

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16日

目录

行业动态.....	3
10月1日起 全国“电商”办登记无需经营场所.....	3
商务部研究院：落实“互联网+”的主要路径.....	5
跨境购助力中国电商，淘金子将开跨境市场.....	7
跨境电商扎堆 如何借势突围？.....	8
从传统制造业到跨境电商，需要突破哪些瓶颈？.....	9
细读海关企业信用管理暂行办法&企业应对措施.....	11

行业动态

10月1日起 全国“电商”办登记无需经营场所

根据国家工商总局的统一要求，从10月1日起全国将全面实行“一照一码”登记模式。记者日前前往最早试行“一照一码”的平潭综合试验区采访发现，除了实现3个小时内发放“一照一码”之外，平潭还推出了企业注册可只留联络地址等新措施。有关专家表示，平潭做法是国际趋势，应该逐渐在全国推广。

“一照一码”3小时可发执照

9月8日上午，在平潭综合试验区的行政服务中心商事登记窗口，福建建工建信股权投资管理有限公司的法定代表人黄明根，领到该公司“一照一码”的营业执照，“15分钟就领到了”。黄明根告诉记者，他是8月底先在网上申报，当天就有工作人员给他打电话，告诉他哪些地方需要修改，仅用时一天就审核完成，他又根据自己的时间选择来办照的时间，“没想到这么快就办好了”。

对于以前办照的“痛苦经历”，福建平潭海坛旅行社有限公司的法人代表薛斌感受深刻。薛斌2002年成立公司，当时所有的证件都由他亲自办理，办理营业执照，刻公章，办代码证和税务登记证等，前后总共将近7个月的时间。从2001年8月3日办理名称核准开始，到办理公司注册资本验资报告、经营场所租赁合同、旅行社经营许可证等，一路办下来花了3个多月。在领到营业执照后，开始办理公章、组织机构代码证、税务登记证等，又花掉了45天的时间。

去年7月，薛斌的公司又投资了一家全资子公司，正赶上“一照一码”改革。薛斌提交名称核准申请书的次日，便审核通过。工作人员告诉他，办照在5个工作日内办完，而且注册资金认缴即可。第三天薛斌提交了材料后，第五天他就拿到了营业执照。

据平潭综合试验区相关负责人告诉记者，从去年5月4日平潭开展“一照一码”改革以来，将内外资企业的注册时间由原来的9个工作日和13个工作日统一缩减至5个工作日，后又缩短到最长3个小时内发照。到目前为止，平潭的“一照一码”改革已经实现了6个“一”。“一表申请”，就是申请人只需要填写一张商事主体信息登记采集表；“一口受理”，由行政服务中心商事综合服务窗口统一收件受理；“一证一码”，发放有“统一社会信用代码”的商事登记营业执照；“一章审批”，加盖平潭综合试验区行政审批局的公章；“印章即刻”，在行政综合服务大厅就可刻公司公章；“立等可取”，3个小时内发放营业执照。

什么是“一照一码”？

“一照一码”也叫“一照一号”，就是将营业执照编号、组织机构代码和税务登记证号统一成一个“社会信用代码”，这项改革始于2014年。

在改革之前，要办理企业登记，需要到工商部门办理工商营业执照，到质监部门办理组织机构代码证，到税务部门办理税务登记证，至少需要跑3个部门。2014年，国务院发文要求鼓励探索实行工商营业执照、组织机构代码证和税务登记证“三证合一”登记制度，这是“三证合一”首次提出。当年年底，国家工商总局局长张茅表示，今年将全面推开“一照三号(即三证合一)”，并开展“一照一



码”试点。今年3月20日，李克强总理在国家工商总局考察时提出硬要求，一照一码要在年内实现。4月15日，江苏宿迁发出全国首张18位编码“一照一号(码)”工商营业执照;5月4日，地处福建东部的平潭综合试验区颁发出了全国首张使用“统一社会信用代码”的“一照一码”营业执照。

今年7月份，国家工商总局要求从10月1日起，将全面实行“一照一码”登记模式。

据国家工商总局统计，截至6月底，全国已有29个省、自治区、直辖市开展了“三证合一”的改革试点，其中27个省(区、市)实施了“一照三号”。

“电商”仅需提供联络地址

平潭深化商事登记制度改革的另一大亮点，是“联络地址登记制”。

平潭市场监管局行政许可处高珠琴向记者介绍，从今年3月26日起，一些无需经营场所或者暂时不需经营场所的商事主体，在登记注册时，仅需提供有效的联络地址即可登记注册。如果确是需要有经营场所的主体，需要在一定时间内明确经营场所。

据她介绍，目前平潭试验区管委会正在汇总制定经营场所禁设区域目录，明确涉及公共安全、污染环境、油烟噪音扰民等事项的禁设区域，制定完成后将向社会公布，并逐步实行住所(经营场所)的“负面清单”的管理模式，明确哪些不可以开设。同时，还将制定“正面清单”，明确哪些只提供联络地址就可以开设，比如像电商、软件开发等，这些无需经营场所的商事主体，仅提供联络地址即可。

据记者了解，除了上述举措，平潭还将商事登记前置审批项目减少到只涉及银行、证券、期货、保险以及爆炸类等6类9项，属于全国最少。

平潭有关负责人介绍，除了已有的改革措施，平潭今后还将继续深化商事登记制度改革，包括推进商事主体全程电子化、“食品经营三证合一”登记改革，探索两岸商事主体互认登记制度改革等。平潭的商事登记制度改革也引了国家工商总局的重视，国家工商总局相关司局的负责人多次到平潭调研。

