跨境电商新政追踪：投资持续撤离，政策悄然回暖

来源：腾讯科技

作者：

2016-10-21 10:05:37

分享

导读：从熔断到涅槃，跨境电商正在摸索前行。

从熔断到涅槃，跨境电商正在摸索前行。今年五月底海关总署给了新政暂缓实施一年的期限，在此后接近半年的时间里跨境电商们出奇低调，一致保持沉默。

而资本市场也正在撤离这个灾难现场，与去年相比，今年跨境电商融资案例大幅减少，不完全数据显示和跨境电商相关的天使轮投资下降一半。

不过在一切稳定后，曾经市场的宠儿正在试图回到主赛道上。在10月12日的2016中国跨境电商领袖峰会上，工信部中小企业局局长马向晖表示，上半年跨境电子商务的规模为2.6亿元，同比增长30%，这和此前商务部预测的2016年中国跨境电商进出口贸易额将达6.5万亿元相去不远，更何况下半年本就是跨境电商的发力点。

更直观的感受或许来自于媒体的报道，2016年媒体上关于中国游客赴海外爆买的消息大大减少，这固然有经济下行的原因，但跨境电商在中间起到的作用也不容小觑。

**政策摇摆**

回顾2015年，跨境电商从业者感受到的都是春天：

1月，外管局出台7号文《支付机构跨境外汇支付业务试点指导意见》，取代之前的5号文，将外汇支付的试点区域覆盖全国并开放第三方支付机构的试点申请；5月，《关于调整跨境贸易电子商务监管海关作业时间和通关时限要求有关事宜的通知》让进口商品通关效率进一步提升；同月质检总局出台《关于进一步发挥检验检疫职能作用促进跨境电子商务发展的意见》将部分产品列入负面清单；6月，国务院颁布《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》，文件明确指出要“通过跨境电子商务，合理增加消费品进口”……

在2015年底，以网易考拉、小红书为代表的几家跨境电商平台纷纷赴海外大幅采购商品，被人戏称跨境电商“爆买”季。

但当时在几家跨境电商平台的交流会以及在海外对众多海外品牌商的采访中，政策的摇摆不定就一直是媒体关注的重点，一位跨境电商高管直接对腾讯科技表示：“在跨境电商所谓的红利期刚刚来到时，几家跨境电商的人曾在一个小型上聊过，不怕政策利好，也不怕政策利坏，最怕的就是政策摇摆。”

跨境电商新税实行前夜，该高管给腾讯科技打来电话，几次欲言又止后，对腾讯科技进一步表示：“未来或许不敢再在和政策相关的领域创业了。”

而2016年伊始，跨境电商就开始感受到“倒春寒”：

3月中旬，有消息传出，跨境电商有可能在4月8日进行税改；3月24日，相关三部委发布跨境电商零售进口新税制，4月8日起开始实行；4月7日晚（即跨境电商新税制实行前夜） 财政部等11部门才正式公布《跨境电子商务零售进口商品清单》。

这份白名单让跨境电商平台们陷入混乱：首次进口的保健食品，必须向国家食品药品监督管理总局申请注册，其中补充维生素、矿物质等营养物质的保健食品，必须向国家食品药品监督管理总局备案；如医疗器械，税则号列对应的“中文货品名称”同医疗器械产品不能一一对应，其中属于医疗器械的，应按照医疗器械法规申报注册或备案，依法获准注册或备案的医疗器械产品，方可按照法律法规有关规定进口。

今年五一后，郑州保税区内一片萧瑟，此时距离多部委联合发布跨境电商新政刚刚过去不到一个月。在仓库现场，聚美优品的仓库空了六分之一，原来满负荷的四条流水线只剩下一条，而唯品会  、小红书等其他几家跨境电商的仓库也显得冷冷清清。

更让跨境电商平台担忧的是，整个产业正在受到不可修补的伤害。一位来自日本的渠道商在税改前对腾讯科技表示，一家国内知名电商平台已经开始减少在渠道的进货，并且减少了一些采购人员的数量。事实上，有多家跨境电商平台在税改前大幅减少了采购数量，被日本渠道商投诉。

即便到了半年后，跨境电商平台又重新开始按部就班进行采购，但被吓到了的该日本渠道商依然对腾讯科技表示，很难再对中国的跨境电商产生信任。

**资本冷漠**

2015年被称为跨境电商爆发的元年，在这背后是资本的疯狂涌入。

1月，跨境C2C洋码头获得1亿美元融资；2月，海淘比价软件比呀比获得天使轮1000万美元融资；3月辣妈帮得到了1亿美元C轮融资；移动跨境电商波罗蜜全球购在3月和4月共计获得1300万美元融资；麦乐购在5月份获得5000万美元B轮融资。下半年，淘世界、蜜芽、波罗蜜等又先后融资。

