



Shopee

波兰 市场概览

2021.09

目录



📍 坐标：波兰

1 基础信息

2 电商市场规模及相关设施

3 人口特征及消费习惯

4 消费品类

波兰

地理：波兰共和国，位于中欧，北临波罗的海，西接德国，西南接捷克，南接斯洛伐克，东南接乌克兰，东接白俄罗斯，东北接立陶宛。波兰地势平坦，91%的领土处于波兰平原，属于温带大陆性湿润气候，冬季寒冷多降雨，夏季潮湿多雷阵雨。

首都：华沙（180万人口，最大城市）

语言：97%的人口讲波兰语（官方语言），3%的人口讲少数民族语言

人口：约3,826万人口，同比减少0.29%，欧洲人口排名第8

宗教：罗马天主教占比88%

年龄结构：20-44岁人口占比35.6%，年轻人比例大

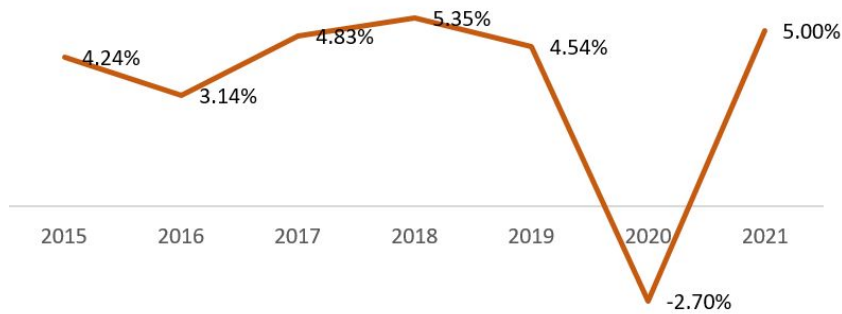


国民经济：2020年 GDP 5,574亿美元

人均GDP：15,656美元，整体收入水平较高

对外贸易：波兰是中国在中东欧的最大贸易伙伴、共建“一带一路”倡议的重要节点国家。2019年中波双边贸易额为278.2亿美元，同比增长13.4%。其中，中国对波兰出口238.7亿美元，同比增长14.4%。

2021年预期GDP增速大幅回弹



目录



📍 坐标：波兰

1 基础信息

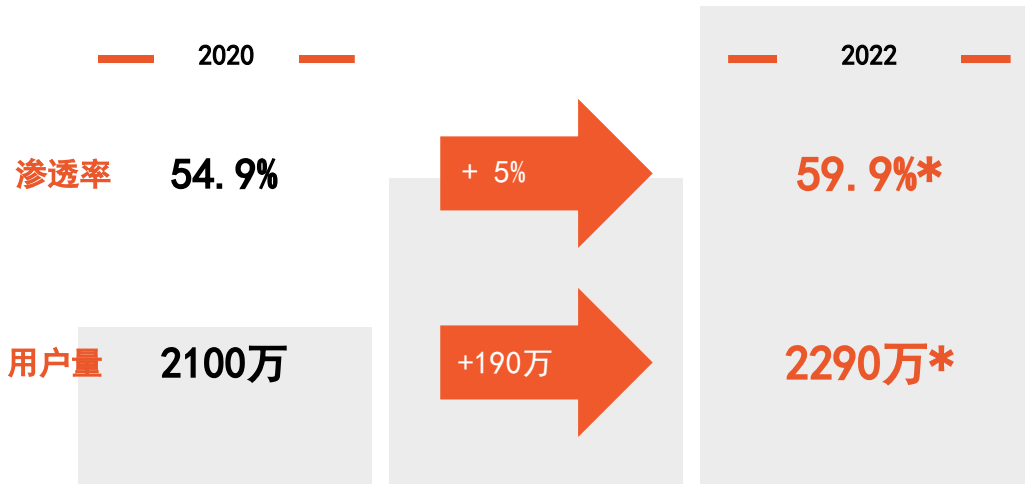
2 电商市场规模及相关设施

3 人口特征及消费习惯

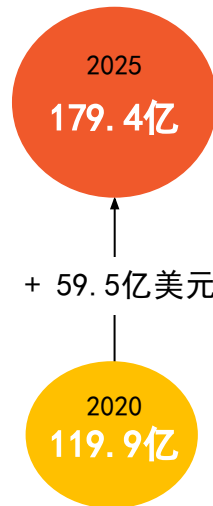
4 消费品类

波兰电商渗透率提升空间大，电商市场规模增长可期

- 当前线上购物渗透率**54.9%**，Statista预测2022年渗透率将达**59.9%**
- 相当于网购用户量从**2100万**增长到**2290万**



