

经济日报携手京东发布数据——

进口消费从尝鲜到常态

大市场孕育大机遇

随着我国进一步扩大对外开放，进口消费正更深地融入人们的工作和生活中，更好地满足了人民对于美好生活的向往。

当前，居民消费结构正处于持续升级阶段，多层次、多样化需求特征明显，消费市场潜力大、韧性强、活力足，具有广阔发展空间。进口市场的消费需求更是呈现出多元化、高端化等特点。在进口消费领域，手机通讯设备、电脑办公、母婴、美妆护肤和家用电器等是最受消费者欢迎的品类。与去年同期相比，今年上半年手机通讯、美妆护肤的进口消费占比大幅提升。

进口消费增长得益于我国主动扩大进口、引进优质品牌、改善消费结构的有力举措。同时，跨境电商平台进一步促进了进口贸易便利化，有助于拓宽进口商品的销售渠道。此外，随着电商平台基础设施建设、供应链效率提升等方面逐步完善，近年来县域农村市场的进口消费热度持续上涨，与2019年相比，2021年县域农村市场的进口消费成交额增长了174%，并在品类上呈现出明显的消费升级特点。下沉市场崛起，将成为进口消费未来的重要增长点。

在加速构建新发展格局过程中，消费已经成为双循环发展的核心动力、关键环节和重要枢纽，为全球跨国公司提供了巨大的市场机遇。同时，中国市场有大量的新消费需求，为全球企业的科技创新提供了丰富的应用场景，有利于推动国内外企业创新发展，实现产业结构升级。特别是消费者对创新、绿色、健康产品的需求日益增长，要求相关企业进一步提升自身研发制造水平，抓住消费升级机会。

大市场孕育大机遇。中国将继续坚定不移扩大开放，更有效率地实现内外市场联通、要素资源共享，推动消费稳步恢复、持续发展，既满足人民日益增长的美好生活需要，也为世界经济注入更多正能量。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数



以前消费者关心的是“有没有”，现在更注重“好不好”；以前想的是“买啥货”，现在多考虑“买啥牌”，消费偏好正从“越便宜越好”向多元化、个性化、品质化转型，这也为越来越多跨国企业提供了潜在机遇。随着进口品类的丰富，跨境电商规范化和渠道多样化愈发重要。对于品牌来说，产品的质量保障仍然是获得消费者青睐的重要因素。商家应及时跟踪市场变化，精准洞察消费趋势，不断推陈出新，满足国内消费者需求。

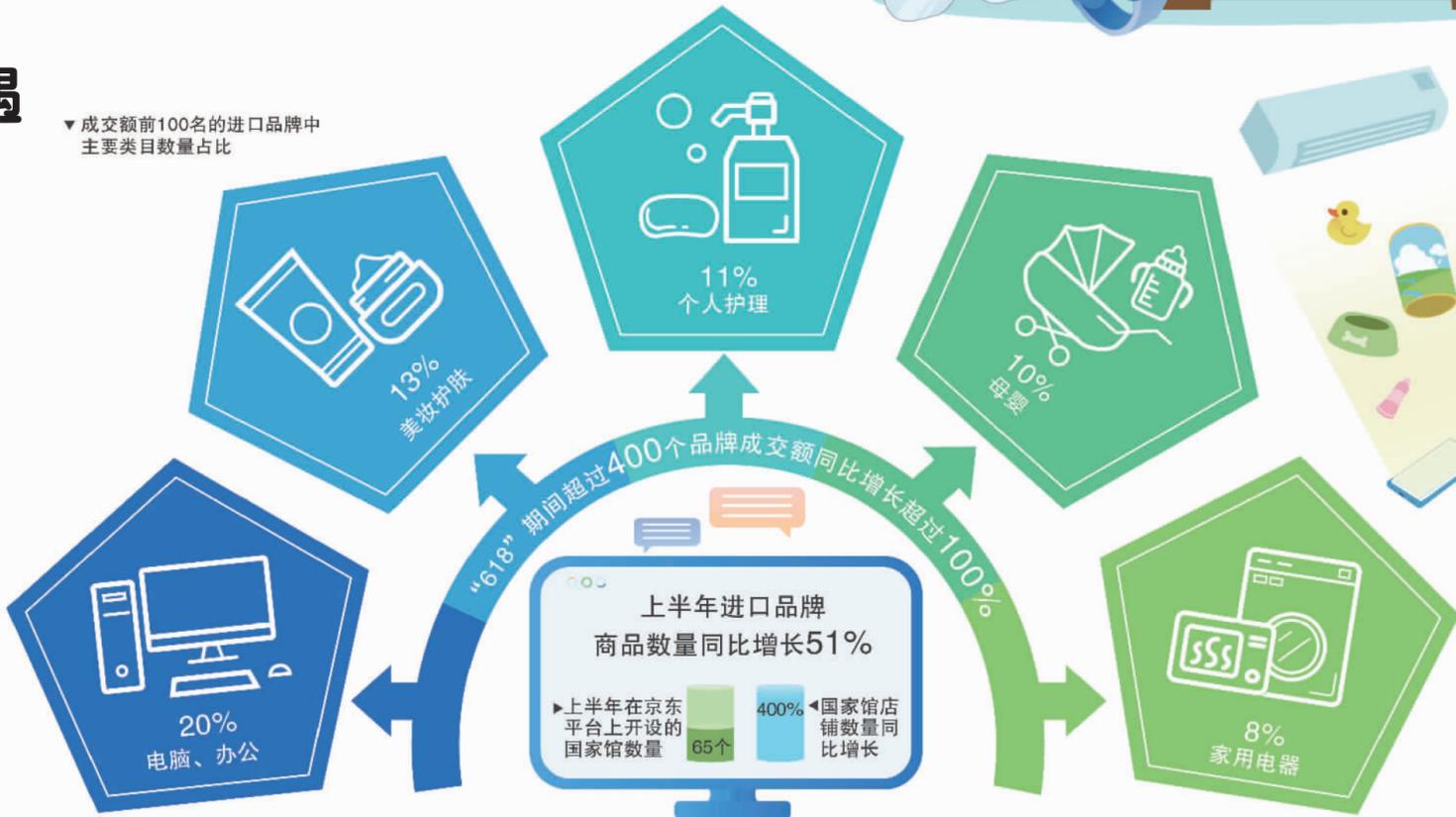
14亿人口的大市场，既是我国独一无二的潜力所在，也是世界寻找新动力、开拓新空间的发展机遇所在。特别是庞大的县域农村市场，消费潜力巨大，仍有待开掘。随着下沉市场对进口消费的需求变大，跨境企业及电商的供应链体系建设变得越来越重要。受采购与物流限制，跨境电商平台模式重，供应链长，因此标准化与时效性是供应链建设的重中之重。跨境电商应着力打造一体化供应链体系，畅通物流通道，强化产品溯源，提升用户体验。



