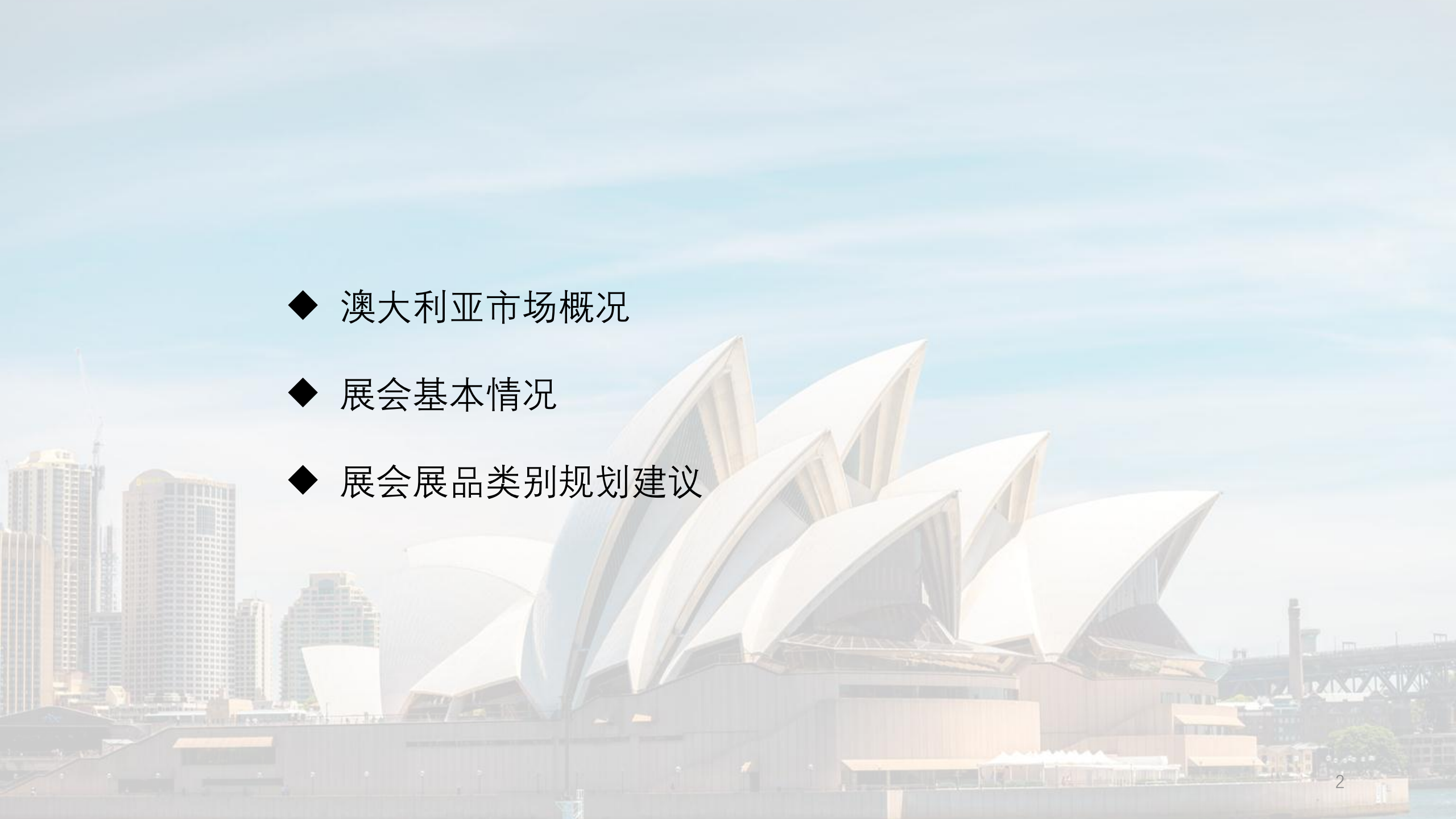


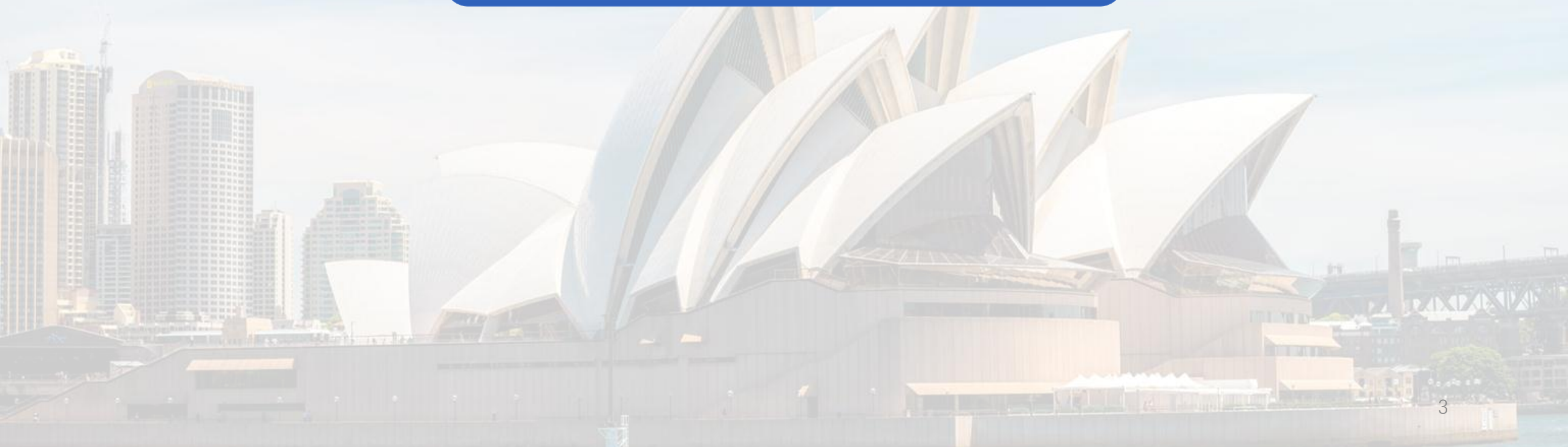
2024年中国消费品（澳大利亚）品牌展 招展函

2024年9月26日-28日
澳大利亚·悉尼 悉尼国际会议中心(ICC悉尼)



- 
- The background of the slide is a faded, light blue-tinted photograph of the Sydney Opera House. The iconic white, shell-like roof of the opera house is the central focus, with its multiple sails curving upwards. To the left, a