

中国跨境电商动态

2020 年第 3 期（总第 39 期）

2020 年 6 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
✧ 中国品牌日活动“云上”开展！李克强批示，韩正宣布开幕，李强、何立峰致辞	3
✧ 倪岳峰：毫不放松做好防范境外疫情输入工作，全力以赴促进外贸稳增长	4
【行业公告】	6
✧ 商务部：暂停以市场采购贸易方式出口防疫物资	6
✧ 《全国防疫物资产品质量和市场秩序专项整治行动方案》印发	7
✧ 市场监管总局公布 63 家国家认定的防疫医疗物资检验检测机构	7
【行业资讯】	7
✧ 阿里巴巴国际站线上展会开幕，将举办上千场跨境 B 类直播	7
✧ 天猫国际“数字化首店孵化中心”启动，助阿里 5 年 2000 亿美元进口	8
✧ 家居和厨房用品成今年亚马逊神仙品类	10
✧ 全国首个跨境进口商品质量安全公共服务平台投入使用	11
✧ 天猫国际全链路溯源系统再升级，计划覆盖 25000 个海外品牌	12
✧ 上海海关跨境贸易大数据平台“通关全程可视化查询”功能正式上线运行！	13
✧ 50 多家企业集中签约，第三届进博会企业朋友圈已过 1400 家	14
✧ Shopee 公布疫情下东南亚跨境电商最新走势	15

【试点关注】	16
✧ 洋山特殊综合保税区正式揭牌	16
✧ 浙江基本实现跨境电商综试区全覆盖	17
✧ 上海超 90%进口化妆品从外高桥发出，高端消费品成保税区域新增长点	17
【协会动态】	19
✧ 进口零食抖音直播	19
✧ 520 抖音直播分享	20
✧ 上海跨境电商零售进口税款总担保保函政策宣讲会	20
✧ “上海跨境电商发展策略与经验分享”专题论坛	21
✧ “传统外贸企业如何转型跨境电商出海”抖音线上直播活动	22
【企业专访】	23
✧ 55 海淘董事长顾军林：全球战“疫”下，跨境电商进口企业如何“快速回血”？	23
【信息推广】	27
✧ 第三届进博会上海交易团之家	27



✧ 获取更多资讯

✧ 请扫二维码关注公众号

【领导指示】

中国品牌日活动“云上”开展！

李克强批示，韩正宣布开幕，李强、何立峰致辞

5月10日，云上2020年中国品牌日活动拉开帷幕。中共中央政治局常委、国务院总理李克强对活动作出重要批示。批示指出：加强品牌建设，不断提升中国产品和服务的质量与影响力，是坚定实施扩大内需战略、推动高质量发展的重要方面。各地区、各有关部门要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯彻党中央、国务院决策部署，实施创新驱动发展战略，深入推动大众创业、万众创新，坚持质量第一效益优先，在全社会进一步增强品牌意识，引导企业弘扬专业精神工匠精神，打造更多名优品牌，以更强的竞争力拓展市场空间，更好满足群众消费升级和国家发展的需要。

中共中央政治局常委、国务院副总理韩正出席有关活动并宣布开幕。

当日上午，韩正和全国政协副主席、国家发展改革委主任何立峰在北京主会场，中共中央政治局委员、上海市委书记李强在上海主会场，通过互联网平台共同出席活动启动仪式。启动仪式上首先宣读了李克强总理重要批示。随后播放中国品牌日活动主题片，上海、湖北、吉林、浙江、四川等省（市）人民政府和中铁工程装备集团有限公司有关负责同志先后汇报品牌建设情况，李强、何立峰分别致辞。10时许，韩正宣布云上2020年中国品牌日活动开幕并触屏启动。上海市委副书记、代市长龚正在上海主会场出席启动仪式。

李强在致辞时说，上海深入贯彻落实习近平总书记重要指示精神，加快实施品牌战略，强化数字赋能、平台赋能、服务赋能，积极营造有利于品牌培育和脱

颖而出的良好业态生态，着力让老品牌焕发活力、新品牌竞相涌现、知名品牌走向世界。我们将按照中央部署要求，全力推动中国品牌日活动越办越好，搭建更大交流平台，广泛凝聚智慧力量，努力打造体现中国发展标识度的上海品牌，更好展示中国品牌形象、扩大中国品牌影响。

这次中国品牌日活动通过互联网平台在云上开展，是在常态化疫情防控下创新活动形式、持续推动中国品牌建设发展的积极探索。活动由国家发展改革委联合中宣部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、市场监管总局、国家知识产权局和上海市人民政府举办，主题是“中国品牌，世界共享；全面小康，品质生活；全球战‘疫’，品牌力量”。活动内容包括云上中国自主品牌博览会和云上中国品牌发展国际论坛，遴选 1300 余家企业参加，并邀请著名专家学者和知名企业代表进行演讲，与海内外网友共话中国品牌发展未来，共推全球战“疫”合作。

中央有关部门负责同志在北京主会场，各省、自治区、直辖市及计划单列市人民政府、新疆生产建设兵团有关负责同志在各地会场参加活动。

倪岳峰：毫不放松做好防范境外疫情输入工作

全力以赴促进外贸稳增长

5 月 11 日，海关总署署长倪岳峰主持召开海关总署第二十七次形势分析及工作督查例会。会议强调，要深入学习贯彻习近平总书记重要指示批示精神，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，强化责任担当和行动自觉，切实做好统筹推进口岸疫情防控和促进外贸稳增长各项工作。署领导王令浚、

