

电子商务 **动态**

2016年第 3 期（总第 22 期）

内部资料 免费赠阅

◎专家视角

加快推进电子商务的国家战略

——商务部聂林海在 2016 中国（深圳）电子商务发展论坛的演讲

◎特别报道

创新驱动发展 构建产业新生态

——2016 中国（深圳）电子商务发展论坛专题报道

IT 创新与共享经济对电子商务的若干思考

——2016 中国（深圳）IT 领袖峰会专题报道

◎热点追踪

跨境电商零售进口新政“满月” 深圳电商企业何去何从？

◎数据观察

1-4 月份深圳电子商务交易额达 5528.24 亿元

一季度我市快递业务量及收入位居全国大中城市前列

◎行业动态

深圳、广州跨境电子商务综合试验区实施方案印发

深圳海关推 9 项监管制度创新服务自贸区发展

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

2016年第3期(总第22期) 内部资料 免费赠阅

◎专家视角
加快推进电子商务的国家战略
——商务部聂林海在2016中国(深圳)电子商务发展论坛的演讲

◎特别报道
创新驱动发展 构建产业新生态
——2016中国(深圳)电子商务发展论坛专题报道
IT创新与共享经济对电子商务的若干思考
——2016中国(深圳)IT领袖峰会专题报道

◎热点追踪
跨境电商零售进口新政“满月” 深圳电商企业何去何从?

◎数据观察
1-4月份深圳电子商务交易额达5528.24亿元
一季度我市快递业务量及收入位居全国大中城市前列

◎行业动态
深圳、广州跨境电子商务综合试验区实施方案印发
深圳海关推9项监管制度创新服务自贸区发展

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

2016年5月31日 第二十二期

指导单位：

深圳市经济贸易和信息化委员会

主办单位：

深圳市电子商务服务中心

顾问：

陈 彪 高国辉 郭立民

柴跃廷 荆林波

指导委员会：

吴 优 彭新叶 贾兴东 刘毅刚

徐 静 石兴中 杨忠民

主 编：夏 葵

执行主编：刘升铨

编 辑：管浩宇 陈佳宁

鲁贞松

深圳市连续性内部资料准印证

粤内登字第1034号

通信地址：深圳市福田区金田路4028号

荣超经贸中心大厦6楼602室

邮 编：518035

联系电话：0755-88916851

传 真：0755-83786186-8888

电子邮箱：dsdt@szecsc.org.cn

(印数 1000 册)

◎卷首语

感时花溅泪 恨别鸟惊心01

◎专家视角

加快推进电子商务的国家战略.....02

——商务部聂林海在2016中国(深圳)电子商务发展论坛的演讲

◎特别报道

创新驱动发展 构建产业新生态06

——2016中国(深圳)电子商务发展论坛专题报道

IT创新与共享经济对电子商务的若干思考09

——2016中国(深圳)IT领袖峰会专题报道

◎热点追踪

跨境电商零售进口新政“满月”

深圳电商企业何去何从?12

◎数据观察

1-4月份深圳电子商务交易额达5528.24亿元16

一季度我市快递业务量及收入位居全国大中城市前列16

◎行业动态

深圳、广州跨境电子商务综合试验区实施方案印发...20

深圳海关推9项监管制度创新服务自贸区发展20

感时花溅泪 恨别鸟惊心

暮春，是个古往今来人们寄予感慨思怀的时节。至此，春的脚步已经疲乏，“一片花飞减却春，风飘万点正愁人”。然而，憧憬希望的人们不是只从“杏花春雨到落英缤纷”中迷失于“韶光如此易逝”的茫然，更多的是为那娇艳的身影在短暂的时空中圆满完成了大自然赋予的崇高使命而致意，为美丽的花朵孕育了丰硕的果实而感怀！天地万物，轮回有序。对逝去，纵然我们有“感时花溅泪，恨别鸟惊心”的内心惆怅，但这是自然规律，是生命的循环。花的凋谢不是生命的归宿，而是生命延续的开始。“落花不是无情物，化作红泥更护花”，鲜花由枯萎而腐变为沃土，再通过果树的根系把自己仅有的养分无私奉献给挂满枝头的果实，正像我们人类慈母用乳汁哺乳孩子一样伟大、崇高。

我们人类是充满了血肉情感的生灵，我们有着无穷无尽的渴望、理想与追求，需要去尝试、探索、创新与实现。所以，我们需要以探索未知过程的情感和创造来引导自己的发展。人类的生命历程告诉我们，如果没有探索求知的意识，没有变革创新的实践，人类世界便没有任何价值。

在电子商务领域，深圳是引领全国的创新典范。2009年，国家正式批准深圳创建首个全国电子商务示范城市，市委市政府把创建工作作为先行先试的时代使命，将电子商务作为引领社会经济发展的战略性新兴产业。经过七年的不懈努力，创建工作在产业规模、发展环境、政策制定、支撑体系建设均取得显著成效。深圳电子商务交易额从2008年的1500亿元提升到2015年的1.7万亿元，7年间规模增长11倍，实现年均40%的强势增长。生机勃勃的电子商务已成为深圳“调结构、稳增长、拓市场、扩外贸、促消费、带就业”、实现经济有质量的稳定增长和可持续全面发展的强劲动力。大力发展电子商务成为深圳践行习总书记“三个定位、两个率先”、“四个全面”和“五大发展理念”的重要领域之一。

“中国（深圳）电子商务发展论坛”已成功举办六届。本届论坛以“构建电商新生态”为主题，探讨电商产业发展新趋势、新动力、新业态，聚焦跨境电商、移动电商、大数据、供应链电商及B2B企业级服务等行业热点，反响热烈。论坛上发布的《2015深圳市电子商务发展白皮书》成为观察深圳电商的焦点。商务部电子商务和信息化司聂林海副司长为论坛致辞并演讲，评述全国及深圳电子商务发展成就。其清晰的宏观思路及务实性的行业评述成为论坛最引人瞩目的亮点。

“生活不只是眼前的苟且，还有诗和远方”。电子商务的前行需要我们既能看清“眼前”，更能理性地展望“诗与远方”，在“远方”构筑梦想，在“眼前”披荆斩棘地开拓。

有梦想就有希望，有信念就有力量。“宏大叙事”的中国梦，也是“具体入微”的个人梦。电子商务的创新发展是我们的历史责任，也是我们的时代机遇。让我们以改革创新的精神，攻坚克难的勇气，踏石留印的实干，劲使一处的齐心，开创深圳电子商务的新篇章。

文 / 夏葵

加快推进电子商务的国家战略

——商务部聂林海在 2016 中国（深圳）电子商务发展论坛的演讲

编者按：

3月28日，由深圳市经济贸易和信息化委员会主办的2016中国（深圳）电子商务发展论坛开幕。作为论坛嘉宾商务部电子商务和信息化司副司长聂林海致辞祝贺，并发表演讲，评述全国及深圳电子商务发展成就，回应了业界对中国电子商务发展趋势的关注热点。与会听众得以从其精辟的论述和详实的分析中，获得从国家层面观察中国电子商务发展的视野，体验中国电子商务生机勃勃的脉动。演讲中聂林海提出传统企业要抓住电子商务机遇实现转型升级；电子商务应用要重视开发自有品牌、提高自营比例；农村电商及跨境电商要破解难题加快发展；政府部门要以互联网思维加强综合服务的能力，适应电子商务互联网发展的需要。清晰的宏观思路及务实性的行业评述成为本届论坛的最大亮点。根据会议速记稿，本刊整理了聂司长的演讲，希望对读者有所助益。

尊敬的各位来宾，大家上午好！

我们一直认为深圳是一个极具创新活力的城市，深圳人“敢为天下先”的精神和勇气，在我们国家的改革开放格局中具有很大的影响力，国家很多试点项目都是在深圳先行先试。所以，2009年商务部跟国家发改委选中的第一个电子商务示范城市就在深圳落地。

七年来，深圳市在电子商务领域，通过示范城市、示范基地和示范企业的建设，已经取得了非常明显的成效。今天在这个春暖花开的季节，非常高兴再一次来到深圳，参加我们中国（深圳）电子商务发展论坛。

首先，我代表商务部电子商务和信息化司，对论坛的举办表示热烈的祝贺！

近年来我们国家电子商务快速发展，已经渗透到工业、农业、交通运输、生产制造、包括旅游、医疗、文化娱乐、餐饮和家庭等等领域。对于促进经济转型，对于我们稳增长、扩内需、促消费、增就业都发挥了积极的作用。当前电子商务的发展，具有以下几个方面的明显特点。

首先是国家高度重视电子商务的发展，电子商务已经成为国民经济创新发展的重要战略领域。大家可以看看，仅在2015年，国务院国办就先后出台了六个文件，第一个是国务院24号文件《大力发展电子商务加快培养经济新动力》，第二个是国务院40号文件《积极推进“互联网+”行动指导意见》。国办发的有四个，一个是46号文件《促进跨境电子商务快速发展》，72号文件《促进线上线下互动，促进商贸流通业创新转型升级》，77号文件《关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见》，78号文件《促进农业电子商务快速发展》。短短的一年时间里，国务院国办发发了六个文件，体现了国务院对电子商务的高度重视，而且各个地方、各级政府也都在出台电子商务发展规划、相关的支持政策，政策推进体系逐步完善。

同时，国家层面积极推进国家电子商务示范城市建设。到现在为止，国家电子商务示范城市已经有53个。商务部开展的国家电子商务示范基地，第一批34个加上去年第二批66个，就是100个。2015、2016年示范企业已经达到155个，当然，我们深圳既是示范城市也有三个国家电子商务示范基地，还有一大批示范企业，在国家的示范城市创建方面发挥了重要的作用。

其次是全国电子商务持续快速发展。我

们可以用以下数据来说明这些问题，电子商务总的发展交易额在五年间平均增长超过35%，2015年电子商务交易总额达到20.8万亿，同比增长近30%。网络零售达到3.88万亿，同比增长超过33%，已经占到社会消费品零售总额的10.8%。

第三是网络消费潜力巨大。网络购物用户数量目前已经达到4.13亿，同比增长14.3%；手机购物用户已经达到3.4亿，同比增长44%，手机网络购物的使用比例为54.8%。

第四是线上线下融合发展。我们零售企业前100强里面，已有95%以上在开展电子商务，参与网络零售的已经达到75%。电子商务特别是O2O生活服务业领域，发展非常快。2015年上半年总的交易额超过3000亿，增速达到80%，其中网络旅游超过60%，生活服务业超过130%，最快的是定餐（外卖），增长340%。很多年轻人坐在家，楼下的餐馆也懒得去，就在网上定餐。

第五是三、四线城市高速发展。我们前期都是在大中城市发展，现在正在往三、四线城市和农村地区推进电子商务。有一个数据表明，在增长最快的十个城市里面，全是三、四线城市。同时在县域电子商务发展领域，增长最快的29个县市，其中，中西部地区达到19个，电子商务在向着中西部地区转移，向着农村地区发展。

