

把握业态脉动

电子商务动态

2016年第 1 期（总第 20 期）

◎特别报道

志存高远，砥砺前行创新篇
——2015 年深圳电子商务发展综述
2015 年深圳电子商务大事记

◎专题研究

深圳跨境电商企业投融资观察

◎专家视角

数据将会成为促进中国外贸发展的新引擎

◎热点追踪

2015 年国内电子商务相关领域大事记

◎数据观察

深圳总体网民规模达 897 万
CNNIC 发布《中国互联网络发展状况统计报告》

◎行业动态

深圳等 12 个城市获批设跨境电商综合试验区
工信部发布“互联网+”三年行动计划

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

把握业态脉动 电子商务动态

2016年第1期(总第20期)

◎特别报道

志存高远,砥砺前行创新篇
——2015年深圳电子商务发展综述

2015年深圳电子商务大事记

◎专题研究

深圳跨境电商企业投融资观察

◎专家视角

数据将会成为促进中国外贸发展的新引擎

◎热点追踪

2015年国内电子商务相关领域大事记

◎数据观察

深圳总体网民规模达897万

CNNIC发布《中国互联网络发展状况统计报告》

◎行业动态

深圳等12个城市获批设跨境电商综合试验区

工信部发布“互联网+”三年行动计划

指导单位:深圳市经济贸易和信息化委员会

主办单位:深圳电子商务服务中心

2016年 1月31日 第二十期

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

行稳致远,开启新篇·····01

◎特别报道

志存高远,砥砺前行创新篇

——2015年深圳电子商务发展综述 ·····02

2015年深圳电子商务大事记 ·····07

◎专题研究

深圳跨境电商企业投融资观察·····10

◎专家视角

数据将会成为促进中国外贸发展的新引擎·····13

◎热点追踪

2015年国内电子商务相关领域大事记·····14

◎数据观察

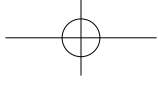
深圳总体网民规模达897万 ·····19

CNNIC发布《中国互联网络发展状况统计报告》 ·····20

◎行业动态

深圳等12个城市获批设跨境电商综合试验区 ·····22

工信部发布“互联网+”三年行动计划 ·····24



卷首语

行稳致远，开启新篇

一元复始，万象更新。当时针指向 2016 年，我们情不自禁瞻望新的一年，憧憬“第一个百年”梦想实现的灿烂阳光。2015 年是全面完成“十二五”规划的收官之年。回首过去，我们砥砺前行；今年是第十三个五年规划的开局之年。展望未来，我们步伐坚定。

涓涓的细流，可以汇成壮阔的大海；平凡的脚步，可以走完伟大的行程。透过《电子商务动态》的视窗，我们回首：

电子商务成为深圳转型发展的强劲引擎，助推经济发展跃上新台阶。

电子商务成为企业破解困局、向着现代化蜕变的大舞台，“互联网+”延伸进深圳产业的发展脉搏，新业态、新服务、新模式、新应用、新领域层出不穷，创意迭现。

电子商务成为深圳跨境贸易的创新动力，“卖全球、全球买”——“走出去”战略在世界低迷经济中逆势扬升，业绩彰显。

我们还可以看到：跨境支付、个人征信成为国家试点，跨境电商试点通过国家验收，国家跨境电商综合试验区落地鹏城。深圳人筚路蓝缕、一程又一程开辟着先行先试的新篇，续写着改革开放的华章。

透过《电子商务动态》的视窗，我们展望：

普及应用电子商务正成为深圳经济践行“五大发展理念”的持续动力。

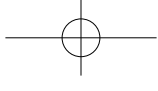
深化应用电子商务将成为传统产业做大做强的必由之路。

创新创业将成为电子商务保持蓬勃生机的丰沛之源。

在刚刚落幕的第二届世界互联网大会上，习近平主席提出“推动网络经济创新发展，促进共同繁荣”的主张。可以预见，“互联网+”给社会经济结构带来的重大变革还会不断显现。有别于传统经济的规则和机制，电子商务是互联网经济的先锋，其总体的成功，向世界展示了互联网的经济价值。我国经济正向新常态平稳过渡，新常态呼唤新形态，电子商务恰是经济领域重要的新形态。电商已成为经济转型升级期重要的国家战略，从局部经济活动向经济全局扩散，抓住这个机遇，刻不容缓。

潮平两岸阔，风正一帆悬。今天的中国，正处在走向民族复兴的关键节点。“认识新常态、适应新常态、引领新常态，是当前和今后一个时期我国经济发展的大逻辑”，这是党中央的重大判断和决策部署。深圳的电子商务欲行稳致远，就必须遵循大逻辑，顺应大趋势，不断增强和发挥引领经济发展新常态的积极性、主动性、创造性。“功崇惟志，业广惟勤”，让我们把发展的眼光放得更远，把奋斗的脚步踩得更实，我们必将实现预期的目标，成就辉煌的梦想！

文 / 夏 葵



志存高远，砥砺前行创新篇

——2015 年深圳电子商务发展综述

文 / 夏葵

2015 年，是深圳市实施战略性新兴产业发展、创建国家电子商务示范城市的第七年，又是国家“十二五”收官之年。

面对各种困难和挑战，市委市政府审时度势、科学决策，主动适应经济发展新常态，将电子商务作为调整经济结构、推进产业转型发展的抓手，以创新引领，以改革破局，抓铁有印，踏石留痕，交出了一份颇可圈点的答卷。深圳电子商务发展呈现出规模效益领先、生态链日趋完善、产业高度集聚的良好态势，形成了具有优势的发展特色。

新成就——交易规模继续稳居全国第一梯队

2015 年世界仍处于宏观经济不确定性、危机笼罩的阴影之中，国内经济同样遭遇发展增速趋缓的困境，唯有电子商务却生机勃勃，欣欣向荣。深圳电子商务在持续保持健康发展态势中，以创新引领发展，交易规模又创历史新高。据市电子商务服务中心数据，在 2014 年突破 1.5 万亿的基础上保持了持续发展的态势，预计 2015 年深圳电子商务交易额突破 1.6 万亿元，同比增长达 10%；网络零售额约为 1343 亿元，同比增长 56.77%。

2015 年在全国进出口总值疲软情况下，深圳跨境电子商务逆势而上，跨境交易额超过 300 亿美元，同比增长 76.1%，显著高于全国平均水平。其中通过前海湾保税港区 1210 项实现的跨境电商交易额约 1.895 亿美元，是上一年的 6 倍。截至 2015 年底，已有超过 4000 家电子商务类企业在前海注册，共有 159 家跨境电商进出口试点企业完成海关备案，192 家进口企业完成国检备案，备案商品达 29217 种，入区货值达 7.99 亿元，

完成订单并进口邮包 966.7 万单，跨境电商产业链集聚效应初见成效。

目前，前海湾保税港区在推动跨境电商业态聚集方面取得突出进展，新引进 1100 家电子商务企业、68 家知名跨境电商企业。据海关统计全国近六成的跨境电商出口商聚集深圳，位居全国第一，跨境电商物流也布局深圳，国际邮政小包数量在深圳占五成以上。跨境电商已成为深圳外贸转型发展稳步前行的重要力量。

新高度——电子商务深化应用成效显著

一是传统产业应用电商加速。

商贸领域频破困局，O2O 成转型升级业态。2015 年是倒逼传统商贸企业转型的一年。面对电商冲击、经营模式固化、成本上涨等诸多难题，传统商贸企业陷入持续的营收或净利润大幅下滑的困境。正是在这样的背景下，深圳的商贸百货纷纷开启了电商之路，网上商城、线上线下（O2O）融合成为其转型升级的必然选择。在这场电商化的破茧蜕变战役中，天虹百货走得最彻底。其不仅在组织管理上进行全方位的整合，而且在业务上注入更多的电商元素，先后推出了微喔便利店、天虹微店、天虹微品、天虹云店、微信、网上商城、虹领巾 APP、天虹到家、跨境电商等系列化业务，与线下开发购物中心、扩张便利店业态形成 O2O 布局。2015 年，天虹全渠道营销成效渐显，其微品已有 2 万店主，上线三个月，平台销售额月环比增长将近百分之百。

华润万家电商“e 万家”在深圳试点“万家送”，为在深圳 13 家大卖场的方圆 3 公里顾客提供线下服务。国际连锁零售巨头沃尔玛全资收购 1 号店在中国的电子商务业务

后，首先在深圳启动 O2O 试点项目——沃尔玛 APP，接着，沃尔玛 APP 于 12 月 15 日在广州、东莞两地上线，开启了外资商贸在中国电商战略上由观望、布局到务实推进的局面。将电商基因嫁接到传统商贸，O2O 模式将引领零售行业的第三次变革，成为整个零售业发展的趋势。

生产制造业发力“互联网+”，富士康作为深圳大型生产制造企业应用电子商务的“领头羊”，在采、供、销各节点中广泛应用电子商务业绩斐然，供应链 B2B 应用成为其以深圳总部为中心的电子商务综合业务平台。在 M2C 试水受挫后，2015 年，富士康旗下电商网站“富连网”以非常明确的目标再度上阵，即借助生产制造的产线优势，以销售 3C 类产品为主，三年超过中国第二大电商网站京东商城。

以华为的“华为商城”和中兴的“中兴手机商城”为代表的传统制造业的“互联网+”也呈现更加积极的进取态势，华为智能手机 2015 年发货量突破一亿台，位居全球第三，“华为商城”成为其智能产品销售的重要渠道。

二是深圳继续保持在垂直领域和细分市场的领先地位，电子商务业态创新亮点频现。

华强电子网、中农网、土巴兔、房多多作为其中的佼佼者，尤为行业瞩目。

华强电子网作为国内电子元器件领域遥遥领先的垂直 B2B 网站，十三年来在电子元器件领域深耕细作。2015 年，更加专注于电子元器件原材料采购基地的市场定位，全方位贴近电子市场的发展需求。扩充细分产品种类，旗下陆续成立了电子网、LED 网、安防网、手机配件网、华强外贸网、华强宝等相互关联的行业细分平台。目前，企业用户有 150 多万家，覆盖全球 200 余个国家和地区，平台月访问量（UV）最高突破 100 万人次，在线供求信息超过 1.2 亿条，提供交易电子元器件超过 600 万品类，交易规模突破 360 亿元。

中农网继续保持国内领先的农产品 B2B 垂直电商平台地位。旗下的广西糖网、昆商糖网、中国茧丝交易网、中国棉花商务网、中农易讯、依谷网等在白糖、茧丝、水果等农产品领域积极拓展农村电商业务，被评为“中国农产品电子商务 20 强”。2014 年公司及旗下各垂直门户累计实现网上现货交易额 220 亿元，网上现货交易量 500 万吨。为农产品产业链上下游的 50 万信息会员和 40 万的 B2C 会员提供专业服务，为客户实现供应链融资额达 86 亿元，服务模式荣获深圳市金融创新二等奖。

房多多作为我市迅速崛起的电子商务新生力量，以地产行业 O2O 模式为市场定位，以“买卖直连、打破交易信息壁垒”为切入点，扩展地产二手房及新房市场版图，目前房多多已开通全国 55 家城市的落地服务，成为国内领先的移动互联网房地产综合服务平台。资本机构对其前景看好，在完成了由嘉御基金、光速安振中国创投、鼎晖创投联合投资 8000 万美元的 B 轮融资后，房多多又获得 2.23 亿美元 C 轮融资。

