

机遇绽放,离岛免税花满路

2011年4月20日海南离岛旅客免税购物政策正式落地实施,十年多历经八次调整,政策不断优化升级,为全球消费市场增添了发展红利。如今,在构建新发展格局的背景下,凭借对消费回流的显著推动作用,国内免税行业已驶入发展快车道。

在第二届中国国际消费品博览会上,中国免税集团(CDF)、海南旅游免税集团、深圳免税集团、珠海免税集团等平台纷纷亮相,京东国际等电商平台也参与助力,免税红利在消博会平台上绽放,画出一道亮丽的免税商品风景线。

免税进口红利“溢”全球

□ 本报记者 吴力

在第二届消博会举行期间,中免、深免、海控全球精品免税城、海旅免税城、国药中免免税纷纷推出消博会专属“大礼包”。即使在新冠肺炎疫情等因素冲击下,免税商品进口仍然呈现蓬勃发展的势头,在促进消费回流及国内供给水平提升的同时,也为全球消费品牌带来新发展商机。

加速消费回流

“今天太开心了,很多平时想买的商品都买到了,也给亲戚朋友带了一些,很有满足感。”来自浙江的王女士到海南出差,在返程候机间隙,从美兰机场的CDF免税店“满载而归”。她购买了迪奥小姐花漾淡香水、莱伯妮纯皙紧致奢润眼霜,以及精华液、面膜等,还购买了某品牌的鞋和洋酒,一共花了7000多元,如果不免税需要1万多元。

这是免税商品消费的日常场景之一。在消博会溢出效应加持下,中免旗下CDF三亚国际免税城店已成功引进国际知名品牌逾750个,其中涵盖中国内地首店和海南首店。“首店经济”让中免在海南离岛免税差异化经营方面占据了主导优势,也逐步成为

吸引境外高端消费回流的重要力量。

海关总署发布的数据显示,2021年海南离岛免税购物金额495亿元,购物人数672万人次,购物件数7045万件,人均购物金额7368元,与上年相比分别增长80%、49.8%、107%、20.2%。

海南离岛免税品品牌、品种、价格加快与国际同步,为消费者提供了更多购物选择。

海南旅投免税品有限公司副总经理张轶梅在接受国际商报记者采访时表示,离岛免税政策更好满足了高端产品进口消费人群尤其是旅游消费人群的需求,以前这部分群体到境外购物,导致消费外流。免税商品在促进消费回流的同时也加快了国内消费品供给的提升,护肤品、美妆、彩妆、酒水、电子、腕表、珠宝等成为免税消费的“香饽饽”。消费者在因离岛免税得实惠的同时,企业也从中受益。深圳免税集团成立于1980年,现在拥有8个深圳口岸店以及8个异地免税店项目。2020年底,深圳免税集团获得离岛免税经营资质,进军海南离岛免税市场,规划建设10万平方米的海口观澜湖免税城。

“目前,海口观澜湖免税城营业面积为2.2万平方米,规划总营业面积10万平方米,是深免集团战略转型的重要项目,这也是一个新机遇。”深圳免税集团相关负责人



本报记者 吴冰摄

表示,该项目逐步打破市场对深免的固有印象——不再只以烟酒销售为主,进一步拓宽了采购和销售渠道,丰富品牌品类,提升了整体运营能力和行业地位,为深免集团带来了新发展格局。

红利惠及世界

离岛免税店犹如一个大通道,全球消费精品品牌正通过免税这一渠道加速进入中国市场,为全球贡献成长机遇。

在第二届消博会上,三亚海旅免税城携手花王旗下高端品牌Sensai、国际美妆品牌Cocochi、BC集团、婕珂美、高级珠宝Schaffrath、日本家电Laox和酒水NOY七个独家引进品牌及著名MCN机构共同亮相,在为现场消费者提供一站式“买遍全球”体验的同时,也为全球消费品牌开拓中国市场提供了便利。

这只是全球品牌加速进入中国市场的一个缩影。目前,三亚海旅免税城已引进、经营885个国际知名品牌,其中近200个品牌首次进驻离岛免税市场。随着品类日益

扩充,品牌势能逐渐凸显,开业仅一年的海旅免税城已发展成为国际大品牌进入中国市场的重要渠道。

类似的例子还有很多。在本届消博会上,海南控股GDF免税城携手酷悦轩尼诗、黛珂、雪肌精、CHLOE、TIFFANY & CO等25个国际知名品牌亮相,其中不乏Nuxe欧树这样的“新面孔”;深免海口观澜湖免税城目前已引入品牌超500个,其中5家品牌为首次进驻海南,8家为全国首店或全球首店,希望将更多全球好物推向中国市场。

