

# 九部门:拓展跨境电商出口 推进海外仓建设

据商务部网站消息,商务部、国家发展改革委、财政部、交通运输部、中国人民银行、海关总署、税务总局、金融监管总局、国家网信办等9部门发布关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见。意见具体内容如下:

## 积极培育跨境电商经营主体

大力支持跨境电商赋能产业发展。指导地方依托跨境电商综合试验区、跨境电商产业园区、优势产业集群和外贸转型升级基地等,培育“跨境电商赋能产业带”模式发展标杆。鼓励有条件的地方聚焦本地产业,建设产业带展示选品中心,与跨境电商平台开展合作,设立产业带“线上专区”。支持依法合规引入数字人等新技术,通过网络直播等方式拓展销售渠道,带动更多优势产品出口。鼓励地方立足特色优势支持传统外贸企业发展跨境电商,建立线上线下融合、境内境外联动的营销服务体系。

提升服务跨境电商企业能力。支持有条件的地方对本地贸易规模大、带动效应好的跨境电商企业“一企一策”提升“一对一”服务能力。符合条件的电子商务技术等企业可按规定申报高新技术企业或技术先进型服务企业,培育壮大一批科技领军企业。持续推进品牌建设,鼓励有条件的跨境电商企业建设独立站、海外品牌运营中心,增强品牌培育能力,积极履行社会责任,塑造良好企业形象。

支持跨境电商企业“借展出海”。支持跨境电商平台、出口、支付、物流、海外仓等企业参加中国进出口商品交易会(广交会)、全球数字贸易博览会等重点展会。支持按市场化原则提升现有地方性跨境电商展会办展水平,针对重点产品、重点市场举办海外专场推介、对接活动。鼓励有条件的地方组织企业赴境外参展,

为跨境电商企业提供更多展示对接平台。

加强跨境电商行业组织建设与人才培养。充分发挥地方行业协会作用,加强跨境电商行业自律,引导有序竞争,提升维权能力。指导有条件、有意愿的主体研究申请建立全国性跨境电商行业组织。鼓励有条件的地方出台跨境电商行业高层次人才认定标准,将相关领域人才纳入人才需求目录和高层次人才目录,结合实际配套出台支持举措。落实好现行相关个人所得税优惠政策。鼓励高校通过全日制和非全日制方式开设“跨境电商+小语种”相关课程,为跨境电商出口企业开拓新兴市场提供人才支持。

## 加大金融支持力度

畅通跨境电商企业融资渠道。鼓励金融机构探索优化服务模式,为具有真实贸易背景的跨境电商企业提供金融支持。鼓励优化出口信用保险承保模式,为跨境电商国内采购提供保障。

优化跨境电商资金结算服务。支持跨境电商企业按规定将出口货物在境外发生的营销、仓储、物流等费用与出口货款轧差结算。简化小微跨境电商企业外汇收支手续,进一步拓宽结算渠道。支持符合条件的银行和非银行支付机构按规定凭交易电子信息,为跨境电商企业提供高效、低成本的跨境资金结算服务。

推动跨境电商供应链降本增效。推动头部跨境电商企业加强信息共享,鼓励金融机构充分利用企业相关信息,依法依规开展供应链金融服务,更好赋能上下游产业链发展。鼓励有实力的跨境电商企业在遵守国内外法律法规前提下,积极应用大数据分析、云计算、人工智能等新技术新工具,提高数据分析、研发设计、营销服务、供需对接等效率。



## 加强相关基础设施和物流体系建设

推动跨境电商海外仓高质量发展。统筹用好现有资金渠道,支持跨境电商海外仓企业发展。发挥服务贸易创新发展引导基金作用,引导更多社会资本以市场化方式支持跨境电商海外仓等相关企业发展。鼓励有条件的地方用好现有股权投资基金资源,探索以市场化方式设立产业发展基金,加强对跨境电商海外仓企业支持。编制出台跨境电商出口海外仓业务退税操作指引,进一步指导企业用好现行政策。

增强跨境电商物流保障能力。促进中欧班列沿线海外仓建设,积极发展“中欧班列+跨境电商”模式。支持物流企业结合跨境电商行业发展特点,加强海运、空运、铁路、多式联运等运输保障能力建设。鼓励物流企业与东道国寄递企业开展合作,提升“最后一公里”履约能力。