深圳土巴兔装修网，作为家装 O2O 及移动互联网 3D 装修 APP 应用的引领者和先行者，处于快速发展期。目前，土巴兔已成立北京、上海、广州、武汉、长沙、南京、杭州、厦门、福州等 26 家分公司，开通 250 个城市分站，汇聚全国近 7 万家正规装修公司、1 万多个建材商家、90 万名室内设计师。截至 2015 年 10 月，土巴兔累计服务 900 万业主家庭，日均 UV 突破 300 万。

三是深圳电子商务公共服务体系日臻完善

“深商 e 天下”电子商务交易公共服务平台的服务范围和服务能力进一步提高，国际版正式上线。平台前三季度实现交易额 1.9 亿元，服务深圳企业 8230 家，成为深圳企业通向国际市场的又一电商“桥梁”。

市电子商务服务中心的产业服务及宣传推广平台业务稳步推进。电子商务统计平台



不断提升服务水平，增加月报和季报数据发布，为产业发展提供优质服务；以热点为导向，以企业为中心的“电子商务大讲堂”论坛，影响日增；产业研究取得新进展，与深圳职业技术学院、深圳信息学院、赛迪研究院等单位合作完成一批软课题，其中，《深圳市信息化“十二五”发展评估及“十三五”规划前期研究（互联网电子商务）》、《深圳市电子商务发展白皮书（2015年）》、《新常态下的电子商务统计研究》、《2014年深圳电子商务统计分析报告》、《龙岗区跨境电子商务调研报告》、《深圳电子商务人才培养研究》等课题不仅具有较高的专业性和操作性，也为政府和行业提供了决策支持。

“众信网”电子商务诚信公共服务平台建设日益优化，可信交易环境建设平台云化发展，并积极介入跨境电子商务交易试点项目及运营，成为跨境电商服务的支撑之一。

新跨越——第三方支付、物流业成就斐然 一是电商支付行业稳步成长。

在央行发放的第三方支付牌照 270 家机构中，深圳仅以执牌机构 20 家的“团队”实现支付交易额占据全国的四分之一，继续保持国内第三方支付领域的领军城市地位。根据易观智库发布的《中国第三方支付市场季度监测报告 2015 年第 3 季度》数据显示，2015 年第 3 季度中国第三方支付市场互联网收单交易规模为 36475 亿元人民币，支付宝、财付通、银联商务继续保持前三名，三者共占据互联网收单交易份额的 77.29%。在第三方支付线下 POS 收单排行榜里，深圳银盛支付首次成功跻身前三，排名超过第四、五名的拉卡拉和支付宝，进入线下 POS 收单第一梯队，成行业黑马。

深圳作为国家外管局首批跨境支付试点的五城市之一，跨境电商支付业绩显著。继财付通和钱宝科技获得第三方支付机构跨境支付业务试点批复后，我市智付、平安付两家支付机构也取得跨境支付试点资格，扩

展了我市的跨境试点业务类型和覆盖地区。财付通试点不仅包括货物贸易，还包括服务贸易，体现了外管局对深圳试点的信任与支持。目前，财付通已经与海外 20 个国家或地区的上百家商户确定了微信支付在境外的 O2O 合作，接入直购的海外商家包括 iHerb（全球最大的天然保健品电子商务公司）、东京 Pretty、亚洲航空、韩国知名的新罗免税店、新世界免税店、stylenanda，以及香港地区的卓悦集团、莎莎集团，台湾的糖村、聚水堂等商户。钱宝科技与银联、VISA、MASTER、JCB、AMEX 卡多达 62 家收单和支付机构合作全球收单，支付覆盖 104 个国家和地区。日处理订单超过十万笔，交易量突破百亿。跟进“一带一路”战略，钱宝与俄罗斯、比利时、斯里兰卡、吉尔吉斯斯坦开展金融服务，解决丝路电商收款难题。6 月，李克强总理与比利时首相米歇尔见证了钱宝与比利时 Cnext 签署银行卡组织合作协议。

电子商务成为银行业的热点。总部在深圳的招商银行和平安银行依托深圳电商产业优势，率先开拓银行电子商务。九十年代末，招商银行的“一网通”网上支付系统先行一步，吹响网上银行启航号角。2015 年，招商银行实施“轻型银行”战略，将银行金融业务向互联网转移，以互联网模式推动业务服务的轻型化。陆续开发“非常 E 购”、“出行易”、手机银行、掌上生活、手机钱包、二维码支付等新型支付及电商服务产品，为用户提供了“全能、好用、安全”的互联网金融新体验。目前，招行电子客票业务每月支付额已超过 10 亿元。每月进行电子支付的交易金额已达 200 亿元人民币，交易笔数超过 4500 万笔，招商银行“掌上生活 APP”绑定客户数突破 2000 万大关，较 2014 年增长 100%。

平安银行以“橙 e 网”推动产业电商化转型，布局创新 C2B（个人到企业）/C2M（个人到厂家）产业金融服务模式，上线一年多

来,“橙e网”产业链授信客户过万,交易笔数超15万笔;注册用户逾127万户,其中企业超36万户。积极在食品、服装、家居、装饰、汽车等主流市场领域发展定制服务。“平安付”与台湾金融巨擘台湾银行签署合作备忘录,正式开展跨境电子商务支付合作。并与台湾领先的支付网关蓝新科技签订战略合作协议,蓝新科技的10000多家合作电商将受理“平安付”的APP壹钱包跨境支付。由此,继支付宝、财付通后,“平安付”成为大陆又一个布局台湾市场的新兴支付工具,两岸消费者可直接在台湾或内地电商网站进行网购结算,也将在两地旅游时体验合作商户线下移动支付的便捷。

二是电商物流成为全国重镇。

完备的现代物流体系是支撑深圳电商破浪前行的重要基石及优势所在。2015年是深圳电商物流继续引领全国、创新整合发展的一年。深圳现有物流公司14800多家,聚集了全国90%以上的供应链公司。怡亚通的“O2O供应链商业生态圈”战略、创捷的“产业互联网+供应链金融生态圈”的商业模式、一达通服务小微企业的外贸综合服务平台都引领行业,成为深圳电子商务发展的强劲推力。2015年,深圳一达通创新的外贸综合服务平台模式首次被写入政府工作报告和国务院跨境电商文件,成为国家层面鼓励跨境电商发展的样板。位居快递包裹增长贡献最大的十个城市之一的深圳物流产值及现代物流业增加值持续保持千亿增速,预测同比增长10%左右;港口货物吞吐量突破2亿(19841.82万)吨、集装箱吞吐量2218.19万标准箱。靓丽的数据显示物流业与电子商务、金融服务融合互动,打造起“电子商务+物流”、“电子商务+物流+金融”的综合服务平台,成为深圳电子商务借助区位优势、跨界整合资源,实现创新发展的特色。

三是品牌创建成为电商热点。

国际咨询机构贝恩发布《2015年中国电

子商务市场研究报告》。这份主题为“互联网品牌化和品牌互联网化”的报告指出,线上消费者在不断升级,越来越追求产品品质,“互联网+品牌”的时代已经到来。中国的电子商务正在越过低价竞争的野蛮发展,日趋成熟的市场和业态推动着电商企业必须由规模发展转向品牌发展,品牌建设成为2015年深圳电商的热点。

其一,品牌成为跨境电商生存与发展之道。

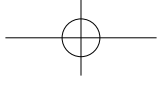
以品牌参与国际竞争是我市跨境电商最有预见的策略。傲基、邻友通、递四方成为跨境电商品牌战略的领军团队。傲基以推动中国制造品牌产品走向世界为理想,坚持“专注欧洲市场深耕、专注品牌建设、专注垂直产品领域”的策略,实现了“欧洲市场小语种网站平台自有品牌市场占有率第一、欧洲市场优良声誉的中国3C品牌产品,构建超过3万个SKU的良好供应链体系、覆盖优势市场的海外仓体系”目标的成功业绩。邻友通以其消费类电子的Taotronics系列、以电源产品的Ravpower系列、以智能家居产品的Hootoo系列、以女性产品的“U.spicy”系列等四大自主品牌,成为跨境电商年营收突破十亿元的主体。

其二,本地平台品牌影响力日益增强。

历经多年的辛勤耕耘,深圳打造了一批优秀的电商平台品牌。其中,财付通、钱宝、智付的金融第三方支付品牌,水贝珠宝的珠宝电商品牌,一达通的外贸综合服务品牌,华强电子网、中农网、土巴兔、房多多等垂直行业领军企业品牌,以及以富士康的“富连网”、华为的“华为商城”、中兴通讯的“中兴手机商城”为代表的IT制造业的电商渠道品牌,构建了深圳电商平台品牌的强大阵容和进军海内外市场的影响力。

《经济日报》在“走向世界的中国品牌”专题报道中,华为、中兴通讯名列前茅,成为行业佼佼者、民族产业的骄傲。

其三,品牌代理成为捷径。



网上天虹、华润 e 万家不仅将传统零售的品牌资源转移到电商平台，同时也直接在平台上获得品牌代理，成为其电子商务品牌战略的捷径。

新探索——先行先试的创新窗口

先行先试是国家对深圳电子商务的时代重托，也是深圳在国家改革开放战略中起引领作用的重要体现，过去一年，深圳不负使命，持续推进多层面的试点工作。

首先，深圳在国家层面继续发挥开拓者的先锋作用，继创建国家电子商务示范城市后，又经国家部委批准为移动电子商务金融科技服务创新试点城市、首批开展跨境电子商务外汇支付业务试点地区、跨境电商进出口综合试点城市。目前，已获批建立中国跨境电商综合试验区。

其次，跨境贸易电子商务服务试点顺利推进，成效显著。试点核心项目“跨境贸易电子商务通关服务平台”于 2015 年 11 月底上线运行，已通过海关牵头组织专家组验收。同时完成了《深圳市推进跨境贸易电子商务服务试点实施方案》、制定全国首个跨境电子商务地方标准以及建立全国首家跨境电子商务可信交易保障系统等工作。

第三，我市腾讯征信、前海征信中心、鹏元征信三家公司成为国家个人征信业务试点。2015 年 1 月，人民银行印发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》，要求芝麻信用管理、腾讯征信、深圳前海征信中心股份、鹏元征信、中诚信征信、中智诚征信、拉卡拉信用管理、北京华道征信等 8 家公司做好个人征信业务的准备工作，深圳三家公司列入名单，成为全国个人征信业务试点的重点地区。试点公司可成为首批持“个人征信牌照”机构。

第四，我市承担的《电子商务诚信交易服务试点》、《电子合同标准制定及应用试点》、《网络（电子）发票应用试点》等 8 项国家级重点示范项目均已完成，取得预期成果。

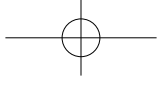
第五，培育了一批优秀的企业进入国家、广东省电子商务示范平台。其中，两个园区和七家企业荣获 2015-2016 年度国家电子商务示范基地和电子商务示范企业称号；5 个园区和 31 家企业荣获 2015-2016 年度广东省电子商务示范基地和电子商务示范企业称号。工信部批准福田国际电子商务产业园为首批国家小型微型企业创业创新示范基地。

