

# 涉外政策速递

iTrade 国际贸易俱乐部  
深圳市天地纵横企业管理顾问有限公司  
2015 年 9 月 25 日

## 目录

行业动态.....	3
中欧跨境购 6 店齐开 “跨境电商+超市”进军珠三角 .....	3
重庆跨境电商安全监测平台上线 扫二维码可查来源 .....	4
中韩 FTA 实现四个“第一” .....	4
哥伦比亚扩大开放 3623 项生产设备及原料零关税进口 .....	5
上合组织成员国将开展跨境电子商务合作 .....	5
中澳探讨跨境电子商务商机.....	6
借势中英贸易热 亚马逊跨境电商版图再扩张 .....	6
跨境电商：要绕开“前淘宝时代”的老路 .....	7

## 行业动态

### 中欧跨境购 6 店齐开 “跨境电商+超市”进军珠三角



佛山首家跨境电商体验店“HelloGou 中欧跨境购”将有 6 家门店进驻顾客隆超市，于 9 月 24 日同时开业。与超市联盟合作的中欧跨境购，今年年底将开业 15 家门店，正式走出顺德，向珠三角区域扩张。

#### 首家中欧跨境购扩容至 1 万平方米

8 月 22 日，中欧跨境购在顺德区乐从中欧电商城正式开业，经过 4 个月的试业，店面面积由 1000 多平方米扩容升级至 10000 多平方米。

据赢商网了解，扩容升级后的中欧跨境购，是目前为止全广东最大、品种最齐全最丰富的跨境电商体验店之一，内有超过 1000 平方米的保税体验区和 9000 多平米的完税产品区，产品涵盖了妇婴用品、日用品、家用电器、奢侈品、护肤化妆品、食品等。其中，保税体验区展出单品 1500 多个，而完税产品区单品则超过 1 万个。

“我们引入跨境体验店，最主要的是从居民的海外商品消费角度考虑，它能惠及周边居民。体验店试业期间，店面面积较小，产品种类不多。于是我们引入更多商家，增加商品种类，加大店面面积，让消费者有更多选择。”对于门店扩容，中欧电商城招商主管马俊炜先生解释道。

中欧电商城是集电商商业、餐饮、公寓、人才孵化基地、酒店等为一齐的电商综合体，“中欧电商城项目共分为二期开发，第一期主要是基础的工程建设，预计到今年年底完工，招商的商家基本都可开业；第二期会进一步装修以及新建酒店、公寓等新项目，预计到 2019 年项目将全面完工。目前项目招商率为 70%，除跨境电商外，搜洋岛、美沃斯等商家均已确定入驻中欧电商城。”

继而，马俊炜表示，“我们地处新城区，也临近港澳，地理位置优越，跨境电商体验店能很好的满足市民们购买境外产品的需求。另外，我们推行线上与线下紧密结合的运营模式，线下的体验是我们很看重的，所以未来跨境电商在佛山的体验店将会越来越多。”

中欧跨境购作为佛山首家跨境电商体验店，开业后市场反映如何？中欧跨境电商体验店平台运营主管赵先生表示：“开业到现在，佛山周边地区（如乐从、南海等地）的居民都慕名而来。开业当天，人流量达 10000 人次；平时上班期间，日均人流量约为 4000 人次；而周末的日均人流量能达到 8000 人次左右，人流车流都很大。”

#### “跨境电商+超市”模式 向珠三角扩张

据了解，9 月 24 日，中欧跨境购将有 6 家分店在广东顾客隆各超市同时开业，包括了乐从镇威斯店、勒流镇勒流店、南海罗村店、珠海市珠海新村店、广州海珠区中山大学店及斗门井岸店。

此外，近期还有 4 家门店将开业，包括了禅城区深村店、鹤山市沙坪镇沙坪店、新兴县新城镇新兴店、高要南岸高要乐的店。截止到国庆日当天，中欧跨境购拥有 10 家开业门店。

对于中欧跨境购未来的发展规划，赵先生回复赢商网：“未来我们的线下体验店将辐射珠三角广大区

域，着力扩展江门、珠海等三四线城市，到今年底预计陆续开设 15 家店。”

据悉，作为中欧电商城的背后大佬，2015 年 9 月 10 日，中国顾客隆控股有限公司成功在港交所上市，成为顺德区第 5 家香港上市公司，也是 A、B、H 股第 39 家佛山上市公司。

