

# 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 8 月 07 日

## 目录

质检局政策动态 .....	3
国家质量监督检验检疫总局《质检总局关于贯彻落实放开部分检验检测经营服务收费的公告》（2015 年第 92 号） .....	3
行业动态 .....	4
云南外贸企业跨区域通关再提速（图） .....	4
国外值得开拓的 4 个电商市场 法国入选 .....	4
东莞跨境电商开发新兴市场 拉美成焦点 .....	5
青岛打通中韩日海运跨境电商直购通道 .....	6
杭州跨境电商综试区进京招商 .....	6
知识百科 .....	7
全球七大主流电商市场数据分享 .....	7
家具消费网络化浅析：搜索、网购、O2O、消费决策 .....	8

## 质检局政策动态

# 国家质量监督检验检疫总局《质检总局关于贯彻落实放开部分检验检测经营服务收费的公告》（2015 年第 92 号）

根据《国家发展改革委关于放开部分检验检测经营服务收费的通知》（发改价格〔2015〕1299 号，以下简称 1299 号文），自 2015 年 8 月 1 日起放开部分检验检测经营服务收费，改由相关专业服务机构依据《价格法》等法律法规，制定相关收费标准。现将涉及质检系统的 7 项经营服务收费予以公告：

一是手机检测费。工业和信息化部、国家认证认可监督管理委员会依法设置和经授权的检测机构，开展涉及手机型号核准、进网许可和 3C 认证的检验检测时，向委托人收取的费用。

二是国家级特种设备检验检测费。中国特种设备检测研究院、国家起重运输机械质量监督检验中心、国家客运架空索道安全监督检验中心、国家电梯质量监督检验中心、国家工程机械质量监督检验中心等国家级特种设备检验检测机构，承担与特种设备相关的检验检测、鉴定评审、商业性自愿委托技术服务等收取的费用。

三是条形码服务费。中国物品编码中心对申请使用条形码的企业收取的申请使用条形码加入费、条形码胶片研制费、条形码系统维护费。

四是经营服务性检验检疫费。出入境检验检疫机构开展出入境检疫处理（含消毒、除虫、除鼠、除害等），非法定预防接种和体检、动物免疫接种，以及商业性自愿委托检验检测、鉴定等服务收取的费用。

五是计量校准和测试费。中国计量科学研究院、中国测试技术研究院、大区国家计量测试中心和国家专业计量站及分站等国家级计量检定机构对计量器具开展计量校准和测试技术服务收取的费用。

六是认可收费。中国合格评定国家认可中心开展对产品认证机构、实验室（检查机构）和认证培训机构的认可工作，向申请机构收取的认可费，包括申请费、评审费、审定与注册费和年金；中国认证认可协会开展对认证人员的考核、注册以及对认证培训机构的培训课程确认工作，收取的考核费、注册费以及培训课程确认费。

七是强制性产品认证费。强制性产品认证机构、实验室和强制性产品认证标志发放管理机构开展强制性产品认证时收取的申请费、产品检测费、工厂审查费、批准与注册费、监督复查费、年金、认证标志费。

特此公告。

质检总局

2015 年 7 月 28 日

## 行业动态

### 云南外贸企业跨区域通关再提速（图）



日前，昆明星光卉欣园艺有限公司在昆明海关凉亭监管点办理由深圳大鹏口岸进口的一批百合花种球报关手续，海关从报关单接单到放行，仅用时 10 分钟，企业就可在深圳大鹏口岸提取进口货物。这是云南首家企业享受到海关区联动通关一体化改革带来的通关便利。

“这是全国 5 大区域实现区联动一体化通关为企业带来的便利，区域一体化通关改革后，企业可以自主选择申报、纳税、验放地点，并在申报地海关统一办理通关手续，简化了流程、提升了效率。”昆明海关监管通关处副

处长鲁云说，去年 12 月 1 日昆明海关全面融入了长江经济带海关区域通关一体化，今年 5 月海关总署完成对丝绸之路经济带和东北地区海关区域通关一体化改革，并对广东地区海关区域通关一体化参与范围进行扩增，形成了 5 大区域通关一体化改革板块，实现了在全国 42 个直属海关的全覆盖。7 月 1 日，已正式启动跨区域通关一体化改革区联动。

