

进口“洋酒”、巧克力、时尚饰品热销，跨越万里——

# 全球好物相伴中国节

本报记者 李婕

喝德国的精酿啤酒、品尝比利时的巧克力、搭配法国进口饰品、送上新西兰保健套装，甚至还有卢旺达的辣椒酱、南非的奶酪饼……这个牛年春节，同样少不了全球好物的添彩助兴。

与以往不同的是，当初掌年货置办权的“90后”“00后”消费者遇上就地过年，进口产品消费也萌动着不少新意。

在疫情全球蔓延的特殊背景下，中国持续同世界分享市场机遇，持续扩大开放，进口货物在中国的旅程，也成为今天观察中国市场与世界互动的参照。

## 进口货“五彩缤纷”

——菜鸟进口清关量达2019年春节同期的2倍；进口“洋酒”、巧克力、时尚饰品销售额分别同比增长10倍、3.3倍、4.2倍

一边是异国民俗风情展示、异域风情歌舞表演等活动为节日增添气氛，让市民不出国门也能实现万国“微旅行”；一边是南非马鲁拉护肤礼盒、澳大利亚 Aussie 深海鱼油礼盒、比利时西丽精酿啤酒礼盒，各个国家馆拿出“看家好货”，让万国好礼尽收囊中……

在与进博会主会场仅一条马路之隔的绿地全球商品贸易港，这个春节颇有“全球”特色。现场不仅有进博同款年货礼盒供市民体验、购买，更有进店有礼、满额赠送、线上商城限时秒杀等丰富多彩的活动，消费者强大的购买力也展露无遗。

以护肤品类来说，绿地贸易港数据显示，整个春节期间，娇韵诗美白套装、海蓝之谜精粹液、赫莲娜黑绷带、SK-II 神仙水、希思黎全能乳液等商品在线上线下销售累计环比增长6.5倍。

线下热闹非凡，线上，更多消费者也买出了进口货的“五彩缤纷”。

阿里巴巴数据显示，春节进口消费热度高，跨境物流成亮点。香港地区收货量是2019年农历同期的3倍；澳门地区发货量是2019年农历同期的近30倍；大年三十到初六，菜鸟进口清关量达到2019年春节同期的2倍。

哪些进口货热销？进口“洋酒”和巧克力表现抢眼。天猫国际数据显示，2月4日-2月15日期间进口洋酒销售额同比增长10倍，英国和日本的威士忌、日本梅酒、法国白兰地、荷兰力娇酒等品类热销，年货酒水选择可谓“放眼”全球。

进口巧克力、珠宝首饰等礼品消费也走俏。2月4日-2月15日期间，天猫国际进口巧克力销售额同比增长337%，迪拜巧克力、瑞士巧克力礼盒、日本生巧礼盒热销。京东大数据显示，春节期间消费占比增长最快的品类为珠宝首饰、美妆、钟表及其它礼品类。这其中，进口的时尚饰品增长4.2倍，拉动了珠宝首饰类的快速增长。

分析指出，今年春节，许多“90后”“00后”初掌年货置办权，年货消费呈现年轻化、时尚化等趋势。而在进口消费上，则体现为品类越来越多元、来源地更趋丰富。

## 中国市场需求旺盛

——三四线城市进口消费增势快，“50后”同样展现强大购买力

细看今年春节数据，还会有新的发现。即使在许多人就地过年背景下，进口酒水消费者中有一半以上来自三四线及以下城市，这些区域的消费者越来越“洋气”了。

这正是近年来中国消费市场变化的一个映射。“进口消费市场正在持续下沉。”绿地全球商品贸易港集团总经理薛迎杰介绍，疫情发生以来，民生商品的刚性消费需求显著，特别是肉类、米面油等品类出现了井喷式的增长，进口民生商品在一线城市以外的区域也颇受欢迎。



去年，来自南非的牛肉在哈尔滨、济南、贵阳、宁波等地的绿地贸易港销售超过3万份。出于源源不断的市场需求，第三届进博会期间，绿地又与南非牛肉工厂签订了9000万美元牛肉产品的采购意向协议，约为该工厂2至3年的产量。此外，进口品质商品也在一线城市之外增长迅速。作为“进博同款”的阿根廷皮包，在济南、哈尔滨、宁波等地贸易港收获颇丰，去年售出近1.5万个。

从一二线到三四线城市的下沉轨迹，享受中国超大规模红利，这些特征在进口商品中体现明显。中国食品土畜进出口商会发布的《中国进口食品行业报告（2020年）》显示，2019年，中国进口食品增长迅速，进口总额达908.1亿美元，比2018年净增长172.4亿美元，同比增长23.4%。

