

# 中国进口食品消费研究白皮书

2017年



海量行研报告免费读

# 摘要



越来越多的中国消费者习惯通过**线上渠道**采购进口食品，线上渗透率达**84%**。来自**澳洲**的进口食品最受中国消费者青睐，其次是美国、日本与德国。



受过良好教育的**80后**进阶为进口食品消费的主力人群，他们大多已组建自己的小家庭，**个人进口食品需求进化为家庭需求**。进口食品**品类下沉到厨房消耗类产品**。



随着电商行业的发展，**网购平台资质**成为消费者选购进口食品的重要考虑因素，**平台自营、产地直采模式**受到消费者的亲睐。



**中粮我买网**坚持平台自营、产地直采、严选品等模式，给客户带来优良购物体验和高品质进口食品，获得了用户对品牌的**高满意度**。



在平台形象上，京东、天猫在“**有很多品牌旗舰店**”、**物流、服务保障**上优势明显；**中粮我买网**受资质背书，在**优选品质、产地直采、严选品**等方面建立了突出形象优势，另外已经与消费者建立了较好的情感绑定 - **口碑好、可信赖**。



从消费者需求痛点出发，**真自营、产地直采**可以更好的满足消费者对**食品安全和品质**的更高需求，是未来进口电商平台的**发展趋势**所在。

# 研究说明

## 进口食品消费研究

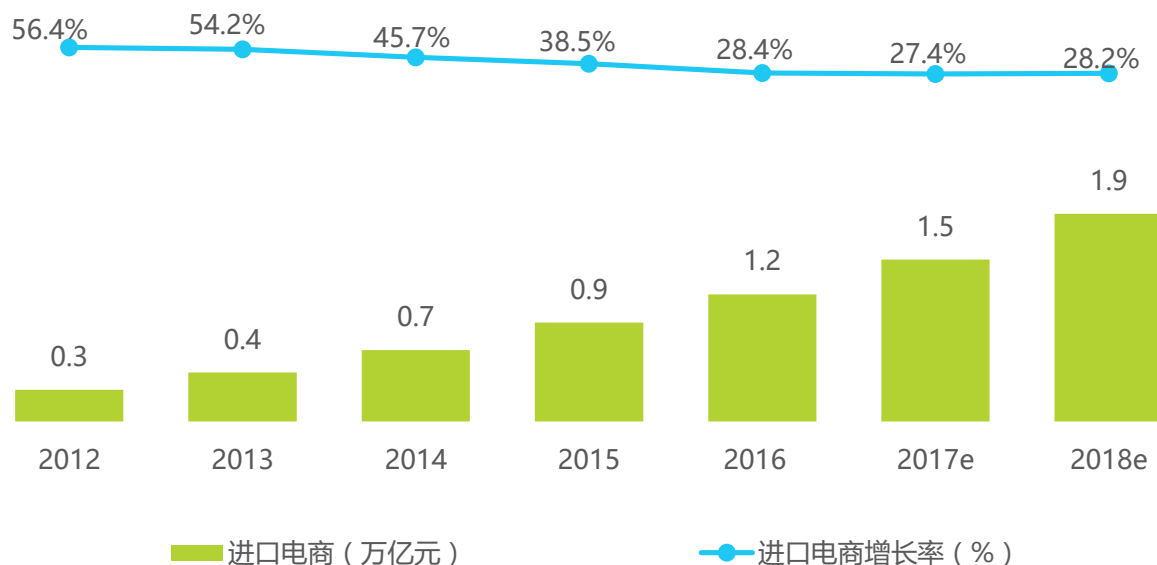


# 行业背景 - 进口电商消费市场持续增长

## 预计2018年进口电商规模将达1.9万亿元

随着互联网特别是移动互联网的进一步发展，中国进口贸易中的电商渗透率持续增长，到2017年已进入平稳增长期。预计2017年，进口电商市场交易规模将达1.5万亿元，增长率为27.4%。

