



# 中国对外经济贸易文告

CHINA FOREIGN TRADE AND ECONOMIC COOPERATION GAZETTE

2013 年第 75 期(总第 872 期)

中华人民共和国商务部 主管

# 中国对外经济贸易文告

商务部办公厅

2013年12月6日

第75期(总第872期)

---

## 目 录

- 1、商务部关于促进电子商务应用的实施意见 ..... (3)
- 2、中国银监会令2013年第2号,公布《消费金融公司试点管理办法》 ..... (6)
- 3、国家质量监督检验检疫总局令第155号,公布《有机产品认证管理办法》..... (10)
- 4、中华人民共和国海关总署公告2013年第66号 ..... (16)

# CHINA FOREIGN TRADE AND ECONOMIC COOPERATION GAZETTE

General Office of MOFCOM

December 6, 2013

No. 75 (Series Issue No. 872)

---

## Contents

1. Implementation Opinions of the Ministry of Commerce of the People's Republic of China, on Promoting the Application of E-commerce ..... ( 3 )
2. Decree No. 2, 2013 of the China Banking Regulatory Commission, Promulgating the Measures for Administration of Pilot Consumer Finance Companies ..... ( 6 )
3. Decree No. 155 of the General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China, the Administrative Measures for Organic Product Certification ..... (10)
4. Announcement No. 66, 2013 of the General Administration of Customs of the People's Republic of China ..... (16)

---

Website of MOFCOM; <http://www.mofcom.gov.cn>

# 商务部关于促进电子商务应用的实施意见

商电函〔2013〕911号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：

为进一步促进各地电子商务应用，推动我国电子商务均衡发展，针对当前电子商务发展面临的突出问题，结合电子商务应用促进工作的实际需求，根据《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》（国发〔2013〕32号）和《商务部“十二五”电子商务发展指导意见》（商电发〔2011〕375号）的有关要求，提出以下意见：

## 一、工作目标和原则

### （一）工作目标。

到2015年，使电子商务成为重要的社会商品和服务流通方式，电子商务交易额超过18万亿元，应用电子商务完成进出口贸易额力争达到我国当年进出口贸易总额的10%以上，网络零售额相当于社会消费品零售总额的10%以上，我国规模以上企业应用电子商务比例达80%以上；电子商务基础法规和标准体系进一步完善，应用促进的政策环境基本形成，协同、高效的电子商务管理与服务体制基本建立；电子商务支撑服务环境满足电子商务快速发展需求，电子商务服务业实现规模化、产业化、规范化发展。

### （二）工作原则。

1. 市场主导、政府推动。坚持以市场为导向，以企业为主体，运用市场机制优化资源配置，制订本地区电子商务发展政策，综合运用政策、服务、资金等手段完善电子商务应用发展环境。

2. 重点扶持、平衡促进。全面拓展电子商务应用，重点发展零售、跨境贸易、农产品和生活服务领域电子商务，重点扶持中西部地区应用电子商务，促进我国电子商务在区域和行业领域的均衡发展。

3. 典型示范、引导发展。以典型城市、基地、企业为主体建立电子商务试点示范体系，发挥示范带动作用，引导行业发展方向。

## 二、重点任务

### （一）引导网络零售健康快速发展。

引导网络零售企业优化供应链管理、提升客户消费体验，支持网络零售服务平台进一步拓展覆盖范围、创新服务模式；支持百货商场、连锁企业、专业市场等传统流通企业依托线下资源优势开展电子商务，实现线上线下资源互补和应用协同；组织网络零售企业及传统流通企业开展以促进网络消费为目的的各类网络购物推介活动。

### （二）加强农村和农产品电子商务应用体系建设。

1. 结合农村和农产品现代流通体系建设，在农村地区和农产品流通领域推广电子商务应用；加强农村地区电子商务普及培训；引导社会性资金和电子商务平台企业加大在农产品电子商务中的投入；支持农产品电子商务平台建设。

2. 深化与全国党员远程教育系统合作，深入开展农村商务信息服务。完善商务部新农村商网功能，建设“全国农产品商务信息公共服务平台”，实现农产品购销常态化对接。探索农产品网上交易，培育农产品电子商务龙头企业。

3. 融合涉农电子商务企业、农产品批发市场等线下资源，拓展农产品网上销售渠道。鼓励传统农产品批发市场开展包括电子商务在内的多形式电子交易；探索和鼓励发展农产品网络拍卖；鼓励电子商务企业与传统农产品批发、零售企业对接，引导电子商务平台及时发布农产品信息，促进产销衔接；推动涉农电子商务企业开展农产品品牌化、标准化经营。

### （三）支持城市社区电子商务应用体系建设。

支持建设城市家政服务网络公共服务平台，整合各类家政服务资源，面向社区居民提供供需对接服务；鼓励和支持服务百姓日常生活的电子商务平台建设，功能涵盖居家生活所需的各类服务，如购物、餐饮、家政、维修、中介、配送等；鼓励大型餐饮企业、住宿企业和第三方服务机构建立网上订餐、订房服务系统，完善

餐饮及住宿行业服务应用体系。

#### **(四)推动跨境电子商务创新应用。**

1. 各地要积极推进跨境电子商务创新发展,努力提升跨境电子商务对外贸易规模和水平。对生产企业和外贸企业,特别是中小企业利用跨境电子商务开展对外贸易提供必要的政策和资金支持。鼓励多种模式跨境电子商务发展,配合国家有关部门尽快落实《国务院办公厅转发商务部等部门关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》(国办发〔2013〕89号),探索发展跨境电子商务企业对企业(B2B)进出口和个人从境外企业零售进口(B2C)等模式。加快跨境电子商务物流、支付、监管、诚信等配套体系建设。

2. 鼓励电子商务企业“走出去”。支持境内电子商务服务企业(包括第三方电子商务平台,融资担保、物流配送等各类服务企业)“走出去”,在境外设立服务机构,完善仓储物流、客户服务体系建设,与境外电子商务服务企业实现战略合作等;支持境内电子商务企业建立海外营销渠道,压缩渠道成本,创立自有品牌。

3. 支持区域跨境(边贸)电子商务发展。支持边境地区选取重点贸易领域建立面向周边国家的电子商务贸易服务平台;引导和支持电子商务平台企业在边境地区设立专业平台,服务边境贸易。

