

**新华网消息** 今年以来,越来越多境外游客来华,已不光是走走看看的“中国游”,还有大箱小箱“买买买”的“中国购”。伴随离境退税政策的优化升级,更快速、更便利、更顺畅的购物体验正成为拉动境外游客在华消费的新助力。

国家税务总局最新数据显示,截至8月底,国内离境退税商店数量已超过1万家。今年前8个月,享受退税人数同比增长247.8%,退税商品销售额及退税金额同比分别增长97.5%和96.9%。

离境退税的入境消费亮点何在?如何让“中国购”热潮更加持久?记者进行了采访。

### ■“即买即退”跨区域联动 让“中国游”更随心

“我昨天在长宁区买东西忘了退税,本来以为只能去机场办,没想到这里可以一起退,太方便了!”近日,一位外籍游客在上海外滩离境退税“即买即退”全市退付点感叹,收到退税后的钱又可以继续购物了。

作为我国对外开放重要窗口,上海一直都是境外游客来华的热门目的地。6月底,上海外滩推出了第一家支持“全市通退”的离境退税“即买即退”全市退付点,符合条件的境外旅客在上海全市所有的离境退税商店消费,都可以在此办理现金退税服务。

上海市商务委主任朱民介绍,今年前6个月,上海接待入境游客424.8万人次,同比增长38.5%;实现离境退税

离境退税商店超万家

# “中国购”热潮如何更持久?

商品销售额同比增长85%,其中“即买即退”销售额同比增长28.1倍。

从单店“即买即退”拓展至“一点”集中退付,还有跨区域联动,贴心的服务举措让入境游客的行程安排更便利。

8月7日,在成都世运会开幕当天,四川省与云南省、陕西省税务部门正式推出离境退税“即买即退”服务离境口岸互认新举措。这意味着入境游客可在川滇陕三省跨区域办理离境退税“即买即退”。除川渝、川滇陕等地外,京津两地也实现了离境退税“即买即退”通办。

国家税务总局相关部门负责人介绍,目前已多个省份正在加快推动离境退税“即买即退”的互通互认。

### ■创新优化服务 让“中国购”更开心

“我要多买一些纪念品带给我的小伙伴们!”近日,一位来自澳大利亚的游客在兰州一家商场购买了不少特色纪念品,成功在离境时办理了退税,这让他对甘肃之行的满意度直线上升。

用好退税红利、更好将“入境流量”变成“消费留量”,不少地方积极打造入境消费本土新特色。

在深圳,大疆无人机、小米、华为等智能设备销售火爆,成为离境退税热门商品;在上海,本土设计师品牌孵化平台“蓄虎”旗下的多家门店已开具离境退税

申请单超120张,实现离境退税销售额近40万元;在北京,1500多家离境退税商店中,国货品牌占比达40%,“北京味”成为当地退税商店的鲜明特色……

对不少入境游客来说,开心“中国购”不仅有心仪好物,还有高效便捷的退税服务。

今年7月,四川税务部门推出的“码上退”线上退税服务将离境退税“即买即退”全流程搬至线上,目前已在成都太古里、银泰商场及德阳三星堆景区等地十余家退税商店使用,为境外旅客购物离境退税提供更多选择。

除了四川的“码上退”,不少地方的税务部门都推出创新举措。例如在北京,税务部门在市内集中退付点上线支付宝“碰一下”退税功能,实现退税款实时转入境外旅客支付宝电子钱包;在上海,新世界大丸百货商场试点运行全国首台自助开单机,通过一键识别护照信息,扫描发票二维码,生成打印退税申请单,实现开单自助办理……

### ■“买家指南”与“卖家手册” 更好激发消费潜力

“以前只知道南宁有好风光,现在才发现来南宁旅游还能退税买好物。”来自马来西亚的旅客谭先生给记者展示了手机里下载的《广西离境退税消费地图》。该地图用英语、柬埔寨语、印度尼西亚语、老挝语、缅甸语等多语种标注,由税务部门联合商务、文旅等部门共同打造。

为了让人境游客“看得懂、用得上”,国家税务总局5月发布《境外旅客离境退税指南》,并制成了电子书。该指南有中、英、德、俄、法、日、韩、蒙、西、阿、印尼、马来、泰国、葡萄牙、老挝、缅甸、越南等17种语言版本,详细介绍离境退税相关流程和重要内容。各地税务部门不仅将电子书下载二维码推广至出入境口岸、离境退税商店等入境游客较为集中的区域,还升级推出了各种“退税消费地图”,主打一个“贴心服务”。

有“买家指南”,也有“卖家手册”。为了让更多优质商户加入离境退税商店的行列,很多地方的税务部门几乎全程“陪跑”,手把手指导,帮助退税商店从政策“门外汉”迅速成长为“内行人”。

“税务干部第一时间上门解读,让我们抓住了政策红利!”回想办理退税商店备案时的情形,兰州机场商业管理有限公司负责人说,“离境退税新政策出台后,我们想抓住机会,但不太了解内容,税务专员主动登门、系统对接、全程指导,离境退税业务备案速度超出我们预期”。

