

# Suomalaiset kiinalaisten verkkokauppojen asiakkaina

**Jaana Kurjenoja**

Pääekonomisti

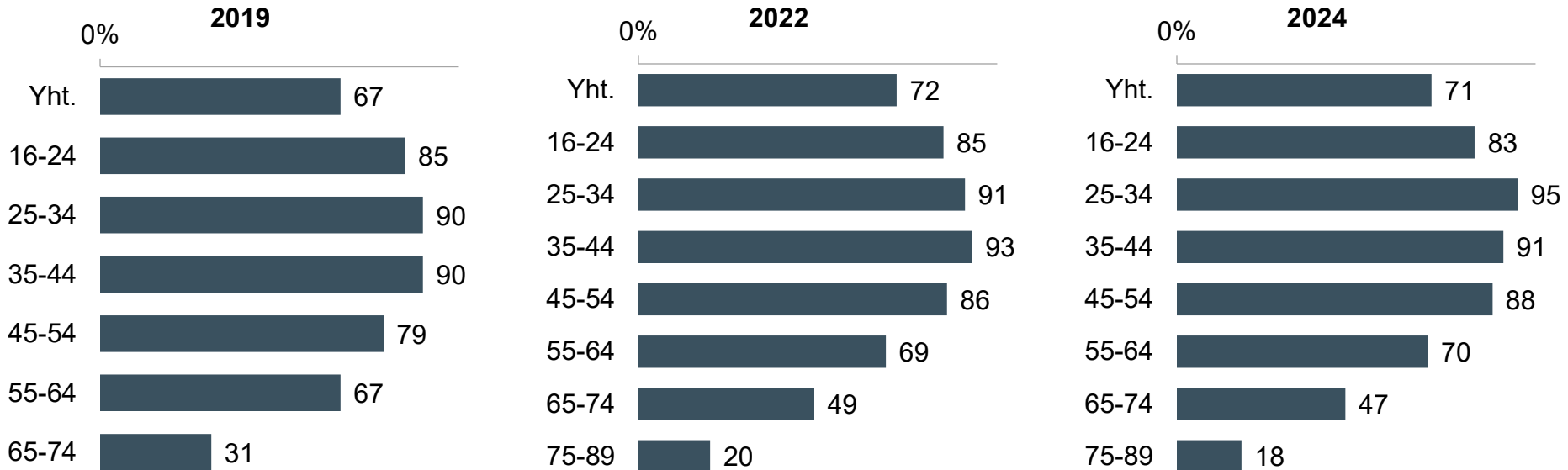
16.12.2024

# Analyysi ja lähteet

- Kaupan liitto on tarkastellut suomalaisten asioimista kiinalaisissa verkkokaupoissa tai lähinnä kiinalaisia tuotteita välittävillä markkinapaikoilla Similarwebin Market Analyses – työkalun tuottamalla datalla sekä Kantar Finlandin toteuttamalla kuluttajakyselyllä.
- Similarwebin työkalujen avulla Kaupan liitto seuraa eri verkkosivujen päivittäisiä tai kuukausittaisia kävijämääriä.
- Kantar Finland toteutti viikoilla 45 ja 49 kaksi kuluttajakyselyä, joiden otokset olivat 1063 ja 1082 vähintään 18-vuotiasta mannersuomalaista.
  - Kantar Finland ja Jaana Kurjenoja suunnittelivat yhteistyössä kuluttajakyselyiden kysymykset.
  - Kuluttajakyselyt toteutettiin online-kyselynä Kantar Kanava -vastaajapaneelissa.
- Pääekonomisti Jaana Kurjenoja vastaa Similarwebin tuottaman datan ja kuluttajakyselyiden tulosten analysoinnista.

# Digiostaminen yleistyi pandemian aikana varsinkin vanhemmissa ikäryhmissä

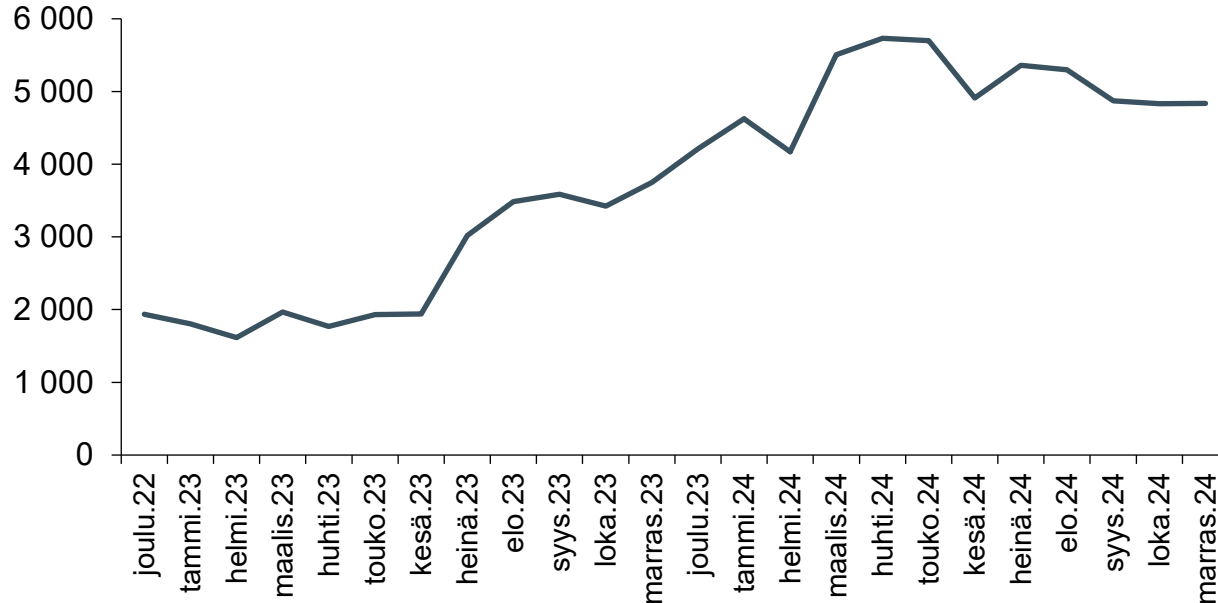
Ostanut tai tilannut verkosta (tavarat, palvelut, tilaukset) viimeisen vuoden aikana, % ikäryhmästä