#### **(五)加强中西部地区电子商务应用。**

中西部地区可因地制宜,通过加强与电子商务平台合作,整合政府公共服务和市场服务资源,创新电子商务应用与公共服务模式,引导企业电子商务应用。加强电子商务企业和人才引进,加强电子商务宣传,开展电子商务人才培养;重点结合本地区特色产业发展需求,发展行业领域电子商务应用;吸引和支持优秀电子商务企业到中西部地区设立区域运营中心、物流基地、客服中心等分支机构;与电子商务平台企业对接销售中西部特色商品。

#### **(六)鼓励中小企业电子商务应用。**

引导中小企业利用信息技术提高管理、营销和服务水平;鼓励中小企业利用电子商务平台开展网络营销,开拓境内外市场;鼓励中小企业在电子商务平台上开展联合采购,降低流通成本;支持第三方电子商务平台发展,带动中小企业电子商务应用;支持电子商务领域金融服务创新,拓宽中小企业融资渠道;扶持面向中小企业的公共服务平台和服务机构,加强对小企业应用电子商务的技术支持和人才培训服务。

#### **(七)鼓励特色领域和大宗商品现货市场电子交易。**

鼓励通过电子商务手段开展再生资源回收、旧货流通、拍卖交易、边境贸易等领域电子商务应用。鼓励大宗商品现货市场电子交易经营主体进一步完善相关信息系统,研究制订商品价格指数、电子合同及电子仓单标准、供应链协同标准、运营模式规范,增强市场价格指导能力、供应链协同能力和现货交易服务能力,促进我国大宗商品现货市场电子交易的规范化发展。

#### **(八)加强电子商务物流配送基础设施建设。**

各地要按照国家加快流通产业发展的总体要求,规划本地区电子商务物流,推进城市物流配送仓储用地、配送车辆管理等方面的政策出台,推动构建与电子商务发展相适应的物流配送体系。开展电子商务城市共同配送服务试点,逐步建立完善适应电子商务发展需求的城市物流配送体系。

#### **(九)扶持电子商务支撑及衍生服务发展。**

鼓励电子支付、仓储物流、信用服务、安全认证等电子商务支撑服务企业开展技术和服务模式创新,建立和完善电子商务服务产业链条;发挥服务外包对电子商务的促进作用,发展业务流程外包服务和信息技术外包服务,如设计服务、财务服务、运营服务、销售服务、营销服务、咨询服务、网络建站和信息系统服务等。

#### **(十)促进电子商务示范工作深入开展。**

国家电子商务示范城市要深入推进创建工作,落实各项工作任务,结合商务领域应用需求,大力推进项目试点,开展政策先行先试。国家电子商务示范基地要发挥电子商务产业集聚优势,创新公共服务模式,建设和完善面向电子商务企业的公共服务平台,搭建完整的电子商务产业链条,提高区域经济核心竞争力,要按照中央财政资金管理的相关规定,做好财政支持项目的组织实施。培育一批网络购物平台、行业电子商务平台和电子商务应用骨干企业,发挥其在模式创新、资源整合、带动产业链等方面的引导作用,结合电子商务统计、监测、信用体系建设推进电子商务示范企业建设。各地应按照国家电子商务示范城市、示范基地、示范企业的有关要求,积极开展本地电子商务示范体系的建设。

### 三、保障措施

#### (一)建立健全协调保障机制。

各地要高度重视电子商务工作,提高思想认识,落实电子商务工作职能,把电子商务作为商务工作的重要抓手;建立完善本地区跨部门电子商务工作协作机制,发挥商务主管部门对电子商务发展的协调指导作用,主动与相关部门沟通、协调;加强与商务部的联系,建立中央与地方的工作互动机制。

#### (二)完善电子商务政策、法规体系建设。

各地要加快完善地方电子商务政策体系,结合本地区实际,针对电子商务面临的突出问题,从促进电子商务产业发展的角度,先行先试出台本地区电子商务法规政策,配合国家有关部门促进电子商务立法工作。

#### (三)落实政策配套措施。

各地要结合落实国家流通产业的相关政策,充分运用中央财政资金,加大对电子商务发展的支持力度。

各地可根据本地区电子商务发展的具体情况,安排专项资金用于推动电子商务发展,选择重点领域进行突破。

各地应加快建立促进电子商务发展的多元化、多渠道投融资体制,充分发挥企业的主体作用,吸引更多民间资本进入电子商务领域。支持金融机构和社会资本投资电子商务项目。

#### (四)加强电子商务统计监测及信用体系建设。

各地要根据国家关于电子商务统计报表制度,依托商务部电子商务信息管理分析系统,组织本地区电子商务企业及时填报数据,做好统计工作;参照国家统一标准推动建立本地区电子商务统计报表制度,开展地方电子商务统计及重点企业监测;利用电子商务交易平台信用数据和社会信用数据,建设地方电子商务信用信息基础数据库,建立数据共享和应用机制,积极培育面向电子商务的第三方信用服务业。

#### (五)组织开展电子商务研究和人才培养。

各地要以国家电子商务人才继续教育基地为依托,推动建立地方电子商务继续教育分基地,组织开展电子商务紧缺人才、高端人才和专业技能人才的培养。鼓励行业组织、专业培训机构和企业,开展电子商务人才培养及岗位能力培训。建立电子商务专家咨询机制,发挥电子商务专家的指导与咨询作用。有条件的地方可设立电子商务研究机构,整合产学研资源,开展电子商务发展的现状、问题、趋势专题研究,提出促进与规范电子商务的措施建议。

#### (六)培育行业组织加强行业自律。

各地应加强对电子商务行业组织的培育,充分发挥各级电子商务协会、学会、产业联盟等中介组织作用,配合政府部门落实电子商务政策和规划。鼓励中介组织制订行业规章、行业标准,加强行业自律。

#### (七)加强领导抓好落实。

各地要结合本地区实际,因地制宜,制订具体实施办法、工作行动计划,细化工作目标,确保各项任务落实到位。

各地要建立和完善重点工作联系机制和考核机制,加强监督检查,及时解决工作中的各类问题,并向商务部报告相关情况;做好跟踪、总结、交流和宣传工作,保证各项工作取得实效。