中央财经大学副校长陈斌开说,离境退税新政策就像“催化剂”,能激发入境游客来华消费需求,也促进更多商户推陈出新,能更好地将“入境流量”转化成“消费留量”。

# 针对汽车行业网络乱象,六部门联合开展专项整治行动

**新华网消息** 记者10日获悉,工业和信息化部、中央社会工作部、中央网信办、国家发展改革委、公安部、市场监管总局等六部门近日联合印发《关于开展汽车行业网络乱象专项整治行动的通知》,决定在全国范围内开展为期3个月的汽车行业网络乱象专项整治行动。

本次专项整治行动将集中整治非法牟利、夸大和虚假宣传、恶意诋毁攻击等网络乱象。重点整治问题主要包括:

一是非法牟利问题。例如,通过制

作虚假图片、视频,捏造故事,炒作和散布涉车企负面话题,恶意解读汽车企业销量波动,攻击汽车企业经营发展战略等,赚取网络流量,获取商业利益等。

二是夸大和虚假宣传问题。例如,对汽车、动力电池的性能、功能、质量、销售状况等作虚假或者引人误解的宣传,欺骗误导消费者等。

三是恶意诋毁攻击问题。例如,以遏制、打压竞争对手为目的,诋毁攻击汽车企业或者汽车产品,抹黑企业声誉或

者商品声誉,对企业进行恶意投诉等。

通知强调,要通过组织企业自查、畅通举报渠道、深入分析研判,根据有关问题线索,强化汽车行业网络乱象处置力度。建立快速处置渠道,依法依规关闭并公开曝光一批参与汽车行业网络乱象的媒体账号。深挖网络乱象背后的公关公司、营销公司等代理方团队及购买其服务的汽车企业,依法打击惩治。

通知要求,各地工业和信息化、社会工作、网信、发展改革、公安、市场监管等

部门要加强组织领导和协调联动。网络平台企业要深入开展自查自纠,加强对采用生成式人工智能技术等的网络水军、“黑嘴”的甄别管控,健全平台涉企侵权信息投诉举报、争议标签、一键关联辟谣内容等产品功能,防止虚假信息误导公众。行业协会要引导行业加强自律建设。汽车企业要深入开展自查,自觉抵制网络水军、“黑公关”“黑嘴”及“饭圈”粉丝等网络乱象。要形成合力,持续净化汽车行业网络舆论环境。

# 金融绘就七彩卷 共筑阳光同心梦

## ——阳光人寿2025年金融教育宣传周活动即将开启

### 橙·润万家

橙意服务广覆盖,重点人群零距离

阳光人寿将聚焦“一老一小一新”、残障及外籍人士等重点人群,通过定制化宣传材料,开展反诈知识课堂、理性消费指导、个人征信保护等活动,普及基础金融知识,切实提升重点人群金融素养与安全感,传递行业温度与社会责任。

### 黄·铸诚信

金石之言铸诚信,从业人员提素养

活动期间,阳光人寿将加强诚信文化宣传,引导消费者和投资者诚信守约,全面履行告知义务;深入推进全员诚信文化建设,使诚信成为普遍认同并自觉遵循的行为准则,共同营造诚实、公平、守信的良好金融生态。

### 绿·护平安

绿盾守护钱袋子,识骗防诈筑坚强

围绕“反诈识骗”与“信息保护”两大主线,阳光人寿将呼吁公众增强个人信息保护意识,妥善保管敏感信息,识别防范虚假链接和非法软件,全面提升防骗能力,守好“钱袋子”,携手筑牢金融安全防线。

### 青·心为民

倾心一线办实事,扎根基层惠民生

活动期间,重点聚焦乡村振兴、防汛救灾、养老助残、普惠保险、保险理赔及外籍人士金融服务优化等与民生关切领域,通过一系列务实举措,展现阳光人寿践行“以人民为中心”发展理念的新作为、新担当。

### 蓝·规三适

蓝图绘制“三适当”,恪守纪律树标杆

阳光人寿各级机构将全面开展金融产品适当性教育宣传,普及保险基础知识,帮助消费者了解产品特性,引导其根据自身需求与消费能力理性选择金融产品。加强教育培训,严格执行金融产品、销售渠道、目标客户“三适当”要求,树立行业规范标杆。

### 紫·斩黑灰

紫电清剿黑灰产,乱象重拳治根源

阳光人寿始终倡导消费者通过正规渠道依法理性维权,提示消费者警惕非法“代理退保”陷阱,切勿轻信“全额退保”“规避债务”等虚假承诺,警惕背后隐藏的诈骗陷阱和个人信息泄露风险,保护自身权益。

阳光人寿将继续践行企业社会责任,全力贯彻落实“以人民为中心”的价值取向,紧紧围绕金融教育宣传周活动主题,以人民群众喜闻乐见的形式开展分类别、分人群、多渠道、多样式的金融教育活动,切实提升人民群众获得感,向全社会弘扬金融正能量。(通讯员 陈鹏)

### 赤·耀初心

红色消保暖民心,高管垂范解民忧

本次活动中,阳光人寿以“红色金融+消保教育”创新模式,将金融知识普及与红色基因深度融合。党员当先锋、高管做表率,深入一线宣讲金融政策,倾听客户诉求,让党建成为消费者权益保护的核心引擎,让红色初心成为守护金融消费者的温暖底色。