

T/GZX

广东省企业管理咨询协会团体标准

T/GZX XXXX—2025

## 跨境电子商务 合规管理规范

Compliance management specifications for cross-border E-commerce

（征求意见稿）

2026 - XX - XX 发布

2026 - XX - XX 实施

广东省企业管理咨询协会 发布

目 次

前 言 ..... II

1 范围 ..... 1

2 规范性引用文件 ..... 1

3 术语和定义 ..... 1

4 基本原则 ..... 1

    4.1 真实性 ..... 1

    4.2 合规性 ..... 1

    4.3 专业性 ..... 1

    4.4 高效性 ..... 1

    4.5 一致性 ..... 1

5 组织环境 ..... 1

    5.1 主体设立 ..... 2

    5.2 资质备案 ..... 2

    5.3 店铺开立 ..... 2

6 合规管理 ..... 2

    6.1 产品与供应链 ..... 2

    6.2 知识产权管理 ..... 3

    6.3 物流管理 ..... 4

    6.4 支付合规管理 ..... 5

    6.5 税务合规管理 ..... 6

    6.6 金融与保险管理 ..... 7

    6.7 数据合规管理 ..... 8

7 监督与改进 ..... 9

    7.1 监督机制 ..... 9

    7.2 监督实施 ..... 9

    7.3 信息报送 ..... 9

    7.4 持续改进 ..... 9

附 录 A （资料性） 跨境电商合规管理表格模板 ..... 11

    A.1 样品确认协议模板 ..... 11

    A.2 供应商实地审核评分表模板 ..... 13

    A.3 验货记录表模板 ..... 16

    A.4 产品供货协议模板 ..... 16

附 录 B （规范性） 外汇收入申报操作流程 ..... 18

    B.1 外汇收入申报操作流程 ..... 18

## 前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由深圳市跨境电子商务协会提出。

本文件由广东省企业管理咨询协会与深圳市跨境电子商务协会联合归口。

本文件起草单位：……

本文件主要起草人：……

# 跨境电子商务 合规管理规范

## 1 范围

本文件规定了跨境电子商务全链条合规运营的管理要求，包括基本原则、组织环境、合规管理、监督与改进。

本文件适用于在中华人民共和国境内注册并从事跨境电子商务零售出口（B2C）业务的企业及其服务商，其他跨境贸易形态可参照执行。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

DB44/T 2201-2019 跨境电子商务海外仓服务管理规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**跨境电子商务零售出口 cross-border E-commerce retail export**

是指中国的出口企业通过互联网平台或者其他互联网工具，直接向境外最终消费者或个人销售商品。

## 4 基本原则

### 4.1 真实性

店铺账户的注册主体唯一且信息真实，所有注册资料与法律实体一致，并保持独立、稳定的运营环境，禁止违规注册，同时所售产品清单中的图片、文字描述等信息真实、准确。

### 4.2 合规性

禁止销售侵权商品或未经授权使用他人知识产权，同时积极建立并保护自有品牌，完成必要的商标注册与平台备案。

### 4.3 专业性

以专业、礼貌的态度及时响应客户咨询与反馈，积极解决客户问题，并维持高水平的平台服务绩效指标。

### 4.4 高效性

设置并严格遵守准确的物流时效，保障订单准时发出并提供真实有效的物流追踪信息，以可靠交付提升客户体验。

### 4.5 一致性

店铺收款账户主体与注册公司一致，并严格履行销售目的国及中国的相关税务申报义务，确保财务记录清晰、完整。

## 5 组织环境

5.1 主体设立

- 5.1.1 中国大陆境内运营主体应依法完成工商注册，获取营业执照，并办理公章、财务章、法人章。
- 5.1.2 境内开店主体应根据经营需要设立，其注册信息应真实，且与运营主体在业务上可追溯。
- 5.1.3 境外主体设立应充分评估目标国法律、税务及运营成本，委托专业服务机构办理。

5.2 资质备案

- 5.2.1 企业应依法取得并持续保持进出口业务相关资质备案的完整性与有效性，涵盖海关报关单位备案、税务登记及退（免）税资格备案、电子口岸入网及 IC 卡申领等核心事项。
- 5.2.2 资质证明文件应真实有效、分类归档，并建立动态维护机制对资质有效期、变更、延续、注销等事项实施定期核查与更新管理，确保企业始终具备合法、持续、完整的进出口经营资格

5.3 店铺开立

- 5.3.1 企业应确保主体资质与申请材料真实、完整、有效后，向跨境电商平台正式申请开立店铺，申请材料包括但不限于：
  - 合法有效的公司营业执照；
  - 法人身份证明；
  - 可用于国际支付的信用卡；
  - 未注册过的联系方式；
  - 与公司主体一致的第三方收款账户及可能对公账单。
- 5.3.2 注册应严格遵循平台指引完成信息填报、身份验证及账户设置，确保所有提交信息准确一致。开通后应妥善保管卖家中心账号，并持续关注平台政策动态，及时响应调整要求，确保店铺运营合规性。

