进口引发全球关注。仅1分45秒，天猫“双11”跨境交易额超过2014年“双11”全天跨境交易额。（来源：根据《人民日报》相关内容编写）

近七成深圳50强连锁企业开展网购

深圳市连锁经营协会自2007年起，连续8年发布“深圳连锁经营50强企业”名单，上榜企业在全国门店超4万家。据统计，深圳50强连锁企业中已正式开展网购业务的有34家，占68%。（来源：深圳市连锁经营协会）

1-9月上海实现电子商务交易额10709亿元

1-9月，上海电子商务保持平稳较快增长，共实现电子商务交易额10709亿元，同比增长18.1%。其中，B2B交易额7806亿元，同比增长10.5%；网络购物（B2C/C2C）交易额2903亿元，同比增长44.9%（其中，商品类网络购物交易额1567亿元，同比增长38.4%，服务类网络购物交易额1336亿元，同比增长53.2%）。

9月当月，实现电子商务交易额1270亿元，同比增长18.0%。其中，B2B交易额907亿元，同比增长10.2%；网络购物（B2C/C2C）交易额363亿元，同比增长43.5%（其中，商品类网络购物交易额196亿元，同比增长37.1%，服务类网络购物交易额167亿元，同比增长51.8%）。（来源：根据上海

市政府网站相关内容整理)

广东 P2P 平台已达 428 家，深广两地占总运营平台数量的 87%

据网贷之家联合盈灿咨询发布的数据显示，截至 8 月底，广东省正常运营的平台数仍然在全国各省市中排名第一位，占全国总运营平台数量的 18.75%，目前已达 428 家，环比 7 月增加 7%。其中，深圳和广州两地也依然独占鳌头，占广东省总运营平台数量的 87%。

截至 9 月底，P2P 网贷行业累计平台数量达到 3448 家，累计问题平台达到 1031 家，正常运营平台为 2417 家。

目前，运营平台数量前三位的省份是广东、浙江和山东，分别达 428 家、304 家和 284 家。据了解，很多银行系开始大举进入该行业。(来源：本刊编辑部整理)

北京消费率超 62%，电子商务“力挺”消费增长

北京市副市长指出，北京最新消费率已超过 62%，整个经济增长的 72% 来自消费，消费增长的 80% 来自电子商务。北京电子商务集群在逐渐形成，10 亿元、50 亿元零售企业有几十家，有 3 家企业销售额超过百亿，还有的企业已跻身销售额过千亿元的行列。数据显示，2014 年北京大兴新区规模以上电子商务企业营业收入 759 亿元、电子商务网络零售额 584 亿元，占北京市总销售额的 40.1%。(来源：本刊编辑部整理)

◎行业数据

国家统计局：1-9 月全国网上零售额 25914 亿元

据国家统计局统计，前三季度全国实现社会消费品零售总额 21.6 万亿元，同比增长 10.5%，增速较上半年回升 0.1 个百分点；扣除价格因素，实际增长 10.5%。

前三季度，全国网上商品零售额同比增长 34.7%，占社会消费品零售总额的比重为 10%，比前 8 个月提高 0.2 个百分点。1-9 月份，全国网上零售额 25914 亿元，同比增长 36.2%。其中，实物商品网上零售额 21510 亿元，增长 34.7%，占社会消费品零售总额的比重为 10.0%；非实物商品网上零售额 4404 亿元，增长 43.6%。在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长 42.7%、26.3% 和 37.7%。

商务部重点监测企业网络零售同比增速比上年同期加快 6.9 个百分点。其中，上海易果、浙江欧诗漫、苏宁易购销售额累计同比分别增长 179.1%、100% 和 70.8%。购物中心销售增长较快，同比增长 12.1%，增速比零售行业高 7.6 个百分点。

2015 年 1-8 月，中国电子商务交易依然保持强劲势头，交易总额达 9.8 万亿元，同比增长 24.7%，增速略有下降。中国跨境支付交易额已是 2014 年全年的 2.2 倍；中国电子商务研究中心发布的数据显示，今年上半年，跨境电商交易规模为 2 万亿元，同比增长 42.8%。目前，中国 80% 的外贸企业开展电商业务。(来源：本刊编辑部编写)

2015 年企业网购规模接近 13 万亿元

11 月 25 日，赛迪顾问联合中国电子报社发布了国内首个《中国自营式企业网购分析报告》。《报告》预测，2015 年我国电子商务市场整体交易规模为 16.2 万亿元，其中企业网购市场交易规模有望达到 12.9 万亿元，占电商整体交易规模的近八成，同比增长 27.2%。企业采购向电商化转型成为一个趋势。(来源：根据新华网相关内容编写)

今年全国快递业务量预计达到 200 亿件，比“十二五”初期增长 8 倍

1-9 月，邮政企业和全国快递服务企业业务收入(不包括邮政储蓄银行直接营

业收入)累计完成 2852.7 亿元,同比增长 24.4%;业务总量累计完成 3442.9 亿元,同比增长 34.7%。

全国快递服务企业业务量累计完成 137 亿件,同比增长 46%;业务收入累计完成 1878.5 亿元,同比增长 33.2%。其中,同城业务收入累计完成 272.5 亿元,同比增长 52.9%;异地业务收入累计完成 1027 亿元,同比增长 31.8%;国际及港澳台业务收入累计完成 263.6 亿元,同比增长 17%。(来源:根据国家邮政局网站相关内容整理)

中国逾 20 万家外贸企业开展跨境电子商务

据中国商务部电子商务和信息化司副司长聂林海介绍,中国开展跨境电子商务平台企业达 5000 家。2014 年中国跨境网络零售交易额达 4492 亿元,同比增长 44%。其中进口 1290 亿元,同比增长 60%,出口 3200 亿元,同比增长 40%。(来源:根据新华网相关内容编写)