portion of the Sydney city skyline is visible, featuring several tall, modern skyscrapers. The sky is a pale, hazy blue. The overall image has a soft, low-contrast appearance, serving as a decorative backdrop for the text.
- ◆ 澳大利亚市场概况
 - ◆ 展会基本情况
 - ◆ 展会展品类别规划建议

澳大利亚市场概况



国家概况

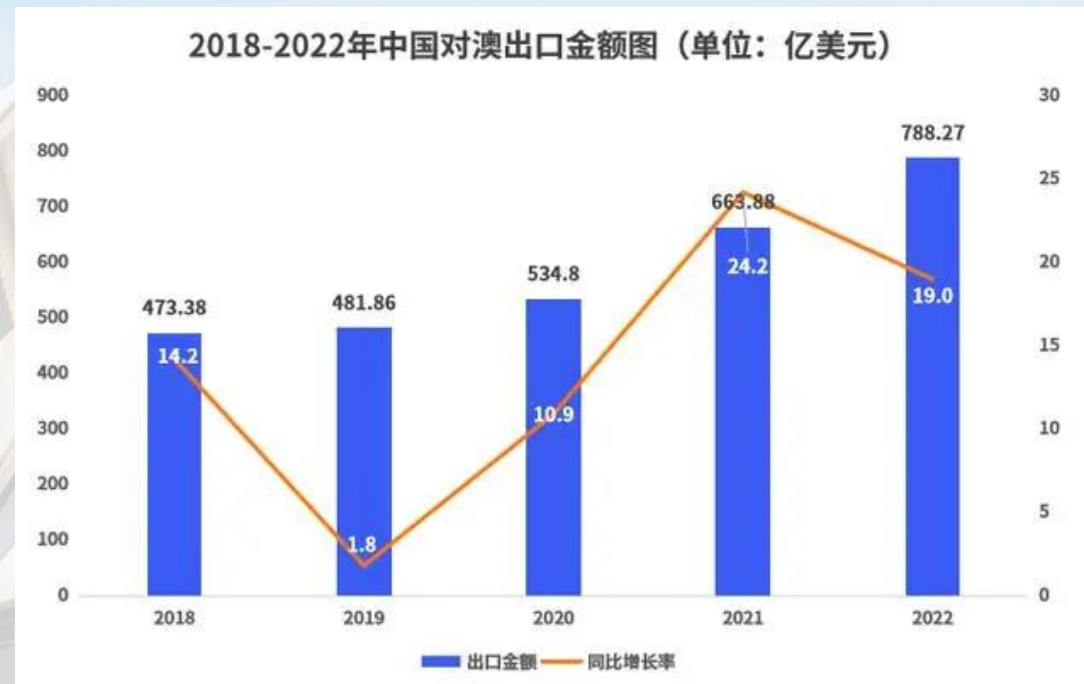
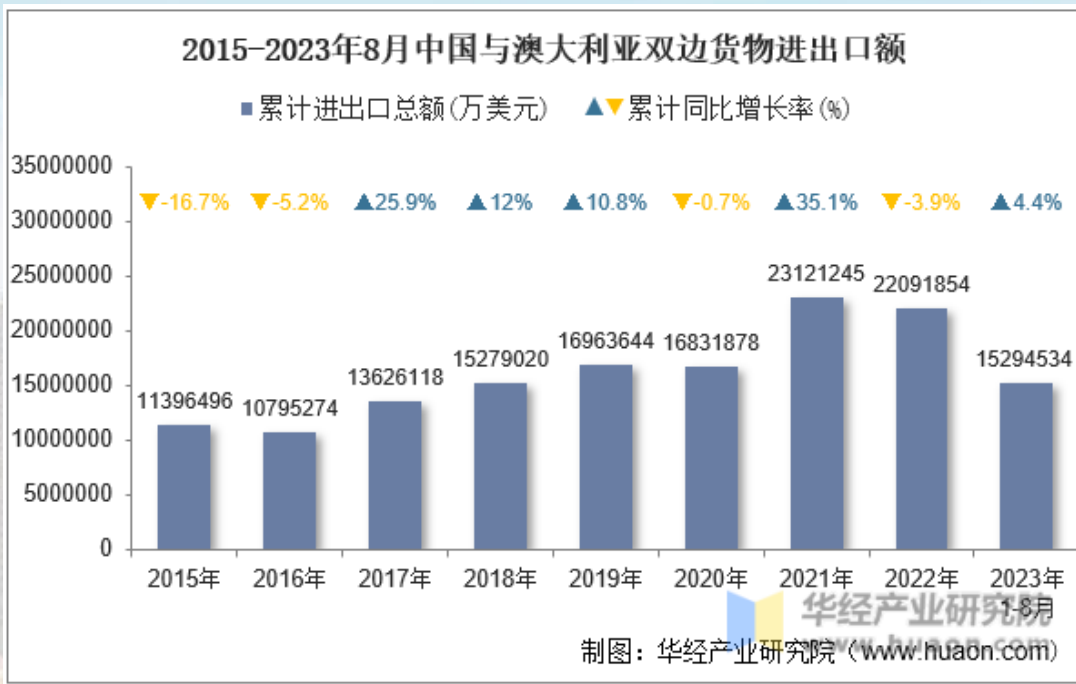
澳大利亚国家及产业概况

