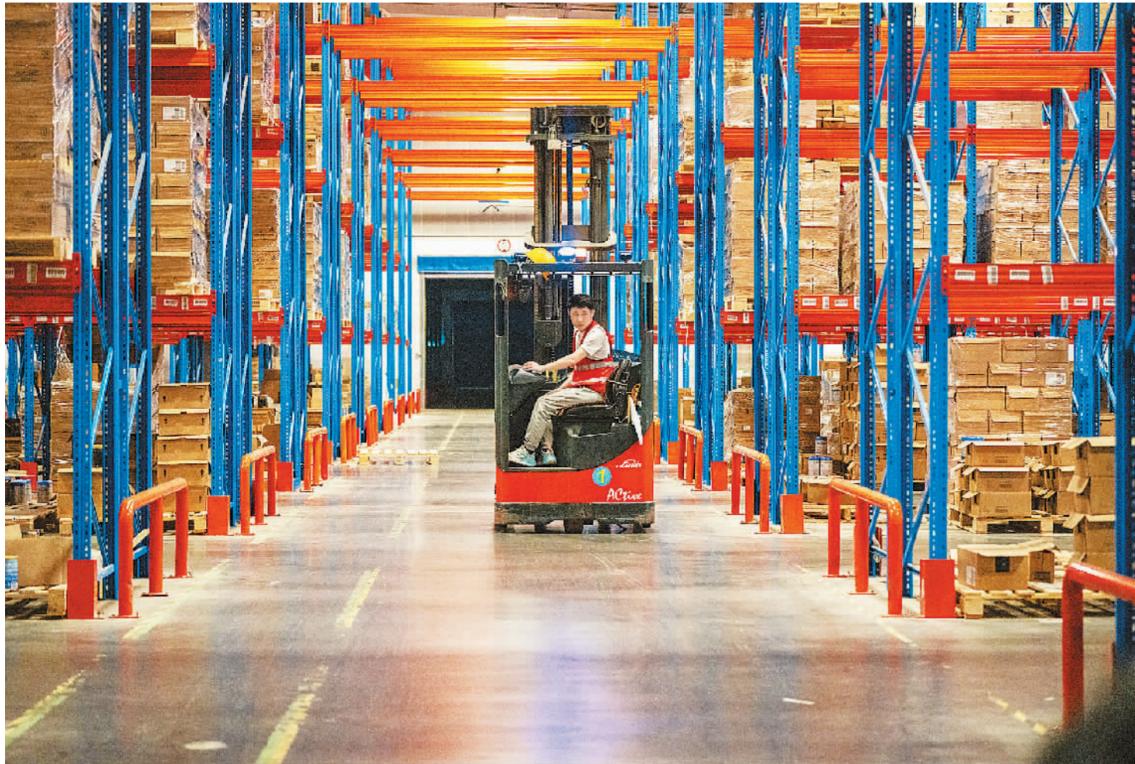


“618”购物节成为全球品牌竞逐中国市场的新平台——

“618”购物车里，哪些进口商品卖得火？

本报记者 孔德晨

京东“618”购物节开启头4个小时，同比增长超5倍的品牌超过1万个，其中包括多个海外品牌；天猫国际“618”开卖4小时，1497个进口品牌成交翻倍，包括342个新品牌……如今，“618”购物节不仅在中国国内备受关注，更吸引了来自全球的品牌，各国企业纷纷通过参加这一购物节，吸引中国消费者、扩大在中国市场影响力。



进口品牌备足货对接消费热潮

今年“618”，你又啥？

被问及这个问题，不少消费者给记者展示了他们的购物车：手机、电脑、美容仪、相机镜头、鱼油、游戏机……“我今年要买‘蹲’了很久的索尼游戏机，京东商城日常价格将近5000元，‘618’补贴价降了1500元左右，感觉可以下手了。”平时爱玩主机游戏的深圳男生张嘉伟对记者说，“在大促开始前，京东APP就给我发了推送通知我购物车里的商品已降价，趁着‘618’入手这类进口数码大件，优惠力度大、价格划算，是周围很多朋友的选择。”

