Verkko-ostaminen Kiinasta ja Suomen kokemat veromenetykset

Jaana Kurjenoja

Pääekonomisti

KAUPAN LIITTO



Laskelmia Kiina-pakettien vuoksi menetetyistä veroeuroista

KAUPAN LIITTO

Laskelmien taustaa

- Potentiaalisen arvonlisäverokertymän menetyksen laskentaperusteet:
  - Tullin tilasto vähäarvoisten, enintään 150 euroa maksaneiden tuotteiden etämyynnistä suomalaisille vuonna 2025.
  - Arviossa käytetty 100 ostetuinta tullinimikettä ja haettu tavaraluokkaa edustavalle tuotteelle hinta Statistan palvelusta sekä Suomessa toimivista verkkokaupoista: Prisma, Tokmanni, Kärkkäinen, Motonet, Glitter, Keskisen Kello, LevykauppaÄx, Verkkokauppa.com, Nappikauppa.fi ja Suomalainen Kirjakauppa.
  - Arvonlisäverokanta 25,5 prosenttia.
- Potentiaalisen tuloverokertymän menetyksen laskentaperusteet:
  - Työn osuus toimialoittain: Tilastokeskuksen panos-tuotos-tilasto.
  - Vuoden 2025 tuloveroperusteet ja veroluontoiset maksut.
  - Yhteisöveroprosentti 20.
- Esimerkkilaskelma eri kanavista ostetun naisten puseron verojäljestä Suomeen.
  - Työn osuus toimialoittain: Tilastokeskuksen panos-tuotos-tilasto.
  - Vuoden 2025 tuloveroperusteet ja veroluontoiset maksut.
  - Arvonlisäverokanta 25,5 prosenttia.
  - Yhteisöveroprosentti 20.
  - Tulliluokan 6206 (naisten puserot) keskihinta 2025: 7,68 euroa.

© KAUPAN LIITTO

Kiina-krääsä syö Suomen verokertymää

Huom! Laskelmissa ei ole huomioitu kuluttajapakettien toimitusmaksuista Suomeen mahdollisesti maksettuja veroja. Laskelma olisi ollut vaikea toteuttaa, koska esim. Temusta tehdyissä tilauksissa toimitusmaksu on usein 0 euroa.



Suomen saama verokertymä EU:n ulkopuolelta tehdyistä alle 150 € maksavista verkko-ostoksista oli viime vuonna **32,5 milj. €**.**



Jos verkko-ostokset olisivat korvautuneet **vain 30-prosenttisesti Suomesta tehdyillä ostoksilla**, kotimaahan jäänyt verokertymä* olisi ollut **144 milj. €** eli **yli nelinkertainen** Suomen saamiin verotuottoihin verrattuna.



Jos kolmansista maista tehdyt alle 150 euroa maksavat verkko-ostokset olisivat korvautuneet **100-prosenttisesti Suomesta tehdyillä ostoksilla**, kotimaahan jäänyt verokertymä* olisi ollut **479 milj. €** eli lähes **15-kertainen** Suomen saamiin verotuottoihin verrattuna.

*työn verot, yhteisövero, ALV
**IOSS-järjestelmään ilmoitettu maahantuonnin ALV.

© KAUPAN LIITTO

Ylimääräinen tullimaksu ei riitä korvaamaan Suomen veromenetyksiä

© KAUPAN LIITTO

- 1.7.2026 tuli voimaan ylimääräinen 3 euron tullimaksu myös alle 150 euroa maksavista vähäarvoisista, EU:n ulkopuolelta tilatuista verkkokauppaostoksista. Tullimaksusta 25 % ohjataan keräyspalkkioksi Suomeen ja loput EU:lle.
- Jos 3 euron ylimääräinen tullimaksu ja siitä 25 %:n keräyspalkkio olisi ollut voimassa jo koko vuoden 2025, Suomen saama lisä tullimaksuista olisi ollut 30,4 miljoonaa euroa. Suomeen olisi tällöin ohjautunut yhteensä 62,9 miljoonaa euroa tulleja ja maahantuonnin arvonlisäveroa.
- Tämä olisi ollut vain 44 % siitä verotulosta, joka olisi jäänyt Suomeen, jos vähäarvoiset EU:n ulkopuolelta tehdyt verkkokauppaostokset olisi tehty edes 30-prosenttisesti Suomesta. Jos ostokset olisi tehty 100-prosenttisesti Suomesta, Suomen saama tullimaksujen ja maahantuonnin arvonlisäveron yhteissumma, 62,9 milj. euroa, olisi ollut vain 13 % potentiaalisesta verotulosta.

