

# 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 10 日

## 目录

行业动态.....	3
“一带一路”跨境电商物流合作联盟章程 .....	3
2015 夏季达沃斯让世界感受中国互利共赢的诚意 .....	4
广西打造电商高端合作平台 助推中国-东盟产业经济强链接 .....	5
世界商业领袖圆桌会议昨举行：跨境电商谋划空中丝路 .....	7
越南宣布正式启动国家单一窗口机制 .....	8
“一带一路”跨境电商物流合作联盟兰州宣言 .....	9
零售业线上线下如何全渠道扩张? .....	10

## 行业动态

# “一带一路”跨境电商物流合作联盟章程

### 第一章 总则

第一条 为推动“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”建设，促进“一带一路”沿线国家经济繁荣与区域经济合作，实现沿线各国的跨境自由贸易，加强沿线国家城市、企业和社会组织间的经贸往来与交流合作，成立“一带一路”跨境电商物流合作联盟(以下简称“联盟”)。

第二条 联盟按照“平等、合作、共建、共享、互助、互惠”的原则，由兰州市人民政府及“一带一路”沿线城市及有意愿的企业和社会组织共同发起、自愿组成，由中国交通运输协会物流城市联盟指导并协调开展工作。

### 第二章 主要任务

第三条 发挥联盟的功能和作用，构架“一带一路”沿线国家城市、企业和社会组织间的沟通协作桥梁，搭建多层次、多元化、高效率的对话、协商服务平台，将跨境电商物流产业发展成“一带一路”的重要支撑和区域经济发展的强大推动力。

第四条 加强“一带一路”沿线国家城市间电商物流政策沟通，本着求同存异原则，强化协作互补、协力共进、协同发展，探讨在政策上推动电商和区域物流联动发展，积极推进跨境电商物流合作的规划和措施落实。

第五条 探讨跨境物流合作模式，不断丰富“一带一路”沿线国家城市、企业、社会组织之间的物流合作内容，为区域经济发展提供物流支撑。

第六条 发挥“一带一路”沿线各城市海港、陆港、保税区、编组站、重要节点等物流资源优势，积极推进“一带一路”沿线国家城市物流市场的对接，优化区域内物流资源配置，促进物流产业结构优化和提档升级。

第七条 运用各城市间国际铁路货运班列的优势，加强协作沟通，加大资源整合，实现优势互补，形成协作、高效、畅通的物流通道。

第八条 协同推进“一带一路”沿线城市物流新技术新装备的推广应用，推动区域内物流技术、物流人才交流合作与培养，探索共同培养市场急需的物流人才，加快技术创新和管理创新，努力降低物流成本、提高物流效率。

第九条 寻求引导“一带一路”沿线区域内物流企业联合联动，引导物流业与跨境先进制造业、现代农业和专业市场的融合互动，推动“一带一路”沿线国家城市有条件物流企业在区域内开拓境外市场。

### 第三章 运作方式

第十条 通过举办联盟年会、论坛，研讨跨境电商物流发展中的主要问题，为“一带一路”沿线国家城市、企业和社会组织间的合作搭建平台，协助寻求合作发展机遇。

第十一条 通过举办商务洽谈会、市场研讨会、展销会、博览会交流先进技术、经营管理方法和资金运作经验，共商共促“一带一路”沿线城市及企业发展跨境电商物流。

第十二条 组织交流与合作，为联盟会员城市、企业和社会组织招商引资牵线搭桥，为会员城市的经济建设和企业发展做好服务。

#### 第四章 运营机制

第十三条 联盟以首批倡议者联合签署并发布《兰州宣言》的方式发起成立，为松散性机构，不具有法人资格。中国物流城市联盟指导并协调联盟建设工作，中国物流城市联盟跨境电商推进工作委员会代行联盟秘书处职责。

第十四条 联盟采取自愿自主、友好合作的原则，相关城市、企业和社会组织在征求发起联盟成员单位同意后可以成为新成员。第十五条 兰州市人民政府作为联盟执行主席，每年牵头召集高峰会议，推进联盟相关工作。