以水果及制品为例，2019年进口额达99.5亿美元，2015-2019年间，年均复合增长率达15.3%。2019年，水果及制品进口额排名前十的省市中，北京、上海、广东、浙江等经济发达省市占据高位，但除排名前十的省市之外，其他省市进口额增速同样高达61.16%。

买进口仍然还是年轻人的“专属”吗？“进口消费人群正持续扩大，有消费力的老年消费者逐步涌现，对进口商品同样青睐。”薛迎杰观察到，“50后”展现出对进口民生商品的强大购买力，进口肉类、水果、乳制品等“刚需”产品在绿地优选G-Super进口超市热销，如新西兰牛肉、波兰牛奶等商品在春节销售期间尤其受欢迎。

从民生商品到品质消费，从一二线到三四线市场，从“00后”到“50后”，中国市场商机无限。

## 孕育更多市场互动

——对中国需求的信心，让更多好物争相来华；更多商家进入，丰富着市场选择

蜜饯糖果、糕点饼干、美妆护肤、母婴用品、汽车家居……全球品牌物源源不断来到中国，正是市场需求超强的体现。

数据显示，春运以来，中欧班列（重庆）进口货物93

列、4126辆，较去年增加了173.5%。特殊时期，进口年货的“安全”抵达殊为不易。不仅新冠病毒核酸检测不可少，针对进口冷链食品，有关部门还明确实行专用通道进货、专区存放、专区售卖，严格查验检验检疫证明、核酸检测报告、消毒证明和产品追溯信息，全面防控疫情风险。

虽然受疫情影响，2020年中国货物进口额为14.23万亿元，进口需求保持稳定。海关数据显示，2020年中国粮食、肉类等农产品进口量分别增加了28%和60.4%。

“我国国内超大规模市场为扩大进口提供了有力支撑。在疫情影响下，我国超大规模市场优势更加明显，进口需求稳定。”海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文说。

市场的变化，国内外进出口贸易商有感触。“国内消费市场快速回温，进口商品市场也有显著反弹。”薛迎杰认为，一方面，国内消费结构不断优化，消费潜力不断释放，肉类、水果等进口需求继续保持高位，美妆产品、个护用品、服饰箱包等升级类消费品持续热销，扩大了进口需求；另一方面，受疫情影响，出境游大幅减少，境外消费回流也对进口消费产生一定的带动作用。

“我们贸易港内许多海外客商在短短几天就接到来自全国十多个城市的订单，更有客商销售猛增七八成，靠着中国消费市场复苏走出疫情影响。”薛迎杰说，作为进口商，他感受到这次疫情之后，海外生产商、品牌商更愿意投入中国的怀抱，对中国市场消费力更有信心了。

在扩大开放、扩大进口的背景下，购物车、餐桌上的进口货，是中国买全球的写照，也是更好生活的注脚。

近年来，越来越多外国商家看准商机，推开中国市场的大门，也丰富着中国市场上的进口选择。“拥有全球最具成长性的内需市场，牢牢把握扩大内需、扩大开放的重大机遇，未来可期。”一位进口贸易商表示。

图①：2月15日，游客在浙江义乌中国进口商品城孵化区采购食品。 龚献明摄（人民视觉）

图②：2月6日，在湖北省通城县一进口商业中心，小朋友在机器人引导下购买进口产品。

刘建平摄（人民视觉）  
图③：2月15日，“义新欧”中欧班列从义乌铁路西站驶出。 龚献明摄（人民视觉）



## 中国餐桌上的进口味道

2020年中国货物进口14.23万亿元  
粮食、肉类分别增加28%和60.4%

### 图解餐桌美味

（以下均为2019年全年数据，单位均为美元）

中国进口食品来源地达189个  
年度进口额908.1亿，增长23.4%

进口来源地中  
新西兰最多，81.8亿，增27%  
巴西增长最快，为49.2亿，增44%

### 哪些进口货吃香？

肉类及制品 | 进口突破  
水海产品及制品 | 百亿规模  
乳制品  
水果及制品进口接近百亿  
17大进口食品品类中，6类增速超20%

### 肉类及制品

进口额达188.9亿，增长70.2%  
牛肉及杂碎最多，83.3亿，占44.1%  
猪肉及杂碎次之，63.9亿  
鸡肉及杂碎，19.8亿  
羊肉及杂碎，18.6亿  
排名前三来源地：  
巴西、澳大利亚、新西兰  
阿根廷涨得快，增123.1%