Yhteiskunta menettää työllisyyttä ja verotuloja

- Viime vuonna EU:n ulkopuolelta tilatuista vähäarvoisista, alle 150 euroa maksettavista tuotteista 98,5 prosenttia hankittiin Kiinasta. Yhteensä Tulli keräsi näistä maahantuonnin arvonlisäveroa 32,5 milj. euroa.
  - Jos kaikki EU:n ulkopuolelta hankitut vähäarvoiset tuotteet olisi ostettu Suomesta, kotimaahan jäänyt arvonlisäverokertymä olisi ollut 7,4-kertainen maahantuonnin arvonlisäverokertymään verrattuna.
  - Jos vain 30 prosenttia hankinnoista olisi ostettu Suomesta, arvonlisäverokertymä olisi ollut 2,2-kertainen maahantuonnin arvonlisäverokertymään verrattuna.
  - Maahantuonnin arvonlisäverokertymä on ainoa verojälki, jonka Kiina-ostokset Suomeen jättävät.
- Ostamalla kiinalaisesta verkkokaupasta kuluttaja ohittaa kotimaisen työn kustannukset ja niihin sisältyvät työn verot sekä yritysten maksamat yhteisöverot.
  - Jos kaikki EU:n ulkopuolelta hankitut vähäarvoiset tuotteet olisi ostettu Suomesta, kotimaahan jäänyt koko verokertymä (työn verot, yhteisövero ja ALV) olisi ollut 14,7-kertainen maahantuonnin arvonlisäverokertymään verrattuna.
  - Jos vain 30 prosenttia hankinnoista olisi ostettu Suomesta, kotimaahan jäänyt koko verokertymä (työn verot, yhteisövero ja ALV) olisi ollut 4,4-kertainen maahantuonnin arvonlisäverokertymään verrattuna.
  - Laskelmissa ei ole huomioitu kuluttajapakettien toimitusmaksuista Suomeen mahdollisesti maksettuja veroja, sillä esimerkiksi Temusta tehdyissä tilauksissa toimitusmaksu kuluttajalle on usein 0 euroa. Kiinalaisten verkkokauppojen ja alustojen logistiikkayhtiöille Suomeen maksamista korvauksista ei ole saatavilla tietoa.

© KAUPAN LIITTO

Kotimaisen erikoiskaupan verokädenjälki on moninkertainen kiinalaiseen verkkokauppaan verrattuna – Esimerkkinä naisten pusero



Aasialaisesta verkkokaupasta ostetun naisten puseron hinta kuluttajalle, toimitusmaksu kuluttajalle tyypillisesti 0 €:
9,64 € *
Veroja jää Suomeen 1,96 €:
Työn verot ja veroluontoiset maksut 0 €
Yhteisövero 0 €
Arvonlisävero 1,96 €

* Kolmansista maista ostettujen naisten puseroiden keskihinta vuonna 2025 oli Tullin mukaan 7,68 euroa ilman arvonlisäveroa. Arvonlisäverollinen keskihinta oli siis 9,64 euroa.



Kotimaisesta erikoiskaupasta ostetun naisten puseron hinta kuluttajalle ilman kuljetuskustannuksia:
32,00 €
Veroja jää Suomeen yht. 13,10 €:
Työn verot ja veroluontoiset maksut 6,1 €
Yhteisövero 0,5 €
Arvonlisävero 6,5 €

© KAUPAN LIITTO

Hintahajotelma Aasiassa valmistetun naisten paidan kuluttajahinnasta eri myyntikanavissa*