今年6月2日，国家工商总局副局长刘玉亭在接受工商总局官方网站访谈时明确表示，工商部门正在研究、探索进一步放宽住所登记条件，释放住所资源，降低营销成本，推进大众创业。刘玉亭称，将在允许“一址多照”、“一照多址”、“集群登记”等便利模式的基础上，对从事电子商务、设计策划和软件开发等不存在安全生产隐患、污染环境、影响居民正常生活秩序和身体健康、生命财产安全等领域经营活动的，开展广泛深入调研，研究进一步放宽住所登记条件，分行业、分业态释放住所资源的实现途径。

为何要实行“一照一码”？

在8月30日举行的“三证合一”培训班上，国家工商总局副局长刘玉亭表示，对于便捷市场主体准入、推进社会诚信体系建设、创新市场监管机制，都具有重大而深远的意义。

中国人民大学商法研究所所长刘俊海也向记者表示，“三证合一”改革对投资者的好处显而易见，同时这项改革也降低了政府的行政成本，倒逼工商、税务、质监等部门建立实时更新、信息共享的合作机制，创新行政监管合作机制，消除监管漏洞，提高监管效能。

刘俊海表示，有了统一社会信用代码，也可以降低交易风险和交易成本，构筑社会诚信体系，“因为信用代码是全国惟一的，让企业没有办法再欺诈交易伙伴，也不能再欺骗消费者”。刘俊海认为“一照一码”改革同时也能对将来建立健全税收监管体制，堵塞非法偷税漏税起到积极的作用。

为何推行“联络地址登记制”？

高珠琴告诉记者，实行“联络地址登记制”的初衷，是因为平潭的基础比较薄弱，很多企业来了，没

有办公场所，又急需办照，因此推出了这项制度。

刘俊海也表示，联络地址与经营场所的分离，既是国际趋势，也是国际惯例。据刘俊海介绍，美国 90% 以上的公司，都在免税的特拉华州注册，通信地址写的都是特拉华州，但经营场所都在别的州。而像百慕大群岛，同样有很多离岸公司，中国也有很多人在当地注册公司。此外，现在电子商务发展突飞猛进，电商一般都在家里经营。但要是把住宅地址注册成经营场所，其他业主会反对，业委会也不同意。

“联络地址登记制”存在哪些风险，应该如何监管？

高珠琴表示，仅提供联络地址进行登记，确实存在监管上的风险，比如联络地址有可能是虚假的，联络地址联系不上等问题。高珠琴告诉记者，目前，平潭的政策中，申请人提供的联络地址都是经过当地有关部门确认的，必须保证真实性。

一旦发现通过联络地址联系不上，会将企业列入异常名录，与其发生交易的企业等，查询发现有问題，就不会再与其交易。

刘俊海认为，登记注册时的联络地址，仅仅解决与第三人从事交易活动时如何找到他的问题。但这个登记的联络地址并不是儿戏，不是可以随便写一个。它是合同的签订地址，而在诉讼和仲裁过程中，有关部门按照企业在工商登记的地址送达法律文书时，就视为收到。通过这个地址能找到人，就无需再给地址赋予更多的含义，可以不在登记地址开展活动。比如电商都是在网上开展活动，没有一个联络地址也很麻烦。

来源：京华时报

商务部研究院：落实“互联网+”的主要路径



今年以来，继《政府工作报告》中提出“互联网+”行动计划后，一系列相关政策措施接连落地，从《“互联网+”行动指导意见》到《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，从《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》到商务部推出的《“互联网+流通”行动计划》，皆围绕“互联网+”提出了未来我国经济发展的新思路。如何更好把握“互联网+”发展趋势，落实发展思路，需要我们深入思考。

—

“互联网+”是连接、开放、协作、共享的互联网思维的现实运用，也是产品价值和用户价值的融合，确立了以消费者为导向的新经济理念，为我国产业、商业、对外经贸发展重塑了一个新的生态环境，产生了跨界融合的质变。未来，我国的“互联网+”将主要呈现 5 大发展趋势。

其一，“互联网+”将渗透至所有传统产业领域。其模式不仅在于传统企业利用互联网技术改造生产流程，更在于产生更多互联网与传统产业相融合、相促进的新生产、流通和商业模式。

其二，“互联网+”将催生 O2O 的全渠道融合模式。线上服务将促进线下生产、销售、服务的实体经济进行根本性变革。相关机构预测，2015 年，我国餐饮行业 O2O 市场规模将达到 1200 亿元，在线教育 O2O 规模将达到 1237 亿元。

其三，“互联网+”的综合服务业将兴起。这些综合服务企业通过整合产业链、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，为全

流程在线交易提供全方位的集成服务。

其四，“互联网+”的产业链将逐步完善。平台电商与自建网站协同发展，各类平台将进一步整合，逐步完善服务功能，更多的制造业企业将建立以互联网为载体的全产业链生产和营销模式。

其五，电子商务将获得长足发展。我国电子商务将进入服务集约化、产业链协同发展阶段，电子商务企业会在商业模式和技术产品方面不断创新，电子商务从规模到质量都会有大幅度的提高，电子商务综合服务体系将逐步建立。

二

“互联网+”上升为国家战略，意味着这一新的经济形态，将成为推动我国经济发展的新引擎，并以此推动我国的改革开放和市场化进程。当然，作为一个新兴、快速发展的领域，“互联网+”的发展必将面临各种成长中的矛盾，需要精心扶持。根据大数据模型的分析结果，“互联网+”对我国商务工作的影响包括：

一是推进改革开放和市场化进程。落实“互联网+”计划，以互联网思维改造传统思维，以电子政务改造传统政务，可以突破改革瓶颈，全面推进政府管理体制改革。通过各类商业模式创新，推进市场化进程，提高对外开放的投入产出比，使开放效益最大化。