6 合规管理

6.1 产品与供应链

6.1.1 产品管理

跨境电子商务企业在产品管理环节的要求及信息化管理应符合表 1 的规定。

表1 不同类型企业产品管理对比表

序号	项目环节	工厂贸易一体型企业	贸易型企业	信息化管理
1	来料管理	应设立来料检验岗位，对原料/零部件作抽样检验，并留存采购与质检记录	应在产品供货协议中明确材料要求，供应商提供材质证明，在生产及出厂验货环节核对原材料合规性	应通过 ERP 系统记录原材料采购、验收、使用数据，关联供应商信息与质检报告，实现原材料全流程溯源
2	生产管理	应建立制程检验体系，关键工序设质量控制点，推行"三检制"（自检、互检、专检），并留存生产记录	应通过中期验货监控生产进度与工艺，并委托内部质检或第三方核查半成品与质量管理记录	应系统实时跟踪生产进度、工艺参数、质检数据，同步异常信息，支撑快速整改闭环
3	验货管理	应执行出厂检验，合格后发货；定期开展出货检验考核工作质量	应在货物完成80%且包装后执行出货前验货，并委托第三方出具《验货记录表》	应在质检系统录入检测数据、缺陷明细及验货报告，并生成可追溯记录；不合格产品进行标注与流程化处理

6.1.2 供应商筛选

- 跨境电商企业供应商筛选应按照以下流程进行：
- a) 背景调查：核查营业执照、注册资本、成立年限等资质，评估生产能力，核查司法风险与知识产权纠纷。
  - b) 沟通问询：评估供应商响应速度、合作意愿、专业度及外贸服务能力。

- c) 样品评估：签署《样品确认协议》（见附录 A.1），对样品材质、功能、工艺、安全性、包装等进行全方位测试。
- d) 实地审核：使用《供应商实地审核评分表》（见附录 A.2），核查生产环境、设备状况、质量管理体系、产能、仓储管理等。
- e) 小批量试单：下达首批订单 10%~20% 的试订单，检验品控稳定性、交货准时率与问题响应能力，试单合格后方可纳入“合格供应商名录”。

### 6.1.3 供应关系管理

跨境电商企业应与合格供应商建立长期合作关系，实施管理措施应符合以下要求：

- 分级管理：根据采购额、战略重要性、配合度将供应商分为战略、核心、一般等级别，实施差异化资源投入。
- 定期评审：每季度或每半年基于质量、成本、交付、服务原则对供应商进行绩效考评。
- 双向沟通：建立定期沟通机制，共享销售预测、市场反馈，共同解决质量问题。
- 备选方案：对关键物料或产品至少储备一家备选供应商。
- 协议订立：应在正式合作前与供应商订立产品供应协议，明确交货时间、质保维修、货款结算、知识产权等关键条款。

## 6.2 知识产权管理

### 6.2.1 机制建设

企业应建立以下四项核心知识产权管理制度：

- 知识产权合规官制度：设立专职或兼职知识产权合规官，统筹知识产权审查、风险防控、侵权应对及跨部门协同工作。
- 产品上架前审查制度：建立商标可用性检索、专利 FTO（自由实施）分析、图文原创性审核流程，杜绝侵权风险。
- 侵权应急响应制度：制定平台投诉、TRO 冻结、337 调查等场景的 SOP 流程，建立专业律师资源库。
- 供应商知识产权承诺制度：在合作合同中明确知识产权合规要求，要求供应商签署不侵权声明，约定侵权责任归属。

### 6.2.2 合规指引

跨境电商企业主要知识产权核心规则应至少包括：

- a) 欧盟：
  - 1) 商标规则：需在 EUIPO 或成员国注册，申请在先原则，一标覆盖 27 国。
  - 2) 专利规则：发明专利可提供长期保护，实用新型专利保护期相对较短，外观设计可通过续展实现较长时间维护。
  - 3) 著作权规则：作品完成自动保护，尊重作者署名权、复制权、发行权等；详情页、APP 界面可进行版权登记。
  - 4) 其他特殊要求：重点保护地理标志产品，禁止冒用；海关可主动查扣侵权货物。
- b) 美国：
  - 1) 商标规则：向 USPTO 注册，采用使用在先原则；通过临时专利申请可抢占优先权。
  - 2) 专利规则：发明专利提供长期保护，外观设计专利也可提供较长的保护期，审查体系严格，对技术信息披露要求高，可通过提交临时专利申请的方式确立优先权。
  - 3) 著作权规则：登记可获更强法律保护；应使用原创或授权图片、视频、文案，建立素材来源台账。
  - 4) 其他特殊要求：存在 337 调查、SAD 诉讼等特色机制；重视商业秘密保护。
- c) 日本：
  - 1) 商标规则：向 JPO 注册，申请在先原则。
  - 2) 专利规则：特许保护期长，实用新案保护期相对较短，意匠可通过续展获得长期保护，审查细致，对产品细节的保护较为严密。

