

谁在托起跨境“美丽经济”？

——大数据看海淘化妆品

为何任何一项涉及进口化妆品税变更的消息,总会牵动那么多消费者的神经?因为如今,海淘已成为不少网购族的“标配”。海外直邮、全球包邮……互联网的便利化,让中国消费者享受着购买海外商品的便利,化妆品作为跨境网购中的代表性产品,备受消费者青睐。海淘族偏爱哪些化妆品?选择那么多,买什么更便宜?怎么买更能成功避开“山寨货”?

海淘族热衷化妆品,“全民代购”你参与了吗?

从2011年开始,上海白领杜苗还在上大学时,就开始用海外化妆品。那时海淘尚未兴起,她主要靠朋友出国带。从2013年开始,她已基本自己海淘,“一年能省5000多元,我还开了一个海淘的微店帮朋友带。”借助便捷的互联网,跨境网购正在迅猛发展。商务部预测,2016年中国跨境电商进出口贸易额将达6.5万亿元,2017年预计将增长至8万亿元规模水平,未来几年跨境电商年增长率将超过30%。

——几人买?

淘宝全球购根据追踪了解5000名海淘消费者的调查结果发布的《十年海淘报告》显示,海淘消费者入门品类当属美妆和护肤品,一半以上的海淘消费者购

买了美妆和护肤品。

——谁在买?

根据天猫国际的数据,个护美妆在各大销售品类中牢牢占据销售额前三的位置,占比近四分之一。按人群看,年轻人更爱美——在大学生最喜爱的排名前10位品类中,除第二位是奶粉之外,全部是化妆品护肤品。

——从哪买?

来自360营销研究院的数据显示,用户海淘护肤彩妆品时,首选目的地是韩国,检索量占比高达64%,其次是日本和我国香港。2015年底,韩国关税厅发布的数据显示:“双十一”购物季期间韩国在天猫商城实现了737万美元的出口额,中国买家在韩海淘总额中化妆品占比达80%。



海淘实施新税制,免税终结你还“剁手”吗?

从4月8日起,我国对跨境电商零售进口商品执行新税制。跨境电商零售进口商品从此将不再按邮递物品征收行邮税,而是按货物征收关税和进口环节增值税、消费税。“海淘族”们关心的是,这一税制的改变会带来哪些影响?

业内人士介绍,很多小型跨境电商电商平台迅速发展壮大的方式,就是大批从海外工厂采购物品,屯在国内保税区仓库。货物到了国内保税区仓库后,没有交任何关税,而离开保税区时,采取了分装,分包邮寄等“蚂蚁搬家”的方式,直接邮递给每个买家,走的是行邮税而不是一般货物关税,由于包裹小,需交税的寥寥无几。

“目前中国90%以上的包裹

不用交税就进境了。而相对于中国一年几千亿元的跨境电商零售进口和中国公民海外购物消费规模,2014年中国对所有行李物品、邮递物品征收的行邮税不到10亿元,税收流失问题相当严重。”中国电子商务研究中心主任曹磊说,税改有助于尽最大可能减少国家进口税款流失,规范过去几年一直“野蛮生长”的跨境进口电商行业和个人海淘代购行为。

那么,现在海淘化妆品是贵了还是便宜了呢?业内人士介绍,用100元做个分界线。100元以下化妆品、护肤品等原先是免征税,现按照32.9%税率增税;100元以上的化妆品税率则有所下降,从50%改为32.9%。个人洗护品则更划算,百元以上洗护品税费从70%降至32.9%。

据新华社

全球假货依旧横行,“山寨货”让你“中招”了吗?

