

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 30 日

目录

税务局政策动态	3
国家税务总局关于修订纳税人识别号代码标准的公告	3
国务院政策动态	3
国务院办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见	3
行业动态	7
中国首个跨境电商检验认证联盟深圳前海成立	7
跨境电商风起云涌 解决消费者三大痛点	7
洋码头曾碧波：跨境电商如何做好用户体验	8
多银行推云支付争抢移动支付市场	10
政策解读	11
关于《国家税务总局关于修订纳税人识别号代码标准的公告》的解读	11



税务局政策动态

国家税务总局关于修订纳税人识别号代码标准的公告

国家税务总局公告 2015 年第 66 号

根据《国务院关于批转发展改革委等部门法人和其他组织统一社会信用代码制度建设总体方案的通知》（国发〔2015〕33 号），结合实施“三证合一、一照一码”改革的工作要求，国家税务总局决定修订纳税人识别号代码标准，现将有关事项公告如下：

一、已取得统一社会信用代码的法人和其他组织，其纳税人识别号使用 18 位的“统一社会信用代码”，编码规则按照相关国家标准执行。

二、未取得统一社会信用代码的个体工商户以及以居民身份证、回乡证、通行证、护照等有效身份证明办理税务登记的纳税人，其纳税人识别号由“身份证件号码”+“2 位顺序码”组成。

三、以统一社会信用代码、居民身份证、回乡证、通行证、护照等为有效身份证明的临时纳税的纳税人，其纳税人识别号由“L”+“统一社会信用代码”或“L”+“身份证件号码”组成，作为系统识别，不打在对外证照上。

四、对已设立但未取得统一社会信用代码的法人和其他组织，以及自然人等其他各类纳税人，其纳税人识别号的编码规则仍按照《国家税务总局关于发布纳税人识别号代码标准的通知》（税总发〔2013〕41 号）规定执行。

五、本公告自 2015 年 10 月 1 日起施行。

特此公告。

国家税务总局

2015 年 9 月 25 日



国务院政策动态

国务院办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见

国办发〔2015〕72 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，移动互联网等新一代信息技术加速发展，技术驱动下的商业模式创新层出不穷，线上线下互动成为最具活力的经济形态之一，成为促进消费的新途径和商贸流通创新发展的新亮点。大力发展线上线下互动，对推动实体店转型，促进商业模式创新，增强经济发展新动力，服务大众创业、万众创新具有重要意义。为落实国务院决策部署，推进线上线下互动，加快商贸流通创新发展和转型升级，经国务院同意，现提出以下意见：

一、鼓励线上线下互动创新

(一) 支持商业模式创新。包容和鼓励商业模式创新，释放商贸流通市场活力。支持实体店通过互联网展示、销售商品和服务，提升线下体验、配送和售后等服务，加强线上线下互动，促进线上线下融合，不断优化消费路径、打破场景限制、提高服务水平。鼓励实体店通过互联网与消费者建立全渠道、全天候互动，增强体验功能，发展体验消费。鼓励消费者通过互联网建立直接联系，开展合作消费，提高闲置资源配置和使用效率。鼓励实体商贸流通企业通过互联网强化各行业、行业间分工合作，提升社会化协作水平。（商务部、网信办、发展改革委、工业和信息化部、地方各级人民政府）

(二) 鼓励技术创新。加快移动互联网、大数据、物联网、云计算、北斗导航、地理位置服务、生物识别等现代信息技术在认证、交易、支付、物流等商务环节的应用推广。鼓励建设商务公共服务云平台，为中小微企业提供商业基础技术应用服务。鼓励开展商品流通全流程追溯和查询服务。支持大数据技术在商务领域深入应用，利用商务大数据开展事中事后监管和服务方式创新。支持商业网络信息系统提高安全防范技术水平，将用户个人信息保护纳入网络安全防护体系。（商务部、工业和信息化部、发展改革委、地方各级人民政府）

