



拥抱中国旅游 新零售时代

陈国强

中国免税品（集团）有限责任公司总经理



CONTENTS

目录



01

中国旅游零售市场的新特点新变化

02

聚焦旅行新场景，重塑新零售人货场

03

中免集团发展新零售的最新进展和未来计划

01

中国旅游零售市场的新特点新变化



特点1：中国出境游市场规模继续保持高速增长

2018年中国出境游市场规模和消费支出再创历史新高



1.5 亿人次

出境旅游市场规模：

2018年中国出境旅游人数达到1.5亿人次，同比增长14.7%

1200 亿美元

出境旅游消费支出：

超过1200亿美元，同比增长4%

14.9%

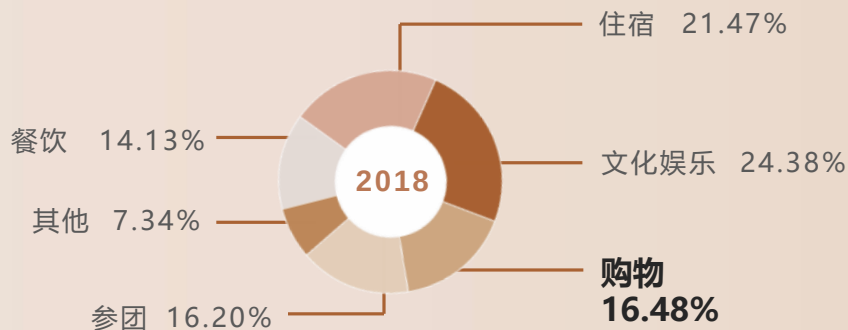
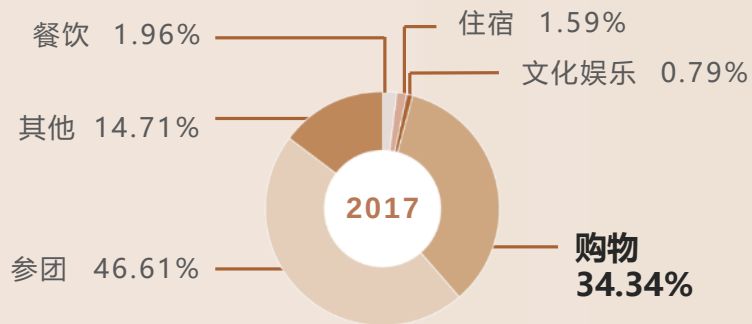
人均消费：

人均消费2971美元，增长14.9%

特点2：出境游购物支出比例下降，免税购物规模逆势增长

从出境游旅客的消费结构看，用于购物的支出从 34.34% 下降到了 16.48%。餐饮、文化娱乐、住宿消费等获得快速增长，委托代购、亲友送礼、冲动消费支撑的购物消费和走马观花的景点“打卡”消费则大幅下降

2017 年和 2018 年消费结构饼图对比



特点2：出境游购物支出比例下降，免税购物规模逆势增长



- 随着中国免税市场的日趋便利和成熟，中国免税购物规模强劲增长
- 2018年中国免税行业销售额达到**394.9** 亿元
- 增长**27.3%**，接近**400** 亿元大关

海南 离岛 免税

- 渠道丰富、额度提升
- 机场离境免税和进境免税
- 邮轮免税
- 网上预订，机场提货



- 渠道增加丰富
- 购买方式更加便利
- 免税规模保持增长

特点3：新零售旅游购物占比提升

2018年奢侈品国内线上零售额暴涨，增幅高达37%

- 2018年中国奢侈品线上销售营业额达到360 亿人民币，增长37%，占中国境内奢侈品市场销售额的14%
- 近90%的奢侈品牌对门店互联网化进行了尝试，包括线上发布新品、预约到店、发布活动等
- 截止到2018年年底，超过90个一线品牌的400多家门店入住奢侈品第三方VIP客户服务平台