中华人民共和国商务部

2013年10月31日

# 中国银监会令

2013 年 第 2 号

《消费金融公司试点管理办法》已经中国银监会 2013 年第 18 次主席会议通过。现予公布,自 2014 年 1 月 1 日起施行。

中国银监会主席 尚福林

2013 年 11 月 14 日

(稿件来源:银监会)

## 消费金融公司试点管理办法

### 第一章 总 则

第一条 为促进消费金融业务发展,规范消费金融公司的经营行为,根据《中华人民共和国银行业监督管理法》、《中华人民共和国公司法》等法律法规,制定本办法。

第二条 本办法所称消费金融公司,是指经银监会批准,在中华人民共和国境内设立的,不吸收公众存款,以小额、分散为原则,为中国境内居民个人提供以消费为目的的贷款的非银行金融机构。

第三条 本办法所称消费贷款是指消费金融公司向借款人发放的以消费(不包括购买房屋和汽车)为目的的贷款。

第四条 消费金融公司名称中应当标明“消费金融”字样。未经银监会批准,任何机构不得在名称中使用“消费金融”字样。

第五条 银行业监督管理机构依法对消费金融公司及其业务活动实施监督管理。

### 第二章 设立、变更与终止

第六条 申请设立消费金融公司应当具备下列条件:

- (一)有符合《中华人民共和国公司法》和银监会规定的公司章程;
- (二)有符合规定条件的出资人;
- (三)有符合本办法规定的最低限额的注册资本;
- (四)有符合任职资格条件的董事、高级管理人员和熟悉消费金融业务的合格从业人员;
- (五)建立了有效的公司治理、内部控制和风险管理制度,具备与业务经营相适应的管理信息系统;
- (六)有与业务经营相适应的营业场所、安全防范措施和其他设施;
- (七)银监会规定的其他审慎性条件。

第七条 消费金融公司的出资人应当为中国境内外依法设立的企业法人,并分为主要出资人和一般出资人。主要出资人是指出资额最多并且出资额不低于拟设消费金融公司全部股本 30% 的出资人,一般出资人是指除主要出资人以外的其他出资人。

前款所称主要出资人须为境内外金融机构或主营业务为提供适合消费贷款业务产品的境内非金融企业。

**第八条** 金融机构作为消费金融公司主要出资人,应当具备下列条件:

- (一)具有5年以上消费金融领域的从业经验;
- (二)最近1年年末总资产不低于600亿元人民币或等值的可自由兑换货币(合并会计报表口径);
- (三)财务状况良好,最近2个会计年度连续盈利(合并会计报表口径);
- (四)信誉良好,最近2年内无重大违法违规经营记录;
- (五)入股资金来源真实合法,不得以借贷资金入股,不得以他人委托资金入股;
- (六)承诺5年内不转让所持有的消费金融公司股权(银行业监督管理机构依法责令转让的除外),并在拟设公司章程中载明;
- (七)具有良好的公司治理结构、内部控制机制和健全的风险管理制度;
- (八)满足住所地国家(地区)监管当局的审慎监管指标要求;
- (九)境外金融机构应当在中国境内设立代表处2年以上,或已设有分支机构,对中国市场有充分的分析和研究,所在国家或地区金融监管当局已经与银监会建立良好的监督管理合作机制;
- (十)银监会规定的其他审慎性条件。

金融机构作为消费金融公司一般出资人,除应当具备第(三)、(四)、(五)、(六)、(七)、(八)、(九)项规定的条件外,还应当具备注册资本不低于3亿元人民币或等值的可自由兑换货币的条件。

**第九条** 非金融企业作为消费金融公司主要出资人,应当具备下列条件:

- (一)最近1年营业收入不低于300亿元人民币或等值的可自由兑换货币(合并会计报表口径);
- (二)最近1年年末净资产不低于资产总额的30%(合并会计报表口径);
- (三)财务状况良好,最近2个会计年度连续盈利(合并会计报表口径);
- (四)信誉良好,最近2年内无重大违法违规经营记录;
- (五)入股资金来源真实合法,不得以借贷资金入股,不得以他人委托资金入股;
- (六)承诺5年内不转让所持有的消费金融公司股权(银行业监督管理机构依法责令转让的除外),并在拟设公司章程中载明;
- (七)银监会规定的其他审慎性条件。

非金融企业作为消费金融公司一般出资人,应当具备第(二)、(三)、(四)、(五)、(六)项规定的条件。

**第十条** 消费金融公司主要出资人可以在消费金融公司章程中约定,在消费金融公司出现支付困难时,给予流动性支持;当经营失败导致损失侵蚀资本时,及时补足资本金。

**第十一条** 消费金融公司至少应当有1名具备5年以上消费金融业务管理和风险控制经验,并且出资比例不低于拟设消费金融公司全部股本15%的出资人。

**第十二条** 消费金融公司的注册资本应当为一次性实缴货币资本,最低限额为3亿元人民币或等值的可自由兑换货币。

银监会根据消费金融业务的发展情况及审慎监管需要,可以调整注册资本的最低限额。

**第十三条** 消费金融公司根据业务发展的需要,经银监会批准,可以设立分支机构。设立分支机构的具体条件由银监会另行制定。

**第十四条** 消费金融公司董事和高级管理人员实行任职资格核准制度。

**第十五条** 消费金融公司有下列变更事项之一的,应当报经银行业监督管理机构批准:

- (一)变更公司名称;
- (二)变更注册资本;
- (三)变更股权或调整股权结构;



- (四)变更公司住所或营业场所；
- (五)修改公司章程；
- (六)变更董事和高级管理人员；
- (七)调整业务范围；
- (八)改变组织形式；
- (九)合并或分立；
- (十)银监会规定的其他变更事项。

第十六条 消费金融公司有下列情况之一的，经银监会批准后可以解散：

- (一)公司章程规定的营业期限届满或者公司章程规定的其他解散事由出现；
- (二)公司章程规定的权力机构决议解散；
- (三)因公司合并或者分立需要解散；
- (四)其他法定事由。