我国跨境电商外汇支付前 8 个月爆发式增长

国家外汇管理局最新统计显示,跨境电子商务的“红火”直接带来跨境外汇支付业务爆发式增长。2015 年 1 至 8 月我国跨境收支交易额已是 2014 年全年的 2.2 倍。

据外汇局综合司司长介绍,截至 8 月末,全国共有 26 家支付机构参与了跨境外汇支付业务试点,累计办理跨境收支 51.9 亿美元。特别是自 3 月份以来,单月跨境收支额已连续 6 个月超过 3 亿美元。(来源:根据新华网相关内容编写)

94% 的微商人员从业时间不超过 3 个月

据最近公布的《2015 中国微商分析报告》数据显示,微商从业人员中,非专业人士占据了主体地位。《2015 中国微商分析报告》称,

微商群体的年龄分布数据为,1970-1979 年出生的微商占 1.41%,1980-1989 年龄段的微商占据 33.8%,90 后群体占据整个微商群体的 63.38%。微商群体的职业构成数据中,学生、家庭主妇和自由职业者分别占 29.58%、23.94% 和 19.72%;其中,专职微商占据 28.17%,其余 71.83% 为兼职工作。调查报告还显示,94% 的微商人员进入微商行业的时间不超过 3 个月,只有 4% 的微商从业人员超过半年。(来源:根据中国经济网相关内容编写)

◎趋势数据

eMarketer: 2015 年中国零售移动电子商务销售额将达到 3339.9 亿美元

根据 eMarketer 对全球零售销售额的最新预测,2015 年中国来自平板、智能手机和其他移动设备的零售销售额将达到 3339.9 亿美元,年增幅 85.1%,占中国零售电子商务销售额的 49.7%。预计中国零售移动电子商务销售额是美国的 4.5 倍,预计今年美国零售移动电子商务销售额占零售电子商务销售总额的 22.0%,零售销售总额的 1.6%。相比之下,中国 7.9% 的零售销售额来自移动平台。(来源:根据 199IT 相关内容编写)

高盛集团: 印度电商市场规模或达 \$1000 亿

据统计,印度国内电商市场价值量比去年增加两倍。电子零售商市场交易总额有望突破 120 亿美元,相比 2014 年的 45 亿美元的成交额,发展势头堪称迅猛。亚马逊去年在 Flipkart 投资十亿美金后追加 20 亿美元,如今此举的正确性得到验证:亚马逊在印网站卖家数提高了两倍,交易额亦翻了两番。高盛声明,印度电商市场将会达到 1000 亿美元的成交额。(来源:根据亿恩网相关内容编写)

行业动态

◎深圳

深圳跨境电商试点通过国家验收

11月25日，海关总署牵头组织国家部委成立专家组，现场考察前海湾保税港区跨境贸易电子商务监管现场，展开详细质询和慎重评审。最后专家组认为，深圳市跨境贸易电子商务服务试点完成了批复的任务和目标，一致同意项目通过验收。

作为全国跨境电子商务试点城市之一，深圳分别于2013年11月、2014年9月取得跨境电商出口和进口的试点资格，并依托前海开展试点操作。市委、市政府高度重视，组成了由市经信委牵头，海关、检验检疫、外汇、国税、发改、市场监管、财政、前海管理局等十多个部门参与的联席会议制度，在引导和扶持跨境电商产业发展、试点制度创新、流程优化等方面做了大量探索，出台了一系列政策法规和标准规范，建成与特殊区域出口和网购保税进口相配套的通关管理模式。同时，委托南方电子口岸搭建了“深圳市跨境贸易电子商务通关服务平台”，建设了跨境电子商务海关监管系统、检验检疫监管系统、可信交易保障系统，形成了较完善的跨境电子商务信息化支撑体系。

目前，深圳跨境电商产业链已现集聚效应，涌现出走秀网、环球易购、有棵树、傲基、赛维、华强沃光等本土跨境电商优秀企业，也吸引了聚美优品、小红书、e万家等知名跨境电商进驻前海。

今年前10个月，前海湾保税港区实现跨境电商进出口额达1.329亿美元，是去年全年的4倍。截至今年10月，共有超过4000家电子商务类企业在前海注册，159家跨境电子商务进出口试点企业完成海关备案，192家进口企业取得国检在前海湾保

税港区备案，备案商品20084品种次，入区货值达7.28亿元，完成订单并进口邮包606.27万单。（来源：本刊编辑部整理）

我市出台开展跨境贸易电子商务通关服务试点指导意见

7月31日，市经贸信息委印发《深圳市开展跨境贸易电子商务通关服务试点指导意见》。《意见》共计十七条，主要目的是为促进深圳跨境贸易电子商务健康发展，提高跨境贸易电子商务的通关服务效率，明确试点政策，规范通关监管，优化操作流程，简化申报手续。

《意见》指出，深圳将依托本市跨境电子商务通关服务平台搭建全市跨境电子商务“单一窗口”，全面打造跨境电子商务通关监管、检验检疫、结售汇、退免税、信用保障、产业统计六大服务体系，将通关服务平台建设成为区域性跨境电子商务虚拟集聚区的重要载体。

《意见》提出通关服务平台是为跨境电商企业提供通关服务的公益性公共信息服务平台，不得向企业收取任何费用。同时明确了深圳海关、检验检疫局、外汇管理局、国税局、市市场监督管理局的工作任务，提出“法无禁止的市场主体即可为，法未授权的政府部门不能为”的原则，最大限度减少对电子商务市场的行政干预。（来源：本刊编辑部整理）

