

# 聚焦消费 重启增长

消博会

## 企业拥抱变化 “免税+零售”如何双轮驱动？

本报记者 许礼清 海口报道

时至4月，第三届中国国际消费品博览会（以下简称“消博会”）如期开幕，海南省在这个春季吸引了无数的企业和消费者。

拥有着丰富的旅游资源，同时拥有着“离岛免税”名片，海南省的旅游发展及免税市场销售的情况备受瞩目。消博会期间，据海南省人民政府代理省长刘小明介绍，初步统计，今年一季度海南全省接

待游客2680万人次，增长20.2%，实现旅游总收入530亿元，增长25%。一季度海南离岛免税店总销售额达203亿元，增长29%。

不过，伴随着出入境旅游市场的恢复，这是否会对海南离岛免税业务产生影响？在不断变化的消费趋势当中，品牌如何贴合消费趋势释放消费活力？“免税+零售”该如何双轮驱动？这些成为免税行业广泛关注的话题。消博会期间，多家企业高管对此进行了探讨。

### 海南免税市场的新机遇

自3月15日起，试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家（第二批）出境团队旅游和“机票+酒店”业务。

《中国经营报》记者了解到，根据文化和旅游部通知，自3月15日起，试点恢复全国旅行社及在线旅游企业经营中国公民赴有关国家（第二批）出境团队旅游和“机票+酒店”业务。经过渐进、有序地开放市场，出境团队游目的地增加到了60个国家。

这意味着消费者免税购物有了更多的选择，而这是否会对海南免税购物形成分流，成为业内关注的焦点。

“2023年，出入境旅游市场恢复，全球旅游目的地都向我们国内游客发出了诚挚的邀请，海南离岛免税迎来了国际化的竞争压力和挑战。”谈及上述问题，全球消费精品（海南）贸易有限公司总裁助理兼GDF免税城董事长杨蕤锶表示。

但他同时认为，离岛免税正处在国内国际双循环的交汇处，长远看去，机遇还是大于挑战的。“首先，海南具有得天独厚的热带海岛自然风光；其次，海南离岛免税政策的知名度也在不断提升，离岛免税政策已经是第九次调整，政策的效应也还在持续放大；再次，更加开放的全球免税市场，必然会推动海南离岛免税在产品供给侧方面更加丰富；最后，我们能够聚集和配置全球最优质的免税产业链上下游资源，成为海南国际旅游中心建设的窗口，让全世界通过这个窗口看到海南投资兴业的新机遇。”杨蕤锶表示。

记者了解到，海关总署、财政部、国家税务总局3月18日发布的公告显示，从4月1日起，离岛旅客凭有效身份证件或旅行证件和离岛信息在海南离岛免税商店，在不含网上销售窗口购买免税品时，除在机场、火车站、码头指定区域提货以及可选择邮寄送达或岛内居民返岛提货方式外，对单价超过5万元（含）的免税品选择“担保即提”提货方式，对单价不超过2万元（不含）且在政策清单内的商品，按照每人每类限购数量要求，选择“即购即提”方式提货。

### 企业拥抱变化

企业要积极拥抱市场的变化，做好准备共同助力旅游零售的发展。

在深圳免税集团总裁詹星洲看来，旅游零售是国民经济重要的组成部分，疫情期间全球市场持续低迷，而今年初，我国出入境政策全面放开，国内外航线也陆续恢复，使得旅游零售迅速回暖。

“中国免税品市场占尽了全球重要市场份额，目前消费回流，国内外的航线，还有消费者信心恢复给我们带来了巨大机遇，同时疫情三年改变了我们的消费习惯，也给我们带来了一定挑战。”詹星洲表示。

对此，他认为企业要积极拥抱市场的变化，做好准备共同助力旅游零售的发展。詹星洲举例深免集团的具体动作表示：“首先要心无旁骛做好免税主业，通过我们口岸免税、公船免税、离岛免税，还有运输工具免税，包括现在境外市内免税店的免税业务，加快建设免税品消费+时尚产业商业模式；其次是创新商业模式，构建有税、免税+保税业务体系，搭建业务平台+线下商业服务的模式；最后是加快我们海口观澜湖免税城、现代时尚产业、深港湾经济带重大项目的推进，为旅游零售注入了新的活力。”