邹志武、陶治国、李国出席会议。

会议指出，当前境外疫情暴发增长态势仍在持续，我国外防输入压力持续加大。全国海关要提高外防输入的精准性和有效性，坚持底线思维，继续毫不放松做好防范境外疫情输入工作，不断完善防控工作机制，健全适应常态化防控需要的口岸公共卫生体系。加大风险分析力度，密切关注境外重点国家（地区）疫情发展变化，提高风险布控精准性，为一线防控提供指引。进一步提升核酸和抗体检测能力，加强重点地区专业人员、检测设备、检测试剂配备，提高筛检准确率。在联防联控机制领导下，进一步优化与有关部门、地方的协作配合，实现无缝对接、形成防控闭环。深化疫情防控国际合作，加强出口防疫物资质量安全监管，推动企业守法经营。举一反三严防埃博拉病毒病、中东呼吸综合征、拉沙热、沙漠蝗等疫情疫病传入，坚决防止疫情叠加。加大一线防护和保障力度，确保“打胜仗、零感染”。

会议强调，受境外疫情扩散蔓延影响，我国外贸发展面临形势复杂严峻。全国海关要化压力为动力，在全力以赴外防输入的同时，统筹做好“六稳”工作、落实“六保”任务，积极支持外贸企业复工复产达产，全力以赴促进外贸稳增长，服务经济社会发展大局。进一步抓好已出台的各项促进外贸稳增长措施的落实，帮助企业特别是中小微企业面临的困难，畅通国际物流供应链，支持新型贸易业态发展，积极培育外贸发展新动能。加强外贸形势分析和研判，研究提出政策措施建议，为宏观决策提供参考。

会议要求，全国海关要坚定不移深化改革，加强制度创新和治理能力建设。把解决当前实际问题和推进全面深化改革有机结合起来，瞄准既定目标，注重系统集成、协同高效，通过持续深化改革，提升监管服务效能。发挥制度优势，抓

住机遇，集中力量推进有助于促进外贸和经济社会发展、复工复产达产的改革举措，实现化危为机。对工作中存在的短板弱项和风险挑战，及时完善制度，使海关各项制度更加成熟、更加完善。

海关总署总工程师、总检验师，中央纪委国家监委驻署纪检监察组、总署各部门、各在京直属企事业单位主要负责同志参加会议。

【行业公告】

商务部：暂停以市场采购贸易方式出口防疫物资

根据商务部、海关总署、国家药品监督管理局《关于有序开展医疗物资出口的公告》（2020 年第 5 号）和商务部、海关总署、国家市场监督管理总局《关于进一步加强防疫物资出口质量监管的公告》（2020 年第 12 号），新型冠状病毒检测试剂、医用口罩、医用防护服、呼吸机、红外体温计和非医用口罩出口需满足相关质量监管要求，不适用市场采购贸易方式项下的简化申报等通关便利化措施。

2014 年以来，为提升部分市场的国际化水平，帮助内贸商户开展对外贸易，商务部等部门先后在浙江义乌、广州花都等 14 个地方开展了市场采购贸易方式试点，取得积极成效。

市场采购贸易方式是一种新型贸易方式，非常适宜多品种、小批量的货物出口，但按照规定不能包含需要征收出口关税、实施检验检疫措施的商品。特别需要强调的是，暂停以市场采购贸易方式出口防疫物资，是为了更好地加强防疫物资出口质量监管，是一种临时性措施，不影响通过主流商业渠道出口。

商务部将会同相关部门继续加强质量监管，有序扩大防疫物资出口，更好地

支持各国抗击疫情。

《全国防疫物资产品质量和市场秩序专项整治行动方案》印发

5月13日，市场监管总局等七部门印发《全国防疫物资产品质量和秩序专项整治行动方案》的通知，通知指出，着重对口罩、防护服、呼吸机、红外体温计（额温枪）、新型冠状病毒检测试剂等五类防疫物资及其重要原辅材料加强监管，保障防疫物资全产业链平稳运行。

市场监管总局公布 63 家国家认定的防疫医疗物资检验检测机构

5月22日，市场监管总局更新公布63家获国家级资质认定的医疗器械防疫用品检验检测机构名录。此外，全国还有253家获得省级市场监管部门资质认定的防疫用品检验检测机构，具体名单由各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管局（厅、委）公布。

【行业资讯】

阿里巴巴国际站线上展会开幕 将举办上千场跨境 B 类直播

5月11日，阿里巴巴国际站首次全球线上展会（以下简称“511展会”）开幕，展会将持续至5月24日，预计日均吸引全球20万批发商前来观展、询盘、采购。阿里巴巴国际站总经理张阔表示，全球线上展会将会常态化，今年排了20场。

511 展会以居家健康生活类商品为主。据悉，居家健康生活类商品近期在阿里国际站站内流量同比增长 369%。4 月份阿里国际交易总额同比增长 86.3%。

据介绍，跨境 B 类直播将被引入展会，展会还搭载 3D 逛展、短视频以及电子名片获取等交互体验。511 展会期间，阿里巴巴国际站将举办上千场跨境 B 类直播。此外，511 展会从交易达成，到物流、报关、支付结算、汇兑、退税、金融等所有流程，均可在线上完成，数据还将沉淀为商家的信用记录。关于线上交易的安全性等问题，张阔表示，基于平台大数据，阿里国际站对卖家实行分层运营，对买家也有“画像”，卖家可以决定对哪一类买家，以全公开、半公开或邀约制的方式展示内容。