我市已申报中国（前海）跨境电商综合试验区

9月1日，市政府办公厅印发的《中国（广东）自由贸易试验区深圳前海蛇口片区2015年工作要点》提出深入实施跨境电商试点。

申报中国（前海）跨境电商综合试验区，联合香港贸发局等单位共同研究制定前海深港国际电商服务平台建设方案；依托现有跨境电商平台，支持跨境电商新业态、新模式持续发展；支持建立跨境电商检测认证联盟，打造“便捷通关、品质电商”的深圳跨境电商品牌。（来源：根据深圳市政府网站相关内容编写）

市政府印发“互联网+”行动计划

8月12日，市政府印发《深圳市“互联网+”行动计划》。计划提出充分发挥互联网在生产组织、要素配置、产品形态和商业服务模式的优化和集成作用，促进以云计算、物联网、大数据、人工智能、量子计算为代表的新一代信息技术与现代制造业、金融、商贸、交通、物流、文化、教育、医疗等领域的融合创新，以互联网技术、互联网思维、互联网手段推动经济转型升级。同时，计划明确了互联网与制造、金融、商贸、物流、交通、文化创意、教育、医疗健康、公共安全、城市管理、政府服务、大数据与人工智能十三个领域结合的工作任务。其中，在互联网+商贸方面，推动中小微企业应用电子商务、促进传统商贸企业电商化发展、促进跨境电商协同发展。（来源：根据深圳市政府网站相关内容编写）

2015年我市互联网产业扶持计划资助项目出炉

9月16日，市经贸信息委公示了2015年度互联网服务创新扶持计划项目，怡亚通基于“B2C零售服务平台”、年年卡基于“云的互联网+全国便捷服务平台”、黄金资讯集团基于“SAAS创新模式的互联网黄金金融平台”等13个项目入选。同时，招商局保税物流公司的深圳前海保税港区跨境电子商务通关信息化服务平台以及深圳国威电子的移动电子商务推广服务平台入选互联网产

业园区建设扶持计划项目。（来源：根据市经贸信息委网站相关内容编写）

深圳将推进专车出租车差异化发展

交通运输部日前对外发布了《关于深化改革进一步推进出租汽车行业健康发展的指导意见（征求意见稿）》和《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法（征求意见稿）》两部有关出租车和网络约租车的办法和意见，并进行为期1个月的公开征求意见。上海市交通委已宣布向滴滴快的专车平台颁发网络约租车平台经营资格许可。深圳市交通运输委员会客运交通管理局副局长俞力表示，深圳也正在制定出租车行业改革方案和深圳市网约出租车管理办法。（来源：本刊编辑部整理）

我市已有十一家跨境电商体验店开业

目前，我市已有十一家跨境电商体验店开业，它们分别是位于前海自贸区内的开心购、星辰电商、海捣网、华润e万家、茗品汇、招商自贸商城、羿百跨境购（前海店）、前海购，位于蛇口自贸区的羿百跨境购（蛇口店）和山姆安全食品，以及位于盐田综合保税区的进口商品直销中心深圳精茂进口商品展示交易中心。此外，12月7日前海港货中心项目将试营业。

据悉，深圳将依托保税区域，加快布局建设基于跨境电商的交易展示中心。根据规划，深圳力争2015年底前建成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；2018年底前建成20个以上保税展示暨跨境电商交易中心，年销售额50亿元人民币以上。（来源：本刊编辑部整理）

深圳拟设立中小微企业发展基金

市政府关于《深圳市2014年中小企业发展情况报告》日前提请市六届人大常委会

第三次会议审议。据悉，市政府将设立中小微企业发展基金，通过政策创新探索新的扶持手段，进一步推动创业创新，力争年内审议通过方案并组织实施。同时，积极争取国家中小微企业发展基金在深设立子基金。

报告指出，中小企业占全市企业总数的99%以上。2014年，全市中小企业创造的生产总值约7600亿，约占全市GDP的60%（不含房地产业和金融业）；中小企业上缴税收1395亿，约占全市企业上缴税收的43%（不含海关代征税、车辆购置税和股票交易印花税）。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

前海拟建跨境电商金融服务中心

市金融办称，下一步，将争取进一步打通本外币、境内外、在岸离岸市场的对接合作路径，包括争取拓宽跨境贷业务主体范围、扩大跨境本外币双向资金池规模、支持更多企业赴港发债等，推动降低跨境电商运营成本与风险。

其次，深圳还将加快推动资本市场改革创新，促进跨境电商与证券金融市场联动良性发展。比如支持证券公司、基金公司、PE/VC等金融机构加强与跨境电商企业合作，支持为这些企业提供有利于加强风险管理的基本套期保值服务。

此外，该办还表示，将鼓励创新金融产品和服务模式，为跨境电商企业提供低成本、多样性、个性化金融服务。包括鼓励金融机构通过自建电子商务平台、与电子商务平台开展深度合作等方式，为消费者提供网络购物以及资金结算、托管、消费信贷等综合金融服务；鼓励电商机构完善线上金融服务体系，有效拓展电商供应链业务。（来源：根据《南方日报》相关内容编写）

农产品“大白菜+”电商平台上线启动

10月28日，深圳市农产品股份有限公司举行转型升级新logo揭牌暨“大白菜+”电商平台上线启动仪式。据悉，农产品公司自1989年开创了享誉全国的“布吉模式”，又率先开创农批市场网络化经营模式，在深圳、北京、上海等27个大中城市经营管理超过40家综合批发市场和网上交易市场，形成国内最具规模的农产品交易、物流及综合服务平台。（来源：根据《深圳晚报》相关内容编写）

华润万家携手微信支付，零售巨头接入线上

据悉，华润万家联手微信支付，与微信共建智慧城市。智慧超市除了和支付宝一样通过扫码完成支付外，还包括两个方面：

1. 在微信上完成超市会员管理。对于华南地区华润万家的商家而言，依托微信公众号，将会员“搬到”微信上，搭建起高效的会员管理体系；

2. 营销社交化推动促销活动转化率。值得一提的是今年6月下旬，华润万家旗下全国3000多家超市门店就已全线支持支付宝，约两个月之后，华润万家再度接入微信支付，由此可见华润万家线上连接线下以O2O模式拓展的决心。（来源：根据深圳市连锁经营协会网站相关内容编写）