助力跨境电商相关企业“走出去”。更新发布

国别合作指南,加强对跨境电商相关企业“走出去”指导和境外报到登记,引导合规有序经营,实现互利共赢。鼓励跨境电商海外仓企业入驻商贸物流型境外经贸合作区,用好合作区电信、网络、物流等配套设施与服务。支持跨境电商综合试验区加强与各类境外经贸合作区、港口等合作,探索创新国内外产业协同联动的经验做法。

## 优化监管与服务

优化跨境电商出口监管。探索推广跨境电商出口“先查验后装运”模式。加强海关跨境电商通关服务系统信息化建设并进一步完善系统功能,提升企业通关便利化水平。研究扩大跨境电商零售出口跨关区退货试点。

提升跨境数据管理和服务水平。在符合法律法规要求、确保安全的前提下,促进和规范数据跨境流动,允许跨境电商、跨境支付等应用场景数据有序自由流动。鼓励跨境电商、海

外仓企业依法依规利用数据赋能产业链上下游,增强生产企业柔性化供应能力。

## 积极开展标准规则建设与国际合作

加快跨境电商领域标准建设。鼓励地方汇聚行业、企业、高校、智库等资源,积极参与跨境电商生产、营销、支付、物流、售后等领域的标准建设。引导有条件的协会、企业等参与制定跨境电商等外贸新业态领域国家标准、行业标准。推动与跨境电商主要市场开展进出口产品标准对接。

提升企业合规经营水平。修订跨境电商知识产权保护指南。鼓励地方加大知识产权保护、境外知识产权权益维护等培训力度,提升企业风险应对能力。支持有条件的地方探索建设跨境电商合规出海服务平台,为企业提供海外法务、税务资源对接,指导企业妥善应对海外纠纷。引导企业遵守东道国法律法规、尊重风俗习惯。积极推动企业提升绿色化水平,推广可再生、可回收、可降解产品与技术。

持续深化国际交流合作。积极参与世贸组织、二十国集团、金砖国家、亚太经济合作组织、万国邮政等多边机制谈判和交流合作,深入参与电子单证、无纸贸易、电子交易等方面的国际标准与规则制定。在自贸区谈判、双边经贸联(混)委会、贸易畅通工作组中推动加入跨境电商、物流快递、支付结算等议题。大力发展“丝路电商”,加强与共建“一带一路”相关领域的经贸合作。鼓励跨境电商综合试验区、“丝路电商”合作先行区等深入对接《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP)、《数字经济伙伴关系协定》(DEPA)等国际高标准经贸规则,积极开展先行先试和压力测试。

(钟新)

# CPI 总体平稳 PPI 降幅收窄

## ——国家统计局城市司首席统计师董莉娟解读 2024 年 5 月份 CPI 和 PPI 数据

国家统计局今天发布了 2024 年 5 月份全国 CPI(居民消费价格指数)和 PPI(工业生产者出厂价格指数)数据。对此,国家统计局城市司首席统计师董莉娟进行了解读。

### 一、CPI 环比季节性略降, 同比涨幅与上月相同

5 月份,消费市场运行总体平稳,全国 CPI 环比季节性下降,同比涨幅与上月相同。扣除食品和能源价格的核心 CPI 同比上涨 0.6%,继续保持温和上涨。

从环比看,CPI 下降 0.1%,降幅略小于近十年同期平均下降 0.2%的水平。其中,食品价格由上月下降 1.0%转为持平。食品中,受南方暴雨天气、蛋鸡夏季产蛋率下降和生猪产能调减等因素影响,鲜果、鸡蛋和猪肉价格分别上涨 3.0%、2.7%和 1.1%;市场供应较为充足,虾蟹类、牛肉和鲜菜价格分别下降 4.3%、3.6%和 2.5%。非食品价格由上月上涨 0.3%转为下降 0.2%,影响 CPI 环比下降约 0.14 个百分点。非食品中,小长假后出行热度季节性减退,飞机票、交通工具租赁费和长途汽车价格分别下降 9.4%、7.9%和 2.7%;受国

际油价变动影响,国内汽油价格下降 0.8%;夏装换季上新,服装价格上涨 0.4%。

从同比看,CPI 上涨 0.3%,涨幅与上月相同。其中,食品价格下降 2.0%,降幅比上月收窄 0.7 个百分点,影响 CPI 同比下降约 0.37 个百分点。食品中,猪肉、淡水鱼和鲜菜价格分别上涨 4.6%、3.3%和 2.3%,涨幅均有扩大;鸡蛋、鲜果和食用油价格分别下降 8.5%、6.7%和 5.1%,降幅均有收窄;牛肉、羊肉和禽肉价格分别下降 12.9%、7.5%和 2.9%,降幅继续扩大。非食品价格上涨 0.8%,涨幅比上月回落 0.1 个百分点,影响 CPI 同比上涨约 0.68 个百分点。非食品中,能源价格上涨 3.4%,涨幅回落 0.2 个百分点;扣除能源的工业消费品价格上涨 0.1%,涨幅回落 0.3 个百分点,其中新能源汽车和燃油小汽车价格分别下降 6.9%和 5.2%,降幅均有扩大;服务价格上涨 0.8%,涨幅与上月相同,其中家庭服务和教育服务价格均上涨 1.8%,涨幅略有扩大。

