

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

跨境电商进口额强劲增长

说数

□ 本期点评 柴祯祯

当前，我国进口市场规模持续增长。据商务部统计，2022年，消费品进口额达1.93万亿元，比2012年增长1倍多，占进口总额比重达11%；跨境电商进口5600亿元，比上年增长4.9%，进口消费蓬勃发展彰显了我国消费市场的广阔空间和巨大潜力。

跨境进口消费市场呈现出多元化、个性化的高质量发展态势。从品类看，营养保健、母婴、美妆护肤、电脑数码和医药品类的跨境消费占比较高。数码产品、个人护理、家用电器、酒类和美妆护肤品类的跨境消费成交额同比增长最快。不难看出，随着消费品质的逐渐提升，高品质的进口食品、生鲜等快消品，已经逐渐融入人们日常生活中，中国消费者对于优质进口商品，始终保持着极大的热情，购买需求也在持续增长。一方面，消费升级成为驱动进口消费增长的主要动力。另一方面，越来越多的进口商品借助更为高效的供应链体系源源不断地进入中国市场，从而满足更多样、更高品质的消费需求。

此外，随着女性收入水平的提高和自我意识的提升，“她经济”在跨境进口消费市场的重要性也逐渐凸显。2022年跨境进口消费成交额中，女性用户成交额占比达55%，成为跨境进口消费的主力军。从品类看，家庭消费和内外兼修的悦己消费是女性进口消费的关注重点，最受女性用户喜爱的跨境进口消费品为面部护肤、洗发护发、婴童洗护、奶粉、香水彩妆等品类。

随着人民生活水平不断提高、新型城镇化稳步推进以及中等收入群体规模的逐步扩大，消费者对海外优质商品的消费需求不断增加，将为我国跨境电商进口提供新动能。在新发展格局下，跨境电商企业应持续探索更高效的跨境电商新模式，深入洞察消费需求，提升效率与体验，为更多优质海外品牌提供发展新增量。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)

