

网上中国

云中漫笔

开放环境破浪 法律政策护航

## 跨境电商再迎发展良机

本报记者 刘 屹

临近春节，电商“年货节”花样百出，跨境电商也越发忙碌。近年来，中国成为全球跨境电商最大、发展最快的市场。消费者足不出户，就能轻松“全球购”，享受来自世界各地的优质产品。随着中国开放的大门越开越大，相关部门陆续出台实质性的利好政策，再加上《电商法》的保驾护航，跨境电商有望进入健康、快速发展的新时期。

## 市场潜力越挖越大

跨境电商的强势，让“双11”的国际化合程度进一步提高。商务部数据显示，从2018年11月1日至11日，跨境电商进口商品销售额超过300亿元，国内某知名电商平台一家就引入75个国家和地区的近1.9万个海外品牌商品参与促销。

内需市场的巨大容量和互联网的发展，让国内消费者逐渐养成了通过跨境电商“海淘”的习惯。许多跨国公司负责人表示，随着中国居民收入水平的提高和消费理念的改变，中国市场的潜力只会越挖越大。

据电子商务研究中心统计数据，2018年上半年中国跨境电商进口交易规模达1.03万亿元，同比增长19.4%。截至2018年6月底，我国经常进行跨境网购的用户达7500万人。

跨境电商的发展，也为整个物流体系的运行、管理和服务带来新的商业模式和新的运营体系。对此，国际物流企业感触尤深。FedEx（联邦快递）中国区市场部董事总经理陈文红此前表示，近年来无论是B2B（企业对企业）还是B2C（企业对客户）领域，中国进口增速远高于出口增速，是全球跨境电商发展最快的市场。

一系列及时有效的改革举措也促进了跨境电商的成长。例如，2018年11月召开的国务院常务会议决定，延续和完善跨境电商零售进口政策并扩大适用范围，从而更大激发消费潜力。

## 电商平台抢抓机遇

随着跨境电商在中国对外贸易中的



山东青岛西海岸新区保税物流中心（B型），一辆装载货物的集装箱车在等候通关。

角色越发重要，各大电商企业也抓住机遇，竞相布局。在去年举行的中国国际进口博览会期间，阿里、苏宁、京东等电商平台，纷纷宣布各自的进口计划，并借机采购商品、开拓货源。其中，苏宁发布了3年全球百亿欧元采购计划，将在全球范围内进行大规模采购，有超过一半的采购金额用于家电、母婴、超市美妆百货等优质生活方式类商品。

与此同时，中国跨境电商的蓬勃发展也给海外商家提供了进军中国市场的新渠道。许多国际知名品牌把中国跨境电商企业作为入华首选贸易伙伴。专家表示，中国消费者进口消费逐步走向常态化，进口消费群体呈现更年轻化特征，这些都为跨境电商更快发展提供了坚实的基础和发展的新机遇。

抢抓机遇的不止电商企业，还有各地政府。2018年7月，国务院同意在北京、呼和浩特、沈阳等22个城市新增设立跨境电商综合试验区，积极深化外贸领域“放管服”改革。截至2018年，我国跨境电商综合试验区数量已达到35个。多地试验区推出相关改革措施，实现跨境电商自由化、便利化、规范化发展。

业内人士预计，未来中西部地区将会成为跨境电商的发展重点，而“一带一路”国家将作为跨境电商开拓的重点，打开供给侧改革的新通道。

## 利好政策鼓励发展

随着跨境电商相关利好政策的实

施，中国跨境电商的发展有望进入“黄金时期”。从今年元旦起开始实施的电子商务法明确，国家促进跨境电子商务发展，建立健全适应跨境电子商务特点的海关、税收、进出口检验检疫、支付结算等管理制度，提高跨境电子商务各环节便利化水平，支持跨境电子商务平台经营者等为跨境电子商务提供仓储物流、报关、报检等服务。

2018年底召开的国务院常务会议则指出，在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、63个税目商品。此外，财政部、海关总署、税务总局联合发布通知称，调整跨境电商零售进口税收政策，提高享受税收优惠政策的商品限额上限，扩大清单范围，通知自2019年1月1日起执行。

专家指出，这些举措将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。

在鼓励和引导发展的同时，也应加强对跨境电商的监管。据国家市场监督管理总局统计，近年来，涉及跨境电商的投诉举报呈直线上升态势，其中奶粉、食品、尿不湿、保健品和化妆品等产品的投诉量最高。如何让消费者“淘”得放心，是跨境电商必须回答的问题。

