

GDEB

团 体 标 准

T/GDEB XXXX—20XX

跨境电商行业合规管理规范

Cross-border E-commerce industry compliance management practices

20XX-XX-XX 发布

20XX-XX-XX 实施

广东省跨境电子商务协会

前 言

本文件按照GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第一部分：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XX提出。

本文件由广东省跨境电子商务协会归口。

本文件起草单位：XX。

本文件主要起草人：XX。

本文件于20XX年XX月XX日首次发布。

引 言

为贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，推动高质量发展，促进国民经济更高质量、更有效率、更加公平、更可持续和更为安全发展。广东省跨境电子商务协会根据跨境电商行业发展情况，结合行业内存在的普遍性问题，制定本文件。帮助引导跨境电商行业经营者增强合规意识，规范经营行为，制定并落实有效的预防措施，能够通过对风险的预判、分析、处置，建立有效的合规管理风险控制体系，控制或降低运营中存在的潜在风险，帮助跨境电商行业经营者提高防范和化解合规管理风险的能力，保障跨境电商行业经营者高效稳健安全运营，提高经营管理水平，增强国际市场竞争力。

跨境电子商务行业合规管理规范

1 范围

本文件规定了跨境电子商务及相关业务经营者合规管理要求。

本文件适用于开展或计划开展跨境电子商务相关业务的中国境内经营主体及其分支机构和境外经营主体及其分支机构。（以下简称“跨境电商经营主体”）。

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。

GB/T 21374-2008 知识产权文献与信息 基本词汇

GB/T 35770-2017 合规管理体系 指南

3 术语与定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 跨境电子商务

分属不同关境的交易主体，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。（以下简称“跨境电商”）

3.2 合规

企业及其员工的经营管理行为符合有关法律、国际条约规则、监管规定、行业准则、商业惯例、道德规范和经营主体依法制定的章程、相关规章制度等要求。

3.3 跨境电商经营者

通过互联网等信息网络，在不同关境销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织，包括跨境电商平台经营者、跨境电商平台内经营者、跨境电商平台外经营者以及国际支付企业、国际物流企业、报关企业等参与跨境电商进出口业务参与者。

3.4 跨境电商平台经营者

在跨境电商中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或非法人组织。

3.5 跨境电商平台内经营者

通过跨境电商平台销售商品或者提供服务的跨境电子商务经营者。

3.6 跨境电商平台外经营者

通过自建网站、其他网络服务等方式在不同关境销售商品或者提供服务的跨境电子商务经营者。

3.7 跨境电商基础服务商

为跨境电商经营者提供物流、支付、贸易通关、检测验货等基础服务的自然人、法人和非法人组织。

3.7.1 跨境电商境内代理人

开展跨境电商零售进口业务的境外注册企业所委托的境内代理企业，由其在海关办理注册登记，承担如实申报责任，依法接受相关部门监管，并承担民事责任。

3.7.2 国际支付企业

在境内办理市场主体登记，接受跨境电商平台企业或跨境电商企业境内代理人委托为其提供跨境电商零售进口支付服务的金融、非金融机构以及支付机构等。

3.7.3 国际物流企业

在境内办理市场主体登记，接受跨境电商、平台企业、跨境电商企业或其代理人委托为其提供跨境电商进出口物流服务的企业。

3.7.4 报关企业

经海关行政许可，接受进出口货物收发货人的委托，以进出口货物收发货人名义或者以自己的名义，向海关办理代理报关业务。

3.7.5 商检机构

根据客户的委托或有关法律法规的规定对进出境商品进行检验检疫、鉴定和管理的机构。

3.8 跨境电商其他服务商和参与者

为跨境电商经营者提供代运营、咨询培训、翻译、广告推广、法务等其他服务的自然人、法人和非法人组织。

3.8.1 跨境电商产业园

建有完善的基础设施和良好的发展环境，应建有功能完善的公共服务支撑体系，能为跨境电商企业提供各类公共配套服务，入驻的各类跨境电商经营企业在 20 家以上的产业园。

3.8.2 跨境电商网络营销服务商

为跨境电商经营者提供品牌策划、境外本地化内容营销、境外网红营销、境外网络营销推广、境外广告违规诊断等相关业务的服务机构。包括但不限于：海外平台广告推广服务商、跨境主播服务商、跨境产品营销策划服务商等服务机构。

3.8.3 跨境电商代运营、咨询培训服务商

为跨境电商经营者提供人才培养、运营服务、运营咨询、运营培训等相关业务的服务机构。包括但不限于：跨境电商人才孵化机构、跨境电商平台代运营机构、跨境电商咨询服务机构、跨境电商培训服务机构等服务机构。

3.8.4 跨境电商数据服务商

通过对数据采集、分析，为跨境电商经营者提供信息咨询或者通过构建数据资产分享和交易平台，将数据或信息作为产品直接进行销售的服务机构。

3.9 跨境电商产品

通过跨境电商的形式提供人们使用和消费，并能满足人们某种需求的任何东西，包括有形的物品、无形的服务、组织、观念或它们的组合。

3.10 跨境电商合规风险

跨境电商经营主体及其员工因未能遵循法律法规、监管要求、规则、自律性组织制定的有关准则、以及适用于跨境电商经营主体自身业务活动的行为准则，而可能遭受法律制裁或者监管处罚、财务损