* Luvut ovat pyöristettyjä

© KAUPAN LIITTO

	Aasialainen verkkoalusta, Euroa	Kotimainen erikoiskauppa, Euroa
Valmistus Aasiassa (Suomalaisen kaupan myymän tuotteen valmistushinnassa on mukana EU-standardien noudattamiseen liittyvät hallinnolliset kustannukset)	0,9	3,0
Aasialaisen verkkomyyjän markkinointi- ja muut kustannukset	6,78	
Maahantuojan ja tukun palvelut, logistiikka ja tullit		6,0
Ketjun oma logistiikka ja tullit		
Tuotteen hankintahinta suomalaiselle erikoiskaupalle		**9,0**
Vähittäiskaupan muut kustannukset Suomessa: palvelu- ja tarvikehankinnat, vuokrat ja kiinteistökustannukset, henkilöstökulut		14,0
Yhteisöverot ((Myyntihinta – kustannukset)*20%)		0,5
Yhteisöverojen jälkeinen voitto (Myyntihinta – kustannukset – verot)		2,0
Myyntihinta ilman arvonlisäveroa	**7,68**	**25,5**
Arvonlisävero	1,96	6,5
Verollinen kuluttajahinta myymälässä		**32,0**
Kuljetuskustannukset kuluttajalle Suomessa	0,0	4,5-6,9
Verkkokaupan kuluttajahinta kuljetuskustannuksilla	**9,64**	**36,5-38,9**

Kuluttaja säästää ostamalla aasialaisesta verkkokaupasta

- Tilastokeskuksen panos-tuotos-taulukoiden mukaan keskimäärin 50 prosenttia vähittäiskaupan arvonlisäverottomista hinnoista muodostuu suorista ja välillisistä palkoista palkkaveroineen ja palkkasidonnaisista sosiaalimaksuista.
- Esimerkiksi Aasiassa valmistetun naisten paidan arvonlisäverottomasta hinnasta noin 53 prosenttia on Suomessa suoritettua työtä, kun kauppa omien henkilöstökulujensa lisäksi maksaa muiden alojen palkkakuluja hankkimalla niiltä tuotteita ja palveluja toimintansa tueksi.
  - Kaupan perimästä arvonlisäverollisesta kuluttajahinnasta kotimaisen työn osuus on 42 prosenttia.
- Hintavetoisen kuluttajan kannattaa ostaa sama paita aasialaisesta verkkokaupasta, jonka hinnoissa ei ole mukana Suomessa tehtävää työtä ja työn verotusta.
- Kaupan liiton yrityskyselyn mukaan (2024) kaupan omavalvonnan ja kuluttajansuojaan ja tuoteturvallisuuteen liittyvien EU-direktiivien noudattamisen aiheuttamat hallinnolliset kustannukset nostavat Aasiassa valmistettujen tuotteiden hankintahintoja merkittävästi, vaatteiden osalta noin 54 prosenttia. Moni aasialainen valmistaja ja verkkoalusta ohittaa täysin nämä hallinnolliset kustannukset.
- Lisäksi aasialaisten verkkoalustojen myymät tuotteet ovat usein halvemmin valmistettuja kuin kotimaisen kaupan myymät, eivätkä ne aina täytä EU-standardeja.

© KAUPAN LIITTO



Miten Kiinasta ostaminen on kehittynyt vuoden 2026 kuluessa?

KAUPAN LIITTO

Analyysin tausta ja lähteet

- Kaupan liitto on tarkastellut suomalaisten asioimista kiinalaisissa verkkokaupoissa tai lähinnä kiinalaisia tuotteita välittävillä markkinapaikoilla ProSimilarweb –työkalun tuottamalla datalla, Kantar Finlandin toteuttamilla kuluttajakyselyillä sekä Tullin tilastoilla.
- Similarwebin työkalujen avulla Kaupan liitto seuraa eri verkkosivujen päivittäisiä tai kuukausittaisia kävijämääriä.
- Kaupan liiton pääekonomisti Jaana Kurjenoja ja Kantar Finland ovat suunnitelleet kuluttajakyselyt, jotka Kantar Finland on toteuttanut ja toteuttaa vuosina 2024, 2025 ja 2026 viikoilla 10, 23, 39, 45 ja 49. Kysely toteutetaan online-paneelissa.
  - Vuonna 2024 kysely ehdittiin toteuttaa vain viikoilla 45 ja 49, ja otoskoot olivat 1063 ja 1082 vähintään 18-vuotiasta mannersuomalaista.
  - Vuonna 2025 otoskoot olivat 1038, 1034, 1021, 1031 ja 1011 vähintään 18-vuotiasta mannersuomalaista.
  - Tässä analyysissa on käytetty vuoden 2026 ensimmäisiä, viikoilla 10, 23 ja 39, toteutettuja kuluttajakyselyjä, joiden otokset olivat 1015, 1020 ja 1036 aikuista mannersuomalaista.
- Pääekonomisti Jaana Kurjenoja vastaa kuluttajakyselyiden tulosten analysoinnista.

