

互联网

+

化学工业
出版社

||

互联网化学反应

中国跨境电子商务 发展报告

(2015-2016)

汤兵勇 熊 励 主编

“一带一路”战略、互联网+外贸

创新驱动、造福人类——携手共建网络空间命运共同体

China's Cross-border E-commerce
Development Report
(2015-2016)



化学工业出版社



||
互联网化学反应

中国跨境电子商务 发展报告

← (2015-2016) →

汤兵勇 熊 励 主编

“一带一路”战略、互联网+外贸
创新驱动、造福人类——携手共建网络空间命运共同体

China's Cross-border E-commerce
Development Report
(2015-2016)



化学工业出版社

· 北京 ·

《中国跨境电子商务发展报告(2015—2016)》在阐述跨境电子商务行业背景与国际环境的基础上,阐述2015—2016年中国跨境电子商务整体发展状况,包括交易规模、进出口比例、模式结构、主要试点城市、平台建设以及跨境物流和跨境支付的应用发展情况等;分析跨境电子商务发展的优势和劣势,指出了其存在的问题与瓶颈,提出中国跨境电子商务发展的思路与建议;有针对性地列举了一些典型的跨境电子商务企业和园区案例,并附有2015—2016年中国跨境电子商务的相关政策文件。

《中国跨境电子商务发展报告(2015—2016)》旨在为各级政府、各地跨境电子商务园区、企业和个人提供行业概览、系统研究分析,为进一步发展跨境电商提供一定参考,推动跨境电子商务健康有序快速发展。

图书在版编目(CIP)数据

中国跨境电子商务发展报告. 2015-2016/汤兵勇,
熊励主编. —北京:化学工业出版社, 2016. 12
ISBN 978-7-122-28672-7

I. ①中… II. ①汤…②熊… III. ①电子商务—
研究报告—中国—2015-2016 IV. ①F724.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第286782号

责任编辑:宋湘玲 王淑燕
责任校对:吴 静

装帧设计:关 飞

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:大厂聚鑫印刷有限责任公司

710mm×1000mm 1/16 印张9 字数125千字 2017年2月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:49.80元

版权所有 违者必究

编审委员会名单

编委会：

主任：汤兵勇
副主任：熊 励 孙 勇 王德力
编 委：顾建兴 王亚春 宋晓非 裴 锐
赵 奕 张 枫 劳帼龄 杨 涛
邵 明 李彦宝 韩晓东 肖承锋
周玉斌 郑建科 王 伟 庞 涛
温锦文 卓栋炜 戴 捷 于涌源
张 坚 杨晓龙 黄 岳 邝 毅
顾 问：杨善林 马庆国 王汝霖 高复先
陈曙光 李鸣涛 张铁柱 林国龙

编写组：

组 长：熊 励
副组长：梁 曜 熊 伟
编 写：王 锐 赵 露 陆 悦 孙文灿

组织单位：中国跨境电子商务应用联盟



联合编写单位：



中国跨境电子商务发展报告 (2015—2016)

前 言

跨境电子商务作为推动经济一体化、贸易全球化的商业活动，具有重要的战略意义。跨境电子商务不仅冲破了国家间的障碍，使国际贸易走向无国界贸易，同时它也正在引起世界经济贸易的巨大变革。对企业来说，跨境电子商务构建的开放、多维、立体的多边经贸合作模式，极大地拓宽了进入国际市场的路径，大大促进了多边资源的优化配置与企业间的互利共赢；对消费者来说，跨境电子商务使他们非常容易地获取其他国家的信息并买到物美价廉的商品。

“一带一路”是丝绸之路经济带和“21 世纪海上丝绸之路”的简称，中国国家主席习近平分别于 2013 年 9 月和 10 月提出建设“新丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”的战略构想。“一带一路”战略构想的提出，契合沿线国家的共同需求，为沿线国家优势互补、开放发展开启了新的机遇之窗，是国际合作的新平台，对我国现代化建设具有深远的战略意义。“一带一路”正在为亚太乃至整个世界构筑一个美好的经济发展蓝图，打造互利共赢的“利益共同体”和共同发展繁荣的“命运共同体”，承载着丝绸之路沿途各国发展繁荣的梦想。

