

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08月21日

目录

行业动态.....	3
跨境电商综合服务体系需完善.....	3
承德首届电子商务文化节开幕.....	4
现代流通业的功课要做到民生最后一公里.....	5
制定大数据纲要，李克强强调三个“关键词”.....	6
亚马逊中国跨境电商战略升级 开启中国海淘 2.0 大时代.....	8
国际跨境电商物流大会下月在兰举行.....	10

行业动态

跨境电商综合服务体系需完善

“广角镜头、智能 LED 补光灯、智能手机支架、自拍工具包……这些都是今年要大力开发的产品。”在华强北卖摄影摄像器械的吴先生从传统外贸转型为跨境电商后，真正尝到了甜头，高达三成的年利润更加坚定了他打造自己品牌，走跨境电商之路的决心。

像吴先生这样转型成功的传统外贸企业在深圳比比皆是，深圳的不少大工厂、供应商、制造商已开始大规模插上电商的翅膀，实行跨境交易。数据统计，去年深圳跨境电商交易额达到 170 亿美元，同比增长三成。在跨境电商的利好之下，深圳本地物流也闻风而动，发展跨境物流。

然而，传统外贸企业在向跨境电商转型的同时，却面临着综合服务体系不够完善、跨境电商通道不够顺畅、电商人力资源紧缺的困境，业内人士表示，政府需要加强电子商务基础设施建设，增加公共服务供给，降低企业的经营成本。

跨境电商“新丝路”：从前海向海内外扩展

几年前，吴先生在华强北卖摄影器材起家，产品远销东南亚，生意蒸蒸日上；不过传统外贸走到今天，需要借助互联网之势毋庸置疑，因此他在两年前创立了自己的品牌，逐步转型全力发展跨境电商。吴先生告诉记者，目前产品的销量猛涨，利润高达 30%。“今年还将继续开发更多个性化的器材，借助跨境电商渠道销往更多国家。”

据了解，目前国内有近六成的跨境电商出口商云集深圳，国际邮商小包数量深圳占五成以上，连接国内外两个市场的电商“新丝路”正从深圳前海向海内外扩展，异军突起的跨境电子商务已成为深圳推动外贸转型升级的重要抓手。

日前发布的《2014 深圳市电子商务发展白皮书》显示，深圳跨境电子商务交易额逆势走高，2014 年总体交易额达到 170.4 亿美元，较 2013 年增长 27.3%，占全市电子商务整体交易额的比重约为 7%，占深圳外贸进出口总额的比重为 3.5%。

深圳市经贸信息委副主任贾兴东在深圳举办的 APEC 中小企业峰会跨境电子商务论坛上介绍，刚过去的 2014 年是深圳正式开展跨境电子商务进出口试点工作的元年，在国务院有关部门的大力支持下，深圳成为全国第七个拥有跨境电商进出口双向试点资格的城市，随着前海保税港区网购保税进口试点的正式启动，深圳市跨境电商进出口双向通道全程开通，跨境贸易电子商务取得了突破性进展。

据蛇口海关统计，仅 2015 年 1 月至 3 月中旬，蛇口海关审核验放进口电商物品 72 万票，货值为 7688 万元人民币，分别是去年全年的 14.4 倍和 9 倍。目前已有天猫、聚美优品、华润万家等 15 家电商企业进驻前海。

本土物流公司搭上跨境电商快车

深圳跨境电商发展如火如荼，本地物流公司也闻风而动，眼看国内快递市场天下已定，便开始转向国外市场。成立于 2002 年的深圳市越航物流有限公司开始做起了跨境电商综合物流服务的生意，公司总经理熊红妹告诉记者，身边有朋友在 2013 年时做起跨境电商的物流生意后，营业额呈十倍增长，于是他们也开始瞄准广阔的国外市场。“跨境电商的发展让我们知道不能只做传统物流，从传统物流过渡到电商物流甚至到 O2O 物流体验式的平台，都是我们以后的方向。”

此外，深圳国际控股有限公司在召开的 2014 年业绩发布会上也透露，将争取政策支持在前海开展跨境电商业务。深圳国际执行董事李鲁宁称，深圳国际在前海开展跨境电商业务有诸多优势，跨境电商业务在近两年呈爆发式增长，物流则是跨境电商的一大短板，“深圳国际将利用自身在物流方面的优势建立分发中心，帮助电商经营者让货物更快流转，在我们的物流平台上，电商公司、快递公司都可以对接过来，现在我们已经在和申通快递商谈合作事宜。”