来源:中国兰州网

## 2015 夏季达沃斯让世界感受中国互利共赢的诚意



从 2007 年至今，夏季达沃斯论坛第五次以“增长”作为主题。站在全球经济从旧格局向新格局转换的关键节点，全球 90 个国家和地区超过 1700 位精英齐聚大连，共同谋划未来全球经济的新蓝图。

“增长”这一主题是当前世界各国的共同关切。近两年，低速增长已成为世界经济复苏的常态。近期，国际货币基金组织(IMF)将 2015 年全球经济增长预期下调至 3.5%，英国智库全国经济与社会研究所将全球经济增长幅下调至 3%，显示出各国对全球经济增长预期出现了变化。

稳增长，不仅是世界各国当下的共同愿景，也是中国近期各项宏观调控政策发力的重点。在全球经济一体化进一步深化的今天，作为世界第二大经济体和发展潜力最大的国家，中国经济的表现深刻影响着全球经济的走向。中国经济的变与不变，比以往任何时候都更牵动世界经济的神经。

变化之一是，世界经济走势分化之下，中国经济增速正在放缓。从外部看，全球经济分化加剧，美国经济逐步走出颓势，欧元区与日本面临经济增长孱弱及通缩风险，受大宗商品及能源价格下跌影响，部分新兴经济体及发展中国家经济增长放缓等问题显露，影响世界经济前景的风险仍然存在；从内部看，中国经济“三期叠加”阶段性特征凸显，前期依靠政策刺激的高速增长不可持续。

变化之二是，中国经济进入了新周期。在经历前期快速加杠杆的过程后，中国也进入了去杠杆阶段。这与一些发达国家的进程并不同步。国际金融危机爆发后，发达国家普遍启动了去杠杆进程，但中国则从 2009 年到 2010 年开始了快速的杠杆化，并实现了 10%左右的经济增速。但是，目前这一趋势已经发生转

变。

变化之三是，中国金融市场与世界的联结更加紧密，共振作用更为明显。近期全球金融市场的波动，是国际市场与中国市场相互影响的结果。在国际市场的波动中，中国不可能独善其身，中国市场的波动也会造成一定的国际影响。

### 面对这些变化，中国保持着应有的决心与坚持。

首先，中国坚持市场化改革的决心没有变。十八届三中全会提出发挥市场配置资源的决定性作用以来，中国加快改革步伐，国企和金融改革等一系列改革步伐正在加快。即使在金融市场波动加大的当下，中国深化改革的决心仍未动摇。正如中国人民银行行长周小川在 20 国财长和央行行长会议上所说，尽管金融市场出现了一些波动，中国政府深化改革的决心并未改变，仍将按照党中央、国务院批准的计划有序推进各项改革。

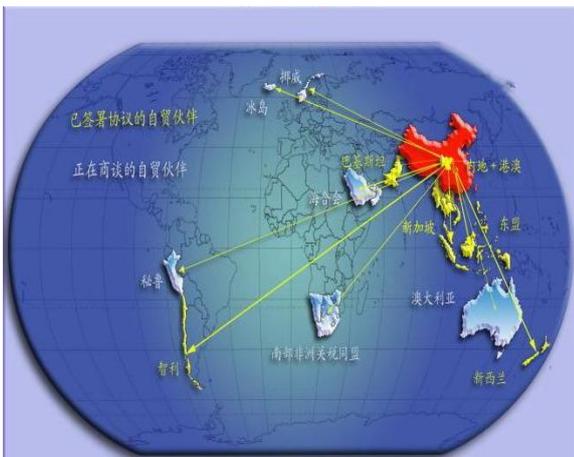
其次，中国依靠科技创新驱动发展的坚持没有变。转型升级、培育新的增长点是近年来中国经济发展的重要思路。中国结构性改革的主要任务要在 2020 年前完成。这意味着今后 5 年将是中国经济结构调整的阵痛期，中国经济将经历一个由主要依靠投资、出口拉动转向更多依靠消费拉动的调整过程。这一调整过程注定是艰难的，但决策层深知转型升级的紧迫性和必要性，鼓励科技创新、支持转型升级的坚持不会改变。

