

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

欧洲进口产品融入大众消费



说数

□ 本期点评 柴祯祯

随着对外开放的持续扩大以及全球供应链的恢复,我国进口市场规模持续增长。海关总署数据显示,今年一二三季度,我国分别进口4.23万亿元、4.39万亿元、4.58万亿元。其中,我国自欧盟进口已连续两个季度环比增长。欧洲不仅是热门旅游目的地,欧洲产品也受到越来越多国内消费者青睐。

欧洲产品的消费需求呈现出多元化、日常化的特点。数据显示,与2019年同期相比,今年1月份至9月份购买欧洲产品的用户数增长了79%,美妆护肤、母婴产品、食品饮料、个人护理和医药成为受欢迎的前五种类别。从产品来源国来看,法国、德国、荷兰、意大利和西班牙的产品订单量位列欧洲产品来源国订单量前五名。

值得关注的是,县域农村地区的欧洲进口产品成交额占比为30%,在各级市场中居首位。近年来,县域农村地区消费持续升级,电商平台加速基础设施布局,供应链效率不断提升,县域农村地区对于欧洲进口商品的购买热度持续上升,成交额占比提升明显,成为欧洲产品购买的主力军。

整体来看,我国消费市场不断扩大,消费结构持续升级,年轻一代逐渐成为消费主力,对于优质进口商品的需求不断增大。同时,全球供应链的优化使得不少优质品牌与商品借助电商平台进入中国市场,进而落地生根、向下生长,迎来了新的发展机遇。未来,随着越来越多的海外品牌和商品借助更为高效的供应链体系进入中国市场,如何更快、更精准满足国内消费者的需求将成为发展的关键。

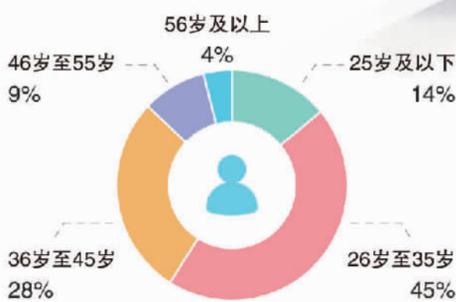
(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



来自不同欧洲国家的进口产品存在较大差异。法国的美妆护肤、母婴及个护类产品更受消费者青睐,其中美妆护肤品类的订单量占所有法国进口产品订单量的58%,而德国的食品饮料、母婴产品和营养保健品更受欢迎。在购买欧洲进口商品时,消费者不再局限于选择知名大牌,而是更青睐小众精品。

2 消费者画像

各年龄段消费者数量占比(与2019年同期相比)

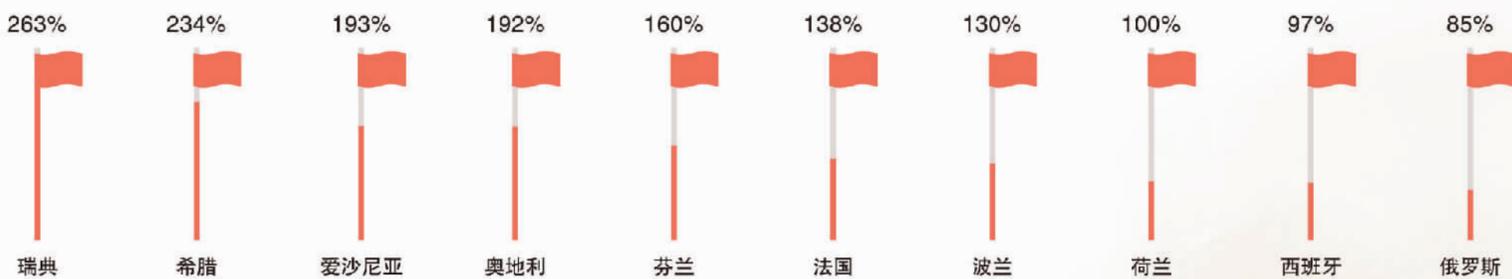


各年龄段消费者数量增速(与2019年同期相比)