天猫国际“数字化首店孵化中心”启动

助阿里 5 年 2000 亿美元进口

5 月 12 日，阿里巴巴 5 年 2000 亿美元进口战略又推新举措，天猫国际联合上海 200 多家服务商共同成立“数字化首店孵化中心”，加速海外品牌入华。

据介绍，上海“数字化首店孵化中心”将为首次入华的海外品牌，高效精准地匹配服务商，提升开店入驻效率，确保 30 天快速开店；为海外品牌制定整体运营计划，实现 90 天内运营能力升级。

值得关注的是，孵化中心新启动了 LBS (Location Based Services) 垂直孵化项目，根据海外品牌代理商、经销商的区域特性，通过内容营销、直播、数据 ISV 等垂直化服务，帮助首次入华海外品牌“从 0 到 1”的成长。LBS 垂直孵化项目会从上海、杭州、北京等地逐步辐射全国。

“作为国内进口消费第一城，上海拥有最多的海外品牌中国总部、进口服务商。进口品牌以美妆、时尚、母婴类最多。”天猫国际商家策略中心总监江帆表示，未来一年，超过 3 成的“数字化首店”将落户上海。

今年 4 月，天猫国际宣布 2020 年将加速海外品牌入驻，孵化 1000 家海外品牌的“数字化首店”，全力推进阿里巴巴 5 年 2000 亿美元大进口战略。大幅度简化品牌入驻流程，提升审核、入驻、备案效率。特设专职团队为商家提供一对一的中英文入驻服务，并上线自助入驻系统，保障品牌入驻，商家开店一次跑通。

数字化与首店经济正在催生“数字化首店”，为“首店经济”注入新的活力。越来越多的海外品牌率先在天猫国际开设“数字化首店”，发展壮大后将“实体首店”落户上海。这些海外品牌通过数字化的方式融入城市实体经济，已成为新消费领域的一大亮点。

此前在上海引发消费热潮的 Costco 中国大陆首店、德国连锁超市 ALDI (奥乐齐) 首店，都是先在天猫国际开设“数字化首店”，通过数字化方式更好地了解中国消费者后，在线下开出实体首店。

天猫国际 “数字化首店” 效应也在美妆行业爆发。醉象（Drunk Elephant）、菲洛嘉（Filorga）、城野医生（Dr.Ci:Labo）、AHC 等美妆品牌通过天猫国际拓展中国市场后，分别被资生堂、高露洁、强生、联合利华等大型快消品集团收入麾下。

作为海外品牌进入中国市场的首选平台，天猫国际不断加速推进阿里巴巴 5 年 2000 亿美元进口战略。截至目前，共有全球 92 个国家和地区的 25000 多个海外品牌入驻天猫国际，覆盖了 5100 多个品类，其中 8 成以上品牌首次入华。

家居和厨房用品成今年亚马逊神仙品类

疫情爆发以来，海外消费者对厨房、家居类产品的需求量急剧增加。从国内知名品牌到创业型卖家，都看好这一品类巨大的市场潜力，纷纷上线出海。

厨房是热门消费场景：

受疫情影响，欧美大部分家庭处于居家状态，在家下厨成为日常必不可少的一部分，食物储物和不锈钢厨具、餐具也成为日常居家的必备用品，其中不锈钢厨具餐具也因其方便清洁、握感舒适，成为欧美人喜爱的材质之一。

在家烹饪激发了外国人钻研美食的兴趣，54%的美国人表示即使疫情过后，仍会继续在家下厨做饭，46%的美国人则表示未来会更多在家烘焙，相信今年对厨房类产品的需求会持续强劲。除了厨房家电外，厨房收纳、烘培烹饪器皿器具都会是大热品类。

据调研显示，39.9%美国消费者表示，如果计划在未来 12 个月内在线购买

小型厨房电器，最有可能购买的产品是空气炸锅，其次是面包机、烤炉、搅拌机、慢炖锅等。

家居收纳用品持续受关注：

受疫情影响，原本就爱收纳的日本民众，对能让居家生活更舒适、居家办公更高效的家居用品有更多需求，长期来看，食品收纳、厨房收纳、衣物收纳、大件收纳等的需求也会持续强劲。

全国首个跨境进口商品质量安全公共服务平台投入使用

5月13日消息，“护航跨境质量 同建共治联盟”跨境进口商品质量安全公共服务平台上线运营新闻发布会在杭州举行，全国首个跨境进口商品质量安全公共服务平台（以下简称：质量安全公共服务平台）发布。

平台上线后，将提供跨境进口商品溯源查询和反馈、跨境进口商品质量知识普及、跨境进口商品消费警示信息、杭州跨境贸易进出口数据公示、每月最优跨境进口商品推送等功能和服务。

杭州跨境电商综试办副主任陈卫菁表示，今年一季度杭州跨境电商呈现逆势增长态势，实现进口总额205.56亿元，同比增长6.29%。其中出口139.44亿元、进口66.12亿元，分别同比增长7.03%和4.79%，出口占杭州外贸出口比重达21.45%。

