

进口税新规 对跨境电商及其消费者行为转变的影响

■ 杭州 / 蔡晨颖 华悠悠

摘要 结合进口税新规,对跨境电子商务及其消费群体消费形式转变的方向、进口税新规背景下跨境电商和传统实体产业相互发展模式进行分析,并为形成有序发展的跨境进口电子商务市场提供建议。

关键词 跨境进口电商 运作模式 “四八新政” 影响 建议

一、前言

近年来,我国跨境电子商务(跨境电商行业分为跨境出口电商和跨境进口电商,除特别说明跨境出口电商外,其他跨境电商专指跨境进口电商)发展迅猛。

庞大的消费市场促进了跨境电商的“井喷式增长”,然而这种商务模式在不断成熟的过程中也出现了一些问题,如传统的海外代购不规范、海淘过程繁琐。这些市场痛点不利于行业规范发展。需要指出的是,“四八新政”出台,极大地影响着跨境电商的运作,对适合进口税新规要求的跨境电商创新模式进行相关研究正当其时。

二、我国跨境电子商务传统运作模式概述

(一)海外直邮进口

直邮进口是以个人名义向海关报关,近年来该模式规模不断壮大。在这种模式下,代购商家将根据所下订单,在海外购买、发货,经过海关清关直接邮寄给客户或批量寄回国内中转,再由中转商通过国内快递寄给客户。消费者支付的价格除了商品的国外售价以外,通常还有额外的代购费、国际运费、关税(不定)/行邮税等几部分。

(二)国内保税进口

国内保税进口是由国内商家直接在海外市场购买商品,清关按照一般贸易进口的方式,之后放入保税仓存储,消费者在平台上完成下单支付后,商家直接从保税仓发货,经国内快递将商品邮寄给消费者。在这种模式下,消费者支付的价格是由国内商家提供确定的,因此该定价除了会参考商品国外采购价,关税、仓储费用、国际与国内运费、企业利润等因素也会包含在内。

三、跨境电子商务零售进口税收政策改革内容

跨境电子商务的发展与政府出台的新政策法规相

互影响。不断涌现的跨境电子商务平台及其运作模式,推动国家政策法规出台。2017年1月,国务院印发《关于同意在天津等12个城市设立跨境电子商务综合试验区的批复》,同意在12个城市设立跨境电商综合试验区,政策构造的新模式促进政策法规的调整和完善。2016年3月24日,财政部、海关总署、税务总局联合发布了《关于跨境电子商务零售进口税收政策的通知》,自2016年4月8日起跨境电子商务零售进口商品将不再按邮寄物品征收行邮税,而是按货物征收关税和进口环节增值税、消费税。并将单次交易限值由行邮税政策中的1000元(港澳台地区为800元)提高至2000元,同时个人年度交易限值设置为20000元。这项政策考虑到消费需求和市场规范,借以保证有序公正的跨境电子商务市场。

税收政策出台的目的在于完善我国的税收制度,最大限度减少由跨境电商偷税漏税、简易征收、征税“盲区”等造成的国家进口税款流失,并以税收调节,通过降低商品价格差来维护传统进口贸易企业(主要是跨境B2B模式)的合法利益,减少国内零售业由于税收“合法不公”的冲击。

税改是机遇也是挑战。在税改影响下,跨境电商的商品结构、行业格局、仓储物流模式、跨境业务完善和消费者行为一定程度上的变动,成为该行业助推规范化、规模化和创新性方面的重要因素。此外,很多跨境电商企业和平台的零售进口业务出现“熔断”现象,这是因为政策针对保税零售进口业务采取新税制,这些跨境电商企业和平台无法达到核验通关的标准,进口保税备货业务遭到冲击。

四、跨境电子商务零售进口税收政策改革的影响 ——基于实践调查分析

(一)对跨境电商企业

“四八新政”对跨境电商企业的运作产生的影响,主要体现在两个方面:

1.部分跨境进口商品价格变动

这次税改扩大了跨境电商综合税的税基涵盖范围,包括货值、物流费、保险费的总额,而行邮税的税基只是商品价值本身。此外,取消了50元的免征税额,变为按照实际税率计算收取税费。这会使大部分跨境电商零售进口商品价格发生变动,而具有较高信息对称度和价格敏感度的跨境电商企业,在保税进口运作模式下的流失客源较为众多,行邮税较低的食品、保健、日用品、母婴用品类商品的价格优势不再突显。相关数据表明,从2016年起,母婴用品电商交易规模增长率逐年降低,且增长率在30%左右,与2015年的98.3%、2014年的111.4%,差距巨大。