2015 年，国务院高度重视电子商务发展。密集出台了一系列文件，充分肯定电子商务对经济转型、消费提升、扩大就业、催生创新起到的积极推动作用，强调电子商务是促进经济提质增效的新引擎。深圳市政府积极贯彻中央和国务院的要求，跟进出台了《深圳市电子商务专项资金管理办法》、《深圳市开展跨境贸易电子商务通关服务试点指导意见》、《2015 年深圳市电子商务工作要点》以及《深圳市人民政府贯彻落实国务院大力发展电子商务行动计划》（征求意见稿）系列文件和促进措施，这些构成了电子商务发展的良好政策环境和助推动力，是深圳电子商务领跑全国，取得辉煌业绩的重要原因。

2015 年也是充满挑战的一年。我们克服了艰难险阻，但是困难与瓶颈依然横亘在前进的征途：跨境电子商务体制机制障碍和束缚有待创新突破；B2B 的国内模式和跨境模式仍旧是推进电子商务发展的重点和难点；电商专业人才短缺、政策合力及部门协同仍旧是推进电子商务发展的短板。

历经创建首个电子商务示范城市七年波澜壮阔的发展历程，深圳已经成为世人瞩目的电子商务高地，探索出了一条具有特色的发展之路。回望过去，我们完成了 2015 年的目标任务，给远去的 2015 年画上圆满句号；展望明天，又开启了 2016 年的新篇章。

“从头越，苍山如海，残阳如血”。深圳电子商务将以更加开放的胸怀、更加包容的理念、更加创新的精神、更加务实的举措，不断开拓前进，迈上一个又一个新的台阶。



2015 年深圳电子商务大事记

一、市电子商务专项资金启动

市电子商务专项资金是市政府为促进我市电子商务快速发展和质量提升新设立的财政资助计划项目，市经贸信委联合市财委，于 2015 年 6 月出台《深圳市电子商务专项资金管理办法》，明确了探索股权投资、贷款贴息等多元化资金扶持方式，突出扶持手段的市场化和便捷化，重点对电子商务集成创新项目、电子商务示范城市建设项目、跨境贸易电子商务建设项目和中小微企业电子商务普及应用项目给予资金扶持。

二、跨境贸易电子商务服务试点通过海关总署验收

11 月 25 日，海关总署牵头组织有关部门组成专家组，对深圳跨境贸易电子商务服务试点项目进行验收。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，查看系统平台建设和功能演示，并对相关问题进行详细质询和慎重评审。最后专家组认为，深圳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。

三、完成“跨境贸易电子商务通关服务平台”建设

“跨境贸易电子商务通关服务平台”是我市跨境电子商务对接“关、检、汇、税”及跨境电商企业的综合业务平台。由市政府投资、南方电子口岸公司承建，于 2015 年 11 月底正式上线运行。受市政府委托市经贸信委制定了《深圳市通关服务平台建设运营和投资管理方案》，同时，完成制定全国首个跨境电子商务地方标准以及建立全国首家跨境电子商务可信交易保障系统等工作。

四、深圳智付、平安付加入国家跨境支付试点

深圳作为国家外管局首批批准的跨境支

付试点五城市之一，跨境电商支付业绩显著，继财付通和钱宝科技获得第三方支付机构跨境支付业务试点批复后，2015 年，智付、平安付两家支付机构也取得跨境支付试点资格，扩展了我市跨境试点业务类型和覆盖地区。

智付（Dinpay）总部位于深圳，并在厦门、重庆、武汉等地设有分公司。2012 年 6 月，智付获得了央行颁发的第四批支付牌照。智付签约的大中型商家包括顺电、康佳、智融会、妙购商城、美国购物网、西部商城、聚风尚、朴芳网等，年交易额超过百亿元。

平安付电子支付有限公司系中国平安集团旗下专业从事第三方支付研究、开发与管理的公司，是平安集团布局互联网金融的重要“触手”。作为首批获得央行颁发《支付业务许可证》的支付机构，平安付是国内电子支付领域的拓荒者和手机支付业务的领先者。业务涵盖全国范围的互联网支付、移动电话支付、银行卡收单及预付卡发行与受理。

五、一批产业园和企业获国家及广东省电子商务示范基地及示范企业称号

获得国家电子商务示范基地（2 个）：

前海（全球）跨境电子商务产业园
蛇口网谷

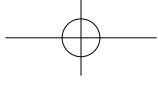
获得国家电子商务示范企业（7 家）：

深圳市中农网股份有限公司
深圳市华运国际物流有限公司
深圳市递四方信息科技有限公司
深圳市聚橙网络技术有限公司
深圳市腾邦国际商业服务股份有限公司
深圳市环球易购电子商务有限公司
深圳走秀网络科技有限公司

获得广东省电子商务示范基地：

福田国际电子商务产业园等 5 家

获得广东省电子商务示范企业：



怡亚通供应链股份有限公司、华强电子交易网络有限公司、智付电子支付有限公司、傲基电子商务股份有限公司等 31 家。

六、我市腾讯征信、前海征信中心、鹏元征信三家公司成为国家个人征信业务试点单位

2015 年 1 月，人民银行印发《关于做好个人征信业务准备工作的通知》，要求芝麻信用管理有限公司、腾讯征信有限公司、深圳前海征信中心股份有限公司、鹏元征信有限公司、中诚信征信有限公司、中智诚征信有限公司、拉卡拉信用管理有限公司、北京华道征信有限公司等 8 家公司做好个人征信业务的准备工作，深圳三家公司列入名单，成为全国个人征信业务试点的重点地区。个人征信将成为巨大的市场。

七、深圳试点电子发票 实现无纸化发票全程应用

深圳参与国家电子发票试点取得新进展。12 月，京东、航天信息和金蝶联合举行“国家税务总局增值税发票系统升级版电子发票全国推广暨可报销启动仪式”，全面展示全国首例增值税发票系统升级版下的电子发票从自动开具、接收、自动记账，再到电子会计凭证自动归档的全系统闭环流程，这标志电子发票在电子商务领域进入到全覆盖、全流程应用阶段。此前，我市参与国务院在国家电子商务示范城市部署开展的电子发票试点工作，华为终端销售、优购科技、盐田港股份及其他企业共 5 家成为纳入首批试点电子发票的电子商务企业，但只是解决发票的外在形式、签名、防伪和加密等前端问题，金蝶凭借其在企业 ERP 财务系统的开发优势，将电子发票接入企业 IT 系统，以相应的产品来接纳电子发票，将一张电子发票从开出—报销—结算的整个流程系统化。

八、市政府印发《深圳市“互联网+”行动计划》

8 月，市政府印发《深圳市“互联网+”

行动计划》。《行动计划》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，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，《行动计划》确定互联网与制造、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、大数据及人工智能等十三个领域结合的工作任务。在互联网+商贸方面，重点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。

九、天猫“双 11”期间深圳交易额位居广东省第一

11 月 11 日，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。

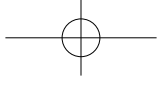
十、“深商 e 天下”国际版正式上线

“深商 e 天下”电子商务交易公共服务平台的服务范围和能力进一步提高，“深商 e 天下”国际版正式上线。平台前三季度实现交易额 1.9 亿元，服务深圳企业 8230 家，成为深圳企业通向国际市场的又一电商“桥梁”。

十一、深圳跨境电商产业链已现集聚效应

以前海自贸区为着力点，深圳跨境电商产业链集聚效应日增，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、华润 e 万家等知名跨境电商进驻前海。

目前，我市已有十三家跨境电商体验店开业，它们分别是位于前海自贸区的开心购、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、前海周大福全球商品购物中心（俗称港货中心），位于蛇口自贸区的羿百跨境购（蛇口店）和山姆安全食品，宝安天虹购物中心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。



十二、深圳电子商务企业成资本市场热点

2015 年深圳电子商务企业仍旧受到资本市场关注，跨境电商成为热点。投融资规模：美元 11.95 亿，人民币 78.61 亿元。具体情况如下：

企业融资类

土巴兔完成 C 轮 2 亿美元融资。

走秀网完成 C 轮 3000 万美元融资。

百米生活获得 8000 万美元 A 轮融资。

迪蒙科技 A 轮融资 5 亿人民币。

百果园获得 A 轮 4 亿人民币融资。

品汇科技获得 D 轮 1000 万美元融资。

云印技术获得 A 轮 5000 万融资。

房多多获得 C 轮 2.23 亿美元融资。

快点装修获得 500 万人民币天使轮融资。

有棵树获得 B 轮 4 亿人民币融资。

通拓科技获得 A 轮 9000 万人民币融资。

五洲汇获环球易购 17.7 亿人民币融资。

爱美购获得 A 轮 1000 万人民币融资。

百事泰获得 1000 万人民币融资。

环球易购获得母公司跨境通宝 2 亿人民币增资。

赛维获得数亿人民币融资。

奥康投入 7700 万美元成为兰亭集势第一大股东。

前海帕拓逊获得跨境通近 3 亿元人民币收购股权，跨境通控股前海帕拓逊。

企业上市

傲基、品尚红酒、广东百事泰三家深圳跨境电商企业分别登陆新三板。

并购

富安娜 5000 万人民币投资浙江执御。

十三、深圳跨境电商检验认证联盟成立

9 月 28 日，我国首个跨境电商检验认证联盟在前海举行揭牌仪式，该联盟由市检验检疫局倡议，市检验检疫协会连同国内外 10 多家知名检验认证机构共同发起，将为跨境电商提供可靠、便捷的检验认证服务，通过加强跨境电商企业及检验认证机构双方自律，探索跨境电商监管新模式。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。

深圳检验检疫局 5 月提出《跨境电子商务通关检验检疫业务流程》、《跨境电子商务产品质量信息监测进口奶粉》、《跨境电子商务数据报文格式》等 6 项深圳市地方标准，累计研制 9 项跨境电商领域标准。

十四、深圳助推新疆电子商务发展

6 月 27 日，由深圳援疆前方指挥部主办的“‘一带一路’战略下的喀什电子商务发展论坛”在喀什举行。此次论坛是第十一届喀交会系列论坛的分论坛之一，也是深圳援疆工作的一项具体举措。

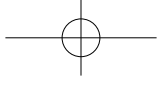
十五、国际化品牌成为深圳电商“走出去”战略

由规模发展转向品牌发展，成为深圳跨境电商进入“互联网+品牌”时代的品牌战略。

傲基电商坚持“专注欧洲市场深耕、专注品牌建设、专注垂直产品领域”的策略，实现了“欧洲市场小语种网站平台自有品牌市场占有率第一、欧洲市场优良声誉的中国 3C 品牌产品，构建了超过 3 万个 SKU 的良好供应链体系、覆盖优势市场的海外仓体系”目标的成功业绩。

邻友通以其消费类电子的 Taotronics 系列、以电源产品的 Ravpower 系列、以智能家居产品的 Hootoo 系列、以女性产品的“U.spicy”系列等四大自主品牌，成为贡献跨境电商年营收突破十亿元的主体。

前海帕拓逊致力于将中国高品质的产品（各类基于无线和蓝牙电子产品，包括手机配件、汽车配件等）销售到世界各地。公司已经孵化三个基于欧美电商网络的品牌，如 mpow，以高品质高性价比建立了一定的影响力；并已经建立多个基于欧美本土的营销模式，同时将会朝着以本土化、品牌化、粉丝化的方向进一步深入发展；市场已经覆盖到美、英、德、法、日等 11 个国家，现已在美国和欧洲部分国家建立独立的仓库体系。