全国 5 大区域实现区联动一体化，企业的选择范围就更大。云南省外贸企业可在本省注册地、货物进出境地选择海关办理申报、纳税和查验放行手续，无需奔波于属地、港口之间。尤其是云南省从海运进口货物多集中在珠三角地区，企业从接单到放行在云南就可全部完成，企业在口岸提货所需时间再次缩短，放行后企业由国内物流车辆自行运输，进一步降低企业的物流成本。同时，参与一体化通关的企业不再受企业类别限制，门槛进一步降低，进一步助推云南省中小外贸企业发展。

### 国外值得开拓的 4 个电商市场 法国入选

随着互联网在全球各地的普及，新兴电商市场也逐渐浮出水面，为进军全球网络零售市场的电商企业敞开了大门。

所以如果你正在做电商，并且希望扩展全球市场，你要从哪里开始下手呢？本网编译了外国媒体报道的四个你值得开拓市场的国家，一起来看下都有哪些国家：

#### 1、法国

法国 2014 年电商销售额增长了 11%，电商企业应该考虑法国这个市场。作为世界上第六大、欧洲第三大的电商市场，法国有很大的发展机会。预计法国 2015 年的电商市场规模将增长 10%，达 624 亿欧元。

#### 2、澳大利亚

澳大利亚 2014 年电商销售额增长了 17.3%，这也表明澳大利亚人是网购的忠实粉丝。数据显示，大约 79.4% 的互联网用户通过电子渠道购物。尽管人口数量较少，但是澳大利亚仍然充满了机遇。

#### 3、韩国

韩国的网络速度全球最快，也难怪它是全球第七大、亚太地区第三大电商零售市场。预计韩国 2015

年总零售额达 367.6 亿美元，其中网络零售额占 9.8%。

#### 4、英国

在欧洲地区，英国人最常上网购物，这也让英国成为继美国、中国之后的第三大电商市场。英国消费者平均每年的网购开支为 1174 英镑，网络零售额也将持续增长，英国为电商企业提供了很多发展空间。

以上这些国家的消费者基础十分诱人，为希望拓展全球业务的电商提供了很多机会，电商企业不要错过了这些国家。

来源:雨果网

## 东莞跨境电商开发新兴市场 拉美成焦点

随着跨境电商的迅猛发展，东莞跨境电商卖家对新兴市场的开发势头也日益迅猛。

不可否认的是，在东莞跨境电商卖家的目标市场中，北美市场一直占据最大份额。然而，随着跨境电商竞争愈发激烈，越来越多的新兴市场成为东莞跨境电商的目标，且成绩较为抢眼。在日前东莞跨境电商协会与雨果网举办的一场论坛上，针对参会的 500 名东莞卖家进行了调查，进军欧洲和俄罗斯市场的卖家均超过 15%，甚至逼近 20%，另外还有东南亚、中东、拉美等市场。

跨境电商小语种市场备受关注已久，相对于大热的俄语市场，西语所覆盖的广袤的拉丁美洲市场，还未被深入地研究和开发，算是真正的“潜力股”，各大平台纷纷押宝于此。此次的调查显示，拉美卖家的占比为 1.77%，发展空间还相当大。对此，拉美地区最大的 B2C 平台 Linio 亚洲区董事总经理 Hans 认为，拉美存在着巨大的机会，等待包括东莞在内的中国卖家前去开发。

“拉美不少地区，比如墨西哥、哥伦比亚、智利、秘鲁等，人均 GDP 其实都比中国的高，然而零售行业的发展却相当的滞后。” Hans 说，拉美地区人口平均年龄在 27 岁左右，是全球人口最年轻的区域，但他们不存钱买房，乐意花钱添置自己喜欢的东西。然而他们的零售业却不发达，在很多城市几公里之内都没有一个像样的超市，货品也不齐全。

但他同时指出，拉美网购的渗透率在迅速提高，尝试网购的人也越来越多。此外，智能手机的普及也让更多人方便于网购，Linio 平台上有 30% 的订单量来自移动端，且这个比例还在持续快速增长。“新市场的发展总是充满着曲折的道路，现在拉美地区这片未开垦的地区正是等待着一个黎明前的爆发点，时间会证明一切。”

亚马逊全球开店负责人 chris 也给出了一些开发新兴市场的建议。他称，亚马逊欧洲站流量最大的是德国站，紧接着是英国、意大利、西班牙、法国。“大家可以重点关注一下意大利这个国家，这是最近兴起的一匹黑马。”

事实上，今年不少来自南美、东南亚等新兴市场的知名电商平台负责人看中东莞市场，频频到莞推广平台业务。而从政府层面来看，近年来，东莞与新兴市场的贸易往来也越来越密切，东莞政府正在积极探索与非洲、拉美、东南亚、中亚等地区建立“东莞产品展销中心”和经贸合作产业园。