据测算,在 5 月份 0.3%的 CPI 同比变动中,翘尾影响约为 0,今年价格变动的新影响约为 0.3 个百分点。

### 二、PPI 环比由降转涨, 同比降幅收窄

5 月份,受部分国际大宗商品价格上行及国内工业品市场供需关系改善等因素影响,全国 PPI 环比由降转涨,同比降幅收窄。

从环比看,PPI 由上月下降 0.2%转为上涨 0.2%,改变了前 6 个月连续下降趋势。其中,生产资料价格由上月下降 0.2%转为上涨 0.4%;生活资料价格下降 0.1%,降幅与上月相同。受国际市场有色金属价格上行影响,国内有色金属冶炼和压延加工价格上涨 3.9%,其中铜冶炼、铝冶炼、金冶炼价格分别上涨 7.0%、3.4%、2.8%。煤炭主产地供应偏紧,“迎峰度夏”补库需求陆续释放,煤炭开采和洗选业价格上涨 0.5%。大规模设备更新等政策逐步落地见效,钢材市场预期向好,黑色金属冶炼和压延加工价格上涨 0.8%。国际油价下行带动石油和天然气开采业价格下降 2.1%。建材价格继续下降,玻璃制造、水泥制造价格分别下降 1.2%、0.8%。装备制造业中,电气机械和器材制造业、计算机制造价格分别上涨 0.7%、0.1%;锂离子电池制造、新能源车整车制造价格分别下降 0.5%、

0.2%。消费品制造业中,文教工美体育和娱乐用品制造业、家具制造业价格分别上涨 0.6%、0.2%;农副食品加工业价格下降 0.5%。

从同比看,PPI 下降 1.4%,降幅比上月收窄 1.1 个百分点。其中,生产资料价格下降 1.6%,降幅收窄 1.5 个百分点;生活资料价格下降 0.8%,降幅收窄 0.1 个百分点。主要行业中,煤炭开采和洗选业价格下降 9.0%,非金属材料价格下降 8.8%,黑色金属冶炼和压延加工工业价格下降 3.7%,化学原料和化学制品制造业价格下降 3.4%,农副食品加工业价格下降 3.4%,电气机械和器材制造业价格下降 3.0%,计算机通信和其他电子设备制造业价格下降 1.9%,降幅均收窄。汽车制造业价格下降 2.0%,降幅与上月相同;石油煤炭及其他燃料加工工业价格由上月下降 1.0%转为上涨 3.4%;石油和天然气开采业价格上涨 9.4%,涨幅与上月相同;有色金属冶炼和压延加工工业价格上涨 8.9%,涨幅扩大 5.3 个百分点。

据测算,在 5 月份-1.4%的 PPI 同比变动中,翘尾影响约为-0.9 个百分点,今年价格变动的新影响约为-0.5 个百分点。

(据国家统计局网站)

# 开售瞬间售罄! 储蓄式国债销售火爆 专家解析

6 月 10 日,2024 年第三期和第四期储蓄国债(电子式)在银行渠道正式开售,销售情况火爆。

### 多家银行 预告储蓄国债端午节开卖

6 月 7 日,农业银行等多家银行公告称,6 月 10 日至 19 日,将售卖 2024 年第三期和第四期储蓄国债(电子式)。

根据财政部此前公告,第三期国债和第四期国债均为固定利率、固定期限品种,最大发行额合计 500 亿元,两期最大发行额各 250 亿元。其中,第三期国债期限 3 年,票面年利率 2.38%;第四期国债期限 5 年,票面年利率 2.5%。两期国债发行期为 2024 年 6 月 10 日至 6 月 19 日,2024 年 6 月 10 日起息,

