

B

关税降低会让海淘便宜吗？

线下购买只是消费者购买进口消费品的渠道之一。近年来，甬城市民的“海淘”之路日益多元化，尤其对80后、90后而言，跨境电商、免税店、朋友代购等习惯已经有了广泛的“群众基础”：

85后何颖(化名)是一位1岁女儿的妈妈,为了给女儿提供更好的婴儿用品,她经常上天猫国际、京东全球购、宁波保税区跨境购等平台购买纸尿裤和洗护产品。

“在我加入的‘宝妈’群里,大家普遍认为海外的母婴用品质量更有保障。相比一些国内的外国品牌自营店,我还是更相信海外购的形式。现在我们只有一个孩子,所以自然是想把最好的都给她,即使稍微贵一点也没关系。更何况现在跨境电商的物流非常方便,价格也可以接受。”何颖说。

当得知进口关税下调的消息后,何颖希望她和其他消费者们都能从中受惠:“跨境购入的物品是不是也要征收关税?如果降税能让价格更加便宜,对消费者当然是件好事。”

关税降低会影响市民关注的跨境电商吗?据财政部官网,自2016年4月8日起至目前,跨境电商启用了新的征税标准:对于单笔不超过2000元、个人年度不超过2万元交易额的货物,关税税率暂设为0%,其消费税和增值税均按一般贸易进口的70%计算,是为综合税。

也就是说,因为跨境电商征税标准与一般贸易不同,关税的变动并不能直接反映在何颖们跨境购买的花王纸尿裤上。然而,若关税下调能影响市面上一般贸易所进商品的总体价格,部分跨境商家也可能根据市场反馈调整价格。

有跨境进口电商从业者对记者表示,他们在定价时会比对各大电商平台上同类商品的价格,综合考虑后选择偏折中的价位来定位自家商品,以吸引兼顾价格和品质的客户。至于这次市场价会受关税影响多少,则依据不同品类而定。

部分关税税率下调的品类列举

类型	具体品类	原关税税率	下调后关税税率
母婴用品	(婴儿、成人)尿布及尿裤	7.5%	4%
卫浴用品	洗发剂	6.5%	3%
	盥洗、洗衣用肥皂	10%	6.5%
	牙具	10%	3%
美妆护肤	香水喷雾或化妆类喷雾器	18%	6%
	施敷脂粉或化妆品用粉及粉扑	18%	6%
	唇用、眼用化妆品、粉	10%	5%
	护肤品和其他美容用品	6.5%	1%
此外还有加工食品、纺织服装、医疗健康、家用电器、乐器等日常用品		平均降幅50%以上	

高端化妆品品类	原关税税率	7月1日后关税税率	增值税	消费税
香水喷雾或化妆类喷雾器	18%	6%	16% (财政部5月宣布取消对普通化妆品征收消费税,对高档美容、修饰类化妆品和高档护肤类化妆品消费税调整为16%)	15% (财政部2016年宣布取消对普通化妆品征收消费税,对高档美容、修饰类化妆品和高档护肤类化妆品消费税调整为15%)
施敷脂粉或化妆品用粉及粉扑	18%	6%		
唇用、眼用化妆品、粉	10%	5%		
护肤品和其他美容用品	6.5%	1%		

C

宁波跨境进口电商企业何去何从？

宁波是全国最早的跨境电商保税进口试点城市之一。截至6月3日,今年宁波跨境电商零售进口额突破50亿元,居全国之首,同比增长130%,约占全国交易额的四成。

进口关税的下调会为一般贸易带来一定的利好,那么是否会让跨境电商的价格优势不再明显,从而对宁波相关企业有所冲击?

记者咨询了一家有着多年跨境进口电商从业经验的企业负责人,该负责人表示,近年来部分商品利润空间下滑的现象确实存在,但关税下调并不是主要原因。

“现在我们经营的奶粉、纸尿裤等婴儿用品,利润率只有10%左右。这主要是因为许多大的平台都开始介入了跨境电商业务,让行业竞争日趋激烈,也让市场定价更为透明。然而,大平台的渠道和成本优势非常明显,小企业难以在竞争中脱颖而出。”该负责人说。

那么这家企业有何对策?据介绍,该企业正一边布局与微信公众大号的合作以通过线上推广吸引流量,一边正考虑主营爆品薄利多销,如美国的爱维诺等,并从原先的婴儿用品、护肤品等转行至美妆领域,以转变经营策略。

数据显示,美容彩妆类目已经超过母婴用品,跻身跨境电商消费第一大品类。无独有偶,宁波市鄞州观止电子商务创业园发展有限公司在跨境进口电商行业耕耘了近五年,近期也将业务锁定在了美妆这一垂直领域。

目前,观止电商不仅在苏宁易购有家年销售额近1000万元的线上店铺,还在浙江省和武汉市的14个地区开设了面向高校学生的美妆连锁店。目前,线上店铺的货物将从宁波保税区发货。线下美妆店的600多个品种则来源于国内外多种渠道。

保税区发货是什么操作?观止电商总经理林博峰介绍,这是跨境电商的保税备货模式:具备资质认证的企业集中进行海外采购,暂将货物存放在保税区保税仓,货物进入保税区无需缴纳关税。当消费者下单购买时,再对商品进行清关发货。

保税备货可以减少流通成本,但这笔生意可能并没有想象得容易:仓储物流成本依然较高,若批量采购的货物滞销也可能血本无归。在进口关税下调的背景下,跨境电商的价格竞争力或将不再明显。但林博峰认为,以跨境电商的形式进口化妆品仍然具备一般贸易所不具备的长处。

“一般贸易进口的化妆品都需要取得行政许可备案,往往需要很长的审核周期。而国家允许跨境电商进入中国的正面清单覆盖范围则更广。也就是说,可能一款海外的新兴品牌,短时间内无法以一般贸易形式进入国内。这个时候跨境电商就能发挥优势了,能为消费者提供品类更广、更为小众的海外产品。”林博峰说。

观止的经营还能否为宁波其他跨境进口企业带来哪些启示?专注垂直人群,向新零售模式转型,或将是一种值得参考的方向。据林博峰介绍,观止电商对目标群体有着清晰的定位,即:高校学生及毕业五年之内的年轻美妆爱好者。

“我们会根据小红书等垂直类平台了解目标消费者。在这些大学生和毕业生群体中,更倾向于使用来自日韩的化妆和护肤品,受明星带动效应的影响也比较明显。因此我们也在考虑未来上一部分国内的新秀品牌,面向00后和男性消费者新兴的需求。”

在线上 and 线下同时布局的观止,早已不只是一家跨境电商企业,而将定位专向高校美妆个护品牌。林博峰介绍道,观止电商在计划于线上APP“比伶颜客”引入“皮肤大数据测试”等模块,向不同肤色的消费者匹配合适的彩妆和粉底,强化美妆爱好者的购物体验。与此同时,他对未来的美妆行业有着自己的构想。

“随着消费能力的提升,化妆品对于消费者来说不止是一件消费品,更是代表着对美丽生活方式的追求。我们认为线下的门店也将不止是一个消费地点,而是这种美丽生活的体验场所。未来,线下将是一个流量入口,将消费者引入线上的购物体验。”

正如林博峰所言,未来的日用品消费者追求的可能不单是由进口税下调或是跨境购所带来的实惠价格,更是一种生活方式。美妆爱好者可以通过线下门店获得美妆咨询顾问的体验,吃货们可以通过新零售超市享受生活的滋味。若是进口企业能在关注经营成本的同时带入对用户经验的营造,也不失为商家与消费者的双赢之路。