这一系列的举措，无疑为东莞卖家开拓新兴市场提供了更大的平台。跨境电商人士认为，接下来，或将有更多新兴市场被囊括进东莞卖家的“莞货卖全球”范围。

来源:中国财经网

## 青岛打通中韩日海运跨境电商直购通道

7月31日上午，来自日本、韩国的1000余件海运跨境电商直购进口商品在青岛国际陆港顺利通关，标志着位于山东省即墨市的青岛国际陆港跨境贸易电商产业园正式启用，也意味着青岛乃至整个山东半岛地区跨境电商直购业务进入了规模化、常态化发展新时期。

青岛国际陆港跨境贸易电商产业园位于山东省即墨市的青岛国际陆港核心区内，集海运跨境电商直购进口、保税仓储、集装箱拆装及堆存、定期集中申报等功能。据青岛大港海关工作人员介绍，海运跨境电商直购商品进入园区后，可在跨境电商监管仓库直接通关，滞留时间不会超过24小时，极大加快了跨境商品通关速度。

“‘海运跨境电商直购进口模式’与普通网上购物相似，国内消费者在网上下单订购境外商品，可享受和购买国内货物一样的便利。”据青岛即墨市政府副市长孙明明介绍，青岛国际陆港跨境贸易电商产业园开通海运跨境电子商务直购业务后，能够充分发挥青岛到日韩距离近、班轮密集的优势，实现“海运的价格，空运的实效”。

据悉，为加快海运跨境电商发展，青岛即墨市专门出台了加快跨境电商发展的扶持意见，正在建设面积更大、功能更全、辐射更广的跨境电商小镇。同时即墨与青岛大学等高校合作共同培养电商专业人才，推动中小电商企业向跨境电子商务转型，打造青岛本土跨境电商平台，着力形成日韩电商货物集散中心，全力打造经济发展新引擎。

来源：人民日报海外版

## 杭州跨境电商综试区进京招商



跨境电商已成为互联网新风口，作为企业聚集地的综合园区也在“争抢生源”，加速全国招商。中国（杭州）跨境电子商务综合试验区（以下简称“杭州综试区”）昨日来京举办招商推介会。不过，北京商报记者调查发现，尽管具有区位优势，但对增长迅猛的跨境企业而言，最核心的仓储资源有些跟不上脚步。不过，杭州跨境综试区已经意识到了问题，正在加紧规划。

北京是杭州综试区推广的第一站。据了解，上半年杭州综试区已引进京东全球购、富士康、顺丰海淘等117家跨境电商产业链企业落户，分布在下沙跨贸园区、萧山空港园区、下城园区和部分其他区、县（市）。

综试区建设领导小组办公室常务副主任王翀介绍，综试区主要从推行便利化通关流程、建立“负面清单”监管制度、探索税收管理规范化便利化等6个方面，创新跨境电子商务监管制度。

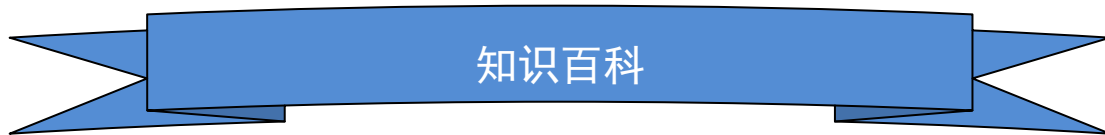
综试区在通关、物流、结汇制度上的优惠政策是吸引企业入驻的重要砝码。蜜芽宝贝国际业务总经理桂博文向北京商报记者表示，蜜芽宝贝在商品上具有单量大、品类多而分散的特点，比较看重综试区的申报政策。如果杭州综试区在国检上能更偏向于海淘用户的喜好，也会减少很多麻烦。“目前蜜芽宝贝尚未入驻杭州综试区，不过了解到杭州在国检方面有一些创新政策，也正在考虑。”桂博文表示。

对于已经入驻杭州综试区的企业来说，仓储条件是多数企业普遍关心的话题。鲜生活是一家北京企业，也是第一批接入杭州综试区的企业，目前落户萧山区。鲜life联合创始人、CEO肖欣表示，选择萧山作为

入驻地点主要看重的是当地离机场近，且仓储条件成熟。“上个月鲜 life 日均单量已过 1 万单，但现在比较头疼的问题是爆仓问题。”肖欣称，由于单量增长过快，原来 3000-5000 平方米的仓储已经不够用。遇到相同问题的还有京东。杭州市委常委、综试区建设领导小组副组长佟桂莉表示，新仓库已经投入规划，仅在下沙就有 40 万平方米规划，并在两个月内建 6 万平方米。

