

聚焦

自2011年4月20日，离岛免税政策正式在海南落地实施，这项政策早已成为国际旅游岛一张熠熠生辉的“金名片”。据海口海关统计，政策实施5年来，三亚、海口两家免税店累计销售额**190.38**亿元，购物**2405.97**万件，购物人数**624.58**万人次，有效拉动了海南旅游转型升级。



游客在三亚免税城购物。
本报记者 武威 摄

免税购物 海南“金名片”

■ 本报记者 杨艺华



三亚免税城。
本报记者 张杰 摄

三次免税政策调整

第一次

2012年11月
每人每次免税购物限额：
5000元
免税商品：增加美容、保健器材等3类免税商品

第二次

2015年3月
免税商品：由21大类增至38大类
获准开设网上销售窗口

第三次

2016年2月
每人每年累计免税购物限额：
8000元
每人每年累计免税购物次数：
2次
不限次
三亚、海口免税店

海南离岛免税业务呈现跨越发展

销售离岛免税品金额：
2011年：9.9亿元
2012年：23.7亿元
2013年：32.9亿元
2014年：43.3亿元
2015年：55.4亿元

(以上数据由海口海关提供)

“我每年都来海南旅游，离岛免税政策实施后，海南对我的吸引力更大了，不仅可以呼吸新鲜的空气，享受自然美景，而且还可以买到与国外价格差不多的化妆品和奢侈品，还省去了办理签证的一堆麻烦事儿。”在海口美兰机场免税店，来自武汉的游客曾女士细数离岛免税带来的便利。

三次“蝶变”效应倍增

2011年至2016年间，离岛免税政策经历了三次政策调整，通过提升消费额度、增设网上销售窗口、增加产品种类、放宽热销商品单次购买件数限制等，不断提升消费者购物体验。

“离岛免税政策这几次调整，我最直观的感受是销售额逐年不断提升，店里的产品也越来越丰富。”在三亚海棠湾免税购物中心工作了五年的销售员小陈，见证了离岛免税政策的每一次变化。

在免税购物的带动下，2015年三亚社会消费品零售总额达到180亿元，同比增长9%，其中三亚国际免税城销售额占比23%。游客消费构成也发生明显变化，购物支出比重由原来的13.8%迅速提高到27.6%。

据海口美兰机场免税店相关负责人介绍，离岛免税政策每一次调整都使该店免税销售额得到20%以上乃至数倍的增长，释放效应明显，营业收入连续4年保持高速增长，2015年全年

销售收入超过12亿元，年均同比增幅在40%以上，4年累计总收入超过30亿元。

网店夜市 亮点频现

经过3年筹划，三亚国际免税城唯一线上购买平台“cdf离岛免税”上线运营，打造中国互联网免税购物标志性品牌，已基本涵盖线下所有免税品各类商品，旅客在海南可随时随处购买免税品。

自2011年4月20日离岛免税政策实施至今，随着三亚国际免税城的整体搬迁，以及硬件的不断提升，该店进店客流也实现了逐年递增。

据统计，目前三亚国际免税城日均进店顾客1.5万人次，2015年度，免税品销售额43.3亿元，在2015年春节期间最高进店客流达3万人次以上，单日营收近5000万元。

同时，在离岛免税政策实施利好条件的带动下，使三亚全市旅游收入快速增长，自政策实施至今，旅游总收入逐年提升，年均增幅达14.4%。数据显示，2015年度三亚市内免税店免税品总收入占三亚旅游总收入的14%。

三亚国际免税城开业后，对于海棠湾区域的客流带动作用更为突出，2015年海棠湾涉旅业态接待游客约930万人次，同比增长75%。海棠湾各涉旅业态总收入约60亿元，同比增

长129%。与三亚国际免税城相邻的海棠湾天房洲际酒店和海棠湾威斯汀酒店的住宿率更是长期居高不下，在旺季经常一房难求。

作为中国首家机场离岛免税店，海口美兰机场免税店营业面积从开业之初2150平方米到现在的总批复面积12546平方米，经营国家批准的38类免税商品，涵盖300余个国际知名品牌，销售单品约3万个。

为了进一步满足消费者多样化的购物需求，海口美兰机场免税店历经数次改造与升级，从引进各类国际知名品牌投入运营，丰富扩展各类免税畅销商品，再到优化、完善购物流程，开通“离岛寄存、返岛提取”等诸多便民服务，为本岛居民和赴琼旅客提供了高效、便捷的购物方式，并于4月19日推出了国内首家免税“夜市”。