杭州综试区建立了全国首个跨境进口商品质量安全公共服务平台。质量安全公共服务平台由杭州综试区、钱江海关、杭州市市场监管局、中国检验认证集团、天猫国际、考拉海购、贝贝集团等共同参与建设，是杭州综试区e揽全球(eBox)创新项目服务平台的重要组成部分。

质量安全公共服务平台分为四个体系，其中质量公共服务体系旨在向公众不定期地普及一些有关商品质量方面的知识，提高消费者甄别风险的能力，引导消费安全，保障消费者权益；质量共治体系通过线上公示等多种形式定期发布产品质量状况，公开跨境进口产品质量管控情况，对发现的质量安全风险提前消减；风险预警与反应体系支撑综试办及相关政府单位及时了解当前跨境贸易风险，以便及时做出相关决策；质量溯源体系构建溯源数据共享交换机制，推进各类追溯信息互通共享。

此外，杭州综试区向跨境电子商务行业从业各方发起“推动跨境零售进口行业健康发展”的倡议，天猫国际在会上宣读倡议书，呼吁跨境电商行业从业各方坚持诚信经营、守护质量安全、保障消费者权益、加强品质溯源、助力优质优品、加强民生保供，推动跨境零售进口行业健康发展。

天猫国际全链路溯源系统再升级 计划覆盖 25000 个海外品牌

5月13日消息，今日天猫国际与杭州跨境电商综试区共同发布全国首个跨境进口商品质量安全公共服务平台，提供进口商品的全链路溯源以及售后服务。同时公共服务平台还上线“每月推优”的进口商品推荐板块。

消费者可以通过扫描商品上的溯源码，查询进口商品的产地、运输方式、进区海关、起运港等信息。在服务平台输入报关单号，就可一键进行验证。

据天猫国际副总经理王浩洋表示，天猫国际的全链路溯源码目前累积覆盖超6亿件进口商品。

事实上，早在2017年天猫国际就已启动全链路溯源系统的打造，为进口商品发放“签证”，借助区块链、动态镭射、动态图像识别等技术，实现商品生产、

采购、物流等信息全链路溯源。

去年双 11 前，天猫国际与中国检验认证集团（CCIC）达成了紧密合作，加大海外流通性验证的实施力度。将溯源链路拓展到海外品牌的工厂、门店进行实地验证。

今年 3 月，天猫国际更新进口商品溯源码，并重点加大新品类、新品牌、新商品的海外溯源力度，扩大区块链溯源技术的应用。

目前，区块链溯源技术服务已经覆盖天猫国际的奶粉、保健食品、膳食营养补充食品、美妆面膜、美妆精华等与消费者健康息息相关的商品类目。未来计划覆盖来自全球 92 个国家和地区的 5100 个品类 25000 个海外品牌。

上海海关跨境贸易大数据平台“通关全程可视化查询”功能

正式上线运行！

为加强信息融合与共享，促进通关过程透明、可预期，上海海关在跨境贸易大数据平台上开发了“通关全程可视化查询”功能，该功能首次实现了包含 H2010 和 e-CIQ 系统通关数据的全流程可视化查询，并新增了具体通关环节与相关流经部门的对应展示，节点信息更全面、更清晰。

企业可以“单一窗口”注册账号登录跨境贸易智慧通使用“通关全程可视化查询”功能。企业可在通关环节中浏览报关单全流程的时间节点及处置部门。企业可在出证环节中浏览报关单出证的时间节点及处置部门。企业可在涉税化验进程中浏览报关单各项品名涉税化验的情况。

50 多家企业集中签约，第三届进博会企业朋友圈已过 1400 家

5 月 15 日，中国国际进口博览局和国家会展中心（上海）举办了自第三届进博会招展工作开展以来最大规模的签约活动，50 多家企业分别在线上线下完成签约仪式。

其中，蔻驰（COACH）母公司、来自美国的泰佩思琦集团承诺自本届起未来连续三年参展，成为进博会首批连签未来三届的展商。

截至目前，企业商业展签约企业已超过 1400 家，签约展览面积超过规划面积的 80%，部分展区已提前完成招展目标。

第三届进博会自创新网上签约方式以来，企业商业展招展工作顺利推进。此次集体签约会上，法国路易达孚、意大利费列罗等 50 多家企业及香港贸发局等组展机构签署了参展合同。

签约企业中，500 强及行业龙头占 54%，总签约展览面积近 3 万平方米，其中首度参展进博会的优衣库母公司日本迅销集团一举拿下了 1500 平方米的展位。参展企业国别主要来自美国、日本、德国、法国、意大利等国家，美国企业居多，其中不乏通用电气、辉瑞、雅诗兰黛等知名美企的身影。

在众多签约企业中，蔻驰（COACH）母公司泰佩思琦集团引人注目，其与进口博览局签署了长期合作备忘录，成为首批承诺未来三年（第三届至第五届）连续参展进博会的展商。集团董事会主席兼首席执行官杰德·齐特林表示，疫情不会改变中国经济长期向好的趋势，目前行业整体复苏势头良好，中国市场更是企业品牌取得突破与创新的不竭灵感源泉。乘进博会东风，泰佩思琦将致力长期深耕中国市场。