目前，全国涉农电子商务网站接近4000家，去年农村地区网上购物达到4000亿，农产品在网上销售接近2000亿，这两个数据都是超过100%的增长。

第六是跨境电子商务已经成为外贸发展的重要引擎。全国目前跨境电子商务平台超过5000家，跨境电子商务企业超过20万家。其显著特点是发展速度非常快，昨天我们在深圳调研看了两家跨境电子商务企业，一个叫通拓，去年达到15亿，今年增长将达到50亿，超过300%的增长。还有一家叫赛

维网络，去年11亿，今年将超过30亿，也是增速非常快。两个公司卖无人机都上亿，其中通拓今年光无人机业务就将超过10亿。所以，我们深圳跨境电子商务做得非常实，B2B方面，在全国实实在在的成为了领头羊。

第七是网络购物终端移动化趋势非常明显。2015年整个在移动端购物达到2.12亿，同比增长128%，占到整个购物的54.6%。

上面是我们过去电子商务发展的特点，当然我们也存在一些问题，比如说法律法规滞后，网上侵权假冒现象还时有发生，我们政府部门服务监管还跟不上发展的需要。但是这些问题都是在我们电子商务快速发展当中出现的问题，所以，我们首先要促进快速发展，在发展中逐步规范，通过规范来促进快速、健康、有序的发展。

今后一个时期，我认为我们的重点工作是：**首先是大力促进线上线下互动融合发展。**其中，抓紧以下三点尤其重要：

第一、强化优势，推动传统商贸流通企业转型升级。我们商贸流通实体企业有很多优势，比如说物流、服务、购物体验、交互，这些优势要进一步强化。

第二、改造劣势。传统商贸企业的劣势是引客进店、出租柜台的二房东模式，特别是我们的百货业，劣势非常明显。

第三、创新商贸的新模式。实现集中采购、买断经营，开发自有品牌、提高自营比例。

电子商务前些年发展都是互联网虚拟电子商务，所以，对实体经济冲击非常大，但是现在O2O的发展离不开实体，一定要依托实体。刚才叶主任也说到，为什么广州这些年发展非常快？广州前些年基本没有开展电子商务，特别是跨境电子商务。但是这些年发展速度非常快，我们甚至有压力，觉得要超过深圳了。什么原因？关键就是它的产业基础非常好。电子商务无论是国内的网络零售，还是跨境电子商务，都需要完善的产业基础。所以，我们刚才说了，无论是生产

制造业，还是商贸流通业，首先第一步要做好你的实体基础，要增加自营比例，要加强供应链管理能力，如果你这些没有，“互联网+”是加不上去的。所以要把自身打造好，把我们实体打造好，再加互联网，这样就会如虎添翼。

我们要发展网订店取、网订店送，社区配送，施行全渠道营销。特别是推动生活服务业 O2O 的发展，这里面包含汽车维修、美容美发、旅游、休闲等等，全面实现线上线下融合发展。为什么要重点发展这些方面？举一个例子，我们打车软件极大地方便消费者，我自己去商务部上班，原来没有打车软件之前，我们打车、停车非常困难，特别是下雨的时候，晚上加班到 11 点，地铁也没有了，根本打不到车。但是现在方便到什么程度？我在办公室拿着手机 App 一点，我还没下楼到门口，接我们的车辆已经在门口等着了，非常方便。我现在不光是出租车，专车、快车、拼车，都体验过，所以分享经济为我们带来了极大的方便。

用户的需要就是未来的发展方向，我们政府部门，因为政策和法律现在还跟不上，一定要适应互联网电子商务发展，来制定我们的政策，一定要适应这些新的模式。李克强总理说新经济，分享经济就是其中一个重要的内容。打车软件是市场化领域一个非常重要的应用，我们要鼓励其发展。

另外像 App，对我们实体经济也带来了极大的帮助，相辅相成，优势互补。再举一个例子，看电影，原来电影上座率不到 30%，现在上座率超过 80%，大家想想为什么？极大的方便就是我们手机 App，因为原来大家看电影，电影院放什么不知道？什么时候放不知道，一定要去电影院才能看到。当你去电影院的时候放的不一定是你想看的电影，所以经常想一想不去了，在家里看电视。但是现在手机 APP 打开一看，所有城市电影院放什么片子，哪个时间，哪个座位是空的，一点就可以买票，自己支付以后就可

以去看。2015 年春节期间，我们的电影业超过了美国，成为了世界第一，2015 年 2 月份的时候达到了 40 亿。我们当时估计 2015 年全年会超过 400 亿，今年数据出来超过 440 亿，今年 2016 年 2 月份的业绩超过 60 亿。依赖于 O2O 的发展，特别是移动端 App，为我们实体经济带来了极大的帮助，过去是相互冲击，但是现在是相辅相成、优势互补，所以要大力发展。我们的生产制造企业，同样要通过手机 App 实现个性化定制、柔性化生产，将会为我们实体经济带来极大的支持。

第二个方面要大力促进农村电子商务的应用。

农村电子商务的发展，我觉得关键是要实现双向化。一方面要把城市的工业品、生产原料，包括农药、化肥，通过电子商务给农民提供极大的方便，销售到农村。另一方面，是要帮助农民把农产品卖得更好，卖出更好的价钱，卖到城里来，让农民赚更多的钱。我们有些企业光想着把自己的平台卖给农民，把钱赚过来。但是大家想想，农民钱从哪里来？我们城里人拿工资消费，农民一定是要靠把他生产的农产品卖出去，他才有钱消费。所以首先要把农产品销售做好，让农民赚更多的钱，这个非常重要。

另外，我们要解决农村电子商务的几大难题：1、品牌问题；2、商品问题；3、网络问题；4、人才问题；5、物流问题。这五个方面的问题，我们要综合解决，如果一个一个的解决，可能还会出现好多问题，所以要综合解决，一定要把这五个问题放在一块，要形成利益的共同体，让五个方面的人才，形成新的综合性的合作组织。我们原来农村是专业合作组织，大家在一个组织里干同样的事情，现在综合合作组织里每个人干不同的事情。电子商务不是说让农民去做所有事情。比如说会养殖、种植的专家，专门负责养殖和种植。会配送的，专门负责配送。会上网销售的，专门负责网上销售。会包装分解的，专门负责包装分解。

所以，我们每一个人做自己最擅长的事情，我们的工作效率才会更高，成本才会降到更低，一定要向综合合作组织方向发展。当然深圳现在没有农村，但是深圳有很多很好的农产品电子商务企业，像我们的中农网，就做得非常好，我们可以把广东很多农村地区的优质农产品，销到我们深圳，让深圳市市民能够享受到优质品牌的农产品，这是我们深圳农产品电子商务企业应该做的事情。

第三个方面是大力推进跨境电子商务。

跨境电子商务简单来说，是“两个走出去”。

首先是出口产品一定要把仓储阶段迈出去。对海外仓情况，我昨天去调研，深圳很多跨境电子商务企业，特别从去年开始，在海外建立了大量的海外仓。我看到赛维，他们去年在海外已经建了5万多平米的仓储。还有我去年来深圳调研的递四方，他们说在2016年要在海外建20个海外仓，还有很多跨境电子商务企业都在建海外仓。海外仓的优势是：较好地解决了成本和效率问题。因为如果全部通过快递出去，这个成本非常高，同样一个产品通过海运到纽约，和通过快递到纽约成本相比较，海运是快递的1/40，大家想一想是不是具有明显的竞争优势。而且全国通过快递出口，海关、商检压力非常大，对于企业来说，退税也很不方便。因为小批量单点退税，需要增值税发票。很多电子商务企业在采购当中，70%是没有增值税发票的，按30%来退税还不够他增加的成本。

如果我们通过海运过去，都是一般贸易出口，这个退税成本会更低。另外，对于货物到达的国家，也是非常方便。而快递对于国外的海关、邮政压力巨大。比如说俄罗斯，就大大降低了免税额度。我去年到欧洲调研，有些国家承诺说每一个居民跨境购物每年不能超过2单，总额不能超过20美元，如果这些国家都这样限制，我们跨境电商还能进行下去吗？所以一定要把仓储建到海外去。因为海外仓可以解决很多问题，比如可以帮助当地解决就业问题，企业在当地，也可以

为当地政府带来税收。这是第一个“走出去”。

第二个“走出去”是进口的电子商务，前些年很多企业包括地方政府，老是争取跨境进口的试点。因为行邮税的税率很低，比一般贸易税率低得多。但是真正想做大做强，靠这个税收是不行的，我们在杭州试点，去年通过税收发现，真正国家税收不到3%。大家想一想，国家靠什么？没有税收肯定不行，所以3%的税收还是太低。怎么解决这个问题？4月份税务总局、财政部和商务部有关部门，一并制定了综合税收政策，4月份实行。也就是说你现在不管是不是试点城市，都实行统一的税收政策，所以对试点城市来说，原来的税收优惠已经失去了意义。我们主要是体制机制的创新，这是最重要的。当然现在还有好多试点，我们深圳也是综合实验区、示范城市。但是最根本的，我们的跨境电商是体制机制的创新。

我们要怎么样在进口上做好？也就是我们采购要走出去。我们如果直接从生产厂家采购，把中间环节都去掉，那成本会降低很多。所以两个“走出去”是跨境电子商务最应该要做的事情。

第四方面，政府部门要加强政府综合服务的能力，适应电子商务互联网发展的需要。

大家都说互联网思维，我觉得政府的互联网思维最关键的是要适应电子商务和互联网发展的趋势，认识其发展规律，来制定我们的政策和法规。当然我们电子商务法初稿已经出来，现在正在征求意见，离真正出台可能还要一段时间。规范发展电子商务市场法规，商务部一直在出台一系列的标准规范，都是在围绕市场快速发展当中逐步规范，规范目的是为了促进更加健康有序快速的发展，营造一个公平竞争的环境，对于假冒伪劣实行坚决打击，如果不打假，就会出现劣币驱逐良币，我们的守法和规范企业就无法生存。所以我们政府部门一定要加大打击力度。

最后，预祝今天论坛取得圆满成功，谢谢大家！

创新驱动发展 构建产业新生态

——2016中国（深圳）电商发展论坛专题报道

文 / 董新凯

“好雨知时节，当春乃发生。”由市经济贸易和信息化委员会主办、深圳市电子商务服务中心承办的“2016中国（深圳）电子商务发展论坛”于3月28日在五洲宾馆隆重举行，它像一场春雨，滋润着茁壮成长的电商行业。论坛至今已连续举办六届，成为深圳电子商务领域亮丽的品牌，大会邀请商务部及市政府相关领导出席致辞，共2000余人参加本次盛会。

“十三五”规划开局之年，本届论坛以“构建电商新生态”为主题，围绕大数据、跨境、供应链、O2O等热点领域，探讨电商生态圈的现状和未来。作为主论坛的延伸，大会设立跨境电子商务、移动电子商务两场分论坛以及“2016创业世界杯B2B专场”大赛。同时，论坛发布《2015年深圳电子商务发展白皮书》，系统地呈现过去一年我市电子商务在市场规模、发展特点、产业环境、面临挑战等方面的情况，对深圳电子商务进行了阶段性总结。

