

2020-2026年中国互联网+免税行业市场行情监测 及未来前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+免税行业市场行情监测及未来前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202006/870963.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

我们认为政策放开的额度将延续目前的出境免税政策。目前出境免税额度并无严格限制，需要满足到达国家要求;入境免税额总计8.000元。包含在5.000元进境物品以及3.000元口岸入境免税店购物额度;海南离岛免税为每人每年累计购物限额30.000元.且不限次。我们认为针对国人的离境市内免税政策的免税额度将参照现行的出境免税政策。国内可能并无严格限制。以到达国家的要求为准。

中国出入境免税政策对比 中国出入境免税政策对比 - 出境免税 入境免税 海南离岛免税
离境退税 免征收税种 进口商品免征关税、 进口环节增值税(税率为17%)和消费税(税率为15%);免税店销售的国产商品与其他出口商品类似，实行出口退税政策 退税商店在商品销售环节没有免税，但消费者在离境时可以退增值税。退税物品的退税率为11% . 扣除2%的退税代理机构手续费。可实际退税9% 商品种类和数量
出境免税店经营的免税进口产品包括18个类型 进境免税店可以经营的品种包括烟、酒香化等14类商品,并且购买烟不能超过2条。酒不能超过2瓶，奶粉不能超过4件
海南离岛免税店可以经营的商品品种包括首饰、工艺品、香水，化妆品等38种进口商品
离境退税商店采取负面清单的方式规定，
除了国家禁止、限制进出境物品,适用增值税免税的物品外，目前没有限制 购买总价限制
出境免税额度并无严格限制,需要满足到达国家要求
游客在进境免税店购买免税品时,连同境外免税购物额总计不能超过8,000元人民币
游客在海南离岛免税店每人每年累计免税购物限额为30.000元人民币 游客在退税商店购物的最低起退点为500元人民币(同一境外旅客同一日在同一退税商店购买的退税物品金额)，最高没有限额

购物限额为30.000元人民币 游客在退税商店购物的最低起退点为500元人民币(同一境外旅客同一日在同一退税商店购买的退税物品金额)，最高没有限额

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+免税行业市场行情监测及未来前景展望报告》共七章。首先介绍了互联网+免税行业市场发展环境、互联网+免税整体运行态势等，接着分析了互联网+免税行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+免税市场竞争格局。随后，报告对互联网+免税做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+免税行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+免税产业有个系统的了解或者想投资互联网+免税行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国互联网+免税业行业概述

1.1 “互联网+免税业”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

1.1.2 “互联网+免税业”行业的内涵

1.2 中国互联网+免税业行业发展背景

1.2.1 中国互联网+免税业行业政策背景分析

1.2.2 中国互联网+免税业行业经济背景分析

1.2.3 中国互联网+免税业行业技术背景分析

第二章 中国互联网+免税业行业运行现状及市场前景分析

政策弹性有望促使品类结构优化，打开增量空间。当前政策规定，国人每人每年离境免税限额5000元，购买奢侈品额度不足。海南离岛免税限额30000元，但商品单件超过8000元需补交差额行邮税，价格优势不明显。参考韩国经验，政府为吸引消费回流，持续调升免税限额。韩国本国居民离境免税限额从1979年的500美元/人，提升至2006年的3000美元/人。未来，若能提限额及上调行邮税起征点，我国奢侈品销售额有望大幅提升。

免税政策的对比	免税政策的对比	韩国	-	机场免税	市内免税	离岛免税	针对人群	-
全部离岛人员	本国或外国离境居民	本国或外国离境居民		限额				-

每年限购6次，每次限额600美元，酒不超过1瓶，烟不超过10包

离境限免额度3000美元，入境限免额度600美元

离境限免额度3000美元，入境限免额度600美元 品类-酒类、烟草、计时表、化妆品、香水、手包、钱包、腰带、太阳镜、饼干类、人参类、领带、围巾、贴身饰品、文具类、玩具类、打火机等15大类商品。所有品类（酒类不超过1瓶，香烟不超过1条，香水不超过60ml）

所有品类（酒类不超过1瓶，香烟不超过1条，香水不超过60ml）	免除税种	-
---------------------------------	------	---

增值税、个别消费税、酒税、关税及烟草消费税

增值税、个别消费税、酒税、关税及烟草消费税

增值税、个别消费税、酒税、关税及烟草消费税	提货方式	-	机场提货	机场提货
-----------------------	------	---	------	------

