

中国跨境电商动态

2020 年第 5 期（总第 41 期）

2020 年 8 月 10 日

指导单位：上海市商务委员会

上海跨境电子商务行业协会编

本期目录

【领导指示】	3
◇ 外贸外资怎么稳？听听李克强总理怎么说	3
【行业公告】	5
◇ 海关总署公告 2020 年第 84 号	5
◇ 国务院办公厅关于进一步优化营商环境更好服务市场主体的实施意见	11
◇ 商务部等 7 部门启动小店经济推进行动	19
◇ 13 部门：支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业	21
【行业资讯】	26
◇ 第三届进博会“最大新品”提前 100 天剧透	26
◇ 稳定政策预期 持续提升便利	30
◇ 进博会参展商联盟首度成立专委会，35 家展盟成员签署长期合作备忘录	32
◇ 第三十届华交会线上交易会启动仪式圆满举办	34
◇ 2020 年上半年上海口岸运行分析	35
◇ 上半年外贸好于全国平均水平 上海二季度进出口已恢复增长	37
◇ 2020 年上半年物流运行稳步复苏	38
◇ 国家邮政局关于 2020 上半年邮政行业经济运行情况的通报	41
◇ 亚马逊 Q2 销售出炉，该品类下半年销量或有新的突破	46

【试点关注】	47
◇ 临港新片区推出 12 条新政 提升科技创新策源能力	47
【协会动态】	48
◇ 临港新片区现代服务业开放区洋山特殊综合保税区政策解读会	48
◇ 进博会系列预热活动之二——第三届进博会食品及农产品展区、医疗器械及医药保健展区展前供需对接会	50
◇ 进博会系列预热活动之三——第三届进博会技术装备展区展前供需对接会	51
◇ eBay 管理支付服务开始在全球范围推广	51
【企业专访】	53
◇ 宝尊电商吴骏华：后疫情时代电商更需要生态的力量	53
【信息推广】	56
◇ 进博会系列预热活动之第三届进博会展前供需对接	56



◇ 获取更多资讯

◇ 请扫二维码关注公众号

【领导指示】

外贸外资怎么稳？听听李克强总理怎么说

“稳外贸稳外资是落实党中央、国务院‘六稳’工作部署的重要环节，是稳住外贸主体、稳住产业链供应链的具体抓手。”李克强总理在7月29日的国务院常务会议上强调。

当天会议部署进一步扩大开放稳外贸稳外资，决定深化服务贸易创新发展试点。李克强说，当前新冠肺炎疫情全球蔓延，世界经济陷入深度衰退，国际形势充满不确定性。外部环境的不确定性，给我国稳外贸稳外资、保产业链供应链带来新的压力和新的挑战。

“要应对当前困难，稳住外贸外资基本盘，我们要一如既往坚持内外资一视同仁，把已经出台的助企纾困政策落实到位，当前尤其要聚焦外贸外资企业面临的实际困难，出台有针对性政策，促进更高水平对外开放。”总理说。

针对外贸企业订单减少等突出问题，推出有效措施支持拓市场、增订单

“当前外贸企业反映突出的问题是订单在减少。订单是外贸企业的生产经营的基础，订单少了，企业发展的空间就小了。”李克强说，“各地区各部门要不折不扣把已经确定的减税降费等助企纾困政策落实到位，切实减轻企业负担。当前尤其要针对外贸企业订单减少等突出问题，推出有效措施支持拓市场、增订单。”

总理明确要求，支持外贸企业增强抗风险能力。运用出口信用保险积极保障出运前订单被取消风险。推广“信保+担保”，为外贸企业融资提供增信支持。鼓励中西部、东北地区发挥优势，承接劳动密集型外贸产业。支持发展跨境电商、

海外仓、外贸综合服务企业等新业态，扩大市场采购贸易方式试点，带动中小微企业出口。

李克强强调，要完善吸引外资政策环境。对重点外资项目一视同仁加大用地等保障。提高外资高新技术企业认定便利度。再贷款再贴现专项额度、进出口银行新增贷款规模等同等支持外资企业。

发展服务贸易既可助力稳外贸稳外资，也能促进外贸产业不断升级

“要不断提高对发展服务贸易重要性的认识，更大发挥服务贸易对稳外贸稳外资的作用。” 李克强说。

总理指出，近几年我国服务贸易快速增长，服务贸易增速已超过货物贸易增速。

“发展服务贸易既可助力稳外贸稳外资，也能促进外贸产业不断升级，向高质量迈进。” 李克强说。

当天会议决定，发挥服务贸易对稳外贸稳外资的作用，结合区域发展战略，将服务贸易创新发展试点扩大到全国 21 个省份部分地区，围绕拓宽开放领域、提升便利水平进行改革探索，包括发展跨境商业医疗保险、推进中外合作办学、扩大技术进出口经营者资格范围、在常态化防控下加强旅游和体育国际合作等。

李克强最后强调：“要在更大范围总结推广试点地区发展服务贸易已经成熟的好经验、好做法，促进更高水平对外开放。”

【行业公告】

海关总署公告 2020 年第 84 号

为保障中国国际进口博览会“越办越好”，海关总署在总结提升前两届中国国际进口博览会通关便利化措施的基础上，制定了《2020 年第三届中国国际进口博览会海关通关须知》和《海关支持 2020 年第三届中国国际进口博览会便利措施》。

2020 年第三届中国国际进口博览会 海关通关须知

中华人民共和国海关将为 2020 年第三届中国国际进口博览会（以下简称“进口博览会”）提供全面优质的服务，并按照《中华人民共和国海关法》《中华人民共和国进出口商品检验法》《中华人民共和国进出境动植物检疫法》《中华人民共和国国境卫生检疫法》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国进出口关税条例》等法律法规对进口博览会进出境物资实施监管。

进口博览会期间，海关将派员入驻国家会展中心（上海）内的综合服务区，提供相关咨询服务。

对进口博览会暂时进境展览品，由国家会展中心（上海）有限责任公司（以下简称“国家会展中心”）向上海海关提供税款担保。境外参展商或其委托的主场运输服务商持国家会展中心出具的《2020年第三届中国国际进口博览会进境物资证明函》（附1）和《2020年第三届中国国际进口博览会进境物资清单》（附2），免于逐票向海关提交税款担保。

一、进口博览会备案

国家会展中心通过“单一窗口”和“互联网+海关”提前完成进口博览会信

息海关备案，采取“一次备案、分批提交清单”的方式办理海关手续，确保进口博览会物资抵达口岸后快速通关。

二、展览品审批和准入

入境动植物及其产品、特殊物品等展览品需办理检疫审批的(清单见附 3)，入境前参展商应当提出申请，经海关审批同意后方可入境。

展览品应当符合《2020 年第三届中国国际进口博览会检验检疫限制清单》(附 4，以下简称《限制清单》)和《2020 年第三届中国国际进口博览会检验检疫禁止清单》(附 5，以下简称《禁止清单》)要求。

三、进境物资申报

进口博览会暂时进境货物采用通关一体化模式，由国家会展中心或其委托的主场运输服务商在上海海关办理申报手续，口岸海关实施验放。其他贸易方式进境的进口博览会物资，境外参展方或其代理人按照现行规定办理海关手续。

对于 ATA 单证册项下进口博览会暂时进境货物，由主管地海关进行审核并签注，复运出境期限与单证册有效期相同。

四、展览品查验与放行

进口博览会进境展览品按规定接受查验、检疫等。因特殊情况需在展馆现场查验的展览品，由国家会展中心或其委托的主场运输服务商提出申请，经海关审核同意，可运至展馆现场接受查验。国家会展中心应当提供必要的办公场所、查验设施等。对查验正常的展览品，由实施查验作业的海关办理放行手续。

五、展中监管

进口博览会举办期间海关依法派员实地监管。国家会展中心、主场运输服务商以及参展商应当遵守海关对展览品展示、销售的管理规定，配合海关做好监管工作。

六、展览品处置

(一) 展览用品消耗。

国家会展中心应当督促参展商提前将预计的消耗，以书面形式告知上海海关，并明确展览用品拟使用方式（试用、品尝、散发）和数量（应在合理范围内，与活动规模相匹配）。对于拟试用、品尝、散发的展览用品，相关参展商应当具备符合要求的合格证明（参展国官方证书/第三方检测报告/参展方自验合格报告/参展方合格申明）。

下列进口博览会进境展览用品，海关根据实际情况对其数量和总值进行核定，在合理范围内的，按照相关规定免征关税和进口环节增值税、消费税：

1. 在展览活动中的小件样品（酒精饮料、烟草制品及燃料除外），包括原装进口或者在展览期间用进口的散装原料制成的食品或者饮料的样品。此类货物，应当符合以下条件：

（1）由参展方免费提供，并在展览期间专供免费分送给观众使用或者消费的；

（2）单价较低，作广告样品用的；

（3）不适用于商业用途，并且单位容量明显小于最小零售包装容量的；

（4）食品及饮料的样品虽未按照本款第（3）项规定的包装分发，但确实在活动中消耗掉的。

2. 为展出的机器或者器件进行操作示范被消耗或者损坏的物料。

3. 布置、装饰临时展台消耗的低值货物。

4. 展览期间免费向观众散发的有关宣传品。

5. 供展览会使用的档案、表格及其他文件。

第1点所列展览用品超出限量进口的，超出部分应当依法征税。第2点、第3点、第4点所列展览用品，未使用或者未被消耗完的，应当复运出境；不复运出境的，应当按照规定办理进口手续。

（二）展后留购。

对于展后留购的展览品，国家会展中心或其委托的主场运输服务商应当按照海关相关规定统一办理进口手续。涉及许可证件管理的，应当办理相关许可证件。

允许列入跨境电商零售进口商品清单的进境展览品，在展览结束后进入经海关注册登记的海关特殊监管区域或保税物流中心（B 型）（以下简称“区域中心”）的，对符合条件的，可按照跨境电商网购保税零售进口商品模式销售。

（三）复运出境。

暂时进境的进口博览会展览品应当在海关规定期限内复运出境。

非 ATA 单证册项下暂时进境进口博览会展览品，在进口博览会结束后转入海关特殊监管区域和保税监管场所的（参展汽车应当转入可开展汽车保税仓储业务的海关特殊监管区域和保税监管场所），办理海关相关手续后予以核销结案。

（四）展览品延期。

暂时进境进口博览会展览品确需延期复运出境的，应当按规定向上海海关办理延期手续。

（五）保税展示交易。

区域中心内企业对保税货物提交担保后，可以运至区域中心外的进口博览会展馆进行展示和销售。

七、记者采访器材

进口博览会暂时进境的境外记者采访器材，海关按照海关总署公告 2008 年第 104 号、2009 年第 19 号、2009 年第 31 号的有关规定办理通关手续。

进口博览会进出境物资未按规定办理海关手续的，海关依据有关法律、行政法规予以处理。

本须知未列明事项按相关法律法规办理。

海关支持2020年第三届中国国际进口博览会便利措施

一、发布通关须知，提供详细通关指引

制定发布《2020年第三届中国国际进口博览会海关通关须知》《2020年第三届中国国际进口博览会检验检疫限制清单》《2020年第三届中国国际进口博览会检验检疫禁止清单》，为境外参展商提供详细指引。