一方面,是火爆的销售和超快的增速;另一方面,“山寨货”已成为海淘行业必须面对的痛点。

有人从阿里巴巴网站上的两家网店以低价购入假冒的资生堂ANESSA防晒霜,后通过名为“日本名妆代购”的淘宝网店冒充真品对外销售,从中非法获利16万余元。这是2014年上海市杨浦区人民法院判处的一起案件。

这样的造假行为并不少见。2014年国家食药总局曾发布消息,当年共查处涉案金额超千万元的化妆品重大案件8件,其中

部分案件涉案金额超亿元。

今年4月,经济合作与发展组织(OECD)推出了一份针对全球山寨仿冒品市场的报告《仿冒品和假货贸易:经济影响图解》。报告指出,全球“山寨”市场2013年的总规模已达4610亿美元,接近全球贸易总额的2.5%。

“我们还曾遇到过在快递收件点附近,有一个专门打印假标签和小票的地方。制假者在快递前统一过来打印假冒的小票,放到快递包里直接快递给买家。”一位知名奢侈品公司打假负责人说。

搜索引擎竞价排名成各国监管难题

近日“魏则西事件”受到网民广泛关注。与此相关,搜索引擎竞价排名广告的问题也遭遇一片声讨之声。

搜索引擎竞价排名广告一直是搜索引擎商赢利和现金流的最主要来源。对于美国的谷歌、雅虎、必应,以及韩国最大的搜索引擎提供商Naver等来说,优先呈现给普通用户的搜索结果,并非是算法按搜索词相关度自然生成的,也并非是用户最需要的,而是付费广告。

做搜索的不能仅以给钱的多少作为排位的标准,对于搜索引擎来说,如何在靠广告赢利和兼顾社会责任方面取得平衡值得反思,这也是各国政府的监管难题。

被“伪装”的广告

事实上,在搜索引擎兴起之初,各大搜索引擎都很少采取手段将竞价排名广告和自然搜索结果分别标示,直到这种情况引起消费者保护组织和政府的注意。

以美国为例,2002年6月,在消费者保护组织投诉后,美国联邦贸易委员会下属的消费者保护局致信主要搜索引擎提供商,要求它们做到三点:第一,将付

费排名的搜索结果与不付费的搜索结果清楚、醒目地标识出来;第二,付费内容必须清楚、醒目地说明;第三,对搜索结果是如何生成的,不能误导消费者。

一段时期内,这份公开信确实迫使搜索引擎商清楚标示竞价排名结果和搜索结果。但近年来,一些搜索引擎开始想方设法对广告进行“伪装”,模糊广告和自然搜索结果的差异,以“混淆视听”。如竞价排名广告部分的背景色与自然搜索结果部分差异不大,标示竞价排名的文字说明采用含糊文字或小号字体等。

以谷歌为例,其搜索结果在早期使用紫色或绿色底色标示出付费广告。但有研究人员发现,彩色底色在此后十几年里越来越淡,直到2014年完全消失。

这种不规范现象引起监管部门更多关注。2013年,美国联邦贸易委员会再次致信谷歌、必应、雅虎等主要搜索引擎提供商,强调消费者所希望看到的搜索结果和排序是由算法自然生成的,而不是受到付费第三方影响的结果。

有效监管亟待出台

但美国联邦贸易委员会的两

封“公开信”和有关建议似乎并未发挥有效约束力。搜索引擎的竞价排名仍是各国政府在管理互联网方面的棘手问题。仔细查看现在各大搜索引擎搜索结果页面,排在前列的仍是付费广告,并且无一例外地在广告标示上采取了“暧昧态度”。

谷歌在付费广告链接旁加注黄色“广告”字眼,仅以一条浅灰色细条区分广告与自然搜索结果。雅虎也以浅灰色细条作为广告分界线,而必应则给付费广告加上不易区分的浅色底色,这两家搜索引擎在付费广告旁加注“广告”字样,但用的都是非常小的灰色字体,对有的付费广告,它们也标示“赞助”。

