

# “双循环”新发展格局下粤港澳大湾区发展免税经济研究

■ 赖伟娟

**摘要:**在“双循环”新发展格局下,粤港澳大湾区发展免税经济可以加快吸引海外消费回流、提升国内国际流通效率、促进粤港澳零售融合、集聚高端消费资源,进而推进粤港澳消费市场一体化、助推国际消费中心城市建设、增强大湾区国内大循环内生动力、提升大湾区“双循环”枢纽能级。粤港澳大湾区发展免税经济具有较好的基础,但仍面临发展业态较为单一、消费限制较多、经营主体竞争力不强等问题。基于此,本研究从发展免税新业态新模式、优化免税商品结构、优化口岸免税店布局、放宽市场准入门槛、提升离境退税便利化程度等方面提出对策建议,以更好地发挥免税经济在构建“双循环”新发展格局中的作用。

**关键词:**粤港澳大湾区;“双循环”;免税经济;免税政策;国际消费中心城市  
**【中图分类号】**752.5 doi:10.3969/j.issn.1674-7178.2023.04.003



开放科学(资源服务)标识码(OSID)

## 引言

加快构建新发展格局是党中央推动高质量发展的重大战略部署,是实现中国式现代化的路径选择。党的二十大报告提出,依托我国超大规模市场优势,以国内大循环吸引全球资源要素,增强国内国际两个市场两种资源联动效

应。免税经济模式是一种连接国内外市场的开放行业模式。在中国旅客境外免税消费已占到全球市场三成以上的形势下,国内发展免税零售被认为是加速境外消费回流、促进国内消费扩容提质的重要抓手。发展免税经济既能满足人民群众消费升级的需求,又能发挥我国超大规模市场优势,吸引全球消费资源聚集,畅通国

**【基金项目】**广东省自然科学基金面上项目“多维邻近性视角下粤港澳大湾区生产性服务业集群创新网络结构演化研究”(2020A1515010835)、2022年度广州市哲学社会科学规划智库课题“粤港澳大湾区发展免税经济研究”(2022GGBT04)阶段性成果。

内国际经济“双循环”。粤港澳大湾区具有面向国内国际市场的天然优势,其中港澳地区一直是连接内地与世界的“超级联系人”,广东出入境客流量位居全国首位,为大力发展免税经济提供了良好条件。本文从分析免税经济内涵和发展态势入手,阐述发展免税经济对粤港澳大湾区打造新发展格局战略支点的积极作用,剖析粤港澳大湾区发展免税经济的不足和优势,结合所面临的挑战和机遇,提出粤港澳大湾区加快发展免税经济的政策建议。

## 一、免税经济的内涵及其发展态势

### (一)免税经济的内涵

免税业是一个国家授权其出入境口岸或特定地点的零售商向出入境的国内外游客销售免税商品的特殊零售行业<sup>[1]</sup>。广义的免税经济为免退税经济,包括各种类型免税店、离境退税商店的相关业态,包含免税商店、免税商品和国际游客三要素<sup>[2]</sup>。其中,免税即对进口商品免征进口关税、增值税和消费税,退税即退还货物价值中所包含的增值税。在我国,免税业实行特许经营管理,企业免税经营资质和免税店的设立均需国务院及其授权部门批准,地方政府及各部门无权审批经营管理免税业务;免税经营企业开设免退税商店需经海关备案,在交易流程上实行严格管理;免税商品购买限定了特定人群以及特定条件,商品品种主要以烟草、酒水、香化产品、食品、时尚消费品为主。

### (二)我国免税业发展概况

我国免税店主要有口岸免税店、离岛免税店、市内免税店等类型,各类免税业务由国务院授权相关部门颁发牌照。截至2022年底,中国共有8家企业获批免税经营资质(表1),其中中国免税品(集团)有限公司(以下简称中免集