(三) 促进产品服务创新。鼓励企业利用互联网逆向整合各类生产要素资源，按照消费需求打造个性化产品。深度开发线上线下互动的可穿戴、智能化商品市场。鼓励第三方电子商务平台与制造企业合作，利用电子商务优化供应链和服务链体系，发展基于互联网的装备远程监控、运行维护、技术支持等服务市场。支持发展面向企业和创业者的平台开发、网店建设、代运营、网络推广、信息处理、数据分析、信用认证、管理咨询、在线培训等第三方服务，为线上线下互动创新发展提供专业化的支撑保障。鼓励企业通过虚拟社区等多种途径获取、转化和培育稳定的客户群体。（商务部、工业和信息化部、网信办、地方各级人民政府）

二、激发实体商业发展活力

(四) 推进零售业改革发展。鼓励零售企业转变经营方式，支持受线上模式冲击的实体店调整重组，提高自营商品比例，加大自主品牌、定制化商品比重，深入发展连锁经营。鼓励零售企业利用互联网技术推进实体店数字化改造，增强店面场景化、立体化、智能化展示功能，开展全渠道营销。鼓励大型实体店不断丰富消费体验，向智能化、多样化商业服务综合体转型，增加餐饮、休闲、娱乐、文化等设施，由商品销售为主转向“商品+服务”并重。鼓励中小实体店发挥靠近消费者优势，完善便利服务体系，增加快餐、缴费、网订店取、社区配送等附加便民服务功能。鼓励互联网企业加强与实体店合作，推动线上交流互动、引客聚客、精准营销等优势与线下真实体验、品牌信誉、物流配送等优势相融合，促进组织管理扁平化、设施设备智能化、商业主体在线化、商业客体数据化和服务作业标准化。（商务部、发展改革委）支持新型农业经营主体对接电子商务平台，有效衔接产销信息，推动农产品线上营销与线下流通融合发展。鼓励农业生产资料经销企业发展电子商务，促进农业生产资料网络营销。（农业部、发展改革委）支持零售企业线上线下结合，开拓国际市场，发展跨境网络零售。（商务部）

(五) 加快批发业转型升级。鼓励传统商品交易市场利用互联网做强交易撮合、商品集散、价格发现和交互等传统功能，增强物流配送、质量标准、金融服务、研发设计、展览展示、咨询服务等新型功能。鼓励传统批发企业应用互联网技术建设供应链协同平台，向生产、零售环节延伸，实现由商品批发向供应链管理服务的转变。支持发展品牌联盟或建设品牌联合采购平台，集聚品牌资源，降低采购成本。深化电子商务应用，引导商品交易市场向电子商务园区、物流园区转型。以电子商务和现代物流为核心，推动大宗商品交易市场优化资源配置、提高流通效率。鼓励线上行业信息服务平台向综合交易服务平台转型，围绕客户需求组织线下展示会、洽谈会、交易会，为行业发展提供全方位垂直纵深服务。（商务部、工业和信息化部、发展改革委）

(六) 转变物流业发展方式。运用互联网技术大力推进物流标准化,重点推进快递包裹、托盘、技术接口、运输车辆标准化,推进信息共享和互联互通,促进多式联运发展。大力发展智慧物流,运用北斗导航、大数据、物联网等技术,构建智能化物流通道网络,建设智能化仓储体系、配送系统。发挥互联网平台实时、高效、精准的优势,对线下运输车辆、仓储等资源进行合理调配、整合利用,提高物流资源使用效率,实现运输工具和货物的实时跟踪和在线化、可视化管理,鼓励依托互联网平台的“无车承运人”发展。推广城市共同配送模式,支持物流综合信息服务平台建设。鼓励企业在出口重点国家建设海外仓,推进跨境电子商务发展。(发展改革委、商务部、交通运输部、邮政局、国家标准委)

(七) 推进生活服务业便利化。大力推动吃住行及旅游、娱乐等生活服务业在线化,促进线上交易和线下服务相结合,提供个性化、便利化服务。鼓励餐饮企业发展在线订餐、团购、外卖配送等服务。支持住宿企业开展在线订房服务。鼓励交通客运企业、旅游景点及文化演艺单位开展在线订票、在线订座、门票配送等服务。支持家政、洗染、维修、美发等行业开展网上预约、上门服务等业务。鼓励互联网平台企业汇聚线下实体的闲置资源,发展民宿、代购、合乘出行等合作消费服务。(商务部、旅游局、文化部、交通运输部)