360

亿人民币

↑ 37%

90%

>400

家门店



旅游零售行业

有限的
时间

新零售
的挑战

有限的
空间

行前

行中

行后

打通旅游零售线上线下渠道

渗透率 ↑

转化率 ↑

客单价 ↑

02

聚焦旅行新场景 重塑新零售人货场



1、全面数字化的“人”

消费者大数据和会员数据为营销赋能



千人千面

将不同的内容根据不同的用户标签精准推送给目标客群

2、满足新消费需求的“货” 更多个性化的商品、体验和服务



● 独家免税专供商品

- 更多独家限量商品
- 更高性价比的免税专供套装组合
- 个性化定制商品



● 新体验

- 时尚奢华的购物环境
- 品牌明星代言人互动
- 店内科技互动体验
- 品鉴会
- 美妆讲座



● 专属服务

- 千人千面的内容服务
- 线上预定，线下提货无缝服务定向折扣
- 会员年度回馈活动
- 高端会员接送机
- 服务VIP 休息区

3、无处不在的“场”

全渠道无限延展购物时间和空间

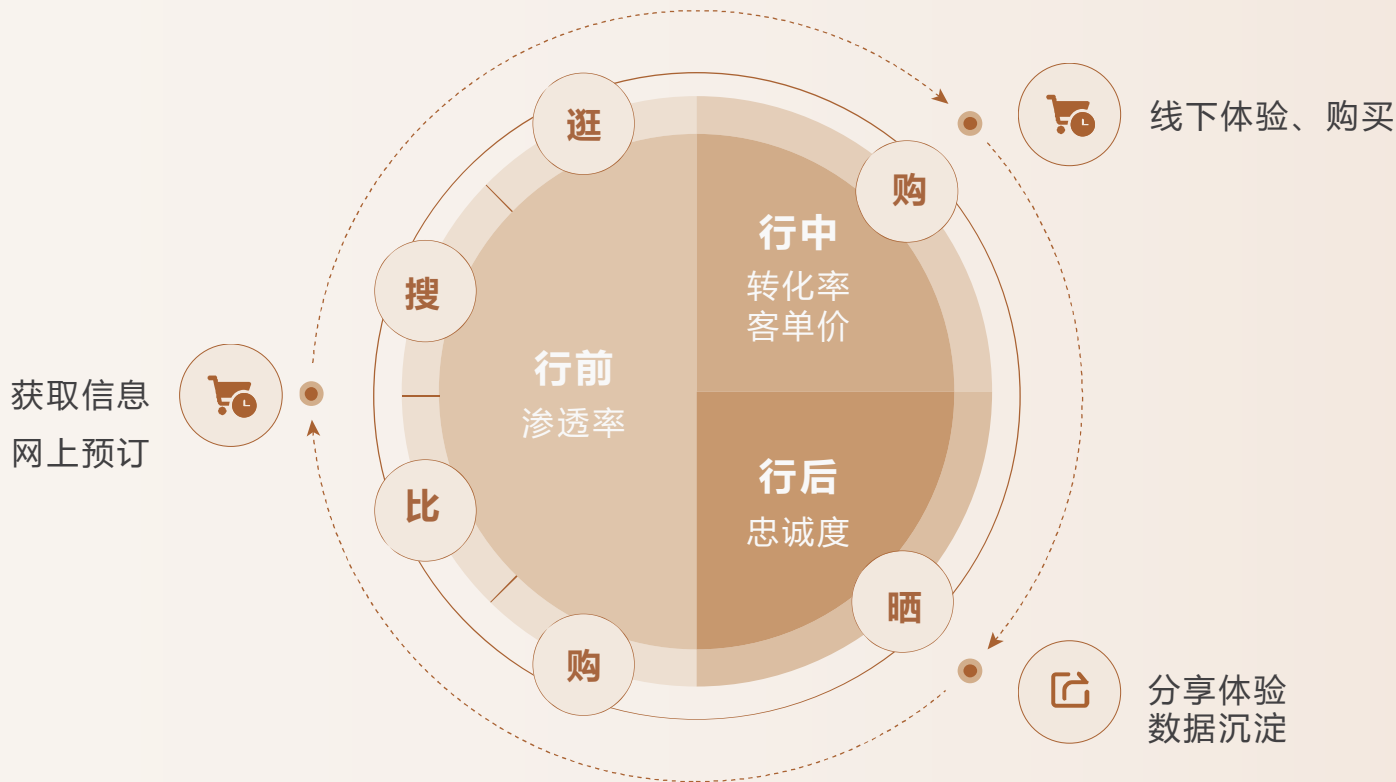


3、无处不在的“场”