失或者声誉损失的风险，以及其他负面影响的可能性。

3.11 跨境电商合规管理

通过制定合规政策、规则、规定，按照外部法规的要求统一制定并持续修改内部规范，监督内部规范的执行，以实现增强内部控制，对违规行为进行早期预警、防范、化解、控制合规风险的一整套管理活动和机制，从而免受法律制裁或财务、声誉、负面影响等方面的损失。

4 跨境电商行业合规管理要求

4.1 对跨境电商经营者合规要求

跨境电商经营者在经营活动中应遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律和商业道德，公平参与市场竞争，依据法律法规或在法律法规框架下履行在有关监督管理部门的登记、备案、注册义务。销售商品或者提供服务，应当符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求，应当符合保障人身、财产安全的要求和环境保护要求，履行消费者权益保护、环境保护、知识产权保护、网络安全与个人信息保护等方面的义务，不得销售或者提供法律法规禁止交易的商品或者服务；履行承担产品和服务质量责任的义务。应履行持续照亮经营及提前公示终止经营的义务，建立健全信用评价机制，遵守进出口监督管理相关规定，自觉接受政府和社会的监督。应全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

4.2 对跨境电商平台经营者合规要求

跨境电商平台经营者在跨境电商经营者合规要求的基础上，跨境电商平台经营者应全面掌握提供产品或服务所涉及国家（地区）的电子商务、贸易管制、质量安全与技术标准、知识产权保护、数据保护、消费者保护等方面的法律法规和具体要求，建立完善应对机制，依法承担向政府监管部门报送信息和提醒平台内经营者合规经营的义务。对支付企业应严格审核资质，对物流企业要严格审核资质并完成在线数据对接。应采取技术措施和其他必要措施保证其网络安全、稳定运行，防范网络违法犯罪活动，有效应对网络安全事件，保障交易安全。应当记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息，并确保信息的完整性、保密性、可用性；商品和服务信息、交易信息保存时间需符合业务所涉及国家（地区）法律法规的相关规定。应当遵循公开、公平、公正的原则，制定平台服务协议、交易规则、隐私政策和法律声明，明确进入和退出平台、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护等方面的权利和义务，并按照业务所涉及国家（地区）法律法规的相关规定制定完善的修改平台服务协议和交易规则的程序。不得利用服务协议、交易规则以及技术等手段，对平台内经营者进行不合理限制或者附加不合理条件，或者收取不合理费用。依据平台服务协议和交易规则对平台内经营者违反法律法规的行为实施警示、暂停或者终止服务等措施的，应当及时公示。在进口业务中，应向海关实施传输电子数据；独立经营跨境与非跨境业务；在消费者合法权益受到损害时，平台须履行先行赔付责任；履行商品质量管理义务和平台内交易的管理义务。

4.3 对跨境电商平台内经营者合规要求

在跨境电商经营者合规要求的基础上，跨境电商平台内经营者应掌握提供产品或服务所涉及国家（地区）的电子商务、贸易管制、质量安全与技术标准、知识产权保护、消费者保护、个人信息保护等方面的法律法规和具体要求。采用合法方式访问境外网络，自觉防范网络违法犯罪活动。在商品运输风险未转移的情况下，应当按照承诺或者与消费者约定的方式、时限向消费者交付商品或者服务，并承担商品运输中的风险和责任。自觉按照平台经营者的服务协议和交易规则开展业务。

4.4 对跨境电商平台外经营者合规要求

跨境电商平台外经营者应按照跨境电商经营者、平台经营者、平台内经营者的合规要求，开展跨境电子商务经营活动。不得利用跨境电商的行业特点，开展走私、逃税、洗钱、骗税等违法犯罪活动。在商品质量安全和消费者权益保障方面，应提供商品退换货服务、建立不合格或缺陷商品召回制度、对商品质量侵害消费者权益的赔付责任、发现相关商品存在质量安全风险时召回已销售商品的责任、履行对消费者的提醒告知义务。

4.5 对跨境电商基础服务商合规要求

4.5.1 对跨境电商境内代理人合规要求

跨境电商境内代理人应按照法律法规的规定，合法为境外跨境电商企业办理海关登记。应通过业务所在国家（地区）海关指定方式向海关传输交易电子信息，并对数据真实性承担相应责任。应如实申报商品清单，办理报关手续，在进口业务中如实申请退货。在服务过程中，承担如是申报责任，应对交易真实性和消费者身份信息真实性进行审核，建立商品质量安全等风险防控机制，配合海关查验、接受海关稽查。

4.5.2 对国际支付企业合规要求

在跨境电商经营者合规要求的基础上，国际支付企业应具备业务涉及国家（地区）的行政许可，业务范围应符合“互联网支付”要求。在跨境电商零售进口业务中，应如实向监管部门实时传输施加电子签名的跨境电商零售进口支付电子信息，并对数据真实性承担相应责任。在跨境电商零售出口业务中，按照法律法规规定办理报关手续和申报，并向海关传输收款等电子信息并保证数据真实性。