2.新规促进跨境电商企业产品结构优化

进口税新规实施后,跨境电商企业利润被压缩,尤其是单一产品类型销售平台,将遭遇起底的利润危机。而综合类的电商平台由于其产品类型多、品种丰富,对平台整体来说,可以通过销售产品比重的调整,维系先前利润。例如,手机等数码产品比新规实施前征收税额少,而母婴产品等征收税额比之前多,平台将调整两类产品的供货量或者价格等,减少母婴产品“优惠力度”以限制其销售量,同时拓展数码产品的类型,吸引潜在消费者。

3.新规推动跨境电商企业经营模式优化

进口税新规的颁布,引发跨境电商企业对传统的运作模式优缺点的思考,跨境电商行业重新“洗牌”。原先具有优势的运作模式遭到来自新兴跨境电商消费模式的挑战。例如,CCZ买手、海外直播等,客观来看这也利于跨境电商运营管理和模式的变革创新、逐渐优化、服务升级,以此提供更加多元化的消费选择和更高质量的用户体验。

(二)对消费者

对消费者行为方式的影响,以问卷调查方式进行。问卷回收后,有效问卷中纸质问卷113份、网络问卷241份,共计354份。

1.海淘基本情况

最近一年中有64.6%的人经常进行海淘(13~24次),4.42%的人几乎不海淘(0~5次)。同时,对最近一年海淘费用的调查中,分别有56.1%的人最近一年海淘消费在1000~3000元,36.28%的人在1000元以下。

通过对海淘原因的分析,发现62.83%的人选择了价格实惠,53.1%的人选择了省时省力,海淘操作界面交互性好,而选择质量可靠的也有一定的比例。联系热门海淘产品的调查和被调查者年龄性别分布,60.18%的人选择化妆品,38.94%的人选择了服装服饰,一些奢

侈品品牌成为较普遍的选择。

2.进口税新规认知情况

58.41%的人基本符合海淘时会关注进口税变化对价格的影响,之后再选择是否消费或何时消费。然而,对进口税新规的了解程度的调查中,却发现45.13%的人对该政策不太了解。例如,新规中提到的行邮税,53.98%的人不知道它是面向哪个群体,多数人认为新规出台会使得海外商品的价格大大提高,这将影响到部分海淘产品的消费热情。

实际上不同的商品价格变化情况也不一,可以想象未来“海淘”市场商品结构将有所变化。香水、奶粉等完税价格均提高一倍以上,可以预计这类商品的购买群体将减少。相对的,手机等数码产品的关税降幅超过一半,可能会吸引不少男士“海淘”电子类商品。而消费者信息的缺失降低其对海淘产品的消费热情,目前54.87%的人认为在进口税新规出台前,在市场竞争中,跨境电商更具竞争优势,17.7%的人选择了实体经济。

3.进口税新规背景下消费行为的转变

40.71%的人认为,实行进口税新规购买意愿会降低,主要原因还是新规出台后,影响来源主要是成本、完税两大环节,消费者对“海淘”的态度更加谨慎。其中,资深“海淘”消费者大多坚守“海淘”,通过暂时减少“海淘”次数或购买商品数量“规避风险”。而缺乏经验的“海淘新手”,会选择暂时或停止“海淘”。另外,对很多潜在的“海淘”消费者来说,新规出台对其消费热情是一种打击。消费群体的分流现象显而易见。

(三)对海关部门

海关部门要对过关物品进行监管,在“四八新政”实施之后,加强对跨境电商的管理、促进跨境业务健康有序发展是海关部门的首要责任,其面临更大的监管压力。

在“海淘”模式主导下,外国商品进入我国主要通过包裹寄送或邮寄的方式,在这个过程中,海关部门只会与物流企业直接接触或沟通,但之前出台的相关文件中,并没有较详细的关于物流企业在商品入关时所应承担的报关代理完税等相关责任和义务,在利益的驱动下部分企业仍选择顶风作案,偷税漏税等违法现象并不少见。“四八新政”实行以来,在很多商品成本、税率提高的情况下,存在物流企业通过一些旁门左道以降低成本,海关部门的监管压力增加。如何加大监管和惩处力度以规范和整顿相关企业是当务之急。