市政府副秘书长高裕跃在致辞中表示，作为首个国家电子商务示范城市和跨境电子商务综合试验区，深圳市政府高度重视电子商务的发展。其中，为支持跨境电商试点在我市落地，出台了《深圳市开展跨境贸易电子商务通关服务的试点指导意见》，加快建设跨境贸易电子商务服务平台，跨境电子商务海关、检验检疫、可信交易保障等系统，形成了较完善的跨境电子商务信息化与配套支撑体系。同时，我市还通过打造深圳电子商务大讲堂、“深商e天下”、众信网和跨境贸易电子商务通关服务平台四位一体的产业体系，为发展电子商务提供高效、开放、公平、共享的公共服务资源。

纵观论坛，其中的创新思路和亮点精彩纷呈，对进一步推进深圳电子商务发展具有很强的现实针对性和启迪意义。

亮点一：深圳电商持续领跑全国

深圳自创建国家首个电子商务示范城市以来，主动适应经济发展新常态，积极响应“互联网+”国家战略，将电子商务作为调整经济结构、推进产业转型升级的抓手，以创新引领、以改革布局，为推进我市产业转型升级提交了一份靓丽的答卷。

一、深圳电子商务的主要指标位居全国第一梯队

据论坛发布的白皮书数据显示，2015年，广东省电子商务交易额约3.36万亿元，居全国首位，深圳贡献了“半壁江山”，交易额达1.73万亿，领先上海、广州等国内电子商务发达城市。

2015年深圳跨境电商交易额达到333.95亿美元，同比增长95.98%，居全国跨境电商交易额之首。

在物流供应链领域，我市聚集了全国80%以上的供应链企业，这些企业一直走在全国供应链创新的前沿。

在快递领域，2016年一季度全国大中城市排名中，深圳快递业务量累计完成4.1亿件，排名第三；快递业务收入累计60.3亿元，排名第二。

二、先行先试，深圳完成国家电商领域多项试点

自2012年以来，在电商金融服务创新、跨境贸易服务、跨境支付、电子发票、电子合同、网络信用及标准等电子商务重点领域，我市主动承担了13个国家部委的试点、示

范项目，并全部通过验收。试点项目初见成效，以创新性的示范成果、经验为国家电子商务发展作出了贡献。

亮点二：跨境电商夯实深圳外贸领先地位

从本届论坛我们可以看到，目前跨境电商已呈现出规模领先、生态链完整、产业高度集聚的良好发展态势。

一、跨境电商交易额逆市走高

2015年11月，深圳跨境贸易电子商务服务试点项目顺利通过海关总署验收。在全市外贸进出口总额下降的情况下，跨境电商交易额逆势走高，2015年达333.95亿美元，同比增95.98%，成为促进我市外贸增长的重要动力。

二、海外仓成跨境电商发展的重要支点

顺丰负责人表示，顺丰正在加大海外仓的布局。他认为海外仓未来的发展趋势有四个：第一，操作的自动化、系统化、网络化程度更高。参与跨境贸易商户的ERP系统都需直接对接海外仓信息系统，包括物流、支付、海关信息、订单配送等，提供完善的信息化解决方案；第二，海外仓不仅仅是存货、发货、退货等服务概念，还涵盖品牌展示、精确配送甚至金融、贷款等；第三，海外仓专业化程度会越来越高，进入门槛提高。第四，海外仓不仅仅是本地化，也会更加全球化。同时，他也认为海外仓也存在一些风险，其一是海外仓的贸易主体问题；其二是合规性的问题，中国的商品有没有通过当地国家的认证、检测、授权；其三是海外仓的运营、库存、退货等问题。

在新兴市场海外仓布局方面，俄速通于航介绍了他们公司在俄罗斯市场的经验。他认为，海外仓的使用不仅在物流方面能提升效能，同时对商品品类拓展非常有帮助。在俄罗斯建设海外仓之前，跨境电商大部分的物流方式都是直邮，然而直邮对商品的体积、重量都有限制。俄罗斯市场对中国的一些产

品，比如小家电、家具、灯具都有非常大的需求量，但是这些商品往往都不适合直邮。有了海外仓之后，这些品类就得到拓展。俄罗斯的海外仓与欧美海外仓有很大不同，除了物流售后服务，还有很多贸易服务，比如说商品检验、技术认证、安全认证、商标注册、法务税务托管等。

三、进口跨境电商精耕供应链

据走秀网介绍，八年来，该公司一直定位在轻奢时尚领域，通过打造“线上海外名店”模式，完成了全球品牌以及供应链体系的搭建，形成了自己独特的行业优势。具体来说，走秀网精选了600多家海外名店，帮助其建立库存和ERP系统。目前在其平台上销售的品牌有3000多个，在线的SKU数量超过20万；在走秀网的商品构成中，奢侈品占15%，引入的海外品牌占25%，国内品牌占60%。为了引入更多的海外商品，走秀网已经在英国、法国、美国、日本、新西兰、澳大利亚六个国家设立了买手办公室，将海外名店引进中国。

四、支付服务是跨境交易的重要环节

深圳保宏吴东菊表示，2014年整个中国出口超过14万亿，其中2万亿通过环球资源、阿里巴巴这种跨境B2B电商平台销售出去，占整个贸易额的15%，是B2C交易额的十倍。但B2B交易面临两个非常头痛的问题，第一个是产品的交付。另一个是支付问题，即交付中的结算结汇问题。目前保宏已经摸索出解决方案，即海关特殊监管区域的跨境电子商务交易模式，买卖双方在线上交易后，货款打入第三方账号监管，在保税区内进行货物货权交割。去年8月，保宏的B2B电商平台“信诺网”正式上线运营，为跨境出口电商提供在线交易服务，实现了“保税区交付、清关退税、碎片化订单处理、T+1结算”的出口贸易模式。

亮点三：“互联网+”与传统产业升级的相向融合

当前，以互联网为代表的信息技术发展日新月异，并加速与诸多行业、领域、业态深度融合，成为塑造城市竞争力的重要因素。深圳本土的一大批传统企业利用“互联网+”实现模式创新成为本届论坛一大亮点。

一、商贸百货业抢抓“互联网+”机遇

天虹、岁宝、人人乐、新一佳等深圳传统商贸百货企业积极运用电子商务，将传统业务与新业态融合，续写深圳零售百货行业转型发展的新篇章。

天虹电商企业负责人介绍说，天虹作为一家具有三十年历史的企业，充分利用网络平台和营销新技术，加快企业转型升级。天虹在两年前开始布局全渠道业务，实现线上、线下门店资源的互动，为客户提供优质的一站式生活解决方案。“天虹到家”业务是以天虹实体店辐射周边3.5公里的配送，实行轻模式运营；“天虹微品”是利用其在全国强大的便利店渠道、顾客资源和供应商体系，打造社区营销网络，实现对传统模式的有益补充。

二、物流供应链企业塑造“0+0”生态圈

怡亚通傅瑜认为，传统行业和互联网不是谁到谁的问题，而是双向融合的问题。她介绍说怡亚通0+0生态圈的共享功能是通过以下几点实现：

第一，怡亚通将给目前的100多万家实体零售终端提供独立的APP，帮助实体门店插上互联网的翅膀。第二，会给每个实体门店输入强大的商品正品供应链，使每个实体门店背后有一个超过沃尔玛的后台供应部。第三，帮助实体零售店搭建自身的用户体系、会员体系，以及信息化和大数据营销体系。第四，帮助实体零售店实现新的盈利模式，如终端传媒，每个实体店里面有一个广告屏幕，合作的品牌广告可以直接投入店面里。同时每个APP也会嫁接互联网传媒，使实体店可以有更多的盈利模式和收入来源。除此之外，还会给实体零售店提供金融贷款、消费金融等一系列增值服务。

三、移动互联网是中小企业电子商务重要的发展方向

围绕移动互联网，深圳互联在线周明提出了自己的看法：

一是移动互联网企业级市场面临重大机遇。中国有5000万家中小企业，其中企业1100万家，商家3600万家。中小商家的信息化比例是41.4%。中小企业和个体户的商家比例比较高，他们对O2O的需求很强烈，预计将会达到80%。

二是营销需求是中小企业利用移动互联网的主要方向。他认为中小企业基本都是应用移动工具来提升品牌形象或者改善客户服务。企业级市场有营销和管理两个方向。中小商家很少应用管理，因为它的管理成本本来就不高，大部分应用移动互联网主要是用于营销，获取更多用户或改善客户关系，所以96%的企业是有移动营销需求的。

三是移动互联网企业级市场产品应流程简单、操作便捷。互联在线目前提供的产品覆盖中小商家客户群，“云平台”面对的是中小企业，“融合易”主要面对的是龙头企业，“立即到家”面对的是O2O企业。这些产品有几个特征：第一，所有的产品基本上通过一个大拇指就可以操作完；第二，“三步”原则，注册、交易、购买整个流程都在三步内完成，否则就容易失去客户；第三，产品首页应尽量表述主要的内容，展现直观。

结语：

通过本次论坛，我们不难发现，作为国内知名的创新型城市，深圳市在贯彻落实“互联网+”和“创新创业”国家战略，顺应供给侧改革，以电子商务促进传统产业转型等方面取得了丰硕成果。论坛将继续成为了解电商行业动态的窗口，搭建探索和创新电商模式的平台。此次论坛的成功举办，对于全面提升电子商务在深圳经济社会发展中的战略地位，提高深圳在国内外电子商务创新发展的影响力具有重要的引领意义。

IT 创新与共享经济对电子商务的若干思考

——2016 年中国（深圳）IT 领袖峰会专题报道

文 / 王与剑

阳春三月，百花争艳，深圳创新之花盛开。3月26日，2016中国（深圳）IT领袖峰会再次如期而至。会议以“IT·智能·共享”为主题，并设置“IT创新与共享经济”、“互联网与智能时代”等高端对话。作为中国最具影响力的信息产业交流平台，本届峰会汇聚行业领袖和政府领导，共同交换思想观点、探讨产业方向、研究战略模式、发布领军者声音，不仅成为引领中国信息产业发展的风向标和中国最具影响力的信息产业年度盛会，也对深圳电子商务的发展产生积极的影响。

思考一：信息技术促进电子商务跃上新的台阶

峰会上发布的《2015 深圳市 IT 产业发展报告》指出，当前云计算、移动互联网、大数据挖掘、物联网等 IT 技术进步将有力驱动传统产业的创新发展，催生新业态、新模式、新产品的涌现。深圳市制定加快云计算和大数据产业发展的“鲲鹏工程”和“数据开放共享工程”，在这些政策背景下，电子商务的价值创造方式呈现出新的变化，云计算及大数据的发展，引领了未来电子商务产业发展的潮流。

（一）电子商务营销精准化和实时化

借助电子商务平台、社交网络、移动终端、传感设备等企业可以整合来自不同渠道的数据形成了关于消费者的全面信息。云计算、复杂分析系统的出现提供了快速、精细化分析消费者偏好及其行为轨迹的工具。移

