



付一夫：政策东风下，免税 赛道空间广阔



文/新浪财经意见领袖专栏作家 付一夫

2020 年底，北京前门突然多了一家“网红打卡地”。

这是由中服免税在首都市区里新开设的一家免税店，一栋古色古香的独栋小楼，而且面向国人开放，只要在规定时间范围内有出境记录，拿着护照就可以过来“买买买”。于是，不少消费者纷纷慕名前来拍照打卡购物，忙得不亦乐乎。

值得注意的是，这只是近期国内免税经济爆火其中的一个缩影。事实上，自 2020 年起，免税经济的热度一直不减，从中央到地方都在加码布局，这当中不仅有海南离岛免税新政的出台，还有市内免税店的推进。

背后的深意，需要我们细细品味。

1

2020 年初，一场突如其来的新冠肺炎疫情扰乱了经济社会运行的节奏。得益于全社会强大的动员力、号召力和执行力，我国率先推动了复工复产，并以促消费为政策抓手，借助发放消费券、支持夜经济、举办主题购物节等手段来激发民众消费热情，希望以此来带动各行各业的复苏与国民经济的回暖。

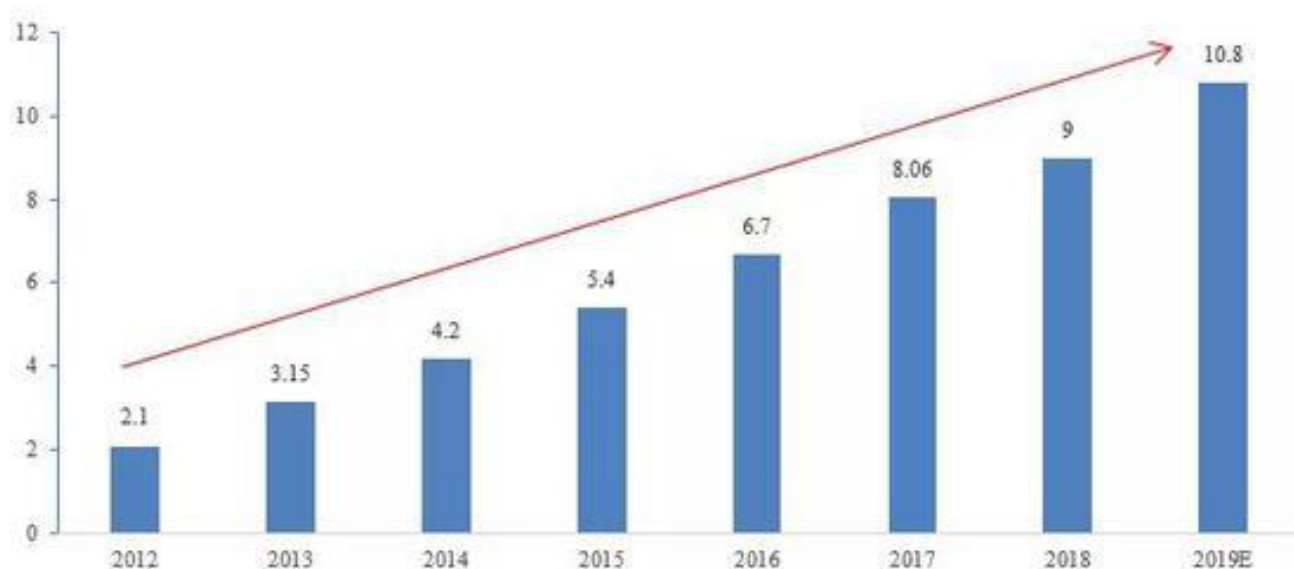
可是，是否愿意花钱，终归是由消费者自己决定。经历了疫情的冲击，人们普遍在收入水平、市场预期和消费信心等方面受到了一定程度的影响，尽管宏观经济运行态势日益向好，但消费端的复苏进程还是要比生产端慢

了不少。

就在这时，近些年我国居民在海外消费的持续增长引起了人们的注意。

公开数据显示，2012~2019 年，我国跨境电商交易规模从 2.1 万亿元一路增至 10.8 万亿元，年均增速在 25% 以上，反映出相当一部分居民不是没有足够的消费能力，而是出于种种原因，他们在可选择的情况下，更愿意把在国内挣的钱花到国外去，消费外流现象也因此变得颇为严重。

我国历年跨境电商交易规模（万亿元）



数据来源：苏宁金融研究院根据公开信息整理

这当中，奢侈品消费占据大头。连续多年，我国都是全球最大的奢侈品消费国，根据麦肯锡《中国奢侈品报告 2019》，2018 年中国人在境内外的奢侈品消费额达到 7700 亿元人民币，占到全球奢侈品消费总额的 1/3，而其中超过 7 成的奢侈品消费是在境外完成的；消费品类主要集中在服饰、香化、箱包、珠宝、手表等。大量的海外购物不仅造成了每年超过 2000

亿美元的旅游服务贸易逆差，还消耗了我国大量的外汇储备。

之所以会如此，很大一部分原因在于，国内消费市场供给结构不尽合理，高端商品市场发展不够充分，未能有效满足中高收入群体的消费需求，从而导致这部分消费者“舍近求远”地转向国外消费。

