



# 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

### 亚马逊拉美站点简介

由此学习拉美站点的特色

2.3

### 亚马逊北美站点简介

由此学习北美站点的特色

2.5

### 亚马逊欧洲站点简介

由此学习欧洲站点的特色

2.6

### 亚马逊日本站点简介

由此学习日本站点的特色

2.8

### 亚马逊印度站点简介

由此学习印度站点的特色

2.7

### 亚马逊澳洲站点简介

由此学习澳洲站点的特色

2.9

### 亚马逊中东站点简介

由此学习中东站点的特色

2.10

### 亚马逊新加坡站点简介

由此学习新加坡站点的特色

2.11

### 亚马逊土耳其站点简介

由此学习土耳其站点的特色

# 目录

8. 亚马逊中站点简介	3
8.1 中东零售业及电商发展情况	3
8.2 中东地区的消费者	5
8.3 中东地区的消费偏好	6
8.4 亚马逊在中东的发展情况	7
8.5 投资中站点点的 5 个理由	10
8.6 中东地区的促销季	16
8.7 亚马逊中站点点的选品建议	19
8.8 亚马逊中站点点新卖家扶持	23
8.9 亚马逊中站点点的产品政策	32
8.10 亚马逊中站点点卖家成功案例	33

## 8.1 中东零售业及电商发展情况

中东涵盖 20 多个国家和地区，总人口超过 4.8 亿<sup>1</sup>。

目前，亚马逊在中东开设了阿联酋站和沙特站这两个站点。同时，阿联酋站的卖家能通过“阿联酋出口计划”一键将商品售往沙特、科威特、巴林、阿曼这几个海湾国家。

国家 / 地区	人口 <sup>2</sup>	年龄中位数 <sup>3</sup>	人均 GDP <sup>4</sup> (2022 年, 美元)	GDP 增速 <sup>4</sup> (2022 年)
阿联酋	9,973,449	38.4	53,757.9	7.4%
沙特阿拉伯	35,939,806	30.8	30,436.3	8.7%
科威特	3,103,580	29.7	43,233.5	8.2%
巴林	1,553,886	32.9	30,152.0	4.9%
阿曼	3,833,465	26.2	25,056.8	4.3%

\* 2022 年全球人均 GDP 为 12,647.5 美元；GDP 增速 3.1%<sup>4</sup>

### 8.1.1 中东电商消费规模

2022 年，中东地区的电商规模达 370 亿美元。

2018 年 -2022 年，中东地区的电商年复合增长率达 32%。

预计到 2026 年，中东地区的电商总规模将达到 570 亿美元<sup>5</sup>。其中，阿联酋、沙特等中东地区主要国家 2023 年电商销售额预计将超过 100 亿美元<sup>6</sup>。当地消费者对线上购物的快速适应，驱动着中东电商蓬勃发展。

中东地区电商规模（美元）



1. World Population Prospects - United Nations population estimates and projections, 2023

2. CIA The World Factbook, 2023

3. Median age, CIA The World Factbook, 2023

4. World Bank, 2022

5. E-Commerce Report In The Mena Region, 2023, E2DUBAI E-COMMERCE ZONE

6. E-commerce UAE, 2023, Statista; E-commerce Arabia, 2023

## 8.1.2 中东电商发展前景

亚马逊目前在中东所覆盖的五个国家的电商销售额、电商渗透率及电商消费力均持续增长，正处于增长快车道：

### 中东地区轻工业品依赖进口

中东地区的产业状况存在较大的差异，能源产业是最重要的产业之一，制造业、服务业等也有序发展。相对来说，中东地区轻工业品，特别是日用品和消费品主要依赖进口。

2022 年，中国对中东国家出口 2,289 亿美元，同比增长 16.4%<sup>1</sup>。对中国进口贸易的巨大需求为中国跨境电商企业和卖家进入中东奠定了先发优势。

### 中东未来经济发展三大方向

针对全球消费行业的调研显示，**53% 的中东购物者对经济持乐观态度**，远高于全球平均水平<sup>2</sup>。从以下关键词，可以窥见中东经济发展关注点<sup>3</sup>。

#### 数字经济领先者

互联网渗透率高、智能手机普及率高；4G 网络基本覆盖，5G 技术应用广，并正加速布局医疗和工业领域；各国政府推出举措，包括支持数字基建 (如 ICT 基础设施)，推行电子许可证等激励措施。

#### 区域经济践行者

区域内各国的经贸合作稳定向好，且合作领域不断拓展；中国与中东地区的外贸合作具有强劲的活力和韧性，例如，目前有 150 余家中资企业在沙特发展。<sup>4</sup>

#### 绿色经济倡导者

部分国家已成为《巴黎气候协定》缔约国，追求建设零碳排放、零废弃、零辐射城市，并参与全球绿色增长组织；不少中东地区政府设立专门的可再生能源项目，以实现能源结构多元化和重要的可持续增长目标。

1. 中国 - 中东国家经贸合作大展宏“兔”！，2023，中阿合作论坛

2. Global Consumer Insights Survey 2022 Middle East findings, 2022, PWC

3. 中国商务部阿联酋指南，2021；中东地区经济持续复苏（国际视点），2023，人民日报；中国商务部沙特指南，2021；中国商务部卡塔尔指南，2021；中国商务部科威特指南，2022；中国商务部巴林指南，2022；中国商务部阿曼指南，2021

4. 中国商务部沙特阿拉伯指南，2021

## 8.2 中东地区的消费者

中东地区的线上消费充满潜力与机遇。

从人口结构来看，中东地区总人口超过 4.8 亿，人口结构年轻化，未来发展潜力高；

从经济发展看，中东地区经济增速快，人均 GDP 高，消费力高；

从基础设施看，中东互联网渗透率高，拥有超 2 亿的互联网用户<sup>1</sup>。



### 中东人口结构年轻化，线上“她经济”升温

中东地区年龄中位数普遍在 35 岁以下<sup>2</sup>，庞大且仍在不断增长的年轻人群体为中东带来活力和潜力。较高的人口密度为互联网和消费领域增长创造有利条件。中东线上消费的女性比例逐渐提升，甚至成为消费主力军。在阿联酋和沙特，线上消费者男女比例已基本持平<sup>3</sup>。“她经济”的蓬勃发展使女性群体的消费潜力得到进一步提升。