动智能终端的快速发展，可以随时随地向消费者有针对性地提供相关产品和服务。移动智能终端一方面提供了用户的地理位置数据；另一方面智能手机通常为个人所独有，使得一对一的定制化服务成为可能。因此，大数据、云计算、移动智能终端促进了数据收集、智能分析、精准推送产品和服务的一体化，实现了营销精准化和实时化。

（二）产品和服务高度差异化和个性化

大数据的产生在很大程度上降低了消费者和企业之间的信息不对称程度。一方面，企业通过多元化的信息获取渠道掌握消费者的全面信息，提供的产品和服务更具针对性；另一方面，分散孤立的消费者同样通过多种渠道了解产品的各种信息，需求逐步呈现出个性化和多样化趋势。交易双方信息的愈加透明促进消费者与生产企业之间互动，消费者的个性化需求成为生产企业关注的核心。因此，大数据等新一代信息技术的发展使得消费者的地位日益重要，推动生产企业以消费者为中心创造高度差异化的产品和服务，并且引导消费者参与产品生产和价值创造。

（三）价值链上企业运作一体化和动态化

大数据时代快速满足消费者需求成为企业的核心竞争力。大数据等新一代信息技术推动来自各个渠道的跨界数据进行整合，促使价值链上的企业相互连接，形成一体。地理上分布各异的企业以消费者需求为中心，组成动态联盟，将研发、生产、运营、仓储、物流、服务等各环节融为一体，协同运作，创造、推送差异化的产品和服务，形成智能

化和快速化的反应机制。大数据时代企业间通过信息开放与共享、资源优化、分工协作,实现新的价值创造。

(四) 新型增值服务模式不断涌现

新一代信息技术在电子商务中的应用产生了消费、生产、物流、金融等多方面的大数据,来自不同领域的数据进行融合推动产生新的增值服务模式。买卖双方的交易数据与物流、金融数据的整合为确切地掌握消费者与企业的信用奠定了基础,拥有大数据的公司积极开展信用服务,进而推动了供应链金融、互联网金融等增值服务的快速发展,为中小企业的发展提供了帮助。

(五) 按需定制商业模式创新

大数据时代电子商务模式创新的一个典型特征就是识别消费者的个性化需求,创造实时化、差异化的产品及服务以满足不同消费者需求。按需定制模式就是以消费者需求为中心,设计、研发、生产、配送个性化产品,消费者积极参与到各个环节。按需定制具有以下几个特征:一是利用社交网站、电子商务平台、移动终端等多渠道获取消费者全景信息,通过大数据、云计算技术挖掘潜在需求;二是基于消费者偏好及其潜在需求,提供个性化和高度差异化的产品和服务;三是柔性化生产与价值链协同,动态组织价值链上相匹配的相关企业,协同运作,快速制造产品,自动选择物流企业与运输路径,最大化地满足客户需求。

(六) 线上线下深度融合模式

电子商务经济中的价值链由实体价值链和虚拟价值链构成,随着对信息的利用愈加深入,价值活动的实现逐步从实体环节向虚拟环节转变。线上线下融合分为以下几个阶段:移动互联、社交商务与电子商务相结合,推动线上线下互动融合;消费者全方位的消费习惯迁移,深化线上线下紧密融合;线上资源和线下资源全面整合,推动线上线下全面融合。线上、线下、移动终端资源的融合,

一方面,推动电子商务充分利用消费者的碎片化时间提供全渠道的无缝服务,增强用户体验;另一方面,线上线下互通促进实体零售企业转型,增强物流仓储功能,优化存货配置。

(七) 互联网金融和供应链金融相结合

消费者、电商企业、物流与金融数据的相互结合,推动了互联网金融的发展。电子商务平台消除了地域的限制,信息搜寻更加容易,买卖双方直接对接。大数据和云计算的应用降低了交易双方匹配和风险分担的成本,解决中小企业融资难问题,促进流通与消费。

思考二: 共享经济深化电子商务应用

随着移动智能设备的普及和推广,第三方支付工具逐渐成熟,一个人人乐于分享、参与分享的新时代正在来临。在本届中国(深圳)IT领袖峰会“IT创新与共享经济”的高端对话上,共享经济其重要性已得到各方认同,越来越多的人相信,分享将提高资源的配置效率,拓展经济发展的新空间,改变人们的生活方式和生活理念,从而开启一个新的时代。

(一) 共享经济在移动交通出行领域的发展

供需矛盾的持续加大,导致出租车行业服务质量低下,挑客、宰客等问题时有发生。正是由于大量未满足需求的存在、以及共享经济核心的支撑点移动互联网和移动支付的不断完善,使得专车成为共享经济的代表。专车作为共享经济的代表,从最初的滴滴、快的之争到双方合并,推出专车、顺风车、巴士等多个垂直细分领域的新业务,交通出行共享经济经历了变化整合的阶段。

出租车叫车软件的出现,主要解决三大痛点。在叫车环节,路线请求由附近的用户发起,帮助司机发现周围的乘客,同时允许司机选择自己希望的路线,降低司机的空载

率；在乘车环节，为司机提供最优的路径规划，避免争议；在付款环节，以移动支付代替纸币，提高效率。对司机而言，降低空载率和选择路线，对他们的吸引力巨大。帮助他们在单位时间内搭乘更多的乘客，以提高自身的收入。同时，叫车平台还提供了加价功能，在高峰期利用价格调整供求。共享经济在交通领域的应用，让空闲的社会车辆资源产生社会效应和经济效应，同时，加速了环保、集约型社会生活方式的转变。

（二）共享经济模式下的快递业轻资产模式

目前快递业的模式大部分是由快递公司雇佣全职快递员进行商品配送，快递业是个重资产的模式，而共享经济模式下的快递业相对于传统快递业来讲必然是轻资产模式，一个商家在平台发出送货需求，附近的有车人员接到需求后到商家所在处取货然后送至目的地。对于同城快递来说这是一种比传统快递更快捷也更节省时间的方式，对于异地快递来说，递送可以分段进行。杰里米·里夫金曾在《零边际成本社会》中以物流为例论证了这种方式：就物流互联网而言，传统的点对点和中心辐射型运输应该让步于分布式的联合运输。共享经济的模式是这样的：第一个司机在比较近的中心交付货物，然后拉起另一拖车的货物返回，第二个司机会装运货物送到线路上的下一个中心，可以是港口、铁路货场、飞机场，直到整车货物抵达目的地。共享经济下的快递业可以充分利用全社会拥有空闲时间的人员，因而在人员问题上要优于传统快递业，而基于地理位置寻找最近人员的方式也使快递的时间得到了节约。

（三）共享经济下的家政服务业

共享经济下的家政服务场景是提供家政服务的人员，这些人并非是某个家政公司的员工，而只是拥有空闲时间并想赚点钱的人，当然他们可能有过家政的相关培训经历。在

共享经济下的家政服务人员与传统家政服务相比，并不一定是整月或整年为有需要的家庭提供服务，而更多时候是许多家庭提出某些急切需求的时候提供服务，比如老婆出差自己没时间打扫家，奶奶回老家小孩无人照顾等情况，共享经济下的家政服务业对于已经退休或闲赋在家的人员来讲是一个很好的再就业机会。

（四）移动互联网让个人服务业成为现实

上门理发，上门按摩，上门美甲，这些说法放在5年前恐怕难以想象，但移动互联网让个人服务业成为现实。传统的服务业模式，一定是有需求的客户来到店家购买服务。但共享经济下的个人服务业相对于传统个人服务业有两个无法比拟的优势，一是对于消费者来说节省时间；二是对于服务师傅来说，可以更充分地利用自己的时间。在共享经济下，自己的时间可以提前预约，这样就可以将自己的时间合理安排，更充分地利用时间提供服务赚钱。目前来看，像河狸家、功夫熊这样的平台正是提供这样的服务。

（五）共享经济模式下医疗行业迸发出生机

在中国，医疗和教育行业面临着相似的情况，它们都是公立机构占据主导地位，而私立机构又有着诸多问题。对于医疗服务来说，人人都希望有针对个人的定制化医疗服务，而非到公立医院用一周时间排队、挂号。共享经济下的医疗，医生可以用空余的时间为附近或更远（根据费用）想享受定制化医疗服务的病人提供在线咨询以及上门治疗等服务，而许多病人也不需要再跑到医院去挂号、问诊。当然当前医疗的矛盾很大部分是有限的公立医院资源与巨大的病人医疗需求之间的矛盾，共享经济并不能完全解决这个问题。如果医疗行业实现完全的市场化，那么在共享经济模式下，医疗行业定会迸发出巨大的生机。

跨境电商零售进口新政“满月” 深圳电商企业何去何从？

文 / 王与剑

编者按：

今年3月24日，财政部、海关总署、国家税务总局联合发布《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》，从营造公平竞争的市场环境考虑，实施跨境电子商务零售进口税收新政策。然而，在新政冲击波下，一周内郑州、深圳、宁波等跨境电商综合试验区进口单量分别比新政前下降70%、61%、62%。^①从4月8日跨境电商新政落地至今，高速发展两年有余的跨境电商度过了艰难的一个月。

新政的本意为了规范其发展，却意外误伤了大部分跨境进口电商企业，甚至危及其生存，这显然已经超出了政策预期。国家有关部委也开始高度重视这一问题，频繁调研跨境电商企业。5月26日，经国务院批准，对《跨境电子商务零售进口商品清单》中规定的有关监管要求给予一年的过渡期，财政部、海关总署、质检总局日前已通知实施。这个通知给了各试点城市及跨境电商企业一个过渡、转型的机会。诚然，调整税收，促进跨境电商规范发展是大势所趋，但是，对待跨境电商是否一定要与传统外贸，在监管、税负上搞“一刀切”的“公平”，是否有利于国家“互联网+”战略的实施，这是关注深圳跨境电商前景的人们必须直面的思考。下文是笔者采访的若干情况。

近期，笔者走访了我市保宏、递四方、海豚供应链、跨境集市等多家知名跨境电商平台和企业，得知跨境电商新政“满月”，我市跨境电商企业甘苦各异，有的遭遇寒流，有的调整进口策略，有的止步观望。按照《关

于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》，跨境保税模式零售进口商品，将按照货物征收关税和进口环节增值税、消费税，购买商品的个人作为纳税义务人，实际交易价格作为完税价格。此后，相关部门先后公布了《跨境电子商务零售进口商品清单》（简称“正面清单”），并规定网购保税商品“一线”进区时需按货物验核通关单，并对化妆品、婴幼儿配方奶粉、保健食品等商品提出了首次进口许可批件、注册或备案要求。然而，受新政影响，出现大批进口商品无法通过保税模式进入国内，导致订单量缩水，大量以保税模式进口的跨境电商企业面临供货量不足的尴尬局面。

跨境电商业务量大幅波动

据跨境集市CEO单新宁介绍，平台有近20000商家，每天有2000-3000个商家发布自己的货源和需求。作为一个供需对接信息中介平台，能更全面和敏锐地了解新政影响，进入四月，我们就发现对保税货源的需求大幅减少，截止5月10日，求购数量下降37%，而货源单也下降了12%，供给过剩矛盾更加突出。