香港贸易发展局作为组展机构，也在现场分享了参展经验。其中国内地总代

表吴子衡表示，进博会是一个非常有效拓展内地市场的平台，过往两届香港企业参与进博会都取得丰硕的成果，本次参展规模将进一步扩大，总面积将增加到1700平方米，比第二届增长20%。

全球知名企业美国雅培是进博会的“新朋友”，他们将展示涵盖生命各阶段的创新产品和医疗解决方案。雅培诊断业务副总裁陈健忠表示，进博会进一步加强了海外展商与中国和合作伙伴的连接。法国路易达孚集团今年是第三次签约参展，集团代表陈嘉渊表示，进博会是展现企业对中国市场长期承诺的绝佳机会，路易达孚将进一步坚定地投资中国市场，与中国市场共同成长。

此外，签约会上路易达孚现场与采购商上海良友（集团）有限公司进出口分公司签订了2000万美元采购订单。美国瓦里安医疗系统公司与采购商上海市第六人民医院东院，日本兄弟工业株式会社与采购商上海中纺美缘影像有限公司也分别签署了采购订单。

Shopee 公布疫情下东南亚跨境电商最新走势

5月16日消息，据iPrice数据，东南亚电商平台Shopee在2020年第一季度卫冕东南亚电商访问量冠军，并于近日公布东南亚疫期线上消费趋势。

据Shopee平台统计，新加坡市场消费者每周浏览ShopeeApp的时间增加40%，越南市场增加25%，马来西亚市场增加20%。周二成为东南亚消费者的购物黄金时段。

同时，Shopee发现，近几个月来，平台消费者普遍开始选择ShopeePay这样的电子钱包进行无现金支付，以取代原有的货到付款形式。

平台数据显示，疫情期间Shopee跨境日均单量远超去年同期，家居用品、

3C 电子、美妆护肤和游戏及周边品类的卖家获得了较高单量增长，与去年同期相比涨幅超 100%。其中，游戏及周边品类是菲律宾及台湾两大市场增幅最快品类，“动物森友会”成为台湾市场疫期消费者热搜排行榜第 6 位。

值得一提的是，疫情期间马来西亚市场直播场次同比增长达 70 倍，菲律宾、新加坡市场亦增加 40 倍。

此外，Shopee 也公布了近 3 个月印尼、马来、菲律宾市场跨境增长强势子类目及热销品。

【试点关注】

洋山特殊综合保税区正式揭牌

5 月 16 日，洋山特殊综合保税区正式揭牌，成为我国 151 个海关特殊监管区域中唯一的特殊综合保税区。海关总署副署长李国宣读海关总署验收合格复函并颁发验收合格证书。上海市委副书记、代市长龚正为洋山特殊综合保税区揭牌。

保税区规划面积 25.31 平方公里，包括芦潮港区域、小洋山岛区域、浦东机场南部区域等 3 个区域、5 个区块。目前一期（包括原洋山保税港区陆域和洋山深水港区 1-4 期）面积 14.27 平方公里已通过验收。

宝武原料采购服务、上港集疏运中心、上药控股供应链项目、马士基亚太分拨中心项目等首批 18 个新入驻项目进行了集中签约。

洋山特殊综合保税区正式揭牌，是进一步发挥临港新片区的增长极和发动机作用的重大举措，也是临港新片区打造具有国际影响力和竞争力的特殊经济功能区及实现对外开放、功能创新、制度创新和高质量发展的“金字招牌”的重大举

措。

临港新片区管委会将在发展改革、海关、外汇管理、财税等部门的指导和支持下，争取更多标志性的开放创新措施率先在洋山特殊综合保税区落地实施，全面提升区域投资贸易自由化便利化水平，充分发挥改革开放试验田作用，更好地服务企业和区域高质量发展。

浙江基本实现跨境电商综试区全覆盖

在国务院于近日批复同意浙江湖州、嘉兴、衢州、台州、丽水等 5 个设区市设立跨境电商综试区之后，浙江省在全国率先基本实现跨境电商综试区的全覆盖。目前，浙江的跨境电商综试区数量达到 10 个，设区市覆盖率居全国第一。作为全国第一个设立跨境电商综试区的省份，近年来浙江省高度重视跨境电商发展，在跨境电商监管体制机制创新、主体培育、基础配套支撑等方面不断进步，总体发展水平居全国前列。据省商务厅大数据监测，2019 年全省实现跨境网络零售额 1051.5 亿元，比上年增长 29.8%，其中，出口 777.1 亿元，增长 35.3%，进口 274.4 亿元，增长 16.3%；在主流第三方平台上的出口活跃网店约 9.7 万家，较上年底增加 1.5 万家。

上海超 90%进口化妆品从外高桥发出

高端消费品成保税区域新增长点

如今出境游虽然停摆，但上海市民不出国照样在实体店、电商平台上购买进口商品，这些国际品牌进入中国市场的首选之地就是上海自贸区保税区。4 月，

外高桥保税区内，诸多国际知名化妆品品牌全力备战“五五购物节”，进出库累计达 688 万件；在靠近浦东空港的机场综保区内，一座 25 万平方米商业综合体明年启用，全球新品、首店经济第一站将再往前移。

上海自贸区保税区域在消费回补和潜力释放的当下，不但成为了海外品牌“带货全球”的中转站，也成为了进入中国的首发站，而“试验田”的作用也在不断发酵：外高桥保税区不断拓展新功能、新服务，让大牌“安心”满仓；机场综保区挖掘自身潜能，打好门户牌、空港牌。