据赢商网了解，顾客隆集团在佛山、肇庆、珠海以及澳门等地区经营连锁超市业务，同时发展代理品牌区域经销业务，在超市零售行业及日常消费品分销行业拥有超过 12 年经验。依托上市公司顾客隆集团得天独厚的优势，已进驻顺德区乐从店的中欧跨境购线下体验店发展社区体验店路线，出走顺德，发力三四线城市。

赵先生表示：“顾客隆近期已经上市，他们所遵从的 O2O 线上线下融合模式与我们的 O2O 线下体验拓展，彼此的核心点是一致的，我们的合作是相辅相成的。同时对消费者而言，能够更亲眼看到、亲自体验，才能更有消费动力。”

此次中欧跨境购进驻顾客隆超市，采取联合模式，他认为，“进驻顾客隆超市只是我们开店的合作形式之一。就进驻模式来说，店面规模分两种：一种是根据顾客隆超市店面规模开店，即“承接顺延”；第二种会根据可行性调研，将顾客隆超市店面整体优化升级，即“整体升级”。然而，不管是哪一种，我们都会统一管理和经营，给顾客整体化的体验感受。”

来源：赢商网

## 重庆跨境电商安全监测平台上线 扫二维码可查来源

用手机扫一下二维码，就能对“海淘”到手的产品进行追根溯源，有质量问题还可以投诉。23 日，跨境电子商务安全风险监测综合服务平台正式上线，重庆检验检疫局人士称，有了这个综合服务平台，消费者购买跨境电商产品将更放心。

据悉，该平台由重庆出入境检验检疫局主持研发，包括网站和手机 APP，它将通过多方数据融合，为政府监管部门、跨境电商企业和消费者搭建权威数据平台。

“有了这个平台，消费者就不用担心买到假冒的进口商品了。”23 日，重庆检验检疫局技术中心主任王国民说，这个平台将为消费者建立商品质量追溯功能。平台融合的关于跨境电商产品的数据信息都会汇聚到“跨境电商溯源服务码”中，然后贴到商品上，消费者可以从二维码获悉所购进口商品从境外采购到自己收货的全流程节点信息。“比如这个产品是否有第三方检测报告、从哪里进口、是否检测合格等信息，消费者都可以扫描这个二维码了解。”他告诉记者，消费者也可以在平台上进行质量投诉。目前，已经有多家跨境电商企业自愿张贴“跨境电商溯源服务码”。

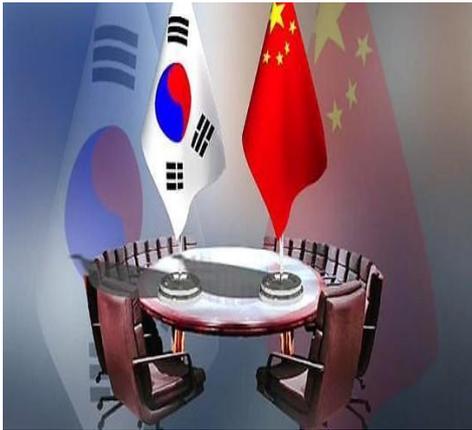
而对于企业来说，这个平台可以提供检测标准和法律法规共享、咨询、培训服务，提供产品认证、第三方检测、网上报检、检测证书查询等服务。昨天，包括世纪购、京东等多家跨境电商企业均表示，有了这个平台，就可以直接进行网上报检，更方便快捷了。

据记者了解，重庆作为全国具有跨境贸易电商服务四种全业务模式的试点城市，今年以来跨境电商业务量呈现快速增长的良好态势。今年 1-8 月，跨境电商进口货值达 3.15 亿元，较去年全年增长 4 倍多。目前，在重庆出入境检验检疫局备案的电商企业已有 183 家。

来源：重庆晨报

## 中韩 FTA 实现四个“第一”

“自 2003 年与香港、澳门特别行政区政府分别签署《关于建立更紧密经贸关系的安排》开始，中国



内地已与 14 个国家和地区签订了自由贸易协定 (FTA)。中韩 FTA 虽不是中国首份自贸协定，但却实现了四个‘第一’。”国务院发展研究中心研究员许宏强如是说。