第十七条 消费金融公司因解散、依法被撤销或被宣告破产而终止的，其清算事宜按照国家有关法律法规办理。

第十八条 消费金融公司设立、变更、终止和董事及高级管理人员任职资格核准的行政许可程序，按照银监会相关规定执行。

第十九条 消费金融公司设立、变更及业务经营过程中涉及外汇管理事项的，应当遵守国家外汇管理有关规定。

### 第三章 业务范围及经营规则

第二十条 经银监会批准，消费金融公司可以经营下列部分或者全部人民币业务：

- (一)发放个人消费贷款；
- (二)接受股东境内子公司及境内股东的存款；
- (三)向境内金融机构借款；
- (四)经批准发行金融债券；
- (五)境内同业拆借；
- (六)与消费金融相关的咨询、代理业务；
- (七)代理销售与消费贷款相关的保险产品；
- (八)固定收益类证券投资业务；
- (九)经银监会批准的其他业务。

第二十一条 消费金融公司向个人发放消费贷款不应超过客户风险承受能力且借款人贷款余额最高不得超过人民币 20 万元。

### 第四章 监督管理

第二十二条 消费金融公司应当按照银监会有关规定，建立健全公司治理架构和内部控制制度，制定业务经营规则，建立全面有效的风险管理体系。

第二十三条 消费金融公司应当遵守下列监管指标要求：

- (一)资本充足率不低于银监会有关监管要求；
- (二)同业拆入资金余额不高于资本净额的 100%；
- (三)资产损失准备充足率不低于 100%；
- (四)投资余额不高于资本净额的 20%。

有关监管指标的计算方法遵照银监会非现场监管报表指标体系的有关规定。银监会视审慎监管需要可以对上述指标做出适当调整。

第二十四条 消费金融公司应当按照有关规定建立审慎的资产损失准备制度,及时足额计提资产损失准备。未提足准备的,不得进行利润分配。

第二十五条 消费金融公司应当建立消费贷款利率的风险定价机制,根据资金成本、风险成本、资本回报要求及市场价格等因素,在法律法规允许的范围内,制定消费贷款的利率水平,确保定价能够全面覆盖风险。

第二十六条 消费金融公司应当建立有效的风险管理体系和可靠的业务操作流程,充分识别虚假的申请信息,防止欺诈行为。

第二十七条 消费金融公司如有业务外包需要,应当制定与业务外包相关的政策和管理制度,包括业务外包的决策程序、对外包方的评价和管理、控制业务信息保密性和安全性的措施和应急计划等。

消费金融公司签署业务外包协议前应当向银行业监督管理机构报告业务外包的主要风险及相应的风险规避措施等。

消费金融公司不得将与贷款决策和风险控制核心技术密切相关的业务外包。

第二十八条 消费金融公司应当按规定编制并报送会计报表及银行业监督管理机构要求的其他报表。

第二十九条 消费金融公司应当建立定期外部审计制度,并在每个会计年度结束后的4个月内,将经法定代表人签名确认的年度审计报告报送银行业监督管理机构。

第三十条 消费金融公司应当接受依法进行的监督检查,不得拒绝、阻碍。银行业监督管理机构在必要时可以委托会计师事务所对消费金融公司的经营状况、财务状况、风险状况、内部控制制度及执行情况等进行审计。

第三十一条 消费金融公司对借款人所提供的个人信息负有保密义务,不得随意对外泄露。

第三十二条 借款人未按合同约定归还贷款本息的,消费金融公司应当采取合法的方式进行催收,不得采用威胁、恐吓、骚扰等不正当手段。

第三十三条 消费金融公司应当按照法律法规和银监会有关监管要求做好金融消费者权益保护工作,业务办理应当遵循公开透明原则,充分履行告知义务,使借款人明确了解贷款金额、期限、价格、还款方式等内容,并在合同中载明。

第三十四条 消费金融公司违反本办法规定的,银行业监督管理机构可以责令限期整改;逾期未整改的,或者其行为严重危及消费金融公司的稳健运行、损害客户合法权益的,银行业监督管理机构可以区别情形,依照《中华人民共和国银行业监督管理法》等法律法规,采取暂停业务、限制股东权利等监管措施。

第三十五条 消费金融公司已经或者可能发生信用危机、严重影响客户合法权益的,银监会可以依法对其实行接管或者促成机构重组。消费金融公司有违法经营、经营管理不善等情形,不予撤销将严重危害金融秩序、损害公众利益的,银监会有权予以撤销。

## 第五章 附 则

第三十六条 香港、澳门和台湾地区的出资人设立消费金融公司适用境外出资人的条件。

第三十七条 本办法中“以上”均含本数或本级。

第三十八条 本办法由银监会负责解释。

第三十九条 本办法自2014年1月1日起施行,原《消费金融公司试点管理办法》(中国银监会令2009年第3号)同时废止。

# 国家质量监督检验检疫总局令

## 第 155 号

《有机产品认证管理办法》已经 2013 年 4 月 23 日国家质量监督检验检疫总局局务会议审议通过,现予公布,自 2014 年 4 月 1 日起施行。

局 长

2013 年 11 月 15 日

(稿件来源:质检总局)

## 有机产品认证管理办法

### 第一章 总 则

第一条 为了维护消费者、生产者和销售者合法权益,进一步提高有机产品质量,加强有机产品认证管理,促进生态环境保护和可持续发展,根据《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国进出口商品检验法》、《中华人民共和国认证认可条例》等法律、行政法规的规定,制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内从事有机产品认证以及获证有机产品生产、加工、进口和销售活动,应当遵守本办法。