天虹商场联手百度，深度整合零售全渠道

10月26日，天虹商场携手百度，宣布成立“百度&天虹零售大数据实验室”，在大数据应用和O2O到家业务方面，展开深度战略合作。同时，天虹商场对外发布了官方APP“虹领巾”，该入口将作为天虹商场全渠道战略的统领角色。两年前，天虹商场开始启动全渠道战略转型，在传统零售行业率先推动业务转型，先后推出天虹的微信和微品，此外，天虹商场旗下还有电子商务网

站和“天虹到家”业务。（来源：根据21世纪经济报道相关内容编写）

深圳机场倾力打造“亚太快件集散中心”

今年1-9月，深圳机场货邮吞吐量达到74万吨，同比增长5.3%，其中国际和地区货邮占了四分之一，达到18.5万吨，同比增长11.2%。货运量排名稳居全国第四，全年有望达到100万吨，实现历史性突破。深圳机场有国际和地区货运航线14条，深圳机场代表表示，下一步将抓住深圳跨境电商业务新一轮试点布局机遇，构建“保税+直购+邮政小包”立体化物流通道，并积极拓展跨境电商O2O业务暨保税展示交易业务，与合作伙伴共同分享跨境电商红利，实现全方位链条式发展和物流价值的整体提升。（来源：根据《深圳晚报》相关内容编写）

齐心集团合资设子公司 搭建B2B平台

齐心集团8月6日表示，日前公司合资设立控股子公司深圳齐心乐购科技有限公司，齐心乐购注册资本3000万元，其中齐心公司出资1530万元，占注册资本的51%。齐心集团表示，设立合资公司的目的是打造一个以IT办公设备为主营产品和提供IT设备服务维保、更换和升级的B2B平台，通过该B2B平台实现终端企业线上采购，同时与公司目前以办公用品为主要产品的O2O平台实现产品的互补和客户资源的协同。（来源：根据《证券时报》相关内容编写）

人人乐转型生鲜O2O

8月5日，人人乐公告，拟募集资金总额不超过23.2亿元。其中投资13.9亿元，计划在未来三年内新建500家社区生活超市；投资4亿元用于“人人乐购”电商平台建设；投资5.3亿元进行供应链系统升级改造。人人乐战略转型开设的社区生活超市与传统的

便利店经营模式截然不同。按照计划，人人乐每家社区门店面积在500平方米到1000平方米左右，社区门店50%以上面积经营生鲜。（来源：本刊编辑部整理）

百果园与果多美宣布战略合并重组

11月19日，百果园与果多美宣布双方将会以注资、换股等方式进行战略重组，重组后企业将采取双品牌运营。

百果园为深圳市百果园实业发展有限公司旗下品牌。2008年12月推出电子商务销售平台“网上百果园”，今年9月百果园宣布完成4亿元A轮融资，成为水果零售业的首个融资案例，也是行业内最大一笔融资。果多美于2009年创立，经过六年的发展已经成为北京规模最大的水果连锁超市，拥有将近50家门店，覆盖近百个社区和商圈。（来源：本刊编辑部整理）

实体店铺老板勾结电商店主共同造假售假

据新华社报道，北京、上海、广东、浙江、江苏、福建、湖南、湖北等地假冒产品依然猖獗，甚至自成体系，发展成产、供、销“一条龙”链条。在该链条中，最核心的是实体店铺老板和电商店主相互勾结形成的“假货利益共同体”。这个利益共同体在实际运作中形成一个相对固定的流程：首先，电商店主去实体店铺取光碟，里面有各种已经拍摄好的假货照片，将这些照片上传到电商店铺，买家就可以自己选择品牌了。如果有买家下单，电商店主就通过QQ等方式，将商品型号、颜色等信息告诉实体商城供货商，供货商则会告知电商店主一个编号。电商店主凭借这个编号可以直接去实体店铺取货，贴上相应的标签和吊牌，就可以找快递发货。（来源：根据新华社相关内容编写）

◎国内

国务院推出七项政策措施，加快发展农村电商

国务院发布《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》。《意见》提出了七大政策措施，包括加强政策扶持、鼓励和支持开拓创新、大力培养农村电商人才、加快完善农村物流体系、加强农村基础设施建设、加大金融支持力度、营造规范有序的市场环境。

《意见》提出，到2020年，初步建成统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠、绿色环保的农村电子商务市场体系；农村电子商务与农村一二三产业深度融合；在推动农民创业就业、开拓农村消费市场、带动农村扶贫开发等方面取得明显成效。（来源：本刊编辑部整理）

国务院发文支持 O2O 行业：线上线下融合势在必行

9月29日，国务院办公厅印发的《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》指出，移动互联网等新一代信息技术加速发展，技术驱动下的商业模式创新层出不穷，线上线下互动成为最具活力的经济形态之一，大力发展线上线下互动，对推动实体店转型，促进商业模式创新，增强经济发展新动力具有重要意义。

这是国务院首度就 O2O 市场发文。根据商务部统计数据显示，今年上半年，O2O 市场规模达 3049.4 亿元，同比增长高达 80%。（来源：根据中国网相关内容编写）

国务院发布促进快递业发展意见

国务院印发《国务院关于促进快递业发展的若干意见》。这是国务院出台的第一部全面指导快递业发展的纲领性文件，提出了促进快递业发展的总体要求、重点任务和政策措施。

《意见》提出五方面重点任务，分别是：

一是培育壮大快递企业。鼓励各类资本依法进入快递领域，支持快递企业兼并重组、上市融资，整合中小企业，优化资源配置，实现强强联合、优势互补，加快形成若干具有国际竞争力的企业集团，鼓励“走出去”参与国际竞争。