二、设立常态化机构，随时响应需求

上海海关隶属上海会展中心海关作为海关服务进博会常态化机构，做好进口博览会海关监管和服务保障工作。

三、深化科技应用，打造智能化监管服务模式

通过跨境贸易管理大数据平台和信息技术对进口博览会参展商、展览品信息提供全流程监管服务，打造数字化、智能化、便利化、集约化的进口博览会全流程监管服务模式。

四、派员入驻现场，提供服务保障

进口博览会期间，上海海关将派员入驻国家会展中心（上海），提供通关、监管、咨询等服务。

五、办展方统一提供税款担保，减轻境外参展企业负担

对进口博览会暂时进境展览品，由国家会展中心（上海）有限责任公司向上海海关提供银行保函或关税保证保险办理税款担保。境外参展商或其委托的主场运输服务商持国家会展中心（上海）有限责任公司出具的《2020年第三届中国国际进口博览会进境物资证明函》和《2020年第三届中国国际进口博览会进境物资清单》，免于逐票向海关提交税款担保。

六、就近开展验核，提升参展便利化水平

对涉及检验检疫行政审批事项的进口博览会进境动植物及其产品、动植物源

性食品、中药材等，委托上海海关及相关海关就近就地办理审批手续，相关审批工作3个工作日内办结；按照“便利可操作”原则，委托上海海关对展区内销售的进口水产品、乳制品、燕窝境外生产企业行使受理和审查权，并免于境外实地评审，审查通过后海关总署发放临时注册批件（临时注册批件仅限于展会期间及展区内使用）。

七、设置专门通道，优先办理手续

在主要口岸为进口博览会设置贵宾礼遇通道、进境展览品报关专用窗口和查验专用通道，优先办理申报、查验、抽样、检测等海关手续，实行即查即放。

八、固化监管措施，延长 ATA 单证册项下展览品暂时进境期限

固化往届进口博览会监管服务保障措施，海关签注 ATA 单证册项下暂时进境货物的复运出境期限与单证册有效期一致。

九、推进准入谈判，扩大进境展览品种类

推进与参展国家或地区检疫准入谈判，加快风险评估进度，支持风险水平可接受的农畜产品参展并实现对华贸易，扩大进境展览品种类。

十、简化监管手续，方便特殊物品进境

对进口博览会参会代表携带自用且仅限于预防或者治疗疾病用的特殊物品（生物制品），凭医生处方或者医院的有关证明，准予入境。允许携带量以处方或者说明书确定的一个疗程为限。

十一、简化入境手续，方便食品化妆品参展

仅供展览的预包装食品和化妆品免于加贴中文标签和抽样检验，免于核查收货人备案证明；少量试用、品尝的，根据食品安全风险评估情况，可展前抽取样品检验，免于加贴中文标签；在展会现场少量试销的，可免于加贴中文标签。

十二、简化出境手续，便利展览品展后处置

进口博览会暂时进境展览品（ATA 单证册项下暂时进境展览品除外）在进

口博览会结束后，结转到海关特殊监管区域和保税监管场所的（参展汽车应当转入可开展汽车保税仓储业务的海关特殊监管区域和保税监管场所），准予核销结案。

十三、支持保税展示展销常态化，扩大展会溢出效应

经海关注册登记的海关特殊监管区域或保税物流中心（B型）（以下简称“区域中心”）内企业，可以将保税货物提交担保后运至区域中心外进口博览会保税展示展销场所进行展示和销售等经营活动。

十四、支持跨境电商业务，推进线上线下融合

允许列入跨境电商零售进口商品清单（2019年版）的进境展览品，在展览结束后进入区域中心的，对于符合条件的，可按照跨境电商网购保税零售进口商品模式销售。

国务院办公厅

关于进一步优化营商环境更好服务市场主体的实施意见

国办发〔2020〕24号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

党中央、国务院高度重视深化“放管服”改革优化营商环境工作。近年来，我国营商环境明显改善，但仍存在一些短板和薄弱环节，特别是受新冠肺炎疫情等影响，企业困难凸显，亟需进一步聚焦市场主体关切，对标国际先进水平，既立足当前又着眼长远，更多采取改革的办法破解企业生产经营中的堵点痛点，强化为市场主体服务，加快打造市场化法治化国际化营商环境，这是做好“六稳”工作、落实“六保”任务的重要抓手。为持续深化“放管服”改

革优化营商环境，更大激发市场活力，增强发展内生动力，经国务院同意，现提出以下意见。

一、持续提升投资建设便利度

（一）优化再造投资项目前期审批流程。从办成项目前期“一件事”出发，健全部门协同工作机制，加强项目立项与用地、规划等建设条件衔接，推动有条件的地方对项目可行性研究、用地预审、选址、环境影响评价、安全评价、水土保持评价、压覆重要矿产资源评估等事项，实行项目单位编报一套材料，政府部门统一受理、同步评估、同步审批、统一反馈，加快项目落地。优化全国投资项目在线审批监管平台审批流程，实现批复文件等在线打印。**（国家发展改革委牵头，国务院相关部门及各地区按职责分工负责）**

（二）进一步提升工程建设项目审批效率。全面推行工程建设项目分级分类管理，在确保安全前提下，对社会投资的小型低风险新建、改扩建项目，由政府部门发布统一的企业开工条件，企业取得用地、满足开工条件后作出相关承诺，政府部门直接发放相关证书，项目即可开工。加快推动工程建设项目全流程在线审批，推进工程建设项目审批管理系统与投资审批、规划、消防等管理系统数据实时共享，实现信息一次填报、材料一次上传、相关评审意见和审批结果即时推送。2020年底前将工程建设项目审批涉及的行政许可、备案、评估评审、中介服务、市政公用服务等纳入线上平台，公开办理标准和费用。

（住房城乡建设部牵头，国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（三）深入推进“多规合一”。抓紧统筹各类空间性规划，积极推进各类相关规划数据衔接或整合，推动尽快消除规划冲突和“矛盾图斑”。统一测绘技术标准 and 规则，在用地、规划、施工、验收、不动产登记等各阶段，实现测绘成

果共享互认，避免重复测绘。（自然资源部牵头，住房城乡建设部等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

二、进一步简化企业生产经营审批和条件

（四）进一步降低市场准入门槛。围绕工程建设、教育、医疗、体育等领域，集中清理有关部门和地方在市场准入方面对企业资质、资金、股比、人员、场所等设置的不合理条件，列出台账并逐项明确解决措施、责任主体和完成时限。研究对诊所设置、诊所执业实行备案管理，扩大医疗服务供给。对于海事劳工证书，推动由政府部门直接受理申请、开展检查和签发，不再要求企业为此接受船检机构检查，且不收取企业办证费用。通过在线审批等方式简化跨地区巡回演出审批程序。（国家发展改革委、教育部、住房城乡建设部、交通运输部、商务部、文化和旅游部、国家卫生健康委、体育总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（五）精简优化工业产品生产流通等环节管理措施。2020 年底前将保留的重要工业产品生产许可证管理权限全部下放给省级人民政府市场监督管理部门。加强机动车生产、销售、登记、维修、保险、报废等信息的共享和应用，提升机动车流通透明度。督促地方取消对二手车经销企业登记注册地设置的不合理规定，简化二手车经销企业购入机动车交易登记手续。2020 年底前优化新能源汽车免征车辆购置税的车型目录和享受车船税减免优惠的车型目录发布程序，实现与道路机动车辆生产企业及产品公告“一次申报、一并审查、一批发布”，企业依据产品公告即可享受相关税收减免政策。（工业和信息化部、公安部、财政部、交通运输部、商务部、税务总局、市场监管总局、银保监会等国务院相关部门按职责分工负责）

(六) 降低小微企业等经营成本。支持地方开展“一照多址”改革，简化企业设立分支机构的登记手续。在确保食品安全前提下，鼓励有条件的地方合理放宽对连锁便利店制售食品在食品处理区面积等方面的审批要求，探索将食品经营许可（仅销售预包装食品）改为备案，合理制定并公布商户牌匾、照明设施等标准。鼓励引导平台企业适当降低向小微商户收取的平台佣金等服务费用和条码支付、互联网支付等手续费，严禁平台企业滥用市场支配地位收取不公平的高价服务费。在保障劳动者职业健康前提下，对职业病危害一般的用人单位适当降低职业病危害因素检测频次。在工程建设、政府采购等领域，推行以保险、保函等替代现金缴纳涉企保证金，减轻企业现金流压力。**（市场监管总局、中央网信办、工业和信息化部、财政部、住房城乡建设部、交通运输部、水利部、国家卫生健康委、人民银行、银保监会等相关部门及各地区按职责分工负责）**

三、优化外贸外资企业经营环境

(七) 进一步提高进出口通关效率。推行进出口货物“提前申报”，企业提前办理申报手续，海关在货物运抵海关监管作业场所后即办理货物查验、放行手续。优化进口“两步申报”通关模式，企业进行“概要申报”且海关完成风险排查处置后，即允许企业将货物提离。在符合条件的监管作业场所开展进口货物“船边直提”和出口货物“抵港直装”试点。推行查验作业全程监控和留痕，允许有条件的地方实行企业自主选择是否陪同查验，减轻企业负担。严禁口岸为压缩通关时间简单采取单日限流、控制报关等不合理措施。**（海关总署牵头，国务院相关部门及各地区按职责分工负责）**

(八) 拓展国际贸易“单一窗口”功能。加快“单一窗口”功能由口岸通关执法向口岸物流、贸易服务等全链条拓展，实现港口、船代、理货等收费标准线上公开、在线查询。除涉密等特殊情况下，进出口环节涉及的监管证件原则上都应通过“单一窗口”一口受理，由相关部门在后台分别办理并实施监管，推动实现企业在线缴费、自主打印证件。**(海关总署牵头，生态环境部、交通运输部、农业农村部、商务部、市场监管总局、国家药监局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)**

(九) 进一步减少外资外贸企业投资经营限制。支持外贸企业出口产品转内销，推行以外贸企业自我声明等方式替代相关国内认证，对已经取得相关国际认证且认证标准不低于国内标准的产品，允许外贸企业作出符合国内标准的书面承诺后直接上市销售，并加强事中事后监管。授权全国所有地级及以上城市开展外商投资企业注册登记。**(商务部、市场监管总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)**

四、进一步降低就业创业门槛

(十) 优化部分行业从业条件。推动取消除道路危险货物运输以外的道路货物运输驾驶员从业资格考试，并将相关考试培训内容纳入相应等级机动车驾驶证培训，驾驶员凭培训结业证书和机动车驾驶证申领道路货物运输驾驶员从业资格证。改革执业兽医资格考试制度，便利兽医相关专业高校在校生报名参加考试。加快推动劳动者入职体检结果互认，减轻求职者负担。**(人力资源社会保障部、交通运输部、农业农村部等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)**