第三条 本办法所称有机产品,是指生产、加工和销售符合中国有机产品国家标准的供人类消费、动物食用的产品。

本办法所称有机产品认证,是指认证机构依照本办法的规定,按照有机产品认证规则,对相关产品的生产、加工和销售活动符合中国有机产品国家标准进行的合格评定活动。

第四条 国家认证认可监督管理委员会(以下简称国家认监委)负责全国有机产品认证的统一管理、监督和综合协调工作。

地方各级质量技术监督部门和各地出入境检验检疫机构(以下统称地方认证监管部门)按照职责分工,依法负责所辖区域内有机产品认证活动的监督检查和行政执法工作。

第五条 国家推行统一的有机产品认证制度,实行统一的认证目录、统一的标准和认证实施规则、统一的认证标志。

国家认监委负责制定和调整有机产品认证目录、认证实施规则,并对外公布。

第六条 国家认监委按照平等互利的原则组织开展有机产品认证国际合作。

开展有机产品认证国际互认活动,应当在国家对外签署的国际合作协议内进行。

### 第二章 认证实施

第七条 有机产品认证机构(以下简称认证机构)应当经国家认监委批准,并依法取得法人资格后,方可从事有机产品认证活动。

认证机构实施认证活动的能力应当符合有关产品认证机构国家标准的要求。

从事有机产品认证检查活动的检查员,应当经国家认证人员注册机构注册后,方可从事有机产品认证检查活动。

**第八条** 有机产品生产者、加工者(以下统称认证委托人),可以自愿委托认证机构进行有机产品认证,并提交有机产品认证实施规则中规定的申请材料。

认证机构不得受理不符合国家规定的有机产品生产产地环境要求,以及有机产品认证目录外产品的认证委托人的认证委托。

**第九条** 认证机构应当自收到认证委托人申请材料之日起10日内,完成材料审核,并作出是否受理的决定。对于不予受理的,应当书面通知认证委托人,并说明理由。

认证机构应当在对认证委托人实施现场检查前5日内,将认证委托人、认证检查方案等基本信息报送至国家认监委确定的信息系统。

**第十条** 认证机构受理认证委托后,认证机构应当按照有机产品认证实施规则的规定,由认证检查员对有机产品生产、加工场所进行现场检查,并应当委托具有法定资质的检验检测机构对申请认证的产品进行检验检测。

按照有机产品认证实施规则的规定,需要进行产地(基地)环境监(检)测的,由具有法定资质的监(检)测机构出具监(检)测报告,或者采信认证委托人提供的其他合法有效的环境监(检)测结论。

**第十一条** 符合有机产品认证要求的,认证机构应当及时向认证委托人出具有机产品认证证书,允许其使用中国有机产品认证标志;对不符合认证要求的,应当书面通知认证委托人,并说明理由。

认证机构及认证人员应当对其作出的认证结论负责。

**第十二条** 认证机构应当保证认证过程的完整、客观、真实,并对认证过程作出完整记录,归档留存,保证认证过程和结果具有可追溯性。

产品检验检测和环境监(检)测机构应当确保检验检测、监测结论的真实、准确,并对检验检测、监测过程做出完整记录,归档留存。产品检验检测、环境监测机构及其相关人员应当对其作出的检验检测、监测报告的内容和结论负责。

本条规定的记录保存期为5年。

**第十三条** 认证机构应当按照认证实施规则的规定,对获证产品及其生产、加工过程实施有效跟踪检查,以保证认证结论能够持续符合认证要求。

**第十四条** 认证机构应当及时向认证委托人出具有机产品销售证,以保证获证产品的认证委托人所销售的有机产品类别、范围和数量与认证证书中的记载一致。

**第十五条** 有机配料含量(指重量或者液体体积,不包括水和盐,下同)等于或者高于95%的加工产品,应当在获得有机产品认证后,方可在产品或者产品包装及标签上标注“有机”字样,加施有机产品认证标志。

**第十六条** 认证机构不得对有机配料含量低于95%的加工产品进行有机认证。

### 第三章 有机产品进口

**第十七条** 向中国出口有机产品的国家或者地区的有机产品主管机构,可以向国家认监委提出有机产品认证体系等效性评估申请,国家认监委受理其申请,并组织有关专家对提交的申请进行评估。

评估可以采取文件审查、现场检查等方式进行。

**第十八条** 向中国出口有机产品的国家或者地区的有机产品认证体系与中国有机产品认证体系等效的,国家认监委可以与其主管部门签署相关备忘录。

该国家或者地区出口至中国的有机产品,依照相关备忘录的规定实施管理。

**第十九条** 未与国家认监委就有机产品认证体系等效性方面签署相关备忘录的国家或者地区的进口

产品,拟作为有机产品向中国出口时,应当符合中国有机产品相关法律法规和中国有机产品国家标准的要求。

第二十条 需要获得中国有机产品认证的进口产品生产商、销售商、进口商或者代理商(以下统称进口有机产品认证委托人),应当向经国家认监委批准的认证机构提出认证委托。

第二十一条 进口有机产品认证委托人应当按照有机产品认证实施规则的规定,向认证机构提交相关申请资料 and 文件,其中申请书、调查表、加工工艺流程、产品配方和生产、加工过程中使用的投入品等认证申请材料、文件,应当同时提交中文版本。申请材料不符合要求的,认证机构应当不予受理其认证委托。

认证机构从事进口有机产品认证活动应当符合本办法和有机产品认证实施规则的规定,认证检查记录和检查报告等应当有中文版本。

第二十二条 进口有机产品申报入境检验检疫时,应当提交其所获中国有机产品认证证书复印件、有机产品销售证复印件、认证标志和产品标识等文件。

第二十三条 各地出入境检验检疫机构应当对申报的进口有机产品实施入境验证,查验认证证书复印件、有机产品销售证复印件、认证标志和产品标识等文件,核对货证是否相符。不相符的,不得作为有机产品入境。

必要时,出入境检验检疫机构可以对申报的进口有机产品实施监督抽样检验,验证其产品质量是否符合中国有机产品国家标准的要求。

第二十四条 自对进口有机产品认证委托人出具有机产品认证证书起 30 日内,认证机构应当向国家认监委提交以下书面材料:

- (一)获证产品类别、范围和数量;
- (二)进口有机产品认证委托人的名称、地址和联系方式;
- (三)获证产品生产商、进口商的名称、地址和联系方式;
- (四)认证证书和检查报告复印件(中英文版本);
- (五)国家认监委规定的其他材料。

#### 第四章 认证证书和认证标志

第二十五条 国家认监委负责制定有机产品认证证书的基本格式、编号规则和认证标志的式样、编号规则。

第二十六条 认证证书有效期为 1 年。

第二十七条 认证证书应当包括以下内容:

- (一)认证委托人的名称、地址;
- (二)获证产品的生产者、加工者以及产地(基地)的名称、地址;
- (三)获证产品的数量、产地(基地)面积和产品种类;
- (四)认证类别;
- (五)依据的国家标准或者技术规范;
- (六)认证机构名称及其负责人签字、发证日期、有效期。