- 面积：769.2万平方公里
- 人口：2639万（2023年7月）。74%为英国及爱尔兰裔，亚裔占5%，土著人占2.7%，其他民族占18.3%。官方语言为英语，汉语为除英语外第二大使用语言。
- 经济：经济发达，民众收入高
 - GDP：1.7万亿美元，全球第12位 (2022)
 - 人均GDP：约6.5万美元，全球第10位 (2022)
 - 经济增长率：3.6% (2022)
 - 人均收入：全职成年职工人均周工资1770澳元 (截至2022年5月)
- 产业：农牧业、采矿业为传统产业；轻工业落后，消费品主要靠进口
“骑在羊背上的国家”、“坐在矿车上的国家”、“手持麦穗的国家”
- 对外贸易：澳对国际贸易依赖较大。澳主要贸易伙伴依次为中国、美国、日本、韩国、英国、新加坡、印度、新西兰、德国、马来西亚、泰国等。



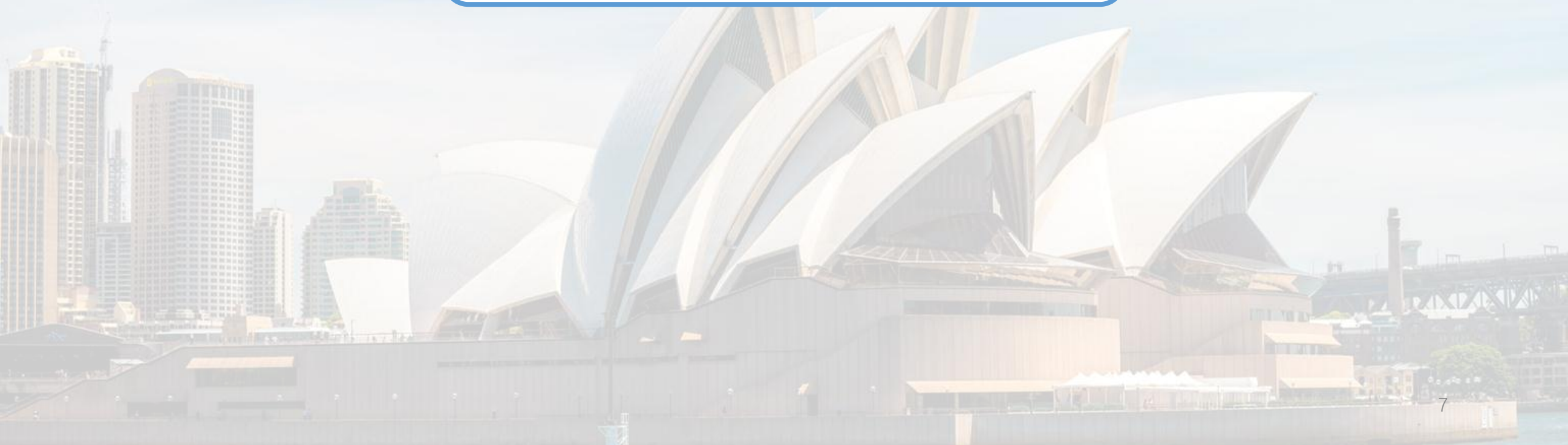
中澳双边贸易概况

- 中国长期保持澳大利亚**第一大贸易伙伴**、**出口市场**和**进口来源地**，2022年约占其出口总额的三分之一和进口总额的四分之一；澳大利亚是中国的**第六大贸易伙伴国**
- 2022年，双边贸易总额为2209亿美元，占澳大利亚对外贸易总额的**28%**；今年上半年，中澳贸易额达到1161.6亿美元，同比增长8.6%
- 中澳经济**高度互补**，中国在**资本密集型产品**和**劳动密集型产品**方面与澳大利亚存在着**较强的贸易互补性**，具有显著的比较优势
- 《区域全面经济伙伴关系协定》（**RCEP**）签署国，《**中澳自由贸易协定**》在2015年生效



