



亚马逊站点介绍

课程路径图及内容

2.1

亚马逊全球开店简介

本章将帮助您了解亚马逊全球开店

2.2

选择您的全球业务第一站

本章将协助您学习如何选择目标站点

2.4

亚马逊欧洲站点简介

由此学习欧洲站点的特色

2.3

亚马逊北美站点简介

由此学习北美站点的特色

2.5

亚马逊日本站点简介

由此学习日本站点的特色

2.6

亚马逊澳洲站点简介

由此学习澳洲站点的特色

2.8

亚马逊中东站点简介

由此学习中东站点的特色

2.7

亚马逊印度站点简介

由此学习印度站点的特色

2.9

亚马逊新加坡站点简介

由此学习新加坡站点的特色

2.10

亚马逊土耳其站点简介

由此学习土耳其站点的特色

2.11

亚马逊拉美站点简介

由此学习拉美站点的特色



目录

3. 亚马逊北美站点简介	-----	3
3.1 北美市场概况	-----	3
3.2 美国站点简介	-----	5
3.3 加拿大站点简介	-----	13
3.4 北美站点新卖家扶持	-----	22

3.1 北美市场概况

3.1.1 北美电商发展情况

北美电商市场规模创新高，电商渗透率持续提升，成为新手卖家第一站。



北美是全球最具活力的电商市场之一，预计 2023 年北美电商市场销售额超万亿美元，年增长率高达 **11.2%**¹



预计 2023 年北美电商用户渗透率将达 **73.7%**¹



预计 2027 年北美网购人群数量将达 **4.087 亿**¹

北美电商市场成熟，美国站点是大多数新手卖家的首选，加拿大站点因与美国站点相近的选品文化，也成为多数新手卖家的优选站点。

美国站点	加拿大站点
	
市场大、 品类全、 配套完善 新手卖家优选站点	高消费力、 大潜力、 稳增长 美国站点相近选品文化

1. Statista, eCommerce - North America

3.1.2 亚马逊北美站点的市场现状

亚马逊稳居北美电商市场份额第一



2022 年，亚马逊北美站点业务
销售额达 **3,159** 亿美元，同比增长

13%¹



2022 年，亚马逊以 41% 的市
场份额稳居北美电商**第一**

41%²



从 2016 年开始，连续保持北美