团)为龙头企业。北京、上海免税业在全国起步早,海南作为后起之秀发展势头迅猛。上海、海南、北京分列全国免税业的前三强,根据新冠疫情前的2019年数据,三地的免税销售额分别为167.4亿元、134.9亿元和约100亿元<sup>①</sup>;上海机场免税店营业规模居国内第一、全球第三,离境退税销售额占全国比重达六成,中免集团和中国出国人员服务有限公司(以下简称“中出服”)均在上海设立了市内免税店。2020年6月,中共中央、国务院印发《海南自由贸易港建设总体方案》,推出离岛免税新政,加上新冠疫情发生后进出境受限,使得海南免税业迎来了“井喷式爆发”。2020年,海南离岛免税店销售额较上年翻了一番;2021年,全岛10家离岛免税店总销售额(包含有税零售额在内)达601.73亿元<sup>②</sup>,贡献了海南社会消费品零售总额的24%<sup>③</sup>;2022年,在海南从事离岛免税业务的免税公司(含子公司)增至12家,免税业务规模已跃居全国各省市之首,在新冠疫情防控较为严峻的态势下,海南离岛免税店总销售额仍达到487.1亿元,其中免税销售额348.1亿元<sup>④</sup>。实践表明,发展免税经济可以有效地激发消费活力、促进经济发展。

### (三)广东免税零售的相对地位

截至2022年底,广东省内有各类免税店72家,数量为全国最多,以口岸进出境免税店为主(59家),主要集中在粤港澳大湾区的深圳(40家)、珠海(9家)、广州(8家)<sup>⑤</sup>。免税店的经营主体以中免集团、珠海市免税企业集团有限公司(以下简称珠海免税集团)、深圳市国有免税商品(集团)有限公司(以下简称深圳免税集团)及其下属企业为主。但广东免税销售额规模较小,2019年为66.85亿元,占全国的10%左右,而海南免税销售额是广东的2.3倍;2021年海南免税销售额增长至494.7亿元,而广东则下降至21.59亿元(图1)。

表1 我国获批免税经营资质的企业

序号	企业名称	业务范围
1	中国免税品(集团)有限公司	全牌照经营资格
2	中国出国人员服务有限公司	可经营离岛免税
3	中国港中旅资产经营有限公司	进出境免税
4	海南旅投免税品有限公司	本土离岛免税经营
5	海南发展控股(全球精品免税城)	本土离岛免税经营
6	王府井集团股份有限公司	唯一获得牌照的百货零售企业
7	深圳市国有免税商品(集团)有限公司	可经营离岛免税
8	珠海市免税企业集团有限公司	可经营离岛免税

