

编者按:作为全球化浪潮下的新兴贸易业态,跨境电商正在以迅猛之势改变着传统贸易格局。这种新业态不仅为消费者带来了更广阔的选择空间,也为商家提供了市场机遇。在这个日益开放、互联互通的世界里,跨境电商“新”在哪里?又面临哪些挑战?其中涉及的哪些法规与政策值得关注?本期围绕这些问题做出梳理,以飨读者。

本版撰文 张伟伦 钱颜

加快构建跨境电商产业链和生态圈

3月26日,国务院新闻办就近期生产、消费、进出口有关数据及政策情况举行新闻发布会。根据会上公布的最新数据,今年前两个月,跨境电商进出口增长近一成,市场采购出口增长15.9%。在新模式的加持下,国内外优质产品能更加便捷、高效地实现双向通达,满足海内外消费者多样化需求。商务部副部长郭婷婷表示,跨境电商已成为中国外贸发展的一个重要有生力量。中国政府持续推动制度、管理和服务创新,促进跨境电商健康持续快速发展。

一是坚持试点先行。我国自2015年起,先后设立了165个跨境电商综试区,鼓励各试点在监管、标准、信息化等方面积极探索创新,已经逐步构建起以“六体系两平台”为核心的制度框架。目前,综试区内企业的跨境电商贸易规模占全国比重超过95%,试点卓有成效。

二是完善支持政策。商务部会同有关部门,坚持问题导向,持续完善支持跨境电商发展的政策体系,累计出台近200项政策措施,形成近70项成熟经验做法。今年,针对行业集中反映的问

题和困难,商务部正在积极研究,将尽快出台支持跨境电商发展的实施意见。

三是推动监管创新。针对跨境电商“小批量、高频率、碎片化”的特点,在海关总署的大力支持和配合下,商务部推动创设5种专属监管方式,适用B2B(企业对企业)、B2C(企业对消费者)等不同交易场景。同时,税务方面的无票免税、外汇方面的动态核查等监管创新都受到企业广泛欢迎,有力支持了跨境电商发展。

四是便利零售进口。近年来,商务部与有关部门一道,积极优化完善跨境

电商零售进口政策措施,不断完善税收优惠安排、量身制定监管措施、持续加强消费者权益保护,促进行业健康规范发展。2023年,我国跨境电商零售进口金额超1400亿元,已成为境外消费品进入中国市场的一个重要渠道,对于更好满足消费者需要发挥了积极作用。

郭婷婷表示,下一步,商务部将会同相关部门继续扎实推进跨境电商综试区建设,持续完善配套政策,提升监管便利化水平,加快构建适应跨境电商发展需要的产业链和生态圈,促进跨境电商高质量发展。

跨境电商 重要法规与政策一览

◆《中华人民共和国电子商务法》自2019年1月1日起施行

主要是调整市场主体之间通过电子行为设立、变更和消灭所产生的财产关系和人身关系,以及与此种商事交易关系密切相关的政府管理关系等社会关系的法律规范。

2013年12月27日,全国人大常委会正式启动《电子商务法》立法。2016年3月形成草案,经过5年立法过程,通过4次审议修改,经2018年8月31日十三届全国人大常委会第五次会议表决通过,自2019年1月1日起施行。该法明确定义电子商务,是指通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。

◆2012年商务部出台《利用电商平台开展外贸的若干意见》

该意见主要肯定了跨境电商在经济发展 and 开展对外贸易过程中的作用,指出要为跨境电商创造良好的经营环境,为其提供政策支持,体现出国家大力支持跨境电商发展的决心,同时还指出跨境电商在发展过程当中面临的问题及应对措施。该意见起到的积极效应十分明显,既为保障跨境电商的发展提供了政策支撑,也明确了国家对跨境电商行业的支持态度,此文件成为跨境电商行业发展步入快车道的一个重要标志。

◆2018年商务部等6部门出台《关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》

该通知明确跨境电商零售进口商品监管的总体原则。跨境电商零售进口不同于一般贸易,主要是满足国内居民品质化多元化消费需求,必须是直接面对消费者且仅限于个人自用。基于这一前提,该通知明确对跨境电商零售进口商品按个人自用进境物品监管,不执行首次进口许可批件、注册或备案要求。

◆2020年海关总署发布《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》

这一公告决定在北京、天津、广州等10个地方海关开展跨境电商企业对企业出口监管试点,为跨境电商出口申报、通关提供便利。此文件明确增列海关监管方式代码“9710”,简称“跨境电商B2B直接出口”,适用于跨境电商B2B直接出口的货物;增列海关监管方式代码“9810”,简称“跨境电商出口海外仓”,适用于跨境电商出口海外仓的货物。跨境电商企业或者委托的代理报关企业、境内跨境电商平台企业、物流企业应当通过国际贸易“单一窗口”或“互联网+海关”向海关提交申报数据、传输电子信息,并对数据真实性承担相应法律责任。