深圳跨境电商企业投融资观察

文 / 董新凯

深圳是跨境电商快速发展的城市，近几年跨境电商以每年 30% 的增速前进，B2C 企业和大卖家超过 5000 家，占据了全国跨境电商的半壁江山，与此同时，资本也开始进入跨境电商领域跑马圈地。

一、2008 年至今，深圳跨境电商领域投融资变化

深圳跨境电商起步于 2007 年，彼时出口跨境电商处于蓝海市场。2008–2010 期间，资本对跨境电商的关注处于萌芽时期，以 DX、兰亭集势为代表的 B2C 型跨境电商成为第一批融资成功者，阿里巴巴也在此期间投资为跨境电商提供外贸综合服务的企业一达通，获 65% 股权。

到 2011 年，资本对跨境电商的投资达到阶段性高潮，跨境出口电商企业环球易购、傲基国际，跨境进口企业品尚红酒、走秀网等一批企业成功融资，融资额度在数千万到 1 亿元人民币之间。同时，DX 在香港借壳上市。

在这个阶段被投资的 B2C 型跨境电商企业，都拥有自有网站。

2012–2013 年，电商行业整体遇冷，跨境电商业不可避免受到影响。两年期间，除已获得融资的品尚红酒继续获得 B 轮资金外，仅有一家万方网络融资成功，两家的融资额均未透露，2013 年兰亭集势赴美上市。

2014–2015 年期间，资本开始大量进入跨境电商领域，此时因为海外已经有成熟的电商网站和体系，自建新网站存活概率小，而利用第三方平台进行销售的跨境电商企业成长迅速，一年有几倍的增速，因此那些利

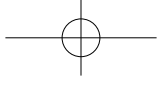
用第三方平台销售的 B2C 跨境电商企业也进入资本视野，代表企业有 ATC 爱淘城、百事泰、通拓科技等，同时伴随跨境出口整个体量的快速增长和政府对跨境进口电商的支持，资本对跨境电商服务商和跨境进口电商同样关注，获得融资的代表性企业有五洲会、有棵树、百马汇、递四方、顺友物流等。在此期间获得融资的企业，融资额度最少者也过千万，其中四家融资额过亿，最高者五洲会获 17.7 亿人民币的投资。

二、资本在跨境电商领域的投资方向

综合分析，资本青睐以下几个类型的跨境电商：

（一）有独特竞争力的 B2C 型跨境出口电商

近两年成功获得融资的跨境出口电商企业，总有自己独特的竞争力。有的自有工厂，有强大的产业链整合能力，在国外市场成功打造出自己的品牌知名度，并拥有不错的市场占有率，代表性企业有万方网络和百事泰科技。有的在海外市场上已经形成行业壁垒，后来者不容易超越，代表性企业有傲基国际、环球易购、通拓科技等，傲基国际注重小语种国家的市场销售，经过多年发展沉淀出自有品牌，在德国、法国、意大利、西班牙、葡萄牙等欧洲市场占据中国外贸 B2C 第一，避开了激烈的市场价格战；环球易购和通拓科技除了在第三方平台亚马逊、eBay 上有销售外，均有专业品类的自建电商平台，并且有不错的流量。拥有成功的电商经验、在六个国家有自建仓库的跨境电商企业 ATC 爱淘城，业绩增长迅速，今年在做好原有海外销



售业务的同时，开始强力打造自有海外品牌，同时为跨境电商提供管理平台、仓储、物流服务，这些都成功吸引到资金关注，目前正在与深创投洽谈投资事宜。

（二）进口跨境电商

进口跨境电商领域也是资本追逐的热点，其成功融资的代表企业有五洲会、走秀网、品尚红酒、有棵树等，其中有棵树以跨境进口平台“海豚供应链”融到更多资金。

（三）跨境电商服务型企业

“挖金矿的没赚钱，卖铁锹的反而发财了。”近几年，受惠于跨境电商体量的庞大增长，跨境电商培训公司、跨境电商服务公司受到资本青睐，代表性企业有：一达通、递四方、顺友物流、百马汇、钱宝等。

三、跨境电商投资主体分析

投资电商企业的投资主体主要有三类：

（一）专业投资机构

这类以深创投等基金公司为代表，他们有专门的研究人员对跨境电商的发展趋势、行业政策等进行研究，选择了跨境电商这一投资赛道，在确定赛道之后，考察企业的商业模式和经营状况。同时，企业创始人的分享精神、创业团队较强的凝聚力也是他们选择是否投资的主要因素。

（二）传统企业

传统企业投资并购跨境电商企业，实现优势互补，助力企业转型。山西百圆裤业以 10.45 亿元的价格 100% 收购跨境出口企业深圳环球易购；奥康鞋业以 7734 万美元的价格收购兰亭集势 25.66% 股权，成为后者大股东；富安娜入股出口电商企业浙江执御，占其总股本的 5% 等。这些传统企业在转型过程中，均通过收购成熟的电商企业，优化公司产业战略布局，拓展电商领域的业务。

（三）电商企业

原本就是跨境电商领域中的企业，凭借对行业的深入了解和人脉圈，更容易物色到

电商领域中有发展潜力的企业而成为股东，以便对自己现有业务进行有效的补充和优化。

傲基国际采用期权加现金的并购方式，2015 年收购 Antelife（深圳亿谨通科技有限公司），其能为傲基国际带来手机供应链和西班牙市场的积累，二者合并可以优化产业链和客户资源。

被百圆裤业收购的环球易购，后来又两轮投资进口跨境电商五洲会、控股出口跨境电商帕拓逊，进出口领域通吃。

亿赞普本来就是跨境电商领域中的佼佼者，收购为跨境电商提供金融服务的深圳钱宝科技，完善自身在跨境领域的服务体系。

阿里巴巴本身拥有跨境 B2B 平台阿里巴巴国际站，全资收购一达通公司，介入出口服务领域。

四、深圳跨境电商企业融资之后，如何利用资金？

电商公司融资成功后，资金主要用在以下几个地方：

（一）公司技术平台和服务体系的改进

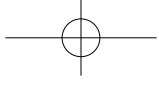
企业融资成功后，首先对公司的技术平台和服务体系进行改进，提高效率，完善服务链条。

（二）扩张

资本的另一个用途是招兵买马扩大规模，进行货物和产品线的扩充，扩大海外仓布局，同时用于公司海外品牌的打造和宣传。五洲会在融资成功后，大量开设线下体验店，进口电商和线下渠道全面布局，进入快速扩张阶段，爱淘城则加速海外仓的布局，在海外培育出自有品牌。

（三）投资并购业内优秀公司

因为对行业的深度了解，令其更容易发现一些优秀企业，有的公司在成功融资后，转而成为投资人，继续投资或并购行业内的优秀企业，整合上下游资源，使企业快速扩张。傲基国际、环球易购都是经典案例，另



一个案例是百事泰科技，该企业在新三板上市的同时，投资了一家玩具厂和小型的跨境电商公司，董事长徐新华表示未来会继续投资或并购与自己产业链相关联的企业，整合上下游企业，提高效率，扩大市场份额。

五、资本进入后对跨境电商企业的影响

（一）提升企业的品牌知名度和影响力

成功获得融资后，对企业整体的品牌知名度和影响力都有很大提升。企业融资成功，是获得业内认可的表现，对于后续与银行、保险公司的合作，整合业内资源都有极大的帮助。对于跨境出口电商来讲，中小卖家已经进入拼价时代，大卖家依靠早起积累的利润和资本的力量，已经开始走品牌化战略，这能够使其避开价格战，保证适当的利润率。资本的进入，令更多企业可以从容地在海外市场培育更多知名品牌。

（二）帮助企业快速走向资本市场

资本除了在资金上对企业支持外，因其有丰富的投资经验，可以为企业发展方向把脉，投资公司还会利用自身资源对企业进行一系列的服务，帮助他们与资本市场对接，协助他们进行后续融资，助推企业上市。

（三）加快企业发展，改变行业格局

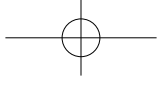
资本进入后，要求企业迅速跑马圈地，扩大销售额，这就加快了企业的发展进程，促进整个行业市场格局的改变，令强者更强。电商领域是个赢者通吃的行业，尤其是对于跨境进口电商更是如此，资本的进入，会加剧这个行业的洗牌速度。

六、深圳跨境电商领域典型融资并购案例评析

这两年最具代表性的并购案例是山西百圆裤业全资并购跨境出口企业环球易购，阿里巴巴收购跨境物流公司一达通。百圆裤业是以裤装生产销售为主的传统企业，环球易购是较早做出口跨境电商的企业，除了通过

eBay、亚马逊等第三方平台外，还拥有以服装类平台 sammydress.com 和 3C 电子产品类平台 everbuying.com 为代表的多个自建专业品类垂直 B2C 电商平台，在海外市场有不错的销量和渠道。2014 年百圆裤业以 10.45 亿的价格 100% 收购环球易购，由传统企业转型为跨境电商公司。“环球易购平台相对成熟，拥有自己的海外市场、营销团队和客户资源，百圆裤业选择与其合作，有利于百圆裤业打造上市公司线上线下资源联动、数字营销与供应链优化相结合、内销跨境协同的服装立体零售生态圈，因此选择收购也成了最好的途径。当然，二者消费群体的共通性对这起并购事件也起着一定的作用。”一位业内人士说。2015 年 6 月，百圆裤业正式更名“跨境通宝”，标志着公司全面进军跨境电商领域。接着，跨境通宝连续三次斥资 3 亿元拿下前海帕拓逊 51% 股权，成为其控股股东；斥资 9000 万元，获得通拓科技 9% 股权。跨境通宝方面表示，这是为了延伸公司在跨境电商领域的布局完整性和增强公司长久竞争力而做的战略安排。再接着，跨境通宝旗下的环球易购又两轮投资进口跨境电商五洲会。一年多时间，百圆裤业将深圳多家优秀的进出口跨境电商企业收入囊中，实现全面转型。

另一个典型的并购案例是阿里巴巴并购一达通。事实上阿里巴巴早在 2010 年已经收购一达通 65% 的股份，2014 年又拿下其余的 35% 股份，实现对一达通的全面收购。业内分析人士表示，阿里巴巴通过投资一达通介入进出口交易服务环节，将获得小企业进出口实时、真实、全面、庞大的交易数据，此数据对于阿里巴巴分析小企业外贸市场意义重大，也有助于阿里巴巴实现“分享数据第一平台”公司的愿景，同时，小企业的进出口实际交易数据将有助于阿里金融建设完善的内控体系，为阿里金融挑选合适的小额贷款企业，低成本、低风险地提供小额贷款。



数据将会成为促进中国外贸发展的新引擎

文 / 王与剑

10月27日，阿里巴巴魏强提出：“数据是最核心的要素，阿里在数据采集基础上同步做数据应用，为供应商提供交易担保，数据成为新的生产资料。”魏强认为基于数据利用的新商业模式将会成为未来中国外贸乃至全球外贸的新引擎、新动力、新规则。

一、传统外贸 B2B 只是广告平台

过去十几年所谓的 B2B 平台，只是商品信息发布平台，用户是广告主和广告用户。在这个业务当中没有任何的交易，数据背后所支撑的结算、信用、担保、物流都不存在，所有 B2B 没有同电子商务有本质联系。