注:2020年中免集团以51%控股收购海南省免税品有限公司,以51%控股收购日上免税行(外资免税企业),两家企业现为中免集团的成员企业,故不单独列出。

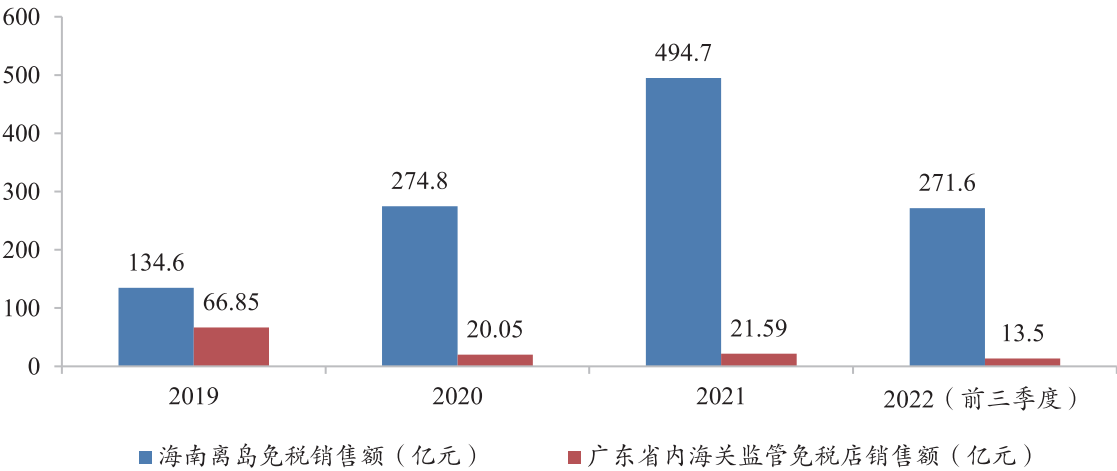


图1 海南离岛免税销售额与广东省内海关监管免税店销售额对比

数据来源:海南省人民政府网站、海关总署广东分署网站

## 二、免税经济对粤港澳大湾区打造新发展格局战略支点的作用分析

### (一)吸引海外消费回流,增强粤港澳大湾区国内大循环内生动力

免税品市场扩张背后是我国人民消费结构的转变。随着收入水平提升,消费结构转型升级加快,低水平商品消费比重减少,过去被视为奢侈品的消费如今已成为部分中高收入群体的“刚需”。相对有税百货零售,免税店相关产品

有20%~40%的价格优势,广受消费者青睐。据毕马威报告,2019年免税零售已经发展成为一个销售达864亿美元的业务板块,其中亚太地区占54%<sup>⑥</sup>。中免集团2019—2022年的营业额分别为480亿元、526亿元、676亿元、544亿元<sup>⑦</sup>,展现了免税品消费的巨大潜力。同时,免税销售通过线上引流可带动有税商品销售,促进城市商业经济繁荣。如2022年中免集团中国市场有税渠道收入为280亿元,占到了集团整体销售额一半以上,是广州广百股份商品销售收入

(48.92 亿元)的近 6 倍<sup>⑧</sup>。消费者使用中免 APP 或者小程序购买过免税品以后,容易形成用户黏性。而且中免集团在集中采购和供应链管理方面具有优势,使得含税商品价格比传统百货更低,从而刺激消费者购买。对粤港澳大湾区来说,其发展免税经济具有经济实力雄厚的优势。根据粤港澳统计部门公布的数据,2022 年粤港澳大湾区经济总量超 13 万亿元人民币。面对庞大的具备高消费能力的本土及国际消费群体,粤港澳大湾区发展免税经济,一是可弥补我国内生性需求不足的短板,释放内需潜力,吸引海外消费回流,连通“双循环”;二是通过免税商品销售可带动含税商品的消费,提升大湾区商业经济活跃度;三是通过免税店的“风向标”作用引导企业创新,增强经济发展内生动力。

## (二)提升流通效率,提升粤港澳大湾区“双循环”枢纽能级

“双循环”发展格局下,国际枢纽城市是全球消费资源的融通和配置中心,是全球产品和要素资源自由流动并高效配置的枢纽<sup>[3]</sup>。发展免税经济可以促进我国进口贸易有序流通,有助于把大湾区建成国际消费资源集成转化高地,提升大湾区“双循环”枢纽能级。一方面,大湾区发展免税经济,扩大进口贸易可以带动国内外商品的跨境、跨区域流动,打通国内国际“双循环”的某些堵点。传统贸易方式下消费品进口流通环节多,层层经销商加价严重,流通效率低,消费者不得不承受偏高的价格。而我国免税进口体量的增加以及免税企业对消费终端市场的把控,使得免税企业在高端消费品进口中的议价能力与市场渠道控制力显著提升。2021 年《中免集团招股说明书》表示,中免与全球各类知名品牌建立了长期稳定的关系,从品牌方直采的进货渠道保证了议价权,不仅拥有充足的入驻品牌资源,而且通过 240 多家直营

免税店直接面向消费者出售,减少了中间成本。随着大湾区免税商品规模的不断扩大以及免税经营企业全球采购能力的提升,品牌商愿意为其提供优惠、折扣和返利,企业在商业谈判中拥有较大的话语权,从而在一定程度上改变了高端消费进口商品过去被迫接受品牌方垄断高价的格局,促进了消费的增长。另一方面,发展免税经济有利于对消费品进口进行规范有序监管,提升大湾区国际商品流通效率。近年来,跨境电商进口蓬勃发展。通过海外代购渠道,日韩免税品销售从旅游零售演变为对我国的贸易倾销<sup>[4]</sup>,严重扰乱我国免税零售。例如,市场海外代购商品品质无法保证,海量包裹给海关带来监管难题,同时“个人邮寄物品进口税额在低于 50 元予以免征”也给国家带来税源流失。而免税品进口都有固定的海关监管场所,进货渠道和检验有保证,保障了消费者权益,进而刺激更大消费、扩大消费品进口。

