



Shanghai eCommerce Association

会员资料 注意保存

# 电子商务资讯

2015 年 5、6 月合刊第 3 期总第 143 期

上海市电子商务行业协会主办

## 目录

<b>【编辑寄语】</b>	1
<b>【重要消息】</b>	
商务部 2015-2016 年度电子商务示范企业公示 协会九家会员单位上榜	1
上海自贸区公布 24 条检验检疫新政	2
<b>【政策规范】</b>	
国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见	5
国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见	14
国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见	22
国务院办公厅关于加快高速宽带网络建设 推进网络提速降费的指导意见	24
商务部办公厅关于印发“互联网+流通”行动计划的通知	28
<b>【协会动态】</b>	
协会及相关会员单位出席比-中城市化论坛	32
协会电子支付专业委员会召开 2015 年年会	36
2015 两岸跨境电商合作交流	37
<b>【行业动态】</b>	
六大趋势引领中国跨境电子商务发展	41
浅析：解读国务院“促进跨境电商发展指导意见”	43

## 【新增会员】

上海锴联仓储服务有限公司·····	46
华瀚（上海）数据科技股份有限公司·····	47
上海斌利文化传媒有限公司·····	47
上海神虎网络科技有限公司·····	48
上海蓝天经济城发展有限公司·····	48
翔傲信息科技（上海）有限公司·····	48
华夏通信有限公司·····	49
上海倍智物流有限公司·····	50
艾睿铂投资咨询（上海）有限公司·····	50
瑞丰德永投资咨询（上海）有限公司·····	51

## 【交流园地】

大风口：跨境电商深度解读·····	51
互联网创业的 24 种商业模式·····	58

## 【编辑寄语】

工信部近日公布，1-5月全国电子商务累计交易额为40150亿元，同比增长46%，保持快速增长态势。上海商委发布的今年前五个月统计数据表明，上海电子商务交易额5573亿，同比增长19.9%，超全国一成的份额，增速稳定。同时，作为全国最大的商业中心城市，上海“无店铺”零售额比去年同期增长45.9%，而便利店、专卖店、购物中心零售额同比增幅仅为个位数，大卖场、百货店、标准超市的零售额更是出现下降，电子商务已成为上海新的经济增长点。

跨境电子商务在整个电子商务产业中占有重要地位，前景广阔。近期国家和地方相关政策不断出台，跨境电商产业发展迅速，交易规模不断扩大。作为我国外贸发展的新模式，跨境电子商务对经济的强拉动作用正日益凸显。随着市场需求的不断增加和政策利好的释放，跨境电商正迎来加速发展的绝佳良机。上海作为全国七个开展跨境贸易电子商务服务的试点城市之一，充分利用电子商务开展对外贸易，建立了与之相适应的海关监管、检验检疫、跨境支付、结汇退税、物流仓储等支撑体系，跨境网购热点国家和地区越来越多，跨境电子商务品牌集聚规模已经显现，也带动国际物流和国际金融业务的快速发展。6月19日，协会参与主办的2015两岸跨境电子商务交流会顺利召开，对新机遇条件下的两岸贸易与跨境电商等方面进行了交流探讨。

此外，谨代表上海市电子商务行业协会向获选“商务部2015-2016年度电子商务示范企业”的各会员单位致以最诚挚的祝贺！

## 【重要消息】

### 商务部2015-2016年度电子商务示范企业公示 协会九家单位上榜

按照《商务部办公厅关于创建2015-2016年度电子商务示范企业工作的通知》（商办电函[2014]770号）的有关要求，各地商务主管部门高度重视，积极组织企业申报。截至规定时间，商务部共收到全国各地商务主管部门报送的303份企业申报材料。

商务部依据《电子商务示范企业创建规范》，组织业内专家对申报材料进行了认真评审，根据专家意见，结合各地电子商务发展水平，最终遴选出156家企业拟作为商务部2015-2016年度电子商务示范企业。

协会九家单位榜上有名，包括：

百联电子商务有限公司

(百联 E 城 [www.blemall.com](http://www.blemall.com)) (网络零售类)

上海菜管家电子商务有限公司

(菜管家 [www.962360.com](http://www.962360.com)) (网络零售类)

上海钢联电子商务股份有限公司

(我的钢铁网 [www.mysteel.com](http://www.mysteel.com)) (电商服务类)

快钱支付清算信息有限公司

(快钱支付 [www.99bill.com](http://www.99bill.com)) (电商服务类)

上海亿贝网络信息服务有限公司

(亿贝网 [www.ebay.cn](http://www.ebay.cn)) (电商服务类)

上海携程商务有限公司

(携程旅行网 [www.ctrip.com](http://www.ctrip.com)) (生活服务类)

号百商旅电子商务有限公司

(翼游旅行网 [www.118114.cn](http://www.118114.cn)) (生活服务类)

纽海电子商务(上海)有限公司

(1 号店 [www.yhd.com](http://www.yhd.com)) (综合类)

东方钢铁电子商务有限公司

(东方钢铁网 [www.bsteel.com](http://www.bsteel.com)) (综合类)

(来源：商务部)

## 上海自贸区公布 24 条检验检疫新政

6 月 18 日，上海出入境检验检疫局（下称“上海国检局”）、上海自贸区管委会联合召开新闻发布会，正式发布《上海国检局关于深化检验检疫监管模式改革支持上海自贸试验区发展的意见》。

《意见》共 24 条，涉及体制机制创新、简政放权、提升贸易便利化水平、服务新兴产业发展、加快互联互通 5 个方面。

### 一、创新推出“十检十放”分类监管模式。

该模式基于先检后放的传统模式，衍生出通检通放、快检快放、边位边放、空检海放、即检即放、外检内放、少检多放、他检我放、不检就放共十种监管新模式。从最严格的“先检后放”到最宽松的“不检就放”，根据输出国家或地区质量安全状况由差到好，生产企业及收货企业质量安全保障和控制能力由弱到强、产品固有属性及风险类别由低到高的区别，通过对监测数据的深度

挖掘和综合分析，建立起信用等级从劣到优、监管力度从严到松、放行速度由慢到快的全方位、多层次、分梯度的监管模式。依托差别化的监管政策，引导企业主动推动质量提升，积极支持上海地区经济转型升级和重点产业布局调整。

## 二、进一步加大简政放权力度。

上海国检局以深化行政审批制度改革为抓手，通过审批项目减量化、审批流程扁平化、审批场所集约化、审批办理智能化等举措，营造公平、高效、统一的口岸行政审批服务环境，并梳理权力清单、公布责任清单、完善负面清单，实现简政放权、放管结合、优化服务的协同推进。

## 三、创新推出入境货物“先进区，后报检”通关管理模式。

改变原有先报检后入区方式，对自贸试验区拟入境进区货物，允许区内企业向检验检疫机构申报后，按照指令至入境口岸提货后直接入区，并在规定时限内向驻区检验检疫机构办理入境货物报检、交单或查验，进一步优化一线验放流程。该政策落地后，配合国检作业全程无纸化和企业信用等级差别化管理措施，将进一步加快通关速度，提高货物进境入区的效率，降低企业成本，进一步提升贸易便利化水平。

## 四、支持新兴产业发展。

集中优势资源，聚焦重要产业，紧密结合上海自贸试验区发展实际，进一步支持生物医药、跨境电子商务、国际会展、入境维修、文化产业、汽车平行进口及总部经济等新兴产业发展，并将支持全球科创中心、质量安全示范区建设，支持检验检测认证机构发展，推动战略新兴产业和制造业健康发展，助力上海加快构建具有地方特色、富有核心竞争力的现代产业体系。

**1、支持文化产业发展方面，对上海自贸试验区内进口文化艺术品(限艺术品整体或部分属于 CCC 目录产品)给予无需办理 CCC 认证的特殊监管措施。**

### 2、支持跨境电子商务发展方面

一是构建符合跨境电子商务发展的体制机制。顺应跨境电子商务健康快速发展的新态势新要求，按照加快发展与完善管理相结合、有效监管与便利进出相结合的原则，加快建立符合跨境电子商务发展要求的体制机制，出台上海口岸跨境电子商务管理办法，推出涵盖直邮进口、保税进口、出口等业务类型的、适合跨境电子商务行业特点的监管模式与便利化措施。

二是建立跨境电子商务清单管理制度。完善跨境电子商务入境物品管理，建立跨境电子商务产品负面清单制度，除负面清单内商品禁止以跨境电子商务形式入境外，全面支持跨境电子商务发展。

**三是构建跨境电子商务风险监控体系和质量追溯体系。**优化进口电商企业和产品的质量安全监管方式，实施线上监测、线下预警的安全管理和风险监测工作机制。制定重点商品和重点项目监管清单，通过现场查验、抽样检测和监督检查等，加强风险监控和预警。充分运用信息化手段，实现跨境电子商务商品“源头可溯、去向可查”。加强与质监部门的合作，建立“风险监测、网上抽查、源头追溯、属地查处”的质量监测机制。

**四是创新跨境电子商务监管模式。**明确电商经营主体的质量安全责任，实行全申报管理，建立责任追溯体系和先行赔付制度。对按国外个人订单出境的跨境电子商务出口商品，除必要的检疫处理外，不实施检验，对低风险商品审核放行，高风险商品逐步采信第三方检测结果合格放行。对出口跨境电子商务商品实行集中申报、集中办理放行手续，完善以检疫监管为主，基于风险分析的质量安全监督抽查机制。加大第三方检验鉴定结果采信力度，对一般工业制成品，以问题为导向，加强事后监管。对进口跨境电子商务商品实行集中申报、核查放行。对整批入境、集中存放、电商经营企业按订单向国内个人消费者销售的，实施以风险分析为基础的质量安全监管，依据相应产品国家标准的安全卫生项目进行监测，监督电商在尊重消费者个人选择权的同时，标示可能存在的质量安全问题和消费风险。加强事后监管，组织对质量安全问题的调查处理。

**五是实施跨境电子商务备案管理。**对跨境电子商务经营主体及跨境电子商务商品实施备案管理，落实跨境电子商务经营主体商品质量安全主体责任，推动规范跨境电子商务经营秩序，实现质量安全责任可追溯。

**六是支持重点项目建设。**促进上海跨境电子商务公共服务平台建设。推动跨境水果、生鲜等贸易电子商务发展，支持在自贸试验区设立进口水果、生鲜电商综合交易服务平台，推动洋山进境鲜活农产品展贸中心的建设。

### **3、平行进口汽车监管方面**

支持汽车平行进口。积极参与推动自贸试验区平行进口汽车项目稳步运行；与自贸试验区管委会、市商务委等管理部门共同建立平行进口汽车会商机制；根据国家质检总局、认监委与国务院相关部委对平行进口汽车最新的政策要求，及时落实相关支持举措。

### **五、进一步加快互联互通。**

探索实施“互联网+国检”战略，全面推进国检信息化建设，积极推进国际贸易单一窗口制度，进一步优化口岸监管执法流程和通关流程。

重点加强同上海市相关政府部门的协作，深化与海关的“三个一”合作，推动与长三角和长江经济带直属国检局进一步协同，实施区域集中审单一体化、企业信用管理一体化、物流监控一体化和货物监管一体化，以此带动长江经济带出入境检验检疫一体化。

（来源：中国经济网 摘自：中国青年网）

## 【政策法规】

### 国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见

国发〔2015〕24号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

近年来我国电子商务发展迅猛，不仅创造了新的消费需求，引发了新的投资热潮，开辟了就业增收新渠道，为大众创业、万众创新提供了新空间，而且电子商务正加速与制造业融合，推动服务业转型升级，催生新兴业态，成为提供公共产品、公共服务的新力量，成为经济发展新的原动力。与此同时，电子商务发展面临管理方式不适应、诚信体系不健全、市场秩序不规范等问题，亟需采取措施予以解决。当前，我国已进入全面建成小康社会的决定性阶段，为减少束缚电子商务发展的机制体制障碍，进一步发挥电子商务在培育经济新动力，打造“双引擎”、实现“双目标”等方面的重要作用，现提出以下意见：

#### 一、指导思想、基本原则和主要目标

（一）**指导思想**。全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，坚持依靠改革推动科学发展，主动适应和引领经济发展新常态，着力解决电子商务发展中的深层次矛盾和重大问题，大力推进政策创新、管理创新和服务创新，加快建立开放、规范、诚信、安全的电子商务发展环境，进一步激发电子商务创新动力、创造潜力、创业活力，加速推动经济结构战略性调整，实现经济提质增效升级。

（二）**基本原则**。一是积极推动。主动作为、支持发展。积极协调解决电子商务发展中的各种矛盾与问题。在政府资源开放、网络安全保障、投融资支持、基础设施和诚信体系建设等方面加大服务力度。推进电子商务企业税费合理化，减轻企业负担。进一步释放电子商务发展潜力，提升电子商务创新发展水平。二是逐步规范。简政放权、放管结合。法无禁止的市场主体即可为，法未授权的政府部门不能为，最大限度减少对电子商务市场的行政干预。在放宽市场准入的同时，要在发展中逐步规范市场秩序，营造公平竞争的创业发展环

境，进一步激发社会创业活力，拓宽电子商务创新发展领域。三是加强引导。把握趋势、因势利导。加强对电子商务发展中前瞻性、苗头性、倾向性问题的研究，及时在商业模式创新、关键技术研发、国际市场开拓等方面加大对企业的支持引导力度，引领电子商务向打造“双引擎”、实现“双目标”发展，进一步增强企业的创新动力，加速电子商务创新发展步伐。

**（三）主要目标。**到 2020 年，统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务大市场基本建成。电子商务与其他产业深度融合，成为促进创业、稳定就业、改善民生服务的重要平台，对工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展起到关键性作用。

## 二、营造宽松发展环境

**（四）降低准入门槛。**全面清理电子商务领域现有前置审批事项，无法律法规依据的一律取消，严禁违法设定行政许可、增加行政许可条件和程序。（国务院审改办，有关部门按职责分工分别负责）进一步简化注册资本登记，深入推进电子商务领域由“先证后照”改为“先照后证”改革。（工商总局、中央编办）落实《注册资本登记制度改革方案》，放宽电子商务市场主体住所（经营场所）登记条件，完善相关管理措施。（省级人民政府）推进对快递企业设立非法人快递末端网点实施备案制管理。（邮政局）简化境内电子商务企业海外上市审批流程，鼓励电子商务领域的跨境人民币直接投资。（发展改革委、商务部、外汇局、证监会、人民银行）放开外商投资电子商务业务的外方持股比例限制。

（工业和信息化部、发展改革委、商务部）探索建立能源、铁路、公共事业等行业电子商务服务的市场化机制。（有关部门按职责分工分别负责）

**（五）合理降税减负。**从事电子商务活动的企业，经认定为高新技术企业的，依法享受高新技术企业相关优惠政策，小微企业依法享受税收优惠政策。

（科技部、财政部、税务总局）加快推进“营改增”，逐步将旅游电子商务、生活服务类电子商务等相关行业纳入“营改增”范围。（财政部、税务总局）

**（六）加大金融服务支持。**建立健全适应电子商务发展的多元化、多渠道投融资机制。（有关部门按职责分工分别负责）研究鼓励符合条件的互联网企业在境内上市等相关政策。（证监会）支持商业银行、担保存货管理机构及电子商务企业开展无形资产、动产质押等多种形式的融资服务。鼓励商业银行、商业保理机构、电子商务企业开展供应链金融、商业保理服务，进一步拓展电子商务企业融资渠道。（人民银行、商务部）引导和推动创业投资基金，加大对电子商务初创企业的支持。（发展改革委）

**（七）维护公平竞争。**规范电子商务市场竞争行为，促进建立开放、公

平、健康的电子商务市场竞争秩序。研究制定电子商务产品质量监督管理办法，探索建立风险监测、网上抽查、源头追溯、属地查处的电子商务产品质量监督机制，完善部门间、区域间监管信息共享和职能衔接机制。依法打击网络虚假宣传、生产销售假冒伪劣产品、违反国家出口管制法规政策跨境销售两用用品和技术、不正当竞争等违法行为，组织开展电子商务产品质量提升行动，促进合法、诚信经营。（工商总局、质检总局、公安部、商务部按职责分工分别负责）重点查处达成垄断协议和滥用市场支配地位的问题，通过经营者集中反垄断审查，防止排除、限制市场竞争的行为。（发展改革委、工商总局、商务部）加强电子商务领域知识产权保护，研究进一步加大网络商业方法领域发明专利保护力度。（工业和信息化部、商务部、海关总署、工商总局、新闻出版广电总局、知识产权局等部门按职责分工分别负责）进一步加大政府利用电子商务平台进行采购的力度。（财政部）各级政府部门不得通过行政命令指定为电子商务提供公共服务的供应商，不得滥用行政权力排除、限制电子商务的竞争。（有关部门按职责分工分别负责）

### 三、促进就业创业

**（八）鼓励电子商务领域就业创业。**把发展电子商务促进就业纳入各地就业发展规划和电子商务发展整体规划。建立电子商务就业和社会保障指标统计制度。经工商登记注册的网络商户从业人员，同等享受各项就业创业扶持政策。未进行工商登记注册的网络商户从业人员，可认定为灵活就业人员，享受灵活就业人员扶持政策，其中在网络平台实名注册、稳定经营且信誉良好的网络商户创业者，可按规定享受小额担保贷款及贴息政策。支持中小微企业应用电子商务、拓展业务领域，鼓励有条件的地区建设电子商务创业园区，指导各类创业孵化基地为电子商务创业人员提供场地支持和创业孵化服务。加强电子商务企业用工服务，完善电子商务人才供求信息对接机制。（人力资源社会保障部、工业和信息化部、商务部、统计局，地方各级人民政府）