在“一带一路”的战略背景下，跨境电子商务正在成为一条不可忽视的新的空中丝绸之路，和陆地上实体的“一带一路”相互呼应，相互补充。初步估算，“一带一路”沿线总人口约44亿，经济总量约21万亿美元，分别约占全球的63%和29%。“一带一路”的实施，将惠及沿线65个国家，实现多国家、多民族、多文化、多语言的大联接和大融合。在这场重大变革浪潮中，中国跨境电子商务正面临着重要的历史性发展机遇和严峻的挑战。

中国跨境电子商务应用联盟（CCEAA，以下简称联盟）是由中国云计算应用联盟、中国管理科学与工程学会、中国移动商务应用联盟、中国电子商务协会跨境电子商务研究中心、中俄跨境电子商务产业基地及上海、广东、福建、黑龙江、浙江等地多家从事跨境电子商务业务的企业共同筹备发起的，其成员还包括多家社团、教育机构、学术机构、行业组织。联盟总部位于上海，在黑龙江、广东、天津、福建以及东盟、亚非等地设有合作机构，接受国家商务部电子商务与信息化司的指导。其宗旨是提升传统企业与跨境电子商务企业创新能力，帮助传统企业借助跨境电子商务实现转型升级，增强跨境贸易电子商务产业的整体竞争优势。CCEAA已与全球跨境电子商务联盟（CBEC）、欧洲电子商务协会（Ecommerce Europe）、全球电商研究院（Ecommerce Foundation）、美国、巴西、法国、意大利、俄罗斯、澳大利亚等国电商协会建立了战略合作伙伴关系，正在推进国际跨境电商项目对接交流与合作，促进国际跨境电商产业链的集聚和整合。

为了更好地推进“一带一路”战略指导下的跨境电子商务高效稳步发展，CCEAA从2015年开始组织编写每年度的《中国跨境电子商务发展报告》，以供海内外从事跨境电子商务的各类组织机构参考和交流。

本发展报告在编写过程中得到了国家各部委办公室及各地政府部门、相关企事业单位的热情指导，得到了全球跨境电子商务联盟（CBEC）、欧洲电子商务协会（Ecommerce Europe）、全球电商研究院（Ecommerce Foundation）等海外机构提供的宝贵资料和友好帮助，特别是得到了上海市普陀区长征镇政府和中环商贸区的大力支持，得到了联合编写单位诣商院以及上海市网购商会、中国（上海）全球电商互联网大会组委会的积极配合，在此一并表示衷心的感谢！由于目前跨境电子商务正在迅速发展过程中，此次编写时间仓

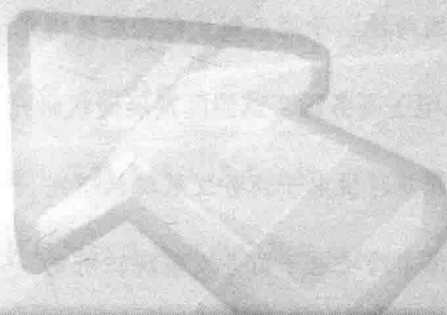
促，选择的资料（包括典型案例等）有一定的局限性，再加上作者水平有限，书中难免有不妥之处，出现的疏漏还望读者批评指正。我们将在今后年度发展报告的编写中，及时吸取最新应用成果和成功案例，不断完善和提高编写水平，为推动跨境电子商务发展做出应有贡献。

中国跨境电子商务应用联盟主席团主席

汤兵勇

2016年12月

中国跨境电子商务发展报告 (2015—2016)



目 录

第1章 跨境电子商务国际环境与发展模式	1
1.1 跨境电子商务发展国际环境分析	1
1.1.1 跨境电子商务国际发展环境	1
1.1.2 跨境电子商务国际发展现状	5
1.1.3 “一带一路”下中国跨境电子商务的发展趋势	11
1.1.4 中国与其他 G20 国家之间的跨境电子商务发展	16
1.2 跨境电子商务国际发展模式分析	20
1.2.1 出口电子商务产业模式	20
1.2.2 进口电子商务产业模式	21
第2章 中国跨境电子商务发展现状与平台研究	23
2.1 中国跨境电子商务发展整体现状研究	23