今年11月澳总理阿尔巴尼斯访华具有**承前启后、继往开来**的重要意义，中澳是**全面战略伙伴**，共同利益广泛，合作前景广阔

市场特点



既单元又多元

- 单元：传统保守，外来有抵触
- 多元：民族多元化，接受外国移民

品牌
企业

可配合贸发局品牌宣传推广相关规划，如公共布展区等

对价格敏感

- 周边多为生产成本低廉发展中国家
- 南北半球季节差，过季产品仍流行
- 通胀，物价上涨

重视质量、品质

- 消费习惯，无理由退换货
- 关注售后，重视品控

绿色
环保

重信誉

- 守法，重信用，求稳定
- 不讨价还价
- 竞争激烈，信息畅通

电商
专区

组织电商平台参展，解决小订单、供应链问题

订单“小而精”

- 关注最低订货量，小批量、多品种
- 注重精品化、针对性、专业化
- 价格匹配

科技
创新

环保可持续

- 注重自然生态，环境保护
- 低碳绿色可持续

消费趋势

利率
上升



通货
膨胀



生活成
本高企

三重威胁

考虑成本，降低开支

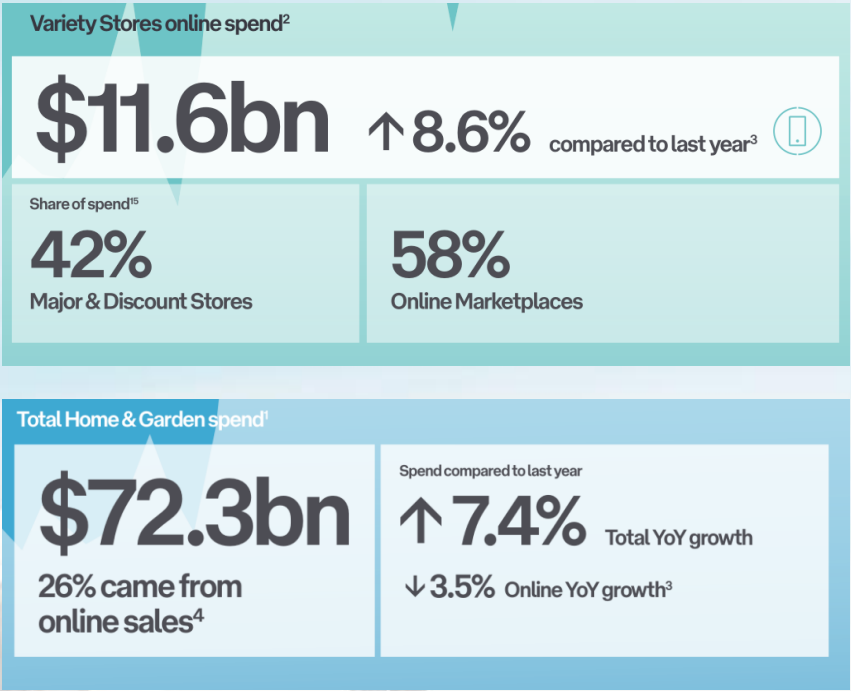
更换品牌，追求性价比

减少购买杂货，享受外出、社交

垂直品类线上线下载消费趋势

在COVID-19之后，健康和福祉仍然是人们的首要考虑因素，消费者关注相关品类产品，如健康、药物和清洁

品类	2022消费者总花销	线上销售	总花销增长率	线上购买家庭数	线上消费者占比
杂货类		116亿美元	↑ 8.6%	750万家庭	79%
时尚类	347亿美元	111亿美元	↑ 25%	620万家庭	66%
家居园艺类	723亿美元	187亿美元	↑ 7.4%	660万家庭	70%
健康与美容类	241亿美元	29亿美元	↑ 13%	480万家庭	51%
兴趣爱好类		43亿美元	↓ 5.2%	430万家庭	46%
特色食品/酒水类	1600亿美元	131亿美元	↑ 5%	270万家庭	29%