“可以预见的是,在政策引导、消费者认可等多重利好下,中国免税行业将发展得更加如火如荼,为全球消费品品牌开拓中国市场提供更多机会。”深圳免税集团相关负责人表示,在新发展格局背景下,凭借对消费回流的显著推动作用,国内免税行业的发展已驶入快车道。日前,国务院发布关于印发《“十四五”旅游业发展规划》对相关免税、旅游消费的论述,无疑将为蓬勃发展的免税商品进口带来更多新机遇。

拓宽渠道 选好商品 做好服务

持牌企业深耕免税市场

□ 本报记者 吴力

离岛免税政策实施以来,海南已有5家离岛免税经营主体和10家离岛免税店。随着免税城和免税店越来越多,免税经营主体应如何差异化拓展市场?如何更好地获客?

加强布局拓宽渠道

“为了更充分用好进口免税政策,珠免集团持续加快布局。”珠免集团相关负责人表示,目前,该集团已在珠海、香港、澳门、海南、天津、广西、内蒙古等地区布局了20多个陆路口岸和机场口岸店,每年为近2亿人次的国内外游客提供免税商品服务。

“珠免集团在海南目前也有三方面布

局:一是以“投资+运营”方式建设的三亚联合中央商务区项目;二是面向海南的岛内居民,与三亚旅文集团合作在三亚开设了其第一家旅游新零售店;三是正在选点申报,积极争取进驻海南离岛免税市场。”上述负责人表示。

中免集团相关负责人也表示,今年下半年,该集团位于海口西海岸新海港的海口国际免税城项目将开业,海口国际免税城免税商业中心总建筑面积28.9万平方米,届时将成为亚洲最大的免税商城。

程序取得的成功,在本届消博会上双方正式签署战略合作协议,共同探索开设京东国际跨境健康店、京东国际免税电子生活馆等多家线下免税店及跨境体验馆。

海南旅投免税品有限公司董事长、总经理谢智勇表示,三亚海旅免税城京东小程序今年二季度成交额比一季度增长了164%,上线至今的累计销售额位列京东小程序第一名。

突出特色提升服务

“在免税商品经营上,我们在建立从选品到售后服务的完整体系,形成营销闭环。”海南旅投免税品有限公司副总经理张轶梅在接受国际商报记者采访时表示。

张轶梅进一步表示,海旅免税城希望为顾客创造最舒心的“一站式购物”环境与“超高性价比”体验,具体包括四方面内容:一是选品做好评估,通过小红书等社交平台的需求,选取符合潮流或需求潜力大的商品,并采购中做好成本控制,充分释放免税红利;二是通过到全国参展和宣传,吸



本报记者 吴冰摄

□ 本报记者 吴力

自2011年4月海南离岛免税政策正式落地实施,过去十余年该政策不断优化升级,离岛免税购物额度、件数不断增长,免税商品品类、旅客覆盖范围也在扩展。但面向更好地发展,随着实践的深入,相关参与企业也有着更多期盼。

珠免集团加速布局海南市场,面向海南岛内居民在三亚开设了其第一家旅游新零售店。然而,由于当前免税政策只针对离岛游客,而不针对当地居民,该企业期盼政策早日放开,能够惠及岛内

居民。“我们目前在积极等待接下来的政策。”

针对离岛免税政策的进一步优化,海南旅投免税品有限公司副总经理张轶梅在接受国际商报记者采访时也提出了三方面建议:一是建议数量限制根据情况适当调整,如目前规定香水产品单次限购30件,手机限购4件,但酒水产品仅限购1.5升,这意味着每人每次只能买两瓶。额度方面,规定每人每年免税购物限额10万元,但有的腕表等产品一件就可能超过10万元,建议对不品类和商品的政策适当放宽。

二是离岛免税政策规定离岛的时候要在取货点自提或邮寄,但很多商品需要在当地使用,如包括防晒用品、太阳镜、泳衣、浴拖等在内的“沙滩四件套”,甚至酒水等,消费者有当地购买当地使用的需求,建议能够推进即购即提。

三是目前免税店商品以国外品牌为主,建议国货精品也能够进入免税店。近年来,国货精品的品质不断提升,品牌成长很快,进入免税店不仅可以丰富免税店商品,也可以为国货精品发展提供更大的平台,让免税店成为双循环的交汇点。

此外,还有业内人士认为,数据显

示,2021年离岛免税单人次消费7368元,仅为10万元免税额度的7%。因此,建议把离岛免税扩大到跨境电商渠道,将当年未用完的离岛免税额度继续通过跨境电商平台使用,同时利用海南跨境电商负面清单的便利条件,拓宽海南跨境电商免税的品种和品牌。此外,还可以把海南建成一个最大的境内“海外仓”:用户下单后,在海南清关跨岛运输到全国各地,完成快递配送。扩大海南的仓储、物流、电商平台等服务,让海南更好地发挥外国商品展示中心和体验中心的功能和作用。

