

2018年第6期(总第37期)

电子商务动态

E-commerce bulletin

◎ 特别报道

2018年深圳电子商务发展综述

- 深圳电子商务宏观运营指标持续向好
- 电子商务生态基石日渐臻善
- 跨境电商成为深圳外贸进出口的重要引擎

2018年深圳市电子商务大事记

- 2018年“互联网+文明”推动者大会在深举行
- 多家深圳电商企业登上独角兽企业榜单
- 沪深京穗全面领跑数字经济发展

◎ 专家视角

浅析跨境电商国际税收标准的国际应对及展望

- 跨境电商对国际税收规则的冲击
- 完善跨境电商国际税收标准的国际应对及未来展望

主办单位：深圳市电子商务服务中心有限责任公司

2018年11月30日 第三十七期

目录

指导单位:

深圳职业技术学院

主办单位:

深圳市电子商务服务中心有限责任公司
深圳职业技术学院管理学院

顾问:

柴跃廷

执行主编: 高 珊 姜 洪 朱 琳
编 辑: 陈佳宁 鲁贞松 柳 霜
孟军齐 聂 珂 刘志勇

特别报道

2018年深圳电子商务发展综述	1
2018年深圳市电子商务大事记	11

专家视角

浅析跨境电商国际税收标准的国际应对及展望	16
----------------------------	----



深圳市电子商务服务中心有限责任公司
微信号: szecsalon

版权申明: 本刊编辑部保留一切权利,
如欲转载, 须获本刊编辑部许可。

———— (印数 1000 册) ————

2018 年深圳电子商务发展综述

2018 年是贯彻党的十九大精神的开局之年，是改革开放 40 周年，是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键一年。深圳市委市政府坚持新发展理念，深化供给侧结构性改革，率先建设社会主义现代化先行区，努力在落实“四个走在全国前列”中走在最前列。电子商务“经济助推器”的作用进一步凸显，在推动深圳产业结构转型升级、促进供给侧结构性改革、产业跨界深度融合以及中小企业发展等方面发挥着日益重要的作用，培育了发展新动能，推动外贸新增长、引领了消费新趋势，创造了就业新岗位。

2018 年，深圳电子商务继续保持高速增长，并呈现以下几个方面的发展态势：一是电子商务交易额等宏观数据持续保持稳定增长态势。二是电子商务生态环境系统日趋完善，为保障电子商务良性发展打好了基石。三是跨境电商成为深圳外贸进出口新型业态和重要增长引擎。四是“新零售+”打破线上线下虚拟实体的边界，大数据和互联网技术与线下传统产业、供应链配套资源加速拥抱，呈现更加协同的数字化生态。五是大数据、人工智能、区块链等数字技术与电子商务深度融合，构建了更加丰富的交易场景。六是电子商务领域投融资、并购业务持续活跃，企业整体竞争力进一步增强。七是信息开放集成环境构建使“智慧城市”领跑全国，城市现代化功能提升，助力城市实现可持续发展。

一、深圳电子商务宏观运营指标持续向好

（一）电子商务交易额持续稳定增长。

据深圳市电子商务服务中心统计数据显示，2018 年前三季度，深圳电子商务交易额继续保持稳定增长，实现电子商务交易规模为 18335.53 亿元，接近全国电子商务总体交易额的 10%（三季度全国电子商务交易额为 22.69 万亿元¹），同比增长 12.85%，高于全国总体增长速度。2018 年前三季度，全市社会消费品零售总额 4473.56 亿元，增长 8.2%，其中通过互联网实现的商品零售额增长 19.4%；深圳市累计实现网络零售额 2711.68 亿元，同比增长 25.64%。这些数据显示，无论是电子商务交易额还是网络零售额，深圳均保持稳定增长态势，并处于全国领先水平。深圳作为全国电子商务综合标准化示范区，国家电子商务第一阵营城市的地位进一步得到巩固。

（二）跨境电商稳居全国第一梯队。

2018 年 7 月，中国电子商务研究中心发布《中国 13 个跨境电商综合试验区城市排行榜》，从交易规模、成长空间、产业渗透、支撑环境、平台集聚 5 个指标对各城市进行总体排名，深圳以 95.99 分高居榜首。

2018 年前三季度，全市进出口总额 21562.07 亿元，增长 9.9%，同比提高 3.5 个百分点，其中出口总额受到中美贸易摩擦事件影响，同比下降 2.4%。然而，深圳跨境电商进出口交易额均保持稳定增长态势，并成为深圳外贸增长的重要推动力。2018 年前三季度，跨境电商交易额达 426.37 亿美元，累计同比增长 15.9%，约合人民币 2754.04

¹ 中国电子商务研究中心监测数据。

亿元，约占同期深圳进出口总额的 12.77%。

随着跨境电商交易额数据持续走高，深圳作为国家跨境电商综合试验区的核心城市地位进一步巩固。2018 年 5 月，国内首家跨境知识产权服务平台——跨知通发布《OUTRUN BRAND 2018 中国跨境电商出海品牌发展报告》，并推出 OUNTRUN BRAND 2018 中国跨境电商出海品牌 30 强推荐榜，其中深圳入榜企业最多，占据全国入榜品牌的 43%。

（三）深圳市民网络消费升级趋势明显。

苏宁易购发布 818 全程战报显示，全渠道订单量同比增长 155%，活跃用户数同比增长 97%。在全国“剁手能力最强”的城市排名中，深圳位列第二，全渠道订单增长率 161%。今年天猫“双 11”，上海、北京、杭州、广州、深圳、成都、重庆、武汉、苏州、南京成为成交额最多的十大城市。一项关于城市居民消费结构的数据显示，深圳居民消费前五的品类为通讯、数码、母婴、小家电、百货。深圳居民比较关注商品的品质、购物的体验以及其他多元化需求。总体来看，深圳居民消费升级趋势明显。

二、电子商务生态基石日渐臻善

（一）《电子商务法》出台开启电子商务发展新时代。

为促进我国电商产业创新发展、引导企业规范运营、保障电商各方主体合法权益，今年 8 月 31 日，国家主席习近平签署发布《中华人民共和国电子商务法》（简称《电子商务法》），将于 2019 年 1 月 1 日起施行。《电子商务法》的出台，对规范电商领域各主体行为，维护电商行业市场秩序，引导电商行业持续健康发展具有重要意义。《电子商务法》将开启中国电子商务依法发展的新时代。

（二）跨境电商零售进口扩大适用范围，进一步释放政策红利。

2018 年 11 月 21 日，李克强总理主持召开国务院常务会议，决定从明年 1 月 1 日起，延续和完善跨境电子商务零售进口政策，并将政策适用范围从之前的深圳等 15 个城市扩大到北京、沈阳等 22 个城市。在对跨境电商零售进口清单内商品实行限额内零关税、进口环节增值税和消费税按法定应纳税额 70%征收基础上，进一步扩大享受优惠政策的商品范围，新增群众需求量大的 63 个税目商品，并扩大适用范围。提高享受税收优惠政策的商品限额上限，将单次交易限值由目前的 2000 元提高至 5000 元，将年度交易限值由目前的每人每年 2 万元提高至 2.6 万元。这将有利于促进加快跨境电商等新业态新模式发展，有利于提高开放水平，促进外贸进出口稳定增长和新动能成长，增加消费和就业，也满足了人民群众对优质进口消费品的需求。

（三）多部门联动规范网络市场秩序。

国内知名电商平台拼多多售假事件爆出，严重影响消费者利益。为了规范网络市场秩序，深圳各部门积极行动，通过多种途径有效打击各种网络违规违法行为，进一步净化深圳电商市场环境。

市市场监管委于 2018 年 5 月至 11 月开展 2018 年网络市场监管专项行动（网剑行动），联合了公安、通信管理、邮政管理、海关、网信办等八个部门，以打击网络侵权假冒、刷单炒信、虚假宣传、虚假违法广告等违法行为和落实平台责任、规范格式合同为重点，对网络市场的全流程、全链条实现精准监管，进一步遏制了网络市场突出违法问题，提升了网络商品和服务质量。