深圳保宏进口部总经理冯泉介绍，新政实施后，其单量下降明显：税改前一天5-6万单，而新政之后第一天单量769单，第二天14672单，第三天不到35070单。他们的合作方之一某电商在新政出台之前每天从前海保税仓要发出两万单货到内地消费者手中，新政之后每天发货量还不到两千。冯泉

①：引自《上海证券报》2116年5月6日赵静《跨境电商命悬新政：试验区进口单量一周锐减逾60%》

还介绍，受新政影响，该公司 10 万平米的保税仓，出现大面积退租现象，保税仓储开工率不足 30%，之前投资的自动化设备也开始闲置，部分服务企业已经开始裁员，保税区物流工人由高峰时期的 1000 多名压缩到现在的不到 100 人。

海格物流跨境电商服务的负责人廖树德表示，保税备货主要适用于民生产品，大部分属于相对低单价的畅销产品，换句话说就是“爆款”。因为不是“爆款”，商家也不敢大量囤货。现在问题是这些“爆款”很多都没有出现正面清单上，这正是导致企业货物清关无法正常进行的主要原因。

递四方海外电商事业部总经理陈俊认为，新政对跨境电商会造成一定冲击。对于食品、保健、母婴、日用品类有较大影响，从过去的基本免征到现在要征收 11.9% 的跨境综合税。以花王尿不湿这一产品为例，税改前一包单价约为 120 元，消费者买 4 包的价格是 480 元，尿不湿行邮税率 10%，那么应交税 48 元，但因为不到 50 元行邮税的起征点，所以相当于纳税为 0。税改后，无论总价值是否到 500 元，都需要交 11.9% 的税。四包则需缴纳 $120 \times 4 \times 11.9\% = 57.12$ 元。这部分钱会增加到消费者头上，也就是说原来消费者买四包尿不湿需要付 480 元，现在需要支付 557.12，比之前涨了 11.9%。

据统计，在跨境电商中，目前单价在 2000 元以上的商品主要为服饰、箱包、小家电等，占跨境征税的 50%。有分析者认为，若政策收紧，代购市场的套利空间又将重新扩大。单价 2000 元以上的物品将成为代购、水客的重点目标，重回灰色渠道，游客将加大出境购买力度，将阻碍中高端消费回流国内。

备受争议的正面清单

此次“正面清单”的推出一波三折。4 月 7 日，财政部等 11 部门正式公布《跨境电子商务零售进口商品清单》，这一批正面

清单包括了 1142 个 8 位税号商品，涵盖了部分食品饮料、服装鞋帽、家用电器以及部分化妆品、纸尿裤、儿童玩具、保温杯等商品，但液态奶、生鲜、保健品等在内的多款热销产品未包含在内。随后，4 月 15 日，财政部、发改委、商务部等 13 个部门共同发布了第二批正面清单，新增 151 个税号产品。海关总署还公告称，4 月 8 日前运抵海关特殊监管区域或者保税物流中心（B 型）的跨境电子商务进口商品，不受上述正面清单限制。

对此，冯泉表示，这个“正面清单”并没有尊重市场的客观需求。两次“正面清单”累计覆盖 1293 个税号产品，而据 1 月 8 日深圳市出入境检验检疫局对外公布的数据显示，2015 年，深圳前海湾保税港区全年共备案跨境电商商品达 36603 品种次，超过 96.47% 的商品名单不在所谓“正面清单”之列，而属于“负面清单”，受此限制，绝大多数备受市民欢迎的食品、化妆品、保健品、母婴用品短期内将无法进口。因此，新政执行后保税区有大量商品因为没有通关单要退转境外，部分在途货品也被卡在港口无法进入。

让跨境电商企业备受煎熬的根源在于“正面清单”的局限性。在新政实施前，深圳等综试区企业进口货品的报关手续是订单、运单和支付单三单对碰，报检只需半天时间，货品即可入区上架以待销售。但 4 月 8 日开始实行的新政则规定，网购保税商品“一线”进区时需按货物验核通关单，但在实际操作中，多数跨境电商都无法提供通关单所需的资质、单据证明。

冯泉认为，新政的本意为堵住税收漏洞，但由于清单要求跨境电商按货物提供质检通关单，相当于将一般贸易的检验检疫要求加到跨境电商进口上，这样做是否有利于国家“互联网+”战略的实施，他表示怀疑。以食品通关为例，办理通关单需随附原产地证书、卫生证书、食品成分分析表、进口许可证、

企业首次进口食品类的进口声明、出入境食品包装备案书、安全性评估材料等 10 余种单据，还需办理境外生产企业注册、境外出口商备案等前置性审批，不仅手续繁杂、办理时间长，且未能满足前置性审批条件的商品将无法进口。

此外，货物在进入中国向国检申报时，除“检疫”环节外，还需要提供相应的原产地证、卫生证、销售许可证、动植物检验检疫许可证、质检报告等文件。像首次进口的化妆品须获得食药监总局核发的化妆品许可批件，首先样品需要送食药监总局指定的化妆品行政许可检测机构检测，平均耗时 2 个月，之后送食药监总局药化司化妆品处进入备案流程，平均耗时 6 个月，加上排队等候时间（食药监总局每年受理约 2 万份申请，仅 5000 份注册备案成功），全套备案流程在顺利的情况下需耗时至少一年。样品检测费在 8000 元以上，通过代理公司注册备案费用在 2-10 万元。面对如此复杂的审批流程、漫长的时间周期和高额的检测费用，受访跨境电商从业者表示，按照现有的监管要求，未来保税区经营模式如何走十分迷茫。

一般贸易和直邮或成跨境电商进口趋势

“春江水暖鸭先知”，作为一站式电子商务综合服务平台的递四方对电商新政感同身受。据该公司海外电商事业部总经理陈俊介绍，“4.8 新政”之前递四方就暂停采购处于观望局势，新政出台之后，及时地调整了平台上的品类，大幅增加了一般贸易和海外直邮的数量，“尽管保税区发货速度更快，体验更好，但是受通关单和正面清单的两大影响，我们决定放弃部分保税备货，提升直邮的比例。另外由于税收政策的调整，部分产品走一般贸易价格更优惠，我们也会增加完税产品的采购，后期完税产品采购将达到一半以上”。目前，递四方在海外有 35 个海外仓，未来公司会逐步将目光从保税进口，

转向直邮进口和传统一般贸易。

跨境集市 CEO 单新宁介绍，“通过平台数据显示，直邮货源需求增加了 114%，是原来 2 倍还多。对一般贸易即完税货源的需求，也增加了 80%。受到需求的推动，完税和直邮货源的供应商数量大幅增加，注册商家和货源单环比增幅都超过 50%，处于供不应求的状态”。

对于走秀网来说，新政的影响不大，走秀网副总裁吴盛幸介绍，“实际上走秀网一直以直邮模式为主，因为我们的商品差异性很强，不适合备货。”

保宏也积极采取应对措施，针对不在正面清单名录上的产品，保宏目前考虑转运至香港仓，然后从香港仓走直邮模式，但香港仓的价格会比国内保税仓大概要贵 3-4 倍。冯泉称，“今后的业务方向是‘保税 + 直邮’的组合方式。保宏在香港目前已经有 1 万平的香港仓，同时也在进行扩张。”

单新宁还认为，此次国务院相关部委发文，对《跨境电子商务零售进口商品清单》中规定的有关监管要求给予一年的过渡期，一年之后（2017 年 5 月 11 日）则将严格执行一般贸易通关单的管理。大家应该意识到的是，在这一年缓冲期内，从业企业须尽快实现转型、升级供应链或与海外供货商达成深度合作，得到商品的原产地证、合同、发票等相关文件。尤其是对于化妆品、保健品等监管严格的商品，企业在引进新品时还需要做更多努力，否则将失去新品上线快和 SKU 丰富的优势。未来，建议从事跨境电商的企业采取“海外仓 + 保税仓”两条腿走路的形式。“当然由此以来导致香港、台湾、越南等海外仓一个月内租金大幅上涨，生意红火。以香港为例，海外仓租金已经涨到每平方 150-170 元人民币，是深圳保税仓租金的 4 倍。”单新宁同时表示，目前，大平台也都在积极布局海外仓，海外仓的门槛相对较低，短期内可能会过剩。

对跨境电商新政的思考

此次跨境电商新政实施一个月所暴露的问题值得深思，决策部门在制定政策时是否进行全面而深刻的调研；制定的政策是否具有延续性；各相关部门是否做好了有效沟通？笔者希望通过对跨境电商新政所暴露的问题进行思考，以期对跨境电商未来的政策走向有所启迪。

一、跨境电商产业链集聚效应受到冲击

新政的实施导致 2014 年以来初步形成的供应链、物流、快递、园区、仓储等跨境电商全产业链受到冲击。深圳自成为全国第七个跨境电商进口试点城市以来，前海跨境电商产业链集聚效应初见成效，众多进口消费品集散中心、一批本土跨境电商优秀企业和一些国内知名的电商平台汇聚前海。而跨境电商新政实施以来，受新政的冲击，深圳跨境电商综合试验区进口单量比新政前大幅下降；曾经火爆的保税仓出现大面积的空置；有的平台干脆单方面中断了供应商的合作；一大批人力外包服务公司出现大规模裁员；这些都严重制约了跨境电商服务业的进一步发展。

二、正面清单设计不接“地气”

“正面清单”与市场民生需求相脱节，此次新政的设计思路有待商榷。据 1 月 8 日深圳市出入境检验检疫局对外公布，2015 年，深圳前海湾保税港区（以下简称前海）全年共备案跨境电商商品 36603 品种次，而今年 4 月 7 日、4 月 15 日，财政部等 13 个部门分别下发了两批跨境电子商务零售进口商品清单，分别涉及到 1142 个、151 个税则号列，如按照正面清单管理，前期试点的 96.47% 的品类将面临退出。

三、跨境保税进口投入资源闲置

从已有的投入来看，地方政府前期已经投入大量成本建设的基础设施也面临资源闲置的困境，例如为最大限度让企业快速通关，前海湾保税港区利用物联网技术，设计了“电子围网”监管方式，通过闸口监管设备、电

子关锁、GPS 定位等科技手段，在保税港区设立了冷冻品专用查验台。前期在政府的号召下，一些企业投入大量资金，为跨境贸易电子商务提供快速通关和全方位的供应链管理服务电子商务综合服务平台、打造的保税仓、厂房、物流平台，国检平台、快速通关 S 光机、基础建设等费用变成沉没成本的尴尬境地；另外有些企业经过了数轮风险投资，现在政策突变，面临巨大的投资风险，一些企业开始退出投资。

四、跨境电商监管带来挑战

受新政的影响，正常跨境保税进口渠道受阻，导致海外货品通过直邮、转运等方式进入国内会重新迎来大的发展空间；水客、代购等灰色渠道又重新兴起，增加了跨境电商监管的难度。一般贸易进口的环节多，手续也更为复杂，这将使跨境电商及时快捷优势丧失殆尽。事实上，从新政实施的情况看，许多跨境电商难以满足一般贸易的监管要求。一般贸易前置审批周期太长，难以满足跨境电商对时效性的要求；再者，一般贸易检验检疫成本过高。以保健品为例，每个品类检测备案费用在 50 万至 100 万元之间，对此跨境电商实在难以承受；最后，按一般贸易监管将使综试区丧失优势，综试区将因仓储物流成本高昂而无人问津。

