

经济日报携手京东发布数据——

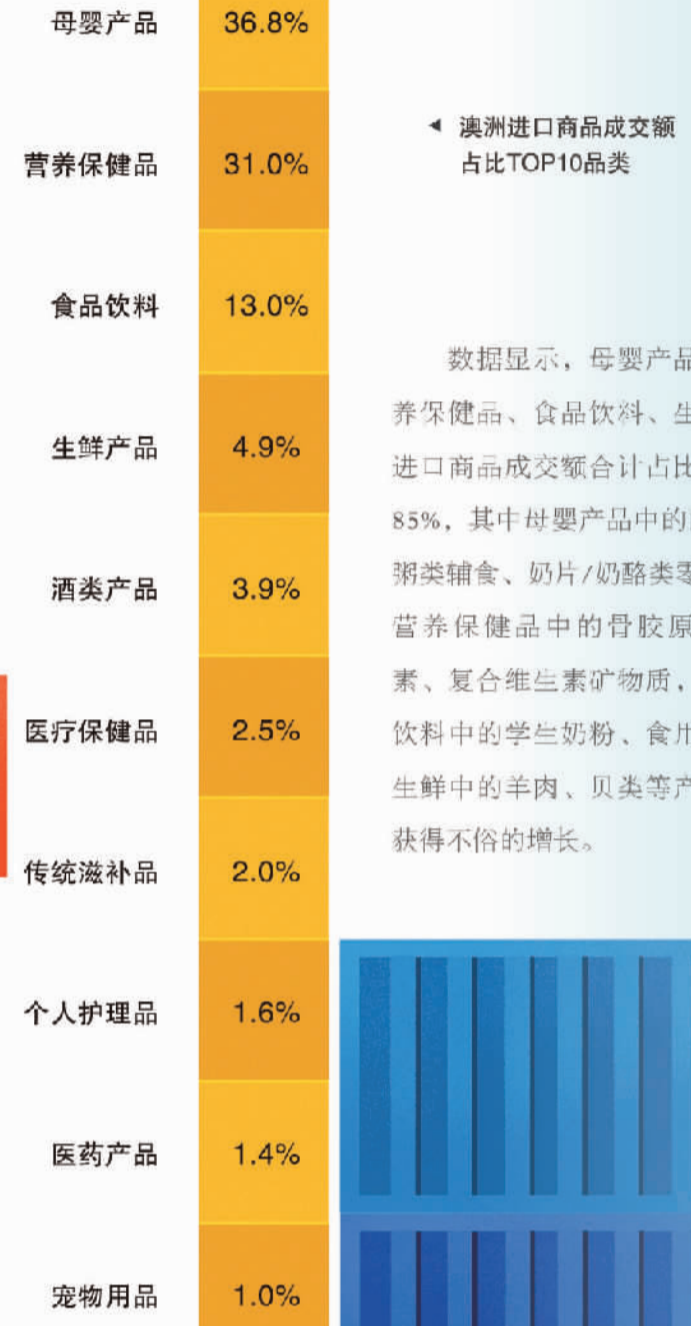
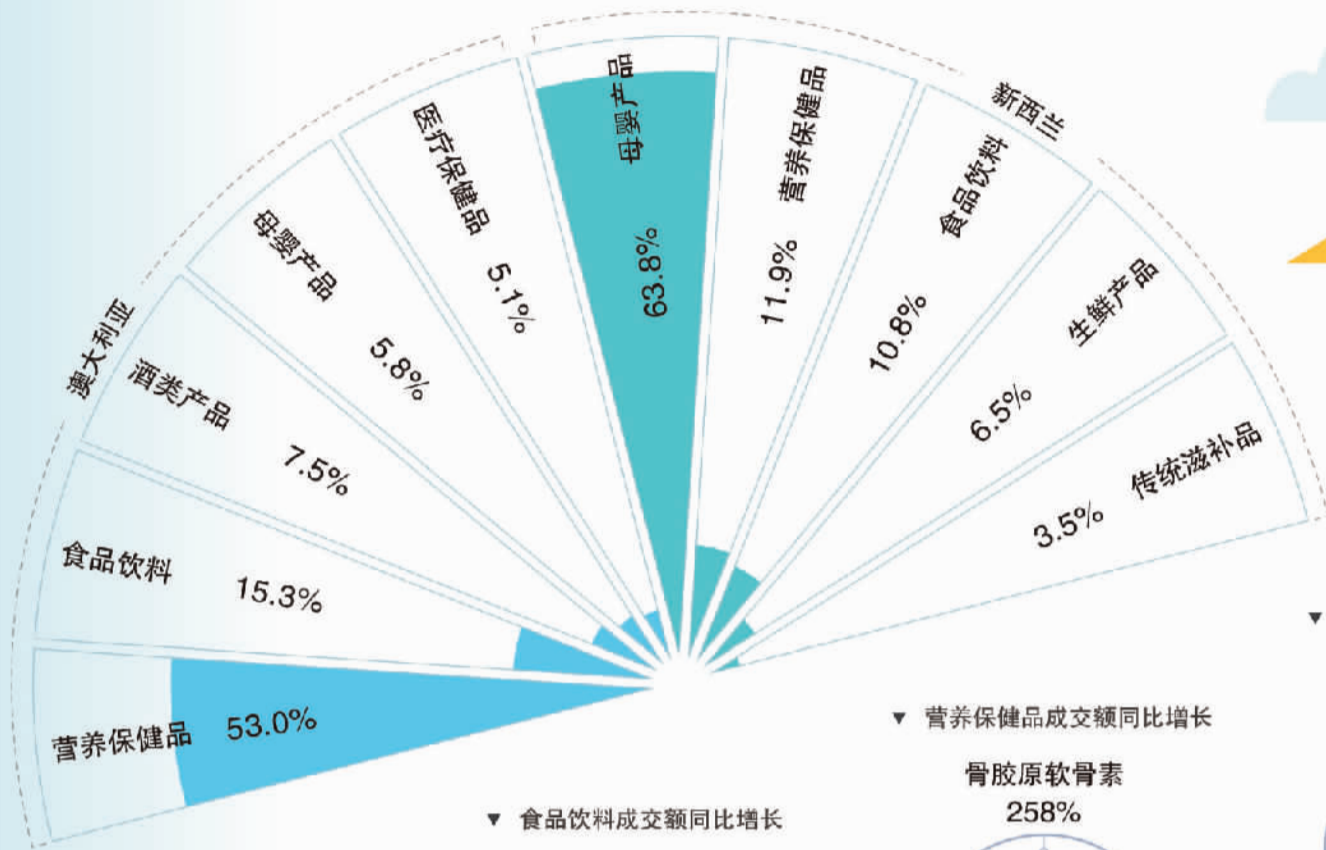
在这里读懂中国消费