4.5.3 对国际物流企业合规要求

在跨境电商经营者合规要求的基础上，国际物流企业应取得业务涉及国家（地区）的行政许可。在跨境电商零售进口业务中，应如实向监管部门实时传输施加电子签名的跨境电商零售进口物流电子信息，并对数据真实性承担相应责任。在跨境电商零售出口业务中，按照法律法规规定办理报关手续和申报，并向海关传输物流等电子信息并保证数据真实性。

4.5.4 对报关企业合规要求

报关公司在代理外贸业务时（不包括以委托人名义从事的代理），必须由代理单位对外签订合同，办理单证、外汇及报关手续，不得以只收取代理费方式，让委托企业（或货主）自带客户、自带货源、自带汇报、自行报关；不得以任何形式出让其名义供他人办理进出口业务中付汇、收汇、报关等手续。

4.5.5 对认证服务机构合规要求

认证机构从事认证活动应当遵循公正公开、客观独立、诚实信用的原则，履行保密义务，维护社会信用体系。认证机构及其认证人员应取得业务涉及国家（地区）认证管理部门的批准、许可或资格。境外产品认证必须由境外认证公司或经中国认监委和市场监督管理部门审核、注册的分支机构并被授权的代理公司（仅限直接授权）进行。认证机构及其认证人员应严格按照法律法规的技术要求检查产品的技术设计并进行测试，详细查看相关的技术文档，严格审核制造商的质量管理体系，及时作出认证结论，保证认证结论客观、真实。认证机构及其认证人员不得出具虚假或者严重失实的认证结论。认证机构应当向认证对象出具认证证书。

4.6 对跨境电商衍生服务商及参与者合规要求

4.6.1 对跨境电商产业园的合规要求

跨境电商产业园开展跨境电商进出口业务应符合国家监管部门的有关要求，符合当地经济社会发展的总

体规划，有较为完备的建设发展规划，产业布局合理；建有完善的基础设施和良好的发展环境，具备一定的发展空间和产业规模，入驻的各类跨境电商经营企业在 20 家以上。应具有明确的经营管理机构 and 运营机制。应建有功能完善的公共服务支撑体系，能为跨境电商企业提供各类公共配套服务。

4.6.2 对跨境电商网络营销服务商的合规要求

跨境电商网络营销服务商提供的产品或服务应真实、合法，以健康的表现形式表达广告内容，广告或宣传方式不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。熟悉广告或者宣传目的地国家（地区）相关法律法规，不得对禁止类目进行广告宣传；不得危害人身、财产安全，泄露个人隐私；不得妨碍社会安定，损害社会公共利益；不得妨碍社会公共秩序或者违背社会公序良俗；不得发布含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力等内容；不得含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；以及发布地国家（地区）法律法规规定禁止的其他情形。

4.6.3 对跨境电商代运营、咨询培训服务商的合规要求

跨境电商代运营、咨询培训服务商应遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律和商业道德，依据法律法规履行在有关监督管理部门的登记、备案、注册以及许可义务。应全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。不得进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

4.6.4 对跨境电商数据服务商的合规要求

跨境电商数据服务商应遵循自愿、平等、公平、诚实信用原则，不得通过技术手段损害互联网的市场竞争秩序，不得通过技术手段绕过防护措施抓取数据，不得为违法违规组织提供信息抓取服务，不得抓取和贩卖个人隐私数据，不得利用无版权的商业数据获利，不得未经著作权人许可抓取数据后传播获利；严格遵守 robots 协议采集信息。

4.6.5 对跨境电商产品的合规要求

本标准发布单位应会同相关单位建立跨境电商产品、成品、流通等规范。跨境电商产品合规要求是指跨境电商产品及其包装应按照销售地和生产地国家（地区）法律法规要求，符合强制性标准和技术规范，取得相应的注册、认证、检测、许可且不得侵犯他人知识产权等。

4.6.6 对跨境电商人员的合规要求

建立跨境电商合规师的标准、评价及考核机制。

5 跨境电商行业合规管理措施

跨境电商行业合规管理措施主要从以下五个维度进行：一是构架合规管理组织；二是明确合规管理内容；三是建立、完善合规管理体系；四是树立、宣传合规文化；五是合规管理运行及保障机制。

5.1 跨境电商行业合规管理组织架构

5.1.1 合规管理组织权利来源

跨境电商行业经营者合规管理组织权利应该来源于最高管理人员或者组织，或者由最高管理人员或者组织授权的相应部门。

5.1.2 合规管理组织架构

合规管理组织架构中应包括合规管理领导人员或组织、合规管理监督责任人员或组织、合规管理执行责任人或组织，跨境电商行业经营者通过组织体系及构架的建设，建立完整的、自上至下的合规管理组织架构，明确合规管理责任人员或组织，以及具体职责。