(十一) 促进人才流动和灵活就业。2021年6月底前实现专业技术人才职称信息跨地区在线核验，鼓励地区间职称互认。引导有需求的企业开展“共享用

工”，通过用工余缺调剂提高人力资源配置效率。统一失业保险转移办理流程，简化失业保险申领程序。各地要落实属地管理责任，在保障安全卫生、不损害公共利益等条件下，坚持放管结合，合理设定流动摊贩经营场所。（人力资源社会保障部、市场监管总局、住房城乡建设部等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（十二）完善对新业态的包容审慎监管。加快评估已出台的新业态准入和监管政策，坚决清理各类不合理管理措施。在保证医疗安全和质量前提下，进一步放宽互联网诊疗范围，将符合条件的互联网医疗服务纳入医保报销范围，制定公布全国统一的互联网医疗审批标准，加快创新型医疗器械审评审批并推进临床应用。统一智能网联汽车自动驾驶功能测试标准，推动实现封闭场地测试结果全国通用互认，督促封闭场地向社会公开测试服务项目及收费标准，简化测试通知书申领及异地换发手续，对测试通知书到期但车辆状态未改变的无需重复测试、直接延长期限。降低导航电子地图制作测绘资质申请条件，压减资质延续和信息变更的办理时间。（工业和信息化部、公安部、自然资源部、交通运输部、国家卫生健康委、国家医保局、国家药监局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（十三）增加新业态应用场景等供给。围绕城市治理、公共服务、政务服务等领域，鼓励地方通过搭建供需对接平台等为新技术、新产品提供更多应用场景。在条件成熟的特定路段及有需求的机场、港口、园区等区域探索开展智能网联汽车示范应用。建立健全政府及公共服务机构数据开放共享规则，推动公共交通、路政管理、医疗卫生、养老等公共服务领域和政府部门数据有序开放。（国家发展改革委牵头，中央网信办、工业和信息化部、公安部、民政

部、住房城乡建设部、交通运输部、国家卫生健康委等相关部门及各地区按职责分工负责)

五、提升涉企服务质量和效率

(十四) **推进企业开办经营便利化**。全面推行企业开办全程网上办，提升企业名称自主申报系统核名智能化水平，在税务、人力资源社会保障、公积金、商业银行等服务领域加快实现电子营业执照、电子印章应用。放宽小微企业、个体工商户登记经营场所限制。探索推进“一业一证”改革，将一个行业准入涉及的多张许可证整合为一张许可证，实现“一证准营”、跨地互认通用。梳理各类强制登报公告事项，研究推动予以取消或调整为网上免费公告。加快推进政务服务事项跨省通办。(市场监管总局、国务院办公厅、司法部、人力资源社会保障部、住房城乡建设部、人民银行、税务总局、银保监会、证监会等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

(十五) **持续提升纳税服务水平**。2020 年底前基本实现增值税专用发票电子化，主要涉税服务事项基本实现网上办理。简化增值税等税收优惠政策申报程序，原则上不再设置审批环节。强化税务、海关、人民银行等部门数据共享，加快出口退税进度，推行无纸化单证备案。(税务总局牵头，人民银行、海关总署等国务院相关部门按职责分工负责)

(十六) **进一步提高商标注册效率**。提高商标网上服务系统数据更新频率，提升系统智能检索功能，推动实现商标图形在线自动比对。进一步压缩商标异议、驳回复审的审查审理周期，及时反馈审查审理结果。2020 年底前将商标注册平均审查周期压缩至 4 个月以内。(国家知识产权局负责)

(十七) 优化动产担保融资服务。鼓励引导商业银行支持中小企业以应收账款、生产设备、产品、车辆、船舶、知识产权等动产和权利进行担保融资。推动建立以担保人名称为索引的电子数据库，实现对担保品登记状态信息的在线查询、修改或撤销。**(人民银行牵头，国家发展改革委、公安部、交通运输部、市场监管总局、银保监会、国家知识产权局等国务院相关部门按职责分工负责)**

六、完善优化营商环境长效机制

(十八) 建立健全政策评估制度。研究制定建立健全政策评估制度的指导意见，以政策效果评估为重点，建立对重大政策开展事前、事后评估的长效机制，推进政策评估工作制度化、规范化，使政策更加科学精准、务实管用。

(国务院办公厅牵头，各地区、各部门负责)

(十九) 建立常态化政企沟通联系机制。加强与企业和行业协会商会的常态化联系，完善企业服务体系，加快建立营商环境诉求受理和分级办理“一张网”，更多采取“企业点菜”方式推进“放管服”改革。加快推进政务服务热线整合，进一步规范政务服务热线受理、转办、督办、反馈、评价流程，及时回应企业和群众诉求。**(国务院办公厅牵头，国务院相关部门和单位及各地区按职责分工负责)**

(二十) 抓好惠企政策兑现。各地要梳理公布惠企政策清单，根据企业所属行业、规模等主动精准推送政策，县级政府出台惠企措施时要公布相关负责人及联系方式，实行政策兑现“落实到人”。鼓励推行惠企政策“免申即享”，通过政府部门信息共享等方式，实现符合条件的企业免于申报、直接享受政策。

对确需企业提出申请的惠企政策，要合理设置并公开申请条件，简化申报手续，加快实现一次申报、全程网办、快速兑现。（各地区、各部门负责）

各地区、各部门要认真贯彻落实本意见提出的各项任务和要求，围绕市场主体需求，研究推出更多务实管用的改革举措，相关落实情况年底前报国务院。有关改革事项涉及法律法规调整的，要按照重大改革于法有据的要求，抓紧推动相关法律法规的立改废释。国务院办公厅要加强对深化“放管服”改革和优化营商环境工作的业务指导，强化统筹协调和督促落实，确保改革措施落地见效。

国务院办公厅

2020年7月15日

（此件公开发布）

商务部等7部门启动小店经济推进行动

发展小店经济对于促进就业、扩大消费、提升经济活力、服务改善民生、满足人民对美好生活向往等方面具有重要意义。为贯彻落实党中央、国务院关于扩内需、稳就业、惠民生等决策部署，增强消费对经济发展的基础性作用，驱动经济多元化创新，促进小店经济健康繁荣发展，2020年7月，商务部等7部门联合印发《关于开展小店经济推进行动的通知》（以下简称《通知》），作出工作部署。

《通知》指出，要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻落实党中央、国务院决策部署，牢固树立以人民为中心的发展思想，坚持政

府引导、市场主导、消费者选择，坚持因地制宜、因城施策，以加快小店便民化、特色化、数字化发展为主线，以升级小店集聚区、赋能创新服务、优化营商环境为主攻方向，以稳定就业、扩大内需、促进消费、提升经济活力为目标，推动形成多层次、多类别的小店经济发展体系，满足人民日益增长的美好生活需要。

《通知》明确，通过开展小店经济推进行动，培育一批试点城市，推动社区、批发市场、商圈、特色街等小店集聚区转型升级，推进电商平台、物流企业、商贸企业、中央厨房等“以大带小”、赋能小店，加快发展“产品优、服务好、环境美、营销广”为标准的特色小店，并要求地方加强联动，全国一盘棋，至2025年，形成人气旺、“烟火气”浓的小店集聚区1000个，达到“百城千区亿店”目标。

《通知》要求，地方商务、财政、人力资源社会保障、住房城乡建设、税务、金融、市场监管和城市管理等相关部門要各司其職，落实好现行扶持小微企业、个体工商户的减税降费、金融支持、优化营商环境等政策，共同促进小店经济健康繁荣发展。《通知》从加强组织领导、放宽准入条件、降低经营成本、破解融资难融资贵和依法规范管理等方面提出保障措施，各地要结合实际，加强政策创新、制度创新、管理创新、模式创新，形成具有本地产业特点、行之有效的小店经济发展方式，形成可复制、可推广的成熟经验做法。为便于指导地方对标对表，《通知》还附录了《全国小店经济发展指南》，进一步增强工作的针对性和操作性。

13 部门：

支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业

7月15日，国家发改委、工信部等13部门联合发布《关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》，意见提出，要积极探索线上服务新模式，激活消费新市场；加快推进产业数字化转型，壮大实体经济新动能；鼓励发展新个体经济，开辟消费和就业新空间；培育发展共享经济新业态，创造生产要素供给新方式。

积极探索线上服务新模式，激活消费新市场

(一) 大力发展融合化在线教育。构建线上线下教育常态化融合发展机制，形成良性互动格局。允许购买并适当使用符合条件的社会化、市场化优秀在线课程资源，探索纳入部分教育阶段的日常教学体系，并在部分学校先行先试。鼓励加大投入和教师培训力度，试点开展基于线上智能环境的课堂教学、深化普及“三个课堂”应用等。完善在线教育知识产权保护、内容监管、市场准入等制度规范，形成高质量线上教育资源供给。

(二) 积极发展互联网医疗。以互联网优化就医体验，打造健康消费新生态。进一步加强智慧医院建设，推进线上预约检查检验。探索检查结果、线上处方信息等互认制度，探索建立健全患者主导的医疗数据共享方式和制度。探索完善线上医疗纠纷处理办法。将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围。规范推广慢性病互联网复诊、远程医疗、互联网健康咨询

等模式。支持平台在就医、健康管理、养老养生等领域协同发展，培养健康消费习惯。

（三）鼓励发展便捷化线上办公。打造“随时随地”的在线办公环境，在部分行业领域形成对线下模式的常态化补充。支持远程办公应用推广和安全可靠的线上办公工具研发，满足日常性多方协同工作、异地协同办公需求，有效支撑工作效率提升、业务协同模式创新和业务组织方式变革。推动完善电子合同、电子发票、电子印章、电子签名、电子认证等数字应用的基础设施，为在线办公提供有效支撑。

（四）不断提升数字化治理水平。促进形成政企多方参与、高效联动、信息共享的现代化治理体系和治理能力。结合国家智慧城市试点建设，健全政府社会协同共治机制，构建政企数字供应链，以数据流引领带动物资流、技术流、人才流、资金流，有力支撑城市应急、治理和服务。支持民间资本参与水电路网等城市设施智慧化改造。结合国家区域发展战略及生产力布局，加快推进 5G、数据中心、工业互联网等新型基础设施建设。探索完善智慧城市联网应用标准，推进京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等区域一体化数字治理和服务。

加快推进产业数字化转型，壮大实体经济新动能

（五）培育产业平台化发展生态。着力发挥互联网平台对传统产业的赋能和效益倍增作用，打造形成数字经济新实体。开展重大工程布局，支持传统龙头企业、互联网企业打造平台生态，提供信息撮合、交易服务和物流配送等综合服务。鼓励金融机构在有效防范风险的前提下，依法依规为平台提供金

融服务。建设跨产业的信息融通平台，促进农业全流程、全产业链线上线一体化发展。支持工业互联网平台建设推广，发挥已建平台作用，为企业提供数字化转型支撑、产品全生命周期管理等服务。发展服务衍生制造，鼓励电子商务、转型服务等行业企业向制造环节拓展业务。大力发展众包、云外包、平台分包等新模式。

（六）加快传统企业数字化转型步伐。助力降低数字化转型难度，发展线上线下融合的业务发展模式，提升企业发展活力。组织数字化转型伙伴行动，建立政府-金融机构-平台-中小微企业联动机制，发展普惠性“上云用数赋智”。鼓励各类平台、机构对中小微企业实行一定的服务费用减免。培育一批数字化服务企业和创新应用企业，发挥引领带动作用。组织面向数字化转型基础软件、技术、算法等联合攻关。鼓励发展开源社区，支持开放软件源代码、硬件设计和应用服务。