**（九）加强人才培养培训。**支持学校、企业及社会组织合作办学，探索实训式电子商务人才培养与培训机制。推进国家电子商务专业技术人才知识更新工程，指导各类培训机构增加电子商务技能培训项目，支持电子商务企业开展岗前培训、技能提升培训和高技能人才培训，加快培养电子商务领域的高素质专门人才和技术技能人才。参加职业培训和职业技能鉴定的人员，以及组织职工培训的电子商务企业，可按规定享受职业培训补贴和职业技能鉴定补贴政策。鼓励有条件的职业院校、社会培训机构和电子商务企业开展网络创业培训。

（人力资源社会保障部、商务部、教育部、财政部）

**(十) 保障从业人员劳动权益。**规范电子商务企业特别是网络商户劳动用工，经工商登记注册取得营业执照的，应与招用的劳动者依法签订劳动合同；未进行工商登记注册的，也可参照劳动合同法相关规定与劳动者签订民事协议，明确双方的权利、责任和义务。按规定将网络从业人员纳入各项社会保险，对未进行工商登记注册的网络商户，其从业人员可按灵活就业人员参保缴费办法参加社会保险。符合条件的就业困难人员和高校毕业生，可享受灵活就业人员社会保险补贴政策。长期雇用 5 人及以上的网络商户，可在工商注册地进行社会保险登记，参加企业职工的各项社会保险。满足统筹地区社会保险优惠政策条件的网络商户，可享受社会保险优惠政策。（人力资源社会保障部）

#### **四、推动转型升级**

**(十一) 创新服务民生方式。**积极拓展信息消费新渠道，创新移动电子商务应用，支持面向城乡居民社区提供日常消费、家政服务、远程缴费、健康医疗等商业和综合服务的电子商务平台发展。加快推动传统媒体与新兴媒体深度融合，提升文化企业网络服务能力，支持文化产品电子商务平台发展，规范网络文化市场。支持教育、会展、咨询、广告、餐饮、娱乐等服务企业深化电子商务应用。（有关部门按职责分工分别负责）鼓励支持旅游景点、酒店等开展线上营销，规范发展在线旅游预订市场，推动旅游在线服务模式创新。（旅游局、工商总局）加快建立全国 12315 互联网平台，完善网上交易在线投诉及售后维权机制，研究制定 7 天无理由退货实施细则，促进网络购物消费健康快速发展。（工商总局）

**(十二) 推动传统商贸流通企业发展电子商务。**鼓励有条件的大型零售企业开办网上商城，积极利用移动互联网、地理位置服务、大数据等信息技术提升流通效率和服务质量。支持中小零售企业与电子商务平台优势互补，加强服务资源整合，促进线上交易与线下交易融合互动。（商务部）推动各类专业市场建设网上市场，通过线上线下融合，加速向网络化市场转型，研究完善能源、化工、钢铁、林业等行业电子商务平台规范发展的相关措施。（有关部门按职责分工分别负责）制定完善互联网食品药品经营监督管理办法，规范食品、保健食品、药品、化妆品、医疗器械网络经营行为，加强互联网食品药品市场监测监管体系建设，推动医药电子商务发展。（食品药品监管总局、卫生计生委、商务部）

**(十三) 积极发展农村电子商务。**加强互联网与农业农村融合发展，引入产业链、价值链、供应链等现代管理理念和方式，研究制定促进农村电子商务发展的意见，出台支持政策措施。（商务部、农业部）加强鲜活农产品标准体

系、动植物检疫体系、安全追溯体系、质量保障与安全监管体系建设，大力发展农产品冷链基础设施。（质检总局、发展改革委、商务部、农业部、食品药品监管总局）开展电子商务进农村综合示范，推动信息进村入户，利用“万村千乡”市场网络改善农村地区电子商务服务环境。（商务部、农业部）建设地理标志产品技术标准体系和产品质量保证体系，支持利用电子商务平台宣传和销售地理标志产品，鼓励电子商务平台服务“一村一品”，促进品牌农产品走出去。鼓励农业生产资料企业发展电子商务。（农业部、质检总局、工商总局）支持林业电子商务发展，逐步建立林产品交易诚信体系、林产品和林权交易服务体系。（林业局）

**（十四）创新工业生产组织方式。**支持生产制造企业深化物联网、云计算、大数据、三维（3D）设计及打印等信息技术在生产制造各环节的应用，建立与客户电子商务系统对接的网络制造管理系统，提高加工订单的响应速度及柔性制造能力；面向网络消费者个性化需求，建立网络化经营管理模式，发展“以销定产”及“个性化定制”生产方式。（工业和信息化部、科技部、商务部）鼓励电子商务企业大力开展品牌经营，优化配置研发、设计、生产、物流等优势资源，满足网络消费者需求。（商务部、工商总局、质检总局）鼓励创意服务，探索建立生产性创新服务平台，面向初创企业及创意群体提供设计、测试、生产、融资、运营等创新创业服务。（工业和信息化部、科技部）

**（十五）推广金融服务新工具。**建设完善移动金融安全可信公共服务平台，制定相关应用服务的政策措施，推动金融机构、电信运营商、银行卡清算机构、支付机构、电子商务企业等加强合作，实现移动金融在电子商务领域的规模化应用；推广应用具有硬件数字证书、采用国家密码行政主管部门规定算法的移动智能终端，保障移动电子商务交易的安全性和真实性；制定在线支付标准规范和制度，提升电子商务在线支付的安全性，满足电子商务交易及公共服务领域金融服务需求；鼓励商业银行与电子商务企业开展多元化金融服务合作，提升电子商务服务质量和效率。（人民银行、密码局、国家标准委）

**（十六）规范网络化金融服务新产品。**鼓励证券、保险、公募基金等企业和机构依法进行网络化创新，完善互联网保险产品审核和信息披露制度，探索建立适应互联网证券、保险、公募基金产品销售等互联网金融活动的新型监管方式。（人民银行、证监会、保监会）规范保险业电子商务平台建设，研究制定电子商务涉及的信用保证保险的相关扶持政策，鼓励发展小微企业信贷信用保险、个人消费履约保证保险等新业务，扩大信用保险保单融资范围。完善在线旅游服务企业投保办法。（保监会、银监会、旅游局按职责分工分别负责）

## 五、完善物流基础设施

**(十七) 支持物流配送终端及智慧物流平台建设。**推动跨地区跨行业的智慧物流信息平台建设，鼓励在法律规定范围内发展共同配送等物流配送组织新模式。（交通运输部、商务部、邮政局、发展改革委）支持物流（快递）配送站、智能快件箱等物流设施建设，鼓励社区物业、村级信息服务站（点）、便利店等提供快件派送服务。支持快递服务网络向农村地区延伸。（地方各级人民政府，商务部、邮政局、农业部按职责分工分别负责）推进电子商务与物流快递协同发展。（财政部、商务部、邮政局）鼓励学校、快递企业、第三方主体因地制宜加强合作，通过设置智能快件箱或快件收发室、委托校园邮政局所代为投递、建立共同配送站点等方式，促进快递进校园。（地方各级人民政府，邮政局、商务部、教育部）根据执法需求，研究推动被监管人员生活物资电子商务和智能配送。（司法部）有条件的城市应将配套建设物流（快递）配送站、智能终端设施纳入城市社区发展规划，鼓励电子商务企业和物流（快递）企业对网络购物商品包装物进行回收和循环利用。（有关部门按职责分工分别负责）

**(十八) 规范物流配送车辆管理。**各地区要按照有关规定，推动城市配送车辆的标准化、专业化发展；制定并实施城市配送用汽车、电动三轮车等车辆管理办法，强化城市配送运力需求管理，保障配送车辆的便利通行；鼓励采用清洁能源车辆开展物流（快递）配送业务，支持充电、加气等设施建设；合理规划物流（快递）配送车辆通行路线和货物装卸搬运地点。对物流（快递）配送车辆采取通行证管理的城市，应明确管理部门、公开准入条件、引入社会监督。（地方各级人民政府）

**(十九) 合理布局物流仓储设施。**完善仓储建设标准体系，鼓励现代化仓储设施建设，加强偏远地区仓储设施建设。（住房城乡建设部、公安部、发展改革委、商务部、林业局）各地区要在城乡规划中合理规划布局物流仓储用地，在土地利用总体规划和年度供地计划中合理安排仓储建设用地，引导社会资本进行仓储设施投资建设或再利用，严禁擅自改变物流仓储用地性质。（地方各级人民政府）鼓励物流（快递）企业发展“仓配一体化”服务。（商务部、邮政局）

## 六、提升对外开放水平

**(二十) 加强电子商务国际合作。**积极发起或参与多双边或区域关于电子商务规则的谈判和交流合作，研究建立我国与国际认可组织的互认机制，依托我国认证认可制度和体系，完善电子商务企业和商品的合格评定机制，提升国际组织和机构对我国电子商务企业和商品认证结果的认可程度，力争国际电子

商务规制制定的主动权和跨境电子商务发展的话语权。（商务部、质检总局）

**（二十一）提升跨境电子商务通关效率。**积极推进跨境电子商务通关、检验检疫、结汇、缴进口税等关键环节“单一窗口”综合服务体系建设和完善跨境电子商务货物返修与退运通关流程，提高通关效率。（海关总署、财政部、税务总局、质检总局、外汇局）探索建立跨境电子商务货物负面清单、风险监测制度，完善跨境电子商务货物通关与检验检疫监管模式，建立跨境电子商务及相关物流企业诚信分类管理制度，防止疫病疫情传入、外来有害生物入侵和物种资源流失。（海关总署、质检总局按职责分工分别负责）大力支持中国（杭州）跨境电子商务综合试验区先行先试，尽快形成可复制、可推广的经验，加快在全国范围推广。（商务部、发展改革委）

**（二十二）推动电子商务走出去。**抓紧研究制定促进跨境电子商务发展的指导意见。（商务部、发展改革委、海关总署、工业和信息化部、财政部、人民银行、税务总局、工商总局、质检总局、外汇局）鼓励国家政策性银行在业务范围内加大对电子商务企业境外投资并购的贷款支持，研究制定针对电子商务企业境外上市的规范管理政策。（人民银行、证监会、商务部、发展改革委、工业和信息化部）简化电子商务企业境外直接投资外汇登记手续，拓宽其境外直接投资外汇登记及变更登记业务办理渠道。（外汇局）支持电子商务企业建立海外营销渠道，创立自有品牌。各驻外机构应加大对电子商务企业走出去的服务力度。进一步开放面向港澳台地区的电子商务市场，推动设立海峡两岸电子商务经济合作实验区。鼓励发展面向“一带一路”沿线国家的电子商务合作，扩大跨境电子商务综合试点，建立政府、企业、专家等各个层面的对话机制，发起和主导电子商务多边合作。（有关部门按职责分工分别负责）

## 七、构筑安全保障防线

**（二十三）保障电子商务网络安全。**电子商务企业要按照国家信息安全等级保护管理规范和技术标准相关要求，采用安全可控的信息设备和网络安全产品，建设完善网络安全防护体系、数据资源安全管理体系和网络安全应急处置体系，鼓励电子商务企业获得信息安全管理认证，提高自身信息安全管理水平。鼓励电子商务企业加强与网络安全专业服务机构、相关管理部门的合作，共享网络安全威胁预警信息，消除网络安全隐患，共同防范网络攻击破坏、窃取公民个人信息等违法犯罪活动。（公安部、国家认监委、工业和信息化部、密码局）

**（二十四）确保电子商务交易安全。**研究制定电子商务交易安全管理制度，明确电子商务交易各方的安全责任和义务。（工商总局、工业和信息化部、

公安部)建立电子认证信任体系,促进电子认证机构数字证书交叉互认和数字证书应用的互联互通,推广数字证书在电子商务交易领域的应用。建立电子合同等电子交易凭证的规范管理机制,确保网络交易各方的合法权益。加强电子商务交易各方信息保护,保障电子商务消费者个人信息安全。(工业和信息化部、工商总局、密码局等有关部门按职责分工分别负责)

**(二十五) 预防和打击电子商务领域违法犯罪。**电子商务企业要切实履行违禁品信息巡查清理、交易记录及日志留存、违法犯罪线索报告等责任和义务,加强对销售管制商品网络商户的资格审查和对异常交易、非法交易的监控,防范电子商务在线支付给违法犯罪活动提供洗钱等便利,并为打击网络违法犯罪提供技术支持。加强电子商务企业与相关管理部门的协作配合,建立跨机构合作机制,加大对制售假冒伪劣商品、网络盗窃、网络诈骗、网上非法交易等违法犯罪活动的打击力度。(公安部、工商总局、人民银行、银监会、工业和信息化部、商务部等有关部门按职责分工分别负责)

## 八、健全支撑体系

**(二十六) 健全法规标准体系。**加快推进电子商务法立法进程,研究制定或适时修订相关法规,明确电子票据、电子合同、电子检验检疫报告和证书、各类电子交易凭证等的法律效力,作为处理相关业务的合法凭证。(有关部门按职责分工分别负责)制定适合电子商务特点的投诉管理制度,制定基于统一产品编码的电子商务交易产品质量信息发布规范,建立电子商务纠纷解决和产品质量担保责任机制。(工商总局、质检总局等部门按职责分工分别负责)逐步推行电子发票和电子会计档案,完善相关技术标准和规章制度。(税务总局、财政部、档案局、国家标准委)建立完善电子商务统计制度,扩大电子商务统计的覆盖面,增强统计的及时性、真实性。(统计局、商务部)统一线上线下的商品编码标识,完善电子商务标准规范体系,研究电子商务基础性关键标准,积极主导和参与制定电子商务国际标准。(国家标准委、商务部)

**(二十七) 加强信用体系建设。**建立健全电子商务信用信息管理制度,推动电子商务企业信用信息公开。推进人口、法人、商标和产品质量等信息资源向电子商务企业和信用服务机构开放,逐步降低查询及利用成本。(工商总局、商务部、公安部、质检总局等部门按职责分工分别负责)促进电子商务信用信息与社会其他领域相关信息的交换共享,推动电子商务信用评价,建立健全电子商务领域失信行为联合惩戒机制。(发展改革委、人民银行、工商总局、质检总局、商务部)推动电子商务领域应用网络身份证,完善网店实名制,鼓励发展社会化的电子商务网站可信认证服务。(公安部、工商总局、质检总局)发展

电子商务可信交易保障公共服务，完善电子商务信用服务保障制度，推动信用调查、信用评估、信用担保等第三方信用服务和产品在电子商务中的推广应用。

（工商总局、质检总局）

**（二十八）强化科技与教育支撑。**开展电子商务基础理论、发展规律研究。加强电子商务领域云计算、大数据、物联网、智能交易等核心关键技术研究开发。实施网络定制服务、网络平台服务、网络交易服务、网络贸易服务、网络交易保障服务技术研发与应用示范工程。强化产学研结合的企业技术中心、工程技术中心、重点实验室建设。鼓励企业组建产学研协同创新联盟。探索建立电子商务学科体系，引导高等院校加强电子商务学科建设和人才培养，为电子商务发展提供更多的高层次复合型专门人才。（科技部、教育部、发展改革委、商务部）建立预防网络诈骗、保障交易安全、保护个人信息等相关知识的宣传与服务机制。（公安部、工商总局、质检总局）

**（二十九）协调推动区域电子商务发展。**各地区要把电子商务列入经济社会发展规划，按照国家有关区域发展规划和对外经贸合作战略，立足城市产业发展特点和优势，引导各类电子商务业态和功能聚集，推动电子商务产业统筹协调、错位发展。推动国家电子商务示范城市、示范基地建设。（有关地方人民政府）依托国家电子商务示范城市，加快开展电子商务法规政策创新和试点示范工作，为国家制定电子商务相关法规和政策提供实践依据。加强对中西部和东北地区电子商务示范城市的支持与指导。（发展改革委、财政部、商务部、人民银行、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局等部门按照职责分工分别负责）

各地区、各部门要认真落实本意见提出的各项任务，于 2015 年底前研究出台具体政策。发展改革委、中央网信办、商务部、工业和信息化部、财政部、人力资源社会保障部、人民银行、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局等部门要完善电子商务跨部门协调工作机制，研究重大问题，加强指导和服务。有关社会机构要充分发挥自身监督作用，推动行业自律和服务创新。相关部门、社团组织及企业要解放思想，转变观念，密切协作，开拓创新，共同推动建立规范有序、社会共治、辐射全球的电子商务大市场，促进经济平稳健康发展。

国务院

2015 年 5 月 4 日

（此件公开发布）

（来源：中国政府网）

# 国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见

国发〔2015〕32号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

推进大众创业、万众创新，是发展的动力之源，也是富民之道、公平之计、强国之策，对于推动经济结构调整、打造发展新引擎、增强发展新动力、走创新驱动发展道路具有重要意义，是稳增长、扩就业、激发亿万群众智慧和创造力，促进社会纵向流动、公平正义的重大举措。根据 2015 年《政府工作报告》部署，为改革完善相关体制机制，构建普惠性政策扶持体系，推动资金链引导创业创新链、创业创新链支持产业链、产业链带动就业链，现提出以下意见。