- 3) 著作权规则：作品完成自动受保护，软件、音像制品需注意授权使用范围。
- 4) 其他特殊要求：对产品细节（按钮形状、UI 界面）保护严密；部分品类需本地代理协助注册。
- d) 东南亚：
  - 1) 商标规则：需在当地知识产权局注册，申请在先原则，商标抢注高发。
  - 2) 专利规则：专利审查周期普遍较长，执法力度因国而异，发明专利与外观设计专利的保护期限与国际主流实践接轨，应结合当地政策并通过本地代理机构协助进行权利布局与维护。
  - 3) 著作权规则：遵循《伯尔尼公约》，保护文学、艺术、科学作品著作权。
  - 4) 其他特殊要求：部分国家要求本地代理；对宗教相关标识的知识产权有特殊规定。
- e) 南美：
  - 1) 商标规则：官方费用高、流程慢，需委托本地律所办理；可通过 WIPO 马德里体系注册。
  - 2) 专利规则：发明专利与外观设计专利均提供长期保护，需符合本地化申报要求，审查与授权周期较长，需委托当地专业机构办理。

### 6.2.3 商标与专利

跨境电商企业应建立产品生命周期知识产权风控流程包括但不限于：

- a) 研发阶段：对新产品技术方案、外观设计进行专利检索，评估侵权风险，及时申请自主专利。
- b) 采购阶段：核查供应商产品商标、专利授权情况，避免采购侵权产品。
- c) 生产阶段：规范商标使用范围与方式，确保生产过程不侵犯他人知识产权。
- d) 销售阶段：持续监控市场侵权行为，及时处理自身产品侵权投诉，打击仿冒自身知识产权的产品。
- e) 退市阶段：评估产品退市后知识产权的续展、转让或注销方案。

## 6.3 物流管理

### 6.3.1 服务商筛选

企业物流服务商的筛选应符合以下要求：

- a) 资质合规：
  - 1) 具备营业执照、国际货运代理或跨境物流经营范围；
  - 2) 涉及报关服务的，应持有《报关单位注册登记证书》或与合规报关行建立稳定合作；
  - 3) 优先选择 AEO 高级认证、ISO 9001/27001 等认证企业。
- b) 服务能力：
  - 1) 覆盖 “国内揽收 / 交仓→出口报关→国际干线→目的国清关→尾程派送 / 交仓” 端到端服务；
  - 2) 具备海派、空派、中欧班列等多种运输方式的服务能力，并可覆盖全球主要目标市场。
- c) 信息化水平：
  - 1) 支持与 ERP、电商平台 API 对接，提供全链路轨迹可视化、电子单证下载服务；
  - 2) 对报关数据、客户信息实行分级管理与加密存储。
- d) 风险防控：
  - 1) 提供全程运输保险选项，明确货损、丢件、延误等赔付标准；
  - 2) 设立 7×24 小时异常响应通道，对查验滞留、退件、扣货等场景有标准化 SOP。
- e) 商务透明：
  - 1) 报价分项列明头程运费、报关费、清关费、尾程派送费及附加费；
  - 2) 无隐性收费，费用变动提前 15 日书面通知；合同条款明确责任边界与争议解决方式。

### 6.3.2 运输

跨境电商零售出口运输应包含以下模式：

——邮政渠道模式：通过邮政小包、EMS 等邮政网络寄递，由邮政企业作为申报主体，通过邮政清关通道向海关办理申报手续。

- 商业快递模式：通过 DHL、FedEx、UPS 等国际商业快递公司运输，由企业负责代理报关。
- 海外仓发货模式：口货物预先批量运至境外仓库存储，待境外线上订单产生后，直接从海外仓配送至消费者，境外尾程物流及报关需遵循当地法规办理。
- 一线口岸直出口模式：货物通过海运、空运或陆路运输方式，在一线口岸按一般贸易监管方式办理出口报关手续后直接离境。

6.3.3 报关

跨境电商出口报关监管代码应符合表 2 的要求

表2 报关监管代码选择表

监管代码	适用场景	核心要求
0110（一般贸易）	传统大宗商品交易，跨境电商批量出口业务	需提供完整贸易单证；适用出口退税政策，需提供增值税进项发票；按传统贸易流程逐票申报
9610（跨境贸易电子商务）	跨境电商零售出口（直邮）	采用“清单核放、汇总申报”；需传输订单、支付单、物流单“三单”数据；适用于大部分 B2C 零售出口业务
1210（保税跨境贸易电子商务）	特殊监管区域零售出口	货物从特殊监管区域（保税区）发出；仅限经批准的特殊监管区域内实施
9710（跨境电商 B2B 直接出口）	企业通过平台与境外企业交易，直接出口至境外企业	通过“单一窗口”传输交易、物流电子信息
9810（跨境电商出口海外仓）	货物出口至海外仓，通过海外仓销售	需提前办理跨境电商出口企业和海外仓备案；申报时填写海外仓订仓单号；适用“先货后单”模式
1039（市场采购贸易）	经认定市场集聚区采购，单票货值≤15万美元	实行“无票免税”；集聚区个体工商户委托符合要求的贸易公司出口

