

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07日

目录

外汇局政策动态	3
国家外汇管理局关于印发《跨国公司外汇资金集中运营管理规定》的通知	3
财政部政策动态	4
关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知	4
国务院政策动态	4
国务院办公厅关于印发加快海关特殊监管区域整合优化方案的通知	4
行业动态	8
物流在互联网的推动下走向何方?	8
中国与澳新航空合作进入爆发期	13
韩中签署工作协议共同降低非关税壁垒	14
G20 聚焦中国 德财长力挺北京货币政策	14
跨境电商重塑价值链 创造共赢开放生态	14

外汇局政策动态

国家外汇管理局关于印发《跨国公司外汇资金集中运营管理规定》的通知

国家外汇管理局各省、自治区、直辖市分局、外汇管理部，深圳、大连、青岛、厦门、宁波市分局：

为进一步促进贸易投资便利化，服务实体经济，国家外汇管理局（以下简称总局）修订了《跨国公司外汇资金集中运营管理规定（试行）》。现通知如下：

一、试点外债比例自律管理。跨国公司成员企业借用外债实行比例自律，主办企业可全部或部分集中成员企业外债额度；外债结汇资金可依法用于偿还人民币贷款、股权投资等；企业办理外债登记后可根据商业原则自主选择偿债币种。

二、优化国际主账户功能。境内银行通过国际外汇资金主账户吸收的存款，可在不超过前六个月日均存款余额的 50%（含）额度内境内运用；在纳入银行结售汇头寸管理前提下，允许账户内资金一定比例内结售汇。

三、简化账户开立要求。允许跨国公司资金集中运营 A 类成员企业经常项目外汇收入无需进入出口收入待核查账户；符合条件的跨国公司主办企业可异地开立国内、国际外汇资金主账户。

四、简化外汇收支手续。允许银行按照“了解客户”、“了解业务”、“尽职审查”等原则，审核相关电子单证真实性后办理经常项目外汇收支；允许经常项目和资本项目对外支付购汇与付汇在不同银行办理。

五、完善涉外收付款申报手续。简化集中收付汇和轧差结算收支申报程序，建立与资金池自动扫款模式相适应的涉外收付款申报方式，允许银企一揽子签订涉外收付款扫款协议。

六、加强事中事后管理。一是银行、企业等应按照规定及时、准确报送试点业务等数据。二是各级外汇局应当加强跨国公司外汇资金集中运营管理业务跨境资金流动监测，对异常或可疑情况进行风险提示，依法开展现场核查检查。三是各分局、外汇管理部（以下简称分局）既可要求主办企业一次性更新之前备案材料，重新制定操作规程备案；也可仅就外债比例自律管理等新增业务单独备案。分局参照前述规定办理向总局的备案，新开展业务的分局须向总局整体备案业务操作规程。四是分局在审核企业备案操作规程过程中，须严格审核外债和对外放款额度，确保准确；做好系统维护，加强部门协调和对银行、企业的监管。

现将修订后的《跨国公司外汇资金集中运营管理规定》印发，请各分局遵照执行。遇有特殊情况，及时向总局反馈。

联系电话：

010-68402113；68402448；68402381；68402383

附件：跨国公司外汇资金集中运营管理规定

国家外汇管理局

2015 年 8 月 5 日



财政部政策动态

关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知

财税[2015]99号

各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、国家税务局、地方税务局，新疆生产建设兵团财务局：

为进一步发挥小型微利企业在推动经济发展、促进社会就业等方面的积极作用，经国务院批准，现就小型微利企业所得税政策通知如下：

一、自2015年10月1日起至2017年12月31日，对年应纳税所得额在20万元到30万元（含30万元）之间的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。

前款所称小型微利企业，是指符合《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例规定的小型微利企业。

二、为做好小型微利企业税收优惠政策的衔接，进一步便利核算，对本通知规定的小型微利企业，其2015年10月1日至2015年12月31日间的所得，按照2015年10月1日后的经营月份数占其2015年度经营月份数的比例计算。

三、《财政部国家税务总局关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2015〕34号）继续执行。

四、各级财政、税务部门要严格按照本通知的规定，做好小型微利企业所得税优惠政策的宣传辅导工作，确保优惠政策落实到位。

财政部国家税务总局

2015年9月2日



国务院政策动态

国务院办公厅关于印发加快海关特殊监管区域整合优化方案的通知

国办发〔2015〕66号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

《加快海关特殊监管区域整合优化方案》已经国务院同意，现印发给你们，请认真贯彻执行。

国务院办公厅

2015年8月28日

(此件公开发布)

加快海关特殊监管区域整合优化方案

海关特殊监管区域是我国开放型经济发展的先行区，是加工贸易转型升级的集聚区，为承接国际产业转移、推进区域经济协调发展、促进对外贸易和扩大就业等作出了积极贡献。当前，深化改革扩大开放对海关特殊监管区域发展提出了新的更高要求。为加快海关特殊监管区域整合优化，促进海关特殊监管区域科学发展，制定本方案。

一、总体要求

(一) 指导思想。

深入贯彻落实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，主动适应经济发展新常态，紧紧围绕国家战略，解放思想、改革创新，简政放权、转变职能，依法行政、强化监管，优化服务、促进发展，加快海关特殊监管区域整合优化，推动海关特殊监管区域创新升级，提高发展质量和效益。

(二) 发展目标。

增强科学发展内生动力。完善政策、创新制度、拓展功能、优化管理，营造国际化、市场化、法治化环境，促进区内企业参与国际市场竞争，更好地服务外向型经济发展和改革开放，推动海关特殊监管区域量质并举。

促进加工贸易转型升级。优化产业结构，推进加工贸易向中西部和东北地区梯度转移、向海关特殊监管区域集中，充分发挥海关特殊监管区域统筹国际国内两个市场、两种资源的作用。