© KAUPAN LIITTO

Alkuvuoden 2026 Kiina-ostokset*

* Lähde: Tulli, 2026.

© KAUPAN LIITTO

- Vuoden 2026 ensimmäisellä vuosipuoliskolla EU:n ulkopuolisen, vähäarvoisen etämyynnin tavaraeristä 98,5 prosenttia tuli Kiinasta. Viime vuoden vastaavana ajankohtana osuus oli 98,3.
- Ensimmäisen vuosipuoliskon aikana Kiinasta tehtyjen ostosten arvo pieneni 7 prosenttia viime vuoden vastaavasta ajasta ja tavaraerien määrä kasvoi 11 prosenttia. (Huom! Vain IOSS-järjestelmän kautta ilmoitettujen tavaraerien arvo). Kolmannella vuosineljänneksellä ostosten yhteisarvo pieneni 53 prosenttia ja tavaraerien määrä 77 prosenttia viime vuoteen verrattuna (Huom! Ei sisällä muualla EU:ssa tullattuja tavaroita).
- Kiina-ostoksen keskihinta ensimmäisellä vuosipuoliskolla 2026 oli 5,06 euroa, kun viime vuonna vastaavana aikana keskihinta oli 6,00 euroa (ilman maahantuonnin arvonlisäveroa). Kolmannella vuosineljänneksellä keskihinta oli 11,24 euroa, kun viime vuonna vastaavana aikana 5,45 euroa
- EU:n ulkopuolisia maita, joista ostaminen kasvoi alkuvuonna, olivat mm. Iso-Britannia, Japani, Australia ja Hongkong. Tavaramäärät näistä maista olivat kuitenkin hyvin pieniä Kiinaan verrattuna.

Kuluttajatutkimus: Ketkä ovat lisänneet Kiinasta ostamista vuoden 2026 aikana?

- Vuoden 2026 ensimmäisellä vuosipuoliskolla Kiinasta ostavien määrä ei enää kasvanut ja syyskuuhun mennessä se oli pienentynyt. Heitä oli noin 24 % Suomen 18-79-vuotiaasta väestöstä, kun viime vuoden syyskuussa osuus oli 33 %.
  - Vähiten Kiina-ostajia on pääkaupunkiseudulla, ja yleisintä se on Itä- ja Pohjois-Suomessa.
- Suurin osa Kiina-shoppareista on miehiä. Miesten osuus on kasvanut alkuvuoteen sekä viime vuoden vastaavaan aikaan verrattuna.
  - Kiinasta ostaminen on yleistynyt vähintään 50-vuotiailla miehillä, joista noin 27 % oli tehnyt verkko-ostoksia Kiinasta. Osuus on kuitenkin pienempi kuin kaikilla miehillä keskimäärin (29 %). Innokkaimpia Kiina-shoppareita olivat 35-49-vuotiaat miehet (36 %).
  - Kaiken ikäisillä naisilla Kiinasta ostaminen on vuoden aikana vähentynyt. Heistä Kiina-shoppareita oli noin 18 %.

© KAUPAN LIITTO

Kiinasta ostavien määrä on vähentynyt

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

Alueet	Kiinalaisista verkkokaupoista ostaneiden osuus, %				
	2024	H1/2025	Syyskuu 2025	H1/2026	Syyskuu 2026
Kaikki yht.	30,5	28,0	32,5	27,9	23,9
Pk-seutu	24,7	23,8	29,3	24,9	13,9
Muu Etelä-Suomi	32,8	27,4	30,8	26,6	25,7
Länsi-Suomi	32,9	31,2	34,6	31,1	25,5
Itä- ja Pohjois-Suomi	30,5	29,3	35,4	29,3	30,2

Lähde: Kantar Finland, 2024, 2025, 2026; Kaupan liitto, 2026.