期盼更多获得感,企业有建言

7月31日,国家统计局服务业调查中心和中国物流与采购联合会发布的中国采购经理指数(PMI)显示,7月份制造业PMI为49.0%,比6月下降1.2个百分点,位于临界点以下;非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数分别为53.8%和52.5%,比6月下降0.9和1.6个百分点,连续两个月位于扩张区间。

多重因素导致7月制造业PMI下降 经济恢复基础有待进一步稳固

□ 本报记者 魏桥

“总体上看,我国经济景气水平有所回落,恢复基础尚需稳固。”国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河在解读数据时如是说。

制造业PMI整体收缩仍有亮点

赵庆河表示,7月份,受传统生产淡季、市场需求释放不足、高耗能行业景气度走低等因素影响,制造业PMI降至49.0%。

在调查的21个行业中,有10个行业PMI位于扩张区间,其中农副食品加工、食品及饮料精制茶、专用设备、汽车、铁路船舶航空航天设备等行业PMI高于52.0%,连续两个月保持扩张,产需持续恢复。但纺织、石油煤炭及其他燃料加工、黑色金属冶炼及压延加工等高耗能行业PMI继续位于收缩区间,明显低于制造业总体水平,是7月PMI回落的主要因素之一。

调查结果还显示,反映市场需求不足的企业占比连续4个月上升,7月超过五成,市场需求不足是当前制造业企业面临的主要困难,制造业发展恢复基础尚需稳固。

从其他指标看,赵庆河分析,一方面,价格指数明显回落。受石油、煤炭、铁矿石等国际大宗商品价格波动等因素影响,主要原材料购进价格指数和出厂价格指数分别为40.4%和40.1%,分别比6月下降11.6和6.2个百分点。由于价格水平大幅波动,部分企业观望情绪加重,采购意愿减弱,7月采购量指数为48.9%,比6月下降2.2个百分点。

另一方面,生产经营预期指数位于扩张区间。从行业情况看,农副食品加工、专用设备、汽车、铁路船舶航空航天等行业生产经营预期指数位于59.0%以上的较高景气区间,行业市场预期总体稳定;纺织业、石油煤炭及其他燃料加工业和黑色金属冶炼及压延加工业均连续4个月位于收缩区间,相关企业对行业发展前景信心不足。

星图金融研究院高级研究员付一夫在接受国际商报记者采访时表示,7月份PMI呈下滑态势,尤其是制造业PMI下降幅度较大,主要原因仍在于疫情的散发以及制造业整体市场需求偏弱。同时高耗能行业景气度走低、企业生产经营压力较大以及传统生产淡季因素也导致制造业PMI下降。“这也反映出当前居民消费信心不足,稳就业任务依然艰巨。”

非制造业商务活动指数继续扩张信心回升

数据显示,7月份非制造业商务活动指数为53.8%,比6月下降0.9个百分点,非制造业连续两个月恢复性增长。

赵庆河表示,分行业看,一方面,服务业延续恢复态势。7月份服务业商务活动指数为52.8%,比6月回落1.5个百分点,但继续保持在扩张区间,表明在一系列稳增长促消费政策措施带动下,服务业持续恢复。调查的21个行业中,有16个行业商务活动指数位于扩张区间,其中航空运输、住宿、餐饮、生态保护和公共设施管理等行业高于60.0%,前期受抑制的消费需求持续释放,相关行业业务量继续较快恢复。从市场预期看,业务活动预期指数为58.8%,继续位于较高景气区间,调查的全部行业商务活动预期指数均连续两个月位于临界点以上,服务业企业信心普遍回升。

另一方面,建筑业扩张加快。建筑业商务活动指数为59.2%,高于6月2.6个百分点,建筑业生产活动有所加快。从行业情况看,土木工程建筑业商务活动指数、新订单指数和从业人员指数分别为58.1%、51.8%和51.9%,分别比6月上升0.2、1.6和1.0个百分点,表明基础设施项目建设加快推进,市场需求有所回升,企业用工继续增加,行业有望保持平稳增长。

“非制造业商务活动指数虽然下降,但仍处在扩张区间,说明在全国疫情防控整体形势稳定向好、防疫方案进一步优化的背景下,物流供应链不断畅通,人员流动不断恢复,服务业景气度总体上保持了回升势头。”付一夫预计,伴随着政策落地和效果显现以及疫情防控形势的日益明朗,下半年非制造业商务活动仍具备企稳回升和不断向好的基础和条件。