

一系列政策措施助推来华“买买买”成为跨境旅游新趋势 多方合力做大入境消费“蛋糕”

“China Travel”便利度持续改善,跨境移动支付不断迭代,离境退税“即买即退”全国推广……一系列政策措施助推下,近期来华“买买买”成为跨境旅游新趋势。

“推动扩大入境消费”被写入2025年政府工作报告,中办、国办印发的《提振消费专项行动方案》明确“发展入境消费”。如何让更多入境游客流量变消费增量、进一步做大入境消费“蛋糕”?

”

离境退税“即买即退”全国推广

来自马来西亚的丘女士近日在四川成都IFS商场购物后,来到商场离境退税集中退付点办理了“即买即退”业务,并现场领取了7560元退税款。

“店员主动提醒我可以‘即买即退’,不用等到离境,手续也非常方便。”丘女士说,“这让我愿意多买一些特色商品带回去。”

据介绍,成都市于2023年开始试点离境退税“即买即退”服务措施,目前“即买即退”商店已达49家。

四川时尚百盛商业发展有限公司是试点商家,总经理夏书军介绍,今年一季度,百盛购物中心消费金额、退税笔数、退税金额同比分别增长435%、670.59%、428.78%。

除四川外,离境退税“即买即退”此前还在上海、北京、广东、浙江等地开展试点。

据广东深圳市商务局市场建设处二级主任科员何锋介绍,深圳全市离境退税商店已超400家。仅在深圳万象城,目前就已开设63家退税商店,其中47家实现“即买即退”。

“按照退税率11%计算,再扣除2%的手续费,境外游客消费1万元人民币的商品,可节省900元。”万象城一家参与“即买即退”活动的品牌专卖店销售人员告诉记者,这对购买奢侈品、高端电子产品等高价商品的消费者来说,吸引力尤为突出。

离境退税政策持续加力,对入境消费拉动明显。今年一季度,四川400多家离境退税商店办理离境退税境外游客数量同比增长204.78%,退税商店销售金额同比增长200.91%,办理退税额同比增长211.64%;北京1100多家离境退税商店开具离境退税申请单份数同比增长128%,离境退税商品销售额同比翻一番。

4月8日,国家税务总局对外发布公告,将这一措施从多地试点推广至全国。

免签政策带火“China Travel”

“这趟中国之旅给我带来了许多惊喜。”澳大利亚的莱维特女士乘着240小时过境免签政策的东风,来到深圳开始自己的“China Travel”。得知有离境退税“即买即退”政策,她在罗湖万象城下单购买了最新款的相机镜头,还用现场领取的“即买即退”现金购买了纪念品。

免签政策带火“China Travel”。国家移民管理局4月15日发布的数据显示,240小时过境免签政策实施以来,全国各口岸入境外国人921.5万人次,同比增长40.2%。其中,免签入境外国人657万人次,占71.3%。受益于144小时过境免签政策与境外旅客购物离境退税“即买即退”等措施,今年“五一”入境游订单量同比激增173%,韩国、日本、新加坡游客占比超六成。

政策红利持续释放,推动入境消费显著增长。国家统计局数据显示,2024年入境游客总花费942亿美元,增长77.8%。

为了将更多入境游客流量变消费增量,各地纷纷拿出真招实招——

为进一步优化入境消费环境,北京市税务局近日正式发布多语种《北京离境退税指南》,还同步上线了手机版“离境退税商店电子地图”。北京市税务局相关负责人表示,将进一步探索通过系统升级等方式,简化退税申请单开具流程、提高开单效率,推动服务环境不断升级。

听三国历史、淘熊猫文创、品滋味火锅、享锦江夜游……成都依托丰富的文化和旅游资源,打造多元消费场景,在核心商圈和重点商家开展多语种服务,提升入境游客消费体验。

山东安排2000万元专项资金激励“引客入鲁”,制订入境旅游营销推广计划,针对不同市场推出30



外国游客参加贵州省黔东南苗族侗族自治州台江县举行的“苗族姊妹节”庆祝活动。

多条核心入境线路,优化入境游客门票预约流程,试点外语辅助讲解,提升入境旅游服务质量。

入境消费市场将迎来更多机遇

随着政策效应的不断释放,入境消费市场将迎来更多机遇。受访专家和业内人士认为,各方要协同发力,持续做大入境消费“蛋糕”。

挖掘入境消费新增长点——

四川大学商学院副研究员尹响说,当前,游客的消费需求呈现圈层化、多元化等特点。如何推动产品创新与差异化发展,挖掘入境消费新的增长点,是发展入境消费需要考虑的重点问题之一。

