



嘉宾共话免税与文旅市场发展 让免税和文旅实现“1+1>2”

■ 本报记者 周晓梦 刘晓惠

从各地文旅局长花式“代言”，到“五一”出行预订火爆，你感受到旅游市场的“热度”了吗？作为旅游零售业极为重要一环，免税如何与文旅进一步融合？如何拉动旅游消费复苏？

4月11日，在第三届全球消费创新暨免税与旅游零售大会举办的“双轮驱动‘免税+文旅’”圆桌论坛上，来自旅游、消费等领域的企业齐聚一堂，碰撞思维、分享观点，共话免税与文旅等消费市场的现在与未来。

对旅游消费市场持续回暖、加速复苏的走势，复星全球合伙人、复星旅文总裁兼首席运营官曹鸣龙深有体会：“今年第一季度三亚·亚特兰蒂斯项目的营业额已超过5亿元，其非房收入和客房收入几乎对等。”他提到，目前复星所属的70家地中海俱乐部，已准备就绪迎接游客；另外，复星在更新产品体系方面着力，以进一步释放

消费潜力。

“热和更热。”对消费市场的体会，绿地全球商品贸易港集团董事长、总经理薛迎杰以此来形容自身感受。“我们搭建的平台覆盖70多个国家和地区的200多家客商，有超过上万个品牌。从平台运营情况看，中国消费者对海外商品的需求热情不减，海外供应商也希望可以更迅速将产品卖到中国市场。这是双向的热度不减。”他说。

在深圳免税集团总裁詹星洲看来，当下机遇与挑战并存，“我们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。”他介绍，深免集团通过加快建设免税品消费+时尚产业商业模式；构建有税、免税+保税业务体系，搭建业务平台加线上线下商业服务模式；推动现代时尚产业重大项目建设等举措，为旅游零售注入新活力。

为中国旅客旅游消费的热点目的地之一，海南旅游零售业绩在2023年初始即强劲反弹。在这一热门市场，推动免税和文旅结合，如何实现“1+1>2”？

对此，曹鸣龙给出的答案关键词是“合作”。“我们与中免集团密切合作，三亚·亚特兰蒂斯内有相关的店铺陈列等等，未来希望结合复星的阳光村、海滩村等度假产品，双方可以继续合作，推动消费升级。”他说。

全球消费精品(海南)贸易有限公司总裁助理兼GDF免税城董事长杨蕤键提到的关键词，则是“创新”。“海南不缺好的旅游产品和场景，未来我们希望通过合力打造文旅IP等途径，共同推动旅游和免税产业发展。”她介绍，GDF免税城正通过促进“文旅+免税”的深度融合，为打造旅游消费综合体做出有益的探索和实践，加速海南离岛免税的提质升级。

还有观点认为，海南给国内旅游者提供了一个轻松安全且没有语言文化障碍的旅行选择，未来海南整体旅游零售市场仍有空间。“往年海南这时应该是旅游淡季，现在却‘淡季不淡’。大家出行和旅游的意愿增强了，而且是以实际行动来体现。”王府井集

团副总裁、王府井免税公司副总经理曾群提到，从离岛免税政策红利释放、免税经营主体水平、消费者的消费行为习惯等方面看，她对离岛免税未来的发展充满信心。

海南旅游零售市场的发展，直接影响国内消费者的购买行为，重新定义海南在心目中的定位和他们的消费行为。各品牌正积极准备或着手对海南的投资，大家都意识到海南需成为其下一步中国整体战略的关键甚至是引领角色。

“作为酒类品牌，海南市场对我们而言是激动人心的。近年来，海南离岛免税政策、海南旅游零售产业的快速发展以及正在推动的国际旅游消费中心建设等，让我们看到这片市场的信心。”百加得全球旅游零售亚太区总监格拉夫·乔什说，目前百加得在海南已经进行产品、品牌等布局。另外，对于释放消费市场活力，他认为增强消费者互动、发展数字化等都是重要支点。

(本报海口4月11日讯)



4月11日，第三届全球消费创新暨免税与旅游零售大会在海口举行。 本报记者 武威 摄

海南着力推进高水平对外开放

◀上接A01版

已累计推出15批134项制度创新案例，涉及营商环境、“放管服”改革、产业发展、园区开发等多个领域。

海南锚定“2023年底具备封关运作硬件条件”目标，加强项目建设全过程精细管理和持续推动。目前，涉及对外开放口岸、二线口岸等硬件设施、信息化监管平台的25个封关运作项目正加紧施工，确保年内主体完工。