(八) 加快商务服务业创新发展。鼓励展览企业建设网上展示交易平台,鼓励线上企业服务实体展会,打造常态化交流对接平台,提高会展服务智能化、精细化水平。支持举办中国国际电子商务博览会,发现创新、引导创新、推广创新。提升商务咨询服务网络化水平。(商务部)提升知识产权维权服务水平。(知识产权局)积极探索基于互联网的新型服务贸易发展方式,培育服务新业态,推动服务贸易便利化,提升商务服务业国际化水平。(商务部)

三、健全现代市场体系

(九) 推进城市商业智能化。深入推进智慧城市建设,鼓励具备条件的城市探索构建线上线下互动的体验式智慧商圈,支持商圈无线网络基础设施建设,完善智能交通引导、客流疏导、信息推送、移动支付、消费互动、物流配送等功能,健全商圈消费体验评价、信息安全保护、商家诚信积累和消费者权益保障体系。实施特色商业街区示范建设工程,鼓励各地基于互联网技术培育一批具有产业特色、经营特色、文化特色的多功能、多业态商业街区。(商务部、发展改革委、科技部、工业和信息化部、人民银行、工商总局、地方各级人民政府)

(十) 推进农村市场现代化。开展电子商务进农村综合示范,推动电子商务企业开拓农村市场,构建农产品进城、工业品下乡的双向流通体系。(商务部、财政部)引导电子商务企业与农村邮政、快递、供销、“万村千乡市场工程”、交通运输等既有网络和优势资源对接合作,对农村传统商业网点升级改造,健全县、乡、村三级农村物流服务网络。加快全国农产品商务信息服务公共平台建设。(商务部、交通运输部、邮政局、供销合作总社、发展改革委)大力发展农产品电子商务,引导特色农产品主产区县市在第三方电子商务平台开设地方特色馆。(商务部、地方各级人民政府)推进农产品“生产基地+社区直配”示范,带动订单农业发展,提高农产品标准化水平。加快信息进村入户步伐,加强村级信息服务站建设,强化线下体验功能,提高新型农业经营主体电子商务应用能力。(农业部)

(十一) 推进国内外市场一体化。鼓励应用互联网技术实现国内国外两个市场无缝对接,推进国内资本、技术、设备、产能与国际资源、需求合理适配,重点围绕“一带一路”战略及开展国际产能和装备制造合作,构建国内外一体化市场。(商务部、发展改革委、网信办)深化京津冀、长江经济带、“一带一路”、东北地区和泛珠三角四省区(福建、广东、广西、海南)区域通关一体化改革,推进全国一体化通关管理。(海关总署)建立健全适应跨境电子商务的监管服务体系,提高贸易便利化水平。(商务部、海关总署、财政部、税务总局、质检总局、外汇局)

四、完善政策措施

(十二) 推进简政放权。除法律、行政法规和国务院决定外，各地方、各部门一律不得增设线上线下一体化企业市场准入行政审批事项。根据线上线下一体化特点，调整完善市场准入资质条件，加快公共服务领域资源开放和信息共享。（有关部门按职能分工分别负责）简化市场主体住所（经营场所）登记手续，推进一照多址、一址多照、集群注册等住所登记制度改革，为连锁企业、网络零售企业和快递企业提供便利的登记注册服务。（工商总局）

(十三) 创新管理服务。坚持促进发展、规范秩序和保护权益并举，坚持在发展中逐步规范、在规范中更好发展。注意规范方式，防止措施失当导致新业态丧失发展环境。创新管理理念、管理体制和管理方式，建立与电子商务发展需要相适应的管理体制和服务机制，促进线上线下一体化互动，充分发挥流通在经济中的基础性和先导性作用。开展商务大数据建设和应用，服务监管创新，支持电子商务产品品牌推广。