第二十八条 获证产品在认证证书有效期内,有下列情形之一的,认证委托人应当在 15 日内向认证机构申请变更。认证机构应当自收到认证证书变更申请之日起 30 日内,对认证证书进行变更:

- (一)认证委托人或者有机产品生产、加工单位名称或者法人性质发生变更的;
- (二)产品种类和数量减少的;
- (三)其他需要变更认证证书的情形。

第二十九条 有下列情形之一的,认证机构应当在 30 日内注销认证证书,并对外公布:

- (一)认证证书有效期届满,未申请延续使用的;
- (二)获证产品不再生产的;
- (三)获证产品的认证委托人申请注销的;
- (四)其他需要注销认证证书的情形。

第三十条 有下列情形之一的,认证机构应当在 15 日内暂停认证证书,认证证书暂停期为 1 至 3 个月,并对外公布:

- (一)未按照规定使用认证证书或者认证标志的;
- (二)获证产品的生产、加工、销售等活动或者管理体系不符合认证要求,且经认证机构评估在暂停期限内能够采取有效纠正或者纠正措施的;
- (三)其他需要暂停认证证书的情形。

第三十一条 有下列情形之一的,认证机构应当在 7 日内撤销认证证书,并对外公布:

- (一)获证产品质量不符合国家相关法规、标准强制要求或者被检出有机产品国家标准禁用物质的;
- (二)获证产品生产、加工活动中使用了有机产品国家标准禁用物质或者受到禁用物质污染的;
- (三)获证产品的认证委托人虚报、瞒报获证所需信息的;
- (四)获证产品的认证委托人超范围使用认证标志的;
- (五)获证产品的产地(基地)环境质量不符合认证要求的;
- (六)获证产品的生产、加工、销售等活动或者管理体系不符合认证要求,且在认证证书暂停期间,未采取有效纠正或者纠正措施的;
- (七)获证产品在认证证书标明的生产、加工场所外进行了再次加工、分装、分割的;
- (八)获证产品的认证委托人对相关方重大投诉且确有问题未能采取有效处理措施的;
- (九)获证产品的认证委托人从事有机产品认证活动因违反国家农产品、食品安全管理相关法律法规,受到相关行政处罚的;
- (十)获证产品的认证委托人拒不接受认证监管部门或者认证机构对其实施监督的;
- (十一)其他需要撤销认证证书的情形。

第三十二条 有机产品认证标志为中国有机产品认证标志。

中国有机产品认证标志标有中文“中国有机产品”字样和英文“ORGANIC”字样。图案如下:



第三十三条 中国有机产品认证标志应当在认证证书限定的产品类别、范围和数量内使用。

认证机构应当按照国家认监委统一的编号规则,对每枚认证标志进行唯一编号(以下简称有机码),并采取有效防伪、追溯技术,确保发放的每枚认证标志能够溯源到其对应的认证证书和获证产品及其生产、加工单位。

第三十四条 获证产品的认证委托人应当在获证产品或者产品的最小销售包装上,加施中国有机产品认证标志、有机码和认证机构名称。

获证产品标签、说明书及广告宣传等材料上可以印制中国有机产品认证标志,并可以按照比例放大或者缩小,但不得变形、变色。

第三十五条 有下列情形之一的,任何单位和个人不得在产品、产品最小销售包装及其标签上标注含

有“有机”、“ORGANIC”等字样且可能误导公众认为该产品为有机产品的文字表述和图案：

- (一)未获得有机产品认证的；
- (二)获证产品在认证证书标明的生产、加工场所外进行了再次加工、分装、分割的。

第三十六条 认证证书暂停期间，获证产品的认证委托人应当暂停使用认证证书和认证标志；认证证书注销、撤销后，认证委托人应当向认证机构交回认证证书和未使用的认证标志。

## 第五章 监督管理

第三十七条 国家认监委对有机产品认证活动组织实施监督检查和不定期的专项监督检查。

第三十八条 地方认证监管部门应当按照各自职责，依法对所辖区域的有机产品认证活动进行监督检查，查处获证有机产品生产、加工、销售活动中的违法行为。

各地出入境检验检疫机构负责对外资认证机构、进口有机产品认证和销售，以及出口有机产品认证、生产、加工、销售活动进行监督检查。

地方各级质量技术监督部门负责对中资认证机构、在境内生产加工且在境内销售的有机产品认证、生产、加工、销售活动进行监督检查。

第三十九条 地方认证监管部门的监督检查的方式包括：

- (一)对有机产品认证活动是否符合本办法和有机产品认证实施规则规定的监督检查；
- (二)对获证产品的监督抽查；
- (三)对获证产品认证、生产、加工、进口、销售单位的监督检查；
- (四)对有机产品认证证书、认证标志的监督检查；
- (五)对有机产品认证咨询活动是否符合相关规定的监督检查；
- (六)对有机产品认证和认证咨询活动举报的调查处理；
- (七)对违法行为的依法查处。

第四十条 国家认监委通过信息系统，定期公布有机产品认证动态信息。

认证机构在出具认证证书之前，应当按要求及时向信息系统报送有机产品认证相关信息，并获取认证证书编号。

认证机构在发放认证标志之前，应当将认证标志、有机码的相关信息上传到信息系统。

地方认证监管部门通过信息系统，根据认证机构报送和上传的认证相关信息，对所辖区域内开展的有机产品认证活动进行监督检查。

第四十一条 获证产品的认证委托人以及有机产品销售单位和个人，在产品生产、加工、包装、贮藏、运输和销售等过程中，应当建立完善的产品质量安全追溯体系和生产、加工、销售记录档案制度。

第四十二条 有机产品销售单位和个人在采购、贮藏、运输、销售有机产品的活动中，应当符合有机产品国家标准的规定，保证销售的有机产品类别、范围和数量与销售证中的产品类别、范围和数量一致，并能够提供与正本内容一致的认证证书和有机产品销售证的复印件，以备相关行政监管部门或者消费者查询。

第四十三条 认证监管部门可以根据国家有关部门发布的动植物疫情、环境污染风险预警等信息，以及监督检查、消费者投诉举报、媒体反映等情况，及时发布关于有机产品认证区域、获证产品及其认证委托人、认证机构的认证风险预警信息，并采取相关应对措施。

