

经济日报携手京东发布数据——

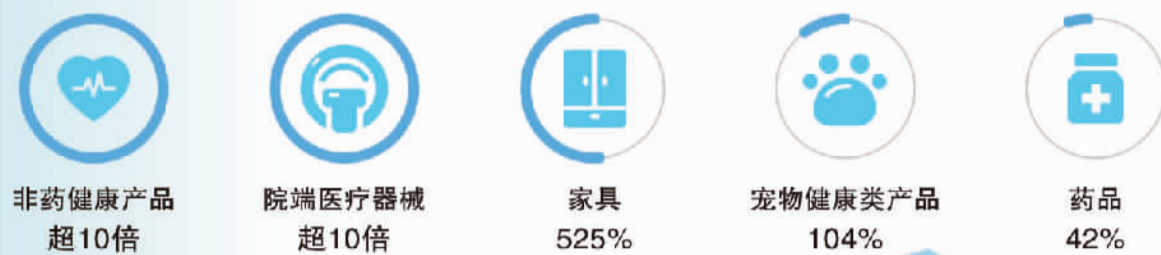
在这里读懂中国消费

# 北美洲健康类产品进口需求旺



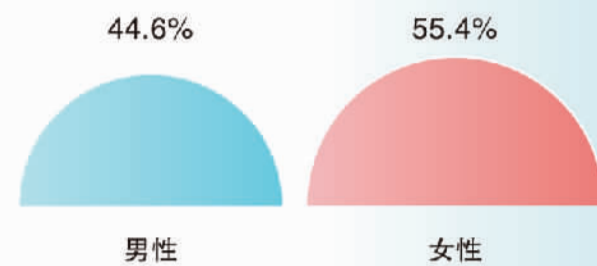
## 1 总体消费情况

成交额同比增长TOP5

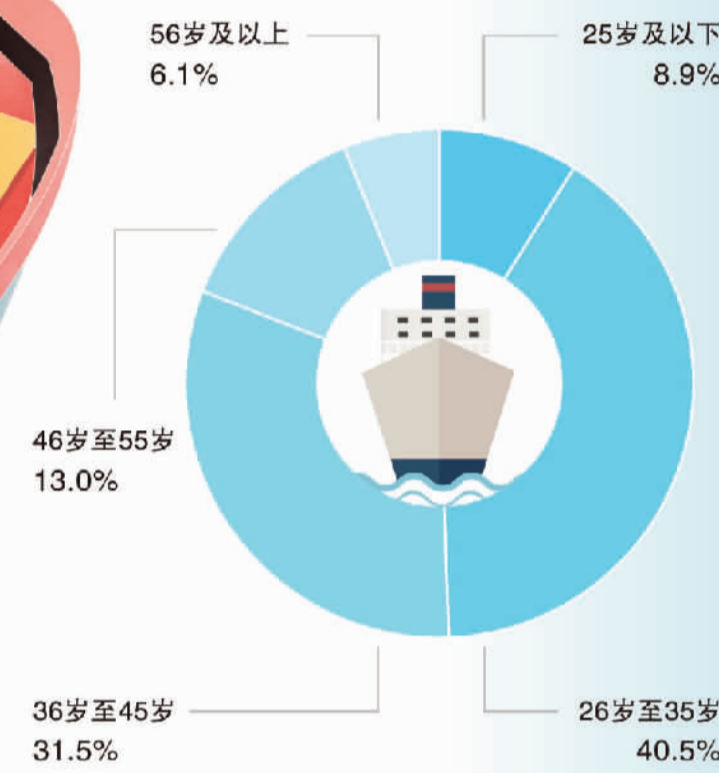


## 2 消费者偏好特征

不同性别消费者成交额占比

