



海外购物：把退税装进支付宝

本报记者 陈 静



6月26日,韩国首尔的乐天免税店工作人员向记者展示线下支付宝付款的方法。目前,支付宝国际业务主要包括海淘(国内用户在线海外购物)、速卖通(海外用户在线购买中国商品)和境外O2O(国内用户海外线下消费,线上支付和退税),试图继续扩大在海外市场的移动支付市场。

海外旅游购物后,办理退税很多人会被繁琐的程序和漫长的账期困扰。

数据显示,2013年我国出境游客规模达9818万人次,同比增长18%;消费总额为1287亿美元,成为全球第一大出境旅游消费国。而另一项数据显示,去年有近三分之一的中国游客在欧洲购物后因不了解退税政策或退税手续繁琐,而没有领取退税金,积攒下金额高达10亿元人民币。实现支付宝退税,在正确填写相关单据后,最快10个工作日,退税金额将自动兑换为人民币到支付宝账户。支付宝再次将移动支付业务推向更广阔的市场。

陶方是北京一家律师事务所的律师,每年都要出国旅游不只一次。她告诉本报记者:“在欧洲,几乎所有的退税柜台,办事员都会说两句中文:‘现金!’‘排队!’”

这四个字,正说出了中国旅游者心中的一大“痛点”。“为了鼓励外国旅游者购物,大部分国家都有自己的退税政策,只要你在单一店铺购买超过一定金额,店里就会给你开退税单,到了机场海关盖章,入关之后就可以拿到退税。我上个月在意大利买了一个路易威登的

包,2840欧元,退税14%,差不多400欧元。”陶方介绍说,“但为了拿到这400欧元,至少要早去机场2个小时。因为中国游客不信任信用卡,大家都要现金退税,所以退税窗口永远都排着长龙。”

现在,领取退税的途径又多了一条。7月14日,支付宝与全球最大的退税机构之一环球蓝联宣布达成战略合作,联合推广支付宝海外退税服务。即日起,消费者在欧洲等地购物消费,可以用支付宝办理退税,退税金额最快10个工作日到账。

支持五国数万商户

按照支付宝方面的说法,消费者只需在印有“Alipay”选项标识的退税单上填好绑定支付宝的手机、护照号和中文名拼音等必要信息,离境前把退税单交给海关检查盖章,并投递到机场指定的信箱,就可以坐等退税到账支付宝账户。最快10个工作日后,退税金会自动兑换为人民币到账消费者的支付宝账户,并且有到账信息通知。

和传统的现金退税和信用卡退税两种方式相比,用支付宝退税无需在退税窗口排队,也无需支付现金提取手续费,和信用卡相比,则更加简单高效,流程速度能提高三倍以上。阿里巴巴集团小微金服国际事业部副总裁彭翼捷表示,这是因为,支付宝会根据掌握的用户数据,“基于对用户的信任,先将钱垫付给退税用户”。她还表示,支付宝还在探索购物当时退税的解决方案。

与支付宝合作

的环球蓝联CEO巴可斯拜介绍说,环球蓝联2013年完成了2600万笔退税交易,在43个国家拥有超过27万家的百货公司和酒店合作商户。支付宝退税目前支持法国、英国、德国、意大利和韩国的数万家环球蓝联退税合作商户,其中包括英国的哈罗德百货商场、德国卡迪威百货商场、意大利文艺复兴百货商场等高档百货商场。今年夏季,支付宝还会陆续在瑞士、荷兰、西班牙开通海外退税服务。

事实上,早在去年10月,支付宝就已经在韩国试点海外退税服务。支付宝方面表示,过去半年,有超过10万人次的赴韩游客使用该服务办理购物退税,退税也因此成为支付宝最火爆的跨境应用服务之一。

在使用费用方面,彭翼捷表示此项服务目前为免费服务,不对用户收取任何费用。“对我们来说,让更多人知道此项服务并将其推广才是最重要的,希望支付宝能帮助他们让生活更方便,更美好。”

未来服务更多元

除了方便快捷,支付宝还力图让自己的服务更加多元化。此次支付宝海外退税服务支持在欧洲地区的跨境办理。消费者在法、德、英、意四国购物后,可以在法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、英国、葡萄牙和瑞士八个国家的离境机场完成海关盖章和投递的退税手续,而依靠传统的退税方式,跨境退税必须要靠信用卡方式才能完成。

此外,支付宝海外退税还首次引入了移动支付服务。用户只要在支付宝钱包添加“支付宝全球退税”服务窗,就可在线查看退款到账情况和各国的退税攻略,帮助用户实时掌握欧洲购物退税情况。