6.3.4 仓储管理

跨境电商企业仓储管理应符合DB44/T 2201-2019的相关规定。

6.4 支付合规管理

6.4.1 合规路径

银行与支付机构跨境支付合规路径应符合表 3 的规定。

表3 跨境支付合规路径表

序号	项目	银行	支付机构
1	资质要求	具备外汇业务经营资格及央行、外汇管理局相关授权	具备支付业务许可证及跨境人民币支付业务资质或外汇支付业务资质
2	适用场景	大额、低频、规范化交易，注重资金安全和合规性	小额、高频、碎片化交易，追求结算效率
3	结算范围	覆盖全球主要国家和地区，支持多币种结算	覆盖范围按资质审批确定，部分机构专注特定区域或币种
4	手续费	费率相对稳定，大额交易可享费率优惠	费率灵活，多为中小跨境电商企业提供专项优惠
5	到账时效	一般 1-3 个工作日，部分快速通道 T+1 到账	时效较快，部分支持实时到账或当日到账
6	合规保障	受央行、外汇管理局严格监管，资金安全保障程度高	受央行或各地金融监管机构监管，需缴纳客户备付金，合规风控体系逐步完善
7	操作便捷性	线下流程较多，部分业务需柜台办理，线上功能相对传统	线上操作便捷，支持批量处理订单，对接跨境电商平台能力较强



## 6.4.2 操作流程

### 6.4.2.1 事前准备

企业应完成外汇局名录登记，并开立外汇结算账户或绑定支付机构账户。同时，建立完善的跨境收汇台账，确保每笔收入可追踪。

### 6.4.2.2 收汇与申报

收到外汇款项后，企业应在5个工作日内通过银行或支付机构完成涉外收入申报。申报信息应与出口报关信息基本一致。

通过支付机构办理的，应妥善保管相关电子凭证至少5年。

### 6.4.2.3 结汇与入账

企业应根据需要办理结汇。结汇所得人民币资金应划入企业基本存款账户或一般存款账户，并严格用于生产经营活动。

## 6.5 税务合规管理

### 6.5.1 境内税务

境内税务合规应遵循以下规定：

- 税务登记：依法办理税务登记，如实申报税务信息，出口企业需同步办理出口退（免）税备案。
- 增值税管理：按规定申报增值税，出口货物符合退（免）税条件可按规定申报出口退（免）税，并依需开具对应发票，并留存报关单、发票、结汇凭证等退税资料。
- 消费税管理：销售应税消费品的，按规定申报缴纳消费税，出口应税消费品符合条件的可申请免税或退税。
- 企业所得税：依法核算应纳税所得额，按时申报缴纳企业所得税，留存采购发票、物流费用发票、平台服务费发票等成本费用凭证。
- 申报规范：按税务部门规定的期限和内容纳税申报，不得迟报、漏报、虚报。

### 6.5.2 境外税务

跨境电商企业主要目标市场税务义务应符合表 4 的规定。

表4 主要市场税务义务表

目标市场	主要税种	纳税义务人	申报要求
美国	销售税	跨境电商企业 (有销售税关联的州需注册)	按州申报，关注不同州税率及申报周期差异；存在仓库的州，应自行完成注册与申报
欧盟	增值税	跨境电商企业 (远程销售超€10000 需注册VAT)	按季度或月度申报，留存销售记录及进项发票；部分国家应完成年度汇算
英国	增值税	跨境电商企业 (从英国境外向英国消费者销售，且年销售额超过9万英镑阈值)	按季度申报，货值不超过135 英镑的商品，由在线平台代收代缴相关税费。
日本	消费税	年销售额超 1000 万日元需注册JCT	按季度申报，并完成年度最终申报，并开具合规发票
加拿大	商品及服务税/协调销售税	跨境电商企业 (年销售≥CA\$30000 需注册)	循联邦与省双重税务体系，按省份税率代收代缴；非居民卖家首次销售前应完成注册

目标市场	主要税种	纳税义务人	申报要求
澳大利亚	商品及服务税	年销售额超 7.5 万澳元需注册GST	按季度申报，所有进口商品均应缴纳相关税费，可由平台代扣代缴
新加坡	商品及服务税	年应税营业额超 100 万新元需注册GST	按季度申报，合规发票需包含特定信息
巴西	进口税、州增值税等	跨境电商企业（向巴西消费者销售商品，无论价值大小，均可能产生纳税义务）	通过巴西本土税务代理进行合规申报
注：各国（地区）税务法规可能动态调整，具体操作以相关官方机构的最新规定为准。			

