



Vreme: 14.07.2026 08:47

Medij: biznis.rs

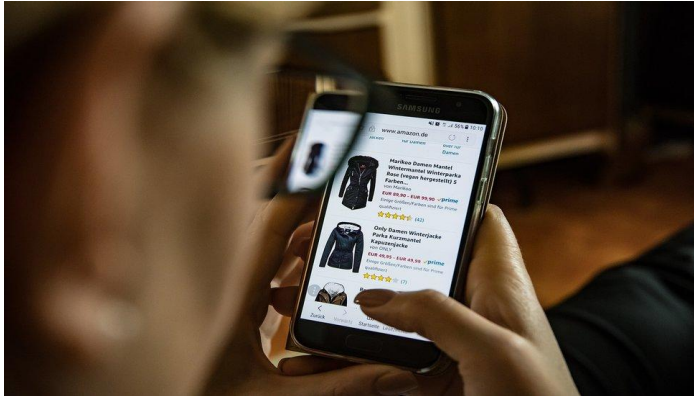
Link: <https://biznis.rs/vesti/eu/sta-i-koliko-evropljani-kupuju-na-kineskim-plattformama/>

Autori: Redakcija Biznis.rs

Teme: Evropska komisija

Naslov: Šta i koliko Evropljani kupuju na kineskim platformama?

8416



Potrošači u evrozoni najčešće koriste kineske platforme za kupovinu odeće, kućne robe i elektronike, a to su kategorije u kojima su kupci posebno osetljivi na cenu. Samo tokom 2024. godine u EU je stiglo 4,17 milijardi pošiljaka kupljenih putem ovih platformi, navodi se u blogu Evropske centralne banke (ECB). Na...

Potrošači u evrozoni najčešće koriste kineske platforme za kupovinu odeće, kućne robe i elektronike, a to su kategorije u kojima su kupci posebno osetljivi na cenu. Samo tokom 2024. godine u EU je stiglo 4,17 milijardi pošiljaka kupljenih putem ovih platformi, navodi se u blogu Evropske centralne banke (ECB). Na ovaj način najviše kupuju potrošači iz Grčke, Portugalije i Španije, a najmanje iz Nemačke i Francuske, prenosi N1. Pet ekonomskih analitičara analiziralo je, za blog Evropske centralne banke, zašto kineske platforme za e-trgovinu privlače potrošače evrozone. Marija Dimu (Maria Dimou), Marten Doshe (Maarten Dossche), Teresa Hiten (Teresa Hütten), Georgi Kočarkov (Georgi Kocharkov) i Omiros Kuvavas (Omiros Kouvavas) konstatuju da kineske platforme za elektronsku trgovinu postaju sve popularnije u evrozoni. "Istraživanje Evropske centralne banke pokazuje da kupce privlače niske cene i širok izbor proizvoda. Međutim, zabrinutost zbog kvaliteta, poverenja i ekoloških posledica odvrća one koji ih ne koriste", konstatuje se u tekstu dostupnom na sajtu ECB. Platforme kao što su Temu, Shein i AliExpress brzo su se proširile na evropskom potrošačkom tržištu. Ove platforme nude širok spektar pretežno jeftine robe široke potrošnje. Od 2023. do 2024. godine broj pošiljki male vrednosti iz Kine više se nego udvostručio, što je otvorilo važna pitanja za javne politike. Ko koristi ove platforme i zašto? Šta kupuju? Šta utiče na njihove odluke? Foto: Freepik.com Anketa ECB o očekivanjima potrošača iz aprila 2026. godine daje odgovore na ova pitanja i ukazuje na tri glavna nalaza: kineske platforme za elektronsku trgovinu široko su rasprostranjene u evrozoni; kupce prvenstveno privlače niske cene i veliki izbor proizvoda, naročito u kategorijama odeće, kućne robe i elektronike; one koji ih ne koriste najviše odvrća zabrinutost zbog kvaliteta i poverenja, dok geopolitički faktori imaju samo ograničen uticaj na odluke potrošača. Broj pošiljki se meri milijardama. Prema saopštenju Evropske komisije o elektronskoj trgovini, tokom 2024. godine oko 90 odsto svih pošiljki elektronske trgovine (kupoprodaje putem interneta) koje su ušle u EU, a čija je vrednost bila do 150 evra, dolazilo je iz Kine. "Njihov obim se više nego udvostručio - sa 1,9 milijardi pošiljki u 2023. na 4,17 milijardi u 2024. godini. Komisija ovaj rast povezuje sa naglim povećanjem broja korisnika kineskih online trgovaca kao što su Temu i Shein tokom 2024. godine", navodi se u analizi. Više od polovine ispitanika u anketi ECB navelo je da koristi kineske platforme za elektronsku trgovinu. Ipak, upotreba se značajno razlikuje među državama i prihodnim grupama. Ko najviše kupuje, a ko najmanje? Najveća popularnost zabeležena je u Grčkoj, Portugaliji i Španiji, gde je više od 70 odsto potrošača reklo da kupuje preko tih platformi. Nasuprot tome, najmanja upotreba zabeležena je u Nemačkoj i Francuskoj, gde ih koristi manje od polovine potrošača. "Velika zastupljenost u južnoj Evropi ukazuje na izražene razlike među zemljama u potrošačkim navikama, poznavanju platformi, logističkoj infrastrukturi, poverenju i dostupnosti lokalnih prodavnica", ocenjuju analitičari. Anketa takođe pokazuje da su korisnici češće domaćinstva sa nižim i srednjim prihodima. To je, navodi se, u skladu sa važnom ulogom pristupačnih cena: potrošači sa ograničenijim budžetom posebno su osetljivi na niske cene. Međutim, analitičari konstatuju da i značajan broj domaćinstava sa višim