全渠道无限延展购物时间和空间



4、聚焦旅游新场景，行前、行中、行后重构人货场



4、聚焦旅游新场景，行前、行中、行后重构人货场

(1) 行前：锁定目标客群，精准内容推送，提升渗透率

逛

搜

比

用户获取信息（内容）：在以下两个渠道分发更多的内容

折扣券、第三方合作权益（支付宝、银联、银行、线下出行权益）

通过游记攻略等分享确认目的地和行程：

美团大众点评、小红书、蚂蜂窝、微信、头条、抖音、什么值得买

通过线下旅行社+OTA预定行程：

中国旅游集团内部旅行社资源、携程、同城、booking、agoda、飞猪等

4、聚焦旅游新场景，行前、行中、行后重构人货场

(1) 行前：锁定目标客群，精准内容推送，提升渗透率

购

(预购)



流畅的线上产品体验



优质的商品和优惠的价格



创新的营销策划

4、聚焦旅游新场景，行前、行中、行后重构人货场

(2) 行中：全方位升级购物体验，提升购买转化和客单价

购

提货

优质的线下服务

舒适的购物环境

提升转化率
和客单价

丰富的商品种类
和值得买的价格

创新的线下营销方式

- 主题营销
- 场景营销（快闪店）

4、聚焦旅游新场景，行前、行中、行后重构人货场

(3) 行后：沉淀用户数据，增加用户粘性和忠诚度

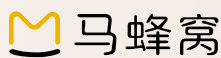
晒

(分享+口碑传播)

线上：会员分享产生海量UGC内容



社群



自媒体平台

4、聚焦旅游新场景，行前、行中、行后重构人货场

(3) 行后：沉淀用户数据，增加用户粘性和忠诚度

晒

(分享+口碑传播)

线下：通过传统媒体和自媒体对会员线下活动+增值权益进行传播



会员主题活动



会员权益发放

03

中免集团发展新零售 的最新进展和未来计划



1、人

全渠道会员互通，建立中国最大的会员大数据中台，为全场景营销赋能

自有会员

- 1 中免集团会员
- 2 日上免税行会员
- 3 Duty Zero by cdf
- 4 中国旅游集团会员

第三方会员

- 1 第三方会员权益共享

线上线下会员

- 1 线上平台和线下门店
- 2 会员体系互通



实现会员信息数字化



2、货

2019年将有近60个品牌推出中国免税40周年独家限量商品。

更丰富的商品组合，更多独家限量商品提供，满足消费者多样化个性化需求



中国免税 40 周年独家限量商品



3、场

线上线下全渠道战略布局，覆盖消费者购物全场景

01

线下实体免税店

北京
上海
香港
广州
杭州
澳门

大型枢纽机场

柬埔寨
澳门
北京
上海
大连
青岛
厦门

市内免税店

三亚
海口
博鳌

离岛免税店

3、场

线上线下全渠道战略布局，覆盖消费者购物全场景

02

线上免税店预订平台



3、场



4、和阿里巴巴全面战略合作，携手打造旅游新零售业务模式

(1) 战略合作方向



全面战略合作

电商

大数据

营销

物流

会员

A private jet is shown in flight, banking to the left. The aircraft is white with red accents on the wingtips and tail. Below the plane, a dense urban skyline is visible, featuring numerous skyscrapers. The most prominent building is the Burj Khalifa, which stands out due to its height and distinctive spire. The sky is a mix of soft orange and pale blue, suggesting the time is either dawn or dusk. The overall scene conveys a sense of luxury and global connectivity.

谢谢