5.1.3 合规管理组织的职责

a) 合规管理领导人员或组织的职责：

- 1) 批准跨境电商经营主体合规管理战略规划和年度报告；
- 2) 建立和推动完善的合规管理体系；
- 3) 确定合规管理基本制度和合规管理流程；
- 4) 决定合规管理监督和执行负责人的任免；
- 5) 决定合规管理监督和执行部门的设置和职能；
- 6) 研究决定合规管理有关重大事项；
- 7) 按照权限决定有关违规人员的处理事项；
- 8) 批准合规管理具体制度；
- 9) 批准合规管理长期和短期计划等。

b) 合规管理监督责任人员或组织的职责：

- 1) 向合规管理领导人员或组织提出合规管理建议；
- 2) 对合规管理具体制度和合规管理计划等提出建议；
- 3) 监督合规管理制度的落实；
- 4) 监督合规管理执行人员的合规管理职责履行情况；
- 5) 合规管理风险评价结果；
- 6) 作为举报管理部门的常设机构，负责企业的日常举报管理事务；
- 7) 对引发重大合规风险的部门负责人或者主要负责人员提出监督意见等。

c) 合规管理执行责任人员或组织的职责：

- 1) 向合规管理领导人员或组织报告合规管理年度报告；
- 2) 向合规管理领导人员或组织提出合规管理战略规划建议；
- 3) 执行合规管理领导人员或组织确定的合规管理体系、合规管理基本制度和合规管理流程；
- 4) 执行合规管理具体制度和合规管理计划；
- 5) 按期向合规管理领导人员及组织汇报合规管理执行情况；以及对企业各部门开展合规检查与考核。

5.1.4 合规管理组织的落实与运行

跨境电商行业经营者在建立专业化、高素质的合规管理组织及人员和明确合规管理组织职责的基础上，根据业务规模、个人风险水平等因素配备合规管理相应人员，持续加强合规管理业务培训，提升整体合规管理组织能力水平。

5.2 跨境电商行业合规管理内容

跨境电商行业合规管理内容包括对合规管理风险进行识别、分析、评价三个部分。

5.2.1 合规管理风险识别

跨境电商生态系统是跨境电商参与主体与系统内外部环境相互作用形成的有机整体，其面临的风险多且复杂，有效识别风险要素是跨境电商生态系统开展良好风险管理的首要环节，识别出影响跨境电商生态系统的风险要素。通过分析风险要素产生源，为跨境电商生态系统实现稳定健康可持续发展提供对策建议。

5.2.1.1 合规风险识别领域

跨境电商行业的合规管理风险领域视经营者具体业务情况而定，包括电子商务、劳动用工、贸易与出口管制、环境保护、内幕交易、知识产权、反歧视、反洗钱、反垄断、反不正当竞争、反商业贿赂、反走私、反欺诈、税务与财务、广告推广、环境、健康和安全、数据合规及网络安全合规等管理风险领域。

5.2.1.2 合规风险识别方法

跨境电商生态系统的运作过程是集成化的供应链管理模式的，其是将供应商、生产商、批发商、零售商、

消费者联结为一体化的功能网链结构。其围绕核心物种,借助关键物种、支撑物种等实现跨境电商贸易,其运作过程等同于集成化的供应链管理方式。故围绕跨境电商生态系统贸易业务流程,将系统中的风险因素总结为四大类:交易风险、跨境物流风险、海关通关风险和環境风险。合规风险识别方法包括但不限于实地调研、合规访谈、调查问卷、公开信息收集与咨询、风险点清单、数据图表分析等合规识别方法。

5.2.1.3 合规风险识别信息数据来源

大数据的应用可以通过构建市场环境风险模型、实时跟踪各类环境变化动态,利用数据的集中化和细分化,为跨境电商出口目标国市场环境分析提供客观数据支持。进一步通过数据加工的优势,结合前期交易或国外同类型商品交易的信息,为目标国环境判断提供决策依据,实现大数据技术在市场环境风险中的识别。

合规风险识别信息数据来源包括但不限于行政监管机关和司法机关公开的信息数据、媒体公开的信息数据、跨境电商经营者自身信息数据、通过合规评价或调查获得的信息数据等。

5.2.1.4 合规风险识别内容

跨境电商行业合规风险内容主要指在跨境电商企业运营过程中,因企业行为不符合法律以及相关政策规定而引起风险。概括性分为行政监管处罚风险、刑事追究风险和国际组织制裁风险。合规风险识别内容包括但不限于各合规管理领域风险点及风险指标。

5.2.2 合规管理风险分析

对经过识别所确定的合规风险产生原因、来源、发生可能性、后果影响严重程度等进行研究分析的过程,旨在为合规风险的评价和应对提供支持。

5.2.2.1 合规管理风险分析目标

合规管理风险分析是指对识别出的合规管理风险进行定性、定量的分析,为合规管理风险的评价和应对提供支持。

跨境电商行业合规管理的主要目的是为了确保企业自身利益通过合法的途径得以实现。企业经营过程中遵循依法合规的原则,可以带动企业良性发展,帮助企业解决一些单纯依靠市场力量无法解决的问题,直接或间接为企业创造价值。

5.2.2.2 合规管理风险分析因素

跨境电商行业合规工作覆盖面积广泛,其内部管理结构需要更加流畅和鲜明。在市场经济的加速推动下,在一定的经济周期内,法律风险的存在也较为突出。跨境电商经营者或个人违规出现的原因、导致合规管理风险事件的原因、合规管理风险事件发生的可能性及后果等因素。