二是促进构建现代商贸流通体系。“互联网+”融入到生产、流通、消费、国内贸易、国际贸易的各个领域，由产品导向转向消费者导向，改变了传统的商业模式和流通模式。“互联网+”从线上到线下，将生产者和消费者紧密相连，将国内生产流通与境外生产贸易连成一体化链条，真正实现城乡统一大市场、国际国内统一大市场的形成。

三是推动实现“中国制造 2025”计划。“互联网+”将驱动我国从产业链低端的加工制造向产业链的中高端提升，随着工业互联网向装备制造和新能源、新材料等工业领域渗透，也将带动我国中高端制造业的发展。未来 10 年，供应链的改变将重塑全球生产贸易格局，我国可以凭借“互联网+”的产业升级模式提升在全球供应链中的地位，全面构建制造强国生产贸易新格局。

四是提高中国服务的质量和效益。“互联网+”可以促进技术提升，在民生、医疗、教育、交通、金融等领域，使人们获得更多直接利益。此外，通过提供海外推广、交易支持、在线支付等全流程服务，可以降低服务成本，提高我国服务贸易出口竞争力。

三

“互联网+”是以消费者为核心的“C 驱动 B”商业模式，是对传统生产贸易方式的解构与重构。落实“互联网+”行动计划需要循序渐进，根据国家和地区经济发展特点逐步推进，尤其要注重以“互联网+”改造提升传统产业，而非仅仅是发展互联网平台经济。具体而言，商务领域可从以下几方面入手。

第一，营造市场化发展氛围和生态环境。建立和完善法律法规、支持政策、知识产权保护、技术标准等支撑体系。在注册、审批、税收等流程方面推动电子政务，形成“互联网+”下的政府管理升级，规范“互联网+”创新创业竞争秩序。

第二，促进各类“互联网+”模式创新健康发展。鼓励物联网、工业互联网、农业互联网、互联网金融等各类模式的技术创新和模式创新。建立自律性产业标准和规则，规范行业发展。鼓励吸收和引进各类资本，鼓励民间资本投资。推动建立“互联网+”创业园和孵化器，支持制造业利用互联网平台创业创新发展。

第三，推动“互联网+”改造传统制造业。以“互联网+”推进传统产业转型升级，发展绿色制造和智

能制造。鼓励改造传统产业的众筹、众包模式；发展基于互联网的个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式，推动形成基于消费需求动态感知的研发、生产、贸易方式。鼓励发展促进工业现代化、信息化的技术开发、咨询设计、运维服务等信息服务业和协同创新平台。

第四，以“互联网+”打造现代农业升级版。加快推进农村互联网基础设施建设，大力发展基于“互联网+农业”的优质高效、绿色安全的农业新产品、新模式和新业态。建立国家和地区农业大数据研究与应用中心，构建农产品质量安全网络追溯监管体系。推广“互联网+”农村教育培训的 O2O 模式。促进与“一带一路”国家的“互联网+”农业标准体系共建。

第五，构建“互联网+”引领下的现代流通体系。全面落实“互联网+”流通行动计划，以“互联网+”促进传统商贸流通体制改革，发展智慧流通，构建现代流通体系。建立符合国际规则的内外贸一体化企业运行机制，推进商务大数据建设，提高我国商贸流通业的国际化经营水平。

来源:经济日报

跨境购助力中国电商，淘金子将开跨境市场

近年来，随着互联网、物流网基础设施建设加快和移动互联网、大数据、云计算等技术的推动，跨境电子商务在全球范围内快速发展。联合国贸发会议预计，2015 年的跨境电子商务将占到世界贸易总额的 30%-40%。新华社电商研究机构在 2015 年全球电商大会上表示，跨境电商将成为中国商务发展新引擎！

跨境电商之大数据

中国跨境电子商务占整体贸易的渗透率为 14.2%，达到 3.75 万亿元，增长率高达 38.9%。预计到 2016 年年底，跨境电子商务贸易总额会突破 6 万亿元，保持每年 30% 的增长。

据杭州海关通报数据，浙江省的“义乌小商品”出口 1120.2 亿元，增长 48.4%，拉动全省出口增长 3.3 个百分点，占全省外贸出口 10.1%。前 8 个月，浙江省跨境电子商务出口 13.8 亿元，增长 355.8 倍，为跨境电子商务加码添力。

跨境电商之大趋势

相关数据显示，2014 年中国跨境电商交易规模 4.2 万亿，同比增长 33.3%，网民跨境网购的渗透率达到 10%，跨境电商平台企业超过 5000 家，通过各类平台开展跨境电商的企业超过 20 万家。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，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%。

2015 年 7 月 1 日，国务院出台了《“互联网+”行动指导意见》，标志着“互联网+”将成为中国经济发展的新驱动力。跨境电子商务是“互联网+外贸”的主要模式，已成为中国对外贸易的新动力因素，随着市场环境和支撑体系的不断完善，跨境电子商务以其新理念、新模式将成为促进中国对外贸易发展的新引擎。

淘金子之跨境电商

跨境电商发展迅速，模式多样，模式不同，从后端的供应链管理、中端的数据发掘到前端的用户管理等各个环节上所需要的能力与资源可能也不一样。所以创业者在选择具体的模式时，应该对该模式未来的发展空间和与之相匹配的资源做到心中有数。

淘金子，一站式社交电商平台，由国内著名天使投资人蔡文胜、汪东风投资创办，资深互联网创业人吴欣起主持的一家专为解决移动电商信誉差、大囤货、低销量、从业素质差等问题而建立的电商平台。淘

金子具有广阔的发展空间和丰富的相应资源，是电商创业者赖以信任的优质平台。

跨境电商看似相似，发展途径不经相同。如何在跨境电商的大地上杀出一条血路?这是每一位跨境进口电商创业者都应该认真思考的问题，淘金子愿与众多创业同仁一起探索!