发挥要素集聚和辐射带动作用。服务“一带一路”、京津冀协同发展和长江经济带等重大国家战略实施，促进区域经济协调发展。

(三) 基本原则。

坚持市场导向。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，尊重企业的主体地位，促进企业按照市场规律利用国际国内两个市场、两种资源，培育公平、开放、便利的市场环境。

坚持问题导向。抓住发展中存在的主要矛盾和突出问题，分类施策、综合协调、创新驱动，使海关特殊监管区域不断适应新的发展和需求。

坚持法治导向。建立健全与海关特殊监管区域发展要求相适应的法律法规体系，实现法治建设和创新发展相衔接，提升管理的制度化、规范化、科学化水平。

坚持效能导向。牢牢把握发展大势，坚持稳中求进，加快政府职能转变，优化指导和服务；建立保护知识产权、维护质量安全、促进守法便利、维护公平、奖优惩劣、互联互通的管理机制，为海关特殊监管区域发展营造更好的环境。

(四) 重点任务。

创新制度。借鉴自由贸易试验区创新制度的成功经验，进一步优化作业流程，创新管理模式，提高管理效能，激发企业活力。

统一类型。统筹考虑不同地区经济发展特点和需求，因地制宜，加快存量整合。结合实施《推进“三个1亿人”城镇化实施方案》，支持中西部和东北地区符合条件的大中城市设立综合保税区。逐步统一各类海关特殊监管区域的监管模式，规范海关特殊监管区域政策。

拓展功能。在大力发展高端制造业的基础上，促进区内产业向研发、物流、销售、维修、再制造等产业链高端发展，提升附加值，促进新技术、新产品、新业态、新商业模式发展，促进海关特殊监管区域产业转型升级和多元化发展。

规范管理。切实落实好准入、退出机制，坚持按需设立，适度控制增量，整合优化存量，规范运行管理。严格执行土地管理政策，提高土地利用率和综合运营效益，对土地利用率低、运行效益差的，责令整改、核减面积或予以撤销。

二、推进海关特殊监管区域整合

（五）整合类型。逐步将现有出口加工区、保税物流园区、跨境工业区、保税港区及符合条件的保税区整合为综合保税区。新设立的海关特殊监管区域统一命名为综合保税区。

（六）整合功能。逐步整合海关特殊监管区域保税功能，使其具有服务外向型经济发展和改革开放，连接国际国内两个市场、支持企业创新发展、满足产业多元化需求、发挥集约用地和要素集聚辐射带动作用等基本功能。

（七）整合政策。规范、完善海关特殊监管区域税收政策，促进区内企业参与国际市场竞争，同时为其参与国内市场竞争创造公平的政策环境。

（八）整合管理。逐步统一海关特殊监管区域信息化管理系统，统一监管模式。整合管理资源，加快完善管理部门间的合作机制，实现相关管理部门信息互换、监管互认、执法互助（以下称“三互”），加强事中事后监管。简化整合、新设海关特殊监管区域的审核和验收程序，提高行政效率。

三、实现海关特殊监管区域优化

（九）优化产业结构。鼓励辐射带动能力强的大型项目入区发展。引导加工贸易向中西部和东北地区转移，鼓励加工贸易企业向与当地产业结构相配套的海关特殊监管区域集中，延伸产业链，充分发挥海关特殊监管区域辐射带动作用。推动区内制造企业实现技术创新和产业转型，促进与制造业相关联的销售、结算、物流、检测、维修和研发等生产性服务业有序发展。在自由贸易试验区内的海关特殊监管区域积极推进内销选择性征收关税政策先行先试。

（十）优化业务形态。促进海关特殊监管区域发展保税加工、保税物流和保税服务等多元化业务。支持区内企业利用剩余产能承接境内区外委托加工。促进企业提高统筹两个市场、利用两种资源能力，助推企业提升创新能力和核心竞争力。在中国（上海）自由贸易试验区、中国（福建）自由贸易试验区的海关特殊监管区域统筹研究推进货物状态分类监管试点。继续推进苏州、重庆贸易多元化试点。

（十一）优化贸易方式。鼓励区内企业开展高技术含量、高附加值项目的境内外维修、再制造业务。支持企业运用跨境电子商务开拓国际市场，按照公平竞争原则开展跨境电子商务进口业务。支持海关特殊监管区域企业开展期货保税交割和仓单质押融资等业务，允许在海关特殊监管区域内设立保税展示交易平台。支持开展融资租赁业务，对注册在中国（广东）自由贸易试验区、中国（天津）自由贸易试验区海关特殊监管区域内的融资租赁企业进出口飞机、船舶和海洋工程结构物等大型设备涉及跨关区的，在执行现

行相关税收政策前提下，根据物流实际需要，实行海关异地委托监管。

（十二）优化监管服务。创新通关监管服务模式，深化“一线放开”、“二线安全高效管住”贸易便利化改革。落实“三互”推进大通关建设，创新监管查验机制。优化保税物流流转管理系统，实现海关特殊监管区域间保税物流流转便利化。加强口岸与海关特殊监管区域以及海关特殊监管区域间联动发展，将海关特殊监管区域纳入通关一体化格局。加快推广中国（上海）自由贸易试验区“单一窗口”建设试点经验。加快复制推广自由贸易试验区及海关特殊监管区域试点成熟的创新制度措施。