### 中东互联网渗透率高，对电子支付的接受度提高

目前在中东地区拥有超 2 亿互联网用户<sup>4</sup>。阿联酋、沙特等国的互联网渗透率均在 99% 以上，高于美国、英国和中国，远超全球平均水平<sup>5</sup>。

尽管“货到付款”仍是目前大多数中东消费者的首选，但近年来中东消费者对电子支付的接受度已显著提升。如阿联酋，2022 年该国有 75.1% 的电商用户使用过电子支付<sup>6</sup>。



### 中东人口消费力强，单笔线上消费金额高

从 GDP 增速来看，中东地区经济发展速度远超大盘。同时，中东主要国家人均 GDP 高，消费者普遍拥有较高购买力。据调查，阿联酋、沙特有超过半数的消费者表示每周会进行网购<sup>7</sup>，且平均每笔线上消费金额较高，如阿联酋消费者每在线支付交易的平均花费达到 122 美元，卡塔尔则高达 260 美元<sup>8</sup>。

1. Internet Usage in the Middle East, 2022, Internetworldstats

2. Median age, CIA The World Factbook, 2023

3. DIGITAL 2023: THE UNITED ARAB EMIRATES, DataReportal

4. Internet Usage in the Middle East, 2022, Internetworldstats

5. Individual using the Internet-Middle East & North Africa, World Bank, 2021

6. DIGITAL 2023: THE UNITED ARAB EMIRATES, 2023, DataReportal

7. DIGITAL 2023: THE UNITED ARAB EMIRATES, 2023, DataReportal; DIGITAL 2023: SAUDI ARABIA, 2023, DataReportal

8. Average spend per online payment transaction in the United Arab Emirates, 2020, Statista;

QATAR E-COMMERCE OPPORTUNITIES, 2020, International Trade Administration

## 8.3 中东地区的消费偏好

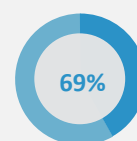
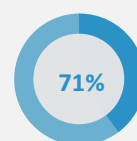
中东消费者的**经济实力强、购买力强、消费意愿强**，居民消费基本占 GDP 的 50% 以上<sup>1</sup>。同时，进口商品选择的多样性也激发了中东消费者的高需求及高接受度。

- 中东消费者**注重产品品质、耐用性、易用性和环保性**（消费者愿意为可回收、可持续或环保材料制成的商品支付更高的价格）；
- 依赖于消费者主导的信息来源，如**顾客评论、口碑和社交媒体**等；
- **购物体验、售后服务**等非功能性价值是影响中东消费者线上消费决策的重要因素之一。



### 看重性价比

由于通胀等原因，中东消费者的价格敏感度提升。71% 的受访者表示他们总是或经常寻找最优惠的价格。<sup>2</sup>



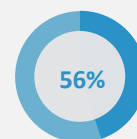
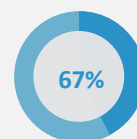
中东

全球



### 期待高效配送

中东消费者对物流方面的诉求增加。一方面消费者希望配送更高效，另一方面，消费者更希望卖家能够包邮。在消费者承担运费的情况下，对配送时间要求更高，对一些有时效性要求的品类需要更注重配送时间。67% 的中东消费者选择线上购物时会考虑卖家的高效送货服务。<sup>3</sup>



中东

全球



### 关注个人数据安全

据报告显示，近 7 成受访者对个人数据分享持更严谨态度，但 53% 的消费者表示若企业能提供更完善的数据安全管理政策，愿意分享个人数据。<sup>4</sup>



### 宗教文化极大影响中东地区人民的生活方式

想要开拓中东地区，有必要在进入前做深入的社会文化调查，如需要注意伊斯兰教法 \* 及其他相关法律法规以保证生意合规，避免触犯禁忌。（比如与猪、酒和十字架等相关的元素需要特别注意。）

\* 伊斯兰教法：伊斯兰教规定的法律体系的统称；

根据伊斯兰教的规定，猪被视为不洁动物，被认为会带来不洁的疾病和污染，被禁止食用。同时，伊斯兰教认为酒会带来醉酒、狂欢和放荡等不良后果，因此被视为一种不洁的饮料，被禁止饮用。

1. Final consumption expenditure (% of GDP) - Middle East & North Africa, World Bank, 2022

2/3/4. Global Consumer Insights Survey 2022 Middle East findings, 2022, PWC

## 8.4 亚马逊在中东的发展情况

亚马逊 2017 年收购了于 2005 年成立的中东主要电商网站 Souq，并在 2018 年取得中东同类电商网站访问量第一的成绩。2019-2020 年亚马逊阿联酋 & 沙特站点全面向中国卖家开放注册，协助数以万计的中国卖家在中东开展业务，在高增速赛道上拥抱新机遇。



1. Hamdan, 2023

### 8.4.1 影响力卓越!

亚马逊拥有中东电商网站领先的访问量，是中东地区主要的电商网站之一。从 2017 年收购 Souq 至今，亚马逊在中东已深耕多年。目前，亚马逊面向中国卖家在中东地区开放了阿联酋站点和沙特站点，同时，上线了阿联酋站点的卖家还可以通过“阿联酋出口计划”，一键将商品售往沙特、巴林、阿曼、科威特四国。



#### 阿联酋电商网站访问量

Domain (2,256)	Traffic Share
▶  amazon.ae	27.28%
opensooq.com	7.43%
dubizzle.com	7.21%
noon.com	7.01%
▶  amazon.com	6.09%
▶  amazon.in	2.78%



#### 沙特电商网站访问量

Domain (5)	Traffic Share
▶  amazon.sa	40.82%
haraj.com.sa	22.32%
aliexpress.com	13.72%
▶  amazon.com	13.03%
noon.com	10.11%