第四十四条 获证产品的认证委托人提供虚假信息、违规使用禁用物质、超范围使用有机认证标志，或者出现产品质量安全重大事故的，认证机构 5 年内不得受理该企业及其生产基地、加工场所的有机产品认证委托。

第四十五条 认证委托人对认证机构的认证结论或者处理决定有异议的，可以向认证机构提出申诉，对认证机构的处理结论仍有异议的，可以向国家认监委申诉。

第四十六条 任何单位和个人对有机产品认证活动中的违法行为,可以向国家认监委或者地方认证监管部门举报。国家认监委、地方认证监管部门应当及时调查处理,并为举报人保密。

## 第六章 罚 则

第四十七条 伪造、冒用、非法买卖认证标志的,地方认证监管部门依照《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国进出口商品检验法》及其实施条例等法律、行政法规的规定处罚。

第四十八条 伪造、变造、冒用、非法买卖、转让、涂改认证证书的,地方认证监管部门责令改正,处3万元罚款。

违反本办法第四十条第二款的规定,认证机构在其出具的认证证书上自行编制认证证书编号的,视为伪造认证证书。

第四十九条 违反本办法第八条第二款的规定,认证机构向不符合国家规定的有机产品生产产地环境要求区域或者有机产品认证目录外产品的认证委托人出具认证证书的,责令改正,处3万元罚款;有违法所得的,没收违法所得。

第五十条 违反本办法第三十五条的规定,在产品或者产品包装及标签上标注含有“有机”、“ORGANIC”等字样且可能误导公众认为该产品为有机产品的文字表述和图案的,地方认证监管部门责令改正,处3万元以下罚款。

第五十一条 认证机构有下列情形之一的,国家认监委应当责令改正,予以警告,并对外公布:

(一)未依照本办法第四十条第二款的规定,将有机产品认证标志、有机码上传到国家认监委确定的信息系统的;

(二)未依照本办法第九条第二款的规定,向国家认监委确定的信息系统报送相关认证信息或者其所报送信息失实的;

(三)未依照本办法第二十四条的规定,向国家认监委提交相关材料备案的。

第五十二条 违反本办法第十四条的规定,认证机构发放的有机产品销售证数量,超过获证产品的认证委托人所生产、加工的有机产品实际数量的,责令改正,处1万元以上3万元以下罚款。

第五十三条 违反本办法第十六条的规定,认证机构对有机配料含量低于95%的加工产品进行有机认证的,地方认证监管部门责令改正,处3万元以下罚款。

第五十四条 认证机构违反本办法第三十条、第三十一条的规定,未及时暂停或者撤销认证证书并对外公布的,依照《中华人民共和国认证认可条例》第六十条的规定处罚。

第五十五条 认证委托人有下列情形之一的,由地方认证监管部门责令改正,处1万元以上3万元以下罚款:

(一)未获得有机产品认证的加工产品,违反本办法第十五条的规定,进行有机产品认证标识标注的;

(二)未依照本办法第三十三条第一款、第三十四条的规定使用认证标志的;

(三)在认证证书暂停期间或者被注销、撤销后,仍继续使用认证证书和认证标志的。

第五十六条 认证机构、获证产品的认证委托人拒绝接受国家认监委或者地方认证监管部门监督检查的,责令限期改正;逾期未改正的,处3万元以下罚款。

第五十七条 进口有机产品入境检验检疫时,不如实提供进口有机产品的真实情况,取得出入境检验检疫机构的有关证单,或者对法定检验的有机产品不予报检,逃避检验的,由出入境检验检疫机构依照《中华人民共和国进出口商检检验法实施条例》第四十六条的规定处罚。

第五十八条 有机产品认证活动中的其他违法行为,依照有关法律、行政法规、部门规章的规定处罚。



## 第七章 附 则

第五十九条 有机产品认证收费应当依照国家有关价格法律、行政法规的规定执行。

第六十条 出口的有机产品,应当符合进口国家或者地区的要求。

第六十一条 本办法所称有机配料,是指在制造或者加工有机产品时使用并存在(包括改性的形式存在)于产品中的任何物质,包括添加剂。

第六十二条 本办法由国家质量监督检验检疫总局负责解释。

第六十三条 本办法自2014年4月1日起施行。国家质检总局2004年11月5日公布的《有机产品认证管理办法》(国家质检总局第67号令)同时废止。

# 中华人民共和国海关总署 公 告

2013 年 第 66 号

根据《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》和《内地与澳门关于建立更紧密经贸关系的安排》及其相关补充协议,现将海关总署制定的《2014年1月1日起新增香港享受零关税货物原产地标准表》(见附件1)和《2014年1月1日起新增澳门享受零关税货物原产地标准表》(见附件2),以及对部分享受货物贸易优惠措施的香港货物原产地标准的修改(见附件3)有关事宜公告如下:

一、《2014年1月1日起新增香港享受零关税货物原产地标准表》和《2014年1月1日起新增澳门享受零关税货物原产地标准表》使用简化的货物名称,并自2014年1月1日起执行。新增香港、澳门享受零关税货物的范围与2013年《中华人民共和国进出口税则》中相应税号对应的商品范围一致。

二、对海关总署公告2011年第82号附件1《享受货物贸易优惠措施的香港货物原产地标准表(2012年版)》所列的“小包装酿造葡萄酒”(税号22042100)、“初级形状的其他丙烯共聚物”(税号39023090)、“初级形状的充油热塑丁苯橡胶”(税号40021914)、“其他初级形状的合成橡胶”(税号40029911)及“宝石或半宝石制品”(税号71162000)等货物的原产地标准进行了修改。修改后的原产地标准自2014年1月1日起执行。

特此公告。

- 附件: 1. 2014年1月1日起新增香港享受零关税货物原产地标准表  
2. 2014年1月1日起新增澳门享受零关税货物原产地标准表  
3. 香港CEPA零关税货物原产地标准修改表

中华人民共和国海关总署

2013年11月28日

(稿件来源:海关总署)

