

新版跨境电商进口商品清单实施，新增滑雪用具、家用洗碟机等29项商品——

进口“购物车”更丰富了

本报记者 孔德晨

中国消费者的“购物车”更丰富了！近日，财政部等八部门发布公告，今年3月1日起，新版跨境电商零售进口商品清单开始实施。此次调整在2019年版的基础上增加番茄汁等29项商品，根据近年来税目转版和调整，对相关税目进行技术性调整，并调整部分商品备注。新版清单的发布有何意义？实施以来发生了哪些变化？未来跨境电商的发展势头将如何？

既有新增，又有优化

——新增29项、调整206项商品的备注，国内居民“购物车”更多元

跨境电商零售进口商品清单又称为正面清单，是指对跨境电商零售进口实施正面清单管理，非清单内商品不得以跨境电商零售进口方式入境销售。

《跨境电商零售进口商品清单》自2016年出台以来先后经过多次调整，商品税目数量不断增加，类别逐渐丰富，国内居民消费“购物车”在调整中扩容提质，有力促进了跨境电商的蓬勃发展。2016年清单发布的1240项商品中，涵盖了食品饮料、服装鞋帽、家用电器以及部分化妆品、儿童玩具、生鲜、保健品等国内热销商品；2018年增加了健身器材等商品，清单税目数达到1321个；2019年新增了冷冻水产品、酒类、电器等商品，清单税目数达到1413个。

此次调整，在《跨境电商零售进口商品清单（2019年版）》基础上，增加了滑雪用具、家用洗碟机、高尔夫球用具、番茄汁等29项近年来消费需求旺盛的商品，涉及食品、家用电器、运动用品等多类别，清单商品数达到1476个。

其中，新增“滑雪服”“滑雪服扣件”“其他滑雪用具”等相关商品税目的调整，令不少滑雪爱好者拍手叫好。“北京冬奥会的圆满落幕提高了消费者对冰雪运动的热情，清单顺势增加了滑雪用具的类目，有利于推进中国冰雪运动的普及，带动全民参与冰雪运动，也为国内消费者增加国外优质滑雪用具供给。”商务部研究院流通与消费研究所所长姜照表示。

此次清单调整，不仅有新增，还优化了部分现有商品。比如，根据近年来税目转版和调整，对相关税目进行了技术性调整，涉及冻扇贝、燕窝、橄榄油、羽绒服等进口商品。此外，为了履行相关国际公约、加强进口监管管理，清单调整了206项商品备注，涉及黄油、奶酪等。

在新增备注方面，清单增加“列入《进出口野生动植物种商品目录》且不能提供《中华人民共和国濒危物种进出口管理办公室非（进出口野生动植物种商品目录）物种证明》的商品除外”、“列入《禁止进口货物目录（第七批）》的商品除外”、“仅限网购保税商品”的备注内容。“这些备注的增加是出于与相关国际公约规定相衔接的考虑，有利于



▲3月22日，繁忙的成都国际铁路港集装箱中心站。
白桂斌摄（人民视觉）



▲3月22日，浙江省金华市DHL国际快递公司的分拣操作区，工作人员在对国际邮件快件采取喷洒消毒。
李建林摄（人民视觉）

于进口监管提供更加清晰的依据。”姜照说，“比如中国禁止生产和进出口含量超过万分之一的化妆品和含汞的局部抗菌剂、温度计、血压计等商品，相关部门修订完善了禁止携带、寄递进境的动植物及其产品和其他检疫物名录，并明确适用范围包括跨境电商直购进口的动植物及其产品和其他检疫物等。”

扩容提质，对接消费升级

——既扩大了消费者的选择余地，也有利于促进跨境电商新业态健康发展

清单为何频频调整？多位专家表示，近年来不断升级的居民消费需求是推动清单扩

容的重要因素。姜照表示，新版清单进一步扩大进口类别、丰富商品内容，鼓励外国企业在中国销售优质进口商品，适应了中国消费者多元化、品质化的消费升级需求，体现了中国跨境消费满足人民美好生活需要、同世界共享中国市场的特色。“当前，消费者‘买全球’、追求品质生活是消费升级的重要体现，催生的大量消费需求有力推动了跨境电商零售进口商品清单扩容。”姜照说。