## 8.4.2 高增速高利润，辐射海湾五国

中东地区是全球智能手机渗透率最高的地区之一，为电商发展带来了巨大的机遇。

亚马逊持续建设跨境物流，用便捷安全的物流方案来支持各种规模的卖家。在亚马逊中东站点上销售意味着卖家可以触达数百万本地买家，通过亚马逊工具和服务，助力卖家启动、管理并持续发展卖家的线上业务。

### 增速快，消费能力高，流量引领市场

- 中东是全球范围内增长最快的电商市场之一。人均 GDP 位于全球前列，人口富裕，消费能力高；
- 每月访问量达到 7 千万，亚马逊是中东 top 1 电商平台<sup>1</sup>。

### 毛利率高于成熟站点 15%

- 中东站点免月租，更低佣金，更低仓储费用，更低 FBA 配送费用，运营成本更低。

### 阿联酋出口计划：一个 SKU 直接卖到海湾五国

- 中东站点包括阿联酋和沙特，阿联酋出口计划，一个 SKU 可以卖到阿联酋、沙特、阿曼、科威特、巴林。并且阿联酋站点配备 FBA 保税仓仓库，可以节约您的成本。

1. Similarweb June 2023

## 8.5 投资中站点点的 5 个理由

为什么说现在是拓展中站点点的**最好时机**？五大理由 (4P+T) 帮助您详细全面的了解。



## 8.5.1 Policy：内外政策加持，开拓新兴站点跨境商机

### 对外深化国际合作



- 2022 年 12 月，首届中国—阿拉伯国家峰会召开，**中阿关系**迎来提质升级新阶段。峰会发表《首届中阿峰会利雅得宣言》，宣布中阿双方一致同意全力构建面向新时代的中阿命运共同体。<sup>1</sup>



- 沙特在《2030 愿景》中提到“我们将严格遵守国际法和商业惯例，建立一个有利于长期投资的经商环境。我们将努力方便旅客和货物流转，简化海关手续。我们将创造一个对当地和外国投资者都具有吸引力的经商环境。”<sup>2</sup>

### 对内多重利好政策



- 国务院《2023 年政府工作报告》：发展外贸新业态，新设 152 个**跨境电商综试区**，支持建设一批**海外仓**。<sup>3</sup>
- 国务院办公厅《关于推动外贸稳规模优结构的意见》：加大财政**金融支持力度**，加快对外贸易创新发展，优化外贸发展环境。<sup>4</sup>
- 商务部：发展“**跨境电商 + 产业带**”，推动更多地方特色产品更好地进入国际市场。<sup>5</sup>
- 财政部、海关总署、税务总局：出台跨境电商**出口退运商品税收政策**，对符合条件的商品免征进口关税和进口环节增值税、消费税。<sup>6</sup>
- 海关总署：开展 **2023 年促进跨境贸易便利化专项行动**，通过 5 方面 19 项措施进一步优化口岸营商环境。<sup>7</sup>

1. 人民网，《强观察 | 中阿合作为何不断迈上新台阶？这些原因很关键》

2. 中东地区经济持续复苏（国际视点），2023，中华人民共和国商务部，沙特 2030 愿景官网，2023

3. 中国政府网，《国务院《2023 年政府工作报告》》

4. 中国政府网，《国务院办公厅关于推动外贸稳规模优结构的意见》

5. 上海证券报，《商务部对外贸易司司长李兴乾：发展“跨境电商 + 产业带”》

6. 中国政府网，《财政部等三部门出台跨境电商出口退运商品税收政策》

7. 中国政府网，《扩容至 17 个城市 六部门部署 2023 年促进跨境贸易便利化专项行动》

## 8.5.2 Performance: 电商发展潜力足，商机大

众所周知，中东地区“壕”无上限，茫茫沙漠里遍地是商机！

年轻又多金，发展潜力惊人



阿联酋 / 沙特小于 30 岁的人口占比<sup>1</sup>

**40.4% / 51.11%**



阿联酋 / 沙特人均 GDP，高于众多发达国家<sup>2</sup>

**4.43 / 2.31** 万美元

电商普及，客单价超越英美



沙特 / 阿联酋电商  
渗透率<sup>3</sup>

**90% / 69%**



沙特和阿联酋  
电商收入合计<sup>4</sup>

**200** 亿美元



中东电商平均客单价  
高于英美<sup>5</sup>

**40** 美元

1. [SaudiCensus 2023](#)

2. [Worldbank, 人均 GDP \(现价美元\) -Saudi Arabia](#)

3. [eCommerce in Saudi Arabia 2021, eCommerce in the United Arab Emirates 2021](#)