## 一、充分认识推进大众创业、万众创新的重要意义

——推进大众创业、万众创新，是培育和催生经济社会发展新动力的必然选择。随着我国资源环境约束日益强化，要素的规模驱动力逐步减弱，传统的高投入、高消耗、粗放式发展方式难以为继，经济发展进入新常态，需要从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。推进大众创业、万众创新，就是要通过结构性改革、体制机制创新，消除不利于创业创新发展的各种制度束缚和桎梏，支持各类市场主体不断开办新企业、开发新产品、开拓新市场，培育新兴产业，形成小企业“铺天盖地”、大企业“顶天立地”的发展格局，实现创新驱动发展，打造新引擎、形成新动力。

——推进大众创业、万众创新，是扩大就业、实现富民之道的根本举措。我国有 13 亿多人口、9 亿多劳动力，每年高校毕业生、农村转移劳动力、城镇困难人员、退役军人数量较大，人力资源转化为人力资本的潜力巨大，但就业总量压力较大，结构性矛盾凸显。推进大众创业、万众创新，就是要通过转变政府职能、建设服务型政府，营造公平竞争的创业环境，使有梦想、有意愿、有能力的科技人员、高校毕业生、农民工、退役军人、失业人员等各类市场创业主体“如鱼得水”，通过创业增加收入，让更多的人富起来，促进收入分配结构调整，实现创新支持创业、创业带动就业的良性互动发展。

——推进大众创业、万众创新，是激发全社会创新潜能和创业活力的有效途径。目前，我国创业创新理念还没有深入人心，创业教育培训体系还不健全，善于创造、勇于创业的能力不足，鼓励创新、宽容失败的良好环境尚未形成。推进大众创业、万众创新，就是要通过加强全社会以创新为核心的创业教育，弘扬“敢为人先、追求创新、百折不挠”的创业精神，厚植创新文化，不断增强创业创新意识，使创业创新成为全社会共同的价值追求和行为习惯。

## 二、总体思路

按照“四个全面”战略布局，坚持改革推动，加快实施创新驱动发展战略，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用和更好发挥政府作用，加大简政放权力度，放宽政策、放开市场、放活主体，形成有利于创新创业的良好氛围，让千千万万创业者活跃起来，汇聚成经济社会发展的巨大动能。不断完善体制机制、健全普惠性政策措施，加强统筹协调，构建有利于大众创业、万众创新蓬勃发展的政策环境、制度环境和公共服务体系，以创业带动就业、创新促进发展。

——坚持深化改革，营造创业环境。通过结构性改革和创新，进一步简政放权、放管结合、优化服务，增强创新创业制度供给，完善相关法律法规、扶持政策和激励措施，营造均等普惠环境，推动社会纵向流动。

——坚持需求导向，释放创业活力。尊重创新创业规律，坚持以人为本，切实解决创业者面临的资金需求、市场信息、政策扶持、技术支撑、公共服务等瓶颈问题，最大限度释放各类市场主体创新创业活力，开辟就业新空间，拓展发展新天地，解放和发展生产力。

——坚持政策协同，实现落地生根。加强创业、创新、就业等各类政策统筹，部门与地方政策联动，确保创业扶持政策可操作、能落地。鼓励有条件的地区先行先试，探索形成可复制、可推广的创新创业经验。

——坚持开放共享，推动模式创新。加强创新创业公共服务资源开放共享，整合利用全球创新创业资源，实现人才等创新创业要素跨地区、跨行业自由流动。依托“互联网+”、大数据等，推动各行业创新商业模式，建立和完善线上与线下、境内与境外、政府与市场开放合作等创新创业机制。

## 三、创新体制机制，实现创业便利化

（一）完善公平竞争市场环境。进一步转变政府职能，增加公共产品和服务供给，为创业者提供更多机会。逐步清理并废除妨碍创业发展的制度和规定，打破地方保护主义。加快出台公平竞争审查制度，建立统一透明、有序规范的市场环境。依法反垄断和反不正当竞争，消除不利于创新创业发展的垄断协议和滥用市场支配地位以及其他不正当竞争行为。清理规范涉企收费项目，完善收费目录管理制度，制定事中事后监管办法。建立和规范企业信用信息发布制度，制定严重违法企业名单管理办法，把创业主体信用与市场准入、享受优惠政策挂钩，完善以信用管理为基础的创新创业监管模式。

（二）深化商事制度改革。加快实施工商营业执照、组织机构代码证、税务登记证“三证合一”、“一照一码”，落实“先照后证”改革，推进全程电子化

登记和电子营业执照应用。支持各地结合实际放宽新注册企业场所登记条件限制，推动“一址多照”、集群注册等住所登记改革，为创业创新提供便利的工商登记服务。建立市场准入等负面清单，破除不合理的行业准入限制。开展企业简易注销试点，建立便捷的市场退出机制。依托企业信用信息公示系统建立小微企业名录，增强创业企业信息透明度。

（三）加强创业知识产权保护。研究商业模式等新形态创新成果的知识产权保护办法。积极推进知识产权交易，加快建立全国知识产权运营公共服务平台。完善知识产权快速维权与维权援助机制，缩短确权审查、侵权处理周期。集中查处一批侵犯知识产权的大案要案，加大对反复侵权、恶意侵权等行为的处罚力度，探索实施惩罚性赔偿制度。完善权利人维权机制，合理划分权利人举证责任，完善行政调解等非诉讼纠纷解决途径。

（四）健全创业人才培养与流动机制。把创业精神培育和创业素质教育纳入国民教育体系，实现全社会创业教育和培训制度化、体系化。加快完善创业课程设置，加强创业实训体系建设。加强创业创新知识普及教育，使大众创业、万众创新深入人心。加强创业导师队伍建设，提高创业服务水平。加快推进社会保障制度改革，破除人才自由流动制度障碍，实现党政机关、企事业单位、社会各方面人才顺畅流动。加快建立创业创新绩效评价机制，让一批富有创业精神、勇于承担风险的人才脱颖而出。

#### **四、优化财税政策，强化创业扶持**

（五）加大财政资金支持和统筹力度。各级财政要根据创业创新需要，统筹安排各类支持小微企业和创业创新的资金，加大对创业创新支持力度，强化资金预算执行和监管，加强资金使用绩效评价。支持有条件的地方政府设立创业基金，扶持创业创新发展。在确保公平竞争前提下，鼓励对众创空间等孵化机构的办公用房、用水、用能、网络等软硬件设施给予适当优惠，减轻创业者负担。

（六）完善普惠性税收措施。落实扶持小微企业发展的各项税收优惠政策。落实科技企业孵化器、大学科技园、研发费用加计扣除、固定资产加速折旧等税收优惠政策。对符合条件的众创空间等新型孵化机构适用科技企业孵化器税收优惠政策。按照税制改革方向和要求，对包括天使投资在内的投向种子期、初创期等创新活动的投资，统筹研究相关税收支持政策。修订完善高新技术企业认定办法，完善创业投资企业享受 70%应纳税所得额税收抵免政策。抓紧推广中关村国家自主创新示范区税收试点政策，将企业转增股本分期缴纳个人所得税试点政策、股权奖励分期缴纳个人所得税试点政策推广至全国范围。

落实促进高校毕业生、残疾人、退役军人、登记失业人员等创业就业税收政策。

（七）发挥政府采购支持作用。完善促进中小企业发展的政府采购政策，加强对采购单位的政策指导和监督检查，督促采购单位改进采购计划编制和项目预留管理，增强政策对小微企业发展的支持效果。加大创新产品和服务的采购力度，把政府采购与支持创业发展紧密结合起来。

## **五、搞活金融市场，实现便捷融资**

（八）优化资本市场。支持符合条件的创业企业上市或发行票据融资，并鼓励创业企业通过债券市场筹集资金。积极研究尚未盈利的互联网和高新技术企业到创业板发行上市制度，推动在上海证券交易所建立战略新兴产业板。加快推进全国中小企业股份转让系统向创业板转板试点。研究解决特殊股权结构类创业企业在境内上市的制度性障碍，完善资本市场规则。规范发展服务于中小微企业的区域性股权市场，推动建立工商登记部门与区域性股权市场的股权登记对接机制，支持股权质押融资。支持符合条件的发行主体发行小微企业增信集合债等企业债券创新品种。

（九）创新银行支持方式。鼓励银行提高针对创业创新企业的金融服务专业化水平，不断创新组织架构、管理方式和金融产品。推动银行与其他金融机构加强合作，对创业创新活动给予有针对性的股权和债权融资支持。鼓励银行业金融机构向创业企业提供结算、融资、理财、咨询等一站式系统化的金融服务。

（十）丰富创业融资新模式。支持互联网金融发展，引导和鼓励众筹融资平台规范发展，开展公开、小额股权众筹融资试点，加强风险控制和规范管理。丰富完善创业担保贷款政策。支持保险资金参与创业创新，发展相互保险等新业务。完善知识产权估值、质押和流转体系，依法合规推动知识产权质押融资、专利许可费收益权证券化、专利保险等服务常态化、规模化发展，支持知识产权金融发展。

## **六、扩大创业投资，支持创业起步成长**

（十一）建立和完善创业投资引导机制。不断扩大社会资本参与新兴产业创投计划参股基金规模，做大直接融资平台，引导创业投资更多向创业企业起步成长的前端延伸。不断完善新兴产业创业投资政策体系、制度体系、融资体系、监管和预警体系，加快建立考核评价体系。加快设立国家新兴产业创业投资引导基金和国家中小企业发展基金，逐步建立支持创业创新和新兴产业发展的市场化长效运行机制。发展联合投资等新模式，探索建立风险补偿机制。鼓

励各地方政府建立和完善创业投资引导基金。加强创业投资立法，完善促进天使投资的政策法规。促进国家新兴产业创业投资引导基金、科技型中小企业创业投资引导基金、国家科技成果转化引导基金、国家中小企业发展基金等协同联动。推进创业投资行业协会建设，加强行业自律。

（十二）拓宽创业投资资金供给渠道。加快实施新兴产业“双创”三年行动计划，建立一批新兴产业“双创”示范基地，引导社会资金支持大众创业。推动商业银行在依法合规、风险隔离的前提下，与创业投资机构建立市场化长期性合作。进一步降低商业保险资金进入创业投资的门槛。推动发展投贷联动、投保联动、投债联动等新模式，不断加大对创业创新企业的融资支持。

（十三）发展国有资本创业投资。研究制定鼓励国有资本参与创业投资的系统性政策措施，完善国有创业投资机构激励约束机制、监督管理机制。引导和鼓励中央企业和其他国有企业参与新兴产业创业投资基金、设立国有资本创业投资基金等，充分发挥国有资本在创业创新中的作用。研究完善国有创业投资机构国有股转持豁免政策。

（十四）推动创业投资“引进来”与“走出去”。抓紧修订外商投资创业投资企业相关管理规定，按照内外资一致的管理原则，放宽外商投资准入，完善外资创业投资机构管理制度，简化管理流程，鼓励外资开展创业投资业务。放宽对外资创业投资基金投资限制，鼓励中外合资创业投资机构发展。引导和鼓励创业投资机构加大对境外高端研发项目的投资，积极分享境外高端技术成果。按投资领域、用途、募集资金规模，完善创业投资境外投资管理。

## **七、发展创业服务，构建创业生态**

（十五）加快发展创业孵化服务。大力发展创新工场、车库咖啡等新型孵化器，做大做强众创空间，完善创业孵化服务。引导和鼓励各类创业孵化器与天使投资、创业投资相结合，完善投融资模式。引导和推动创业孵化与高校、科研院所等技术成果转移相结合，完善技术支撑服务。引导和鼓励国内资本与境外合作设立新型创业孵化平台，引进境外先进创业孵化模式，提升孵化能力。

（十六）大力发展第三方专业服务。加快发展企业管理、财务咨询、市场营销、人力资源、法律顾问、知识产权、检验检测、现代物流等第三方专业化服务，不断丰富和完善创业服务。

（十七）发展“互联网+”创业服务。加快发展“互联网+”创业网络体系，建设一批小微企业创业创新基地，促进创业与创新、创业与就业、线上与线下相结合，降低全社会创业门槛和成本。加强政府数据开放共享，推动大型

互联网企业和基础电信企业向创业者开放计算、存储和数据资源。积极推广众创包、用户参与设计、云设计等新型研发组织模式和创业创新模式。

（十八）研究探索创业券、创新券等公共服务新模式。有条件的地方继续探索通过创业券、创新券等方式对创业者和创新企业提供社会培训、管理咨询、检验检测、软件开发、研发设计等服务，建立和规范相关管理制度和运行机制，逐步形成可复制、可推广的经验。

## 八、建设创业创新平台，增强支撑作用

（十九）打造创业创新公共平台。加强创业创新信息资源整合，建立创业政策集中发布平台，完善专业化、网络化服务体系，增强创业创新信息透明度。鼓励开展各类公益讲坛、创业论坛、创业培训等活动，丰富创业平台形式和内容。支持各类创业创新大赛，定期办好中国创新创业大赛、中国农业科技创新创业大赛和创新挑战大赛等赛事。加强和完善中小企业公共服务平台网络建设。充分发挥企业的创新主体作用，鼓励和支持有条件的大型企业发展创业平台、投资并购小微企业等，支持企业内外部创业者创业，增强企业创业创新活力。为创业失败者再创业建立必要的指导和援助机制，不断增强创业信心和创业能力。加快建立创业企业、天使投资、创业投资统计指标体系，规范统计口径和调查方法，加强监测和分析。

（二十）用好创业创新技术平台。建立科技基础设施、大型科研仪器和专利信息资源向全社会开放的长效机制。完善国家重点实验室等国家级科研平台（基地）向社会开放机制，为大众创业、万众创新提供有力支撑。鼓励企业建立一批专业化、市场化的技术转移平台。鼓励依托三维（3D）打印、网络制造等先进技术和发展模式，开展面向创业者的社会化服务。引导和支持有条件的领军企业创建特色服务平台，面向企业内部和外部创业者提供资金、技术和服务支撑。加快建立军民两用技术项目实施、信息交互和标准化协调机制，促进军民创新资源融合。

（二十一）发展创业创新区域平台。支持开展全面改革创新试验的省（区、市）、国家综合配套改革试验区等，依托改革试验平台在创业创新体制机制改革方面积极探索，发挥示范和带动作用，为创业创新制度体系建设提供可复制、可推广的经验。依托自由贸易试验区、国家自主创新示范区、战略性新兴产业集聚区等创业创新资源密集区域，打造若干具有全球影响力的创业创新中心。引导和鼓励创业创新型城市完善环境，推动区域集聚发展。推动实施小微企业创业基地城市示范。鼓励有条件的地方出台各具特色的支持政策，积极盘活闲置的商业用房、工业厂房、企业库房、物流设施和家庭住所、租赁房等

资源，为创业者提供低成本办公场所和居住条件。

### **九、激发创造活力，发展创新创业**

（二十二）支持科研人员创业。加快落实高校、科研院所等专业技术人员离岗创业政策，对经同意离岗的可在 3 年内保留人事关系，建立健全科研人员双向流动机制。进一步完善创新型中小企业上市股权激励和员工持股计划制度规则。鼓励符合条件的企业按照有关规定，通过股权、期权、分红等激励方式，调动科研人员创业积极性。支持鼓励学会、协会、研究会等科技社团为科技人员和创业企业提供咨询服务。

（二十三）支持大学生创业。深入实施大学生创业引领计划，整合发展高校毕业生就业创业基金。引导和鼓励高校统筹资源，抓紧落实大学生创业指导服务机构、人员、场地、经费等。引导和鼓励成功创业者、知名企业家、天使和创业投资人、专家学者等担任兼职创业导师，提供包括创业方案、创业渠道等创业辅导。建立健全弹性学制管理办法，支持大学生保留学籍休学创业。

（二十四）支持境外人才来华创业。发挥留学回国人才特别是领军人才、高端人才的创业引领带动作用。继续推进人力资源市场对外开放，建立和完善境外高端创业创新人才引进机制。进一步放宽外籍高端人才来华创业办理签证、永久居留证等条件，简化开办企业审批流程，探索由事前审批调整为事后备案。引导和鼓励地方对回国创业高端人才和境外高端人才来华创办高科技企业给予一次性创业启动资金，在配偶就业、子女入学、医疗、住房、社会保障等方面完善相关措施。加强海外科技人才离岸创业基地建设，把更多的国外创业创新资源引入国内。

### **十、拓展城乡创业渠道，实现创业带动就业**

（二十五）支持电子商务向基层延伸。引导和鼓励集办公服务、投融资支持、创业辅导、渠道开拓于一体的市场化网商创业平台发展。鼓励龙头企业结合乡村特点建立电子商务交易服务平台、商品集散平台和物流中心，推动农村依托互联网创业。鼓励电子商务第三方交易平台渠道下沉，带动城乡基层创业人员依托其平台和经营网络开展创业。完善有利于中小网商发展的相关措施，在风险可控、商业可持续的前提下支持发展面向中小网商的融资贷款业务。

（二十六）支持返乡创业集聚发展。结合城乡区域特点，建立有市场竞争力的协作创业模式，形成各具特色的返乡人员创业联盟。引导返乡创业人员融入特色专业市场，打造具有区域特点的创业集群和优势产业集群。深入实施农村青年创业富民行动，支持返乡创业人员因地制宜围绕休闲农业、农产品深加工、乡村旅游、农村服务业等开展创业，完善家庭农场等新型农业经营主体发

展环境。

(二十七) 完善基层创业支撑服务。加强城乡基层创业人员社保、住房、教育、医疗等公共服务体系建设,完善跨区域创业转移接续制度。健全职业技能培训体系,加强远程公益创业培训,提升基层创业人员创业能力。引导和鼓励中小金融机构开展面向基层创业创新的金融产品创新,发挥社区地理和软环境优势,支持社区创业者创业。引导和鼓励行业龙头企业、大型物流企业发挥优势,拓展乡村信息资源、物流仓储等技术和网络,为基层创业提供支撑。