### 水海产品及制品

进口额达160.5亿，增长31.6%

鱼类最多，66亿，占比41.1%  
虾类次之，60.1亿，增长84.1%  
蟹类第三，9.9亿

排名前三来源地：  
俄罗斯、厄瓜多尔、印度  
厄瓜多尔涨得快，增速达283.5%

### 乳制品

进口额达116.4亿，增长10.2%  
婴幼儿配方乳粉最多，51.9亿元，占44.1%  
奶粉次之，为31.2亿，增长28.7%  
液奶第三，为11亿，增长20.7%  
排名前三来源地：  
新西兰、荷兰、爱尔兰  
澳大利亚涨得快，增速达33.4%

### 水果及制品

进口额达99.5亿，增长24.3%  
榴莲最多，为16亿，增47.3%  
樱桃次之，为14亿，增7.1%  
香蕉第三，为11亿，增22%

排名前三来源地：  
泰国、智利、菲律宾  
厄瓜多尔涨得快，增速达98.8%

上述2019年相关数据均来自  
《中国进口食品行业报告（2020年）》  
李婕制图

# 中国进口红利日益凸显

魏浩

积极扩大进口是中国政府不断深化改革开放、提高人民生活水平的具体实践，是中国主动开放国内市场的具体行动。近年来，中国进口红利日益凸显。在疫情背景下，看中国如何稳进口、安全进口，看进口如何在中国国民经济和世界格局中发挥作用，很有现实意义。

中国消费品进口提高了国内消费者的生活水平。以食品为例，近年来进口额、进口数量、种类不断扩大，使巨大的潜在消费需求变成现实需求，扩大了国内消费，实现了人民对美好生活的向往。防疫期间，消费品进口也为保民生作出了不可忽视的贡献。2020年，中国粮食、肉类等农产品进口量分别增加了28%和60.4%，这些产品的进口有利于抑制相关产品的价格过快增长，保障老百姓的基本生活。

2020年，中国是率先恢复进口增长的国家。由于防疫措施科学、有效，中国在较短的时间内控制了新冠肺炎疫情，其后开始复工复产，中国的进口贸易也比其他国家得以更快恢复。2020年前三季度，中

国货物进口贸易增长呈现“V”形态势，显现出强劲的增长势头。11月份，全国进口总值同比增长4.5%，连续3个月正增长。

中国进口对世界经济的贡献更加凸显。2001-2019年，中国货物进口规模不断扩大，年均增速高达12.6%，同期全球货物进口年均增速为6.3%。2020年，与其他国家相比，中国进口表现也是一枝独秀。根据WTO公布的月度主要经济体货物贸易数据测算，2020年前10个月，中国进口国际市场份额达到了11.5%，这比历史最高值大幅提升了0.7个百分点，有力支撑了世界各国的经济发展。

外国企业应积极主动抓住中国进口这

个重大机遇。从中国的发展现实来看，一个基本判断是，目前中国国内对进口产品的需求还没有被完全挖掘和释放。随着人民生活水平的提升和消费升级规模、范围的扩大，国内对进口产品的需求规模将日益增多，需求偏好也将发生改变，不仅会增加对各类高档品、奢侈品的需求，还会逐渐增加对高质量日用消费品以及高性价比海外品牌产品的需求。这对于任何一家外国企业特别是大型跨国企业都是千载难逢的机遇，抓住了这次机遇，可以为企业自身的长远发展奠定基础。疫情对世界经济的影响是深远的，世界银行的一份报告指出，疫情冲击导致世界面临二战以来最

严重的经济衰退。在这样的背景下，外国企业积极扩大对中国出口比任何时候都具有战略意义。

积极扩大进口在构建新发展格局中具有不可替代的战略性作用。进口是国内大循环的重要组成部分，也是国内国际双循环的关键枢纽。在促进畅通国内大循环方面，积极扩大消费品进口有利于激发消费潜力和活力，进而加快促进形成强大的国内市场。在促进畅通国内国际双循环方面，积极扩大进口有利于更好地利用国内国际两个市场、两种资源，进而推动国内外市场更好地联通和相互促进。另外，积极扩大消费品进口本身就是供给侧结构性改革

革，为生产服务的各类产品进口也是为供给侧结构性改革服务的，因此，要积极扩大进口，服务新发展格局的构建。当然，在积极扩大进口时，一方面，应扩大进口规模，提高进口范围，优化进口结构，改进进口监管方式，提高进口实效；另一方面，也要注意进口安全，防范进口风险。

毫无疑问，未来五年乃至更长时期，中国依然是全世界最大的市场之一，是全世界最具潜力、最好的市场，中国市场将越来越开放、越来越有吸引力。今后，中国将坚定不移地全面扩大开放，更有效率地实现内外市场联通、要素资源共享，让中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场，让中国和世界共享更多“中国进口红利”。

（作者为北京师范大学经济与工商管理学院教授、国家进口研究中心主任）