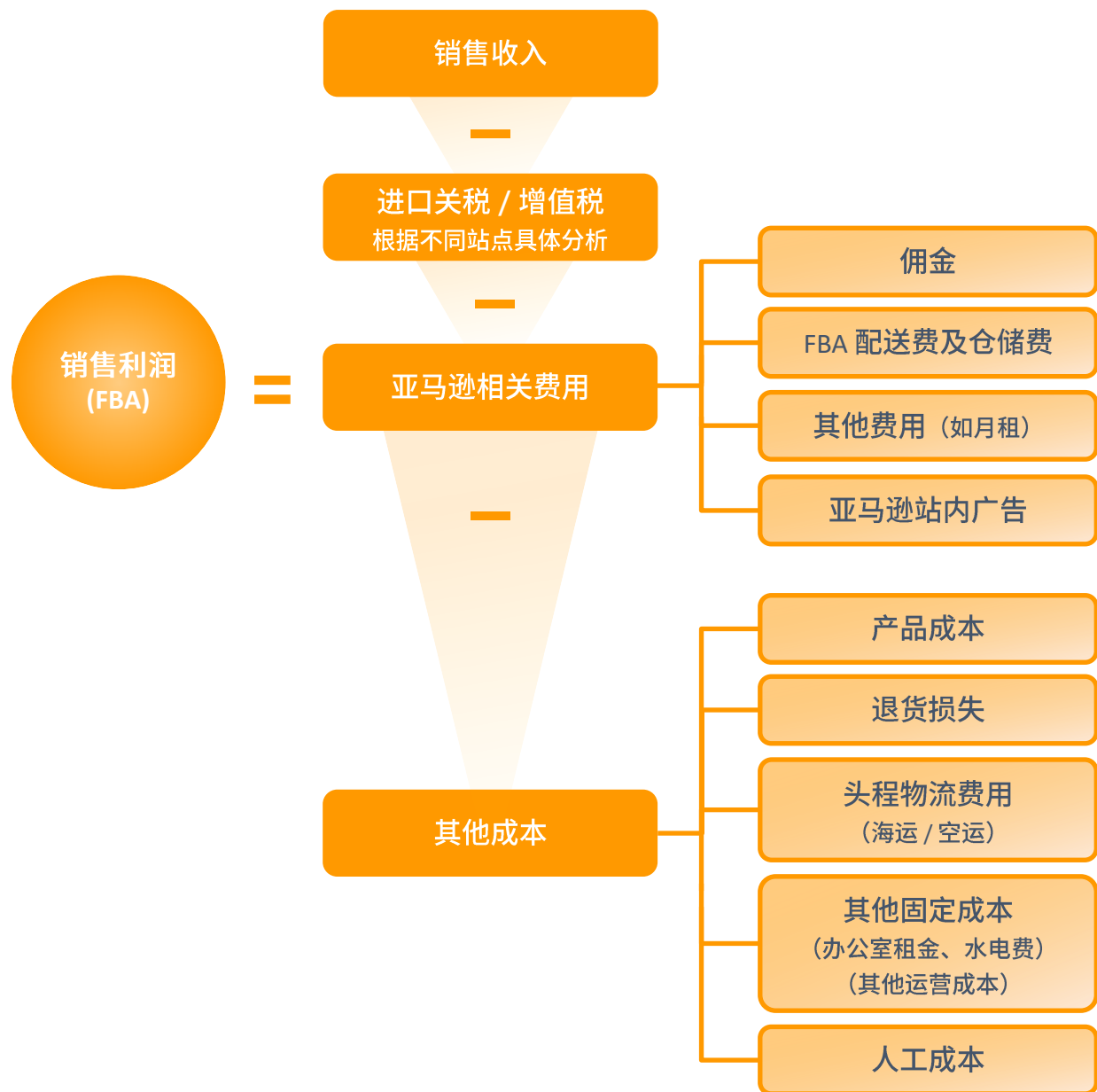
4. [eCommerce market in the UAE](#)

5. [GO-Globe, E-Commerce In Middle East-Statistics And Trends \[Infographic\]](#)

### 8.5.3 Profit: 利润

投入产出成正比，销售利润可观

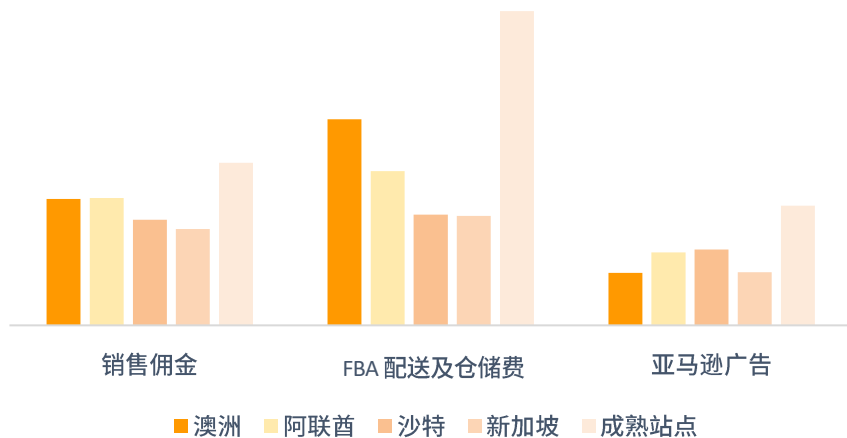
从图中可以看到，与销售利润相关的关键因素中“亚马逊相关费用”和“其他成本”是卖家可控的。因此，亚马逊为新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度）卖家提供各种扶持，以获取更多利润。





根据 2022 Q4 亚马逊各大站点成本对比可见，亚马逊新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度）的佣金、FBA 配送及仓储费和广告成本均低于成熟站点。

2022 Q4 亚马逊各大站点成本对比概览<sup>1</sup>



\* 本图数据根据 2022 年 Q4 亚马逊各站点总体销售的平均水平测算，2023 年最新佣金及配送、仓储费请以亚马逊卖家平台为准。

下图的举例中可见：

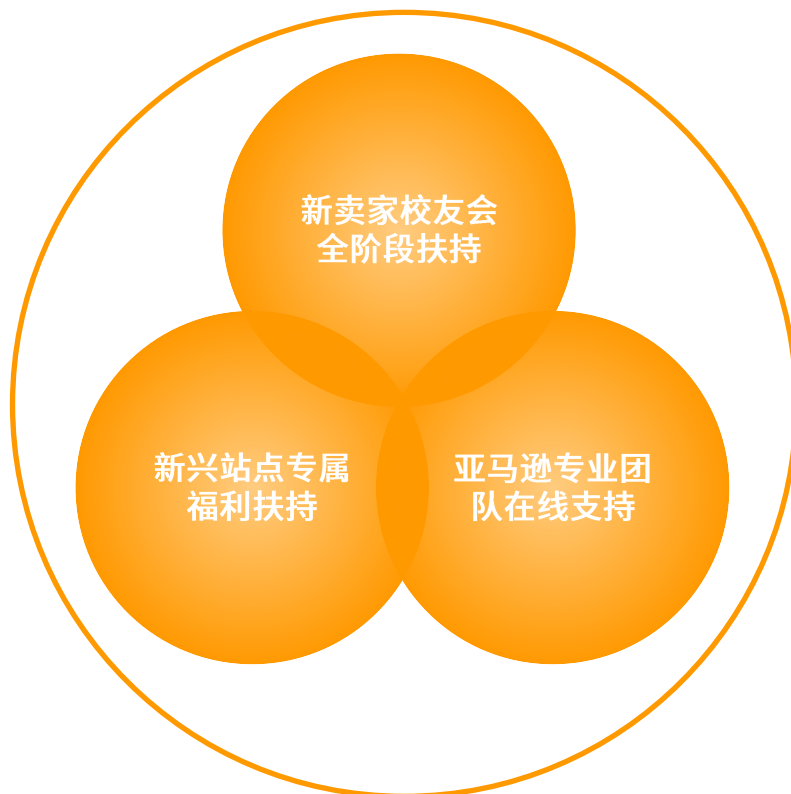
新兴站点不仅销售佣金低于成熟站点，FBA 配送费也远低于成熟站点。而且 FBA 仓储费不分淡旺季，收费基本低于成熟站点淡季的水平。