深圳电商发展让电商物流同步扩张。据深圳市交通运输委员会发布的数据显示，2014 年深圳市物流业增加值较 2013 年增长 9.69%，提前超额完成“十二五”末期 1500 亿元的预期目标。2014 年深圳港全年完成集装箱 2403.7 万标准箱，同比增长 3.26%，继续位居全球前三；深圳快递业务收入完成 168.67 亿元，同比增长 33.3%，占全国业务收入的 8.28%。深圳现有物流公司超过 1.48 万家，供应链公司 300 多家，集中了全国 80%以上的供应链公司总部。

跨境电商发展需要完善综合服务体系

“跨境电子在未来十年应该有两个趋势：一个是目前跨境电商在全渠道的发展已经超越了发达市场，而移动互联网的发展将会带来社交化电子商务的极速演进，机会很大；第二，越来越多企业意识到要建立品牌，品牌建设才是实现自我定价和可持续发展。”敦煌网 CEO 王树彤认为，中国电子商务过去十年走通了海外零售的路径，接下来的主流是外贸企业更好地采用 B2B 模式，直接进入渠道、了解客户、建立自己的品牌，“这条路径会越来越清晰的。”

然而，目前跨境电商的发展也遇到不少瓶颈，如人才建设、通关服务、企业退税等，亟需发挥政府的引导作用。国家电子商务示范城市创建工作专家咨询委员会专家组组长、清华大学教授柴跃廷指出，尽管说跨境电商是一片蓝海，但跨境电商的“关口”还没有真正打通，围绕日用品的小卖家、小买家比较热闹，真正做国际贸易的大买家、大卖家依然在观望。他认为，跨境电商要做大，就需要实施跨境电商的综合服务体系建设，建立高效、便捷、低成本的境内跨境电商通道，尤其是通关、商检、结汇、退缴税等方面要完全透明化。在此基础上，要“走出去”，也就是与国际贸易区进行谈判，打通国际通道，使得双边之间的综合服务平台互联互通。

此外，跨境电商出口企业还面临退税难问题。数据统计，截至去年 11 月，参与退税的跨境电商只有 20 多家，退税只有 30 多票，远远低于实际出口量。深圳一电商负责人吴先生说，由于大部分跨境电商出口企业都是市场采购，无法获得上游的增值税发票以及有效的进货凭证，但如果没有上游增值税发票，不仅无法完成退税，同时还会不退反增，征收国内流通税。

王树彤还指出，深圳的外贸企业、代工厂数量居全国首位，可这些企业都非常缺电商人才，她认为政府可以在电商人才培养上加大力度，给予企业软件上的支持。也有投资人认为，跨境电商的未来在中国制造商，但是单凭他们一己之力恐怕心有余而力不足，海外建仓、物流派送、售后服务亟需解决，如何利用平台，抱团走出去才是捷径，同时只有为中国制造提供跨境电商整体解决方案，才能让其更好发展。

来源：敦煌网

承德首届电子商务文化节开幕

8 月 18 日，承德市首届电子商务文化节开幕式暨承德电子商务产业园开园盛典在双桥区下营房承德电子商务产业园举行。

此次电子商务文化节，旨在搭建一个宽广、有效的沟通、交流平台，加快传统行业与电子商务的融合，为承德市电子商务行业发展、地方经济的提升和电子商务应用人才培养、就业提供强有力的支撑和保障。当天，来自承德市互联网协会及三只笨熊、慧购等电商企业的代表汇聚一堂、共襄盛会。



承德电子商务产业园是经市政府批准，由双桥区政府主办，鸿翼房产提供物业并组建运营团队，提供园区专业服务，通过政企合作、公共资源与市场资源优化组合，以培育和推动互联网经济发展为产业导向的公共服务平台，也是承德市首个服务专业化、功能多元化的电子商务园区。在组建园区的过程中，政府根据园区发展定位、目标任务，配置了针对不同发展诉求的普惠性、特惠性以及专项性产业政策体系。鸿翼地产斥资 2 亿元，打造园区招商集聚、运营发展所需的物理空间，以及体现园区专业服务和培训孵化功能的硬件设施。自开园之日起，园区将对社会全方位开放并实施政府互联网产业政策的全方位覆盖，帮助以电子商务为主的互联网企业、立志于创新创业的个人成就事业梦想。