### 十一、加强统筹协调,完善协同机制

(二十八) 加强组织领导。建立由发展改革委牵头的推进大众创业万众创新部际联席会议制度,加强顶层设计和统筹协调。各地区、各部门要立足改革创新,坚持需求导向,从根本上解决创业创新中面临的各种体制机制问题,共同推进大众创业、万众创新蓬勃发展。重大事项要及时向国务院报告。

(二十九) 加强政策协调联动。建立部门之间、部门与地方之间政策协调联动机制,形成强大合力。各地区、各部门要系统梳理已发布的有关支持创业创新发展的各项政策措施,抓紧推进“立、改、废”工作,将对初创企业的扶持方式从选拔式、分配式向普惠式、引领式转变。建立健全创业创新政策协调审查制度,增强政策普惠性、连贯性和协同性。

(三十) 加强政策落实情况督查。加快建立推进大众创业、万众创新有关普惠性政策措施落实情况督查督导机制,建立和完善政策执行评估体系和通报制度,全力打通决策部署的“最先一公里”和政策落实的“最后一公里”,确保各项政策措施落地生根。

各地区、各部门要进一步统一思想认识,高度重视、认真落实本意见的各项要求,结合本地区、本部门实际明确任务分工、落实工作责任,主动作为、敢于担当,积极研究解决新问题,及时总结推广经验做法,加大宣传力度,加强舆论引导,推动本意见确定的各项政策措施落实到位,不断拓展大众创业、万众创新的空间,汇聚经济社会发展新动能,促进我国经济保持中高速增长、迈向中高端水平。

国务院

2015年6月11日

(本文有删减)

# 国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见

国办发〔2015〕46号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

近年来，我国跨境电子商务快速发展，已经形成了一定的产业集群和交易规模。支持跨境电子商务发展，有利于用“互联网+外贸”实现优进优出，发挥我国制造业大国优势，扩大海外营销渠道，合理增加进口，扩大国内消费，促进企业和外贸转型升级；有利于增加就业，推进大众创业、万众创新，打造新的经济增长点；有利于加快实施共建“一带一路”等国家战略，推动开放型经济发展升级。为促进我国跨境电子商务健康快速发展，经国务院批准，现提出以下意见：

**一、支持国内企业更好地利用电子商务开展对外贸易。**加快建立适应跨境电子商务特点的政策体系和监管体系，提高贸易各环节便利化水平。鼓励企业间贸易尽快实现全程在线交易，不断扩大可交易商品范围。支持跨境电子商务零售出口企业加强与境外企业合作，通过规范的“海外仓”、体验店和配送网店等模式，融入境外零售体系，逐步实现经营规范化、管理专业化、物流生产集约化和监管科学化。通过跨境电子商务，合理增加消费品进口。

**二、鼓励有实力的企业做大做强。**培育一批影响力较大的公共平台，为更多国内外企业沟通、洽谈提供优质服务；培育一批竞争力较强的外贸综合服务企业，为跨境电子商务企业提供全面配套支持；培育一批知名度较高的自建平台，鼓励企业利用自建平台加快品牌培育，拓展营销渠道。鼓励国内企业与境外电子商务企业强强联合。

**三、优化配套的海关监管措施。**在总结前期试点工作基础上，进一步完善跨境电子商务进出境货物、物品管理模式，优化跨境电子商务海关进出口通关作业流程。研究跨境电子商务出口商品简化归类的可行性，完善跨境电子商务统计制度。

**四、完善检验检疫监管政策措施。**对跨境电子商务进出口商品实施集中申报、集中查验、集中放行等便利措施。加强跨境电子商务质量安全监管，对跨境电子商务经营主体及商品实施备案管理制度，突出经营企业质量安全主体责任，开展商品质量安全风险监管。进境商品应当符合我国法律法规和标准要求，对违反生物安全和其他相关规定的行为要依法查处。

**五、明确规范进出口税收政策。**继续落实现行跨境电子商务零售出口货物增值税、消费税退税或免税政策。关于跨境电子商务零售进口税收政策，由财政部按照有利于拉动国内消费、公平竞争、促进发展和加强进口税收管理的原

则，会同海关总署、税务总局另行制订。

**六、完善电子商务支付结算管理。**稳妥推进支付机构跨境外汇支付业务试点。鼓励境内银行、支付机构依法合规开展跨境电子支付业务，满足境内外企业及个人跨境电子支付需要。推动跨境电子商务活动中使用人民币计价结算。支持境内银行卡清算机构拓展境外业务。加强对电子商务大额在线交易的监测，防范金融风险。加强跨境支付国内与国际监管合作，推动建立合作监管机制和信息共享机制。

**七、提供积极财政金融支持。**鼓励传统制造和商贸流通企业利用跨境电子商务平台开拓国际市场。利用现有财政政策，对符合条件的跨境电子商务企业走出去重点项目给予必要的资金支持。为跨境电子商务提供适合的信用保险服务。向跨境电子商务外贸综合服务企业提供有效的融资、保险支持。

**八、建设综合服务体系。**支持各地创新发展跨境电子商务，引导本地跨境电子商务产业向规模化、标准化、集群化、规范化方向发展。鼓励外贸综合服务企业为跨境电子商务企业提供通关、物流、仓储、融资等全方位服务。支持企业建立全球物流供应链和境外物流服务体系。充分发挥各驻外经商机构作用，为企业开展跨境电子商务提供信息服务和必要的协助。

**九、规范跨境电子商务经营行为。**加强诚信体系建设，完善信用评估机制，实现各监管部门信息互换、监管互认、执法互助，构建跨境电子商务交易保障体系。推动建立针对跨境电子商务交易的风险防范和预警机制，健全消费者权益保护和售后服务制度。引导跨境电子商务主体规范经营行为，承担质量安全主体责任，营造公平竞争的市场环境。加强执法监管，加大知识产权保护力度，坚决打击跨境电子商务中出现的各种违法侵权行为。通过有效措施，努力实现跨境电子商务在发展中逐步规范、在规范中健康发展。

**十、充分发挥行业组织作用。**推动建立全国性跨境电子商务行业组织，指导各地行业组织有效开展相关工作。发挥行业组织在政府与企业间的桥梁作用，引导企业公平竞争、守法经营。加强与国内外相关行业组织交流合作，支持跨境电子商务企业与相关产业集群、专业商会在境外举办实体展会，建立营销网络。联合高校和职业教育机构开展跨境电子商务人才培养培训。

**十一、加强多双边国际合作。**加强与“一带一路”沿线国家和地区的电子商务合作，提升合作水平，共同打造若干畅通安全高效的电子商务大通道。通过多双边对话，与各经济体建立互利共赢的合作机制，及时化解跨境电子商务进出口引发的贸易摩擦和纠纷。

**十二、加强组织实施。**国务院有关部门要制订和完善配套措施，做好跨境

电子商务的中长期总体发展规划，定期开展总结评估，支持和推动各地监管部门出台相关措施。同时，对有条件、有发展意愿的地区，就本意见的组织实施做好协调和服务等相关工作。依托现有工作机制，加强部门间沟通协作和相关政策衔接，全力推动中国（杭州）跨境电子商务综合试验区和海峡两岸电子商务经济合作实验区建设，及时总结经验，适时扩大试点。在此基础上，逐步建立适应跨境电子商务发展特点的政策体系和监管体系。

地方各级人民政府要按照本意见要求，结合实际情况，制订完善发展跨境电子商务的工作方案，切实履行指导、督查和监管责任。组建高效、便利、统一的公共服务平台，构建可追溯、可比对的数据链条，既符合监管要求，又简化企业申报办理流程。加大对重点企业的支持力度，主动与相关部门沟通，及时协调解决组织实施工作中遇到的困难和问题。

国务院办公厅  
2015年6月16日

（此件公开发布）

## 国务院办公厅关于加快高速宽带网络建设 推进网络提速降费的指导意见

### 国办发〔2015〕41号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

宽带网络是国家战略性公共基础设施，建设高速畅通、覆盖城乡、质优价廉、服务便捷的宽带网络基础设施和服务体系一举多得，既有利于壮大信息消费、拉动有效投资，促进新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化同步发展，又可以降低创业成本，为打造大众创业、万众创新和增加公共产品、公共服务“双引擎”，推动“互联网+”发展提供有力支撑，对于稳增长、促改革、调结构、惠民生具有重要意义。近年来，随着“宽带中国”战略的启动实施和持续推进，我国宽带发展水平有了显著提升，但仍与人民群众的需求和用户期望差距较大，网络速率相对国际先进水平仍然较低，人均网费支出占收入的比重仍然较高，城乡区域发展不平衡，服务质量有待改善。党中央、国务院对此高度重视，要求加快推进宽带网络基础设施建设，进一步提速降费，提升服务水平。经国务院同意，现就有关工作提出以下意见：

#### 一、加快基础设施建设，大幅提高网络速率

**（一）加快高速宽带网络建设。**加快推进全光纤网络城市和第四代移动通信（4G）网络建设，2015 年网络建设投资超过 4300 亿元，2016—2017 年累计投资不低于 7000 亿元。推进光纤到户进程，2015 年完成 4.5 万个铜缆接入小区的光纤化改造，新建光纤到户家庭超过 8000 万户。完善电信普遍服务，开展宽带乡村工程，加大农村和中西部地区宽带网络建设力度，2015 年新增 1.4 万个行政村通宽带，在 1 万个行政村实施光纤到村建设，着力缩小“数字鸿沟”。扩大移动通信覆盖范围，鼓励移动用户向 4G 迁移，提升移动宽带速率。

到 2015 年底，全国设区市城区和部分有条件的非设区市城区 80% 以上家庭具备 100Mbps（兆比特每秒）光纤接入能力，50% 以上设区市城区实现全光纤网络覆盖；直辖市、省会城市等主要城市宽带用户平均接入速率达到 20Mbps，其他设区市城区和非设区市城区宽带用户平均接入速率达到 10Mbps，鼓励有条件的地区推广 50Mbps、100Mbps 等高带宽接入服务；95% 以上的行政村通固定或移动宽带。建成 4G 基站超过 130 万个，实现乡镇以上地区网络深度覆盖，4G 用户超过 3 亿户。

到 2017 年底，全国所有设区市城区和大部分非设区市城区家庭具备 100Mbps 光纤接入能力，直辖市、省会城市等主要城市宽带用户平均接入速率超过 30 Mbps，基本达到 2015 年发达国家平均水平，其他设区市城区和非设区市城区宽带用户平均接入速率达到 20Mbps；80% 以上的行政村实现光纤到村，农村宽带家庭普及率大幅提升；4G 网络全面覆盖城市和农村，移动宽带人口普及率接近中等发达国家水平。

**（二）提升骨干网络容量和网间互通能力。**适度超前建设高速大容量光通信传输系统，持续提升骨干传输网络容量。优化互联网骨干网络结构，大幅增加网间互联带宽，2015 年扩容 600Gbps（吉比特每秒）。加大中央预算内投资，加快互联网国际出入口带宽扩容，全面提升国际互联带宽和流量转接能力。

**（三）加强应用基础设施建设。**加快推动内容分发网络向大容量、广覆盖、智能化演进，不断增强网络流量承载和分发能力。加大支持力度，促进向下一代互联网演进升级。提升网站服务能力，增加主要业务应用带宽配置，实现互联网信源高速接入、网络流量高效疏通，促进应用基础设施与骨干网络协同发展，持续改善用户上网体验。

**（四）深入推进电信基础设施共建共享。**创新电信基础设施建设管理方式，加快推进集中统一建设和专业化运营，全力保障 4G 网络建设进度，促进铁塔等电信基础设施资源整合共享，提高效率和效益，避免重复建设。全面推进“三网融合”，2015 年底前将实施范围扩大到全国。

## 二、有效降低网络资费，持续提升服务水平

**(五) 推动电信企业降低网费。**电信企业要增强服务能力，多措并举，实现网络资费合理下降。鼓励电信企业积极承担社会责任，在网费明显偏高的城市开展宽带免费提速和降价活动，将具备网络条件的 4Mbps 以下铜缆用户接入速率免费提升到 4Mbps—8Mbps，下调百兆光纤接入网费，更多让利于民。引导和推动电信企业通过定向流量优惠、闲时流量赠送等多种方式降低流量资费水平，提升性价比。鼓励电信企业推出流量不清零、流量转赠、套餐匹配等服务，指导电信企业完善流量提醒服务，让广大用户用得安心、实惠。鼓励电信企业向社会发布网络提速降费方案计划，并进一步完善具体办法。

**(六) 提高电信企业运营效率。**建立健全电信企业与互联网企业、广电企业、信息内容供应商等市场主体间的合作和公平竞争机制，促进专业化分工合作，探索产业链互利共赢发展模式。推动电信企业加大管理机制创新力度，深化改革、强化管理、加快转型、增强活力，抓住“互联网+”、云计算、物联网、大数据等发展机遇，积极开展技术创新、产品创新和商业模式创新，丰富业务品种，提高服务质量，加快培育新的利润增长点。

**(七) 有序开放电信市场。**充分发挥民间资本的创新活力，推动形成多种主体相互竞争、优势互补、共同发展的市场格局，通过有序竞争持续促进提升宽带服务质量和降低资费水平。宽带接入业务开放试点企业 2015 年底前超过 100 家，带动民间资本投资超过 100 亿元，试点城市由 16 个增加到 30 个以上，2017 年试点城市范围扩大到全国各地区。继续推进移动通信转售业务开放试点，2016 年实现全面开放。充分发挥通信网和有线电视网信息基础设施的作用，加快全国有线电视网整合，推动基础信息网络平等互联，尽快提升网络能力，为消费者提供高速优质服务。

**(八) 加强电信市场监管。**加强电信监管队伍建设，进一步维护好宽带市场竞争秩序。加强资费行为监管和宽带接入服务监管，严厉打击价格违法行为以及虚假宣传、非法网站和应用程序窃取用户流量等损害消费者合法权益的违法违规行，规范市场秩序。加强互联网骨干网通信质量监管，保障网间互联互通。加大网络数据和用户信息保护力度，加快网络信息安全配套工程建设。加快建设对木马和僵尸病毒、移动互联网恶意程序的监测和处置等技术手段，建立完善移动互联网应用程序安全管理机制，营造安全可靠的网络运行环境。

**(九) 提升公共服务水平。**深入推进实施信息惠民等工程，建立公共信息服务平台，推进教育、医疗优质资源共享，普及应用居民健康卡，加快就业等信息实现全国联网，充分发挥宽带网络提速降费提升公共服务水平与扩大应用

推动网络建设发展的相互促进作用。

### 三、完善配套支持政策，强化组织落实

**(十) 推进简政放权。**对通信建设资质资格审批等已经取消或下放的相关行政许可事项和非行政许可审批事项，各有关部门要加强督促检查，确保落实到位。要进一步改进行政审批工作，简化申报材料要求，努力为企业经营活动创造便利条件。要坚持放管结合，强化事中事后监管，积极推进电子政务和政务公开，加快实现网上申请、受理、审核流转、公示审批结果等，着力提升工作效率，不断提高服务能力和管理水平，切实减轻企业负担，充分激发市场活力。

**(十一) 完善配套支持政策。**工业和信息化部、发展改革委、财政部等要加快完善以宽带为重点内容的电信普遍服务补偿机制，加快农村宽带基础设施建设。结合无线电频率占用费统筹使用，发挥中央财政资金引导作用，持续支持农村及偏远地区宽带网络建设和运行维护，推进电信普遍服务工作。利用中央预算内投资，结合新型城镇化、“一带一路”、长江经济带等国家战略，支持基础薄弱区域宽带基础设施升级改造。金融部门要加大融资支持，对重大项目投资给予有效贷款支持。国资委要统筹考虑宽带网络作为战略性公共基础设施的定位，优化完善基础电信企业经营业绩考核体系。环保部门要进一步优化通信基站环境监管机制，加快环评进度。各地要对基础电信企业在融资、用电、选址、征地、小区进入等各方面给予支持并加强对政策落实情况的考核。鼓励有条件的地方对众创空间的宽带网络给予适当补贴。

**(十二) 完善宽带网络标准。**工业和信息化部要抓紧完善网络速率监测标准、电信服务质量标准等并抓好组织实施，加快建设“宽带中国”地图及网速监测平台，发布各地、各企业宽带速率权威信息，促进企业有序竞争，接受用户监督。住房城乡建设部、工业和信息化部要加大对光纤到户国家标准的组织实施和监督检查力度，确保执行到位。

**(十三) 全面保障宽带网络建设通行。**各地要在经济社会发展规划、城乡规划、土地利用总体规划、城市地下综合管廊建设规划等综合性和专项规划中，同步安排通信光缆、管道、基站、机房等宽带网络设施建设内容。市政设施和政府机关、企事业单位、公共机构等所属公共设施，应向宽带网络设施建设开放，并提供通行便利，保障公平进入，禁止巧立名目收取进场费、协调费、分摊费等不合理费用。积极探索通过推动地方性法规建设，进一步明确宽带网络的战略性公共基础设施属性，切实保障宽带网络基础设施的建设通行权。