购物天堂 未来可期

在三亚海棠湾免税购物中心，游客们表示，海南要打造“购物天堂”还有一段路要走。一些游客期待，海南免税购物可以更多优惠，更少限制，给游客带来更大的实惠。

“现在海南有了世界最大的单体免税店和机场免税店，让大家很惊喜，希望这里的商品种类再丰富一些，价格再优惠一些，真正让游客感受到这里是“购物天堂。”来自杭州的胡先生表示。

从离岛免税政策酝酿之初，社会各界就对其寄予厚望，承载了海南打造“购物天堂”的希冀。

商务部的数据显示，2015年中国游客在境外消费约1.2万亿元，继续保持世界主要旅游消费群体称号。

由于国内高端零售业发展滞后，也导致引领消费回流乏力，折射出我国高端零售业在应对“消费升级”方面存在诸多不足。

专家指出，如果离岛免税政策效应充分释放后，与国人惊人的购买力相结合，将带来巨大的消费潜力，海南打造“购物天堂”将大有可为。

“中国国内的免税渠道挖掘得还远远不够。在整个奢侈品消费市场中占比不大，在中国人对奢侈品的消费需求快速增长的前提下，需要提升整个海南免税品销售和与之相关服务业的质量和水平，仅仅放宽免税政策是不够的。”中国(海南)改革发展研究院海南研究所所长夏锋强调，国际购物中心要求的是以服务业为重点的整个相关产业的全面开放和政策创新。

省旅游发展研究会会长王健生则表示，巴厘岛的免税店有相当比重的商品是当地特产，对地方经济发展和惠民都有很大促进作用。而海南离岛免税店并没有多少本土产品。其次，免税购物只是打造国际购物中心的一个环节，现在硬件越来越好，但是在软件上还存在发展空间。

(本报海口6月7日讯)

海南离岛免税政策效应

一周年

(2011年4月20日—2012年4月15日)

销售金额：**18**亿元
销售数量：**290**万件
购物人数：超过**90**万人次

二周年

(2011年4月20日—2013年4月20日)

销售金额：**46.8**亿元
销售数量：**676**万件
购物人数：约**194**万人次

三周年

(2011年4月20日—2014年4月20日)

销售金额：**83.88**亿元
销售数量：**1151**万件
购物人数：约**316**万人次

四周年

(2011年4月20日—2015年4月20日)

销售金额：**134.74**亿元
销售数量：**1744.92**万件
购物人数：**467.49**万人次

五周年

(2011年4月20日—2016年4月19日)

销售金额：**190.44**亿元
销售数量：**2406.78**万件
购物人数：**624.63**万人次

本版制图 许丽

案例

助推成都世界旅游目的地建设 境外旅游体验中心成桥头堡

变脸、吐火、卡通熊猫、手绘三国舞台剧……近日，一首首动听的音乐为“成都旅游文化周”首尔拉开了序幕。此次活动当中，升级版的成都旅游韩国体验中心正式落成。此前，成都都在中国香港、俄罗斯设立了旅游体验中心。以旅游体验中心为“桥头堡”，成都大力开展规模化旅游品牌和产品营销，助推世界旅游目的地建设，进一步提升成都旅游在境外的知名度和影响力。

宽窄巷子的功夫茶、西岭雪山最温暖的南国滑雪场、安仁古镇的民国风情、熊猫邮局的明信片……近日，国家旅游局在香港和澳门举办“美丽中国——2016内地旅游(港澳)嘉年华”系列活动。活动期间，成都向海内外嘉宾和港澳民众展示了成都丰富的生态旅游资源和文化底蕴，引得



成都旅游香港体验中心

业界人士和观展嘉宾赞叹不已。

在俄罗斯的营销推广活动中，为了让俄罗斯朋友更加深刻地认识现代

化的成都，本次推广活动特别安排在了莫斯科国立语言大学孔子学院。活动现场，憨态可掬的“大熊猫”向俄罗

斯市民分发资料和礼物，让大家零距离感受到成都文化的魅力。

作为“成都旅游文化周”活动的重要内容，成都旅游推介会在韩国首尔喜来登华克山庄举行。当晚，来自中韩的旅游企业代表、业界专家和媒体代表欢聚一堂。精彩的表演在活动现场掀起了一波又一波高潮，尤其当川剧绝活变脸和吐火上演时，台下响起的掌声久久不绝。

在莫斯科国立语言大学，成都旅游境外营销团向在校师生介绍了成都的文化历史和旅游资源。这些内容尤其受到该校孔子学院学生的热烈欢迎。学习汉语的俄罗斯学生本就对中国文化情有独钟，他们纷纷表示，借着直飞航线的恢复，今年一定要去熊猫故乡和世界美食之都走走看看。

