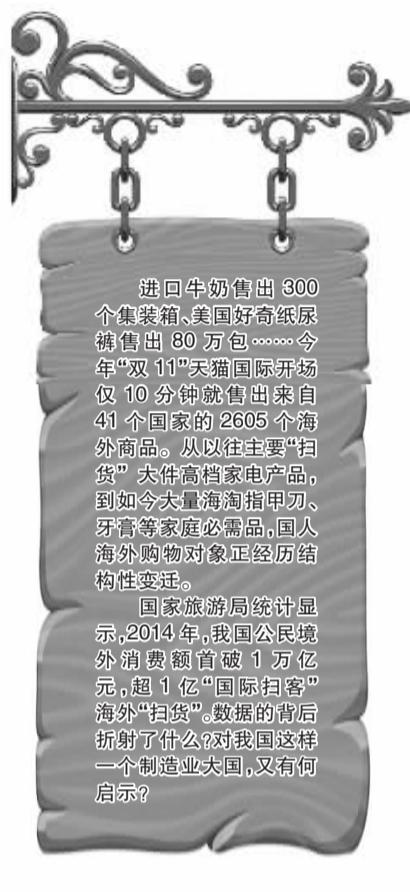


超1亿“国际扫客”海外“扫货”

国人“消费升级”如何满足



刀具 洗衣粉 也成“扫货”对象

今年“双11”，天猫国际海外购再现销量井喷，一些国外知名卖场开场一两个小时就突破1000万元。美国、日本、韩国、德国、澳大利亚成为天猫国际进口成交排名前五位的国家。

不仅网络店内国人对境外商品疯狂扫货，在德国、日本、西班牙等地的品牌实体店、免税店，挤满了来自中国的“国际扫客”，名牌手表、名牌衣服等很多热门商品被抢断货。

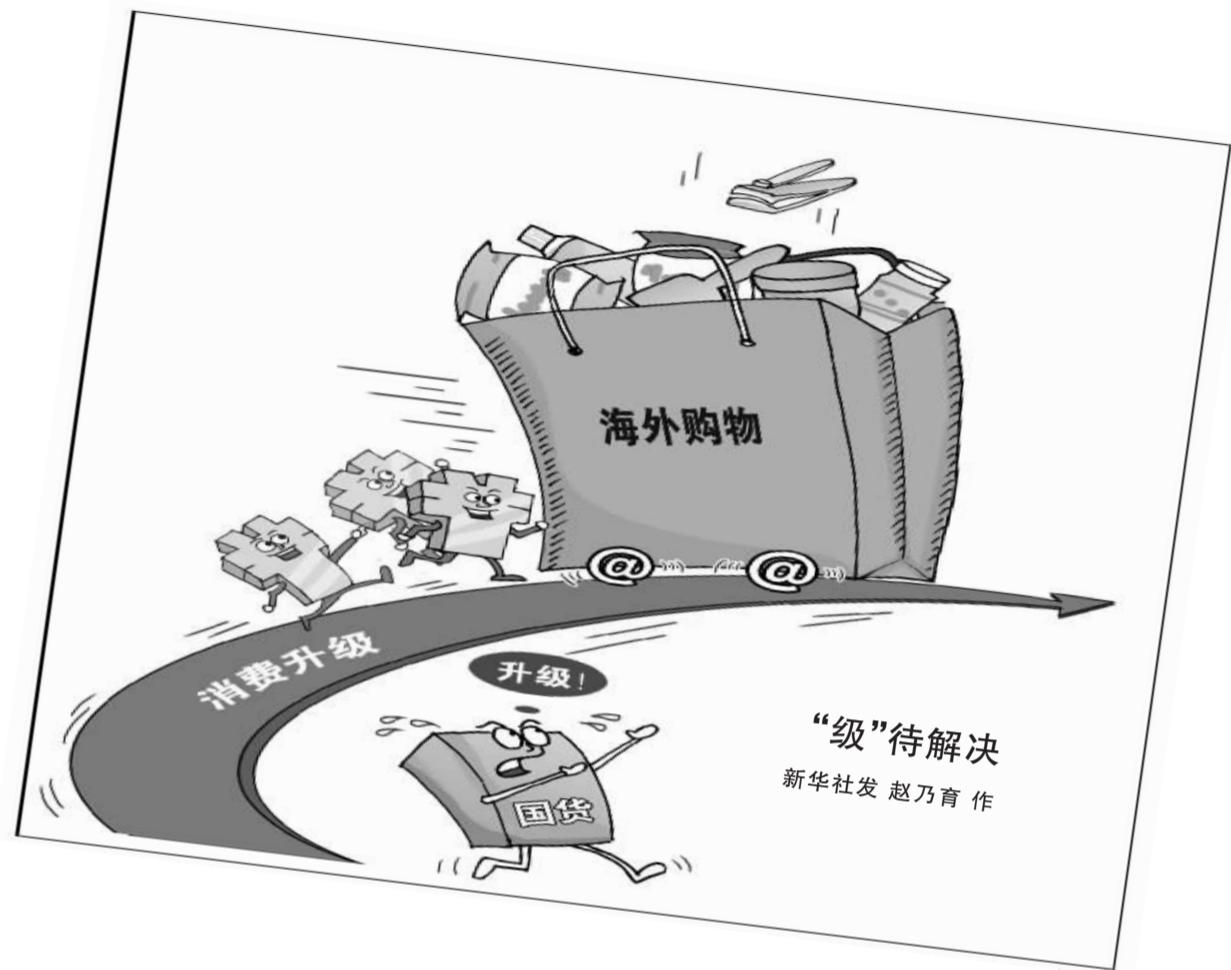
记者调查发现，近一两年来，国人海外“扫货”对象已然发生明显变化。从以前的只购买高端奢侈品到如今的生活必需品成了购物“标配”，从之前的“品牌消费”到如今的“品质消费”，折射出国人购物的偏好变迁。