第三，中国奉行互利共赢开放战略的坚定没有变。当前经济增速降至 7% 左右，但即使这样，中国经济对全球经济增长的贡献率仍达到 30% 左右。中国积极开展国际产能合作，这有利于加快各国经济结构调整，完善全球产业布局，优化产业链、供应链，为世界经济增添新的增长动力。目前，中国推出的“一带一路”建设、成立丝路基金和亚投行等重大举措都将致力于各国经济的互利共赢。

“2015 夏季达沃斯论坛”是世界了解中国的窗口，各方将更清晰地看到中国经济的变与不变，更真切地体会中国经济的新亮点，更深刻地感受中国推动互利共赢的诚意。本届论坛也将是一场前沿思想碰撞的盛会，谋变的思维将助力全球经济持续增长，指引世界经济巨轮破浪前行。

来源：中国经济网—《经济日报》

## 广西打造电商高端合作平台 助推中国-东盟产业经济强链接



2015 年 9 月 18 日至 19 日，“2015 中国-东盟电子商务峰会”将于第 12 届中国-东盟博览会期间在中国广西南宁市举办。作为博览会的重要活动之一，峰会将邀请来自中国、东盟各国的重量级嘉宾，为“互联网+”时代电子商务的深度合作谋篇布局，打造中国-东盟电子商务交流合作的高端平台。

届时，中国和东盟国家政要、自治区政府领导、重要商协会负责人、著名经济学家等将参与峰会并发言，来自阿里巴巴集团、京东集团、敦煌网、ebay 等电商标杆企业掌舵人和新加坡、越南、马来西亚、印尼等东盟国家电商领军企业等 500 多名企业家和各界代表也将出席峰会，共同探讨“互联网+”新战略、“跨界发展，创新互联”的新模式，推动中国与东盟在电子商务领域形成“强链接”“一体化”的中国-东盟电子商务生态圈，促进中国-东盟新经济产业的合作与交流。

### 以广西区位优势为立足点，建设中国-东盟跨境电子商务基地

中国-东盟位置相近、产业互补，是天然的合作伙伴。中国已连续 6 年成为东盟第一大贸易伙伴，东盟连续 4 年成为中国第三大贸易伙伴。中国-东盟战略伙伴关系经历了“黄金十年”，当前，正步入起点更高、内涵更广、合作更深的“钻石十年”，共同面临“21 世纪海上丝绸之路”的战略机遇，面临中国-东盟自贸区升级版的重大商机。电子商务作为集移动互联网、云计算、大数据、物联网为代表的新一代信息技术与商贸流通融合发展的重要载体，跨越中国-东盟地理、语言、文化的界限，突破中国与东盟国家线下商业基础设施薄弱、信息交换成本高等制约因素，将大量在时间和空间上零散的供给和需求有机联系起来，形成新的市场，更为合理地匹配市场资源，提高市场资源的组织化水平，发挥中国-东盟产业互补优势，让人力、金融、资源等要素在区域间有序流动，从而促进中国-东盟产业经济形成强链接，实现区域经济一体化，打造中国-东盟命运共同体。2014 年我国跨境电商交易额 3.75 万亿元，在进出口贸易总额的渗透率已经达到 13%，但目前中国与东盟国家跨境电商还处于起步阶段，拥有巨大发展潜力。

广西是古代“海上丝绸之路”重要发祥地之一，是中国唯一与东盟既有陆地接壤又有海上通道的省区，北部湾一湾连七国，中国-新加坡经济走廊一廊通七城，具有建设中国-东盟跨境电子商务基地的独特区位优势。随着中国-东盟自由贸易区的全面建成、泛北部湾经济合作的务实推进，广西作为中国-东盟开放的前沿和窗口，已经成为连接多区域的交流桥梁、合作平台、国际通道，具有建设中国-东盟跨境电子商务基地的开放平台。广西信息基础设施较为完善，中国联通区域性国际通信出入口局落户广西，已建成中越、中老、中缅等互联网国际业务直连通道，目前正在积极筹划建设中国-东盟信息港。同时，以钦州保税港区、凭祥综合保税区、南宁保税物流中心为主体的广西保税物流体系已建成，南宁市规划建设 21 个全国性物流节点城市之一，具有建设中国-东盟跨境电子商务基地的基础条件。