◆2023年国务院办公厅发布《关于推动外贸稳规模优结构的意见》

该意见明确指出,要推动跨境电商健康持续创新发展。支持外贸企业通过跨境电商等新业态新模式拓展销售渠道、培育自主品牌。鼓励各地方结合产业和禀赋优势,创新建设跨境电商综合试验区,积极发展“跨境电商+产业带”模式,带动跨境电商企业对企业出口。加快出台跨境电商知识产权保护指南,引导跨境电商企业防范知识产权风险。建设跨境电商综合试验区线上综合服务平台并发挥好其作用,指导企业用好跨境电商零售出口相关税收政策措施。持续完善跨境电商综合试验区考核评估机制,做好评估结果应用,充分发挥优秀试点示范引领作用。

拥抱外贸新业态 编织全球化美好未来

清晨的阳光透过薄雾,上海港早已热闹非凡。一艘艘货轮,集装箱船穿梭于航道之间,岸边的装卸机械挥舞着巨大的吊臂,精准地将一个个集装箱从船上卸下,又迅速地装载到货车上,运往跨境电商物流中心。工人们忙碌地分拣着来自不同国家的包裹,他们熟练地操作着自动化设备,将包裹按照目的地和运输方式进行分类,确保每一个包裹都能准确、快速地送达消费者手中。

随着经济全球化和信息技术的发展,这种形式的国际贸易即跨境电商,已越来越成为我国外贸的常态。在世界经济迈向数字化时代的进程中,大力发展数字经济也已成为共识。在此形势下,跨境电商由“互联网技术+外贸”催生,大大缩短了外贸交易的链条,并以小额化、低成本、低风险、灵活性的特点迎合了全球贸易经济的发展趋势。

据有关机构测算,2023年,全球跨境电商B2C电商市场规模1.5万亿美元,同比增长25%,这一数字背后展现了强劲的跨境电商市场需求。其中,作为体量庞大的经济体,中国成为跨境电商增长的强大引擎。据中国海关最新公布的数据,2023年,我国跨境电商进出口总额2.38万亿元,增长15.6%。其中,出口1.83万亿元,增长19.6%;进口5483亿元,增长3.9%。跨境电商快速发展,既满足了国

内消费者多样化个性化需求,又助力我国产品通达全球,成为外贸发展的重要动能。

正是这样的商机,让越来越多的我国企业将目光投向海外市场,寻求更大发展空间。跨境电商出口愈发成为一条重要路径。“短短两个月的时间,我们就依靠直播拿到9000多个海外买家询盘。”说起这个成绩,深圳市脉威时代科技有限公司销售部吴经理显得格外兴奋,她向记者介绍说,该公司主营智能水杯等儿童科技产品,海外客户市场主要集中在欧美地区。为顺应外贸发展趋势,去年春节期间,公司决定在阿里巴巴国际站进行跨境直播。

“直播团队从选品、备货开始做起,在产品卖点、直播间装修、目标客户人群选择等方面下了功夫。直播间起初运行时平均每场观看人数超过1000人,而且观看者都是专业的采购买家,这个数字已经足够喜人。”吴经理说。

跨境电商让更多外贸企业迎来商机,也让产业集群有了新的抓手。在中山市第30届古镇灯博会开幕式签约仪式上,古镇镇政府签约深圳保宏科技股份有限公司(以下简称“保宏公司”),共同培育保宏公司跨境电商交易服务平台项目。该项目将以“跨境电商+产业带”模式,帮助中山灯饰企业通过线上

平台及数字化营销渠道更有效地对接海外采购商和消费者。

“之所以在中山落地这一项目,是看好中山灯饰产业带的发展基础和优势。我们能够在此基础上充分发挥自身在海外营销渠道、信息化系统及保税仓储运营等方面的专业经验,帮助中山灯饰企业有效对接及拓展海外市场。”保宏公司相关负责人在接受《中国贸易报》记者采访时说。

目前,我国跨境电商主体超10万家,建设独立站超20万个。广大中小企业借助跨境电商平台大力拓展全球市场,逐步在全球数字化浪潮中成长为新型贸易经营者。各类跨境电商平台也积极鼓励和支持中小微企业品牌化经营,努力为推动“中国产品”向“中国品牌”转变作出贡献,成为培育外贸新动能、巩固外贸外资基本盘的一支重要力量。