第一大电商地位

6 年³

1. Amazon 2022 Annual Report

2. Statista, eCommerce - North America

3. Euromonitor, [中信建投](#)

3.2 美国站点简介

3.2.1 美国零售业及电商发展情况

美国零售电商发展愈发强劲，市场占比保持两位数高速增长。



预计 2023 年电商销售额增长率达 **9.3%**¹



预计 2023 年销售额将达到 **1.1 万亿美元**¹

电商渗透率持续提升，线上消费者数量也在不断增加。



预计 2025 年达到 **17.8%**¹

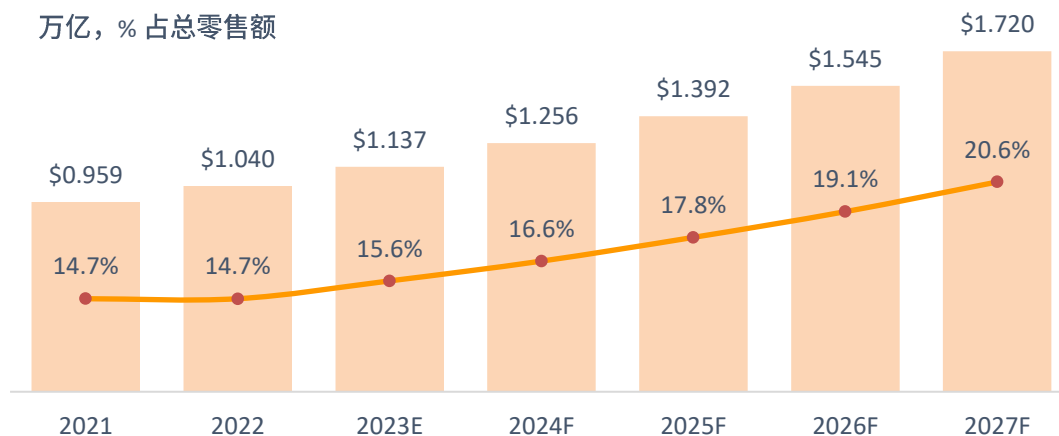


预计在 2025 年将增加至 **2.8 亿人**²



经常或一直在网上购物的人占美国购物人群的 **87%**³

美国零售电商销售额，2021-2027



1. Insider intelligence, US Ecommerce Forecast 2023

2. Statista, Number of users of e-commerce in the U.S. 2018-2027

3. Powerreviews, power of reviews 2023

3.2.2 亚马逊在美国的发展情况

美国幅员辽阔，面积全球第三，热带和寒带都有，四季分明。

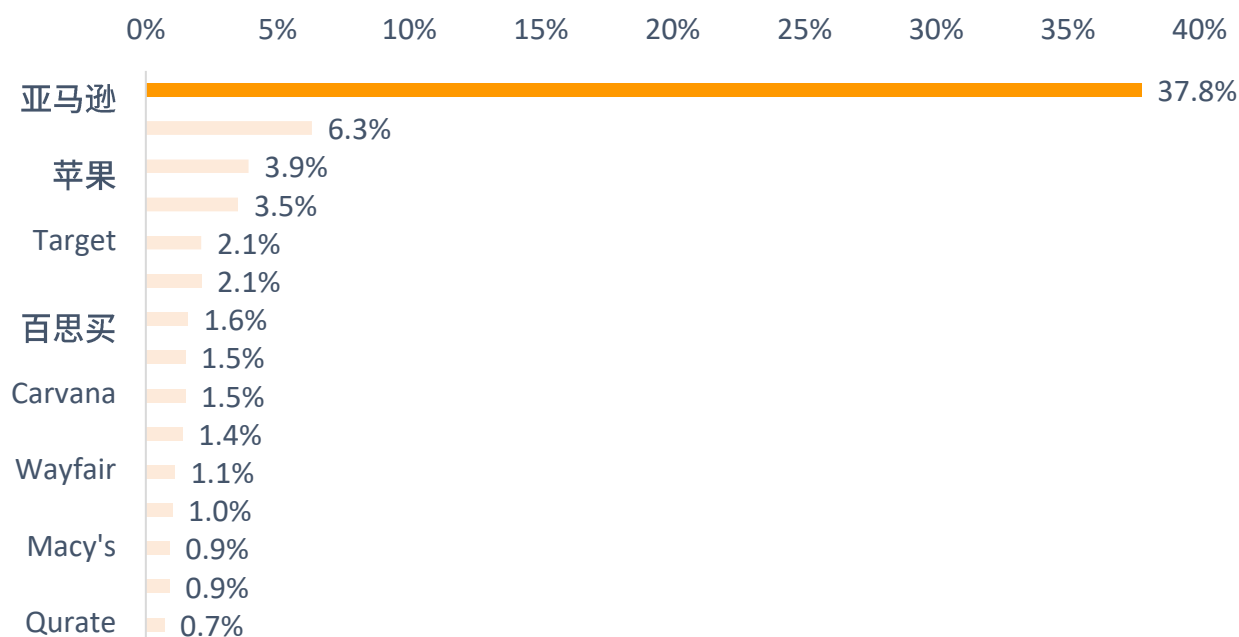
作为亚马逊诞生的地方，拥有海量的 Prime 会员和完善的物流体系，位居美国电商排名**第一**¹。选择从亚马逊而非其他电商渠道上购买产品的美国人近**90%**²。

过去 12 个月，新上线亚马逊的中国卖家把美国作为其出海的第一站的比例达**69%**³。



美国前 15 零售电商公司市场份额¹

占零售业电子商务总销售额的百分比



1. Statista, Market share of leading retail e-commerce companies in the United States as of June 2022

2. zippia, 25+ AMAZON STATISTICS [2023]