北京姑娘王昭懿则选择购买了一双马丁靴。“这个牌子是在我英国留学时常买的，今年在国内购买，原价1000多元，‘618’活动只用800元就可以买到。”王昭懿说。

今年“618”，天猫上新了342个进口新品牌，表现良好。”天猫国际有关负责人告诉记者，进口化妆品、保健品等进口主流趋势品牌为“618”做好了充足准备；泰国商家Mistine今年备货190多万件商品，其中120万件为进口新品；比利时保健品品牌WHC筹备了65万多件高纯度鱼油，专门为天猫消费者准备1万件天猫首发新品和16万活动赠品，已全部空运至保税仓。

随着影响力扩大，“618”大促在线下商城也热热闹闹办起来。

在顺电北京三里屯太古里中心店，消费者王先生正在选购一台索尼相机。“店员告诉我，‘618’大促期间全店满3000减100，所以我就来看看有没有新款的相机或者镜头可以购买。”顺电店员对记者介绍：“店内近期比较受欢迎的品牌大多是海外名牌，比如戴森、索尼、苹果、博世等，一些大件产品如吹风机、烘干机、吸尘器、耳机等产品都有不同程度的降价，叠加店内满减，优惠力度相当大。”

不远处的丝芙兰美妆店门口，一张写着“全场五折起”的海报吸引不少消费者进店选购。“除了个别品牌不参与‘618’活动外，其他任意产品满三件打八折，满四件打七五折。”丝芙兰店员熟练地向记者介绍优惠活动，“店内还新进驻了一些知名海外美妆品牌，很受消费者好评。这段时间我们店里客流量明显增加，有很多顾客新办了会员卡。”

“今年以来，国家出台了一系列促消费政策措施，有效推动消费市场持续回升向好，消费潜力加速释放。”中国国际发展知识中心副主任魏际刚对记者说，“借助‘618’大促，我们可以从国人的‘购物车’中看出消费趋势的变化。其中最明显的是进口产品销量增加，如进口化妆品、保健品、运动用品等。这折射出消费发展的新态势，彰显了消费增长的新动能，更是中国不断扩大进口的直接体现。”

安徽合肥新站高新区的合肥综合保税区进口商品展示交易中心内，开设了安徽首家跨境电商消费体验馆，店内共有商品4000余种，包括生活日用品、品牌服饰、美妆、个护、酒水、保健品等等，均为海外厂家直采、源头直供。图为市民在选购进口酒水。

张 敏 摄（人民视觉）

保健品受青睐，复古风潮成亮点

今年“618”大促中，有哪些进口产品受欢迎？

进口保健营养品颇受消费者青睐。天猫国

浙江金华金义综合保税区跨境电商垂直云仓内，工作人员忙着给进口商品检验上架、分拣包装、装运发货，满足“618”消费高峰需求。

杨梅清 摄（人民视觉）

北京三里屯太古里中心，丝芙兰店内进口美妆产品琳琅满目，“618”活动海报醒目。

本报记者 孔德晨 摄



际有关负责人介绍，来中国创业的海外品牌中，保健和美妆品牌仍占较大比重，营养抗衰老是目前天猫国际上增速最快的保健新趋势，鱼油及深海磷虾油类产品是增速最快的保健品类。“5月20日晚开卖4小时，鱼油品类整体销量突破5331万，同比增长162%。”他说。

高端酒品、进口奢侈品增长明显。“今年进口品类中，酒水增长趋势明显。开卖1小时，法国品牌Remy Martin人头马成交比去年开

当天增长30倍，Chateau La Tour Carnet拉图嘉利增长20倍。澳大利亚酒水品牌Penfolds奔富，开卖4小时增速超400%。天猫国际上，露酒、果酒品类整体成交比去年翻了4倍。”天猫国际有关负责人对记者说，一些消费者趁大促之机买名牌包袋，“天猫国际上Louis Vuitton两款经典手袋NEVERFULL和N é ono é水桶包也首次参加‘618’期间的价格补贴，以NEVERFULL为例，补贴后价格10699元，并