澳洲进口商品更趋多元



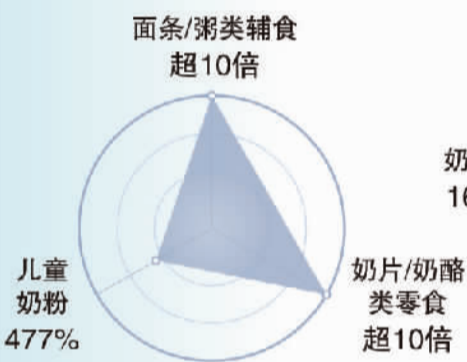
1 总体消费情况

进口商品来源国成交额占比TOP5品类

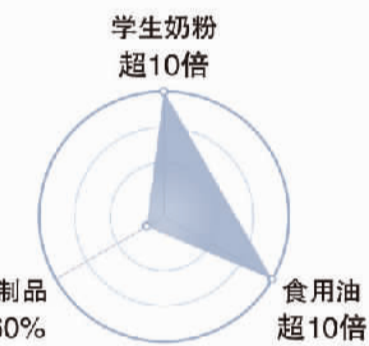


数据显示，母婴产品、营养保健品、食品饮料、生鲜类进口商品成交额合计占比超过85%，其中母婴产品中的面条/粥类辅食、奶片/奶酪类零食，营养保健品中的胶原蛋白肽、复合维生素矿物质，食品饮料中的学生奶粉、食用油，生鲜中的羊肉、贝类等产品均获得不俗的增长。