我国跨境电商之所以能够快速的发展,得益于我国推出一系列促进跨境电商发展的政策措施,和我国持续推动技术、渠道、政策、服务等多方面创新。2023年,国务院办公厅印发的《关于推动外贸稳规模优结构的意见》提出,“推动跨境电商健康持续创新发展”“鼓励各地方结合产业和禀赋优势,创新建设跨境电商综合试验区,积极发展‘跨境电商+产业带’模式,带动

跨境电商企业对企业出口”。此外,工业和信息化部、国家发展改革委、国务院国资委此前联合印发的《关于巩固回升向好趋势加力振作工业经济的通知》,提及要支持跨境电商、海外仓等外贸新业态发展;财政部、海关总署、税务总局联合发布《关于跨境电商电子商务出口退税商品税收政策的公告》,指出要降低跨境电商企业出口退运成本,积极支持外贸新业态发展……一系列有效政策“组合拳”,为跨境电商发展保驾护航。

“跨境电商是企业有效开拓国际市场的新业态,‘跨境电商+产业带’则是促进产业经济增长的新发展模式。”北京师范大学经济与工商管理学院教授魏浩接受记者采访时表示,有关部门高度重视这一外贸新业态,随着跨境电商综合试验区的创新发展、海外仓建设的推进和布局的优化、国际物流体系建设的加强、企业数字化转型的不断推进,跨境电商预期在2024年将继续保持较高速增长,跨境电商对中国外贸稳定发展的作用将日益凸显。

夜幕降临,上海港灯光闪烁,照亮了这片繁忙而充满活力的土地。跨境电商的各类业务仍在继续,它们如同一条条流动的纽带,连接着世界的每一个角落,共同编织着全球化的美好未来。

跨境电商被诉海外侵权如何应对

随着网购及国际物流业高速发展,越来越多外贸企业加入到跨境电商行列中,以贸易出口为导向的跨境电商异军突起。截至2023年,中国拥有10亿网民,成为世界第一大网络零售市场;中国跨境电商用户规模1.68亿,最终消费支出全球第二。新型的业态以及商

业模式为跨境贸易带来了新机遇的同时,也带来了更多交易风险,尤其是被诉侵权风险。

北京凯信律师事务所律师张莹向记者介绍说,对在速卖通、eBay、亚马逊等平台注册的跨境电商企业来说,被美国律所诉知识产权侵权可能性非

常高,而不积极应诉的行为可能导致企业损失惨重。申请冻结的主体一般是美国企业与律所,主张中国电商企业侵犯其知识产权,侵权种类包括商标侵权、著作权侵权、产品包装装潢侵权、外观设计侵权等。有数据显示,2020年第一季度,美国北伊利诺伊州法院提起的相关案件180起,其中92起均和中国跨境电商相关,占比51%;第二季度和第三季度与中国跨境电商相关的案件占比均超过50%。

张莹表示,这类侵权案件发生流程通常是,美国律所律师团队在网店下单购买产品,可能其间以各种理由要求商家提供PayPal账户名。随后便会保留网页截图、链接、销售记录等作为证据,进行起诉。商家就会收到法院的邮件通知,下达临时禁令冻结PayPal。如果商家一味躲避,缺席后续开庭,法院会直接发出缺席判决令。判决生效后,商家被冻结的资金就会转移到原告的账户中。这种现象体现出我国企业普遍在遭遇海外被诉时非常被动,不懂得积极为自身争取利益,也导致美国多家律所广泛开展此类业务,再次扩大对跨境电商企业的挤压规模。”

张莹向记者介绍了一起其代理

的商标侵权案。某中国企业因商标侵权被美国企业起诉,企业负责人开始认为该产品是新品,刚刚上架并未销售不算侵权,不予理会。收到通知邮件后才来咨询,发现该商标确实在原告注册的商标保护范围内。根据美国商标法规定,具备显著性的标志才能通过注册保护,意味着商标本身必须具备固有显著性,或者通过进入市场大量使用,使消费者认定为知名商标,从而满足显著性标准。该案中,中方企业的商标显然不具备明显的显著性,而且从商标关键词来看,在美国语言文化中具有一定的歧义。同时,如果商品拿掉该商标或者换成其他商标,并不影响销售。

“于是我们建议企业,马上停止相关侵权行为,并积极与美方企业沟通,争取以和解方式解决问题,避免影响店铺的正常运营,将企业损失降到最小。最终经过多次谈判,双方达成和解,损失比法院直接宣判预计少了三分之二。可见,跨境电商商家不能只将重心放在业务上,优秀的法律管理意识可以帮助企业节约更多成本,避免巨额赔偿,也为企业持续开展业务,赢得消费者信任提供了一定的支持。”张莹表示。