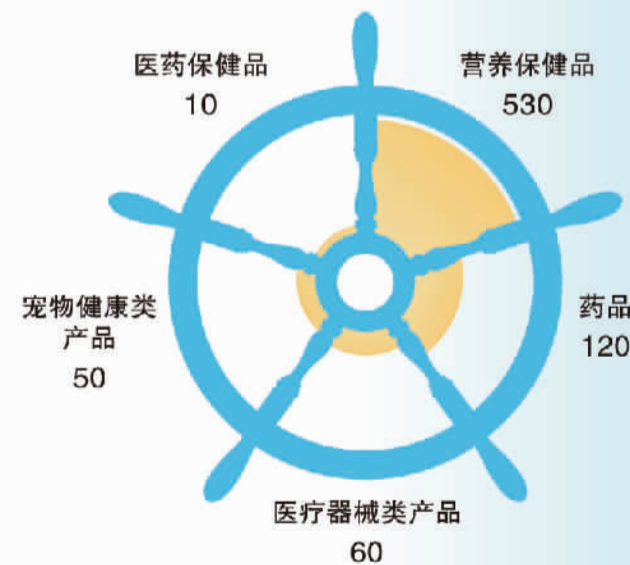


不同年龄段消费者成交额占比

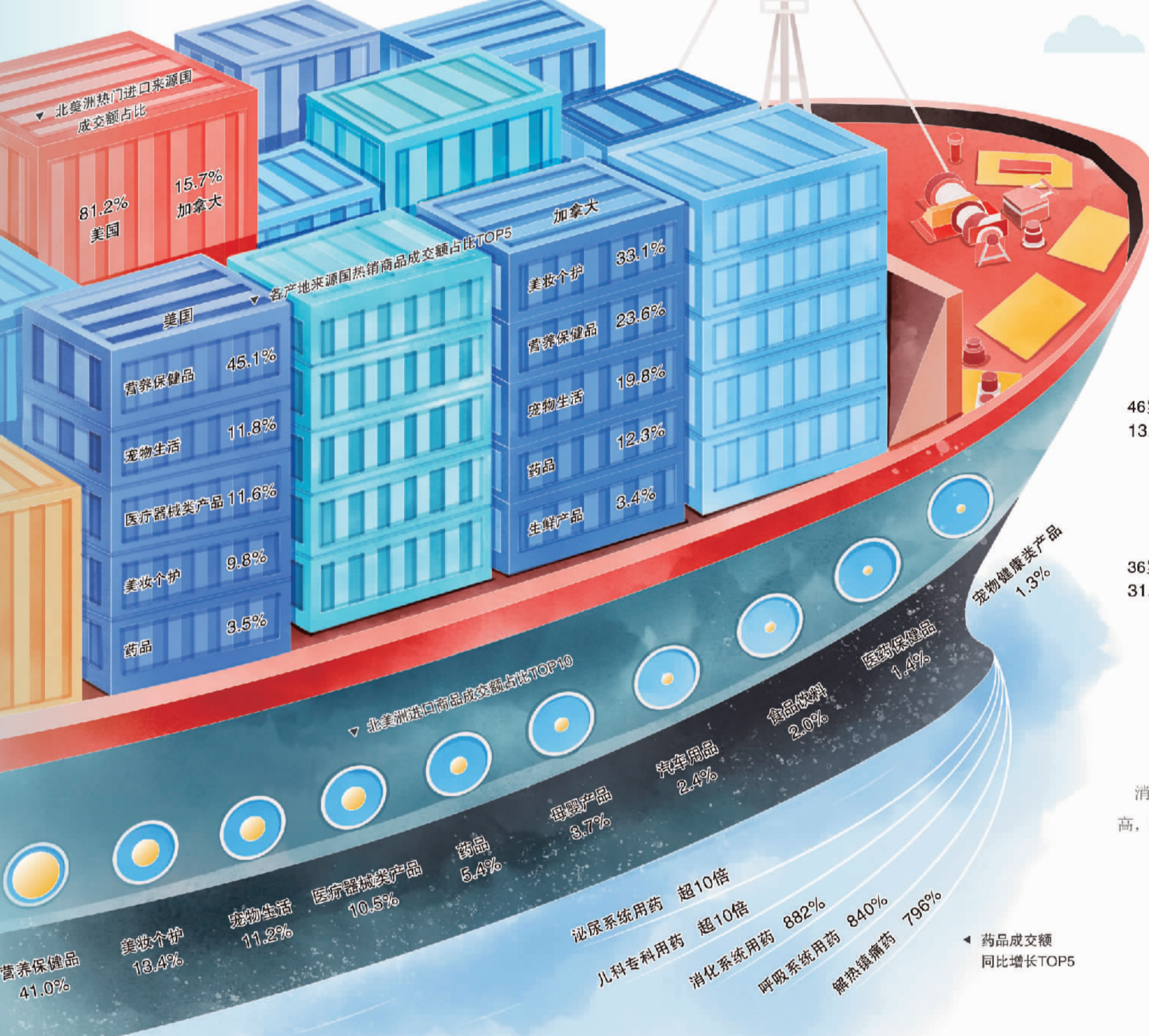


“她经济”趋势显著，女性消费群体是北美洲进口消费的中坚力量，消费金额占比55.4%。年轻人群在北美洲进口商品消费中占据主流地位，26岁至45岁群体消费金额占比超七成，其中26岁至35岁人群消费占比最高，达到40.5%。