3. 《2023中国出口跨境电商白皮书》

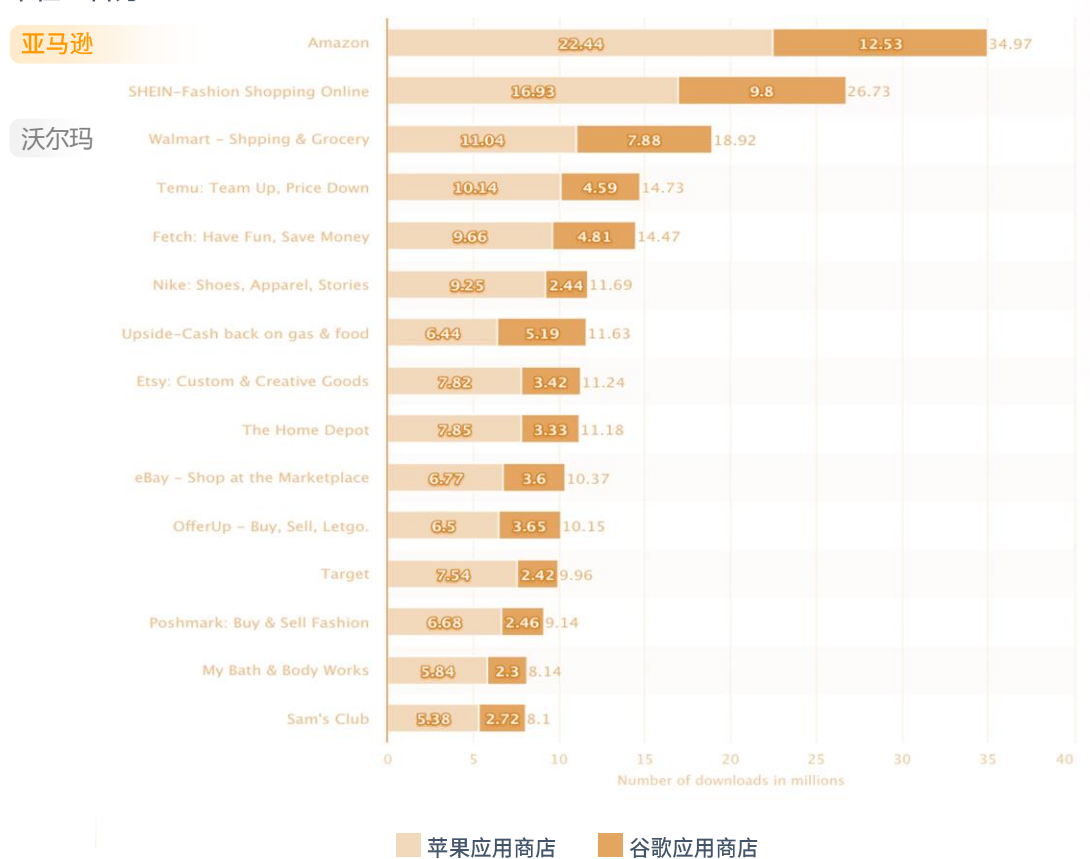
越来越多的消费者使用亚马逊 App 购物，亚马逊 App 的每月活跃用户超过 **9,800 万²**，已接近美国亚马逊买家的一半¹。

2022 年，亚马逊 App 是被下载次数最多的美国购物类应用程序，当年累计下载量接近 **3,500 万次²**。



2022 年美国购物类应用程序下载量排行

单位：百万



1. [businessinsider.com, mobile app users amazon 2019-3](https://www.businessinsider.com/mobile-app-users-amazon-2019-3)
 2. [zippia, 25+ AMAZON STATISTICS \[2023\]](https://www.zippia.com/25-amazon-statistics-2023/)
 3. [Statista, Leading shopping apps in the United States in 2022](https://www.statista.com/statistics/1111111/leading-shopping-apps-in-the-united-states-in-2022/)

3.2.3 亚马逊美国站点热卖趋势选品

家居类			
热销产品举例	品类点评	运营重点	主要产业带分布
<p>智能家居产品 (智能安防 / 音箱等) 平板电脑及配件 耳机</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 美国站点老牌头部品类，需求大体量大 • 更新迭代快，需根据自身优势，契合流行趋势，把握促销节点和热卖旺季 	<ul style="list-style-type: none"> • 需注意产品合规、性能要求和知识产权问题 • 对市场需求响应敏捷 	<p>集中于珠三角地区 (东莞 / 深圳等)</p>
			



扫码下载亚马逊美国站点最新选品指南!

