

中国跨境电商动态

2020 年第 2 期（总第 38 期）

2020 年 5 月 10 日

上海市商务委员会主办

上海跨境电子商务行业协会编

本期目录

【领导指示】	3
✧ 李强、龚正喊你来“买买买”！上海国际消费城市全球推介大会暨“五五购物节”举行启动仪式	3
✧ 华源：“买买买”有方向！上海市政府新闻发布会详解上海提振消费举措	5
【行业公告】	13
✧ 国务院同意在雄安新区等 46 个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区	13
✧ 《上海市优化营商环境条例》正式公布	14
✧ 关于进一步加强防疫物资出口质量监管的公告	15
【行业资讯】	16
✧ 第三届进博会举行网上海外路演	16
✧ 跨境电商加速打造外贸新格局	17
✧ 跨境电商多平台调整跨境物流政策	19
✧ 3 月全球物流包裹量同比增长 8.7%，中国发件量占 60.75%	24
✧ 阿里巴巴国际站：构建从入驻到成长到进阶的商家服务体系	25
✧ 上海首单跨境电商企业所得税核定征收落地	27
✧ 个人寄递防疫物品出境监管政策	28

【试点关注】	29
✧ 全国跨境电商综试区已达 105 个	29
✧ 临港新片区获准首批试行企业名称告知承诺制，首家公司已完成网上预审取得名称	30
✧ 深圳拟取消或放宽境外投资在前海蛇口自贸片区准入限制	31
【协会动态】	32
✧ “四月新规下，防疫物资出口关务解决方案” 抖音直播分享	32
✧ SCEA 优质进口巧克力产品推介会	33
✧ SCEA 2020 年度（第四届）校企对接会（线上对接）	34
【会员心声】	35
✧ 企业意见整理	35
【企业专访】	36
✧ 洋码头 CEO 曾碧波：现在是国内商家从海外囤货最好的时候	36
【信息推广】	37
✧ 上海跨境电子商务零售进口税款总担保保函政策宣讲会	37



✧ 获取更多资讯

✧ 请扫描二维码关注公众号

【领导指示】

李强、龚正喊你来“买买买”！

上海国际消费城市全球推介大会暨“五五购物节”举行启动仪式

上海国际消费城市全球推介大会暨“五五购物节”启动仪式5月4日在浦江之滨举行，全方位展示上海这座万商云集、近悦远来的国际消费城市，共同开启众人瞩目的盛大消费节庆。

市委书记李强出席并与企业代表共同启动“五五购物节”，市委副书记、代市长龚正作主旨推介。

“五五购物节”作为上海首创的大规模消费节庆活动，时间贯穿二季度劳动节、儿童节、端午节等多个重点节日。

全市各大电商平台、商业企业、品牌企业、终端产品等将广泛参与，做到“千企万店、全城动员，日日有活动、周周有亮点”。130多项重点活动和700多项特色活动正陆续推出，让消费者们共享激动人心的购物体验 and 实惠。全力打响“上海购物”品牌，以覆盖全城的线上线下活动，促进消费回补和潜力释放，提振消费信心。

龚正围绕“商业底蕴之城、国际消费之都、未来机遇之地”就上海国际消费城市建设作了全面介绍。他说，上海正在深入贯彻落实习近平总书记考察上海重要讲话精神，加快建设“五个中心”和社会主义现代化国际大都市，充分发挥消费的基础性作用，加快打造具有全球影响力的国际消费城市。上海作为中国最大的经济中心城市，有广阔的消费市场、强劲的消费活力、齐全的消费品牌、前沿的消费时尚、优良的消费环境。未来的上海将更加开放、创新、包容，全球资本

与品牌在这里集聚、成长，成为引领消费的风向标；最新创意与技术在这里第一时间落地，成为消费升级的新引擎；国内外消费者在这里收获多多、幸福满满，成为令人神往的消费之都。在抗击疫情、重启消费的关键时刻，上海市委、市政府决定举办“五五购物节”，全力打响“上海购物”品牌，以覆盖全城的线上线下一系列活动，促进消费回补和潜力释放，提振消费信心。欢迎全球投资者、消费者共同感受上海消费市场的巨大潜力和无比魅力，相信大家一定能乘兴而来、满载而归。

活动现场，上海国际消费城市推介片《爱上海 爱购物》正式首播，充分展示“五五购物节”这一全新打造的消费节庆给市民带来的欢乐和期待。来自欧莱雅、特斯拉、拼多多、腾讯、京东、盒马、饿了么、东方购物、百联集团、苏宁易购、红星美凯龙、月星集团、途虎养车、叮咚买菜、光明集团、上汽集团、哔哩哔哩、字节跳动、美团点评、携程等国际品牌、电商平台、商业零售、本土制造业品牌、流量传播新平台以及休闲消费领域的 20 位中外企业代表联袂登场，逐一现场发布各自“五五购物节”促销活动亮点。

市领导翁祖亮、诸葛宇杰、许昆林，全市各区、相关委办局负责同志以及企业行业代表出席活动。

围绕打造国际消费城市，上海将充分发挥上海自贸试验区临港新片区、科创板、长三角一体化发展、中国国际进口博览会等大平台作用，进一步扩大对外开放，让上海因全球品牌的汇集而更具吸引力。主动顺应消费提质扩容新趋势，推动 5G、人工智能、物联网等新技术融入生产生活，促进全业态、全渠道、全场景创新，打造一批新网络、新设施、新平台、新终端。依托“一网通办”“一网统管”，打造法治化、国际化、便利化的营商环境，提供精准化、个性化服务，

努力让每一个投资者拥有更大的发展空间,让每一个消费者感受到上海这座城市的温度。

华源：“买买买”有方向！

上海市政府新闻发布会详解上海提振消费举措

4月23日,上海举行市政府新闻发布会,邀请市商务委主任华源、市商务委副主任刘敏、市发展改革委副主任裘文进、市经济信息化委副主任张英、市文化旅游局副局长程梅红,介绍即将施行的《关于提振消费信心强力释放消费需求的若干措施》及“五五购物节”筹备情况。市政府新闻办主任、市政府新闻发言人徐威主持新闻发布会。

会上,华源就市政府正式出台的《关于提振消费信心强力释放消费需求的若干措施》和即将举办的“五五购物节”活动重点向大家介绍三个方面情况。

一、关于出台《若干措施》和举办“五五购物节”的主要考虑。

消费是经济增长的第一动力,上海历来高度重视稳定和扩大居民消费工作。2018年4月,我市出台了《全力打响“上海购物”品牌加快国际消费城市建设三年行动计划(2018-2020年)》。经过各方面共同努力,目前各项工作都取得了明显成效。

作为国内首批社零迈入万亿级的城市之一,2019年上海社会消费品零售总额达1.35万亿元,连续三年稳居全国城市首位,消费作为经济稳定器和压舱石的作用更加凸显。在线经济等新业态、新模式蓬勃发展,2019年电子商务交易额超过3.3万亿元,增长14.7%,约占全国1/10,集聚了一批资源配置能力强、产业带动效应大、行业地位突出的电商企业,主要电商直播平台的用户数量

居全国首位。国际化程度不断提高，首店、旗舰店数量全国第一，全球零售商集聚度全球城市排名第二，国际知名高端品牌集聚度超过 90%，上海口岸服装、化妆品、汽车进口额分别占全国的 69.9%、47.3%和 36.3%，成为国际品牌进入中国市场的首选之地，众多国际高端品牌纷纷将其中国区总部、亚太区总部落户上海。