而在奢侈品方面，由于关税率较高等客观因素，国内外价格差异普遍较大，海外更为友好的价格也就成为了导致消费外流的核心原因。以海蓝之谜精华面霜为例，国内各大电商平台官方旗舰店的售价普遍为 2680 元/60ml，海外官网价格则为 335 美元/2OZ，大约相当于人民币 2290 元/60ml，差异立显。

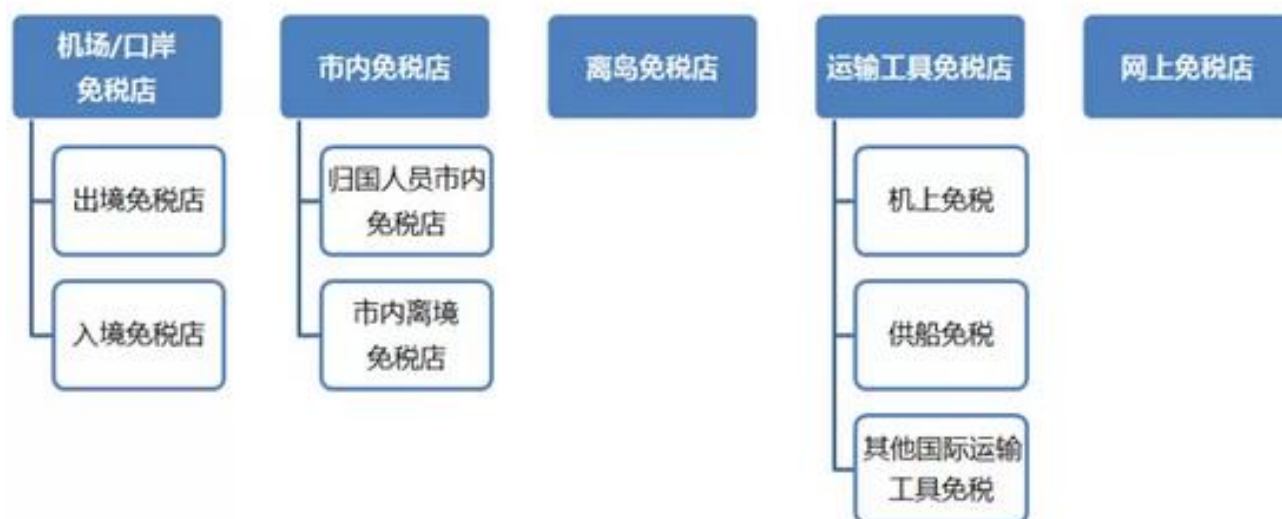
如果能够采取措施来真正改善奢侈品在国内的售价和丰富程度，那么外流的消费是很容易在国内实现的，这种消费的“转移”势必要比一味地“挖掘”国内消费更加容易，而回流的消费既能壮大国内消费市场，强化消费对经济增长的支撑作用，又能为国内大循环注入新的动力。

正因如此，决策层对于引导海外消费回流越来越重视。而自 2020 年以来，海外疫情形势持续严峻，国际局势变幻莫测，出入境旅游的门槛大大提高，国内很多人都不能像以往那样，趁着假期出国游玩一圈顺便买点东西，而是只能老老实实待在国内。不过这些对于引导海外消费回流来说，却一个绝好的时机。

于是，免税消费的各项支持政策应运而生，整个行业也站上了风口。

免税，顾名思义，是指各个国家和地区按照相关法律和规定，向国际旅客或特定旅客销售免税商品的业务，在免税店里销售的商品主要涵盖免征关税、增值税和消费税的进口商品，以及实行退（免）税（增值税、消费税）进入免税店里销售的国产商品。

免税店的主要分类



资料来源：开锐咨询，苏宁金融研究院

为什么要以免税经济为政策发力点呢？

一方面，如前文所说，商品价差是海外奢侈品消费规模暴涨的重要原因，对于免税商品来说，由于免征了进口海关税、进口环节消费税、增值税等税收，其价格普遍要比市内百货公司专柜售卖的相同商品低 30% 左右，拥有天然的价格优势。同时，免税商品都是从各大国际品牌供应商直接采购，品牌力强大且具有正品保障。而从门类上看，免税商品主要包括烟草

制品、葡萄酒及烈酒、香水化妆品、时尚品及配件、腕表珠宝及高级书写工具、糖果及食品、旅行用品等等，涉及多项奢侈品类，结构上同外流的海外消费结构非常接近。

另一方面，我国长期以来都是以机场/口岸免税店为主流，根据中国报告网的统计，机场、口岸与机上免税销售规模占据我国整体免税销售额的3/4。可是受疫情影响，国内航班急剧缩减，机场免税店遭受巨大冲击。为此，免税行业本身也迫切需要寻找新的增长点，而占比相对较低的离岛免税和市内免税，自然就被寄予厚望。

基于上述两方面原因，以免税经济为切入点自然就成了最佳选择。通过积极布局离岛免税和市内免税的发展，采取增加免税店数量及免税商品种类、提升免税购物限额等措施，不仅可以缓解整个行业的经营压力，还能够精准锁定特定的消费人群并为之提供更为丰富的消费选择，而且不会对全国零售体系及生态造成较大规模的冲击，堪称是承接海外消费回流的有效抓手。

事实也正是如此。以海南为例，自2020年7月开始，海南离岛免税

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_33377