许宏强是在日前由中国国际商会、韩国贸易协会、京都律师事务所联合主办的中韩 FTA 贸易投资研讨会上作出上述表示的。

许宏强说，首先，中韩 FTA 是中国自贸协定中涉及伙伴国别经济规模和双边贸易额“第一”的自贸协定；其次，中国第一次承诺将以准入前国民待遇和负面清单模式开展服务贸易和投资谈判；再次，第一次以附件形式列明了特定领域的合作内容；最后，中韩 FTA 是东北亚地区第一个自贸协定。

据京都律师事务所韩国业务负责人金燕透露，目前中企对韩投资正在发生变化。以前主要集中于贸易业、饮食业和制造业，近年来对韩投资呈现多样化趋势，主要体现在济州岛的房地产投资移民政策实施以后，中国房地产企业对韩投资增多。除房地产投资外，利用“韩流”进行化妆品和服装的投资（案例）也出现增加趋势。此外，在文化、游戏、互联网领域，也有多家公司在韩国设立机构。

在利用中韩 FTA 对韩投资方面，金燕建议：“利用商品贸易无关税和逐步降低关税的自贸协定，中企可将原材料投资到韩国，在韩国加工和生产，制造成原产地为韩国的‘韩国制造’产品，再出口到包括中国在内的美国、欧盟等经济体。”

来源:国际商报

## 哥伦比亚扩大开放 3623 项生产设备及原料零关税进口

伴随全球新兴国家货币加速贬值，一年来哥伦比亚披索兑美元的汇率已贬值 67%，政府为协助厂商因应进口成本激增的冲击，维持产业出口竞争力，特颁布第 1625 号行政命令，宣布自今年 8 月 16 日起扩大开放 3623 项国内未产制的生产设备与原物料零关税进口，并大幅投资于基础建设，且厂商进口生产设备的加值税率也自原来的 16%调降为 14%。该行政命令有效期两年。

该零关税措施项目名单采取浮动性管理。实施期间，凡公告中哥伦比亚尚未产制的生产设备及生产原料，一旦由该国完成自制并向财政政策最高委员会 (CONFIS) 登记，该品项即自免税进口名单中排除，仍必须依原定税率缴纳关税。

3623 项产品的海关税则号列清单详见：<http://www.xmtbt-sps.gov.cn/download.asp?id=7889>

来源:厦门 WTO 工作站编

## 上合组织成员国将开展跨境电子商务合作

上海合作组织成员国经贸部长第十四次会议各方商定将在上合组织成员国之间开展跨境电子商务合作，深入推进各成员国在贸易便利化、资金融通、区域互联互通等方面区域经济合作。

上海合作组织成员国经贸部长第十四次会议各方商定将在上合组织成员国之间开展跨境电子商务合作，深入推进各成员国在贸易便利化、资金融通、区域互联互通等方面区域经济合作。据悉，在本次会议中，各方围绕落实 7 月上合组织乌法元首峰会取得的共建“一带一路”重要成果，达成了 9 项具体举措。会议批准启动《2017-2021 年推动项目合作措施清单》，涉及 10 多个领域百余个项目，总金额近千亿美元。

首届世界互联网工业大会

## 10月在青岛举行

以“互联网时代工业变革之路”为主题的首届世界互联网工业大会将于10月15日至16日在青岛举行，旨在为学习借鉴美国工业互联网、德国工业4.0等国际前沿理念和先进模式、推动《中国制造2025》和“互联网+”行动等重大战略实施搭建国际产业交流与产能合作高端平台。鉴于青岛在发展互联网工业方面形成的先行先试基础优势，今后将以青岛为永久举办地，定期举办世界互联网工业大会。

来源：华讯咨询

## 中澳探讨跨境电子商务商机

由澳中跨境电商协会主办的澳大利亚首届澳中跨境电子商务峰会暨展览会在悉尼举行。与会企业代表和各界人士借机探讨如何借助跨境电子商务开拓商机。

这次展会的主题为“澳中贸易2.0：跨境电商的机遇和挑战”，吸引了包括澳大利亚官员和中国驻悉尼总领馆代表在内的约500人出席，35家澳大利亚厂商设立展示摊位。

展会邀请了业界精英共同探讨澳中跨境电商的现状、发展趋势，及其对中澳经济贸易的影响和产业契机。澳中跨境电商协会会长单明说，相信展会可以增进澳大利亚厂商对中国互联网电子商务行业的了解，也能成为中国跨境电商了解境外市场、寻求合作机会的平台。