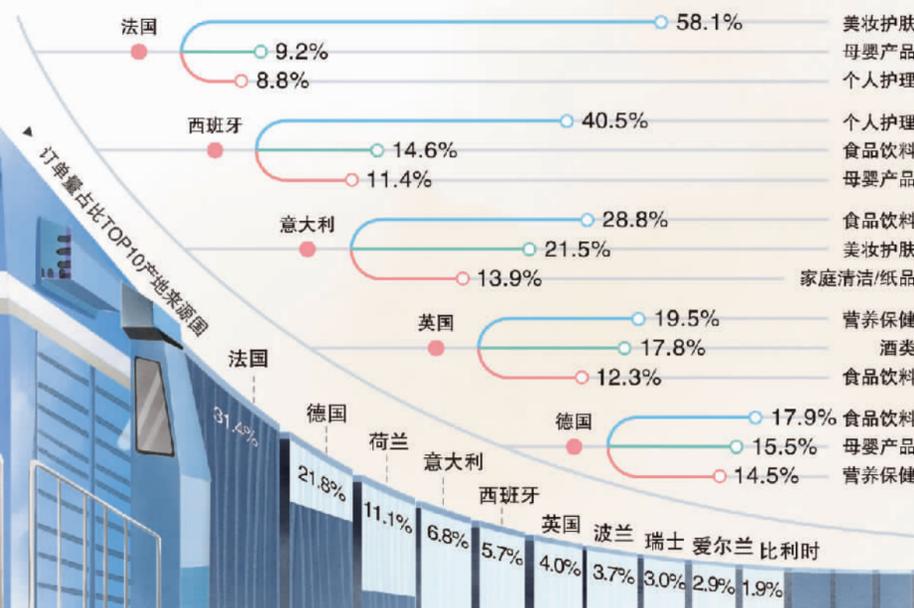


1 总体消费情况

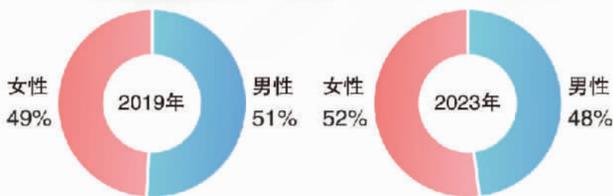
订单量增速TOP10产地来源国(与2019年同期相比)



各产地来源国热销商品TOP3品类及订单量占比



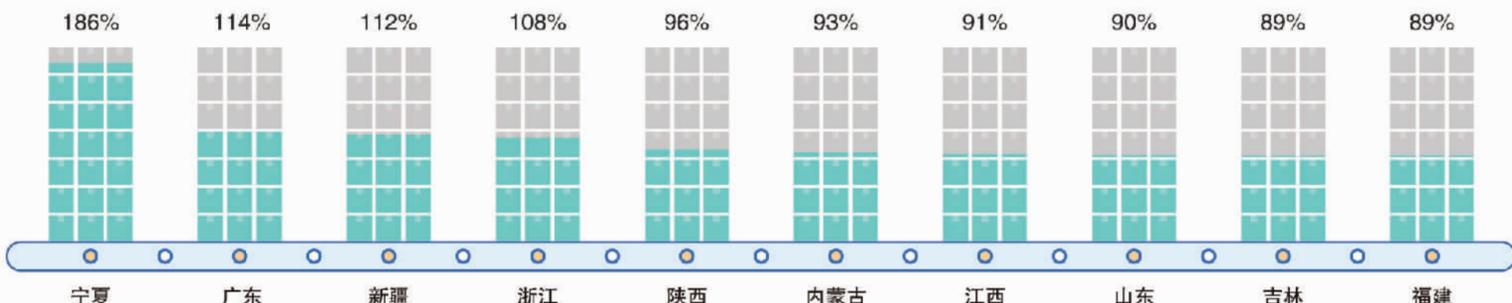
不同性别消费者占比变化



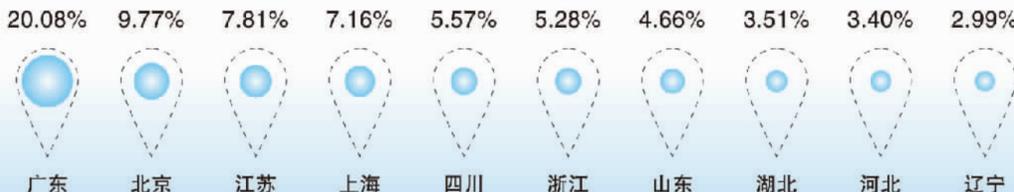
各级市场订单量占比变化



成交额增速TOP10省份(与2019年同期相比)



成交额占比TOP10省份



欧洲产品消费“她力量”凸显,女性消费者占比达52%,母婴、美妆护肤、营养保健等品类更受女性消费者偏爱。26岁至35岁的青年消费者则是欧洲产品购买主力军,消费者数量占比达45%。25岁以下消费者对欧洲产品的消费热情也在快速提升,极具消费潜力。



注:本版数据为产地在欧洲国家的商品

数据周期: 2023年1月份至9月份