这次突如其来的疫情对本市消费市场造成了较大冲击。为全力支持企业抗击疫情，上海出台了《支持服务企业平稳健康发展若干政策措施》（简称“沪 28 条”）等政策举措，帮助包括商贸等各类企业降低经营成本、提供融资便利，协调解决防疫物资需求等问题。广大商家也积极行动，创新业态模式，特别是 3 月份以来已经陆续开展了“云上时装周”“云直播”“云逛街”“云上快闪店”等一系列营销促销活动，目前经营情况正在加速恢复。

为深入贯彻落实党中央、国务院关于扩大国内需求、释放消费潜力、扩大居民消费的重要部署和要求，更加积极有效地应对疫情冲击，全力打响上海“四大品牌”，加快建设国际消费城市，上海决定出台《若干措施》，并举办“五五购物节”。

主要基于三方面考虑：

一是通过强有力的政策举措促进消费回补和潜力释放，更好满足市民群众不断恢复和高涨的消费热情；

二是通过举办“五五购物节”，打造国际消费城市的标志性活动，增强上海“四大品牌”的影响力和标识度，为广大商家和消费者打造一个全新的消费节庆；

三是顺应疫情期间在线经济、新型消费等新业态、新模式逆势上扬的发展态势，通过出台政策和举办“五五购物节”更好地将疫情中催生出来的新型消费、升

级消费以及新的消费理念、消费方式进行固化和推广，更好地助力商家打造更多消费新场景新渠道，为消费者提供更加多元和便捷的消费选择。

二、关于《若干措施》的主要内容。

《若干措施》立足当前、着眼长远，坚持实物消费和服务消费并重、新兴消费和传统消费并举，从"一大节庆""五大消费""四个经济""一个环境"等四个方面，提出 12 条政策举措，着力提振消费信心，强力释放消费潜力，不断促进消费提质扩容。

"一大节庆"即"五五购物节"，在抗疫情、稳经济的特殊时期举办"五五购物节"，主要是通过"政策+活动"的双轮驱动，强化市区联合、政企联手、全城联动，做到本地平台、商家、终端产品全覆盖、全市消费人群全覆盖，最大限度激发市场主体和平台企业积极性，最大限度放大政策和资金的杠杆作用、乘数效应，最大限度促进消费回补和潜力释放，着力打造最新最潮最划算的购物盛宴、消费狂欢，成为"上海购物"品牌的标志性活动。

"五大消费"，即新兴消费、休闲消费、汽车消费、信息消费和家装消费，这些都是消费的主要领域，也是消费升级的重要方向。

新兴消费方面，上海是新零售的"策源地"和"竞技场"，今年一季度上海商品类网络购物交易额逆势增长 19.1%。促进新兴消费加快发展，就是要充分依托上海的市场优势、场景优势、资源优势，通过数字化赋能实体商业，加快技术创新、模式创新、业态创新，大力发展"在线经济""到家经济""非接触式经济"。为此，《若干措施》提出，要发挥大平台、大流量作用，打响"上海云购物"品牌，打造云逛街、云购物、云展览、云走秀、云体验系列活动；开展重点商圈商街数字化营销试点，鼓励电商企业对重点商家、品牌给予入驻、流量、数据等专项支持；

推广社区快递自提点和智能提货柜，鼓励线上平台开展"安心消费计划"。

休闲消费主要包括文化旅游消费和餐饮消费，这也是受疫情影响特别严重的两个领域。文旅消费方面，将视疫情防控形势，适时推出文旅市场振兴计划和一批高质量、高品质文旅产品，整合形成"乐游上海"文旅护照，引导市民"看上海、逛景点、住酒店、看大戏、购特产"。餐饮消费与市民日常生活息息相关，为重振餐饮消费，《若干措施》提出，举办一系列丰富多彩的活动，宣传餐饮"名店、名厨、名菜、名点"，鼓励线上餐饮平台加大促销力度；同时大力推行分餐制，推广使用公筷公勺，倡导文明用餐新风尚。

汽车消费是各方面都高度关注的领域，涉及千家万户，为支持消费者开展老旧汽车更新和购买新能源车，《若干措施》提出一系列含金量高的政策举措，如对今年年底前转出、报废国四及以下排放标准汽车，同时购买符合要求的国六排放标准新车，给予一定补贴；对年底前购买纯电动汽车和插电式混合动力汽车的，对车辆使用过程中产生的充电费用给予一定补贴；年内新增 4 万张中心城区非营业性客车牌照额度等。

信息消费是消费升级的重要代表，特别是随着 5G 时代的到来，正成为新的消费热点。为大力推动信息消费，《若干措施》提出三方面举措：一是推动线上线下消费互动，举办信息消费节；二是鼓励使用智能终端、可穿戴设备、智能家居等产品，大力发展网络视听、数字音频、互联网游戏等信息服务；三是加快 5G 应用推广，建设一批体验中心，开展终端产品和流量套餐优惠促销。

家装消费方面，重点是鼓励家装企业开展促销活动，支持金融机构推出多样化的家装消费信贷产品。

"四个经济"即首发经济、夜间经济、品牌经济和免退税经济，这是"上海购物

"品牌和国际消费城市建设的亮点特色，也是推进消费市场提质升级、更好满足多元化消费需求的重要抓手。

首发经济方面，去年上海新设各类首店 986 家，继续领跑全国，新品首发、首店汇聚已成为城市最亮丽的风景之一。为加快打造全球新品首发地，《若干措施》明确，对符合标准的新品首发活动和首店旗舰店落户给予资金支持，将新品首发和首店旗舰店品牌列入"上海市重点商标保护名录"；提升新品通关速度，推广进口商品检验结果采信制度，并为新品首发品牌提供便捷高效的专利、商标注册申请和质押登记服务等。

夜间经济是国际消费城市的重要组成部分，去年本市在全国首创夜间区长、夜生活首席执行官等制度，推出了夜生活集聚区、周末步行街等一批载体，为夜间经济发展打下了良好基础。此次出台的《若干措施》重点聚焦破解政策瓶颈难题，提出通过有序放开"外摆位"限制、加强夜间交通配套、增设夜间临时停车场、简化大型活动审批等措施，推动夜间消费再上新台阶。

品牌经济是消费"供给侧"改革的重要着力点，为此《若干措施》提出，推进南京东路步行街东拓工程，加快步行街业态调整、品牌提升；深化老字号"一品、一策、一方案"，增强本土品牌竞争活力；发挥"6+365"进博会一站式交易服务平台作用，举办国别商品周和进口商品路演、推介等专项活动，吸引更多进口品牌集聚。

免退税经济方面，上海境外旅客购物离境退税销售额占全国的 60%，机场免税店销售额在全球排名第三、国内第一。为境外人士和国内出境人员更加便捷地购买到全球优质商品，《若干措施》提出，支持免税品经营企业增设市内免税店，在免税店设立一定面积的国产商品销售区，加快推进重点商圈离境退税商店

全覆盖，扩大即买即退试点范围。

“一个环境”就是营造浓厚消费氛围。一方面将充分发挥融媒体优势，营造促消费的良好氛围；另一方面，大力提倡诚信消费，发布重点商圈商务诚信指数，推广“七日无理由退货”服务承诺，营造诚实守信、服务制胜、放心便捷的消费环境。

三、关于“五五购物节”的总体安排。

“五五购物节”是本市推出的一项全新的大规模消费节庆活动，主题是“五五购物节，全城打折季”，同步设计推出了购物节 LOGO。“五五购物节”时间上横跨整个第二季度，贯穿劳动节、儿童节、端午节等多个重点节日，全市各大电商平台、商业企业、品牌企业、终端产品等将广泛参与，做到“千企万店、全城动员，日日有活动、周周有亮点”。目前已梳理形成了 130 多项重点活动，以及 700 多项特色活动。购物节期间，各大消费板块都将推出丰富多彩的促销活动。