保税区域危中寻机，化危为机，让高端消费品成为了区域内的新增长点，也让全球商贸市场感受到保税区域这一“世界窗口”的潜能。

浦东机场综合保税区有着特殊的区位优势。明年在这里，一座 25 万平方米的商业综合体将投入运行，在首店“扎堆”入沪的基础上，有望将全球最新的消费品、高端汽车等“首发站”从市区前移至机场。

随着机场综保区内 25 万平方米的商业综合体建成，这里将成为国内体量最大的“新品集聚地”。“这样体量的综合体在国内应该是首家。”保税区管理局机场办主任施惠良说，“推动上海购物建设，我们将把这里打造成全球新品首发平台。”

国外疫情形势严峻，航空公司纷纷抛出“客改货”航班，配以全货机、包机等航班实现“全球带货”。北京、上海、广州等城市的航空物资运输迎来高峰。记者从保税区管理局机场办获悉，不少国际大牌为了备战中国市场，一季度个人消费品进口额达 32 亿元。

看好中国市场，浦东机场成为了最佳“全球带货”地，也大大缩短消费者和海外商品的距离。“比如，国外新品前一天发布，第二天就能飞到这里销售展示，

几乎和海外同步。”施惠良说。

据悉，该商业综合体不但集聚海外知名品牌，还将吸引国货入驻。

上海市场销售的超 90%进口化妆品都是从外高桥仓库发出。不但如此，化妆品套装和小样的组装、贴标、商检等也都是在这里完成。

知名大牌、“流量”大牌纷纷入驻，缘于上海自贸区实现保税、非保税、跨境货物“同仓共管”。以外高桥营运中心公司旗下区内某专业化妆品保税公用库为例，有 30 多个品牌。外高桥营运中心物流业务部总监陈培刚说：“根据品牌商不同需求，我们会按照他们的渠道贴标、发货，保税货物可以在这里存储，贴标商检后，成为非保税货物就可以出仓，运往品牌指定的仓库或门店。还有一类客户是电商平台，我们这里也承担跨境货物服务功能。”

直播带“火”五一消费，让经济“活”起来，也让更多的中小微外贸商看到了机会。很多中小电商，会进很多新品，用于直播卖货等，但量比较小，希望有专业的第三方来存储、托管，外高桥保税仓拥有最全面的功能服务，可以做全产业链增值服务，这一类客户正在逐步增加。

据悉，未来外高桥还有望直接引入“直播带货”模式，带动高端消费品产业增长。

【协会动态】

进口零食抖音直播

5 月 13 日，上海跨境电子商务行业协会邀请上海高登芙食品有限公司一起进行抖音直播，主题是分享零食、旅行趣闻、美食和少时记忆。直播时长 4.3 小时，超过 97.63%同级别主播，点赞次数 2026。

通过这种抖音直播的方式为有需求的企业进行宣传推广以及带货，为会员单位提供更多的服务可能性。

520 抖音直播分享

5月18日，上海跨境电子商务行业协会邀请理事单位雅艺（上海）电子商务有限公司共同举办表白季抖音直播活动，帮助企业宣传和带货。

直播过程中，邀请专业花艺师进行插花表演，穿插花语解读、选花送花的小技巧、国产和进口花卉的区别等内容，共有千人观看此次直播。

上海跨境电商零售进口税款总担保保函政策宣讲会

为帮助跨境电商企业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，市商务委会同上海海关联合印发《上海市商务委员会 上海海关关于进一步开展跨境电子商务零售进口税款总担保保函有关工作的通知》（沪商贸发【2020】105号），支持跨境进口电商企业采用银行保函作为税款担保，并引入政策性融资担保基金为银行保函提供最高85%担保，提升银行保函授信额度。

5月28日，在上海市商务委员会的指导下，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，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。

“上海跨境电商发展策略与经验分享”专题论坛

为有效助推本市跨境电商企业持续发展，上海跨境电子商务行业协会与上海跨境电商公共服务平台、中国服务贸易协会，以“上海跨境电商发展策略与经验分享”为主旨于5月29日共同举办“跨境电商发展论坛”，聚焦上海跨境电商发展情况，开展经验分享和交流。此次会议由上海跨境电子商务行业协会秘书长进行主持，通过协会抖音直播号：SCEA2014进行同步直播。

会议之初，上海跨境电商公共服务平台通过一系列数据对比，分析往年跨境电商零售进出口交易额和今年一季度上海和全国跨境零售进出口的增长率，确切表明了上海跨境电商在疫情影响下逆势增长的强大实力。介绍了上海的区位优势、政策优势和市场优势，并如何通过实际举措助力疫情防控，加大进出口业务推进力度、跨境生态圈服务功能建设和助力跨境电商在新片区实现创新发展，为上海跨境电商发展提供有力保障。

上海旭空科技有限公司则通过交易数据，从另一方面介绍跨境电商出口快速发展，并就各类型跨境电商出口路径和模式的差异进行比较，帮助企业选择更加适合自身的业务模式。特别讲解了9610出口模式及相关政策支持，就通关流程、资金结算、税务申报三方面进行着重介绍，以便企业更加透彻地了解9610出口模式的便利，为企业解答出口合规化难题。