### 6.5.3 风险防范

#### 6.5.3.1 收结汇

跨境电商企业应制定收结汇风险防控制度，包括但不限于：

- a) 建立外汇结算台账，记录每笔收结汇业务的订单信息、支付信息、结汇金额、汇率等；
- b) 选择合规收结汇渠道，如银行、持牌支付机构等，不应通过地下钱庄等非法渠道收结汇；
- c) 合理运用远期结售汇、外汇期权等金融工具对冲汇率风险；
- d) 遵守外汇管理规定，不应超限额结汇，结汇资金应用于正常经营支出。

#### 6.5.3.2 税务风险防控

跨境电商企业应制定税务风险防控制度，包括但不限于：

- a) 建立税务申报复核制度，确保申报数据准确，避免申报错误导致的处罚；
- b) 留存完整的税务凭证，如发票、报关单、销售记录等，以备税务部门稽查；
- c) 关注国内外税收政策变化，及时调整税务合规策略；
- d) 重大税务事项，如跨境税务筹划、税务争议，应咨询专业税务机构。

### 6.6 金融与保险管理

#### 6.6.1 金融管理

##### 6.6.1.1 资金管理

跨境电商企业资金管理应符合以下要求：

- 建立清晰的境内外账户体系，包括境内人民币基本户、外汇结算户，境外本地账户或第三方收款账户；
- 编制滚动现金流预测，监控营运周期、现金转换周期等关键指标；
- 主动管理供应商账期与客户回款周期，维持健康现金流；
- 识别汇率风险敞口，合理运用远期结售汇、期权等工具套期保值。

##### 6.6.1.2 融资支持

跨境电商企业可根据发展阶段选择以下融资方式：

- 轻资产信用融资：基于平台销售数据、流水，申请银行信用贷或应收账款融资，关注数据授权合规性。
- 存货/仓单质押融资：以在途或在库货物为质押物获取贷款，选择合作仓库并确保保险覆盖。
- 供应链金融：依托核心企业信用，为上游供应商提供融资，优化供应链资金效率。
- 股权融资：高速发展期引入风险投资，获取资金与战略资源，合理规划股权结构。

##### 6.6.1.3 信息化管理

跨境电商企业金融信息化管理应符合以下要求：

- 利用 ERP 系统集成业务与财务数据，实现资金流与信息流同步；

- 通过 API 接口连接银行、收款平台，建立资金驾驶舱，实时监控全球账户余额、现金流及汇率波动；
- 规范单证及数据管理，留存相关表格与科目信息，便于融资审核。

6.6.2 保险管理

6.6.2.1 险种配置

- 跨境电商企业应按风险类型配置相应险种，包括但不限于：
- 物流运输风险：投保国际货运保险，覆盖运输途中自然灾害、意外事故、偷窃、提货不着等损失；
  - 产品责任风险：投保产品责任险，覆盖因产品缺陷导致消费者人身伤害或财产损失的赔偿责任；
  - 海外资产风险：投保财产一切险，覆盖海外仓库存因火灾、爆炸、水浸、盗窃等导致的直接损失；
  - 信用与政治风险：投保出口信用保险，覆盖买家破产、拖欠货款等商业风险及外汇管制、战争等政治风险；
  - 网络安全风险：投保网络安全保险，覆盖网络攻击导致的数据泄露、业务中断、勒索支付等损失。

6.6.2.2 管理流程

- 跨境电商企业保险管理流程应符合以下要求：
- a) 每年评估业务模式、市场布局、产品特性变化，更新风险地图与保险需求；
  - b) 选择具有国际声誉、网络和理赔服务能力的保险公司或保险经纪人；
  - c) 如实告知保险标的相关情况，仔细审阅责任范围、免赔额和除外责任条款；
  - d) 建立保单档案，记录关键信息与续保日期；出险后立即通知保险公司，采取合理减损措施，按要求提供索赔文件。

6.7 数据合规管理

6.7.1 数据分类与管理

跨境电商企业数据分类与管理应符合表 5 的规定。

表5 数据分类与管理表

数据类别	涵盖范围	管理要求
核心个人信息	消费者姓名、联系方式、地址、支付卡号等	加密存储、访问权限分级控制、定期安全审计
行为数据	浏览记录、加购行为、退货原因等	匿名化处理后用于数据分析，不得泄露原始数据
交易数据	订单号、SKU、金额、物流单号等	确保数据真实完整，建立存储备份机制；与关务、税务系统联动，保存期限≥5 年
敏感个人信息	生物识别、高精度行踪轨迹等	原则上不收集；确需收集的，须单独获得同意并进行安全评估
重要数据	大规模用户画像、供应链数据、未公开销售策略等	境内存储，禁止未经安全评估出境；建立专门管理台账

