

韩国消费者，越看中国越是美

在高物价的情况下，中国电商以超低价商品打动了韩国消费者的心，这就是中国电商得以在韩国市场高速发展的硬道理。

2018年，中国最大的电商企业阿里巴巴旗下的全球速卖通（AliExpress）进军韩国市场，随后拼多多旗下的 Temu、快时尚旗下的希音（SheIn）也在韩国做起了跨境电商生意。不过五六年时间，中国电商（韩国媒体称之为 C- 电商，与韩国电商 K- 电商对应）在韩国市场做得风生水起，简直是攻城略地，所向披靡。

海淘件数猛增。据韩国海关 3 月 17 日发布的统计数据，2023 年韩国的跨境电商进口（即海淘）货物总量约为 1.3144 亿件，同比增加 36.7%。其中自中国进口的跨境电商货物为 8881.5 万件，同比猛增 70.3%。从中国电商进口的增速几乎是韩国整体进口增速的两倍。中国电商海淘（进口）商品在韩国整体进口占比也从 2020 年的 43% 增至 2023 年的 68%。

进口金额创新高。据韩国统计厅 2 月 1 日发布的“2023 年 12 月及全年网购动向”资料，2023 年全年韩国跨境电商进口额为 6.7567 万亿韩元，同比增长 26.9%。分进口来源地看，中国同比骤增 121.2%，为 3.2873 万亿韩元，中国进口占韩国跨境电商进口总额的 48.6%。去年还稳居榜首的美国则同比下降 7.3%，为 1.8574 万亿韩元。由此，中国首次赶超美国，成为韩国最大的跨境电商进口来源地。

中国电商 App 用户增长神速。据韩国手机应用和零售分析服务商于 2 月 6 日发布的数据，中国购物 App 排名前三的全球速卖通、Temu、SheIn 的韩国用户共达 1467 万人。全球速卖通在韩国应用商店中的用户数在韩国本土的 Coupang 之后排在第二位。Temu 也高居第四名。韩国媒体感叹地说，在这一年中，最大的 K- 电商 Coupang 用户每增加 1%，中国电商全球速卖通就增加 100%。

中国电商在韩国市场大获全胜最重要的原因是价格低廉。据韩国媒体资料，韩国从境外电商进口



詹小洪

的都是小额免税物品，每件包裹价值不到 150 美元（约 20 万韩元），只要输入个人通关固有符号就不征收关税。中国物品就可按中国的价格进入韩国。韩国人均 GDP 将近中国的 3 倍，这样进入中国的跨境电商产品价格在韩国人看来简直是太便宜了。韩国媒体写道，“中国购物平台以韩国流通公司不是对手的低价格，正在迅速蚕食韩国市场”。

面对中国电商企业在韩国的飞速发展，K- 电商的节节败退，韩国人的心情是复杂的。韩媒评价，这是中国政策部门希望将低迷的中国内需市场与海外出口市场联系起来发展的双循环政策的一部分。很多人担心，中国跨境电商的雄厚资金和全球影响力加上中国作为世界工厂的制造业供应链的优势，将对韩国市场造成重创。

更有韩国学者危言耸听地说，中国购物平台正在将全球消费、流通生态系统夷为平地。中国将本国产品廉价出售给海外，是输出“通货紧缩”。有必要好好调查中国购物软件是否遵守了韩国的营业规定，否则就是对韩国企业的“不公平竞争”。

也有韩国市场管理人员抱怨自 C- 电商进口假冒伪劣产品多，消费者投诉举报多。2023 年 10 月 16 日，在韩国国会，全球速卖通韩国市场负责人张锐出席国会政务委员会听证会时表示，“全球速卖通在韩交易中涉假冒产品的投诉比重仅为 0.015%”。

另外还有人担忧，中国政府可能利用在韩国电商收集韩国客户个人信息。但在大多数韩国人看来，中国电商的“崛起”于韩国有弊更有利。去年韩国通货膨胀达到 3% 左右，物美价廉的中国商品有助于稳定韩国物价。在高物价的情况下，中国电商以超低价商品打动了韩国消费者的心，这就是中国电商得以在韩国市场高速发展的硬道理。

中国成为韩国最大的跨境电商进口来源地。

✉ [发自首尔]