© KAUPAN LIITTO

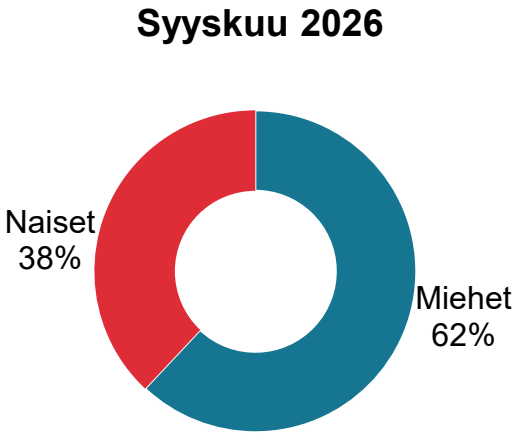
Naiset ja nuoret miehet ovat vähentäneet Kiinasta ostamista

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

Lähde: Kantar Finland, 2024, 2025, 2026; Kaupan liitto, 2026.

© KAUPAN LIITTO

	Naiset %				Miehet %			
	H1/2025	09/2025	H1/2026	09/2026	H1/2025	09/2025	H1/2026	09/2026
Yht.	25,7	29,2	24,6	18,4	30,4	35,8	31,3	29,3
18-34	24,1	31,0	29,3	16,3	29,0	48,6	37,7	26,9
35-49	32,1	36,3	22,7	18,2	39,9	37,5	35,6	35,9
50-	23,4	27,4	23,1	19,5	25,4	26,8	24,7	27,2



Kuluttajatutkimus: Ketkä ovat lisänneet Kiinasta ostamista vuoden 2026 aikana?

© KAUPAN LIITTO

- Kiinasta ostaneiden naisten osuus on vuoden aikana pienentynyt, mutta vähintään 50-vuotiaiden naisten ostoskerrat ovat kasvaneet. Alle 50-vuotiaiden naisten ostoskerrat ovat taas harventuneet.
  - Vähintään 50-vuotiaista naisista 63 % oli ostanut vähintään kaksi kertaa vuoden aikana Kiinasta ja runsas viidennes oli ostanut vähintään kuusi kertaa.
  - 35-49-vuotiaista naisista enää viisi prosenttia oli ostanut vähintään kuusi kertaa vuodessa Kiinasta ja alle 35-vuotiaista ei enää kukaan.
- Sekä miesten verkko-ostaminen Kiinasta että ostoskertojen määrät ovat pienentyneet.
  - Vielä vuoden alussa Kiinasta ostaneista miehistä 68 % teki kaksi tai useamman verkko-ostoksen vuodessa. Syyskuussa vastaava osuus oli 62 %. 15 % osti vähintään joka toinen kuukausi tavaraa kiinalaisista verkkokaupoista.

Vähintään 50-vuotiaat Kiinasta ostavat naiset ovat lisänneet ostoskertojaan

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

Huom! Luvut ovat pyöristettyjä eivätkä välttämättä summaudu 100:aan.

© KAUPAN LIITTO

Vuoden aikana ostaneiden ostoskerrat, % ostaneista naisista												
	H1 2025			Syyskuu 2025			H1 2026			Syyskuu 2026		
	Kerran	2-5 kertaa	Väh. 6 kertaa	Kerran	2-5 kertaa	Väh. 6 kertaa	Kerran	2-5 kertaa	Väh. 6 kertaa	Kerran	2-5 kertaa	Väh. 6 kertaa
Naiset yht.	41,5	43,0	15,5	38,3	38,6	23,1	42,1	41,6	16,3	50,4	37,4	12,2
18-34	54,9	34,9	10,1	47,6	22,0	30,4	45,6	41,3	13,1	73,7	26,3	0
35-49	41,1	45,9	13,0	31,5	46,3	22,2	32,7	49,0	18,3	55,6	39,4	5,0
50-	34,4	45,3	20,3	37,3	44,0	18,8	44,4	38,1	17,5	37,3	41,5	21,2

Lähde: Kantar Finland, 2024, 2025, 2026; Kaupan liitto, 2026.

Kiinasta ostavat miehet ovat vähentäneet ostokertojaan

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

Huom! Luvut ovat pyöristettyjä eivätkä välttämättä summaudu 100:aan.