二是推进“互联网+”快递。鼓励快递企业充分利用移动互联、物联网、大数据、云计算等信息技术，优化服务网络布局，提升运营管理效率，拓展协同发展空间，推动服务模式变革，加快向综合性快递物流运营商转型。引导快递企业与电子商务企业深度合作，促进线上线下互动创新，共同发展体验经济、社区经济、逆向物流等便民利商新业态。积极参与涉农电子商务平台建设，构建农产品快递网络，服务产地直销、订单生产等农业生产新模式。

三是构建完善服务网络。鼓励快递企业发展跨境电商快递业务，加大对快递企业“走出去”的服务力度，在重点口岸城市建设国际快件处理中心，探索建立“海外仓”。

四是衔接综合交通体系。在交通运输领域，完善快件处理设施和绿色通道，辐射带动电子商务等相关产业集聚。

五是加强行业安全监管。积极利用信息技术提升安全监管能力，完善快递业安全监管信息平台，健全信息采集标准和共享机制，实现快件信息溯源追查，依法严格保护个人信息安全。（来源：本刊编辑部整理）

国务院：支持各类社会资本参与涉农电商

11月23日，国务院公布《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》。《意见》提出，拓展农村消费市场。优化农村消费环境，完善农村消费基础设施，大幅降低农村流通成本，充分释放农村消费潜力。

《意见》表示，支持各类社会资本参与

涉农电商平台建设，促进线下产业发展平台和线上电商交易平台结合。发挥小城镇连接城乡、辐射农村的作用，提升产业、文化、旅游和社区服务功能，增强商品和要素集散能力。鼓励有条件的地区规划建设特色小镇。（来源：本刊编辑部整理）

海关特殊监管区优化方案 加码跨境电商

国务院办公厅印发《加快海关特殊监管区域整合优化方案》，全面系统部署海关特殊监管区域整合优化和创新升级。《方案》提出，逐步将现有出口加工区、保税物流园区、跨境工业区、保税港区及符合条件的保税区整合为综合保税区。鼓励区内企业开展高技术含量、高附加值项目的境内外维修、再制造业务，支持企业运用跨境电子商务开拓国际市场。创新通关监管服务模式，将海关特殊监管区域纳入通关一体化格局，加快复制推广自由贸易试验区及海关特殊监管区域试点成熟的创新制度措施。（来源：本刊编辑部整理）

商务部等 19 部门出台关于加快发展农村电子商务的意见

商务部等 19 部门联合印发的《关于加快发展农村电子商务的意见》，针对目前农村电子商务发展中存在的问题，从培育多元化电子商务市场主体、加强农村电商基础设施建设、营造农村电子商务发展环境等方面提出了 10 项举措：一是支持电商、物流、商贸、金融等各类资本发展农村电子商务，二是积极培育农村电子商务服务企业；三是鼓励农民依托电子商务进行创业；四是加强农村宽带、公路等基础设施建设；五是提高农村物流配送能力；六是搭建多层次发展平台；七是加大金融支持力度；八是加强农村电商人才的培养；九是规范农村电子商务市场秩序；十是开展示范宣传和推广。

同时，《意见》规划了发展农村电商的

五项重点任务：一是建设新型农村日用消费品流通网络，实现线上线下融合发展；二是推进农村产品电子商务，培育农产品品牌，提高商品化率和电子商务交易比例；三是发展农业生产资料电子商务；四是发展农村服务业；五是推动电子商务扶贫。（来源：本刊编辑部整理）

商务部谈跨境电商：55 项创新举措全部落实

商务部新闻发言人表示，今年以来，商务部大力支持新型商业模式发展，特别是在支持跨境电子商务、市场采购贸易方式和外贸综合服务企业这三大商业模式创新上，采取了一系列的措施，并且已经见到初步成效。

在支持跨境电子商务方面，重点是推动落实杭州跨境电子商务综合试验区创新举措，扩大综合试验区试点范围，商务部已经会同海关、税务、质检等部门，指导浙江省、杭州市制定完成试验区《实施方案》，提出了建立适应跨境电商特点的海关通关管理模式、制定跨境电商产品检验检疫申报放行监管模式、对无法取得合法有效进货凭证的出口货物适用免税政策和适用更加宽松的外汇管理政策等四方面政策创新。海关怎么验、商检怎么办、退税怎么办，还有外汇怎么办，这四个方面都需要试点实验，在杭州重点就这四个方面开展的试点试验，现在都已经有了可操作的政策创新的办法。

围绕这四个方面的，目前共有 55 项创新举措都已全部落实，相关的试点取得了积极成效，具体表现为：一是接受监管的跨境电商规模快速增长，6 月以来跨境电商 B2B 已完成出口 6.27 亿美元，B2C 进出口累计超 4.4 亿美元；二是跨境电商发展重点已经从 B2C 向 B2B 转变；三是贸易便利化水平进一步提高；四是跨境电商统计监测体系初步建成。

关于市场采购贸易方式方面，在义乌试点已经取得明显成效基础上，今年又启动了

江苏海门和浙江海宁两个地方试点，目前试点工作也进展顺利。相关部门正在总结可复制、可推广的经验，并将在这个基础上形成进一步扩大市场采购贸易方式试点的方案，争取尽快进一步扩大试点范围。

在推进外贸综合服务企业发展方面，商务部在前期会同人民银行、海关总署、税务总局、质检总局和外汇局等有关部门开展工作基础上，深入了解综服企业面临的主要困难和政策诉求，拟定了支持发展的政策措施，制定了试点工作方案，计划在今年年底前启动外贸综合服务企业试点工作。（来源：根据中国新闻网相关内容编写）