5.2.2.3 合规管理风险分析阶段

合规管理风险分析包括合规管理事前风险分析和合规管理事后风险分析。

合规管理事前风险分析包括:全面系统梳理经营管理活动中存在的合规风险,对风险发生的可能性、影响程度、潜在后果等进行系统分析,对于典型性、普遍性和可能产生较严重后果的风险进行分析结果梳理,为跨境电商经营者建立合规识别风险预警机制或者合规管理体系奠定基础。

合规管理事后风险分析包括:定期对合规管理体系的有效性进行分析,对重大或反复出现的合规风险和违规问题,深入查找根源,以帮助医药企业完善相关制度,堵塞合规管理漏洞,强化过程管控,持续改进提升。

5.2.3 合规管理风险评价

合规管理风险评价是指企业根据监管要求或参照相关标准、依据,对合规管理活动及其所发挥的实际效用进行评价的行为。

5.2.3.1 合规管理风险评价目标

合规管理风险评价旨在不断提升企业合规管理的水平,促进企业合规、稳健发展,帮助跨境电商经营者作出合规管理风险应对的决策等。其具体目标包括:(1)识别企业在合规管理工作中存在的问题;(2)促进企业合规管理的不断优化和完善;(3)促进合规管理机制落地,有效防控企业合规风险;(4)明确下一步合规管理的工作方向。

5.2.3.2 合规管理风险评价步骤

合规管理风险评价应定期开展。一般步骤为:作出评价决定、成立评价项目工作组、制定评价工作方案、开展具体评价工作、出具评价报告、提出改进方案。

a) 在合规管理风险分析的基础上,对合规管理风险进行不同维度的排序,包括合规管理的目标、成本和收益、资源的投入安排等因素,包括合规管理风险事件发生可能性的高低、影响程度的大小及风险水平高低,以明确合规管理风险对应责任部门或人员的影响程度。

b) 在合规管理风险排序的基础上,可以对合规管理风险进行分级,具体登记划分的层次可以根据合规管理组织的管理需要设定。

c) 在合规管理风险排序和分级的基础上,合规管理组织可以根据合规管理需要,进一步确定需要重点关注和优先应对的合规管理风险,以及确定后续的合规管理措施及完善合规管理体系。

5.2.3.3 合规管理风险评价考虑因素

跨境电商经营者在进行合规管理风险评价时,应考虑责任权限、过程监控、奖惩机制、执行者能力要求、内部制度审查、第三方专业机构审查结果、合规风险意识、资源配置等因素。

评价指标体系设计的科学性,将直接决定合规管理风险评价的成败。科学的指标体系,既能客观、深入、完整地对企业合规管理是否有效做出评价,促使企业向更优管理实践加以引导。

5.2.3.4 合规管理风险重新评价

跨境电商经营者可以根据企业经营的需要,定期或者不定期地对合规管理风险进行重新评价。

定期进行重新评价的周期可根据相应《跨境电商行业合规管理评价规范》以及跨境电商行业合规管理计划确定。

不定期进行重新评价适用的情形简要如下:

- a) 跨境电商行业经营者出现新的商业模式、产品、服务、流程等;
- b) 跨境电商经营者组织架构和策略进行重大调整;
- c) 跨境电商经营者外部环境发生重大变化,如经济环境、执法环境、市场及行业风向等;
- d) 法律法规、国际条约等法律制度性调整导致跨境电商行业经营者需履行的合规义务发生变化;
- f) 发现违规事件,且该事件在调查过程中可以直观了解到业务中的实际风险及管控措施的漏洞。

5.3 跨境电商行业合规管理体系

跨境电商行业合规管理体系应当满足以下原则:

- a) 全面覆盖。

合规管理应覆盖各业务领域、各组成部门、各级子公司和分支机构、全体员工,贯穿决策、执行、监督、反馈等各个环节,体现于决策机制、内部控制、业务流程等各个方面。

- b) 务实高效

企业合规管理应建立健全符合企业实际的合规管理体系,突出对重点领域、关键环节和重要人员的管理,充分利用大数据等信息化手段,切实提高管理效能。

- c) 客观独立

企业合规管理应严格依照法律法规等规定对企业和员工行为进行客观评价和处理。合规管理牵头部门独立履行职责,不受其他部门和人员的干涉。

- d) 协同联动

企业合规管理推应与法律风险防范、监察、审计、内控、风险管理等工作相统筹、相衔接,确保合规管理体系有效运行。

5.3.1 建立和完善合规管理制度

跨境电商行业因种种原因尚未开展全面合规体系建设,对此亟需结合监管要求和良好合规实践,尽早

开展合规管理的体检对标,通过合规管理有效性评价,客观揭示和分析跨境电商行业合规管理的差距,对标同行业先进经验,高起点建设合规管理制度。

5.3.1.1 合规管理制度建立健全的含义

建立健全合规管理制度,是指要求跨境电商经营者建立制定企业全员普遍遵守的合规行为规范,针对重点领域制定专项合规管理制度,并根据法律法规变化和监管动态,及时将外部有关合规要求转化为内部规章制度。加强跨境电商行业合规管理制度建立健全是进一步深化依法治国的重要组成,是企业深化改革、高质量发展的有力支撑,也是落实全面从严治党、强化廉洁从业的有效手段。跨境电商行业要进一步提高政治站位,充分认识、深刻把握全面加强合规管理工作的重要性。将建立健全跨境电商行业合规管理体系提上日程,采取有力措施,落实工作责任,集中力量推进合规管理体系的建设,加快建立形成全面覆盖、全员参与、职责清晰、协同联动、务实高效的合规管理体系,为跨境电商企业高质量发展提供法治保障。