为落实和推进园区的发展定位与目标，本园区设有电商交易企业发展中心、电商服务企业集聚中心、旅游电商扶持拓展中心、特产电商培育中心、涉农电商服务中心、第三方平台综合运营服务中心以及电商培训和创业孵化中心，园区以全方位的功能布局，迎接各路英雄豪杰、青年才俊入园创新创业、孕育发展。凡属企业经营内容所涉领域、个人想法与商业模式与上述七大中心产业方向相符合的企业和个人，均可以法人和自然人身份申请入园寻求发展。

据介绍，企业入驻园区的具体条件包括，在双桥区行政区划范围内注册登记和纳税的法人企业；经营内容、创业方向与园区的产业方向、政策规定相符合。守法经营，照章纳税，入园后能自觉遵从园区为确保安全有序运营而实施的公共管理制度及规定。个人进入园区创客空间孵化的条件包括，法定劳动年龄人口，以中青年、大学生为主。已经形成创业想法，具有自主创业决心与信心以及创业所需资源一定条件或基础的个人创业者。已经具备初步的商业模式和创业团队，但尚不具备法人登记条件的创业团队。创业孵化成功后愿意办理入园手续寻求更大发展者。异地户籍、留学归国、有成熟创业项目或商业模式者依专家评估意见予以优先和倾斜。

来源:承德政府网

现代流通业的功课要做到民生最后一公里

国务院总理李克强 8 月 19 日主持召开国务院常务会议，部署发展现代流通业建设法治化营商环境，构建全国统一大市场旺消费促发展；通过《关于促进大数据发展的行动纲要》，提升创新创业活力和社会

治理水平；决定进一步加大对小微企业的税收优惠，涵养就业潜力和经济发展持久耐力。

国务院总理李克强 8 月 19 日主持召开国务院常务会议，部署发展现代流通业建设法治化营商环境，构建全国统一大市场旺消费促发展；通过《关于促进大数据发展的行动纲要》，提升创新创业活力和社会治理水平；决定进一步加大对小微企业的税收优惠，涵养就业潜力和经济发展持久耐力。

提起现代流通业，很多人会自然地认为它就是现代物流业。其实，两者是从属关系。现代流通业包括商流、物流、资金流与信息流，其中核心关键是商贸物流，其目的在于民生。此次国务院常务会议指出“现代流通业是国民经济大产业”，其含义不仅在于它具有相当庞大的产业集群，更是蕴藏着中国产业结构调整、转型升级、增加就业等所需的大推力。

现代流通业它是中国经济贯穿生产、消费、民生的黄金链条，它的成长是多要素的。既有市场化的资源配置作用，更有政府监督监管的“裁判”效应。此次常务会议提出，对于部署发展现代流通业，要坚决清除妨碍全国统一大市场建设的各种“路障”，落笔就是“禁止滥用行政权力限制或排除公平竞争”。

和其他领域的发展一样，现代流通业具有推动改革政府管理体制的契机。要降低社会流通总成本，政府定然要有一番作为：清理整顿乱收费，加强市场监管，打破地域藩篱，这使得现代流通业能够进入快车道。在此基础上，国务院常务会议把视野放到更远，它指出要“放开商贸物流等领域外资准入限制，吸引跨国公司在华设立采购、营销等功能性区域中心”。如此一来，无国界的全球流通与多种业态共存互补的大流通态势会被打造得更加清晰。

流通业要冠以“现代”的概念，就不能脱离电子商务和“互联网+”的拥抱。此次国务院常务会议强调，要“推广电子商务等新兴流通方式，实施‘互联网+流通’行动计划”。就前者来看，电子商务降低流通成本的案例是不胜枚举。很多 B2C 网站通过先进的物流配送系统，完成工厂到消费者之间的全链条流通，其体验感十足。大大地刺痛传统流通业的眼睛之时，也为现代流通业所乐见。而“互联网+”的革命性特征和平台性思维，可以让现代物流业实现“蛙跳效应”。用先知先觉的眼光来看，中国现代流通业的未来，一定会建立在“互联网+”的基础之上。

