

Roel Gevaers en Wouter Dewulf Zeg maar dag tegen spotgoedkope onlinespullen uit China



De Tijd - 13 Jun. 2020
Pagina 15

Vier evoluties zullen de prijs van intercontinentale onlinebestellingen de hoogte in jagen. Het zakenmodel van de Chinese onlinespelers zonder Europese hub loopt ten einde. Voor Alibaba is het van vitaal belang zijn nieuwe hub in Luik zo snel mogelijk operationeel te krijgen.

Veel - vaak jonge - onlineshoppers kopen regelmatig erg goedkope producten, voornamelijk bij Chinese onlineverkopers zoals - AliExpress (een onderdeel van Alibaba) en Wish. Met een paar klikken op de website van een Chinees e-commerceplatform bestelt de prijsgevoelige consument een gsm-hoesje voor 2 euro, een goedkoop 'juweel' voor 1,5 euro of zelfs een opblaasbaar zwembad voor 10 euro.

Die platformen zijn concurrenten van harddiscounters zoals Action geworden. In de spotprijzen zijn zelfs verpakking en verzending begrepen, hoewel de consument soms tot 60 dagen op het pakje moet wachten. Om dit zo goedkoop te kunnen doen, maken vooral Chinese e-commerceplatforms gretig gebruik van de goedkope verzendtarieven die China Post kan aanbieden. Die bestaan enerzijds uit zeer goedkoop luchttransport in postzakken tot in het land van bestemming, en anderzijds uit de spotgoedkope last-mile-service van nationale posteries voor de bezorging tot bij de consument thuis.

Die goedkope dropship-markt komt de volgende maanden zeer sterk onder druk te staan, want vier belangrijke nieuwe factoren schudden die hele toeleveringsketen sterk door elkaar.

Een eerste is dat vanwege de pandemie nu bijna geen 'bellyspace', vracht verscheept in de buik van een passagiersvliegtuig, op de markt wordt aangeboden. Die vrachtruimte was vóór de pandemie goed voor meer dan de helft van de wereldwijde vrachtcapaciteit. Dat capaciteitstekort leidt tot torenhoge vrachttarieven. De gemiddelde luchtposttarieven vanuit China naar bestemmingsluchthavens in Europa zijn vertienvoudigd van 0,75 tot 7,5 dollar per kilogram. Bovendien krijgen de medische volumes momenteel logischerwijze voorrang. Grote stapels postpakketten met bestemming Europa liggen nu op verzending te wachten in Guangzhou, Shenzhen en Sjanghai.

De tweede factor is dat de Europese Unie onlangs een nieuwe belastingregeling goedgekeurd heeft voor dropshipping, de 'direct-to-consumer'-leveringen. Vandaag wordt alleen btw geheven op zendingen met een waarde van meer dan 22 euro, en zijn invoerrechten verschuldigd boven een waarde van 150 euro. Verschillende - voornamelijk Aziatische - verkopers versturen hun pakketten per luchtpost, ervan uitgaand dat de kans op een waardecontrole door de douane vrij klein is. Vanaf 1 januari 2021 moet het btw-bedrag echter al worden toegepast vanaf 0 euro. Dat betekent dat alle geïmporteerde 'goedkope' goederen, zoals gsm-covers, in België minstens 21 procent duurder worden.

De derde bepalende factor is dat de Wereldpostunie, waar de wereldwijde postregels en -verdragen worden besproken en overeengekomen met alle nationale posteries, onlangs de spelregels heeft veranderd. Een groot deel van de Chinese onlinezendingen wordt bij de consumenten bijna gratis thuis geleverd via die nationale posteries, zoals Bpost.

Dat fenomeen vindt zijn oorsprong in een 50 jaar oud verdrag dat China nog altijd beschouwt als een derdewereldland in de Wereldpostunie. Die status houdt in dat nationale postbedrijven Chinese pakketten van minder dan 2 kilogram bijna gratis aan huis moeten afleveren.

Die regel verandert vanaf 1 juli. De regering van de Amerikaanse president Donald Trump dwong de Wereldpostunie vorig jaar in september om de afspraken waarvan vooral freeriders zoals China profiteren, te veranderen. De nieuwe regel is dat postoperatoren binnen de Wereldpostunie over een periode van vijf jaar de last-mileposttarieven vanaf de lokale luchthaven voor intercontinentale postzendingen kunnen verhogen. Volgens prognoses zullen de posttarieven in 2025 met minstens 150 procent gestegen zijn.

Een vierde factor is dat het gebruik van lokale last-milespelers zoals GLS, DPD en UPS in plaats van klassieke posteries als back-upoplossing geen optie is. De last-miletarieven van die operatoren liggen aanzienlijk boven de huidige tarieven van de Wereldpostunie. Door de hoge 'coronavolumes' die ze te verwerken kregen de voorbije maanden lijkt het erop dat die pakketspelers niet tegen lage verzendkosten extra volumes willen aantrekken.

De cocktail van die vier factoren zal leiden tot een perfecte storm op de markt van de goedkope intercontinentale onlinebestellingen. Eerst en vooral moeten de consumenten die graag spotgoedkoop shoppen op Chinese onlineplatformen binnenkort dieper in de geldbeugel tasten. Daarnaast zullen de onlinespelers die zich de voorbije jaren gericht hebben op een meer lokaal of continentaal logistiek model, zoals Zalando, Amazon en Bol.com, beter stand kunnen houden, omdat ze maar zeer beperkt onderhevig zijn aan deze giftige cocktail.

Het zakenmodel van de Chinese onlinespelers zonder Europese hub loopt ten einde. Voor Alibaba wordt het van vitaal belang om zijn nieuwe hub in Luik zo snel mogelijk operationeel te krijgen - met lokale voorraden - wil het bedrijf de Europese strijd voor de onlineshopper blijven aangaan. Amazon is daar in Europa al volop mee bezig.