包装尺寸与重量	瑜伽垫					办公椅				
	标准件 (11X12X62 厘米, 2.22 公斤)					大件 (278X56X71 厘米, 19.26 公斤)				
站点	澳洲	阿联酋	沙特	新加坡	成熟站点	澳洲	阿联酋	沙特	新加坡	成熟站点
销售佣金 %	13.0%	13.0%	10.0%	11.5%	15.0%	13.0%	15.0%	15%/10%	11.0%	15%/10%
FBA 配送费 (美元)	7.87	3.81	2.94	6.78	11.41	15.25	8.45	7.48	10.63	30.31
FBA 仓储费 (美元 / 每件产品 / 月)	0.15	0.16	0.23	0.07	1-9 月 0.16 10-12 月 0.40	1.90	2.01	2.95	0.93	1-9 月 2.21 10-12 月 5.53

- 销售佣金为 2023 年 8 月佣金费率，若有调整，以各站点卖家平台通知为准；
- FBA 配送费根据 2023 年 8 月卖家平台“亚马逊物流收入计算器”计算；
- 当地货币兑美元汇率采用 2023 年 8 月 8 日汇率。

### 8.5.4 People: 人员与支持

亚马逊全力支持卖家开启新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度），为卖家提供首年全链路扶持，其中包括：



### 8.5.5 拓新趁现在 布局新机遇



长期布局，稳定发展

多种产品 / 解决方案  
多站点适用



上升空间足，潜力大

中国卖家占比、营收  
不断攀升



投入产出 / 利润率可观

更低的运营成本，  
更高客单价

## 8.6 中东地区的促销季

中东地区有共同的节日，也有不同国家自己的节日。下面简单介绍下中东地区的主要促销季：

时间	阿联酋	沙特	埃及
1月	迪拜购物节	Agazet Nos El Sana	新年购物
2月	情人节	-	情人节
3月	Everything for you(Fashion sales), 母亲节促销 (仅埃及)		
4月	Gitex	-	Eater/Spring Sale
5月	May Mobile Mania		
6月	斋月促销, Eid Al Fetra (仅埃及)		
7月	Summer Surprises	-	Summer Sale , Results of High School
8月	Summer Surprises	-	Summer Sale
9月	返校季, Eid El-Adha Campaign (仅埃及)		
10月	Gitex	-	October Fest
11月	1 & 1 Sales 白色星期五		
12月	国庆节促销	-	圣诞节促销

在重大节日时，中东消费者不吝线上购物。**重大节日带来的消费热潮，也成为本土和跨境电商营销重点。**下面我们来看看亚马逊中站点的营销日历。

斋月

3月

斋月期间整个社会工作时间减少，而且天气炎热，人们在家时间变长，节日氛围深厚，由于消费者会购置与节日相关的物品，或借着节日大促囤货等，购物需求会增加。

斋月期间，中东消费者普遍关注折扣，偏向节日服装、礼品、香水等，主要热卖品类集中在 3C 电子、家居等。<sup>1</sup>

4月

开斋节

Mobile Mania

5月

7月

Prime 会员日

每年亚马逊都会在 7 月份推出全球购物促销活动 Prime Day，为特定一些国家的 Prime 会员提供优惠活动，折扣甚至超过黑五。中东的 Prime Day 期间，最受欢迎的是电子类及与夏天相关品类。

返校日

8月

1. 亚马逊研究，消费者购物行为，2022 年 Ramadan 期间与 30 天前对比。阿联酋广告主 / 沙特广告主，2022 年；

Mobile Mania、沙特国庆日 &lt; 9月

10月 &gt; 排灯节

11 &amp; 11 大促 &lt; 11月

“双 11”的发源地是中国，但它已经在中东地区受到广泛欢迎，消费热情不断升温。70% 的阿联酋和沙特购物者表示会在双十一期间专门为自己和家人购买产品，甚至高于 年末销售旺季时期统计的数据 (65%)<sup>1</sup>。

有趣的是，当地消费者似乎对双十一购物节在中国的含义有所了解，知道这是为单身人士准备的购物节，因此在购物时也更关注自己。

11月 &gt; 白色星期五

白色星期五 (White Friday) 源自美国的“黑色星期五”，因中东穆斯林宗教文化更喜爱白色而改名，时间是每年 11 月的第 4 个星期五。

白五期间，中东消费者主要购入大件商品及消费电子产品、家居装饰品、厨房用品、服饰以及美容护肤品等。<sup>2</sup>

阿联酋国庆节 &lt; 12月

1. 3 topics shoppers search for ahead of Singles' Day in MENA, 2022, Think with Google