展会承办方爱尚咨询董事长陈壬说，中国网购人数和购买力飞速增长，成为澳、新厂商重要的在线市场。中澳签署自贸协定，将进一步促进两国跨境电子商务发展。

来源：中国经济网—《经济日报》

## 借势中英贸易热 亚马逊跨境电商版图再扩张

借助中英双边关系及贸易市场持续向好之势，美国第一大电子商务公司亚马逊力图先拔头筹，确立在中国市场跨境电子商务领域的独特优势。

继美国之后，亚马逊日前又与英国贸易投资总署(UKTI)建立战略合作伙伴关系，将利用亚马逊分布全球的14大站点，帮助英国企业品牌商品出口到全球各地，而身为全球最大电子商务市场的中国被确定为此次战略合作中的首要目标市场之一。

双方计划在今年内通过亚马逊中国网站引入包括电脑及外设、厨具、母婴、服装和鞋靴等品类的英国商品，最早的产品本月底即可上线。亚马逊全球副总裁兼中国区总裁葛道远对记者表示，中国消费者将因此获得更便捷和更具价格竞争力的英国商品海淘机会。

“我们对英国商品在中国市场的需求之所以如此自信，是因为我们对中国消费者浏览英国网站的情况以及对英国品牌的购买情况作过详细的研究。”葛道远在一个小范围媒体专访中表示。

亚马逊于2004年进入中国，目前在中国拥有三大核心业务，包括网络购物平台Z.cn、Kindle及数字内容和亚马逊云计算服务。

去年从亚马逊英国高管任上调任中国的葛道远介绍称，亚马逊会提供专属团队和技术支持，提供产品页面翻译、商品展示、合规管理、本地语言客服支持、本地化市场推广和全球物流配送服务等一整套服务，帮助英国公司将商品卖到包括中国在内的全球各地。

“全球性的业务想要成功，你必须具备同全球性的机构一起协作的能力，也需要在当地具有非常敏感的洞察力。”葛道远说。

他称亚马逊与很多中国消费者对话，了解他们希望可以直接从日本、美国、英国和欧洲市场购买值得信赖的正宗货品；此外，中国消费者的跨境消费范围非常广，但主要还是集中于时尚产品，包括鞋子、箱包、家庭用品以及涉及婴儿和儿童的任何产品，比如食品、书籍、教育产品、儿童安全产品、汽车座椅等。

被问到阿里巴巴、京东等竞争对手时，葛道远称它们在中国的业务都非常好，而竞争有助于每家公司更好地为自己的客户服务。

“在世界上任何地方，只有客户服务做得最好的公司才能取得最大的成功，”他说，“我们在中国市场更多关注的是我们能做什么，我们和其他电商的区别是什么，这就是为什么我们在中国几乎全力致力于跨境电商，把中国的产品卖向世界，同时中国消费者也可以通过我们的平台直接购买美国、英国、欧洲、日本的品牌。”

与竞争对手相比，葛道远对亚马逊拥有的国际性物流配送网络非常自信，称其“也许是世界上最好的”。他举例称，亚马逊的特快服务可以在三天之内将货物从英国送到中国客户手中，这中间包括清关等环节。

他还简要介绍此前亚马逊与美国商务部国际贸易管理局签署的全球框架性协议，双方合作帮助美国品牌、特别是美国中小企业开发制定出口策略并销售到中国等海外市场。

“所有一切都实现了本地化，卖家只需打勾选择，然后亚马逊来做剩下的所有事情——翻译、销售、送货上门，在不到 10 个月时间里，我们已经给中国消费者带来了远远超过 300 万海外产品，”葛道远说，“我们相信这条路是可行的。”

葛道远称自己对中国电子商务市场前景非常乐观：“虽然很多西方媒体在报道中国的经济增长放缓，股市出现问题，但亚马逊知道中国的真实情况，跨境贸易蓬勃发展，中国市场的增长仍然非常快，而且机会一直在增加。”