新兴消费方面，将推出近 30 项重点活动，如阿里巴巴将打造“55 聚划算汇聚上海”专属会场，开展打折、发放大额优惠券等让利活动，涉及 1000 家本地生活品牌、42 万家淘宝天猫上海商家。拼多多将组织“嗨购节”，打造“五五折专区”，并派出百余名直播小二，指导线下商场进行线上直播，覆盖 1000 多个上海知名品牌，涉及 10 万多家上海商户。腾讯将开展“花漾徐家汇·云直播”活动，通过线上团购、线下打折等方式开展大范围促销。

京东将聚焦综合百货、3C 电子等重点品类，开展“618”大促。抖音将举办“DOU 申购·云逛街”活动，通过优质短视频、达人直播等方式推荐申城美景、美食、美物。哔哩哔哩将联合五角场商圈开展营销促销活动，在 B 站制作主

题页面，发放优惠券和粉丝福利。百联将推出“焕享一新·千店i购季”，银联将举办“6·2”节，并派发消费券。喜马拉雅将打造“有声南京路”，推出朗读亭、有声图书馆、耳机森林千米有声书香长廊。口碑将组织“美食生活月”，盒马将推出“品质生活节”，叮咚买菜将举办“云菜场线上嗨购节”，通过发放平台红包、优惠券等开展打折促销。爱库存等将推出“出海优品+云购申城”活动，开设出口商品网上销售专窗，为市民提供外贸优品。此外，团市委将牵头组织“互联网青春生活节”，推出每日爆款单品，挖掘100款上海创新品牌产品、100家特色餐饮服务、100个新型消费门店。

文旅消费方面，将围绕“信心、安心、称心、暖心、欢心”，集中发布一批精品线路、特色活动和惠民措施，适时举办市民文化节等5大文旅节庆活动，推出美食旅游季、购物旅游季等8大主题畅游季。此外，携程将组织长三角特惠酒店专场线上直播，驴妈妈举办上海对口支援地区百名县长义卖直播大会。

餐饮消费方面，将以“寻味魔都”为主题，推出美食嘉年华、魔都吃货节、上海小吃节、厨艺大比拼、环球美食节、边吃边逛边打卡等一系列活动，涵盖优惠促销、互动体验、美食评选、技艺展示、榜单发布、地标打卡等内容，并通过电视美食专栏、新媒体直播等将活动过程分享给更多消费者。

其中，美食嘉年华、魔都吃货节将发挥美团点评、饿了么等平台优势，发动数万家餐厅参与，提供数万个优惠团购产品，优惠幅度达上亿元。上海小吃节将发动老字号小吃企业、早餐工程数千家门店开展优惠促销，让消费者享受身边物美价廉的各类特色小吃。环球美食节将组织全城上千家国际餐厅，开展美食厨艺、风情酒饮、调酒技能等展示，评选环球美食榜单，举办环球美食直播达人赛等活动。

汽车消费方面，将举办品牌大联展、新品云发布、驾乘新体验、汽车文旅行等汽车嘉年华，覆盖全市 800 多家 4S 门店，集中推出一批新车发布和优惠促销活动。上汽集团将举办“‘五’与上汽有个约‘惠’”和“上汽之夜”专场活动，对旗下荣威、名爵、大通等八大品牌数十款新车进行打折促销。

信息消费方面，上海移动、上海电信、上海联通、分众传媒等将围绕举办上海信息消费节，组织 4 场消费带动活动、4 场融合体验活动以及若干项特色专场活动，大力推广在线+、5G+、AI+等新产品、新业态。

家装消费方面，齐家网将举办“装修正当时，五一家装节”，通过优惠打折、发放优惠券等形式让利消费者；红星美凯龙、苏宁、国美、永乐、好美家等将推出大幅让利促销活动。

新品消费方面，将推出为期一个月的“全球新品首发季”，路威酩轩、开云集团、蔻驰、乐高、阿迪达斯、戴森、华为、伽蓝、上海家化等近 40 家企业、60 余个品牌将举办 80 余场新品首发活动。开展国际美妆节，集中发布欧莱雅、雅诗兰黛等品牌的美妆新品。以“国潮”为主题，联合各大平台直播发布老字号新品，得物将举办首届国潮品牌新品设计大赛。

夜间消费方面，将举办首个夜生活节，围绕夜购、夜食、夜娱、夜游、夜秀、夜读等 6 大主题，开放一批夜间文化场馆，鼓励商场、餐厅、书店等推出购物不眠夜、博物馆奇妙夜、酒吧节、集市节、深夜书店周等 10 大特色活动，点亮“夜上海”。

品牌消费方面，光明、东浩兰生、豫园等将开展老字号游园会，打造老字号伴手礼专区、快闪专区、欢乐集市等。上海人民广播电台将开展 55 位主持人讲述上海品牌故事活动，让上海品牌听得见、看得着、买得到。绿地全球贸易港、

虹桥品汇等进博会上海交易团四大采购商联盟相关企业将举办进口商品节、国别商品周等活动，500 余家线下门店和 40 余家线上平台开展时尚生活、钻石、美妆、服饰、高端奢侈品等进口商品促销。小红书、阅文集团等将举办“秀出你我光彩，美好生活相伴”消费品特惠大行动，通过直播带货、在线品牌展示等开展美妆护肤、时尚服饰、珠宝配饰、家具家居等名优产品的打折促销。

此外，购物节期间，南京路、淮海路、陆家嘴、徐家汇、五角场、虹桥等全市各大商圈商街，百联、新世界城、大悦城、环球港、万达等购物中心，麦德龙、家乐福、永辉、沃尔玛等超市卖场，金拱门、必胜客等餐饮连锁企业都将推出一批让利于民、有吸引力的折扣活动。同时，将根据疫情防控的要求，指导督促市场主体落实好各项防控措施和预案，为广大市民和消费者奉献一个精彩、有序、安全的“五五购物节”。

【行业公告】

国务院同意在雄安新区等 46 个城市和地区

设立跨境电子商务综合试验区

2020 年 4 月 27 日，国务院发布公告，同意在雄安新区、大同市、满洲里市、营口市、盘锦市、吉林市、黑河市、常州市、连云港市、淮安市、盐城市、宿迁市、湖州市、嘉兴市、衢州市、台州市、丽水市、安庆市、漳州市、莆田市、龙岩市、九江市、东营市、潍坊市、临沂市、南阳市、宜昌市、湘潭市、郴州市、梅州市、惠州市、中山市、江门市、湛江市、茂名市、肇庆市、崇左市、三亚市、德阳市、绵阳市、遵义市、德宏傣族

景颇族自治州、延安市、天水市、西宁市、乌鲁木齐市等 46 个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区，名称分别为中国（城市或地区名）跨境电子商务综合试验区，具体实施方案由所在地省级人民政府分别负责印发。

《上海市优化营商环境条例》正式公布

4 月 10 日，《上海市优化营商环境条例》经市十五届人大常委会第二十次会议表决通过。《条例》结合本市实际，明确了“优化营商环境的原则和要求”“主要围绕市场主体可能遇到的痛点、难点、堵点问题提出破解之道”“在做好政务服务之外，积极协调、推动公用事业、公共法律服务、金融等单位为市场主体提供全方位服务”等。