对此，电子商务法明确，电商经营者从事跨境电子商务，应当遵守有关进出口监督管理的法律、行政法规。国务院常务会议也明确，将按照包容审慎监管原则，依法加强跨境电商企业、平台和支付、物流服务商等责任落实，强化商品质量安全监测和风险控制。

## 数据造假的算盘不能打

汪灵犀

“您是否在烦恼，公众号文章点击量低，经营了这么久还是没效果？我们来帮您解决”“微博代运营，帮您提供一条龙的管理、运营、推广、营销服务”。

这是笔者在某购物网站上，随手点进几家网店看到的“宝贝”详情。这些店家卖的是社交账号推广运营服务，其实就是曾经的“微信加粉”“刷阅读量”“加点赞数”服务，月销量在几千甚至上万。

数据造假，花招迭出，渐成顽疾。诚然，衡量作品的传播效果，离不开必要的流量。从电视节目的收视率，到电影市场的票房数，再到网络内容的点击量……相关统计数字，为内容产业提供了重要的评价标尺，也有助于用户降低甄别和筛选的成本。特别是在互联网世界，流量指标尤其重要。然而，一旦“流量大于一切”成为突出倾向，巨大的流量黑产也将相伴而生。这些现象造成的危害很明显，不仅影响内容的输出质量、原创者的创作热情，使“劣币驱逐良币”，更会伤害行业生态，消耗公众的信任。

确保内容产业在健康的轨道上发展，重典治乱、对症下药是关键。要从对流量的盲目崇拜中走出来，把以品质为核心的评价导向树立起来。成熟的市场，不仅呼唤高水准的作品，也呼唤科学的评测机制和高素质的观众。从文化产业长远发展的角度出发，需要思考怎样才能建立更科学的评测机制，引导市场良性竞争。遵循公平、公正、透明的原则，破立并举、完善机制，才是维护良好行业生态的治本之道。

要规范市场秩序，让违规者付出代价。冰冻三尺非一日之寒，整治行业乱象，不仅需要行业自身痛定思痛，努力改进，还要加强整治与监管。坚决反对“唯票房”“唯收视率”“唯点击率”，破除“唯流量”的顽疾，这不仅是社会共识，也成为近年来鲜明的政策导向。众多业内人士都曾公开发声抵制，有的还在全国两会形成相关提案；有的视频网站宣布关闭前台播放量显示，告别“唯流量论”；国家多个部门在制度和监管力度上也都走在前列，打击数据造假，产生刚性约束效果。

内容产业勃兴的源泉，在于人民群众日益增长的精神文化需求。努力供给更多优质内容产品，方能满足人们日益分众化、多元化的需要。随着治理力度的加大、行业规范的明确、平台监管的强化，数据流量造假者需付出的代价将越来越大。坚持思想精深、艺术精湛、制作精良，才是内容产业真正赢得观众、赢得市场的不二法则。

互联网大咖秀



## 柯曼：看好新兴市场

海外网 吴正丹

互联网时代，企业管理不仅靠体制和人治，管理软件的应用也为企业效率的提升做出了重要的贡献。如今，许多世界五百强企业都在使用SAP（思爱普）公司的管理软件产品。在亚洲地区，SAP全球高级副总裁柯曼为SAP业务的推广做出了重要贡献。现在，由柯曼领导的SAP全球实验室网络已覆盖了17个国家和地区，建立起20个研发中心。

柯曼1967年生于德国康斯坦茨。求学时，他在德国路德维希应用科技大学拿到了学士学位，并取得了欧洲工商管理学院的工商管理硕士学位。柯曼有着自己的人生规划，他在毕业后没有立刻投身职场，而是选择用一年的时间通过旅行来了解世界各地的文化。在亚太地区周游一番之后，柯曼来到了印度。最初只是一次短暂的印度乡间之行，但金碧辉煌的庙宇与神秘莫测的宗教文化令柯曼大开眼界；更令他意想不到的当地人的友善与好客。

不久后，柯曼就再次来到印度，开始了他的职业生涯。最初，为了更快地融入印度的职场文化，柯曼参加了一个跨文化研讨会，从问候的习惯这类基本的礼仪学起，很快就适应了当地的工作氛围。柯曼的主要工作是确保SAP公司在全球各地的实验室保持密切合作，实现战略一致性，并引领研发团队不断创新。他的职责范围主要在新兴市场，目睹了印度经济的飞速发展，柯曼确信全球经济的重心已经转移到了亚洲。为此，他通过自己的文章和著作向西方世界介绍了自己的商业实践以及新兴市场的潜力。同时，柯曼也担任了不少社会职务，如东亚协会的董事会成员和印德咨询理事会成员等。