五、政策制定前缺乏深入调研和部门衔接不到位

新政出台前，财政部、海关总署和国税总局等三部门对进口税率进行过调研，但对关系行业生死的按一般贸易监管、化妆品注册备案等规定，相关部门调研并不充分。跨境电商作为新生事物，政府应在公平竞争的前提下对相关政策给予适当的调整，促进其逐步走向规范化的发展方向。在电商新政实施前，政府应尝试先行先试模式，在深入调研、全面总结跨境电商试点城市的实践经验后，探索建立适应跨境电商特点的监管制度和扶持措施。

数据观察

◎区域数据

1-4月份深圳电子商务交易额达5528.24亿元

据深圳市电子商务服务中心统计：1-4月份，深圳电子商务交易总额为5528.24亿元，同比增长49.74%；网络零售交易额为622.34亿元，同比增长57.04%；跨境电子商务交易额108.78亿美元，同比增长48.28%，其中；进口额24.14亿美元，出口额84.64亿美元。据深圳海关统计，今年一季度，广东自贸区前海蛇口片区跨境电商出口额已达9884.99万元，接近自贸区去年全年跨境电商出口额的一半。（来源：本刊编辑部整理）

深圳电商发展势头正劲 综合绩效位列全国第二

5月25日，“中国大数据产业峰会暨中国电子商务创新发展峰会”在贵阳开幕。国家发改委林念修在发言中多次提到深圳电子商务发展的显著成效。林念修提到，国家高度重视电子商务示范城市建设的效果明显，各示范城市网络零售额平均增长率超过50%。其中，深圳市作为国家首个电子商务示范城市，电子商务交易额从2008年的1500亿元提升到2015年的1.7万亿元，七年间规模增长11倍。此外，深圳电子商务位列国家第一梯队，2015年的综合绩效排名比2014年上升一名，仅次于上海位列全国第2。

林主任还称，据预测未来5年，中国大数据产业规模年均增长率将超过50%，到2020年中国的数据总量将占全球数据总量20%，届时中国将成为世界第一数据资源大国和全球的数据中心。（来源：本刊编辑部整理）

一季度我市快递业务量及收入位居全国大中城市前列

国家邮政总局公布一季度邮政行业运行情况显示：

深圳快递业务量累计完成4.1亿件，排名第三；上海累计完成4.9亿件，排名第一；广州累计完成4.8亿件，排名第二。深圳快递业务收入累计60.3亿元，排名第二；上海累计收入139.8亿元，排名第一；北京累计收入55亿元，排名第三。

一季度，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1197.7亿元，同比增长32.7%；业务总量累计完成1461.8亿元，同比增长48.7%。一季度，全国快递服务企业业务量累计完成57.7亿件，同比增长56.4%；业务收入累计完成773.1亿元，同比增长42.1%。（来源：根据国家邮政局网相关内容编写）

我市目前拥有超过300家供应链公司

据市物流与供应链管理协会统计，深圳聚集了全国80%以上的供应链企业，这些企业一直走在全国供应链创新的前沿。一达通称其2016财年出口额将突破150亿美元，逆势增长超过150%。目前，一达通的服务对象超过10万家企业。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

深圳P2P网贷报告公布

来自网贷之家的深圳P2P网贷报告显示，到4月底，深圳市正常运营的平台数是312家，较上月减少16家，环比下降4.88%。其中主要分布在福田，占比为47.76%，几乎是半壁江山。全国网贷行业正常运营平台2431

家。4月深圳网贷余额为796.72亿元，较上个月度大幅拉升25.56%，远远高于全国和广东的水准。全国网贷余额为5478.09亿元，环比上升8.7%。深圳的网贷综合收益率为10.97%，全国数字为11.24%。深圳的平均借款期限为4.27月，全国数字为7.39月。深圳网贷行业投资人数61.78万人，深圳借款人数6.53万人。全国投资人达298.04万人，借款人数达到79.84万人。（来源：本刊编辑部整理）

深圳 12 万个停车位接入支付宝

从支付宝获悉，支付宝的智能停车服务已经覆盖全国3500多个停车场，80万个停车位，其中北京42万个停车位、上海近10万个停车位、深圳12万个停车位。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

深圳 9 家房产众筹机构完成整改

从市互联网金融协会获悉，经该协会初步摸底排查，我市线上房地产众筹业务上规模平台共涉及9家机构，其中6家为本地互联网众筹平台，业务规模3.8亿元，直接涉及深圳市地产项目2450万元；另3家为外地房地产中介机构，业务规模1.2亿元，直接涉及深圳地产项目590万元。据悉，9家机构共涉及深圳市房地产众筹业务3040万元。（来源：根据《南方都市报》相关内容编写）

2015 年广东浙江快递发货量占全国一半

第一财经商业数据中心(CBNDData)和菜鸟网络联合发布的《2016中国智能物流大数据报告》显示，以快递收货量算，2015年广东占到全国总量的一成；从快递发货量看，广东与浙江两省发出了全国一半的快递。2015年全国快递中转流量前20强城市里，广州超过北京、上海，居全国第一。同处珠三角

的东莞和深圳也表现强劲，分别以第六、第八稳居前十。（来源：根据第一财经相关内容编写）

一季度广州跨境电商进出口规模 26.7 亿，全国第一

据海关统计，第一季度，全国共有28个城市开展跨境电商进出口业务，其中进出口规模超过1亿元的有8个城市。全国跨境电商进出口总值88.5亿元，广州市跨境电商进出口规模以26.7亿元排名第一，占全国跨境电商进出口总值的30.2%。其中，广州市跨境电商进口规模以9.7亿元排名第二，占全国跨境电商进口总值的21%。与此同时，广州市跨境电商出口规模以17.1亿元在全国排名第一，占全国跨境电商出口总值的40.4%。（来源：根据《南方日报》相关内容编写）

宁波跨境电商前 4 个月销售 85 亿超去年全年

今年1至4月，宁波市实现跨境电商销售额85亿元，同比增加52倍，总额超过去年全年。其中，跨境电商进口17.7亿元，出口67.3亿元，较去年全年增长近30%。（来源：根据《宁波日报》相关内容编写）

一季度湖北省电子商务发展领跑中部六省

一季度，湖北省电子商务交易额达3300亿元左右，同比增长24%，其中，网络零售额达到350亿元，同比增长28.8%，比全国平均增幅高1个百分点，买入额约200亿元，卖出额约150亿元，网络零售额占全省3678亿元社消零总额的9.5%，同比上升0.5%，电子商务交易额和网络销售额继续位列中部六省第一，继续领跑中部六省。（来源：根据中国国际电子商务网相关内容编写）

亚马逊报告：东南沿海地区是“全球

开店”的主力军

亚马逊中国发布的《2015 跨境电子商务趋势报告》显示，中国东南沿海地区是“全球开店”的主力军。2015 年，福建省卖家数量仅次于广东省，位列全国第二。全省跨境电商交易额接近 2000 亿元，同比增长 42%，约占全省外贸进出口总额的五分之一，全省跨境电商(主体)企业超过了 1 万家。(来源：根据《福建日报》相关内容编写)

◎行业数据

商务部：1-4 月全国实物商品网络零售占比升至 11.1%

根据商务部数据，全国实物商品网上零售额 1 至 4 月同比增长 25.6%，占社会消费品零售总额的比重升至 11.1%，较一季度提高 0.5 个百分点。

今年一季度全国网络零售额同比增长 27.8%，总规模达 10251 亿元人民币。实物商品网上零售额 8241 亿元，增长 25.9%，占社会消费品零售总额比重为 10.6%，(来源：本刊编辑部整理)

工商总局：2016 年 Q1 全国网络购物投诉 4.2 万件 同比增长 75.7%

据国家工商总局发布数据显示，今年一季度，全国工商和市场监管部门受理诉求 178.18 万件，同比增长 4.7%。其中，网络购物投诉有 4.2 万件，同比增长 75.7%。从地域看，消费投诉主要集中在经济发达区域，浙江、广东、江苏、湖北、北京位居投诉量前五位，占投诉总量的 51.6%。(来源：本刊编辑部整理)

《中国支付清算行业运行报告(2016)》发布

中国支付清算协会发布行业分析报告，指出 2015 年，我国商业银行和支付机构处理的互联网支付业务金额共计 2042.39 万

亿元。非银行支付机构共处理互联网支付业务 333.99 亿笔，金额 24.19 万亿元，分别比上年增长 55.13% 和 41.88%。非银行支付机构共处理移动支付业务 398.61 亿笔，金额 21.96 万亿元，同比分别增长 160% 和 166.5%。据协会统计，截至 2015 年年底，非银行支付机构开立的支付账户总量为 26.36 亿个，其中个人支付账户 26.30 亿个，完成实名认证的支付账户共有 13.46 亿个，占总支付账户总量的 51.07%。(来源：根据中国支付清算协会网站相关内容编写)

中国网络消费五年扩张 12 倍

5 月 21 日，国内首个网络消费指数——《新供给-蚂蚁网络消费指数》正式对外发布。数据显示：从 2011 年 1 月到 2016 年 4 月，五年时间里，网络消费规模指数稳步上升，扩张了 12.1 倍。而同比增速一直保持在社会消费品零售总额同比增速的 2 倍多；从同期的人均情况看，大家越买越多，在网购人数不断增加的基础上，网络消费水平指数从 2011 年 1 月的 96.0 上升到 2016 年 4 月的 122.2，涨幅为 27%。

从消费形态看，服务型网络消费规模指数(季调)在 2011 年 1 月至 2016 年 4 月期间扩张了 70.2 倍，月均增长率为 7.0%；而实物型只扩张了 8.6 倍，月均增长率仅为 3.5%。实物型网络消费金额占比下降，服务型占比上升。实物型网络消费金额占比从 2011 年的 95.7%，下降到 2016 年 4 月的 75.0%。服务型网络消费金额占比从 2011 年的 4.3% 上升到 2016 年 4 月的 25.0%。2016 年第 1 季度，网络消费水平排名前五的省份依次为：上海、北京、浙江、江苏和海南。(来源：本刊编辑部整理)

“中国电商指数”发布：广东浙江北京位列前三

由清华大学、中国社科院等多个学术和

市场机构联合撰写的《中国电子商务发展指数报告》显示，广东、浙江、北京、上海、江苏排名前五，发展指数都高于40，优势明显。（来源：本刊编辑部整理）

全国电子商务园区数量达 1122 家

阿里研究院与伟雅网商俱乐部联合发布《中国电子商务园区研究报告(2016)》显示，截止到2016年3月，全国电子商务园区数量达1122家，同比增长约120%。浙江(182个)、广东(136个)和江苏(113个)是全国电商园区最多的省份。金华(47个)、杭州(39个)、广州(33个)、深圳(24个)、宁波(23个)、上海(23个)、南京(22个)、苏州(22个)、泉州(21个)、天津(21个)是电商园区数量领先的城市。（来源：本刊编辑部整理）