- 2020年波兰电子商务市场规模达到**119.9亿美元**，预计未来五年以**8.39%**的复合增长率增长到**179.4亿美元**规模



移动互联网方面，波兰网络基础建设较好

波兰移动互联网渗透率高，整体网络质量好，具备较强的竞争力



互联网渗透率**84.5%**



智能手机渗透率**83.4%**

波兰网络下载速度平均**138.28 Mbps**，处于领先水平

下载速度Mbps



跨境订单上限为150欧，需征收23%增值税

1) 订单金额限制

- 超过150欧元的订单无法B2C清关，Shopee目前的跨境订单金额上限为150欧

2) 关税：商品货值不超过150欧元，免征关税

3) 增值税

- 波兰增值税率为23%
- Shopee平台会自动为所有产品设置税后价格，跨境卖家在系统中定价时只需输入税前价格即可



支付方面，银行转账和银行卡支付是波兰最主要的线上购物支付方式

波兰支付方式概览

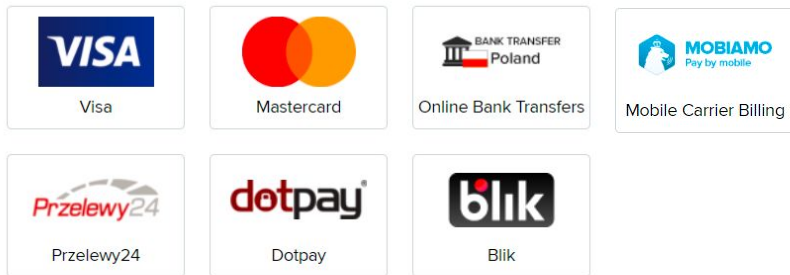


线下交易受疫情影响：COVID-19对波兰人的购物习惯产生了重大影响。现金的使用**减少了41%**，而借记卡和信用卡的使用分别**增加了33%和30%**。



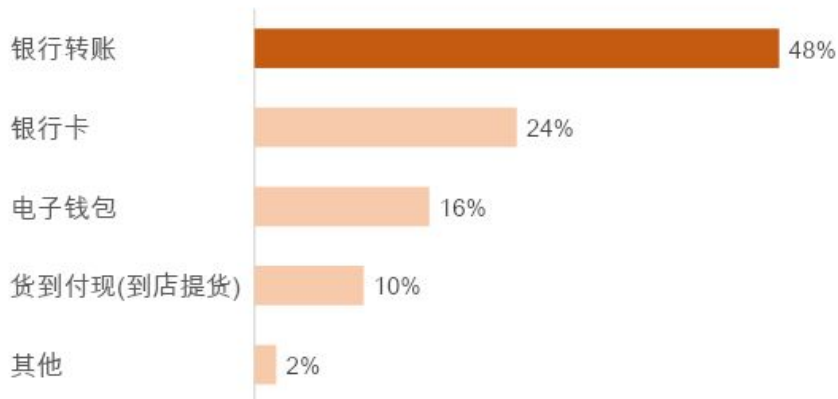
线上交易方式众多：Blik 是波兰国内流行的银行转账计划，设计为移动优先，并得到所有波兰主要银行的支持。

