

对国内外奢侈品存在价差问题的思考*

依绍华

【提要】随着经济发展水平的提高,我国奢侈品消费迅速增加,目前已位居世界第二位。但是由于我国一般奢侈品价格远高于美、法等国,导致大量内需外流,如何将这部分消费拉回国内是大家关注的一个热点。奢侈品定价策略、进口关税和流通环节各类费用较高等因素是国内外奢侈品存在价差的主要原因。因此,调整我国奢侈品征税范围、降低关税及各类税费、鼓励国内企业收购国外奢侈品公司等策略是降低国内奢侈品价格的关键。

【关键词】奢侈品 价格差异 扩大内需

【中图分类号】F063.2 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1000-2952(2013)01-0067-04

近年来,我国奢侈品价格远高于美、法等国的情況为社会普遍关注,进而引发国内海外代购生意火爆、境外购物游大热等现象。对此,社会各界人士从不同角度分析、解释了相同品牌商品在国内外存在巨大价格差异的原因,一些观点认为是我国进口关税过高导致国内奢侈品价格偏高,也有一些人认为是奢侈品品牌定价策略使然。本文从税费、定价、消费观等多个角度,分析我国奢侈品价格偏高的原因,并提出相应对策,以期对降低国内奢侈品价格、扩大内需发挥积极作用。

一、奢侈品定义

关于奢侈品的定义,学术界、业界迄今尚未形成统一论。一般认为,奢侈品是“一种超出人们生存与发展需要的、具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”。^①经济学中,通常将奢侈品定义为需求收入弹性大于1的商品,即当消费者收入增加时,消费者对其需求量增加,但需求量增加的幅度大于收入增加的幅度。但是随着时间、空间的变化,奢侈品涵盖的内容

将发生变化,昨天的奢侈品可能是今天的普通商品。比如在改革开放初期,家用型轿车对中国家庭来讲属于奢侈品,但是随着生活水平提高,目前家用汽车已成为城镇居民家庭的一般商品。从这个角度看,奢侈品是一个相对概念,奢侈品消费与经济发展水平和经济实力密切相关。奢侈品与普通消费品的区别在于:奢侈品具有一定的稀缺性、高品质性和象征性。

从产业范围定义,根据摩根士坦利公司提出的全球分类标准 GICS (Global Industrial Classification Standard),奢侈品包含高级成衣、配件(手提包、行李箱、手巾与皮带)、珠宝及手表。麦肯锡认为,奢侈品包括香水、珠宝、钟表、服饰、红酒、礼物制品、

* 本文为荆林波研究员主持的2011年度中国社会科学院重大课题《“十二五”期间扩大消费的若干重大问题及政策研究》、依绍华副研究员主持的2012年度中国社会科学院重点课题《扩大内需的长效机制》的阶段性成果。

① 转引自郭馨梅“中国奢侈品消费——金融危机对其影响及后金融危机时代的发展”,北京工商大学2010年硕士学位论文。

汽车、高级餐具等八个产业。

由于我国对奢侈品进口实行税收调节,为研究起见,本文结合国内统计口径,以海关征收的消费税率为标准来划分奢侈品,将进口消费税率在10%以上的商品界定为奢侈品,包括烟酒、化妆品、珠宝、2.5升以上排量的轿车、高尔夫球及球具、进口完税价格超过1万元人民币的高档手表、游艇、私人飞机等。

二、我国奢侈品消费现状

随着我国经济水平的提高,人们对日常消费品的需求不再仅满足于基本使用功能,而更多地注重品质、品牌以及附加功能,因此曾经遥不可及的奢侈品成为许多人的日常用品,比如高档名牌化妆品、服装、装饰品等已经走进普通百姓的生活,人们在享受这些商品高品质的同时,越来越多地追求这些高档商品带来的满足感和愉悦感。据统计,2010年内地约有1.7亿人消费奢侈品,其中1300万人经常购买奢侈品。^①2011年内地奢侈品销售总额达到126亿美元(不包括私人飞机、游艇和豪华汽车),占全球奢侈品消费总额的28%,增长率连续三年超过20%,位居全球第一。^②目前,中国已超过美国成为继日本之后的世界第二大奢侈品消费国。