“新版清单增加了番茄汁、家用洗碟机等29项商品税目，以及猫砂、足贴等产品，体现了清单内容的民生指向。”中国政法大学民商经济法学院讲师郑伊说，“这些都是近年来消费需求旺盛的日常用品，纳入清单之后，百姓可以通过跨境电商购买相关进口产品，价格也会相应地有所下降，有利于满足消费升级需求。”

在北京拥有一家自主繁育猫舍的阿乔表

新版跨境电商零售进口商品清单有啥变化？

增加了滑雪用具、家用洗碟机、高尔夫球用具、番茄汁等29项近年来消费需求旺盛的商品，清单商品数达到1476个

新增29项

调整206项

为了履行相关国际公约，加强进口监督管理，调整了206项商品备注，涉及黄油、奶酪等

示，新版清单实施后，自家常用的某国外品牌猫砂在电商平台也有了一定的折扣力度。“我家猫砂用量大，以往囤货都需要与代理商直谈价格，在电商平台直购，价格比较贵，且官方代理店一直没有人驻平台。”阿乔说，“前几天我看见平台有了这个牌子的官方旗舰店，折扣力度不小，对猫砂需求量小的散客也能享受到实惠的价格。”

此外，跨境电商的飞速发展构成清单调整的环境因素。

在传统贸易方式持续受到疫情冲击的背景下，跨境电商新业态因其独有的非接触式交货、线上交易、交易链条短等优势，成为不少进出口企业对疫情影响、实现转型升级的优先选项。作为外贸发展新业态，跨境电商还发挥了保订单、保市场、保份额的重要作用。

海关总署此前发布的统计数据显示，2021年中国跨境电商进出口1.98万亿元，增

长15%，其中出口1.44万亿元，增长24.5%；跨境电商综试区达到132家，跨境电商零售进口试点扩大所有自贸试验区、跨境电商综试区、综合保税区、进口贸易促进创新示范区、保税物流中心（B型）所在城市（及区域）。

商务部研究院学术委员会副主任张建平认为，跨境消费规模持续扩大，表明市场需求强劲，原本海外旅游产生的消费需求有相当一部分通过跨境消费实现。其较高增速也显示出新业态新模式的高效便捷，表明中国消费者对中高端商品的需求在快速增加。

此次商品清单的调整不仅顺应了商品消费开放趋势，扩大了消费者的选择余地，也有利于促进跨境电商新业态健康发展以及跨境电商平台和企业进一步扩大运营规模。

新版清单实施以来，多地海关开展“一对一”政策解读和业务指导，对接跨境电商行业协会，广泛挖掘品牌官方网站、大型电商平台等公开数据信息，梳理热门商品信息供一线执法参考，确保新的政策措施落实到位；各大电商平台纷纷行动，积极引入新品，抢抓机会与海外商家展开合作，助力大批优质海外品牌通过跨境电商渠道进入中国消费者的“好物”清单。

强监管，跨境电商未来可期

——提升智能化监管水平，跨境电商平稳发展态势不会改变

清单不断丰富的时候，如何做好进口监管管理成为重要课题。

“进口商品种类越来越多，其中不免鱼龙混杂，对监管提出了更大挑战。”张建平表示，新版清单在这方面也有体现，对相关税目进行技术性调整和新增商品备注的目的，就在于加强对进口商品的引导和管理，推动贸易规范发展，保护消费者利益。“此外，跨境监管还需要和贸易伙伴国家加强政策沟通与对话，RCEP目前已经有电子商务章节，需要和贸易伙伴国家共同落实，并发挥引领示范作用。鉴于中国已经提出申请加入DEPA数字经济伙伴关系，未来在自贸试验区和跨境电商试点城市应加快先行先试。”张建平说。

姜照建议，今后应加强大数据、人工智能、云计算、区块链等数字技术在跨境电商零售进口监管中的应用，提升智能化监管水平。“同时要注意物流全链条的疫情防控，尤其是对进口冷链食品的监测监管。加强对仓储设施、商品外包装等的消毒处理，定期对物流一线人员进行核酸检测筛查。”