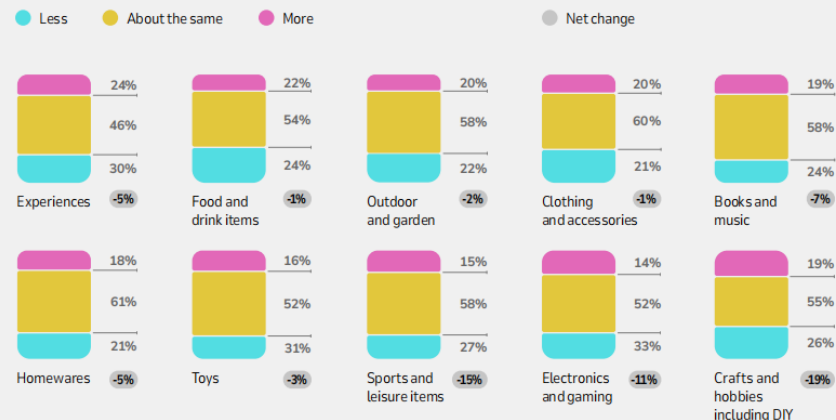
2023 年第三季度，在线购物体量和增幅最大的是**杂货**，同比增幅达17%；其他增幅比较大的细分品类分别是**美容时尚**和**运动休闲**，增幅都是12%

2023澳大利亚消费者礼品赠送趋势和洞察报告

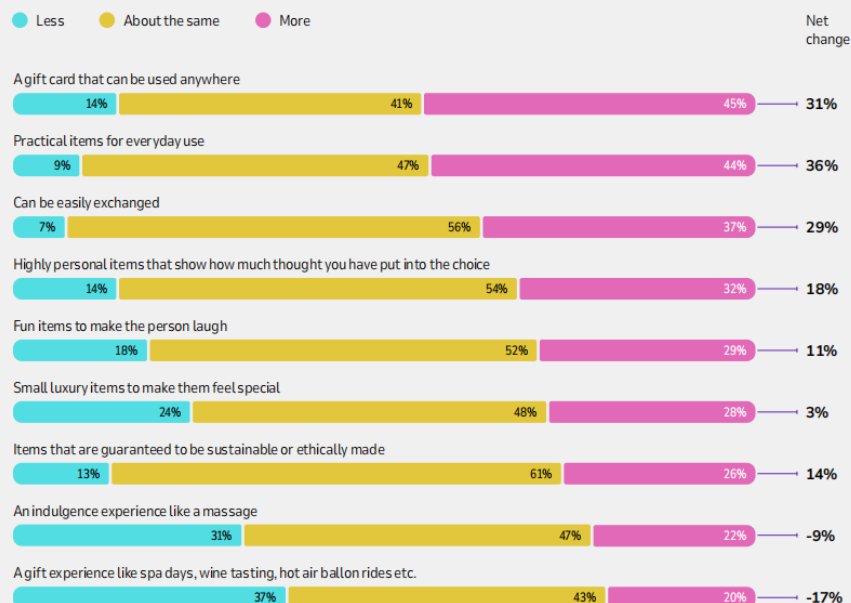
该报告从 750 名澳大利亚成年人的调查中突出了一些关键发现，例如：

- 消费者削减开支
- 在线购物趋势
- 非价格因素（如实用性和有用性）
- 礼品偏好变化（更实用的礼品和礼品卡）
- 年龄相关趋势（18-24 岁更喜欢体验、服装和运动用品）
- 情感影响

Compared with a year ago, how likely are you to give these as Christmas gifts?²¹



Compared to a year ago, how likely are you to choose Christmas gifts that are?²²



澳主流家电品牌



澳大利亚居家和花园、工具类市场多大？

举个例子，深圳2021年底人口1768万，澳大利亚人口2570万。宜家在深圳有**1家**线下门店，在澳大利亚有**11家**线下门店。Bunnings 主营家居园艺和工具类，线上**月访问量在2390万人次**，在澳大利亚有375 个实体交易地点，包括 278 个仓库、70 个小型商店和 30 个交易中心、3 个框架和桁架中心，以及 5 个阿德莱德工具/工具包仓库商店。截至 2021 年 6 月 30 日，大约 50,000 名员工，2021 财年的收入总计 169 亿美元。



澳大利亚人的运动户外生活

每个周五下午3点后基本就是 PARTY TIME 了，露营，烧烤，啤酒…… **澳大利亚人对社交的热爱已经深入骨髓**了。这两年国内露营风起，到了澳大利亚你才发现这早已经是一种文化了，周五Cavavan（宿营拖车）车队出城，周天进城，成为一道独特的人文风景。

澳市场值得关注消费品类

传统优势品类：

日用百货；
家居园艺；
游戏、消费电子产品及配件；
健康美妆

潜力增长品类：

园艺家居五金工具，DIY类，小家电，
厨房用品，宠物用品；
运动健身，户外装备，旅行用品；
露营产品，渔具高尔夫，水上运动；
电动滑板车



对澳出口海关数据

2023年1-9月对澳出口商品大类(章) TOP 10 （单位：美元）



第85章 电机、电气设备及其零件；录音机及放声机、电视图像、声音的录制和重放设备及其零件、附件	第84章 核反应堆、锅炉、机器、机械器具及零件	第87章 车辆及其零件、附件，但铁道及电车道车辆除外	第94章 家具；寝具、褥垫、弹簧床垫、软坐垫及类似的填充制品；未列名灯具及照明装置；发光标志、发光铭牌及类似品；活动房屋	第39章 塑料及其制品	第73章 钢铁制品	第61章 针织或钩编的服装及衣着附件	第62章 非针织或非钩编的服装及衣着附件	第95章 玩具、游戏品、运动用品及其零件、附件	第27章 矿物燃料、矿物油及其蒸馏产品；沥青物质；矿物蜡
---	-------------------------	----------------------------	--	-------------	-----------	--------------------	----------------------	-------------------------	------------------------------