海关：非试点城市不得做保税进口

9月9日，海关总署加贸司发布加急文件《加贸司关于加强跨境电子商务网购保税进口监管工作的函》。该文件要求试点城市严格按照现有规则执行，不得将政策扩大化。不仅强调了各地海关应严厉打击走私行为、对违法违规者提出实质性处罚，还限定了跨境保税进口必须是在跨境电商试点城市的海关特殊监管区域或保税物流中心展开，普通保税仓库不能开展。（来源：本刊编辑部整理）

国家邮政总局：快递实名登记制 11月1日起实施

国家邮政总局10月24日表示，快递实名制登记将于11月1日正式开始。快递实名制，意味着寄送快递，必须出示身份证并且进行相关登记。国家邮政总局表示，此前媒体报道有误，清理整顿危爆品寄递物流，全面落实寄递物流实名登记等制度的“专项行动”于11月22日开始到明年3月结束，但快递实名制登记是在11月1日正式开始。（来源：本刊编辑部整理）

习近平访英，阿里、苏宁、走秀等电商与英国开展合作

10月习近平访英期间，英国政府及其贸易促进机构和国内电商开展多项合作。19日，马云受邀出任英国首相戴维·卡梅伦的特别经济事务顾问。据悉，阿里巴巴已任命多个欧洲地区经理，分管位于英国和意大利的办事处，以寻求立足欧洲，同时协助欧洲品牌进入中国市场。苏宁张近东表示，苏宁将在英国设立欧洲分公司，后期围绕海外发展，将进一步考虑收购或参股欧洲优秀产品品牌和线上线下零售商。22日，走秀网与UKTI签署备忘录(MOU)，为批量英伦品牌提供电商平台，开拓中国市场。（来源：本刊编辑部整理）

人民币驶入跨境“高速路”

10月20日，中国人民银行在伦敦发行人民币央行票据，这也是我国首次在中国以外地区发行以人民币计价的央行票据。习近平总书记在前日接受英国路透社采访时表示，早在2012年，伦敦就启动了“人民币业务中心计划”，目前伦敦已成为最具活力和最重要的人民币交易中心和离岸人民币市场之一。

人民银行相关负责人表示，CIPS的建成运行是我国金融市场基础设施建设的又一里程碑事件，标志着人民币国内支付和国际支付统筹兼顾的现代化支付体系建设取得重要进展。所谓CIPS系统是指央行专门为跨境人民币支付业务开发的资金清算结算系统，其涵盖的业务包括人民币跨境贸易结算、跨境资本项目结算、跨境金融机构与个人汇款支付结算等。该系统将成为人民币在全球支付的快速通道，将取代现有的由各种网络平台拼接起来的系统，并且将支持无障碍的人民币交易，可极大促进人民币国际化。随着跨境人民币业务各项政策相继出台，跨境人民币业务规模不断扩大，人民币已成为中国第二大跨境支付货币和全球第四大支付货币。（来源：本刊编辑部整理）

广东省发布《“互联网+”行动计划》

广东省发布的《“互联网+”行动计划》（2015-2020年）提出，将落实国家“一带一路”重大战略，以中国（广东）自由贸易试验区为载体，大力推动跨境电子商务发展，加快建设集保税展示、物流、交易、服务于一体的跨境电子商务产业园区，打造跨境电子商务公共服务平台和跨境电子商务离岸数据中心。推进跨境电子商务通关、检验检疫、税务、结汇、仓储物流、金融等关键环节单一窗口综合服务体系建设，为企业走向国际市场提供及时准确的信息和优质服务。积极开展跨境电子商务合作，应用电子商务开拓国际市场，支持商贸企业面向海外市场，扩大企业对企业（B2B）、企业对客户（B2C）的海外贸易规模。创新跨境权益保障机制，推动市场及贸易规则互认互通。改革跨境电子商务税收征管方式，推进中国（广东）自由贸易试验区跨境电子商务出口退税网上预申报系统建设。加快广州、深圳、东莞、汕头、揭阳等国家电子商务试点示范城市建设。（来源：本刊编辑部整理）

广东省给予跨境电商专项资金支持

广东省商务厅连续出台了三项支持电商企业发展的新政策，《开展创建2015-2016年度广东省电子商务示范企业工作的通知》、《开展创建广东省电子商务示范基地工作的通知》以及《2015年广东省出口企业开拓国际市场专项资金跨境电子商务项目申报指南》。目的是既扶强扶优，又首次给予跨境电商专项资金支持，力求补齐公共服务、物流、仓储和园区等多个环节的短板。（来源：根据《南方日报》相关内容编写）

天津获批第8个跨境电商试点

9月18日，海关总署正式下发文件表示，同意将天津市列为跨境贸易电子商务服务试点城市，并执行郑州、杭州等7个城市的相

关进出口税收政策。至此，全国跨境贸易电子商务服务试点城市包括郑州、杭州、重庆、上海、宁波、广州、深圳、天津共8个城市。（来源：根据《中国日报》相关内容编写）

杭州跨境电商综试区海关监管方案落地

杭州海关公布了经海关总署批复同意的《中国（杭州）跨境电子商务综合试验区海关监管方案》，杭州跨境电商综试区在海关方面的15条相关政策宣告落地。

根据公布的方案，杭州海关将对跨境电子商务实行“清单核放、集中纳税、代扣代缴”的通关新模式，实现跨境电商进出口B2B、B2C试点模式全覆盖，同时申报模式将更加简化。

在这份监管方案中，海关还为跨境电子商务“量身设计”了一套涵盖企业备案、申报、征税、查验、放行、转关等各个环节的通关无纸化流程。电商企业在进出口申报前，通过跨境电子商务通关服务平台向海关提交订单、支付、物流等电子信息，以及相关电子数据，无需递交纸质单证即可完成海关进出口申报。（来源：根据人民网相关内容编写）

