

疫情影响中国人出境购物，那就打开手机“扫货全球”——

进口货消费加速线上化

本报记者 孔德晨

在家想喝高品质咖啡？进口咖啡机来帮忙；戴口罩时间太长闷痘导致皮肤不好？日本护肤品、韩国美容仪用起来……虽然被疫情困在家里，没法出国“买买买”，但是打开手机依然可以“扫货全球”。当前，中国跨境电商在全球已处于领先地位，加速了中国消费市场的国际融合，也让全球的产品能够更快速地触达中国消费者。今年“十一”假期，天猫国际成交同比增长79%，线下逛街体验、线上下单消费的方式流行起来。数字时代的假日消费方式悄然改变，不出国门扫遍全球货成为新时尚。

消费者“买全球”热情不减

天猫国际、京东国际、考拉海购、别样海外购、苏宁易购……北京姑娘张晓涵划着手屏幕，对自己用过的进口海淘APP如数家珍。“前两天我刚在别样上买了一条Gucci腰带，去掉平台给的关税补贴后，价格很合适。”张晓涵说，“现在不出国门，也能买到便宜又好用的正品进口货。”

李韵涵是一名猫咪“铲屎官”，她表示，今年“双11”一项采购任务就是在京东上囤猫粮、猫砂。“我经常买的猫粮是美国的一个牌子，在京东有官方旗舰店，从保税仓发货一周也就到了，快速便捷，还不用担心品质问题。”李韵涵说。

由于疫情的影响，今年出境游形势不佳，许多爱好“买买买”的游客出不了国门，境外消费进一步回流。有了线上海淘店，不出国门就能扫遍天下货，满足了大多数消费者对进口产品的需求。

哪些人喜欢买进口产品？

“从天猫国际来看，进口消费人群主要有三类。”天猫国际相关负责人对记者说，“一类是‘00后’在校生，他们主要爱好‘兴趣社交’，海淘是他们探索和体验世界的途径；一类是‘90后’为主体的城市女性白领，特点是喜爱尝鲜，满足自己更加精致美丽的需求；还有一类是宝妈为主体的家庭人群，喜爱购买母婴类进口产品，追求安全、品质和便捷。”

该负责人还指出，从消费者的地理位置来看，进口消费者不再只分布在北上广深这类一线城市，今年，来自山西、河北的进口商品消费者数量在快速增加。京东的数据也显示，进口商品用户中，四五线城市的用户数量增长最快，同比增长了近一倍。

哪些种类的进口商品更受欢迎？

京东国际相关负责人告诉记者，最受年轻人喜爱的商品是高端进口护肤品，如眼霜、面膜等，其次是任天堂游戏机。下沉新兴市场用户最爱买的是婴幼儿奶粉和骨骼类保健品。

消费者“买买买”的热情也直接反映在数字上。海关数据显示，今年前三季度，中国通过海关跨境电商管理平台进出口额达1873.9亿元，同比增长52.8%，远高于外贸整体增速。“前三季度，跨境电商进出口贸易额保持上升势头，成为稳外贸的一大亮点。”海关总署口岸监管司司长王军说。

中国国际经济交流中心美欧所首席研究员张莱楠指出，中国跨境电商在疫情防控期间的逆势上扬并不出人意料。“首先，中国在数字经济领域的商用化特别是提供个性化的服务方面，从全球范围来看是走在前列的。”张莱楠说，“其次，疫情改变了我们的消费方式，数字贸易、跨境电商等有望成为一种不可逆的潮流。”

在张莱楠看来，在打通国内市场的政策堵点和激发市场活力和潜力的大背景下，跨境电商是一个促进国内国际双循环的重要载

近日，江苏省连云港自贸区跨境电商体验中心正式启动运营。图为商家店员在体验中心通过网络直播推介商品。

王春摄
(人民视觉)



▲山东自贸试验区青岛片区大力培育外贸新模式，1-7月份跨境电商实现进出口15.8亿元，同比增长4倍。图为山东自贸区青岛片区的山东港口青岛港全自动化码头内，自动导引车有序等待拖运集装箱。