## (三)促进粤港澳零售融合,推进粤港澳消费市场一体化

建设全国统一大市场是构建新发展格局的基础支撑和内在要求。由于粤港澳大湾区涉及三个关税区,面临三种不同管理体制,在粤港澳大湾区发展免税经济是实现粤港澳三地消费市场一体化的有效路径。香港、澳门作为自由贸易港,免税经济发达,港澳零售业在品牌运作、供应链管理、优质服务保证方面具有先进的经验和敏锐的市场嗅觉。价格优势和正品保证吸引了众多内地居民前往港澳采购奶粉、保健品、香化产品等高端消费品。但是近年来香港零售服务业收益有所下降,如能将香港、澳门的免税零售延伸至大湾区内地城市,运用港澳在免税零售的经营优势发展深圳、珠海、广州的免税经济,既能促进港澳与内地零售业的融合,减少大湾区居民购买免税商品的路途成本,又可重振



港澳零售业,探索在不同制度下实现大湾区统一消费大市场的有效模式,引领带动消费发展。同时,生活在大湾区内地城市的港澳籍居民已近30万<sup>⑨</sup>,他们也希望在内地能维持与港澳趋同的购物环境和消费福利。如能放宽港澳人士市内免税店的购物场地限制和额度,让更多在大湾区内地城市居住的港澳人士可以便利地购买免税商品,有利于打造宜居宜业的大湾区生活圈,增强港澳居民对大湾区的认同感。

#### (四)集聚全球高端消费资源,助推国际消费中心城市建设

粤港澳大湾区正在打造国际消费枢纽,广州已率先培育建设国际消费中心城市,深圳也在积极创建中,但两个城市的国际知名度和国际消费影响力都显不足<sup>[5]</sup>。在国际消费中心城市培育建设中,可将市内免税店和免税综合体嵌入城市特色商圈,以吸引更多国际品牌进入,提升大湾区城市消费的国际竞争力。一是免税店相对于传统百货零售和跨境电商进口,在价格和正品保证方面有一定的优势,年轻一代消费者日趋偏好在免税店购买奢侈品和高端消费品。二是免税购物具备较好的宣传效应和品牌集聚效应。在商圈内通过免税业务积极拉动含税商品的销售,推动免税店与其他自营零售形式的协同发展,可提升商圈的消费功能,吸纳国内外一流品牌,推动城市消费全球化。三是打造“免税购物+餐饮+旅游”的旅游零售综合体,以免税业务为核心,融合有税零售、餐饮、娱乐、休闲、酒店等其他业务,有利于创新大湾区消费场景,进一步提升大湾区“美食天堂”“千年商都”“休闲之都”的城市消费特色。当前,免税购物已成为游客选择旅游目的地的重要因素之一,大量以购物为目的的游客落地,将拉动交通、住宿、餐饮等服务业的消费。如三亚国际免税城已经成为海南旅游新名片,日均销售收入

超过人民币9540万元<sup>⑩</sup>,拉动2021年海南省接待游客数量突破8100万人次,同比增长26%,其中80%以上旅客选择去免税店购物<sup>⑪</sup>。四是免税经济有助于深化大湾区展会与消费市场联动。在消费类展会中增加免税消费品展览,既可以进一步扩大大湾区消费展会品牌影响力,又能带动大湾区消费市场蓬勃复苏。