服饰时尚品类

热销产品举例

女装上衣
运动衣
睡衣
居家服

品类点评

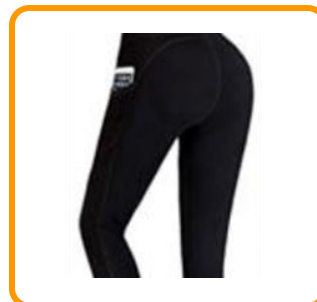
- 服饰依然是增长广阔的主战场，更容易获得流量红利
- 个性化需求 & 季节性属性较强

运营重点

- 需注意产品合规、性能要求和知识产权稳定供应链
- 设计开发，时尚风潮把握
- 分季运营 & 库存规划

主要产业带分布

广东东莞（女装）
广东佛山（童装）
浙江余杭（女装）
浙江湖州（童装）
山东青岛（服装 / 首饰） /
山东烟台（羊毛衫）
四川成都（女鞋）
河南郑州（女裤）
安徽合肥
安徽芜湖（童装）



扫码下载亚马逊美国站点最新选品指南！

庭院类

热销产品举例

园艺类
清洁类
户外家具

品类点评

- 海外市场消费者购买庭院产品渗透率高
- 全年都有对应的旺季商品，可根据每一季节特性进行选品与备货

运营重点

- 把握品类旺季节点，提前布局
- 线上销售需完善操作指导，注意品控 & 售后问题

主要产业带分布

广东中山（户外灯）
浙江永康（五金）
江苏徐州 / 南通（花园用品）
山东临沂（花园用品）
山东潍坊（户外家具）
山东青岛（园艺）
福建闽侯 / 南平



扫码下载亚马逊美国站点最新选品指南！

家居用品

热销产品举例

床上用品
家庭收纳
家居装饰
沐浴 & 清洁

品类点评

- 不带电产品购买频次高，市场空间大
- 注重产品性价比，同时也追求品质和个性化

运营重点

- 稳定的供应链和有竞争力的价格是重点
- 把握海外消费者喜好，切中细分需求场景 & 打造差异化产品

主要产业带分布

浙江 / 江苏（床上用品、布艺）
浙江义乌 / 永康 / 广东东莞（家居收纳）
浙江义乌 / 宁波 / 台州 / 福建泉州（室内装饰）



扫码下载亚马逊美国站点最新选品指南！

3.2.4 亚马逊美国的产品政策

允许售卖的品类：[点击这里查看](#)

受限商品：[点击这里查看](#)



美国的小结

1. 美国零售电商发展强劲，市场占比保持两位数高速增长
2. 电商高度发达，亚马逊处于电商品牌中的领导地位，成为美国消费者网购第一选择，七成中国卖家出海首选美国站点
3. 越来越多的消费者使用亚马逊 App 购物