本国品牌可现场提货，国际品牌机场提货	中国	出境免税	入境免税	海南离岛免税	离境退税
针对人群		已办理出境手续、即将前往境外的人员（本国+外国）			

口岸入境针对入境旅客，市内入境针对持护照入境，自入境之日起180天内的中国籍旅客

离岛旅客（包括岛内居民旅客）	准备出境的境外旅客	限额
----------------	-----------	----

出境免税额度并无严格限制，需要满足到达国家要求 游客在进境免税店购买免税品时，连同境外免税购物总额总计不能超过8,000元人民币每次进境限购一次

游客在海南离岛免税店每人每年累计免税购物限额为30,000元人民币，不限次。 游客在退税店购物的最低起退点为500元人民币(同一境外旅客同一日在同一退税店购买的退税物品金额)，最高没有限额 品类 出境免税店经营的免税进口产品包括18个类型 进境免税店可

以经营的品种包括烟、酒、香化等14类商品，开丐贩卖烟不能超过2条，酒不能超过2瓶，奶粉不能超过4件

海南离岛免税店可以经营的商品品种包括首饰、工艺品、香水、化妆品等38种进口商品 离境退税商店采取负面清单的方式规定，除了国家禁止、限制进出境物品，适用增值税免税的物品外，目前没有限制