前 4 月 335 家 P2P 平台出问题

据盈灿咨询数据显示，截至2016年4月底，累计停业及问题平台达到1598家，仅2016年度前4个月就有335家。（来源：根据每日经济新闻网相关内容编写）

滴滴专车快车日成交订单突破一千万

5月20日，滴滴平台上的专车、快车日成交订单总数首次突破千万大关。2014年8月，滴滴专车正式上线；2015年5月，滴滴快车上线。从第一单到日成交一千万单，滴滴仅用了21个月。艾瑞数据显示，2015年滴滴专车占据中国专车行业88.4%的市场份额。2015年其全年订单总量达到14.3亿单，这一数字相当于美国2015年所有出租车订单量的近两倍。（来源：根据《南方日报》相关内容编写）

亚马逊企业 B2B 业务第一年销售额达到 10 亿美元

据路透社报道，亚马逊企业 B2B 服务业

务第一年销售额达到10亿美元。美国 B2B 行业规模超过8.2万亿美元，但缺乏市场领导者，亚马逊企业业务刚推出一年就成为了行业的重要厂商。（来源：根据凤凰科技相关内容编写）

俄罗斯电商协会称 90% 寄往俄罗斯的包裹来自中国

俄罗斯电子商务协会(AITC)表示，1月至3月期间，俄罗斯近50%的海外网购支付是在中国的电商平台完成的，为各国最高。从俄罗斯人消费最多这一指标来看，中国同样排名第一，其次为欧盟国家、美国。

据 AITC 统计数据显示，90% 寄往俄罗斯的包裹来自中国的网店，而只有4%和2%的包裹分别来自欧洲和美国。从中国寄出的商品数量一年来增长了198%，达4320万件。同时，通过跨境电子商务从海外寄往俄罗斯的包裹数量增长了1倍，达4800万件。（来源：根据亿邦动力网相关内容编写）

2015 年跨境电商交易 5.4 万亿，进口电商达 9072 亿

互联网+智库中国电子商务研究中心发布的《2015年中国网络零售市场数据监测报告》显示，2015年，中国跨境电商交易规模为5.4万亿，同比增长28.6%，其中出口占比达到83.2%，进口比例16.8%；其中跨境出口交易规模达4.49万亿，跨境进口交易规模达9072亿。（来源：本刊编辑部整理）

2015 年中国邮政国际小包业务量同比增长 71%

从中国邮政集团公司获悉，2015年，中国邮政E邮宝业务量达1.3亿件，同比增长60%；国际小包业务量5.3亿件，同比增长71%。（来源：根据《人民日报》相关内容编写）

行业动态

◎深圳

深圳、广州跨境电子商务综合试验区实施方案印发

广东省人民政府近日印发深圳和广州两地跨境电子商务综合试验区实施方案，方案要求综合试验区要结合当地特点，着力在跨境电子商务企业对企业(B2B)方式相关环节的技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设等方面先行先试，为推动全国跨境电子商务健康发展创造更多可复制推广的经验。

《中国(深圳)跨境电子商务综合试验区实施方案》提出，争取用3-5年时间，建成“信息互换、监管互认、执法互助”的跨境电子商务通关服务平台，初步建立以跨境供应链服务和外贸综合服务为重点的跨境电子商务全产业链服务体系。在全市范围内建设布局合理、政策完善、设施齐备、功能齐全跨境电子商务通关监管网络，形成以中国(广东)自由贸易试验区前海蛇口片区为龙头、以电子商务示范基地和电子商务产业园为支撑的跨境电子商务发展格局。

《方案》提出完善跨境电子商务监管政策措施、充分发挥跨境电子商务产业优势、完善跨境电子商务通关服务平台功能、打造产业综合服务平台、建立跨境电子商务B2B管理新体系、依托深港区域优势建立跨境电子商务新格局六项任务。(来源：本刊编辑部整理)

深圳海关推9项监管制度创新服务自贸区发展

一是积极推动在前海湾保税港区实施仓储货物按状态分类监管，允许非保税货物入海关特殊监管区域储存，与保税货物一同参与集拼、分拨，根据国内外采购订单最终确

定货物实际离境出口或返回境内区外。

二是实施跨境电商网购保税进口模式的“先进区、后报关”改革。

三是继续探索优化跨境电商特殊区域出口B2B模式的监管流程，支持货物先报关入区，再根据订单分批出境。

四是推动自贸试验区落实“三互”试点，推进海关与口岸其他执法单位之间的监管互认、执法互助、信息互换。

五是大力支持在自贸试验区推进国际贸易“单一窗口”试点建设，尽早实现联检部门之间的信息共享共用。

六是推进汽车平行进口保税展示交易制度，促进汽车平行进口产业集聚发展。

七是探索设立贵金属现货交易交割保税仓库的海关监管措施，支持在前海设立贵金属保税交割仓和产业发展基地。

八是推进太子湾邮轮母港建设。

九是落实国际转运自助通关模式，实现国际中转货物无纸化申报，系统自动审核、放行，24小时全天候自助通关。

另据悉，深圳海关与深圳市跨境贸易电子商务通关服务平台联合开发的跨境电商企业备案模块正式上线，电商企业海关备案时间由以往的两周，缩短到2天内即可完成。(来源：本刊编辑部整理)

市经贸信息委组织召开“跨境电商零售进口新政政策宣讲会”

4月22日，市经贸信息委组织召开“跨境电商零售进口新政政策宣讲会”。跨境电商领域企业、相关行业协会、联盟组织及各区业务主管等500余人到会，活动邀请到深圳海关、市检验检疫局、前海国税局、南方电子口岸公司等单位人员就跨境电商新政进

行宣讲和解读，着力为企业现存的“新政盲点”进行指导和解答。（来源：本刊编辑部整理）

市经贸信息委率队赴龙岗为跨境电商企业提供对接服务

4月21日，在龙岗区经促局的大力配合下，市经贸信息委率领前海管理局跨境电商事业部、市南方电子口岸、深圳机场、中国邮政深圳分公司相关负责人一行赶赴龙岗华南城现场办公，了解华南城、赛维网络、有棵树科技、通拓科技、傲基等近十家跨境电商企业在跨境电商试点政策下业务存在的问题和需求，为企业现场提供对接服务。（来源：本刊编辑部整理）

电商中心组织召开市跨境电子商务海外仓情况交流会

为深入调研了解我市跨境电子商务企业海外仓业务发展现状及面临的问题，实施市经贸信息委委托的《深圳市跨境电子商务海外仓现状研究》课题研究工作，市电子商务服务中心于4月27日组织“跨境电商海外仓情况交流会”。交流会邀请了中国邮政、顺丰速递、递四方、华运国际、万邑通、腾邦、万方网络、傲基、邻友通、百事泰、爱淘城、创颖峻、价之链、易达云、热谷科技、九方通逊等近20家企业相关负责人齐聚一堂，介绍各自海外仓建设运营现状、业务优势、未来计划和海外仓在运营过程遇到的痛点、瓶颈，以及亟待政府解决的政策建议。（来源：本刊编辑部整理）

我省首个电子商务从业人员培训考试认证中心在深揭牌

电子商务从业人员培训考试认证是由中国电子商务协会顺应电子商务发展趋势推出的培训和考试认证体系，广东首个认证中心在深圳揭牌成立。（来源：根据《深圳商报》

相关内容编写）

腾讯联手深圳社保局 微信实现医保移动支付

腾讯与市人力资源和社会保障局正式签署战略合作。双方将围绕人才、社保、医保等政务民生领域进行深入合作，共同探索“互联网+城市服务”创新业务模式。（来源：本刊编辑部整理）

深圳农行积极布局跨境电商市场

4月26日，深圳农行在前海举办跨境电商中心启动暨跨境电商企业战略合作签约仪式，前海管理局、蛇口海关领导和多家跨境电商企业嘉宾应邀出席。据介绍，中国农业银行积极创新跨境电商业务，现已经成功推出商E付、海关直连以及依托第三方支付机构的B2C业务等电商产品，打通了跨境交易渠道，成功实现跨境支付业务汇出汇款、汇入汇款、自动还原申报三大板块的电子化处理。（来源：根据《深圳商报》相关内容编写）

浩方与荷兰邮政签署战略合作意向书

跨境B2C服务企业浩方与荷兰邮政签署战略合作意向书，浩方集团未来在仓储模式方面可利用荷兰邮政保税仓免税政策的优势，优化仓储运营，降低固定成本。同时，双方将联手把欧洲本地优质品牌商导入中国市场。浩方集团和荷兰邮政在未来的深入合作中将打通荷兰到中国的双向干线物流。（来源：本刊编辑部整理）

国内首家能源金融电商平台入驻深圳福田保税区

国内首家能源金融电商平台“光汇云油”入驻福田保税区，光汇云油计划建设石油能源电商生态圈。（来源：本刊编辑部整理）

◎国内

李克强出席中国大数据产业峰会暨中国电子商务创新发展峰会

国务院总理李克强在贵阳出席峰会时表示,当今世界,信息化浪潮席卷全球,大数据、云计算、物联网等蓬勃发展,使互联网时代迈上一个新台阶。今天的中国要把握住世界科技革命的历史机遇,按照创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,加快创新型国家建设,着力推进结构性改革尤其是供给侧结构性改革,推动信息化与实体经济深度融合发展。

李克强同时表示,要坚持创新驱动发展战略,制定实施网络强国战略、国家大数据战略、“互联网”行动计划、《中国制造2025》等,出台了一系列重大举措。要通过简政放权放管结合积极培育发展大数据等信息网络产业。有力推动虚拟世界和现实世界融合发展,打造中国经济发展的“双引擎”。(来源:本刊编辑部整理)

国务院出台《关于促进外贸回稳向好的若干意见》

在加大对外贸新业态的支持力度方面,《意见》提出开展并扩大跨境电子商务、市场采购贸易方式和外贸综合服务企业试点。支持企业建设一批出口产品“海外仓”和海外运营中心。总结中国(杭州)跨境电子商务综合试验区和市场采购贸易方式的经验,扩大试点范围,对试点地区符合监管条件的出口企业,如不能提供进项税发票,按规定实行增值税免征不退政策,并在发展中逐步规范和完善。

在加快国际营销服务体系建设方面,支持企业建立国际营销网络体系,建设一批境外展示中心、分拨中心、批发市场和零售网点等。鼓励中国出口信用保险公司、进出口银行、开发银行对企业建设国际营销和售后服务网络提供信保和融资支持。鼓励各类金融机构与企业合作,在重点市场为国际营销

服务体系提供融资和消费信贷支持。(来源:本刊编辑部整理)

国办印发意见部署实施“互联网+流通”计划

《意见》明确加快流通转型升级、推进流通创新发展、加强智慧流通基础设施建设、鼓励拓展智能消费新领域、大力发展绿色流通和消费、深入推进农村电子商务、积极促进电子商务进社区七项任务。(来源:本刊编辑部整理)

国务院发文严打“灰色海淘”