按年付息,每年 6 月 10 日支付利息。第三期和第四期分别于 2027 年 6 月 10 日和 2029 年 6 月 10 日偿还本金并支付最后一次利息。

### 线上销售火爆 提前兑取可能损失利息

6 月 10 日,正值端午节假期,除线下柜台外,多家银行开启线上渠道同步代销,拓宽销售渠道。财政部公告显示,两期国债由 40 家 2024—2026 年储蓄国债承销团成员(以下称承销团成员)通过网点柜台代销。工行等 32 家网银成员同时通过网上银行代销;农行等 16 家手机银行试点成员同时通过其手机银行代销。

值得注意的是,公告还提醒了储蓄式国债的兑取对于持有时间有一定要求,否则将

损失一定利息。从 2024 年 6 月 10 日开始计算,持有两期国债不满 6 个月提前兑取不计付利息,满 6 个月不满 24 个月按票面利率计息并扣除 180 天利息,满 24 个月不满 36 个月按票面利率计息并扣除 90 天利息;持有第四期满 36 个月不满 60 个月按票面利率计息并扣除 60 天利息。

记者注意到,目前工行、中行、建行、招行等多家银行手机 App 均显示 2024 年第三期和第四期储蓄国债(电子式)已无法在该渠道购买,可销售额度为 0。据了解,手机银行渠道售卖情况火爆,额度均在短时间内售罄。

### 国债销售火爆 专家解析

今年以来,无论是电子式储蓄国债还是凭证式储蓄国债,以及今年新发行的超长期特别

国债,均呈现一开售即售罄的火热销售状况。

记者注意到,今年发行的同期限储蓄国债利率明显下降。以 2023 年第三期和第四期储蓄国债(凭证式)为例,3 年期国债票面年利率 2.95%,5 年期国债票面年利率 3.07%。而今年,同期限国债票面年利率分别为 2.38%、2.5%,均较去年下行 57 个 BP。

光大银行宏观市场部研究员周茂华认为,储蓄国债按年付息,提前支取灵活并且分段计息,避免了普通存款提前支取面临利息损失的问题。近年来储蓄存款尤其是定期存款利率中枢下行明显,储蓄国债能较好兼顾收益和流动性需求,部分投资者以此代替储蓄存款。此外,部分居民对未来存款利率下行仍有一定预期,也提升了投资国债的热情。

(央视财经)

# 特斯拉为何入局中国新型储能?

■ 王梦瑶

特斯拉日前于第二届上海国际碳中和博览会上,首次在中国 1:1 展出其超大型电化学商用储能系统 Megapack。

今年 5 月,特斯拉在上海临港正式开工建设其全球第二个储能超级工厂项目,该工厂初期规划年产 1 万台 Megapack,储能规模近 40 吉瓦时(GWh)。

为何入局中国新型储能?特斯拉能源和充电业务高级总监麦克·斯耐德(Mike Snyder)表示,中国是越来越重要的能源市场,也是特斯拉在能源领域的战略重点,“我们看到了在中国制造的 Megapack 产品直接参与中国市场的良好前景”。

谈及近年来中国新型储能行业发展,中国石油集团经济技术研究院能源战略研究所

所长袁耀艳说:“可以用突飞猛进来形容”。

中国国家能源局数据显示,2023 年中国新型储能新增装机约 2260 万千瓦/4870 万千瓦时,同比增长超 260%。截至今年一季度末,中国已建成投运新型储能项目累计装机规模达 3530 万千瓦/7768 万千瓦时,同比增长超 210%。中国科学院工程热物理研究所所长陈海生预计,2024 年中国新型储能总装机将再翻一番。

新型储能快速发展的背后是中国新能源装机的急速扩张。据中国国家能源局数据,截至 2024 年 3 月底,中国可再生能源装机达到 15.85 亿千瓦,约占全国总装机的 52.9%,风电和光伏发电之和突破 11 亿千瓦。

“风光水等清洁可再生能源天然的波动性和随机性,决定了储能是其规模化开发应用的关键”,袁耀艳以太阳能为例指出,光伏

发电晴天中午时发电量大,夜晚用电高峰时却发不了电,储能作为“大充电宝”能够调节这种波动和变化,可以“把白天的电存起来晚上用,晴天发的电阴天用”。

在各类新型储能技术中,锂离子电池储能占主导地位,中国具有大规模发展优势。鑫椏资讯高级研究员张金惠认为,特斯拉在上海新建储能超级工厂,磷酸铁锂电芯的供应问题是其考虑因素之一,磷酸铁锂电芯是储能电池产品的主要原材料,目前只有中国具备大规模的量产能力。