市市场监管委还打造了线上电子商务监测平台，实现对电商领域违法行为信息数据分析、

全网智能化实时监测，智能识别网站类型、电子证据固化存证，让网络违法无所遁形。

市市场监管委指导众信电子商务交易保障促进中心，联合 10 多家电商龙头企业，共同成立了全国首家电子商务企业标准联盟，推动电子商务信用领域国家标准的制定实施，积极承担国际标准化组织国内对口单位工作，提交“可信电商平台规范”等国际标准提案，帮助电商企业抢占标准竞争制高点，掌握行业发展话语权，促进深圳电商企业走向国际。

在政府职能部门的倡导和推动下，由全市商品和服务经营主体或行业组织建立，依托现代化信息网络技术，基于实体场所设置线下“消费者权益服务易（e）站”和基于电子商务设置线上“消费者权益服务易（e）站”，成为线上、线下相结合，具有深圳地方特色的一体化消费维权服务平台。

（四）政府和行业组织不断优化公共服务助力电子商务发展。

2018 年 7 月，深圳市邮政管理局联合市经济贸易和信息化委员会印发《深圳市关于推进电子商务与快递物流协同发展实施方案》，提出以制度创新、规划协同为引领，以规范化、智能化、绿色发展理念为发展方向，充分发挥深圳物流业和电子商务产业优势，集聚各类要素资源，加快推进电子商务快递物流基础设施建设和网络布局，促进电子商务与快递物流协同发展。

深圳市政府继续通过中央外经贸发展专项资金（跨境电商类）、电子商务发展专项资金等对全市电子商务优秀企业和电子商务创新项目进行奖励和扶持，鼓励企业积极依托互联网+，开展线上电子商务活动或通过线上线下（O2O）深度融合，实现创新发展。吸引国际国内电子商务龙头企业及其区域总部、营销中心、数据中心、结算中心、研发中心等将注册地和

纳税地迁入深圳，进一步提升电子商务的发展水平。

此外，作为跨境电商监管的关键一环，深圳海关一直致力于通过各种手段实现通关便利化。2018 年 6 月 1 日，由深圳海关编制的跨境电商综合试验区单一窗口地方标准正式发布实施。这是 2016 年国务院在深圳设立中国（深圳）跨境电子商务综合试验区以来，深圳海关不断完善制度建设、抢占制度高地取得的重要成果，有力促进了深圳乃至全国跨境电子商务综合试验区单一窗口服务的规范化建设，提升国际贸易便利化水平。该标准坚持前瞻性、系统性、全局性的顶层设计，其发布与实施，标志着“深圳标准”已形成一套适应和引领全球跨境电子商务发展的管理制度和规则，为全面推进我国跨境电商单一窗口建设奠定了可复制、可推广的标准基础。同时，深圳海关推出前海湾保税港区通关便利创新政策，推进“离港空运服务中心”建设。

（五）推进互联网金融规范化。

P2P 金融是“互联网+金融”的一种创新经营模式。截至 2018 年 10 月，全国正常运营网贷平台 1700 余家，其中注册/运营地在深圳的平台 268 家，仅次于北京，占全部平台数量的 15%。深圳成为名副其实的互联网金融创新之城。然而，P2P 网贷行业在经历前几年的野蛮成长后，一些非法集资和虚假借贷行为不断爆出，2018 年 P2P 平台暴雷事件更是频发，深圳也成为全国网贷问题平台重灾区。

为了整治互联网金融乱象，保护投资者合法权益，深圳市金融办发布《关于进一步做好全市网络借贷信息中介机构整改有关事项的通知》。目的是进一步做好全市网络借贷信息中介机构（简称“P2P 企业”）整改工作，使 P2P 企业往合规路上更进一步。深圳互联网金融协会下发《关于积极稳妥应对当前 P2P 行业流

动性风险及做好退出工作的通知》，要求拟主动清盘转型或退出的 P2P 平台，应建立退出领导小组，退出中定期向监管部门报送业务数据、退出计划执行情况和资金清退进度，并及时安抚投资人情绪。深圳警方也积极打击非法互联网借贷平台，并及时通报涉嫌非法吸收公众存款的爆雷 P2P 案件进展，努力为投资者挽回损失。

（六）立法规范共享单车发展。

共享单车自 2016 年 10 月进入深圳后迅速发展，目前全市共有 5 家共享单车企业，活跃车辆约 76 万辆，注册用户约 2100 万人，日均最大使用量达 547 万人次。共享单车在满足公众出行需求、解决城市交通出行“最后一公里”问题、缓解城市交通拥堵等方面发挥了积极作用。但共享单车的过度投放、车辆乱停乱放、车辆运营维护缺位、企业主体责任不落实等问题，也在为城市管理带来严峻挑战。2018 年 6 月，深圳市交委发布《深圳市交通运输委员会关于规范互联网租赁自行车发展的议案》和《深圳市人民代表大会常务委员会关于规范互联网租赁自行车发展的决定（代拟文）》向社会公开征求意见。深圳将通过登记上牌、发放电子标签等形式，对共享单车进行总量控制和动态调整，以解决共享单车“围城”乱象。

三、跨境电商成为深圳外贸进出口的重要引擎

（一）规模集聚效应进一步凸显。

2018 年，福田、南山、罗湖三区成为跨境电商大本营。目前，全市已建成以福田国际电子商务、华南城电商园区、前海跨境电商、罗湖互联网产业园等为代表的电子商务集聚区近 40 个，园区总面积已超过 200 万平方米，

近 7000 家互联网、电子商务企业入驻。同时，深圳拥有全国 80% 的供应链企业总部。无论是跨境电商交易规模还是品牌企业数量，深圳均稳居全国跨境电商发展第一梯队。其中，前海湾保税港区作为全市目前唯一开展业务的跨境电商试点区域，跨境电商业务增长迅速。2018 年上半年，跨境电商进出口零售（B2C）业务量合计 14.74 亿元，同比增长 37.83%。其中，跨境电商进口零售（B2C）货值 13.24 亿元，同比增长 49.25%。另外，跨境电商小批量出口（B2B2C）上半年总计出口货值 2.21 亿美元，同比增长 118.2%，成为前海跨境电商产业最具发展潜力的特色模式。

（二）总体保持出口为主、进口为辅的市场结构。

深圳是全球电子信息产业制造重镇，手机、无人机、电动玩具、平衡车等电子消费产品竞争力强，销往世界各地。同时，深圳地处国家“一带一路”建设和粤港澳大湾区的要地，尤其是拥有集装箱吞吐量全球居前的深圳港，以及连通香港的多个陆路口岸，吸引众多资本、企业聚集深圳，抢食跨境电商大“蛋糕”。

事实上，作为全国首个国家电子商务示范城市以及第二批跨境电商综试区，深圳出台一系列电子商务发展的政策措施，强化产业引导，加强体系建设，营造良好产业发展环境，电子商务龙头企业引领格局逐步形成，跨境电商区域集聚效应凸显，成为全国跨境电商的“大本营”。环球易购、赛维、通拓、有棵树、傲基等跨境电商企业异军突起，腾邦跨境保税购物展示中心、前海周大福全球商品购物中心、天虹跨境电商体验店等大批知名跨境电商企业相继落户。

目前，深圳跨境电商总体保持出口为主、进口为辅的市场结构。出口方面，深企主要以科技含量高、单位体积小、盈利能力强的优质

单品打开市场，出口产品科技含量不断提升。出口产品具有“三高”（高新技术、高附加值和高效益）和“三自”（自主品牌、自主营销渠道和自主知识产权）属性的产品占比高达85%，其中以手机、平板电脑、无人机、智能家居等3C数码产品为主。

（三）逾百家深企开展海外仓业务。

深圳凭借外贸和跨境电商优势，积极响应国家“一带一路”发展倡议，加速布局全球，海外仓建设规模不断扩大。数据显示，深圳逾100家企业开展海外仓业务，建设面积超过150万平方米。海外仓主要分布在美国、英国、德国、澳大利亚等电商发展成熟的国家及地区和俄罗斯、波兰、捷克、巴西、肯尼亚等“一带一路”沿线新兴市场。2017年深圳与“一带一路”沿线国家和地区贸易额达到885亿美元，同比增长19.3%，并形成以华为、招商集团等龙头企业为先锋，以创新企业为主体（深圳参与“一带一路”产业合作的企业中，创新型企业占70%以上），以市场需求为导向的贸易格局。