现代物流业，它一头连着商贸物流，一头连着消费民生。它作为国家战略中的大产业，其监管无疑是需要创新。此次国务院常务会议就提到，要“创新流通领域市场监管”。要创新，就不能再有落后的被动。“以农产品、食品、药品等对消费者生命健康有较大影响的商品为重点，建立来源可追、去向可查、责任可究的全程追溯体系”，如此，让企业承诺和质量制度挂钩，完成市场主体的责任意识，加大现代流通的可信度。

“完善流通设施建设管理”是此次国务院常务会议对于现代流通业的部署之一。现代流通，它需要构建一张“网”，这样既有系统，又有合力。而它的核心内容，则是流通设施建设管理。在建设过程中，国家没有忘记公益的成分。“优先保障农贸市场、社区菜市场、再生资源回收等微利经营设施用地需求”。多处落笔，也都体现着政府把现代物流业的功课做到了民生最后一公里。

来源：中央政府门户网站

制定大数据纲要，李克强强调三个“关键词”

自 2014 年 3 月将“大数据”首次写入《政府工作报告》以来，李克强总理在多个场合提及这一“热词”。他无论在中南海主持会议，还是外出考察调研都反复强调，要开发应用好大数据这一基础性战略资源，促进大众创业，万众创新，改造升级传统产业，优化政府监管服务，提升社会治理水平。

8 月 19 日常务会的议题之一，是讨论研究《关于促进大数据发展的行动纲要》。李克强总理强调，制定大数据行动纲要，要突出围绕“政府大数据建设”和“创造健康发展的大数据环境”这两项核心内容展

开。总理的讲话重点凸现了三个“关键词”。

关键词 1：共享

“目前，政府各部门已经建成了十几个数据平台，但问题是，这些平台相互不连通，只是一个一个的‘信息孤岛’。”李克强针对政府大数据现状说，“本来，信息的连接是最容易的，商业网站之间都是连接的，但我们各部门的数据就不行，我的网就是我的网，别的部门要用，就是进不来！”

他因此向有关部门明确要求：政府大数据建设，首先要实现所有部门的数据“共享”。

推动政府信息互联互通，实现信息“共享”，是李克强就任总理以来一直盯着不放的问题。去年7月25日，他在山东浪潮集团考察调研期间，特意把相关部门负责人叫到身边“现场办公”，要求他们要以云计算、大数据理念，与信息技术平台有机对接，建立统一综合的信用信息平台，实现“大数据”共享。

在今年6月17日的国务院常务会议上部署应用大数据时，李克强再次强调，要注重数据、信息之间的关联，进一步推动政府信息开放共享，消除信息的“盲区”、“孤岛”。

而在8月19日的常务会议讨论研究《关于促进大数据发展的行动纲要》时，李克强重点强调：各部门的数据首先要实现“共享”。“什么叫‘共享’？起码要有个连接，打开你的就能把其他的打开。共享过程中如果出现重叠，那就要进行衔接，实现数据整合。”他说。

关键词 2：开放

对于政府大数据建设，李克强谈到的第二个关键词是“开放”。

他说：“有一些引导社会经济发展的数据，不涉及国家秘密的，都应该向公众开放，以方便大家使用。”

李克强说，特别是一些与信用相关的数据平台，如果信息不共享、不开放，就会阻碍社会信用体系的建立。“我之前和企业家座谈，很多外贸企业负责人说，做出口贸易，挣钱再少至少收入可预期，回款正常，而在国内做生意，有时候搞不清楚，款拿不到，货物运送过程中还可能出现滞留。”

从另一方面讲，相关数据的开放，也会倒逼政府数据发布的真实性和规范性。

“现在一些地方、部门发布的数据，有时候会相互‘打架’，老百姓都搞不清楚究竟哪些数据是真实的。”李克强说，“这怎么提高社会治理能力，怎么建设现代政府呢？”

他要求，政府大数据建设不能仅仅“划一个概念”：“首先要把政府大数据的建设事情办好，给社会一个好的示范。”

关键词 3：安全

去年7月，李克强在山东浪潮集团考察时说，不论是推进简政放权、放管结合、优化服务，还是推进新型工业化、城镇化、农业现代化，都要依靠大数据、云计算。“大数据是大势所趋，是一个潮流。”