可使用88VIP大额券。”

“复古”风潮席卷消费群体，成为今年“618”购物节的新亮点。“我最近喜欢购买一些CCD相机，这类复古风相机拍出来的照片相比单反的清晰还原而言更有质感，风格独树一帜。”平时爱摄影的北京姑娘小李说，“今年‘618’我买了两台日式相机。”根据天猫国际数据，“618”开卖4小时，进口数码相机品类整体增速翻倍，复古风格强烈的日本品牌Olympus奥林巴斯成交翻8倍。此外，以摩托车头盔为首的摩托车骑士装备，在天猫国际增速明显，成交增速达518%；进口音乐CD、DVD品类整体成交增速达248%。

“运动”仍然是进口消费不容忽视的主题。徒步登山、骑行和水运动是户外运动领域的三大新兴消费趋势。根据平台数据，今年“618”进口自行车相关配件成交同比增长688%，泳镜整体成交增长1058%。Lululemon、Onitsuka Tiger鬼塚虎、New Balance、ARC'TERYX始祖鸟、Osprey成为增速最快的进口运动品牌。

商务部国际贸易经济合作研究院电子商务研究所所长杜国臣介绍，海外市场跨境电商在过去几年中呈现快速发展，预计2025年将达到约7.4万亿美元的规模。“从地区来看，东南亚、拉丁美洲、中东非、印度、韩国等市场都保持了线上销售领域的快速增长。”杜国臣说，“日本、韩国、美国是中国进口的主要国家，品类上有化妆品、服装、鞋帽等，美国、东南亚等是中国出口的主要市场，产品品类结构不断优化，高科技产品持续增长。”

丰富、优化国内供给

“618”大促期间，为应对高涨的跨境电商消费需求，平台企业如何保障运力？

今年“618”大促开始前，淘宝天猫、京东、唯品会等平台相继宣布取消沿用10多年的预售机制。“这是今年最大的变化。往年通过预售模式，商家可以提前掌握售卖情况科学备货，物流快递企业也可以预测单量情况，提前准备仓配资源。再加上海外‘618’叠加欧洲杯，将给中国跨境商家带来一波订单高峰。”魏际刚说，“可以说，这是对物流快递企业的一次考验。”

菜鸟国际快递有关负责人告诉记者，通过AI技术，菜鸟会每日更新预测单量数据，预测几大核心经济带包裹体量呈爆发式增长，提前大规模加开直发线路，绕过分拨。数据显示，“618”期间菜鸟速递全网包裹流转节点较日常出现了下降，这既降低分拨操作成本，也加速了包裹流转。此外，菜鸟还联合速卖通宣布杭州、惠州、东莞等30多个优选仓可以直发韩国，以满足跨境电商物流高速运转需求。

扩大进口消费，是促消费的重要一环。魏际刚认为，可从两方面分析中国扩大进口的重要性。

“从国际视角来看，中国扩大进口为世界各国提供了广阔机遇，有利于世界各国分享中国大市场、推进经济增长，从而维护中国与其他国家的国际关系。”魏际刚说，“从中国自身来看，一方面，扩大进口对于构建双循环新发展格局具有不可替代的重要作用，优质产品和服务进口对于中国经济高质量发展以及人民高品质生活是十分必要的；另一方面，扩大进口对加快建设贸易强国也是很重要的，建设贸易强国不仅需要继续扩大进口规模，而且要优化进口结构，提升消费品尤其是高端产品的进口占比。”

如何利用进口手段优化国内供给结构、提升国内经济运行效率？

“我们既需要注重进口和出口的平衡，也要兼顾国内循环和国际循环的平衡，还要重视不同种类产品生产和供给的平衡。”魏际刚说，“中间品、资本品在国内国际双循环、供应链稳定等方面发挥着重要作用，因此，不仅要强调消费品的进口，也要关注中间品、资本品的进口情况。”

魏际刚建议，中国的进口准入开放应更加多元化，可直接影响进口规模和进口结构。“当前我国的市场准入尤其是消费品准入相对较严格，如果扩大准入，能够更好地满足人们生活的消费需求，开放多元的进口也能促进经济增长。”魏际刚说。