3.3 加拿大站点简介

3.3.1 加拿大零售业及电商发展情况

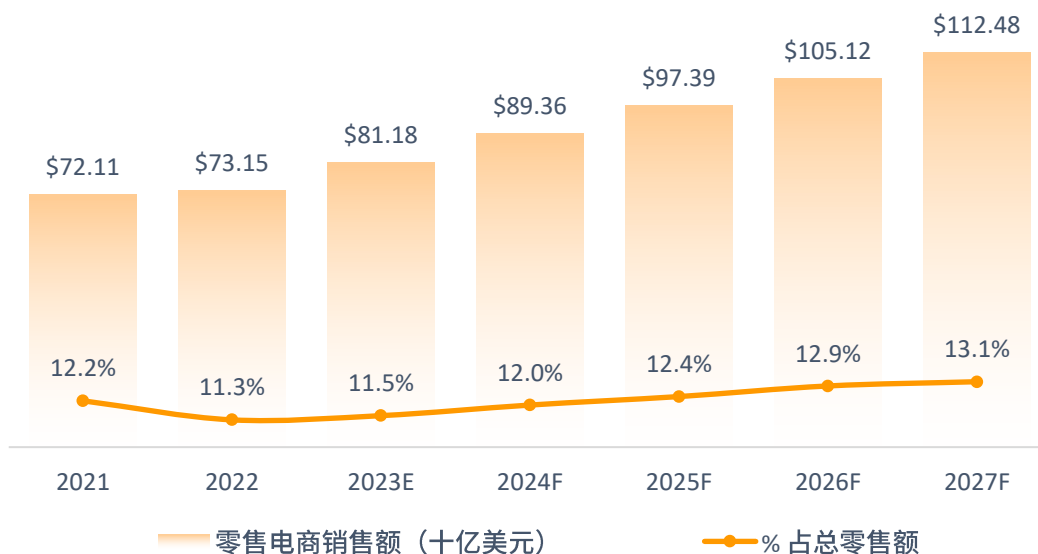
预计 2024 年零售电商销售额近 **900 亿美元**¹

预计 2024 年零售电商销售占比将达到 **12%**²

预计 2024 年电商渗透率将达 **76.89%**¹

预计 2024 年电商用户将达到 **3,007 万**²

2021-2027 加拿大零售电商销售额¹



1. [insider intelligence , Canada Ecommerce Forecast 2023](#)
 2. [Statista, Online shopping behavior in Canada](#)
 3. [Statista, Number of users of e-commerce in Canada from 2018 to 2027](#)

3.3.2 加拿大的消费者

文化、地理位置、经济和社会发展程度和美国差不多的加拿大，消费者的选品需求、语言、季节性和物流与亚马逊美国站点 (Amazon.com) 非常近似，这使得在亚马逊加拿大站点 (Amazon.ca) 开店成为一个简单快捷无门槛的发展机遇。

2022 年加拿大人均国民总收入达 **5.4 万美元¹**，消费者趋向线上购物，每 10 个加拿大人中在网上购物的人数达 **7 人²**。

2023 年一项调查显示，加拿大每人每年在电商上采购消费品所花费的金额约 **1,889 美元²**。



国民总收入达

5.4 万美元



每十个人中购物的人数

7 人



在电商上花费的金额约

1,889 美元

1. [data.worldbank, Canada](https://data.worldbank.org/CA)

2. [Oosga, 加拿大市场的消费品电商分布状况如何?](#)