2.1.1	中国跨境电子商务交易规模发展研究	23
2.1.2	中国跨境电子商务进出口比例发展研究	25
2.1.3	中国跨境电子商务模式结构发展研究	28
2.2	中国跨境电子商务综合试验区发展现状研究	29
2.2.1	杭州市跨境电子商务发展现状研究	32
2.2.2	上海市跨境电子商务发展现状研究	33
2.2.3	苏州市跨境电子商务发展现状研究	35
2.2.4	宁波市跨境电子商务发展现状研究	36
2.2.5	广州市跨境电子商务发展现状研究	37
2.2.6	成都市跨境电子商务发展现状研究	38
2.2.7	合肥市跨境电子商务发展现状研究	39
2.2.8	天津市跨境电子商务发展现状研究	41
2.2.9	重庆市跨境电子商务发展现状研究	42
2.2.10	郑州市跨境电子商务发展现状研究	43
2.2.11	深圳市跨境电子商务发展现状研究	44
2.2.12	大连市跨境电子商务发展现状研究	45
2.2.13	青岛市跨境电子商务发展现状研究	47
2.3	中国跨境电子商务平台研究	49
2.3.1	中国跨境电子商务出口平台研究	49

2.3.2 中国跨境电子商务进口平台研究	56
----------------------------	----

2.3.3 中国跨境电子商务服务平台研究	60
----------------------------	----

第3章 中国跨境电子商务发展优势与问题分析 65

3.1 中国跨境电子商务物流发展分析	65
--------------------------	----

3.1.1 中国跨境电子商务物流模式分析	65
----------------------------	----

3.1.2 中国跨境电子商务物流发展趋势分析	67
------------------------------	----

3.2 中国跨境电子商务支付发展分析	69
--------------------------	----

3.2.1 中国第三方跨境支付企业分析	69
---------------------------	----

3.2.2 中国第三方跨境支付发展趋势	71
---------------------------	----

3.3 中国跨境电子商务海关监管进展分析	71
----------------------------	----

3.3.1 中国跨境电子商务海关监管的挑战	71
-----------------------------	----

3.3.2 中国跨境电子商务海关监管的困境	72
-----------------------------	----

3.4 中国跨境电子商务发展优劣势分析	73
---------------------------	----

3.4.1 中国跨境电子商务发展优势	73
--------------------------	----

3.4.2 中国跨境电子商务发展劣势	74
--------------------------	----

3.4.3 中国跨境电子商务发展机遇	74
--------------------------	----

3.4.4 中国跨境电子商务发展挑战	75
--------------------------	----

3.5 中国跨境电子商务发展问题与瓶颈	76
---------------------------	----

第4章 中国跨境电子商务评价体系与发展思路 79

4.1 中国跨境电子商务评价体系	79
------------------------	----

4.1.1 跨境电子商务评价模型	80
4.1.2 跨境电子商务评价系统构建	81
4.2 中国跨境电子商务指数构成	83
4.2.1 跨境电子商务发展水平指数 CEDI	83
4.2.2 中国与主要经济体跨境电子商务连接指数 (ECI 指数) ...	84
4.3 中国跨境电子商务发展思路与建议	85
4.4 建立良好的中国跨境电子商务发展环境	86
4.5 完善跨境电子商务信用支撑体系	88
第 5 章 中国跨境电子商务典型案例	91
5.1 2015—2016 中国跨境电子商务大事记	91
5.2 中国跨境电子商务典型企业案例	104
5.3 中国跨境电子商务典型园区案例	115
附录 2015—2016 年中国跨境电子商务的相关政策文件	125
附表 2015—2016 年中国跨境电子商务发展相关政策文件	125
参考文献	131

中国跨境电子商务发展报告 (2015—2016)

