



布局海南 400 亿美元新“战场”：全球奢侈品巨头的下一个机遇



海南政府高度重视目前的出境游限制和中国奢侈品消费者的购物需求，力争把海南打造成为全球免税购物中心。可以想见，奢侈品牌将迎来大好机遇。

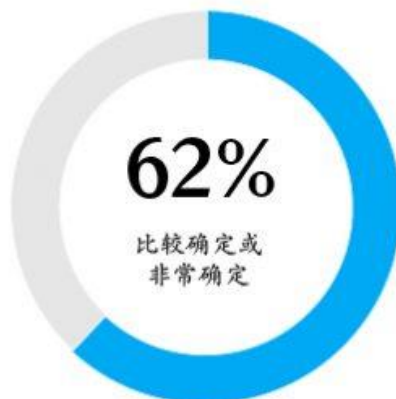
2020年6月，中国政府宣布将把海南岛打造成为全球最大的自由贸易港。总体方案包括优化税收政策安排，降低企业和个人所得税、实施更加便利的免签入境措施、扩大免税商品种类，放宽离岛游客免税购物额度至每年每人10万元人民币，游客离岛半年内可以线上补购免税商品。另外，从2025年开始，海南全岛将成为免税区，品牌方也就无需再与免税运营方合作了。

中国民航局的数据显示，2020年中国国际航线旅客运输量同比下降近九成。麦肯锡分析认为，最快也要到2023/2024年才能恢复到新冠疫情前的水平。因此，海南就成为中国人购买免税奢侈品的理想之地。

尽管疫情还未完全过去，中国游客仍蜂拥而至，岛内免税消费额从2019年的21亿美元增至2020年的43亿美元，翻了一番。根据省会海口市的海关统计数据，2021年很可能又将创下纪录。“五一”劳动节期间，岛内免税销售额同比增长248%。海南省政府预计全年将超过90亿美元。

图1 游客有意重返海南购物。

即使出境游重启，仍有计划重返海南购买免税商品的受访者比例

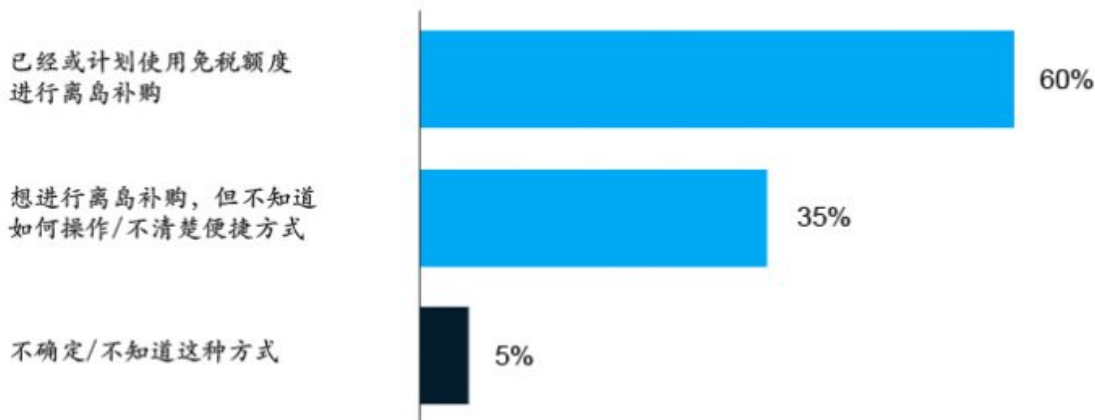


资料来源：麦肯锡海南免税购物者调查，总人数=552人，2021年6月

即便中国恢复出境游，海南也很可能在分流奢侈品消费方面扮演越来越重要的角色。事实上，麦肯锡 2021 年 6 月对 552 位海南免税购物者的调查显示，超过 60%的受访者称即使出境游重启，他们依然会回到海南购买免税商品。此外，有高达 95%的受访者已经利用了离岛半年可以线上补购的新规，或是准备这么做。在有意重返海南的受访者当中，超过 40%的人表示将会增加支出，计划减少支出的只有 12%。

图2 几乎所有游客都已经或准备进行离岛补购。

计划离岛补购的意愿，%

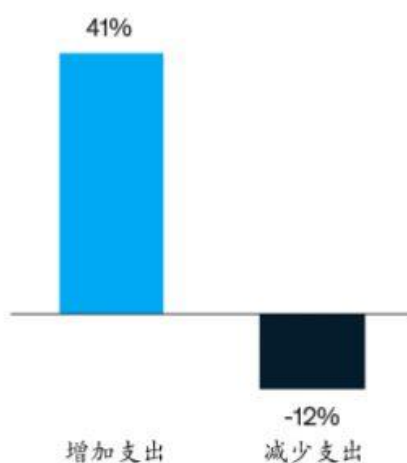


资料来源：麦肯锡海南免税购物者调查，总人数=552人，2021年6月

海南省政府的“十四五”规划预测，海南免税市场规模将在 2020 至 2025 年间增长 10 倍，达到 465 亿美元，成为全球最大的旅游零售地之一。这一惊人的增长归因于：

图3 海南购物者计划在重返海南时增加免税购物支出。

计划在下次海南旅行时增加或减少支出的受访者比例



资料来源：麦肯锡海南免税购物者调查，总人数=552人，2021年6月

尽管美妆类商品一直是海南免税市场的主力军，占到 2020 年海南免

税销售额的近一半，但随着消费者需求的多样化，其他奢侈品品类也将迎来越来越多的机会。例如，在美妆品消费者中，虽然只有约 15%的人在最近一次旅行时购买过时尚类商品，但有接近 1/3 的受访者有意在下次购买。

目前，海南免税店绝大多数品牌采取的是批发模式，即由免税运营商 (DFO) 负责经营多个品牌和单一品牌店，对库存、定价和员工有着极强的控制力。这种模式对价格敏感、交易量大的买家极为有效，在拉动销量方面十分成功。但从长期来看，此模式会给奢侈品牌带来重大风险，具体包括：

为了应对以上挑战，一些奢侈品牌主动限制在海南的布局，有些甚至完全不进入海南免税市场。然而，随着海南的快速发展，其在中国奢侈品市场所占份额将越来越大，到 2025 年还将成为一个完全免税的自贸岛，奢侈品牌应针对海南制定专门的市场进入、运营和扩张等战略。

目前在海南，奢侈品牌还没有形成清晰的成功模式。如果品牌方想要在此地实现长期的可持续增长，应考虑采取五大行动：

4. 为开设直营零售店打好基础。从 2025 年开始，品牌方需要与免税

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33786