五、促进跨境进口电子商务市场有序发展的建议

(一)利用动态的市场与政策交替,促进公平市场环境形成

一般贸易市场向跨境市场过渡的推动力之一,即新政策法规对后者产生的政策吸引力。若吸引力不足,如优惠力度不够,被接受度不高,会导致一般贸易市场商品缺乏向跨境灰色市场过渡的积极性。进口税新规出台后对跨境电商优惠力度减小,在抑制跨境电商企业钻政策法规空子进入灰色市场的同时,也不利于激发一般贸易市场向跨境阳光贸易市场过渡的积极性。同时,新规的监管力、扶持力,对一般贸易市场的引导作用和对跨境灰色市场的惩治、监管,进而促进市场公平起到积极作用,通过合理控制政策法规规范程度,抑制跨境灰色市场交易,与之相应的一般贸易市场商品更多进入跨境阳光市场。

因此,科学规划新政策法规的制定、试点、效果评估、改进和发布等各个阶段至关重要。

1. 在市场引领阶段

由于跨境灰色市场发展迅速,因此应降低吸引力,加大扶持力度和监管力度,避免向跨境灰色市场的过度蔓延。

2. 在政策干预阶段

适度加大吸引力,降低扶持力度,适度提高监管力度,促进向跨境阳光市场过渡。

3. 在政策引领阶段

适度增加吸引力,大幅度提高扶持力度和监管力度,快速向健康发展阶段转变。

(二)实体经济改变传统战略发展模式得以创新发展在“四八新政”背景下,实体经济在发展的“瓶颈”期应抓住机遇,根据消费者行为变化调整自身战略。

1. 改变管理模式,积存新的竞争力

在新时期,实体企业应重视科学技术、管理方式、经营制度等经营理念创新。而实体企业往往仅

在一些小型甚至低端的制造业上更具有竞争力,因此完善新的产业链、培养新的竞争力迫在眉睫。

2. 注重客户关系管理

本土优势更为突出的国内实体企业,可以构建以需求为导向的生成模式,以消费者为中心,对消费者需求的变化做出更快的反应,提升消费者体验的满足感和便利性,顺应消费趋势,扩大消费规模。

(三)通过探究消费者行为方式,改变和助力有关部门完善对跨境电商的监管制度

杭州海关“12360”服务中心2017年前两季度数据显示,消费者参与B2C跨境电商进口活动中出现的大多数问题,都与进口税新规实施后的程序性改变有关。同时,进口税新规实施以来,电商企业普遍关注跨境电商的注册流程。可以推测,一般消费者更担忧新税改实施后花费在海关手续办理上的所耗费的物质和时间成本。而实施新规的目的是以一个稳定、统一的税收政策环境的形成,以促进跨境电商产业健康发展,不过这也表示消费者从跨境渠道购买小额商品需要付出的税收更多,而其所购买的类别也受到约束。

贸易便利化协定可以为电子商务供应商和利益相关者提供便利的交易,为消费者节省成本。因此,应采取以下措施:

1. 借鉴国际标准

借鉴《贸易便利化协定》和“WCO放行指南”等,统一海关监管政策,尤其是快件个人物品、邮件个人物品、跨境电商零售进口三种渠道,控制风险。

2. 借鉴国外优秀经验

通过跨境电商企业信用监管模式,建立消费者诚信机制和进出口信用档案,以有利于提高海关的核查效率,为合法消费者创造便利、良好的环境。■

参考文献:

- [1]徐磊.后政策红利时代海关监管制度对跨境进口电商的影响及建议[J].中国流通经济,2018(3):52-61.
- [2]杨云鹏,杨坚争,张璇.跨境电商贸易过程中新政策法规的影响传播模型[J].中国流通经济,2018(1):55-66.
- [3]上海社会科学院经济研究所课题组.中国跨境电子商务发展及政府监管问题研究——以小额跨境网购为例[J].上海经济研究,2014(9):3-18.
- [4]张帆,王健伟.408新政背景下跨境电商平台型企业的创新与转型[J].现代经济信息,2016(17):352-353.
- [5]王一森.跨境电商环境下的我国外贸中小企业发展对策研究[J].辽宁省交通高等专科学校学报,2016(4):34-36.
- [6]电子商务研究中心.2017年度中国跨境电商政策研究报告[EB/OL].http://www.100ec.cn/zt/17kjdsbg/2018-03-07.
- [7]王磊.海关税收新政下我国跨境进口电子商务模式[J].中国流通经济,2017(12):50-55.
- [8]李敬,王静.进口税收政策对跨境电子商务影响分析[J].现代商贸工业,2016(29):38-40.

(本文为浙江省大学生科技创新活动计划暨新苗人才计划《跨境电商及其消费者的行为转变对影响国内外商品公平竞争的研究——基于进口税新规分析》(编号:2017R406045)研究成果)

作者简介:蔡晨颖、华悠悠,浙江理工大学法政学院,行政管理专业2015级本科生。
编辑 贾树海