第1章 跨境电子商务国际 环境与发展模式

跨境电子商务是全球化背景下国际贸易发展的重要趋势，世界上主要国家和国内重要中心城市都在积极发展跨境电子商务。近年来，跨境电子商务国际环境逐步完善，带动了“一带一路”下跨境电子商务的发展，在 G20 体系下各国之间的跨境电子商务发展模式也呈现出新的态势。

1.1 跨境电子商务发展国际环境分析

2015 年，有关国家与中国的 ECI 跨境电子商务连接指数排名是：美国、英国、澳大利亚、法国、意大利、日本、加拿大、德国、韩国、俄罗斯、印度、土耳其、巴西、南非、墨西哥、印度尼西亚、阿根廷、沙特阿拉伯。

1.1.1 跨境电子商务国际发展环境

世界各国跨境电子商务发展环境逐步完善，如美国依托良好的贸易市场

环境以及完善的基础设施和适宜的制度，成为跨境电子商务领域的领头羊；日本则借助于政府大力支持，产业链紧密合作，金融和支付体系的完善来发展跨境电子商务；新加坡凭借所处的地理位置、规范的法律法规建设、强大的技术研发和有吸引力的贸易服务来促进跨境电子商务产业的竞争力；英国、德国等欧洲国家则通过灵活的贸易政策、统一的金融市场、便利的通关环境、高效的物流运输体系加快跨境贸易电子商务的发展。

(1) 重视跨境电子商务发展，促进贸易方式的变革

美国在与多国签订的自由贸易协定中都增加了电子商务条款，扩大跨境电子商务范围。在关税上，规定彼此免除对方的进出口关税，促进了美国产品的出口；在服务上，努力消除中小企业使用电子商务的障碍，分享电子商务的公共数据等。

英国和德国采用欧盟共同政策，仅对少数产品实施出口管理，进口实行欧盟统一的配额管理制度；在不违背欧盟法规的前提下，各成员国自行决定税收制度。日本取消除农产品之外的所有产品进口关税，并在投资和服务贸易等领域进行广泛跨境合作。新加坡发起跨太平洋伙伴关系协定（TPP），奉行自由贸易政策，进口产品不限制配额，大部分产品无须许可证进口。

(2) 建设完整的跨境支付体系，有效进行风险控制和管理

美国的支付体系包括大额支付系统和小额支付系统，大额支付系统中的联邦电子资金划拨系统建立了风险控制系统和风险管理策略；英国与德国共用欧盟成员国之间的支付体系——即时全额自动清算系统，该支付清算体系由15个国家的即时支付清算系统、欧洲中央银行支付机构及互联系统构成，能有效进行信用风险和流动风险的管理与控制；日本主要有日本银行金融网络系统（BOJNET）和外汇日元清算系统两个大额支付清算系统以及汇票、支票清算系统和全银数据通信系统两个小额支付清算系统；新加坡出台了统一的《支付体系监督法》，其结合了一般监管与特殊监管、宏观监管与微观监管、

监管权力和被监管权力^①。

(3) 采用先进信息监管追踪技术，建立海关合作机制

美国在海关监管方面主要采用电子追踪技术，识别高危商品，同时建立了一个公共性的网上数据库，既可以公布进出口产品安全的有关信息，又方便公众查询；英国与德国遵守欧盟海关经认证的经营者 AEO (Authorized Economic Operation) 制度，即可享受海关简化手续和相关安全便利措施，另外，英国采用全球先进的“太赫兹光谱”新技术检测假冒名牌^②；日本在通关风险管理上采取多项措施，开发自动化风险管理系统，对企业守法风险进行评估，加强货物通关后的后续稽查与审计^③；新加坡政府建立了贸易网系统 (TRADENET)，供 35 个政府部门共享信息，向贸易商提供通关、放行服务，同时，海关情报部门以商品和企业为主要线索，利用 TRADENET 提供的数据、信息和情报，筛选高风险监管目标并及时发布预警指令，对下一环节提出相应的处置措施和要求，有效进行风险控制。