二、“互联网 +”的精髓是数据

“互联网 +”的精髓实际上不是 IT 信息技术，而是数据。例如，你上淘宝消费时，看的是第三方呈现出来的交易数据，你要交易时，需要信用，背后依然是数据。今天看到电子商务还在推出更多的价值，例如支付宝的“花呗”，你可以随时支用不属于你的钱，背后考的是什么，是大数据形成的征信体系。所以数据将成为最重要的资源，而且这个要素是无与伦比的，环境资源越用越少，而数据资源是越用越多。

三、基于数据产生互联网的交易价值

整个外贸交易链条，原来的 B2B 业务没有涉足，大额外贸 B2B 一直难以实现闭环，这不仅是阿里巴巴的难题，也是全球外贸的难题。毕竟，跨境电商 B2B 比跨境电商 B2C 要复杂得多，面临的风险也更大：1、更复杂。跨境电商 B2B 是真正的“互联网 + 外贸”，其中涉及的通关、结汇、退税等都需要按照

传统外贸流程来做，而跨境电商 B2C 将所有的流程都做了最大程度的简化。2、风险更大。跨境电商 B2B 涉及的是大额贸易，一旦发生违约，平台、卖家、买家三者之间将存在繁杂的责任追索。阿里巴巴平台服务型企业的出现和壮大，无疑给金融机构带来了服务于中小微企业的利润增长点。

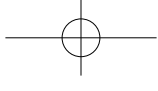
四、阿里巴巴打造基于数据的新“闭环”

海量的碎片数据该怎么用？阿里小贷给出了很好的示范。在过去，因为无法采集足够的企业数据，在企业贷款时银行要求提供房产、购车证明，用资产做抵押。但现在，基于采集到的企业数据，阿里小贷可以借助技术手段，把碎片化的信息还原成对企业的信用认识。

“比如一个小工厂，用电量持续攀升，我可以认为其业务很好，信誉可以调高”。这个维度银行是不可能采纳的。魏强强调，不要将数据的价值局限于“变现”，数据最终的指向是积累的信用，包括个人信用也包括企业信用。

随着互联网数据价值越来越大，跨境电子商务实现了物流、信息流、商流的高度统一，为世界各地的制造商和贸易商提供了全方位、多层次、多角度的互动式商贸服务，突破了传统外贸 B2B 活动中的物质、时间、空间对交易双方的限制，将会构建新的交易体系。跨境电子商务是“互联网 + 外贸”的主要模式，已成为中国对外贸易的新动力，随着市场环境和支撑体系的不断完善，基于大数据应用的跨境电子商务以其新理念、新模式将成为促进中国对外贸易发展的新引擎。

（作者根据魏强讲话录音整理）



2015 年国内电子商务相关领域大事记

一、2015 年中国跨境电商领域十大事件

(一) 深圳、广州、重庆、郑州、宁波等地承担国家跨境贸易电子商务服务试点项目通过验收

2015 年底，海关总署牵头有关部委，分别对深圳、广州、重庆、郑州、宁波等地承担的国家跨境贸易电子商务服务试点项目进行验收。专家组认为，各试点单位完成了批复的任务和目标，一致同意考察项目通过验收。

专家组对深圳试点的建设探索成果、发展思路、深圳海关在特殊监管场所实行的进出仓货物暂存账册管理和以报代备等监管亮点给予充分肯定。

广州试点重点开展了零售出口（B2C，邮件/快件业务）、直购进口和网购保税进口三类业务。

重庆试点项目开创性地实现了铁路运邮，利用“渝新欧”国际物流大通道服务跨境电子商务；在出口方面创造性提出退税融资的理念并进行了实践。

郑州试点项目在全国首创“电子商务+行邮监管+保税中心”的通关监管模式，实现了行邮税标准下的跨境电商物品保税进口。

宁波试点项目累计投入近 25 亿元，重点推进宁波（国际）电商园、宁波跨境电商园等电商集聚区建设。

(二) 国务院密集出台支持跨境电子商务发展相关政策

国家层面的高度重视和政策助推对促进跨境电子商务发展起到了重要作用。一年来，国务院出台促进跨境电商文件如下：《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》、《关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》、《关于加快实施自由贸易区战略

的若干意见》、《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》、《国务院关于改进口岸工作支持外贸发展的若干意见》、《关于促进快递业发展的若干意见》等。上述文件将跨境电子商务作为新型贸易方式，提出提升跨境电商通关效率、推动电商国际合作，鼓励跨境电商企业通过规范的“海外仓”等模式融入境外零售体系等。

(三) 杭州综试区建设进展顺利，成效显著

2015 年 3 月 7 日国务院正式批复设立杭州综试区，明确要求通过制度创新、管理创新和服务创新为全国跨境电商健康发展提供可复制、可推广的经验。杭州试点工作取得的成效，主要体现在五个方面：

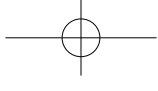
一是跨境电子商务的规模快速增长。截至 2015 年 11 月底，杭州跨境电商交易规模从 2014 年不足 2000 万美元已经快速增至 30.4 亿美元。

二是上线备案的外贸企业数量大幅度增加。在“单一窗口”平台上备案的企业增至 4000 多家。

三是产业聚集和带动效应开始显现。新建的各类跨境电商园区 12 个，引进企业 330 家，通过优化产业结构，带动中小企业发展，提升企业的竞争力，统筹国内外市场的能力进一步提高。

四是助力地方外贸和经济增长。2015 年 1-11 月份，杭州市出口 399 亿美元，增长 3.8%，明显高于浙江省和全国出口的平均速度。杭州市前三个月经济增长速度达到了 10.2%，位居长三角经济带城市的前列。

五是为大众创业、万众创新提供了新的重要渠道，并带动物流、金融、支付、通关等相关服务行业的蓬勃发展，为创业创新和



中小企业发展提供了有力支撑。

（四）2015 年，跨境电子商务成为中国对外贸易的新活力

2015 年，中国跨境电商呈现出蓬勃的发展态势，预计全年交易规模超过 5.5 万亿元，增幅超过 30%，占进出口总额的比重达到 17%。商务部则预测，2016 年中国跨境电商进出口贸易额将达 6.5 万亿元，未来几年跨境电商占中国进出口贸易比例将会提高到 20%。

2015 年中国跨境电商呈现出三个较为明显的亮点：一是跨境 B2C 进口爆发式增长，天猫国际、京东全球购、亚马逊海外购、网易考拉海购等电商巨头纷纷布局跨境电商进口。相关数据显示，2015 年“双十一”，天猫国际平台上有约 3000 万消费者购买了进口商品，交易的国家和地区达到 232 个；2015 年，中国消费者在亚马逊全球站点购物花费总额较 2014 年增长了 6 倍多。

二是跨境电商出口远超进口，其中出口约占总交易额的 85% 左右。相较 2012 年，2015 年借助亚马逊中国走向国际市场的中国卖家数量增长了 13 倍，所售产品数量增加了 87 倍，在 2015 亚马逊“黑色星期五”促销季，中国卖家在北美市场及日本市场的销售额是上年同期的 2.5 倍。

三是跨境 B2B 占据主导地位，约占总交易规模的 90% 左右，阿里巴巴、中国制造网、世界工厂网等跨境 B2B 电商平台帮助众多中国传统外贸企业拓展国际市场，从以加工为主的“中国制造”走向以品牌为主的“中国质造”。

（五）八大跨境电商试点城市确定

10 月 22 日，天津作为第八个全国跨境电商试点城市正式获批。这是继上海、重庆、杭州、宁波、广州、郑州、深圳之后的第八个。为配合改革试点顺利进行，海关总署等相关部门陆续推出 56 号文，57 号文等一系列指导文件。

（六）中国签订首个跨境电商双边协定

2015 年中韩、中澳等自由贸易区的签订都预示着中国跨境电商迎来全新发展时期。中韩、中澳等自由贸易区的签订成为点对点的突破策略，其推进的跨境电商是打破 TPP 壁垒、应对 TPP 的有效手段，也是拥有全球贸易规则话语权的最佳策略。

（七）深圳傲基成规模最大的新三板出口电商

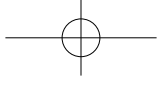
在资本关注、政策红利不断的双重“呵护”下，出口跨境电商迎最佳发展契机。深圳市傲基电子商务股份有限公司（以下简称“傲基电商”）正式在新三板挂牌，成为目前最大的新三板出口跨境电商企业。傲基电商成立于 2010 年，是以外贸 B2C 电子商务运营为核心业务，以非英语国家市场为战略重点的跨国电商公司。目前已自建了德语、法语、西班牙语等欧洲小语种独立网站，客户数量覆盖 170 多个国家，会员超过 200 万。

（八）阿里巴巴正式开启全球化，马云欲图打造 eWTO

今年，阿里巴巴正式迈向全球化，向着服务全球 20 亿消费者的目标迈进。跨境电商是阿里巴巴三大战略布局之一。在进口方面，天猫国际强势整合国内外资源，继续引领进口电商行业；在出口方面，速卖通发展迅猛，开始转型 B2C，类似于淘宝向天猫的转变与进化。

（九）资本大战跨境电商，宝宝树获 3 亿美金投资创跨境电商单笔最大融资纪录

2015 年可以说是中国跨境电商融资年。跨境电商的资本运作频繁。据中国跨境电商网数据显示，在进口方向上，除宝宝树由聚美优品领投 2.5 亿美元外，百度 1.5 亿美元投资蜜芽；小红书 6 月获 B 轮融资；洋码头 9 月完成 1 亿美元融资；波罗蜜获 8000 万美元融资。在出口方向上，跨境通宝动作最大，收购多家企业，欲图整合跨境电商产业



链。2014 年收购环球易购之后，跨境通宝 2015 年 2 月斥资 1224 万元，取得跨境电商深圳前海帕拓逊 7.5% 股权；5 月以 9000 万元，获得通拓科技 9% 股权；7 月出资 4840 万元获得跨境易 24.8% 股权。

除此之外，赛维、有棵树等大卖家都有数亿人民币融资。这反映了在目前总体经济疲软的情况下，资本市场对跨境电商的高度关注。

（十）传统经济拥抱跨境电商，全球联采众筹平台和中国零售跨境电商联盟成立

2015 年 11 月，步步高、天虹等数十家国内零售企业齐聚武汉，共同宣布成立全球联采众筹平台。10 月，友阿股份、大商集团、王府井百货、长春欧亚、天虹、广州友谊、广百股份、天河城百货等零售百货讨论通过了《中国零售跨境电商联盟成立宣言》。

除传统零售业，东航、中外运、顺丰等上市公司或国有企业，都先后整合资源和优势进入跨境电商领域。

二、2015 中国互联网十大并购盘点

2015 即将过去，中国互联网并购高达 892 起，总金额约为 364 亿美元，择其要者，列为十大。

（一）阿里入股魅族

2015 年 2 月，阿里宣布斥资 5.9 亿美元（约合人民币 36 亿）入股魅族科技。

魅族科技将阿里的投资定性为战略投资，而阿里巴巴也将此次投资定性为构建移动互联网生态圈的战略布局。

（二）滴滴、快的合并

滴滴与快的 2 月 14 日宣布战略合并，成为国内最大的叫车平台。

滴滴和快的的合并，整合了长期以来交战的打车市场，聚拢了现有的资源，强化了网络媒体的优势，提高了用户的服务，并拉开了和其他竞争者的距离。

不过目前来看，滴滴快的整合之后，群众关注的补贴大幅下降，免费打车的现象也仅是昙花一现。专车市场现阶段仍然充满竞争和挑战，并没有哪家企业可以独领风骚。

（三）美团、大众合并成立“新美大”