四、实施步骤

（十三）近期目标（2015—2016年）：严格准入退出，推进简政放权，强化部门协作，创新监管制度，积极推动试点工作。

- 1.按照《海关特殊监管区域设立审核办法》，严格新设审批，推动条件成熟的地区设立综合保税区。
- 2.推动符合条件的各类海关特殊监管区域整合为综合保税区。
- 3.落实《海关特殊监管区域退出管理办法》，对现有海关特殊监管区域开展复核评估，对土地节约集约利用及运行效益较差的，责令整改、核减面积或予以撤销。
- 4.简化海关特殊监管区域整合、新设的审核和验收程序。
- 5.加快信息化系统建设步伐，探索实现相关管理部门“三互”，加快推广中国（上海）自由贸易试验区“单一窗口”建设试点经验。
- 6.在自由贸易试验区内的海关特殊监管区域积极推进内销选择性征收关税政策先行先试。
- 7.扎实做好苏州、重庆贸易多元化试点工作，及时总结评估，适时研究扩大试点。
- 8.研究制定方案，在中国（上海）自由贸易试验区、中国（福建）自由贸易试验区的海关特殊监管区域内统筹推进货物状态分类监管试点。
- 9.按照公平竞争原则开展并扩大跨境电子商务进口业务。
- 10.支持区内企业利用剩余产能承接境内区外委托加工。
- 11.推广期货保税交割海关监管制度、境内外维修海关监管制度，在中国（广东）自由贸易试验区、中国（天津）自由贸易试验区试点融资租赁海关监管制度。
- 12.推动口岸与海关特殊监管区域以及海关特殊监管区域间联动发展，将海关特殊监管区域纳入通关一体化格局。

（十四）中期目标（2017—2018年）：总结经验，制定相配套的管理办法，复制推广创新制度措施。

- 1.在总结前期试点经验和成效的基础上，加快复制推广自由贸易试验区、海关特殊监管区域试点成熟的创新制度措施。
- 2.将海关保税港区管理暂行办法修订为海关综合保税区管理办法。
- 3.构建海关特殊监管区域发展绩效评估体系，引导海关特殊监管区域科学发展。
- 4.建立健全与海关特殊监管区域发展要求相适应、相配套的制度体系。

（十五）远期目标（2019—2020年）：健全法制，完善政策，全面实现发展目标，促进海关特殊监管

区域又好又快发展。

1.按程序制定海关综合保税区管理条例。

2.完善促进海关特殊监管区域科学发展的相关政策。

3.按照国际化、法治化标准，不断培育海关特殊监管区域竞争新优势，努力将海关特殊监管区域打造为自由贸易试验区的重要载体。

4.服务“一带一路”发展战略，推进跨国产业联动发展。建立与沿线国家海关特殊监管区域的常态化和务实性合作机制，共商合作规划、合作内容，开展海关制度、建设标准和数据交换等各领域的务实合作。

五、组织保障

（十六）统筹推进海关特殊监管区域整合优化工作。海关总署要会同各有关部门做好业务指导和服务工作，及时督促检查并跟踪了解海关特殊监管区域整合优化工作进展情况；各有关部门要加强协作，密切配合，共同研究解决整合优化过程中出现的困难和问题。各省（区、市）人民政府要根据本方案和当地的具体情况，制定相应的实施方案，加强统筹，落实责任，稳妥推进相关工作，确保海关特殊监管区域整合优化取得实效。

行业动态

物流在互联网的推动下走向何方？



在过去，中国的物流几乎一直都是中国邮政一家说了算。不过由于服务水平质量较差、速度效率慢等原因，在电商的冲击下，中国邮政物流很快就已经跟不上时代的发展。在淘宝、天猫、当当等电商模式的兴起下，顺丰、中通、申通等各类第三方快递公司迅速崛起，与此同时京东商城的迅猛发展也带动了自建物流京东物流的壮大。在看到京东物流的成功之后，各大电商平台也开始纷纷自建物流，不过自建物流成本之高并非一般公司能力所能承受。到了今日，整个物流又呈现出了物流 O2O 混战江湖的局面，并试图引导未来物流的发展。

物流 O2O 缘何兴起？

今天，唱衰 O2O 的大有人在，唱衰 O2O 的这部分人当中有相当一部分是来自那 99% 的失败者，互联网行业的特性就是如此。当年刘旷也曾参与过团购行业的千团大战，作为一名创业者，也曾感叹过团购不是人干的活，但今日美团、百度糯米、大众点评的规模却足以让我惭愧。对于今天不断有人唱衰 O2O，我始终有一个比较清醒的认识：O2O、智能、大数据定将会成为互联网改造传统行业、升级传统行业的三把利剑，只是每一个 O2O 细分领域最终能够容纳的平台不会超过 3 家，物流 O2O 同样如此。今天物流 O2O 已经开始在全面流行，并将会在未来的几年时间逐渐走向成熟，对于它的兴起，刘旷认为跟以下五大原因是分不开的。

第一个原因：到了移动互联网时代，各类 O2O 的兴起，带动了上门服务的流行。诸如外卖 O2O、便利

店 O2O、医药 O2O、超市 O2O、生鲜 O2O、鲜花 O2O、蛋糕 O2O……铺天盖地而来，随之而来的则是非常严重的物流配送问题。很多上门服务 O2O 平台都无法顺利完成商品的配送问题：自建物流前期成本太高；依托线下商家自己配送服务水平难以保证且有相当部分商家不愿自己配送；依托顺丰、圆通、申通等第三方物流近距离配送也不现实。于是，与各种上门配送服务相关的物流 O2O 趁机兴起。

第二个原因：目前在国内存在一个比较严重的现象，国内大部分的货车司机都是个体司机，他们承担着国内主要的货运量。但是这些货车司机接业务大都是通过熟人朋友的关系以及每个城市的货场，这就导致了货车司机大部分时间并没有接业务，而有相当部分发货人却苦于找不到货车，整个行业存在严重的信息不对称问题。如何解决这种信息不对称问题，物流 O2O 就有了存在的价值。