“全球中心仓”，“深港陆空联运”海关制度创新试点效果显著。其中，“全球中心仓”海关制度创新为全国首创，该项突破使得存储于多个地区、多个仓库的多种物流及贸易形态（包括跨境电商）可以在特殊监管区域的一个中心仓内一站式完成，便于跨境电商企业更加灵活地运用国际国内两个市场、两种资源。

“深港陆空联运”海关制度创新，打通跨境电商出口空运通道，令香港航空理货服务得以前置延伸至前海湾保税港区，内地经香港直飞全球的出口货物可以在前海实现“订舱、安检、登机”，为“全国揽货——前海集聚——香港直飞”的贸易生态圈奠定基础。深圳海关有关负责人表示，采用该模式，企业物流时间可缩短四分之一，物流成本可节约三分之一。

（四）科技赋能跨境电商创新。

2018年，深圳首家跨境电商收款产品上线。由深圳鼎付信息技术有限公司开发的Gleebill第三方电商交易平台收款产品正式上线。该公司是深圳本地第一家，也是目前深圳唯一一家通过互联网技术及金融创新提供跨境支付整体解决方案的跨境收款企业。这标志着自2016年1月深圳成为首批国家跨境电商综合试验区以来，跨境电商产业集群终于完成最后一块拼图。

此外，腾讯在国内以及美国西雅图成立人工智能实验室，研发底层AI技术，将技术成果运用在内容服务、金融科技、社交产品等业务线上。环球易购采用大数据精准运营，以产品挖掘、合作联盟、SEO三大数据系统为核心，助力公司精准营销、提升品牌形象、实现良性库存周转。

四、“新零售”全面开花

2017年被称为“新零售”元年。2018年则是深圳新零售全面开花的一年。腾讯、阿里、京东等电商巨头纷纷入场，以超级物种、盒马鲜生为代表的新零售业态逐步渗透到多个购物中心，给市民带来新鲜购物体验的同时成为推动消费升级的新亮点。

（一）国际消费中心城市的定位为新零售发展提供动力。

深圳市经济贸易和信息化委员会发布了《深圳国际消费中心城市建设三年行动计划（2018-2020年）（征求意见稿）》明确提出，未来要对标纽约等国际消费中心的特点，打造深圳成为“新零售”发展高地。未来深圳将实现社会消费品零售总额8000亿元以上，外来消费占比超过30%，有望借助新零售进一步拓展商业辐射能力。

在深圳市智慧零售协会发起的“2018 第一届中国智慧零售大会暨深圳国际智慧零售博览会”上，腾讯、阿里巴巴、京东、百度等互联网巨头首次联袂解读零售商业新变革；天虹、沃尔玛、百果园、乐易住等智慧零售先行者分享宝贵经验；人工智能、大数据、物联网等领域的多家科技企业，从不同视角带来零售产业链创新的前沿解决方案。新零售成为深圳商业领域年度关键词。

（二）电商平台与线下商超拥抱加速。

新零售推动线上线下深度融合，电商巨头与传统零售、物流业强强联手，网络零售品质化趋势明显。

腾讯利用自身在互联网领域的技术优势和强大的用户规模，积极寻找合作伙伴，在新零售领域抢占先机，与永辉合力探索到家服务新模式——永辉生活“卫星仓”，并携手上线了永辉 Bravo 福州公园道店、超级物种深圳创投店两家智慧零售标杆店。同时，腾讯与家乐福开展战略合作，一方面家乐福将提升其线上曝光率、提高线上与线下零售业务的流量，并利用腾讯先进的数字和技术专长开发全新智慧零售项目；另一方面腾讯将在家乐福生态圈内进一步发展其社交平台所提供的零售服务、推广微信的使用与微信支付、云计算等服务。

沃尔玛则与电商巨头京东持续深度合作。ASDA 全球购京东官方旗舰店、山姆会员商店全球购京东官方旗舰店、沃尔玛京东官方旗舰店接二连三上线。目前，沃尔玛京东到家服务覆盖全国 20 多个城市，其中深圳所有沃尔玛超市和山姆会员店均实现线上门店的全布局。通过布局线上线下全渠道，沃尔玛正完成由传统商店向智能化、数字化的零售商的“转身”。

同时，以顺丰为代表的快递企业通过新零售拓展经营范围。顺丰优选在深圳上线首个“保税+社区新零售”项目“丰溯 Go”，将

卖场从地理位置比较偏僻的保税区搬到市民居住社区，海外商品可以凭保出区，市民可以更方便地买到心仪商品，企业也可以加快货物和资金的流转。

而深圳本土零售企业华润万家和岁宝等则选择与京东、阿里等国内电商巨头合作，推进传统零售模式向新零售转型。华润万家和京东到家继续深化合作，华润万家、苏果、Olé、Blt 等旗下全业态所有零售品牌悉数上线，在年底前实现全国 20 个城市上线门店数量 1000 多家。2018 年 6 月盒马科技与岁宝订立战略合作协议，深圳 11 家岁宝超市用作经营盒马鲜生超市。入深一年，盒马已有 8 家门店，预计到 2019 年 3 月门店数量将增至近 20 家。

（三）门店零售从数字化走向智能化。

2018 年，天虹从打造主题街区、严抓质量和优化服务等方面加强家庭生活消费体验；从顾客、服务、商品、营销、供应链、品类管理等几 6 个维度进一步全面升级数字化运营；从商业模式、管理创新、微创新这三个方面继续发力，包括对百货 4.0 的探索，以及智能零售的研究。2018 年，天虹宣布与腾讯联合成立“智能零售实验室”，共同研发应用于新零售的产品。实验室成立不到半年，天虹和腾讯的首个研发项目落地，sp@ce 超市已经完成改造，并更名为“天虹支付智慧零售店”，成为了天虹与腾讯的智慧零售标杆店。

同时，腾讯与红星美凯龙力也推出了双方合作的首个重磅项目——IMP 全球家居智慧营销平台，以“智慧零售”为共同理念，在建立数字化及差异化消费体验、构筑“数字化”运营体系、营造家居行业数字化新生态等领域开展合作，探索家居零售行业的价值链重塑。

（四）生鲜新零售成亮点。

2018 年新零售的明星是生鲜。目前深圳

生鲜企业主要有以配送为主的每日优鲜、百果园以及京东到家，以商超+餐饮模式为主的盒马鲜生、超级物种，以及社区生鲜便利店代表钱大妈等。

因庞大的市场需求，深圳的生鲜电商等特色行业发展成绩亮眼。深圳本土生鲜果蔬零售企业百果园合并生鲜电商一米鲜，开启全方位进军线上、入局新零售的创新战略。2018 年百果园小程序“百果园+”上线，仅半年多时间，小程序总积累用户超 600 万，月新增用户峰值超 300 万，日活峰值超 50 万，日订单峰值超 5 万，日均到店用户超 2 万。预计到 2018 年底，百果园线上渠道销售额占比将达到 25%-30%，到 2020 年将达到 50%。

深圳本土生鲜新零售品牌“俏鲜生”以强大的海产品供应链为依托，锁鲜新技术为支撑，以海鲜食品的本味、鲜度、营养、易食等优势入局生鲜新零售。“俏鲜生”提供鱼、肉、菜等类别 1000 种优质食材，直营的管理模式提升服务品质，实行跨空间、跨时间、跨地域线下+线上无条件配送服务，实现人、货、场三者之间系统化管理模式和人性化服务保障，为城市、社区、家庭提供日常生活所需。另一家国内社区电商品牌——钱大妈也积极布局深圳市场。凭借“不卖隔夜肉”的品质塑造、标准化门店运营，以及初步展现出社区门店复制能力等价值，钱大妈引起市场极大关注。截至 2018 年底，钱大妈在深圳有 368 家门店，预计将在深圳开 500 家门店。社区电商模式已成为深圳生鲜零售市场一股重要力量。

五、人工智能、大数据引领电子商务向数字经济发展

深圳正依托一大批创新型高科技企业，积极推动大数据、人工智能、区块链等新技术手

段的应用，推进电子商务应用创新，并引领深圳由电子商务向数字商务发展。

（一）大数据、人工智能等领域表现亮眼。

根据亿欧发布的 2018 年《中国人工智能产业发展城市排行榜》显示，从企业规模、政策基础、学术技术、产业基础、和资本环境五个层面测评市场发展人工智能的实力和前景，深圳的各项指标表现优异，位居全国第三。