2015 年 10 月，美团和大众点评网宣布共同成立“新美大”。由于资本市场日趋严峻，美团融资进展不顺，现有资本的填充已经赶不上美团的发展速度。同时在经历了和大众点评、百度糯米的各种烧钱大战之后，美团的亏损也在逐年增长。因此美团不得不降低估值选择与大众点评合并。在行业壁垒未建立之前，“新美大”合并后远不能高枕无忧，最大的竞争对手糯米背靠百度虎视眈眈。

（四）58 同城和赶集成一家

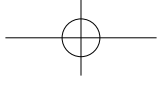
4 月，赶集网正式宣布和 58 同城合并。58 同城将以现金加股票的方式获得赶集网 43.2% 的股份。这意味两家的竞争告一段落，目前，58 同城在家政、搬家等少数几个领域拥有一定的市场份额，口碑则还在起步阶段。合并基本上形成了对 O2O 服务市场的垄断。

（五）海航投资途牛 5 亿美元

11 月，途牛宣布与海航旅游共同宣布战略结盟。海航旅游将战略投资途牛 5 亿美元，双方将在线上旅游、航空、酒店服务等领域开展深度合作。途牛这次选择的投资方是一家国内大型线下旅游集团。这宗交易的实质是线上、线下资源的 O2O 整合。途牛发展旅游业务，缺的就是航空资源；海航方面来说，更多的是宏观的战略布局，线上线下联合开发，途牛作为线上服务，完善了海航的产业链。

（六）携程、去哪儿达成战略合作，百度坐享其成

10 月 26 日，携程宣布与百度达成一项股权置换交易。合并后，两家公司依旧独立发展。实际上，是去哪儿的大股东百度用 45% 的去哪儿股份，换了携程的 25% 股份，而成为携程控股股东，百度成为幕后主导。



携程网和去哪儿网能够摒弃前嫌最关键的因素还是背后资本在推动。在线旅行领域长期存在的竞争态势，使得企业的大量资源耗费在营销和竞争当中，业务发展和创新等领域的资源并没有得到倾斜。而整合后这个局面则得到了改变。

（七）神州专车、e代驾，互联网垂直整合

10月15日，神州专车与e代驾达成战略合作，双方将在业务和资本方面展开全方位深度的合作。与58赶集、滴滴快的、携程去哪儿合并不同的是，e代驾与神州专车的合作，是垂直整合，即上下游不同环节的整合，以构建用户一体化体验，创新商业模式。

（八）携程入股艺龙，三国变双雄

5月30日，携程宣布与几家投资方共同参与购买Expedia所持有的艺龙股份。其中，携程出资约4亿美元，持有艺龙37.6%的股权。另外的投资方包括铂涛集团和此前已经持股艺龙的腾讯。

（九）阿里收购优酷土豆，45亿美元豪情一掷

11月7日，阿里巴巴和优酷土豆共同宣布，双方已就收购优酷土豆股份签署并购协议，阿里巴巴将以大约45亿美元收购优酷土豆。

收购完成后，阿里生态体系将成为运营电商、视频、广告等三大业务，为生态系统注入强大活力和协同效应。

（十）阿里投资第一财经，12亿元开拓数据服务新领域

6月4日，阿里巴巴集团和上海文广集团(SMG)举行签约仪式，宣布双方将充分发挥各自在传媒与大数据领域的资源优势，共同将SMG旗下的第一财经传媒有限公司，打造成具有全球影响力的新型数字化财经媒体与信息服务集团。

2015年掀起了并购潮，强强联合，冤家

联姻。伴随着“互联网+大数据”时代的来临，企业合并是大势所趋。

三、仓储（物流）业十件大事

（一）《中国仓储行业发展报告(2015)》发布

由商务部流通业发展司与中国仓储协会共同编撰的《中国仓储行业发展报告(2015)》显示，2014年仓储业规模稳步增长，运行总体平稳。据测算，截至2014年底，全国仓储企业约2.9万家，从业人员约92.9万人，行业资产总额约2.07万亿元，全国营业性通用仓库面积约9.1亿平方米，冷库总容积约9562万立方米。

（二）电子商务仓储（物流）服务进入发展新阶段

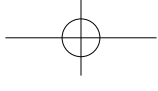
2015年电商物流的发展已经从过去的物流爆仓、市场需求火热、发展迅猛等热点开始进入到全面规范发展阶段。电商物流规范发展的热点主要体现在国家层面的电商规划开始编制、出台了关于电商物流包裹强制安检的标准。

2015年11月我国电商物流领域的第一个行业服务标准《电子商务物流服务规范》发布，将于2016年9月1日在全国正式实施。该标准体系深入到电商物流系统、仓储、运输、配送、退换货等各个环节，规定了电商物流服务的服务能力、服务要求和作业要求。

2015年7月《电子商务仓储管理与服务规范》(浙江省地方标准)发布。浙标更为具体地对电商仓储作业流程、作业规范、信息管理、要素管理及评价与改进提出具体要求。

（三）商贸物流标准化试点示范工作取得重大进展

2014年11月20日，商务部、国家标准委印发《商贸物流标准化专项行动计划》。2015年，商务部将商贸物流标准化工作纳入16项重点工作予以推进。会同国标委联合开展商贸物流标准化专项行动，加强对标准的



研究和重点领域标准的制定修订。

（四）国家政策促进区域仓储（物流）布局

中共中央政治局4月审议通过《京津冀协同发展规划纲要》。京津冀物流顺利发展成为《纲要》能否顺利实施的基础。京津冀三地共同签署了《天津共识》，确定将在市场转移对接、物流信息共享、电子商务发展等十个方面建立多层次对接机制。

（五）城市物流难题依旧，共同配送值得期待

2015年5月，商务部等10部门联合印发《全国流通节点城市布局规划（2015~2020年）》，为加快构建全国骨干城市互联互通的流通网络、努力提升流通节点城市功能提供了指导。接着，10月第七届中国城市物流发展大会召开，这成为今年城市物流的两大新闻事件。

近两年，商务部一是加强对城市共同配送试点工作的探索。二是重视建设智慧物流配送体系，商务部办公厅印发《关于开展智慧物流配送体系建设实施意见的通知》，力图通过开展试点示范工作，引导发展智慧化物流园区（基地），推动建立深度感知的仓储管理系统、高效便捷的末端配送网络、科学有序的物流分拨调配系统和互联互通的物流信息服务平台。

（六）物流央企重组

2015年12月，国资委发布消息称，经国务院批准，招商局集团有限公司与中国外运长航集团有限公司实施战略重组，中国外运长航整体被并入招商局成为其全资子公司，不再作为国资委直接监管企业。

此前，国资委发布消息称，经报国务院批准，中国航运业两大巨头中国远洋运输（集团）总公司与中国海运（集团）总公司启动重组。

（七）全行业聚焦绿色仓储

2015年4月，由中国仓储协会主办第

二届中国（国际）绿色仓储与配送大会召开。会议发布了《中国绿色仓储与配送技术与设备推荐目录（第一批）》，从绿色仓储配送新政策与新模式入手，分析绿色仓储与配送的新技术以及创新管理，为打造“绿色物流供应链”指明方向。

（八）担保存货管理实施国标

中国仓储协会和中国银行业协会发布《担保存货第三方管理规范》，2015年3月1日正式实施。“以标准改革推进市场规范，以标准实施引领行业发展，正成为标准化工作的最强音。”

为了保证《规范》的顺利实施，中国仓储协会和中国银行业协会共同采取了组织制定与审定《评价办法》、搭建全国担保存货管理公共信息平台、编制担保存货“监管协议”、“监控协议”的示范文本、规范统一担保存货仓单要素与格式和推动担保存货保险等几大措施。组建了全国担保存货管理企业评价委员会。

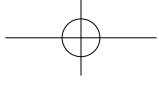
（九）中药材现代物流体系建设全面启动

2014年12月，商务部印发《关于加快推进中药材现代物流体系建设指导意见的通知》，要求到2020年初步形成采收、产地加工、包装、仓储和运输一体化的中药材现代物流体系。《通知》是政府主管部门出台的第一个指导中药材传统物流方式向现代物流转变的纲领性文件，首次提出了中药材现代物流体系建设的指导思想、发展目标与重点任务，在我国中药材物流发展史上具有里程碑意义。

（十）天津港“8.12”特别重大火灾爆炸事故

8月12日，位于天津滨海新区的瑞海国际物流有限公司化工危险品仓库发生特别重大火灾爆炸事故。

（来源：根据中国电子商务研究中心、中国科技网、创业邦及商务部发言人讲话资料整理）



数据观察

◎区域数据

深圳总体网民规模达 897 万

由深圳市网络媒体协会、中国互联网络信息中心联合发布的《2015 深圳市互联网发展状况研究报告》显示,截至 2015 年 12 月底,深圳总体网民规模已达到 897 万,网民渗透率高达 83.2%,与全国平均水平相比高出 30 个百分点以上,超过北京(77%)、上海(74%)和广州(80%)。手机网民比例达到了 94.8%。深圳不但是“最互联网”的城市,深圳人也正在成为中国“最互联网”的人。深圳网民平均每周上网时长 35.7 个小时,比全国平均水平高 9 个小时以上,深圳人日均“联网”有 5 小时。从 2015 年深圳市网民的年龄结构来看,20 岁以下网民占 13.2%,20-29 岁占比达到 39.3%,可见“80 后”、“90 后”已占深圳网民“半壁江山”。

深圳网购的网民规模为 690 万人,使用率达 77%,高出全国平均水平 15% 以上,在线旅游超过全国平均水平的 15%,团购则是全国水平的两倍。(来源:本刊编辑部整理)

2015 年前海跨境电商进口货值逾 10 亿元

深圳市出入境检验检疫局公布,2015 年,深圳前海湾保税港区全年共备案跨境电商商品 36603 品种次,进口跨境电商商品 1244 批次,货值人民币 10.77 亿元,发出订单邮包 1013.47 万单,同比分别增长 138 倍、38 倍、66 倍和 201.3 倍,涉及备案企业 247 家。

前海跨境电商商品主要是保健品、化妆品、食品等,主要来源国家为日本、韩国、澳大利亚等。当前,聚美优品、小红书、华润 e 万家等各大电商已纷纷亮相深圳前海。(来源:根据《深圳晚报》相关内容编写)

深圳众筹平台数量居华南地区首位

众筹家发布的《华南众筹平台行业发展报告》显示,截至 2015 年 11 月中旬,我国已有 300 余家众筹平台。华南地区的众筹平台达 67 家,稳居全国第二,其中有 47 家平台位于深圳。众筹平台按其回报模式划分,分为股权型、权益型、公益型和综合型。在华南地区 67 家众筹平台中,股权型众筹为 32 家,权益型众筹为 12 家,公益型众筹为 5 家,综合型众筹为 18 家。(来源:根据搜狐财经相关内容编写)