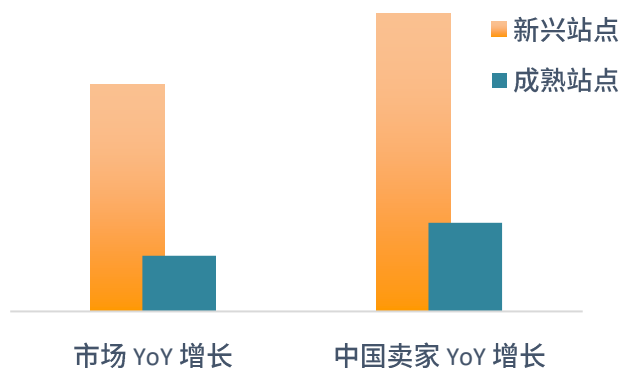
2. Google Insight, 2021-2022

## 8.7 亚马逊中东站点的选品建议

### 8.7.1 中东站点增幅空间大，各品类潜力足

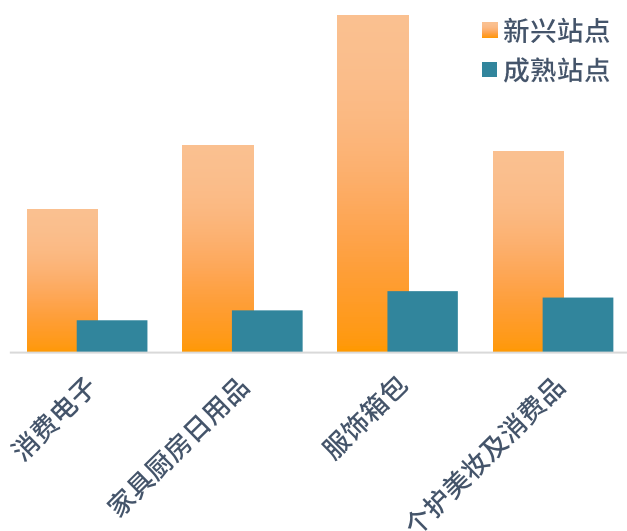
亚马逊新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度）市场增长率**大幅高于**成熟站点，其中中国卖家表现受到市场喜爱，**年增速表现优于平均水平**。

2023 年 YTD 各大站点年增长和中国卖家占比分析

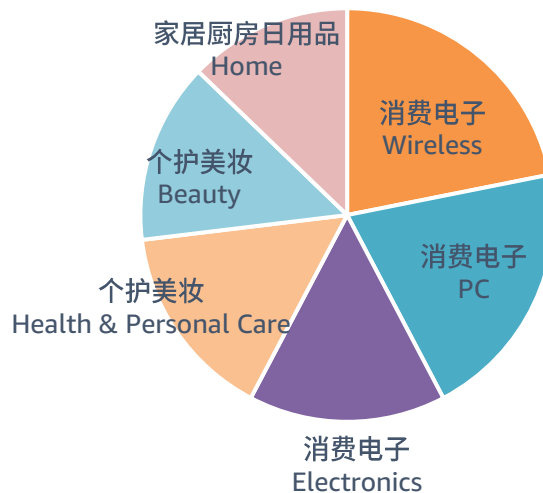


新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度）跨品类增幅趋势看好，一键通全球，以日用消费品、无线产品和消费类电子产品类等细分品类引领增长。

新兴站点主要品类涨幅 vs. 成熟站点主要品类涨幅



新兴站点主要品类细分类目销售占比



## 8.7.2 亚马逊中东（阿联酋 / 沙特）站点热销品类

高利润，高增速



### 中东消费者画像

- 中东电商消费者以男性角色为主，年龄段在 25-34 岁左右，趋于年轻化（潮流）；
- 产品喜好：1) 家居、消费电子 2) 美妆 3) 服饰鞋靴；
- 沙特是中东地区最大的消费市场，且高度依赖进口，跨境电商已经成为进口商品的重要来源。

### 热销品类



家居  
家具

收纳套装 香薰机  
运动水壶 桌椅



电脑 /  
笔记本

鼠标键盘 路由器



无线消费  
电子类  
产品

智能手机 智能手表  
相机三脚架 电子摄像头



无线消费  
电子类  
产品附件

保护膜 手机壳



厨卫用具

手持吸尘器 餐具套装  
厨房地垫 空气炸锅



玩具

积木玩具 早教玩具



工具及  
附件耗材

淋浴滤芯 螺丝刀套装  
喷漆 墙上插座



服饰箱包

手提包 衬衫  
行李箱 墨镜



个护及  
美妆产品

身体防晒霜 发油  
唇彩 香水



个人护理  
用具

背部按摩仪 体脂秤  
直发器 冲牙器

### 8.7.3 亚马逊中东（阿联酋 / 沙特）站点热销品类洞察

根据亚马逊站内数据，家居用品、个人电脑、美妆、无线设备、电子消费品占据**中东（阿联酋 / 沙特）**站点热卖品类前列，品类增速也保持较高的年对年增长。



#### 电子消费类目：稳定增长，海量商机

电子产品成为了当下最炙手可热的商品之一，据第三方数据显示，预期从 2022-2026 年将有 10% 的年复合增长<sup>1</sup>，尤其是智能产品，消费比例持续攀升。数码相机、微型 SD 卡、塔式机箱等表现亮眼，鼠标、键盘等相关产品可重点关注。

#### 售卖注意事项：

国际卖家需确保所有电器产品在阿联酋和沙特的使用安全，包括符合阿联酋和沙特的电压要求（英标，220 伏电压）。



#### 家居生活类目：品类数量多，涨幅可观

家居和家电用品也稳定增长，预计未来几年将有更高涨幅。可重点关注收纳类产品，如抽屉收纳、化妆品展示盒、储物盒等。

#### 售卖注意事项：

- 阿联酋对于灯具类产品，要求需要有产品包装图，符合欧盟标准的 DOC 文件，以及 ECAS 证书；
- 沙特对于灯具类产品要求要有产品包装图和符合欧盟标准的国际认可的实验室出具的测试报告或符合 SOLAS 公约的 DOC 文件。

1. E-Commerce Report In The Mena Region, 2023, EZDUBAI E-COMMERCE ZONE;



### 美容美妆类目：需求旺盛，适合专业卖家

中东女性对美妆个护等需求快速增加，据第三方数据显示，家庭护理的需求预计将在 2022 年至 2026 年期间的年复合增长飙升至 17%。<sup>1</sup>

由于中东当地气候因素，防晒相关产品可重点关注。由于美妆需要相关的资质，门槛相对较高，竞争相对较小，是非常适合美妆专业卖家的赛道。

### 售卖注意事项：

- 阿联酋售卖美妆产品需要有产品包装图片、迪拜市级证书 (MONTAJI) 或 ECAS 认证证书；
- 在沙特，除了要有产品包装图片外，还需要有 SFDA 美妆类产品认证。