（商务部、工商总局、质检总局）在不改变用地主体、规划条件的前提下，各类市场主体利用存量房产、土地资源发展线上线下一体化业务的，可在 5 年内保持土地原用途、权利类型不变，5 年期满后确需办理变更手续的，按有关规定办理。（国土资源部）

(十四) 加大财税支持力度。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，突出社会资本推动线上线下一体化融合发展的主体地位。同时发挥财政资金的引导作用，促进电子商务进农村。（财政部、商务部）营造线上线下一体化企业公平竞争的税收环境。（财政部、税务总局）线上线下一体化发展企业符合高新技术企业或技术先进型服务企业认定条件的，可按现行税收政策规定享受有关税收优惠。（财政部、科技部、税务总局）积极推广网上办税服务和电子发票应用。（税务总局、财政部、发展改革委、商务部）

(十五) 加大金融支持力度。支持线上线下一体化企业引入天使投资、创业投资、私募股权投资，发行企业债券、公司债券、资产支持证券，支持不同发展阶段和特点的线上线下一体化企业上市融资。支持金融机构和互联网企业依法合规创新金融产品和服务，加快发展互联网支付、移动支付、跨境支付、股权众筹融资、供应链金融等互联网金融业务。完善支付服务市场法律制度，建立非银行支付机构常态化退出机制，促进优胜劣汰和资源整合。健全互联网金融征信体系。（人民银行、发展改革委、银监会、证监会）

(十六) 规范市场秩序。创建公平竞争的创业创新环境和规范诚信的市场环境，加强知识产权和消费者权益保护，防止不正当竞争和排除、限制竞争的垄断行为。推进社会诚信体系建设，强化经营主体信息公开披露，推动行政许可、行政处罚信息 7 个工作日内上网公开。建立健全电子商务信用记录，纳入“信用中国”网站和统一的信用信息共享交换平台，完善电子商务信用管理和信息共享机制。切实加强线上线下一体化监管和事中事后监管，健全部门联动防范机制，严厉打击网络领域制售假冒伪劣商品、侵犯知识产权、传销、诈骗等违法犯罪行为。（商务部、发展改革委、工业和信息化部、公安部、工商总局、质检总局、食品药品监管总局、知识产权局）

(十七) 加强人才培养。鼓励各类企业、培训机构、大专院校、行业协会培养综合掌握商业经营管理和信息化应用知识的高端紧缺人才。支持有条件的地区建设电子商务人才继续教育基地，开展实用型电子商务人才培训。支持开展线上线下一体化互动创新相关培训，引进高端复合型电子商务人才，为线上线下一体化企业创新发展提供服务。（商务部、人力资源社会保障部、地方各级人民政府）

(十八) 培育行业组织。支持行业协会组织根据本领域行业特点和发展需求制订行业服务标准和服务规范，倡导建立良性商业规则，促进行业自律发展。发挥第三方检验检测认证机构作用，保障商品和服务质量，监督企业遵守服务承诺，维护消费者、企业及个体创业者的正当权益。（商务部、工商总局、质检总局）

各地区、各部门要加强组织领导和统筹协调，结合本地区、本部门实际制订具体实施方案，明确工作分工，落实工作责任。商务部要会同有关部门做好业务指导和督促检查工作，重大情况及时报告国务院。

国务院办公厅

2015年9月18日

行业动态

中国首个跨境电商检验认证联盟深圳前海成立



中国首个跨境电商检验认证联盟 28 日在深圳前海举行揭牌仪式。多家跨境电商企业现场签订自律宣言，表示将注重商品的质量检验，维护消费者、电商平台及各家企业的权利，促进中国跨境电商产业发展。

该联盟由深圳市检验检疫局倡导，连同国内外十多家检验认证机构共同发起。

跨境电子商务已成为深圳外贸不容忽视的一部分。2015 年 1-6 月深圳市跨境交易额达 131.8 亿美元，较去年同期涨幅 131.7%。但高速发展的背后，隐藏着众多质量问题。该联盟表示，将为跨境电商提供便捷可靠的检验认证服务，通过加强跨境电商企业及检验认证机构双方自律，助力跨境电商监管。

