1 总体消费情况

▼ 近一年主要购买产品类型(多选)

食品饮料

34%

宠物

13%

酒类

16%

美妆护肤 44%

主力品类

3C数码 26%

经济日报携手京东发布数据

个人护理

42%

时尚

21%

家庭清洁

21%

高性价比提升跨境网购人气

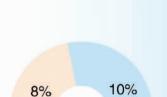


消费者特征

🤎 女性

不同性别消费者购买进口产品成交额同比增长

● 男性



▼不同年龄段消费者购买进口产品成交额同比增长



▼各地区进口产品成交额同比增长

▼ 购买进口产品的主要原因(多选)

趋势品类



对国际品牌 和海外产地 产品质量认可



活动吸引

被折扣/促销



亲友推荐



- 宠物生活

248

达人/博主 种草



独特/新颖

的产品介绍

跨境购物人群消费偏好 注:指数越高表明偏好度越高

广告推广

13%



线下活动 或宣传

· 一个人护理 家用电器 食品饮料 180 219 224 241



明星代言 /同款



限量版 产品发布 9%

知名设计师 /品牌合作

跨境消费保持快速增长趋势, 多元产品覆盖丰富的生活场景,消 费者在营养保健类、母婴类产品上

花费较多,美妆、个人护理类等产

进口产品消费趋势

品的消费频次增长明显。

县城农村地区 16%

二线城市

▼ 跨境消费新人购买进口产品的主要原因

一线城市

三线城市 12%

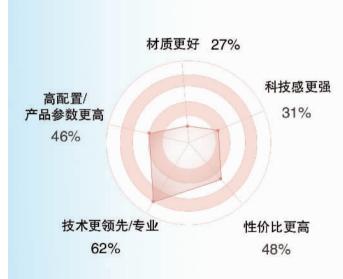
四线城市

13%

▼ 购买母婴类产品关注指数



▼ 购买进口3C数码/家电产品的主要原因(多选)



跨境母婴消费场景愈加多元, 由基础 的喂养,向出行、美妆、时尚、美食、运 动等场景多元延伸, 消费者更关注配料纯 净、产品安全。



2024年4月11日至5月31日 更多内容 扫码观看

购买进口奶粉关注因素(多选)

(不会过敏等) 利于宝宝成长

▼ 消费者购买进口3C数码/家电产品Top5



适合宝宝身体情况

57%

游戏机/笔记本/

游戏本/打印机



营养充沛







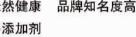


38%

手机及充电器







35%

咖啡机等家用电器



品牌没有 负面新闻

29% 54% 达人/博主 种草 20% 被折扣/ 独特/新颖的 34% 促销活动吸引 产品介绍

智能穿戴 ▼ 选择平台看重因素

41%



40%



物流速度快 促销活动多 购买更方便 口碑好 价格便宜 知名度高

32%



26%

▼ 消费者购买进口食品饮料的品类



饮料冲剂

80%

0

休闲食品

66%



51%

54%

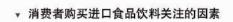
耳机/音响/相机

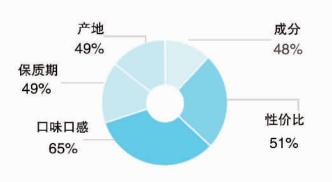
/手表





粮油调味品 生鲜 40% 51%





la Heffell

随着支持跨境电商发展的政策持续出台,跨 境消费受到越来越多消费者的青睐。消费趋势显 示,超八成消费者表示对进口产品感兴趣,高品质 与高性价比成为驱动消费者购买进口产品的主要

跨境电商的进口产品基本覆盖生活中的大部 分场景。从调研结果看,较强的产品力是消费者选 择购买进口产品的主要原因。如在选购进口3C产 品时,消费者更加关注技术的先进性和专业性;在 食品的选择上,更在意原产地;美妆品类上更加看 重产品功效;母婴奶粉品类,普遍认为配料纯净、安 全更重要。再加上高性价比,成为影响消费者购买 进口商品决策的重要考量。

从地域消费特征来看,当前购买进口产品的 主力军主要集中在北上广等一线城市和江苏、广

□ 本期点评 昭 慈

26%

21%

东等经济大省。整体而言,跨境网购的高消费人 群偏好购买食品饮料、3C数码和酒类产品,而购 物频次高的人群则更中意营养保健品和家用电 器。其他地区的跨境网购近年来也持续呈现加速 增长态势

跨境电商的便捷性正吸引着更多消费者尝 试跨境网购,这也使得消费人群越发多样化。从 数据来看,约39%的跨境网购者有3年至6年的 海淘网购经验;同时,在一年内尝试跨境网购的 新消费者占比也超过30%。跨境网购在产品丰 富度、物流及售后服务等方面,都已经与普通网 购没有多大差别,而且在价格上还更具竞争力。 正因如此,购买进口商品正在成为更多消费者的 新选择。

(点评人:京东国际采销)