《条例》准确把握目标原则、切实落实主体责任、系统提升营商便利、严格执行政务规范、奋力推进制度创新、持续深入抓好落实。

本次立法突出了以下几项基本原则：

一是全面贯彻落实优化营商环境有关法律、行政法规和党中央、国务院文件要求，对相关制度予以细化、完善；

二是积极对标国际最高标准，吸收采纳国际先进经验，结合本市实际情况制定相关措施；

三是突出上海特色，总结本市优化营商环境成功经验，切实增强企业获得感；

四是坚持问题导向和需求导向，聚焦当前市场主体反映强烈的营商环境主要问题和关键环节，着力增强立法的可规范性、操作性和实效性。

《条例》围绕总则、市场环境、政务服务、公共服务、监督执法、法制保障

等共分八章八十条。

第一章结合本市实际，明确了优化营商环境的原则和要求；

第二章主要围绕市场主体可能遇到的痛点、难点、堵点问题提出破解之道；

第三章以政务服务“一网通办”为核心，提出要着力提升政务服务能力和水平，提供惠企便民的优质高效服务；

第四章在做好政务服务之外，积极协调、推动公用事业、公共法律服务、金融等单位为市场主体提供全方位服务；

第五章结合转变政府职能，加强“放管服”改革的需要，聚焦政府监管执法；

第六章围绕推进营商环境法治保障体系建设，着力发挥法治在营商环境建设中国根本、稳预期、利长远的保障作用；

第七章就政府有关部门及工作人员不履行优化营商环境职责或者损害营商环境的行为明确了法律责任，以切实保障优化营商环境工作落到实处；

第八章是附则，规定了施行日期。

法治是最好的营商环境，营商环境改革需要在法治的轨道上推进。市发改委是本市优化营商环境工作的主管部门，将抓住《条例》出台的重大机遇，全面落实《条例》，持续提升本市营商环境。

关于进一步加强防疫物资出口质量监管的公告

在全球疫情持续蔓延的特殊时期，为更有效支持国际社会共同应对全球公共卫生危机，4月25日，商务部、海关总署国家市场监督管理总局就进一步加强防疫物资质量监管、规范出口秩序有关措施公告如下：

一、加强非医用口罩出口质量监管。自 4 月 26 日起，出口的非医用口罩应当符合中国质量标准或国外质量标准。

商务部确认取得国外标准认证或注册的非医用口罩生产企业清单（中国医药保健品进出口商会网站 www.cccmhpie.org.cn 动态更新），市场监管总局提供国内市场查处的非医用口罩质量不合格产品和企业清单（市场监管总局网站 www.samr.gov.cn 动态更新），非医用口罩出口企业报关时须提交电子或书面的出口方和进口方共同声明（参考附件 1），确认产品符合中国质量标准或国外质量标准，进口方接受所购产品质量标准且不用于医用用途，海关凭商务部提供的企业清单验放，对不在市场监管总局提供的企业清单内的，海关接受申报，予以验放。

对 4 月 26 日之前已签订的采购合同，出口报关时须提交电子或书面的出口方和进口方共同声明（参考附件 1）。

二、进一步规范医疗物资出口秩序。自 4 月 26 日起，产品取得国外标准认证或注册的新型冠状病毒检测试剂、医用口罩、医用防护服、呼吸机、红外体温计的出口企业，报关时须提交书面声明（参考附件 2），承诺产品符合进口国（地区）质量标准和安全要求，海关凭商务部提供的取得国外标准认证或注册的生产企业清单（中国医药保健品进出口商会网站 www.cccmhpie.org.cn 动态更新）验放。

以上防疫物资出口质量监管措施将视疫情发展情况动态调整。

【行业资讯】

第三届进博会举行网上海外路演

第三届中国国际进口博览会首个网上海外路演推介会 4 月 10 日“落地”德国。德国多家行业协会、上百家企业以及日本贸易振兴机构、瑞士中心等组展机构通过视频听取展会推介。

“我们采取网上推介会等方式，创新招展形式，增强了企业参展信心。”中国国际进口博览局副局长、国家会展中心（上海）副总裁刘福学表示。据了解，中德互为重要贸易伙伴，德国在第二届进博会上的参展企业数量和参展面积均居欧洲国家首位，意向成交金额超过 148 亿美元，较首届增长 13.7%。目前，德国已经有近百家企业报名参加第三届进博会。德国海外商会上海分部副总经理许丽婷代表企业与进博会主办方“云签约”。

第三届进博会企业商业展总展览面积 36 万平方米，比上届增加 3 万平方米。目前签约报名参展的企业已超过 1000 家，已签约展览面积接近规划面积的 60%，招展进度快于去年同期。其中，医疗器械及医药保健展区规划展览面积较第二届增加一倍，将重点引进药品、医疗器械、养老康复、营养保健食品、医疗服务等题材。本届进博会还将特设公共卫生防疫板块，举办相关展示和论坛。

跨境电商加速打造外贸新格局

由于近期新冠肺炎疫情在全球蔓延，今年以来我国外贸面临多年未有之严峻挑战，传统外贸受到了严重冲击。但与此同时，跨境电商却释放出了巨大发展潜力，显示出其对外贸创新发展的引领作用。1 月份至 2 月份，我国跨境电商零售进出口额 174 亿元，同比增长 36.7%。近日，国务院决定新设 46 个跨境电商综合试验区，加上已经批准的 59 个，全国将拥有 105 个跨境电商综合试验区，已经覆盖了 30 个省区市，从而形成陆海内外联动、东西双向互济的发展格局。

“传统外贸受到疫情严重冲击，需要进一步发挥跨境电商独特优势，开展在线营销，实现在线交易，保订单、保市场、保份额，以新业态新模式助力外贸攻坚克难。” 商务部部长助理任鸿斌表示。

跨境电商是互联网时代发展最为迅速的贸易方式，能够突破时空限制，减少中间环节，解决供需双方信息不对称问题，为更多国家、企业、群体提供发展新机遇，这也体现了贸易的包容性发展。随着疫情在全球蔓延，传统线下渠道受阻，线上采购需求却不断增长，跨境电商优势得以发挥。对防疫物资等海内外消费者急需产品来说，跨境电商平台提供了快速便捷购买渠道，实现了高效快速的全球供需匹配。

疫情发生之初，面对国内防疫物资严重不足，无论国内跨境电商企业，还是外资跨境电商企业，纷纷在跨境电子商务公共服务平台积极响应，有力协助跨境电商市场主体及线下园区，全力保障口岸防疫物资通过跨境电商进境，满足了社会需求。

跨境电商企业近年来形成的集采渠道优势在进出口物资采购、端到端配送等方面得到了有力发挥，开创了防疫物资“全球集采——定点直送”模式。在一定程度上，跨境电商提升了我国外贸的全球供应链集采能力。

随着疫情在全球蔓延，国际市场需求明显萎缩，我国企业原有出口订单短期内被大量取消。在这种情况下，我国部分企业出口开始从线下转向线上，纷纷从事跨境电商出口，一方面通过跨境电商平台积极寻找新的企业客户；另一方面直接开展零售业务，有效开辟了新业务、新市场。跨境电商物流和海外仓成为了‘稳外贸’重要支撑。此次疫情对物流配送形成了直接挑战，我国跨境电商物流企业通过包机、海外仓存储发货等多种方式，保证了跨境电商货品及时送达。