### 三、粤港澳大湾区发展 免税经济面临的挑战和机遇

#### (一)不足与挑战

1. 粤港澳大湾区免税经济受新冠疫情冲击及离岛免税政策影响较大。粤港澳大湾区内地免税店以口岸出入境为主,主要依托口岸人流优势,销售对象为通关旅客。受新冠疫情冲击,2020年以来大湾区口岸出入境旅客数量锐减,直接导致大湾区内地免税店消费对象数量严重萎缩,销售额急剧下降。而海南自贸港离岛免税店销售对象为离岛旅客,无需进出境记录。在新冠疫情期间出境受影响的情况下,免税政策红利和品牌直采模式使得海南离岛免税对国内消费者具有极大的吸引力,从而分流了部分消费者。出于同样的原因,香港“购物天堂”的吸引力也有所下降。香港与内地全面恢复通关后,内地访港人流不及预期,根据香港入境处统计,2023年4月29日至5月3日,到访香港的内地旅客平均每日约12.5万人次,仅为2019年同期人数的一半。根据全球咨询公司麦肯锡发布的调查,10%~15%的消费者未来三年将会减少在香港的消费,转向海南免税店购买奢侈品或通过海外代购购买化妆品和保健品。

2. 免税经济业态较为单一<sup>[6]</sup>,未能设立市内免税店和离岛免税店。大湾区内地城市的免税店主要为机场、陆路口岸进出境免税店以及运

输工具免税店。这类免税店只能在出入境时消费,导致消费场景受空间和时间限制。而且,口岸免税店与城市内其他商贸圈割裂,缺少良性经济互动,难以发挥“免税购买”对商业综合体的消费刺激作用以及旅游、零售的协同效应。当前我国获批的市内免税店主要有两类:一是出境市内免税店,以境外旅客为目标客户群体,现国内仅5家。二是归国人员市内免税店,主要面向180天内入境的年满16周岁的中国籍游客,额度仅有5000元,现只分布在北京、上海等9个城市<sup>[7]</sup>,目前国家已不再审批开设此类免税店。

3. 现行非离岛免税政策消费限制较多,销售对象和商品类别有限。粤港澳大湾区接待入境过夜游客和组团出境旅游人数均居全国首位,其中深圳为全国出入境旅客最多的城市,珠海拱北为全亚洲出入境客流最大的单一陆路口岸,新冠疫情前的2019年日均通关客流达40万人次<sup>②</sup>。但是庞大的出入境客流优势并未转化为市场优势。原因在于口岸免税店销售对象类型单一、销售金额和商品品类有限,和离岛免税政策差距较大。例如深圳、珠海各口岸通关旅客主要为港澳居民及内地居民,旅客需出入境方可前往购物,且进境免税店合并境外购物免税限额仅8000元。而海南离岛免税购物门槛低,每人每年额度高达10万元。大湾区口岸进境免税店允许销售的商品品类仅有14类,与海南的45类相差甚远,难以有效发挥口岸免税店承接海外消费回流的作用。经调查,我国市内免税店经营状况并不理想,多个城市的市内免税店未表现出像韩国、日本市内免税店的活力,原因也在于现有政策下销售对象群体和商品种类极其有限、市场规模小、价格也不具优势,对消费者缺乏吸引力。

4. 经营主体竞争力不足,线上市场渠道布

局不足。珠海免税集团、深圳免税集团均成立于20世纪80年代初,是国内最早一批开展免税品销售的国有独资公司,也是广东最大的两家本土免税企业。由于政策限制,两家企业长期只能在当地口岸经营进出境免税店,近几年才被允许在全国范围拓展免税业务。两家企业与中免集团的差距较大,中免集团占据国内免税品市场92.3%的份额,珠海免税集团和深圳免税集团分别居全国第二、第三,但所占市场份额总和不超过6%<sup>[8]</sup>。相比而言,中免集团已布局较为完善的线上线下渠道,而传统口岸免税店因缺少线上业务及离岛补购政策的支持,无法拓展人群入境后的消费市场。广州作为正在培育的国际消费中心城市,甚至没有本地免税品经营企业,无论免税店数量、业态还是销售规模都与上海、北京有较大差距<sup>[9]</sup>,缺少吸引国际消费人群的引流“利器”,不利于提升城市消费能级。