据悉，该联盟将对接电商企业，检验认证机构，消费者及政府部门的需求发挥作用，为跨境电商平台企业提供入驻平台商家的检验认证咨询服务；为跨境电商企业提供质量检验认证服务等。

同时，联盟还将通过签订企业自律宣言、接受社会投诉、发布“红黑榜”等方式推动行业自律，并将定期发布有关数据信息，为社会提供第三方质量认证信息，推动跨境电商质量提升，协助质检部门监管，提升通关速度，促进贸易市场发展。

深圳市跨境电商检验认证联盟表示，未来将争取进一步的优惠政策及扶持措施，助力深圳跨境电商的发展。

来源：中国新闻网

跨境电商风起云涌 解决消费者三大痛点

2015 年注定是属于跨境电商的一年，自贸区、保税区、杭州跨境电商综试区相继设立，日前国务院又完善了消费品进出口相关政策，直接对跨境电商形成利好。目前风起云涌的跨境电商主要分成两个部分：

第一类是 B2B，由于传统外贸模式订单周期长，利润空间低，资源分配不均衡，导致跨境电商的崛起并重塑中小企业国际贸易的链条。

第二类是 B2C，B2C 跨境电商未来的增长率在 30%到 40%左右。由于政府监管，C2C(代购)的模式将在未来慢慢下降

根据艾瑞统计的测算，B2C 在 2014 年跨境电商中占比为 7.6%，在未来三年，这个数字将上升到 11.1%。笔者非常看好 B2C 跨境电商，因为它解决了消费者以下三大痛点：

1. 消费者对于食品安全的担心

在一些食品安全事件后，消费者对于食品安全的信任度降到了冰点。母婴类产品海淘网站如蜜芽宝贝解决这类需求的领军企业。在母婴用品领域，代购和海淘模式始终解决不了几个问题：假货和流程繁琐。传统的海淘模式存在至少 15 个环节，海淘族要面对的各种风险又让消费者受怕。而跨境电商的购物环节直接在海外进行采购，只有 5 个，极大的缩短了中间环节，节约了购物时间，购物成本，同时又保证了正品品质。

2. 消费者对于高品质生活的追求

同样一款洗发水，以前一些国际大品牌比如海飞丝，沙宣等可能就可以满足消费者，而现在随着消费水平的提高，消费者会有更个性化的追求，比如说无硅洗发水，防脱发洗发水，因此一些产品定位清晰的日本品牌广受消费者的好评。日本药妆品牌瞄准了这个机会正式入驻天猫国际。松本清的天猫海外旗舰店店铺内产品分为日本直邮和杭州保税仓发货(商家提前囤货)两种，物流过程网上可实时查询。小红书也是在此中崛起的一只新秀，从做境外购物攻略成长起来，变成海淘社区，在近期又转型了为了跨境电商平台，虽然 SKU 不多，但是发展非常有潜力。

3. 消费者对于国内外价格差的考量

根据财富品质研究院的报告显示，中国消费者境外人均消费额 1508 欧元，买走了全球 47% 的奢侈品。国内涉及高端消费品的跨境电商的代表有三种，保税+直邮模式的天猫国际，自营非平台模式的京东海外购，以及主打“全球一体化服务模式”的寺库。三家平台企业运营模式不同，但都能有效把控供应链条。但如此同时，国内相关奢侈品已开始下调价格。如 Prada 在今年 7 月的调价中，其中一款包由 1.8 万元降至 1.6 万元，调价幅度约为 11%，超过一般奢侈品 5%-7% 的调价范围。奢侈品跨境电商在未来能否为消费者提供更多便利和实惠，笔者拭目以待。

来源:联商论坛

洋码头曾碧波：跨境电商如何做好用户体验



消费者对跨境电商有着强烈的不安全感，这份不安全感主要来自距离，对商家和物流的双重不确定让他们产生了对于“正品”的质疑。洋码头通过“买手认证”+“自建物流”来保障正品。