跨境电商多平台调整跨境物流政策

跨境电商平台

亚马逊延长退货期限至 5 月 31 日

近日，亚马逊宣布暂时延长退货政策中的退货期限，以使顾客在这个困难时期有更多时间退回商品。

对于在亚马逊网站所下订单，2020 年 3 月 1 日至 2020 年 4 月 30 日之间交付的大部分物品均可退回，截至 2020 年 5 月 31 日。不过无论顾客使用何种物流解决方案退回商品，均需满足亚马逊网站的退货政策。

速卖通：中邮平常小包和中邮挂号小包部分国家下线公告

4 月 11 日，速卖通发布公告表示，由于目的国疫情影响邮政派送，速卖通将于 4 月 13 日下线以下国家中国邮政平常小包+、中国邮政挂号小包，恢复时间目前待定。

1. 中国邮政平常小包新增下线国家：

南非、秘鲁、厄瓜多尔、洪都拉斯、西萨摩亚、利比亚、马拉维、巴勒斯坦、特立尼达和多巴哥、印度、哥斯达黎加、毛里求斯、菲律宾、柬埔寨、博茨瓦纳、留尼汪岛、安哥拉、法属圭亚那、斐济、津巴布韦、刚果（布）

2. 中国邮政挂号小包新增下线国家：

沙特阿拉伯、西萨摩亚、开曼群岛（英）、特立尼达和多巴哥、印度、塞内加尔、摩尔多瓦、哥斯达黎加、毛里求斯、科威特、格鲁吉亚、冰岛、菲律宾、柬埔寨、阿尔巴尼亚、乌拉圭、博茨瓦纳、留尼汪岛、安哥拉、法属圭亚那、坦桑尼亚、斐济、突尼斯、巴布亚新几内亚、卢旺达、津巴布韦、巴巴多斯、老挝、

赞比亚、莱索托、多哥、马达加斯加、贝宁、冈比亚、利比里亚、刚果（布）、赤道几内亚、安提瓜和巴布达

自 2020 年 4 月 13 日起，买家下单时对应国家将不能选择以上物流方案，卖家将无法选择以下线路创建物流订单及填写发货通知，买家可以选择商家设置的其他物流方案，请您根据自身情况及时调整运费模板和发货渠道。

速卖通延长收货时长

速卖通发布公告，为了更好地保障商家朋友疫情期间的权益，降低买家发起未收到货物纠纷造成的退款成本，现制定如下保障方案：

拟对同时符合下述条件的交易订单，统一延长收货时长 30 个自然日，整体延长操作将分批在 2020 年 4 月 17 日前完成。请注意，考虑到影响单量较多，统一延长收货时长可能存在遗漏，如果部分订单系统没有自动延期，您也可以在订单页面，筛选“等待买家收货”状态的订单，点击“延长收货时间”，手动进行延长收货期。（注：系统设定的最长收货时间是 120 个自然日。）

天猫海外推“包邮服务”和“全球分销平台”

4 月 9 日消息，天猫海外出台两大新举措，推出“全球包邮服务”和“全球分销平台”，降低出海成本，搭建外销快车道，加速国内中小外贸商家出海。

据了解，天猫海外推出“全球包邮服务”，海外消费者通过手机淘宝加购带有“满额包邮”标识的商品，并选择“官方集运”，就可享受免跨境运费。新加坡、马来西亚成为第一阶段推行的东南亚国家。

“春雷计划”落地东南亚，Lazada 加速中小外贸企业拓销

4 月 10 日，Lazada 推出降低运费、物流提速、新商家孵化三大扶持政策，助力国内中小外贸企业拓销东南亚。这是阿里巴巴 7 日启动“春雷计划 2020”扶持商家的系列措施之一，首批在泰国、越南、马来西亚落地。

为帮助商家切实降低成本，Lazada 下调泰国站、越南站商家运费。泰国站国际运费降幅比例最高达 90%，越南站高达 96%。在马来海外仓，商家相应重量包裹费率下调 50%。

“春雷计划”还惠及东南亚的消费者，通过 Lazada 下单的泰国消费者，可以享受一公斤以下包裹邮费从 25 泰铢降至 20 泰铢的优惠；越南的邮费也全面下调，部分区域下调 46%；马来西亚整体下降 22%。

为国际干线提速，Lazada 携手菜鸟国际配备 27 架次的包机，帮助国内商家运输近 600 吨包裹至东南亚。

为提升新商家运营能力，Lazada 专门设立“新手孵化营”，通过运营辅导、流量扶持、线上培训等政策，帮助新商家快速拓销。进驻 90 天内的新商家，可享受 12 周免费流量扶持。

eBay 在各国推出政策扶持

日前，eBay 宣布在美国推出新的“Up & Running”加速器项目，以向陷入困境的实体零售商给予帮助。

据悉，该项目旨在帮助那些疫情期间没有任何线上业务而陷入困境的实体零售商，通过 eBay 开展在线商店转移部分业务。作为该计划的一部分，在 4 月 2 日到 6 月 30 日期间，eBay 也将免除新业务的销售费用。

同时，eBay 还将为新企业提供为期 3 个月的免费基本 eBay 商店。该服务包括降价、打折送货等对卖家的额外优惠。

事实上，eBay 在其他国家也推出了类似的服务。在英国，加入 eBay 的企业 2020 年 5 月 31 日前都无需支付任何用来上市或出售的费用，这一优惠对每月 250 个产品列表都适用。

eBay 公告：SpeedPAK 法国路向标准型和经济型服务恢复

eBay 公告表示，接法国当地通知，当地的尾程派送服务已恢复正常。

SpeedPAK 将于 2020 年 4 月 9 日起恢复法国全境路向的收寄服务：

1. 中国大陆-法国路向（全境）的标准型服务
2. 中国大陆-法国路向（全境）的经济型服务

受新冠肺炎疫情影响，尾程时效可能会有所延误。请卖家做好跟买家的沟通，以免对您的账户造成影响。

天猫国际启动“海贝行动”，保障海外奶粉企业备货

4 月 9 日，天猫国际启动“海贝行动”，为进口奶粉商家提供菜鸟头程跨境物流服务、保税仓租减免、阶梯式备货三大扶持政策。这是阿里巴巴 7 日启动“春雷计划 2020”后，通过扶持商家保障民生供应的系列措施之一。

据悉，天猫国际和菜鸟帮助商家从海外工厂直接提货，并提供全程的运输、关务、存储和发货等服务，保障跨境物流畅通；针对 5 月 30 日之前完成菜鸟保税仓理货上架的商家，免除 6 月 30 日前的保税仓储费用。

为确保进口奶粉供应充足，天猫国际联合海外奶粉商家推行“阶梯式”灵活

备货方案。按照 4 月—6 月、7 月—9 月、10 月—12 月三个时间段，基于进口奶粉市场供需情况，灵活推进备货保障计划。

目前，天猫国际已完成第一阶段超过 600 万罐进口奶粉的备货保障，下一阶段备货即将启动。

跨境电商综合服务

中国邮政将对线上 e 邮宝和线上航空国际小包加收运输附加费

自 2020 年 4 月 13 日零点起，将针对线上 e 邮宝和线上航空国际小包业务临时加收运输附加费，结束日期将根据运费变化情况确定并另行公告，线上各路由运输附加费标准与线下相同。

附加费收取涉及的电商平台包括亚马逊线上发货业务、Wish、速卖通线上发货、敦煌、eBay、Joom、Paypal 等。

菜鸟跨境物流恢复至疫前水平

4 月 10 日，菜鸟国际宣布，中国到全球的跨境物流、海外仓仍然保持运转，跨境电商物流订单已经恢复至疫前水平。

菜鸟欧洲区域负责人卜华介绍，菜鸟全球包裹网路具备智能和普惠特点，通过链接全球物流要素，强控包机干线、ehub 和卡车网络等关键节点，为跨境中小商家提供了商业快递的体验和普通邮政的价格。此外通过欧洲海外仓，菜鸟疫情期间仍然能帮助商家快速发货，向欧洲消费者提供欧洲三日达、泛欧七日达等服务。