（七）打造跨越物理边界的“虚拟”产业园和产业集群。实现产业供需调配和精准对接，推进产业基础高级化和产业链现代化。实施数字经济新业态培育行动，支持建设数字供应链，推动订单、产能、渠道等信息共享。支持具有产业链、供应链带动能力的核心企业打造产业“数据中台”，以信息流促进上下游、产供销协同联动，保产业链供应链稳定，发展产业服务化新生态。支持出口园区和基地创新数字服务出口新业态新模式，大力发展数字贸易。

（八）发展基于新技术的“无人经济”。充分发挥智能应用的作用，促进生产、流通、服务降本增效。支持建设智能工厂，实现生产过程透明化、生产现场智能化、工厂运营管理现代化。发展智慧农业，支持适应不同作物和环境的智能农机研发应用。支持建设自动驾驶、自动装卸堆存、无人配送等技

术应用基础设施。发展危险作业机器人，满足恶劣条件应用需求。试点探索完善智能公共服务新业态涉及的交通、食品等领域安全发展政策标准。

鼓励发展新个体经济，开辟消费和就业新空间

(九) 积极培育新个体，支持自主就业。进一步降低个体经营者线上创业就业成本，提供多样化的就业机会。支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业。鼓励发展基于知识传播、经验分享的创新平台。鼓励商业银行推广线上线下融合的信贷服务，合理降低个体工商户融资成本。通过网络平台开展经营活动的经营者，可使用网络经营场所登记个体工商户。引导互联网平台企业降低个体经营者使用互联网平台交易涉及的服务费，吸引更多个体经营者线上经营创业。加强新业态新模式就业统计监测研究。

(十) 大力发展微经济，鼓励“副业创新”。着力激发各类主体的创新动力和创造活力，打造兼职就业、副业创业等多种形式蓬勃发展格局。支持线上多样化社交、短视频平台有序发展，鼓励微创新、微应用、微产品、微电影等万众创新。引导“宅经济”合理发展，促进线上直播等服务新方式规范健康发展。探索运用区块链技术完善多元价值传递和贡献分配体系。实施新业态成长计划，建立微经济等新业态成长型企业名录，及时跟踪推动解决企业的政策堵点。(国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部、商务部按职责分工负责)

(十一) 强化灵活就业劳动权益保障，探索多点执业。探索适应跨平台、多雇主间灵活就业的权益保障、社会保障等政策。完善灵活就业人员劳动权益保护、保费缴纳、薪酬等政策制度，明确平台企业在劳动者权益保障方面的

相应责任，保障劳动者的基本报酬权、休息权和职业安全，明确参与各方的权利义务关系。探索完善与个人职业发展相适应的医疗、教育等行业多点执业新模式。结合双创示范基地建设，支持建立灵活就业、“共享用工”服务平台，提供线上职业培训、灵活就业供需对接等就业服务。推进失业保险金的线上便利化申领，方便群众办事。

培育发展共享经济新业态，创造生产要素供给新方式

(十二) 拓展共享生活新空间。推动形成高质量的生活服务要素供给新体系。鼓励共享出行、餐饮外卖、团购、在线购药、共享住宿、文化旅游等领域产品智能化升级和商业模式创新，发展生活消费新方式，培育线上高端品牌。推动旅游景区建设数字化体验产品，丰富游客体验内容。扩大电子商务进农村覆盖面，促进农产品进城和工业品下乡。鼓励康养服务范围向农村延伸，培育农村消费新业态。完善具有公共服务属性的共享产品相关标准，优化布局，规范行业发展。

(十三) 打造共享生产新动力。推动形成高质量的生产服务要素供给新体系。鼓励企业开放平台资源，共享实验验证环境、仿真模拟等技术平台，充分挖掘闲置存量资源的应用潜力。鼓励公有云资源共享，引导企业将生产流程等向云上迁移，提高云资源利用率。鼓励制造业企业探索共享制造的商业模式和适用场景，促进生产设备、农用机械、建筑施工机械等生产工具共享。

(十四) 探索生产资料共享新模式。健全完善“所有权与使用权分离”的生产资料管理新制度。取消各种不合理的限制，畅通共享经济合作机制，鼓励各类所有制企业、行政事业单位等法人主体生产资料共享。依托互联网、云

计算等技术，盘活空余云平台、开发工具、车间厂房等闲置资源，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用。各类企业作为平等独立的市场主体，按市场化原则、商业化方式自主推进生产资料共享，提高资源利用效率。

（十五）激发数据要素流通新活力。推动构建数据要素有序流通、高效利用的新机制。依托国家数据共享和开放平台体系，推动人口、交通、通信、卫生健康等公共数据资源安全共享开放。在修订税收征收管理法的基础上，健全适应数据要素特点的税收征收管理制度。加快全国一体化大数据中心体系建设，建立完善跨部门、跨区域的数据资源流通应用机制，强化数据安全保障能力，优化数据要素流通环境。

【行业资讯】

第三届进博会“最大新品”提前 100 天剧透

倒计时 100 天！第三届进博会重大活动日前悉数揭开神秘面纱。第三届进博会“最大新品”——“公共卫生防疫专区”目前已有近 50 家企业报名参展，展览面积 10000 多平方米，涵盖公共卫生防疫领域 90% 的知名企业，其中世界 500 强及龙头企业近 40 家，包括辉瑞、默沙东、罗氏、西门子医疗、雅培、强生、通用医疗、飞利浦、诺华等。

7 月 26 日上午，第三届进博会参展商联盟（下称“展盟”）第一次会议在国家会展中心（上海）举行，乳业专业委员会和公共卫生防疫专委会同时宣布成立。

今年 4 月，中国国际进口博览局、国家会展中心（上海）举办了“公共卫生防疫专区”宣介会，向全球企业发出了邀请。负责人介绍，“公共卫生防疫专区”

参与企业以在新冠肺炎“战疫”中做出突出贡献、相关产品得到广泛应用的医疗器械及医药企业为主。新冠肺炎疫情防控重点保障的物资、预防、监控和治疗等公共卫生体系建设相关产品，都将被纳入专区集中展示。从具体的展品来说，既有在疫情救治中帮助患者“与死神赛跑”的“人工心肺”——体外膜肺氧合机（ECMO），也有重症患者不可或缺的设备——呼吸机，更有在疫情中一度短缺的医护人员防护装备、试剂盒，以及各类检测分析仪器、医学影像设备、防护消毒产品等。

辉瑞等跨国药企纷纷积极参与“公共卫生防疫专区”，辉瑞生物制药集团中国区首席运营官吴琨先生介绍，辉瑞在“公共卫生防疫专区”设立 150 平方米的展台。他表示，辉瑞非常重视“公共卫生防疫专区”的展示，正在积极准备，届时将给观众带来疾病预防领域产品和公共卫生防疫相关内容。

142 家企业加入展商联盟，政企沟通更加通畅。

倒计时 100 天前夕，7 月 26 日上午，第三届进博会参展商联盟（下称“展盟”）第一次会议在国家会展中心（上海）举行，乳业专业委员会和公共卫生防疫专委会同时宣布成立。会上，35 家展盟成员签订了三年长期参展合作备忘录，体现了企业对深耕中国市场的坚定信心。展盟于 2018 年 11 月 6 日在首届进博会开幕期间，由展商自发倡议成立。一年多来，成员企业发展迅速，目前已有 142 家企业加入，覆盖美日德法等 23 个国家和地区。

中国国际进口博览局副局长、展盟秘书长孙成海出席会议并讲话，他表示，在第三届进博会开幕倒计时 100 天到来之际，召开 2020 年进博会参展商联盟第一次会议，具有独特的意义。对于展盟下一阶段工作，他希望能体现领军企业的行业影响力，展示优质企业的科技创新力，凸显展会核心的纽带作用，发挥建

言献策的智囊作用以及强化展商代表的桥梁作用。公共卫生防疫专业委员会设会长单位 1 家，副会长单位 5 家，成员单位 20-30 家。默沙东（中国）担任第三届中国进口博览会公共卫生防疫专业委员会首任会长单位，辉瑞、罗氏、雅培、西门子医疗、武田制药担任副会长单位。今后展盟将引入牵头单位轮值机制。

辉瑞是本届参展商联盟理事成员单位、公共卫生专委会副会长单位，吴琨先生表示，通过展商联盟和行业专委会，企业可以更好地与进博会主办方进行畅通的交流，提高工作效率，共同为观众呈现更精彩的展会。第三届展盟公共卫生防疫专委会成立仪式上，中国国际进口博览局副局长孔福安对公共卫生防疫专业委员会工作提出几点倡议和希望。一是希望大家将国际最前沿最尖端的公共卫生防疫产品、技术和服务带到进博会交流国际先进经验。二是整合行业资源，打造公共卫生防疫企业产业集群，充分发挥自身行业影响力和号召力，带动更多优质企业参与进博会，形成公共卫生防疫产业集群。三是希望大家积极协助招募行业专业采购商，积极参与展客商供需对接活动，促进进博会成交。四是加强沟通协调，充分发挥专委会桥梁纽带作用，收集反馈卫生防疫行业相关展商需求和建议，构建进博会与展客商互利共赢的利益共同体。

他说：“在大家的支持下，我们已经成功举办两届进博会，取得了丰硕的成果，希望我们继续携手同行，共同应对疫情挑战，把进博会越办越好。”

“公共卫生防疫专区”体现企业社会责任感。

“公共卫生防疫专区”是第三届进博会“最大新品”。中国国际进口博览局副局长、展盟秘书长孙成海在今年 4 月的宣介会上介绍了设立专区的初衷。他表示，面对全球疫情危机，国际社会紧密合作，积极共享防疫经验、医疗资源、治疗方案、科研成果，展现了携手抗击病毒的强大合力。第三届进博会重点打造“公

共卫生防疫”专区，通过集约化展示国际先进公共卫生防疫产品与技术，以及在新冠肺炎疫情防控工作中发挥重要作用的热点产品，来凸显公共卫生防疫领域前沿发展趋势，推动市场供需对接，强化大众的公共卫生意识，集结全产业链的力量，助推公共卫生防疫领域的可持续性发展及全球公共卫生体系建设和优化创新。7月26日下午，第三届中国国际进口博览会（以下简称进博会）食品及农产品展区、医疗器械及医药保健展区展前供需对接会在国家会展中心（上海）举行，这是第三届进博会第二场展前供需对接会。

孙成海介绍说，除了展品展示，专区还将举行重要配套活动，邀请各方共同探讨新冠肺炎防控的最新成果及公共卫生防疫行业的发展；推动采购商和展商有效对接，促进成交。目前公共卫生防疫专区已有近50家企业报名参展，展览面积10000多平方米，涵盖公共卫生防疫领域90%的知名企业，其中世界500强及龙头企业近40家。作为公共卫生专委会副会长单位，吴琨先生说，辉瑞对此次参展进博会十分期待，并希望在展盟理事会、公共卫生专委会工作中贡献力量。辉瑞生物制药和辉瑞普强在此次的签约展览总面积达1150平方米。其中，辉瑞生物制药在“公共卫生防疫专区”有150平方米展台，将向行业和公众分享辉瑞的抗疫经验和成果，展示辉瑞疫苗产品和疫苗研发的强大实力。辉瑞将在公共卫生防疫专区展示辉瑞最新的疫苗产品管线。

