

波兰COD电商小包专线服务 一手定制 专属跨境电商小包服务

产品名称	波兰COD电商小包专线服务 一手定制 专属跨境电商小包服务
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司销售部
价格	18.00/千克
规格参数	品牌:跨境电商波兰COD小包专线服务 主营业务:跨境电商波兰COD小包物流服务 服务:跨境电商波兰COD小包快递服务
公司地址	深圳市宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号一层-东
联系电话	13144994944 13144994944

产品详情

今起告别免税时代

中新网北京4月8日电“海淘一件商品，低交税11.9%。”起，跨境电商税收新政实施，行邮税也同步调整。和原来相比，跨境电商将按照货物征收关税，按进口环节征收增值税、消费税。税额暂按法定应纳税额的70%征收，同时取消免征税额(原来有50元以下免征税额)，这意味着跨境电商免税时代终结。新政:低交税11.9%奶粉等

和原来相比，跨境电商将按照货物征收关税，按进口环节征收增值税、消费税。税额暂按法定应纳税额的70%征收，同时取消免征税额(原来有50元以下免征税额)，这意味着跨境电商免税时代终结。

新政:低交税11.9% 奶粉等商品价格看涨

3月24日，国家财政部等三部委联合发通知，4月8日起，跨境电商执行税收新政策。受此次税收新政影响，不少进口商品价格看涨，食品、母婴类商品首当其冲。

以进口奶粉为例，按照原来的算法，只要交易额低于500元即可免税，超过500元后按照10%征行邮税。但目前要征收11.9%(传统贸易增值税为17%， $17%*70%$ 约11.9%)的增值税。

因为食品、母婴类商品，其单价大部分低于500元，所以整体来看，这类商品税率增加。当然，也有部分

商品在税收新政实施后，反而更便宜了，例如原行邮税率较高的3C电器类、个人洗护类商品；再如本身就无需缴纳消费税的进口服饰，过去按照20%征收行邮税，新政后，税率则降低了8.1%。

根据税收新政，跨境电商零售进口商品，个人年度交易限制为20000元，单次交易限制为2000元，超出限制则按照一般贸易全额征税。虽然在限额内免关税并且税收打折扣，但理论上，海淘一件商品仍需缴纳增值税和消费税，所以低得交税11.9%。这意味着原来免税商品彻底消失。

另外，每年20000元交易限制额度，也并不适合所有人。经常海淘的詹女士对中新网表示，因为孩子尚小，她需要经常买进口奶粉和一些母婴用品，一年20000元的额度明显不够用。

中国电子商务协会研究中心专家委员唐兴通接受中新网采访时表示，交易额的限制对海淘价值较大的品带来不利影响，国内这部分的购买力会遭到抑制。

在跨境电商税收新政实施的同时，行邮税也做了调整，分为3档，税率分别为15%、30%、60%。原来为4档税率，分别为10%、20%、30%和50%。

个人代购或难翻身

对于此次跨境电商税改，消费者将有何感受呢？唐兴通认为，对追求品牌信誉度的消费者来说，税收新政对其影响不大，因为他们海淘一个主要动机就是为了保真，只要商品提价不是太明显，他们依然会选择海淘。

不过唐兴通还表示，一些对价格敏感的消费者可能会将视线转回至国内品牌，这对提振国家内需，推动供给侧改革有帮助，同时对国内品牌也是一种保护。

据税收新政显示，不属于跨境电商零售进口的个人物品以及无法提供交易、支付、物流等电子信息的跨境电子商务零售进口商品，按现行规定执行。所以有分析指出，这对不经过跨境电商的个人代购模式影响不大。

也有观点认为，随着跨境电商税改的落地，一些税率增长较大的商品(如奶粉、零食等)，个人代购会卷土重来。

丰趣海淘CEO任晓煜接受中新网采访时表示，个人代购兴起于海淘发展初期，随着跨境电商平台的成长，其受到了打压，“它本来就是小规模的个人行为，其购物体验和信誉度难和平台相比，即便税收新政实施后，个人代购也难死灰复燃。”

唐兴通对此表示，这主要得看个人代购的利润空间，后续发展情况有待时间检验。“不过，如果税收新政实施的同时，海关检查趋严，个人代购必难翻身。”

税率上企业难再“做手脚”

关于此次税改对企业的影响，唐兴通认为，行业内肯定会出现动态变化，一些企业的利润空间也会遭到压缩。“但对于资金流充足的跨境电商企业，此次税改不足以对其造成影响。”

京东全球购相关负责人接受中新网采访时表示，此次税改从操作层面大大降低了京东系统成本和运营成本，政策的稳定性也为业务的稳步发展提供了保障。“当然，税改实施后，京东全球购会优化各品类的业务架构，对于税改后优势不明显的品类，将做适当调整。”

专注于母婴市场的跨境电商平台蜜芽CEO刘楠日前对中新网表示，跨境电商价值核心在于效率和贸易全球化，而非免税价差，所以跨境电商在税收方面也不应该例外。“此次税改是把跨境电商未来的不确定性，大部分打消，这对行业来说是一个特别好的政策。”

任晓煜持有类似观点，他表示，税收新政的实施，是在法律层面对跨境电商这种新兴商业形式的一种认为，同时规范了这个行业，营造了一种公平竞争的市场环境。

“当然这也会对一些企业造成影响，尤其是那些不规范的跨境电商平台，受到的冲击将会很大。”任晓煜说道，“相信很快，一些靠在税率上‘做手脚’的企业就会面临出局或者被迫改变商业模式。”

据了解，原来跨境电商领域，不少企业采用“大包拆小包”的方式满足免税条件。新政实施后，这种“伎俩”不再适用。

应对:母婴电商相继开展新动作

正如上所述，此次税改，母婴商品受到影响较大。与此同时，中新网注意到，近母婴电商动作频频。以京东为例，昨日，京东母婴就发布了三大战略，即品质化战略、社群化战略和个性化战略。

在品质化战略方面，京东母婴通过与广大品牌商达成直供合作的方式，从源头保障产品品质。在社群化战略方面，京东母婴搭建了母婴社区“妈妈邦”，打造专家资源库，推出专家视频、活动、社区互动、电子杂志等优质内容，延伸服务领域，同时，京东母婴将微店打通，打造营销闭环。在个性化战略方面，京东母婴实现了千人千面的营销，同时，整合京东与儿童相关的全品类产品及资源，实现了品类打通。

网易考拉昨日宣布，其还存有价值超过数千万元的进口奶粉将保持原有税率进行销售。蜜芽在3月底也宣布，战略投资儿童室内游乐品牌悠游堂，将线上线下业务相融合。

京东商城消费品事业部总裁冯轶接受中新网采访时表示，随着跨境电商税改的实施，整体来看，进口母婴类产品税率确实会上升，京东母婴对此会梳理相关产品种类。