第三个原因：电商的高速发展已经验证了当前的物流已经难以满足它的配送需求，尤其是遇到电商促销日，比如京东 618、天猫双 11 等购物狂欢节，物流配送无法按时送达几乎成为了每一次电商促销日各大电商平台最头疼的问题。不管是自建物流的电商平台，还是依托第三方物流的电商平台，在这个时候都急切需要一些兼职或者临时性的物流配送人员，但是短时间上哪去找那么多人配送，众包模式物流 O2O 出现则能有效解决突增性的大量物流需求。

第四个原因：油费、过路费、货车维修保养费等成本逐年递增，导致了货车司机在返程时存在大量的成本浪费，如何能够让货车司机在返程尤其是长途货运返程时同样能接到单，提升运营效率，节省运营成本，基于 LBS 的货运 O2O 也就成为了车主们急切需要的平台。

第五个原因：目前物流行业整体普遍存在服务水平质量低现象，广大用户除了对顺丰物流的服务水平比较认可之外，对于其他诸如圆通、韵达等物流都是一肚子苦水，不过顺丰物流的价格也偏贵。整个行业的物流服务水平都急切需要提升，需要新的物流平台和模式来替代传统物流，互联网与传统物流相结合则是一个不错的选择。

物流 O2O 模式之争

并不是说所有物流 O2O 就一定会代表着整个物流行业未来的发展方向，物流 O2O 同样也存在相当的市场痛点，比如计费标准问题、交易安全问题、线下货车资源整合问题、跳单问题等。所以又涌现出了不同模式的物流 O2O，每一种模式有它的优点，同时也有它的缺点。

一、全民众包模式

提到物流 O2O，可能很多人对于众包模式都会有所了解，以达达、人人快递、京东众包、闪送、快收等为代表的众包模式受到了诸多快递人员与消费者的欢迎。

不得不承认，全民众包的快递 O2O 模式在一定程度上解决了大批就业问题，这是这类平台对于社会的贡献。目前在国内有相当一部分的闲散人力、同时也有相当部分人员工作之余也想赚到更多的收入，这类 O2O 平台无形之中会受到这部分人群的欢迎。无论是白领阶层、学生阶层、公务员、企业老板、下岗工人，还是自由职业者，只要愿意，符合基本条件者，都可以申请成为该类平台的自由快递员。

此外，对于顺道送快递的人员来说，这种模式也将大大降低平台的运营成本，同时也能提升寄送效率。一般来说，传统快递上门取快递的时间至少要半个小时，发货的话需要至少 1 个小时，但众包模式都是匹配离用户最近的快递人员，能提升发货速度。除了闪送所推出的专人快速配送价格会比较高之外，其他众包相对来说配送价格也会比较低。

不过这种全民众包模式会存在两个非常严重的问题。一个问题是用户货品的安全性无法保证，即便是平台在最开始对快递员的资质进行严格审核，还是无法避免这类问题的发生。对于一个快递员来说，如果该用户发送的货品比较贵重，就有发生占为已有的可能。而闪送所谓的全程监控实际上也只是手机客户端

的位置识别，这个位置识别并没有多大意义，如果该快递员想作弊，收到货品后完全可以把 GPS 关闭，闪送难道还会派专人 24 小时盯着每一个快递员？很明显，这种全程监控并不是一个解决货品安全的好办法。当年淘宝推出了支付宝担保交易和商家诚信金，有效解决了交易信任问题，但众包 O2O 物流却不同于淘宝。

第二个问题则是配送的专业性不够，快递自然要涉及到上门取件、上门送件，众包模式在对送件人与取件人的服务水平及质量上也会存在不足。目前几大众包模式平台除了闪送在前期会快递人员进行系统培训之外，其他平台都只是通过认证的方式，有的偶尔也针对部分快递人员进行简单培训。

二、物流公司众包模式

与全民众包模式不同，PP 速达、运宝网则采用的是针对物流公司的众包模式。PP 速达通过与国内 12 家大型快递公司达成合作，运宝网则集合了 8000 家专线物流公司。

当前线下传统物流公司正在受到全民众包模式物流 O2O 的冲击，传统物流公司缺乏线上的流量来源，这类众包平台通过把他们的物流人员资源整合到一起，能够给他们带来用户，他们自然也就比较愿意接入。

同时，相比全民众包模式而言，这种物流公司的众包模式可以在一定程度上保证货品安全问题。全民众包模式全部都是由独立的个人组成，一旦货品出了问题就难以找到负责人来承担，但是物流公司众包模式不一样，即便是出了问题也能找到物流公司来承担责任。此外，物流公司的快递人员都经过公司系统严格的培训之后才正式上岗，在服务的专业性上面相比全民众包模式的快递人员要强。

不过这种物流公司的众包模式平台，也会存在两个比较严重的问题。首先就是流量入口问题，一旦这类平台没有足够的流量作为支撑，就很难为其他物流公司导入真正的用户。既然不能带来用户，这类平台也就失去了存在的价值与意义。尤其是在平台发展初期的时候，缺乏品牌效应，还要面对众多物流 O2O 的竞争，没有足够的资金实力砸市场，难以发展壮大起来。

其次就是跑单问题，做流量入口平台就需要防范的就是为他人做嫁衣。很多全民众包模式平台几乎把所有的收入全部给快递人员，这样就在一定程度上避免了跑单现象，但是物流公司众包模式却不同，一旦客户比较认为某一家公司的服务之后，定然就会经常指定这家物流公司为其发货。

三、自建物流模式

与众包模式不同，趣活美食送是一类自建物流团队的配送平台，不过与传统自建物流队伍的公司不同，这类物流平台主要以服务 O2O 配送为主。目前，趣活美食送主要为广大消费者提供特色美食和餐厅外卖服务。

