

经济日报携手京东发布数据——

# 进口商品消费活力十足

## 扩大进口带来更多商机

李 瞳

种类丰富、数量庞大的进口商品进入中国市场，走进千家万户，不断满足着消费者日益增长的多样化、高质量消费需求。在新冠肺炎疫情仍在全球持续蔓延的当下，中国开放的大门非但没有关上，反而越开越大，随着更多扩大进口的政策和举措落地，我国消费市场的潜力将被进一步激发，消费选择也将更加丰富。

从需求端看，扩大进口顺应了品质化、多样化、个性化的消费趋势变化，有助于推动国内消费市场提质扩容，增强消费者的消费体验和选择，满足人民美好生活需要。

从供给端看，扩大进口可以加深国际经济联系，促进供给端提质增效。同时，增加优质消费品进口也体现了消费升级的总体趋势，能够进一步优化国内市场供给结构，改善供给质量，提升供给体系对国内需求的适配性。

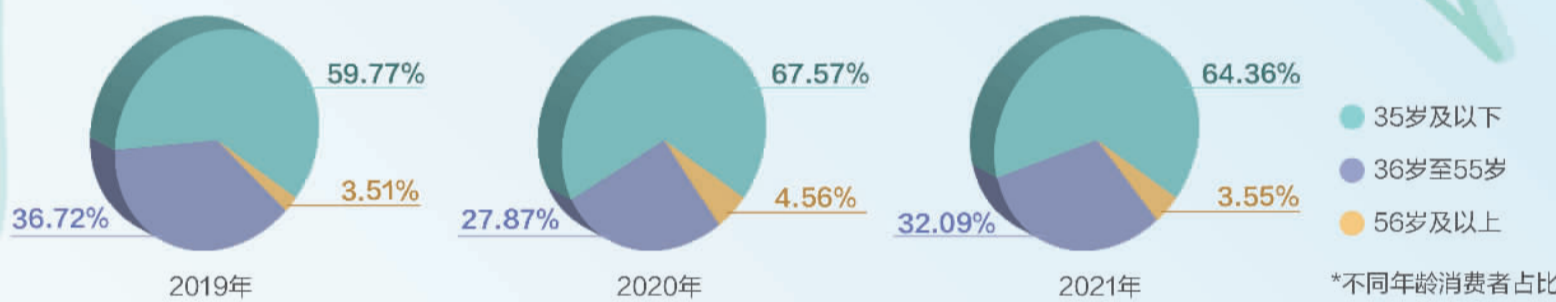
对于整个国内市场而言，及时扩大国外优质商品进口，可以持续提升相关行业的竞争力，让更多国内企业“向质量要效益”，加快经济转型升级速度。同时，从消费品入手，扩大进口，能为更多产业链上下游的中外企业带来合作机会。特别是电商、物流、金融、贸易等相关企业将获得更大舞台和更多商机。