5.3.1.2 合规管理制度建立健全的方法

跨境电商行业合规管理体系的建设,应当以确保行业规章制度的有效执行为基本目标。因此,构建完整的行业合规管理制度体系,制定合规管理基本政策、配套规定和专项操作指引等合规管理制度,逐步形成以基本合规政策为核心,相关配套制度为补充的合规管理制度体系,并确保有效性和执行力,应该是跨境电商行业合规制度建立建设的有效方法。

5.3.2 合规培训

5.3.2.1 建立合规培训制度的含义

建立合规培训制度是指跨境电商经营者需要重视合规培训,结合法制宣传教育,建立制度化、常态化培训机制,以确保企业相关部门及员工理解、遵循企业合规目标和要求。

5.3.2.2 合规培训开展的要求

a) 从时间安排角度,可以根据跨境电商经营者业务发展及合规培训开展的需求,定期开展合规培训。

b) 从人员和部门覆盖率角度,可以根据跨境电商经营者的规模及企业人员及部门数量安排培训,建议对企业核心及风险较大的业务部门及其相应管理人员进行培训。

c) 从培训人员角度,由合规管理执行人员或者组织安排培训人员,具体培训人员可以是合规管理组织成员,也可以是委托第三方专业机构人员。

5.3.2.3 合规培训开展的形式

合规培训开展形式除了常规讲座分享之外,还可以进行外部调查的模拟演练、合规案例分析解读、合规测试认证等形式。

a) 讲座分享。跨境电商经营者在实践中考虑到参与者的广度,除了采用在会议室开班讲座外,还可以借助网络技术支持等方式,开展部门或者人员在线课程;此外,除了单向的宣传,培训人员可以针对参加培训主体提出的具体问题给予及时的咨询和指导。

b) 外部调查模拟演练。考虑到外部执法机构执法时的突击性,跨境电商经营者可以邀请或者委托第三方专业机构对企业进行外部调查模拟演练,以增强相关部门及人员对外部调查的应对能力。

c) 合规案例分析解读。合规管理组织可以总结跨境电商行业日常发生的合规管理风险事件,组织相关部门及人员进行讨论。

d) 合规测试。对于比较重要的合规管理文件,相关部门及人员在学习讨论后,通过相关测试考核。

5.3.3 合规管理计划

合规管理计划,是指根据合规管理目标实现的时间长短,合规管理执行负责人员及组织根据每年企业合规管理的具体情况,向合规管理领导人员及组织报告长期或者短期的合规管理计划,在获得前述人员或组织同意后,执行合规管理规划。

5.3.3.1 合规管理长期计划

合规管理长期计划是指需要三年及以上时间实现的合规管理计划。

5.3.3.2 合规管理短期计划

合规管理短期计划是指需要三年及以下时间实现的合规管理计划。

5.4 跨境电商行业合规文化建设

合规是企业高质量可持续发展的前提，重要性不言而喻。而合规文化建设在跨境电商合规管理体系中更是具有举足轻重的地位和作用。跨境电商企业可通过制定发放合规手册、签订合规承诺书、召开日常合规会议、合规要求公告等方式树立和宣传合规文化，强化跨境电商经营者及其人员的安全、质量、诚信和守法意识，树立依法合规、守法诚信的价值观，牢固合规经营的思想基础和文化基础。

5.4.1 合规文化建设的阶段

合规文化建设一般由三个阶段组成：服从、认同、内化且作为行动指导。同时，跨境电商行业合规文化也并非一成不变，其会随着市场和企业内部环境的变化而变化，企业应当及时了解内外部环境变化导致的合规义务的改变，进而更新制定合规策略方案，培育新的合规文化。

5.4.2 合规文化建设的要求

跨境电商行业需要强化合规管理制度建设工作，通过修订合规制度，理清和明确合规管理部门和其他业务部门在合规管理工作中的管理职责和权利边界，避免职责不清、工作交叉。优化各领域合规行为准则和管理规范，对重大风险领域起草专门制度，明确合规管理要求；对照国家法律法规和公司规章制度，系统开展制度合规性梳理和企业内部合规性评价工作；严格执行企业内部规章制度，对于有令不行、有章不道的要严格考核，逐步细化、完善合规管理制度机制，为深入开展合规管理工作提供制度依据和有效保障。

