

政策利好催热“中国游”“中国购”

全国税务部门办理离境退税笔数同比增长116%，退税商店销售额同比增长56%；一些地方今年以来的免签入境外国人翻倍……一系列数据显示出“中国游”“中国购”的火热程度。

记者在多地采访发现，随着免签“朋友圈”的持续扩围以及离境退税政策的升级优化，“China Travel”持续升温，背着旅行包、拖着行李箱的自由行游客遍布各大城市街头。业内专家表示，政策利好在为境外旅客带来便利和优惠的同时，也带动入境消费升温，还为我国商品、文化走出国门提供了重要渠道。

“中国游”显著升温

6月9日下午，来自沙特阿拉伯的阿尔贝尼安先生乘坐JD386次航班抵达杭州，快速完成了入境通关手续之后，开启了他的杭州之旅。“免签入境非常方便。我们可以来旅游，来商贸，来向中国学习更多的东西。”他说。

为进一步促进中外人员往来，自6月9日起，我国对沙特、阿曼、科威特、巴林持普通护照人员试行免签政策，我国单方面免签“朋友圈”又添4个新成员。

记者注意到，今年以来，我国在扩大免签国家范围、提高入境游便利化水平等方面持续发力，截至目前，适用单方面免签政策来华国家已扩展至47个。

地方也在积极作为，不久前北京围绕入境游产品、宣传、服务、保障

4个方面推出22条举措。云南也制定240小时入境游及东盟国家旅游团免签重点工作清单，从通关服务、支付体系、线路开发等多维度优化旅游服务。

这些都极大地激发了境外游客来华热情。杭州海关6月9日数据显示，截至目前，杭州空港今年入境外籍旅客超19万人次，免签入境的超11万人次，同比分别增长33%和115%。自杭入境的外籍旅客主要来自韩国、马来西亚、泰国，人数分别超3.4万、2.4万、1.8万人次。

从全国来看，国家移民管理局数据显示，今年端午节假期入境外国人中，适用免签政策入境23.1万人次，较去年同期增长59.4%。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授王金伟在接受记者采访时表示，政策推动下，我国入境游市场显著增长，并展现出客源国多元化、需求多样化及旅游区域下沉三大鲜明特点。

中国旅游研究院国际研究所副研究员刘祥艳表示，入境旅游的发展是帮助地方提升国际知名度、促进文化交流、加强对外开放合作的重要途径。更多入境游客的到来，提升了文旅需求的多样性，有助于丰富当地文旅供给，提升创新力。

“中国购”热兴起

“中国游”的火爆还带来“中国购”的热潮。“一定要带空箱子去中国！”这个实用小贴士在海外社交平台引发

热议。

据了解，过境免签政策为外籍旅客在广州中转停留提供了充足时间，叠加广州白云国际机场发达的“空铁联运”网络，吸引了大量中转旅客转化为“深度游”消费者。

“我们在办理业务的过程中了解到，有不少外籍中转旅客在广州停留近一周，还有部分旅客会到广州周边的城市，如深圳、中山、东莞等进行购物游玩，带动当地商圈、文创等场景消费增长。”广州白云机场海关旅检一处旅检一科副科长杜泽强介绍。

记者从北京海关获取的数据显示，今年前5个月北京海关监管进出境旅客899万人次，同比增长22.8%，验核境外旅客离境退税申请单总金额约4.7亿元，同比增长91.6%，入境旅游消费潜力得到进一步释放。

从“中国游”到“中国购”，“旅游+扫货”的体验让外国游客直呼“真香”。尤其是自商务部等6部门《关于进一步优化离境退税政策扩大入境消费的通知》落地施行以来，境外旅客购物体验进一步升级，离境退税新政对入境消费的推动作用显著。

国家税务总局最新数据显示，政策措施实施首月，全国税务部门办理离境退税笔数同比增长116%，退税商店销售额同比增长56%；“即买即退”业务试点推广至全国，办理数量同比增长32倍，销售额比去年同期增长50倍；新增离境退税商店1303家，全国离境退税商店已增至5196家，为2024年底的1.4倍。

多重带动效应可期

对于“中国游”和“中国购”同时出现的火爆局面，刘祥艳指出，“即买即退”政策与签证、支付便利化等政策协同，明显带动了入境旅游消费。

王金伟也认为，离境退税政策优化显著降低了游客消费成本，符合消费者追求高性价比的心理。“以日韩为例，随着免签政策以及离境退税等政策的优化，不仅游客的购物意愿提升，不少专程来采购的外国消费者也在显著增长，而这些消费者同样有较强的旅游意愿。‘中国游’和‘中国购’正在互相促进，共同激发入境消费活力。”

王金伟进一步分析，依托中国制造业从“制造”向“创造”升级，中国产品的吸引力不断上升。以旅游商品为例，各地特色文创产品层出不穷，已进入创意时代，同时中国科技产品如旅游服务机器人、冰雪运动装备等因物美价廉成为外国游客的采购热点。中国正成为世界旅游装备制造的重要中心。