### 以“电商广西”、“电商东盟”工程为着力点，广西电子商务驶入快车道

自治区党委、政府高度重视互联网经济和信息经济在全区经济发展的重要地位和作用，全面实施“电商广西、电商东盟”工程。通过出台《关于加快广西电子商务发展的若干意见》，电子商务顶层设计与政策环境进一步优化。通过引进中国联通“沃易购”、千橡集团电商总部、百度广西营销服务中心等企业落户和培育美丽湾网上商城、华南城“东盟购”、广西糖网等本土企业发展，电商主体进一步壮大。通过建设南宁市跨境贸易电子商务服务试点，农村电子商务试点、桂林市社区电子商务试点，电子商务业态进一步丰富。通过南宁、桂林国家级示范城市，桂林高新区、北海高新区国家示范基地和自治区级示范企业、基地建设，电子商务发展基础进一步夯实。通过举办中国-东盟电子商务峰会、2015 中西部首届电商生态峰会、2015 华南农村电商峰会等高端峰会，电子商务发展氛围进一步浓厚。通过开展“电商入桂”系列活动，与阿里巴巴、京东、苏宁等知名电商合作进一步深入。2014 年，广西电子商务交易额突破 2100 亿元，同比增长 65.9%，增幅达全国平均水平 2 倍。2015 年自治区商务厅启动“电子商务倍增计划”，成效显著，上半年广西电子商务交易额 1939 亿元，同比增长 84.7%，创历史新高。

为完善我区电子商务发展环境，推动我区电子商务跨越式发展，自治区政府出台了《关于加快电子商务发展的若干意见》，明确建设中国-东盟跨境电子商务基地的发展目标，计划到 2020 年全区电子商务交易总额超过 1 万亿元。其中培育交易额超 1000 亿元的电子商务平台企业 3 家，超 100 亿元的电子商务平台企业 20 家以上。《意见》加大了对电子商务发展的财政税收等支持力度。决定对大宗商品电子商务交易平台企业暂停征收水利建设基金，对提供第三方服务的平台企业和大宗商品电子商务交易平台企业免征属于地方分享部分的企业所得税。结合西部大开发和北部湾经济区特殊优惠政策，企业所得税只有 9%，这在全国各省区都是少见的，是鼓励电商发展的重大利好。同时，还在降低行业准入门槛，鼓励创业，以及用地、金融、人才等方面给予一系列政策保障。在出台的《关于千方百计做好稳增长工作的意见》中还提出，从 2015 年 5 月 1 日起，对新进入我区投资的电子商务世界 100 强和国内前 50 强企业，实际到位注册资本金在 5000 万元以上的，按 6% 给予一次性落户奖励，最高不超过 500 万元。为广大电子商务企业到广西投资发展创造得天独厚的政策环境，广西电子商务发展迎来重要战略机遇期。

全面深化“电商广西”“电商东盟”工程。下一步自治区商务厅将全面深化“电商广西”“电商东盟”工程，启动电子商务倍增计划。重点抓好“一二一”，开展“千百万”，即实施一个计划，建设两大试点，加快一批园区发展，开展“千百万”工程。

实施一个计划：即实施“电子商务倍增计划”，从2015年开始争取用2年时间实现全区电子商务交易额突破4200亿元，较2014年翻一番。

建设两大试点：一是推动跨境电子商务试点建设。南宁市2014年9月份获批国家跨境贸易电子商务服务试点城市，目前跨境电子商务综合服务平台已于2015年6月上线运行，实现对西班牙、俄罗斯、美国、加拿大等34个国家出口1000多单业务。二是开展“电子商务进社区”试点。大力推进桂林社区电子商务示范项目建设，以广西产品行销全国为基础，构建广西现代流通体系为目标，推动电商落地发展，进一步整合购物、餐饮、医疗保健、家政、维修、缴费等各类社区服务资源，构建便民电子商务服务平台。