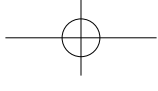
2015 年广东以跨境电子商务方式进出口 167.3 亿元,规模稳居全国首位

据海关总署广东分署通报,2015 年广东省外贸进出口总值 6.36 万亿元人民币,比上年同期(下同)下降 3.9%,占同期全国外贸总值的 25.9%。其中,出口 4 万亿元,增长 0.8%,占全国出口总值的 28.3%;进口 2.36 万亿元,下降 10.8%,占全国进口总值的 22.6%。以跨境电子商务方式进出口 167.3 亿元,增长 3.6 倍,规模稳居全国首位。

在广东外贸进出口总额超千亿元的 8 个城市中,东莞和广州实现正增长。其中东莞进出口 1.04 万亿元,增长 4.2%;广州 8306.4 亿元,增长 3.5%;其余 6 个城市进出口均下降,其中深圳 2.75 万亿元,下降 8.2%;佛山 4087.2 亿元,下降 3.3%。(来源:根据《深圳商报》相关内容编写)

宁波保税区跨境电商销售额突破 30 亿元

2015 年宁波保税区海关审核通过跨境电商进口申报单 1233 万票,销售额 30 亿元,同比分别增长 7.6 倍与 6 倍。截至去年 12 月底,宁波保税区跨境电商出口交易额已达 3.9 亿美元,商品涵盖服装鞋帽、液晶显示板和阀门等。(来源:根据光明科技相关内容编写)



2015 年湖北电商交易额将破万亿

湖北省商务厅介绍,2015 年全省电商交易额将达 11000 亿元,突破万亿大关,同比增长 37.5%,交易额蝉联中部第一。今年 1 月至 11 月,湖北省电商交易额达 9900 亿元,其中网络零售额 1100 亿元,买入额约 600 亿元,卖出额 500 亿元。(来源:根据《湖北日报》相关内容编写)

◎行业数据

CNNIC 发布《中国互联网络发展状况统计报告》

截至 2015 年 12 月,我国互联网普及率为 50.3%。中国网民规模达 6.88 亿,手机网民规模达 6.2 亿,网民中使用手机上网人群占比由 2014 年的 85.8% 提升至 90.1%。农村网民占比 28.4%,规模达 1.95 亿。网民以 10-39 岁群体为主,占整体的 75.1%。网上支付用户规模达 4.16 亿,增长率为 36.8%。其中手机网上支付用户规模达 3.58 亿,增长率为 64.5%。

我国网络购物用户规模达到 4.13 亿,手机网络购物用户规模增长迅速,达到 3.40 亿,增长率为 43.9%,手机网络购物的使用比例由 42.4% 提升至 54.8%。

商务部数据显示,中国主要跨境电商交易额平均增长率在 40% 左右,其中进口网络零售增长率在 60% 左右,出口网络零售增长率在 40% 左右。

团购用户规模达到 1.80 亿,有 26.2% 的网民使用了团购网站的服务;手机团购用户规模达到 1.58 亿,增长率为 33.1%;网上外卖用户规模达到 1.14 亿,占整体网民的 16.5%,其中手机网上外卖用户规模为 1.04 亿,占手机网民的 16.8%;在网上预订过机票、酒店、火车票或旅游度假产品的网民规模达到 2.60 亿;中国网络视频用户规模达 5.04 亿;我国在线教育用户规模达 1.10 亿人,占网民的 16.0%;互联网医疗用户规模

为 1.52 亿,占网民的 22.1%;网络预约出租车用户规模为 9664 万人,网络预约专车用户规模为 2165 万人。

在开展过互联网营销的企业中,35.5% 通过移动互联网进行了营销推广,其中有 21.9% 的企业使用过付费推广;移动营销企业中,微信营销推广使用率达 75.3%;建设移动官网的比例为 52.7%;全国开展在线销售的企业比例为 32.6%;开展在线采购的企业比例为 31.5%。(来源:根据中国互联网络信息中心相关内容编写)

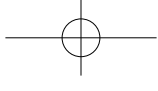
商务部: 2015 年全国网上零售额 38773 亿元

商务部发布 2015 年商务运行情况,2015 年实现社会消费品零售总额是 30.1 万亿元,同比增长 10.7%。全国网上零售额 3.88 万亿元,比上年增长 33.3%。其中,实物商品网上零售额 3.24 万亿元,增长 31.6%,占社会消费品零售总额的比重已经达到 10.8%;非实物商品网上零售额 0.63 万亿元,增长 42.4%;在实物商品网上零售额中,吃、穿和用类商品分别增长 40.8%、21.4% 和 36.0%。

根据海关统计,去年全年我国进出口总值是 24.58 万亿元,同比下降了 7%,跨境电子商务、市场采购等新型商业模式正在逐渐成为外贸发展新的增长点,2015 年市场采购贸易方式出口增速超过了 70%。(来源:根据商务部网站相关内容编写)

我国快递年业务量首次突破 200 亿件

2016 年全国邮政管理工作会议上获悉,2015 年快递业务量完成 206 亿件,同比增长 48%;快递业务收入完成 2760 亿元,同比增长 35%。其中农村地区收投快件量超过 50 亿件,带动农副产品进城和工业品下乡超过 3000 亿元,国际小包和国际 E 邮宝出口近 7 亿件,同比增长 70%。全国农村地



区直接通邮率达到 94%，乡镇快递服务营业网点覆盖率提升至 70%，主要城市安装智能快件箱逾 6 万组。“双十一”单日业务高峰期，单日最高处理量突破 1.6 亿件，同比增长 56%。2015 年，行业支撑网络零售交易总额超 3 万亿元。（来源：本刊编辑部整理）

eMarketer：2015 年亚太地区零售电子商务销售额 8776.1 亿美元 同比增长 35.7%

2015 年全球电子商务市场的总销售额将实现 16000 亿美元，其中亚太地区将达到 8776 亿美元，同比增长 35.7%。亚太地区网络零售支出占全球的 52.5%，首次超过 50%。亚太地区电子商务增长速率高于全球平均水平 10 个百分点。中国、印度和印度尼西亚是该地区的马达，后两者 2015 年分别增长 129.5% 和 65.6%。

具体来看，日韩的网络活跃度较高，有 80% 的网民表示都会进行网购。2015 年东南亚地区人均网上交易额最高的国家，是马来西亚。目前它已拥有 2.5 亿互联网用户。过去五年内，马来西亚的电子商务市场规模复合年均增长率提高了 31%。印度尼西亚是全球第四大人口国，但网民普及率还较低，服装是网购最多的商品；跨境电子商务方面，在亚太地区排名前三的分别是中国香港，中国大陆和日本。中国的电子商务销售额占据了全球总额的 40% 以上，年增幅约达 5%。（来源：根据中国经济网相关内容编写）

阿里巴巴公布 B2B 电商市场报告

截至 2015 年末，阿里巴巴 B2B 内贸和外贸平台上的国内供应商已达百万级别，而国内采购商有 1000 万，海外采购商高达 1 亿，采购商数量远远多于供应商数量，B2B 市场发展潜力巨大。询盘量最大的外需市场依次为：美国、英国、印度、加拿大、俄罗斯、澳大利亚、德国、奥地利、马来西亚、巴西。

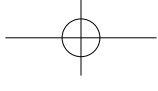
其中美国的询盘量远超其他国家，美国仍是中国最大出口国。俄罗斯、巴西、西班牙、法国、乌克兰等国家是 2015 年最热的增量市场。增长最快的海外市场出现在欧洲、中南美和中东，其中欧洲地区的增长主要来自于俄罗斯，中南美的增长主要来自于巴西。中东地区的买家数比去年增长了 50%，增速超过亚洲和北美。其中，土耳其、巴勒斯坦、以色列等国家的增长速度已超过 60%。（来源：根据阿里巴巴微信号编写）

Yandex：2015 年中国电商在俄交易额增 30 倍

据俄罗斯第三方支付平台 Yandex 支付统计，2015 年有 60 余家中国电商网站进入俄罗斯电商市场，除了全球速卖通、京东外，TradeEase 等新兴电商平台也十分活跃。据悉，与 2014 年相比，通过 Yandex 进行交易的中国网上商店交易总额增加了 30 倍，占到 Yandex 公司外国零售支付总额的 57%，这几乎是 2014 年销售额的 9.5 倍。总体而言，通过 Yandex 进行交易的中国网上商店支付总数增加了 38 倍，付款用户总数扩大了 3 倍。俄罗斯网民在中国网上商店主要购买的商品品类包括服装、鞋类、儿童用品和手机等。（来源：根据亿邦动力相关内容编写）

2015 年网贷问题平台 896 家 为 2014 年 3.26 倍

盈灿咨询联合网贷之家发布的《2015 年中国网络借贷行业年报》指出，截至 2015 年 12 月底，网贷行业运营平台达到 2595 家，成交量达 9823.04 亿元，增长 288.57%。其中问题平台达到 896 家，是 2014 年的 3.26 倍。收益率整体呈下滑趋势，行业整体综合收益率为 13.29%。其中，广东、山东、北京分别以 476 家、329 家、302 家运营平台数排名全国前三位，占总平台数的 42.66%。（来源：根据央广网相关内容编写）



行业动态

◎深圳

深圳等 12 个城市获批设跨境电商综合试验区

国务院印发《关于同意在天津等 12 个城市设立跨境电子商务综合试验区的批复》，同意在天津、上海、重庆、合肥、郑州、广州、成都、大连、宁波、青岛、深圳、苏州等 12 个城市设立跨境电子商务综合试验区。

商务部部长助理张骥表示，设立跨境电子商务综合试验区的目的是通过制度创新、管理创新、服务创新和协同发展，着力破解制约跨境电子商务发展当中深层次的问题和体制性的难题，打造跨境电子商务完整的产业链和生态链，逐步形成一套适应和引领跨境电子商务发展的管理制度和规则，形成推动我国跨境电子商务可复制、可推广的经验，支持跨境电子商务发展。

据了解，杭州综试区探索的经验主要是提出了“六体系两平台”建设，包括了信息共享、金融服务、智能物流、电商信用、风险防控、统计监测这六大体系以及线上的单一窗口平台和线下的综合园区平台。（来源：本刊编辑部整理）

深圳暂停互联网金融商事登记注册

市市场和质量监督管理委员会发出公告称，根据市金融办要求，自 2016 年 1 月 1 日起，该委员会暂停全市新增互联网金融企业名称及经营范围的商事登记注册。

公告还称，市金融办等有关部门正在研究制定深圳市新的互联网金融管理办法，重新明确登记及后续备案程序。待有关文件明确后，市市场和质量监管委将按照新的政策要求进行登记。（来源：本刊编辑部整理）

深圳出台 P2P 投资理财类广告规范

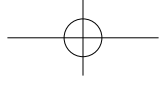
市市场和质量监督管理委员会发布《关于规范投资理财类产品广告发布的通知》要求，推销投资理财产品或者服务的广告必须真实、合法，不得欺骗或者误导消费者，应当在醒目位置对可能存在的风险以及风险责任承担有合理提示或者警示等。（来源：根据每日经济新闻相关内容编写）