随后，易客满国际物流通过分析疫情期间进口商品的主要来源国、增长幅度和热销商品，来阐述疫情影响下跨境电商进口规模逆势增长的原因。并通过分析疫情带来的问题提出有针对性解决方案，帮助企业应对由于疫情带来的种种不便。同时，呼吁政府能够加大对跨境的政策扶持、扩大证明清单种类、提高个人年度消费总额、明确超额包裹清关问题，从政策方面帮助企业度过疫情难关，并以此

为契机助力企业渡过难关。

最后由天猫国际方面就上海跨境电商进口业务总体情况进行介绍,通过列举往年同期数据与今年数据进行对比,并解析热销进口商品品类以总结上海消费者的购买倾向。同时,按照跨境进口资质办理、三单对碰操作流程、1210 和 9610 跨境模式的对比、跨境综合税计算、货物进出的系统流程和商品退货管理等多个方面进行详细讲解,便于企业择优选择适合自身实际情况的跨境电商业务模式。真正帮助企业找寻适合自己的路径。

在互动问答环节,各位讲师根据实际业务给予提问企业明确答复,以便企业更加深入地了解操作细节,为企业保持高质量的发展提供切实有效的帮助。整场会议内容丰富,多名讲师从不同视角剖析上海跨境电商发展境况,解读上海跨境电商发展的各项优势,提振企业行业信心,持续推动上海跨境电商发展再创佳绩。

2020 年 5 月 6 日,国务院新设 59 个跨境电商综合试验区,全国有 105 个综合试验区,地域范围覆盖了 30 个省(区、市),形成了陆海内外联动、东西双方互济的发展格局。

上海是我国最早开展跨境电子商务试点的城市之一,这次活动我们聚焦上海,邀请跨境电商行业政企研专家,为外贸及跨境电商行业人讲述跨境电商综试区公共服务平台的建设经验与最新动态,分享上海跨境电商行业代表的实践经验,以及中小企业跨境电商应对策略,有效助推跨境电商行业继续扬帆出海。

“传统外贸企业如何转型跨境电商出海” 抖音线上直播活动

受全球新冠肺炎疫情影响,中国外贸企业面临着巨大的挑战。这不仅体现在许多外贸商和工厂遭遇了海外订单取消和延期;还

体现在传统开拓海外市场的方式，如各种线下展会等，也被迫延期或取消。

而与传统外贸订单急剧下降形成对照的是，从事跨境电商出口业务的企业尽管在实际运营中也遭遇了一些挑战，但不少企业的销售情况在过去几个月较为稳定且有所上涨。

长期而言，海外市场商业活动正加速向线上转移，这一趋势或将难以逆转。根据 Adobe Analytics 的数据，今年 3 月美国的非线下门店销售，比去年同期增长 12.1%，增长率均高于去年 12 月以及疫情爆发前的 1、2 月。更多的海外消费者开始转向线上购物，意味着海外电商市场的持续扩大。

通过跨境电商直接触达海外消费端，将有效帮助传统外贸企业降低海外业务风险，把握海外新的增长机遇。

在此背景下，6 月 5 日，由上海市商务委牵头，上海跨境电子商务公共服务平台举办“传统外贸企业如何转型跨境电商出海”活动，邀请跨境电商平台亚马逊的专家与大卖分享经验，协会作为协办，通过抖音平台进行直播，帮助传统外贸企业拓展合作渠道，寻找更多商机，更好地开展跨境电商业务。

【企业专访】

55 海淘董事长顾军林：全球战“疫”下，

跨境电商进口企业如何“快速回血”？

疫情全球持续爆发，跨境电商进口企业面临生存难题

截至目前，国外疫情仍在持续爆发。受疫情影响，多国减少往返中国的物流航班，货物运输减少，配送环节受阻，跨境电商进口企业的销量下降。另外，此次疫情会影响部分国内居民的收入，以及消费者的信心，从而在短期内对进口跨境电商消费产生一定抑制。

目前来看，跨境电商进口企业主要面临以下几大问题：

一是资金回笼与流动的问题。疫情导致跨境电商企业交易量下跌，直接导致了企业资金收入的减少。资金的减少一方面影响着电商企业的日常运转，另一方面也会影响企业先前制定的方案计划，从而进一步影响企业未来的发展。

二是人才的流失。受困于跨境属性，很多企业在国内疫情好转的情况下，依然无法开始正常的经营运作。在工作无法正常进行的情况下，企业员工就容易出现不稳定的因素。在当前疫情还未彻底消退的时候，企业一旦流失大量人才，即使不久之后市场需求恢复，也会面临其他更多的问题与挑战。

三是货源供给问题。国外疫情愈演愈烈，而跨境电商进口企业的货源正是来自海外。目前，世界上包括中国在内已经有多个国家实行封国，如此一来，货源的减少甚至断裂将直接导致了跨境电商进口企业无货可售的情况。

其实在 2019 年，不管是跨境电商还是国内电商行业，都呈现一片向好发展之势。然而，疫情的出现，却令跨境电商行业的向好发展面临阻碍。对于中小型跨境电商们而言，可谓是迎来了一场关乎“生死”的大考。

跨境电商行业迎来洗牌，危机下涌动着新机遇

俗话说祸兮福所倚，福兮祸所伏。在当前出国代购难上加难的背景下，代购

圈正在上演前所未有的景象：有人面临失业，有人奋力转型……而这暗潮涌动的一切，似乎正在化为进口跨境电商的春风。

首先，由于疫情的发生，很多没有办法出门的人对于电子商务的依赖程度明显提高，这就进一步强化了网购习惯，而多数跨境商品由于品牌的高性价比依然受到亲睐，所以在疫情期间很多网店销量不降反升。