《2017 中国人工智能人才报告》显示，深圳是人工智能专利贡献最多的城市，人工智能企业数量位居全球第八。由大数据战略重点实验室研究编著的《大数据蓝皮书：中国大数据发展报告 No.2》对 2017 年我国 31 个重点城市（不包含 4 个直辖市和拉萨）的大数据发展指数的评估结果显示，深圳大数据发展指数位居第一。2018 年 3 月，新华三集团数字经济研究院正式发布《中国城市数字经济指数白皮书（2018）》，为 100 个城市的数字经济发展精准画像。上海、深圳、北京、广州四座一线城市全面领跑数字经济发展。

依托大数据、人工智能等高科技技术，深圳培育了一批具有影响力的独角兽企业，企业数量和规模均位居全国前列。2018 年 3 月，科技部发布《2017 年中国独角兽企业发展报告》。报告显示，2017 年全国独角兽企业共 164 家，总估值达 6284 亿美元。其中，深圳企业微众银行、优必选、柔宇科技、奥比中光等 14 家企业上榜。

（二）依托新技术，实现新产品与新服务上线。

近年来，区块链的概念被广泛提及，而区块链技术也得到迅速发展。2018 年 8 月，深圳国贸旋转餐厅开出了全国首张区块链电子发票，宣告深圳成为全国区块链电子发票首个试点城市，也意味着纳税服务正式开启区块链时代。同年 12 月，招商银行深圳分行通过系统

直联深圳市税务局区块链电子发票平台，成功为客户开出了首张区块链电子发票，将服务范围扩展至“金融服务”场景，进一步推动了区块链电子发票这种“互联网+税务”的深度融合。其实，作为互联网科技的先行者，腾讯金融科技早在 2015 年就成立了区块链团队，其后将其区块链技术应用到智慧医疗、游戏、公益、供应链金融、电子存证等多个项目中，同时腾讯金融科技结合自身在 AI、第三方支付等技术领域的领先能力，为企业提供整体一站式的服务。

2018 年，深圳还发出首张智能网联汽车路测牌照。目前，腾讯和海梁科技两家企业分别拿到深圳发出的测试牌照。10 月底，深圳市交委发布智能网联汽车道路测试的首批开放道路，这一批测试道路涵盖福田、南山、盐田、宝安、光明、龙华、龙岗、坪山、大鹏等 9 个行政区内部分道路，测试道路长度总计约 124km。深圳将成为目前国内智能网联汽车道路测试开放道路最长、范围最广、城市道路测试场景最多的城市。

（三）“互联网+”助力精准扶贫。

2018 年，深圳市各级政府部门积极发挥人才、资金、技术、观念乃至社会组织等方面优势，全方位对口帮扶省外广西百色、河池两市，以及省内河源、汕尾等市。通过采用电子商务新技术，帮助实现“精准扶贫”，释放出巨大的“深圳力量”。

自开展对口帮扶广西以来，市人社局跟踪服务在深贫困劳动力 14557 人，其中 8888 人正常就业，761 人灵活就业。与此同时开发信息系统，通过统一入口和出口管理，实名管理已在深就业贫困劳动力，积极探索“互联网+”扶贫新模式，利用先进的技术和大数据优化扶贫管理，推动就业扶贫由“粗放型”向“精准型”转变。深圳对口帮扶河源指挥部一

直高度关注区块链技术，并在“区块链+精准扶贫”方面开展积极探索。新一轮深圳对口帮扶河源指挥部自去年成立以来，坚持实施创新驱动，强化技术支撑，积极推动“互联网+精准扶贫”，如大力开展电商扶贫，引入阿里巴巴“村淘”“菜鸟”，腾讯“为村”，中国移动“岭南生活”等项目。目前，“村淘”已在紫金落地，“为村”已在源城 5 村试点上线，越来越多的河源农产品已走上电商平台，走进珠三角家庭。

六、电子商务领域投融资、并购业务持续活跃

近年来，深圳电商企业在融资方面一直表现活跃。一批深圳企业基于强大的创新能力获得国内外投资机构的青睐，多宗融资事件引起市场关注。一些龙头企业则通过并购、收购将企业做大做强，提升企业竞争力。

2018 年，智能物流机器人公司深圳蓝胖子机器人于今年 2 月完成数千万美元 A+轮融资，以进一步扩充深圳及美国技术研发与商业团队，加速仓内全自动装卸载及分拣技术应用等场景解决方案的规模化落地，并继续推进国际化进程。垂直移动美妆服务平台美人妆 APP 获得深圳鼎瑞祥资本数千万元 A 轮融资，融资主要用于美妆应用技术研发与美业市场扩张，进一步完善内容服务与智能美妆技术的融合。深圳望家欢农产品集团携手普洛斯、隐山资本举行了以“聚合生态、共赢未来”为主题的 A 轮融资与未来战略发布会，望家欢正式宣布获得普洛斯 4 亿元人民币的 A 轮融资，投资方普洛斯是全球领先的现代物流基础设施与解决方案提供商。拥有的 1000 万线上注册用户和 1400 个国际品牌的全球时尚轻奢购物网站尚品网被赫美集团旗下全资子公司深圳赫美商业有限公司收购，后者拥有新尚品持有的

尚品网 90%股权和诚宇信 100%股权，支付对价合计为 16.84 亿，另有 7.13 亿的增资额。跨境电商圈知名大卖 RAVPower 品牌母公司，深圳市泽宝电子商务股份有限公司，拟被创业板上市公司“星徽精密”以发行股份及支付现金并购，交易金额规模达 8-20 亿。货运 O2O 领域的货拉拉与华晨雷诺签署战略合作协议，共同开拓城市智慧物流市场，开启了新时代城市货运平台与主机厂合作全新模式，双方将以货运产品为载体，依托互联网、大数据、人工智能等领先技术，共同搭建多元化的城市物流平台，建立现代物流服务体系，为同城物流最后一公里提供智慧高效解决方案。菜鸟网络宣布战略投资易流科技。战略投资后，这两家总部都设在深圳的企业，将充分将发挥物联网、人工智能和大数据的优势，服务中国数百万辆货车，帮助货主和车主进行智能线路优化、智能货物配载和驾驶安全调度等，朝供应链全流程数字化迈进。

七、“智慧城市”领跑全国

（一）建设国家新型智慧城市标杆市的总目标。

为了实现城市的可持续发展，深圳提出建设国家新型智慧城市标杆市的总目标。2018 年 7 月，深圳市人民政府结合深圳信息化基础和现状，发布《深圳市新型智慧城市建设总体方案》，深圳将建设城市大数据中心和智慧城市运行管理中心，其中城市大数据中心包括城市数据资源体系、数据共享开放服务和共性支撑功能服务，智慧城市运行管理中心包括城市运行态势展现、跨域业务协同和决策支撑服务。通过两个中心建设，打造智慧城市的大脑和中枢，构建信息开放集成环境，支撑应用系统集成和跨部门跨领域信息共享和业务协调。

深圳目前已打造出全市统一公共信息资源

库和政务信息资源共享交换平台，其中公共基础信息资源库中的人口、法人、房屋数据量已达 58 亿多条，政务信息资源共享平台已接入全市 36 个市级单位和 10 个区（新区），资源目录共 5200 多类，信息指标项达 16 万多个，每天数据交换量超过 2000 万条。预计到 2020 年，深圳将实现“一图全面感知、一号走遍深圳、一键可知全局、一体运行联动、一站创新创业和一屏智享生活”的“六个一”总体目标，建成国家新型智慧城市标杆市，达到世界一流水平。

国家信息中心发布的《中国信息社会发展报告 2017》显示，深圳信息社会指数达 0.88，连续 4 年位居全国地级以上城市第一，成为国内率先进入信息社会发展中级阶段的城市。同时，中国社科院信息化研究中心最新发布的《第八届（2018）中国智慧城市发展水平评估报告》称，深圳智慧城市发展水平指数达 76.3，位居全国第一。北京召开的 2018 智慧中国年会发布第八届中国智慧城市发展水平评估结果，深圳获评领先奖，综合得分全国排名第一。