据了解，新冠肺炎疫情暴发后，辉瑞累计向中国抗疫一线捐赠价值超过1200万元人民币的药品和物资。其中辉瑞基金会提供了50万美元的资助，向一线医护人员提供急需的援助和物资。疫情期间其他疾病患者就医困难，辉瑞迅速开发出一系列创新的解决方案，满足患者在特殊时期迫切的就医和购药的需求，让患者能得到及时的诊断和治疗。今年3月，辉瑞董事长兼CEO艾伯乐博士发表辉

瑞抗击新冠的五项承诺，呼吁生物制药行业合作共同抗疫。

成立仪式上，还有默沙东、礼来的企业代表分享了各自的抗疫经验和将在“公共卫生防疫专区”展示的内容，上海疾控中心相关负责人和进博会主办方负责人与企业代表进行了沟通。

稳定政策预期 持续提升便利

7月24日，上海海关参加了在国家会展中心举办的第三届进博会开幕式倒计时100天新闻通气会。会上，上海海关副关长叶建介绍了上海海关相关筹备、保障工作的进展情况。据介绍，今年上海海关在疫情防控常态化条件下，以“通关便利化升级、监管精准度升级、措施适用性升级、溢出带动效应升级”为目标，为进博会提供智慧、精准监管服务，不断在“好”字上做文章，在“精”字上下功夫，为进一步服务保障好进口博览会贡献海关智慧与力量。相比往届进博会，此次上海海关还在“增加暂时进境展览品税款总担保方式”和“支持进博会展品在展会结束后进一步开展跨境电商业务”两方面持续优化升级，以进一步便利企业、推动进出口。

近日，海关总署以公告形式发布了第三届进口博览会支持措施和通关须知等通关指引文件，提出了14条便利措施。往届进博会提出的支持措施在此次发布的公告中得以延续，例如：派员入驻现场提供咨询服务、授权行政审批方便企业就近办理、延长ATA单证册有效期、允许展品在展后结转到特殊监管区、支持常年保税展示交易常态化等措施，在第三届进博会中继续有效，操作进一步优化。

本届进博会海关将继续通过跨境贸易管理大数据平台对进口博览会参展商、

展览品信息实施数字化、智能化、便利化、集约化的全流程监管服务，为进境展览品提供专门通道和专用窗口，优先办理申报、查验、抽样、检测等海关手续，对进口博览会物资实行即查即放，切实提高参展商品通关效率。同时，今年上海海关指定上海会展中心海关作为保障进博会的专门机构，统筹国际会展监管资源，常年对接进博会，靠前服务、一站式服务，随时响应进博会需求。

叶建表示，便利化举措主要体现在“通关便利化升级、监管精准度升级、措施适用性升级、溢出带动效应升级”等四方面，今年海关支持进博会的便利措施总体来说是“稳中有升”。所谓“稳”，就是稳定政策预期，借鉴前两届进口博览会海关监管服务保障的成功经验和做法，将相关支持政策再做进一步完善和固化，使之常态有效，持续便利；所谓“升”，就是措施的适用性、有效性，以及延伸性等方面较前两届展会有进一步提升。

据了解，今年上海海关新增了税款保证保险担保和展品转特殊监管区开展跨境电商两方面的便利化措施。具体体现在，在增加暂时进境展览品税款总担保的方式上，海关允许办展方统一提供税款担保，减轻境外参展企业负担。对进口博览会暂时进境展览品，由国家会展中心向上海海关办理税款担保，今年的税款担保形式新增了关税保证保险方式办理，税款担保方式更加灵活。相比保证金等其他担保方式，企业购买关税保证保险可以避免直接的资金占用，且购买关税保证保险所需等待审核的时间相对较短，担保效率相对更高，成本相对更低。

对于支持进博会展品在展会结束后转入特殊监管区并开展跨境电商业务方面，海关总署公告明确对列入跨境电商零售进口商品清单（2019年版）的进境展览品，在符合条件的前提下，允许在展览结束后进入海关特殊监管区域或保税物流中心（B型），按照跨境电商网购保税零售进口商品模式进行销售。这项举

措将有力促进实现“展品变商品”，为参展商品大幅拓展销售渠道，进一步扩大进口。

此外，上海海关将进一步完善保税展示展销常态化业务，建立标准化业务流程、完善区块链业务试点，依托关区特殊监管区域和保税物流中心，做大绿地全球商品贸易港和虹桥进口商品展示中心保税展示展销场所业务规模，形成联动长三角、服务全国、辐射亚太的常态化保税展示展销集散地，打通货物变展品、展品变商品的渠道，进一步放大进博会溢出带动效应。

进博会参展商联盟首度成立专委会

35 家展盟成员签署长期合作备忘录

7月26日，第三届进博会参展商联盟（下称“展盟”）第一次会议在国家会展中心（上海）举行，乳业专业委员会（下称“专委会”）和公共卫生防疫专委会同时宣布成立。今后，将有更多的专委会成立。会上，35家展盟成员签订了三年长期参展合作备忘录，这些企业大多为世界500强和行业龙头企业，他们着眼于和进博会长期共同发展，签“长约”体现了长期深耕中国市场的坚定信心。

展盟于2018年11月6日在首届进博会开幕期间，由展商自发倡议成立，旨在成为优质参展企业交流合作平台、连接参展各方信息与资源共享平台，以及为促进中国与世界各国（地区）之间经贸商务往来与发展建言献策的智囊平台。一年多来，成员企业发展迅速，目前已有142家企业加入，覆盖美日德法等23个国家和地区。

中国国际进口博览局副局长、展盟秘书长孙成海出席会议并讲话，他表示，在第三届进博会开幕倒计时 100 天到来之际，召开 2020 年进博会参展商联盟第一次会议，具有独特的意义。对于展盟下一阶段工作，他希望能体现领军企业的行业影响力，展示优质企业的科技创新力，凸显展会核心的纽带作用，发挥建言献策的智囊作用以及强化展商代表的桥梁作用。

中国国际进口博览局副局长刘福学主持活动并讲话，他在会议上公布了第三届展盟成员名单，并表示本次会议将是展盟历史上承上启下的一次大会，站在新的起点，面对新的挑战，各界对进博会参展商联盟的未来发展寄予了更高的期望，大家要更紧密地团结起来，共商、共建、共同谋划展盟更光明的未来，共同推动进博会“越办越好”，共享进博机遇。

中国银行上海市分行副行长张欣园在会议上表示，本届展商联盟的升级扩大，将集全球之力，进一步发挥各位成员单位的影响力与号召力，共同为稳定全球经济献计献策，使本届进博会显得更为“不一般”。

修订和完善后的展盟章程也在此次会议上首次公布。今后展盟将引入牵头单位轮值机制，加强专委会功能，提升展盟血液自循环功能，充分调动和发挥展盟成员企业的参与热情和创造性，为展盟长足发展奠定良好基础。专委会将集中研究、展示产品、技术和服务，为行业发展趋势分析提出建议，推动行业可持续发展；同时，整合行业全产业链资源，以大带小，带动关联企业参展，将进博会打造成为行业企业聚集高地。

此次率先设立的第三届展盟公共卫生防疫专委会及乳业专委会分别举行了成立仪式。据了解，目前公共卫生防疫专区已有近 50 家企业报名参展，展览面积 10000 多平方米，涵盖公共卫生防疫领域 90% 的知名企业，其中世界 500 强及龙头企业近 40 家。

食品及农产品展区乳业板块企业参展积极踊跃，展览规模大，展览面积近 1 万平方米。全球乳业排名前八的境外企业有六家参展，食品展区参展的世界 500 强和龙头企业中，与乳业相关的约占三分之一。

第三十届华交会线上交易会启动仪式圆满举办

7 月 13 日，第三十届中国华东进出口商品交易会（简称“华交会”）线上交易会启动仪式在上海世博展览馆隆重举办。启动仪式由上海市商务委副主任申卫华主持，上海市副市长许昆林出席仪式并致辞，市政府副秘书长尚玉英、商务部驻沪特派办副特派员徐兴锋、市商务委外贸发展处处长尤勇生，副处长于琳等领导出席了会议。

上海跨境电子商务行业协会应邀参加启动仪式，参加启动仪式的还有华交会主办省市和组团城市交易团负责人，参展商、采购商代表，以及华交会合作伙伴代表。

会上，许昆林副市长在致辞中充分肯定了举办华交会 30 年来为促进中国外贸发展做出的巨大贡献。同时，殷切期望展商们能够通过新技术、新模式做好商品线上展示交易工作，让线上华交会的举办成为新环境、新形势下外贸发展的新起点、新方向，持续推动上海外贸发展。申卫华副主任也就往年华交会

取得的优异成绩给予高度赞扬，并着重点明了上海跨境电子商务行业协会在华交会起到的巨大作用。

随后，由政府领导为综合华交会历年表现评选出的“最佳采购商”、“最佳参展商”和“最佳组织方”进行颁奖仪式，并共同参与“发‘线’精‘采’”——第三十届华交会线上交易会启动仪式，宣告第三十届华交会正式启动。

2020 年上半年上海口岸运行分析

今年上半年，上海口岸实现进出口 3.98 万亿元人民币，水运口岸货物吞吐量 18258.3 万吨，外贸集装箱吞吐量 1689.2 万标箱，航空口岸货邮吞吐量 159.6 万吨，出入境旅客吐总量 453.02 万人次。二季度以来，随着复工复产市和各项稳外贸、保畅通举措推出，口岸货物吞吐量同比降幅逐月收窄，6 月份口岸进出口货物总值年度累计同比由负转正。

主要呈现以下特点：

1 **上半年货物总值实现正增长。**今年上半年，上海口岸进出口总值 3.98 万亿元人民币，比去年同期增长 0.1%。其中，出口 2.29 万亿元，下降 0.8%；进口 1.69 万亿元，增长 1.2%；贸易顺差 5939.9 亿元，收窄 5.9%。其中，浦东机场进出口 1.46 万亿元，增长 15.3%，占同期口岸进出口总值的 36.6%。外高桥港区进出口 1.2 万亿元，下降 5.5%；洋山港区进出口 9872.6 亿元，下降 9.1%。

2 口岸货物吞吐量同比下降，但航空口岸实现正增长。今年上半年，口岸货物吞吐量 18417.9 万吨，同比下降 8.5%，相比一季度同比下降 11.2% 收窄 2.7%。其中，航空口岸货邮量 159.6 万吨，同比增长 2.3%，4 至 6 月连续三个月实现正增长（分别为 13.7%、13.2%、4.4%）；水运口岸货物量 18258.3 万吨，同比下降 8.6%。

3 外贸集装箱吞吐量同比下降，上半年累计同比降幅相比一季度收窄。今年上半年，水运口岸集装箱吞吐量 1689.2 万标箱，同比下降 7.8%，相比一季度同比下降 9.2% 收窄 1.4%。其中，4 月、5 月、6 月年度累计下降 7.6%、7.6%、7.8%。

