年进口消费品市场需求总额超470亿元

将进口消费留 宁波势在必行

记者 孙佳丽 通讯员 吴焱焱

早餐喝一杯从波兰运来的牛奶,出门前抹上来自日本的防晒霜,上 班挎着意大利产的包包,逛街踩着美国品牌的高跟鞋,约会时戴上法国 风情的项链……近几年,曾经自带"光环"的进口消费品,已经脱去其高价外衣,而以"亲民"的姿态进入宁波市场。对许多宁波居民而言, 进口消费品早已成为日常用品。

尤其是从2020年开始,新冠疫情的影响止住了居民出境的步伐,却 压不住他们对进口消费品的热情。以此次"618"大促为例,根据京东发 布的数据,6月18日开场仅10分钟,京东国际逾200个品牌成交额同比增 长超100%,其中,宁波居民贡献不小。

"随着居民收入水平不断提高,消费需求逐步呈现多元化、小众化、 个性化特征,中高端消费成为趋势,进口消费品就成了消费市场供给的 重要补充。消费品进口一方面有利于增加有效供给,满足居民对美好生 活的追求,另一方面也对促进国际收支平衡发挥着积极作用。"市商务局 消费促进处相关负责人尹秋平说。

据市商务局测算,2020年,宁波进口消费品市场需求总额约474.4亿 元,占宁波社会消费品零售总额的11.2%,其中留在本地的消费为352.8



年消费突破352亿元 宁波人花在哪里

宁波居民的进口消费品消费能 力有多强? 根据市商务局测算, 2020年,宁波居民进口消费品本 地消费总额352.8亿元,同比增长 16%左右,占当年我市社会消费品 零售总额的8.3%。显然,进口消 费品已从稀缺品,逐渐成为宁波消 费市场的主流商品。

从具体数值上看,食品烟酒和 日化用品是宁波居民最爱的进口消 费品。据宁波海关统计,去年宁波 口岸进口食品烟酒类商品217.6亿 元,同比增长28.2%,占宁波口岸 消费品进口总额的59.5%;进口日 用化品100.0亿元,包括化妆品 84.7亿元,同比增长24.3%。

"其中,很大一部分进口商品 正是由宁波居民消化的。"尹秋平

宁波居民在奢侈品消费领域同 样喜欢"一掷千金"。

"往年我喜欢去欧洲扫货,疫情 发生后转移阵地,平时就来和义大 道逛一逛,看见喜欢的新品直接刷 卡。"昨天下午,正在和义大道某奢 侈品店试穿新品小白鞋的廖女士是 一名进口消费品的重度爱好者,她 告诉记者,进口奢侈品和进口食品 是她最爱消费的两大品类。

在需求的带动下,去年宁波居

民奢侈品消费达40亿元,因全球 疫情促使境外奢侈品消费回流约 10.1亿元。

据悉,和义大道最近3年营业 额实现翻番,2020年达到25亿元 (不含特斯拉),同比增长54%,客单 价最高达1290万元,LV、卡地亚、爱 马仕、迪奥、古驰等重奢品牌销售额 位居前五,合计增长84.0%。

杉井奥莱以 COACH、Armani、 MK、Furla等多个国际名品和运动 品牌为特色,以母婴用品、化妆品 等为补充,还因地制宜创造了"奥 莱+Shoppingmall"的购物模式, 2020年实现营业额28.2亿元,跻 身全国奥莱25亿军团。"去年9月 店庆期间,我们更是创造了销售新 纪录,5天总销售额1.5亿元,总 客流超40万人次。"杉井奥莱相关 负责人说。

此外,从渠道上看,宁波居民 通过跨境平台购买进口消费品的人 数已超过53万人次,年消费额突 破20亿元大关。去年,宁波跨境 电商平台上线商品品种达到965 个,比2018年增加63个,消费者 在平台上最喜欢购买食品饮料、美 容化妆品、婴幼儿奶粉、护发用品 等品类的进口商品,最偏爱澳大利 亚、日本、美国及韩国品牌。

