

## 纺织品和服装行业研究 买入 (维持评级)

行业点评

吴劲草 姬雨楠  
 分析师 SAC 执业编号: S1130518070002 联系人

# 《电子商务法》通过：明确个人电商经营者纳税&强调平台连带责任，推动电商经营环境进一步规范化，助力品牌商线上业务发展

### 事件

- 2018年8月31日，第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议在北京召开，会议表决通过了《电子商务法》，经历3次公开征求意见、4次审议的反复拉锯，终于落地。新法一共七章89条，自2019年1月1日起施行。这部法律对电子商务经营者义务、平台责任、基本规则等作出奠基性规定，为保障电子商务各方主体的合法权益、规范电子商务行为提供了一部专门法。

### 《电子商务法》要点解读

- 一、将自然人网店纳入监管，规范化作战的必要性进一步凸显：**随着网络经济的发展壮大，自然人网店快速成长的同时，更容易出现游离于政府监管之外销售假冒伪劣产品。2008年，工商总局颁布《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》，免除自然人网店工商登记义务，新出台的电子商务法较程度上的去试图规范这一现象。工商注册登记使自然人网店被纳入行政监管的视野，也为后续持续的规范化（如纳税等）做了铺垫。加强对自然人网店的监管，使得网店经营者更需要规范化作战（比如去依附一些已有的品牌）。但未对“零星小额”具体限额进行明确规定，这一部分后续还需持续讨论和在实践中修正。
- 二、明确电商经营者纳税义务，倒逼个人经营者进行规范化整改：**《电子商务法》明确了电商经营者的纳税义务。实际上，天猫本身就是一种“B2C”的模式，在天猫上本身就是以企业为主体进行登记的一种模式，本身就需要按规定缴税。所以明确电商经营者纳税义务，实质上还是针对“个人电商经营者”进行的整改，如淘宝C2C，拼多多小店等模式，这个区域之前很大程度上属于灰色区域，对于该部分加强监管，实际上还是去倒逼个人经营者进行规范化整改。
- 三、商家侵权，平台承担连带责任：**近期各类平台安全问题&品牌仿冒问题等频出将平台经营者责任问题拉进公众视野，《电子商务法》对于平台格外关注，“电子商务平台经营者”在整部立法中单独作为一节的内容出现。《电子商务法》明确规定平台经营者的相应责任，均衡地保障电子商务各主体的合法权益，适当加重了电子商务经营者，特别是第三方平台的责任义务，一定程度上，填补了此前一部分法律空缺，强制要求了第三方平台的监管义务，有望提升具有整体品控和体系的品牌的溢价，也会很大程度改善现在电商平台上的品牌侵权&仿冒等问题。
- 四、规范跨境电商发展：**我国跨境电商规模迅速扩张，与此同时，跨境电商也成为假货重灾区，或肆意采购不知名或未经检疫的进口食品，近年涉及跨境电商的投诉举报呈直线上升态势，大大影响消费者的购买信心。《电子商务法》为消费者权益提供了法律保护，推动跨境电商规范化。

### 投资建议

- 电商经营环境进一步规范化，长期有利于品牌商线上业务的发展：**《电子商务法》的出台有望使得整个电商行业的发展环境更为规范化，而重点在“个人电商经营者的规范化”和“仿冒品牌的治理”。大型电商如天猫、京东商城等B2C电商平台及商家大多已进行税务登记并正常缴税，C2C电商如淘宝、拼多多中自然人网店较多，目前监管处于较为模糊的状态。本次《电子商务法》的通过，有望倒逼个人经营者进一步规范化运营，而加强平台的连带责任，也体现了监管对于品牌侵权等问题的治理决心。我们认为，这有助于提升整体消费者和经营者的品牌意识，净化市场环境，也有望推动体系化品牌商线上业务的发展。未来，有望出现一系列“大众消费品电商品牌”，来整合目前零散且不规范的个人经销环境。建议关注：南极电商，开润股份等品牌商。
- 风险提示：**《电子商务法》的出台可能会较大程度上冲击现在的个人电商经营者的运营