加快一批园区发展：加快“中国-东盟电子商务产业园”“绿地南宁空港电子商务产业园”“桂林电商谷”、北海高新区等一批电商产业园区集聚发展，积极引进国内外知名电商企业落户广西，推动成为广西电子商务的基石。

开展“千百万”工程：一是培育和引进千名电子商务高端人才，形成我区电子商务创新和发展的的人才支撑；二是培育和引进百强电子商务企业。通过举办中国-东盟电子商务峰会、“电商入桂”招商大会等系列活动，引进全国知名电商30家，培育本土电商70家；三是开展“4个一万”行动计划。即启动万家网店建设，促进万人电商创业，开展万人电商培训，实施电子商务进万村。

### 以汇聚精英人才为支撑点，打造电子商务高端合作平台

古人云，成就大事，需要天时、地利、人和三个条件。当前，“一带一路”国家战略不断推进，广西电子商务高速发展，为打造广西成为中国-东盟跨境电子商务基地营造了“天时”，广西拥有面向东盟的区位优势，可谓“地利”，举办此次中国-东盟电子商务峰会就是为了凝聚中国-东盟电子商务发展的“人和”。此次峰会作为第12届中国-东盟博览会的子论坛之一，俊杰聚首、精英荟萃，将以“互联网+”新战略，中国-东盟新经济为主题，围绕“中国-东盟互联网+新经济”“中国-东盟跨境电商新基地”“中国-东盟经贸信息港展望”“中国-东盟创新创业新机遇”4个议题，开展为期两天的高端对话和深入交流。为践行“大众创业、万众创新”，峰会邀请到了跨境电商创业企业以及知名投资机构代表，为广西本地互联网创业者带来资本的最新风向解读，与东盟电商企业探讨东盟跨境电子商务合作。峰会还将举办中国-东盟电商领袖交流会、中国-东盟电商创业交流会等活动，进一步促进与东盟各国、各地区与相关企业交流合作。

中国-东盟电子商务峰会将致力于为全球企业参与中国-东盟电子商务合作交流搭建高端平台，共享电子商务发展商机；为中国-东盟电子商务的全面深入合作发展提供强大动力，共建产业经济强链接；为中国-东盟自贸区建设增加新亮点，共同谱写互利共赢新篇章！

来源：广西日报

## 世界商业领袖圆桌会议昨举行：跨境电商谋划空中丝路

9月8日讯“一带一路”炙手可热，而日益火爆的跨境电商正在成为中国外贸企业连接全球的重要渠道。

昨日，作为厦洽会的重要一环，由中国贸促会、世贸中心协会和厦门贸促会等共同举办的第十四届世界商业领袖圆桌会议在厦门进行，众多重量级嘉宾聚焦“一带一路”沿线国家跨境电商合作与机遇，力促“空中丝绸之路”的形成。

## 全球资源正在“空中”连接

“不管是线下还是线上，我们都可以进一步整合遍布全球的资源。”昨日，世贸中心协会主席加齐·阿布纳尔表示，在全球贸易与投资中，跨境电商将成为一个非常重要的工具。

加齐介绍，世贸中心协会在全球有非常广泛的网络，目前共有 300 多个成员，来自 100 多个国家。其中大部分成员都来自比较关键的主要城市，也是海丝沿线的枢纽或港口城市。厦门也在今年加入了这一行列。“每个世贸协会分会都是一个非常重要的枢纽，能够将本地的资源和全球的机会连接起来。”加齐解释说，海丝所涉及的国家非常多，区域非常广，都有自己非常独特的文化以及处理商业的方式。但是，可以通过跨区域的交流、合作及强有力的本地支持来解决。

## 印度英国争相抛出“橄榄枝”

中国的邻国印度，是人口第二大国，正在迎来电商的爆发式增长。“现在印度的电商渗透率还非常低，但会有一个很快的发展进程。”印度工商业联合会投资印度董事、总经理迪派克·巴格拉解释说，现在印度大部分人口是 35 岁以下，消费意识发展迅速，一个巨大的电商时机正在来临。虽然目前印度跨境电商年营业额只有 800 亿美元，但到 2025 年，预计将达到 2500 亿到 3500 亿美元。“海上丝绸之路的市场应该更好联系起来，通过跨境电商融入到世界大家庭中。”迪派克表示，现在中国大概只有 2.3% 的出口通过跨境电商走向印度，而印度市场只做到了中国的 1/8，所以中印之间的电商空间将是非常大的。