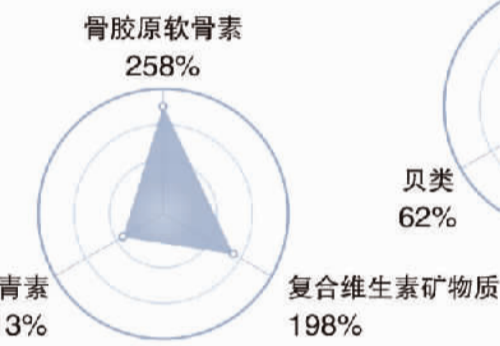
母婴产品成交额同比增长



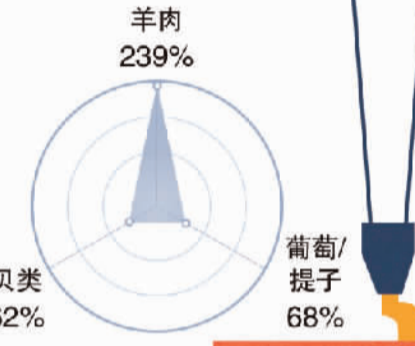
食品饮料成交额同比增长



营养保健品成交额同比增长

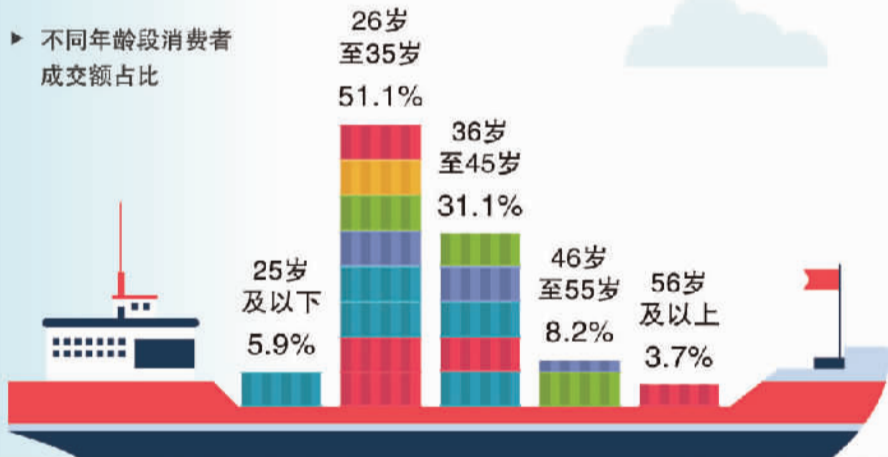


生鲜产品成交额同比增长



2 消费者偏好特征

不同年龄段消费者成交额占比

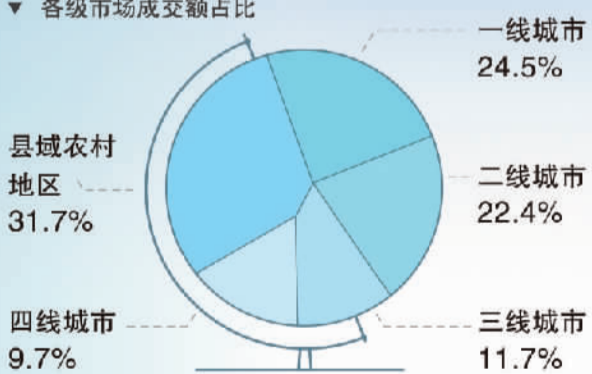


不同性别消费者成交额占比



3 地域消费偏好特征

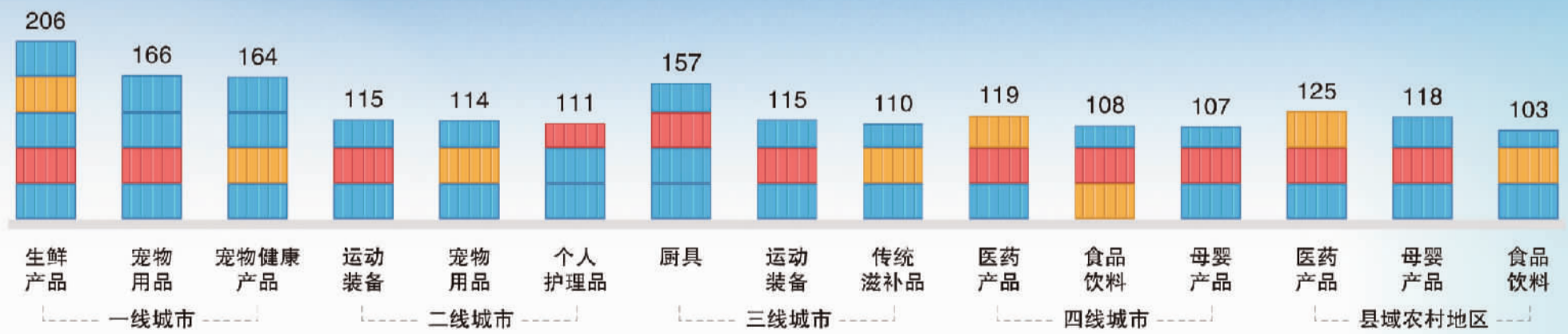
各级市场成交额占比



县域农村地区成为澳洲进口商品消费的最大市场，成交额占比达31.7%，高于其他各级市场。品类方面，三四线城市和县域农村更偏好购买医药产品、母婴产品、食品饮料等基础型产品，一二线城市更青睐购买宠物用品、宠物健康产品、运动装备、个人护理品等升级型产品。

各级市场进口商品消费偏好度

注：指数越高表示偏好度越强



澳洲进口商品成交额占比TOP10省份



说数

本期点评 曹凤娟

从婴幼儿奶粉、儿童奶粉，到益生菌、辅酶Q10，再到奇异果、青口贝……越来越多澳洲进口产品借助高效供应链体系进入国内市场，满足多元化、品质化消费需求。数据显示，母婴产品、营养保健品、食品饮料、生鲜产品和酒类产品是最受欢迎的澳洲进口品类。