来源:齐鲁晚报

跨境电商扎堆 如何借势突围?

借助政策“东风”，广州不少企业纷纷涉足跨境进口电商业务。不过，这些跨境电商企业，在赚足人气的同时，也引来了诸多争议。其中，争议最大的，就离不开经营的产品同质化严重问题，如诸多企业偏向母婴、美妆产品为主。

在此大背景下，广州部分跨境进口电商企业如何率先实现突围，形成核心竞争力呢?

商家拼抢跨境进口电商蛋糕

今年1月，作为跨境电商试点企业，美悦优选在广州珠江新城开设了全国首个跨境电商的线下“保税展示店”，开业首日便吸引千余市民前去疯狂抢购。不只是市民热捧跨境电商产品，广州不少企业也纷纷效仿进军从事跨境电商进口业务，并增设体验店。如以本地传统百货企业为例，4月初到5月初，摩登百货和广百先后宣布涉足跨境业务，不仅在其官网上开通跨境销售渠道，并且还在实体店开设跨境电商体验店。

一时间，跨境进口电商在广州，已呈现遍地开花趋势。如单纯看跨境电商体验店，据不完全统计，目前广州已开业或即将开业的跨境电商线下实体店已多达十几家。然而，这些跨境电商在赚足人气的同时，也引来了诸多争议。其中，争议最大的，自然而然就离不开经营的产品同质化严重等问题。

“刚开始去了第一家跨境电商体验店，感觉很新鲜又觉得方便。但看完了不同体验店后，感觉商家出售的产品类型、品牌都差不多。”在广州从事服装行业的杨小姐告诉记者。

在这样的背景下，广州部分跨境电商如何能在众多电商企业中脱颖而出，找到自己的发力点，形成自己的核心竞争力呢?记者近日走访了广州几家跨境电商企业，借此观察他们是怎样率先实现突围的。

突围

唯品会：9个国家设买手办公室

作为华南地区首家在美国上市的电商企业——唯品会，凭借“名品+折扣+限时抢购”的创新商业模式，成为了全球最大的特卖网站。自2012年第四季度以来，公司已连续十二个季度实现连续盈利，这也是国内极少数盈利的电商企业。

而作为盈利能力不错的电商，以及仓储等优势，唯品会怎会错过跨境电商这块蛋糕呢?唯品会品牌及公关副总裁冯佳路表示，公司早早就布局了这方面业务，如在9个国家就设立了买手办公室，他们主要的任务就是选品。“选品方面，举个例子，国外一些知名品牌是不做跨境电商的，因为它们在中国有非常成熟的销售体系。我们也跟这些品牌有很好的合作，我们不想通过国外采买把市场搞得特别乱，为此公司更多是找一些特色商品，如没有进入跨境电商的商品，比如澳洲的保健品、日本的药妆产品等。”

信天邮：打造全产业链服务模式

位于广州沿江路、宝岗路、滨江路三大商圈黄金交汇处的信天邮旗舰店，于今年8月初开业，面积1万多平方米。该公司总经理黄昆介绍，信天邮是专注于大健康产业的跨境电商平台，公司旗舰店开业一个

月时间，已经有两万多人注册成为公司的会员。市民只要在实体店看中了商品，无论是在网上还是在现场下单，支付过后，最快 5 天以内对应的进口产品就会直接由快递送货上门。

“公司的核心竞争力主要体现在全产业链综合服务。”黄昆表示，公司拥有丰富的线上电子商务销售资源以及线下销售网络，为境外商家提供全面的跨境电子商务解决方案，同时，公司拥有丰富的国际物流、仓储、通关、保险、金融等资源，为跨境电商货物提供从境外发货到最终快递的全供应链解决方案以及金融、保险、外汇等增值服务。

如在跨境物流方面，参股信天邮平台的报关公司长期位居广东地区报关量三甲，可以实现一条龙海外收发货、报送清关等一系列服务支持。黄昆也表示，公司旗舰店开辟的电商创业园区，也是希望吸引一些从事海外代购的小商家入驻，利用公司的资源为其提供配套增值服务等。

恒汇国际物流：主打海鲜跨境出口

作为广州市第二批跨境电商试点企业，成立于 2014 年 6 月的广州恒汇国际物流公司，自去年 9 月，公司就开始试水海鲜跨境进口，进口场地囊括了美国、墨西哥、加拿大、法国等国家。

据该公司总经理李志远介绍，恒汇物流主打海鲜跨境出口主要基于两个方面的考虑。“第一，海鲜在华南地区非常畅销，有很大的需求市场；第二，海鲜可以采用个人方式订购，能享受海关所给予的行邮税优惠。”

相关统计数据显示，近两个月，该公司进口的龙虾和生蚝有 50 多批次，共 30 多吨，货值近 300 万。“两个月中，跨境电商个人订购的数目接近 6000 票。”李志远表示，“这个数目虽然比较小，但也是公司的一个新尝试。从澳洲、欧洲的数据来看，明年大约有 3000 吨的进口货值，会超过 1 亿美元。”

据了解，该公司预计在广州市安排 200 个布货点，让消费者能以最快的速度收到新鲜海鲜。对于其他珠三角城市，将仍然采用快递运送的方式。

专家视点

个性化路线是最优选择

跨境电商的兴起堪称天时地利人和。政策支持态度的逐渐明朗化、配套条件（物流、支付和大数据等方面）的日益成熟，使得资本和人才不断涌入跨境电商领域。

一位从事零售行业的分析师昨日对记者表示，在天猫国际、亚马逊等几家综合型跨境电商独大的背景之下，对于新进入的创业者而言，要继续再往综合型方向发展拓展，基本上生存空间极小。因此，走垂直化、个性化路线才是最优选择。