3.3.3 亚马逊在加拿大的发展情况

据调查显示，亚马逊加拿大站点位居当地市场 NO.1，超七成的消费者在亚马逊进行采购。



加拿大电商排名**第一**¹



2023 年 7 月亚马逊加拿大站点月均访问量 **1.939 亿**¹



预计 2023 年亚马逊加拿大站点销售额超 **343.5 亿美元**²

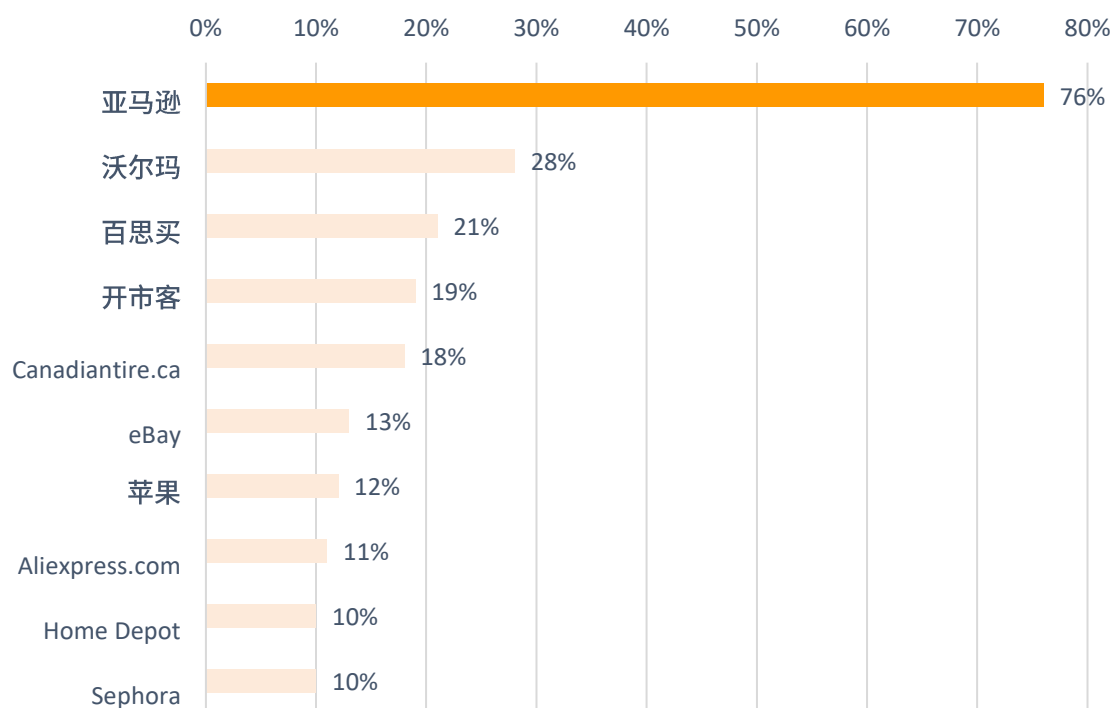


预计 2023 年亚马逊将占加拿大零售电商总额 **41.5%**²



加拿大消费者在亚马逊进行购买的比例 **76%**³

2021-2027 加拿大零售电商销售额³



1. [Similarweb, amazon.ca](https://www.similarweb.com/website/amazon.ca/)

2. [insiderintelligence, Amazon in Canada 2023](https://www.insiderintelligence.com/reports/amazon-in-canada-2023/)

3. [online-shopping-behavior-in-canada.pdf](https://www.online-shopping-behavior-in-canada.pdf)

3.3.4 亚马逊加拿大站点热卖趋势选品

运动品类

热销产品举例

运动与健身品类
 狩猎 & 气枪和彩弹
 射击品类
 游戏室 & 休闲品类

品类点评

- 户外需求在持续增长，市场容量大
- 关注运动和游戏相结合的细分品类

运营重点

- 关注产品质量、便携性和多功能
- 夏季是类目旺季，注意备货与推广的节奏

主要产业带分布

山东威海 (SUP 站立式
 桨板 & 渔具)
 天津 (电动自行车)
 浙江 (户外帐篷)



厨房用品

热销产品举例

酒水食物存储品类
厨师工具
活动和派对品类

品类点评

- 关注厨房类目细分需求
- 季节性波动不大，备受年轻女性消费者青睐

运营重点

- 持续关注产品质量，注重性价比
- 赢得欧美消费者信赖，扩大品牌影响力

主要产业带分布

山东青岛 / 淄博 / 浙江台州（食物储物产品）
广东揭阳 / 阳江（厨房餐具 / 炊具）
浙江（厨房收纳 / 聚会用品）



办公用品

热销产品举例

办公文具
桌面用具
教室用具与办公室用具

品类点评

- 种类多，销售时长久且各品类销售额差距不大

运营重点

- 注意季节性影响，提前规划库存与促销活动（年初开工开学季 8 月中旬返校季以及圣诞节前后）

主要产业带分布

浙江 / 上海 / 广东
(办公文具、办公设备)



美妆个护

热销产品举例

美容美发产品
男士理容产品
口腔护理产品等

品类点评

- 消费群体跨度大、需求场景多元、机会多
- 个护等产品高频复购属性较明显

运营重点

- 需要满足加拿大的商品安全和合规要求
- 要求稳定供应链（研发能力是加分项）
- 关注细分需求场景 & 打造差异化产品

主要产业带分布

广东 / 浙江
(除毛产品、口腔护理、脸部按摩仪)



3.3.5 亚马逊加拿大站点的双重物流方案

加拿大地理位置、消费习惯与美国接近，降低了运营的难度。

您可自主选择两种物流方式来拓展加拿大站点，匹配您不同阶段的业务需求：

亚马逊加拿大运营中心 (FBA)



配送更快

直发加拿大 FBA 仓库
1-2 天即可送达终端消费者

- 触及海量 Prime 会员；
- 更大概率赢得“购买按钮”；
- 可以提报所有类型的促销；
- 新的专业销售账户（亚马逊物流活跃时间少于 39 周）不受亚马逊物流仓储容量限制。

北美亚马逊物流远程配送



上线更快

通过物流远程配送计划
只要美国站点有库存，
加拿大即可上线售卖

- 通过该计划销售的商品同样带有 Prime 标记；
- 远程配送也可提报专享折扣与镇店之宝等促销资源；
- 卖家无需处理税务，通关等复杂问题；
- 买家需要为通过远程配送购买的商品支付进口关税。

以上福利均需满足相应条件方可获得，详情参考产品介绍或咨询客户经理。

3.3.6 亚马逊加拿大的产品政策

受限商品：[点击这里查看](#)