Vreme: 14.07.2026 08:47

Medij: biznis.rs

Link: <https://biznis.rs/vesti/eu/sta-i-koliko-evropljani-kupuju-na-kineskim-platformama/>

Autori: Redakcija Biznis.rs

Teme: Evropska komisija

Naslov: Šta i koliko Evropljani kupuju na kineskim platformama?

prihodima kupuje preko kineskih platformi. Niske cene i veliki izbor oblikuju odluke o kupovini. U anketi je korisnicima koji često kupuju preko ovih platformi postavljeno pitanje - zašto kupuju na ovim platformama. "Odgovori jasno pokazuju da dominiraju cenovni razlozi. Reči poput 'cena', 'jeftino' i 'jeftinije' pojavljuju se najčešće u odgovorima ispitanika. To potvrđuje da je pristupačnost ključni motiv kupovine. Za mnoge potrošače ove platforme predstavljaju način da rasterete kućni budžet, u vreme kada troškovi života i dalje predstavljaju važnu brigu", navodi se u tekstu. Iako se inflacija u evrozoni od vrhunca iz 2020. i 2021. godine vratila na umeren i stabilan nivo, potrošači, kako se ocenjuje, i dalje pažljivo upoređuju cene i traže jeftinije alternative. Foto: Freepik.com

Drugi važan razlog je raznovrsnost proizvoda. "Potrošači cene široku ponudu, uključujući nišne proizvode, dodatke i robu koju je često teško pronaći u lokalnim prodavnicama. Kombinacija niskih cena i velikog izbora predstavlja glavnu konkurentsku prednost ovih platformi", navodi se u tekstu. Šta potrošači kupuju i koliko često? Potrošači u evrozoni najčešće koriste kineske platforme za kupovinu odeće, kućne robe i elektronike - kategorija u kojima su kupci posebno osetljivi na cenu. Velika većina porudžbina ima malu vrednost: skoro dve trećine porudžbina vredi 25 evra ili manje; 90 odsto porudžbina ne prelazi 50 evra. Pored toga, svaki peti ispitanik naveo je da kupuje na ovim platformama najmanje jednom mesečno. "Ovi rezultati dodatno potvrđuju da je kupovno ponašanje pre svega vođeno cenom. Zanimljivo je i da je u mnogim kategorijama robe koje se najčešće kupuju preko ovih platformi prosečna inflacija tokom 2025. godine bila negativna ili blizu nule, što sugerise da je uvoz jeftine robe mogao doprineti obuzdavanju rasta cena pojedinih potrošačkih proizvoda", ukazuju analitičari. Šta odvraća potrošače? Uprkos prednostima, skoro polovina ispitanika navela je da ne koristi kineske platforme. Najčešći razlozi su sledeći: zabrinutost zbog kvaliteta proizvoda - trajnosti, pouzdanosti i usklađenosti sa očekivanjima; nedostatak poverenja - bezbednost ličnih podataka i plaćanja, kvalitet korisničke podrške i pouzdanost samih platformi; ekološki razlozi - uticaj transporta na velike udaljenosti, prekomerna ambalaža, povraćaji robe i održivost proizvodnje. Mnogi ispitanici su takođe istakli da radije kupuju evropske proizvode, želeći da podrže lokalna i regionalna preduzeća i očuvaju evropska radna mesta. Neki su naveli i da preferiraju robu za koju smatraju da je proizvedena uz više regulatorne, radne i ekološke standarde... Geopolitika ne odvraća veliki broj potrošača. Iako postoje dokazi da geopolitičke tenzije utiču na potrošačke izbore, odgovori u anketi ne pokazuju snažnu direktnu vezu između geopolitike i kupovine na platformama kao što su Temu, Shein ili AliExpress. "Dok jedan od pet ispitanika kaže da ga geopolitičke brige čine manje sklonim korišćenju takvih platformi, ali većina nije povezivala te brige sa svojim svakodnevnim kupovinama. To ukazuje da cena, praktičnost i raznovrsnost proizvoda imaju znatno veći uticaj na odluke potrošača od geopolitičkih pitanja. Potražnja za jeftinom robom izgleda relativno otporna čak i među potrošačima koji imaju šire zabrinutosti u vezi sa međunarodnim odnosima. "Iako je jedan od pet ispitanika naveo da su ga geopolitičke zabrinutosti učinile manje sklonim da koristi takve platforme, većina nije direktno povezivala takve zabrinutosti sa kupovinom. To sugerise da cena, praktičnost i raznovrsnost proizvoda dominiraju u odlukama potrošača da koriste ove platforme. Potražnja za jeftinom robom deluje relativno otporna, čak i među potrošačima koji možda imaju šire zabrinutosti u vezi sa međunarodnim odnosima. Zašto su potrošački izbori važni? Generalno, rezultati ankete ECB iz aprila 2026. godine daju jasnu sliku - niske cene i širok izbor proizvoda predstavljaju glavne faktore koji privlače potrošače evrozone kineskim platformama za elektronsku trgovinu. "Zajedno sa nalazom da geopolitičke tenzije imaju samo ograničen uticaj, to sugerise da je potražnja za jeftinom robom sa kineskih platformi duboko ugrađena u potrošačko ponašanje u evrozoni i da se verovatno neće lako promeniti samo promenom raspoloženja javnosti", navodi se u analizi. Zbog toga su, kako se ističe, izbori potrošača na ovim platformama važni i za kretanje cena u evrozoni. "Zabrinutost zbog kvaliteta, poverenja i zaštite životne sredine trenutno odvraća približno polovinu potrošača, ali ako ove platforme postanu još prisutnije, to bi moglo dovesti do jačeg konkurentskog pritiska na evropske trgovce", zaključuje se u analizi.