在刘祥艳看来，政策的带动效应有望进一步发酵，在带动消费市场的同时，也将为我国商品、文化走出国门提供重要渠道。从茶叶、瓷器、丝绸等传统中国特色商品，到手机、无人机等电子数码产品，再到兼顾中国文化特色和当代时尚审美需求的“国潮”文创及周边产品，国货潮品有望乘着政策东风，获得更多国际消费者的青睐。

据《经济参考报》

内地电商深耕香港 跨境网购成消费新常态

近年来，随着内地电商平台加速拓展海外市场，越来越多香港市民开启了跨境网购新时代。这种新的消费方式，不仅让香港市民享受更丰富的商品和更实惠的价格，也进一步深化香港与内地的经贸往来，成为推动粤港澳大湾区经济融合、促进民心相通的重要纽带。

从“运费比货贵”到“万物皆可淘”

傍晚时分，香港红磡商场菜鸟驿站自提点前排起长龙。

捧着刚拿到的一箱纸巾，香港居民王女士兴奋地向记者说：“拼多多买的，20多元人民币，比香港便宜三分之二。”她特别提到，相较于以前的“运费比货贵”，如今免运费政策让她每周都要下单两三次。

像王女士这样通过内地电商平台采购日用品，已成为香港很多家庭的消费新常态。自去年10月淘宝推出“满99元人民币包邮到港”活动后，拼多多“全场商品无门槛包邮”、京东“自营家电一件包邮”相继跟进，改变了一些港人的购物方式。

据快递点工作人员反映，每逢内地电商平台大促，香港包裹量就激增，各区自提点频频爆满，自提柜更是“一柜难求”。这股热潮甚至带动不少从未网

购的港人开始网购“尝鲜”。

随着内地电商平台吸引力与日俱增，港人网购品类从服装、小商品升级到大件家电家具。

从“只求低价”到“看重服务”

“曾经，运费贵是跨境网购的最大阻碍。”香港特区立法会议员张欣宇指出，香港日用品价格普遍高于内地，而包邮政策直接将跨境购物成本拉平至内地水平，使得价格敏感型消费者迅速转向内地电商平台。

为增强消费者信任，内地电商平台纷纷在香港布局线下体验店，不仅展示热销商品，还提供“线下试用、线上下单”服务，吸引大批香港市民参与。

“先体验再购买的消费模式，更符合香港消费者的购物习惯。”淘宝家具实体店首席营运总监梁司范表示，这不仅为线上平台引流，也弥补了跨境网购无法实地体验的短板，形成线上线下联动的消费闭环。

与此同时，内地电商平台凭借自建物流网络，在香港推出“30天包退、180天有坏换新”服务，进一步增强港人消费信心，并成功进入高端家电市场。

“没想到网购大家电这么省心。”沙田居民李女士连连称赞。她在京东购买

的洗烘一体机仅用三天便送达，还提供免费安装服务。“高效、便捷，体验完全不输实体店。”

“本地退货”服务也成为新亮点，大幅降低了跨境售后门槛。香港金融分析师韩骏东称，内地电商平台正从初期的“包邮+低价”竞争，转向“物流+售后+体验”的全方位服务，进一步消除香港消费者对跨境网购的顾虑，推动跨境网购不断发展。

从“消费驱动”到“民心相通”

近年来，内地生活服务平台加快拓展香港市场。2023年，美团旗下外卖平台Keeta在香港上线后迅速打开市场，一年内斩获44%的市场份额。高德、滴滴等出行平台也相继进驻，为香港市民提供更多元、更实惠的出行选择。

“香港年轻人用淘宝购物、刷抖音娱乐、叫美团外卖，消费习惯越来越接近内地。”中国（深圳）综合开发研究院常务副院长郭万达指出，内地电商和生活服务平台在香港普及，正无形中拉近香港与内地民众的心理距离。

面对新形势，香港本土企业也积极行动。本地电商平台HKTVmall优化服务，引入数百家内地商户；香港邮政则不断完善物流网络，扩展自提点，其与

中邮香港联合运营的抖音账号更成为推广香港产品的新渠道。

“香港应充分发挥国际化和专业服务优势，打造内地品牌出海的超级枢纽。”香港中国金融协会副主席蒋国荣表示，香港完全有条件成为内地品牌出海的“超级联系人”。

如今，在香港消费版图的重构过程中，香港正经历从传统“购物天堂”向“跨境枢纽”的转型。“随着基础设施互联互通日益深化，一个更具活力、更有效率的区域消费新格局，将为粤港澳大湾区经济发展注入强劲动能。”蒋国荣说。

据新华社

限期返岗通知

高洁，(身份证号：142431199206281822)，因多次与你联系未果，现通过公告方式通知你尽快返岗。请于公告之日起15日内返岗。若你于公告之日起15日内未到岗报到，我单位将按相关规定处理。

财会信报社
2025年6月24日