“现在的传统零售都在做电商，所有电商都有跨境平台，所有进口类跨境平台都主攻母婴、美妆，同质化问题普遍存在。国内进口类跨境电商未来有两大制高点，一是差异化与超值；二是物流与落地点布局。”该分析师表示，就差异化与超值来看，不论是线上还是线下，集客引流提升交易额是零售根本，而国内靠拼价促销或电商平台拼谁先死的模式，已注定是强弩之末。只有独家特有、物超所值、符合目标客户群需求的差异化（进口类）商品，才会增加客户黏度，提升自身的销量。

来源：信息时报

从传统制造业到跨境电商，需要突破哪些瓶颈？

跨境电商行业现状及趋势

始自 2014 年的跨境电商进口试点正如火如荼，今年 6 月 10 日利好再出，发自国务院的《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》，强调促进跨境电子商务健康快速发展，用“互联网+外贸”实现优进优出，有利于扩大消费、推动开放型经济发展升级、打开了新的经济增长局面。

数据来看，2012 年，我国外贸进出口已经超过美国，成为了世界进出口贸易规模最大的国家。而其中跨境电商贸易增长更加迅猛。2014 年我国跨境电商交易规模为 4.2 万亿元，增长率为 35.48%，占进出口贸易总额的 15.89%。跨境电商平台企业超过 5000 家，境内通过各类平台开展跨境电子商务的企业超过 20 万家。据商务部测算，2016 年我国跨境电商交易规模将从 2008 年的 0.8 万亿元增长到 6.5 万亿元，占整个外贸规模的 19%，年均增速近 30%。而根据艾瑞的预测，2017 年我国跨境电商规模将达 8 万亿，复合增速 26%，行业无疑处于高速增长期。

国家政策的扶持，行业发展的迅猛，使得很多传统企业都想涉足跨境电商这一领域，但是当中涉及的政策更新、资质审核、配套资源匮乏、流程繁琐等问题让很多企业不得而入。这样就催生了一些专业的机构为企业提供一站式的跨境电商服务，服务包括提供跨境仓储、海外仓储、报关、海外转运及海外代购等业务。一些传统电商的服务商也关注并开拓了跨境电商服务，有着超过十年仓储物流经验的心怡科技物流就是其中的佼佼者。从实操角度以及心怡经验来看，要进入跨境电商大门简单地来说关键是四大平台衔接，正是这四大平台流程支撑了整套业务的运作。下面就简要地描述这四大平台。

一、电商平台

要开展跨境电商进口，首先要考虑的是做跨境贸易的电商平台，这个可理解成符合国家监管规定的网上商店。这个店可以是开在第三方平台上的旗舰店，如最知名的第三方平台天猫国际，也可以是自建。通常符合规定的第三方平台（如天猫国际等）其知名度高、流量大、品类丰富，但缺点是开店门槛高，一般商家开不起；而商家自建平台，其优点是自主灵活，不受大平台营运规则的限制，但是在项目初期需要一定的投资和技术消耗，要求较强的运营能力，引流难度大。

无论选择哪一种，所选平台都必须是关检认可的、可以独立与海关于国检实现系统对接的平台，其功能必须具备接受订单、实现网购及支付信息，并能向海关和物流平台推送订单实现数据交流。

二、物流平台

根据运行规则，电商平台必须与物流平台相结合才能实现跨境电商进口清关，这是根据海关“三单独立推送”的监管要求设定的。由此看来，物流平台才是国家监管部门重点监管的对象，正是 B2B2C 中间的那个 B——既代理业务又接受监管，顺便说，有些观点以为中间的 B 是贸易的第二方或者国内承接人，这是错误的。

物流平台才是 B2B2C 中间的那个 B，它接收电商平台的订单，产生运单并向关检推送，它的重要功能组件包括：符合关检要求资质的经营主体（物流公司），保税仓，B2B2C 报关系统（与关检系统实现对接了的），其他配套部分。狭义地理解，这里所说的物流平台其实是一个报关体系，它带有保税仓这个关键部分，所以这个模式又被指称为保税仓进口。这个平台其实还有待延伸，前端需要嫁接国际运输、海外转运仓，后端则还需要驳接国内快递才够得上一个完整的物流体系。

一般像心怡这样以第三方身份开设的跨境电商物流公共服务平台是跨境商家的首选，也更符合资源整合的物流原则。具体合作是：商家与心怡物流公共服务平台签订协议，自行组织海外货源，实现整批运输，货物进入心怡保税仓，然后由心怡全程进行保税仓管理，接到网购订单后从保税仓发货满足订单。心怡物流还可以帮助商家提供包含：购物车建站、货源分销、渠道管理软件、在线推广、在线收付、全球物流和仓储的系列配套的服务。

物流平台其实就是干活的，不干活“物”就“流”不起来。

三、支付平台

与国内电商相比，跨境电商的支付多了一道付汇（出境）功能，而这功能必须持有互联网跨境支付牌照的支付机构，才有资格实现。而该支付（付汇）的合法前提是：个人消费订单的真实性。个人消费订单产生于受监管的电商平台，对应支付平台上则产生支付信息，该支付信息被严格要求由支付平台独立推送给海关。由此支付平台也是要与关检系统进行系统对接的。

支付平台是电商平台上实现支付功能的板块，而选择一个符合广大消费者支付习惯、符合关检监管要求的支付平台对于外贸电商来说可以说是非常重要的，关乎市场开拓的大局。当前支付宝、财付通、快钱、通联、汇付、银联、易宝支付、钱宝等支付机构，均陆续获取资质并开办了跨境支付服务，选择面越来越广。