（二）政府部门多领域推进“数字政府”建设。

2018 年，深圳借助大数据、人工智能等信息技术手段，大力推进“数字政府”建设，提高办事效率。作为全国唯一的政务信息共享示范市，深圳在积极推进政务信息资源一体化进程，电子政务信息共享交换平台已经陆续接入 61 个市级单位和全市 10 个区（新区）。深圳还将建设全市大数据湖，按照全省统一数据标准，实现政务信息资源 100%接入、100%共享，为“简政放权、放管结合、优化服务”改革提供了信息化保障。

深圳税务部门推行“互联网+税务”便民举措，在移动缴税、微信缴税、年所得 12 万

个税一键申报、跨境电子缴税和自然人税务局等方面给了企业帮助。深圳市税收征管已进入信息化、数字化时代，政府部门强化互联网渠道的应用，集成跨部门、跨层级、跨区域的资源，应用大数据开展企业纳税申报的服务，通过数据对比分析推送出企业可能触及的涉税风险。深圳社保通过“互联网+”持续拓宽网上服务路径，采取门户网站、官方微信、社保自助服务终端三位一体模式。33项自助服务功能延伸至社区、医院、银行等服务端点，部分终端开通24小时自助服务。医保移动支付方面，深圳社保与支付宝、微信、平安集团、建设银行、银联云闪付5家支付平台建立合作关系，36家就诊量较大的市区公立医院已开通移动支付，极大便利市民就医。目前，按照集约化模式建设和管理的深圳电子政务资源中心，已经汇聚了153亿多条数据，形成了约1800万人口、232万法人的公共基础信息资源。基于信息资源库，目前深圳市人才引进办理实现“秒批”通过，全程“不见面审批”。

此外，为深入贯彻落实国务院有关深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网文件精神，抢抓工业互联网发展重要机遇，促进工业转型升级，加快先进制造业与互联网深度融合，2018年6月，深圳市政府出台了《深圳市工业互联网发展行动计划（2018—2020年）》和《深圳市关于加快工业互联网发展的若干措施》，力争到2020年，深圳将建成创新驱动、应用引领、生态活跃的全国工业互联网领先地区。预计到2020年，深圳将建成创新驱动、应用引领、生态活跃的全国工业互联网发展领先地区，培育2至3个具有影响力的工业互联网平台及一批创新活跃的解决方案商，扶持一批行业应用标杆，培育5家年收入10亿元以上工业互联网核心产业企业，打造1个工业互联网示范基地。

（三）深圳率先进入“无感支付”时代。

作为推进深圳“智慧城市”建设的一项重要举措，2018年“无感支付”正式在深圳落地。深圳成为全国首个“无感支付”应用城市。

2018年，经过近半年的设计、研发、测试等环节，深圳高速公路股份有限公司宣布实现无感支付技术应用。目前，全国无感支付应用尚处于研究试点阶段，在广东省内，深高速率先完成无感支付技术应用，这是高速公路收费模式的创新，也意味着深圳市乃至广东省在不久将进入无感通行时代。中国银联宣布在深圳等地超过500家停车场陆续开通银联“无感支付”停车。在深圳，用户可通过“银联深圳”公众号或建行手机银行APP、“小猫停车”系列APP开通银联无感支付，即可在车辆入场、离场时通过车牌自动识别实现自动扣除停车费，交通出行体验大为提升。微信支付联合深圳地铁北站枢纽启动全国首个“微信无感支付”城市综合交通枢纽智慧停车场。深圳北站停车场全线接入微信支付并开通无感支付功能。

2018年8月27日，粤港澳大湾区无感支付技术应用与发展论坛在深圳举办。会上共同探讨“无感支付”未来的发展方向与策略，从而改善城市交通，推动深圳的“智慧城市”建设，使“无感支付”成为深圳金融业新一轮的“创新支点”，并将优秀的实践经验推向全国。

2019年，深圳将持续加快电子商务产业发展，以供给侧改革为主线，以增强原创能力为重点，以关键核心技术为主攻方向，推动科技跨越发展、产业优化升级、生产力整体跃升，使电子商务成为经济社会发展的强大引擎和重要驱动力。

（文/深圳职业技术学院管理学院 刘志勇）

2018 年深圳市电子商务大事记

一、2018 年“互联网+文明”推动者大会在深举行

2018 年 1 月 16 日，“新时代：互联网赋能新文明”——2018 年“互联网+文明”推动者大会在深圳 EPC 艺术中心举行。本次大会由广东省文明办担任指导单位，由深圳市文明办、深圳市网信办、深圳市科技创新委主办，深圳报业集团深圳晚报社、腾讯研究院联合承办。

大会当天，深圳市文明办联合腾讯研究院首次发布了“互联网+文明”年度观察报告，从互联网+正能量传播、互联网+终身学习、互联网+全民健身、互联网+公益慈善、互联网+生态环保、互联网+分享合作、互联网+诚实守信七大板块分析和阐述了互联网对新时代文明的促进作用。

作为深圳文化创新发展 2020 项目之一，大会聚焦“互联网+文明”新时代命题，来自政府部门、学术界、传媒界以及互联网界的精英们齐聚一堂，共赴“互联网+文明”思想盛宴，分享最新“互联网+文明”创新案例和实践经验，有针对性地面向城市文明“痛点”，探索“互联网+”解决路径与方法，为科技与文明的交融发展出谋划策。

二、多家深圳电商企业登上独角兽企业榜单

2018 年 3 月，科技部召开新闻发布会，发布《2017 年中国独角兽企业发展报告》。

报告显示，2017 年全国独角兽企业共 164 家，总估值达 6284 亿美元。其中，深圳企业微众银行、优必选、柔宇科技、奥比中光等 14 家企业上榜。

报告显示，北京、上海、杭州、深圳已成为中国独角兽企业的主要聚集区。蚂蚁金服以 750 亿美元估值第一。滴滴、小米分别以 560 亿美元、460 亿美元估值列第二和第三。估值在 30 亿美元以上的深圳企业有菜鸟网络、微众银行、优必选、聚宝汇、腾讯云、柔宇科技等。深圳这批独角兽企业所在行业主要集中在物流、互联网金融、智能硬件和人工智能等领域，以消费升级、互联网技术、商业模式创新为主要驱动力。

三、沪深京穗全面领跑数字经济发展

3 月 30 日，新华三集团数字经济研究院正式发布《中国城市数字经济指数白皮书（2018）》，为 100 个城市的数字经济发展精准画像。上海、深圳、北京、广州四座一线城市全面领跑数字经济发展。

此次 2018 版白皮书将评估城市数量从 2017 年的 40 个扩大到 100 个，进一步完善了中国城市数字经济指数的评价体系，丰富和深化了数据与信息化基础设施、城市服务、城市治理、产业融合 4 个一级指标与 12 个二级指标具体内涵，突出了数据基础、建设成效与产业经济的价值。基于这一评估体系，2018 版白皮书认为，以深圳、上海、北京等城市为首的“领导者”数字经济发展均衡，具有全面

领先优势；以宁波、无锡、贵阳、青岛、重庆等城市为代表的“追赶者”在某些重点领域取得了突破或领先优势，具有进入“领导者”序列的潜质；以绵阳、沈阳、常州、昆明、珠海等城市为代表的“新兴者”数字经济建设初见成效，行将步入快速发展阶段。

四、深圳 500 家停车场开通“无感支付”

4 月，中国银联宣布，将在深圳等地超过 500 家停车场陆续开通银联“无感支付”停车。在深圳当地，用户可在“银联深圳”公众号或建行手机银行 APP、“小猫停车”系列 APP 将车牌号与 62 开头银联信用卡进行绑定，开通银联无感支付，即可在车辆入场、离场时通过车牌自动识别，无需任何操作，从绑定的信用卡账户实现自动扣除停车费，交通出行体验大为提升。

银联无感停车通过将车牌识别技术与银行卡快捷支付技术相结合，为市民带来更加方便、快捷、智能的出行方式。

五、2018 年中国（深圳）电子商务发展论坛成功举行

5 月 25 日，由深圳市经济贸易和信息化委员会主办、深圳市电子商务服务中心执行承办的 2018 中国(深圳)电子商务发展论坛在五洲宾馆举行。论坛以“数领商务·智引未来”为主题，聚焦跨境电商、新零售、区块链、智慧供应链、社交电商等行业风口，热议“数字商务”时代下中国电子商务发展的新机遇。