2012-2018年中国进口电商市场交易规模



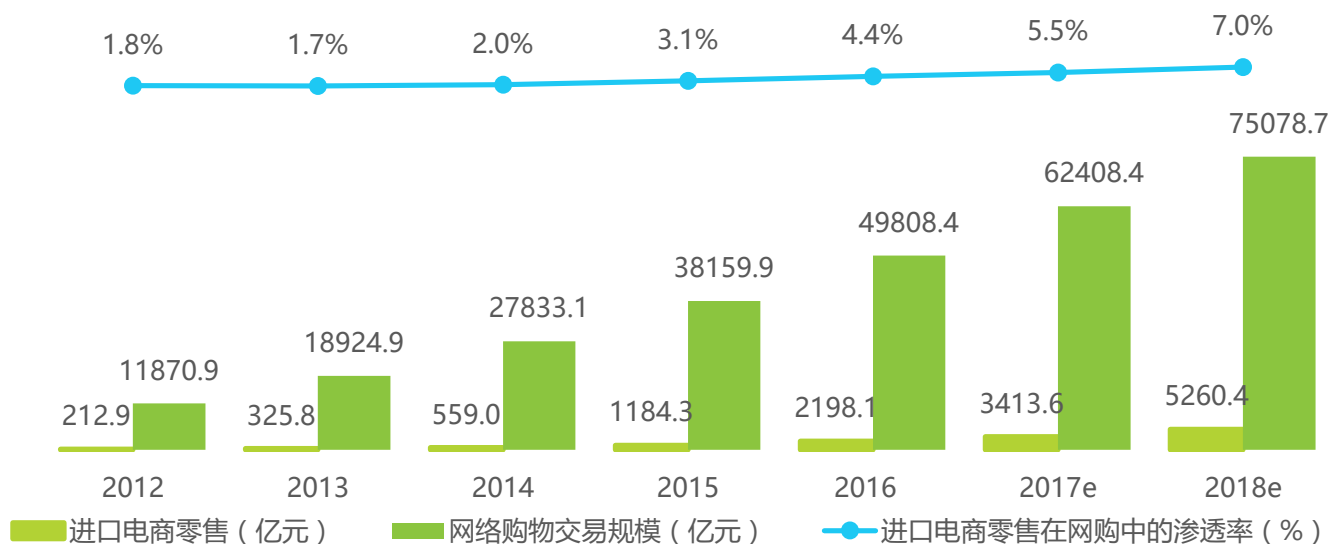
注释：进口电商定义，即跨境进口电子商务，是以互联网为平台，向中国境内用户销售中国关境外的商品，并与用户达成商品销售协议的商业行为。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 行业背景 - 消费升级推动市场快速增长，跨境网购在网购市场的渗透率达5.5%

随着收入增加与消费观念升级，中国消费者对商品的品质（安全性）及多样性有了更高的要求，进口商品消费需求不断增长。

2016年，我国人均国内生产总值已接近9000美元，达到中等偏上发达国家水平，城镇居民人均可支配收入为33616元，同比增长7.8%，国内消费者特别是一二线城市消费者的消费需求不断升级，人们对生活品质的要求越来越高。

## 2012-2018年中国进口零售电商在网络购物市场中的渗透情况



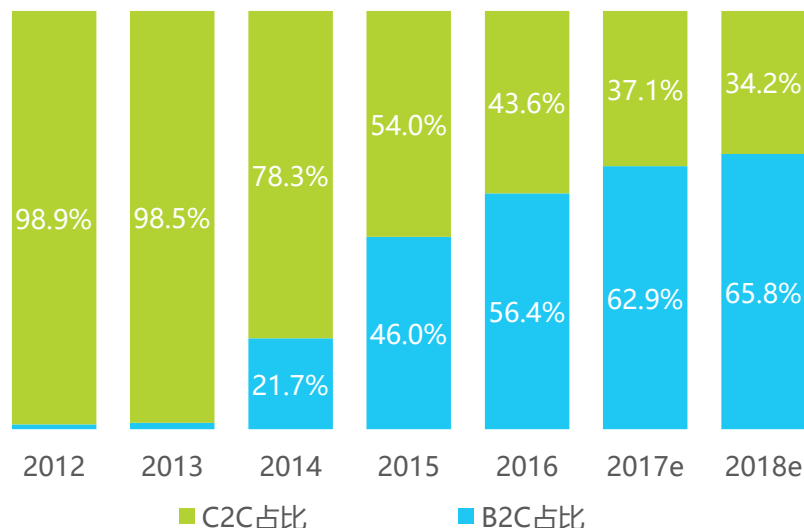
注释：进口电商网购，为海外品牌进入中国市场提供跨境电商平台一站式服务，内容涵盖品牌渠道建设、物流关务处理以及跨境支付等服务。该平台为海外品牌进入中国市场提供一种全新的互联网模式，解决传统模式下海外品牌进入中国市场的诸多问题。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