支付对接，通常的做法是：电商平台选择合适的支付机构，签约安装支付平台，该支付平台模块应该是已经对接好海关系统的，因此当订单发生，该平台收款的同时自行向海关推送支付信息。而在监管环节，支付平台独立推送的支付信息，将配合海关设定的三单核对（订单、运单、支付信息）机制的实现，清关完成后，凭此支付信息实现付汇出境。

四、政务平台/跨境电商服务平台

跨境电商跟传统外贸一样离不开如下部门的支持，就是：关、检、税、汇。

因此跨境电商政务平台指的就是一个配套给跨境电商的政务服务平台，理论上关、检、税、汇都应该接入并通过系统运行进行监督支持的，但目前仅有海关、国检上马了运作系统。

目前，跨境电商政务平台往往被理解为外贸企业进出口通关提供便利服务的系统平台，由海关、国检接入和监管。商家的货物在通关时，采用“三单对比”的方式进行监管。“三单”即指电商企业提供的报关单、支付企业提供的支付清单、物流企业提供的物流运单。“三单”数据确认无误后，货物即可放行。

未来的政务平台还将对接各个政府部门的监管统计系统平台，便于各地政府的职能部门之间公共信息的搭建，及企业进行信息查询。服务流程包含检验检疫，实现纳税退税、支付结汇及银行结汇一系列功能等。因此，跨境电商综合服务平台，其“综合”的含义囊括了金融、通关、物流、退税、外汇等代理服务，是可以一站式解决跨境商家遇到的外贸问题的。

来源：沃尔德物流集团

细读海关企业信用管理暂行办法&企业应对措施

2014年10月8日海关总署颁布了《中华人民共和国海关企业信用管理暂行办法》（以下简称“《信用管理办法》”），2014年11月18日海关总署又发布了《海关总署公告2014年第82号》（关于公布《海关认证企业标准》的公告）。至此，新的海关企业管理制度尘埃落定，并已于2014年12月1日正式实施，从立法的角度上来说中国正式进入AEO时间。

《海关企业分类管理办法》（海关总署令第197号。以下简称“《分类管理办法》”）自2010年制定实施以来，对规范企业进出口行为、鼓励企业守法自律、合理配置海关管理资源起到了积极而显著的作用。随着近些年我国进出口贸易发展变化和调整，国家信用体系建设和与国际接轨的现代海关制度推进步伐加快，以及中国海关积极主动参与国际事务逐步广泛深入，该办法在实施过程中也遇到了很多问题。针对办法落实的过程的不严格造成诟病，以及企业信用等级分类缺乏配套的便利化措施引导企业向合规企业发展等相关问题，海关总署制定了《信用管理办法》，同时废止了《分类管理办法》。

立法目的有变化

《信用管理办法》和《分类管理办法》相比，在标题上发生变化，在立法目的上也增加了“为了推进社会信用体系建设，建立企业进出口信用管理制度”的表述，这些内容都表明海关对企业的管理由单一的分类管理转变为注重信用体系建设、企业信用信息的采集、公示等。这些变化反映了海关正努力推进国家社会信用体系建设，将海关建立的信用管理体系纳入到全社会信用体系建设当中。对此，海关总署署长于广洲指出：“企业信用是企业做出来的，不是海关评出来的，海关只是客观反映市场认可度”

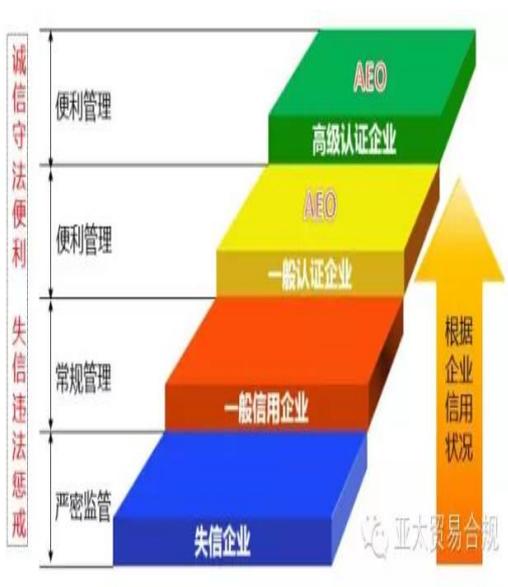
通过上面分析，也可以看出 AEO 制度是和国家的信用建设战略所匹配的。

管理类别与信用等级衔接

《分类管理办法》中，企业被分为 AA、A、B、C、D 五个管理类别，分别设有不同的管理措施。《信用管理办法》中，海关根据企业信用状况，将企业分为三类：

- 1) 认证企业
- 2) 一般信用企业
- 3) 失信企业

认证企业根据不同的标准又被分为高级认证企业和一般认证企业。按照诚信守法便利、失信违法惩戒原则，分别适用相应的管理措施。



对于新旧办法之间的衔接问题，海关总署稽查司司长孟杨指出：“我们将会制发公告，明确《分类办法》的 AA 类企业将暂时过渡为高级认证企业，海关每隔 3 年对高级认证企业进行一次重新认证；A 类企业将直接过渡为一般认证企业，海关将通过系统对企业的信用状况进行动态监控和评估，并实行不定期重新认证；B 类企业将直接过渡到一般信用企业；C 类和 D 类企业将由海关按照《信用暂行办法》重新审核并确定信用等级。”目前各地海关加大了平移企业的重新认证的步伐，落实海关总署对企业信用管理的相关细则要求。