中国物流与采购联合会会长何黎明日前表示，在政府推动作用下，各类资本普遍看好物流园区。

来源:北京商报(北京)



## 知识百科

### 全球七大主流电商市场数据分享



2015 年眨眼之间过去了半年，跨境出口电商在今年发生了巨大的变化。北美、欧洲等市场依旧强势，但不乏新兴市场出现，东南亚、拉美、中东市场的表现也让人感叹发展速度如此迅速。为了让读者更加了解国外市场状况，为未来的战略布局，针对全球各国家地区电商市场进行一次全面的盘点。

#### 【北美】

全球约 37% 的跨境在线买家集中在北美。美国拥有 3.15 亿居民，2.55 亿网民，1.84 亿在线购买者。2014 年北美在线总销售额达到 3286 亿美元，其中美国是世界上最大的市场。美国电子商务的销售额在 2017 年有望达到 3700 亿美元。

而加拿大 2014 年电子商务零售总额占零售业销售总额的 4.5%，据专业电子营销研究机构预测，这一比例到 2018 年将升至 8.2%，到时电子商务销售总额将高达 439.5 亿美元。

#### 【俄罗斯】

俄罗斯现有 1.43 亿人口，全球排名第 10。国内重工业和轻工业比例严重失衡，因此俄罗斯的日常消费品进口需求很大，包括鞋服、电子、蔬果等等。2014 年俄罗斯海外电子商务零售额为 3000 亿卢布，中国商品是市场主力军。社交网络发达，SNS 普及率达 42%，VK 最流行，另有 Odnoklassniki.ru 市场占有率也排在 Facebook 之前。俄罗斯智能手机用户规模为 3900 万，全球排名第五。

#### 【巴西】

巴西是世界人口大国之一，目前以 2 亿人口排名世界第五，其中巴西 GDP 排名世界第七，南美第一。互联网覆盖 1 亿人口，网购数量 5100 万，手机（网购）覆盖率达 30%。2014 年巴西全国电商 GMV 达到 350 亿巴西雷亚尔，增长率为 21%，Mercadolivre 是巴西最大的 C2C 网站。巴西高层次人才趋向于化妆品、手机、电器、家具等产品，特别是对手机和平板电脑需求很大。

#### 【日本】

日本有 1.2 亿人口，据日本经济产业省截至 2014 年 8 月的数据显示，日本是仅次于美国和中国的世界

界第三大电商市场。日本电商市场份额从 2002 年开始便逐年攀升，去年市场交易额更是接近 7 万亿日元。本土电商方面，日本乐天市场 2014 年度决算财报显示国内电商交易额为 2 兆 58 亿日元，同比增长 13.7%，首次突破 2 兆日元大关，进驻店铺也达到了 41442 家。

### 【东南亚】

目前东南亚人口有 5.5 亿，东盟六大经济体的网络零售总额在 2013 年仅为 70 亿美元，而到 2018 年预计将达 345 亿美元。此外，东盟地区还是世界上最大的智能手机市场之一，移动客户端交易额占据全球电商交易的 40%。这是东盟地区电商发展的一个关键优势。该地区有别于其他地区市场，本土电商发展得更好，Lazada 和 Zalora 是本土最受欢迎的电商，总部设在新加坡，同时新加坡人也是东南亚最热衷网购的群体。

### 【欧洲】

欧洲的 8.2 亿居民中有 5.3 亿互联网用户，2.59 亿在线购物用户。电子商务为欧洲贡献了大约 5% 的 GDP，欧盟已经决定在 2015 年之前将这一数字增加一倍。据了解，今年英国人均网络消费额预计接近 1200 英镑，该值甚至将超过美国的人均网络消费额，相比 2014 年增长了近 10%；法国 2014 年电商市场规模达到 575 亿欧元，同比增长 19%，占法国的 GNP 的 18%。

另外，欧洲国家众多，且国家地域较小，人口相对较少，任何一个国家都不太可能有足够的空间支持一家独立的大型本土电商，所以他们的本土电商相对来讲不会对中国的跨境电商构成较大威胁与竞争；欧洲相对发达的地区，线下商业、服务业成本较高，特别是人力成本较高，这为跨境电子商务提供了非常好的价格优势。