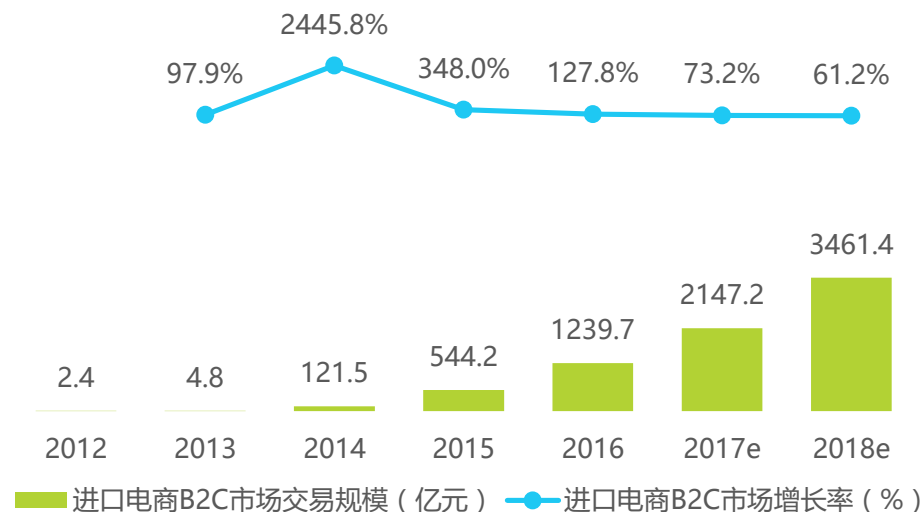
# 行业背景 - 2016年进口零售电商B2C占比首超C2C，消费者对进口电商平台品牌资质日趋看重

一方面京东、天猫等大型综合类电商布局全球，发展全品类，覆盖跨境电商市场，另一方面中粮我买网、网易考拉等偏垂直类电商继续深耕，坚持差异化发展，强化特色标签，抢占消费者心智。

## 2012-2018年中国进口零售电商市场结构-B2C/C2C



## 2012-2018年中国进口零售电商B2C市场交易规模及增长率



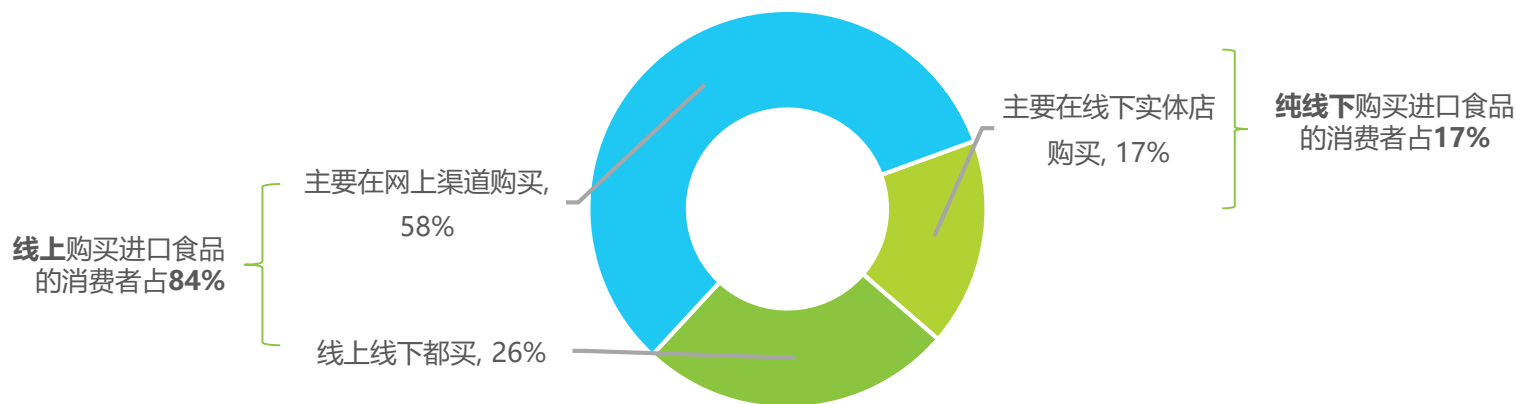
注释：进口线上零售是进口电商零售、海淘、社会化媒体代购的总和。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算。

# 越来越多的中国消费者习惯通过线上渠道采购进口食品

线上消费进口食品渗透率达84%，纯线下购买者仅占17%。

2017年中国进口食品消费者购买渠道选择



中国进口食品消费者用户画像

1

中国进口食品线上消费者行为与态度

2

中国进口食品线下消费者行为与态度

3

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_21351](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21351)