4 本地企业经上海口岸进出口占约 3 成，浙江和安徽企业进出口增长。今年上半年，本地企业经上海口岸进出口 1.3 万亿元，下降 2.9%，占同期口岸进出口总值的 32.7%。外省市企业经上海口岸进出口 2.68 万亿元，增长 1.6%，占同期口岸进出口总值的 67.3%。其中，江苏企业进出口 1.45 万亿元，下降 4.3%；浙江企业进出口 4287.7 亿元，增长 1.4%；安徽企业进出口 1408.4 亿元，增长 15.5%。

5 出入境旅客和交通工具大幅度下降。受疫情影响，今年上半年出入境旅客 453.02 万人次，下降 78.6%。其中：航空口岸出入境旅客 441.17 万人次，下降 78.2%；水运口岸出入境旅客 11.45 万人次，下降 86.6%；铁路口岸出入境旅客 3869 人次，下降 91.5%。出入境交通工具总数 73652 次，下降 47%。其中：飞机 63142 次，下降 50.3%；船舶 10481 次，下降 10.4%；列车 29 次，下降 83.9%。上海口岸出入境旅客和交通工具处于近年来历史最低，邮轮经济持续低迷。

(部分数据来源上海市交通委、上海海关、上海海事局、上海边检总站、上海机场集团)

上半年外贸好于全国平均水平 上海二季度进出口已恢复增长

据上海海关日前统计，今年上半年，上海市累计实现进出口总值 1.58 万亿元，比去年同期（下同）下降 0.7%，比全国平均降幅小 2.5 个百分点，占同期全国进出口总值的 11.1%。

值得注意的是，二季度本市进出口 8248.4 亿元，已由一季度的同比下降 3.9% 转为增长 2.4%。与 5 月出口增长进口下降相反，6 月出口下降 6.4%，进口增长 13.8%。

从贸易方式看，前 6 个月本市以一般贸易方式进出口 8413.5 亿元，增长 0.5%，占同期本市进出口总值的 53.2%。同期，以加工贸易方式进出口 3311.7 亿元，增长 4.8%，占 20.9%。

此外，以海关特殊监管区域物流货物方式进出口 3491 亿元，增长 4.4%；以海关保税监管场所进出境货物方式进出口 417 亿元，下降 51.1%。外贸企业数量稳中有增，前 6 个月本市有进出口实绩的外贸企业 4.5 万家，增加 5.5%。其中，外商投资企业 1.5 万家，合计进出口 1.02 万亿元，增长 1.6%；民营企业 2.9 万家，合计进出口 3752.5 亿元，增长 9.5%；此外，国有企业进出口 1824.6 亿元，下降 22.8%。出口方面，前 6 个月上海市出

口机电产品 4341.3 亿元，下降 0.5%，占同期本市出口总值的 67.6%。

同期，劳动密集型产品出口 939.3 亿元，增长 9.1%。其中，在口罩带动下，纺织纱线、织物及制品出口 392.7 亿元，增长 61.6%。进口方面，前 6 个月本市进口高新技术产品 3120.9 亿元，增长 12.3%，占同期本市进口总值的 33.2%。同期，铁矿砂及其精矿进口 424.1 亿元，下降 1.5%；医药材及药品进口 417.7 亿元，增长 1%；汽车进口 219.2 亿元，下降 45.5%。

2020 年上半年物流运行稳步复苏

上半年，疫情防控取得显著成效，物流运行延续恢复态势，物流需求结构进一步优化，特别是民生领域物流持续向好。物流市场规模水平持续提升，物流成本稳中有降。

一、物流运行稳步复苏，物流需求降幅继续收窄

上半年，全国社会物流总额为 123.4 万亿元，按可比价格计算，同比下降 0.5%，降幅比 1-5 月份收窄 1.7 个百分点，比一季度收窄 6.9 个百分点，降幅连续四个月收窄。

二、物流需求结构进一步优化

上半年，农产品物流需求平稳增长，工业物流需求缓中趋稳，与消费、民生相关的物流需求恢复较快。单位 GDP 的物流需求系数为 2.7，随着经济结构进一步调整，物流需求系数延续近年来回落走势。

工业物流降幅明显收窄。上半年，工业物流降幅比 1-5 月份收窄 1.5 个百分点，比一季度收窄 7.1 个百分点。新动能相关的物流需求保持强劲增长，为回升提供有力支撑。装备制造业加速回升，高技术制造业和新兴产品持续发力，二季度装备制造业增长 9.5%，而一季度为下降 14.0%，高技术制造业增长 9.8%，而一季度为下降 3.8%。

民生物流需求延续好转态势。上半年，单位与居民物品物流总额增长 10.1%，增速比 1-5 月份提高 2.8 个百分点，比一季度提高 9.2 个百分点。进入 6 月，在促消政策和“618”叠加带动下，互联网相关物流需求加快增长。6 月份，全国快递服务企业业务量完成 74.7 亿件，同比增长 36.8%。其中，6 月 1-18 日，全国快递业务量完成 46.8 亿件，同比增长 48.7%，快递日均业务量接近 2.6 亿件。

进口物流需求量显著增长。上半年，国内疫情防控形势向好，我国率先推动企业复工复产，支撑进口物流需求企稳回升，货物贸易进口量增长 8.3%，增速比 1-5 月份提高 4 个百分点。主要货类中，大宗商品和重点农产品进口量均有所增加。进口铁矿石增加 9.6%；进口煤增加 12.7%；进口大豆增加 17.9%；进口牛肉增加 42.9%；进口猪肉增长 1.4 倍。

三、物流供给规模、活跃度持续改善

物流活动景气水平恢复较快。受疫情影响，2 月份物流业景气指数跌至历史极值，二季度逐月上升且均保持在 50%以上。剔除 2 月份，2020 上半年物流业景气指数平均为 52.9%，与上年同期基本持平。

物流市场规模稳步恢复。从市场规模看，上半年物流业总收入 4.6 万亿元，同比下降 2.7%，降幅比 1-5 月收窄 3.2 个百分点，比一季度收窄 9.4 个百分

点。二季度物流业总收入规模比一季度增加 0.8 万亿元。其中快递物流市场规模进入加速回升通道，增速连续三个月回升，上半年同比增长 12.0%，增速比 1-5 月提高 2.5 个百分点。

四、物流成本降幅收窄

上半年，社会物流总费用 6.5 万亿元，同比下降 4.0%，降幅比一季度收窄 8 个百分点，比 1-5 月收窄 3.2 个百分点，物流成本回落幅度明显减弱。分环节来看，运输、保管和管理环节物流成本降幅均呈收窄态势，分别比一季度收窄 10、6.5 和 4.6 个百分点。显示物流活跃度、效率与疫情期间相比有较大程度改善。尽管随着疫情的有效控制，部分领域、区域供需不协调有所缓解，但物流运行总体处于恢复期，仍存在一些问题。

一是供需之间不匹配导致社会物流中转环节不畅。目前工业物流和进口物流加快恢复，但中下游供应链并未得到全面复苏到常态。5 月末规模以上工业企业存货增长 4.3%，产成品存货增长 9.0%，增速均快于工业企业营业收入增长。产成品存货周转天数为 20.9 天，同比增加 3.0 天；应收账款平均回收期增至近 2 个月，同比增加 10.4 天。物流需求不足及周转效率不高带来的库存积压，同时造成流动资金占用成本的提高。

二是物流服务价格总体低位运行。受供需关系不平衡影响，物流服务价格难以回升。上半年，物流业景气指数中的服务价格指数均位于 50% 以下，持续处于下降通道。从不同方式看，上半年中国沿海（散货）运价指数平均为 974.17 点，同比下降 5.3%，中国公路物流运价指数平均为 98.2 点，与上年同期基本持平。

三是物流企业盈利形势不容乐观。疫情影响下市场需求依然偏弱，物流企业

经营水平仍未恢复。重点企业调查数据显示，上半年物流企业物流业务收入同比下降超过 2%，超过 6 成企业收入同比下降，其中 20% 企业收入降幅超过 50%。

国家邮政局关于 2020 上半年邮政行业经济运行情况的通报

上半年，在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下，邮政行业全面落实党中央、国务院重大决策部署和中央领导同志指示精神，全力保障疫情防控和复工复产工作，充分发挥了邮政快递业在“打通大动脉、畅通微循环”方面的先行作用，为统筹推进疫情防控和经济社会发展做出了积极贡献。一季度，邮政行业运行受到较大影响，但随着行业加速复工复产，疫情影响逐步降低，行业运行加快恢复。二季度，行业业务总量和快递业务量增速超过 30%，行业业务收入和快递业务收入增速超过 20%，实现了逆势增长，行业运行重回高位，发展效果好于预期。

一、上半年行业运行情况（一）抗疫成绩亮眼

上半年，按照中央统一部署，国家邮政局启动 II 级应急响应，成立邮政业应对新冠肺炎疫情工作领导小组，组建工作专班，制定下发 37 个通知文件，确保中央各项决策部署第一时间在行业落地见效。各地邮政管理部门坚决贯彻落实党中央、国务院以及国家邮政局党组决策部署，成立疫情防控领导机构，最短时间将政策措施传达到基层一线。组织中国邮政和 12 家主要快递企业开通国内和国际两条防疫物资运输寄递“绿色通道”，全力保障防疫物资和人民群众日常基本生活物资的运输和快递需求。截至 6 月 10 日，全行业共承运、寄递疫情防控物资累计 48.98 万次，包裹 3.98 亿件，发运车辆 8.75 万辆次，货运航班 779 架

次。对湖北地区急需医疗防疫物资优先收寄、优先运输和优先投递，邮政快递企业向湖北发运车辆 8 万辆次，货运航班 481 架次，承运、寄递防疫物资累计 31.2 万吨，包裹 5674 万件。复工达产疾速。聚焦“早、狠、准”推动邮政业复工复产。2月7日，全面启动邮政快递业复工复产工作，2月15日复工率达68.6%，3月26日，全国除湖北外主要寄递企业从业人员返岗率超过98.6%，主要寄递企业市级以上分拨中心复工率100%，营业网点复工率99.7%，率先实现复工达产，生产能力已基本恢复到正常水平。攻坚克难开启湖北邮政快递业复工复产，3月11日启动湖北邮政快递业复工复产工作，4月底湖北除武汉市外，返岗率100%，营业网点复工率100%，基本全面恢复运营。全力保障民生。根据疫情防控要求，邮政业创新服务模式，加大智能设备的投入使用，推广无接触投递方式，在全国范围内推广定点收寄、定点投递、智能箱投递、无人机投递、无人车投递、预约投递等无接触投递模式，以“固定区域、固定人员”模式重组投递队伍，最大限度减少人员接触，有力保障了疫情期间寄递通道顺畅，人民群众的寄递需求得到快速响应和安全满足。统筹资源及时向同城业务倾斜，积极探索即时递送、仓配一体和“商超+快递”等新业务模式，重点做好米面肉菜蛋和口罩、消杀用品等居民生活必需品配送。全国邮政快递企业共运送生活物资143.9亿件，极大支撑了防疫防控大局。获得高度肯定。疫情期间，全行业夜以继日、全力奋战在服务疫情防控和保障社会运转的第一线，涌现出一大批以顺丰汪勇、苏宁潘虎、京东武汉亚一城配青年车队和中邮航空机队为代表的抗击疫情先进典型和模范事迹，践行了邮政快递人创造美好守护美好的责任担当。党和国家领导人称赞快递小哥是疫情中的逆行者，誉为疫情期间平凡英雄，并在政府工作报告中指出“快递、抗疫物资生产运输人员不辞劳苦，亿万普通劳动者默默奉献”，对