而到了2016年，获得融资的跨境电商平台无论在数量还是规模上都大幅度减少，有数据显示，平均每笔融资数量缩水接近五成。根据IT桔子的数据梳理显示，与2015年同期相比，2016年跨境电商领域的融资案例天使轮、A轮和B轮的数量都大幅下滑。

形成这一局面的原因，一方面是由于外界盛传资本遭遇寒冬，另一方面则是经历多轮融资仍旧倒闭的蜜淘以及明星衣柜的欠薪事件都让投资人心有余悸。

资本的不再看好，让跨境电商在促销方面丧失底气，无论是传统的618大促还是各种周年庆上，跨境电商的促销力度都不高。这也让他们的活动预期不如人意，一位郑州保税仓相关管理人员对腾讯科技表示，几次跨境电商平台的促销活动甚至不足去年同期的六成。

**化妆品释放信号**

不过对于跨境电商来说，似乎政策正在重新释放善意的信号，尽管资本方还没有回来。

9月30日，财政部联合税务总局下通知，自2016年10月1日起，将取消对普通化妆品征收消费税，同时将高档化妆品与进口化妆品税目的消费税税率由30%下调为15%。

按照《消费税》中关于化妆品的定义，化妆品是日常生活中用于修饰美化人体表面的用品。化妆品品种较多，所用原料各异，按其类别划分，可分为美容和芳香两类。美容类有香粉、口红、指甲油、胭脂、眉笔、蓝眼油、眼睫毛及成套化妆品等；芳香类有香水、香水精等。

按照通知内容，将原本征收对象由“化妆品”税目更名为“高档化妆品”，对其征收的消费税率由原先30%下调至15%。

“高档化妆品”特指生产（进口）环节销售（完税）价格（不含增值税）在10元/毫升（克）或者15元/片（张）及以上的美容、修饰类化妆品和护肤类化妆品。低于这一限定的“化妆品”将免于征收15%的消费税。

此前在4月8日税改后，相关部门将税改中对通关单的要求延期至2017年5月11日起施行，但是跨境进口电商平台上出售的商品仍需缴纳跨境电商综合税。跨境电商综合税对在限制以内的商品税税率暂设为0%；进口环节增值税、消费税取消免征税额，暂按法定应纳税额的70%征收。

不过一位跨境电商高管对腾讯科技表示，目前化妆品相关消费税调整幅度仍然过低：

首先原本的税制，对护肤品是不收税的，这意味着这些护肤品将不得不面临成本和价格的上升；其次10元/毫升（克）的标准明显过低，一支唇膏的克数一般在2克左右，也就是超过20元的都要收税，眉笔的重量更低。

不过这位高管也对腾讯科技表示，此次在化妆品方面的调整毕竟释放了善意的信号，而且和4月8日新政出台不同，此次调整征询了很多跨境电商平台的意见，未来还会再进行一些细微调整。

**目标：杀死“爆买”？**

此前跨境电商被外界认为是让中国游客减少赴海外爆买的利器，让更多的消费和就业机会留在国内更是利国利民的大事。

那么一个自然的问题，在遭受政策摇摆后，跨境电商还能承担这个责任吗？至少从今年中国游客赴日的一些数据中看出，跨境电商起到了正向作用。

据日本共同社报道，中国国庆节七天长假期间，日本百货店在面向访日游客的商战中并不顺利，其中阪急百货店梅田总店(大阪市北区)珠宝首饰、手表等高价商品销售情况低迷，国庆节期间的销售额比去年同期减少了约两成。免税商品销售件数则因化妆品和点心受到青睐而增加了约4%。

据《日本经济新闻》网站10月8日报道，日本今年的国庆商战是在在访日外国游客消费放缓的背景下开始的，百货商场形势严峻。大丸松坂屋百货商场社长好本达也表示，“截至2日，顾客少于上一年”。

该百货商场在飞机上向乘坐春秋航空和吉祥航空抵达日本关西等地的中国游客发放500日元和1000日元的优惠券，以吸引顾客进店。在高岛屋京都店，珠宝饰品等销售增长乏力。该店表示“增加免税商品销售数量，希望确保与上年持平的销售额”。

不过在爆买减少的背景下，中国赴日的游客数量却并未介绍。2015年中国出境游总人次达1.2亿，其中访日游客499万人次。而中国国家旅游局驻日代表处首席代表罗玉泉日前公开表示，今年赴日中国游客仍然保持较高增长速度，截至8月份赴日中国游客已达450万人次，预计今年全年将接近700万人次。

在购物支出方面，2015年中国赴日游客人均旅行支出近28.4万日元(1美元约合101日元)，其中购物支出超过16万日元，而访日外国人平均购物支出约7.4万日元。不过，截至今年上半年，中国游客人均购物支出已降至约12.4万日元。