当前，在国内众多的 O2O 领域，物流配送是胜负关键的重要因素。对于这类 O2O 平台来说，依托第三方物流配送将帮助平台节省大量的运营成本，同时依托这种专业的物流配送，也能大幅提升平台的运作效率和用户体验。就光拿外卖来说，目前几大外卖平台几乎都是采取自有物流团队和借助趣活美食送这种第三方物流结合的方式。

自建物流相比众包模式而言，所有的快递人员都是平台自己招聘过后再进行统一培训的，这样有利于配送服务的标准化建设。无论是从专业的角度来看，还是从服务水平、质量上来对比，自建的第三方物流都相比众包模式的零散物流更有保障。

不过对于趣活美食送这类的第三方自建物流的 O2O 配送平台来说，在前期的成本会相当高，这个成本不是一般公司所能承受的。而且这种 O2O 物流配送单子的利润非常低，只能靠规模制胜，也就是前期盈利会比较难，如果平台前期不具备足够的资金实力，很可能难以继续经营下去，这一点从众多的校园物流 O2O 配送经营困难就可以看出。

第二个，由于扩张成本非常高，这种自建物流的 O2O 配送模式相比众包模式而言，在前期的规模扩张速度上会进展缓慢，很容易失去市场先机。一旦其他的平台在某一个城市已经建立起了规模和壁垒，这个时候要打进该城市的难度与成本就会更高。

四、货运 O2O 模式

1、同城货运

神盾快运、运拉拉、1 号货的、蓝犀牛、速派得等则是一类同城货运 O2O 平台也正在受到资本的追逐，这类平台的出现就是为了解决货主与车主之间信息不对称而诞生。

其实从整个市场需求的角度来看，同城货运还是具有相当大的市场规模。货主与车主之间的信息不对称问题就给了同城货运 O2O 一个巨大的生存空间，通过智能匹配与推送，这类 O2O 平台能够在第一时间匹配离用户最近最适合的车主去为货主服务，既节省了货主的时间成本，也提升了车主的运营效率。所以，数据分析与智能匹配对于货运 O2O 来说至关重要。

其次，对于广大的私家货车主们来说，目前存在两个比较严重的现象。一个现象是目前国内整体的货车市场体量非常大，可是却有相当一部分货车主们并没有什么盈利收入来源，货运 O2O 的出现定然会受到这些车主们的大力欢迎；另一个现象就是返程的浪费，目前油费、货车维修费等成本都在不断上升，如何降低返程的空载率提升利润率也成为了车主们焦虑的问题，货运 O2O 同样也满足了这部分车主的需求。

目前国内同城货运的 O2O 平台非常之多，据统计，当前整个国内的货运 O2O 平台已经多达 200 家，还有很多同城、长途兼做的货运 O2O 平台，市场的竞争将十分惨烈，很难想象这个地方又将血海一片。因为对于同城货运市场来说，也是血海一片。

货运对于大部分的货主来说，实际上是一个低频事件。很多货主一年难得会叫几次货主，大部分的货运需求都是来自一些工程、企业间的需求。这还不算什么，最妨碍货运 O2O 的发展壮大实际上还是源于信任问题。对于货主来说，要将如此重大的一批货物全部交给司机运送，多少会有些不放心，这一点实际上与物流众包模式非常像。这样就要求平台对于货车司机端要进行严格把控，同时对于整个运送过程也要有严格的监督，否则一旦出了问题，平台难辞其咎。

货运 O2O 的标准化问题就更难把控了，每台货车的大小不同、所承载的重量不同、货主们发送货品重量大小也相差较大、价格变化幅度也会比较大……整个货运 O2O 市场存在太多的不确定因素和非标准化因素。此外，对于很多有着货运需求的企业来说，一般都需要长期稳定可靠的货运司机，一旦通过平台找到了合适的货运司机，发生跳单的可能概率就会非常大。

2、抢单模式

不可否认，滴滴快的的抢单模式创造了一种成功的商业模式，这也受到了货运 O2O 平台诸如货拉拉、罗迹物流等平台的效仿。与同城货运 O2O 平台的智能匹配模式不同，货拉拉、罗迹物流则采用车主抢单的模式。

不过对于货运的抢单模式，刘旷却抱有一种不是特别看好的态度。打车是高频事件，叫货车却是低频事件，一个低频的事件如何才能调动货车司机的积极性？难道这些货车司机在每天接不到几单的情况下也会像出租车司机一样踊跃去抢单？对于一些大城市来说，还稍微好点，毕竟人口集中需求相对来说也会多一点，而在一些小城市需求根本就无从谈起。所以说，所谓的货车抢单模式仍然只是智能匹配，无法实现滴滴快的的叫车规模效应，并不是任何行业都能适合滴滴快的的叫车模式，还需要根据行业的特性来决定。

3、跨城货运

区别于同城货运，诸如快狗速运、云鸟配送、货车帮、运满满、物流小秘等平台并不只做同城货运市场，同时他们也会做长途货运市场，而运策网、省省回头车则专注于做中长途返程货运。在解决车主与货主的信息对称问题上，跨城货运 O2O 与同城货运的出发点是一致的。

不过相比同城货运而言，跨城货运的不确定性就更大了。首先就是货品安全问题，货品的安全系数要比同城货运更低，同城货运如果是比较贵重的货品，货主还可以跟着货车一起随行。但是长途货运舟车劳顿，同时在高速上的危险系数也增加了，货主很难随同，也无法追踪监测车主的实时动态，货品的安全问题毫无疑问将是个大问题。要打破信任障碍对于长途货运来说至关重要。

其次则是司机的人身安全问题，长途货运开车时间长，很多司机都有可能疲劳驾驶。尽管很多平台都与保险公司达成了合作，但是一旦货车司机在中途出现了交通事故，平台是否要承担一定的事故责任，这个目前在法律上也存在一定的空白。

