

9月1日,海南首家市内免税店在三亚正式开业,海南国际旅游岛向着购物天堂的目标迈出标志性一步。

与海南已经拥有的4个传统机场免税店相比,首家开业的市内免税店虽然销售对象依然是境外游客,但却能够让这些游客更加从容地享受免税购物的乐趣。

在积极筹划市内免税店的同时,今年初,由国家相关部门和海南相关部门组成的联合调研组前往巴厘岛、冲绳岛、济洲岛等地,希望借鉴这些地区成熟的旅游购物经验,创新国内免税业模式。



国际旅游岛的购物天堂之路

文\海南日报记者 杨春虹

提起国际知名旅游目的地夏威夷、巴厘岛、济洲岛……一流的自然美景自然是吸引游客的最大魅力,当地汇萃世界品牌的免税店、购物中心同样成为吸引游客不可或缺的一大魅力。

9月1日,海南首家市内免税店在三亚正式开业,海南国际旅游岛向着购物天堂的目标迈出标志性一步。

一次获批四家市内免税店

开设市内免税店,是旅游发达国家普遍推行的办法,免税业的发展其实从一开始就与旅游业有着密不可分的联系。

1950年,正是由于国际旅游业的日渐繁荣,催生了世界第一家免税店——爱尔兰香侬机场免税店;1980年,随着中国旅游业的对外开放,中国第一批免税店相继出现在北京、广州、上海机场隔离区内。目前,国际免税业已经遍布世界各个口岸,年销售收入超过300亿美元,购买免税品成为国际游客的一大花费。

或许正是出于这样的考虑,2008年3月,国务院办公厅就海南申请设立国际旅游岛问题正式函复海南省政府时,除了同意海南在旅游对外开放和体制机制改革等方面先行先试,给予的最具体的政策就是:同意海南在海口、三亚、琼海、万宁四市开办4家市内免税店。

从2001年起,国家相继批准北京、上海、大连、青岛和厦门等五市开设5个市内免税店,探索中国市内免税店发展模式。此次却一次就批准海南开设4个市内免税店,政策力度前所未有。

2009年4月,国务院总理温家宝视察海南时更明确指出,海南国际旅游岛要建成国际购物中心,让中外游客能够在这里更好地享受购物乐趣。

这为海南国际旅游岛建设指出了—个明确发展方向。与国际知名旅游海岛几乎都是世界品牌汇萃的购物天堂相比,海南旅游购物方面一直处于弱势,建立市内免税店,成为海南建设世界购物天堂的第一步,也是标志性的一步。

与海南已经拥有的四个传统机场免税店相比,首家开业的市内免税店虽然销售对象依然是境外游客,但却能够让这些游客更加从容地享受免税购物的乐趣。

在积极筹划市内免税店的同时,今年初,由国家相关部门和海南相关部门组成的联合调研组前往巴厘岛、冲绳岛、

济洲岛等地,希望借鉴这些地区成熟的旅游购物经验,创新国内免税业模式。

“发展免税业仅仅是海南建设购物天堂的一部分,毕竟免税店主要以奢侈品和高档品销售为主。最终目标是吸引更多世界品牌进驻,让海南成为品牌汇集之地,满足更多中外游客的购物需求。”在一位参与调研的相关人士看来,这是国际旅游岛迈向世界购物中心的发展路径。

国际国内巨头瞄准海南

海南的这一战略马上就吸引了众多国际国内免税巨头和旅游零售巨头的目光。

作为中国旅游业的领军者,中国国旅集团旗下的中国免税(集团)夺得头筹;在三亚开设海南首个市内免税店。开设这家面积仅千余平方米的免税店,被已经在国内拥有170余家免税店的国旅集团列为今年三大重点工作之一,并由其董事长盖志新亲任筹备组负责人,这家店对国旅的重要性不言而喻。

盖志新坦言,国旅在海南的布局不放在优势突出的旅行社业态,而是放在旅游购物业,一方面因为海南近年来酒店、景区建设等方面在国内都处于领先地位,但在购物方面相对就很薄弱;另一方面与吃住行等要素相比,购物的需求弹性会更大,也有更多发展潜力。

国旅一份调研报告显示:目前全国主要旅游城市人均购物已经超过200元,海南目前仅为114元,大大低于全国平均水平。而在与海南相距不远的知名岛屿目的地冲绳岛和济州岛,人均购物消费已经超过500美元。

按照国旅的计划,开设市内免税店,仅仅是国旅进入海南旅游购物的第一步。免税与有税并举,以免税经营为本,开发具有海南本土特色的旅游商品,逐步向旅游零售业过渡,推动海南国际旅游岛成为购物天堂,才是国旅的最终目标。

