



Muistio

1 (3)

Suomen Pankin nousevien talouksien Luonnos
tutkimuslaitos (BOFIT)
Juuso Kaaresvirta, Eeva Kerola,
Riikka Nuutilainen

12.2.2026

SP/FIVA-EI RAJOITETTU

Julkinen

Krääsätalous kuriin -kansalaisaloite, ilmiön taustoitusta Kiinan osalta

Tässä muistiossa taustoitetaan kiinalaisten verkkokauppojen nopeasti kasvanutta tavaramyyntiä ulkomaille mukaan lukien Suomeen. Kiinalaista tavaraa on viime vuosina virrannut yhä enemmän ulkomaille, ei pelkästään postimyyntinä vaan myös tavanomaisia ulkomaankaupan reittejä pitkin.

1 Kiinan tavaravienti on kasvanut kohisten vahvan hintakilpailukyvn vauhdittamana

Kiinan tavaraviennin kasvu on ollut viimeisen parin vuoden aikana poikkeuksellisen vahvaa. Viennin määrä on kasvanut yli 10 prosentin vuosivauhtia ja maa on edelleen kasvattanut rooliaan maailman suurimpana tavaraviejänä. Kiina kattaa koko maailman tavaraviennin arvosta noin 15 %, ja viennin määrästä luultavasti tätäkin suuremman osan. Samalla Kiinan tavaratuonnin kasvu on ollut hyvin vaihteellista, ja kaupan ylijäämä on kasvanut Kiinan mittapuulla historiallisen suureksi. Kauppapoliittiset jännitteet ovat lisääntyneet, ja moni maa on asettanut rajoitteita kiinalaisten tavaroiden tuonnille.

Kiinan vahva vienti kumpuaa maan kotimarkkinatilanteesta. Maa on maailman ylivoimaisesti suurin teollinen tuottaja, kun noin kolmasosa maailman tehdasteollisuudesta on Kiinassa. Viime vuosina kuitenkin Kiinan kotimaisen kysynnän kasvu on ollut heikkoa. Pandemia aikana kotitalouksien luottamus heikkeni voimakkaasti ja kotitaloudet säästivät edelleen suuremman osan tuloistaan kuin ennen pandemiaa, mikä on pitänyt kulutuksen kasvun vaimeana. Myös kiinteistösektorin edelleen jatkuva romahdus ja asuntohintojen lasku on syönyt kotitalouksien varallisuutta. Voidaankin ajatella, että Kiinan kotimaisen kulutuksen kasvun ollessa heikkoa, teollista tuotantoa purkautuu Kiinasta ulkomaille vientiin, myös ”krääsän” osalta.

Toinen keskeinen Kiinan tavaraviennin nopeaa kasvua vauhdittanut tekijä on kiinalaistuotteiden tällä hetkellä poikkeuksellisen hyvä hintakilpailukyky. Heikon kotimaan talouden vuoksi tuottajahinnat ovat Kiinassa laskeneet yhtäjaksoisesti yli kolme vuotta. Myös Kiinan valuutan, yuanin, kurssi painui viime vuonna erittäin heikoksi euroon nähden, mihin ovat vaikuttaneet heikko kotimaan talous, kiihtyneen kauppasodan tuoma epävarmuus ja myös Kiinan harjoittama valuuttakurssipolitiikka. Viime aikoina yuan on hitaasti hieman vahvistunut euroon nähden, muttei merkittävästi. Yksinkertainen viennin hintakilpailukyvn mittari, yuanin reaalin kauppapainotettu valuuttakurssi (REER) painui viime vuonna heikommaksi yli kymmeneen vuoteen. Toisin sanottuna Kiinassa tuotettu tavara on erittäin halpaa meille eurooppalaisille.