上述数据仅是国人在内地消费奢侈品的数量,由于内地奢侈品价格比境外高出许多(通常比欧美及港澳高30%~40%,换季和节假日打折期间甚至高出50%~70%),^③许多人到境外大量购买奢侈品,更出现了专门的境外购物旅游团,国人在境外的奢侈品消费连年位居世界第一,据贝恩咨询发布的《中国奢侈品市场研究》显示,2010年中国人在海外奢侈品消费累计达到500亿美元,为国内消费的近5倍,中国事实上已成为世界奢侈品消费第一大国。因此,欧洲许多国家包括法、英等国的百货店都出现专门导购人员以方便中国游客消费,并举办各类面向中国消费者的购物促销活动以尽可能地增加消费。

目前,我国正处在扩大内需的关键时期,有关部门出台多项政策和优惠措施来拉动居民消费,因而应借此时机推动国内奢侈品价格下降,将数额巨大的海外奢侈品消费拉回国内,作为刺激内需的有效手段。下面具体分析国内奢侈品价格居高不下的原因。

三、国内奢侈品价格较高的原因

1. 奢侈品品牌公司定价机制导致价格趋高

奢侈品作为一种符号性消费,其价值包括使用价

值和心理价值,而消费者的心理预期价值要远远大于商品本身的使用价值。^④奢侈品的重要标志是价格高,也就是说,高价位是把奢侈品和普通商品区别开来的显著标志,因此奢侈品品牌公司通过制定高价格策略,树立高档形象,使消费者从中得到心理满足。

同时,国外品牌进入中国,需要建立分销体系,包括分销商、全资子公司、合资公司以及代理商等多个环节,而每个环节都有税费和利润要求,奢侈品品牌公司往往根据消费习惯和预期利润率,对欧洲、美洲和亚洲实行不同的定价机制,并在当地执行统一零售价格,一般来讲,亚洲的供货价格高于美洲和欧洲约10%,而美洲的价格高于欧洲;亚洲国家中,日本的价格最高。通过比较一些奢侈品品牌在中、美、日三国的零售价格,显示我国的价格要比美国高30%~50%,而比日本要低3%~20%。^⑤

目前,奢侈品在内地采取的销售方式主要有三种:一是直营专卖店,由品牌公司直接投资、经营、管理,统一隶属总部;二是品牌代理,品牌公司授权代理商组织销售,而代理商多与大型百货公司、商场进行合作,设立品牌专柜进行销售;三是品牌许可,由品牌公司授权国内企业生产经营,在国内生产并销售,向品牌公司支付相应费用。虽然分销方式不同,导致中间价格不同,但是奢侈品公司要求在国内市场零售价格统一,并维持高价策略,因此造成国内零售价格奇高。

2. 消费观造成奢侈品有稳定客源

研究表明,中国消费者购买奢侈品的主要动机是炫耀,用以彰显身份地位,从中获得虚荣心和满足感。^⑥我国奢侈品消费者的平均年龄在25岁~35岁之间,^⑦而发达国家奢侈品消费者的平均年龄在40

① 范旭光:《中国内地去年奢侈品消费高达107亿元》,《新京报》2011年6月10日。

② “中国奢侈品消费达126亿美元二三线城市潜力大”,人民网2012年5月17日。

③ 数据来源于商务部调查数据,转引自广州商品价格信息办公室“关于进口高档消费品的价格研究报告”,2012年1月。

④ 杨啸:《中国奢侈品消费现状及其推力探析》,《南方论刊》2011年第10期。

⑤ 马可佳等:《奢侈品中国定价高于他国》,《第一财经日报》2012年3月14日。

⑥ 李倩倩:《中国奢侈品行业现状及发展策略分析》,《企业研究》2007年第8期。

⑦ 潘笋等:《2010年中国奢侈品市场运行概况》,荆林波主编《中国商业发展报告2010~2011》,社科文献出版社2011年版,第185页。

岁~70岁之间，可见追求品质和享乐以及自我奖励也成为中国消费者的内在动机之一，但是“炫耀”仍是推动中国奢侈品消费的关键要素。毕马威发布的《中国奢侈品消费调查报告》显示，中国消费者的总体富裕程度不高，大部分消费集中在服饰、香水、手表等个人用品上，属于商品驱动型消费。在发达国家，人们将4%的收入用于购买奢侈品，而在中国，许多消费者用收入的40%或以上来购买奢侈品，^①也就是说，有许多中国消费者并未具备消费奢侈品的富裕程度，却在消费一些奢侈品。