© KAUPAN LIITTO

Vuoden aikana ostaneiden ostoskerrat, % ostaneista miehistä

	H1 2025			Syyskuu 2025			H1 2026			Syyskuu 2026		
	Kerran	2-5 kertaa	Väh. 6 kertaa	Kerran	2-5 kertaa	Väh. 6 kertaa	Kerran	2-5 kertaa	Väh. 6 kertaa	Kerran	2-5 kertaa	Väh. 6 kertaa
Miehet yht.	32,4	49,2	18,4	18,3	40,4	41,3	32,5	50,1	17,4	37,3	47,5	14,9
18-34	34,9	54,6	11,5	16,6	29,6	53,8	36,5	54,6	8,8	56,7	27,2	16,1
35-49	33,4	43,9	22,7	22,8	48,1	29,1	28,9	46,3	24,8	33,1	63,3	3,6
50-	29,9	50,9	19,2	16,4	46,2	37,4	31,8	48,9	19,3	29,5	47,5	23,0

Lähde: Kantar Finland, 2024, 2025, 2026; Kaupan liitto, 2026.

Vierailut kiinalaisalustoille ovat vähentyneet vuoden edetessä

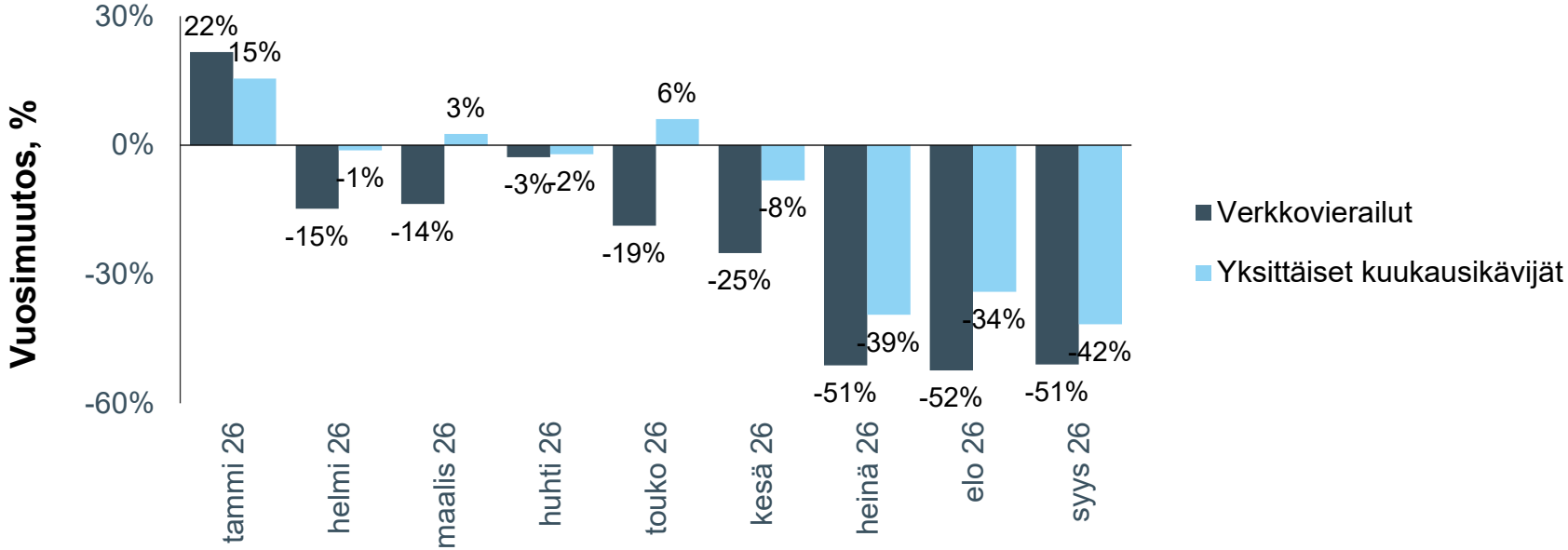
© KAUPAN LIITTO

- Tammikuussa verkkovierailujen määrä Suomesta kiinalaissivustoille kasvoi noin 22 %, mutta sen jälkeen vierailujen määrä on vähentynyt kuukausittain viime vuoteen verrattuna.
- Kaiken kaikkiaan tammi-syyskuun verkkovierailujen määrät viime vuoden vastaavaan aikaan pienenivät Suomessa 27 % ja vierailijoiden määrät 14 %
  - Kiinalaissivustoilla vierailleiden käyttäjien määrä Suomessa ei kuitenkaan heti vuoden ensimmäisen puoliskon aikana pienentynyt. Vierailijamäärä jopa kasvoi tammi-kesäkuussa 2026 viime vuoteen verrattuna vajaat 2 %. Heinäkuusta lähtien käyttäjämäärien pudotus on kuitenkin ollut niin suurta, että tammi-syyskuun kumulatiivinen käyttäjämäärä putosi viime vuoden tammi-syyskuuhun verrattuna noin 14 %.