■ 全国	8,690,903,59	8,021,698,83	4,815,428,21	3,272,206,97	2,962,235,17	2,545,037,26	2,058,796,94	1,877,713,75	1,755,607,92	1,539,555,76
■ 山东	294,385,697	601,444,278	375,516,374	222,220,411	277,491,106	306,305,234	174,976,897	166,156,433	320,670,553	40,504,523
■ 浙江	1,372,013,17	762,645,184	621,810,942	702,088,137	561,182,772	408,165,631	545,321,741	408,363,640	209,640,374	22,465,746
■ 江苏	1,980,420,79	1,783,186,59	351,187,704	350,964,300	355,735,094	394,010,188	275,500,693	346,603,346	161,404,169	35,601,481
■ 上海	730,860,005	859,744,152	1,862,931,20	273,526,038	217,510,605	241,619,505	183,764,797	196,056,415	206,615,672	7,919,464

2023年1-9月四大品类对澳出口省份排名Top 10

排名	第85章 电机、电气设备及其零件；录音机及放声机、电视图像、声音的录制和重放设备及其零件、附件			第94章 家具；寝具、褥垫、弹簧床垫、软坐垫及类似的填充制品；未列名灯具及照明装置；发光标志、发光铭牌及类似品；活动房屋			第39章 塑料及其制品			95章 玩具、游戏品、运动用品及其零件、附件		
	省市	出口额 (美元)	占比	省市	出口额 (美元)	占比	省市	出口额 (美元)	占比	省市	出口额 (美元)	占比
1	广东省	2,170,136,501	25.0%	广东省	1,050,136,223	32.1%	广东省	919,005,015	31.0%	广东省	578,774,391	33.0%
2	江苏省	1,980,420,796	22.8%	浙江省	702,088,137	21.5%	浙江省	561,182,772	18.9%	山东省	320,670,553	18.3%
3	浙江省	1,372,013,175	15.8%	江苏省	350,964,300	10.7%	江苏省	355,735,094	12.0%	浙江省	209,640,374	11.9%
4	上海市	730,860,005	8.4%	福建省	278,755,720	8.5%	山东省	277,491,106	9.4%	上海市	206,615,672	11.8%
5	福建省	339,850,309	3.9%	上海市	273,526,038	8.4%	福建省	277,415,853	9.4%	江苏省	161,404,169	9.2%
6	山东省	294,385,697	3.4%	山东省	222,220,411	6.8%	上海市	217,510,605	7.3%	福建省	113,834,420	6.5%
7	河南省	281,634,819	3.2%	河北省	67,872,001	2.1%	河北省	61,766,717	2.1%	湖南省	22,755,317	1.3%
8	安徽省	192,656,934	2.2%	江西省	61,828,739	1.9%	安徽省	45,312,703	1.5%	河北省	21,180,015	1.2%
9	天津市	177,474,011	2.0%	湖南省	49,294,956	1.5%	湖南省	44,359,409	1.5%	湖北省	17,400,107	1.0%
10	广西壮族自治区	173,945,902	2.0%	四川省	44,012,587	1.3%	湖北省	41,621,441	1.4%	江西省	16,723,590	1.0%
	全国	8,690,903,598			3,272,206,970			2,962,235,177			1,755,607,925	