## 《电子商务法》要点解读

### 1. 将自然人网店纳入监管：规范化作战的必要性进一步凸显

- 《电子商务法》第十条规定，“电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。但是，个人销售自产农副产品、家庭手工业产品，个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动，以及依照法律、行政法规不需要进行登记的除外。”
- 《电子商务法》第二十七条规定，“电子商务平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并定期核验更新。电子商务平台经营者为进入平台销售商品或者提供服务的非经营用户提供服务的，应当遵守本节有关规定。”
- 《电子商务法》第二十八条第一款规定，“电子商务平台经营者应当按照规定向市场监督管理部门报送平台内经营者的身份信息，提示未办理市场主体登记的经营者依法办理登记，并配合市场监督管理部门，针对电子商务的特点，为应当办理市场主体登记的经营者办理登记提供便利。”
- **国金点评：**随着网络经济的发展壮大，自然人网店快速成长的同时，更容易出现游离于政府监管之外销售假冒伪劣产品。2008年，工商总局颁布《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》，免除自然人网店工商登记义务，新出台的电子商务法较程度上的去试图规范这一现象。工商注册登记使自然人网店被纳入行政监管的视野，也为后续持续的规范化（如纳税等）做了铺垫。**加强对自然人网店的监管，使得网店经营者更需要规范化作战（比如去依附一些已有的品牌）。**但未对“零星小额”具体限额进行明确规定，这一部分后续还需持续讨论和在实践中修正。

### 2. 明确电商经营者纳税义务：倒逼个人经营者进行规范化整改

- 《电子商务法》第十一条规定，“电子商务经营者应当依法履行纳税义务，并依法享受税收优惠。依照前条规定不需要办理市场主体登记的电子商务经营者在首次纳税义务发生后，应当依照税收征收管理法律、行政法规的规定申请办理税务登记，并如实申报纳税。”
- 《电子商务法》第二十八条第二款规定，“电子商务平台经营者应当依照税收征收管理法律、行政法规的规定，向税务部门报送平台内经营者的身份信息和与纳税有关的信息，并应当提示依照本法第十条规定不需要办理市场主体登记的电子商务经营者依照本法第十一条第二款的规定办理税务登记。”
- **国金点评：**实际上，天猫本身就是一种“B2C”的模式，在天猫上本身就是以企业为主体进行登记的一种模式，本身就需要按规定缴税。明确电商经营者纳税义务，实质上还是针对“个人经营者”进行的整改，如淘宝 C2C，拼多多小店等模式，这个区域之前很大程度上属于灰色区域，对于该部分加强监管，实际上还是去倒逼个人经营者进行规范化整改。

### 3. 商家侵权，平台承担连带责任：品牌化的时代的进一步推进

- 《电子商务法》第三十八条明确规定，“电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施的，依法与该平台内经营者承担连带责任。对关系消费者生命健康的商品或者服务，电子商务平台经营者对平台内经营者的资质资格未尽到审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，依法承担相应的责任。”
- 《电子商务法》第八十三条规定了严格的法律责任，“电子商务平台经营者违反本法第三十八条规定，对平台内经营者侵害消费者合法权益行为未采取必要措施，或者对平台内经营者未尽到资质资格审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务的，由市场监督管理部门责令限期改正，可以处五万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，并处五十万元以上二百万元以下的罚款。”
- 针对一直以来，电商平台饱受诟病的假货屡禁不止、山寨货层出不穷的现状，第八十四条规定，“电子商务平台经营者对平台内经营者实施侵犯知识产权行为未依法采取必要措施的，由有关知识产权行政部门责令限期改正；逾期不改正的，处五万元以上五十万元以下的罚款；情节严重的，处五十万元以上二百万元以下的罚款。”
- **国金点评：**近期各类平台安全问题&品牌仿冒问题等频出将平台经营者责任问题拉进公众视野，《电子商务法》对于平台格外关注，“电子商务平台经营者”在整部立法中单独作为一节的内容出现。《电子商务法》明确规定平台经营者的相应责任，均衡地保障电子商务各主体的合法权益，适当加重了电子商务经营者，特别是第三方平台的责任义务，一定程度上，填补了此前一部分法律空缺，强制要求了第三方平台的监管义务，有望提升具有整体品控和体系的品牌的溢价，也会很大程度改善现在电商平台上的品牌侵权&仿冒等问题。

