经济日报 ECONOMIC DAILY

调查

随着新冠肺炎疫情逐步得到控制，以手机为代表的消费电子产品销售情况迅速回暖。尤其是质优价廉的5G手机大规模上市，让不少消费者动了换机念头。

5G手机销售情况如何？消费者青睐什么样的5G手机？5G手机和网络套餐资费后市是否还有降价空间？5G手机信号覆盖到底怎么样？就这些问题，经济日报记者近日采访了相关运营商、营业厅、手机生产企业及消费者。

5G手机普及还要多久

——对近期手机市场销售和消费体验调查

经济日报·中国经济网记者 黄 鑫

6月27日，消费者在广州华为P40艺术空间馆内体验5G手机等产品。 （视觉中国）

截至今年5月底
国内5G手机累计出货量
5985万部

截至4月20日
获得入网许可的终端已有
95款

截至3月底
全国已建成5G基站达
19.8万个

当前，随着5G网络普及加快、5G终端套餐更加丰富，消费者对5G手机的关注度也在不断上升。截至今年5月底，国内5G手机累计出货量5985万部，5G手机在终端销售中的份额不断提升。

消费热情持续升温

近日，经济日报记者来到位于北京市金融街的中国移动营业厅了解5G手机销售情况。一进门就看到两排5G手机被摆在最显眼的展台位置，供消费者试用。

“年轻人当然要跟上潮流。去年10月份，我在北京西单大悦城买到了刚上市的华为mate30 pro 5G手机，当时插上卡就搜到了5G信号。”消费者栾贺告诉记者，目前5G信号在北京已经比较普及了，从海淀区五福玲珑居到金融街都有5G信号，下载速度相当快。

消费者吴伟原本并不打算这么早更换5G手机，但在同事栾贺的劝说下，也对5G手机十分动心。“疫情发生后，视频开会、给孩子上课、买菜购物，很多事情都要在线完成，这下子才觉得4G网速不够快。”

“5G手机是大势所趋，家里人最近要换手机，我觉得不如一步到位，今天就来营业厅试试最近新出的5G手机怎么样。”消费者张栋边看边向工作人员询问5G手机价格。

在刚刚结束的电商“618”活动中，5G手机备受追捧，各大手机厂商和电商平台推出了各种优惠活动，5G手机销售增长动力强劲。京东公布的数据显示，6月18日5G手机销量不到1分钟即破万台，华为5G单品包括华为P40、华为P40 Pro、华为nova7 SE及华为nova7等，占据了5G手机销量榜前10位。

电商“618”购物节期间，小米通过明星参与直播方式带货5G手机，Redmi 10X手机仅在直播间的销量就超过1万台。在线下的小米之家实体店，不同价位的5G手机在售，几乎覆盖了各个档次的5G手机。

得益于疫情防控和经济社会秩序加快恢复，5G手机在线下渠道也呈现出良好的增长态势。荣耀总裁赵明表示，进入2020年以来，每个月手机销售份额中，5G手机销量都在稳步上升，通过强化线上和线下运作，荣耀在疫情高峰后手机市场销售量得以快速恢复，其中，线下销售占比已逐渐超过了线上。

vivo浙江金华区域总经理戢栋军告诉记者，消费者对5G手机的消费热情超出预期，目前像S6这样拍照功能强且价格在2000元至3000元区间的手机更受消费者青睐。

性能价格优势明显

今年以来，各大手机厂商将5G手机作为产品研发和推广的“重头戏”，5G手机市场争夺日趋激烈。

据统计，截至5月底，国内5G手机累计出货量5985万部，5G手机在终端销售比例中份额不断提升。目前，华为、vivo、小米、Realme等多家品牌都推出了各种价位的5G手机，5G手机市场已初具规模，从高端旗舰机到中低端机型应有尽有，消费者选择更加多元化。

以vivo为例，今年以来先后发布了9款5G手机，加上去年发布的5G手机产品，实现了较为全面的价位覆盖。从2020年3月中下旬开始，vivo 5G手机日产能已突破10万台。

vivo相关负责人表示，尽管手机行业受到了新冠肺炎疫情冲击，但vivo全系5G产品销量仍然超出预期。根据IDC发布的最新报告显示，2020年第一季度，vivo以14.4%的市场份额排名国内5G手机市场第二位；从全球市场来看，根据第三方机构SA统计，今年第一季度，vivo以12%的份额位居全球5G智能手机市场第三位。

“2020年二季度是5G加速发展的时期，荣耀集中在各个价位推出极具竞争力的五款5G手机，下半年还有相应的5G产品在研发序列中。”赵明表示，7月2日，荣耀发布X10 Max和荣耀30青春版，这是荣耀完成5G手机全价位段覆盖后，渗透细分市场的标志性产品，这也代表着各厂商在5G手机细分市场的争夺将更加激烈。