广州跨境电商规模居全国前列

从广州市商务委获悉，自2013年9月开展跨境贸易电子商务试点工作以来，广州市财政从2013年起连续5年每年投入5亿元扶持电子商务和跨境电商发展，安排专项资金3320万元用于广州跨境贸易电子商务公共服务平台建设。

今年1-10月，全市跨境电商进出口额达65.4亿元（含直购进口），增长9.2倍，规模继续领先全国。全市开展跨境电商业务的企业已有777家，其中电商企业630家、物流企业112家、支付企业35家。目前，广州跨境电商试点工作已顺利通过海关总署组织专家组的验收。

据悉，广州市根据各区资源和特点推动白云、花都、黄埔、南沙等区分别建立特色跨境电商园区和产业集聚区。依托海关特殊监管区域，通过引进物流企业、扩大区内保税仓、在区内开展保税展示交易等途径，加快发展跨境电商进口业务。

同时，鼓励具备条件的区域采取多种投资方式建设跨境电商园区。据不完全统计，广州市现有投资额 5000 万元以上的建成或在建跨境电商园区（不含电子商务园区）11 个，已有超 500 家企业进驻园区，产业集聚效应明显。（来源：根据《广州日报》相关内容编写）

京东举报阿里并非鸡同鸭斗

11 月 3 日，京东举报阿里在“双十一”促销活动中胁迫商家“二选一”。国家工商总局发布的《网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定》明确规定：网络集中促销组织者不得违反《反垄断法》、《反不正当竞争法》等法律、法规、规章的规定，限制、排斥平台内的网络集中促销经营者参加其他第三方交易平台组织的促销活动。这说明，胁迫商家“二选一”是违法的，也是明令禁止的。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

阿里快讯

8 月 10 日，苏宁和阿里巴巴官方同时宣布，阿里将以约 283 亿元人民币战略投资苏宁，成为其第二大股东；苏宁将以 140 亿元人民币认购不超过 2780 万股的阿里新发行股份；双方将打通线上线下全面提升效率。

10 月 13 日，阿里启动天猫双十一活动，宣布主战场将放在北京，并将联合湖南卫视举办双十一倒计时晚会。今年的“双 11”主打全球化，将有 4 万多个商家、3 万多个品牌和 600 万种产品参与，其中包括来自 25 个国家和地区的 5000 多个海外品牌，覆盖 200 多个国家和地区的消费者。

10 月 14 日，阿里云与富士康达成战略合作，发布“淘富成真”项目，为创业者提供硬件、电商、云计算能力。“淘富成真”将开放富士康的设计、研发、专利、供应链、智造等能力，阿里云的云计算平台和大数据处理能力，阿里电商天猫淘宝的平台能力。

10 月 16 日，阿里巴巴宣布，已向优酷土豆董事会发出要约，以超 45 亿美金全面收购优酷土豆集团。2014 年 5 月，阿里巴巴以 12 亿美元入股优酷。截止 2015 年 6 月 30 日，阿里巴巴集团持有优酷土豆流通股的 18.3%。

10 月 22 日，阿里健康和全国百余家线下药店共同宣布发起“阿里健康未来药店合伙人计划”，阿里健康表示，希望和药店以合伙人的形式合作，共建一个“B2C+O2O”模式的运营平台。药店借助阿里健康提供的流量、工具和服务，自主成长为货品齐全、功能丰富、服务多元化的未来药店，从而改变中国药品零售的现状。

10 月 24 日，阿里巴巴旗下物流平台菜鸟网络宣布，今年双 11 将投入 1 亿元对快递公司进行激励。据介绍，该激励计划将被用于包括协调大商家与快递企业双 11 提前揽收包裹，及 48 小时、72 小时送达等服务保障。

阿里影业与广东大地影院建设有限公司宣布达成一揽子框架协议，双方将在票务运营、会员管理、院线运营、影片发行、衍生品等方面展开全方位合作。待条件成熟时，将探讨从业务层面延伸至投融资层面的合作机会。（来源：本刊编辑部整理）

腾讯快讯

9 月 11 日，腾讯宣布，正式成立企鹅影业。截至目前，BAT 已分别拥有爱奇艺影业、阿里影业和企鹅影业。

10 月 17 日，京东与腾讯共推产品创新平台“品商”，发力“社交+电商”。据介

绍，京腾计划中的“品商”创新模式生意平台将为品牌商家提供包括“精准画像”、“多维场景”和“品质体验”等在内的完整营销解决方案。京东和腾讯专门组建联合团队，提供定制化专属服务。基于腾讯庞大的社交行为数据和京东庞大的购物行为数据，将能实现更加有效的精准营销；基于腾讯社交平台丰富的场景和京东庞大的电商销售平台，将在社交传播中有效沉淀粉丝用户，激发在多维场景下的购买行为。此外，京东将对战略合作商家推出仓配补贴政策，还将在站内流量导入、专项卡券资源以及个性化营销方案的定制等方面全面支持品牌商家。

10月22日，“2015腾讯全球合作伙伴大会”消息显示，腾讯开放平台聚集的百万创业者，他们开发的应用已经超过了400万个，而在一年前这个数字仅有240万个。腾讯开放平台累计分给创业者收入已经超过100亿元人民币，创造了超过50位亿万富翁。腾讯孵化的创业公司已经超过20家上市，最近一年有翻倍增长。未来三年还将再造千家市值过亿公司，带出200个亿万富翁。

腾讯智慧城市服务已全面覆盖全国28个省(市)地区，半年内与30余个城市建立战略合作。腾讯亦与国家旅游局开展合作，共同推进“互联网+”下的旅游新发展，不断推动智慧城市建设的多元化发展。未来，腾讯将继续从政务、民生、生活等多方向深化与智慧城市的合作，推动智能服务的再升级。