正因如此，金融危机后，大部分奢侈品在中国以外的国家都进行了降价促销，但是对中国市场却未降价，中国市场的销售情况也验证了其维持高价的理由，因为奢侈品消费即使在金融危机期间也是始终快速增长的。经济衰退以来，2009年全球奢侈品消费总规模同比下降8%，其中，美国同比下降16%，日本、欧洲市场分别下滑10%、8%。^②但与之形成对照的是，2009年中国内地奢侈品销售额增长12%，达到96亿美元，占全球奢侈品消费市场的25%，成为仅次于日本的世界第二大奢侈品消费国。^③

3. 国内各类税费较高导致零售价格高企

由于香港、澳门特区属于自由港，实行零关税政策，所以各类商品价格比内地便宜许多；欧盟国家之间也不设关税，这些国家的奢侈品价格也会低于我国。而亚洲国家对进口消费品普遍征收12%~30%的进口关税。^④我国对奢侈品实行较高进口关税政策，税率在亚洲国家中虽不是最高的，约为6.4%~25%，但是在国内销售除了关税之外，还需要缴纳增值税、消费税、营业税等等，综合税负比较高，从而导致最终零售价格比进口到岸价格高出三分之二以上。据统计，进口服装、箱包的到岸价格为市场零售价格的25%~35%，手表为17%~36%，化妆品约为12%~17%。^⑤也就是说，这些商品的进口价格相对零售价格并不高，加价主要产生在国内的流通环节和各类税费。

具体来看，奢侈品的价格构成为：到岸价格+进口费用（运费、货物运输保险费、上岸费用、检验检疫费用、清关费用、码头仓储和搬运费用、内陆运费和保险费用等）+各种税费（关税、增值税、消费税、营业税、城市维护建设税、企业所得税等，通常在50%以上）+广告和促销费用（15%~20%）+预期利润（大约在3%~20%）+特许权使用费=零售价格。从上式可以看出，各类税费所占比例最高，超

过50%，其中，关税税率为6.4%~25%、增值税为17%、营业税为5%（代购代销）等，这些不同税种叠加之后，加上其品牌推广、广告费等各种成本，零售价格已经极为可观。以雅诗兰黛眼霜为例，其到岸价格为175元，进口关税率为10%，消费税率为30%，加上进口环节费用，进口完税价格为274.5元，比到岸价格高了近100元；在国内流通环节中，其还需要缴纳5%的营业税、17%的增值税以及城市维护建设税等，加上广告费等，其直营店的最终零售价格为540元左右。可以看出，各个税种叠加以及各类费用累加是推高最终售价的根本原因。

四、推动奢侈品价格下降的措施

1. 调整征税范围，适当降低关税

改革开放初期，人们生活水平不高，超出一般生活用品范围的奢华、享受型商品都被列为高档消费品（即奢侈品），对其高额征税。随着收入和消费水平的大大提高，许多高档消费品已成为普通生活用品。2005年，我国的中高家庭收入标准已由年收入3万元提高到5.1万元（约合7800美元），其中在占全国人口40%的城镇居民中，中高收入家庭已占到27%。^⑥也就是说，有相当一批居民具备了消费奢侈品的能力，而这些质量高价格高的商品对他们而言，已经不是奢侈品而是普通商品。所以，应对相关目录进行动态调整：应调整目前的奢侈品征税范围，将按品类改为按照到岸价格分级征税，对到岸价格在3000元人民币以下的化妆品、服装、烟酒、食品、手表、箱包等商品大幅度降低关税和消费税，同时减少相关收费；对3000元以上的商品实行高额征税，调解消费，维护国家利益。

① 田野：《中国内地奢侈品消费市场逼近百亿美元规模》，《第一财经日报》2009年11月6日。

② 郭馨梅：“中国奢侈品消费——金融危机对其影响及后金融危机时代的发展”，北京工商大学2010年硕士学位论文。

③ 数据来源于贝恩咨询公司《2009年中国奢侈品市场研究报告》，转引自潘笄等《2010年中国奢侈品市场运行概况》，荆林波主编《中国商业发展报告2010~2011》，社科文献出版社2011年版，第179页。