### “免税+零售”如何双轮驱动？

近十年，海南接待国内外游客从起初的3320万人次上升至7800万人次，总收入上升到了1000多亿元。

据刘小明介绍，初步统计，今年一季度海南全省接待游客2680万人次，增长20.2%，实现旅游总收入530亿元，增长25%。

而将时间线放宽，近十年，海南接待国内外游客从起初的3320万人次上升至7800万人次，总收入上升到了1000多亿元。在杨蕤锶看来，通过这些数据可以看到海南旅游经济正在快速发展。“海南建设国际旅游消费中心，通过免税和文旅产业相互融合，我们看到了市场发展的必然趋势。”杨蕤锶表示。



免税销售渠道是旅游零售业极为重要的组成部分。

许礼清/摄影

根据毕马威中国发布的《海南自贸港旅游零售市场白皮书2023年版——韧性重塑 逐浪前行》，免税销售渠道是旅游零售业极为重要的组成部分。因而，谈及免税市场，自然也离不开旅游零售行业。

而从旅游零售的角度来看，消费者的心理也发生了一些变化。绿地全球商品贸易港集团董事长、总经理薛迎杰认为，现在的旅游者旅游目的和在旅游当中发生的消费行为已经转变，旅游者更多的消

费是为了愉悦自己的心情，或者增加更美好的回忆。

“旅游过程中，购买土特产的比例一定在下降。所以旅游商品也不是原来的概念，我们正在做的工作，也是希望把更多的海外商品放到各地旅游景点。我们要做的更多工作，是如何把海外更多的商品通过各种渠道立体式地展示，不管通过免税、保税还是一般贸易、跨境电商，供应侧提供的改革可以促使我们旅游当中的消费更好释放。”薛迎杰表示。

此外，复星旅文也在积极拥抱免税行业，复星全球合伙人、复星旅文总裁兼首席运营官曹鸣龙表示：“免税跟旅游是完全结合的，它是整个旅游休闲度假环节当中非常重要的一部分，所以我们跟中免集团合作，中免集团在复星旅文旗下亚特兰蒂斯酒店也有店铺陈列，在酒店购物和在中免购物的价格是一样的。未来希望在我们与其他度假村产品包括阳光村、海滩村等继续合作，推动消费升级。”

## “掘金”中国市场 海外品牌寻找发展新机遇

本报记者 许礼清  
海口报道

意大利冰淇淋、西班牙火腿、美国包包、加拿大巧克力等，在第三届中国国际消费品博览会（以下简称“消博会”）的现场，海外品牌吸引无数。

正在海口举办的消博会，汇聚了全球消费精品和专业买家卖家，为各个企业共享中国市场发展红利提供了新机遇。《中国经营报》记者在消博会现场看到，海外品牌覆盖食品、饮料、美妆、生活科技、汽车、服饰等各个领域，将消博会和海南自贸港作为布局中国市场的重要窗口。

根据消博会官方最新数据，消博会开展第三天当日吸引约5万人次入场观展。对于中国市场的消费潜力，作为本届消博会的主宾国，中国意大利商会会长保罗·巴颂尼在消博会上表示，对意大利企业而言，中国是非常重要和有价值的市场。通过参加消博会，意大利品牌将有更多机会深度融入中国市场，意大利企业将获得更多中国业务。

### 海外品牌瞄准中国市场

商务部部长王文涛在消博会开幕式上表示，中国拥有超大规模市场和内需潜力，2022年社会消费品零售总额达到44万亿元。通过消博会，各国企业能够快速对接中国市场，共享中国发展机遇。

巨大的消费市场吸引了无数海外品牌的目光。在海南国际会展中心8万平米的国际展区，有来自60余个国家和地区的2000余个消费品牌参展，众多新品、精品集中亮相。本届消博会上的意大利品牌达到147个，涉及咖啡、服饰、摩托车等多个品类，展览总面积约1800平方米，创历史新高。

记者从现场看到，在意大利国家馆里，全景视频装置展示了意大利在时装、家具、化妆品、农产品、珠宝、汽车等领域的标志性产品。除了设置国家馆，意大利还设置了中国意大利商会馆，展品涵盖珠

宝、服饰、眼镜配饰、踏板摩托车等多个品类。

意大利外交与国际合作部副部长玛丽亚·特里波迪在开馆仪式上表示：“今年我们大量企业参展，是意大利企业持续分享中国市场红利的成果，他们也期待超高品质的产品可以获得市场的赞誉和认可。”