2005 年 6 月，中国海关在世界海关组织（WCO）第 105/106 次会议上签署了《全球贸易安全与便利标准框架》（以下简称“《标准框架》”）意向书。《信用管理办法》充分融入了《标准框架》中 AEO 制度的先进理念，正式明确了认证企业是中国海关经认证的经营者（AEO），中国海

关依法开展与其他国家、地区海关的 AEO 互认，并给予互认 AEO 企业相应通关便利措施。从这点来看，高级认证企业可以享受 AEO 互认国家、地区海关提供的通关便利措施。

企业的信用信息将予以公开

《信用管理办法》第七条规定了企业信用信息公开制度。海关应当在保护国家秘密、商业秘密和个人隐私的前提下，公示企业下列信用信息

- (一) 企业在海关注册登记信息；

(二) 海关对企业信用状况的认定结果;

(三) 企业行政处罚信息;

(四) 其他应当公示的企业信息。海关对企业行政处罚信息的公示期限为 5 年。企业可以通过“中国海关企业进出口信用信息公示平台”查询相关信息。

这一规定的出台对企业提出了更高的合规性要求, 企业需要更严格地遵守海关的规定, 避免受到海关的处罚, 影响企业的信用状况。海关总署信用公示平台已经开放而且查询方便:
<http://credit.customs.gov.cn/>

适用标准不再严格区分报关企业和非报关企业

在《分类管理办法》中, 对于报关企业和非报关企业进行了严格区分, 适用不同的标准, 但新的《信用管理办法》不再特别区分报关企业和非报关企业, 基本上适用同一标准, 只是个别条款对报关企业和非报关企业有不同的要求。这点变化还很多人无法看到后续相关影响, 可能要等到 2016 年才会发现立法者的良苦用心, 后续有相关文章对这点持续跟进报道, 敬请关注公众号相关内容。

分类标准的设定更加全面、科学、合理

《信用管理办法》在企业分类标准的设定上较之于以前更加全面、科学、合理, 主要体现在以下几个方面:

1) 认证企业的认定标准更加全面。

《海关认证企业标准》较之于以前的 AA、A 类企业认证标准更加全面。

新认证标准分为内部控制、财务状况、守法规范、贸易安全和附加标准, 高级认证共 5 大类 18 条 32 项, 一般认证共 5 大类 18 条 29 项。其中前 4 类为基础标准, 第 5 类为附加标准。而之前的 A 类、AA 类企业认证标准在实际评定时更多是从守法规范方面考虑, 在其他方面要求较少。

特别是在贸易安全方面, 提出了更多的要求, 切实要求企业建立起对应的贸易安全防控体系, 确保企业供应链安全。

2) 对于失信的非报关企业, 增加了“被海关行政处罚金额超过 10 万元的违规行为 2 次以上”的规定。

《信用管理办法》第十条第(二)款规定, 对于确定非报关企业为失信企业需要其 1 年内违反海关监管规定行为次数超过上年度报关单、进出境备案清单等相关单证总票数千分之一且被海关行政处罚金额超过 10 万元的违规行为 2 次以上的, 或者被海关行政处罚金额累计超过 100 万元。换言之, 如果一家企业在 1 年内(即指连续的 12 个月内)违规次数超过了上年度报关单、备案清单等相关单证总票数的千分之一, 但没有超过 10 万元的处罚或者不超过 2 次, 该企业仍然不会被调整为失信企业。

这一点与《分类管理办法》中 C、D 类企业认证标准有显著不同, 主要是因为海关的处罚实践中, 10 万元以下的行政处罚较多, 特别是一些轻微的违法案件, 如果不设定一个处罚金额的标准, 将会让一些资信良好的企业, 因为一些轻微违法行为被归入失信企业, 有失公平。

3) 改变了《分类管理办法》中指标均为刚性、绝对数值的做法, 考虑大小企业以及进出口业务量多少的实际情况, 设置相对值指标(如差错率、违法次数占比等)。

例如, 《信用管理办法》第十条第(二)款中对于报关企业确定为失信企业的标准包括“报关企业 1 年内违反海关监管规定行为次数超过上年度报关单、进出境备案清单总票数万分之五的, 或者被海关行政

处罚金额累计超过 10 万元的；”

《分类管理办法》中对报关企业适用 C 类管理时要求“1 年内有 3 次以上违反海关监管规定的行为，或者 1 年内因违反海关监管规定被处罚款累计总额人民币 50 万元以上的；”还有《信用管理办法》第十条第（四）款规定“上一季度报关差错率高于同期全国平均报关差错率 1 倍以上的；”而《分类管理办法》对于适用 C 类标准管理的报关企业规定的是“上一年度代理申报的进出口报关差错率在 10%以上的”。

不过由于历史数据库尚未完整建立起来，所以在 2015 年 9 月份之前的认证企业暂时不将报关差错率作为考核指标。有关差错率相关细节在后文中会详细阐述，后续可以回复关键词“差错率”获取相关细节。

4) 取消了确定认证企业进出口额的标准。

《信用管理办法》取消了企业上一年度进出口总值 50 万美元以上、代理申报的进出口报关单及进出境备案清单总量 2 万票（中西部 5000 票）和 3000 票以上的规模标准。这一规定，保障了中小企业获得平等竞争机会，进一步体现了“守法便利”的理念。这个意念也是和西方发达国家的相关法律规定以及立法原则所接近的。

5) 取消了新注册企业须适用当前信用等级满 1 年的时间条件。

《分类管理办法》中对于适用 AA、A 类企业管理时均要求符合当前信用等级满 1 年，新的《信用管理办法》则取消了这样的规定，一般信用企业（首次注册登记的企业）按照《信用暂行办法》和《海关认证企业标准》进行自我评估，认为符合什么标准，就可以向海关提出申请，进行相应的认证。