6.7.2 数据传输

企业数据跨境传输应符合表 6 的规定。

表6 数据跨境传输合规表

序号	传输场景	合规要求
1	境内至境外平台/服务商	符合《个人信息保护法》《数据出境安全评估办法》；涉及个人信息和重要数据的，需完成安全评估或标准合同备案
2	境内至境外关联公司	签订数据安全保护协议，明确责任；确保接收方符合中国及目标国数据保护要求
3	境外至境内	确保传输数据合法性，禁止传输违禁数据；建立加密传输机制，防范传输过程泄露
4	境外跨主体传输	遵循目标国数据跨境传输规则

6.7.3 数据合规

跨境电子商务主要司法辖区数据合规应符合表 7 的规定。

表7 主要司法辖区数据合规指引表

司法辖区	核心法规	关键义务
欧盟	GDPR	向EEA用户提供“被遗忘权”“数据可携权” 数据出境需通过SCCs或 adequacy decision 设立欧盟代表（如无实体）
美国	CCPA（加州）等州法	提供“不出售我的信息”选项 允许用户访问/删除其数据
英国	UK GDPR	与欧盟GDPR基本一致，需单独注册ICO
日本	APPI	需向个人信息保护委员会（PPC）备案跨境传输
韩国	PIPA	原则上禁止个人信息出境，除非获得用户单独书面同意

6.7.4 风险管理

跨境电商企业数据风险管理应符合表 8 的规定。

表8 数据合规风险管理表

风险场景	风险表现	风险防控
未经同意向境外传输用户数据	被网信办处罚、平台下架	出境前完成合规路径选择
隐私政策缺失或模糊	被欧盟消费者投诉、亚马逊审核不通过	发布清晰、多语言隐私政策，明示数据用途
第三方共享无约束	物流商、ERP泄露数据	与所有数据处理方签订数据处理协议
数据泄露未及时报告	面临高额罚款（如GDPR最高4%全球营收）	建立7×24小时监测与72小时报告机制

7 监督与改进

7.1 监督机制

企业应建立跨境电子商务合规管理内部监督机制，设立独立合规管理部门或岗位。建立合作方准入管理、商品合规审查及产品信息全量内部核查制度。完善合规风险监测、负面清单管理及第三方合规评价机制，实施内部信用评估和分级管理。

7.2 监督实施

应采取日常监测、定期自查和专项审计相结合的方式。对高风险业务实施抽查复核，强化关键环节合规管控。建立商品溯源与合规档案体系，实现业务记录可追溯、责任可追究。

7.3 信息报送

应主动向海关、市场监管、外汇管理等部门报送平台运营、业务数据、风险状况等信息，接受监督检查。建立合规信息内部公开机制，推动企业信用档案与合规记录的实际应用。

7.4 持续改进

#### 7.4.1 评估与优化

企业应定期评估合规管理体系有效性，对发现问题及时整改。根据评估结果和监管要求持续优化制度流程，推动合规要求融入业务流程。

#### 7.4.2 能力建设

应定期组织合规培训，提升员工合规意识。建立专业合规管理团队，加强与监管部门及行业机构沟通交流。

附 录 A  
(资料性)  
跨境电商合规管理表格模板

A.1 样品确认协议模板

《样品确认协议》

协议编号： SC-2025-\_\_\_\_\_  
签订日期： 2025年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

甲方（采购方）：  
[跨境电商公司名称]  
地址：  
联系人：  
电话：  
邮箱：

乙方（供应商）：  
[供应商公司名称]  
地址：  
联系人：  
电话：  
邮箱：

一、样品基本信息

产品名称：\_\_\_\_\_  
产品规格/型号：\_\_\_\_\_  
样品数量：\_\_\_\_件/套  
产品单价（批量采购参考价）：\_\_\_\_元  
样品用途：☐产品测试 ☐客户确认 ☐市场调研 ☐其他\_\_\_\_\_

二、样品费用与交付

样品费用：人民币\_\_\_\_元（大写：\_\_\_\_）  
快递费用：人民币\_\_\_\_元（大写：\_\_\_\_）  
支付方式：☐甲方预付 ☐乙方垫付后甲方报销  
交付时间：乙方须于\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日前将样品送达甲方指定地点  
交付地址：\_\_\_\_\_  
运输方式：\_\_\_\_\_ 跟踪号：\_\_\_\_\_

三、样品技术要求

乙方保证所提供样品符合以下标准：☐国家标准 ☐行业标准 ☐甲方特定要求（详见附件）  
样品须提供：☐产品说明书 ☐材质证明 ☐安全认证 ☐质检报告 ☐其他\_\_\_\_\_

