

离境退税商店超万家

“中国购”热潮如何更持久？

今年以来,越来越多境外游客来华,已不光是走走看看的“中国游”,还有大箱小箱“买买买”的“中国购”。伴随离境退税政策的优化升级,更快速、更便利、更顺畅的购物体验正成为拉动境外游客在华消费的新助力。

国家税务总局最新数据显示,截至8月底,国内离境退税商店数量已超过1万家。今年前8个月,享受退税人数同比增长247.8%,退税商品销售额及退税金额同比分别增长97.5%和96.9%。

离境退税的入境消费亮点何在?如何让“中国购”热潮更加持久?记者进行了采访。

“即买即退”跨区域联动

“我昨天在长宁区买东西忘了退税,本来以为只能去机场办,没想到到这里可以一起退,太方便了!”近日,一位外籍游客在上海外滩离境退税“即买即退”全市退付点感叹,收到退税后的钱又可以继续购物了。

作为我国对外开放重要窗口,上海一直都是境外游客来华的热门目的地。6月底,上海外滩推出了第一家支持“全市通退”的离境退税“即买即退”全市退付点,符合条件的境外旅客在上海全市所有的离境退税商店消费,都可以在此办理现金退税服务。

上海市商务委主任朱民介绍,今年前6个月,上海接待入境游客424.8万人次,同比增长38.5%;实现离境退税商品销售额同比增长85%,其中“即买即退”销售额同比增长28.1倍。

从单店“即买即退”拓展至“一点”集中退付,还有跨区域联动,贴心的服务举措让入境游客的行程安排更便利。

8月7日,在成都世运会开幕当天,四川省与云南省、陕西省税务部



图片源于网络。

门正式推出离境退税“即买即退”服务离境口岸互认新举措。这意味着入境游客可在川滇陕三省跨区域办理离境退税“即买即退”。除川渝、川滇陕等地外,京津两地也实现了离境退税“即买即退”通办。

国家税务总局相关部门负责人介绍,目前已有多个省份正在加快推动离境退税“即买即退”的互通互认。

不断创新优化服务

“我要多买一些纪念品带给我的小伙伴们!”近日,一位来自澳大利亚的游客在兰州一家商场购买了不少特色纪念品,成功在离境时办理了退税,这让他对甘肃之行的满意度直线上升。

用好退税红利、更好将“入境流量”变成“消费留量”,不少地方积极打造入境消费本土新特色。

在深圳,大疆无人机、小米、华为等智能设备销售火爆,成为离境退税热门商品;在上海,本土设计师品牌孵化平台“蕾虎”旗下的多

家门店已开具离境退税申请单超120张,实现离境退税销售额近40万元;在北京,1500多家离境退税商店中,国货品牌占比达40%，“北京味”成为当地退税商店的鲜明特色……

对不少入境游客来说,开心“中国购”不仅有心仪好物,还有高效便捷的退税服务。

今年7月,四川税务部门推出的“码上退”线上退税服务将离境退税“即买即退”全流程搬至线上,目前已在成都太古里、银泰商场及德阳三星堆景区等地十余家退税商店使用,为境外旅客购物离境退税提供更多选择。

除了四川的“码上退”,不少地方的税务部门都推出创新举措。例如在北京,税务部门在市内集中退付点上线支付宝“碰一下”退税功能,实现退税款实时转入境外旅客支付宝电子钱包;在上海,新世界大丸百货商场试点运行全国首台自助开单机,通过一键识别护照信息,扫描发票二维码,生成打印退税申请

单,实现开单自助办理……

全面激发消费潜力

“以前只知道南宁有好风光,现在才发现来南宁旅游还能退税买好物。”来自马来西亚的旅客谭先生给记者展示了手机里下载的《广西离境退税消费地图》。该地图用英语、柬埔寨语、印度尼西亚语、老挝语、缅甸语等多语种标注,由税务部门联合商务、文旅等部门共同打造。