英中贸易协会 CEO 傅仲森也在圆桌会议上向中国企业抛出了橄榄枝。

“英国是世界最大的电商国家，而且中国十大最受欢迎电商品牌中，有三个来自英国。在跨境电商方面，英国和中国是最合适不过的合作伙伴。”傅仲森表示，跨境电商需要很高效的系统支持，而中国在物流和专业服务方面效率还不够，英国很愿意分享这方面的经验和解决方案。

## 中国迎来互联网人口红利

以前是外贸+互联网，现在是互联网+外贸。顺序的不同，体现的却是外贸企业思维方式的改变。

阿里巴巴副总裁余涌认为，过去 30 年，中国外贸依靠人口和基础设施两大红利获得了价廉物美的核心优势，并将体量做到最大，但现在这种格局已经越来越困难。不过，这两个红利目前已经有了升级版：一是互联网人口红利，现在中国拥有第一大互联网人口；其次，基础设施会升级为互联网+的基础设施，比如互联网金融、互联网物流。“基于这两个新红利形成新的外贸形态，形成多样化的竞争力，这就是大众创业、万众创新的中国创造，这才是中国下一阶段的核心竞争力。”余涌解释说，在这个外贸新形态下，有的企业竞争力在质量上，有的在品质上，有的在研发团队上，有的在销售渠道上，有的在供应链上。

来源：台海网(厦门)

## 越南宣布正式启动国家单一窗口机制

越南《经济时报》9 月 9 日报道，越南政府总理阮晋勇日前在河内参加启动国家单一窗口机制的仪式，宣布越南正式启动国家单一窗口机制（NSW），同时与东盟国家单一窗口机制（ASW）对接。

报道称，越南启动国家单一窗口机制后，将实现行政手续简单化、便利化，促进越南的贸易、旅游和投资。目前，越南有 9 个部门参与单一窗口机制，包括：财政部、工贸部、交通运输部、农业与农村发展部、资源环境部、卫生部、科技部、信息通讯部和文化、体育和旅游部。截至 2015 年 8 月 27 日，越南已有 1936 家企业在国家单一窗口电子网站办理港口申报手续，申办材料 9435 份；已有 1647 份材料通过国家单一窗口电子网站申报原产地证书。

报道称，国家单一窗口机制全面启动后，将缩短行政手续办理时间。越南与东盟国家单一窗口机制对接的工作已准备就绪。

来源:驻胡志明市总领馆经商室

## “一带一路”跨境电商物流合作联盟兰州宣言



我们——来自“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”沿线城市及企业、社会组织的代表，在“探寻经济增长新渠道，开创地区合作新模式”主题的引领下，共同出席了由兰州市人民政府发起的“一带一路”跨境电商物流合作联盟首次会议。本着“平等、合作、共建、共享、互助、互惠”原则，我们一致同意将本次会议成果作为“兰州宣言”正式发表，以表达我们共建“丝绸之路经济带”的强烈愿望，推动“一带一路”国家间跨境自由贸易往来与交流合作的坚定信心！

为此，我们共同倡议：

### 一、建立城市协同合作发展机制。

建立以跨境电商物流为主要协作目标的城市电商物流联建、联通、联动发展机制，通过共商、共建、共享，促进“一带一路”城市在跨境电商物流空间布局、产业协作、交通网络、物流基础设施等方面的协调联动发展，强化资源整合，深化区域合作，携手推动更大范围、更高水平、更深层次的大开放、大合作、大发展。

### 二、建立跨境电商物流运输网络。

以扩大开放、规模效益为原则，推进“一带一路”沿线城市间跨境电商物流大通道基础设施建设，完善城际间交通网络建设，综合提升互通互联的城市铁路、公路、航空、信息服务功能，推进建立统一的全程运输协调机制，协同创造适宜跨境电商物流发展的顺畅衔接的网络体系，激发释放合作活力。