5. 免税零售基础设施不完善,离境退税不便利。港珠澳大桥口岸、白云机场等口岸的免税店因店面面积较小、租金成本较高,限制了上架产品的数量和品种<sup>[10]</sup>,加上旅客停留时间相对较短,导致经营品类结构较为单一、接待能力不足、引流和转化率不足。离境退税与市内免税店业务的服务目标人群基本相同,均为持外国护照、港澳居民来往内地通行证、台湾居民来往大陆通行证的拟离境旅客。但是大湾区内地城市离境退税规模相对较小,业务开展不理想,原因在于离境退税流程不便利。而上海等地区在开展小额“即买即退”业务试点、打造离境退税商业示范区、扩大离境退税口岸覆盖面等方面走在前列,促消费措施取得良好效果。

## (二) 优势和机遇

1. 庞大的出入境人流优势。深港、珠澳口岸是我国境内旅客通关的主要口岸,每日通关

人次超过全国通关人次的八成,即使受新冠疫情影响,珠海免税店2021年、2022年全年销售总额均达到了18亿元以上<sup>⑬</sup>。随着出入境人流恢复性增长以及口岸通关环境不断提档升级,大湾区将具备发展成为全国最具活力的旅游零售市场的人流和基础设施配套条件。

2. 国际消费中心城市建设的驱动优势。广州、深圳在加快建设国际消费中心城市的相关规划或者措施意见中,均提出大力支持免税店建设,进一步扩大口岸免税店规模,并规划布局广州北站免税商业综合体、大湾区国际免税城等免税经济发展载体,塑造大湾区的免税竞争优势。

3. 国家支持免税政策创新发展的政策机遇。在我国扩大内需战略推动下,2016年以来,我国先后多次发布文件放松免税业政策管制,支持发展口岸进境及出境免税店,进一步扩大免税店数量,增加免税品种类,提高免税购物额度,促进免税经济发展。2020年《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》具体阐述了如何进一步完善免税业政策,随后“完善市内免税店政策,规划建设一批中国特色市内免税店”列入“十四五”规划和2035年远景目标纲要。免税业将在相关政策的推动下迎来新的发展机遇。

4. 国家支持自贸区改革先行先试的战略机遇。国家赋予自贸区更多先行先试的自主权,如2022年《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》就明确提出,“支持有条件的地区依托自由贸易试验区等,与国(境)外机构合作建设涉外消费专区”。自贸区同时具备“海关特殊监管区”的独特地位,有利于争取免税政策创新探索的空间。粤港澳大湾区应充分发挥前海、横琴、南沙三大平台优势以及先行先试的战略机遇,在广东自贸区探索

设立免税店,借鉴香港、澳门自由港贸易便利化政策,联通香港、澳门的消费市场,打造趋同港澳的生活消费环境。

## 四、政策建议

### (一)发展免税新业态新模式<sup>[11]</sup>,探索完善市内免税政策

粤港澳大湾区应抓住国家的政策机遇,充分发挥自贸区平台优势,积极向国家争取将广州、深圳、珠海纳入首批新型市内免税政策试点城市<sup>[12]</sup>。一是在横琴澳门深度合作区二线区域、广州南沙、深圳前海申请开设市内免税店,打通市内免税店与港澳之间各种跨境关税、非关税壁垒及市场准入限制,建立内地与港澳的统一大市场。南沙、前海可通过市内免税店的形式与港澳、国外机构合作建设涉外消费专区;横琴作为国际休闲旅游岛,可通过建设免税综合体推动旅游零售与旅游业、会展业融合发展,打造高品质消费品交易中心。二是在广州、深圳的繁华商业圈建立市内免税店,利用各大交通枢纽与商圈通达便捷的优势,推动免税店与商圈融合,打造旅游餐饮零售综合体,吸引消费人流,聚集高端消费资源,发挥国际品牌聚集效应,提升城市消费的综合竞争力。

### (二)优化免税商品结构,促进免税业务与有税业务融合发展

首先,建议国家层面科学确定免税业功能定位,针对境内居民对高品质消费的刚性需求,对照海南离岛免税的商品品类<sup>[13]</sup>,探索扩大市内免税购买人群和免税商品品类;同时,把小部分无出入境记录的特殊人群纳入到市内免税店购买群体,例如需要购买进口奶粉的婴幼儿的家庭、急需进口药品保健品的老年病患者、在内地生活的港澳居民等。其次,在目前大湾区口