腾讯对外发布QQ公众号运营策略规划。腾讯公司在会上宣布了“3+1”开放产品策略。其中，“3”指的是由QQ群、兴趣部落和QQ公众号组成的移动社群阵列；“1”指的是由企业QQ和营销QQ升级而来的腾讯企点。

10月，腾讯前海项目动工。今年2月5日，作为腾讯即将启用的全球总部基地，位于南山区的腾讯滨海大厦10月5日封顶。根据

计划，腾讯滨海大厦预计将于2016年底完成交付，2017年上半年正式投用。

马化腾为《微信力量》作题为《第四种力量》的序言。他在文中称，“互联网+”是工业发展史上的“第四种力量”，这种新兴的力量可以称为“连接力”，能串联所有节点，将一个个孤悬的岛屿编织成彼此互通的立体网络。微信作为一个重要的“互联网元器件”，将彻底改变互联网传统的流量分发模式，让所有的应用通过社交化方式，实现自己的连接。(来源：本刊编辑部整理)

百度快讯

9月8日，百度在世界大会国际化论坛上，正式面向全球合作伙伴推出了移动广告平台DU AD Platform。这个平台可以帮助国内的开发者拓展海外市场。

百度金融事业部消费信贷平台——百度有钱高调宣布携手国内百家教育机构，深入布局教育信贷领域，为有需求的人士提供便捷低廉的教育信贷服务。

10月12日，百度发布“百度房产平台”，通过搜索导流并建立直达号“网络售楼处”，联合房地产开发商卖房。

百度与携程正式达成换股交易。交易完成后，百度将拥有约25%的携程总投票权，成为携程第一大股东，而携程将拥有约45%的去哪儿网总投票权，成为去哪儿网最大股东。这是继2011年6月，百度向中国另一在线旅游领域巨头去哪儿网战略投资3.06亿美元之后，在中国在线旅游市场的又一重大布局。(来源：本刊编辑部整理)

苏宁与万达签署紧密合作协议

9月6日，苏宁与万达签署紧密合作协议，苏宁易购云店等品牌将进入已开业或即将开业的万达广场经营。此项合作协议开启中国主要零售商和中国主要不动产商的合作。(来源：根据新浪科技相关内容编写)

电商大讲堂

“共谋 O2O 浪潮中的时尚产业发展之道”沙龙举办

9月11日，由深圳市电子商务服务中心、世界 O2O 组织与光合资本共同主办的“共谋 O2O 浪潮中的时尚产业发展之道”沙龙举行。沙龙聚焦“互联网+时尚”领域，邀请到时尚行业、互联网行业、O2O 创业企业、文创协会、资本机构等代表共聚一堂，探讨 O2O 时尚产业的发展路径。

据《2015 年美业 O2O 移动应用行业报告》显示，美妆类移动应用款数关注度最高。美业 O2O 移动应用用户以 25 岁以下年轻人为主，占比达到 85%。

时尚产业万事利深圳分公司代表认为，随着移动互联网的渗透，企业的重心慢慢由渠道和媒体转移到产品和服务上，以“物”为核心的品牌效应也逐渐被以“人”为核心

的社群效应取代，商业模式也实现了从单维到多维的跨越。他认为移动互联时代的特征是融合、分享和创新。极致的产品，互动、人性化的体验，用户参与设计、传播以及注重口碑营销是移动互联网成功的关键要素。

针对如何开展 O2O 营销的问题，蝶讯网市场总监蒋俊认为当下市场存在产品缺乏创新性、设计师人才紧缺和商业模式少三大问题。他认为应当让设计师与消费者零距离沟通，解决沟通不对称问题。

在圆桌对话环节，嘉宾针对时尚产业中各行各业面对 O2O 浪潮如何转型升级进行探讨，对“互联网+时尚”的现状与未来等内容进行交流。（来源：中心采编）

跨境电商如何掘金海外新兴市场系列沙龙之“探索神秘的东南亚市场”举办

竞争激烈、产品同质化、团队不稳定以及过度依赖传统市场成为我市目前大部分跨境电商所面对的发展瓶颈，而东南亚、南美、中东、非洲等新兴市场的电商平台逐渐成为国内卖家的关注目标。8月28日，市电商中心联合 ESG 集团、4PX 举办“跨境电商如何掘金海外新兴市场系列沙龙”，邀请到 Lazada、Qoo10 等东南亚电商平台负责人为我市跨境电商从业人员介绍海外新兴市场的掘金之路。

据悉，目前东南亚人口有 5.5 亿，东盟六大经济体的网络零售总额在 2013 年仅为 70 亿美元，预计 2018 年将达到 345 亿美元。同时，东盟地区还是世界上最大的智能手机市场之一，移动客户端交易额占据全球电商交易的 40%。随着物流、支付以及本地化服

务等东南亚跨境电商的痛点相继得到解决，预计中国的跨境电商将会在东南亚市场取得非常好的市场份额。

另据东南亚最大的电商平台 Lazada 代表介绍，目前该平台年销售额 10 亿美金、每月独立访客 5500 万、拥有超过 1200 万的 Facebook 粉丝数量。对于拥有着丰富产品资源与价格优势的中国跨境电商来说，电商市场尚未饱和、需求巨大、移动电商潜力我市更加巨大、竞争相对不算激烈的东南亚市场无疑是个“电商淘金圣地”。除了东南亚的 Lazada 和 Qoo10，接下来，市电商中心还会联手更多优质平台，例如日本的 Rakuten、法国 Priceminister、美国 Newegg 以及南美 Linio 等，帮助我市跨境电商找到新的发展机会。（来源：中心采编）

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