#### 4. 规范跨境电商发展

- 《电子商务法》第七十一条规定，“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、进出境检验检疫、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。国家支持小型微型企业从事跨境电子商务。”
- 《电子商务法》第七十二条规定，“国家进出口管理部门应当推进跨境电子商务海关申报、纳税、检验检疫等环节的综合服务和监管体系建设，优化监管流程，推动实现信息共享、监管互认、执法互助，提高跨境电子商务服务和监管效率。跨境电子商务经营者可以凭电子单证向国家进出口管理部门办理有关手续。”
- 《电子商务法》第七十三条规定，“国家推动建立与不同国家、地区之间跨境电子商务的交流合作，参与电子商务国际规则的制定，促进电子签名、电子身份等国际互认。国家推动建立与不同国家、地区之间的跨境电子商务争议解决机制。”
- **国金点评：**我国跨境电商规模迅速扩张，与此同时，跨境电商也成为假货重灾区，或肆意采购不知名或未经检疫的进口食品，近年涉及跨境电商的投诉举报呈直线上升态势，大大影响消费者的购买信心。《电子商务法》为消费者权益提供了法律保护，推动跨境电商规范化。

#### 投资建议

- **电商经营环境进一步规范化，长期有利于品牌商线上业务的发展：**《电子商务法》的出台有望使得整个电商行业的发展环境更为规范化，而重点在“个人电商经营者的规范化”和“仿冒品牌的治理”。大型电商如天猫、京东商城等 B2C 电商平台及商家大多已进行税务登记并正常缴税，C2C 电商如淘宝、拼多多中自然人网店较多，目前监管处于较为模糊的状态。本次《电子商务法》的通过，有望倒逼个人经营者进一步规范化运营，而加强平台的连带责任，也体现了监管对于品牌侵权等问题的治理决心。我们认为，这有助于提升整体消费者和经营者的品牌意识，净化市场环境，也有望推动体系化品牌商线上业务的发展。未来，有望出现一系列“大众消费品电商品牌”，来整合目前零散且不规范的个人经销环境。建议关注：南极电商，开润股份等品牌商。

风险提示：《电子商务法》的出台可能会较大程度上冲击现在的个人电商经营者的运营

**公司投资评级的说明：**

买入：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 15%以上；  
增持：预期未来 6—12 个月内上涨幅度在 5%—15%；  
中性：预期未来 6—12 个月内变动幅度在 -5%—5%；  
减持：预期未来 6—12 个月内下跌幅度在 5%以上。

**行业投资评级的说明：**

买入：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 15%以上；  
增持：预期未来 3—6 个月内该行业上涨幅度超过大盘在 5%—15%；  
中性：预期未来 3—6 个月内该行业变动幅度相对大盘在 -5%—5%；  
减持：预期未来 3—6 个月内该行业下跌幅度超过大盘在 5%以上。

**特别声明:**

国金证券股份有限公司经中国证券监督管理委员会批准，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告版权归“国金证券股份有限公司”（以下简称“国金证券”）所有，未经事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。经过书面授权的引用、刊发，需注明出处为“国金证券股份有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的删节和修改。

本报告的产生基于国金证券及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但国金证券及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，对由于该等问题产生的一切责任，国金证券不作出任何担保。且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，在不作事先通知的情况下，可能会随时调整。

本报告中的信息、意见等均仅供参考，不作为或被视为出售及购买证券或其他投资标的邀请或要约。客户应当考虑到国金证券存在可能影响本报告客观性的利益冲突，而不应视本报告为作出投资决策的唯一因素。证券研究报告是用于服务具备专业知识的投资者和投资顾问的专业产品，使用时必须经专业人士进行解读。国金证券建议获取报告人员应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。报告本身、报告中的信息或所表达意见也不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，国金证券不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。

在法律允许的情况下，国金证券的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。

本报告反映编写分析员的不同设想、见解及分析方法，故本报告所载观点可能与其他类似研究报告的观点及市场实际情况不一致，且收件人亦不会因为收到本报告而成为国金证券的客户。

根据《证券期货投资者适当性管理办法》，本报告仅供国金证券股份有限公司客户中风险评级高于 C3 级（含 C3 级）的投资者使用；非国金证券 C3 级以上（含 C3 级）的投资者擅自使用国金证券研究报告进行投资，遭受任何损失，国金证券不承担相关法律责任。

此报告仅限于中国大陆使用。

**上海**

电话：021-60753903

传真：021-61038200

邮箱：researchsh@gjzq.com.cn

邮编：201204

地址：上海浦东新区芳甸路 1088 号

紫竹国际大厦 7 楼

**北京**

电话：010-66216979

传真：010-66216793

邮箱：researchbj@gjzq.com.cn

邮编：100053

地址：中国北京西城区长椿街 3 号 4 层

**深圳**

电话：0755-83831378

传真：0755-83830558

邮箱：researchsz@gjzq.com.cn

邮编：518000

地址：中国深圳福田区深南大道 4001 号

时代金融中心 7GH