北京华联集团、DFS集团等国内国际零售巨头也纷纷向海南伸出橄榄枝,希望能够参与到海南建设国际购物中



心的行动中。

其实早在2004年底,眼光超前的全球最大免税店运营商、最大旅游零售集团DFS环球免税店就已经将广受外国游客青睐的海南作为进军中国市场的第一站。基于1999年后中国出境游客每年在DFS免税店的消费总额都以两位数高速增长,DFS将总部从洛杉矶迁至香港,市场拓展重心由日本转为中国。

2004年底,DFS与海口美兰国际机场签订协议,2005年至2015年美兰机场零售业务授权由DFS经营。

2005年,DFS专卖店正式在美兰机场国内出发厅开业,意味着店面从事非免税业务。出售的商品是在中国拥有很高知名度的国际顶尖品牌,如迪奥、兰蔻化妆品,卡地亚、欧米茄、雷达和天梭等名表。尽管不是免税商品,但价格却比市场价低了15%,一改国内机场零售业务价格奇高的畸形状态。

选择美兰机场作为进入中国的第一站,DFS表示,虽然美兰机场在规模上无法与上海、广州等地的机场相比,但它主打的是“度假+高档购物”品牌,希望游客在享受海南美丽的风光之外,还能在这里得到世界一流的购物体验。

免税业向旅游零售业转型

作为全球最大的免税店运营商和最大旅游零售集团,从DFS环球免税店的布局来看,在中国休闲度假市场一枝独秀的海南岛无疑是DFS在中国的首选之地。

目前,DFS拥有的十余家大型综合环球免税店遍布世界各地,包括奥克兰、巴厘岛、黄金海岸、关岛、香港、冲绳岛、塞班岛、新加坡、悉尼等,几乎都是国际知名旅游目的地,共同特色是销售世界最著名、最受欢迎的名牌产品,已经从单一的免税店发展成为包括免税在内的大型综合旅游零售店。

在世界范围内,免税业朝旅游零售业转型,已经成为一股潮流和趋势。专家认为,这也是中国未来免税业的发展方向。

据国际研究机构统计,欧洲取消免税业后,仅仅用4年的时间就完成了免税业向旅游零售业的转型,旅游零售业对免税业的影响正在超越欧洲范围,全球不少免税集团都纷纷将“免税”一词变为“旅游零售”。

一些旅游发达地区还在创新免税店模式方面进行探索,如把对象由境外游客扩展到国人,以增强免税店吸引力。在积极筹备市内免税店的同时,今年年初,海南派出专门调研组到旅游购物较发达地区考察。

调研组在日本冲绳岛和韩国济州岛了解到,当地制定的旅客离岛免税购物政策,即旅客(包括外国人、本国居民含本岛居民)在离开本岛时可以凭机票及有关身份证明,在指定区域内购买一定数量的免税进口商品。旅客离岛免税购物与传统的机场免税购物最大的区别在于销售对象扩大到本国本土、本岛以及外国离岛、离境旅客,在一定程度上促进了当地旅游业发展。

其中,冲绳岛已拥有两家离岛旅客免税购物店,经营包括除烟草外各类免税商品,近年来每年旅客保持270万人左右,其中约75%的旅客即200万人进店购物。

济州岛拥有三家离岛旅客免税购物店,经营包括烟酒、化妆品等16个品种。2006年济州机场出境及离岛旅客620万人,其中约30%即190万人进店购物。

国际旅游岛要建购物天堂

在旅游六要素吃、住、行、游、购、娱中,由于旅游购物弹性最大,可挖掘的潜力也最大,所以世界上旅游业发达国家和地区都非常重视发展旅游购物。

香港作为免税港,购物天堂是香港旅游业最大的吸引力和卖点;与香港一样,迪拜也是个免税港,每年,世界各地的游客、商贸云集这座红海畔的城市,或通过这里进入中东,或大肆采购世界名牌、阿拉伯香料。每年三四月,迪拜都会举行一年一次的“购物节”,此时的迪拜就成了当地全年旅游的高潮。

以旅游业作为主打产业的马来西亚,不但将蓝卡威岛、刁曼岛等辟为免税小岛,而且每年国庆期间吉隆坡都会推出“购物节”,各种世界品牌云集于此,打折优惠吸引游客,成为当地旅游部门吸引游客的一大法宝。

在巴厘岛,在购买免税品的同时,众多国际品牌直销店的实惠价格也吸引着到此旅游的中国游客,“度假+购物”成为他们行程的完美组合。

相比而言,旅游购物非但没有成为海南旅游的魅力,反而是一个弱项。这对国际旅游岛建设而言,是亟需加快推进的重要工作。

一位业内资深人士认为,得益于国内近年来快速增长的消费,中国已经成为国际奢侈品主要销售地区,而海南作为中国最知名的度假海岛,发展旅游购物无论对国人或是境外游客都有非常大的吸引力,而且购物天堂的美誉也将成为国际旅游岛的另一张靓丽名片。