### 健康个护类目：提升生活体验感的产品大有可为

因居家及健康生活的影响，健康个护品类呈现上升趋势。值得关注的是，耳垢去除仪器在中东站点表现亮眼，喷雾、化妆水等面部补水产品在当地也受到消费者喜爱。

1. E-Commerce Report In The Mena Region, 2023, EZDUBAI E-COMMERCE ZONE

## 8.8 亚马逊中东站点新卖家扶持

### 8.8.1 如何做好新兴站点？

亚马逊从三个方面全面扶持卖家：**三步走，全面制胜！**

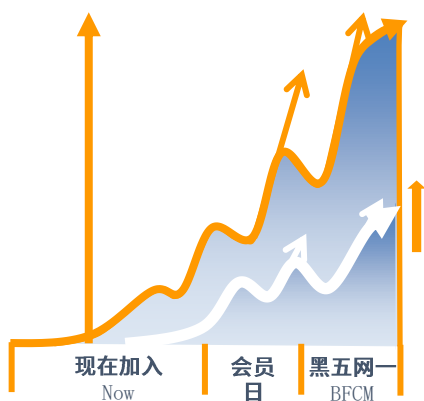


## 轻松来：抢占先机，加速布局

### 1) 全新注册流程，一键开通多个新兴站点！

#### 一套注册资料

快速开通北美 / 欧洲 / 日本 / 澳洲 / 阿联酋 / 沙特 / 新加坡等 18 大热门站点。



\* 最终活动细节以亚马逊官方公布为准。

#### 2024 年账号注册时间轴

##### 📅 2023 年 10 月起

- 账号注册；
- 多站点统一开启；
- 开始享受 2024 年扶持资源。

##### 📅 2-3 个月内

- 选品及 FBA 发货，Listing 优化；
- 规划商标申请及品牌注册；
- 全年活动及广告运营计划；
- 多站点拓展准备。

##### 📅 3 个月后

- 更多站点开启销售；
- 准备妥当，备战旺季；
- 完美衔接 Prime 会员日与黑五网一筹备。

#### 超高开店优惠

##### 💰 39.99 美金 两个或以上的站点

- 享受所有最高 39.99 美金月租费；
- 部分站点直免月租费。

##### ✅ 新兴站点 新卖家专享福利

- 部分站点享受佣金见面；
- 部分站点直免月租费；
- 部分站点享受物流相关优惠。

(福利详情请参考新兴站点专属福利页面 P37)

## 2) 轻松搬运成熟站点资源 上架更高效

### BIL 实现 Listing 一键同步

使用**建立国际商品信息 (BIL)**，可将其他站点的 Listing 同步至新兴站点，使用 BIL 工具，可以帮助您：

- 自动在目标商城中同步所有商品价；
- 在目标商城中自动翻译商品详情页；
- 设置具体的定价规则以提升竞争力。

建立国际商品信息

库存



### 全球版创建商品信息工具 (LOGS)

**卖家入口：**已嵌入现有 Listing 创建和编辑流程中

**同步方式：**支持 SKU 为单位或整个商品目录为单位，支持从一个源站点到单个或多个站点同步

**定价同步规则：**可个性编辑每个 Asin 在不同站点价格

**透明度：**可显示同步失败原因



## 3) 多种物流及仓储解决方案支持



## FBA/MFN 全覆盖

- 中东（阿联酋 / 沙特）站点已全部覆盖 FBA/MFN 服务；
- 使用 FBA 物流发货，阿联酋站点、沙特站点（也拓展送货业务至巴林、阿曼、科威特）对中国卖家开放；
- FBA 物流可实现中东地区商品次日达。



## 头程无忧

- 丰富的物流服务商系统；
- SEND 亚马逊跨境承运伙伴方案；
- **Pre-S 头程拼货优惠方案**；
- **新兴站点“出口计划”，一站上线卖通全球**；
- Sellerflex 超大件物流解决方案。



## 费率优惠

- 亚马逊物流新品入仓优惠计划；
- 更优惠的 FBA 物流 / 仓储费用。

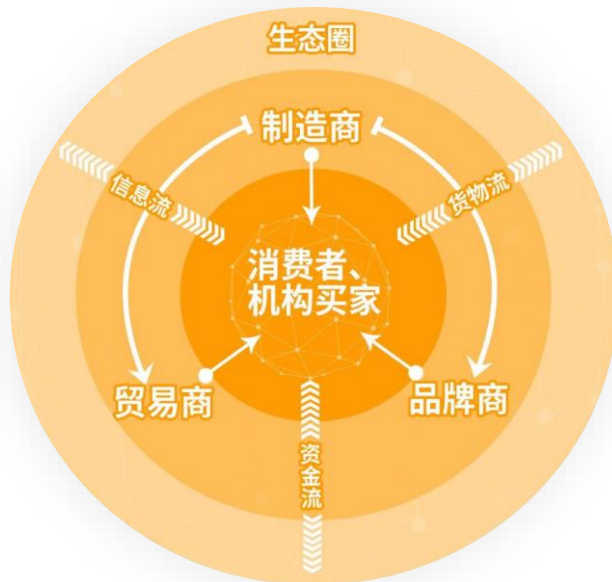


## 出口计划

- 阿联酋“出口计划”1个SKU，可一键同步销往沙特、巴林、阿曼、科威特四国。（无需额外操作，亚马逊物流将负责配送您的订单）；
- 支持自配送（MFN）及亚马逊物流（FBA）。

#### 4) 不断优化和完善的服务商网络

亚马逊已与共计超过百家服务提供商合作，涵盖物流、广告优化、税务、第三方收款、合规、培训等各种领域。



从开店到销售的过程中，跨境电商卖家会面对众多未知领域的问题和挑战，如合规、选品、引流、运营、物流派送等。不同阶段的卖家有着不同的服务需求，亚马逊整合优质的第三方服务商资源，通过“SPN 服务商网络”官方工具为卖家提供“一站式跨境服务商资源信息”，帮助卖家高效找到优质服务商，助力卖家的跨境出海业务起步和发展，且亚马逊对此不会额外收取任何费用。

**亚马逊 SPN 服务商网络**根据卖家的主流需求，涵盖了物流，海外仓，合规，税务，运营支持和营销推广 6 大服务领域。针对亚马逊面向中国卖家开放的 18 大站点，严格审核筛选出了 120 余家中国本地的服务商企业和在中国有实体办事处的跨国服务商企业。服务类目和服务商在持续拓展中。