张进刚摄（人民视觉）

体。“跨境电商的发展，能够激发中国整个要素的流通，打通产业链和价值链，从而有利于优化产业资源配置。”张莱楠说。

海外商家来华步伐提速

近日，日本最大的美妆口碑网站@cosme通过“云签约”宣布入驻天猫国际海外直购，双方将通过海外仓模式，把日本最新最潮的化妆品品牌第一时间引入中国市场。

“十一”假期部分电商平台进口商品销售增长约80%。

在消费方式上，进口消费线上化进程明显加速。

——新型消费发展趋势推动包括进口消费在内的消费市场数字化转型。今年以来，新冠肺炎疫情对消费领域造成较大冲击，居民非必需品、聚集性、流动性、接触式消费受到严重抑制，但线上消费呈现加快扩容和逆势增长态势，有效保障居民日常生活需要，推动了经济稳步复苏、企稳回升。在新型消费如火如荼发展态势下，消费市场的数字化转型和线上线下融合加速，网络购物成为居民主要的消费方

受疫情影响，今年赴日旅游的中国消费者急剧减少，日本本土美妆品牌销售受阻。“中国跨境电商市场在不断成长，我们希望进一步助力日本美妆品牌进入中国市场，从而为中国的消费者们创造更多的消费选择。”运营@cosme的日本istyle集团社长兼首席执行官吉松敬郎说。

疫情防控期间，拥有巨大内需市场的中国已成为海外商家抢滩布局的重点，越来越多的海外商家加速进入中国。

为抓住中国庞大的消费市场，迎接即将到来的“双11”，全球的海外产业带商家都在忙碌着——远在5000公里外迪拜皇室的骆

驼们，从今年6月就开始“加班”挤奶，“双11”打算推出骆驼咖啡、骆驼奶美妆个护新品；“南美新西兰”乌拉圭的奶牛们也很忙，备货量相当于当地10家中型农场全年奶量；埃塞俄比亚的咖啡农们积极赶工，筹备着他们的首个“双11”……

“这说明中国市场具有强大的吸引力。”张莱楠指出，“在这一大背景下，许多国外中小企业都希望借助中国市场优势获得更大的发展机会。如果通过一般贸易，这些企业进入中国市场不是那么容易，但如果搭上中国互联网平台的快车，就可以大大降低其进入中国市场的机遇门槛。”

跨境电商新业态发展水平的不断提升推动进口消费线上化。当前中国跨境

▼第三届中国（义乌）跨境电商产业带博览会上，商家在采购一款主要出口欧美国家的毛绒拍圈手环。

龚蔚明摄（人民视觉）



中国进口市场仍将快速发展

进口消费线上化进程不断加速，相比一般货物贸易，跨境电商在物流、报关、金融等方面涉及更复杂的流程。目前跨境电商还有哪些需要改善的环节？

“从国内环境来讲，跨境电商仍面临物流成本高、退货成本高等问题，再加上监管层多、涉及部门多，可能会在一定程度上增加成本、影响便利度。”张莱楠说，“从国际环境来讲，与其他国家的贸易摩擦也加剧了进口的不稳定性，在供给上会有些吃力。”

针对跨境电商售后服务体系建设需要以及退货成本高等“痛点”，今年1月，海关总署启动跨境电商出口退货监管试点，探索建立高效、安全、快捷的出口退货渠道，并于3月全面推广出口退货政策，支持零售出口、特殊区域出口、出口海外仓三种模式开展退货，解决“退货难”问题。同时，优化跨境电商零售进口退货措施，将跨境电商零售进口退货时限从30天延长至45天，帮助企业克服疫情导致物流延迟等影响，助力企业完善售后服务体系。

在保供应方面，天猫国际相关负责人表示，天猫进出口在全球成立了六大采购中心，覆盖北美、欧洲、大洋洲和亚太地区的日本、韩国、中国香港等地。采购中心将原产地直供、溯源、通关等跨境难题一站式解决，进一步提高商品品质，降低了海淘的综合成本，让消费者共享经济全球化红利。