为了让入境游客“看得懂、用得上”,国家税务总局5月发布《境外旅客离境退税指南》,并制成了电子书。该指南有中、英、德、俄、法、日、韩、蒙、西、阿、印尼、马来、泰国、葡萄牙、老挝、缅甸、越南等17种语言版本,详细介绍离境退税相关流程和重要内容。各地税务部门不仅将电子书下载二维码推广至出入境口岸、离境退税商店等入境游客较为集中的区域,还升级推出了各种“退税消费地图”,主打一个“贴心服务”。

有“买家指南”,也有“卖家手册”。为了让更多优质商户加入离境退税商店的行列,很多地方的税务部门几乎全程“陪跑”,手把手指导,帮助退税商店从政策“门外汉”迅速成长为“内行人”。

“税务干部第一时间上门解读,让我们抓住了政策红利!”回想办理退税商店备案时的情形,兰州机场商业管理有限公司负责人说,“离境退税新政策出台后,我们想抓住机会,但不太了解内容,税务专员主动登门、系统对接、全程指导,离境退税业务备案速度超出我们预期”。

中央财经大学副校长陈斌开说,离境退税新政策就像“催化剂”,能激发入境游客来华消费需求,也促进更多商户推陈出新,能更好地将“入境流量”转化成“消费留量”。

来源:新华社

买得起电器 换不起耗材

智能小家电维修路在何方?

近年来,空气净化器、净水器、扫地机器人等智能家电走进千家万户,在带来便利的同时,也催生出庞大的“耗材经济”市场。不少消费者反映,智能家电看似价格不高,但后续更换配件及耗材的支出却不小,“硬件亏损、耗材盈利”的商业模式,成了消费者不得不面对的“阳谋”。

在电商平台上,原装耗材价格居高不下:电动牙刷刷头动辄近50元,扫地机器人专用拖布超20元,还有洗碗机的洗碗块、胶囊咖啡机的胶囊等。小米净水器RO反渗透滤芯(适用400G)售价459.08元;科沃斯地宝水洗抹布2对装售价99元。这些耗材更换周期多则几个月更换一

次,少则每日更换。

更让消费者无奈的是,耗材更换周期往往由企业决定。部分净水器设置水流通量和时间两种模式,即便未达到限定水流通量,只要限定使用时长到期,机器仍提示更换。

记者走访北京市一些家电卖场时发现,一些销售人员会特别提示,必须购买品牌自有滤芯,否则即便安装也会触发机器报警,导致无法正常使用。追问原因时,销售人员称是为防范盗版滤芯引发后续问题,而安装后需维修人员用特定NFC刷机或扫码枪扫码,机器才能正常运行。

有行业专家认为,原装耗材价

格高,部分源于品牌溢价和专利费用。例如净水器厂家会研发具有自主知识产权的滤芯结构和换芯方式,采用“低价卖机器,高价卖耗材”的商业模式——降低整机价格以吸引消费者购买,再通过高价耗材赚取利润。

销售环节商家通常避谈耗材价格。记者走访家电卖场发现,几乎所有品牌销售人员都只强调智能家电的功能优势,如净化器的净化效果、净水器的健康保障等,很少主动提及后续维护和耗材更换成本。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江建议,行业需明确耗材更换周期,推广通用接

口,保障消费者的知情权与选择权。

令人欣慰的是,一些企业和平台已在积极推进。一些电商平台也在积极助力统一标准落地,如京东在“净水清风行动”中,推动优化滤芯寿命计算逻辑,并引入第三方检测机构检测滤芯寿命,从供应链端推动耗材标准统一,为接口开放与标准规范提供支撑。

智能家电的普及是消费升级的体现,“耗材经济”的健康发展则是行业成熟的标志。当便利不再被“隐形消费”绑架,当企业利益与用户需求找到平衡点,智能生活才能真正回归“提升生活质量”的本质。

来源:新华网