为了进一步拉动手机消费，低价位5G手机成为近期厂家角逐的热点。结合近期一系列促销活动，5G手机购机门槛显著降低。据了解，小米旗下Redmi 10X已经将最低价位的5G手机降到了1500元档位。小米集团副总裁、中国区总裁、Redmi品牌总经理卢伟冰表示，小米尝试以加速5G手机普及的方式，倒逼供应链降低成本，积极深度参与芯片研发、重构产业链，让价格更加亲民。

vivo相关负责人也表示，目前该品牌5G手机在成本控制、生产制造、功能体验等方面已经达到了4G手机的成熟度。伴随着5G手机快速普及，产业链快速成熟，成本控制可以做得更好。

对此，众诚智库高级分析师张扬表示，目前智能机的功能和体验感都遭遇瓶颈，各大厂商的节奏都是“先堆料、再降价”。近期降价潮是5G手机价格走势的正常节奏。由于此前5G手机平均定价较高，因而此番降价受到格外关注。同时，受疫情影响，各厂商亟需提振销售业绩，因而密集发布了低价位5G手机。就手机市场现状而言，在售4G手机相对5G手机不仅功能上不占优势，连价格优势也基本消失，未来5G手机将越发成为主流。

值得注意的是，低价位并不意味着低性能。随着处理器、手机软件不断更新换代，目前5G手机在成本控制、生产制造、功能体验等方面的成熟度不断提升，一些高端技术应用也逐步出现在中低端5G手机上，这将给消费者带来更好的使用体验，也将进一步加速5G手机普及。

网络资费打折优惠

有没有5G网络信号覆盖，这是影响消费者更换5G手机的重要因素。今年以来，5G网络建设加快推进，5G网络覆盖率不断提升，用户使用5G手机的体验不断改善，带动了5G手机销售增长。据统计，基础电信企业已建成5G基站超过25万个，到今年年底5G基站将超过60万个，覆盖全国所有地级以上城市。

各大运营商也针对5G手机加大了推广力度。中国移动金融街营业厅经理任蓉蓉告诉记者，前几年顾客来店大多是看苹果手机，现在几乎都是看国产手机，近期购买手机的基本上都是5G手机。消费者对5G手机最关心的问题有3个，分别是价格、信号覆盖和5G应用。

“店里最便宜的5G手机也就1000多元，现在北京的5G信号已经覆盖了五环之内和城市副中心，基本能够满足使用需求。5G资费套餐现在也有折扣，折后价格与之前的4G套餐其实差不多。”任蓉蓉表示。

去年10月底，各大运营商发布5G套餐时，针对新老用户推出了相应的优惠政策，打折之后的5G套餐具有比较强的价格优势。

“我用的5G套餐是198元档位，前6个月打7折后相当于138元，每个月有1000分钟通话时间和60G流量，性价比可以接受。”栾贺告诉记者。

今年电商“618”购物节前后，各大运营商都推出了新促销政策，打折之后的5G资费套餐可以降到100元之内，大大降低了消费者支出，同时也意味着5G网络套餐资费还有下降空间。

记者在中国移动客户端上看到，通过话费抵扣券活动，原价128元的5G畅享套餐，抵扣后价格相当于每月88元。查询中国电信服务网站显示，6月30日之前，通过参加“购机享优惠活动”，原价129元的5G资费套餐实为103元。总体而言，套餐价格都有一定优惠。

但记者也注意到，目前5G套餐资费下降属于打折促销。不过，相信随着5G手机用户增多，规模化效应一旦形成，5G网络资费下调仍将是大势所趋，5G手机普及率也将进一步提升。

微调查

B2B出口试点全面启动——

跨境电商走上新通道

本报记者 顾 阳

南京海关关员在宝时得科技（中国）有限公司开展跨境电商B2B出口试点辅导。 易 莉摄（中经视觉）

海关总署日前发布公告，自今年7月1日起，北京、天津、南京、杭州等10个直属海关启动“跨境电商B2B出口”试点，这是继今年初跨境电商出口退货监管制度出台后，海关总署针对跨境电商新业态推出的又一项重要改革举措。

“跨境电商B2B出口”是跨境电商企业对企业出口的简称，它是指境内企业通过跨境物流将货物运送至境外企业或海外仓，并通过跨境电商平台完成交易的贸易形式。

“此次改革是海关将近年来跨境电商B2C（零售）领域创新监管经验运用到B2B（企业对企业）领域的一次尝试。”对外经济贸易大学公共管理学院院长于海纯告诉经济日报记者，从短期看，改革将助力跨境电商企业有效应对疫情冲击；从长远看，它将促进跨境电商新业态健康可持续发展，为稳住外贸基本盘、保就业及市场主体提供支撑。

试点首日争相尝鲜

7月1日是“跨境电商B2B出口”试点第一天，0时0分21秒，宝时得科技（中国）有限公司300台价值1.62万欧元的吸尘器在南京海关所属苏州工业园区海关申报成功，成为全国首票采用“跨境电商B2B出口”方式的货物；0时2分整，来自天津津贸通供应链管理服务有限公司的家具在天津顺利通关，这是天津海关放行的首票“跨境电商B2B出口”货物；0时6分48秒，广州黄埔海关成功放行辖区内某跨境电商B2B企业申报的货物，这批货值2万余元的塑料制品将启程运往新加坡……