“双11”即将到来，为抓住这一增长机会，各大跨境电商平台都摩拳擦掌。

京东集团副总裁、京东零售集团平台业务中心负责人韩瑞表示，在即将到来的“2020京东11.11全球热爱季”，京东国际将充分利用头号京贴、预售、双百亿计划等“10大招式”，在推出满减、神券的同时，打通线上线下场景，丰富消费者的感知，也为品牌打开更多进入的亮相渠道。此外，在“双11”期间，消费者可享“七天无理由退货”、“破损包退”、“过敏包退”、“品质溯源”等品质服务及保障；同时，今年京东国际实现了全部商品京仓京配，保税仓清关时效缩短至分钟级，在全国超过100个城市保税备货订单履约都可实现当日达和次日达。

天猫国际相关负责人表示，天猫国际今年“双11”将重点以“超级成分、院线科技、明星色号、匠心工艺、精养健康”这五大趋势，挖掘美妆、母婴、保健、食品、个护、宠物等领域的新机会，满足进口消费人群的需求变化。

张莱楠指出，未来，中国还需构建一个更加完善的市场化体系和制度体系。“尽管外部环境面临诸多挑战，但我们仍看到非常多的机会，中国进口业务仍将快速发展。”她说，“未来应帮助海外品牌通过中国跨境电商平台的数字化能力加快发现中国消费者的偏好，拓展进入中国的渠道，获得新的增长。”

不断释放进口消费潜力

董超

当前，中国消费市场逐步克服新冠肺炎疫情等不利因素影响，呈现持续回升、稳步复苏、平稳运行态势。其中，进口消费迅速发展是消费市场复苏的表现之一，具有规模扩大和加速线上化等特征。

这主要体现在三方面：一是内需拉动进口消费品规模高速增长。今年前三季度，为有效保障人民生活需要，中国进一步积极扩大消费品进口，粮食、肉类和医药品进口分别增长20.7%、87.3%和10.5%；二是免税零售市场迅速发展。中国免税业务主要包括口岸免税、离岛免税、市内免税等类型，海南离岛免税新政实施两个月期间，离岛免税金额实现221.9%的高增速，第三季度海南离岛免税购物额同比增长2.3倍；三是跨境电商零售市场蓬勃发展。根据海关数据，今年1-5月，跨境电商零售进出口商品总额达717.3亿元，同比增长22.4%；其中进口441.7亿元，同比增长23%；出口275.6亿元，同比增长21.6%。前三季度，中国通过海关跨境电商管理平台进出口1873.9亿元，增长52.8%；

式之一，进口消费作为消费市场的重要组成部分，其线上化进程也成为趋势。

——支持跨境电商发展的政策利好为进口消费线上化营造了良好政策环境。今年1月，商务部、发改委等6部委发布《关于扩大跨境电商零售进口试点的通知》，将跨境电商零售进口试点范围从37个城市扩大至87个城市（地区），良好的政策环境有利于进一步推动跨境电商零售进口的发展，发挥其对丰富国内产品供给、促进新业态新模式发展、吸引消费回流、更好满足居民需求等方面的积极作用。

——跨境电商新业态发展水平的不断提升推动进口消费线上化。当前中国跨境

电商新业态发展水平在全球领先，天猫国际、京东国际、苏宁国际、考拉海购等一批市场主体已经具备较强国际竞争力，全球范围内的商品采购、品牌引进和供应链布局等实力持续增强，跨境电商平台在引进新的国际品牌、吸引新品首发等方面持续发力，实现品质更高、品牌更多、品类更丰富的进口商品供给，以线上渠道更好满足居民进口消费需求，进而加速进口消费线上化趋势。

进口消费迅速发展是中国居民消费国际化的重要表现，也是中国消费升级趋势的必然结果。随着经济发展水平、居民收入水平和融入经济全球化水平的提升，消

费升级推进，国内国际消费市场深度融合，中国消费市场的主体、客体和载体的国际化特征渐趋明显。一方面，居民对更美好生活的向往推动品质和品牌消费需求增加，在本土商品和品牌供给难以完全满足的情况下，进口的高品质和品牌商品容易获得消费者青睐；另一方面，中国连续多年降低进口消费品关税，进博会推动搭建国际性的展示、体验平台并推动建立畅通、高效率、可持续的供需对接通道，国际国内跨境电商市场主体纷纷发力采购全球优质商品丰富供给，供给侧的持续优化正推动释放进口消费潜力。

（作者为商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所所长）