在英国，网络消费者已超过 4200 万人，每 8 英镑的消费额里面差不多就有 1 英镑用于网络购物。这个数据可是非常惊人，特别是当你意识到英国所有食品销售中只有 4% 来自网购。在非食品销售方面，每 6 英镑消费额就有超过 1 英镑来自网购。截至今年四月，网络消费和去年同期相比增长了 13%。而自去年四月份以来，整个零售业消费增长还不到 5%。通过手机和平板电脑网购是目前英国电商增速最快的领域。在英国，人们通过移动端最常搜索的零售产品种类是时尚商品，比如服装和各种配饰。

### 【穆斯林】

穆斯林是指是对信奉伊斯兰教的人，截止到 2009 年底，世界人口约 68 亿人口中，穆斯林总人数是 15.7 亿，分布在 204 个国家和地区，占全世界的 23%。有数据显示，中东地区的跨境市场要集中在以色列和沙特阿拉伯。其中，eBay 来自以色列的网站访问比例占 0.6%，国家排名居第 11 位；亚马逊来自沙特阿拉伯的网站访问比例也占 0.6%，国家排名第 21。兰亭集势、敦煌网、速卖通来自以色列和沙特阿拉伯的流量也占到了一定的比例。

值得注意的是，斋月已经成为了海湾地区消费者网购的一个高峰潮。据悉，由于当地消费者在夜间变得更加活跃，夜间衣服、配饰的订单数量增长迅猛。市场分析公司对去年斋月的数字消费模式进行了调查，结果显示斋月期间网络零售额提高了 23%，旅游在线交易额增长了 42%。随着进入开斋节，消费者的购买模式也从电脑转移到了手机，根据调查显示，这一期间移动端购物比例增长了 29%。在巴林，一半的电子商务交易是通过移动设备完成的。

来源：雨果网

## 家具消费网络化浅析：搜索、网购、O2O、消费决策

据我们的长期观察，家具企业的互联网营销正处于高歌猛进阶段，前行者昌，停步者渐衰。来自多方

面的数据显示：

### 1、家具搜索热度分析

通过互联网查询、了解与获取家具品牌、产品信息的目标客群不断增加，“家具”单日搜索指数普遍超过 3000，“家具品牌”单日搜索指数在 1000 左右，其它比如家具品牌排行榜、实木家具、家具网上商城、家具设计、十大名牌家具、欧式家具、美式家具、法式家具、实木家具品牌、意大利家具、意式家具等数百个有关的关键词，每日均有数百的搜索热度。

在这些搜索请求中，既有直接购买的业主，也有来自经销商和店面的搜索，少部分来自生产厂家与其他人士的搜索。

### 2、家具网购与 O2O 分析

网购家具的现象更加普遍，网购客户数量在增加，从数十元到数千元的产品均有一定的成交量，家具电商品牌崛起，部分单价数千的家具产品购买者渐增，排除其中存在的刷单水分与退货，其销售仍然保持增加趋势。

值得关注的是，家具 O2O 正成为可行的渠道模式，线上搭建合适的引流与销售平台，同线下进行协同，合理化渠道利益分配，实现“从线上到线下、从线下到线上”的闭环电商，既可以提升品牌影响力，又可以提振渠道，扩大市场份额，领先尚未采用有效策略应对的同行。

### 3、家具消费群体的网络化分析

六亿多网民中，30 岁及以上网民占有近 50%的比例，20—29 岁的网民所占比例达到 31.2%，大专及以上学历网民占比达到 20.8%，月入 3000 元及以上水平的网民占比接近 30%。

家具的主要消费群体基本上集中在这样一个区间的网民群体中，而价格更为昂贵的欧式风格家具同样能够找到大量客户，采用三十六套互联网营销兵法，成功影响这一网民群体，将实现明显的销售增长。

这一网民群体经常使用的互联网应用包括：即时通信、网络新闻、搜索、博客、网络视频、网购、微博、社交网站、BBS 等。

### 4、家具购买的网络决策过程分析

根据对消费者购买衣柜的决策路径分析，经常使用网络工具的互联网消费者会通过各种网络工具了解家具品牌信息，并比较产品。其过程一般是：

不了解家具品牌的情况下，选对一些关键词进行搜索，了解品牌信息，然后挑出印象比较好的家具品牌或家具图片，进行对比筛选，最终可能到店里体验；

在了解家具品牌的情况下，会对这些品牌与产品进行更详细的了解，包括造型、颜色、款式、价格等，并搜集查询其他用户的评价。

来源：搜狐



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](mailto:service@mbase.org.cn)