更多内容 扫码观看

数据周期：2022年上半年

成交金额前100名的进口品牌中主要类目数量占比

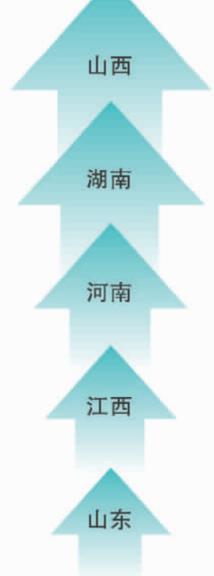


进口消费特点

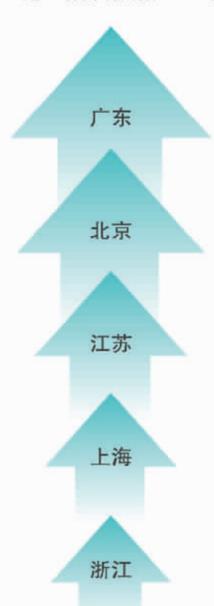
进口消费线上市场稳步发展，呈现多元化、高端化特点

各省份进口消费情况

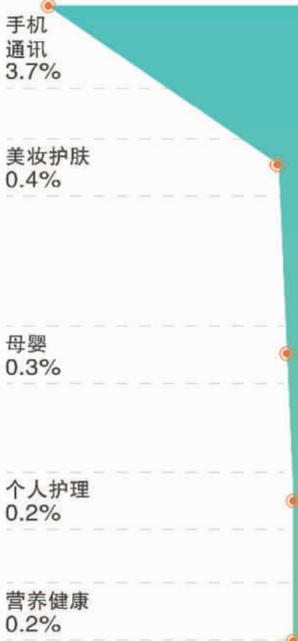
进口消费成交额增速TOP5省份



进口消费成交额TOP5省份



与去年同期相比，今年上半年手机通讯、美妆护肤占比大幅提升，反映居民更高层次的消费需求



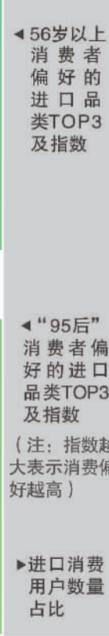
消费者偏好购买的进口商品品类



2021年各年龄段消费者成交额增速(与2019年相比)



56岁以上消费者偏好的进口品类TOP3及指数

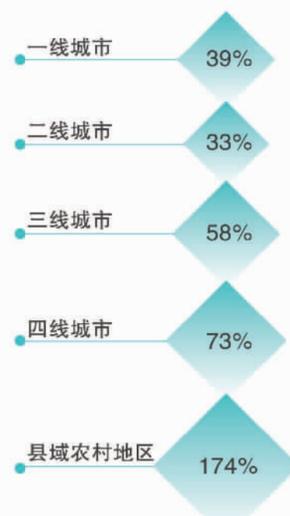


消费者画像

“80后”“90后”为进口消费主力军，46岁至55岁人群进口消费潜力大

县域农村地区进口消费热度持续上涨

2021年各级市场进口消费成交额增速(与2019年相比)



2021年县域农村地区进口商品成交额增速TOP3品类(与2019年相比)