他相信随着宽带业务尤其是移动宽带业务的增加，中国电子商务市场仍将快速增长，同时跨境电子商务更将快速增长。

英国投资贸易总署首席执行官凯瑟琳·雷恩斯对 21 世纪经济报道记者表示，与亚马逊的合作是英国企业打开国际市场的一次重要机会，她在此前担任英国贸易投资总署中国区总管的两年多时间里，亲眼见证中英两国在高层互动、经贸等领域密切关系和良好合作，相信未来中英贸易合作将更好更快地发展。

来源:21 世纪经济报道

## 跨境电商：要绕开“前淘宝时代”的老路



思考这个话题时，信手点击“正和岛”，目光所及，是著名作家梁晓声的文章：《中国人，你缺了什么？》。

中国人缺了什么？梁先生说，两点：一是缺少社会对我们的要求；二是更加缺少社会对我们的保障。

后一种“缺少”是大家更常谈到的，一个中国人几乎从一降生就开始有所感触，缺少安全感。比如奶粉质量有问题，玩具、家具装修质量也有问题。

中国人缺少对公共道德的遵守。

实际上，中国人的这些缺陷，最明显是体现在商业交往上。道德的缺失导致诚信形象重大污垢，这是比较普遍的问题。中国为什么缺少立足全球的顶级品牌？除了漫长的贫穷锁国历史时代因素，恐怕良好的企业形象缺失是一大障碍。山寨、盗版、有毒食品等等，这些带有明显歧视色彩的词汇，成为发达国家形容中国产品和中国企业的代名词。

说句实话，当跨境电商一夜之间成为横跨零售、互联网商业、外贸诸多行业的热词时，中国跨境电商竟然以 20%-30% 以上的速率连年增长。曾经有人把 2014 年视为“跨境电商元年”但是仅仅不到一年时间，我国跨境电子商务平台达 5000 家，内地开展跨境电子商务外贸企业超过 20 万家。另据商务部预测，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%。

这样的发展速度，有点让人瞠目，这使我们迅速想到了淘宝的草创与发展过程，与其相似的地方是，跨境电商正在沿袭复制前淘宝时代的路径：一哄而起，良莠不齐。

我们有理由担心：跨境电商由于和内贸电商销售针对的产品标准、市场规则、商品渠道、目标群体区别性很大，如果沿袭前淘宝时代草创的老路子，恐怕行业未来所面临的后果就不是“工商局约谈”那样轻松了。

### 上篇：跨境电商的现状和可预期的未来

有一种共识是，和阿里巴巴商业模式一样，跨境电商是未来电子商务发展的一个值得憧憬的产业趋势。当前，我国电子商务市场逐渐进入成熟期，到今年上半年，内地网络购物用户规模达到 3.74 亿人。同时，移动网络购物发展提速，各大电商平台和一些传统品牌企业加速丰富完善移动端服务，促进了网民移动端购物规模持续增长和移动端交易额的高速增长。在这样的发展环境下，跨境电商被推至潮头，我们看看阿里巴巴一家企业的跨境电商发展愿景和规划，那种宏伟和庞大，直让人对整个行业和相关市场感觉无法估量：

阿里巴巴宣布，未来 10 年帮助全球 20 亿消费者在线购买全世界的产品。6 月 24 日，继 5 月韩国馆之后，阿里巴巴旗下的聚划算平台和天猫国际联合开展地球村模式，美国、英国、法国、新加坡、瑞士、澳大利亚、新加坡、泰国、马来西亚、土耳其等 11 个国家馆在天猫国际亮相，同一天阿里巴巴聚划算平台宣布全面启动和 20 个国家大使馆合作进程。

整体行业而言，我国电商还有较长的高速增长期，中国市场和强劲的消费能力，确保海外优势产品在中国具有非常广阔的市场前景。同时，中国产品正在进一步适应全球市场规则，甚至向欧盟美国西方标准靠拢，逐步拥有独立知识产权、商标权，企业管理也在向标准化发展，这将快速促进国货跨境外销，获得全球市场的逐渐认同。

行业发展将阿里巴巴速卖通这样的企业平台推向快速扩张，企业进一步做大、做强，对行业产生巨大深远影响。他们能够有效地利用各种电商营销资源和工具，在供应链和团队管理上更加精细，高效发挥，能够与全球市场保持同步响应。同时在品牌建设、品牌竞争、海外仓建设运营、小语种市场、资本运营方面获得突破进展。跨境电商中国市场