**（十四）规范通信建设行为。**各地要进一步完善新建住宅小区和住宅建筑内光纤到户通信设施规划建设和验收备案等工作机制，严格执行光纤到户国家标准规范，落实小区红线内通信管道等配套设施建设。支持现有住宅小区光纤改造，禁止任何机构和个人无故阻碍通信设施建设或收取不合理费用，切实保障用户的公平选择权。对因征地拆迁、城乡建设等造成的宽带网络设施迁移或毁损，严格按照有关标准予以补偿。

各地区、各有关部门要充分认识加快宽带网络提速降费工作的重要意义，把思想和行动统一到党中央、国务院决策部署上来，按照本意见要求，加强组织领导，明确工作责任，切实落实好各项任务措施。充分发挥“宽带中国”战略实施部际协调小组作用，各有关部门要按照职责分工，加强协调配合，形成工作合力，共同推进宽带网络提速降费，积极制定实施财税、土地、建设、环评、企业经营业绩考核等方面支持政策。工业和信息化部要加强与相关部门的协调，做好统筹推动和督促检查，每年向社会公布全国和各地区实施情况，接受社会监督，重大情况及时报国务院。

国务院办公厅

2015年5月16日

（本文有删减）

## **商务部办公厅关于印发“互联网+流通”行动计划的通知**

为贯彻落实李克强总理在政府工作报告中提出的“互联网+”行动计划，商务部研究制定了《“互联网+流通”行动计划》，加快互联网与流通产业的深度融合，推动流通产业转型升级，提高流通效率，努力打造新的经济增长点，培育新产业，释放消费潜力。

现将工作方案印发给你们，请结合《促进规范电子商务发展行动计划》，认真组织落实，并于每年底报送年度工作总结（含附表）。

联系人：商务部电子商务司 费云高

电 话：010-65197477

邮 箱：feiyungao@mofcom.gov.cn

商务部办公厅

2015年5月13日

## “互联网+流通”行动计划

开展“互联网+流通”行动，对于引导生产、扩大消费、吸纳就业、改善民生具有重要意义。现提出以下工作方案：

### 一、工作思路与工作目标

以“互联网+流通”为载体，完善顶层设计，加强公共投入和环境建设，以示范、培训、宣传为抓手，以技术创新和商业模式创新驱动，推动传统流通产业转型升级，充分发挥电子商务在释放消费潜力、激发行业活力和增加就业机会等方面的重要作用，推动形成“大众创业、万众创新”的新格局。

重点在电子商务进农村、电子商务进中小城市、电子商务进社区、线上线下互动、跨境电子商务等领域打造安全高效、统一开放、竞争有序的流通产业升级版。力争在 1 到 2 年内，实现以下具体目标：

（一）在全国创建培育 200 个电子商务进农村综合示范县，示范县电子商务交易额在现有基础上年均增长不低于 30%。

（二）创建 60 个国家级电子商务示范基地，培育 150 家国家级电子商务示范企业，打造 50 个传统流通及服务企业转型典型企业，培育 100 个网络服务品牌。

（三）运用市场化机制，推动建设 100 个电子商务海外仓。

（四）指导地方建设 50 个电子商务培训基地，完成 50 万人次电子商务知识和技能培训。

（五）力争在 2016 年底，我国电子商务交易额达到 22 万亿元。网上零售额达到 5.5 万亿元。

### 二、重点工作任务

#### （一）推动电子商务进农村，培育农村电商环境。

继续推动电子商务进农村综合示范，支持县域电子商务发展，打造一批农村电子商务示范县，总结经验做法并向全国推广。全面推广农村商务信息服务工作，推进农产品网上购销常态化对接。支持农产品品牌建设和农村电子商务服务业发展，支持电子商务企业开展面向农村地区的电子商务综合服务平台、网络及渠道建设。

#### （二）鼓励电子商务进社区，拓展服务性网络消费范围。

促进大中城市社区电子商务应用，发展以社区生活服务业为核心的电子商务服务。鼓励电子商务企业整合社区现有便民服务设施开展电子商务配套服务。鼓励依托互联网创新电子商务服务模式。鼓励物业服务企业开展面向社区居民的电子商务相关增值服务。设立电子商务综合服务点，开展物流分拨、快

件自取、电子缴费等便民服务。

### **（三）支持电子商务进中小城市，提升网络消费便利性。**

制订出台关于加快推进中小城市电子商务健康发展的政策文件。鼓励中小城市本地化网络服务平台及服务网络建设。支持大型电子商务平台企业服务网络向中小城市延伸。

### **（四）推动线上线下互动，激发消费潜力。**

支持大型实体零售、餐饮、家政、洗衣、家电维修、票务、生鲜配送企业利用电子商务平台开展网订店取、网络订票、预约上门服务、社区配送等业务，制定线上线下服务规范和标准，利用基于位置服务等互联网技术，提高资源配置效率，激发线上线下消费潜力。

### **（五）促进跨境电子商务发展，拓展海外市场。**

加快建立健全适应跨境电子商务的监管服务体系，协同推进跨境电子商务通关、商检、结汇、退税等环节“单一窗口”综合服务体系建设，提高服务便利化水平。加强知识产权和消费者权益保护，规范跨境电子商务健康发展。支持涉外会展平台开展电子商务服务。

### **（六）加快电子商务海外营销渠道建设，助力电商企业“走出去”。**

鼓励电子商务企业“走出去”建立海外营销渠道，创立自有品牌，多渠道、多方式建立海外仓储设施等，提升电商企业全球化经营能力。

## **三、主要措施**

### **（一）夯实基础，优化环境。**

#### **1.加强顶层设计，坚持规划引领。**

研究制订发展智慧流通的政策性文件，深化“互联网+流通”应用，支持和鼓励流通方式创新、商业模式创新、消费服务创新、跨境贸易创新、政务服务创新，建立健全智能化流通支撑体系，释放消费潜力，提高市场效率，发挥市场配置资源的决定性作用，引领我国经济转型升级。加强电子商务热点问题的跟踪研究，启动研究“十三五”电子商务发展指导意见，做好电子商务的顶层设计。

#### **2.提升流通基础设施网络服务能力。**

协调有关部门进一步完善电子商务基础设施，包括有线宽带和移动网络覆盖、物流配送网络、售后服务体系，加强城市冷链物流基础设施建设和共享。

#### **3.加快推动快递物流与电子商务协同发展。**

积极推进电子商务与物流快递协同发展，继续深入开展电子商务与物流快递协同试点，积极落实相关政策措施，探索推动体制机制创新，突破制约电子

商务发展的瓶颈障碍，加强试点绩效评估，总结推广试点经验。

#### 4.加强电子商务监测体系建设。

加强流通行业统计，充分利用统计数据，做好行业分析评价，科学引导行业发展。有条件的地区积极推进商务大数据建设，逐步建立商品数据库、各类交易市场数据库、流通企业法人库、市场交易规则数据库、交易信息数据库、仓储物流信息数据库，汇聚流通大数据平台。做好食用农产品、生产资料等重要商品的监测工作，强化市场运行监测和调控。

#### 5.大力打击侵权售假行为。

建立完善电子商务领域打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品常态化工作机制，加快建设行政执法与刑事司法衔接信息共享平台，加强侵权假冒行政处罚案件信息公开。发展电子商务可信交易保障公共服务，加强个人信息在电子商务领域应用的隐私保护，引导建立良性竞争的电子商务市场环境。

### **（二）示范引导，推动创新。**

#### 1.深入推进电子商务示范创建工作。

开展第二批电子商务示范基地、2015-2016年度电子商务示范企业遴选和创建工作。支持国家级经济技术开发区创建电子商务示范基地。以示范城市为载体开展重点区域和特色领域电子商务创新应用，探索促进和规范电子商务发展的政策创新。以示范基地为载体加快电子商务生态链建设，促进传统产业转型升级。

#### 2.引导传统流通服务企业电子商务创新。

支持传统零售企业拓展营销渠道，转变经营方式，开展全渠道运营。支持餐饮、住宿、休闲娱乐、家政服务等生活服务企业深化电子商务应用，提升服务质量，线上线下融合发展。鼓励通过电子商务手段开展特色农产品交易、再生资源回收、旧货流通、拍卖交易、边境贸易、跨境直销等便民服务领域电子商务应用。

### **（三）加大宣传，开展培训。**

#### 1.加大电子商务应用的宣传推广力度。

加大电子商务工作的宣传引导，组织相关媒体，利用各种载体，宣传推广电子商务领域“大众创业、万众创新”经验和做法，引领、带动、启发现代流通及其关联领域的创业者。选择已探索出具有示范作用的基地和企业作为典型案例予以总结和宣传。加强不同地区间示范工作经验交流，通过调研和案例推广、召开座谈会和现场会等方式，组织相互学习和借鉴，促进各地电子商务全面平衡发展。

## 2.加强电子商务人才培养。

完善电子商务人才培训工作机制，推进国家电子商务专业人才知识更新工程，指导地方加快人才继续教育基地建设，创新人才培训机制，夯实电子商务人才培养基础，建立适应电子商务发展和促进现代流通体系建立的继续教育体系。针对流通领域加强实训，开展岗位对接，缓解人才供需矛盾。

### （四）制订法规，规范发展。

#### 1.进一步完善电子商务政策法规环境。

继续推动《电子商务法》立法工作。贯彻执行《网络零售第三方平台交易规则制定程序规定》，研究出台《网上商业数据保护办法》。研究出台《跨境电子商务服务规范》、《移动电子商务服务规范》、《基于网络零售开发平台的第三方服务标准》、《电子商务信用信息共享规范》等电子商务标准规范。

#### 2.参与和主导电子商务国际规则制定。

积极发起或参与多双边或区域电子商务规则的谈判和交流合作，力争国际电子商务规则制定的主动权和跨境电子商务发展的话语权。落实 APEC 电子商务创新发展倡议和中韩自贸协定电子商务条款，开展中日韩、区域全面经济伙伴关系等自贸协定电子商务议题谈判，积极参与世贸组织电子商务工作计划相关讨论，推进金砖国家、上合组织及两岸电子商务交流合作机制。推进“中国-东盟信息港”建设。利用援外资金和丝路基金、亚投行资金支持“一带一路”国家和地区间的跨境电子商务基础设施建设，促进电子商务多双边合作。

（来源：商务部网站）

## 【协会动态】

### 协会及相关会员单位出席比-中城市化论坛

6月25日，比利时国王菲利普携王后玛蒂尔德抵达此次对中国为期一周的国事访问的第三站—上海。下午，由上海市外国投资促进中心和比利时王国驻沪总领事馆共同主办的比-中城市化论坛在外滩茂悦大酒店隆重举行。此次论坛的主题是城市化与食品安全、智慧城市和电子商务，来自中国和比利时的相关企业在大会上展示了各自的先进技术并进行了案例分享。

市政府副秘书长金兴明、市商务委主任尚玉英出席并分别发表致辞，比利时国王菲利普出席论坛并发表讲话。上海市电子商务行业协会受比利时领馆商务处邀请，组织相关会员单位参加了此次交流活动。协会王玮会长及相关会员企业领导应邀出席了论坛，协会副会长单位阿里巴巴集团万霖副总裁、1号店

郭东冬副总裁在城市化与电子商务部分做了精彩的演讲与分享。

菲利普国王此次访华的第三站选择上海有着非常深远的意义。上海是华东的核心城市，比利时的很多品牌在中国东部沿海地区都有投资；中国沿海的很多企业也在比利时设立了海外工厂和海外公司，为比利时当地的经济的发展起到了强大的助推作用。



比利时国王菲利普致开幕词



上海市人民政府副秘书长金兴明致辞



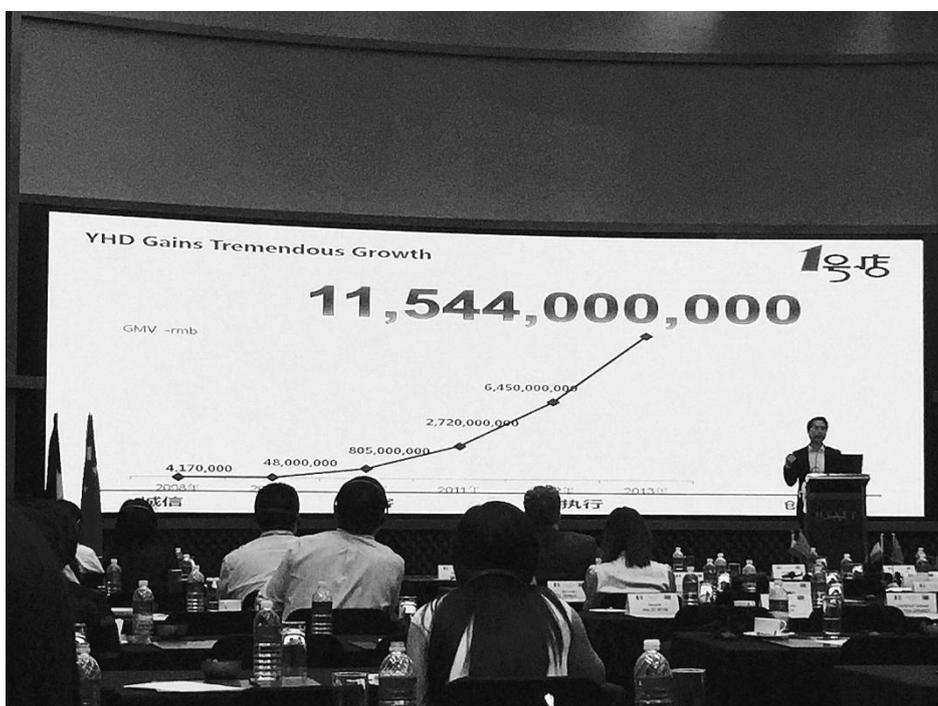
上海市商务委员会主任尚玉英女士致辞



电商协会王玮会长及相关会员单位领导出席论坛



电商协会副会长单位、阿里巴巴集团万霖副总裁演讲



电商协会副会长单位、1号店郭东冬副总裁演讲

## 协会电子支付专业委员会召开 2015 年年会

“上海市电子商务行业协会电子支付专业委员会 2015 年年会”于 2015 年 6 月 30 日上午在上海东怡大酒店丁香厅召开，会议由电子支付专委会主任单位银联商务有限公司产品创新部助理总经理李东欣主持，市经信委信息化推进处石伯明副处长、市电子商务行业协会领导、银联商务副总裁兼专委会秘书长张永涛先生以及十四家电子支付专委会委员单位的领导和代表参加了会议。

会上电子支付专委会秘书长、银联商务公司副总裁张永涛致辞，他回顾了专委会 2014 年所做的工作以及取得的成果，分析了当前“互联网+”以及互联网金融的发展对第三方支付的推动，并对今后专委会的进一步发展提出了方向。

协会秘书长在讲话中强调了电商协会对于电子支付专委会工作的支持，肯定了支付专委会在 2014 年的所做的工作，深入剖析了电子支付及互联网金融的发展趋势，并对支专委会进一步扩大影响力、在服务会员、跨界合作、资源共享、共同发展等方面提出了希望。

电子支付专委会主任单位银联商务有限公司产品创新部助理总经理李东欣给大家做 2014 年的工作汇报和 2015 年的工作计划。并在汇报完成后听取了各成员单位代表的发言，了解了各成员单位对专委会未来的工作诉求。





最后，市经济和信息化委员会信息化推进处副处长石伯明对电子支付专委会如何在目前的形势下把握机遇发展发表了指导意见，希望专委会更多发挥政府与企业的纽带作用，多开展一些对会员单位有利的活动。他表示经信委信息化推进处将大力支持支付专委会的创新发展和跨界交流，促进产业端和应用端的结合，希望进一步扩大支付专委会的社会影响力，营造上海市良好的电子支付及互联网金融产业发展氛围。

本次会议的圆满召开，为专委会落实 2015 年工作计划提供了保证，为上海市电子支付行业的健康有序发展起到了积极的促进作用。

## **2015 两岸跨境电商合作交流**

6 月 19 日，由上海市浦东新区商务委员会指导、上海市电子商务行业协会参与主办、中瀛传媒承办的 2015 两岸跨境电商合作交流会在上海植物园召开。会议在“互联网+”战略助推跨境电商发展、跨境电商企业境内与海外融资的现状与策略、自贸区政策背景下的跨境电商模式、新机遇条件下的两岸贸易与跨境电商几个方面进行了交流探讨。

协会秘书长出席交流会并致辞，中华电子商务产业协会理事长谢长峻、香港墨石资本总裁张义发、优传保税店总经理王真、圆通速递副总裁胡瑞琦等在会上做了演讲与分享。

上海是跨境贸易电子商务服务试点城市，跨境电商产业迅速发展,交易规模不断扩大。随着国家相关支持政策不断出台,跨境电子商务前景广阔，发展空间很大。



协会秘书长作开幕致辞



中华电子商务产业协会理事长谢长峻演讲



香港墨石资本总裁张义发演讲



优传保税店总经理王真演讲



圆通速递副总裁胡瑞琦演讲



嘉宾对话

## 【行业动态】

### 六大趋势引领中国跨境电子商务发展

2015年6月20日，国务院出台《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》，对大力发展跨境电子商务作出了重要部署，标志着我国跨境电子商务将进入管理规范化、服务集约化、产业链协同发展阶段。

根据阿里研究院与埃森哲联合发布的《全球跨境电商趋势报告》预测，2020年全球跨境零售交易额将达到9940亿美元，惠及9.43亿全球消费者，中国有望成为全球最大的跨境零售消费市场，带动全球跨境消费年均增速提高近4%。在国际跨境电子商务高速发展的大背景下，我国跨境电子商务会在商业模式和技术产品方面不断创新，会有更多的企业加入跨境电子商务的行列，我国跨境电子商务从规模到质量都会有大幅度的提高，在国际市场的地位、影响力和话语权会进一步增强。