岸免税店烟、酒销售占比较高背景下,增加高端化妆品、婴幼儿用品和更新频繁的电子产品等商品,提升消费的多样性。最后,借鉴海南旅游零售综合体建设经验,在横琴、广州等地创新大湾区消费业态,开发有税业务与免税业务融合发展的商业空间,契合消费者需求和习惯。

### (三)优化口岸免税店布局,推动口岸免税购物便利化

一是加强口岸的商业配套,拓宽口岸免税店场馆面积,强化消费空间功能,提高消费者体验。二是推动口岸免税店线上化,对口岸免税在出入境补购及线上购物予以政策支持,突破购买场地限制。三是将口岸免税店与运输工具免税店打通,允许在飞机或者邮轮上订货,在入境免税店提货。四是适当降低商品准入门槛。近几年免税进口化妆品除不需加贴中文标签外,其他准入条件与一般贸易进口业务几乎一致,导致进口化妆品品牌布局免税渠道的成本过高,容易劝退国外新生的优质品牌。建议在风险可控、便利可行的原则下,调整免税重点经营品种的进口准入条件,适当降低门槛。

### (四)放宽市场准入门槛,做大做强大湾区免税经营实体

一是建议国家相关部门结合行业发展实际,从推动免税业的有序竞争出发,将区域性商业龙头企业纳入免税特许经营主体,准许大湾区本土零售百货企业获批免税经营牌照,鼓励香港、澳门免税业龙头企业与大湾区企业合作建设免税零售渠道。二是鼓励现有经营实体加快数字化转型,运用数字技术发展免税有税业务、线上线下渠道,提升综合竞争力<sup>[14]</sup>。三是地方政府可推动大湾区本地零售百货巨头与中免集团、中出服等免税品经营企业合作,提升渠道建设、品牌经营等能力,蓄力打造市内核心商圈免税店优质载体,进一步扩大市内免税店辐

射范围,充分带动大湾区及周边城市、泛珠三角区域免税消费增长。

### (五)提升离境退税便利化程度,推动国有商品进入免税退税零售渠道

一是推动免税店和离境退税店成为展示自主品牌、扶持民族企业,打造国货精品、传播民族传统文化的重要平台。除瓷器类、茶叶茶具、国产白酒、美食特产等传统产品外,我国的美妆、小家电、电子产品目前广受国际旅客欢迎,可引导企业开发专供免税渠道的国内名优特产、美妆产品、小家电及消费电子类商品。二是借鉴韩国经验,支持机场、口岸管理单位把引入国产品牌作为新一轮免税店招投标的前置条件<sup>[15]</sup>。开设免税店国产品牌销售专柜,有针对性地扶持国产精品品牌孵化;在大湾区重要商圈开设离境退税销售专区,吸引境外客流集聚,实行“即买即退”的便利化措施,为后续市内免税店获批后业务量持续增长奠定良好商业基础;在横琴适当放宽现行的离境退税商品目录清单,营造便利澳门居民在横琴生活就业的购物环境。

#### 参考文献:

- [1] 李晓嘉:《发掘国内国际双循环背景下免税业发展潜力》[J],《人民论坛》2021年第17期,第78-81页。
- [2] 汪田姣:《发展免税经济助力大湾区国际消费枢纽建设的路径探讨》[J],《对外经贸》2021年第12期,第59-64页。
- [3] 黄庆华、向静、周密:《国际消费中心城市打造:理论机理与现实逻辑》[J],《宏观经济研究》2022年第9期,第5-18页。
- [4] 揭昊、刘帷韬:《中国特色市内免税店发展路径探析——基于海南离岛免税发展经验》[J],《城市观察》2022年第6期,第65-76页。
- [5] 赖穗怡:《广州建设国际消费中心城市的思路与对