### 三、优化跨境电商物流发展环境。

促进“一带一路”沿线国家城市在跨境电商物流方面的经验交流，协同推进有利于跨境电商物流及上下游发展的环境和氛围，注重沿线城市发展战略对接。共同推动完善物流供应链条的形成，推动集合运输与快递分拨配送，积极参与国际市场竞争。

### 四、推动跨境电商物流联合规划。

协调和整合“一带一路”国家城市的区位和资源优势，建立跨区域的跨境电商物流园区、电商服务平台，实现各方产品、电商平台、物流企业的充分集纳和有效对接，形成服务“一带一路”区域内各方的跨境电商物流体系，实现资源共享、信息共享、成果共享。

### 五、强化骨干企业带动作用。

在联盟区域内，按照区位优势、经济规模和有利条件，重点支持节点城市形成以跨境电商为主导的商贸物流中心；重点吸纳一批积极参与商品跨境流通的平台企业、物流企业加入联盟，帮助其成为跨境商贸流通的生力军，更好地促进联盟内电商物流企业的发展，推动联盟内商品的自由流动。

### 六、建立跨境电商人才培养机制。

按照跨境电商及物流产业发展规划，协同推动区域内物流技术、物流人才交流合作与培养，探索共同培养市场急需物流人才的机制，建立适宜跨境电商及物流产业发展的管理人才库及人才培养体系，定期召开以产业为导向的学术研讨会，交流、推广跨境电商贸易发展的前沿技能，实现人才的信息共享、互为流通。

七、建立跨境电商物流行业统一标准。

积极倡议建立跨境电商物流行业统一标准，为不同产业形态之间的合作提供基础。每年定期举行城市间交流会议，及时借鉴和调整相关政策，为跨境电商贸易提供政策支持，充分发挥联盟平台的传导、辐射效应。

新丝路、新愿景、新希望。让我们精诚合作、相向而行，为“一带一路”建设筑路建桥，共同开创区域跨境电商物流发展的新未来！

来源：兰州日报

## 零售业线上线下一体化如何全渠道扩张？

京东、阿里、永辉、苏宁、银泰，这几家重量级零售和百货公司之间的合纵连横不仅关系其自身发展，也在业内激起了线上线下生态的大调整。

### 线下零售商的转型打通用户线上线下购物场景等

传统零售业在 2014 年一直徘徊不前，预计 2015 年这种低速增长还会继续伴随传统零售行业。

用户的消费认知与消费习惯正在快速向线上转移，对线上认知的拉升以及对移动消费的认可，都让线下零售商深感转型的紧迫性。

在零售行业中，百货受电商的冲击最大。百货公司商业模式的本质是地产生意，并不涉及供应链，这意味着百货公司的核心在于选址、招商和会员管理。

电商兴起后，淘宝、天猫们在线上搭建了一个个“租金”极其低廉、流量非常可观的销售平台，这对百货商场的招商造成了很大冲击。而互联网对用户信息和行为数据的收集和分析能力也远超百货公司的会员管理体系。

危机重重的百货商开始寻求自救，基本的方向是：实现 SKU 和用户管理的数据化、打通用户在线上和线下的购物场景和流程、强调购物体验等。

一方面，百货商开始自主搭建 O2O 业务框架并开发 APP，只在业务层面与线上电商置换部分资源，代表是大悦城、天虹商场(002419, 股吧)等。

另一方面，也有百货商选择与互联网巨头联手，其合作层次深浅不一，涉及业务、战略、资本等不同层面，甚至通过成立合资公司来运营 O2O 业务。浅层的合作如王府井(600859, 股吧)百货与微信、深层的合作则包括银泰与阿里、万达与百度和腾讯。

### “放低身段”牵手互联网企业

除百货之外，其他业态的线下零售商也一直没有放弃线上化，但战绩平平。

其中，较为保守的做法是线下零售商搭建自己的线上平台，如苏宁推出苏宁易购、人人乐布局电商业务和社区生活超市业务。以体量较大的苏宁易购为例，其 2015 年上半年自营商品销售收入为 146.05 亿元，而京东仅第二季度的交易额就已经达到 1145 亿元。线下零售商的线上平台与电商巨头之间的差距正在扩

