

开栏语

新消费时代，便利与套路并行，创新与侵权共生。2026年“3·15国际消费者权益日”临近，海财经·证券导报“新消费锐眼”正式开栏。

在这里，我们既追踪消费业态的进化方向，也审视繁华背后的隐秘角落。以锐利之眼，洞察风口之上的机遇与陷阱，为新兴消费留下时代注脚，更为每一份权益筑牢防线。

新消费锐眼

同款免税品，线上线下载差上千元？

记者实测 教你避开“差价玄机”

□ 本报记者 郭静瑜



小红书网友吐槽免税商品线上线下价格差异大。

这个春节，海南免税市场迎来了“开门红”。

据海口海关统计，2026年春节假期，海口海关共监管离岛免税销售金额27.2亿元，同比增长30.8%；购物人数达32.5万人次，同比增长35.4%。

人潮涌入海口、三亚的各大免税城，但在“买买买”的热情背后，不少细心的消费者发现一个令人困惑的现象：明明是在同一个免税体系内，甚至同一家运营商的商品，线上小程序的价格与线下实体店的价格却常常“步调不一”，有的差价甚至高达上千元。

针对消费者反映强烈的这一问题，海财经·证券导报记者以游客身份，对中免海南、海控全球精品免税城、海旅免税等多家主流免税运营商进行了线上线下的价格实测，试图揭开免税品的“差价玄机”。

现象：同城不同价，同一瓶面霜线上线下相差千元

“我本来是准备在酒店躺着下单直接邮寄回家的，习惯性搜了一下小红书攻略，发现有人吐槽说线下更便宜，特意跑了一趟，果然省了好几百元。”来自杭州的游客杨女士向记者展示了她刚刚在海口cdf国际免税城的“战利品”——两罐HR赫莲娜黑绷带面霜。

杨女士算了一笔账：在中免海南的线上小程序上，这款100ml的黑绷带面霜标注的免税价为5420元。而在线下实体店，虽然标价同为免税价，但叠加了品牌的“三件八折”活动以及门店针对特定时间段的满额赠礼，折算下来单罐仅需4020元左右。“差了一千多元。要不是我多看了一眼，这一千来块就亏在不了解行情上了。”

记者实测发现，价差并非个例。在中免海南小程序上，某国际大牌的一款热门精华液标价为1250元；而在海控GDF免税城的线下门店，同款商品叠加会员折扣和新人券后，到手价约为980元。在海旅免税线下店，部分欧美彩妆套盒的折后价甚至比海旅线上官方商城便宜15%至20%。

不仅是跨运营商存在价差，即便是在同一家运营商内部线上线下也常现“左右手互搏”。以cdf中免为例，其线上平台常设“每满2000减88”的全品类满减优惠，且部分爆款单品在线上享有独家折扣；而线下门店则更倾向于推行“多件多折”（如3件7折或3件8折）的品牌活动，并搭配积分翻倍、赠品小样等隐性福利。消费者若不精打细算，极易产生“买贵了”的心理落差。

探因：渠道库存与KPI，谁是价差背后的推手？

为何看似统一的免税市场，会存在如此显著的价格差异？

“这背后其实是渠道定位和库存管理的逻辑差异。”一位免税行业从业者向记者透露。线上平台（如小程序、APP）主要承担着“引流”和“走量”的任务，为了吸引那些不便到店的游客以及岛内居民，需要常年维持一定的价格竞争力，其折扣往往是全平台统一、周期较长的满减或直降。

而线下门店的定价逻辑则更为复杂。一方面，实体店承担着新品展示和品牌形象塑造的功能；另一方面，线下存在“即购即提”的即时满足感，且更容易通过现场导购进行“连带销售”。

“线下更依赖套装组合和多件折扣。”该从业者表示，品牌方为了清理特定批次的库存，或者冲高某个月度的业绩指标，往往会在线下推出力度远超线上的“闪促”，这导致了同款商品在不同时间、不同门店存在价格波动。

此外，运营商的竞争白热化也是价差扩大的原因之一。

随着海南离岛免税经营主体从中国中免“一家独大”变为如今的多元化竞争格局（中免、海控、海旅等），各运营商为了争夺客源，往往不惜在特定节点通过自有渠道放出“大招”，以形成价格“洼地”吸引更多的消费者。

值得注意的是，这种复杂的定价策略虽然活跃了市场，但也给消费者带来了“价格不透明”的困扰。

财经分析师指出，过度依赖价格战和复杂的折扣体系，可能会稀释品牌的高端价值，甚至在消费者心中埋下“价格不公”的负面印象。

海财经·证券导报记者注意到，在春节后首个交易日（2月24日），免税龙头股中国中免在港股开盘不久便遭遇大抛盘，封跌停，市值承压。尽管市场分析将此归因于基金调仓及京沪机场免税项目变更等多重因素，但也从侧面反映出资本市场对免税业态盈利能力及增长稳定性的敏感与审慎。

支招：如何买得最划算？记者实测给出「避坑」指南

面对让人眼花缭乱的线上线下价差，普通游客如何才能精准“避坑”，以最划算的价格拿下商品？海财经·证券导报记者通过多日实测，总结出以下几条实用建议：

第一，拒绝“无脑下单”，养成跨渠道比价习惯。不要急于在线上支付，也不要轻信导购的“一家之言”。在前往免税店前，可以先在各大免税运营商的小程序（cdf中免海南、GDF免税城、海旅免税等）上查看心仪商品的原价及当前活动。到达线下后，针对同一单品，询问柜员是否参与多件折扣以及具体折扣力度。对于单价较高的奢侈品或美妆产品，线下多件折后的单价往往低于线上直减。

第二，精打细算“套盒”与“赠品”的隐形价值。线下购物的优势在于“看得见摸得着”。很多品牌在线下会推出限量套盒（正装+中小样），或是针对高额消费赠送价值不菲的旅行装。虽然线上有时也会赠送小样，但线下往往是“即买即赠”，赠品的确定性更高，折算下来，包含赠品的综合性价比可能远超线上。

第三，巧用“会员购”与“离岛免税”的错位优势。消费者需分清“离岛免税”（需离岛机票/船票信息）和“会员优选”（完税商品，可直接邮寄）的区别。如果是急用且不想占用离岛额度，可以关注“会员优选”板块的“488-50”等活动，囤积日用品；如果是购买高价值的美妆、香水或奢侈品，建议将免税额度留给线下，通过“多件多折”实现利益最大化。

第四，盯紧本地居民政策，共享新政红利。随着海南封关运作及岛内居民消费进境商品“零关税”政策的实施，岛内居民如今也能享受到实实在在的优惠。对于有离岛记录的岛民，以及前来海南深度游的旅客，不妨关注免税店针对本地客群推出的专属计划，这类计划往往能解锁部分隐藏折扣或餐饮娱乐权益。

海南免税市场的定价差异，折射出各运营商在营销策略上的不同选择。无论是满减活动，还是多件折扣，都为消费者提供了更多元的购物选项。在交易活跃的海南省免税市场里，消费者提前做好比价功课，或许能让这趟购物之旅更加称心如意。