#### 趋势一：交易市场将进一步扩大

人均购买力强、网购观念普及、消费习惯成熟、物流配套设施完善等良好的市场氛围，将使中国跨境电商在以美国、英国、德国、澳大利亚为代表的成熟市场中保持着旺盛的发展势头；与此同时，会向俄罗斯、印度、巴西、南非等地快速扩展。不断崛起的阿根廷、以色列、乌克兰等新兴市场也将成为我国跨境电商零售出口的新目标。同时，与港澳台的跨境电子商务合作也会增强，交易渠道会进一步拓宽。

#### 趋势二：交易主体将进一步增多

跨境电商零售出口不仅为诸多中、小、微企业提供了迅速把握全球商机的捷径，而且为许多大企业、传统外贸企业提供了拓展业务并提升服务水平的机会。

愈加多元化的跨境电子商务主体将进一步改善买家购物体验，提升行业整体服务水准。阿里、京东、大龙、敦煌等国内大型电子商务企业纷纷瞄准跨境电子商务市场，给原本以平台海外营销为主的跨境电子商务带来了坚实的业务基础和产品基础。我国的中小企业将作为跨境电子商务经营主体大量涌现，B2B和B2C模式并驾齐驱，一大批B2C企业快速成长，大批内贸企业和制造企业将进入跨境电商领域。

#### 趋势三：交易产品种类将更丰富

据eBay统计，未来，中国跨境零售出口卖家的业务范围将进一步拓展。随着产品运送方式持续创新和大数据技术的不断应用与发展，中国卖家亦将业务

拓展至更多新种类，经营的产品从服装服饰、美容保健、3C 电子、计算机及配件、家居园艺、珠宝、汽车配件、食品药品等便捷运输产品向家居、汽车等大型产品扩展。eBay 大中华区报告显示，71%的大卖家计划扩充现有产品种类，64%的大卖家计划延伸到其他产品线，这将持续提升中国跨境零售出口卖家在全球跨境贸易中的市场占有率和重要性。

#### **趋势四：传统外贸企业将成跨境电商主流**

跨境电子商务零售不同于一般贸易，小额度、高频度的特征造成与现有的通关、商检、结汇、退税等方式不相匹配，随着监管体系的完善，跨境 B2C 将进一步发展，更多的传统外贸企业将加入平台从事跨境 B2C。同时，跨境 B2B 也将成为传统外贸企业的主要营销渠道。传统外贸企业与国外消费者直接面对，建立并提升品牌，提高核心竞争力。跨境电子商务将推动传统外贸企业的价值创造方式发生转变，实现从产品的交易者向生产的组织者转变，从消费的匹配者向消费的引导者转变，从价值的实现者向价值的创造者转变。

#### **趋势五：跨境电商产业链将逐步完整**

目前，我国的跨境电子商务主要是以平台为主导，企业自建交易平台尚不普遍，未来随着环境和支撑体系的改善、新技术的不断运用，跨境电子商务的产业链将逐步形成。

从电商产业链上游来看，产品方面，3C 电子产品、服装等传统优势品类借助自身标准化及便于运输等优势表现强劲，户外、健康美容和汽配等新品类随着消费者需求增长而快速增长；产业链中游则是平台电商与自建网站相互博弈，协同发展，跨境电子商务平台将进一步整合，逐步完善服务功能，更多的制造业企业会入驻跨境电商平台；从产业链下游来看，成熟发达的经济体是中国出口电商的主要目的地市场，并将保持快速增长态势，不断崛起的新兴经济体，将为中国的出口电商提供更多更新的市场机会。

#### **趋势六：跨境电商综合服务业将兴起**

推动外贸综合服务企业与跨境电子商务平台融合，形成跨境电子商务综合服务业，是跨境电子商务持续健康快速发展的现实途径。跨境电子商务综合服务业通过整合产业链、贸易链、监管链和数据链，在原有信息与交易服务的基础上向涵盖支付、物流、信用、产品质量保险和金融等方向发展，为跨境全流程在线贸易提供全方位的集成服务，推动传统加工贸易与跨境电子商务的融合发展。

在物流方面，云计算、物联网等新一代信息技术在跨境电子商务中的应用，将提升物流配送的信息化水平，提高物流配送效率、降低物流成本。在信

用方面，大型电子商务平台依托平台积累的资源和现代信息技术为信用体系建设开辟了新的途径。在互联网金融方面，电子商务平台依托交易、物流和支付等大数据资源深入了解外贸企业的信用状况和经营状况，提供在线供应链金融，降低中小微企业融资成本，促进外贸企业提升综合竞争力。

（作者:张莉 商务部研究院电子商务研究部副主任）

## 浅析：解读国务院“促进跨境电商发展指导意见”

6月20日，国务院办公厅发布《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》(以下简称“指导意见”)。要知道，这已是国务院今年制定的第三份与跨境电商相关的文件。

在此之前，5月4日，国务院印发《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，要求加强电子商务国际合作，提升跨境电商通关效率，推动电子商务走出去；5月12日，国务院印发《关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》，要求大力推动跨境电子商务发展，积极开展跨境电子商务综合改革试点工作，抓紧研究制订促进跨境电子商务发展的指导意见。

中国跨境电商行业，在国务院的推动下，变得异常火热。跨境电商作为一个新业态，还存在很多痛点。国务院等政府部门很清楚这点，因此才不断发文，力求通过政策支持完善跨境电商。

我们从国务院的12条指导意见中，提炼出“4个部门、3种平台、2类试(实)验区”。分别阐述如下：

### 4个部门

对跨境电商影响最大的是海关、商检、财税[1]、外管这四个政府部门。整体来看，除财税部门还没有出台针对进口跨境电商的政策外，其他部门均对进出口跨境电商发布了相应的政策。在国务院的指导意见中，有四条专门针对这四个部门。

对于海关，国务院要求“优化配套的海关监管措施”。显然，过去针对一般贸易的大货监管模式是无法适应跨境电商的，因此，海关总署在去年增列了“9610”“1210”等监管方式代码，并通过56号文明确了跨境电商进出境货物、物品的监管流程。有了监管方式代码，有了监管流程指导，各地试点城市的海关就可以制定相应的具体操作流程，从而将总署政策落实下去。

然而，在实施过程中，确实还有进一步完善的地方。例如，在进口方面，网易丁磊曾向总理抱怨海关的服务时间，最终促使海关出台《关于调整跨境贸易电子商务监管海关作业时间和通关时限要求有关事宜的通知》；再如，在出口

方面，跨境电商企业的商品数通常有几千上万个，如果按照现有的货物 10 位海关商品编码及物品 8 位税号进行备案申报，将极大地增加企业负担，因此海关需要探索出口商品简化归类的可行性，以更好地服务企业。

对于商检，国务院要求“完善检验检疫监管政策措施”。2013 年 11 月，质检总局出台了《关于跨境电子商务零售出口的指导意见》；2015 年 5 月，质检总局下发了《关于进一步发挥检验检疫职能作用促进跨境电子商务发展的意见》。至此，针对跨境电商的商检政策基本确定。各个地方商检局将在总局的指导意见基础上，制定相应的地方监管制度。从上海和杭州的管理办法来看，虽然具体流程有些差异，但核心内容都是按照总局指导意见制定的。

对于财税，国务院要求“明确规范进出口税收政策”。针对出口，财政部和质检总局在 2013 年 12 月下发了《关于跨境电子商务零售出口税收政策的通知》，明确了出口跨境电商企业享受出口退税或免税的条件。在该政策下，受制于增值税发票等因素，大部分电商企业依旧无法享受退税。至于进口，财税部门还在探讨制定中。根据我们了解的信息，保税进口模式下可能将不再适用行邮税，改为综合税。这个综合税由增值税和关税组成，税率在 17%-22%之间(不同产品不同税率)。

对于外管，国务院要求“完善电子商务支付结算管理”。早在 2013 年 2 月，外管局就发文在上海、重庆、北京、浙江、深圳等五省市进行外汇支付业务的试点；今年年初，该试点工作扩展到全国，并放宽了第三方支付公司申请试点的条件。可以说，跨境支付试点已经解决了跨境电商中的支付痛点。对于外管局和央行来说，当前的重点工作是推进人民币在跨境支付中的结算，支持境内银行卡清算机构拓展境外业务，努力实现国家金融服务业的国际化。此外，开放了跨境电商支付通道后，外管局和央行也需要严格监测异常交易，防止热钱、黑钱进出。

### 3 种平台

国务院指导意见中第二条谈到：“鼓励有实力的企业做大做强。”这些有实力的企业，主要指三种平台企业：公共平台、外贸综合服务平台和自建平台。

公共平台即第三方电商交易平台，例如速卖通、敦煌网等。当前的跨境电商第三方平台中，亚马逊和 Wish 各具特色，更被人看好；eBay 和速卖通价格战厉害，不少商家开始逃离；敦煌网受制于自身流量，在第三方平台中并不算主流。

外贸综合服务平台指的是为广大中小企业提供政务服务和商务服务的企业，例如一达通、融易通等。政务服务包括通关、外汇和退税，商务服务涉及

供应链物流和供应链金融等。在 2013 年 7 月的“国六条”中，外贸综合服务首次得到认可；2014 年 3 月，国家税务总局下发了《关于外贸综合服务企业出口货物退(免)税有关问题的公告》，解决外综服务平台退税不畅的问题；2014 年 6 月，央行下发关于贯彻落实《国务院办公厅关于支持外贸稳定增长的若干意见》的指导意见，要求加强对有订单、有效益的进出口企业和外贸综合服务企业的信贷支持，以解决外综服务平台融资难问题。尽管如此，外综服务平台在清关、行业认定还存在一定困难，这需要国家部委尽快出台相应的政策支持。

自建平台指自采自销的独立网站，例如兰亭集势、环球易购、执御等。这些网站一般在品类方面比较垂直，流量比公共平台少很多。然而，由于全球市场巨大，不少自建平台已经在一些细分领域小有名气，年销售额增长迅猛。

以上三种平台中，公共平台和自建平台实际上是电商渠道品牌，其有助于中国企业掌控全球市场的流通环节，提升中国企业(商品)在全球资源配置中的话语权；外贸综合服务平台既能帮助中国大额外贸转向在线电子商务，又能促使中国外贸发展变得更加规模化、集约化。因此，国家大力扶持这三类平台，是出于战略方面的考虑。

## 2 类试(实)验区

这两类试验区分别是跨境电子商务综合试验区和海峡两岸电子商务经济合作试验区。前者范围更宽广，后者主要针对大陆与台湾的电子商务合作。

杭州是当前唯一的中国跨境电子商务综合试验区，其核心是两个平台：线上的“单一窗口”平台和线下的“综合园区”平台。目前，“单一窗口”平台([www.singlewindow.gov.cn](http://www.singlewindow.gov.cn))已经上线，电商企业、支付企业、物流企业、仓储企业和综合服务企业均可以通过该平台进行备案登记、数据申报等操作，一站式对接海关、商检、外管、国税等监管部门。在“综合园区”平台方面，杭州下城园区、下沙园区、空港园区先行试点，未来将有更多的跨境电商产业园成立，形成“一区多园”格局。

除了这两大平台外，杭州综试区正试图构建六大体系：信息共享体系、金融服务体系、智能物流体系、电商信用体系、统计监测体系和风险防控体系。这些体系涉及三个主体：电商企业、服务企业和政府机构。例如，信息共享体系能使不同政府机构共享企业信息，从而降低企业负担；再如，金融服务体系和智能物流体系能够连接电商企业和金融/物流服务企业，并基于大数据的沉淀，让电商企业能够享受到更加便捷、高效的金融/物流服务。

杭州综试区还在持续探索中，各项制度、服务、监管措施都会基于以上的“两大平台”、“六大体系”衍生出来，其最终希望成为全国跨境电子商务创业

创新中心、跨境电子商务服务中心和跨境电子商务大数据中心。

按照国务院指导意见，一旦试点成熟，将扩大试点范围。我们了解到，东莞正在筹备全国跨境电商综合试验区的申报。

除了跨境电商综合试验区，国务院指导意见文件中还提到海峡两岸电子商务经济合作实验区。该实验区的构想由国家发改委、商务部、国台办等相关部委在 2014 年 11 月提出，目前还没有得到国务院的正式批文。如果顺利，拥有地缘优势的福州(平潭)和拥有台资企业集群优势的昆山将成为试点实验区。该实验区有两个特点，一是仅针对台湾地区，二是实验内容不只是跨境电商。待国务院审批后，我们将做进一步的解读。

### **总结：1 套体系**

实际上，国务院《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》包括的内容很多，除了以上谈及的 4 个部门、3 种平台、2 类试验区，指导意见中还谈到了财政金融支持、综合服务体系构建、跨境电商诚信经营、行业组织建立、国际多双边合作等。显然，国家正在不遗余力地推动中国跨境电商的发展，力图建立一套适合企业成长的政策体系和监管体系。在这样的一套体系下，合规经营的跨境电商企业只需专注于市场活动，而不需要折返于各个监管部门。

我们期待，政府回归服务，企业回归市场。那时，真正的市场经济将使中国跨境电商占据国际市场的制高点，最终重塑互联网时代下的国际市场格局。

[1]针对跨境电商方面的税收政策，通常财政部和税务总局共同制定完成，我们将其统称“财税”。

(摘自：中国电子商务研究中心)

## **【新增会员】**

### **上海锴联仓储服务有限公司**（会员单位）

**主要业务经营范围：**仓储服务、商务咨询、电子商务、企业管理、投资管理。

**会员企业情况介绍：**锴联 E 仓由上海锴联仓储服务有限公司创立于 2010 年，总配送中心设于上海物流集中区松江区新桥镇，是一家专做电子商务仓储配送服务的公司。公司为电子商务企业和传统零售企业进入电商领域提供专业化一对一服务的仓储管理和物流配送体系，并提供基于全网营销的电子商务 IT

系统集成服务。

锆联 E 仓在上海拥有多处仓储配送中心及应急周转中心（松江新桥配送中心 3000 平方米、新桥应急周转中心 1000 平方米、闵行仓储中心 33000 平方米），总仓储面积超过 3 万平方米。锆联 E 仓 2014 年投入巨资引进最完善的 WMS 系统，真正实现了现代化仓储服务的“高效精准便捷”，做到接近零误差的服务。

单位网址：[www.kl-ec.cn](http://www.kl-ec.cn)

（上海锆联仓储服务有限公司）

### **华瀚（上海）数据科技股份有限公司（会员单位）**

**主要业务经营范围：**数据处理和存储服务，计算机软件开发，供应链管理，投资管理。

**会员企业情况介绍：**为了应运互联网技术的快速发展，推动现代物流行为变革，推动数据文明建设，2014 年 12 月，中菲行国际物流集团（股票代码 5609）与中瀛传媒、蔡远游先生三方决定联合投资创立华瀚（上海）数据科技股份有限公司，开发运营中国第一物流大数据平台【第 e 物流】（[www.56bd.com](http://www.56bd.com)）。

【第 e 物流】是基于大数据运用的中国物流交易电子商务平台，围绕大数据运用在评价、交易、营销、预测四个领域的研究成果构建共赢的绿色物流生态圈。【第 e 物流】主要功能包括第 e 征信、第 e 金融、第 e 商城、第 e 运力和第 e 地图、第 e 智库、第 e 传媒。

单位网址：[www.56bd.com](http://www.56bd.com)

（华瀚（上海）数据科技股份有限公司）

### **上海斌利文化传媒有限公司（会员单位）**

**主要业务经营范围：**文化活动交流策划；展览展示服务；会务服务；投资咨询；广告设计、制作、代理、发布；计算机网络工程；电子产品领域的技术开发、技术咨询；电子产品、通讯终端设备、工艺品、办公用品的销售。

**会员企业情况介绍：**我司成立于 2015 年 4 月，主要运营项目推广和分享，有专业的团队为个人和团体剖析讲解项目。为积极响应国家号召，推进我国信息产业的发展，采用电子商务平台模式，并利用互联网、云计算、大数据技术把所有企业商家，不管是线上还是线下都连接在一起，让商家实现营业额增加并可以跨界经营，让地面广告和网络广告得到精准推送，真正意义上实现“互

联网+”工程，开辟民族互联网企业 O2O 模式的新纪元。

(上海斌利文化传媒有限公司)

### **上海神虎网络科技有限公司（会员单位）**

**主要业务经营范围：**计算机，电子专业领域内的技术开发，技术服务，计算机网络工程，计算机软硬件的开发，信息科技专业领域内的技术开发，技术服务；通信系统行货软硬件的开发；通信网络工程；通信系统设备的销售，安装，调试，维护；电子产品。

**会员企业情况介绍：**上海神虎网络科技有限公司是集网络营销、网络品牌企划、电子商务招商为一身的互联网全程营销咨询与服务公司。公司致力于 O2O 项目的推广及服务，我们自成立至今以“不断创新的精神、精益求精的作品、完善的服务”为公司的宗旨，本着“传播诚信，以义制利”为目标，为企业打造高质量的网络宣传品牌。在未来的发展过程中，神虎科技将一如既往地追求卓越、不断创新，将日新月异的高科技成果转化为企业的生产力，与广大企业用户共同成长。

(上海神虎网络科技有限公司)