新企业当然可以申请对应的认证，不过由于企业在制度建设和相关记录上存在比较的空白区，海关审核的时候会更加趋严，要求类似企业要务必注意到这一点。很多企业盲目自信，结果一旦认证，发现 2/3 的企业信用认证标准不达标，浪费了很大的人力物力财力。

6) 《信用管理办法》不再单独将知识产权案件数量作为确定企业信用等级的依据。

这一规定的原因可能在于海关认为知识产权案件（进出口侵犯知识产权的货物）也应当算作违反海关监管规定的行为，所以在这里没有单独列明，这是对以前《分类管理办法》相关规定的纠正。

《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第三章规定了违反海关监管规定的行为及其处罚，其中第 25 条已经规定了进出口侵犯知识产权货物的处罚，这说明《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》已经明确了进出口侵犯知识产权货物也属于违反海关监管规定的行为，而之前《分类管理办法》在同一条中既规定了“违反海关监管规定行为”又规定“因进出口侵犯知识产权货物而被行政处罚”。

7) 部分标准更加严格。

《信用管理办法》第十条对于报关企业被认定为失信企业的标准从累计处罚金额为 50 万元下调为 10 万元；对于认证企业连续“无走私犯罪、走私行为”的年限由 1 年调整为 2 年，同时还增加了加工贸易手册报核率、滞纳税款报关单率以及查验成案率等指标。

《信用管理办法》第二十一条规定，作为企业信用状况认定依据的走私犯罪，以刑事判决书生效时间为准进行认定；作为企业信用状况认定依据的走私行为、违反海关监管规定行为，以海关行政处罚决定书作出时间为准进行认定。这些要求都规定了 AEO 信用企业不能触碰故意主观故意违规这条红线。

8) 引入中介机构参与认证。

根据《信用管理办法》第十二条的规定，海关或者申请企业可以委托具有法定资质的社会中介机构对企业进行认证；中介机构认证结果经海关认可的，可以作为认定企业信用状况的参考依据。我们认为，这

是继 2013 年底海关总署出台的《海关引入社会中介机构协助稽查工作操作规范（试行）》实施一年以来，再次体现海关简政放权、转变职能的又一项重要改革举措。相关第三方认证由于其专业水准和独立视角会越来越受到合规企业的青睐。

信用状况等级	适用管理原则和措施
高级认证	在确定进出口货物的商品归类、海关估价、原产地或者办结其他海关手续前先行办理验放手续 海关为企业设立协调员 对从事加工贸易的企业不实行银行保证金台账制度 AEO 互认国家或者地区海关提供的通关便利措施
一般认证	较低进出口货物查验率 简化进出口货物单证审核 优先办理进出口货物通关手续 海关总署规定的其他管理原则和措施
失信企业	较高进出口货物查验率 进出口货物单证重点审核 加工贸易等环节实施重点监管 海关总署规定的其他管理原则和措施
备注	因企业信用状况认定结果不一致导致适用的管理措施相抵触的，海关按照就低原则实施管理 认证企业涉嫌走私被立案侦查或者调查的，海关暂停适用相应管理措施，按照一般信用企业进行管理

上面的表格只是一个非常粗略的汇总，实际上，由于中国加入 WTO 贸易便利化框架，中国的贸易便利化进程还在大幅度推进，类似汇总纳税、关检合一、单一窗口、自主申报、自律管理等已经在逐步变成现实，可以预见的是，AEO 认证将在成为企业在竞争中的金字招牌。

《信用管理办法》在严格贯彻“诚信守法便利、失信违法惩戒”这一基本立法原则的同时，进一步细化和提高了进出口企业在内部控制、财务状况、守法规范、贸易安全等海关与贸易合规方面综合性认证标准，进一步完善了通关实践中的区别化监管措施。

现在的市场竞争，在产品特点日益趋同的情况下，供应链方面的竞争日益激烈，作为供应链重要环节的海关通关环节，对企业库存周转、市场的及时进入直接影响。因此，建议广大进出口企业，特别是外商投资企业应该在海关和贸易合规方面提高风险意识。

同时，海关建立的信用管理体系纳入到全社会信用体系建设当中，对企业在市场中的发展也会产生直接影响，所以，建议企业进一步加强内部关务风险防控体制，以争取能够获得较高等级的认证结果，从而

真实地享受到更加便利化的通关监管措施，切实提升企业的核心竞争力。

另外，广大的进出口企业在申请成为认证企业之前，应当做好公司内部的自查自检工作，必要时也可以聘请第三方独立咨询机构开展深入的尽职调查，以确保企业在内部控制、财务状况、守法规范、贸易安全等方面符合海关的认证标准，顺利实现成为认证企业的目标。同时，通过专业化、细致化的内审工作，还可以最大限度防止在升级过程中，因被海关发现潜在风险，进而受到处罚、甚至降级等适得其反的效果。总而言之，AEO 认证是 CEO 工程，是系统提升。

企业大致可以参照下面的步骤完善自己的体系&记录：

相关背景：

在世界海关组织（WCO）制定的《全球贸易安全与便利标准框架》中，经认证的经营者（Authorized Economic Operator, AEO）被定义为“以任何一种方式参与货物国际流通，并被海关当局认定符合世界海关组织或相应供应链安全标准的一方，包括生产商、进口商、出口商、报关行、承运商、理货人、中间商、口岸和机场、货站经营者、综合经营者、仓储业经营者和分销商”。在中国海关制度与世界日益接轨的今天，中国也与韩国、新加坡等多个国家地区签订了 AEO 互认协定，“AEO 认证”正成为关乎企业安全及信誉度的一个国际性品牌，申请并获得 AEO 资格——这需要非常严格的生产贸易合规标准，也受到越来越多企业的重视。

来源：亚太贸易合规



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