保宏推出跨境 B2B 线上结算系统

2016 年 1 月 14 日，保宏电子商务综合服务有限公司与中国工商银行前海分行签署战略合作协议，共同推行跨境 B2B 线上结算系统，并宣布旗下的前海国际线上交易平台信诺网与极宝网正式上线。此系统通过将海关的监管数据、银行 / 支付企业的资金流数据、保税区的物流数据以及线上交易平台的订单数据进行重新整合，从而实现跨境贸易电子商务线上结 / 付汇功能，解决海量订单线下人工结 / 付汇的难题。按照此模式进行交易，海外商户只需在当地的工商银行开设网上银行账号，便可以线上执行采购，而国内供应商也会在“T+1”的时间内收到人民币款项。此外，保宏公司将开展退税融资、采购融资、库存质押融资等互联网金融产品。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

横岗眼镜时尚 e 城开园

2016 年 1 月 7 日，市、区两级政府重点建设的眼镜传统优势产业转型升级示范基地“深圳横岗眼镜时尚 e 城”正式开园。这是全国首个 O2O 眼镜产业创新引领公共服务平台，将全力打造眼镜产业转型升级服务综合体。据了解，项目首期启动区建筑面积约 12550 平方米，集眼镜产业博物馆、品牌展示中心、研发设计中心、人才培训中心、产品检验检测中心、电子商务中心等功能区，



将形成产业转型升级服务综合体，为深圳眼镜产业转型升级提供综合服务和重要支撑。

（来源：本刊编辑部整理）

深圳华强公司：1.9 亿元控股深圳捷扬，加快 B2B 平台发展

深圳华强公告称公司拟收购深圳市捷扬讯科电子有限公司 70% 股权，交易价格为 19086 万元。深圳捷扬专注于电子元器件长尾需求市场，主体运营模式为现货分销。去年 11 月，深圳华强完成的对深圳市湘海电子有限公司的并购，这也是深圳华强在电子元器件分销行业的重要布局。（来源：本刊编辑部整理）

华强电商获准挂牌新三板

深圳华强发布公告，控股子公司深圳华强电子商务股份有限公司获批在新三板挂牌，转让方式为协议转让。深圳华强通过全资子公司深圳华强电子世界发展有限公司持有华强电商 85% 股权。（来源：根据证券时报网相关内容编写）

陆金所宣布完成 B 轮融资

在京东金融宣布获 66.5 亿元人民币 A 轮融资后，陆金所对外宣布完成 12.16 亿美元（折合人民币约 80 亿元）B 轮融资。此轮融资完成后，陆金所估值达到 185 亿美元（折合人民币逾 1200 亿元）。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

深圳百果园收购果多美

完成 4 亿元 A 轮融资不到两月，百果园将北京规模最大的连锁水果超市品牌果多美收入囊中。百果园和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。（来源：根据《北京商报》相关内容编写）

◎ 国内

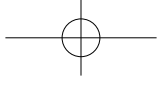
全国农业电子商务试点启动

农业部办公厅印发《农业电子商务试点方案》，农业部将于 2016 年在北京、河北、吉林、黑龙江、江苏、湖南、广东、海南、重庆、宁夏等 10 省（区、市）开展农业电子商务试点。方案明确，北京、河北、吉林、湖南、广东、重庆、宁夏等 7 省（区、市）重点在鲜活农产品电子商务方面开展试点，吉林、黑龙江、江苏、湖南等 4 省重点在农业生产资料电子商务方面开展试点，北京、海南在休闲农业电子商务方面开展试点。（来源：本刊编辑部整理）

跨境电商进口税政策调整 行邮税或提高三至五成

据悉，目前我国跨境电商进口试点城市中实行的跨境电商进口税收政策将推向全国，相关部门已达成一致，具体政策有望在上半年落地。一是加大对跨境电商的扶持力度，将试点城市的税收政策推向全国，各地都实行统一的税收政策；二是在现在行邮税税率的基础上提高三至五成，既有别于目前的行邮税，又有别于一般贸易税，税率水平介于二者之间，这样既可以减少差异，又可以鼓励传统进口企业向电商转型，对跨境电商起到促进作用。

商务部数据显示，预计 2015 年全年电商交易额将接近 17 万亿元，同比增长约 27%；其中，网络零售交易额接近 4 万亿元，同比增长约 39%。目前，我国跨境电商企业超过 20 万家，平台企业超过 5000 家。2015 年上半年，我国跨境电商交易总额达 2 万亿元，同比增长 42.8%，其中，进口占 15.2%，出口占 84.8%。从跨境电商的商品类别来看，位列前几位的主要是：手机、手机配件、服装、鞋类、电子产品等。（来源：根据《经济参考报》相关内容编写）



工信部发布“互联网+”三年行动计划

工信部发布贯彻落实《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》行动计划，明确2018年“互联网+”总体目标，并提出两化融合管理体系和标准建设推广行动等七大行动。其中，七大行动具体包括：两化融合管理体系和标准建设推广行动、智能制造培育推广行动、新型生产模式培育行动、系统解决方案能力提升行动、小微企业创新创业培育行动、网络基础设施升级行动、信息技术产业支撑能力提升行动。（来源：根据新华社相关内容编写）

央行发布非银行支付机构网络支付管理办法

中国人民银行发布《非银行支付机构网络支付业务管理办法》，自2016年7月1日起施行。《办法》突出互联网支付小额快捷便民等特色，首次对支付机构进行分级分类管理，针对评级较高、支付账户实名制落实较好的支付机构，予以客户身份验证渠道、支付账户转账功能、支付账户单日交易限额、银行卡快捷支付验证方式、个人卖家管理等方面的监管弹性和灵活性。同时，《办法》通过将支付账户分为Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ三类，将不同的支付限额、实名要求融汇其中，以满足不同人群的不同需求。Ⅰ类账户适合日常生活，Ⅱ类账户适合网购等消费行为，Ⅲ类账户适合投资理财。（来源：本刊编辑部整理）

国家质检总局：跨境电商经营主体和商品应备案

国家质检总局发布《跨境电子商务经营主体和商品备案管理工作规范》，明确要求跨境电商企业在商品首次上架销售前，向检验检疫机构提供备案信息。《规范》将于2016年1月1日起正式实施，这也意味着，跨境电商将从过去的自由发展进入统一规范的管理形态。（来源：本刊编辑部整理）

我国全面推行增值税电子发票

国家税务总局发布公告，明确自2015年12月1日起在全国范围推行增值税电子发票系统。据了解，北京、上海、浙江和深圳已自2015年8月1日起开展增值税电子发票系统试点。（来源：本刊编辑部整理）

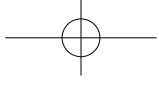
P2P监管将划定12项禁止行为

12月28日，中国银监会会同工业和信息化部、公安部、国家互联网信息办公室等部门研究起草的《网络借贷信息中介机构业务活动管理暂行办法（征求意见稿）》正式向社会公开征求意见，并设定了18个月的过渡期。根据征求意见稿，P2P行业监管将采用负面清单制，明确提出网贷机构不得吸收公众存款、不得归集资金设立资金池、不得自身为出借人提供任何形式的担保等12项禁止行为。同时，为了加强风险管控、保障资金安全，征求意见稿要求网贷机构必须选择符合条件的银行开展资金存管，将自身、出借人、借款人资金隔离。（来源：根据《经济日报》相关内容编写）

财政部、国税总局对杭州跨境电商部分货物试行增值税免税

财政部、国税总局下发通知，对中国（杭州）跨境电子商务综合试验区企业出口未取得合法有效进货凭证的货物，同时符合条件的，在2016年12月31日前试行增值税免税政策。这些条件包括：出口货物纳入中国（杭州）跨境电子商务综合试验区“单一窗口”平台监管；出口企业在“单一窗口”平台如实登记其购进货物的销售方名称和纳税人识别号、销售日期、货物名称、计量单位、数量、单价、总金额等进货信息。

另外，国家工商总局印发《关于支持中国（杭州）跨境电子商务综合试验区建设发展的若干意见》，内容包括“深化登记制度改革、推进信息共享公开、促进知识产权



保护、加大维权模式创新”等四方面共十五条扶持政策，成为继“海关十五条”“质检十六条”之后，助力杭州综试区发展、加快先行先试步伐的又一重大突破及实质利好。（来源：本刊编辑部整理）

商务部详解跨境电商方向性问题：真正要走强的是 B2B

商务部部长助理张骥表示，跨境电子商务发展是要带动产业发展、提升它的国际竞争能力作为重点，而且不是仅仅的一个小包裹，碎片化的数据，这既不能助力贸易大国，也不能助力贸易强国。跨境电商发展的主体是明确的，B2B 是主体，B2C 是补充。按照海关权威统计，2015 年 1-11 月份试点城市跨境电子商务 B2C 模式出口和进口规模分别是 79 亿和 145 亿人民币。（来源：本刊编辑部整理）

《邮件、快件实名收寄实施办法》将出台

国家邮政局透露，今年将全面实施实名收寄和物品信息登记制度，出台《邮件、快件实名收寄实施办法》，严格执行用户身份核对和信息登记，企业要尽快建立用户信息数据库，确保寄递用户信息可录入、可查询、可核对、可追溯。同时将开展绿色包装试点工程，倡导适度包装，试点环保包装材料应用和分类回收处理。邮政管理部门鼓励各类资本依法进入快递领域，支持企业上市融资。（来源：根据新华网相关内容编写）

网络食品经营管理办法即将出台

《网络食品经营监督管理办法》坚持最重要的一个原则就是“线上线下一致”的原则，即“实体店怎么管，线上经营也怎么管”；第二为“社会共治”原则，网络食品经营者和网络食品交易第三方平台提供者均应当承担社会责任；第三是“手段创新”原则。为实现对“跨省”、“跨国”食品网购的有效监管，拟建立一个全国统一的网络信息监测

体系。（来源：根据《新京报》相关内容编写）

“美团·大众点评”宣布完成全球 O2O 领域最大规模融资

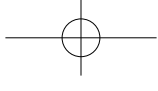
1 月 19 日，生活服务电商平台“美团·大众点评”宣布，美团与大众点评共同成立的新公司已完成首次融资，融资额超 33 亿美元，融资后新公司估值超过 180 亿美元。此次融资创下中国互联网行业私募融资单笔金额的最高纪录。（来源：根据央广网相关内容编写）

阿里电商业务押注三大板块

1 月，阿里巴巴张勇提出，阿里电商业务要在 2016 年打出“三大战役”，分别围绕全球化、农村、一线城市全面展开。2016 年将天猫国际和淘宝全球购作为进口业务的主阵地。（来源：本刊编辑部整理）

中国消费者跨境网购空运直邮进入快速增长期

来自上海出入境检验检疫局的最新统计显示，2015 年，上海及华东地区的中国消费者平均每天通过空运直邮途径、开展跨境网购的进口商品达 1026 批次，比上一年猛增七倍。据悉，空运直邮跨境网购业务不同于普通“海淘”，它要求境内外相关电子商务、物流企业及其相关商品均需备案，中国境内普通消费者需要实名购买且有售后服务保证。据介绍，2015 年，上海机场出入境检验检疫局共受理跨境网购空运直邮 37.46 万批次，日趋庞大的消费需求已吸引美国亚马逊、日本伊藤忠等 300 多家境外电子商务企业以及敦豪航空货运公司、联合包裹速递服务公司、顺丰等 11 家境内外物流企业参与其中。据分析，在中国消费者 2015 年跨境网购空运直邮的 37.46 万批次商品中，小家电占 20%，婴幼儿服装、纸尿裤占 11%，化妆品占 10%，奶粉等食品占 6%，其他日用消费品占 53%。（来源：根据新华社相关内容编写）



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

内部交流资料 免费定向赠阅