根据香港市场的特点，成都旅游

(香港)体验中心正式运营后，在港澳年轻上班族当中着力提升丝路游、休闲游和特色城市游的知名度和影响力，吸引更多的港澳同胞走丝绸之路，体验美丽中国、美丽成都。该体验中心首期在港澳两地推出了4条全新旅游线路产品，突出了时尚、动感、休闲、自驾的旅游元素。

有别于香港市场，成都—莫斯科直航航线去年刚刚开通，2015年来蓉的俄罗斯游客不及香港游客数的5%。因此，针对俄罗斯的营销以文化和品牌为主。正是在这样的思路下，成都旅游(莫斯科)体验中心被设在当地最大、最知名的中餐厅——阳光会馆，“成都美食周”也在体验中心挂牌仪式之后开启。回锅肉、宫保鸡丁、麻辣豆腐、水煮鱼、钵钵鸡等上百种地道川菜征服了俄罗斯民众的味蕾。

旅讯

中国龙舟节走进中东欧 布拉格首次举行龙舟赛

据《中国旅游报》报道：当地时间6月5日，中国国家旅游局局长李金早，捷克旅游(地方)发展部部长什莱赫托娃，中国驻捷克大使马克卿出席在捷克首都布拉格举行的“欢聚端午节，美丽中国游”暨千名中东欧游客美丽中国行启动仪式。这是首次将端午节龙舟赛带入中东欧。

来自中捷两国旅游等各界的九支队伍二百多名选手参加龙舟赛。上千名布拉格市民和中东欧各国游客参加活动。活动现场还发布了“我为中国加分—诚信服务文明出游”倡议书。

端午节小长假 游屈原故里成热门

据第一旅游网报道：端午节小长假，宜昌屈原故里各景区旅游线路预订火爆。市场推出的端午节3日旅游线路，主要包括屈原故里、三峡竹海以及九畹溪漂流等，不少游客选择端午节去游览屈原的故乡，以感受传统的端午文化。

来自中国国旅武汉公司的消息，近期组团赴宜昌旅游过端午的武汉游客同比增加三成，九畹溪、三峡人家、三峡竹海、屈原故里等都是热门景区。秭归是端午习俗和龙舟文化的发祥地，端午节期间将举办龙舟赛、包粽子比赛等活动。

洲际酒店集团推出 智选假日酒店品牌 在华特许经营

据中新网报道：洲际酒店集团日前正式宣布针对旗下智选假日酒店品牌开放在华特许经营模式。中国是洲际酒店集团全球的第二大市场，此次推出的特许经营模式将为中国的业主和酒店投资方提供在管理模式之外的又一合作方式，同时也将有助于进一步推动中国中端酒店市场的发展。

作为全球酒店业中最大的特许经营授权商之一，洲际酒店集团此次推出的特许经营模式为中国市场量身打造，加盟商不仅能够享有智选假日酒店全球知名的品牌优势，同时也将获得洲际酒店集团提供的一系列高效支持以确保酒店的成功运营。

希尔顿拆分公园酒店及度假村 创建独立公司

据希尔顿官方声明：其将拆分公园酒店及度假村，将其创建为三个独立门户。新成立的部门将包含希尔顿的大部分酒店，其2016年利息、税项、折旧及摊销前收益多达8.25亿美元。2015年调整后息税前利润为8.17亿美元。

据希尔顿声明，公园酒店的拆分业务和希尔顿的分时度假业务——希尔顿分时度假俱乐部(Hilton Grand Vacations)——都将免税。希尔顿的主营管理和特许经营业务将继续以现有名义继续运营。待今年年底完成交易，希尔顿股东就将持有三个公司的股票。

阿里旅行发布 未来酒店2.0战略

据《京华时报》报道：阿里旅行日前发布未来酒店2.0战略。除在线VR看房、人脸识别check-in等创新外，还将着力布局赋能酒店平台、“智慧酒店云”以及“众筹未来”计划。

据悉，未来酒店2.0引入在线自助选房功能，用户在阿里旅行平台预订与“信用住”直连的酒店时，可以像乘坐飞机自助选座一样，挑选心仪的房间。阿里旅行总裁李少华表示，未来酒店2.0实现了从用户端到资源端，从酒店产业运营端到行业生态的全方位打造。其目标不仅是让用户的体验更加极致，酒店的运营更加智能，更希望树立未来酒店的行业标杆，共享未来酒店开放平台。

扫一扫
了解更多
旅游资讯



查找公共账号“海南日报旅游周刊”
或者搜索微信号“hnblyzk123”
即订阅旅游周刊微信公众号了解更多旅游资讯