扩大优质进口 丰富消费选择

董 超 汪文清

逐渐引领全球潮流，国内外消费市场循环更加畅通。

二是进口消费规模和质量逐渐提高。2023年，中国消费品进口额1.95万亿元，比上年增长1.2%，其中，首饰进口增长63%，钟表进口增长17.2%，中国进口消费规模不断增长，消费者对高端进口消费品需求有所上升；跨境电商进口5483亿元，比上年增长3.9%。跨境电商在进口领域仍有较大市场潜力。2024年一季度，消费品进口市场仍延续稳步扩大态势。

中国消费者“买遍全球”，彰显了中国高水平对外开放新格局。积极扩大进口是高水平对外开放的重要内容，有利于构建全面开放新格局、建设更高水平开放型经济新体制。扩大优质商品进口能够优化供给结构，满足市场需求、促进消费升级，也能推动国内企业提升效率、加强品牌建设，实现供给端的提质增效。未来，应围绕消费国

际化趋势，扩大优质进口，丰富消费选择，构建国内国际畅通的消费体系。具体可从以下几个方面入手：

——完善国内消费市场功能。立足扩大国内需求，激发有潜力的消费，稳定和扩大传统消费，推动消费品以旧换新，提振新能源汽车、家电等大宗消费，大力发展数字消费、绿色消费、健康消费等新型消费，培育文旅旅游、智能家居等新的消费增长点，鼓励跨境电商、直播电商等新业态新模式发展。完善流通基础设施，加快推进国际消费中心城市和县域商业体系建设，畅通消费渠道。改善消费环境，加强消费者权益保护，加快商务信用体系和流通法治体系建设。

——扩大进口促进消费。拓展进口消费品品类和规模，扩大特色和优质日用品和高端消费品进口；围绕共建“一带一路”国家，扩大优质农产品等进口。加快进口平台

建设，推进整车进口口岸建设，扩大平行车进口试点；鼓励发展进口保税仓储、进口商品展览展示和进口商品交易；鼓励跨境电商保税进口试点城市探索跨境电商保税进口新模式，创新监管方式；鼓励有条件的地方建立进口商品分销中心，拓展进口商品国内流通渠道。进一步完善进口促进政策，推动进口关税结构性减税，完善免税店政策。

——加快推动内外贸一体化发展。加强内外贸一体化统筹管理，推动内贸领域的法规体系与国际接轨。支持外贸企业拓展内销市场和内贸企业拓展外贸业务，培育兼具多种职能的大型跨国商贸流通企业。高水平打造对外开放平台，充分发挥自贸试验区（港）、跨境电商综试区等开放载体作用，依托进博会、消博会等大型国际展会平台，实现内外贸产销衔接，提升国内外市场一体化水平。

（作者为商务部研究院流通与消费研究所研究员）



今年“618”大促，进口消费表现抢眼，体现了中国消费国际化潜力巨大。

首先，跨境电商销量激增，海外品牌销售情况较好。进口酒水、美妆、相机品牌成交增速较快，跨境电商平台通过大量的促销活动和营销推广，实现销量激增。其次，相关供应链管理优化，物流配送速度加快。为了满足“618”大促期间激增的订单需求，跨境电商平台加强与供应商、物流服务商的合作，优化供应链管理和物流配送体系，提高了订单处理效率和配送速度，也降低了库存和运营成本。同时，一些电商平台的全链路溯源码提供了查询商品采购、物流信息的渠道，为消费者提供了更便捷、放心的购物体验。

分析这些现象背后深层次原因，是国内外消费市场日益融合，消费国际化趋势加速。

一是中国消费市场国际化程度提高。中国有14亿多人口，中等收入群体规模超过4亿人，人均GDP突破1.2万亿美元，稳居全球第二大消费市场。2024年一季度，社会消费品零售总额12.03万亿元，同比增长4.7%，市场规模持续扩大。国际消费中心城市加快培育，全球优质消费资源加速集聚，标志性商圈全球影响力提升，消费创新