美国消费者团体认为,三大搜索引擎并未做出多大改进,对联邦贸易委员会的要求敷衍了事,付费广告与自然搜索结果的界限依然模糊,令用户依然难以区分。

研究用户上网行为的咨询机构尼尔森-诺曼咨询集团说,这些变化都不怎么解决问题,因为谷歌仍在试图欺骗消费者。这些

搜索引擎千方百计让它们的广告看起来像普通内容一样,因而肯定获得了更多的广告点击量。

韩国主要搜索引擎提供商也采用了惯用做法,Naver就以不易区分的浅色背景和灰色小号字体标注广告,且排在前列的付费广告经常达数十条之多。

而中国搜索引擎则偏爱用更模糊的“推广”二字。百度在搜索结果下方超链接右侧以小号灰色字体标示“推广”,并加注浅色背景。在“魏则西事件”引发舆论关注后,百度撤下“推广”字样,但搜索一些关键词时排在首位的仍是付费广告。另一家中国搜索引擎“搜狗”则只在超链接右侧标注了黄色的“推广”二字。

在中国,搜索引擎应如何区分广告与公众真正需要的搜索结果方面,仍有待进一步规范。“广告与搜索不分”的情况隐含多种风险,损害的是普通公众的利益以及公平诚信的商业环境,对搜索市场的健康发展也会带来威胁。如何出台更具约束力的规范,要求搜索引擎履行应有的社会责任还应深度探讨。

据新华社

特朗普锁定提名 克鲁兹宣布退选

新华社电 美国共和党印第安纳州预选3日举行。房地产大亨唐纳德·特朗普继一周前横扫东北部5州后再次获胜,其竞争对手得克萨斯州联邦参议员特德·克鲁兹宣布退选。至此,特朗普已经扫清通往共和党总统候选人提名的道路。

投票程序于美国东部时间19时结束。几分钟后,多家电视媒体便根据出口民调结果报道特朗普以“显著优势”获胜。据初步计票结果,特朗普有望获得印第安纳州57张选举人票中至少30张,这使他的选举人票总数突破1000张。

投票程序结束不到两小时,克鲁兹召开记者会,宣布退出预选。他说:“我们尽了全力,但是选民选择了另外一条道路。”克鲁兹在记者会上只字未提特朗普。

在当晚举行的民主党印第安纳州预选中,佛蒙特州联邦参议员伯尼·桑德斯告捷。然而,这一结果对选情已经没有重大影响。前国务卿希拉里·克林顿已经基本锁定民主党总统候选人提名。不出重大意外,2016年美国总统选举将由希拉里对决特朗普。

美洲约5亿人面临 感染寨卡病毒风险

新华社电 泛美卫生组织一名高级官员3日说,美洲约5亿人面临感染寨卡病毒的风险。

该组织寨卡事务负责人西尔万·阿尔迪吉耶里当天在美国首都华盛顿举行的记者会上说,过去15年里发生过登革热与基孔肯雅热疫情的国家都面临发生寨卡疫情的风险,这意味着从中美洲直到阿根廷北部,还有加勒比地区,美洲相当大一部分地区都有可能出现疫情。

阿尔迪吉耶里说,迄今美洲已有37个国家与地区报告寨卡感染病例,其中5个美洲国家包括巴西与美国报告小头症病例,此前还有7个美洲国家报告格林-巴利综合征病例。

南非再度遭遇 “黑色假期”

新华社电 南非交通部长彼得斯3日说,在刚刚结束的“五一”假期期间,南非各地共有237人死于交通事故,同比增长40%。

彼得斯列举了其中最严重的两起车祸,这两起车祸共造成24人死亡。

其中一起发生在4月30日晚上。在豪登省兰德方丹地区高速公路上,一辆小公共汽车与一辆大卡车迎面相撞,两名司机和13名乘客当场死亡。

另一起发生在5月1日晚。在林波波省莫科帕内地区,一辆小公共汽车超速行驶,迎面撞上一辆拖车后翻车起火,车上9人被烧死,其中包括7名南非金山大学学生。

南非是全球交通事故高发国家之一。据统计,南非每年发生严重交通事故70多万起,年均导致约14万人死亡,造成直接和间接经济损失高达3000亿兰特(约合1330亿元人民币)。