5.5 合规管理运行及保障机制

合规管理运行机制主要包括合规管理制度、合规风险识别预警机制、合规风险应对机制、合规审查机制、违规问责机制以及合规管理评价机制。作为合规管理体系的另一重要环节，合规管理保障机制主要包括合规考核评价、合规管理信息化建设、合规管理专业化建设、合规培训、合规文化以及合规报告等方面的制度。

5.5.1 落实合规管理

落实合规管理是指企业能够让跨境电商企业有效执行已出台的各项合规制度，即书面的制度要求能够有效转化为管理层和员工的实际行动，合规管理能够体现并实现制度的设计初衷。

5.5.2 合规考核机制

合规考核机制，是指企业内部加强合规考核评价，把合规经营管理情况纳入对各部门和负责人的年度综合考核，细化评价指标。在设置合规绩效考核时，合规部门应当与人力等部门沟通合规考核内容、权重、后果、处置方式等事宜，将合规制度的具体执行融入企业整体考核体系之中。对所属部门和员工合规职责履行情况进行评价，并将结果作为年度考核结果、评先评优、员工个人职位升迁、部门资源调配等工作的重要依据。

5.5.3 举报制度

合规举报是指受理举报的部门对举报的线索，依照企业合规管理制度进行调查处理，保障行使民主权利的一种制度。合规举报制度一般由受理、分流、转办、初查、催办、保护、奖励、答复等具体制度组成。

5.5.3.1 举报机构及职责

合规管理监督组织为举报管理部门的常设机构，负责企业的日常举报管理事务。举报部门接到相关人员举报后，应在第一时间予以调查，满足一定条件的，将举报事实和调查情况及时反馈给合规管理领导部门。

5.5.3.2 举报方式

提供必要的举报设施和手段，采取技术措施，建立安全的令企业放心的举报环境是保证举报机制有效运行的必要前提。

5.5.3.3 举报奖励及保护措施

向举报管理部门举报的人员，其人身权利、财产权利、工作权利、民主权利、名誉权利和其他合法权益受法律保护。对于经过调查合适的举报案件，符合相关条件的，根据案件性质对举报人员给予相应的奖励。给予举报人充分的激励，抵消举报行为可能带来的重大损失和预期收入影响，才能推动举报意识转化为举报行为。

5.5.4 合规案件调查

合规案件调查是指根据调查主体是否属于企业内部人员或者组织而划分为内部调查和外部调查。收到举报后,应由主管部门受理并判别所检举的内容是否有足够理据和调查的必要。如果不具备调查条件或不予受理,主管部门应向举报人做出说明然后结案及归档。一旦决定受理检举,专责人员应立刻展开调查工作,并给予被举报人申辩的机会,而必要时应当寻求法规或其他相关部门提供协助。为了保持调查公正,企业应明确所有员工不得阻挠调查工作亦不可打击举报人及专责人员,而专责人应当就案件相关资讯严格保密。

5.5.4.1 外部调查

外部调查通过对合法获取的公开资料的调查以及谨慎的行业调查问询,重点评价被怀疑的涉事企业是否存在合规风险。外部调查即外部执法机关,包括但不限于公检法部门、市场监管部门、税务部门、海关部门、商务部门、网络安全管理部门等的日常拜访、突击检查、企业竞争对手或者消费者举报后的调查等。跨境电商经营者应当依据企业合规制度、政策、流程要求,基于企业现有资源及相关情况,建立外部调查配合机制。面临外部调查时,企业应当依法配合、合法应对外部调查。

5.5.4.2 内部调查

内部调查即因企业员工内部举报或者合规管理活动中发现的风险事件,所引发企业内部组织进行的调查。跨境电商经营者应当依据企业合规制度、政策、流程要求,基于企业现有资源及相关情况,建立内部调查流程,确保内部调查流程合法、合规。

5.5.5 合规管理问责

合规管理问责是指因合规管理不到位引发违规行为,企业应建立完善违规行为处罚机制,明晰违规责任范围,细化惩处标准。在企业畅通举报渠道,针对反应的问题和线索及时开展调查后,严肃追究违规部门及人员责任。

5.5.5.1 部门和个人负责制

跨境电商企业应当对在履职过程中因故意或者重大过失应当发现而未发现违规问题,或者发现违规问题存在失职渎职行为,给企业造成损失或者不良影响的单位和人员开展责任追究。

5.5.5.2 合规整改和处分

合规整改效果取决于企业的过程性努力,涉案企业合规监督评价机制本质上是一种过程性监管和制裁制度,合规整改有效性审查应当注重对合规整改的全过程审查。合规整改和处分即对于产生合规管理风险事件的部门进行合规整改,包括但不限于调配合规管理资源、降低年终考核分数等整改措施;对于引发或疏于管理的合规管理风险事件的责任人,依照处罚机制对其进行降职、职位调换、降低年终奖等处罚措施,或者进行警告、解除劳动合同且不支付经济补偿金等处分。