记者在东京一家免税店内看到，店内的面膜、护手霜、眼霜等商品刚刚放货就被中国游客抢购一空，商家不得不对中国游客进行“限购”。在一些欧洲国家的生活超市中，刀具、锅铲、洗衣粉、厨房清洁纸巾、食物保鲜盒、儿童玩具等都是中国游客购物的首选。

在上海一家银行工作的王女士国庆期间在东京花费4万元人民币购物，除购买药品和家具用品，还买了电饭锅、马桶盖等中国人去日本旅游购物的标配商品。

一位海关工作人员介绍，一般而言，海外代购的中介费用一般占商品价格的10%左右，即使如此，海外代购商品的价格仍然只有国内价格的70%~80%，对消费者具有很强的吸引力。

但对于多数热衷于海外购物的消费者而言，吸引他们购买的主要因素还是质量。“国外日用品的价格略高于国内同类产品，但是质量确实比国内要好，用着放心，不用担心是‘假货’，我更看重生活的品质。”在马德里一家超市购买刀具的江苏游客王欣说。



② “价差大”只是一个侧面 “内需外流”折射产业困境

原来是大件高端商品被抢，现在是小件生活必需品也被抢，这其中不只是价格问题，更折射出“中国制造”的设计、耐用度以及商业模式与环境的欠缺。

一些数据显示，手表、箱包、服装、酒、电子这五类产品的20个高端消费品，中国内地市场价格比欧美高出不少。

“零售价中除了税之外还包括至少渠道、房租等运营成本，厂家追求的毛利率等。例如，在海南免税店中购买的商品依然比国外贵；即使新西兰进口奶粉到我国是免关税的，我国奶粉价格在全球仍不低。”上海交通大学海外教育学院税务教研组组长汪蔚青说。

此外，国内高端零售业发展滞后，引领消费回流乏力。以免税店为代表的国内高端零售业对于吸引“高端购买力”回流尚未起到

应有作用。

从根本上来看，折射出我国高端零售行业和产业界在应对“消费升级”方面存在诸多不足。

专家指出，随着物价水平的提升，许多“中国制造”在价格提升的同时，品质和品牌形象并未同步提升，造成“性价比”相对下降；“中国制造”底气不足。

财富品质研究院院长周婷说，一定程度来讲，国内产品要么质高价也高，要么价廉质低，这无疑会加大消费者的购物疑虑。记者曾调研儿童汽车安全坐椅行业，数十个安全坐椅品牌中，除了Kiddy等国外知名品牌外，有不少品牌都宣称自己有英国、法国、意大利等“血统”。其中不少都是在国外注册品牌，但产品从设计到生产加工，都是在国内完成的。

③ “中高端购买力”外流 “国货升级”如何跟上“消费升级”步伐

“中高端购买力”持续外流，一方面折射出我国民众消费潜力巨大，一方面折射我国零售业和制造业发展状况无法满足“消费升级”要求。

专家表示，民众消费升级，倒逼民族产业转型升级。只有创新消费品，增加优质产品的有效供给，建立多元化的供给体系，才能满足广大消费者个性化、多样化的消费需求，引导“国际扫客”回流。

今年4月，国务院要求有关部门在科学评估基础上，降低进口商品关税、消费税，增设和恢复口岸进境免税店，合理扩大免税品种，增加一定数量的免税购物额。

“解决消费外流问题要从供需两方面着力。”周婷说，在供给方

面，提升品质监管和技术水平；在需求方面，推进国内商贸流通企业税费的减免、降低流通环节的直接税收和间接税负，从而降低终端售价。

商务部研究院消费研究部副主任赵萍表示，未来中国的免税政策应同时向国人开放，多元推进免税业务，在国内出境游客居多的主要商业城市发展市内免税店，允许即将出境的国人在市内免税店购物。

专家认为，引导“跨境消费”回流不应满足于增加消费，而应惠及整个产业链，从根本上讲应该提升“中国制造”的水平，走“精品工业”路线，使“中国制造”“中国品牌”真正受到国内高端消费者的认可。

(据新华社电)