中国国家能源局能源节约和科技装备司副司长边广琦表示,中国新型储能新技术不断涌现,但锂离子电池储能仍占绝对主导地位。数据显示,截至 2023 年底,中国已投运锂离子电池储能占比高达 97.4%。在袁耀艳看来,中国锂电池作为出口“新三样”之一,具有

全球领先的技术优势,这支撑了锂离子电池储能的快速增长。

除火热市场和技术优势外,特斯拉入局中国新型储能也与中国支持政策密切相关。

“近年来,中国不断提升对外开放水平,特斯拉是见证者,更是受益者”,特斯拉全球副总裁陶琳说,中国持续对外开放的政策,先进的发展理念和良好的营商环境为企业创造了巨大机遇,中国市场是特斯拉发展的“必选项”。

2019 年,特斯拉第一家海外超级工厂在上海临港正式开工,创造了“当年开工、当年竣工、当年投产、当年上市”的上海速度。5 年后,特斯拉再度选址上海建设储能超级工厂。上海临港新片区党工委副书记吴晓华透露,工厂有望再度实现“今年开工、今年投产、今年交付”。

# “晒”出来的大市场! 防晒衣里有“流量密码”

■ 新华社记者 张辛欣 张晓洁

炎炎夏季,防晒衣是很多人的心头好。云朵凉感、原纱防晒等一众概念走俏市场;从头到脚,从连帽、斗篷等款式到多巴胺配色,防晒穿搭成为夏日潮流。

防晒衣火了,这个产业有多大?艾瑞咨询联合相关品牌发布的数据显示,2023 年我国防晒服市场规模达到 742 亿元,预计 2026 年将达到 958 亿元,防晒衣占比将超 50%。

消费升级、供给“进阶”、科技赋能……“晒”出来的大市场里,有“流量密码”。

有需求,才有商机——由“皮肤风衣”发展而来的防晒衣,之所以火爆市场,和防晒需求上升紧密相关。

一方面,大众防晒意识强了。“防晒抗初老”“全年防晒”等话题在社交平台上盛行,不仅有流量,也带火了防晒用品、防晒穿搭,不仅女士防晒,儿童、男士防晒也成为市场新增长点。

另一方面,户外生活方式火了。登山露营、亲子出行、徒步骑行……随着人们越来越多地走向户外,防晒衣有了更丰富的应用场景。满足多样化需求的新型防晒产品不断涌现,融合时尚元素也成为防晒服饰的“加分项”。

“五一”前两周,京东平台儿童防晒衣、户外防晒衣成交额环比增长超 100%,男士防晒衣、时尚防晒衣成交额环比增长超 80%。

不止是服装,“防晒腮红口罩”“冰袖”“脸基尼”等也销量剧增。防晒产品正打破单一季节限制和固化标签,在审美和社交属性方面提供更多价值。

从头到脚“捂”起来,防晒衣也讲科技——随着先进技术“织”入一丝一布,“千丝万缕”正走向“千变万化”。

比如,相比之前的涂层防晒,近期流行的原纱防晒就是在服装的源头——纱线中加入了防晒因子,制作成面料。这种工艺的加持,既保持了防晒效果,也更加透气舒适。

中国纺织工业联合会有关负责人表示,防晒衣卖的不仅是产品,也是功能,还要主打“科技内核”。不仅防晒、凉感、轻薄、透气,时尚同样是研发的主要方向。

这是材料的变化:凉感面料通过纤维材料组合、加工制造技术等,实现穿着干爽清凉;绿色环保的竹纤维和抗皱性强的聚酯纤维织在一起,更加透气吸湿、抗菌防皱……

这有制造的变迁:不少品牌在网络上生成 3D 数字化服装,缩短市场反馈周期,提升开发“爆款”的效率;通过工业互联网,服装、面料拥有“身份证”,柔性生产更普及……

防止以次充好,要在真防晒上下功夫——市场快速增长,防晒衣品种也是纷繁复杂。有些用概念炒噱头,有些虚标功能,有些打“擦边球”,单衣、外套都当防晒衣。一些消费者也反映,是否真防晒,有时也“傻傻分不清”。

产品好不好,消费者用脚投票。做到真防晒、满足真需求,防晒衣才能从“网红”到“长红”。

这其中,相关部门要进一步完善防晒产品标准体系和检测体系,加强监管;商家要树立诚信经营意识,做好产品;企业也要不断创新,创造高品质供给,回应多样化需求。

用供给“晋级”满足消费升级,“防晒经济”才能健康成长。人们期待着,未来能有更多美“布”胜收,在炎炎夏日,来个清爽出行。