四、测试与评估

甲方将对样品进行以下测试：☐外观检查 ☐功能测试 ☐材质分析 ☐安全性能 ☐包装评估 ☐其他\_\_\_\_\_

测试周期：自收到样品之日起\_\_\_\_个工作日内完成

测试结果通知：甲方将于测试完成后\_\_\_\_个工作日内向乙方反馈结果

五、保密条款

双方应对在合作过程中获知的对方商业信息、技术资料等保密信息予以保密  
未经对方书面同意，任何一方不得将保密信息泄露给第三方

本保密义务不因本协议终止而终止，持续有效期为\_\_\_\_\_年

#### 六、责任与权利

样品所有权归甲方所有，测试完成后不退还乙方

甲方有权根据测试结果决定是否与乙方进行后续合作，不承担必须采购的义务

乙方保证样品的真实性与代表性，如大货与样品存在显著差异，应承担相应责任

#### 七、其他约定

#### 八、协议生效

本协议一式两份，双方各执一份，自双方签字盖章之日起生效。

甲方（盖章）：

授权代表签字：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

乙方（盖章）：

授权代表签字：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

A.2 供应商实地审核评分表模板

供应商实地审核评分表

审核编号： AF-2025-\_\_\_\_\_

审核日期： 2025年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

一、基本信息

项目	内容
供应商名称	
审核地点	
审核人员	
供应商对接人	
本次审核目的	<input type="checkbox"/> 首次审核 <input type="checkbox"/> 年度审核 <input type="checkbox"/> 问题追踪 <input type="checkbox"/> 其他
产品类别	

二、审核评分项（总分100分）

1. 企业资质与合规性（权重15%）

评分项目	评分标准	满分	得分	备注
营业执照及许可证有效性	证照齐全有效得5分，部分缺失得2-3分，严重缺失0分	5		
知识产权合规性	无侵权记录，自有知识产权清晰得5分，存在风险扣3-5分	5		
环保与安全合规	通过相关认证，无违规记录得5分，有改善空间扣1-3分	5		

2. 生产环境与设备（权重20%）

评分项目	评分标准	满分	得分	备注
厂区环境	整洁有序，功能区划分明确得5分，一般得2-3分，混乱0-1分	5		
生产设备状况	设备先进，维护良好得10分，中等水平得5-7分，老旧失修0-3分	10		
设备更新计划	有明确的设备更新与维护计划得5分，计划不完善得2-3分，无计划0分	5		

3. 质量管理体系（权重25%）

评分项目	评分标准	满分	得分	备注
质量认证情况	通过ISO9001等国际认证得10分，有基础体系得5-7分，无体系0-3分	10		
质检流程与设备	检测设备齐全，流程完善得10分，中等水平得5-7分，简陋0-3分	10		
质量记录与追溯	记录完整，可追溯性强得5分，部分记录得2-3分，无记录0分	5		

4. 产能与交付能力（权重15%）

评分项目	评分标准	满分	得分	备注
月产能评估	产能满足需求且有弹性得5分，基本满足得2-3分，无法满足0-1分	5		
交货准时率历史	>95%得5分，85%-95%得3分，<85%得0-1分（需提供历史数据）	5		
订单响应机制	有完善的订单管理与预警机制得5分，机制一般得2-3分，无机制0分	5		

5. 人员素质与管理（权重15%）



评分项目	评分标准	满分	得分	备注
管理团队专业性	管理层经验丰富，专业度高得5分，一般得2-3分，不足0-1分	5		
员工培训体系	有系统培训，技能认证完善得5分，有基础培训得2-3分，无培训0分	5		
员工稳定性	人员流动率<10%得5分，10%-20%得3分，>20%得0-1分	5		

#### 6. 仓储与物流管理（权重10%）

评分项目	评分标准	满分	得分	备注
仓库环境与管理	仓储条件良好，管理规范得5分，基本达标得2-3分，不达标0-1分	5		
物料追溯系统	有先进物料追溯系统得5分，有基础系统得2-3分，无系统0分	5		

### 三、综合评分与结论

项目	分值	加权得分
企业资质与合规性（15%）	/15	
生产环境与设备（20%）	/20	
质量管理体系（25%）	/25	
产能与交付能力（15%）	/15	
人员素质与管理（15%）	/15	
仓储与物流管理（10%）	/10	
总分	/100	加权总分：

### 四、审核结论与建议

- ☐ 推荐合作（总分≥85分）：符合要求，建议纳入合格供应商名录
- ☐ 有条件合作（70-84分）：存在一定问题，需在\_\_\_\_\_日内整改后复审
- ☐ 暂缓合作（60-69分）：问题较多，短期内难达要求，建议6个月后重新评估
- ☐ 不推荐合作（<60分）：存在严重问题，不符合合作标准