今年2月，总理在贵州考察期间，专程来到北京·贵阳大数据应用中心，详细了解贵阳利用大数据平台监督执法权力的情况，明确提出要把执法权力关进“数据铁笼”，实现“人在干、云在看”。

而在8月19日的常务会议上，李克强强调的第三个关键词就是“安全”。他说，互联网等行业已经在不断创新、发展大数据产业。“因此，政府既要‘扶持’，为大数据产业创造一个健康发展的环境，又要‘引导’、‘规范’，保障信息安全。”

总理明确，要完善产业标准体系，依法依规打击数据滥用、侵犯隐私等行为，让各类市场主体公平分

享大数据带来的技术、制度和创新活力。

他说：“大数据产业的潮流不可阻挡，我们要顺势而为。”

来源：中国政府网

亚马逊中国跨境电商战略升级 开启中国海淘 2.0 大时代



有着浓浓“地球村生活图谱”味道的 2015 年“亚马逊美好生活秀”，上周四在广州华丽丽上演。与此同时，亚马逊中国公司宣布，正式发布“海外购·闪购”（z.cn/ftz）。通过这一创新服务模式，消费者不仅可以用极具市场竞争力的价格购买到高品质的海外正品，更重要的是商品将从保税区或自贸区直接发货，因而可以享受与本地购物无差别的物流配送，平均 3 天就可送达买家手中。

另外，亚马逊“海外购”还将在年内全面优化购买来自亚马逊海外网站商品的客户体验，包括统一账户登录、优化购物车功能和本地化的支付、客服以及退货政策等，同时选品来源也将从目前的亚马逊美国拓展到亚马逊欧洲和日本等多个海外站点。

亚马逊中国总裁葛道远颇为自豪地宣称，将从此全面开启亚马逊中国跨境战略的 2.0 时代。而在许多海淘族及电商业内人士看来，这一天也是中国海淘 2.0 时代大幕正式开启的第一天。

1、为什么要海淘？

我们为什么要海淘？

海淘类导购网站“什么值得买”提供的数据显示，国内海淘市场从 2010 年起开始迅猛增长，5 年来该站海淘规模增长了近 40 倍。购买渠道方面，涵盖美亚、日亚等 14 个国际站点及亚马逊旗下 myhabit、SHOPBOP 在内的亚马逊系，以总计 71% 的市场份额遥遥领先中国海淘市场。种种迹象表明，随着一二线城市在电商发展中人口红利的下降，海淘正成为电商行业的下一个风口。

数据还显示，追求高性价比、买到放心货、探索新奇玩物是驱使国内用户海淘的主要因素。服饰、鞋靴、箱包、母婴、化妆品及运动户外都是最受用户关注和购买量最高的品类。

毫无疑问，中国经济腾飞，带来消费者购买力上升，对更美好生活、更优质国际商品的需求与日俱增。然而，海淘初期的恶劣的用户体验，已经完全颠覆了“顾客就是上帝”的传统消费观念，将原来是赏心乐事的 Shopping 变成了“两眼一抹黑”的赌运气，这也是包括笔者等大多数用户对彼时的海淘心存抵触的主要原因。

2、挥别“史前时代” 痛并快乐着的海淘 1.0

概况来说，当时的海淘主要有以下三种模式，基于各自存在购物流程及体验上的重大缺陷，只能称之为海淘的“史前时代”。

从 2014 年开始，随着国家连串推出促进跨境电子商务发展政策，亚马逊、天猫、苏宁、唯品会等正规军先后加入进口跨境电商的大战场，一些结合地方自贸区、税收、电子支付等优惠政策的进口电商新模式应运而生，中国的海淘也进入了回归消费本质的 1.0 时期。

海淘 1.0 其实不过发展了一年多的时间，却取得了爆炸式的增长。根据中国商务部发布的数据，我国跨境电商在 2014 年的交易额达到 718 亿美元，同比增长 44%，其中进口贸易 206 亿美元，同比增长 60%，当中又以一直是海淘族购物首选的亚马逊表现最为突出。