行业作用给予了充分肯定。

(二) 修复反弹迅速行业恢复迅速。

一季度，行业业务总量和收入同比分别增长 0.8%和 7.5%，快递业务量和收入分别增长 3.2%和-0.6%，均为邮政体制改革以来最低。二季度，随着复工复产复市持续推进，行业重回高速增长轨道，邮政行业业务总量和收入分别达 5289.4 亿元和 2836 亿元，同比增长 34.8%和 20.4%，其中，快递业务量和收入分别完成 213.5 亿件和 2289.8 亿元，同比增长 36.7%和 23.5%，增速比一季度分别高 33.6 个和 24.1 个百分点。增速呈现逐月提升态势，月均提高 10 个百分点以上，5 月和 6 月增速均超过 35%，修复反弹超预期。上半年，全行业业务收入和业务总量累计完成 5028.2 亿元和 8765.3 亿元，同比分别增长 11%和 22.4%。全国快递业务收入完成 3823.8 亿元，同比增长 12.6%。快递业务量规模达 338.8 亿件，同比增长 22.1%。增量可观，累计净增量达到 61.2 亿件，高于上年同期，平均每月新增 10 亿件以上，5 月起单月增量超过 20 亿件，再创历史新高。快递市场高位运行，5 月和 6 月业务量规模超过 2019 年峰值，4 月起日均快件处理量超过 2 亿件，618 期间日均处理量达 2.6 亿件。

(三) 结构变化显著

1.量收结构的剪刀差扩大。上半年，快递业务量、收增速差为 9.5 个百分点，量的增速是收入增速的近 2 倍。从 3 月起，量收增速差距逐步拉大，从 3 月的 10.7 个百分点扩大至 5 月的 16.2 个百分点。上半年，快递均价为 11.3 元，继续下降，其中，同城快递均价 6.5 元，同比下降 7.2%，异地快递均价 7.1 元，同比下降 12.1%，国际港澳台快递均价 60.4 元，受国际运输成本上涨，同比上涨 12.6%。

2.业务结构继续分化普遍，服务中寄递服务业务平稳增长。上半年，寄递服务业务量 127.4 亿件，同比增长 6.7%。普遍服务传统业务需求全面萎缩，上半年，函件和汇兑业务量分别为 7.7 亿件和 495.4 万笔，同比分别下降 33%和 46.1%；订销报纸和包裹分别完成 83 亿份和 1008.6 万件，同比下降 0.9%和 6.9%。快递包裹带动了邮政寄递业务量整体上升。异地快递业务占比持续提升。单点发全国模式进一步强化，上半年，异地业务量完成 275 亿件，同比增长 24.7%，比行业增速高 2.6 个百分点，占比达 81.2%，同比提升 1.8 个百分点。同城快递业务量完成 56.2 亿件，同比增长 10.6%。部分重点城市同城业务持续负增长。国际快递业务快速增长。上半年，国际快递业务量、收分别完成 7.6 亿件和 461 亿元，同比分别增长 20.9%和 36.1%。跨境寄递主要集中在广东、浙江和上海，合计占比超过 80%，其中广东跨境快递增长 34.4%。上半年,在出口主要国家方面，对美国和日本增幅较大。国际邮（快）件进口中，亚洲进口量正增长 21.9%，日本和韩国是主要动力。

3.区域城乡结构更为平衡，三大区域占比下降。我国快递业务量主要集中在长三角、珠三角和京津冀，合计占全国的七成左右。2015-2019 年，三大区占比逐年下降，累计降低 3.6 个百分点。其中长三角和京津冀占比分别下降 6 个和 1.8 个百分点。2020 年上半年，长三角占比下降 0.9 个百分点，京津冀和珠三角都有不同程度提升。中西部揽收派送比改善。收投比超过 1 的五个省依次是浙江、广东、上海、福建和江苏，均是我国快递业务的“揽收大省”，其中浙江已经上升到 2.6，居全国首位水平。中部地区承接东部产业迁入、分仓前置的效果显现，收投差距正在缩小。收投比的变化是各地生产和消费关系变化的很好体现。金华（义乌）等区域内增长极揽收量增速显著高于投递量，揽收比仍在高位

抬升。快递业务省际间量差加大，增速拉平。上半年，广东、浙江两省规模领先，两省合计完成快递业务量 162.8 亿件，同比增长 24.2%，比全国增速快 2.1 个百分点，合计占全国的比重接近一半，对全国增长的贡献率达 51.8%，即全国每增加 2 件快递至少有 1 件来自这两省。江苏、山东等 9 个省份业务量超过 10 亿件，25 个省份规模超过 1 亿件，省际间差距继续拉大。从增速来看，海南以 52.5% 增速领跑，11 省份增速超过 30%，18 个省份增速高于全国水平，主要分布在中西部地区。前列城市间增长出现分化。上半年，全国快递业务量前 15 的城市完成快递业务量 188.8 亿件，同比增长 20.3%，低于全国增速。增速出现分化，汕头、揭阳和金华增速居前，同比增长超过 50%，上海、杭州、广州、成都和温州增速在 10% 以下，部分城市出现负增长。城市排名出现变动，金华超过广州成为第一，汕头上升 7 位，揭阳、郑州分别上升 2 位，泉州上升 1 位，南京与武汉则跌出前 15 之列。下沉市场成为增长的核心动力。非省会城市业务量占比持续上升，从 2013 年的 47.8% 上升到 2020 年上半年的 62.9%，提升 15.1 个百分点。随着快递网络不断向三四线城市与农村市场拓展，下沉市场的快递服务更加便捷高效，普惠化程度不断提升，网购体验明显增强。另外，疫情期间，传统农产品进城渠道大面积受阻，快递业成为农产品上行主要通道。5、6 月份，随着我国生鲜果品集中上市，快递企业不断完善升级生鲜配送方案，通过全程冷链、多方式联运、区块链溯源、包装创新等方式，不断提升牛羊肉、冷水鱼、杨梅、樱桃、荔枝等特色农产品服务能力，农产品快递业务量增长明显。

亚马逊 Q2 销售出炉，该品类下半年销量或有新的突破

最近调研机构 CIRP 发布了亚马逊用户的第二季度消费行为报告，根据对亚马逊整个 Q2 季度的销售追踪调查和统计得出以下数据：

购物次数上涨

整个 3-6 月份中，消费者在亚马逊上的购物次数明显上涨，今年平均每个买家在亚马逊上每月购入 2.5 次，涨幅达到了历史最高点，高于去年同期的 2.1 次；每个订单购买的产品数量也从去年的 1.9 个产品增加到了 2.2 个。

产品类别变化

其中令人惊喜的是，服装类目的销售在 Q2 季度迎来大幅度逆转，销售额比例比去年正常时期还要高 6% 左右。但是美国疫情初期，美国线上服装销售直接暴跌了 13.6%，甚至连跌 5 周，导致在线服装市场整体缩水一半左右。直到 4 月末，销量才开始有所回暖。

可见在这次疫情的影响下，服装品类是受打击最严重的类目之一，为了帮助这些卖家增加一些销量，亚马逊平台也推出了新政策和新功能。

亚马逊平台助力服装品类

美国年度调查显示，2019 年亚马逊已超过沃尔玛，成为美国购物量最大的服装零售商。同时，prime 会员在过去一年中，有大约四分之三的人在亚马逊购买服装，今年 prime 会员人数超过了 1.5 亿，说明这一占比的人数已经超过了 1 亿。

而对于不是 prime 会员的消费者来说，相较 2018 年，选择“买过”和“期望购买”的消费者比重都大大增加了。

购买服装类产品的用户，除了会关注产品的尺寸、配套和质量细节，还喜欢看买家秀。如果能看到评论有较多穿着好看的案例，能有效提高他们下单的概率。因此卖家可以在 review 上下一番功夫。首先，卖家可以利用平台官方的一键索评功能，手动打开订单点击请求评论，可以选择那些需要索评的订单，这样就能过滤掉一些反应不好的订单。但是这个方法存在手动的不方便，而且买家还不一定会愿意帮忙留评。如果卖家想要在短时间内获得较多的 review，最简单的方法就是与测评机构合作真人测评。可能有些卖家会忌讳测评，担心机构的测评账号不优质，掉评严重。但其实真人测评的效果是可以看得到的。有了亚马逊平台的助力，以及下半年旺季的流量，想必服装品类的销量还会迎来更大的突破。

【试点关注】

临港新片区推出 12 条新政 提升科技创新策源能力

近日，临港新片区管委会发布《中国（上海）自由贸易试验区临港新片区加快提升科技创新策源能力若干政策》。《若干政策》共 12 条，包括加大了对创新创业主体和优质项目的支持力度，扶持资金最高达 1000 万元；对未实现预期目标的项目及创业失败的科技型中小企业更宽容，营造鼓励创新、宽容失败的创新创业氛围。支持国际协同创新方面，《若干政策》提出，支持新片区内企业、科研院所等相关机构设立海外技术转移中心、海外研发中心、海外创新中心，经认定给予最高 200 万元的资助；鼓励企业通过技术转移方式引进国外机构的先进技术，或通过股权并购等其他商业合作方式引进国外科技公司创新业务产品，并新设项目公司等实体机构落地新片区的，给予新设项目公司实缴注册资金 20%

的资助，最高 500 万元。支持创新创业主体发展方面，《若干政策》提出，支持初创型企业发展，对新片区科技企业孵化载体内符合一定条件的在孵企业，按照年度发生的创新创业成本，两年内每年给予最高 15 万元的资助；支持小微企业能级提升，对通过引进关键技术和设备等途径提高自主创新能力且符合一定条件的小微企业，给予其项目投资额最高 20% 的资助，单个项目资助额最高 100 万元。

【协会动态】

临港新片区现代服务业开放区洋山特殊综合保税区政策解读会

7 月 25 日，“临港新片区现代服务业开放区洋山特殊综合保税区政策解读会”如期举办。此次活动由上海临港新片区经济发展有限公司、上海自贸区联合发展有限公司联合主办，上海跨境电子商务行业协会负责组织工作。

周六的天气虽然炎热，但再炎热的天气也阻挡不了跨境人高涨的热情。包括会长单位东航物流，副会长单位新蛋、跨境通、利通物流、欧坚集团、农业银行、松江综保区、中外运华东、汇付国际在内的 30 余名会员和企业代表参加了此次活动，并在主办方的带领下参观了临港地区的整体沙盘模型和洋山特殊综保区的一般贸易分拨中心和跨境电商分拨中心，实地了解临港产业分布情况和洋山特殊综保区在基础设施建设的优势及其分拨、检测、维修等相关功能，现场观摩跨境分拨运作。