县域农村地区成交额占比提升指数TOP5

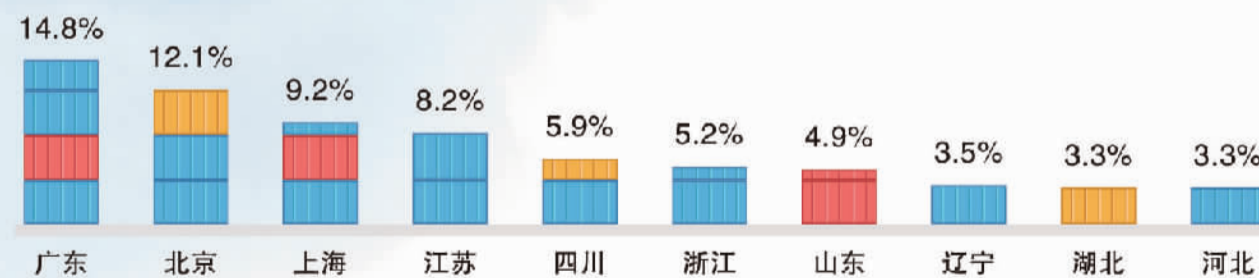


本期点评 曹凤娟

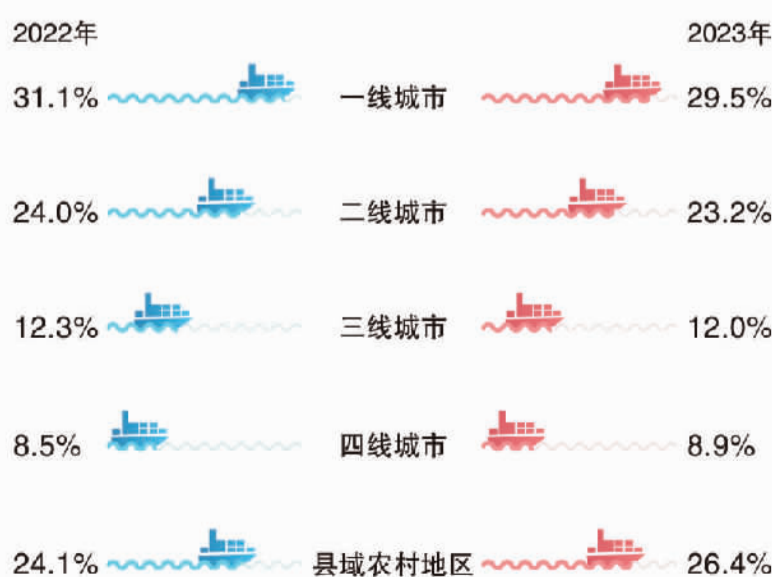


## 3 地域消费偏好特征

成交额占比TOP10省份



各级市场成交额占比变化



## 说数

近年来,伴随跨境电商政策红利持续释放、供应链基础设施的不断完善,我国跨境电商持续增长,已成为外贸发展的新引擎。海关总署数据显示,2023年我国跨境电商进口总额5483亿元,同比增长3.9%。北美洲国家和地区是我国重要的外贸合作伙伴,更多的进口品牌和商品加速进入国内市场,满足了消费者多元化、品质化的消费需求。

从北美洲进口消费趋势来看,国内消费者对健康拥有了更高层次的需求,消费品类逐步从母婴、美妆个护等生活必需品拓展至医药健康类产品。2023年,营养保健、美妆个护、宠物生活、医疗器械、药品等产品在国内市场较为畅销,消费金额占北美洲进口额的80%以上;家具、宠物健康、医药类产品的消费热度增长显著,其中泌尿系统用药、消化系统用药等医药细分产品消费金额同比增长超8倍。

不同产地来源国的进口品类差异明显。美国和加拿大的商品成交额占所有北美洲进口商品的97%。美国的营养保健、宠物生活、医疗器械类产品颇受欢迎,主打高品质和科学配方的营养保健品,消费金额占比达45.1%。加拿大的美妆个护、营养保健、宠物生活类产品更受青睐,美妆个护产品中的面部护肤、香水、彩妆等细分品类消费金额占比较高。

北美洲进口消费的发展,折射出国内消费者对国外优质产品的浓厚兴趣和品质消费的旺盛需求,为优化消费结构、追求高品质生活提供了更多选择。未来,如何持续优化供应链效率和成本,为消费者提供种类更丰富、品质和服务更佳、价格更实惠的商品,将是跨境电商蓬勃发展的关键。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



更多内容 扫码观看 数据周期: 2023年