消费者对跨境电商的需求

最近尼尔森关于跨境电商的一项调研显示出中国消费者在跨境网购方面的很多需求没有得到满足。现阶段，跨境电商比较受资本关注，但无论在资本市场上表现如何、价格战怎么打，最终都离不开消费者从海外买到满意的东西，并且整个过程中的体验都很流畅，这是跨境电商创业者最终要回归的原点。

跨境电商经历了不同阶段。2005 年开始，代购盛行，后来也被称为海淘。但现在已经没有人再谈海淘了，因为海淘的体验太难保证了：用户在英文网站下单，一个多月之后才能收到商品，这是典型的海淘体验，而我觉得是反人性的体验。

过去一年，电商巨头和资本都相继涌入这个领域，政府也在积极推动，跨境电商的概念逐渐形成。随

着跨境电商带来更丰富的购物模式，消费者也有了更多的要求。首先是品类的丰富，消费者想买到的东西不再局限于母婴、电子产品、化妆品等典型的代购品类，而是涵盖人们生活中吃喝玩乐各个方面的商品。其次，对购物体验的要求更高了，包括能够使用中文购物、售后和退货方便、能有 24 小时客服等，总之能够做到跟国内消费没有明显差异。

“买手认证”+“自建物流”保障正品

消费者对跨境电商有着强烈的不安全感，这份不安全感主要来自距离，对商家和物流的双重不确定让他们产生了对于“正品”的质疑。

因此，首先就要对买手有严格的认证，并且洋码头也一直坚持对上游买家做认证。目前，大部分平台型跨境电商对海外商家的认证都停留在纸面上，商家提供海外零售商执照并且交付押金就可以了，我们对海外买手和商家的认证更加严格。

对于海外零售商，我们需要核实它的海外营业执照、零售资质、确认经营状况良好；如果是海外买手，我们则必须确认他的海外身份、或至少是长期居住海外。另外，我们会在没有通知的情况下对卖家做随机抽查，包括查看他仓库的所有货品、仓储条件、库存真假等，甚至通过了解他的供应商和合作伙伴来对评估他的信用状况。因香港商家的特殊性，洋码头在香港商家或者卖家认证方面更加严格。

除此之外，卖家的服务能力也应该重点考量。跨境网购有很大的壁垒，上游的卖家、零售商并不了解中国消费者，中国消费者普遍没法从他们那得到良好的本土化服务。另外，国外的商家和个人也不知道该怎么开展中国市场。因此开展卖家培训是有必要的，洋码头在洛杉矶便会定期组织卖家沙龙。

其次，自建物流将成为跨境电商的门槛和优势。虽然 C2C 的平台模式本身不重，但物流环节必须做重，洋码头最大的竞争优势就是自建物流。自建物流能保证做到所有商品都是海外直邮，而从用户调研的结果来看，海外直邮能提高消费者对跨境电商的信任度。

自建物流有几点好处：按时交付、控制空运成本、在清关环节形成封闭通道。例如在控制空运成本方面，我们会通过信息系统提高海外物流段的效率、高频次的航班发货来提高整体的速度并控制成本。而清关环节的封闭通道能保证我们的货品没有其他人可以接触，避免出现调包、换货等情况，这在深圳是很常见的。全封闭的清关体系要求在海关的清关现场自己的人全程陪同的，包裹拆开时必须再打上封条，证明货物全程可控。当然，这其中需要与海关进行大量的说服和沟通工作。

不断升级消费保障体系

如果说“自建物流+买手认证”是跨境电商 1.0 阶段的事情，那么今天行业已经发展到新的阶段，消费者需求越来越高，我们还提供相同的服务就显得远远不够了，因此我们还需要进一步提升保障服务。以下是洋码头的一些举措：

第一，除了自建物流之外，开始做建仓做仓储。建仓的目的就是为了进一步提升整个物流环节的效率。国外有一些来自内陆地区的卖家或零售商，他们的货品从内陆城市发到洛杉矶的过程可能就需要 3 天的时间，然后再由我们的物流发回国内，这个时间效率是消费者不满意的。所以，建仓之后我们可以让这些卖家提前把货放在我们的仓库里，提高境外物流的效率。目前，洋码头在海外已建成十大国际物流仓储中心，分别位于洛杉矶、东京、悉尼和法兰克福等地。