彭翼捷还表示,支付宝正在考虑在欧洲主要机场派驻中文服务人员,为国内游客提供退税指导服务。“很多游客都是第一次接触退税,需要有人指导,但难处是

如何进入机场。”因为退税柜台都在过关之后。

无利不起早。在业内人士看来,支付宝如此大力推广免费退税服务,实际上还是为了其全球化战略服务,通过退税服务进入海外O2O市场。通过购物退税,不但可以培养消费者海外使用支付宝产品的习惯,又可以通过合作伙伴快速拓展海外商户。彭翼捷也坦言,对于海外品牌商户来说,对它们最有吸引力的,其实是支付宝背后的中国消费市场。“很多商户已经开始和我们探讨,能否在退税通知等服务上,附加自己的品牌推广和市场活动,将这作为开拓市场的一项途径。”其实,瞄准海外市场的第三方支付也并非支付宝一家,腾讯旗下财付通此前也宣布了与韩国部分免税店的合作,先期实现在线免税店支付,而与财付通紧密挂钩的,则是拥有6亿用户的微信。

支付宝退税小贴士

关于支付宝退税中可能面临的常见问题,本报记者咨询了支付宝国际业务相关负责人。

1、支付宝账户没有完成实名制,可以用支付宝退税吗?

支付宝:为了退税金的正常发放,用户的支付宝账户需要完成实名认证,并确认已上传身份证件。未上传过证件可以参考支付宝的个人升级认证流程。

2、支付宝申请退税时,能不能在退税单填写支付宝邮箱账户?

支付宝:不可以。一定要填入支付宝绑定的手机号码,否则退税不能到账。

3、用户办理退税以后,有一个把外币兑换成人民币的环节,然后再入账支付宝,请问这个兑换环节,是以用户办理退税后哪天汇率兑换的?

支付宝:汇率兑换由退税机构和合作伙伴完成,他们收到申请后,会以第一时间完成汇率工作并把款项转账支付宝,支付宝收到的是人民币,自己不做汇率转换,如实给到用户。

电商下乡要“来去自如”

黄 鑫

京东的大篷车开始了“百城行”,淘宝则开起了“县长大会”,为了把电商业务拓展到广阔的农村市场,电商企业最近新手段频出。笔者认为,电商下乡应避免停留在品牌推广和概念炒作阶段,要把心沉下来,把渠道沉下来,把姿态沉下来,力争做到“来去自如”。所谓“来”,就是要把商品和服务送得进来,解决流通和末端配送;所谓“去”,就是要善用电商渠道,把农产品运得出去,实现工业产品、商业服务和农产品的双向顺畅流通。

近年来信息化技术及应用条件普及为我国电子商务发展创造了良好条件,借助支付、物流等支撑体系建设和消费者消费习惯的转变,电商这种新型消费方式在大中城市已经深入人心。但在农村市场,“数字鸿沟”在电商领域依然明显,广大农民难以享受到电商的便宜价格和快捷服务。此外,我国农村消费市场良莠不齐的现象十分突出。市场监管相对薄弱,供应链过长货源难以保障且层层加价,供应商诚信不足,消费能力相对较低,由此导致农村市场假货、次货等问题产品泛滥和产品价格偏高等问题。

通过在农村地区推广电子商务,尤其是大型电子商务企业在农村市场加大渠道和现有销售终端整合,不一定能使农村消费市场存在的这些弊端“药到病除”,但将为农村市场注入一股清流,起到良好的示范、引导作用,并逐渐优胜劣汰。对电商企业来说,由此可以占据下一个快速增长长期的“蓝海”,还能大大改善农村商贸流通体系和市场消费环境,让农民获益。

然而,电商下乡并非易事。目前,资金、运营和管理皆有充足实力的电商“领头羊”还主要是在农村刷墙广告。当然这可以理解为一项商业构想付诸运营之前的概念推广和理念植入,不过要实现落地还有不少难题待克服。首要的是物流、仓储和配送,农村地区人口居住较为分散,由此造成需求分散,这与电商业务规模化、集约化的经营偏好存在差异。其次是农村市场的消费结构、消费习惯与城市居民大有不同,长期专注于城市发展的电商企业如何在现有经营模式中实现衔接尚需实践。只是这两点,就注定电商下乡这条“城市包围农村”之路不好走。

依托农村地区现有的销售店面,对其按照电商企业的经营模式、品牌要求进行升级改造,实现线上线下结合,不失为一种好的尝试。这种对现有店面的整合改造,不仅可以节省投资,还能占据本地化优势,较好解决“最后一公里”的配送问题。进一步看,终端店面的合理功能设计和布局,还可作为电商的当地仓储设施,特别是可作为当地农产品的收储场所。我国农村市场存在的另一问题是农产品流出渠道不够顺畅,滞销或者低价伤农时有发生,电商渠道如能实现较大范围覆盖,对扩大和加快农产品流通也很有益处。

中兴nubia引领4G全网通

本报讯 近日,中兴通讯旗下品牌nubia在北京召开了夏季新品发布会。本次nubia共发布了三款机型,分别是Z7、Z7 Max、Z7mini,实现了全球首家4G全网通的新突破。