2020年波兰主流支付方式



电子商务支付方式

2020年，波兰网购最流行的支付方式是**银行转账**和**银行卡支付**，分别占比**48%**和**24%**



目录



📍 坐标：波兰

- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

波兰中青年人口居多，天主教教徒众多，消费力水平高

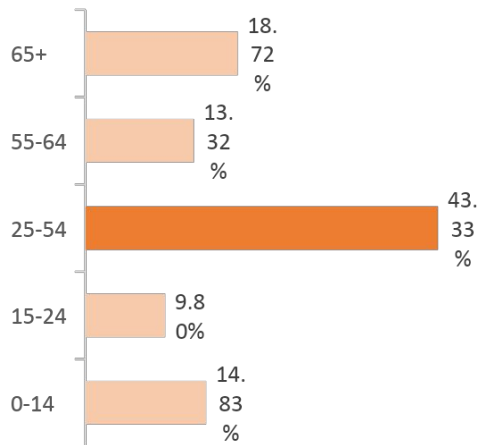
中青年人口居多



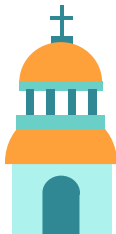
43% 的人口

在25-54岁；

年龄中位数 41.6



天主教国家



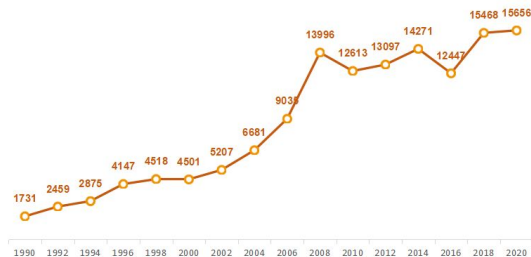
88% 人口为天主

教徒；

- 因宗教因素反对避孕与堕胎，新生儿众多
- 波兰人相当重视圣诞节
- 天主教会在波兰享有极高的社会威望和政治影响

消费力强

波兰人均GDP变化（美元）



- 波兰**60%**人口居住在城镇，2020年人均GDP在**15,656美元**左右的水平。

波兰电商消费人群及习惯概览（1/3）：波兰用户已形成网上购物习惯，以中年群体为主



波兰拥有3,197万网民，占总人口的 **83.5%**,

其中**94.1%**是移动手机用户

并有约**80.7%**的手机用户安装并使用了购物软件进行线上购物

截至2020年，**32%**的波兰受访者表示他们曾在中国跨境网店下单

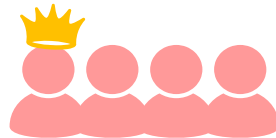


波兰网民网络使用时间较长

日均网络使用时长：**6h44min**

日均移动网络使用时长：**2h57min**

从**性别**上看，更多的女性参与网上购物

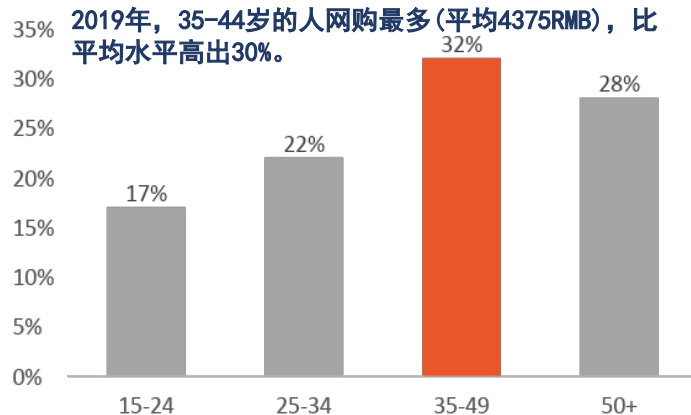


51%的女性



49%的男性

从**年龄**上看，主要网上购物者年龄为35-49岁



波兰电商消费人群及习惯概览（2/3）：促销活动受捧，电子、时尚、玩具品类位列Top3

从**消费动机**上看，价格和便利是波兰网购人群最关注的两方面因素。由于大部分人群价格敏感，电商的**促销活动**十分有吸引力。



75%

价格

52%

便利

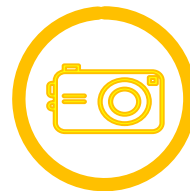
- ✓ 2021年1月，**96.1%**的波兰互联网用户浏览过网店。**88.9%**的人在網上寻找产品或服务，**82.5%**的人进行了线上购物。2019年，波兰消费者的平均支出为**2044zł (3,362RMB)**