第二，追溯商品的源头。今天海外购物有很多的方式，在保税区里的货一定靠谱吗？那有可能是晋江加工的货在海上飘一圈又回了保税区，但消费者辨别不出来。所以，要从商品的源头开始追溯，确保是海外货源。这个信息目前由第三方通过我们的物流信息化系统提供给消费者，这样消费者在海外购物的整个过程中都能对货物的状态清清楚楚。

第三，本土客服。不像淘宝，我们的卖家在国外，买家在国内，沟通上有很多问题，包括时差、语言等。我们现在把客服服务前置，让有疑问的消费者首先能联系到我们的中文客服，降低由于卖家不能及时回复带来的不安全感。

第四，本土退货。物流查询、商品退换等售后问题的解决是整个购物体验的最后一道门槛。我们要求入驻的海外商家必须允许消费者在中国退货，而不是退到海外。因此，我们在中国也建立了一个退货服务中心，专门收集中国消费者的退货。但不像自营的跨境电商是自己拥有货品，C2C 模式跨境电商的本土退货本身就存在很多问题，不仅要与供应商做大量沟通，还有可能面临消费者调包的风险。所以，为了支持本土退货，我们需要在海外采集大量信息，以保证退回来的货品就是当时从海外寄过来的商品。目前，洋码头 B2C 的商品大部分都已提供无条件退货。

概括来说，C2C 的跨境电商要通过自建物流和海外建仓提升消费者的物流体验；通过商品溯源保证正品；通过前置的客服服务和本土退货服务提升购物过程中的体验。这会是未来两三年跨境电商服务的趋势。

来源:腾讯科技

多银行推云支付争抢移动支付市场



挥一挥手机，支付消费即刻完成。之前有“闪付”，现如今有秒付，虽然商业银行在移动支付领域进展并不顺利，但移动支付仍然是它们拼争的市场。云支付究竟是什么？支付模式和开通方式又是怎样的？

近日，建设银行联合中国银联推出龙卡云支付，推出空中办卡的方式，为所有拥有建行信用卡和借记卡的客户提供即办即用、秒速开卡的服务，并能实现快速支付；中信银行也推出了类似功能。早在 5 月，工行宣布正式与中国银联和 VISA 合作推出一款“无芯片”的云支付信用卡，即工银云端信用卡产品。

较早开通云支付服务的光大银行已经有了一定的成绩，光大银行副行长卢鸿在银监会银行业新闻例行发布会上介绍了光大银行电子银行业务的发展情况。截至 2015 年 8 月末，云支付交易金额达 1705 亿元，同比增幅达 133%，交易笔数超过 2 亿笔，同比增幅达 72%。

其实，云支付听起来有些虚无缥缈，但据银行人士介绍，这依赖于一种先进的技术叫做 HCE。HCE (Host-card emulation)，中文称主机卡模拟技术，即利用手机 App 模拟芯片卡的安全技术，来实现银行卡的发卡交易。

云支付如何申请使用？建行相关人士介绍，比如申请“建行云支付”，客户仅需在具备 NFC 功能的安卓手机下载安装“建行随芯用”客户端，点击“申请新卡”，添加已有的信用卡或借记卡，即可完成申请。申请信息验证通过后，云支付卡将自动下载并激活，客户便可开始使用手机进行交易。

使用时，解锁屏幕、开启 NFC 功能、靠近标有银联“闪付”标志的 POS 机，当客户听到 POS 机的“嘀”声后，手机就会提示支付卡号、交易金额等信息，客户在 POS 机上输入密码，签名后即可完成支付交易。

除了“秒付”外，卢鸿介绍，云支付还可以提供资金监管服务，目前已经为能源、化工等九大行业百余家商户提供资金监管服务，签约 86 家支付机构，按照监管要求对支付机构的备付金进行监管。

那么云支付是否安全？云支付主要采用支付令牌、动态密钥、云端验证三大核心技术，实现安全支付

三重防卫。客户的支付卡信息通过支付令牌储存在云端服务器中，保证客户信息安全；动态密钥和云端验证技术，可动态实时完成支付令牌和动态密钥的核实验证，有效防范伪冒卡风险。