近日，国家市场监督管理总局召开市场监管系统疫情防控工作电视电话会议，要求加强对电商平台的指导，重点围绕进口冷链食品、防疫用品等商品，加大网络交易监测监管力度。

加强监管，是为了跨境电商贸易发展得更稳更好。尽管受到新冠肺炎疫情冲击，但专家普遍认为，中国跨境电商良好的发展势头将会持续，未来增长空间依然很大。

为推动跨境电商进一步发展，今年以来相关政策持续跟进。根据《“十四五”电子商务发展规划》，中国将支持跨境电商高水平发展，优化跨境电商零售进口监管，丰富商品品类及来源，提升跨境电商消费者保障水平；近日商务部印发的《关于用好服务贸易创新发展引导基金支持贸易新业态新模式发展的通知》提出，支持构建适应跨境电商发展的配套服务体系；此前印发的《商务部中国出口信用保险公司关于加大出口信用保险支持做好跨周期调节进一步稳外贸的工作通知》亦明确，鼓励加大对跨境电商、海外仓等新业态的支持力度，支持提高海外仓数字化、智能化水平，优化完善布局。

“这些政策从不同层面为推动跨境电商稳定发展提供了有力支撑。”张建平表示，预计跨境电商仍将保持稳定增长，在国际贸易中的比重不断提高，平稳发展态势不会改变。“未来进口商品的品类有望进一步增加，同时提升进口电商的购买便利性，完善进口电商商品的售后服务，消费者将拥有更多选择。”张建平说。

以更高水平开放满足美好生活新向往

赵萍

从今年3月1日起，财政部、商务部等八部门联合优化调整后的《跨境电商零售进口商品清单调整表（2022版）》正式实施。这是该清单自2016年4月发布以来的第四次调整。

中国跨境电商零售进口商品采取“正面清单”的管理模式，每次调整都增加商品税目数量，丰富商品类别，成为助推消费升级新趋势，促进跨境电商高速增长、满足人民对美好生活新向往的重要政策抓手。

随着国内居民收入水平持续提高，消费升级趋势明显，消费者对商品的品质和品牌要求越来越高。在消费市场恢复的过程中，代表消费升级的品质商品销售已经一马当先，成为消费增长新亮点。今年1-2月，全国家用电器和音像器材、文化办公用品和金银珠宝类商品零售分别增长12.7%、11.1%和19.5%，明显高于同期商品零售增速。

在高水平对外开放的背景下，世界各国特色优质产品成为中国消费升级的重要指向。以销售世界知名品牌的免税店为例，据统计，2021年海南10家离岛免

税店免税销售额达到504.9亿元，同比增长83%；免税购物967.66万人次，同比增长73%；免税购买件数5349.25万件，同比增长71%。

跨境电商已成为消费者全球购的重要渠道。截至2021年12月底，中国网民人数达到10.32亿。网购也不再是年轻人的专利，50岁以上网民占比已经上升到28.1%。同时，在中国居民消费升级的过程中，模仿式、排浪式消费逐渐淡出，个性化和多样化渐成主流，跨境电商的非中心化和全球性的特性，正好可以满足消费者追求个性化生活的需要。特别是疫情发生以来，跨境电商发挥在线营销、在线交易、无接触交付等优势，交易额呈现高速增长态势。

跨境电商零售进口清单更是适应了消费升级新趋势。《跨境电商零售进口商品清单》的每次调整，

都体现出了消费升级的新动向、新特点。2016年以前，进口奶粉、婴幼儿食品、化妆品、保健品、马桶盖受到中国消费者的追捧，抢购日本马桶盖一度成为热门话题，在首次出台的《跨境电商零售进口商品清单》涵盖的1240个商品中，食品饮料、家用电器以及部分化妆品、儿童玩具、生鲜、保健品等国内热销商品赫然在列。2017年中国掀起健身热潮，2018年公布清单涵盖的税目数扩大到1321个，增加了当时热销的健身器材等商品。随着人们对营养健康和品质生活的关注度日益提高，2019年扩围的清单税目数上升到1413个，特别增加了冷冻水产品、酒类、电器等商品。2020年全球新冠肺炎疫情发生以来，宅家消费需求特点更加突出，视频直播日益普及，此次扩围的清单税目增加至1476个，包括视频游戏机及其零

件、番茄汁、洗碗机、可用于视频直播和美化形象的假发制品以及由北京冬奥会带火的滑雪用具等体育用品等。

事实上，中国通过高水平对外开放，不断满足人民对美好生活的向往，不仅限于对《跨境电商零售进口商品清单》的调整，还在于对跨境电商综试区进行6次扩围，目前跨境电商综试区已经多达132个，从东部基础较好的城市开始，稳步向中西部重点城市推进，大大提升清单适用的地理范围，以方便身居不同城市的消费者通过跨境电商新渠道进行“全球购”。

（作者为中国贸促会研究院副院长、研究员）