作为华南地区一年一度的电子商务“风向标”盛会，中国(深圳)电子商务发展论坛迎来

了第 8 个年头，“影响力指数”屡创新高。本届论坛得到商务部、广东省商务厅、深圳市委市政府、电商服务机构、各大行业商协会等单位和机构的大力支持，邀请到来自电商企业、传统企业、行业服务及研究机构、大专院校的 2000 多位代表参会。

六、“深圳连锁经营 50 强”榜单发布 网上销售额同比增长 39.38%

5 月 28 日，2017 年度深圳市连锁经营协会“深圳连锁经营 50 强”榜单发布。华润万家、沃尔玛、天虹、茂业、家乐福、恒波、人人乐、百果园、永旺、苏宁易购、百丽、海王星辰、百胜、金一、顺电、周大生、岁宝、金拱门、维也纳、百佳华、国美、全棉时代等知名品牌企业上榜。

2017 年，深圳连锁经营 50 强企业全国年销售总额达 3373.26 亿元，同比增长 11.97%；网上销售额约 178.08 亿元，比上年增长 39.38%。深圳区域年销售总额为 1219.28 亿元，同比增长 24.88%，占 2017 年深圳市社消零总额的 20.27%；全国年纳税总额为 107.48 亿元，深圳年纳税额为 38.25 亿元。

截至 2017 年底，50 强企业在全国拥有门店数 39226 个，新增门店 7118 个，新增率 18.15%；其在深圳地区拥有门店总数为 5374 个，新增门店 764 个，新增率 14.22%。为全国提供 56.33 万个就业岗位，为深圳提供 25.95 万个岗位。

七、深圳邮政与深圳海关打造全新邮政国际运营中心

据深圳海关透露，近 3 年来，深圳关区进

出邮件保持了 37% 的年增长速度。2017 年，监管量突破了 2.2 亿件，升至全国第二。今年前 4 个月，监管量达到了 8600 万件，跃居全国第一。

为推动业务发展，进一步提升物流效率，深圳邮政与深圳海关联手打造了全新的深圳邮政国际运营中心。该中心于 5 月 30 日举行启动仪式，正式上线运行。该中心占地面积 2.1 万平方米，主要承接国际小包、国际包裹、信刷、E 邮宝、EMS 等国际邮件业务及跨境电商业务的处理。现场安装了双环全自动生产设备，实现国际邮件处理从每小时 3 万件到每小时 6 万件的飞跃，日处理量峰值可超过 200 万件。同时，通过强大的园区卡口管理系统、仓储管理系统、关邮通系统、统一查验平台等，可实现邮件生产管理、邮件运输管理、邮件仓储管理、海关查验、海关监管、车辆管理等功能，确保邮件处理安全智能、顺畅高效。该中心的启用，将为深圳邮政国际寄递业务发展提供新动力，为跨境电商客户提供快速便捷的通关保障，促进深圳跨境电商更快更好发展。

八、“深圳标准”引领全球跨境电商发展

6 月 1 日，由深圳海关编制的跨境电商综合试验区单一窗口地方标准（第 1—7 部分）（编号：SZDB/Z304.1-2018 ~ 304.7-2018）正式发布实施。这是 2016 年国务院在深圳设立中国（深圳）跨境电子商务综合试验区以来，深圳海关不断完善制度建设、抢占制度高地取得的重要成果，将有力促进深圳乃至全国跨境电子商务综合试验区单一窗口服务的规范化建设，提升国际贸易便利化水平。

九、全国 13 个跨境电商综合试验区城市排行榜出炉：深圳第一

7 月 19 日，国内知名电商智库——电子商务研究中心发布《2017 年度中国城市跨境电商发展报告》。报告对全国 13 个跨境电商综合试验区城市进行分析，了解各城市发展现状、政策措施、存在问题、发展建议等。据悉，该报告也是目前国内首份专门针对跨境电商综合试验区方面的研究报告，并发布了《2017 年全国 13 个跨境电商综合试验区城市排行榜》。

报告从交易规模、成长空间、产业渗透、支撑环境、平台集聚五个指标对 13 个跨境电子商务综合试验区城市进行总体排名。根据综合各项指标数据，深圳 95.99 分排名第一、广州和杭州分别排名第二和第三，分值各为 92.26 分、90.77 分。

十、两部门联合印发《深圳市关于推进电子商务与快递物流协同发展实施方案》

7 月，深圳市邮政管理局联合市经济贸易和信息化委员会印发《深圳市关于推进电子商务与快递物流协同发展实施方案》（以下简称《实施方案》），提出以制度创新、规划协同为引领，以规范化、智能化、绿色发展理念为发展方向，充分发挥深圳物流业和电子商务产业优势，集聚各类要素资源，加快推进电子商务快递物流基础设施建设和网络布局，促进电子商务与快递物流协同发展。

十一、深圳开出全国首张区块链电子发票

8月10日，全国首张区块链电子发票在深圳实现落地。当天，在国家税务总局副局长任荣发、深圳市副市长艾学峰、国家税务总局深圳市税务局局长张国钧以及多位纳税人代表、媒体代表的共同见证下，国贸旋转餐厅开出了全国首张区块链电子发票，宣告深圳成为全国区块链电子发票首个试点城市，也意味着纳税服务正式开启区块链时代。

此次推出的区块链电子发票由深圳市税务局主导、腾讯提供底层技术和能力，是全国范围内首个“区块链+发票”生态体系应用研究成果，得到国家税务总局的批准与认可。区块链电子发票具有全流程完整追溯、信息不可篡改等特性，与发票逻辑吻合，能够有效规避假发票，完善发票监管流程。

十二、深圳拟出台《深圳国际消费中心城市三年行动计划》

9月3日，深圳市经济贸易和信息化委员会起草的《深圳国际消费中心城市三年行动计划（征求意见稿）》向社会公开征求意见。

《意见》提出到2020年，全市消费贡献度、业态创新度、品牌集聚度、时尚引领度、环境国际化迈上新的台阶，成为全球消费创新重要策源地、国际品牌的“重要驻地”、中国制造的“世界橱窗”、引领潮流的“时尚之都”、世界消费电子新品首发地，基本建成具有国际竞争力的消费中心城市。

《意见》提出用5年左右的时间，聚力实施以商业名街创建、口岸经济带建设为重点，消费供给提质、消费业态创新、消费促进推广、消费环境营造、消费改革攻坚为支撑的七大行动。

在提升消费品供给水平方面，意见提出促进进口商品跨境电商发展，鼓励大型零售企业“走出去”建立海外采购中心或直采集地，增加高质量商品进口；开展供应链创新应用试点，建设完善一批满足全球采购、全球配送的供应链综合服务平台，为消费品进口提供供应链一体化综合服务。

十三、深圳入选全国供应链创新与应用试点城市

10月16日，商务部、工业和信息化部、生态环境部、农业农村部、人民银行、市场监管总局、银保监会、中国物流与采购联合会联合发布全国供应链创新与应用试点城市名单，深圳、中国（广东）自由贸易试验区深圳前海蛇口片区等55个城市地区入选。

同时，深圳金雅福控股集团有限公司、深圳市创捷供应链有限公司、深圳市东方嘉盛供应链股份有限公司、深圳市飞马国际供应链股份有限公司、深圳市富森供应链管理有限公司、深圳市华富洋供应链有限公司、深圳市普路通供应链管理股份有限公司、深圳市旗丰供应链服务有限公司、深圳市怡亚通供应链股份有限公司、深圳市英唐智能控制股份有限公司、深圳市正负极供应链管理有限公司、深圳市中农网有限公司、深圳越海全球供应链有限公司13家企业入选全国266家供应链创新与应用试点企业名单。

十四、第八届中国智慧城市发展水平评估深圳综合得分居首

2018年11月，在北京召开的2018智慧中国年会发布了第八届中国智慧城市发展水平

评估结果，深圳获评领先奖，综合得分全国排名第一。值得一提的是，这是一项非常权威的评估活动，主办方从智慧城市建设成效显著、入选国家智慧城市和信息惠民试点的城市中，选取 100 个样本城市，评估指标主要包含智慧基础、智慧治理、智慧民生、数字经济、创新环境 5 个一级指标、16 个二级指标。