3 月全球物流包裹量同比增长 8.7% 中国发件量占到 60.75%

2020 年 3 月全球物流包裹量较去年同期增长了 8.7%。

2020 年 3 月，17TRACK 平台总共收录查询单号超过 4,360 万票，其中发件的国家及地区为 228 个、收件的国家及地区为 226 个。与 2019 年 3 月平台收录到的是 4,010 万票相比，增加了 8.7%。

中国（除香港）为 3 月全球发件量最多的地区，占全球单量的 60.75%，较今年 1、2 月有所提升，但较过去 12 个月的平均占比仍有所下降；其次是美国、英国、德国、中国香港。其中美国占比 11.03%，高于其过去 12 个月的平均水平 8.19%。英国 3 月包裹发出量较 1、2 月份下降超过 54.5%。

3 月收件量最多的国家是美国，超 989.8 万单，占比 34.51%，较过去 12 个月平均上升了 7.88%。其次是法国，占比 5.84%；英国，占比 5.53%；德国，占比 4.69%；日本，占比 4.32%。

中国发往美国的包裹占到了中国发出包裹量的 38.64%，此外还有 6% 的中国包裹发往了英国，5.05% 的包裹发往了法国。

美国 3 月发出的包裹主要发往加拿大、中国、英国、巴西、澳大利亚；英国 3 月发出包裹主要发往法国、中国、德国、意大利、西班牙；德国 3 月发出包裹主要去向为法国、意大利、英国、西班牙、中国，其中发往中国的包裹数量下降了 54.2%。

中国香港 3 月发出包裹主要面向美国、俄罗斯、中国其他地区以及英国、意大利。据平台数据，这是过去 12 个月以来中国香港发往俄罗斯的包裹数量首次超过美国，且这个月发往美国的包裹数是过去 12 个月以来的最高值，发往俄罗斯的包裹数则为 12 个月以来的最低值。

17TRACK 通过对订单时效的取样统计,计算了目前各个路向的订单妥投率。数据显示,中国发往美国的包裹妥投率为 22.79%;中国发往英国的包裹妥投率为 26.49%;发往法国的包裹妥投率为 29.43%;发往德国的包裹妥投率为 25.96%;发往日本的包裹妥投率为 42.45%。日本发往中国的包裹妥投率为 53.33%。韩国发往中国的包裹妥投率为 21.14%。

具体来看,中国发往美国的包裹平均到达时长为 18 天,最慢需 44 天,异常数量较 1、2 月份有所增加。

中国发往英国的物流订单平均时效为 17 天,最慢 81 天仍未到达。

中国发往法国的包裹平均时效为 19 天,最慢需 43 天。

中国发到日本的包裹平均时效为 15 天,最慢则需 45 天。

日本发到中国的物流包裹平均 18 天能够到达,最慢则需 44 天。3 月日本发往中国的包裹数量较 1、2 月份的 51.1 万已明显下降。

韩国 3 月发往中国的包裹数量较 1、2 月份同样下降明显,平均时效在 10 天上下,最慢则需 41 天。平台数据显示,韩国 2 月份直邮发往中国的数量为 97973,3 月则不到 15000 份。

阿里巴巴国际站：构建从入驻到成长到进阶的商家服务体系

阿里巴巴国际站宣布响应阿里“春雷计划”,推出涉及流量扶持、资金补贴、商家培训等方面的系列措施,扶助国内中小外贸商家。

首先,为解决国内商家普遍面临的“供给”难题与海外疫情带来的“需求”难题,阿里巴巴国际站将对 2020 年 4 月 20 日到 2020 年 9 月 30 日期间签约国际站且款项到账的商家,提供为期 2 个月的流量起步扶持计划。

从商家会员服务上线开始，第一个月是“新客流量扶持”，即参照平台一星商家给予新签商家流量倾斜，商家需要做的就是发布优质且非重复铺货的商品。第二个月是“主题搜流量加持”，即将优质商家的橱窗商品输送进“新签主题搜”，以帮助其获取更多流量和商机。

阿里巴巴国际站还将为新入驻的商家提供“发品”、“建站”、“获客”、“转化”的托管智能营销服务。即根据新加入国际站商家充值的直通车方案，冻结相应金额，国际站数字化广告营销产品将联合三方服务商为商家保障优质产品发布和旺铺装修，同时提供 60-120 天的系统托管投放，可进行智能拓词、智能选流、智能出价等。

此外，阿里巴巴国际站将于 5 月 11 日举行线上数字化展会，聚焦“供给需求对接”、“行业趋势资讯”、“社交圈层打造”三个核心层面，让买卖家双方线上完成供给和需求对接以及圈层维护。据悉，根据会员类型不同，商家可以享受不同的权益：出口通会员将享有线上展会门票一张（含一场垂直行业展会或综合展会），金品诚企会员则将享有线上展会门票三张（含一场垂直行业展会和两场综合展会）。

其次，资金补贴方面，阿里巴巴国际站表示，2020 年 5 月 6 日（预计上线时间）到 2020 年 9 月 30 日期间，凡是线上新客户，一达通代理出口的所有订单通关办理完毕后，均可享受基础服务费 90 天 5 折，5 单封顶优惠；使用市场采购出口的信用保障订单的，则可享受信用保障交易服务费前 3 个订单 5 折优惠。

新入驻商家及 60 天内月均订单量小于 5 单的商家，单笔订单基础运费立减 30 元，5-8 月最高优惠 6 单，9 月最高优惠 10 单。单个 ID 最高减 180 元/300

元（8月前/9月大促）。60天内月均订单量大于等于5单的客户，则可享上门揽收增值服务费用直减每单10元，最高共计6单的优惠。

同时，阿里巴巴跨境供应链财税服务将推出“老客引荐新客，各享专属奖励金”服务，其中老客推荐新客，新客首付给予10%积分，首单付款完毕老客享有5%积分，新客续费可享有5%积分。

阿里巴巴国际站称，数字化金融服务也将面向新入驻商家和活跃客户推出优惠服务。以“极速额度”为例，2020年7月到8月，新入驻商家购买极速额度包，相服务费5折费率优惠。而“无忧赊”则在8月到9月，针对活跃客户推出服务费减免1单的优惠举措。

最后，阿里巴巴国际站表示，将构建从入驻到成长到进阶的商家服务体系。2020年4月20日至2020年9月30日期间，国际站将联合生态服务商为新入驻商家提供快速建站、商品发布、视频拍摄、平台培训等基础服务。其中出口通会员将免费获得价值5000元的数字化建站服务，金品诚企商家将免费获得价值12000元的数字化营销服务。同时，阿里巴巴国际站将从认证入驻、建站发品、交易获取、交易开单、星级冲入、星级提升等6个方面为商家提供成长指引。

上海首单跨境电商企业所得税核定征收落地

上海首单跨境电商企业所得税核定征收近日落地，上海策融网络科技有限公司成为了沪上首家实行企业所得税核定征收的跨境电子商务零售出口企业。

“公司目前处于起步阶段，发展的还比较迅速，由于进货来源分散等原因，大部分税前扣除凭证都难以取得，2019年至今有近300万元的无票免税收入，这一直是困扰公司的问题。”上海策融网络科技有限公司财务负责人李明新介绍。