2 Kiinalaisista verkkokaupoista

Verkkokaupasta on viimeisen kymmenen vuoden aikana tullut Kiinassa erittäin suosittua. Kasvu oli ripeää etenkin pandemia-aikana, kun ihmisten liikkumista rajoitettiin tiukasti ja verkkokaupan kotikuljetuksista muodostui tärkeä ostokanava. Verkkokaupasta ostaminen Kiinassa on helppoa, ja kaupan alustat on integroitu sosiaalisen median alustoihin ja toisaalta myös tuottajiin. Verkkokaupat myyvät kaikkia mahdollisia tuotteita, ei pelkästään krääsää, ja tavaratoimitukset ovat tavallisesti erittäin nopeita. Kiinan tilastoviraston mukaan verkkokaupan tavaramyynti kattoi neljäsosan vähittäiskaupan tavaramyyinnistä viime vuonna.

Monet kiinalaisista verkkokaupoista ovat pyrkineet laajentamaan toimintaansa ulkomaille. Tätä on tuettu myös hallinnon toimesta, sillä verkkomyynti ulkomaille on nähty yhtenä kasvualoista. Valtio ja alueet ovat tukeneet tätä toimintaa mm. perustamalla erityisalueita, joissa paikallista sääntelyä on helpotettu verkkovien- nin vauhdittamiseksi. Alueet ovat tarjonneet ainakin helpotettuja tullauskäytän- töjä, valuutan vaihtoa ja datavaatimuksia sekä veroetuja. Tällaisia erityisalueita on Kiinassa vajaa 200 kappaletta.

Kiinalaistuotannon vahva hintakilpailukyky on tukenut myös verkkokauppojen myyntiä ulkomaille. Kiinan kauppaministeriön mukaan verkkokauppojen kautta tapahtunut myynti ulkomaille oli 276 mrd. euroa vuonna 2024, mikä oli tavaravientiin suhteutettuna noin 8,5 %. Verkkokaupan vienti on ollut vahvassa kasvussa. Etenkin vauras länsimainen ostajakunta on ollut verkkokauppojen täh- täimessä, mutta tavaraa myydään lukuisiin maihin ympäri maailmaa. Kiinalaisista verkkokaupoista Temu, SHEIN ja AliExpress ovat onnistuneet työntymään Euroo- pan markkinoille, mutta esimerkiksi Kiinan toiseksi suurin verkkokauppajätti JD.com (JoyBuy) on vuosien yrityksen jälkeenkin varsin pieni toimija Euroopassa.

Kiinasta tuleva tavaravyöry on johtanut siihen, että lukuisat maat ovat kiristäneet vähäarvoiseen tuontiin kohdistuvia sääntöjään. EU on asettamassa 3 euron mak- sua vähäarvoisille paketeille kesäkuusta 2026 alkaen. Vähäarvoisen tuonnin tullivapaudesta (de minimis -sääntö) on luovuttu ainakin Yhdysvalloissa, Brasiliassa ja käytännössä Thaimaassa. Jotkut maat kuten Pohjois-Makedonia, Vietnam ja Chile ovat puolestaan asettaneet arvonlisäveron koskemaan vähäarvoista tuontia. Tur- kissa vähäarvoiselle tuonnille on käytössä viiden paketin per kuukausi rajoite.

3 Lopuksi

On vaikea nähdä, että Kiina omatoimisesti rajoittaisi tai vaikeuttaisi tavaravienti- ään. Kiinan talouskasvu on nojannut vahvasti vientiin viime aikoina ja ripeän ta- louskasvun ylläpitäminen on Kiinan keskeisiä poliittisia tavoitteita. Samalla epä- reiluksi katsottu halpa kiinalaistuonti herättää yhä enemmän keskustelua ja vas- tustusta ympäri maailmaa, ja myös Euroopassa.



Muistio
Suomen Pankin nousevien talouksien Luonnos
tutkimuslaitos (BOFIT)
Juuso Kaaresvirta

12.2.2026
SP/FIVA-EI RAJOITETTU

Julkinen

3 (3)

Jakelu

Talousvaliokunta