新型智慧城市建设，深圳处于第一梯队。国家信息中心发布的《中国信息社会发展报告 2017》显示，深圳信息社会指数达 0.88，连续 4 年位居全国地级以上城市第一，成为国内率先进入信息社会发展中级阶段的城市。同时，中国社科院信息化研究中心最新发布的《第八届（2018）中国智慧城市发展水平评估报告》称，深圳智慧城市发展水平指数达 76.3，位

居全国第一。

目前，深圳已打造出全市统一公共信息资源库和政务信息资源共享交换平台，其中公共基础信息资源库中的人口、法人、房屋数据量已达 58 亿多条，政务信息资源共享平台已接入全市 36 个市级单位和 10 个区（新区），资源目录共 5200 多类，信息指标项达 16 万多个，每天数据交换量超过 2000 万条。数据共享，受益的是企业和市民，深圳相继推出“不见面审批”“秒批”“刷脸”等便民利民措施，减轻企业负担，让市民少跑腿。

（文/ 本刊编辑部整理）

浅析跨境电商国际税收标准的国际应对及展望

2018年6月21日，美国联邦最高法院在“南达科他州诉维法尔公司案”中裁定各州可向电商开征销售税；澳大利亚政府自7月1日起实施进口商品GST缴纳新政，对跨境电商征收10%的增值税。山雨欲来风满楼，各国对跨境电商税收政策的推陈出新，标志着全球跨境电商行业萌芽与初创时期的各种优惠或宽松政策正在被取消，合规时代已然来临，国家政策、国际规则尤其是税收政策将在今后跨境电商的发展中起到重大影响作用。

本文旨在探讨跨境电商的发展对国际税收规则的影响，帮助跨境电商企业熟悉国际税收环境，合理规划自身发展，积极参与国际竞争，尝试分析判断未来国际税收改革趋势，对完善跨境电商国际税收标准框架提出建议。

一、跨境电商对国际税收规则的冲击

在跨境电商的初期发展阶段，大多数国家或地区提供了非常宽松、优惠的环境。随着跨境电商交易额增长，尤其是因为对低价值货品免税、常设机构判定等政策造成居民企业、非居民企业、传统贸易企业和跨境电商企业的巨大政策差别，对一个国家财政收入的影响以及与传统贸易的不公平竞争所带来的社会压力越来越大，促使各国纷纷调整国内税收政策，修改常设机构概念，打击人为避免常设机构的构成，降低起征点，打击逃避税，公平市场环境。国际税收政策作为国内政策的外延也必将逐渐成为各个国家及跨境电商企业今后不可回避的问题。

以跨境电商为代表的数字经济的迅猛发展给传统的国际税收规则以及税收征管均带来了猛烈的冲击，主要表现在以下几个方面。

（一）实体存在及经济关联性难以确定。

各国现行的税制设计及国际规则都基于传统行业须实体存在方可在市场所在地大量销售商品和服务，以及确保来源国具有相应管理能力对非居民企业形成的征税权。而电子商务与传统的交易方式相比，一个重要特点就在于电子商务是一种无边界交易，丧失了传统交易中判定实体存在的地理因素和物理存在等经济关联性指标。非居民企业以往虽然也能够没有实体存在的情况下向某一国家销售产品和服务，但现代通讯技术的发展和跨境电商的出现，使过去这种规模不可能剧增的情况变得可能且已成为现实，实体存在的消失动摇了纳税主体判定的基础，是不是纳税人，谁是纳税人变得越来越难以认定。

（二）收入定性缺乏标准。

数字经济新型商业模式下，应税所得的计算日益变得模糊、复杂，其主要表现为两个方面：一是数字经济商业模式下产生的所得对现行的所得定性识别规则构成了严重冲击，即交易类别难以划分。由于越来越多产品和服务的数据化，在线电子商务交易方式模糊了传统所得税法关于各类所得的区别界限，尤其是营业所得、劳务报酬和特许权使用费所得及财产转让所得之间的区别。在各种新的数字经济商业模式下产生的有关款项支付所得，如何按照目前的收入定性原理和规则确定其属于何种性质

所得，以保持与传统商业模式下所取得的类似所得的税务处理一致，有待于形成国际共识标准。例如提供云计算服务获取的收入定性问题，未来的 3D 打印技术广泛运用可能引起收入定性问题。二是交易定价难以确定。数字经济环境中企业从市场地国的用户收集的大量数据资源，是价值创造过程中的重要投入，但在现行税法规定的利润分配要素中却无法得到确认，用户数据的量化估值和利润归属分配，在现行所得税法和税收协定中没有相对应的标准和规则，从而无法使各种数据的价值反映在企业的资产负债表中。因此，如何评估量化数据的价值成为一个异常复杂的问题。

（三）征税权的划分争议较大。

税收管辖权划分中一个重要条件是价值创造原则。当前国际社会对税收管辖权划分的研究中，更多的是偏向于属地性质课税联结点，而对创造价值关联要素的重视还不够，这是传统国际税收利益格局固化的体现。价值创造原则讲究的是价值在哪个国家创造出来，哪个国家就有企业所得税征管权。但是，跨境电商的特点就是无国界，公司与用户位于多个国家，传统判定经济关联性因素的消失使得价值创造原则显然越来越难实现了，随着各个国家纷纷对跨境电商开始征税，多个国家间的征税权益划分竞争问题自然不可避免。如果不能清楚的界定，身处其中的跨境电商企业很容易要么被双重征税，要么双重不征税。

（四）企业所得税避税问题愈趋严重。

跨境电商企业所得税避税问题的严重性可从两方面体现出来：一是税基侵蚀和利润转移（BEPS）问题日益突出。跨国企业利用数字经济交易方式和商业模式人为地规避在市场地国构成“固定营业场所、常设机构”这类应

税实体，或者通过重组其全球价值链，人为地将市场地国境内履行的企业功能、使用资产或承担风险降至最低，从而减少相应跨国所得的分配份额，将更多的利润额转移到低税负或无所得税的避税港关联企业账上，实现国际避税目的。近年来，苹果、亚马逊、谷歌等国际避税案越来越频繁地发生，反映出 BEPS 避税问题难以控制。二是国际税收征管能力跟不上经济发展。交易主体的虚拟性和隐藏性、交易内容的数据化和交易方式的无纸化，对税务机关识别交易的性质（境内交易还是跨境交易、B2C 还是 B2B 交易）、有效监控税源造成了巨大困难。近年来，企业避税问题给各国带来了巨大损失，而反避税相关对策的研究成为各国的首要任务。

（五）成本与收入失衡。

对税务机关而言，以往基于成本考虑给与免税的碎片化、低价值的交易在跨境电商的出现后发生了根本性的变化，跨境电商不仅仅将大量的碎片化、低价值的交易集合成庞大的交易，而且不断蚕食和冲击着传统的不予免税的交易，一方面免税或低税政策被滥用，一方面通过价格优势挤压应税交易的空间，这一状况导致大量税款流失的同时，也加剧了市场上的不公平竞争。

效率原则是税收的基本原则，但是跨境电商的出现，使得该原则也面临着冲击。目前国际上税收协定主要是关于所得和资本方面的，在增值税等间接税方面，还没有一个标准、有效的框架去统一或规范保证增值税在消费者所在管辖地征收。对跨境电商，尤其是中小企业而言，由于缺乏一个国际标准向众多税务机关办理大量异地交易价值的核算、征收以及缴纳，从而导致纳税遵从的困难和高昂的成本。

二、完善跨境电商国际税收标准的国际应对及未来展望

（一）BEPS（税基侵蚀和利润转移）计划对跨境电商的影响。

综观近几年 OECD（经济合作与发展组织）的研究成果，可以看出，OECD 针对现有国际税收规则无法解决的问题提出了具体对策，通过修改常设机构定义以及实施预提所得税等对规则不断修订。一方面，OECD 扩展了传统常设机构定义的范围，强调了“非独立代理人”的问题；另一方面，提出了“实质性存在”这一概念，包括数字化或其他形式的实质性存在，以此来代替常设机构标准。这些定义的修改正好与跨境电商等具有数字经济特点的虚拟性相契合，为数字经济环境下来源地国行使税收管辖权找到了新的连接因素。