### **上海蓝天经济城发展有限公司（会员单位）**

**主要业务经营范围：**招商及组织横向联营，建筑装潢工程，百货、五金交电销售等。

**会员企业情况介绍：**上海蓝天经济城创办于一九九四年，座落于中国历史文化名镇—南翔，是一家集政府管理、服务，催生企业成长的综合性实体机构。

单位网址：[cnlantian.com](http://cnlantian.com)

(上海蓝天经济城发展有限公司)

### **翔傲信息科技（上海）有限公司（会员单位）**

**主要业务经营范围：**计算机软件的开发、制作，销售自产产品，提供相关技术咨询、技术服务；计算机系统集成，网络工程的安装调试等。

**会员企业情况介绍：**翔傲信息科技（上海）有限公司是一家专注于智能科技与大数据解决方案的科技公司，于 2005 年在中国成立，拥有 10 年的 IT 解决方案及大数据行业经验。作为国内首屈一指的智能科技服务商，拥有众多行业解决方案及产品线，包括医疗健康、电子商务、物联网、企业应用。

翔傲科技总部位于中国上海，服务地区目前已覆盖上海、北京、广州、深圳、福州、厦门、杭州、武汉、西安、成都、济南等一线经济城市和省会城市，拥有近 200 位专业人员，服务各行业客户超过 1000 家，积累了 200 个成功项目经验与案例。

移动医疗方面，公司结合移动互联网的特性，以慢性病管理为切入点，为多家机构提供了慢病医患管理解决方案；智慧医疗方面，公司为国家试点单位、省级中心医院开发了医疗大数据平台，为全国首创。

电商行业解决方案及电商大数据在互联网、移动互联网、大数据元年始终作为公司重要的核心发展方向之一，我们已为众多知名品牌商提供电商解决方案及电商大数据服务，如资生堂、宝岛眼镜、雪歌服饰、越淘网等。我们的电商行业解决方案主要涵盖电子商务平台建设、传统零售业 O2O 解决方案及电商大数据服务。电商平台建设主要有：B2C、B2B2C、移动电商、本地生活服务、O2O、反向 O2O、C2B 反向定制等模式，以及电商大数据营销服务。

在物联网领域，3ti 翔傲提倡“物物相联，互为补充”的概念，而不是简单的以智能终端和微信远程遥控家居、家电。3ti 翔傲倡导的“智慧世界”真正是以产品化方式实现；同时，我们也为传统家居、家电厂商提供物联网（软硬件+云平台）一体化解决方案；

单位网址：[www.3tiworld.com](http://www.3tiworld.com)

（翔傲信息科技（上海）有限公司）

## 华夏通信有限公司（会员单位）

**主要业务经营范围：**通信、计算机软硬件领域内的技术开发、转让、咨询、服务

**会员企业情况介绍：**公司成立于 2001 年 3 月，注册资金人民币 2500 万元，总部设于上海，是由中央在沪企业联合组建的大型高新技术公司。

公司拥有专业的软件研发团队，其中本科以上学历者占比 92.7%。团队平均年龄为 28 岁，富有行业经验而又充满活力。

公司依靠强大的技术实力与各大电信运营商建立了良好的合作关系，并由此与 DELL、H3C 等业界知名公司形成了战略合作伙伴。公司拥有一批优秀的业界专家，并以此为核心建立了强大的技术保障队伍。公司始终遵循客户至上的服务原则，在互联网服务、客户售后支持、技术咨询服务、技术培训服务等方面拥有完善的响应支持体系，具有很强的市场竞争力。

在信息运营方面，公司充分利用自己的机房资源优势和机房管理、机房运

营等方面的丰富经验，以及多年来对电信网络和业务的理解，为企业、集团用户提供各种面向应用的信息运营服务。华夏通信以“团结、务实、进取、创新”为理念、以为用户提供高品质的通信服务，打造一流的通信服务企业为目标，积极探索适应市场经济的运作机制，不断开发具有广泛应用前景的通信和信息业务产品，努力培养面向信息化时代的人才队伍，大力推进高新技术成果的商品化和产业化，大力推进这些成果在电信、金融、政府、教育等行业应用。

单位网址：[www.hxcomm.cn](http://www.hxcomm.cn)

（华夏通信有限公司）

### **上海倍智物流有限公司（会员单位）**

**主要业务经营范围：**集公路运输、航空快运、电子商务仓配一体化为一体的创新型综合物流提供商。可为包括服装、化妆品、机械加工、电子元器件、医疗器械、食品等企业提供系统的供应链解

**会员企业情况介绍：**上海倍智物流有限公司是集公路运输、航空快运、电子商务仓配一体化为一体的创新型综合物流提供商。可为包括服装、化妆品、机械加工、电子元器件、医疗器械、食品等企业提供系统的供应链解决方案。

倍智物流成立于 2009 年。“倍智”源于英文“BUSINESS”的译音，意为提供专业商业物流服务。同时也体现了公司倡导的“智慧物流，精准服务”的企业定位，我们尊崇“专业、高效、耐心、感恩”的客户服务理念，先后与报喜鸟、博士蛙、好孩子、郑明明、妮维雅、卫康等企业形成战略合作伙伴关系。公司处于高速发展中。

倍智物流顺利通过 ISO9001:2008 质量体系认证。通过利用企业自主研发的 LMS 物流管理系统和内部多层质量管控手段实施有效物流管理。公司配送网络覆盖全国，延伸至县、乡区域。

分享成功喜悦！“倍智物流旨在全心服务，不断超越客户期望，打造物流服务典范”。

单位网址：[www.bizlogistics.com.cn](http://www.bizlogistics.com.cn)

（上海倍智物流有限公司）

### **艾睿铂投资咨询（上海）有限公司（会员单位）**

**主要业务经营范围：**投资咨询，管理咨询，经济信息咨询

**会员企业情况介绍：**艾睿铂投资咨询（上海）有限公司是由 AlixPartners Hong Kong Limited 独资设立的外商独资经营企业，于 2009 年在上海市工商行

政管理局办理注册登记，注册资本为 210 万美元，主要经营范围包括投资咨询，管理资讯和经贸信息咨询。

单位网址：[www.alixpartners.com](http://www.alixpartners.com)

（艾睿铂投资咨询（上海）有限公司）

## 瑞丰德永投资咨询（上海）有限公司（会员单位）

**主要业务经营范围：**投资咨询、企业管理咨询、商务信息咨询、图设计（广告除外）、国际经济信息咨询、市场营销策划（广告除外）、企业形象策划（广告除外）、企业形象策划（广告除外）、会务服务（主办、承办除外）

**会员企业情况介绍：**香港瑞丰会计事务所——总部位于中国香港，是一所具有权威性的国际会计机构，拥有一支由执业会计师、财务师及高级管理顾问组成的强大团队，在中国 10 多个城市及欧洲、北美、南美、中美洲、亚太地区、中东、英属岛屿等全球 30 多个主要国家和地区设有机构，为客户在组建成立离岸公司、财务管理培训、资产重组评估、企业上市融资、记账报税审计、贸易投资顾问等方面提供最佳方案。作为一家极具规模的国际会计事务所，深信我们具有充分的条件，为世界各地客户的不同需求提供多元化国际服务。

单位网址：[www.rfdy.hk](http://www.rfdy.hk)

（瑞丰德永投资咨询（上海）有限公司）

## 【交流园地】

### 大风口：跨境电商深度解读

2014 年被很多业内人士称为跨境进口电商元年。这一年里，传统零售商、海内外电商巨头、创业公司、物流服务商、供应链分销商纷纷入局，跑马圈地。而接下来，跨境进口电商的态势如何，未来又将如何演变，从宏观环境、现存模式、产业链优劣势和投资趋势等几方面分析，有如下几个观察：

#### 一、宏观环境解读

##### 1. 政策红利窗口期

2014 年到 2015 年，政策层面一直在释放跨境贸易利好。2014 年 7 月，海关总署的《关于跨境贸易电子商务进出境货物、物品有关监管事宜的公告》和

《关于增列海关监管方式代码的公告》、即业内熟知的“56号”和“57号”文接连出台，从政策层面上承认了跨境电子商务，也同时认可了业内通行的保税模式，此举被外界认为明确了对跨境电商的监管框架；此前“6+1”个跨境电商试点城市开放给予了跨境电商税收上的优惠政策，即通过跨境电商渠道购买的海外商品只需要缴纳行邮税，免去了一般进口贸易的“关税+增值税+消费税”；2015年4月28日国务院常务会议中关于降低进口产品关税试点、税制改革和恢复增设口岸免税店的相关政策，表明了政府促进消费回流国内的决心。这些都是明显的政策红利信号。即便跨境电商的税收红利窗口在未来会逐渐关闭、一般贸易税率可能平缓走低，但目前来看大势向好不可挡。

## 2. 用户需求潜力巨大

1) 用户规模交易量迅速增长：根据海关总署和中国电商研究中心统计的数据，2014年海淘人群1800万，成交规模1400亿，从百亿级市场步入千亿。预计在2018年，市场规模将达万亿级别；

2) 消费需求和消费观念升级：中国中产阶级电商用户目前在5亿左右，消费升级需求旺盛，80、90后人群购买商品的关注点倾向于食品安全、品质优良、品类多样、价格合理等方面；

3) 海外商品认知提升：旅游、海归群体的消费习惯辐射带动周围亲友海淘，对海外品牌认知度不断提高。

## 3. 行业有待完善

1) 政策探索：税收不会长期高度倾斜跨境保税，因为需要考虑与传统一般贸易利益平衡问题，而各试点政府也都在摸着石头过河，一边试点一边探索。对检疫标准、保税类目的控制，各部门政府在政策落实过程中还在探索调整。物流及选品布局复杂，政策环境涉及商检、税务、外汇、海关，各环节变动皆有影响。

2) 物流清关报税体系不成熟，售后体验难保证：传统跨境物流，转运物流价格高、时效慢。报税清关需国家政策支持不断通畅流程，整进散出模式让海关原本人员配置压力山大，无法满足激增清关需求，导致物流时效体验差。因此，目前海淘商品的售后服务和退换货大部分情况下无法得到保障，但好在现阶段海淘用户耐心忍耐力都很好。新入玩家如笨鸟海淘，选择了这个环节作为切入点，主打针对海淘购物的用户体验，提供高质量的第三方转运服务。顺丰亦处于同步成长期，长期看好。

3) 供应链不稳定：爆品仍占跨境海淘很大比例，但海外爆品品牌商供货渠道不稳定，与国内平台直接签约合作可能性小，平台为保证爆品供货通常采用

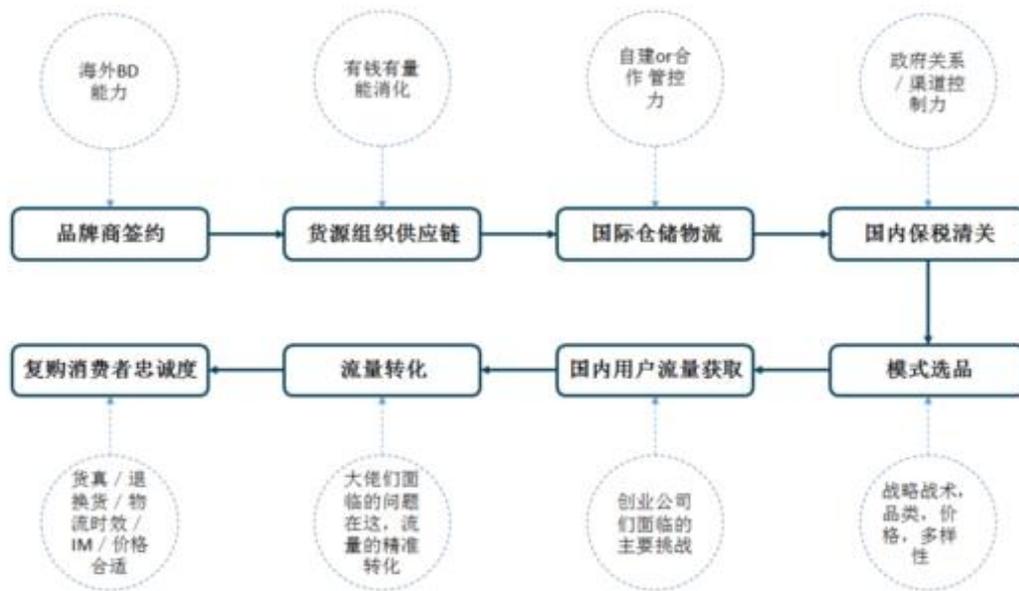
复合渠道，价格难以控制，毛利趋近于 0。但即便如此，部分电商平台仍旧时常断货无货。而且，其中的供应链长，环节复杂，各地区文化和商业环境有差异，打通各环节难度大。

#### 4. 资本驱动，各路玩家即竞争又共生

从 2014 年 10 月起，各路玩家纷纷入局进口电商，部分大佬如京东、网易等，都将海购版块提升至重要战略地位；创业公司纷纷加紧融资步伐屯粮备战，跑在一线的几家如蜜芽、洋码头，后起之秀如小红书都已相继走到 C 轮千万美元级别融资阶段；海外电商如亚马逊逐步试水国内市场，上线海外购板块，利用国际化优势试图也来分一杯羹；物流供应链服务商纷纷发挥自身行业优势，不断畅通流程，优化供应链，为行业发展保驾护航做好坚实后盾。在资本支持下，各路玩家棋逢对手，大佬小弟面对新兴市场都要从头摸索，既竞争又共生——一同培育推动市场向万亿级别进军。

## 二、跨境电商模式详解

下图是跨境进口电商的基本链条，以及需要搞定的各路环节的关键节点：



下面来剖析各类跨境进口电商模式的优劣：

1. M2C 模式：平台招商。这一类的典型玩家如天猫国际，开放平台入驻国际品牌。

1) 优势是用户信任度高，商家需有海外零售资质和授权，商品海外直邮，并且提供本地退换货服务；

2) 痛点在于大多为 TP 代运营，价位高，品牌端管控力弱，正在不断改进完善模式中。

**2. B2C 模式：保税自营+直采。**这一类的典型玩家如京东，聚美，蜜芽。

1) 优势在于平台直接参与货源组织、物流仓储买卖流程，销售流转高，时效性好，通常 B2C 玩家还会附以“直邮+闪购特卖”等模式补充 SKU 丰富度和缓解供应链压力。

2) 痛点在于品类受限，目前此模式还是以爆品标品为主，有些地区商检海关是独立的，能进入的商品根据各地政策不同都有限制（比如广州不能走保健品和化妆品）；同时还有资金压力：不论是搞定上游供应链，还是要提高物流清关时效，在保税区自建仓储，又或者做营销打价格战补贴用户提高转化复购，都需要钱；爆品标品毛利空间现状极低，却仍要保持稳健发展，资本注入此刻尤为意义重大。在现阶段，有钱有流量有资源谈判能力的大佬们纷纷介入，此模式基本已经构建了门槛，不适合创业企业轻易入场了。

3) 母婴垂直品类。这里单独谈一谈大火的母婴垂直品类，前线玩家有蜜芽等。母婴品类的优势是，它是最容易赢得跨境增量市场的切口，刚需、高频、大流量，是大多家庭单位接触海淘商品的起点。母婴电商大多希望能在单品上缩短供应链，打造品牌，获得信任流量，未来逐步拓展至其他高毛利或现货品类，淡化进口商品概念。痛点在于，母婴品类有其特殊性，国内用户目前只认几款爆款品牌，且妈妈们还都懂看产地，非原产地不买。几款爆品的品牌商如花王等，国内无法与其直接签约供货。母婴电商们现状都是在用复合供应链保证货源供应，如国外经销商批发商，国外商超电商扫货、买手、国内进口商等。这样一来，上游供应链不稳定，价格基本透明，且无毛利，部分玩家甚至自断双臂大促战斗。目前基本所有实力派电商大佬都以母婴品类作为吸引转化流量的必备品类，而创业公司们则逐渐降低母婴比例或另辟蹊径，开始不同方向的差异化竞争。

**3. C2C 模式：海外买手制。**典型玩家如淘宝全球购，淘世界，洋码头扫货神器，海蜜，街蜜，海外买手（个人代购）入驻平台开店，从品类来讲以长尾非标品为主。全球购目前已经和一淘合并，虽然看来是跨境进口 C2C 中最大的一家，但全球购也有很多固有问题，比如商品真假难辨，区分原有商家和海外买手会造成很多矛盾等等，在获取消费者信任方面还有很长的路要走。

1) 优势：C2C 形态是目前笔者比较喜欢和看好的模式，构建的是供应链和选品的宽度，电商发展至今，不论进口出口线上线下，其本质还是商业零售和消费者认知。从工业经济到信息经济，商业零售的几点变化是：消费者主导

化、生产商多元化、中间商信息化；而商品核心竞争力变成了个性需求和情感满足。

在移动互联网时代，人群的垂直细分，让同类人群在商品的选择和消费能力上有很大的相似度，人与人之间相互的影响力和连接都被放大了，流量不断碎片化是因为 80、90 后这一代人的价值观和生活消费方式决定的，千人千面个性化是这一代人的基本消费需求逻辑，因此移动电商应场景化。其次，面对商品丰富度如此之高的现状，提高资源分配效率，如何更快地选到我们想要的商品，节约选择成本也尤为重要——**don't make me think**。C2C 达人经济模式可以在精神社交层面促进用户沉淀，满足正在向细致化、多样化、个性化发展的需求，这一代人更注重精神消费，作为一个平台，每一个买手都是一个 **KOL**，有自己的特质和偏好，优秀买手可以通过自己的强时尚感强影响力打造一些品牌，获得价值观层面的认同和分享，同时也建立个人信任机制。对比起来，**B2C** 的思路强调是标准化的商品和服务，从综合到垂直品类，在 **PC** 时代汇聚大规模流量；而移动电商，与传统 **PC** 端电商不同，有消费场景化，社交属性强的特征，对于丰富的海淘非标商品，**C2C** 的平台效应可以满足碎片化的用户个性需求，形成规模。