“试点首日，北京海关共验放‘跨境电商B2B出口’报关单、申报清单21票，货值27.7万元，主要商品为纤维布、拉力带、服装、智能手表、蓝牙耳机、滑板车等。”北京海关行邮处副处长杨燕冬介绍说。

来自杭州海关的统计显示，7月1日全天，其所属钱江海关、萧山机场海关、义乌海关等均成功验放“跨境电商B2B出口”申报清单，累计19票，货值6.68万元，跨境电商出口新模式实现了关区全覆盖。

作为首家“尝鲜”跨境电商出口海外仓模式的企业，宝时得科技（中国）有限公司当天共申报了2票跨境电商B2B出口货物。公司副总裁杨文基表示，通过跨境电商B2B出口改革，企业可享受到无纸通关、简化申报、优先查验等通关便利，物流成本降低了，通关效率提高了。更重要的是，借助跨境电商出口海外仓新模式，产品拓宽了市场销路，增强了高端制造企业的抗风险韧性。

“从个人海淘（C2C）1.0时代，到商业零售（B2C）2.0时代，再到‘跨境电商B2B出口’开启，标志着跨境电商新业态迈入了企业对企业（B2B）3.0时代。”南昌海关办公室主任阳振荣说，南昌海关虽不是首批跨境电商B2B出口试点单位，但已接到很多跨境电商企业的咨询，企业对这项创新举措普遍看好。

新增代码方便通关

近年来，我国对跨境电商支持措施主要集中在零售进出口领域，但占据市场份额近80%的“B2B出口”，却无法享受到相应的通关、税收等支持。

“今年以来，新冠肺炎疫情在全球蔓延，大量传统贸易订单转为线上成交，支持‘跨境电商B2B出口’政策的出台正当其时。”北京海关副关长高瑞峰介绍说，此次试点相关改革举措为线上B2B出口贸易增设了专门的监管方式代码和通关路径。

据介绍，“跨境电商B2B出口”试点新增设的监管方式代码为9710、9810。其中，代码9710适用于境内企业通过跨境电商平台与境外企业达成交易后，通过跨境物流将货物直接出口至境外企业；代码9810适用于境内企业先将出口货物通过跨境物流送至海外仓，通过跨境电商平台线上成交后再从海外仓送至境外购买者。

杭州全瓒电子商务有限公司是一家依托海外仓从事跨境贸易的电商企业。试点首日，该公司即以代码9810方式申报了一批家居用品至美国亚马逊海外仓。“原先我们是通过一般贸易方式出口，无法享受优惠政策。”杭州全瓒电子商务有限公司总经理谢何铭坦言，此次海关将出口海外仓模式纳入跨境电商监管，并为企业在申报、通关、物流等方面提供了一系列便利化措施。

在黄埔海关口岸监管处副处长成应强看来，新增“跨境电商B2B出口”两种代码模式后，跨境电商企业至少可享受到三方面利好：一是把大批量出口货物企业对企业模式归入跨境电商监管范畴，有利于跨境电商企业进一步扩大业务；二是将海外仓模式纳入跨境电商管理，以往企业遇到的清关、运输、退税等方面问题可迎刃而解；三是在新政加持下将有更多企业可以从容地应对疫情之下的出口危机。

以点带面逐步推广

经济日报记者调查发现，从政策设计框架来看，此次改革充分考虑了新业态信息化程度高、平台交易数据留痕等特点，采用一次登记、一点对接、简化申报、优先查验、允许转关等针对性的监管便利措施。

“比如，企业申报单证全程无纸化，系统自动审核实时验放，为中小微企业提供清单申报等更为便捷的通关通道，一体化通关与转关并行以满足企业物流多元化选择等，使通关更加高效便捷，让企业享受更多政策红利。”南京海关副关长张亚平说。

张亚平表示，此次改革新增两种监管方式，为地方政府引导本地跨境电商产业发展提供了帮助，也为商务、财政、税务、外汇等部门出台配套支持措施提供了明确的支点，有助于准确统计跨境电商出口数据，为地方乃至国家层面的决策参考提供数据支撑。

“跨境电商B2B出口试点改革启动，对我们来说是一场及时雨。”广东东莞市联兴电子商务有限公司负责人陈子任说，试点拓展了公司业务种类，预计下半年出口业务量较上半年可以翻番。

据统计，2019年我国跨境电商交易规模已达到10.8万亿元，今年预计有望超过12万亿元。其中，跨境电商综合试验区发挥了重要示范引领作用。截至目前，国务院已先后5次批复了105个城市和地区设立跨境电商综合试验区，遍布全国4个直辖市和26个省份。

“下一步，海关总署将在试点基础上，广泛听取意见建议，进一步完善海关监管方案和信息化系统功能，争取早日在全国复制推广跨境电商B2B出口监管创新措施。”海关总署相关负责人说。