一位免税行业资深从业者建议,目前许多免税店主要销售商品仍以进口商品为主,应研究将更多国产商品纳入各类型免税店销售范围。

构建更加便利的服务体系——

西南财经大学西财智库首席专家汤继强认为,要进一步放大政策红利,在提升入境游客消费购物体验上下功夫,扩大“即买即退”商店覆盖面,优化“即买即退”办理场景服务,即购即提、设立入境提货点、邮寄到家、简化核验手续等多种提高入境消费体验的措施应该给足。

此外,一些业内人士建议,要用好社交媒体,制定精准营销策略。华略智库高级研究员王旭说,社交媒体的普及极大影响了入境游客的决策行为,很多游客通过网红博主和国际游客旅行Vlog、攻略笔记等选择旅行目的地,并延伸至消费行为。要充分利用这种触媒效应,提升国际知名度,吸引更多国际游客。



■ 焦点

六部门优化离境退税政策 下调起退点至200元

4月27日,商务部等6部门发布《关于进一步优化离境退税政策扩大入境消费的通知》(以下简称《通知》)显示,鼓励各地区在旅游景区、文博场所、机场、酒店等增设退税商店。同时,下调离境退税起退点至200元,并将现金退税限额上调至2万元,进一步扩大退税商品覆盖范围。

景区可增设退税商店

《通知》显示,优化离境退税商店布局。鼓励各地区在大型商圈、步行街、旅游景区、度假区、文博场所、机场、客运港口、酒店等增设退税商店,扩大退税商店覆盖面。积极引导国际名品、国货潮品、老字号店铺、文创店、纪念品店、礼品店、特产店等成为退税商店。支持具备条件的地区打造一批离境退税特色街区。

在提升退税商品供给水平方面,《通知》显示,指导退税商店根据境外旅客需求,不断丰富和优化商品供给,增加老字号产品、中国消费名品、智能产品、非遗产品、工艺美术产品、地理标志产品、文化创意产品、名优特产、体育用品等优质产品供应。开展“购在中国”系列活动,支持各地培育打造“城市礼物”“必购必带”高品质特色产品,引导其进入退税商店。

商务部副部长盛秋平表示,今年一季度入境外国游客921.5万人次,同比增长40.2%。离境退税不仅给境外旅客带来实惠,也是本国商品、本国文化走向国门的重要渠道,具有一举多得的政策效果。

文化和旅游部产业发展司司长缪沐阳介绍,下一步,文化和旅游部将优化离境退税商品和服务供给。加强优质产品推介,指导相关店铺、商户开展针对性选品,丰富“非遗”商品、文化创意产品、特色手工艺品、国货“潮品”供给,优化购物、退税相关布局和动线设计。

退税限额上调至2万元

为更好地营造境外旅客来华旅游和消费的环境,《通知》还对离境退税起退点和现金退税限额进行调整,将离境退税起退点从500元下调至200元,并在转账退税已明确不设上限的基础上,将现金退税限额从1万元上调至2万元。

盛秋平介绍,目前境外旅客退税购物以国际品牌为主,国货品牌较少,购物选择还不够丰富。对此,《通知》提出,将离境退税起退点从500元下调至200元。一方面降低退税购物门槛,另一方面也让更多客单价较低的特产品、纪念品店、礼品店等加入退税商店,促进国货销售。

此外,《通知》还显示,推动退税代理机构与支付机构、清算机构等加强合作,在风险可控的前提下,通过移动支付、银行卡、现金等多种方式提供退税服务,更好满足境外旅客多样化支付服务需求。

今年以来,境外旅客购物离境退税相关政策措施陆续发布。随着离境退税商店的增加以及现金退税限额上调,相关服务也在进一步完善中。《通知》还明确,优化离境退税信息服务。建设全国离境退税综合信息服务平台,建立部门间离境退税数据共享机制,为境外旅客提供退税商店查询、退税业务咨询等“一站式”信息服务。

国家税务总局货物和劳务税司有关负责人还介绍,税务部门将持续加强相关政策宣传辅导,完善离境退税商店动态地图供境外旅客查询,针对不同国别游客需求编写多种语言的离境退税办理指南,进一步提高退税智能化、便捷化水平,更好提升境外旅客消费体验,更好助力释放入境旅游消费潜力。

■ 相关

免税概念股风景独好?

4月初,美国政府向全球祭出关税大棒时,A股各大板块股票高台跳水,股价巨幅波动,但中国中免、王府井、众信旅游、海汽集团等免税概念股却逆势接连大涨。

资本市场之所以青睐免税概念股,其内在逻辑是在进口商品零售市场与免税市场税差加大的情况下,对免税运营商业绩增长构成利好。

在第五届消博会现场,所有免税运营商均表示,目前关税战对该公司业务没有影响。有不愿具名的免税运营商高管向记者透露,关税战最初几天,该公司的进口货物也曾停滞等待进一步的安排,随后很快顺利发出。该高管表示,离岛免税是三税全免,这意味着关税也是免除的,目前这一政策并未改变。

据新华网、北京商报、21经济网等