不过，云支付单笔交易仍然有支付限额，如建行设定龙卡云支付单笔交易 5000 元的限额；工行基于大数据可视化技术建立了先进的实时监控干预系统，并将工银云端信用卡单笔交易限额设定为 5000 元。

面对互联网金融的大潮，商业银行争相构建起集支付、服务、信息数据管理于一体的互联网金融服务体系，为更多的互联网金融创新产品和服务提供了广阔空间。

来源:北京商报

政策解读

关于《国家税务总局关于修订纳税人识别号代码标准的公告》的解读

现将《国家税务总局关于修订纳税人识别号代码标准的公告》（以下简称《公告》）有关内容解读如下：

一、公告背景

全面推进“三证合一”登记制度改革是贯彻落实党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神的重要举措，是简政放权、便利市场准入、鼓励投资创业、激发市场活力的重要途径。通过实施“三证合一、一照一码”，能够有效推动部门间工作整合和信息共享，加快建立程序更为便利、流程更为优化、资源更为集约的市场准入新模式，有力推动大众创业、万众创新。

为理顺代码管理体制机制，国务院于 2015 年 6 月审议通过了《法人和其他组织统一社会信用代码制度建设总体方案》（以下简称《方案》）。国家税务总局为贯彻落实《方案》要求，做好法人和其他组织统一社会信用代码与纳税人识别号的衔接工作，决定对中华人民共和国税务行业标准《SW5-2013 纳税人识别号代码》进行修订，《公告》对有关事项予以了明确。

二、主要修订的内容

纳税人识别号是各类纳税人、扣缴义务人办理涉税事宜的唯一识别代码，其法律效力和适用范围由税收征管法确定。统一社会信用代码是由登记管理部门为法人和其他组织赋予的身份识别号码。《公告》将纳税人识别号代码标准中涉及法人和其他组织的相关内容进行调整，修订的主要内容包括：

（一）将纳税人识别号代码标准编码规则中第一条第一款“以‘组织机构代码证’为有效身份证明的组织，即已取得组织机构代码证的纳税人，其纳税人识别号共 15 位，由纳税人登记所在地‘6 位行政区划码’+‘9 位组织机构代码’组成”修订为“已取得统一社会信用代码的法人和其他组织，其纳税人识别号使用 18 位‘统一社会信用代码’，编码规则按照相关国家标准执行。”。

（二）将纳税人识别号代码标准编码规则中第一条第二款“以‘业主身份证件’为有效身份证明的组织，即未取得组织机构代码证书的个体工商户以及持回乡证、通行证、护照办理税务登记的纳税人，其纳税人识别号由‘身份证件号码’+‘2 位顺序码’组成”修订为“未取得统一社会信用代码的个体工商户以及以居民身份证、回乡证、通行证、护照等为有效身份证明办理税务登记的纳税人，其纳税人识别号由‘身份证件号码’+‘2 位顺序码’组成”。

(三) 将纳税人识别号代码标准编码规则中第二条第一款“以组织机构代码证、居民身份证、回乡证、通行证、护照等为有效身份证明的临时纳税的纳税人，其纳税人识别号由‘L’+‘身份证件号码’组成”修订为“以统一社会信用代码、居民身份证、回乡证、通行证、护照等为有效身份证明的临时纳税的纳税人，其纳税人识别号由“L”+“统一社会信用代码”或‘L’+‘身份证件号码’组成”。

三、纳税人识别号赋码管理

纳税人识别号的覆盖范围远大于统一社会信用代码，因此除使用统一社会信用代码的纳税人外，其他包括自然人在内的各类纳税人的纳税人识别号编码规则保持不变。同时，为减少对已登记纳税人的影响和负担，保证未取得统一社会信用代码的法人和其他组织正常办理涉税事项，其原有的 15 位纳税人识别号继续有效使用，编码规则仍按照《国家税务总局关于发布纳税人识别号代码标准的通知》（税总发〔2013〕41 号）规定执行。

来源：国家税务总局办公厅



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