策》[J],《城市观察》2021年第3期,第49-59页。

[6] 揭昊、姚阳、陈心文、管理:《重塑广东免税业竞争优势 助力打造粤港澳大湾区国际消费枢纽》[R],《领导参阅》第21期,2023年6月30日。

[7] 王韵婷、姚林:《我国免税业发展简况和对广州推动设立市内免税店的思考》[J],《广州社会主义学院学报》2020年第4期,第104-110页。

[8] 蒋臻:《丰富广东免税经济业态 多个民主党派建议加快市内免税店落地》[DB/OL],2022年1月22日,https://www.southcn.com/node\_0183de080d/70ab542f1f.shtml,访问日期:2023年7月26日。

[9] 《关于做大做强我省免税经济的建议》[DB/OL],2022年1月20日,http://www.gdmm.org.cn/rdzt/lhsd/18402/content/post\_11828.html,访问日期:2023年8月8日。

[10] 《全国人大代表王学成:关于推动我国免税业高质量发展的建议》[DB/OL],2023年3月7日,http://www.gdmm.org.cn/rdzt/2023lh/15003/content/post\_11463.html,访问日期:2023年8月8日。

[11] 同[6]。

[12] 同[6]。

[13] 同[4]。

[14] 同[6]。

[15] 毛慧红:《建设国际消费中心城市视角下上海加快发展免税经济的思考和建议》[J],《上海商业》2021年第5期,第5-7页。

#### 注释:

①数据来源于参考文献[2]。

②罗霞:《去年海南离岛免税店销售额突破600亿元》[N/OL],2022年1月2日,https://www.hainan.gov.cn/hainan/jd-sj/202201/cb497c23bc304834a07635f0c4f90c61.shtml,访问日期:2023年8月8日。

③用于占比计算的数据来自《2022年海南省国民经济和社会发展统计公报》。

④《关于海南省2022年预算执行情况和2023年预算草案的报告》[EB/OL],2023年2月14日,http://www.mof.gov.cn/zhuantihuigu/2023ysbghb/202302/t20230214\_3866418.

htm?eqid=bf30167c001836950000000664298fb7&wd=&eqid=b0f55a5200024b8a00000006644b7905,访问日期:2023年8月8日。

⑤根据深圳免税集团、珠海免税集团、中免集团网站整理。

⑥《海南自贸港旅游零售市场——迈向璀璨未来》[DB/OL],2021年5月6日,https://kpmg.com/cn/zh/home/insights/2021/05/travel-retail-market-in-hainan-ftp.html,访问日期:2023年8月8日。

⑦数据来源于2022年8月《中国旅游集团中免股份有限公司招股说明书》以及《中国旅游集团中免股份有限公司2022年度报告》。

⑧数据来源于《中国旅游集团中免股份有限公司2022年度报告》和《广百股份2022年度报告》。

⑨根据以下数据推算:广东省人民政府新闻办公室2023年4月6日在广州举行新闻发布会发布的港澳居民在粤参保人数以及第七次全国人口普查公报(第八号)中居住在全国的港澳居民人数。

⑩根据2022年8月《中国旅游集团中免股份有限公司招股说明书》数据整理。

⑪参见《中国经济周刊》2022年第21期《“‘世界最大单体免税店’海口开业”》;《海南离岛免税8天销售10.4亿元 同比增长148.7%》,海南省旅游和文化体育广电厅网站,http://lwt.hainan.gov.cn/ywdt/zwdt/202010/t20201009\_2862669.html,访问日期:2023年8月8日。

⑫李少雄:《“拱北速度”更是一种精神》[DB/OL],2019年6月19日,https://www.nia.gov.cn/n741435/n907688/n932720/n1008173/n1008197/n1008696/n1008784/c1012017/content.html,访问日期:2023年8月8日。

⑬数据来源于珠海免税企业调研资料;信达证券于2023年5月发布的《大湾区之明珠,发力横琴与海南——格力地产(600185.SH)首次覆盖报告》。

**作者简介:**赖伟娟,华南理工大学经济与金融学院国际贸易系副教授。

责任编辑:李 钧