(4) 布局跨境物流运输体系，物流服务走向标准化、规模化

美国在跨境运送服务方式中，依托第三方物流公司（如 UPS 快递、联邦快递等）建立自动立体化仓库、计算机智能技术等现代物流技术；英国国际快递服务主要是由英国皇家邮政以及 DHL 承接，并积极与其他邮递公司结为战略邮递伙伴，共同处理大宗邮件；德国的 DHL 是目前世界上最大的航空速递货运公司之一，拥有最完善的速递网络；日本物流巨头 YAMATO（大和运输）积极开拓国际市场，建立国际快递网络；新加坡邮政多次进行大规模收购，如：冠庭国际物流公司，数据邮政私人有限公司，马来西亚 GD 快递等，以此扩展海外市场。

① 刘刚. 电子商务支付体系构建与应用研究 [D]. 武汉: 武汉大学, 2011.

② 邵伟坚. 欧盟海关 AEO 认证及验证稽查 [J]. 中国海关, 2009, (12): 36-38.

③ 程晓. 监管视角下的海关风险管理问题研究——以南昌海关为例 [D]. 南昌: 南昌大学, 2013.

(5) 积极完善跨境信用体系，建立统一的数据系统，促进电子商务发展

美国和英国是市场主导型的信用体系。美国由政府、行业协会、信用中介机构、信用授予者、消费者五个层面构成，具体运作依赖信用法律制度、信用调查机制、风险防范制度和信用激励机制等，以盈利为目的；英国由征信公司、英国中央银行、政府成立的信息专员办公室构成，以提供信息来获取盈利。德国和新加坡是政府主导型信用体系。德国由政府出资建立全国数据库网络系统即中央信贷登记系统，直接隶属中央银行，保证信息收集的全面性；新加坡在政府部门设立诚信推广委员会，成立了“数据中心委员会”和两家专业的信息服务中心，具体负责“智慧数据管理和监督数据质量”。日本是会员制型，以行业协会为主建立信用信息中心，为会员提供个人和企业的信用信息互换平台，通过内部信用信息共享机制实现征集和使用信用信息的目的等，促进跨境电子商务发展。

通过对跨境电子商务交易流程分析，并从贸易环境、电子商务平台、支付体系、电子通关、跨境物流、信用体系六个方面，得出欧美亚等典型国家跨境电子商务发展环境，如表 1.1 所示。

表 1.1 欧美亚典型国家跨境电子商务发展环境

项目	美国	英国	德国	日本	新加坡
贸易环境	2008 年 2 月加入 TPP 谈判，在与其他多国签订的自由贸易协定中采取本国保护主义原则	采用欧盟共同政策，进口实行欧盟统一的配额管理制度；在不违背欧盟法规的前提下可自行决定税收制度	对少数产品实施出口管理，进口实行欧盟统一的配额管理制度；在不违背欧盟法规的前提下可自行决定税收制度	2013 年 3 月以维持重要农产品关税为前提加入 TPP 谈判，但未与美国达成 TPP 基本协议	发起跨太平洋伙伴关系协定(TPP)；进口产品 unlimited 配额且大部分进口产品无须许可证
电子商务平台	Amazon、eBey、JollyChic、Yahoo、Overstock、Groupon	Tesco、Home Retail Group、Feelunique、Beauty Expert、Mankind、Lookfantastic、Chemist Direct	Otto Gruppe、Ibuysshop、Notebooksbilliger、Conrad Electronic	Rakuten、Jshoppers	Zalora