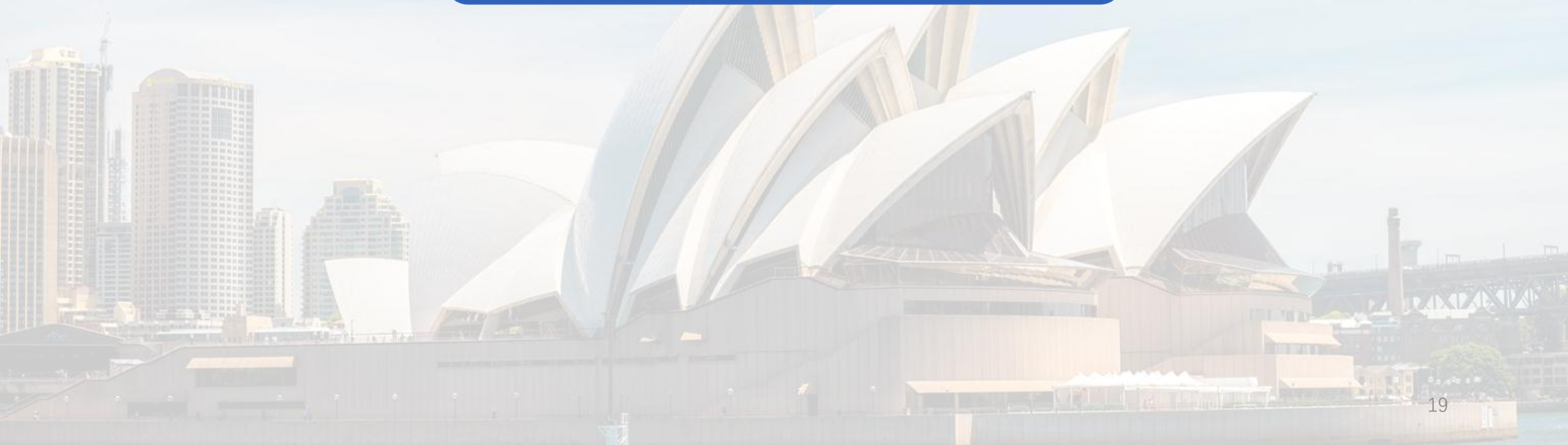
对澳出口商品大类（章） TOP 10 —— 全国

2023 排名	商品大类（章）	2023.1-9 出口额(美元)	2023占比	2022占比	2019占比
1	第85章 电机、电气设备及其零件；录音机及放声机、电视图像、声音的录制和重放设备及其零件、附件	8,690,903,598	15.92%	16.08%	18.77%
2	第84章 核反应堆、锅炉、机器、机械器具及零件	8,021,698,839	14.70%	15.15%	17.11%
3	第87章 车辆及其零件、附件，但铁道及电车道车辆除外	4,815,428,219	8.82%	6.37%	2.90%
4	第94章 家具；寝具、褥垫、弹簧床垫、软坐垫及类似的填充制品；未列名灯具及照明装置；发光标志、发光铭牌及类似品；活动房屋	3,272,206,970	6.00%	6.46%	6.89%
5	第39章 塑料及其制品	2,962,235,177	5.43%	5.29%	4.63%
6	第73章 钢铁制品	2,545,037,268	4.66%	4.92%	4.35%
7	第61章 针织或钩编的服装及衣着附件	2,058,796,943	3.77%	3.78%	3.76%
8	第62章 非针织或非钩编的服装及衣着附件	1,877,713,750	3.44%	3.21%	3.65%
9	第95章 玩具、游戏品、运动用品及其零件、附件	1,755,607,925	3.22%	3.56%	3.01%
10	第27章 矿物燃料、矿物油及其蒸馏产品；沥青物质；矿物蜡	1,539,555,760	2.82%	2.74%	5.39%

2023年1-9月对澳出口商品类别（子目） TOP 20 —— 全国

排名	商品编码	商品名称（子目）	出口额（美元）	占比
1	8703	乘用车辆	3,027,952,087	5.55%
2	8471	电脑、电脑配件、处理器等	2,722,864,986	4.99%
3	8517	手机、通信设备等	2,088,500,479	3.83%
4	2710	石油及从沥青矿物提取的油类	1,289,591,771	2.36%
5	9403	其他家具及其零件	1,193,788,724	2.19%
6	8541	半导体器件、发光二极管（LED）等	1,058,948,501	1.94%
7	4202	各式箱包及类似容器	862,753,489	1.58%
8	9405	灯具及照明装置（含节日装饰灯）	809,320,543	1.48%
9	7308	钢铁结构体及其部件（例如，桥梁及桥梁体段、闸门、塔楼、格构杆、屋顶、屋顶框架、门窗及其框架、门槛、百叶窗、栏杆、支柱及立柱）	789,508,912	1.45%
10	9503	三轮车、踏板车、踏板汽车及类似的带轮玩具；玩偶车；玩偶；其他玩具；各种智力玩具	767,702,791	1.41%
11	9401	坐具及其零件（家具类）	766,598,358	1.40%
12	8544	电线电缆	728,835,756	1.34%
13	3926	其他塑料制品（日用品、礼品装饰品等）	712,913,395	1.31%
14	6204	女装	693,741,574	1.27%
15	3923	塑料包装制品	590,462,282	1.08%
16	8504	变压器、静止式变流器（例如整流器）及电感器	575,450,914	1.05%
17	9804	低值简易通关商品	567,061,377	1.04%
18	8528	电视、投影机等	566,437,835	1.04%
19	8716	挂车及半挂车或其他非机械驱动车辆及其零件	541,958,934	0.99%
20	7326	其他钢铁制品	508,487,814	0.93%

展会基本情况



China Commodity Fair Australia

中国消费品（澳大利亚）品牌展



2024年9月26日-28日



澳大利亚·悉尼 悉尼国际会议中心(ICC悉尼)