④ 广州商品价格信息办公室：“关于进口高档消费品的价格研究报告”，2012年1月。

⑤ 广州商品价格信息办公室：“关于进口高档消费品的价格研究报告”，2012年1月。

⑥ 彭宇等：《年收入5.1万为中国中高收入家庭》，《北京晨报》2005年5月17日。

2. 减少流通征税环节, 降低税率

奢侈品从进口到销售给最终消费者, 除了缴纳关税和消费税, 还要经过多个流通环节, 加上预设利润以及广告费等, 最终形成零售价格。虽然关税和消费税推高了价格, 但只是其中的一部分, 由于进口商品需要在国内建立分销渠道, 商品需要经历多个环节, 才能走向最终销售, 而每个环节都要缴纳营业税(代购代销)、增值税、所得税、城建税、车船税、印花税等, 最终推高了零售价格。因此应适当减少征税环节, 实行统一消费税, 免收营业税, 降低各类税费额度, 减轻企业负担, 提高消费者福利, 扩大内需。

3. 鼓励国内企业收购国外奢侈品品牌, 降低预设利润

我国是奢侈品消费大国, 同时也是奢侈品制造大国, 绝大多数国外奢侈品品牌公司委托国内企业生产加工。但是国人消费的奢侈品仍以国外品牌为主, 国内有奢侈品品牌较少, 最受青睐的奢侈品品牌主要来自意大利、法国和瑞士等国。随着欧债危机加剧, 希腊、西班牙、意大利等国经济状况堪忧, 这些奢侈品品牌公司亦面临很多问题, 因此给我国企业“走出去”提供了机会。应鼓励国内企业参股、收购国外奢侈品品牌公司, 推动这些企业更多走近国人, 使其在产品设计方面更多考虑国内需求, 组织更多面向中国市场的促销活动, 减少品牌推广费用和进口环节各类费用, 同时降低预设利润, 使奢侈品零售价格逐渐与国外接近。

同时国内企业通过入股、参股国外奢侈品品牌公司, 了解其运作经营方式和发展理念, 获得国外品牌管理经验和设计思路, 可以加快培育我国具有国际知

名度的奢侈品品牌, 引导国人更多消费国产品牌。

4. 树立健康消费观念, 引导国人理性消费奢侈品
改革开放以来, 我国经济增长迅速, 财富积累较快, 人们的生活水平不断提高, 为消费奢侈品提供了物质基础和条件。但是由于奢侈品消费进入中国的时间较短, 或者说中国消费者的财富增长过快, 导致中国消费者不够成熟, 消费心理成熟度与财富增长速度不匹配; 进而在消费领域缺乏足够的理性思考, 普遍存在不合理、无规划的消费行为, 采取随大流、跟风走的消费方式。以跨国公司为代表的全球化浪潮席卷世界, 奢侈消费文化借助商品广告、各类时尚活动以及媒体渲染等对社会产生影响, 加剧了人们的物质崇拜心理, 以消费奢侈品为荣, 并作为成功的标志。出于好奇、从众、攀比等心理, 年轻群体更容易出现非理性消费行为, 导致消费欲望膨胀。

因此, 应引导媒体加强对奢侈品品牌文化和发展历史的宣传, 而不是热衷于渲染奢华享受, 帮助消费者树立健康的消费观念, 正确看待奢侈品。认识到过度消费的危害, 转变小富即奢的消费观念, 减少脱离自身经济承受能力的奢侈消费, 提高必要的消费行为约束和风险控制能力。同时提高奢侈品消费者品味, 推动奢侈品消费者积极承担社会责任, 主动承担公益事业, 使财富获得更大的外部性, 而不仅仅是为个人服务, 从而更加理性地消费奢侈品。

本文作者: 中国社会科学院财经战略研究院流通产业研究室副主任、副研究员、硕士生导师
责任编辑: 王姣娜

On Luxury Goods' Prices Gap between Domestic and International Markets

Yi Shaohua

Abstract: With the improvement of the level of economic development, China's luxury goods consumption is increasing rapidly, and is currently ranked second in the world. However, due to the general price of luxury goods in China is much higher than the United States, France and other countries, resulting in a large number of domestic demand outflows, it becomes a hot topic on how to pull back this part of the consumers in China. Based on a comprehensive analysis of the pricing strategy of luxury goods, the higher import duties and fees in circulating process, this paper proposes to adjust our range of luxury goods, reduce tariffs and all kinds of taxes, and encourage domestic enterprises purchasing foreign luxury goods company, which will be the key to lower domestic prices of luxury goods.

Key words: luxury goods; prices gap; expanding domestic demand