- Temu menetti heinä- ja elokuussa asemansa suomalaisten eniten vierailemana kiinalaissivustona Aliexpressille, mutta syyskuussa se oli palannut takaisin kiinalaissivustojen ykköseksi.
- Ruotsissa tammikuun ja helmikuun kasvun jälkeen sekä kuukausittaiset verkkovierailujen että vierailijoiden määrät ovat pienentyneet syyskuuhun asti.
  - Ruotsissa tammi-syyskuun 2026 kumulatiivinen verkkovierailujen määrä pieneni noin 30 % ja vierailijoiden määrä noin 27 % viime vuoteen verrattuna.

Verkkovierailujen määrä Suomesta kiinalaissivustoille on vähentynyt

Suomalaisten verkkovierailujen määrä kiinalaisten verkkokauppojen ja kiinalaisia tuotteita välittävien markkinapaikkojen* sivustoille

* Temu.com, shein.com, shein.se, aliexpress.com, wish.com, oneplus.com, honor.com, mistore.fi, lightinthebox.com, banggood.com, jd.com, geekbuying.com, dhgate.com, tiktokshop.com, joybuy.com



Lähde: Similarweb 2026, Kaupan liitto 2026.

© KAUPAN LIITTO

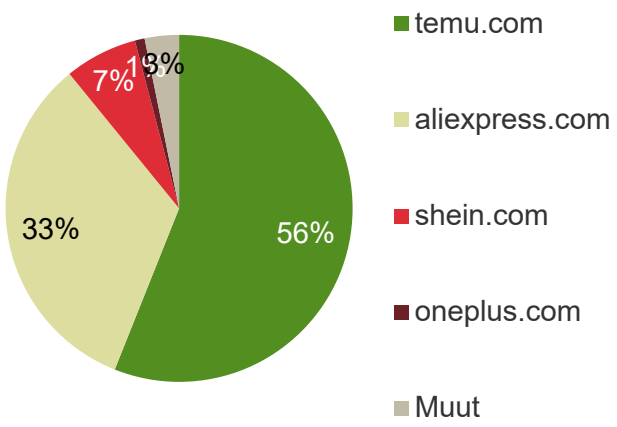
© KAUPAN LIITTO

Temu valtasi takaisin johtopaikkansa

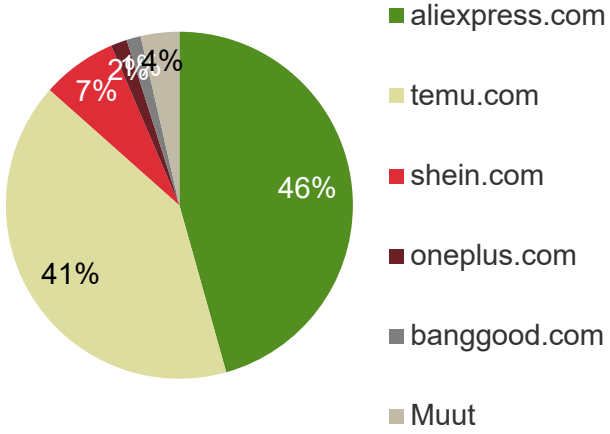
Suomalaisten verkkovierailujen määrä kiinalaisten verkkokauppojen ja kiinalaisia tuotteita välittävien markkinapaikkojen* sivustoille

* Temu.com, shein.com, shein.se, aliexpress.com, wish.com, oneplus.com, honor.com, mistore.fi, lightinthebox.com, banggood.com, jd.com, geekbuying.com, dhgate.com, tiktokshop.com, joybuy.com