此外，与同城货运一样，诸如服务的标准化问题、跑单问题等也都是长途货运 O2O 所要面临的问题。

物流的未来

从整个物流行业的大形势来看，虽然目前各类物流 O2O 都面临着一定的挑战，但是线上与线下结合的物流 O2O 最终仍然将是大势所趋。不可否认，物流 O2O 的全面兴起也将会对整个传统物流造成相当的冲击，这一点从传统物流纷纷转型 O2O 就可以看出。

一、传统物流转型 O2O 面临哪些痛点？

虽说传统物流企业在品牌积累、线下门店、资金实力上都具有一定的优势，但是传统物流转型 O2O 面临的几大痛点会成为他们实现成功转型的最大障碍。

其一，传统物流转型 O2O 最先面临的挑战就是体制上的困难。任何一家企业要改革的话，必然会受到来自各方利益的束缚，要成功实现转型就必须打破过去的制度与利益。自从顺丰嘿客开始布局以来，包括韵达、圆通等多家快递企业也都相继通过资本入股或者合作的形式进入 O2O 市场，不过目前还没有哪一家传统物流转型 O2O 成功了。

其二，转型 O2O 的话，所有的传统物流公司在线上都缺乏一个强大的流量入口作为支撑。尤其是在移动互联网领域，传统物流并没有任何优势可言，只能借助于第三方力量，最后有可能只会成为物流公司众包模式的附庸。

其三，在互联网运营上经验的不足、人才的缺失也将会成为传统物流转型 O2O 的绊脚石。对于传统物流公司来说，他们中的大部分人还停留在过去的思维当中，尤其是不懂一家互联网公司要如何运营。

二、物流 O2O 的未来将会形成三大阵营

对于未来整个物流的发展，刘旷认为将会紧紧跟互联网相关，而且将会分成三大阵营。

第一大阵营是电商系。目前几乎所有的传统物流诸如圆通、申通等快递公司很大一部分都是依托于电商，而京东物流则主要服务于自家的京东商城。不过这一类阵营正在受到物流 O2O 的冲击，最大的威胁则来自于全民众包模式。

第二大阵营则是货运系。虽然货运 O2O 存在非常多的难点，但是货运 O2O 能够解决信息不对称这个行业痛点，这些难点最终将无法阻挡货运 O2O 的前进，未来在货运 O2O 领域一定会崛起新的垂直巨头。

第三大阵营则是 O2O 服务系。通过依托各种外卖 O2O、蛋糕 O2O、鲜花 O2O、便利店 O2O 等发展起来的物流体系，一种是自建物流团队模式，另一种则是众包模式，目前这两种模式的 O2O 都占有一定的市场空

间。

综上所述，刘旷认为传统物流将会继续借助电商在未来的物流格局中继续占有一定的市场份额，但正在受到来自众包模式和借助 O2O 服务兴起的物流平台冲击，未来的物流 O2O 将会形成电商系、O2O 服务系以及货运系三大阵营。

来源：搜狐网

中国与澳新航空合作进入爆发期

随着中国成为澳大利亚、新西兰的主要旅游客源国，与中国签署自由贸易协定的大洋洲两大经济体与中国的民用航空合作进入爆发式增长期。

东航宣布 9 月 26 日起复航上海至新西兰奥克兰往返航班。复航初期每周四班；自 2016 年起增至每天一班。国航宣布将于 12 月 10 日开通北京至奥克兰直飞航线。南航将于 12 月中旬新开广州至基督城直航航线。

中国民航局公示显示，海南航空申请了从西安、长沙飞往悉尼的航线。新航线将从 11 月开始，每周两班。厦门航空也宣布将开通从福州和厦门直航悉尼航班，分别从今年 11 月和 12 月开始。这样，到今年底，六家中国航空公司将拥有直航澳洲航班。

中国与澳新的航空合作也在航空联盟层面展开。澳大利亚竞争与消费者委员会 (ACCC) 8 月底宣布放行东航与澳航航线联营计划，并要求未来 5 年中澳航线运力提高 21%。两家公司结盟构想由来已久。双方计划加强在中澳主干线上的联合营销、机场服务等领域合作，包括在上海—悉尼、上海—墨尔本、北京—南京—悉尼航线上开展合作。

无独有偶，9 月 1 日，新西兰航空与国航达成新战略联盟。新西兰交通部长西蒙·布里奇斯称，这项新战略联盟将使新西兰成为一个更加吸引中国游客的目的地。新西兰航空总裁陆杰锋说：“与国航的联盟经营将加深中新两国间的旅游和商贸往来。目前中国是新西兰的第二大客源国，通过与国航这样优秀的中国本土航空公司的合作，势必将共同开发这个市场。”

继新西兰之后，澳大利亚也与中国签署了自由贸易协定。世界第二大经济体与大洋洲两大经济体的自由贸易渠道已经打开。反季节旅游，使澳新成为亿万中国出境旅游者优先考虑对象。澳大利亚和新西兰一直在华全力推广旅游市场，但与欧洲及北美相比，无论游客数量还是航班数量，增幅都有很大提升空间，这首先要靠航空公司投入。

澳大利亚旅游局统计显示，中国目前是澳大利亚第二大客源市场，去年总人次达 83.95 万，同比增长 18.4%，过夜旅客支出达 57 亿元。预计在未来 7 年内，中国有望赶超澳大利亚成为新西兰最大的游客来源国。依照 14% 年均复合增长率计算，2020 年中国游客在新西兰消费占比将由 14% 增至 23.6%，消费总额将达到 26 亿纽币。