从**消费品类**上看，时尚美妆、电子产品、玩具为主流类别



时尚美妆

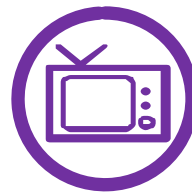


电子产品



玩具爱好

食品个护、电子音乐、时尚美妆为增长最快的类别

食品个护
+29.5%家具电器
+28%时尚美妆
+25.1%

波兰电商消费人群及习惯概览（3/3）：社交媒体用户人数众多，广告引流接受度约为41.5%



波兰有**2590万**社交媒体用户，同步增加了**10.5%**

网民平均每天花**6.7**小时上网，其中**2**个小时活跃于各种社交媒体

油管最受欢迎；其次是**脸书**，**Instagram**

广告受众人群（月活跃用户）

油管



2,590万

女 50.2%
男 49.8%

脸书



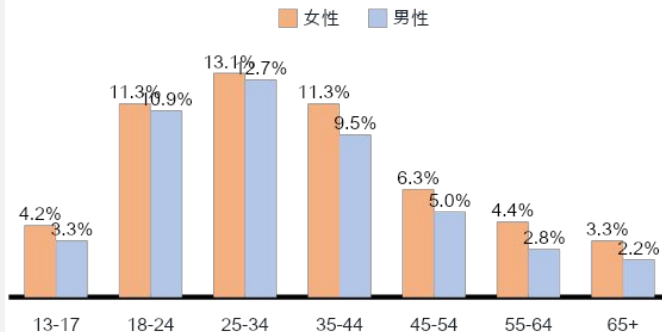
1,700万

女 54.5%
男 45.5%

激发用户购物的原因分析：

- 在鼓励人们网上购物方面，来自朋友或家人的建议比电子邮件营销更有效。
- 其他用户发布的**社交媒体帖子**比通过社交媒体广告更容易说服人们在线购买。
- 社交媒体广告对25-34岁人群的影响最大。
- 传统广告对54岁以上的人影响最大。
- 71%**的波兰人网购之前会在社交媒体上搜索买家秀

社交媒体广告受众：年轻人为主



目录



📍 坐标：波兰

- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

CALENDAR

营销日历



备注：波兰人忌讳数字“13”和“星期五”，认为“13”、“星期五”是不祥之数 and 日期

热销品类



时尚美妆



电子产品



玩具爱好



家具电器



食品个护



电子游戏

潜力品类



食品个护
增速29.5%



家具电器
增速28%



电子音乐
增速26.9%



时尚美妆
增速25.1%



电子游戏
增速23.3%



电子产品
增速21.6%



近五年，波兰电子消费品市场总体呈稳定趋势，但该品类波兰本土品牌知名度低，研发技术受限，所以中国一直保持进口电子消费品**第一大来源国**位置。此类消费群体数量占据波兰总人口**40%**，波兰买家对中国自有品牌认可度和好评度都非常之高，且波兰消费者的品牌忠诚度一旦产生，则非常愿意去尝试此品牌的其他同线产品。

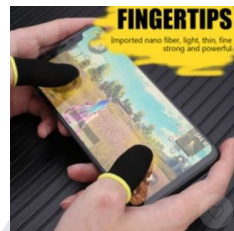
热销商品



快充插头



手机三脚架



手指护罩



钢化玻璃保护膜



波兰每年新生人口约为**40万**，加上政府鼓励生育的政策使母婴用品市场保持稳步向上地发展。有调查显示超过**50%**的波兰父母会选择线上购物的方式来采购此类商品，由Allegro销量数据显示，波兰父母会首选“**全谷物**”，“**无色素无防腐剂**”，“**无糖或含糖量低**”的婴幼儿奶粉和辅食，以及益智类儿童玩具。

热销商品



婴儿安全硅胶保护器



婴儿汽车座椅头枕



手印印板儿童玩具



新生儿奶嘴



波兰和多数中东欧国家一样，重工业发达，轻工业薄弱，因此**服装产业大量依赖进口**，中国长期以来都是中东欧国家该品类商品主要进口来源国。中东欧买家的购物习惯属于享乐型，看到喜欢的就会毫不犹豫的买下来，不会考虑太久或是比较太多。从入驻卖家数据调研可知，**性价比高的女装**在波兰较受欢迎。另外由于欧洲人的先天基因和饮食习惯原因，**L-3XL码数的女装销量最佳**，同时色彩斑斓类的服饰也是他们喜爱的款式之一。

热销商品

ZEVITY*



女士长袖上衣



运动套装

Bornladies



高领毛衣

Sampic



运动服短裤套装



波兰北临波罗的海，南部接壤高大山脉，整个国家森林覆盖率高达30%，在欧洲占据第一名的位置。优渥的天然条件使得**骑行和徒步**成为家庭集体外出最受欢迎的活动之一。近期有数据显示由于疫情影响，公共交通卫生安全度降低，促使**成人山地车、代步滑板车和儿童自行车**等一系列配套产品销量再创新高。

在选购此类产品时，波兰消费者比较在意的因素有：**防水性，产品兼容性，性价比，易于安装等**。中国品牌产品凭借高质量、多功能等优势，在电商平台销量也是稳居前列。

热销商品



渔具



帐篷绳



弹性绷带



自行车后视镜



Shopee

Thank you

Dziękuję

2021.09