

离境退税“即买即退”从试点推广至全国

成都现有49家店,将进一步扩大数量

华西都市报讯(记者 朱宁)日前,国家税务总局发布《关于推广境外旅客购物离境退税“即买即退”服务措施的公告》(以下简称《公告》),对离境退税“即买即退”的主要内容、办理流程和施行时间作出明确规定,将这项服务措施从多地试点推广至全国。这意味着境外游客在全国范围内可享受到离境购物的当场退税服务,并可将退税款继续用于境内消费。

此前,这项举措先后在上海、北京、广东、四川、浙江等地开展试点。成都作为试点城市之一,试点情况如何?今年还有哪些新举措?

“‘即买即退’作为一项便利服务举措,是‘离境退税’政策的升级优化。”4月9日,国家税务总局成都市税务局相关负

责人介绍。成都市于2023年开始试点“即买即退”服务措施,目前共有49家“即买即退”商店,为境外旅客提供了更加便捷、多样化的退税选择。

“即买即退”政策有何便利之处?根据《公告》,境外旅客在“即买即退”商店购买退税物品,办理信用卡预授权后,即可在现场领取等额退税款。旅客离境时,海关核验旅客身份和退税物品,退税代理机构审核购物退税信息无误后,当即解除信用卡预授权担保,并办结离境退税事项。《公告》指出,有意愿提供“即买即退”服务的退税商店,在与本地退税代理机构商谈一致后,即可成为“即买即退”商店。

记者梳理发现,49家“即买即退”商

店全部位于成都市春熙路商圈,涉及珠宝、服饰等领域,而去年落地的四川省首个“即买即退”集中退付点就位于春熙路商圈的成都IFS(成都国际金融中心)。境外旅客在“即买即退”商店消费后,就近就可以到成都IFS办理退税。

“‘即买即退’是现金(人民币)退税,境外旅客消费后,在‘即买即退’集中退付点可现场办理退税。”该负责人表示,“即买即退”集中退付点将离境退税窗口前移到商业综合体,拉近了成都春熙路商圈与海外旅客的距离。符合条件的境外旅客在“即买即退”商店消费后,拿着购物发票和退税申请单,即可前往“即买即退”集中退付点办理信用卡预授权手续并领取等额退税预付金。“这种便利化

的服务可更好地激发境外旅客的消费热情,促进‘二次消费’,在提升境外旅客消费体验的同时,也为春熙路商圈吸引境外客流提供了新的增长点。”

该负责人介绍,为了加快建设国际消费中心城市,2023年7月20日,四川首个离境退税特色街区——春熙路离境退税特色街区正式亮相。为进一步优化离境退税商店布局,成都税务部门推出“四川造”“成都造”等中国商品特色商店。

数据显示,2024年,成都全市共有离境退税商店429家,全市离境退税金额近3000万元。前述负责人表示,今年,成都将在现有49家“即买即退”商店的基础上,吸纳具备条件且有意愿的商店,进一步扩大“即买即退”商店数量。

四川“真金白银”支持文旅消费

引进国际重大体育赛事最高奖励600万元

4月1日,省政府办公厅印发《关于进一步推动经济运行回升向好的若干政策措施》(以下简称政策),从加快消费恢复提振、帮助企业降本减负、推进企业快速增长、促进产业转型升级四个方面制定21条政策措施。

其中,文旅消费相关激励政策被重点着墨,引进大型演唱会最高可获500万元激励,引进国际重大体育赛事最高可获600万元激励,这一系列“真金白银”的支持措施引发业界广泛关注。

四川为何将文旅演艺产业置于经济回升向好的重要位置?这些激励政策将如何撬动区域经济增长?4月10日,华西都市报、封面新闻记者采访了相关业内人士,对此予以解读。

精准施策

真金白银激活演艺市场

政策明确,对2025年1月1日至12月31日期间,引进在川举办大型演唱会、音乐节等大型营业性演出活动的主办单位,省级财政根据累计售票总人数、售票收入及经济贡献,给予最高500万元激励。

引进高品质剧场演出的主办单位,省级财政根据累计观演观众人次及经济贡献,给予最高90万元激励;引进全国性演艺赛事交易活动的主办单位,省级财政根据参展企业和签约情况,给予最高300万元激励;引进国际重大体育赛事活动的主办单位,省级财政根据赛事级别,给予最高600万元激励。

与此同时,政策还对文旅消费促进活动给予激励。对2025年4月1日至12月31日期间,引进在川举办国际性、全国性重大文旅消费促进活动的承办方,省级财政分别给予500万元、300万元一次性奖补。

“近年来,文旅消费总量持续创新高,表明文旅消费在消费产业占据了龙头地位,未来将呈现持续上升趋势。”四川大学旅游学院教授、博士生导师杨振之表示,在此背景下,政策出台后通过财政激励,能适当降低企业成本,有望吸引更多演艺项目、赛事活动等文旅项目落地。