73%。而在跨境电商消费者年龄

结构中,"70后""80后""90

后"和"00后"分别占到了

进口消费品供给

的增加,也在一定程

度上刺激了需求的

产生。2015年至

2020年,宁波口岸

消费品进口年均

增长32.6%,5年

翻了两番多,消

费品进口规模

快速扩张。从贸

易主体看,2020

年经营消费品

进口的宁波企

业共1922家,

进口消费品

311.9亿元,分 别比 2015 年增

加 382 家 和

240.5亿元,进口

总额已位居全省

平告诉记者。

11.06%、33.17%、44.42%和

6.52%



把进口消费需求留下来 关键是加强供给

可惜的是,宁波进口消费品市 场需求总额和留在本地的消费额仍 有一定的差距。据市商务局测算,除 去留在本地的消费,宁波居民流到 境内市域外的消费约26.7亿元,流 到境外或因全球疫情影响暂未释放 的消费约94.9亿元,供需缺口高达 121.6亿元。

显然,宁波不缺需求,欠缺的是 供给。

记者发现,宁波虽然拥有较好 的总部经济发展基础,但宁波本土 总部企业数量不多,规模尚小。同 时,宁波缺少国际大品牌国内总代 理或营销总部,使得大部分品牌商 品需要从上海、广州等口岸入关,例 如和义大道国际名品均由上海人 关,再由品牌总部调配至宁波,这并 不利于宁波进口消费品集散能力的 进一步提升。

与上海、杭州等地相比,宁波的 区域辐射能力也有待挖掘。在和义 大道注册会员中,90%为本地会员, 杉井奥莱客户也以宁波本地消费者 为主。宁波不仅无法吸引消费流入, 而且还存在大量消费流出的现象。 除却去年和今年疫情防控的特殊原 因,往年春节和国庆黄金周消费净 流出也十分严重。据统计,2019年 春节和国庆黄金周消费分别同比增 长1.1%和0.1%,远低于同年社会消 费品零售总额 7.7%的增长速度。

如何让宁波居民把进口消费品 需求留在本地?关

加强供给。

宁波市中东欧博览与合作促进 中心(宁波市商务研究中心)主任张亚 东认为,宁波可以以供给侧结构性改 革为主线,从壮大进口商队伍、拓宽进 口贸易渠道、优化进口消费品结构等 方面入手,丰富进口消费品供给,构建 消费品供给体系,助力宁波建造国际 消费中心城市,提升区域辐射能力。

"中国-中东欧国家博览会在 宁波举行,中国-中东欧国家经贸 合作示范区落户宁波,为宁波打造 国内最大的中东欧商品集散中心奠 定了基础。"张亚东表示,宁波进口 消费品市场应重点关注中东欧国 家,深化宁波中东欧贸易便利化试 验区建设,推进中东欧贸易物流园 基地、中东欧国家特色商品常年馆 和国内重点城市直销中心建设,支 持企业在各大电商平台开设中东欧 进口商品联合馆、旗舰店,大力增加 中东欧商品的供给。

而针对总部经济领域存在的短 板,业内专家认为,宁波可以创新总 部经济发展模式,以壮大存量、引进 培育增量为路径,引导我市进口消 费品总部经济发展。一方面,排摸存 量总部企业,协助企业提升总部能 级;另一方面,以新兴品牌为重点目 标,引进国际知名品牌总部,鼓励 "跨境试点+宁波首店"的品牌推广、 总部招引路径,发挥跨境优势,实现 总部经济弯道超车。同时,探索本土 总部企业培育模式,推广产业链延

伸的"杉井奥莱-奥莱跨境" 发展方式,以下游促上 游、总部推总部的 模式培育本土



宁波市民对进口商品"情有独钟"

(王剑波 孙佳丽 摄)