大。

更加财大气粗的零售巨头则选择直接收购电商平台，如今年7月，沃尔玛宣布全资控股一号店。

分析人士称，沃尔玛此举意在加速电商业务的发展，打通PC端、移动端和线下实体店的数据体系和用户购物体验。但两个庞大体系之间在供应链、SKU、用户、支付等方面的整合或将面临重重困难。

目前，越来越多的线下零售商正开始走出自己的体系，寻求与互联网企业的合作。这一次永辉和苏宁接过京东和阿里的橄榄枝，基本可以宣告放弃自己独立运营线上的想法。物美超市也与生鲜电商 Dmall 达成合作，共同布局生鲜 O2O 业务。

互联网分析人士谢文表示，以前不是互联网公司不想进入传统行业，而是传统企业不给机会。传统企业试水互联网多年后，终于意识到自己在互联网思维、人才方面都无法与真正的互联网企业相比，才愿意放低身段合作。这也会是未来零售业寻求转型的思路。

### 电商渴望线下资源 线上不过是消费场景之一

线下零售商的转型需求已经非常强烈，反观线上，电商巨头也已经逼近天花板。

电商通过线上平台和支付系统撕开了零售行业的一个口子，但线上的人口红利正在消失，电商也亟须从线下发掘增量市场。普华永道的报告称，中国零售销售总额的90%都是通过线下渠道完成的。

移动互联网的兴起改变了用户消费时的需求和行为路径，也让电商巨头们开始意识到：线上不过是消费场景之一。因此，占领线下形态各异的场景成为电商以及一部分电商之外的互联网巨头这一阶段的重要战略方向。所谓 O2O 也不过是让线上和线下的消费场景能够贯通，因此与零售商们的线下商铺合作是最快的方法之一。

除了渠道和场景的打通，电商对供应链能力的觊觎也转移到了线下零售商身上。商业撰稿人尹生认为，在线零售行业已经从第一阶段的可连接性竞争（良好的线上交易环境），到第二阶段的用户体验竞争，到接下来的供应链能力竞争。从京东和阿里的投资来看，也正反映了他们对供应链的重视：京东希望借助永辉补齐生鲜和日用消费百货的供应链短板；阿里希望借助苏宁介入 3C 和家电的供应链上游。同时，仓储物流和售后能力也是京东和阿里希望从合作伙伴处获得的。

据海通证券分析师汪立亭称，阿里在银泰和苏宁之后，正将目光投向更多广大的实体资源强、供应链整合度高的实体批发零售渠道，合作意愿非常强烈。这样的合作有可能发生在业务层面、战略层面甚至是更紧密的资本层面。

### 延伸

#### O2O 业态中各司其职

“线上流量平台+线下零售业资产”几乎成了行业里玩家们的标配。“线上/线下场景+线下商品+物流配送”或会成为零售业 O2O 的标准商业雏形。

对电商而言，自建一个覆盖全国的供应链网络，在资源和效率上都不是最佳选择；对线下零售商而言，搭建自己独立的线上交易系统以及与之相匹配的数据分析系统在成本上和能力上都缺乏竞争力。在尹生看来，这意味着零售行业的一个转折点：在线零售商和线下零售商会越来越倾向于通过合作分工来实现各自的目标，在共同搭建的一个大 O2O 生态中做好自己的部分。

这样一种 O2O 生态可以理解为零售商的全渠道扩张，这是一种线上线下共同对消费者消费行为（发现、购买、支付、反馈等）的推动。在这个过程中，线上线下零售商之间的商品体系、支付体系、营运体系、



客户体系最后都将逐步打通并趋同收敛。

可以看到，零售业线上线下的生态调整正在加速。海通证券分析师汪立亭认为，零售行业内驱动引发的转型变革现在正变得愈发清晰和强烈。线上与线下、平台与内容、技术与资源、流量入口与物流供应链等各个层面都将逐一融合。

来源:河北青年报



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)