免除税种	关税、进口环节增值税和消费税
关税、进口环节增值税和消费税	关税、进口环节增值税和消费税

退税商品在商品销售环节没有免税，但消费者在离境时可以退增值税。 提货方式

口岸点提货 口岸入境在口岸点提货，市内入境在市内店当场提货 口岸点提货

当场提货，出境时交验

数据来源：公开资料整理

2.1 中国互联网+免税业行业市场发展阶段分析

2.1.1 互联网+免税业行业发展阶段的研究

2.1.2 中国互联网+免税业行业细分阶段发展特点

2.2 互联网给免税业行业带来的冲击和变革分析

2.2.1 互联网时代免税业行业大环境变化分析

2.2.2 互联网给免税业行业带来的突破机遇分析

2.2.3 互联网给免税业行业带来的挑战分析

2.2.4 互联网+免税业行业融合创新机会分析

2.3 中国互联网+免税业行业市场发展现状分析

2.3.1 中国互联网+免税业行业投资布局分析

2.3.2 免税业行业目标客户互联网渗透率分析

2.3.3 中国互联网+免税业行业市场规模分析

2.3.4 中国互联网+免税业行业竞争格局分析

2.4 中国互联网+免税业行业市场趋势预测分析

2.4.1 中国互联网+免税业行业市场增长动力分析

2.4.2 中国互联网+免税业行业市场发展瓶颈剖析

2.4.3 中国互联网+免税业行业市场发展趋势分析

2.5 中国免税业行业电商发展现状及趋势分析

2.5.1 中国免税业行业电商总体开展情况

2.5.2 中国免税业行业电商交易规模分析

2.5.3 中国免税业行业电商产品/服务品类

2.5.4 中国免税业行业电商盈利情况分析

2.5.5 中国免税业行业电商市场现存问题

2.5.6 中国免税业行业电商市场趋势分析

2.5.7 中国免税业行业电商市场规模预测

第三章 中国互联网+免税业行业商业模式创新策略

3.1 关于商业模式研究的基本思想介绍

3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较

3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程

3.2 中国互联网+免税业行业市场定位创新分析

3.2.1 中国免税业行业消费者特征分析

3.2.2 中国免税业行业企业主流的市场定位分析

3.2.3 互联网对免税业行业市场定位的变革分析

3.2.4 互联网下免税业行业市场定位优秀案例分析

3.3 中国互联网+免税业行业价值主张创新分析

3.3.1 中国免税业行业主要的客户价值主张要素分析

3.3.2 互联网+免税业行业价值主张创新策略分析

3.3.3 互联网+免税业行业价值主张创新优秀案例

3.4 中国互联网+免税业行业渠道通路创新分析

3.4.1 中国免税业行业渠道通路的主要类别及特点分析

3.4.2 互联网对免税业行业渠道通路的颠覆性变革分析

3.4.3 互联网+免税业行业网络媒体广告宣传策略分析

3.4.4 互联网+免税业行业电商渠道构建策略分析

3.4.5 互联网+免税业行业渠道通路创新优秀案例

3.5 中国互联网+免税业行业客户关系创新分析

3.5.1 中国免税业行业客户关系的类别及关系成本分析

3.5.2 中国互联网+免税业行业客户关系创新路径分析

3.5.3 中国互联网+免税业行业客户关系创新优秀案例

3.6 中国互联网+免税业行业收入来源创新分析

3.6.1 中国免税业行业收入的主要来源渠道及特点

3.6.2 中国互联网+免税业行业收入来源的创新分析

3.6.3 中国互联网+免税业行业收入来源创新优秀案例

3.7 中国互联网+免税业行业合作伙伴创新分析

3.7.1 中国免税业行业主要的合作伙伴及其特点分析

3.7.2 互联网如何改变免税业行业合作伙伴结构

3.7.3 互联网下免税业行业新增合作伙伴的特点

3.7.4 互联网下免税业行业新增合作伙伴优秀案例

3.8 中国互联网+免税业行业成本机构优化分析

3.8.1 中国免税业行业主要成本结构及特点分析

3.8.2 互联网如何改变免税业行业成本结构

3.8.3 互联网下免税业行业成本结构的优化路径

3.8.4 互联网下免税业行业成本结构优化优秀案例

3.9.1 国外互联网+免税业行业商业模式优秀案例剖析

第四章 中国免税业行业企业电商投资前景及运行模式选择

4.1 中国免税业行业企业电商战略规划分析

4.1.1 免税业企业电商如何正确定位

4.1.2 免税业电商核心业务确定策略

4.1.3 免税业企业电商化组织变革策略

4.2 中国免税业行业典型电商发展模式总体分析

4.2.1 中国电子商务主流模式分析

4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析

4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析

4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析

4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析

4.2.6 中国免税业行业最优电商模式的选择

4.3 中国免税业行业企业电商切入模式及发展路径

4.4 中国免税业行业移动电商切入路径及典型产品

4.4.1 中国免税业行业移动电商的商业价值分析

4.4.2 中国免税业行业移动电商市场发展现状

4.4.3 中国免税业行业移动电商市场切入路径

4.4.4 中国免税业行业移动电商典型产品形式

4.4.5 中国免税业行业移动电商发展趋势及前景

第五章 中国互联网+免税业商业模式创新优秀案例深度剖析

5.1 案例一

5.1.1 基本信息分析

5.1.2 经营情况分析

5.1.3 产品/服务分析

5.1.4 盈利模式分析

5.1.5 渠道通路分析

5.1.6 合作伙伴分析

5.1.7 融资情况分析

5.1.8 商业模式评价

5.2 案例二

5.2.1 基本信息分析

5.2.2 经营情况分析

5.2.3 产品/服务分析

5.2.4 盈利模式分析

5.2.5 渠道通路分析

5.2.6 合作伙伴分析

5.2.7 融资情况分析

5.2.8 商业模式评价

5.3 案例三

5.3.1 基本信息分析

5.3.2 经营情况分析

5.3.3 产品/服务分析

5.3.4 盈利模式分析

5.3.5 渠道通路分析

5.3.6 合作伙伴分析

5.3.7 融资情况分析

5.3.8 商业模式评价

5.4 案例四

5.4.1 基本信息分析

5.4.2 经营情况分析

5.4.3 产品/服务分析

5.4.4 盈利模式分析

5.4.5 渠道通路分析

5.4.6 合作伙伴分析

5.4.7 融资情况分析

5.4.8 商业模式评价

5.5 案例五

5.5.1 基本信息分析

5.5.2 经营情况分析

5.5.3 产品/服务分析

5.5.4 盈利模式分析

5.5.5 渠道通路分析

5.5.6 合作伙伴分析

5.5.7 融资情况分析

5.5.8 商业模式评价

第六章 中国大型企业互联网+免税业企业经营策略及投资布局分析

6.1 相关上市公司“互联网+免税业”投资布局

6.1.1 企业一

6.1.2 企业二

6.1.3 企业三

6.2 大型互联网企业“互联网+免税业”投资布局

6.2.1 阿里巴巴

6.2.2 百度公司

6.2.3 腾讯公司

第七章 中国互联网+免税业行业市场投融资机会及投资建议（ZY LII）

7.1 中国互联网+免税业行业投资特性及风险

7.1.1 互联网+免税业行业投资壁垒分析

7.1.2 互联网+免税业行业投资特性分析

7.1.3 互联网+免税业行业投资前景分析

7.2 中国互联网+免税业行业投融资现状及趋势

7.2.1 中国互联网+免税业行业投资现状及趋势

7.2.2 中国互联网+免税业行业融资现状及趋势

7.3 中国互联网+免税业行业投资机会及投资建议（ZY LII）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202006/870963.html>