## 附件 1

2014 年 1 月 1 日起新增香港享受零关税货物原产地标准表

序号	税号	货物名称	原产地标准
1	34051000	鞋靴或皮革用的上光剂及类似用品	税号改变标准。
2	39059900	PVB 塑胶粒	(1)税号改变标准,如使用塑料废料制造,则该塑料废料应为内地或香港生产或消费过程中产生;或者(2)符合从价百分比标准。
3	85285990	单色的其他监视器	税号改变标准,且符合从价百分比标准。

## 附件 2

2014 年 1 月 1 日起新增澳门享受零关税货物原产地标准表

序号	税号	货物名称	原产地标准
1	50050010	非供零售用细丝纱线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
2	50050090	非供零售用其他绢纺纱线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
3	50060000	零售用丝纱线、绢纺纱线;蚕胶丝	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
4	51091019	按重量计其他动物细毛含量在 85% 及以上的供零售用的纱线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
5	51091090	按重量计羊毛含量在 85% 及以上的供零售用的纱线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
6	51099011	供零售用的其他山羊绒纱线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
7	51099019	供零售用的其他动物细毛纱线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
8	51099090	供零售用的羊毛纱线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。

序号	税号	货物名称	原产地标准
9	51111190	按重量计羊毛含量在 85% 及以上,每平方米重量不超过 300 克的羊毛机织物	从纱线制造。主要制造工序为纺织或针织。
10	52041100	非供零售用含棉量在 85% 及以上的棉缝纫线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
11	52041900	非供零售用其他棉缝纫线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
12	52042000	零售用棉制缝纫线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
13	52071000	供零售用棉含量在 85% 及以上的棉纱线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
14	52079000	供零售用混纺棉纱线	从纤维或化学原料制造。主要制造工序为纺纱。
15	53092110	未漂白的混纺亚麻机织物	从纱线制造。主要制造工序为纺织或针织。
16	53092120	漂白的混纺亚麻机织物	从纱线制造。主要制造工序为纺织或针织。
17	53092900	其他混纺亚麻机织物	(1)从纱线制造。主要制造工序为纺织或针织;或(2)整理进口或本地制造的坯布。主要制造工序为(a)煮炼;及(b)漂白或丝光处理;及(c)印花或染色(包括光白漂染);及(d)以下任何一种工序:树脂整理,预缩,刮布,刷毛,上光,电光处理,织上云纹,压印永久浮雕花纹。
18	53110012	苧麻含量在 85% 及以上的未漂白机织物	从纱线制造。主要制造工序为纺织或针织。
19	53110013	苧麻含量在 85% 及以上的其他苧麻机织物	从纱线制造。主要制造工序为纺织或针织。
20	53110015	其他混纺苧麻机织物	从纱线制造。主要制造工序为纺织或针织。
21	54049000	其他宽 $\leq$ 5mm 合成纺织材料制扁条及类似品	从纱线制造。主要制造工序为纺织或针织。
22	54050000	细度 $\geq$ 67 分特、 $\leq$ 1mm 人造纤维单丝;宽 $\leq$ 5mm 扁条及类似品	从纱线制造。主要制造工序为纺织或针织。

序号	税号	货物名称	原产地标准
23	54060010	供零售用合成纤维长丝纱线	从纤维纱制造,主要制造工序为并线、搓捻、加热定型、上油及卷绕。
24	54060020	供零售用人造纤维长丝纱线	从纤维纱制造,主要制造工序为并线、搓捻、加热定型、上油及卷绕。

附件 3

香港 CEPA 零关税货物原产地标准修改表

序号	税号	货物名称	原有原产地标准	新修改原产地标准
1	22042100	小包装鲜葡萄酿造的酒	从葡萄开始加工,发酵及酿制在香港完成。	从葡萄开始加工,发酵及酿制在香港完成。如采用深色葡萄酿制白葡萄酒,则可从内地、香港或者在 2013 年 1 月 1 日前与内地签署并实施优惠贸易协定的国家或地区原产的葡萄汁开始加工,其发酵及酿制在香港完成。
2	39023090	初级形状的其他丙烯共聚物	税号改变标准	(1)税号改变标准;或者(2)符合从价百分比标准。
3	40021914	初级形状的充油热塑丁苯橡胶	税号改变标准	(1)税号改变标准;或者(2)从聚合物、强化或催化物料及其他化学成分经化学改性制造。
4	40029911	其他初级形状的合成橡胶	税号改变标准	(1)税号改变标准;或者(2)从聚合物、强化或催化物料及其他化学成分经化学改性制造。
5	71162000	宝石或半宝石制品	从珍贵金属及珍贵或半珍贵玉石制造。主要制造工序为模塑及镶嵌,如镶嵌后的制造工序中涉及装配,则装配亦须在香港进行。	税号改变标准。

# 《中国对外经济贸易文告》简介

《中国对外经济贸易文告》(以下简称《文告》)的前身为《中华人民共和国对外贸易经济合作部文告》,创刊于1993年,2002年6月经国务院批准更名。《文告》汇集刊登全国人大、国务院、各地方和各部门已按现行规定公布的所有有关或影响货物贸易、服务贸易、与贸易有关的知识产权(TRIPS)和外汇管制的法律、法规及其它措施等相关信息,并作为我国政府向WTO及其成员通报咨询和WTO对我贸易政策审议的官方刊物。

同时《文告》还承担商务部公报的职能。根据《中华人民共和国立法法》的相关规定,在《文告》上公布的由商务部制定的有关国内外贸易和国际经济合作方面的规章文本为标准文本,具有法律效力。

《文告》是了解中国国内外贸易和国际经济合作相关法律、法规、规章和其他措施的官方指定刊物,由商务部办公厅负责编辑,每周出版1—2期,不固定页码,全年出版不超过80期。

从2004年起《文告》简体中文版通过商务部政府网站([www.mofcom.gov.cn](http://www.mofcom.gov.cn))向全社会免费赠阅。

《中国对外经济贸易文告》办公室联系方式:

地址:北京市东长安街2号 邮编:100731

电话:010-65198095,65198096

传真:010-65198094

Email:[gazette@mofcom.gov.cn](mailto:gazette@mofcom.gov.cn)

---

主管部门:中华人民共和国商务部

主办单位:中华人民共和国商务部办公厅

编辑发行:《中国对外经济贸易文告》办公室

国内统一刊号:CN11-4893/D

---

版权所有·不得翻印