澳大利亚和新西兰是澳洲进口商品主要来源国，两者在进口品类上有所差异。澳大利亚的营养保健品、食品饮料、母婴产品在国内更为畅销，其中营养保健品成交额占比达到53%，这主要得益于澳大利亚在成分天然、监管体系严格等方面优势突出，确保了保健品的品质。新西兰的母婴产品、营养保健品、食品饮料、生鲜产品成交额占比较高，其中母婴产品成交额占比达63.8%，新西兰婴幼儿奶粉凭借优质奶源、质量控制等优势，受到国内消费者广泛欢迎。

从消费人群看，女性消费者在澳洲进口消费市场占据主力地位，进口消费成交额占比达58.1%。品类偏好方面，女性消费者钟爱购买美妆护肤、宠物健康、厨具、宠物用品、母婴产品等品类；而男性更青睐酒类产品、医疗保健品、传统滋补品、生鲜产品等品类。此外，“90后”和“00后”是澳洲进口消费市场的中坚力量，成交额占比合计达57%。

整体而言，得益于跨境电商快速发展，澳洲进口商品为消费者带来了更多元的选择和更丰富的产品品类。同时，相关企业仍需提升跨境电商综合服务能力，通过提高企业的技术水平、管理水平和市场营销能力，增强企业的竞争力和在国际市场的地位，从而构建立体多元的优质产品供给体系，推动国内进口消费潜力持续释放。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



数据周期：
2023年9月1日
至2024年2月19日