大力发展外向型经济——

去年货物进出口总额超2000亿元

“此次参会，我相信一定会收获满满。”印度尼西亚咖啡企业火船集团主席吴德音，对第三届中国国际消费品博览会充满期待。这份期待，源于在印尼举办的海南自由贸易港推介会。

今年2月，海南省组建海外招商团赴印度尼西亚、越南等地，开展海南自贸港推介会等系列活动，推动外资项目落地建设。在印尼举办的推介会上，13个合作项目完成签约，涉及国际航线开通、天然橡胶原料采购、设厂投资、跨境电商等方面，签约金额近35亿元人民币。作为印尼最大的咖啡企业，火船集团也将在海南设立首店。

“海南自贸港的快速发展，为我们业务拓展提供了难得机遇。”吴德音表示，此次除了组织旗下咖啡等产品参与消博

会，还将商讨贸易结算、产品代加工、环岛旅游公路驿站建设等多方面合作。

美国泰佩思琦集团在海南设立集团中国旅游零售总部、雅诗兰黛集团在海口综合保税区注册成立公司……越来越多的国际知名企业在海南落户。近5年，海南货物贸易、服务贸易规模分别增长1.8倍、1.2倍，累计实际使用外资超之前30年总和，经济外向度提高15%。

引得进来，更要走得出去。以海南为支点“出海”投资成为不少企业的选择，以海南开放发展增添新动能。

在印尼苏拉威西岛上，一座现代化的焦化产业园拔地而起。“这是我们第一个海外园区，5月就能投产。”旭阳国际投资(海南)有限公司副总经理肖伟说，面向东南亚，海南有区位优势，还有税收优惠政策和投资便利化等因素加持，在海南设立境外投资总部基地优势明显。

像旭阳国际投资(海南)有限公司一样，紫金矿业、云南白药、南京钢铁等不少企业落地海南后积极开展对外投资，并带动货物贸易、服务贸易等的发展。2022年，海南实际对外投资18.95亿美元，同比增长137.46%。

海南重点打造“两个基地”，构建“两个网络”，即中国企业在走向国际的总部基地和国外企业进入中国的总部基地，空海国际交通网络和国际经贸合作网络。自2018年以来，海南引进外资企

业4790多家，涉及国家和地区127个。2022年，海南货物进出口总额2009.5亿元，增长36.8%，增速居全国前列。

打造一流营商环境—— 全省经营主体超240万户

“海口国家高新区成立药谷专家委员会，并安排‘企业秘书’帮助企业与各部门进行协调，为我们节省了时间和精力；在提交新药上市申请和投产阶段，海南省药监局成立专项团队给予专业指导。”3月27日举行的海南省营商环境建设大会上，海南先声药业有限公司常务副总经理余庆祝介绍，受益于此，公司首款国产3CL靶点抗新冠创新药从立项到获批只用了14个月，创新药品科赛拉在博鳌乐城国际医疗旅游先行区使用……

“我是海南营商环境建设的受益者，发自内心地想为这里做点事。”如今，海南福建晋江商会会长苏水清经常向各地投资商讲解自贸港各项政策。

多年前，苏水清的企业有块位于临高县的土地，因政策原因无法开工，迟迟得不到解决。2022年底，得知海南省营商环境建设厅正式揭牌成立，苏水清将问题反映过去。省营商环境建设厅多次联合临高县专门召开会议，正在形成解决方案。

“我们希望聚焦经营主体和人民群众痛点堵点难点，解决好急难愁盼问题，

提升大家的满意度和获得感。”海南省营商环境建设厅厅长陈际阳说，通过改革行政体制，将营商环境、政务服务、数据共享、社会信用一体同步建设，着力打造法治化、国际化、便利化的营商环境。

为把营商环境这一“金饭碗”端好、端牢，海南各地优化营商环境实招迭出——

万宁市提出要在“诚信政府”上下硬功夫，坚持“新官要理旧账”，把“诚信政府”打造成万宁营商环境的“金字招牌”；澄迈县提出要打造政务服务地图，形成更多的民生和涉企高频事项“一件事一次办”“跨省通办”；保亭黎族苗族自治县强化项目用地、交通、水电等要素保障，力争项目“拿地即开工”；琼海市力求同一事项在不同层级、不同区域“无差别受理、同标准办理”等。