9 月 9 日，2015 广州中国跨境电商大会上，Google 大客户业务部总经理黄秀兰分享了 Google 对跨境电商未来趋势的解读。谷歌把它总结为 5 个趋势：

趋势 1：从卖给“所有人”到卖给“一些人”。

即定位的变化。如今的跨境电商已进入一个精细化、垂直化竞争的时代。目标群体的定位也越来越清晰。他们喜欢什么，喜欢什么时候买，都要能了如指掌。

趋势 2: 从大规模制造到小规模定制。

在“工业 4.0”时代，物联网、智能化等新技术正在提高制造业水平，制造业正向智能化转型，用户需求决定生产制造，传统供应链向柔性供应链转变。

趋势 3: 从卖白牌到卖品牌

如果过去十年，主要竞争的是山寨、无品牌产品，那么跨境电商的下一个十年将进入品牌的竞争，未来最终会进入一个跨境电商的品牌时代。小而美的品牌将会在跨境电商竞争中拥有重要的位置。

趋势 4: 从硬广告到软沟通

从营销的角度看，未来最重要的一个趋势就是，广告正在消失——那些旗帜鲜明的“硬广告”正在消失，广告正在以「沟通」的形式融入到你的生活。

趋势 5: 从卖欧美到赢全球

未来十年，跨境电商将真正走向全球。跨境电商在过去的竞争主要集中在欧美英语市场，但未来的竞争格局会大不同。在零售电商领域，亚太区的销售额现已超越美国和欧洲，位居全球第一。而拉丁美洲、中东等区域，他们的增长率将在 2020 年达到 30%，是美国和欧洲的两倍。

### 下篇：跨境电商应该绕开“淘宝时代”草创老路

井喷式发展，总是带给人隐忧。事实也不可否认，国内跨境电商行业存在一些问题，有些可能是致命的，比如假货泛滥。

流通问题。海外直邮和保税进口是跨境电商两种主要的流通模式。物流成本仍然占到总成本的 20%到 30%，削弱了进口电商的价差优势。

服务体验桎梏。不可否认，跨境电商平台也许能为消费者提供优质的海外产品，但是要确保顾客在销售环节获得的服务体验也许不那么容易。尤其是诸如保修、退换货等后续服务，这些是培育忠实顾客的重要途径，能否及时到位并获得满意保障，作为跨境交易、良莠不齐的平台和店家，顾客还是有理由担忧的。未来跨境电商的竞争不仅限于简单的模式之争，而是基于资金、物流、服务的体验度之争，正品+价格+物流+售后是跨境电商的核心价值链。

还有一个最致命的问题：行业整体发展尚显脆弱，“前淘宝时代”粗放痕迹严重最基本的道德瑕疵：假货、山寨；营销手段流于简单粗暴的价格拼杀。缺乏共同市场培育意识；距离跨境电商的品牌阶段尚远，鱼龙混杂。这三种现象，最符合淘宝被工商约谈之前的个别迹象，尤其是草创阶段。而这些问题不解决，对跨境电商行业在全球的信誉形象将是个污点，甚至把这个新兴产业扼杀在摇篮，进一步伤害中国产品在全球市场的形象口碑和作为。不能全部寄希望于政策保护，透支政策红利。以至于在未来被迫转变时只能等死。

纵观未来跨境电商的发展趋势，正品+价格+物流+售后是跨境电商的核心价值链，但这条价值链，首先要靠企业自律、法律监督维系，靠企业道德诚信、社会意识、个人信仰去营造。我们不能继续像梁晓声先生说的那样，中国人缺少对公共道德的遵守。因为跨境电商，是一个国家的产业面对全球人的眼睛。

来源:联商网



天地纵横--国际贸易全流程综合服务顾问  
iTrade俱乐部--多维服务型国际贸易服务平台

### 海关|税务|外汇|商检|工商|外经等专项服务

涉外政府服务&政策研究	常年涉外综合服务顾问
企业信用认证(AEO)辅导	贸易安全体系辅导
外贸运营模式筹划	保税&减免税业务筹划
外贸综合服务平台运营	跨境电商运营筹划
海关预归类服务	供应链&贸易金融筹划

内容编辑：天地纵横顾问组  
网站支持：<http://www.mbase.org.cn>  
电话号码：0755-83274529  
传真号码：0755-61673732  
服务邮箱：[service@mbase.org.cn](mailto:service@mbase.org.cn)