### 说数

### 品类多样化趋势显现

与过去几年相比，进口消费的结构、群体、特征等都发生了明显变化，呈现出更加多样化的趋势

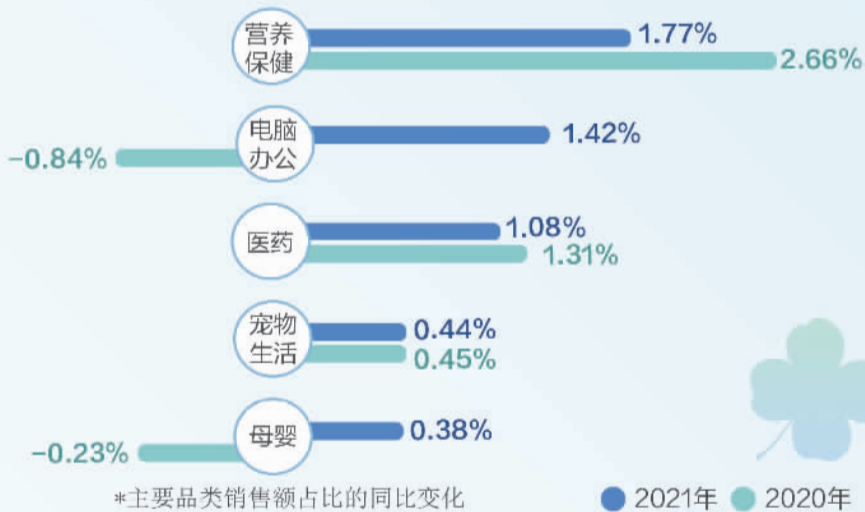
●从消费群体看，35岁及以下消费者成为进口品牌消费的主力人群



●从消费地域特征看，高线城市领跑进口消费，低线城市进口消费市场加快发展



●从消费结构看，营养保健、电脑办公、医药、宠物生活、母婴等进口商品的消费占比有所变化



●从消费习惯看，男性是国际品牌消费的主力军，不同年龄段的消费者偏好也不同

### 男性消费者更偏爱购买



40岁及以上消费者



更关注



营养保健

35岁至39岁及25岁以下消费者



更关注



美妆护肤

25岁至34岁消费者



热衷购买

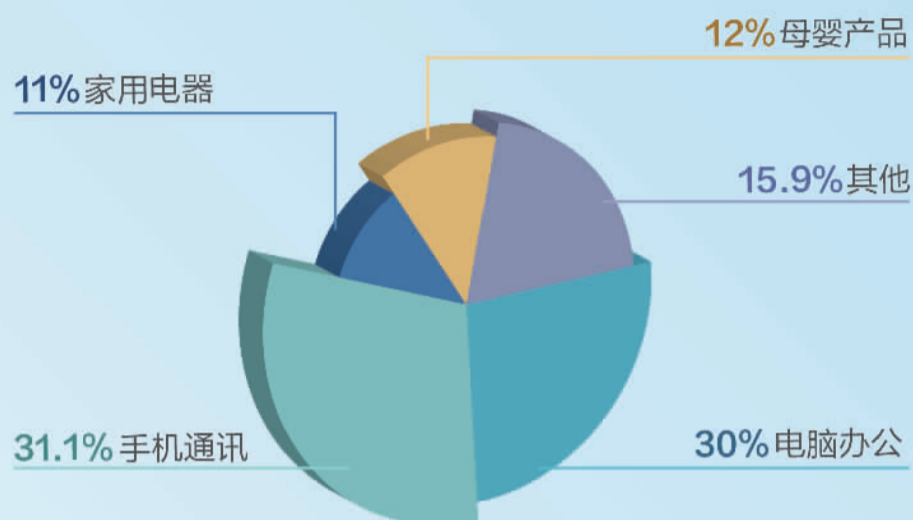


母婴产品

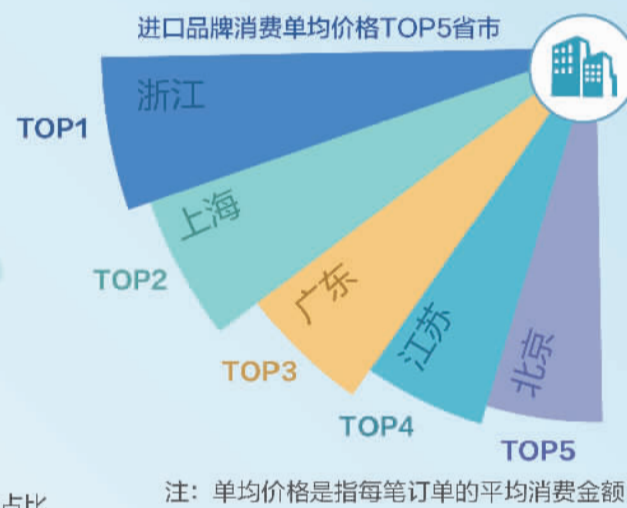
数据周期：2021年前三季度

### 对优质进口商品需求与日俱增

手机通讯、电脑办公、母婴产品等是中国消费者最愿意购买的国际品牌品类



进口商品在东部地区卖得更好，浙江、上海、广东、江苏和北京的消费者在进口品牌消费上花费的金额更高



2020年，中国跨境电商零售进口规模突破 **1000亿元**

美妆护肤、母婴和营养保健始终占据进口消费品类的前三名

\*品类占比数据来自于京东国际

\*指下单量和销售额

### 国际品牌越来越青睐中国市场

在消费升级的总体趋势下，中国消费市场的巨大潜力加速释放，这也让国际品牌及跨国企业更愿意来华开拓市场