据主办方介绍,Z7主打星空拍摄功能,使用了具备专业对焦、实时B门、超大光圈的BSI堆栈式摄像头,该系列支持的MHL3.0功能,将在驾驶、办公、家庭影院等多个领域给予消费者更丰富的使用体验。

此外,Z7是国内首个支持银联“闪付”的eSE系列手机产品,用户无需更换或增加任何硬件,即可直接在手机上申请银行卡,实现近场非接触支付和远程支付。在销售模式上,Z7系列除了沿用京东与官网联合发售的传统方式之外,还为用户开放了快捷方便的手机微信购物平台。(周虹妍)

生鲜电商激战 谁能突围

本报记者 肖尔亚



“本来厨房”是本来生活网的线下体验馆,这家预订式西餐厅运用本来生活网的专业买手,在世界各地发掘优秀食材,每天为客人创造美味。(资料图片)

“618大促”刚过,7月又迎来生鲜电商的狂欢。恰逢世界杯,这个机会生鲜电商是看在眼里,抓在手里:一号店推出盱眙熟制速冻碧水小龙虾,球迷们可以足不出户在家享受“炒龙虾配啤酒”;京东推出多款啤酒“买一箱送一箱”的优惠;本来生活网更打出“717生鲜购物节,全网零利润”的口号,促销横跨整个七月,将大手笔派发累计上千万优惠券。

去年,本来生活以一场有关“褚橙”的营销成为生鲜电商中的明星。得益于其

团队的媒体人背景,本来生活网以“故事营销”迅速获得了舆论的关注,但他们事后分析褚橙销售的成功,“褚时健是故事人物,传奇人物种植橙子、创业趋势以及橙子确实好吃才是原因”。而“褚橙”不常有,所以这个案例几乎不可复制。

这个7月的促销,同样是故事先行——“回家吃饭”主打温情牌:吃饭得有人做,做饭得有食材,食材去哪儿买?——逻辑链条似乎有点长,本来生活网创始人喻华峰告诉记者,当下中国的生

鲜电商还处于消费者培育阶段,只有越来越多的人习惯网上购买生鲜产品,整个产业才能兴旺。“我们不会先考虑这个活动给我们带来多少实际的利润”。本来生活网华北总经理戴山辉则告诉记者,本来生活致力于给中国家庭提供优质食品的诉求不会变,促销期的低价是为了让消费者享受到生鲜电商的红利。“我们现在就是亏损的,但我们不是赔本赚吆喝,赚到的是消费者实实在在的体验和关注。”这让记者联想到早期的京东商城,这是典型的互联网公司培育用户的思路。

本来生活与其他生鲜电商的另一个差异化打法体现在其开设在北京日坛国际酒店附近的“本来厨房”,也就是线下用户体验馆。在记者看来,搭建餐厅可谓“费时费力”,需要布置店面、聘请厨师、保洁,还要承担食物问题的风险。但戴山辉告诉记者,这是本来生活网满足顾客“体验”和推进本土化的尝试:“我们是国内第一家跨区域建仓,在每个区域都落地运营的生鲜电商。因为各个区域的人对生鲜的喜好和要求是不一样的,所以本来生活北京、上海、广州的网页页面也都不一样。”本来生活网的“另类O2O”希望将线下体验馆经营成一个用户(粉丝)俱乐部,吸引认同本来生活价值观和文化理念的用户深入参与其

中。戴山辉说:“我们这个线下俱乐部,就是给用户直接的意见和建议通道,让用户对于我们网站的建设更有参与感,像‘智囊团’一样的用户代表,甚至将影响我们采购食品的决策。”

而另一家建立从农场到冷链物流的全产业链的沱沱工社并没有走得这么复杂,CEO杜非在接受记者采访时表示,沱沱工社是通过控制成本、减少损耗来精确地计算利润。“营销只是锦上添花,我们现在正在‘织锦’。”在杜非看来,两家企业的基因不同,但是他也表示“我祝贺本来生活能找到褚橙,褚橙在我手里可能卖不出那么多”。

有机构预计今年国内生鲜市场规模有望突破1000亿元,但庞大而诱人的市场背后却是整个农产品电商平台的亏损现实。分析人士称,目前国内生鲜电商都处于市场战略导入和推进期,短期内恐难以实现盈利。戴山辉却很乐观地告诉记者,美国的生鲜电商上市公司Peapod创办于1989年,2012年营业额不过5亿美元,相比之下刚刚起步的中国生鲜电商还大有可为,“关键还是好产品加好服务”。

韩国商品展在济南受热捧



7月13日,参观者在一个介绍韩国美食的展位前参观。从12日开始向市民免费开放的2014第三届中国(济南)韩国商品博览会在济南市舜耕会展中心举行,共有327家韩国本土企业、1000多位参展商参加展览,每天吸引众多市民前来参观、采购。

本次展览共设置展位540个,参展商品超过30大类、近5000多种,包含时尚精品、食品饮料、美容护肤、家居装饰、服装服饰等众多韩国特色商品。新华社记者 徐逸绘