在下午的政策宣讲会上，临港新片区投资促进服务中心和洋山保税港区企业营运服务有限公司领导向与会嘉宾致以亲切问候并热烈祝愿此次活动取得圆

满成功。同时表示，临港将全方位的为企业提供服务，大力帮助企业实现业务增长和创新发展的。

协会秘书长则在致辞中表示，希望以本次政策解读会为起点，进一步将临港新片区的前沿式发展政策运用转化为推动跨境电子商务蓬勃发展的动力。协会愿继续和大家同心同德、并肩前行，开创更美好的未来，为上海跨境电子商务事业发展再创佳绩。同时，也期待更多的企业投入临港新片区开发建设的热潮，成为跨境电商发展红利的受益者。

随后，主办单位代表们详细介绍了临港新片区和特殊综合保税区的整体情况、相关政策及具体服务内容，表示要深入贯彻习近平总书记提出的重要基地、重要枢纽、重要跳板、重要通道和重要试验田要求，并多方面论述了临港地区的区位优势、政策优势和后续包括前沿产业、航空服务、国际航运等多个功能区的未来规划，打造离岸金融中心、离岸贸易中心和跨国企业总部，实现全方位、深层次、根本性的制度改革，大力支持跨境电商业务发展，全面推动上海外贸发展。

上海跨境公服邹步青先生以“助力洋山特殊综保区跨境电商跨越式发展”为主题，通过列举往年跨境电商交易规模与进出口总值、交易规模趋势和重大政策，对比今年上半年上海口岸与全国跨境电商零售进出口额的涨幅，阐述跨境电商的整体发展趋势，介绍洋山特殊综保区发展跨境电商方面的区位优势、政策优势和产业优势，分析了本市跨境电商的交易总额、交易单量、热销品类、业务模式、客单价、商品来源国和消费者性别与年龄的分布，并对数字贸易发展提出畅想。

协会副会长单位——达能集团大中华区总法律顾问唐斐女士作为企业代表，以自身经历从不同角度讲述了企业在面对疫情时如何做出有效应对，以及如何在国家的帮助下尽快恢复企业的业务开展。

通过此次活动，协会极大地帮助企业了解临港新片区和洋山特殊综合保税区的基础设施建设、政策优势和各项服务，为企业统筹一般贸易、跨境电商进出口提供了更多更丰富的业务场景，更好地支持本市多种外贸业态协同发展。

进博会系列预热活动之二——第三届进博会

食品及农产品展区、医疗器械及医药保健展区展前供需对接会

为加强进口博览会宣传和展前供需对接的效果，为采购商与参展商进一步提前沟通、有效对接提供服务，进博局在7月26日举办“第三届进博会食品及农产品展区、医疗器械及医药保健展区展前供需对接会”。有第三届进博会食品及农产品展区、医疗器械及医药保健展区80家左右参展商到会。

上海跨境电子商务行业协会，作为中国国际进口博览会上海交易团跨境进口电商联盟的牵头发起单位，积极邀请会员单位参与此次展前预热供需对接活动。

进博会系列预热活动之三

第三届进博会技术装备展区展前供需对接会

为加强进口博览会宣传和展前供需对接的效果，为采购商与参展商进一步提前沟通、有效对接提供服务，进博局在 8 月 8 日举办“第三届进博会技术装备展区展前供需对接会”。有第三届进博会技术装备展区 70 家左右参展商到会。

上海跨境电子商务行业协会，作为中国国际进口博览会上海交易团跨境进口电商联盟的牵头发起单位，积极邀请会员单位参与此次展前预热供需对接活动。

eBay 管理支付服务开始在全球范围推广

随着与 PayPal 签订的运营协议到期，标志着 eBay 公司持续多年的管理支付服务业务达到了一个重要的里程碑。

从 7 月 20 日起，eBay 在全球范围内拓展管理支付服务。eBay 于 2018 年底开始在其交易平台启动“端到端”管理支付服务，并已在美国与德国成功地推出了这项服务。到目前为止，eBay 管理支付服务的部署推进时间与此前 eBay 与 PayPal 签署的运营协议中的条款要求步调一致。随着运营协议的到期，eBay 将可以自由快速地全面启动管理支付服务业务，进一步为客户提供更无缝的用户体验，并向更现代化的管理式交易市场迈进。

截至第二季度末，eBay 已为美国和德国的近 42000 位卖家处理了 47 亿美元的成交额（GMV）。大多数卖家可以通过管理支付服务节省开支，目前 eBay

已为卖家节省了 1700 万美元的交易费用。

“今天对 eBay 来说，是我们利用科技重塑交易平台、为全球买家和卖家提供更便捷无缝的购物体验这个发展进程中一个重要里程碑。我们已经看到管理支付服务强劲的发展势头，并预计将在 2022 年带来 20 亿美元的收入和 5 亿美元的营业利润。”（eBay 总裁兼首席执行官 Jamie Iannone）

“我们致力于打造一个帮助我们的买家和卖家双方共同蓬勃发展的交易平台。通过管理支付服务，我们为客户创造了更简化、更统一的体验，同时帮助我们的卖家简化了业务流程，形成了统一的销售与收款平台。”（eBay 全球支付副总裁 Alyssa Cutright）

管理支付服务的进展

eBay 管理支付服务将简化平台的销售和收款体验，从而使卖家可以更轻松地管理自身业务。同时，通过管理支付服务，eBay 能够为买家提供更灵活多样的支付方式，包括信用卡、借记卡、礼品卡和 PayPal。买家在 iPhone 和 iPad 上也可以使用 Apple Pay 付款。此外，买家还可以在 eBay 网站和 eBay 安卓客户端上使用 Google Pay。公司还为德国的买家提供 SEPA（欧元单一支付区）借记卡直接付款方式，为澳大利亚的买家开通了 Afterpay 付款方式，同时也为加拿大的买家提供 PayBright 付款选择。

随着 eBay 拓展管理支付服务，公司将继续推出新功能，同时强化现有功能，包括增加卖家融资选项和更多银行支付方式。

公司目前取得的进展符合预期。在接下来的几周内，公司将在英国、澳大利亚和加拿大启动管理支付服务，目前在这些市场有数十万卖家已经注册开始体验这项服务。全球范围内已有 25.5 万名卖家申请了管理支付服务。

eBay 有望在 2021 年将平台上的大多数卖家转移到这项服务，并在 2022 年全面完成管理支付服务的推广。

【企业专访】

宝尊电商吴骏华：后疫情时代电商更需要生态的力量

后疫情时代，如何提升整个生态圈战斗力，升级电商合作伙伴，共同面向更具挑战的未来，不仅是品牌电商面临的难题，更是宝尊电商的责任和使命。

宝尊电商事业群总裁吴骏华

疫情下电商的变与不变

作为 2020 年的第一只黑天鹅，疫情给电商行业带来一系列蝴蝶效应，已经不是单打独斗能够化解的。这也第五届 BECS 全球品牌电商峰会把主题锁定为“GIVE ME FIVE”的原因所在。吴骏华表示，从 2 月份开始进入疫情暴发期，可以明显看到消费者的购物行为发生了重大变化，包括：大幅度减少了与出行或者需要上门进场安装相关的品类消费，例如服装服饰，旅行户外，家具装潢，大型电器等；个人卫生保健，护理相关的品类明显提升；小型厨房电器等居家用品类目消费力有所提升；美妆个护，尤其是 Skin Care 板块则没有受到太大影响。

在这些变化的背后，消费者购物行为没有发生本质的变化，只是消费品类结构产生了一个周期变化。进入 3 月下旬中国疫情逐步控制，消费力反弹，各大品类交易额快速回升。虽然仍旧有部分与出行相关的品类恢复的速度相对较慢，但从品牌电商的角度来看，对消费者的运营及营销内容策略并没有发生本质的变化。

资料显示，由于中国率先控制住疫情，提前复工复产，以及一系列刺激需求政策的出台，电商恢复迅速。商务部大数据显示，“五一”期间全国实物商品网络零售额同比增长 36.3%。同时还有一些明显趋势，如消费升级趋势非常明显；绿色、智能、健康类的商品销售红火，OLED 电视、除菌冰箱、母婴洗衣机、净水器等商品销售同比增长 3 倍以上；直播带货成为新热点，“双品网购节”期间，仅一个直播间就促成交易达到 60 万单的生意，销售额实现 1.4 亿元。

全渠道策略是应对利器

疫情在给电商带来冲击的同时，也带来了机会和风口。而品牌电商怎样才能顺势而为，在后疫情时代获得发展呢？吴骏华给出的应对之策是落实、践行和升级全渠道策略。

- 1、品牌需要进一步提升对于线上渠道策略的重视度和投入度，包括货品投入，营销资源倾斜，品牌专有团队等。不少品牌在疫情后都提升了线上交易额的占比，以及更多关注线上消费者的诉求。
- 2、全渠道的策略需要快速正确地实施，结合商品生命周期的结构来正确规划线上渠道策略，确保品销合一的同时正确地“踩”在不同线上渠道的甜蜜点上。
- 3、积极投入 O2O 落地的解决方案。经过这次疫情，品牌线上与线下的结合不单单是传统的“Click and Collect”，而是用更多场景，更多人群/粉丝的运营手段，使品牌各种形式的线下门店焕发新的活力。

携手共建 锻造生态圈的力量

“只有携手共建，打造更强大的产业生态链，生态圈，才能应对行业甚至跨

行业的挑战，在变化中抓取机遇。”吴骏华认为这次疫情是电商合作伙伴实力的试金石，如何提升效率，如何通过系统创新，如何保障运营团队/实力/资金等，无不考验着整个生态圈。

为了赋能品牌电商伙伴，吴骏华表示，宝尊电商做好了一系列充分的准备，包括：一加强，一升级，一深入。

加强

加强对提升运营效率的系统和工具的研发投入，提升了交易高峰的运作吞吐力以及交易低谷时的团队灵活性，确保在波段的动态变化中品牌始终能够把握机会，抵御风险。

升级

升级了数字营销能力以及团队。在疫情后，消费者除了对品牌的商品本身更加挑剔以外，对营销内容和信息也提出了更高质量的要求。为此，宝尊引入更多专业人才，在宝尊的管理体系下和更多的专业伙伴建立并扶植了战略合作关系。确保在日新月异的数字营销领域，始终让品牌合作伙伴走在前沿，获得更高的回报。

深化

深化对大促团队规模和质量的保障。疫情至今，全国的人才流动特别是针对大促所需的临时专业人员受到了较大的影响。为了满足品牌下半年的各个大促活动对人才的需求，宝尊电商提前投入大量资金和人力进行规划和盘点，锁定资源，已保障对品牌的承诺。

与此同时，宝尊电商将利用平台力量和峰会的契机，和电商生态圈一起携手共进，应对挑战并抓取机会，锻造行业生态链的力量。

吴骏华认为，疫情虽然可怕，但我们可以以开放的思维、携手共进，用向难而生的精神迎接挑战。

【信息推广】

进博会系列预热活动之第三届进博会展前供需对接会

为加强进口博览会宣传和展前供需对接的效果，为采购商与参展商进一步提前沟通、有效对接提供服务，进博局持续举办系列“第三届进博会展前供需对接会”。目前已举办三场，还将举办 3 场。

上海跨境电子商务行业协会，作为中国国际进口博览会上海交易团跨境进口电商联盟的牵头发起单位，积极邀请会员单位参与此系列展前预热供需对接活动。