在 BEPS 行动计划方案中，对于如何解决诸如跨境电商等数字经济给税收带来的挑战，OECD 给出的只是建议方案，但承诺对数字经济的税收问题将持续监控和研究。

在大力发展中国智造的历史时刻，作为电子商务市场的消费大国和供应大国，中国应抓住国际税收规则重塑的历史机遇，站在发展中国家的立场，积极开展数字经济的税收规律研究，主导数字经济国际税收规则的制定，促进世界税收征管的有序合作。我国跨境电商在发展壮大的过程中也需要及时了解国际税收领域关于跨境电商政策动态，及时调整战略，顺应规则，谋求发展。

（二）探讨制定统一的增值税（VAT）等间接税国际税收规则体系。

很多增值税管辖区对低价值货品进口实行免征增值税，主要是基于征管和遵从成本考量，

这也是跨境电商具有价格优势的重要原因。但是，随着跨境电商的发展，实行低价值货品免税的地区均发现未被征税的低价值货品的进口数量急剧增长。由此不仅导致增值税收入下降，而且加剧不公平竞争，本地供应商压力加大，产生外迁动力，对一国经济产生负面影响。

若要保障税收收入及避免影响公平竞争，就需要采用较低的起征点，减少免征增值税的货品数量和范围；而如要保持征收成本和遵从成本相对于所征收的增值税收入处于合理水平，又需要采用较高的起征点，排除更多的低价值货品被征税。难点在于两者之间如何寻找到平衡点且被纳税人滥用。同时，还要考虑到其他国家的起征门槛，因为跨境电商很容易借助数字技术将公司迁移。因此制定一个统一的国际间接税（增值税）规则显得尤为重要，尤其是现阶段首先制定一个广泛接受的能解决低价值商品进口环节征收增值税问题的方案迫在眉睫，既降低征管和遵从成本，保障税收收入，避免竞争扭曲，又给跨境电商从业者以确定性。

OECD 财税委员会第 9 工作组和其他平等参与的 BEPS 伙伴成员一道研究出台了《低价值进口货物的 VAT/GST 的税款征收》研究报告，该报告关注低值货物增值税的进口征收，进口关税的征收通过世界海关组织（WCO）修订后的京都公约规定“微小临界值”方案来协调解决。

《低价值进口货物的 VAT/GST 的税款征收》报告描述了典型的销售供应链、小包裹的清关和配送，以及在这个过程中购买方、销售商、电子商务平台、运输方、金融中介机构和海关/税务机关相关利益方的角色，提出了低价值商品进口环节征收 VAT/GST 的四种主要方式：传统征收模式、销售商征收方式、购买

方征收方式和中介征收方式，或者是四种方式的选择组合。

跨境电商从业者应该结合自己的经营特点，了解业务主要覆盖国家的立场和选择，未雨绸缪，及时调整、规范自己的业务模式，与相关税务部门加强沟通，做好业务开展与税务管理的衔接。

（三）重新审视传统的征纳关系，借鉴跨境电商发展完善征管规则。

重塑和建立新的国际税收规则是一场颠覆性的革命，不是一朝一夕的改革。修订更新现有规则体系适应当前经济发展是一条现实路径。跨境电商的发展将以往国际税收规则中的附则变成了主题、将低价值的零星交易集合成了海量交易，其变化的原因来自于社会的发展和科技的进步，来自于对现代通讯和传输技术的使用。税收征管也应以此为鉴，将信息新技术融入国际税收管理非常有必要。举例来说，区块链技术是近年兴起的分布式记账新技术，具有去中心化和去人工信用等特点，拥有强大的记录和防篡改功能。使用区块链技术能确保税收数据的唯一性、确定性与不可篡改性，有助于提高税收征管效率。目前，越来越多的国家开始使用网络合规机构注册制度，而区块链的技术特点恰与合规机构注册制度的技术要求高度兼容。可以预见，这一技术的使用将大大改进税务机关对数字经济征管不利的局面。同时，在经济行为的分析上、收入数据的收集上、纳税人的登记管理上和税款的扣缴征收上积极的学习现代企业，充分的利用互联网技术，以更开放的心态建立起多维度的国际化的征纳关系，重塑征管体系，适应时代发展。

（四）规划制定着眼于未来的直接税国际税收规则新体系。

传统所得税税收规则的制定是基于一定的经济关联，也就是纳税人的实体存在。而跨境电商最大的特点就是随着数字科技的发展，很多情况下已不需要广泛设立实体而进行，即使必须有实体存在，也很容易被避免。如 OECD 税收协定范本中关于“辅助性”“准备性”功能不构成常设机构的规定，很容易被跨境电商利用现代网络技术进行分割来满足这一要求。这一现状对现在的关于实体存在的规则是否仍然适合提出了挑战。

2018 年 3 月，G20 财长和央行行长会议公报指出：将继续致力于在全球范围内实现公平、现代化的国际税收体系，欢迎国际合作和有利增长的税收政策；致力于实施 BEPS 的一系列措施，经济的数字化对国际税制的影响仍然是关键。

随着数字技术的发展，跨境电商企业的一些相应的经济特征也在持续增加。例如对现代技术等无形资产的高度依赖、人员及管理的高流动性、计算机自动化和云计算的使用、不需要实体存在服务客户的能力，以及不断变化的盈利模式和客户角色等，这些特征都对目前基于功能、资产和风险分析从税务上确定经济活动发生地和价值产生地的实践提出疑问。通过对常设机构相关条款的修订和再认识，以及探究采取“实质性存在”新的联结标准可能会暂时性解决当前面临的问题，但远远不能适应数字经济时代发展的需求。有必要借助于对跨境电商的国际税收标准框架的研究打开重塑国际税收规则的大门，在 BEPS 背景下，积极参与着手考虑建立基于新时代经济发展特征的直接税国际税收新规则。

（五）深化多边合作，充分认识完善跨境电商国际税收标准框架的意义。

2016 年的 G20 杭州峰会通过了《G20 数字经济发展与合作倡议》，其中在税收方面提到：“应关注税收的相关问题，譬如，确保有效地支付国际电子商务税收，尤其考虑 BEPS 问题。”

跨境电子商务这一贸易形式具有全球化、网络化和开放化的特点，电子商务交易活动也具有高流动性和隐匿性，适用于传统贸易形式的税务征管系统获取交易信息的能力大为减弱。结合我国电子商务的发展现状，对于跨境电子商务这一新的贸易手段，我们既要坚持税收中性原则，平等地对待不同的贸易形式，顾及广大纳税主体的利益，也要积极加强国际协作，

参与国际交流，制定国际规则，维护国家税收利益。中国应发挥主导者的影响力，积极呼吁并主动参与制定国际税收新规则，加强与世界各国的沟通协调，就跨境电商税收问题，开展双边或多边谈判。

建立具有统一指导作用的跨境电商国际税收标准框架，有利于促进经济全球化和贸易公平和自由化，增加政策确定性和税收确定性，净化跨境电商国际经营环境，建立守法经营、公平竞争的经营秩序，促进全球跨境电商产业的健康成长。

（文/深圳职业技术学院管理学院 邹心之）

征稿启事

《电子商务动态》编辑部诚挚地感谢各位领导和业内人士的关注和支持，真诚地希望该刊物能成为国内电子商务相关人士的交流阵地。

本刊欢迎政府主管部门、企业家、电子商务从业者、专家学者、科研机构、媒体等来稿。投稿邮箱：dsdt@szecsc.org.cn。来稿请采用word编排，每篇不超过6000字，并注明作者姓名、单位、通信地址、联系电话。稿件一经采用，即付丰厚稿酬。相信您的文章一定会为本刊增色。期待您的来稿！

《电子商务动态》编辑部

深圳市连续性内部资料准印证
粤内登字B福田第1034号

通信地址：深圳市福田区金田路4028号
荣超经贸中心大厦6楼602室

邮 编：518035

联系电话：0755-88916850

传 真：0755-83786186-8888

电子邮箱：dsdt@szecsc.org.cn

内部资料 免费赠阅