其次，电商平台在疫情期间不断创新自己的物流配送方式，比如无接触配送等，这些方式会让很多消费者对于电商更加放心，因此，电商平台仍旧是当前疫情持续期间非常重要的消费渠道。

最后，很多电商平台，像阿里巴巴集团、京东，包括 55 海淘都冲在了驰援武汉抵抗疫情的前沿，且努力保障众多商品不断货、不涨价，这就进一步提升了品牌在消费者心中的形象。

总体来看，就疫情对中国跨境电商进口企业而言，机遇是大于挑战的。55 海淘在今年的 1 月与 2 月，受疫情影响目标距离预期虽有一定差距，但是 GMV 较去年同期仍旧实现了增长，提前的战略布局已经呈现优势，多元化的业务、自身完善的管理体系保证了困难时期公司基本盘的稳定。

全球战“疫”下，跨境电商如何自救和维稳

有实力的留下，无实力的淘汰出局，这是任何行业经过洗牌后必然的结果。正所谓吃一堑，长一智。对于跨境电商进口企业，尤其是中小型企业，学会主动出击尤为关键。下面这三点建议可供大家参考：

①快速行动：电商永远是快节奏，必须要快速布局，目前很多跨境电商进口企业已经在行动，快速抢占类目流量。另外，切勿因暂时的困难放弃任何机会，

55 海淘在疫情期间依旧联合商家推出了非常多的活动，来保障人们的消费需求和平台的持续运营。

②全球布局：不局限一点一面，全球覆盖，目前疫情中国国内已逐步平稳，而海外疫情形势仍旧严峻。如果说，全球多国没有像中国一样快速控制住疫情，那么线上交易方式全球必将爆发，平台型企业可以考虑进口、出口多元化，这样的方式有利于企业的可持续发展。另一方面，海外卖家也会遇到和疫情初期中国卖家同样的库存、物流、消费者信心降低等一系列影响销售的问题，从而给出甚至比平常更多的优惠政策。

③合作共生：平台与卖家相互依存，卖家的健康运营是跨境电商平台发展的坚实基础。跨境电商平台要根据疫情发展情况，及时出台有针对性的应对措施，充分调动、发挥平台的资金、资源等优势，携手卖家渡过难关。

此次疫情，对于跨境电商们也是一次思考的好机会，如果能积极地反思调整，企业未来或将有更好的机遇发展。对此，我也有几点想法分享给大家：

▷ 跨境电商平台要根据疫情发展情况，及时出台针对平台上卖家的应对政策。出台有利于帮助卖家度过难关的切实措施，协助卖家提升销量。平台的发展依托于卖家之上，两者相互依存，卖家的良好经营发展是平台发展的坚实基础。并要充分发挥平台的资金、资源等各种优势，携手卖家共同抗疫。

▷ 重视开源节流。特殊时期，尽量的保证资产，调整人工和运营的投入，寻找可能的资本，及时的跟进政府的相关扶持政策，保证企业能合理的度过难关。

▷ 带领消费者从偶然走向持续。此次疫情已经改变了消费者的生活方式，让更多的用户对线上购物有了更多的认识，并可能成为新的消费习惯。在疫情结束之后，跨境电商的当务之急是如何将这些业绩沉淀下来，并以此为契机，逐渐走

向成熟。疫情之下，跨境电商进口企业面临的挑战还在继续，但只要企业积极求变，我相信，危机终将变成转机！

【信息推广】

第三届进博会上海交易团之家

上海跨境电子商务行业协会

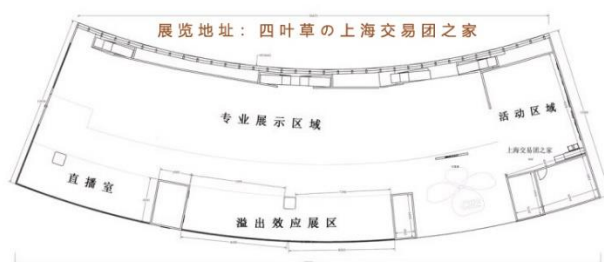
沪跨商协字〔2020〕第 28 号

尊敬的 scea 家人们：

一年一度的进博会（2020 年 11 月 5-10 日）又到了！今年协会依然为我们的企业家们准备了超多福利！

- ① 展位。今年，我们协会依然拥有一块展示区域，可供会员企业进行展示。（请挑选优质跨境爆款/特色产品）（PS：另设进口防疫物品专区）
- ② 直播。此次进博会，协会全程直播，欢迎参与。
- ③ 配套活动。可申办进博会配套活动，6 月 15 日截止。（详情和表格小窗领取）
- ④ 若企业有其他需求可告知协会。
- ⑤ 附上海交易团之家（四大联盟共同使用）草图如下，欢迎家人们群策群力，提出美好的方案或建议。

以上 5 点，都请小窗协会进行报名或进一步了解详情。



经办单位：协会秘书处

经办人：江 萌

电子邮件：SCEA19@163.com

电话 | 微信：17301635132

上海跨境电子商务行业协会秘书处整理

2020 年 6 月 10 日