国家税务总局 2019 年第 36 号公告明确，自 2020 年 1 月 1 日起，符合条件的跨境电子商务零售出口企业不仅可以试行“无票免税”政策，而且企业所得税可以采用“核定应税所得率 4%”的方式核定征收。

“无票免税”指的是出口未取得有效进货凭证的货物，符合若干条件的同样适用增值税、消费税免税政策，同时，享受“无票免税”企业的应纳税额可以按照 4% 的较低应税所得率进行核定征收。这一政策的出台，既能够支撑企业规范运营，也可以保护企业健康发展。

政策出台后，上海市嘉定区税务局立即协同海关等部门，按照 36 号公告设定的适用条件，开展联合数据校验，精准锁定了上海策融网络科技有限公司。

“我们及时对企业就该政策进行了讲解、分析和辅导，企业最终决定选择核定征收方式，在政策允许的前提下降低了涉税风险。”嘉定区税务局企业所得税科科长陈勇说。

“当下疫情让外贸产业链面临严峻挑战，跨境电商行业危与机并存。新政策给我们这样的小微企业吃了定心丸，也提振了我们企业渡过难关的信心！”李明新说。

国家税务总局上海市税务局企业所得税处负责人表示，下一步，市税务部门将持续监测跨境经营行业动态，扩大受益群体，有序扶助本市企业复工复产。

个人寄递防疫物品出境监管政策

近期，海关总署会同相关部委，先后发布《关于有序开展医疗物资出口的公告》（商务部 海关总署 国家药品监督管理局 2020 年第 5 号公告）、海关总署 2020 年第 53 号公告，加强对出口货物类防疫物资的质量管控。但个人携带或

寄递的自用物品类防疫物资不属于出口货物范畴，不列入管控范围，不需要按照公告的要求提交自我承诺书和提供医疗器械注册证书或进行商品检验。

对于符合个人自用物品限值要求或超过限值但属于单件不可分割的寄递防疫物品，海关不实施防疫物资质量安全监管，由收寄件人个人对寄递物品质量安全负责。对于超过规定限值的寄递物品，需按照货物规定办理通关手续，海关实施防疫物资质量安全监管。

海关总署高度重视此项工作，采取有力措施，全力保障寄往境外的个人自用防疫物品的快速通关和有效监管。

【试点关注】

全国跨境电商综试区已达 105 个

国务院联防联控机制 4 月 10 日举行新闻发布会，商务部部长助理任鸿斌、外贸司司长李兴乾介绍稳外贸相关举措，并答记者问。

商务部部长助理任鸿斌强调，从杭州综试区开始，建立了“六体系两平台”。“形成了 12 方面 36 项成熟的经验做法，已经面向全国复制推广。”根据《浙江省商务厅关于开展跨境电商综试区经验复制推广暨产业集群数字贸易转型升级工作的通知》（浙商务〔2018〕131 号）和《浙江省电子商务促进会关于落实省商务厅开展跨境电商综试区经验复制推广暨产业集群数字贸易转型升级工作的通知》（浙电促会〔2018〕24 号）通知要求。结合各地省级电子商务创新发展试点，加大对跨境电商综试区成熟经验复制推广与产业集群数字贸易转型升级工作支持力度。

自 2015 年起，国务院已分五批设立 105 个跨境电商综试区，重点在技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设等方面开展先行先试。商务部部长助理任鸿斌强调，商务部会同各部门和各地方，探索建立起以“六体系两平台”为核心的政策体系，从杭州综试区开始，建立了“六体系两平台”。

5 年来，跨境电商综试区主要的发展方向还是以 B2B 为主，出口和 B2B 的模式占到综试区跨境电商交易额的 70%。商务部部长助理任鸿斌表示，2019 年，我国跨境电商零售进出口额达到了 1862.1 亿元人民币，是 2015 年的 5 倍，年均增速 49.5%，综试区在外贸发展中的作用也日益凸显。

“六体系”主要是信息共享、金融服务、智能物流、电商诚信、统计监测和风险防控六大体系。“两平台”是线上综合服务平台和线下产业园区，“形成了 12 方面 36 项成熟的经验做法，已经面向全国复制推广。”推动跨境电商规模持续快速增长。

临港新片区获准首批试行企业名称告知承诺制

首家公司已完成网上预审取得名称

中国（上海）自由贸易试验区临港新片区作为首批试点地区，自 4 月 30 日起，临港新片区内企业登记申请人可以通过开办企业“一窗通”服务平台自主申报选择告知承诺企业名称。首家上海墨蔚物联科技有限公司已完成网上预审，取得名称。

为进一步对标世行《营商环境报告》评价标准，简化企业开办手续、缩短审批时间，打造贸易投资便利、行政效率高效的国际一流营商环境，不断提升企业

获得感、满意度，上海市市场监督管理局在上海部分地区试点开展企业名称登记告知承诺制。

此次改革在名称相同或近似等情形的判断中引入了计算自动比对系统，实现实时比对、实时告知，并在申请人作出承诺后，不再对名称近似等情形进行人工审查，减少人工干预。这将有效解决企业“起名难”困境，实现企业名称的自主选用、自主申报。

临港新片区市场监管局将持续提升名称告知承诺制的宣传力度，安排专人指导企业申报工作，引导辖区内企业通过名称登记告知承诺加速企业登记办理。

深圳拟取消或放宽境外投资在前海蛇口自贸片区准入限制

4月28日，《深圳经济特区前海蛇口自由贸易试验片区条例（草案）》（以下简称条例《草案》）提请市六届人大常委会第四十一次会议审议。

在外商投资准入管理模式上，条例《草案》创新提出“非违规不干预”的管理模式，探索实施国际投资自由。

条例《草案》还规定，自贸片区将逐步取消或者放宽境外投资者在金融、现代物流、信息服务、科技服务、文化服务、专业服务、医疗卫生等领域的资质要求、股权比例、经营范围等准入限制措施。

条例《草案》还提出，拟取消对港澳企业自贸片区内投资所有准入限制条件。推动对港澳跨境服务贸易负面清单管理，促进与港澳服务贸易全面自由化。

2015年4月，中国（广东）自由贸易试验区在广州南沙区举行挂牌仪式，涵盖广州南沙、深圳前海蛇口、珠海横琴三个片区。

2020年4月，前海蛇口自贸片区，五周岁。

【协会动态】

“四月新规下，防疫物资出口关务解决方案”抖音直播分享

为帮助制造和出口防疫物资的企业能明确把握防疫物资出口过程中的细节，顺利完成相关操作，持续为全球防疫工作做出贡献。上海跨境电子商务行业协会邀请副会长单位——欧坚集团通关事业部副总经理王键女士，通过抖音平台，以“四月新规下，防疫物资出口关务解决方案”为主题进行专业分享，让企业清晰了解医疗物资在出口过程中的各类注意事项。

王总结合当前国家关于防疫物资出口的相关规定和自身的工作经验，对一些行业信息进行梳理，帮助企业矫正认识误区，并根据不同防疫物资的申报类别和申报要素进行讲解，详细阐述防疫物资的级别、功能及其在申报过程的注意事项。对于在通关申报过程中涉及医用的字样和图标，王总进行了着重讲解，避免企业在无意中卷入贸易纠纷当中，让企业能更加安心、省时省力地开展相关业务。