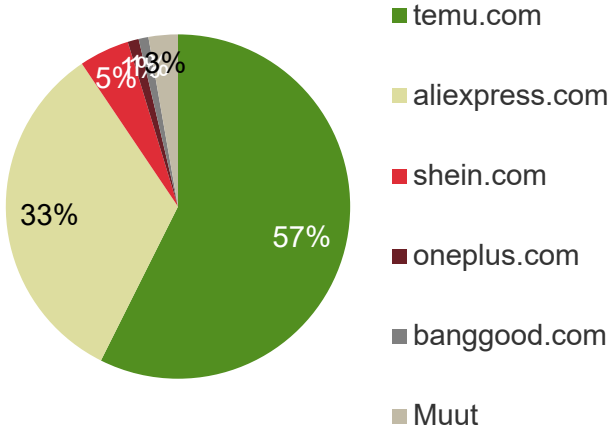
Kesäkuu 2026



Heinäkuu 2026



Syyskuu 2026

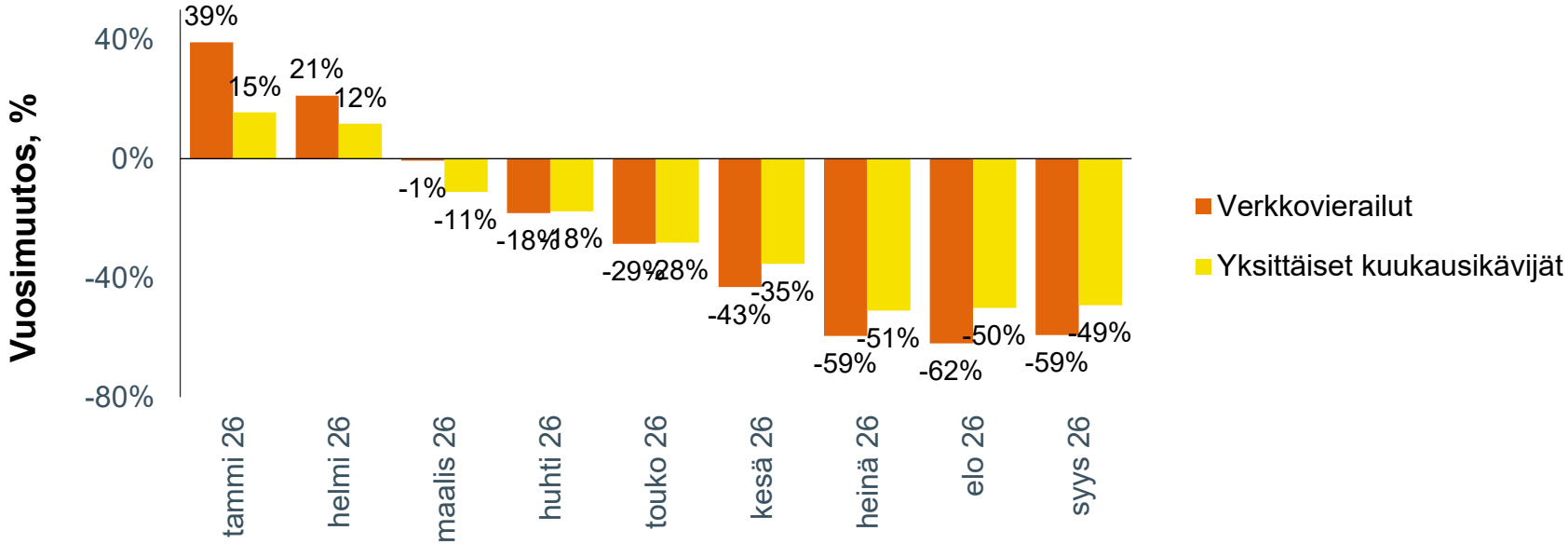


Lähde: Similarweb 2026, Kaupan liitto 2026.

Ruotsalaisten kiinnostus kiinalaissivustoja kohtaan on pienentynyt vielä suomalaisiakin enemmän

Ruotsalaisten verkkovierailujen määrä kiinalaisten verkkokauppojen ja kiinalaisia tuotteita välittävien markkinapaikkojen* sivustoille

* Temu.com, shein.com, shein.se, aliexpress.com, wish.com, oneplus.com, honor.com, mistore.fi, lightinthebox.com, banggood.com, jd.com, geekbuying.com, dhgate.com, tiktokshop.com, joybuy.com



Lähde: Similarweb 2026, Kaupan liitto 2026.

© KAUPAN LIITTO

Kiitos!

Jaana Kurjenoja
Pääekonomisti
Kaupan liitto

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

KAUPAN LIITTO