# Suomalaiset vierailevat kiinalaisissa verkkokaupoissa\* 2,5 kertaa useammin kuin jouluna 2022

Suomalaisten kuukausittaiset verkkovierailut kiinalaisten verkkokauppojen kiinalaisia tuotteita välittävien markkinapaikkojen\* sivustoille, 1000 vierailua/ kk

\* Temu.com, shein.com, shein.se, aliexpress.com, wish.com, lightinthebox.com, banggood.com, jd.com, zaful.com, tomtop.com, jd.hk



**Jakauma marraskuussa 2024**



# Suosituimpien kiinalaisten verkkokauppojen ja markkinapaikkojen\* vierailijoiden jakauma

Suomalaisten verkkovierailut suosituimpien kiinalaisten verkkokauppojen tai kiinalaisia tuotteita välittävien markkinapaikkojen verkkosivuille marraskuussa 2024, jakauma ikäryhmittäin ja sukupuolittain, %

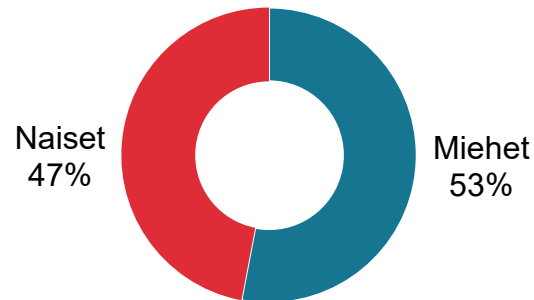
	Temu.com %	Aliexpress.com %	Shein.com %
Naiset	50,5	36,0	72,0
Miehet	49,5	64,0	28,0
18-34	28,5	41,3	41,9
35-54	37,5	39,7	40,3
55-	34,0	19,0	17,8

# Vuoden aikana kiinalaisista verkkokaupoista tai markkinapaikoista\* ostaneet

Kiinalaisista verkkokaupoista tai kiinalaisia tuotteita välittävistä markkinapaikoista vuoden aikana ostaneet suomalaiset, ikäjakauma sukupuolittain, %

	Naiset %	Miehet %
Yht.	30,0	32,0
18-34	30,1	32,5
35-49	37,1	40,5
50-	24,2	26,8

Jakauma 2024



# Vuoden aikana kiinalaisista verkkokaupoista tai markkinapaikoista\* ostaneet

Kiinalaisista verkkokaupoista tai kiinalaisia tuotteita välittävistä markkinapaikoista vuoden aikana ostaneet suomalaiset, %

Alueet	%	Kotitalouden taloudellinen tilanne	%
Kaikki yht.	30,5	Kaikki yht.	30,5
Lapsiperheet	36,1	Tulee taloudellisesti toimeen vähintään melko mukavasti	25,9
Pk-seutu	24,7	Pärjää taloudellisesti, kun kuluttaa harkiten	30,3
Muu Etelä-Suomi	36,3	Joutuu tinkimään kulutuksestaan ajoittain tai lähes aina	38,3
Länsi-Suomi	32,2		
Itä- ja Pohjois-Suomi	42,2		

# Vuoden aikana kiinalaisista verkkokaupoista tai markkinapaikoista\* ostaneiden ostokerrat

Kiinalaisista verkkokaupoista tai kiinalaisia tuotteita välittävistä markkinapaikoista vuoden aikana ostaneiden suomalaisten ostokerrat, ikäjakauma sukupuolittain, %

Naiset				Miehet			
Vuoden aikana ostaneiden ostokerrat, % ostaneista				Vuoden aikana ostaneiden ostokerrat, % ostaneista			
	Kerran	Vähintään kaksi kertaa	Vähintään kuusi kertaa		Kerran	Vähintään kaksi kertaa	Vähintään kuusi kertaa
Yht.	35,1	64,9	16,7	Yht.	37,4	62,6	8,3
18-34	38,3	61,7	13,1	18-34	40,2	59,8	13,1
35-49	31,3	68,7	17,8	35-49	38,7	61,3	23,7
50-	35,7	64,3	18,3	50-	34,1	65,9	17,6



# Kiitos!

**Jaana Kurjenoja**  
Pääekonomisti  
Kaupan liitto

jaana.kurjenoja@kauppa.fi  
🐦 @JaanaKurjenoja / kauppa.fi



KAUPAN LIITTO