2) 当然 **C2C** 的模式还是有它固有的痛点，传统地靠广告和返点盈利的模式，服务体验的掌控度差，个人代购存在法律政策风险，买手制平台的转化普遍目前只有 2% 不到，早期如何获得流量，提高转化，形成海淘时尚品牌效应，平衡用户与买手的规模增长都是难点。

4. **BBC** 保税区模式：跨境供应链服务商，通过保税进行邮出模式，与跨境电商平台合作为其供货，平台提供用户订单后由这些服务商直接发货给用户。这些服务商很多还会提供一些供应链融资的服务。优势在于便捷且无库存压力，痛点在于，**BBC** 借跨境电商名义行一般贸易之实，长远价值堪忧。

5. 海外电商直邮。典型玩家是亚马逊。优势在于，有全球优质供应链物流体系和丰富的 **SKU**；痛点是，跨境电商最终还是要比拼境内转化销售能力，对本土用户消费需求的把握就尤为重要，亚马逊是否真的能做好本土下沉还有待考量。

6. 返利导购 / 代运营模式。一种是技术型，目前形态典型的玩家有么么嗖、**Hai360**、海猫季。这些是技术导向型平台，通过自行开发系统自动抓取海外主要电商网站的 **SKU**，全自动翻译，语义解析等技术处理，提供海量中文 **SKU** 帮助用户下单，这也是最早做跨境电商平台的模式。还有一种是中文官网代运营，直接与海外电商签约合作，代运营其中文官网。这两种方式有着早期

优势，易切入，成本低，解决信息流处理问题，SKU 丰富，方便搜索，而痛点在于但中长期缺乏核心竞争力，库存价格实时更新等技术要求高，蜜淘等一些早期以此为起点的公司以纷纷转型。

7. 内容分享/社区资讯：典型玩家如小红书，内容引导消费，自然转化。优势在于天然海外品牌培育基地，流量带到福利社转化为交易，但长远还是需要强大供应链能力。

### 三、跨境电商“玩家群像”

1. 品牌商：合作，探索，观望，平衡。对于海外一线（爆品）品牌商而言，除了要维护自己原有线上线下零售体系稳定和品牌形象，部分品牌商也在自主积极探索以何种方式在中国这个大增量市场中分得一杯羹。一些特殊品牌如花王，不愿意电商渠道破坏其品牌信誉和供应链（比如花王曾警告过某平台，毁坏花王十余年经营出的高端品牌形象与口碑）；而对于二三线中小品牌商、电商、大型商超，它们的合作动机更强，更积极主动地希望把自己的品牌带入中国市场，再加上在中国并没有原有合资公司和零售体系影响，合作方式可以更加直接灵活。

2. 物流供应链服务商：趁“市”而上，服务前端。这一类玩家很多拥有多年的跨境贸易，物流，分销，供应链服务的经验积累，趁着行业整体向好的趋势，大家既有危机感又积极拥抱红利，为提高行业整体服务体验努力往前跑。部分大佬如顺丰、韵达也开始利用物流优势积极探索前端市场。阿里于 5 月 5 日正式宣布旗下 1688.com 将正式上线全球货源平台。

3. 国内电商巨头：维系原有江湖地位，争取更大市场。2014 年开始，电商巨头们纷纷以不同形式涉水跨境，一边坐拥大流量，一面不敢懈怠积极发展跨境业务维护自身地位稳定。天猫国际、京东海外购、蘑菇街、聚美急速免税店、唯品会、一号店、网易考拉等等，基本你想得到的大佬们都已经开始发挥固有优势积极部署。流量，资金，供应链，海外 BD 能力是跨境电商早期发展的必备要素，但大佬们自身也面对困境重重，一方面原有团队对海外产业链认知度整合力并不高，负责跨境业务线的团队并不见得比创业公司强，即便有流量，转化也不理想。而供应链问题是所有跨境电商的共有困境。从去年各位大佬的交易数据来看，各家都并不满意，再加上和原有业务冲突频发，各方利益平衡也需要不断磨合探索，跨境方向的精力和团队投入也受制于很多因素，行业人才也需要在行业成熟发展过程中逐步培育，在这一点上大家的起步分别并不大，其实也为创业公司的成长留下了机会。几年过后，巨头们或许还是领跑者，但市场足够大，相信优秀的创业公司还是有机会占据自己的一席之地。

4. 创业公司：在混战中求生。巨头们的加入进一步推进了价格战的提早到来，很多初创企业模式还在摸索，海外正在拓展，供应链正在构建，资金还没到位，就像一群还没有穿好装备的士兵被硬着头皮拽上了战场，死伤惨烈估计是避免不了。能活下来的要不就是选择了比较聪明的方向，要不就是已经穿好了装备，又或是后来居上的可能性也不是没有。

5. 传统零售商：转型已成必然。面对持续上涨的电商规模，传统零售业绩却一路下滑。《2014 年度中国电子商务市场数据监测报告》显示，2014 年中国电子商务市场交易规模达 13.4 万亿元，同比增长 31.4%。其中，网络零售市场交易规模达 2.82 万亿元，同比增长 49.7%。但根据东方财富数据，截至 4 月 9 日，A 股零售板块已经公布业绩的 29 家上市公司中，16 家营业收入出现下滑，占比达 55%，净利润也大降。传统零售商，也看到跨境这个大市场，正在转型 O2O，积累线上数据。虽然在技术、流量和人才方面都不占优势，但其加入还是加剧了跨境领域的竞争态势。

6. 中小微商：毛利低，傍大腿。中小微商包括买手，朋友圈代购，和一些中小贸易商家。随着各路实力大平台的加入，大部分主做日韩标品、尤其是韩国中小微商的生存毛利空间会越来越薄，纷纷依靠各类平台的策略红利入驻合作，共同教育用户培育市场。

7. 消费者：认知提升，带动市场壮大。根据艾瑞咨询发布的《中国跨境网络购物研究报告》，2014 年中国网购用户中，跨境网购比例仅为 15.3%，还有很大空间可以开拓。从消费者层面来看，海淘人群构成一部分是 80、90 的妈妈大军，以母婴领域作为起点培养了自己海购的消费习惯，另一部分是海归和有海外旅行购物经验的人，除了有自用需求外还辐射到周边的亲友逐步接受国外质优价廉的商品品牌。现在提到海淘，消费者并不能马上想到一个合适的购买平台，需求层面要保真，丰富，价廉，物流快，就看各路玩家谁可以最快满足这些需求，形成品牌效应首先占据消费者的意识。

跨境进口电商也许是国内电商最后一次混战中，改写国内电商格局的机会和新增长点，我期待在战役中“剩”出的那一两家创业企业。行业洗牌将以实力玩家的加入和价格战作为开端，体量规模小的电商会转型差异化竞争，有核心竞争力的创业公司将活下来在这个足够大的增量市场中站住脚。

各类玩家的激烈角逐，会促进跨境供应链控规模化，帮助中国的中产阶级完成消费升级，推动整个零售行业的整体价值升级和成本结构优化。大家的终极目标和故事确实都比较一致，都是希望可以成为中国 5 亿中产阶级跨境消费的平台——世界商城。在这场战役中，大佬也好，小兵也罢，都将在上游供应

链整合能力、管控力、战略战术、运营能力和人才上受到考验，最终“剩者”为王。

#### 四、谁会是赢家？

目前还没有出现一家消费者普遍认同的跨境进口电商，在这个新兴的风口，大佬和小弟的起跑线没有差太远，早期的发展会依靠政策红利、价格优势、品类丰富度，但最终还是会回归到零售层面的竞争——品牌，供应链和服务体验，需要有能力不断提高复够率。现阶段 B2C 模式已经不再适合一般创业公司轻易涉足，C2C 或其他模式还存在早期投资机会。

如果创业公司能：第一、有强大的海外商品组织和货源整合能力；第二、强市场，在国内有较好的流量获取和转化能力，比如切中用户痛点，强正品保证，强服务体验售后保证，价格优势等；第三、团队有电商基因，有擅长运营和海外供应链管控的人才，有良好的物流清关流程管控能力；第四、如果能有良好的地方政府关系；第五、有行业格局观和正确的战略模式；第六、创始人要有很强的融资能力，这是一种综合实力，是战役胜利的供给保障；最终谁能搞定供应链，搞定流量，最终转化成销售，谁能把握竞争格局，认清自身优缺点，不断调整战略战术，吸引关键人才加入，谁就能在万亿级的市场立足。

（作者：杨露，BAI 贝塔斯曼亚洲投资基金）

## 互联网创业的 24 种商业模式

所谓互联网思维，与传统行业最迥异的，应该就是商业模式问题。传统行业思考的只是产品创新，而互联网行业似乎还得思考商业模式创新。比如 Google，在 1999 年的时候，大家还为 Google 没有商业模式而担忧。Facebook 上市了之后也仍旧没有牢靠的商业模式。但是，现在怎么样，Google 和 Facebook 现在都不怎么为收入发愁。所以是不是能直接从用户身上赚钱无所谓，只有用户数量积累到一定程度，自然有赚钱的门道“涌现”出来。所以，只要你的产品能够吸引到足够多的用户，就能看到商业模式了。

互联网行业经历了这些年来各路人马的尝试之后，已经基本上摸索出了所谓互联网思维下的商业模式套路。在产品积累到足够的用户后，这些现成的商业模式都可以拿来为我所用。初步归纳一下，可能会有 24 种模式商业模式。当然，更多聪明绝顶的企业，还在不断开拓新的商业模式。

### 一、实物商品的商业模式

如果你的产品，是某种物品，用户可以直接持有和使用你这个物品，也就

是通常意义上的商品/货物，那么你的商业模式就很简单，基本上就是四个套路：

- 1.自己生产、自己销售：自己直接生产、直接销售给用户
- 2.外包生产、自己销售：把生产环节外包出去，自己负责直接销售给用户
- 3.只生产、不销售：自己负责生产，交给分销商销售
- 4.只销售、不生产：自己作为分销商，或者提供销售商品的交易市场  
亚马逊、京东等电子商务网站，就是前面的第 4 种商业模式。

如果你的产品不是某种物品，用户们不能直接持有和使用，那么你怎么赚钱呢？下面看看所谓互联网思维下的商业模式。

## 二、广告

自从谷歌开始在搜索结果旁边放广告以来，广告已经成了互联网行业默认的首选变现方式。实际上，广告本来是平面媒体的主要商业模式，现在互联网行业已经彻底抢走了广告领域的风头。

5.展示广告：展示广告一般形式是文字、**banner** 图片、通栏横幅、文本链接、弹窗等，通常是按展示的位置和时间收费，也就是我们所说的包月广告或包天、包周广告。这是目标最常见的模式。

6.广告联盟：广告联盟相对于是互联网形式的广告代理商，广告主在广告联盟上发布广告，广告联盟再把广告推送到各个网站或 **App** 里去。百度联盟、**GoogleAdSense** 是最大的两个广告联盟。基本上网站流量还没有到一定程度时，都会选择跟广告联盟合作，只有做到一定流量后，才会跟确定的广告主直接建立合作关系。广告联盟一般是按广告的点击次数收费。

7.电商广告：最常见的就是阿里妈妈了，京东、亚马逊、当当都有自己的电商广告，凡客当年也是靠这个突然窜红的。这些广告一般是按销售额提成付费。很多导购网站，就是完全靠这种收入的，特别是海淘导购网站，会接入各个海外购物网站的广告，佣金还挺不错。

8.软文：软文是指把广告内容和文章内容完美结合在一起，让用户在阅读文章时，既得到了他想需要的内容，也了解了广告的内容。很多媒体网站或者微博、微信大号，都是靠软文赚钱的。

9.虚拟产品换广告效果：你还可以为用户提供虚拟产品，但是代价是用户必须接受一定的广告，比如看完段广告、注册某个网站的用户、下载某个 **App**。

10.用户行为分析：通过分析用户在你的网站或 **app** 上操作方式，可以分析用户的习惯和心理，从而有利于在产品设计和商业规划上做出正确的决策。很

多企业都需要这样的用户使用习惯的数据，所以可以卖这样的数据。淘宝数据魔法就提供这样的服务，比如告诉你什么地方、什么商品、什么风格、什么尺码最受用户欢迎。

### 三、交易平台模式

11.实物交易平台：用户在你的平台上进行商品交易，通过你的平台支付，你从中收取佣金。天猫就是最大的实物交易平台，天猫的佣金是其主要的收入来源。

12.服务交易平台：用户在你的平台上提供和接受服务，通过你的平台支付，你从中收取佣金。威客平台猪八戒就是这样收取佣金的。Uber 的盈利模式也是收取司机车费的佣金。

13.沉淀资金模式：用户在你的平台上留存有资金，你可以用这些沉淀的资金赚取投资收益回报。传统零售业用账期压供应商的货款，就是为了用沉淀资金赚钱。现在这个套路也用到互联网行业了，据说京东就是靠这个沉淀自己赚钱的。很多互联网金融企业、O2O 企业，也是寄希望于这个模式。

### 四、直接向用户收费

除了广告，另外一大类商业模式就是直接向用户收费。当然。如果前期就收费，很可能会吓跑用户。所以，需要借助一些巧妙的做法。

14.定期付费模式：这种商业模式类似于手机话费的月套餐，定期付钱获得一定期限内的服务。相对于一次性付费直接买软件，定期付费的单笔付费金额比较小，所以用户付费的门槛相对较低。比如 QQ 会员，就是按月/按年付费的模式，现在的价格差不多是每个月 10Q 币。

15.按需付费：按需付费是用户实际购买服务时，才需要支付相应的费用。比如，在爱奇艺里看到想看的某一部电影，花 5 块钱，只看这一部，这是按需付费。如果买了爱奇艺的 VIP 用户，在一段时间内所有会员免费的电影都可以看，这就是定期付费模式。再比如，我要在道客巴巴找到个我最需要的文档，下载要 5 块钱(怎么都是 5 块钱)，我用微信支付后就可以下载这个文件了。

16.打印机模式：打印机的商业模式是指，先以很便宜的价格卖给消费者一个基础性设备，比如打印机，用户要使用这个设备，就必须以相对较高的价格继续购买其他配件，比如耗材。剃须刀也是采用类似的商业模式，刀架的价格近乎于白送，然后通过卖刀片赚钱。再比如，家用游戏机也是，索尼和任天堂以低于成本的价格卖游戏机，然后用很高的价格卖游戏光盘。因为日本打印机公司爱普生首先采用这种商业模式，所以我把他叫做打印机模式。

## 五、免费增值模式

免费增值商业模式就是让一部分用户免费使用产品，而另外一部分用户购买增值服务，通过付费增资服务赚回成本和利润。不过通常一般采取免费增值模式的产品，可能只有 0.5-1% 的免费用户会转化为付费用户。

17.限定次数免费使用：这种模式是在一定次数之内，用户可以免费使用，超出这个次数的就需要付费了。

18.限定人数免费使用：这种模式是指用户数量在一定人数之内，就是免费的，如果用户数量超出这个限定额，就要收费了。比如很多企业邮箱服务，如果你的公司注册了某个域名，打算用这个域名做你的企业邮箱；企业邮箱服务商可以要求，5 个以内邮箱地址免费，超过 5 个邮箱地址就要购买他们的服务。

19.限定免费用户可使用的功能：免费用户只能使用少数几种功能，如果想使用所有的功能，就得付费。比如我现在用的 Evernote，这几天也老是提醒我用不用升级，升级之后，每个月可以上传更大的附件，也可以给自己的笔记加上密码。这 2 个功能我都想要，但是还没有想好是不是值得花钱开通。

20.应用内购买：应用的下载和按照使用是免费的，但是在使用的过程中，可以为特定的功能付费。最常见的就是游戏了，购买虚拟装备或者道具之类的。再比如在微信内购买付费的标签。

21.试用期免费：让用户在最初一定的期限内可以免费使用，超过试用期之后就要付费了。比如我现在的 Office，天天提醒我，免费版试用期还有 XX 天就要到期了，让我抓紧激活。激活就是要买正版的激活码了，我现在正发愁在哪里去找激活码呢。

22.核心功能免费，其他功能收费：Appstore 里的 App，有不少都是这种模式，一个产品分为免费版和收费版。免费版里基本功能都有了，但是要获得更多的功能，就要收费。比如照片处理应用，免费版有几个基本的滤镜效果，差不多够用，但是如果更炫更酷的滤镜，就要下载付费版。

23.核心功能免费，同时导流到其他付费服务：比如微信，微信聊天是免费的，但是微信内置了很多其他服务，游戏、支付、京东、滴滴打车，这些服务都有可能收费的。

24.组织活动：通过免费服务聚齐人气，然后组织各种下线活动，这些活动可以获得广告或赞助，或者在活动中销售商品或服务。比如，很多媒体，通过组织线下行业峰会赚钱。还有的地方社区会组织线下展销会、推荐会，比如装修展销会、婚纱摄影秀等，销售商品或服务。

所以，既然互联网有这么多商业模式可以选择的，创业者完全不用太关注这个问题。努力做好产品，努力黏住更多的用户，用户数量达到一定程度了，选择一个合适的商业模式，就可以赚钱。

(来源：创思舍 摘自：中国电子商务研究中心)

编辑：林婷

责任编辑：张承鹤