加拿大的小结

1. 加拿大零售电商渗透率攀升，电商用户占比超 70%
2. 加拿大消费者趋向线上购物，人均电商消费支出较高
3. 亚马逊加拿大站点位居当地市场 NO.1，超七成消费者在亚马逊进行采购
4. 地理位置、消费习惯与美国接近，降低了运营的难度
5. 通过亚马逊物流远程配送计划，只要美国站点有库存，加拿大站点即可上线售卖

3.4 北美站点新卖家扶持

3.4.1 新卖家扶持大礼包

01 重磅！新卖家入门大礼包

单站点超过 5 万美元新卖家专属福利！
涵盖物流、促销、广告、品牌等多项优惠，
助力新卖家迅速成长！

02 选品工具



商机探测器

官方数据精细化选品，定位爆品，抢占先机



官方选品指南

涵盖重点品类选品推荐，轻松掌握品类资讯

03 运营工具及服务



亚马逊新品冷启动指导手册
官方冷启动干货全方位助力运营，更快出首单！



Listing 全球同步及翻译工具
BIL, LOSG 和 GSO 工具，省心实现 listing 一键通全球



SPN 服务商网络
整合优质服务商资源，一站式服务打通电商生意全链条

04 物流工具及福利



全新物流仓储管理系统

官方数据精细化选品，定位爆品，抢占先机
新店铺开售 39 周内不限库容，更简洁灵活的仓储管理方式！



亚马逊物流新品入仓优惠计划

超低成本 FBA 测款，享受销售额返还/仓储/移除等优惠



掘金加拿大扶持资源

两种物流方案助力卖家轻松拓展加拿大站点



3.4.2 新卖家入门大礼包

在新卖家入门大礼包 (New Seller Incentives) 中，亚马逊基于过往数据分析，为新卖家提供一系列起步阶段的官方操作建议（主要包括品牌注册、加入亚马逊物流、使用商品推广、使用亚马逊优惠券等），同时针对这些操作，提供一系列费率优惠，为卖家降低采取这些操作的风险及成本，助力卖家实现销售快速增长。

- 多站点销售额返还，最高可达 15 万美元；
- 最高 500 美元的亚马逊工具包优惠试用；
- 福利领取，进度可视化查看；
- 自动加入无需手动操作。

新卖家入门大礼包适用于美国站点、日本站点、英国站点、法国站点、德国站点、意大利站点及西班牙站点。

符合以下两项条件的新卖家将会**自动加入**新卖家入门大礼包计划：

- **专业卖家**：卖家必须注册为专业卖家 (Professional Sellers)；
- **2023 年 3 月之后开始销售**：卖家于 2023 年 3 月 1 日（太平洋时间）或之后发布首个可供购买的 ASIN。

3.4.3 新卖家入门大礼包 - 最高15万美元新卖家专属福利!



* 要领取200美元的亚马逊评论管理工具 Vine 费用优惠，卖家必须在完成品牌注册后90天内（或上线首个可供购买 ASIN 后90天内，以较迟者为准）注册Vine计划

* 美国站点、日本站点、欧洲站点(英、德、法、意、西)三个板块福利相互独立，一个新卖家最高可以享受3次全套新卖家入门大礼包福利。注意，欧洲板块下五大站点只享受一次。

**包含100美元亚马逊合作承运人费用优惠或200美元亚马逊运营中心配送费。

以上福利均需满足相应条件方可获得，详情参考产品介绍或咨询客户经理。

恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

课程路径图

2.2 选择您的全球业务
第一站

2.3 亚马逊北美站点简介

2.4 亚马逊欧洲站点简介



动动手指，一键点亮页面右下角的“👍”
让我们为您带来更多实用的
学习资料！



请扫二维码填写课程反馈
让我们持续优化您的体验

延伸学习课程



拓展全球业务

- 爆发中的跨境出口电商
- 亚马逊站点介绍
- 亚马逊项目介绍

除了本章的亚马逊站点介绍，拓展全球业务系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多…



Level 0: 零基础快速出单实操

三天纯干货课程直播

您可以在亚马逊官方讲堂了解并掌握更多新手运营基本技能，快来获取优质学习体验吧！



扫码了解更多