来自亚马逊的数据显示，2014 年 11 月以来，中国消费者购买亚马逊海外站点商品以及亚马逊中国“海外购商店”直邮和“进口直采”商品的订单总量已近 500 万单，显示了中国消费者对于亚马逊的信任及对海外进口商品的强劲需求。其中，亚马逊“海外购”商店今年 6 月份的销售额较今年 1 月增长近 3 倍，当中最畅销的商品为 Comotomo 乳感奶瓶，自 2014 年 11 月“海外购”商店上线以来已售出 14 万个。2015 年至今，亚马逊的“进口直采”业务相比上一年同期增长了 160%。

虽然如此，受制于当前相关政策规限，各家资源、投入及专注度差异，同样是海外直邮和直采的经营模式，消费者体验仍然有很大差别。比方说，同样是面向全球精品尖货的海外直邮，除了拥有集团供应链及品牌资源优势的亚马逊中国，在半年多一点的时间内就聚齐多达 300 万种的原汁原味海外选品外，其余对手，即使马云、刘强东等纷纷亲自出马远赴海外洽谈合作，其国际选品数量也不过十万级别，离真正的“全球购”还有很大距离。

此外，一些中小规模的垂直型跨境电商企业，本着“捞一把就走”的想法，从海外超市、连锁店等渠道大批量采购了个别品类的商品回来后，即想方设法硬销给中国消费者，制造中国宝宝们最适合某德国品牌奶粉，只爱穿同一日本纸尿裤的假象，加上时不时爆出供应商造假、品牌方否认授权等负面消息，大大伤害了消费者对海淘的信心。

3、亚马逊“海外购·闪购”——海淘 2.0 雏形

亚马逊中国总裁葛道远在发布会上表示，“全新发布的海外购·闪购是亚马逊奉献给中国消费者的又一创新举措，也是亚马逊中国实现一站购全球战略愿景的里程碑。通过全新闪购模式，消费者可以在亚马逊中国购买到具有正品保障的海外爆款尖货，并享受到与境内购物同样的极速送达，以及本地支付、本地客服、本地退货等全面的本地化购物体验。”

据了解，“海外购·闪购”是亚马逊中国依托保税区和自贸区的创新模式，主打自营进口爆款，主要根据此前累积的大数据资料，甄选出中国用户“海外购”时最喜爱的单品，预先备货至保税仓并通过国内物流直接发运，平均 3 天就可送达买家手中。首批上线商品近 70 款，主要集中海外原装的个人营养品和婴幼儿配方奶粉两大品类，其中近 60%为全网独家销售尖货。

不难看出，亚马逊“海外购·闪购”的推出，恰好瞄准了海淘 1.0 的几大用户痛点，完全本地化的用户体验接近于一般电商购物体验——这也正是笔者以为的海淘 2.0 的必然定义。

“海外购·闪购”只是亚马逊跨境战略 2.0 的第一步，据透露，亚马逊将陆续推出物流配送、购物体验和选品等方面一系列的重大升级。届时，闪电速达的“海外购·闪购”，拥有来自美、欧、日等过成百上千万同质同价海量选品的“海外购”商店，以及亚马逊中国网站上逾 5 万来自全球各地的原装进口的独家直采商品，将全面引爆中国消费者的海淘热情。

一位资深电商业观察人士表示，“如果亚马逊中国年底前真能兑现这些承诺，那就是真海淘 2.0 时代来临了，这将是海淘加速成为电商业态主流的一个重大转折，一些浑水摸鱼的伪海淘业者也会被清除出场，中国消费者生活品质有望迎来质的提升。”

4、畅想海淘 3.0 的美好生活

既然海淘 2.0 时代的来临已经近在眼前，笔者又忍不住畅想起海淘 3.0 时应该有的生活场景了。

畅想不是空想，海淘 3.0 也不是世界大同，必需认识到各国贸易壁垒、人文差异、空间距离等实际障碍的存在，基于这些现实限制，海淘 3.0 时代至少应该符合以下特征：