2022年，海南颁布实施营商环境相关法规和重要政策40余项，发布营商环境创新示范案例29个；“信用+审批”“一枚印章管审批”“极简审批”等“放管服”改革不断深入；推进“准入即准营”揭榜挂帅项目，在全国率先实施承诺即入制等。

随着营商环境持续优化，海南吸引了各类经营主体投资创业。截至今年2月底，海南省经营主体超过240万户，同比增长50%以上，增速连续36个月位居全国前列。

(原载于2023年04月11日《人民日报》一版)

嘉宾热议新格局下的
消费潜力释放
数字赋能营销
把握多元风口

■ 本报记者 刘晓惠 周晓梦

在构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局过程中，打通消费堵点、加快培育新型消费是其中重要一环。如何释放新格局下的消费潜力？如何实现高水平的供需平衡？在第三届全球消费创新暨免税与旅游零售大会上，多位嘉宾围绕“新发展格局下的消费潜力释放”开展专题讨论。

在互联网不断向各产业渗透的背景下，网络消费、网络宣传、网络销售成为当前我国消费领域的亮点。雅诗兰黛集团旅游零售全球商业总裁哈维尔·西蒙认为，数字化是不可逆转的趋势，想要通过数字化渠道得到消费者的支撑，就要关注消费者，同时注重品牌的宣传，注重产品的质量。

新发展格局下，不仅给消费方式带来了新变化，业态的创新也带来了新的投资机会。路威酩轩亚洲董事朱元欣表示，当前，投资者非常关注科技对于品牌的赋能。她举例说：“从零售科技来讲，现在很多品牌以元宇宙为卖点做营销，其背后，是对品牌与消费者在交互体验、虚实结合方面的关注；从营销科技来看，人工智能将为企业带来更多的新机会，借助人工智能可以更好地做营销，增加效率、降低成本，帮助品牌完成更多升级。”

在新发展格局的带动下，国际化与本土化两个看似相悖的概念其实有很多同向而行的空间。“在消费市场上，国际化和本土化的潮流其实是双向奔赴的。”WWD中文版联合创始人暨副董事长杨玟认为，从产品研发设计、企业文化理念方面来看，国际化对于本土文化有了更多的关注、更彻底的了解，本土文化以及本土品牌在走向国际化的进程中，也对国际消费市场有了更深的涉及，要激发消费的活力，就要处理好国际化与本土化的关系，期待更多国际品牌，特别是高端品牌，与中国品牌之间能有更好的携手合作机会。

(本报海口4月11日讯)

《海南自贸港
旅游零售白皮书2023》
海南有望成为国内
精品消费首选地

本报海口4月11日讯 (记者周晓梦 刘晓惠)4月11日，作为第三届中国国际消费品博览会重要活动之一，第三届全球消费创新暨免税与旅游零售大会在海口举行。会上，毕马威中国和穆迪戴维特联合发布《海南自贸港旅游零售白皮书2023》(以下简称《白皮书》)。

“在现今大环境下，海南有望迎合高端精品消费回流趋势，持续释放增长潜力，成为国内高端精品消费的首选之地。”《白皮书》提到。

《白皮书》指出，海南的旅游基础设施正在快速建设，为消费者创造更多独特消费体验奠定了基础。并且，全新免税门店综合体陆续开业、投资持续涌入体现了市场对海南市场未来发展的强大信心；海南离岛旅客免税购物新增提货方式等政策，深化助力海南离岛免税市场的良性发展。

此外，各大品牌高度关注2025年封关运作将带来的商业模式变革的重大机遇，积极开拓早期适合在海南运作的各类商业场景组合，以期有节奏地适应在海南封关后以及全国大市场不断变化的大环境下目标群体对消费模式及产品结构的多元化需求。

《白皮书》指出，海南旅游零售市场的各经营主体，无论是免税运营商抑或是常规零售商，都应聚焦在中国消费者群画像以及未来其消费行为和习惯可能的转变上，为封关之后更加活跃、更加多元化的海南旅游零售市场发展做好准备。