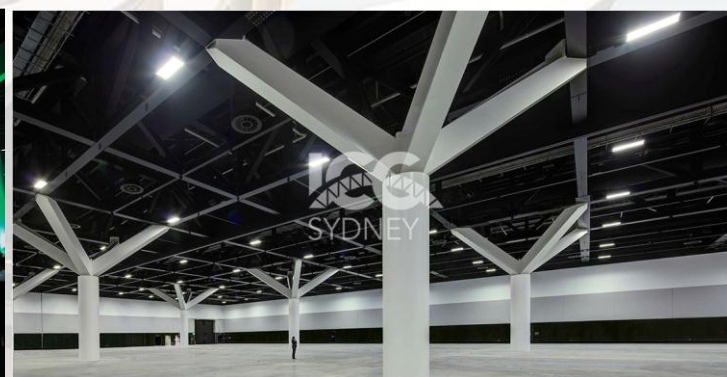
10,000 平米毛面积
5,000 平米净面积

主办单位：

- 商务部外贸发展局

战略合作：法兰克福展览集团

悉尼国际会议中心位于悉尼港海滨区的中心地带，拥有优越的地理位置。悉尼市中心区位于其东部，金融区位于其北部，教育区和创业区位于其南部，以及西部的主要媒体和文化设施。



战略合作单位—— 法兰克福展览集团：面向全球业务的商业模式



作为全球最大及拥有会展中心的展会、会议和活动主办机构，法兰克福展览集团的总部坐落于有约800年举办展会历史的德国城市法兰克福，拥有11个多层展馆和两座会议中心，总面积达584,142平方米。扎根于法兰克福的我们，在全球180个国家拥有28家子公司和超过50个国际销售合作伙伴，组成庞大的商贸关系网络，为客户提供专业的会展平台及服务。

法兰克福展览集团的愿景及战略是集中拓展专长的领域，为全球客户打造最优秀、最专业并享负盛名的贸易平台及服务。

在全球约2,160人的专业团队的竭诚努力之下，2022年法兰克福展览集团在全球举办了310个展览会活动，营业额约4.54亿欧元。

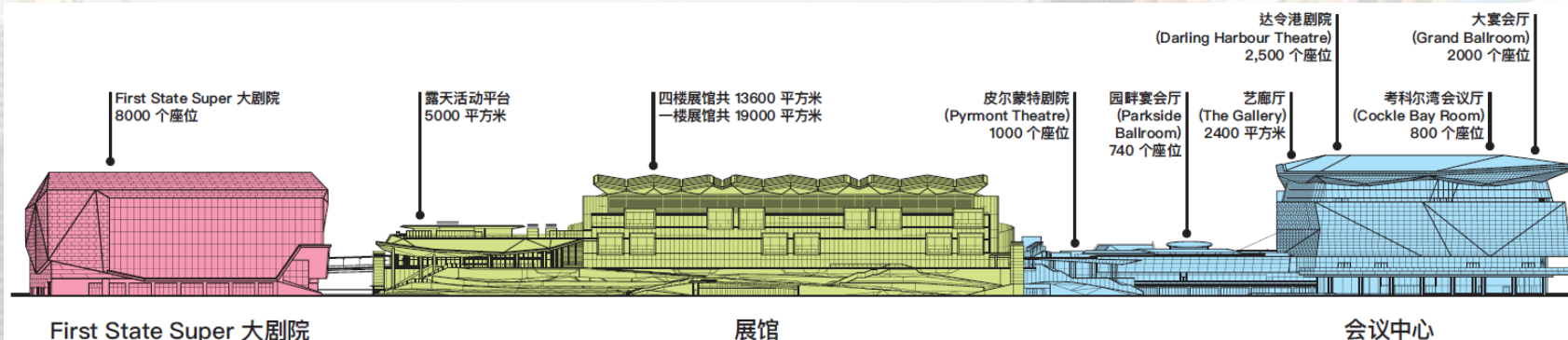
法兰克福展览集团是一家国营机构，法兰克福市政府拥60%股份，黑森州政府拥有40%股份。我们的国际旗舰展会一直为各行各业树立标杆并稳居领导地位，例如Ambiente、Beautyworld、Christmasworld和Paperworld已跻身于全球最重要的消费品牌之列，而Prolight + Sound亦是备受业界推崇的专业展览；Heimtextil和Techtextil在纺织品及纺织技术领域无出其右；在技术与交通运输及物流首屈一指的盛会包括Automechanika、Light + Building、IFFA、ISH和Texcare。

法兰克福展览集团将未来趋势与新技术、人与市场、供给与需求相结合。当不同的观点和行业领域走到一起时，我们为新的合作、项目和商业模式创造了空间。

法兰克福展览集团在澳大利亚设有代表处。



LEVEL 1 HALL 3 & HALL 4



悉尼国际会议中心(ICC悉尼)于2016年12月开业，是澳大利亚首个位于海港沿岸的综合性会议、展览和娱乐场所

产品类别



家居用品



家用电器及消费电子产品



园艺用品及体育户外用品



礼品及文具



婴童用品

展位费用

标准展位（9平米）费用：45,000 元

光地费用：4,000元/平米

联系人信息

商务部外贸发展局

黄慧杰 Tel: 010-64404610 / 18610868997



相约澳大利亚！