柯曼的家庭生活也充满着东西方文化交融的乐趣。他和妻子带着三个孩子住在印度班加罗尔，他们的儿子喜欢打板球，这项运动在印度堪称国球，风靡男女老少；他们的女儿喜欢看莱坞的电影，对印度的歌舞影视文化十分着迷。这两个孩子因为出生在印度，都已经把这里当成了自己的故乡。

## 实体书店迈进互联网时代

本报记者 张鹏禹

## 注重体验 优化服务

创立于1937年的新华书店，作为中国最著名的图书发行企业，曾是一代又一代读书人心目中的文化圣地。近年来，随着网上购书的兴起，逛实体书店的人越来越少了，在实体书店经营日衰的一片担忧声中，光顾新华书店的读者却意外发现，昔日的老门店已经实现了华丽变身。

在新华书店总店城市书房，读者发现，进门处设置了一个人脸识别导购区，在机器前站立一会儿后，系统会根据读者的面部特征做出图书推荐。据介绍，这一功能基于人脸识别与人工智能技术，可以根据读者年龄、性别、购书历史等信息推荐图书，随着使用次数的增加，人工智能的学习功能可以使推荐更契合读者的口味。这种借助互联网科技优化购物体验的做法已经成为不少实体书店转型升级的新方向。

传统实体书店找书难历来颇受读者诟病，智能购书服务彻底解决了茫茫书海一书难寻的困扰。山东新华书店集团临沂分公司旗下智能社区书店的经营模式让人耳目一新：读者可以通过物联网智能识别技术，实现目标图书的精准定位，还可在结账区感应所选图书，实现微信支付“一键买单”。这样既节省了读者的时间，又降低了书店运营成本，提高了实体书店的竞争力。

在广东新华发行集团股份有限公司研发的“悦go”读者自助购书小程序上，查书、找书、购买、支付、打印小票各环节均可实现自助服务，读者再也不用为找不到营业员咨询犯愁了，更免除了排队之苦。

据悉，浙江173家新华书店全部实现了手机查询、手机购书等全流程自助服务。山东新华发行集团股份有限公司也推出集查书、智能导购、购书交款、活动体验、榜单推荐等功能于一身的“智慧书城”手机应用。

## 政策扶持 多元经营

作为重要的城市文化空间，实体书店日益受到人们重视。国家相继出台扶持政策，在留住更多实体书店的同时，促进其转型升级，更好地适应图书市场新常态。

早在2014年，武汉、西安等城市就曾发布实体书店转型升级扶持办法。在2016年国家11部委《关于支持实体书店发展的指导意见》出台后，各省市相继制定了地方性实体书店发展细则。在政策支持下，各地实



一名读者在西安市未央区一家书城仔细观看“书墙”。

新华社记者 邵 瑞摄

体书店纷纷朝着“互联网+”、跨界营销、品牌化、个性化等方向发展。

其中，2018年北京市出台的《关于支持实体书店发展的实施意见》，支持实体书店与影视娱乐、创意设计、文化旅游等相关行业融合发展，打造多元经营的文化休闲空间。

北京单向空间书店几乎每周末都会举办线下读书沙龙和讲座。去年11月举行的《故事星球》分享会上，该书的作者彭扬介绍了为青年创业者立传的初衷。负责该书宣传推广的北京十月文艺出版社编辑樊金凤介绍说：“相比于传统的大学教室和报告厅，在单向空间书店做这个活动更开放，形式更活泼。单向空间是城市中产和文艺青年们经常光顾的一家书店，这里的读者可能对书中内容更感兴趣。”

北京SKP的RENDEZ-VOUS时尚创意书店独具一格的装饰、丰富多彩的线下活动、琳琅满目的文创产品吸引了大量读者光顾。读者常宇峰介绍说：“现在许多读者来书店并不是为了买书，而是享受书店的文化氛围。在工作之余，买杯咖啡，随手翻一翻感兴趣的书籍对上班族来说是一种放松。”

在国家政策扶持下，实体书店在融入互联网时代的同时，更通过多样化经营打造城市文化新空间。布局合理、特色浓郁、多业融合的实体书店发展新格局，将为广大读者提供更加舒适、智能的阅读空间。期待实体书店的明天更加美好。