### 五、问题记录与整改要求

问题描述	风险等级（高/中/低）	整改建议	期望完成时间	跟踪责任人

### 六、供应商确认

我们已了解本次审核结果，将按照要求进行整改（如适用）。

供应商代表签字：\_\_\_\_\_

职务：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

### 七、审核人员确认

审核员签字：\_\_\_\_\_

审核经理签字：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

注：

- 1、本评分表满分为100分，按照各项权重计算加权总分
- 2、各项评分需提供客观证据支持，避免主观判断

3、评分标准参考：5分-优秀/完全符合；3-4分-良好/基本符合；1-2分-较差/部分符合；0分-差/不符合

本表一式两份，供需双方各执一份。

A.3 验货记录表模板

字段名称	示例值	说明
订单编号		
产品名称		
总数量		
检验标准		
AQL 值		
抽样数量		
发现缺陷数		
判定结果		
缺陷明细		
验货员		
验货日期		

A.4 产品供货协议模板

产品供货协议

甲方（委托方）：[您的跨境电商公司全称]  
 统一社会信用代码：[您的统一社会信用代码]  
 乙方（供应方）：[供应商公司全称]  
 统一社会信用代码：[供应商的统一社会信用代码]

鉴于甲方希望根据本合同规定的条款和条件从乙方采购产品，乙方希望根据本合同规定的条款和条件向甲方供应产品，双方经友好协商，达成协议如下：

一、合作内容

乙方向甲方供应产品的名称、型号、规格、价格等以经双方签字确认的《采购订单》为准。

甲方通过向乙方发出《采购订单》的方式向乙方采购产品，乙方在收到《采购订单》后24小时内确认并回复，一经确认，非经双方协商一致，任何一方不得单方面变更或解除。

二、产品质量与包装要求

产品质量须符合国家标准、行业标准或双方约定的封样标准，并完全符合《采购订单》及甲方提出的技术要求。

产品包装须适合长途运输、防潮、防震，确保货物安全无损抵达甲方指定出口港/仓库。包装箱外需清晰标注甲方指定的唛头。

三、知识产权与保密

乙方确认，甲方提供给乙方的任何产品设计、图纸、技术参数等所含的知识产权归甲方所有。乙方不得擅自复制、使用或向第三方泄露。

未经甲方书面许可，乙方不得在甲方产品上使用任何未经授权的商标、专利或其它受法律保护的标识。

本合同及《采购订单》内容，以及合作中知悉的对方任何商业秘密，双方均负有保密义务。

#### 四、价格、付款与订单交付

价格以双方确认的《采购订单》为准。乙方如需调价，须提前30天书面通知甲方，并经双方协商同意。

付款方式：[请根据谈判结果选择一种，例如：订单确认后，甲方支付30%作为定金，乙方生产完毕、验货合格后，甲方支付剩余70%尾款]。

交货期与地点：严格按照《采购订单》中约定的日期和地点（如：甲方深圳仓）执行。任何延迟需立即书面通知甲方并取得谅解，否则乙方承担相应违约责任。

#### 五、验收与质量保证

甲方或甲方指定的第三方验货机构有权在乙方生产期间或货物出厂前进行验货（IPQC/FQC），乙方须予配合。验货合格不代表免除乙方在质量保证期内的责任。

质量保证期：自产品送达甲方最终客户之日起[例如：12]个月。在质保期内，因产品本身设计、材质或工艺缺陷导致的退货、维修，所有费用由乙方承担。

#### 六、违约责任

乙方交付的产品不符合本合同约定的，甲方有权要求降价、换货、退货，并要求乙方赔偿一切损失。

乙方延迟交货的，每延迟一日，应向甲方支付该笔订单总金额千分之三的违约金；延迟超过7日的，甲方有权单方解除合同。

#### 七、争议解决

因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，双方应首先友好协商解决；协商不成的，任何一方均有权向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

#### 八、其他

本合同一式贰份，甲乙双方各执壹份，自双方盖章后生效。

甲方（盖章）：

法定代表人（签字）：

授权代表（签字）：

地址：

电话：

乙方（盖章）：

法定代表人（签字）：

授权代表（签字）：

地址：

电话：

签订时间：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签订地点：[您公司所在城市]

**附 录 B**  
**(规范性)**  
**外汇收入申报操作流程**

**B.1 外汇收入申报操作流程**

跨境电商企业外汇收入申报应符合以下要求：

- a) 银行办理：
    - 1) 完成出口报关；
    - 2) 货物离境；
    - 3) 境外买家付款至企业外汇账户；
    - 4) 企业提交报关单、发票、合同、收汇水单；
    - 5) 银行审核真实性；
    - 6) 完成涉外收入申报；
    - 7) 办理结汇入人民币账户。
  - b) 支付机构办理
    - 1) 平台订单生成；
    - 2) 物流发货并进行出口申报；
    - 3) 平台回款至支付机构境外账户；
    - 4) 支付机构汇总 “三单”（订单、支付、物流）；
    - 5) 支付机构向银行提交数据；
    - 6) 银行批量完成外汇登记；
    - 7) 支付机构将人民币入账企业境内账户。
-