

## 据进口消费趋势报告数据显示

## 90后与95后成为进口消费主力

天猫国际近日发布进口消费趋势报告,数据显示,进口消费表现为常态化、精致化、品质化、内容化等四大趋势,其中90后和95后人群成为进口消费主力。

青年报记者 吴缙超

## 进口消费人数3年增长3倍

在天猫国际联合第一财经商业数据中心发布的《2018天猫国际进口消费趋势报告》中,阿里三年进口消费大数据披露,从2015年到2017年,天猫国际进口消费人数增长3倍,且购买频次不断上升,不仅进口消费习惯日趋常态化,购买品类也越来越丰富。

90后和95后消费人群不仅在消费金额和消费人数上彰显实力,同样也是进口消费大军中的主要新增用户。《报告》显示,2017年90后和95后消费者人数占比接近50%,消费金额接近40%,与此同时2017年天猫国际消费者中超过六成成为新增用户,而其中90后和95后占比近半,可见90后正替代80后一步步巩固在天猫国际上的消费实力,95后也日渐崭露头角。

“喜新”是年轻人的特性之

一,《报告》显示,90后和95后是小众国别产品销售额增长的主要推动力,而西班牙作为天猫国际消费者的新晋偏爱国别之一,美妆护理产品是其打开中国市场的利器。以西班牙“安瓶鼻祖”Martiderm为首的安瓶品牌就在2017年以黑马之势闯入中国市场,Martiderm海外旗舰店用不到10个月的时间成为天猫国际亿级俱乐部成员,复购率达到22%,几乎两倍于美妆行业的平均复购率。而这股购买力的背后是超越80后、贡献了近四成销售额的90后,与此同时95后销售额占比也进一步攀升。

韩国辣火鸡面成为2017年的爆款进口美食,根据《报告》显示,2017年火鸡面线上销售迎来大爆发,而主要拉动群体便是90后和95后,占据了超过六成的销售额。90后和95后喜欢潮牌,相

比其他年龄段的消费者,90后和95后对这类产品销售额的贡献可谓占据半壁江山,远远超过整体鞋包服饰产品中90后和95后的消费占比。在养生方面,膳食纤维、葡萄籽提取物和胶原蛋白等抗衰老和调理胃肠道保健食品越来越受到90后和95后的追捧。值得一提的是,在2017年大热的“保温杯+枸杞”组合也撬动了养生派90后和95后对保温杯产品的大量购入。

新国别、新品类、重养生、防脱发、去水肿、高端个护、大牌美妆、明星同款……逐渐成长为进口消费主力的90后和95后正催生着多元的消费需求。而平台所提供的更丰富的品质好物选择,更国际化的便捷消费方式,不仅促进进口消费习惯日渐养成,更是成为进口消费者接触尖端潮流的一大入口。

## ■关注

基建需求旺盛  
今年1月挖掘机销量翻倍

青年报记者 洪伟

**本报讯** 在我国经济持续向好的背景下,基建行业的旺盛需求也带动了挖掘机的销售量。中国工程机械工业协会挖掘机分会2月7日数据显示,2018年1月共计销售各类挖掘机产品10687台,同比涨幅为135%。同时,各品牌大中型挖掘机订单向好。分析师预计,随着春节后项目开工,挖掘机将延续2017年年底的火爆销量,3-4月份销售有望超预期。

数据显示,2018年1月,纳入统计的25家主机制造企业共计销售各类挖掘机产品10687台,同比涨幅为135.0%。国内市场销量(统计范畴不含港澳台)9547台,同比涨幅为141.9%。出口销量1137台,同比涨幅为89.5%。

去年的行业销售火爆一直

持续到了今年。根据挖掘机分会的数据,2017年全年累计销售各类挖掘机产品140303台,同比涨幅达99.5%。其中,国内市场销量130559台,同比涨幅达107.5%;出口销量9672台,同比涨幅为32%。2017年成为继2011年、2010年之后挖掘机销售历史的第三高点。

行业火爆,相关公司的业绩也是非常亮眼。三一重工表示,2017年公司挖掘机销量近3万台,国内市场份额达到20.9%,且超过2011年顶峰销量。业绩方面,公司预计2017年度实现归属于上市公司股东的净利润为20.3亿元-21.1亿元,同比增长898%-937%。柳工预计2017年实现净利润3.5亿元-3.30亿元,同比增长519%-569%。中联重科扭亏为盈,2017年净利润为13亿元至14亿元,而上年同期亏损9.37亿元。

2017年我国经常账户  
顺差11564亿元人民币

国家外汇管理局8日公布我国2017四季度及全年国际收支平衡表初步数据。2017年,我国经常账户顺差11564亿元人民币。

数据显示,2017年四季度,我国经常账户顺差4112亿元人民币,资本和金融账户(含当季净误差与遗漏)逆差4112亿元人民币,其中,非储备性质的

金融账户(含当季净误差与遗漏)逆差1956亿元人民币,储备资产增加2156亿元人民币。

就全年数据而言,2017年,我国经常账户顺差11564亿元人民币,资本和金融账户逆差487亿元人民币,其中,非储备性质的金融账户顺差5656亿元人民币,储备资产增加6136亿元人民币。