谈及《出口医疗物资声明》时，王总通过讲述自身经历，结合相关政策文件提醒企业在填报相关信息时需要注意的事项，并做出专业指导，解答企业困惑。

在涉及申报主体方面时，王总根据申报主体不同列举了：生产厂家直营出口、外贸自营出口、外贸代理出口三种常见的出口申报主题，并根据这三种申报主体分别给予了出口申报建议和需要注意的事项。同时，明确了各种常见防疫物资的监管条件、HS

代码和医疗器械类别，并根据使用对象和防护级别的不同强调了需要提供的申报要素。区分市场行为、企业行为、公益行为和政府行为间的主要不同。最后，王总根据线上观众提出的问题进行实时问答，为企业答疑解惑。

SCEA 优质进口巧克力产品推介会

为帮助会员企业推介商品品牌，同时让更多人了解关于巧克力的知识，选择真正优质的巧克力。上海跨境电子商务行业协会通过抖音平台，于4月23日帮助会员单位——欧洲优特进行线上产品推介，希望通过这一方式帮助企业进行推广。

欧洲优特的陈总作为用心研究巧克力的专家，先是从介绍了何为优质巧克力的知识出发，介绍了各国巧克力的特色，并由此引出优质的瑞士进口巧克力——FAVARGER（福万瑞）。随后，陈总通过介绍巧克力的各种成分，及其材料原产地、制作工艺和过程、材料配比等各方面，综合多方面因素与其他市面上常见的巧克力进行比较，凸显福万瑞巧克力的优势和健康之处。特别是在提及大豆磷脂和棕榈油、精炼植物油等添加剂在巧克力制作过程中的使用，陈总认为真正优质巧克力的生产应该是纯天然，不添加与巧克力口味和制作无关的材料，尽量保留巧克力原有的滋味。

之后，陈总讲述了一个他在寻找优质巧克力过程中的一个故事。他认为，巧克力只是一个载体，承载其上的是人与人之间的关怀，在他人需要的关键时刻能出手相助。巧克力常常与爱联系在一起，传递和分享巧克力的过程则是爱与爱在

指尖传递，优质的巧克力则是传递爱意和关心的最好载体。

福万瑞巧克力正是符合优质巧克力标准的珍品。甜蜜祝福，浓情相约，欧洲优特的福万瑞巧克力让您与自然、健康、甜蜜相伴。

SCEA 2020 年度（第四届）校企对接会（线上对接）

为帮助本市跨境电商企业在疫情特殊时期解决人才招聘难题，也为帮助本市中高职院校优秀应届毕业生在疫情特殊时期也能找到符合心意的岗位。在上海市商务委员会的支持下，上海跨境电子商务行业协会与上海市高职高专竞技类专业教学指导委员会于 4 月 26 日通过抖音直播平台共同举办“上海跨境电子商务行业协会 2020 年度（第四届）校企对接会（线上对接）”，在确保安全的前提下进行校企人才对接。

此次校企对接会是协会通过直播平台在特殊时期帮助跨境电商企业发展的第一次重要尝试，是通过新形式、新方式帮助企业实现需求对接取得的突破性举措。除了上海跨境电子商务行业协会外，还有中外运安迈世、利通物流、美仓互联、鹏骏物流、馨致国际贸易、保正供应链、五五海淘、明特物流、澳奎国际贸易、为你而捷国际贸易、义达物流等十余家单位参与线上招聘，涉及招聘岗位超过 20 个。来自上海思博学院、上海民航学院、上海电力大学、上海海事职业技术学院、上海交通职业技术学院、上海邦德职业技术学院、上海电子信息职业技术学院和上海行健职业技术学院的百余名学生参加线上面试。

期间，用人单位与应聘同学展开亲切交流，同学们可以清晰地了解到企业的文化内涵和用人要求，企业也可以通过线上互联的方式与同学们进行“面对面”的沟通，实时交流双方需求，及时解答同学对企业的各类问题，在当前避免人员

大规模的情况下能更加安全地进行校企人才对接,实现用人单位和应聘学生间的充分沟通。

此次线上对接会各家企业均有收获。后续,协会将持续推进校企对接工作,进一步加强落实企业用人和院校人才培养的相关内容,为本市跨境电商人才建设提供强有力的支撑,竭力帮助校企双方实现人才需求双向对接。

【会员心声】

企业意见整理

上海跨境电子商务行业协会为了解本市广大跨境电商企业诉求,帮助其解决实际发展中的难点和困惑,向企业征集汇总意见,整理如下:

1、企业在现阶段业务开展过程中遇到的困难和发展的的问题,目前最核心的困难主要是物流。具体表现为:包裹运不出去(大量积压在国内机场)、航空运费翻两倍以上、境外(目的国)机场无人处理包裹、境外(目的国)本地配送系统半瘫痪。

2、对困难和问题提出相应的解决方案和意见:(1)尽快解决国内机场积压问题。(2)尽快发展海运、中欧专列。(3)对于尚村的50%卖家中的优秀公司提供无抵押贷款。(由于大部分卖家没有纳税记录(税务总局专门对此“无票免税”),因此涉税贷款对卖家无用)。

3、建议学习其他跨境电商试点城市的成功经验政策和操作模式案例,例如深圳,对跨境电商扶持力度大。通过跨境出口电商第三方平台(如华甫达)的数据,可为出口电商提供纯信用贷款。

4、关于临港新片区金融创新方面的具体措施,期望对入住的卖家和核心服

务商，两年免租。

【企业专访】

洋码头 CEO 曾碧波：现在是国内商家从海外国货最好的时候

在“2020 有赞 x 亿邦直播社交电商峰会”上，洋码头 CEO 曾碧波连线三位海外买手进行了关于跨境电商直播的讨论。

曾碧波表示，疫情时期，能够拯救欧美市场的是中国市场，无论欧洲还是美国，企业家要把钱收回来主要靠中国消费。

在曾碧波看来，现在可能是做货最好的时候，香港、韩国免税店的老板，以及美国做贸易的仓的老板等手里的货都要抛出，大部分是一折、两折、三折，所以现在是最好的买货、囤货的时候，因为中国消费者有需求。他认为应该把海外冗余的受疫情影响的供应链整合在中国市场。

曾碧波表示，洋码头希望把欧洲、美国、北美、加拿大、日本、韩国等更多的产业链整合进来，今年整个的基调是直播在大量扩容，增长很多不同场景来直播。

他指出，奢侈品和轻奢的消费不是替代消费，而是替补消费；但是洋码头的轻奢和二手消费品不是这样。女性消费者对包包的需求永远不会满足，所以今年洋码头直播扩容非常激进，箱包、首饰、美妆、居家、二手奢侈品以及品牌特卖直播都有在做。

曾碧波最后表示，疫情之下，收益最大的是做流通者。今天中国的市场特别需要各种各样的商品，海外市场需要中国，所以今年经济不管下行不下行，无论 GDP 正增长还是负增长，只要中国用户敢花钱，中国消费者有需求，今年做电

商是红利期，关键是能否快速把供应链整合好、组织好、转型好，把服务再提高一把。

【信息推广】

上海跨境电子商务零售进口税款总担保保函政策宣讲会

为帮助跨境电商克服当前新冠肺炎疫情影响，减少企业资金占用，提升通关便利化水平，进一步开展跨境电子商务零售进口税款总担保保函工作。在上海市商务委员会的指示下，上海跨境电子商务行业协会联合上海海关关税处、上海市中小微企业政策性融资担保基金管理中心、上海跨境电子商务公共服务平台以及中国银行上海市分行，拟于5月22日共同举办“上海跨境电子商务零售进口税款总担保保函政策宣讲会”，就相关政策进行解读，对企业疑惑给予解答。

上海跨境电子商务行业协会秘书处整理

2020年5月10日