宁波居民拥 有的可供选择的消 费场景也越来越多 "目前来看,宁波居民 购买进口消费品主要 有三种渠道:一是内容 平台选品+线下门店购 买,在社交平台上挑选心仪 商品后转向线下门店购买; 二是内容平台选品+商业平台 购买,在社交平台挑选心仪商品 后转向线上商业平台购买;三是内 容平台选品+购买,在社交平台挑

选心仪商品后直接下单购买。"尹秋

新闻 1+1

《2021年中国跨境海淘消费行业白皮书》发布

进口消费年轻化 和日常化趋势凸显

emis & Pict

根据6月14日艾瑞咨询发布的 《2021年中国跨境海淘消费行业白 皮书》显示,超过8成用户每月至 少海淘一次, 其中"95后""00 后"是增速最快的进口消费人群。 光是天猫国际上的"95后"及 "00后"消费群体,就从2018年的 28.7%增长到了2020年的34.9%。

白皮书指出,受疫情影响,国 际品牌加速对中国市场布局,其中 不乏小众品牌、潮流品牌和个人品 牌。以天猫国际为例,2017年到 2020年期间,商家数年均复合增 速达55.2%。截至目前,已有全球 87个国家和地区的超过2.9万个品 牌入驻

丰富的商品也让不同年龄层消 费者都能找到自己的兴趣点。数据 显示,"00后"热衷于购买进口的 影视周边产品,"95后"喜欢购买 宠物用品和游戏机,"90后""85 后"主要购买孕产、婴儿类用品, "80后"和"70后"以养生用品为 主,形成了比较鲜明的"80后" 养生、"85后"和"90后"养娃、 "95后"养狗养猫、"00后"追求 自我的消费特点。

2020年,中国跨境进口零售 电商的市场规模约为2050亿元, 增长率为11.5%。白皮书认为,除 了年轻人的加入,进口消费还在向 三线及以下城市拓展,这些城市居 民的贡献占比正在逐步提升,这也 为跨境市场带来了新的可能性。

根据艾瑞咨询的预测, 随着政 策继续释放利好,跨境进口零售电 商有望进入新一轮发展的快车道, 预计接下来的5年,行业年均复合 增速可达到25%

(孙佳丽 整理)

示



年需求达474亿元 宁波潜力从何而来

"宁波居民进口消费品本地消 费总额的快速增长,与去年发生的 疫情息息相关。"尹秋平分析,一方 面,在境外疫情持续不断的背景下, 大量高端的境外消费回流,品牌商 在国外消费力不足的形势下更加重 视中国市场;另一方面,由于境外购 渠道受阻,本地进口消费品市场货 品周转速度快速提升,部分商品甚 至出现供不应求的现象。

不过,真正让进口消费品本地 消费总额持续"井喷"的,是宁波居 民强大的进口消费品需求。市商务 局测算数据显示,去年宁波进口消 费品市场需求总额约474.4亿元,占 宁波社会消费品零售总额的 11.2%

兜里有钱,是宁波人追求美好 生活、实现消费升级的底气。

6月21日,浙江省统计局公布 了全省及各设区市2020年人均国 内生产总值。作为全国14个常住人 口在900万至1000万的城市之一, 2020年宁波人均 GDP 为 13.2614 万 元,按2020年平均汇率计算约为 1.923万美元,是全省的1.3倍、全国 的1.9倍。宁波居民人均可支配收入 在苏浙沪排名第5,仅次于上海、苏 州、杭州和南京。

同时,根据2月8日胡润研究院 发布的《2020胡润财富报告》,宁波 每24户家庭中就有1户资产超600 万元,富裕家庭数量排全国第7,拥 有千万元资产的"高净值"家庭同样 排名全国第7。

而随着"80后""90后"成为消 费主力,其品质化、个性化及高端化 的消费理念开始占据主流。据了解, 在和义大道注册会员中,"80后" "90后"占70%以上;杉井奥莱的会 员顾客以26岁至45岁为主,占比