据新华社电

中信银行  
推出“健康宝”产品套餐

2018年春节将至,中信银行推出的“健康宝”套餐及权益受到越来越多客户的关注。该产品倡导“健康就是财富”的理念,为客户提供“免费享”健康套餐,符合条件的客户可免费享受基因肿瘤检测或洁牙服务,还可以与家人一同享受仅为市场价四分之一的体检优惠服务。

中信银行“健康宝”基因健康检测由国家人类基因组南方研究中心提供服务。套餐内的洁牙服务由全国400余家口腔连锁机构提供,包括固瑞口腔、瑞尔齿科、瑞泰口腔、佳美口腔、拜博口腔等业内一流机构。该行还联合了爱康国宾、慈铭体检、美年大健康、新华健康等全国知名体检服务机构,实现了全国300余家健康资源的联通,服务机构覆盖了全国73个主要城市,为客户全家提供优质的家庭体检服务。

据中信银行零售银行部负责人介绍,只要在中信银行购买“存款产品+投资理财产品”即可获得上述权益。其中存款产品可选择购买结构性理财、大额存单、月月息中的任意一款,时间在3个月(含)以上,额度在20万元(含)以上,投资理财产品可选择购买5万元以上理财、1000元以上保险、1000元以上贵金属中的任意一款,即可免费享受价值1000元的一次基因肿瘤检测或洁牙服务。额度在50万元以上或100万元以上的客户,可以自主选择是否以仅为市场价格四分之一的优惠价格,得到全家体检套餐服务。即在“免费享”健康套餐基础上,客户能够以1000元价格享受到全家三人价值3000元体检套餐项目,或以2000元价格享受到全家8人价值8000元体检套餐项目。

广告

## 跨境商品复购渐成常态

进口消费四大趋势是常态化、精致化、品质化、内容化,已养成进口消费习惯的消费者不再集中大促期间购买,且新增消费者在复购时更趋于日常。《报告》显示,新增消费者5次及以上复购人群占比近17%,粘性逐渐增强,进口消费常态化趋势渐显。

跨境商品多元化也在带来跨境消费品品质化的趋势,在天猫国际进口消费人群中,2017年消费金额排序高于一半人群以上消费者贡献了76%的整体销售额,且客单价从2015年到2017年逐渐增长,其中超三成

消费者实现消费升级,而一、二线城市90后和95后女性消费者则是这场进口消费升级的引领者。

分别来看,引领消费升级人群中的一、二线城市90后和95后,不难发现90后在2015年-2017年间购买增长最快的多为提升生活品质和居家的品类,如猫零食、空气净化器、牙齿美白脱色剂、葡萄酒、玫瑰精油、无线/蓝牙音箱等;而95后购买增长最快的多为关注自我需求的品类,如牙齿美白脱色剂、瘦脸机/瘦脸工具、面膜粉等。

内容互动成为了进口消费

不可或缺的环节之一,消费者分为多种,大致有主动搜索型、参考推荐型、群体社交型、定点追随型。相对应地,商家的内容生产自然也要寻求多样化以匹配不同消费者的互动需求:基于场景推荐搜索关键词;在内容频道中推荐精选商品和店铺;用有营养的话题活化消费者社区;对店铺粉丝有节奏地推送兴趣内容。而这些内容互动方式中,哪种最直接见效呢?根据《报告》显示,内容频道中“手淘直播”的浏览深度及支付转化率最高,可见“直播”形式对导购也是助力有加。

## 今年以来基金产品持续热销

## 基金提前披露招募书备战节后市场

青年报记者 洪伟

**本报讯** 今年开年以来,基金持续热销。随着基金的热销,基金公司间的竞争也变得更加激烈。随着假期的临近,大家已经渐渐安排完手中的工作,准备迎接春节假期,而一些基金公司已经在为春节后的基金销售工作进行准备工作。不同于以往,新基金发行通常提前3天到一周时间,一些基金公司已提前三周或以上的的时间,为新基金发行预热。截至2月7日,已经有近10只新基金提前披露招募书,将于春节后的2月底或3月初开始发行。

统计显示,年后即将发行的新基金中有3只提前了1个月

左右发布了新基金招募书。其中,将于2018年3月5日启动发售的易方达港股通红利混合基金,早在1月26日就披露了募集说明书;同一天新发的安信比较优势混合基金,招募书也已经在2月6日对外披露。即将于2018年3月1日发行的华夏行业龙头混合基金,招募书刊登也提前了一个多月,1月31日就已经披露。

此外,还有一批新基金在正式发行前三周到四周时间发布了招募说明书,并且全部都是选择了春节后发行。而按照信息披露规则,基金管理人需在基金份额发售的3日前,将基金招募说明书、基金合同摘要登载在指定报刊和网站上。新基金提前

三周披露招募书,既有春节因素的影响,也有提前宣传新基金、提前蓄客的原因。

有业内人士表示,为春节后基金发售蓄力或是基金信披日期大幅提前的主要原因。一方面节前资金面紧张,另一方面临近春节开始发行的跨年产品,很容易被节日气氛冲淡发行效果,投资人过完年可能就会忘记。而在春节前多日发布公告,便可留有充分时间着手人员培训等相关准备工作,可为年后正式启动发行积蓄力量。另外,节后是新产品发行高峰期,基金发行渠道比较拥挤。先发制人在银行排上年初的发行档期,也是基金公司提前发布招募说明书的原因之一。