新西兰推出了一系列优惠和推广措施。未来 12 个月内，新西兰航空和新西兰旅游局将分别注入超过 1000 万纽币资金，在包括中国等市场进行宣传推广活动。奥克兰国际机场表示将投入 10 万纽币的旅游基金在旅游淡季在亚洲市场进行宣传推广活动。基督城国际机场宣布将设立一项基金，以每年 10 万纽币资助至少两家南岛的旅游运营机构前往中国开拓市场。

作为亚洲最大的航空公司，南航已将广州打造成中国前往大洋洲的门户。预计今年冬春季，南航飞澳新航班将达到每周 70 班，创历史新高。

“东航和国航的行动表明中国三大航空枢纽的另外两个，北京和上海也显示出对于大洋洲的信心。”

分析师刘武说，“中国与新西兰和澳大利亚的贸易自由化，将逐步在天空表现出来。”

来源：新华网

韩中签署工作协议共同降低非关税壁垒

韩联社 9 月 3 日报道，韩国产业通商资源部和中国国家质量监督检验检疫总局 2 日在北京签署“关于加强韩中质量检查检疫合作的工作协议”（MOU），双方决定互相交换质量监督检验检疫相关法律、进出口商品和相关质量监督检验检疫和通关的新条件，设立部长级协商会议机制，为两国在技术性贸易壁垒（TBT）和《实施动植物卫生检疫措施的协议》（SPS）等非关税壁垒方面奠定合作基础。韩国非关税壁垒协议会管理的对华 26 项非关税壁垒中，有 13 项属于 TBT 和 SPS 领域。

来源：驻英国经商参处

G20 聚焦中国 德财长力挺北京货币政策

当地时间 4 日至 5 日，二十国集团(G20)财长和央行行长会议在土耳其首都安卡拉举行。由于中国等新兴经济体增长放缓和美国加息预期不确定性增强，中美两国的经济形势以及对全球经济的影响受到各方高度关注。

日本共同社称，会议开始，与会者就对中国下调汇率、提振经济措施等经济问题进行了集中讨论。以日本为首的部分国家要求中国进行经济结构改革。日本时事通讯社报道说，美国财长雅各布·卢呼吁中国应避免竞争性贬值，强调“关于政策的意图、实施向金融市场郑重说明很重要”。

“力挺北京货币政策”，德国财长在会上发布不同声音。“德国之声”4 日报道说，德国财长朔伊布勒对中国的货币政策表示称赞，并称德国媒体“误解了”北京的最新财政举措。他认为人民币正朝成为世界储备货币的方向发展，正努力寻求人民币被纳入 IMF 货币篮子，如果成功，会带来巨大声誉。

德国《法兰克福汇报》5 日说，人民币上升为篮子货币只是时间问题，这是 G20 财长和央行行长会议声明的建议。德国央行行长魏德曼说：“货币篮子反映全球经济的权力平衡。即使经济增长放慢或股价下跌，但中国已成为无可争议的重量级经济体。”IMF 总裁拉加德也表示，对于他们来说，这不再是是或否的问题，而是时间问题。

据土耳其财政部和劳工部的消息，会议 5 日继续围绕全球经济运行中遇到的包括贸易放缓、基础设施建设落后、新兴市场国家经济发展遇到的问题进行讨论。据悉，会议将于当地时间 5 日晚召开新闻发布会，发布会议公报并宣布将提交给 11 月召开的 G20 领导人峰会通报的具体内容。

法新社 5 日报道称，公报草案显示，会议认为全球经济增速比此前预计的更缓慢，但对恢复增长势头表达了信心。路透社说，公报会提及货币改革，但不会指明特定国家。报道援引消息人士的话说，公报不太可能直接提到中国经济增长放缓以及美联储货币政策两个重要关注点，因为在这一问题上，与会国家存在严重分歧。

来源：环球时报

跨境电商重塑价值链 创造共赢开放生态

互联网的大潮愈演愈烈，跨界电商的战火也弥漫起一片硝烟，当不同的电商相遇，又会碰撞出怎样的火花，江湖又该是怎样的江湖？

2015 中国(厦门)跨境电商大会 9 月 2 日在厦门国际会议中心拉开帷幕。



当天，亚马逊、ebay、速卖通，以及 Newegg、东南亚 LAZADA、拉丁美洲 Linio，越南电商 weshop、京东国际、亚洲著名时尚电商 ZALORA 纷纷亮相，为中国跨境电商带来了全球销售的商机。

本次大会由雨果网主办，ESG 集团协办，获中国（福建）自由贸易实验区厦门片区管理委员会支持，猪八戒网战略合作支持、易极付特别赞助。

9月2日开幕当天为出口电商专场，吸引千位来自全国各地的卖家参与，专场全面剖析了跨境电商的发展现状与趋势，以及卖家该如何在新形势下成功运营跨境电商，并解读了新兴市场带来的机遇与挑战，让参会卖家对跨境电商稳操胜券。

9月3日则聚焦进口电商时代的“中国海购”市场，从政策环境到供应链，从平台到市场商机进行全方位解读。

作为福建历史以来规模及规格最高的跨境电商大会及全国范围内聚焦跨境电商全行业发展的年度盛会。全球最大的 3D 打印笔厂家 3Doodler 也来到会场分享全球 3D 打印的趋势和市场商机，新奇有趣的分享传达来自未来市场的声音；数位国外网购达人也从买家角度剖析对中国制造的看法在分享的同时让卖家一窥海外市场心声。

重塑跨境电商价值链 致力“中国好制造”

在出口电商会议现场，亚马逊华南区总监康平表示，亚马逊开放包括英、美、法、德、西班牙、荷兰、日本、澳大利亚、加拿大在内的 14 个站点，中国卖家有望持一个国家的账号即可覆盖 14 个站点销售。据介绍亚马逊的操作正在简化，英美站后台中文文化，平台也在实验帮助中国卖家将产品从家门口直接送到消费者手中，实现全程物流服务。

eBay 大中华区业务总监何国波则透露，ebay 为有供应链优势，能打造出高质量、特色产品的企业大开方便之门，这些企业只要通过平台审核即可直接开通企业账号。速卖通运营总监杨邵铭也首次发布“中国好卖家助力计划升级版”，同时公开招募运营合作伙伴，助欠缺跨境电商经验的中国好制造在海外打开销路。