续表

项目	美国	英国	德国	日本	新加坡
支付体系	主要分为大额支付体系和小额支付体系，其中联邦电子资金划拨系统建立了风险控制系统和管理策略	共用欧盟成员国间的支付体系——即时全额自动清算系统，由15个国家即时支付清算、欧洲中央银行支付机构及互联网构成，进行风险控制	共用欧盟成员15个国家的即时支付清算系统、欧洲中央银行支付机构及互联系统构成，可进行即时全额自动清算系统风险控制	建立了日本银行金融网络系统和外汇日元清算系统两个大额支付清算系统以及汇票和支票清算系统和全银数据通信系统两个小额支付清算系统	出台了《支付体系监督法》，结合了一般监管与特殊监管，宏观监管与微观监管
电子通关	采用RFID识别高危商品，建立公共网上数据库，公布进出口产品安全信息及物流查询	采用“太赫兹光谱”新技术检测假冒名牌；采用欧盟海关AEO制度，提高通关效率	采用欧盟海关AEO制度，获取AEO资格，提高通关效率	开发自动化风险管理系统，包括海关自动化通关作业系统和海关信息数据库系统	政府建立贸易网(TRADENET)，可供政府部门共享信息，为贸易商提供通关服务
跨境物流	物流配送网络体系相当完善、正规；代表企业为UPS、联邦快递	物流运输体系已比较完善，代表企业为英国皇家邮政	物流配送体系相关完善；代表企业为DHL，在欧盟区里相当受欢迎	国内代表企业YAMATO(大和运输)，与UPS、EMS合作，建立国际快递网络	新加坡邮政多次收购冠庭国际物流等公司、GD快递等以扩展海外市场
信用体系	市场主导型，由政府、行业协会、中介机构、信用授予者、消费者五个层面构成，以盈利为目的	市场主导型，由征信公司、英国中央银行、政府成立的信息专员办公室构成，以盈利为目的	政府主导型，政府出资建立的全国数据库网络系统即中央信贷登记系统，隶属中央银行，非盈利	会员制型，以行业协会为主建立信用信息中心，提供个人和企业信用信息互换平台，收取成本费	政府主导型，在政府部门设立诚信推广委员会，成立“数据中心委员会”；拥有专业的信息服务中心

1.1.2 跨境电子商务国际发展现状

2015—2016 年跨境电子商务发展呈现新的特色，如美国、澳大利亚、日本、韩国等国家和欧洲地区等。

(1) 美国

在美国,购买行为和科技的变化已经大大影响了人们的购物方式,对于品牌电子商务来说,升级现有业务、营销和销售策略来迎合现代消费者的需求,将会变得非常重要,接受消费者行为的公司将会更容易赢得消费者的喜爱。根据数据调查公司 eMarketer 和 Forrester 预测,美国电子商务公司在 2016 年年底将卖出 3 550 亿~3 930 亿美元(1 美元≈6.8 元人民币,汇率会调整)的产品。预计到 2018 年电子商务公司营业额将达到 5 000 亿美元。

① 订阅销售模式:常规消费品创造可预见的营业额。美国的商业比较发达,2015 年在声称成功突破电子商务订阅模式的瓶颈后,Dollar Shave Club 和 Naturebox 两家公司分别从顶尖投资者那里获得了 7 500 万美元和 3 000 万美元的融资。可以预测,很多新的品牌将会效仿它们的商务模式。对于许多现存的品牌来说,有一个简单的方法可以开启订阅销售,而不需要改造现有的商务模式,如亚马逊推出的“Subscribe and Save”服务。使用此服务,消费者可每月定期收到他们所需产品,并且每个订单可享受 15% 的折扣。对于很多购物者而言,只需单击订阅,既简单又方便,还可以获得折扣。对品牌而言,这是赚取可预见营业额和大大提高客户终生价值的完美方式。

② 加强营销内容创造,针对潜在客户进行推广。美国的线下品牌比较多,有些品牌的产品销售还是消费者亲身体验过后效果更佳,过去一些品牌只是盲目地通过网络发帖,进行影像视频宣传,却很少考虑如何有效推广他们的品牌故事,很多企业花费数百万元进行营销,却没能挖掘到真正的客户。2016 年以来,由于电子商务营销人员发现了宣传推广品牌内容的重要性,商家已经改头换面开始推广品牌效应,电子商务运营逐步走向精准营销,吸引真正客户的注意力。美国电子商务企业正在创作出吸引人的、鼓舞人心或者可靠的营销内容,寻找合适的方法把精心创造的营销内容推广到潜在客户面前。如 Threadless 2016 年致力于内容创造,不仅创造出吸引人的营销内容,还要把它推广到感兴趣的消费者那里;目标是通过有趣新奇的内容把人们吸引到 Threadless 来,从而加强 Threadless 的品牌印象。这就包括更多的视频创