此外，法国再次以国家馆形式参加，带来了包括欧莱雅、梦特娇等法国品牌，涵盖了美容、时尚、生活艺术、食品和葡萄酒烈酒等领域。据了解，包括法国馆在内，本届消博会共有336个法国品牌参展，比2022年参展品牌数量增加了50%。这使法国连续第三年成为除中国外参展规模最大的国家。

法国驻沪总领事馆商务参赞沙伟（Xavier CHATTE-RUOLS）在消博会上表示，越来越多的法

国品牌参与中国消博会，体现了他们对中国市场，尤其是对海南省的信心。需要强调的是，法国企业十分期待将消费品和奢侈品领域的卓越产品和高端技术带向中国市场。

多个国际知名品牌携新品亮相。记者看到，旗下拥有四大高端品牌——法国高级时装屋 Lanvin、意大利奢侈鞋履品牌 Sergio Rossi、奥地利高奢贴身服饰品牌 Wolford、美国奢华女装 ST. JOHN 的 Lanvin Group（复朗集团）（以下简称“复朗集团”）也在本次消博会上带来多款产品展示。

复朗集团相关负责人告诉记者，复朗集团在本次消博会上呈现了国际化视野下的高奢品牌矩阵和时尚产品新图景。依循消博会坚持“精品路线”定位，将国际时尚品牌的运营战略和本土市场的深厚认知相结合，发挥创新理念及

全球资源联动，为提振消费信心，促进时尚产业发展描绘更加广阔

的未来。

全球高端服装领域 HUGO BOSS 集团也携新品亮相消博会。记者从现场了解到，除了展出其最新系列，HUGO BOSS 还首次在中国展示其采用 HeiQ AeonIQ™ 纱线制成的首个产品。

记者了解到，HUGO BOSS 展馆占地300平方米，将集中呈现 BOSS 和 HUGO 的最新系列，以及

集团在可持续发展承诺方面取得的最新成就。

HUGO BOSS 集团中国区董事总经理孙珏表示：“HUGO BOSS 非常荣幸今年作为消博会的全新成员共襄盛举。作为海南自贸港的展示和贸易平台，消博会为各方提供了绝佳机会来丰富和巩固合作伙伴关系，同时支持海南及其他地区的发展。今年，我们将全球可持续发展目标融入本地计划和项目，进一步扎根中国市场。”

### 共享中国市场红利

“黄金周”火成了“黄金季”的海南，其旅游消费热度居高不下。据了解，2021年海南离岛免税购物年销售额突破600亿元，2023年将有望突破800亿元。

而放眼整个中国市场，其市场规模正在稳步扩大，成为全球第二大消费市场，并不断提升中高端市场。官方数据显示，2022年全国网上零售额为13.8万亿元，比2012年增长9.5倍，居世界第一。

在此次消博会上带来多款产品的资生堂也对中国市场充满期待。资生堂中国企业传播负责人李莉表示：“从整体环境来看，中国消费市场不断提质扩容，中国的化妆品市场规模正在向全球第一迈进，已成为全球创新的策源地与驱动力。”

同时，于李莉表示，今年的《政府工作报告》提出，“着力扩大国内需求。把恢复和扩大消费摆在优

先位置。”“强信心”也成为今年全国两会热词。这些都为美妆及日化用品企业带来更多多元和高质量的发展机遇。

记者在现场注意到，不少外国展商开始转变为投资商，到中国市场寻找发展新机遇。例如，印尼最大的咖啡企业印尼火船咖啡与海南母山咖啡携手在海口开设首家咖啡店，计划进一步布局中国咖啡市场；加拿大绿色巧克力工厂

有限公司选择在海南建厂；泰佩思琦集团于2022年4月在海口正式设立中国旅游零售总部，目前已经

在海南共开设9个免税门店和4个零售门店。

越南工贸部部长阮鸿延在本届消博会开幕式上致辞时表示，他相信并希望参与本次消博会的企业加强信心、主动创新，早日将想法转化为具体的方案计划、项目合同，推动各国经贸合作迈上新台阶。

“中国消费市场容量大、梯次多、有纵深，是快速增长的立体化复合型超大规模市场。我们将坚定推进高水平对外开放，进一步放宽外资市场准入，依法保护外商投资权益，营造更优良的营商环境。诚挚欢迎更多跨国企业深耕中国市场，扩大在华投资，与中国经济同成长共发展。”中共中央政治局委员、国务院副总理何立峰在消博会上指出。



在意大利国家馆里，展示了时装、家具、化妆品、农产品、珠宝、汽车等领域的标志性产品。

许礼清/摄影