6 跨境电商行业合规管理绩效评价

6.1 跨境电商行业合规管理绩效评价方法

6.1.1 合规管理评价方法

合规管理体系有效性评价可以根据评价内容和指标的具体情况,采用文件审阅、问卷调查、访谈调研、飞行检查、穿行测试、感知测试、模拟运行等评价方法。

6.1.2 合规管理评价内容

跨境电商行业合规管理有效性评价包括对跨境电商行业合规管理要求、跨境电商行业合规管理机构、跨境电商行业合规管理内容、跨境电商行业合规管理体系、跨境电商行业合规文化建设、合规管理运行及保障机制等方面的评价。评价领域分别为电子商务、财务与税务、反欺诈、反走私、反洗钱、反垄断、环境、健康和安全、知识产权、贸易与出口管制、劳动用工以及数据合规及网络安全。

合规管理体系有效性评价一般包括评价准备、评价实施和评价报告三个阶段。

6.1.4 评价准备阶段

组建评价小组，制定评价方案，明确评价目的、范围、评价方法、需要收集的信息和数据、分工、进程等要求。评价小组应由具备被评价企业所属行业的专业知识、经验和技能的人员与具备实施评价活动所需要的合规知识、经验和技能的人员组成。评价机构及其评价人员应具有相应资质。

6.1.5 评价实施阶段

评价小组按照评价机制和评价指标实施评价。对于评价实施过程中发现的重大问题及重要评价结论，评价小组应当与被评价的企业主要负责人进行沟通，就相关问题进行核实。

6.1.6 评价报告阶段

评价小组根据评价实施情况，撰写评价报告。评价报告至少包括以下内容：

- a) 评价活动的组织者、评价小组相关信息；
- b) 被评价企业的基本信息；
- c) 评价目的、范围和依据；
- d) 评价的程序和方法；
- e) 评价所依据的信息及其来源；
- f) 评价结论；
- g) 合规管理问题和改进建议。

6.2 跨境电商行业合规管理绩效评价责任人

6.2.1 合规职责

跨境电商业务最高管理者是该项业务合规的第一责任人，应当承担以下职责：

- a) 分配并保证足够和适当资源来建立、维护和改进跨境电商业务合规管理体系；
- b) 确保企业关于跨境电商方面的商业运营战略与业务合规义务之间的一致性；
- c) 领导合规管理部门，加强合规管理队伍建设，做好人员选聘培养，监督合规管理部门认真有效地开展工作。受理违规举报，提出分类处置意见，组织或者参与对违规行为的调查。

6.2.2 合规管理部门

跨境电商业务经营者可结合实际设置专职的合规管理部门，或者由具有合规管理职能的相关部门承担合规管理职责。合规管理部门一般应履行以下合规职责：

- a) 制定企业的合规管理制度和年度合规管理计划，并推动其贯彻落实；
 - b) 对公司规章制度和业务流程进行合规审查，并组织、协调和监督各业务部门对规章制度和业务流程进行梳理和修订；
 - c) 审核评价企业的经营管理和业务行为，重点围绕商品合规、质量安全、生物安全、虚假交易、二次销售、知识产权等开展风险评价与日常监控；
 - d) 确保企业及相关合作方的业务活动符合跨境电商相关规定的要求；
- 牵头负责公司内部合规审计；
- e) 组织或协助管理部门、业务部门开展企业内部合规教育培训，并向管理层和各部门员工提供合规咨询；
 - 处理重大合规风险事项，针对合规举报信息制定调查方案并开展调查；
 - f) 持续关注国内及业务所涉国家(地区)跨境电商法规的发展动态，及时提供合规建议。

6.2.3 合规管理协调

合规管理部门应加强与业务部门的合作，建立明确的协调配合机制和信息交流机制。相关业务部门应在跨境电商日常业务中主动进行合规管理，识别业务范围内的合规风险，配合合规管理部门进行合规风险审查、评价、调查、整改工作。

7 跨境电商行业合规管理持续改进策略

7.1 合规管理办法

跨境电商业务经营者制定企业合规政策、各核心部门和岗位工作行为准则、员工合规指引，并按照企业决策流程制定企业内部规范性文件。上述合规管理规范应当列入员工手册，并通过公司声明、公告或宣传等方式予以公布。

7.2 合规操作流程

跨境电商业务经营者可结合经营实际，就合规政策制定相应的合规操作流程，进一步细化标准和要求。也可将具体的标准和要求融入到现有的业务流程当中，便于员工理解和落实，确保各项经营行为持续合规。

8 合规管理信息化建设

跨境电商业务经营者应建立内部合规管理信息系统，在资质审核、财务管理、进出口申报、业务风险管理等方面具备可记录、可追溯、可查询、可分析、可预警等功能并有效运行。

跨境电商业务经营者宜建立跨境电商知识产权库、价格数据库、历史交易库和企业信息库等后台业务风险管理数据库，并可以应海关等监管部门要求提供有关风险防控方面的信息和数据。

9 实施与监督

9.1 从事跨境电商相关企业，应严格遵守本文件规定，不合规企业禁止从事跨境电商相关业务。

9.2 关于跨境电商合规认证等工作，按国家有关法律、法规的规定执行。

10 建立跨境电商合规管理评价规范

跨境电商行业应由发布单位会同相关单位建立有效的合规管理评价规范，对企业、产品、服务及外部约束条件等进行评价，以保障跨境电商行业合规管理规范的实施。