跨境电商三大巨头纷纷表示扶持“中国好制造”，反应了中国跨境电商进入到了一个全新的发展阶段，这个阶段的跨境电商有了本质的进步，不再以价格为噱头，而是转向关注如何将优质的中国产品带出国门，为其铺平道路，同时也更加注重买家消费体验，何国波表示，越来越多的中国卖家使用海外仓，更擅长把握市场潮流、推陈出新，这些都是极大转变与改变。

京东一直以正品行货屹立于国内电商市场，在出口电商领域，京东海外事业部总监陈欣坦言，将一如既往坚持将正品行货带给海外消费者，平台将大力扶持中国好制造。

垂直纵深发展 创造共赢生态

作为陪伴及关注跨境电商成长的行业新媒体，雨果网主办这样的年度盛会，不仅齐聚主流平台，为跨境电商发展大趋势把脉，也邀请行业大咖进行高端对话，解读卖家该以什么样的思维去运作跨境电商。

赛维网络 CEO 陈文平指出，自亚马逊进入中国，带来品牌化发展的启示并提供相应的土壤，加之资本

涌入加剧跨境电商整合分化，大杂烩、庞大 SKU 的发展模式如果不进行深耕与精简，没有挖掘足以支撑的品类与产品，没有任何特色，将很难在生存。“最后，这种大而全的模式，仅有 2-3 家能生存。”他说，跨境电商的运营应该是垂直纵深。

同为行业超级大卖家，百事泰董事长徐新华则认为，不论是做高端市场还是中低端市场，只要从目标用户、平台、选品上做好精准匹配，吃透市场、吃透品类，都会有市场。

从品类上来说，全球范围内有不少垂直电商平台玩得非常炫酷，如专于数码行业的美国 Newegg，以及亚洲著名时尚电商 ZALORA 都有各自不同的玩法，本次会议，他们都带来精彩干货分享，并提供给相应品类的卖家合作共赢的机会。

深耕本土化 开拓新市场

放眼全球，除了传统的欧美市场，跨境电商可以施展拳脚的世界很大。包括有着将近 5 亿消费人口的拉美市场及十几个国家的东南亚市场。本次会议，拉美第一 B2C 电商 Linio 及东南亚第一平台 LAZADA 的到来让有意深耕这两个新兴市场的卖家振奋不已。新兴市场，带来的机遇是相似的，中国海量的、多元化的、高性价比的产品对于拉美和东南亚消费者来说，都是非常大的“诱惑”。

让人惊喜的是，本次会议上卖家也迎来了进入越南市场销售机会。越南电商 PeaceSoft CEO Nguyen Hoa Binh 透露，越南人习惯于货到付款，中国卖家应该提供符合当地消费习惯的物流服务，PeaceSoft 除了开放卖家入驻，还帮助解决货到付款的问题。

关于新兴市场带来的机遇，ESG 集团创始人 Alan 在大会上指出，传统市场，传统平台的竞争日趋激烈，新兴市场则不同，在还没有多少人做的时候，带来的利润是很高的。但同时也面临着一系列的问题，很多新兴市场的的主流电商都是本土化运作，要求卖家注册本土公司，以本土语言、本土客服、本土物流来进行运营，这大大提高了门槛。

实质上，虽然门槛提高了，但是这样本土化又是不得不做的，比如东南亚各国有不同的关税缴纳问题。拉美市场很少有消费者持有国际信用卡，支付是一大障碍。幸运的是，作为本次大会的协办方，ESG 集团带来了全方位的解决方案，不仅为卖家大开“绿色”通道，对接众多海外市场的本土电商如 LAZADA、日本乐天等，还为卖家提供全面的跨境电商运营服务与指导。

买遍全球“新时代” 中国月亮美又圆

对于出口电商来说，外面的世界很大很好。而在作为进口电商老外的眼中，中国的月亮也很圆很美。从海淘时代一跃而入进口电商时代，不仅中国消费者海淘方便了，国外的商家也将很容易打开广袤的中国市场。本次雨果网 2015 中国(厦门)跨境电商大会也全面聚焦了这样的历史转变。

9 月 3 日进口电商会议专场，特邀美国百年珠宝品牌 GemStone King、斯里兰卡三大红茶品牌畅谈他们眼中的中国市场与机遇。同时也聚齐当前主流进口电商平台以及卖家，分享他们如何引领海淘进入便利“买遍全球”的新时代，期间既穿插进口电商现状与形势解读，又分享满满实操干货。让众多欲进入进口电商领域淘金的卖家获益匪浅。

同时伴随而来的是，9 月 3 日上午，最美跨境人分会场，经过层层选拔的 5 位最美跨境人进行实操干货以及成长故事分享，此举激励者每一个有梦，敢于奋斗的跨境电商人，一同前行，也为本次大会画上完美句点。

此外，次大会汇聚一大批跨境电商行业优秀的服务商，共同助力卖家圆一个跨境电商梦，包括物流领域送水人，顺丰国际、4PX、俄速通、邮立达、乐宝物流、三态速递、宅急送；支付领域的送水人，易极

付、Payoneer、钱宝、WorldFirst；信息技术领域送水人，易仓科技 ERP、思齐软件、中恒 IMCART 建站服务，以及货源分销平台 GET，专注 VAT 以及商标注册服务的英国 J&P 注册会计师楼。

来源:经济观察报(北京)



天地纵横



iTrade

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