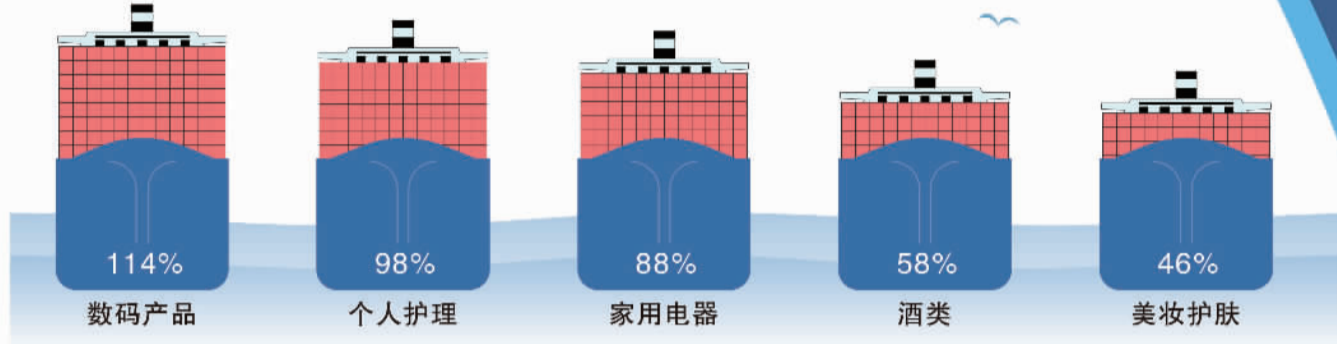
1 跨境电商快速成长

2020年至2022年，在京东平台上

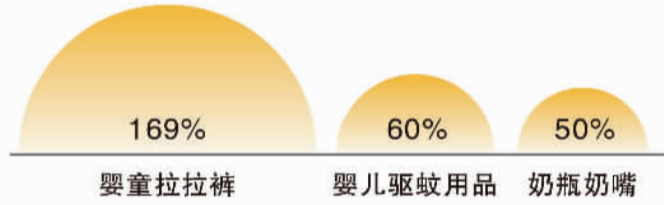
跨境购物成交额增长64% 跨境购物用户数增长近三成 跨境商品数增长43%



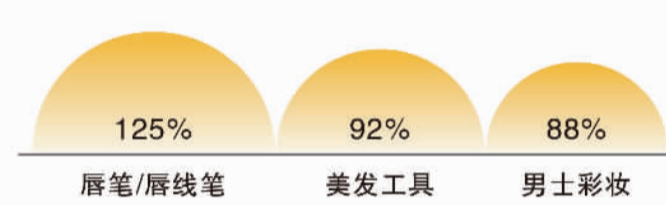
▼ 跨境消费成交额同比增长TOP5品类



▼ 母婴产品销量同比增长



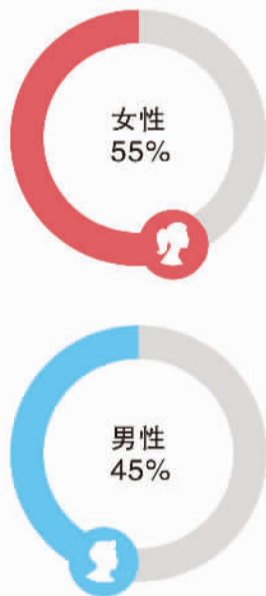
▼ 美妆产品销量同比增长



2 消费者画像

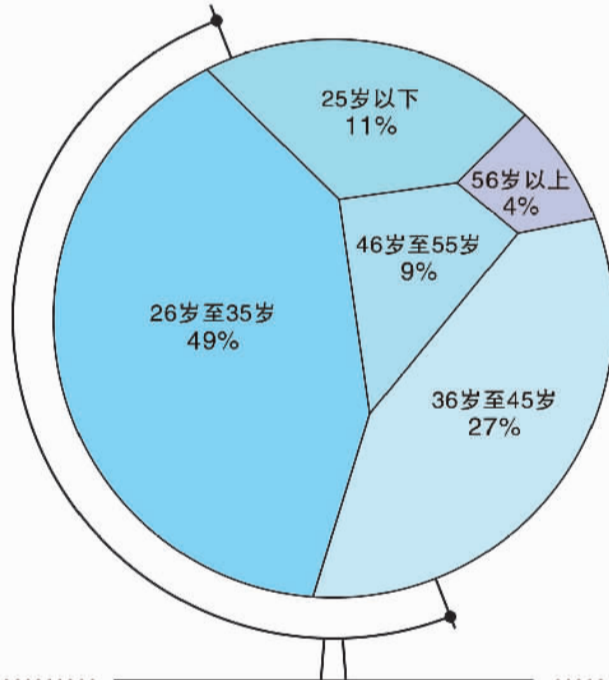
从性别看

▼ 跨境消费成交额占比