国办发布的《贯彻实施质量发展纲要2016年行动计划》在“培育质量和品牌竞争新优势”相关的方针政策中,明确指出“加强对跨境网络交易中邮递、快件渠道的监管,严厉打击利用电子商务平台以及跨境电子商务中邮递、快递渠道实施的走私违法活动和通过‘蚂蚁搬家’等方式进出口侵权假冒商品的违法行为。”(来源:本刊编辑部整理)

国务院专项整治互联网金融: P2P 是重点

4月,国务院组织14个部委召开会议,将在全国范围内启动有关互联网金融领域的专项整治,为期一年。同时,国务院批复并印发与整治工作配套的相关文件。(来源:本刊编辑部整理)

跨境电商“通关单”政策暂停一年

5月25日,财政部负责人针对跨境电商进口新政发表谈话。为使跨境电子商务企业逐步适应监管要求,对跨境电子商务零售进口设置了过渡期,在2017年5月11日前(含5月11日),对10个试点城市经营的网购保税商品“一线”进区时暂不验核通关单,暂不执行化妆品、婴幼儿配方奶粉、医疗器械、特殊食品(包括保健食品、特殊医学用

途配方食品等)的首次进口许可批件、注册或备案要求;对所有地区的直购模式也暂不执行上述商品的首次进口许可批件、注册或备案要求。(来源:本刊编辑部整理)

国家发改委等七部门开展国家电子商务示范城市评价工作

为及时总结国家电子商务示范城市建设经验,促进电子商务健康快速发展,国家发改委、商务部等七部委联合组织开展示范城市评价工作。评价指标体系主要包括:电子商务市场规模、电子商务应用水平、电子商务支撑环境、电子商务发展环境等四类指标。据悉,评价结果将作为今后总结示范城市建设经验的重要依据,也是确定相关支持政策的重要参考。对于组织工作较好、以及综合评价较好的省(区市),将在开展政策试点、安排专项建设基金、承担国家重点任务等方面予以优先考虑。(来源:本刊编辑部整理)

工商总局:网购商品正式纳入流通监管

工商总局审议通过《流通领域商品质量监督管理办法》,将实体店销售与网络销售共同纳入流通领域商品质量的监管范围,并于5月1日起实行。《办法》将通过实体店以及非现场方式购物,如网络、电视、电话、邮购、直销等方式提供商品的,统一纳入流通领域商品质量监管范围,对线上线下经营者一视同仁,统一开展商品质量监管。(来源:本刊编辑部整理)

工商总局将开展网络市场监管专项行动

工商总局公布的《2016网络市场监管专项行动方案》提出今年5至11月,全国工商、市场监管部门将以网络交易平台和网络商标侵权、销售假冒伪劣商品、虚假宣传、刷单等突出违法问题为重点,深入开展网络市场监管,优化网络消费环境。同时,要落实网店实名制,规范网络经营主体。(来源:本

刊编辑部整理)

《广东省大力发展电子商务加快培育经济新动力实施方案》印发

《方案》提出优化电子商务发展环境,推动电子商务转型升级,促进就业创业,提升电子商务对外合作水平,构建电子商务安全保障防线,完善电子商务支撑体系六方面措施。

其中,在优化电子商务发展环境方面,《方案》提出降低市场准入门槛,实施合理降税减负,维护市场公平竞争,完善网络基础设施建设,完善物流基础设施。

在推动电子商务转型升级方面,《方案》提出加快商贸流通领域电子商务发展,创新工业生产组织方式,创新服务民生方式,推广金融服务新工具,积极发展农村电子商务。在促进就业创业方面,《方案》提出拓宽电子商务领域就业创业空间,完善人才培养体系,保障从业人员合法权益。(来源:本刊编辑部整理)

省政府印发关于促进跨境电商健康快速发展的实施意见

在壮大跨境电子商务经营主体方面,《意见》提出推动传统企业发展跨境电子商务,大力培育跨境电子商务支撑服务平台(企业)。在培育跨境电子商务竞争新优势方面,提出加强产业集聚园区(载体)建设,促进自贸试验区跨境电子商务发展,推动粤港澳跨境电子商务融合发展,推进跨境电子商务对外合作;在完善跨境电子商务监管措施方面,提出优化配套的海关监管措施,完善检验检疫监管措施,落实进出口税收政策,推动支付结算便利化;在优化跨境电子商务发展环境方面,提出加快综合服务体系,强化金融支持,加大财政支持力度,规范跨境电子商务经营行为。(来源:本刊编辑部整理)

省政府印发广东省促进农村电子商务发展实施方案

《方案》提出以下重点任务：一是鼓励各类资本参与农村电子商务发展；二是发展壮大涉农电子商务企业；三是培育农村电子商务服务商；四是促进农产品“上网触电”；五是畅通消费品下乡进村渠道；六是扩大电子商务在农业生产中的应用；七是支持通过电子商务创业就业；八是建设多层次农村电子商务平台；九是加强农村信息基础设施建设；十是增强物流支撑与配送能力。（来源：本刊编辑部整理）

省政府出台促进快递业发展实施意见

《广东省人民政府关于促进我省快递业发展的实施意见》印发，《意见》将“发展跨境电商快递服务”作为重点任务。支持快递企业在自贸区、综合保税区、保税物流园区等区域内建设跨境快件物流中心。鼓励快递企业提供统一采购、仓储和配送等服务，逐步形成与跨境电商相适应的快递服务体系。支持国际电商企业与快递企业开展合作，探索建立“海外仓”。建立跨境快件便捷通关模式。推进快递企业物流信息与跨境电商公共服务平台、跨境电商平台、通关监管平台等信息对接共享，为跨境电商企业提供物流信息一体化服务。（来源：本刊编辑部整理）

上海明确今年电子商务五大发展重点

2016年上海市电子商务发展联席会议召开，联席会议二十六个成员单位、各区县政府参加会议。从会议获悉，上海市已确立今年全市电子商务发展的预期指标：2016年全市电子商务交易总额争取突破2万亿元，增长20%以上；建设10个电子商务重点园区、15个智慧商圈，建成500个电商快递配送综合服务点、50个农村电商服务站。为此上海市确立了电子商务领域5方面的重点工作：

一是推动跨境融合创新，激发电子商务

发展新动力。加大新技术应用和创新发展，推动平台经济创新发展，大力发展“共享经济”，积极推动电子商务创新创业；

二是推进线上线下协调发展，促进经济转型升级。加快推动“互联网+”产业发展，积极开展“互联网+”商务创新实践，推进农业农村电子商务发展，推动社区服务电子商务发展，依托电子商务扩大行业有效供给；

三是发挥开放性经济优势，提升电子商务开放水平。加快推进跨境电子商务发展，深化电子商务引进来走出去，扩大电子商务国际国内交流；

四是不断优化发展环境，完善电子商务服务体系。进一步加强和完善金融服务，推动电子商务与物流快递协同发展，进一步推动行业自治和自律，加强电子商务支撑服务；

五是创新政府服务模式，促进电子商务规范发展。积极探索政策制度创新，深化电子商务示范工程建设，加强电子商务信用体系建设，加强电子商务信息安全，积极维护网络市场。（来源：本刊编辑部整理）

上海市跨境电商发展要点印发提出创新邮路监管措施

上海市发改委印发《上海市跨境电子商务发展2016年重点工作》，提出创新邮路监管措施。文件提出，协调邮政企业参与试点，推进邮（快）件产品与公共服务平台对接，对主要通过邮路实现进出口的重点平台纳入跨境电子商务业务范围；积极创新对邮路的监管模式，满足邮路渠道快速增长的通关、仓储等需求。（来源：根据国家邮政局网站相关内容编写）

宁波跨境综试区方案出炉 进口向出口转变

浙江省政府批准印发实施《中国（宁波）跨境电子商务综合试验区建设实施方案》，方案提出，经过3-5年的改革试验，将把宁

波综合试验区建成全国跨境电商转型升级引领区、跨境电商监管服务创新示范区、跨境电商仓储物流集散示范区。至2018年，培育20个跨境电子商务产业集群、50个跨境电子商务公共海外仓。（来源：本刊编辑部整理）

亚马逊中国牵手杭州综试区力扶出口电商

亚马逊中国宣布与杭州跨境电子商务综合试验区建设领导小组办公室签署有关出口跨境电商业务的合作备忘录。

根据双方签署的合作备忘录，杭州综试区将搭建平台，推动出口跨境电商相关的企业、高校及教育机构高效对接亚马逊，全面开展企业出口业务合作。（来源：本刊编辑部整理）

郑州跨境电商综试区建设方案公布

河南省政府公布《中国（郑州）跨境电子商务综合试验区建设实施方案》，按照计划，力争到2018年，培育50家省级跨境电子商务培训孵化基地、100家省级跨境电子商务示范园区，设立100个省级公共海外仓，重点扶持1000家跨境电子商务企业发展。郑州跨境电商综合试验区将以扩大出口作为主攻方向，逐步规范进口；以B2B模式作为发展重点，以B2C模式作为有益补充。（来源：本刊编辑部整理）

浙江出台新规绘产业集群跨境电商发展蓝图

浙江省商务厅联合浙江省财政局、质监局、国税局等七个部门出台了《浙江省大力推进产业集群跨境电商发展工作指导意见》。《意见》明确指出，争取到2020年，浙江省有50个以上产业集群形成符合自身特点的跨境电商发展模式和较完备的产业体系，建立海外销售自主品牌和渠道，实现产业集

群跨境电商出口50亿美元以上。（来源：本刊编辑部整理）

eBay公布新政 海外仓交易将纳入考量范围

eBay发布公告对美国海外仓的交易纳入考量范围。新政策要求对于所有投递到美国的单价超过5美元的物品，无论是直邮发货或者海外仓发货，所有卖家必须使用新政策的服务。（来源：根据亿邦动力网相关内容编写）

亚马逊推出“泛欧物流中心”新项目

亚马逊推出了新的“泛欧物流中心”项目，这将有助于其电商平台的卖家出口商品到欧洲。据介绍，选择使用该项服务的卖家，可将其货物库存发往当地亚马逊物流中心。当有订单时，亚马逊再将货物发往泛欧物流中心，该中心提供提货、包装、配送及客服查询等一条龙服务。同时，卖家需支付货物保管费、平台服务费和配送费等费用。据统计，亚马逊在欧洲7个国家建有29个物流中心。今年第一季度，超过50%的欧盟卖家参与过跨境贸易。（来源：根据《中国邮政快递报》相关内容编写）

菜鸟网络联合20家企业搭建全国最大快递自提柜服务平台

菜鸟网络宣布启动“新绿洲”项目，联合12家快递公司和丰巢等8家自提柜企业建成全国最大的快递自提柜服务平台，旨在打通最后一公里服务的信息流。据了解，包括速递易、丰巢在内的这8家自提柜企业共有快递自提柜9万多台，占目前全行业自提柜总数的70%多。菜鸟网络已接入近5万个自提柜站点，实现日均100万单的物流节点信息拼接，预计到今年6月底会完成9万台以上的自提柜对接，覆盖国内的一二三线城市。（来源：本刊编辑部整理）

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