数以亿计的选品，既能满足主流需求，同时包括能满足小部分特殊爱好的长尾商品

与美、欧、日等全球主流消费市场实时同步，同质同价，不会因一时的汇率波动、渠道变化、供求变动影响消费体验

全中文文化界面、操作，和一般电商一致的购物体验，包括标价都是最终到手价，没有额外税费、邮费，本土支付方式，与本土电商相同或相近的物流配送时间等

海淘商品享受本土商品退换货政策、服务

根据大数据优化的千人千面网购体验，个性化的商品推荐，甚至是品牌定制

从葛道远口中，笔者得知亚马逊最新提出的“一站购全球”战略远景，和笔者理想中的海淘 3.0 有颇多吻合之处，亚马逊中国上下也正为此全力以赴。更重要的是，葛道远强调，亚马逊在中国的目标，不一定要成为最大电商，但一定要是用户体验最好的一个。在笔者看来，这样的定位，或许能帮助他们更快到达海淘 3.0 的美好将来。

来源：新快报

国际跨境电商物流大会下月在兰举行

以“电商物流——让世界触手可及”为主题的 2015 中国（兰州）国际跨境电商物流大会，将于 9 月 7 日至 10 日在兰州召开。此次大会既是对跨境物流成果的一次盘点，也是未来发展的行动指南，在国家“一带一路”战略背景下，对西部省区的物流发展意义重大。19 日，市政府召开动员部署会，对筹备工作进行安排。

或将成为未来跨境物流发展的行动指南

据正式印发的《2015“一带一路”中国（兰州）国际跨境电商物流大会工作方案》，大会主办单位是中国交通运输协会、甘肃省商务厅、兰州市人民政府，承办单位是中国物流城市联盟、兰州市商务局、中国城市物流研究中心等。

在当天的会议上，主办方指出，本次大会是全国范围内一次真正意义上的电商、物流行业的大交融、大聚会，注重品质、深度和对地方物流发展的贡献，既是对跨境物流成果的一次盘点，也是未来发展的行动指南，对国家“一带一路”战略背景下，西部省区的物流发展意义非凡。同时，作为中国西部物流新热点，兰州所蕴藏的巨大商机，也会在盛大的交流对接活动中得到释放，使参展、参会价值连城。大会将邀请国家有关部委、国家级行业协会、研究机构、大专院校领导及代表；“一带一路”沿线各省市政府及部门代表；沿线城市及国内外现代物流、电子商务知名企业代表；本地相关企业代表。会议参加人数约 400 人，展会参与人数约 4000 人。

举办“一带一路”国际跨境电商物流高峰论坛

据悉，2015“一带一路”中国（兰州）国际跨境电商物流高峰论坛是本次大会的核心。中外嘉宾除就政策趋势、发展经济、区域合作、企业经营等做大会分享外，还将就“国际大通道建设及中欧班列运营”、“跨境电商‘海外仓’”、“跨境物流园区与保税区”、“物流企业的跨境经营与转型”等专题进行研讨，是一次全面、深入、系统梳理并指导跨境电商和跨境物流发展的高规格盛会。会议内容将汇编形成《中国物流城市发展报告——跨境电商物流》，呈送国家有关部委，并向有关城市、物流企业、投资机构和媒体

发送。

为配合本次大会的召开,为期三天的 2015“丝绸之路经济带”沿线城市物流发展成果展示暨兰州跨境电商物流项目推介洽谈会将同期举办。100 多个电商和物流的招商引资合作项目和多个城市的政策发布,将带给与会嘉宾和各地客商更多惊喜。中华物流大讲堂兰州专场,将系统讲授跨境电商物流知识,推荐模式,让参会更具价值。大会期间,还将发布“中国商贸物流(兰州)指数”。大会期间将发表《兰州宣言》与此同时,大会期间还将举行“一带一路”跨境电商物流联盟成立大会。由兰州市人民政府发起,中国物流城市联盟负责组织的“一带一路”跨境电商物流联盟,成员包括沿线各相关城市、企业和单位。

届时,将发表以“联合沿线各方力量,共建国际物流大通道,促进我国跨境电商物流事业的健康发展”为内容的《兰州宣言》,将成为本次大会的最大亮点。

对于即将发布的《兰州宣言》来说,则更具时代意义,根据宣言内容,首先要加强区域合作避免陷入恶性竞争;其次,要共同创造适于跨境电商物流发展的政策与环境,为其发展提供最坚实有力的保障;再次,协调各联盟合作机构,共同参与国际市场竞争;第四,建议设立区域性的跨境电商园区,让电商平台与物流企业形成无障碍衔接,避免资源浪费;最后,积极倡议建立跨境电商物流统一标准,为不同产业形态之间的合作提供基础。

来源:兰州晚报



天地纵横



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