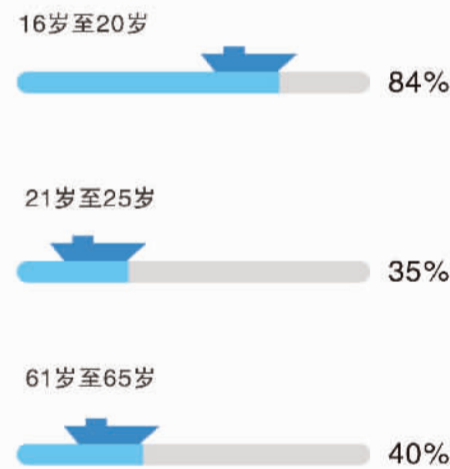


从年龄看

▼ 跨境消费成交额占比



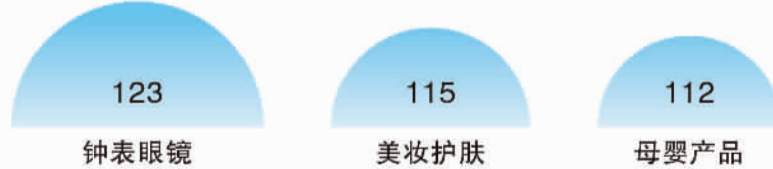
▼ 跨境进口消费成交额同比增速



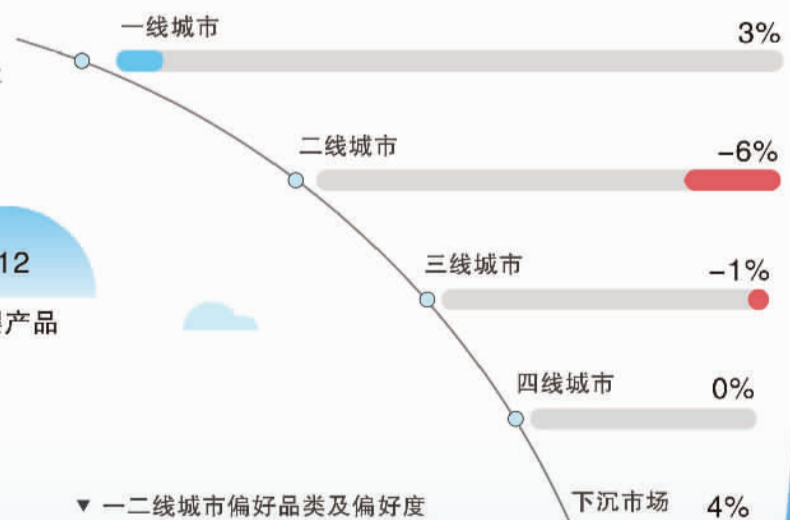
3 区域消费特征

各地区跨境消费偏好品类 注：偏好度越高表明需求越大

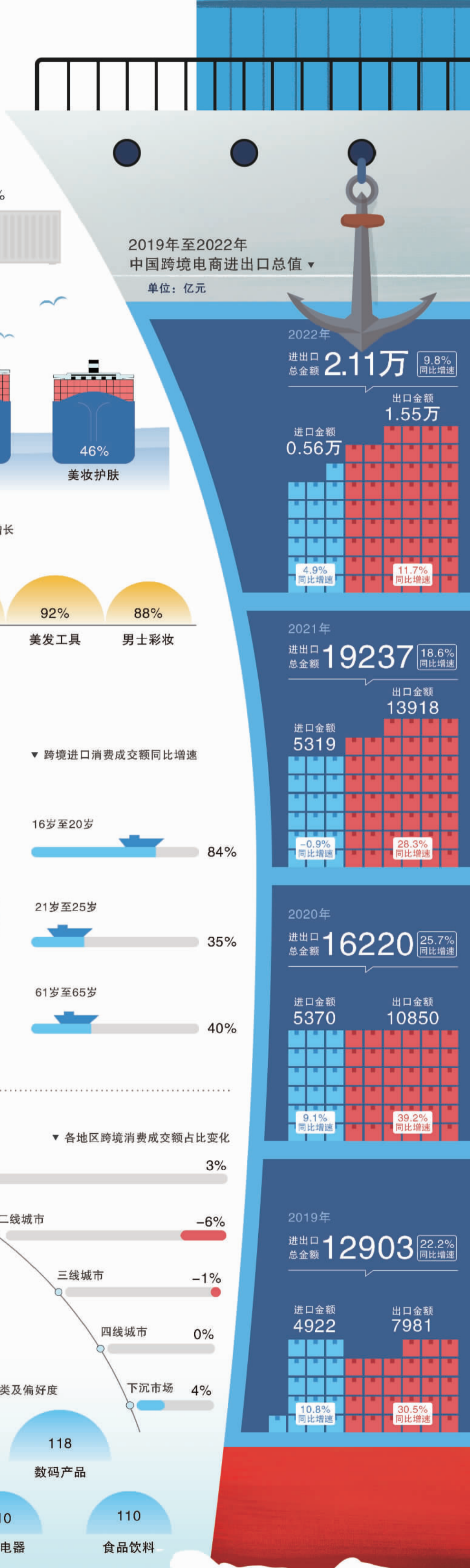
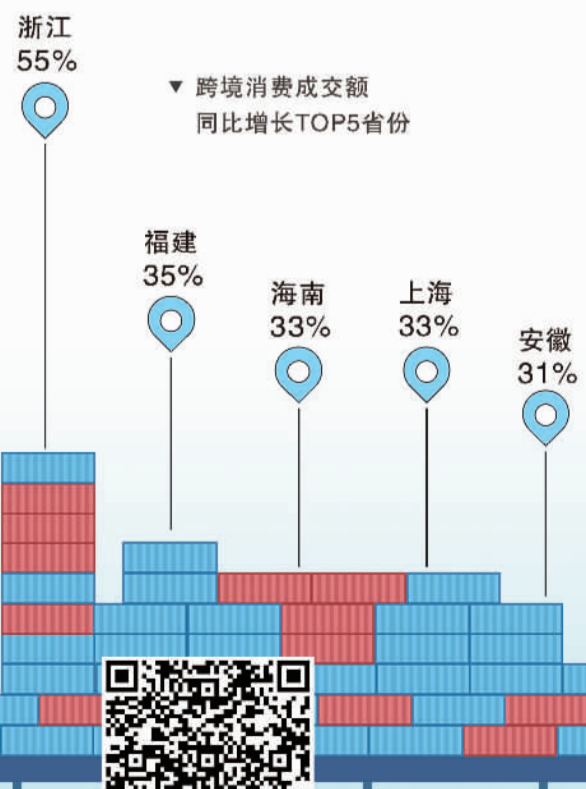
▼ 下沉市场偏好品类及偏好度



▼ 各地区跨境消费成交额占比变化



▼ 一二线城市偏好品类及偏好度



数据周期：2022年全年
更多内容 扫码观看