“这次出台的政策补贴力度很大,对演艺企业和文旅活动的承办方激励也很大,让企业更有动力去引进项目。”杨振之告诉记者,数百万元的补贴为演艺企业注入了“强心剂”,助力企业引进高质量的演艺及赛事活动。同时,建议政策



今年清明假期,成都、眉山、雅安创新跨城推出“跟着《苏堤春晓》游四川”活动。



成都演艺市场持续火热,未来两个月,林忆莲、陶喆、范玮琪、王赫野、吉克隽逸、潘玮柏、何洁等众多明星将接连在成都开演唱会。

更多向民营企业 and 中小企业倾斜,减轻企业实际负担。同时,杨振之建议,除了对景区、演艺和赛事活动的补贴外,政府后期还可以加强直接面向消费者的激励措施,“类似于旅游消费券的做法,可以让消费者直接获利,更能激发市民游客的消费热情。”

文旅联动

将“两小时经济”延展为长效消费

刚刚过去的清明假期,四川迎来了

一波文旅热潮,全省纳入统计的886家A级旅游景区累计接待游客1274.57万人次,实现门票收入超过1.19亿元,同比分别增长16.06%、11.32%。

成都、眉山、雅安创新跨城推出“跟着《苏堤春晓》游四川”,围绕国家大剧院在川演出“观剧惠游”,带动三苏祠、瓦屋山等景区热度提升;达州市巴山大峡谷景区首次推出“祈福巴山万物共生”大型沉浸式实景互动演艺;绵阳市推出文旅消费券—演艺演出券;雅安市推出“跟着演艺去旅行”系列优惠套餐,多地共同发力推动假期“演艺+文旅”消费新热潮。

4月4日至5日举行的2025成都热浪飞行银河左岸音乐节,据测算累计吸引观众超6万人次,其中外地观众占比87%,带动消费1.2亿元。这一数据印证了演艺活动对拉动消费的强大动力。

一张门票可撬动交通出行、住宿餐饮、商超购物、景区旅游等综合消费,在此背景下,四川多地提出“跟着演出去旅行”激励举措,希望将演唱会“两小时经济”延展为长效消费业态。

杨振之表示,演艺活动对于经济的拉动效应除了活动本身,更在于如何留住观众进行更多消费,“对于一座城市来说,如何让游客看完演出后能留下来消费,这是最关键的。”杨振之认为,关键在于地方政府要做好演出场地周边的消费场景布局,政府不仅要推出各类丰富的配套消费场景,还可以做好相应旅游攻略,“告诉游客到哪儿玩、怎么玩,提前做好整体方案,才能将演出经济进一步扩大。”

记者了解到,成都市在去年年末出

台的《成都市关于推动演艺市场高质量发展的若干措施》中就提出,支持演艺与旅游联动,在未来,5000人以上的大型营业性演出活动举办期间,观众可凭演出门票实名免费参观成都武侯祠博物馆、成都杜甫草堂博物馆、成都金沙遗址博物馆等热门景区。

战略引领

打造文旅消费新高地

记者从文化和旅游厅了解到,2024年四川演艺市场持续火爆,全年举办营业性演出3.2万场,观众1250万人次,票房总收入29亿元,其中引进大型演出218场,观众276万人次,票房收入超19亿元,拉动综合消费130亿元,演艺经济已成为文旅消费新的增长点。

四川文旅资源丰富,又坐拥中西部地区营业性演出最大票仓,政策创新是推动四川演艺产业高质量发展的关键要素。除了21条政策措施外,近日,四川省文化和旅游产业链10个细分领域三年行动方案正式出台,明确聚焦数字文化产业、演艺产业、影视产业等十大重点领域,推动文化和旅游产业链式协同、集群发展、能级提升。其中,四川省演艺产业三年行动方案提出,力争到2027年全省演艺产业规模突破1500亿元,围绕这一目标梳理出全省18家演艺产业重点企业作为链主链属企业,将建立“链长+链主”双驱动机制,打造“川演联合体”。

文化和旅游厅相关负责人表示,四川文旅将充分考虑对应产业细分领域的特征,发挥其带动性作用,积极推进跨界融合,尤其是与农业、商业、体育、教育、科技等领域的融合发展,培育更多文旅新业态、新场景、新模式。

有从事演艺事业的内部人士认为,在政策激励下,四川将吸引更多国内外一流演艺资源、体育赛事落地,打造更多“爆款”文旅活动。同时,本土演艺创作力量也将获得更多发展机会,逐步形成具有四川特色的演艺产业集群。

更多文旅促消费活动已经在路上,文化和旅游厅相关负责人透露,2025年,四川聚焦文旅消费提质扩容,依托“安逸四川 玩转天府”文旅消费活动品牌,将在全年持续举办文旅消费促进活动,围绕首发经济、冰雪经济、银发经济、夜间经济、演艺经济等不断创新模式、丰富供给。

华西都市报—封面新闻记者 罗田怡
图文文旅成都微信公众号