### 全面

覆盖不同阶段卖家的主流需求，收录 170 余家服务商信息。



### 可靠

所有服务商均为通过亚马逊审核的第三方服务商。



### 高效

搜索服务商便捷高效，搭建与服务商沟通直通车。

扫描右侧二维码添加 SPN 小程序，即刻体验“跨境服务轻松搞定”！



**做得好：精准选品，洞察当地需求**

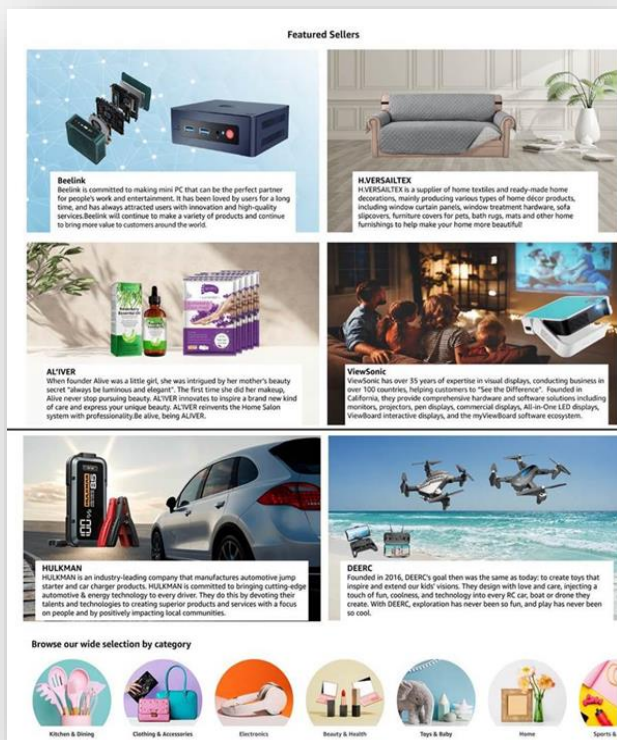
1) 丰富的站内外营销资源助力业绩成长

亚马逊为卖家提供站内外多种营销资源，全方位引流，实现快速出单。

	<p><b>免费站内促销活动</b> Deal</p>	<p><b>秒杀</b> Lightning Deal 超强流量加持 快速冲击销量</p>	<p><b>顶级促销</b> Top Deal 商品的顶流配置 镇店之宝升级版</p>	<p><b>7天促销</b> Best Deal 稳定的销量增长 商品预热首选</p>
	<p><b>优惠券</b> Coupon</p>	<p>卖家可以通过优惠券为单个或者一组商品创建折扣，并且在亚马逊商城 PC 端和移动端皆有露出，是您推广商品的好帮手！</p>		
	<p><b>大型促销及引流活动</b> Merchandising</p>	<p>Prime 专属折扣</p>	<p>品牌周活动</p>	<p>网站首页 /App 顶端 引流展示位</p>
	<p><b>站外流量</b> Traffic</p>	<p>Amazon Associate Program</p>	<p>第三方大型网站</p>	<p>国内外第三方 SPN 合作</p>

## 2) 各类一级流量页面入口资源

### 国际品牌馆 (IBP)



### 品牌周 (Brand Week)

- 阿联酋 / 沙特站点头部卖家特有资源；
- 在品类页面和首页集中展示知名品牌；
- 在大促页面中提升品牌曝光；
- 在营销邮件中增加曝光（同站外流量部分）。



### 3) 中东（阿联酋 / 沙特）站点专属福利 & 扶持



亚马逊新兴站点  
专属福利  
(中站点)  
阿联酋 / 沙特

专属佣金优惠

全站点开通仅需一份月租

VAT 优惠大礼包

Listing 一键同步及 Review 共享

品牌备案及授权到新兴站点

举报违规行为

Project Zero 自助式假冒商品移除

亚马逊物流新品入仓优惠计划

免费升仓扩容

Pre-SEND 头程拼货优惠

SEND 亚马逊跨境承运伙伴方案

Sellerflex 超大件物流解决方案

中站点“出口计划”：一个 SKU，可同时卖到中东 5 国

免费提报促销

国际品牌馆曝光引流机会

头部品牌 banner 曝光位

时尚品类专属活动，Brand Wall 曝光位

ASCENT 广告预算置换资源位

## 8.8.2 中东启航豪礼

为了帮助更多跨境卖家把握中东蓝海机遇，亚马逊重磅推出“中东启航豪礼”，为新入驻亚马逊中东站（阿联酋站 / 沙特站）的品牌型卖家提供入驻首年的多重福利。



### 佣金折扣

- 首年销售佣金可达**50%折扣**，**金额上不封顶**

如果您满足领取资格并完成礼包注册，您将在10个工作日内开始享受可达50%的佣金优惠\*，有效期自符合条件开始享受后1年。您的佣金折扣将不会显示在卖家奖励页面上，无需额外操作，将直接在费率中体现。



### 物流支持

- **200 美元** Amazon SEND 物流费用奖励
- IPI 达标后可**升级无限仓容资格**

自卖家符合条件后，使用Amazon SEND发货，费用达到200美金，将在10个工作日内得到200美金费用返还\*\*。



### 低价推广

- **200 美元** 亚马逊广告产品费用奖励

自卖家符合条件后，使用站内亚马逊“商品推广”广告，费用达到200美金，将在10个工作日内得到200美金费用返还\*\*。



### 高效促销

- **200 美元** 亚马逊促销优惠券费用奖励

自卖家符合条件后，使用促销优惠券，费用达到200美金，将在10个工作日内得到200美金费用返还\*\*。

\* 针对每个订单，所有类目佣金折扣略有不同具体以实际品类为准，详询客户经理；

\*\* 在确定您有资格获得此奖励后，亚马逊会在10个工作日内把奖励存入您的卖家奖励余额。

#### 领取时间

2024年1月31日 - 2024年12月31日（迪拜时间）

#### 适用站点

沙特站 / 阿联酋站

#### 卖家资格

- 必须于2023年10月1日后注册亚马逊阿联酋 / 沙特站点
- 必须于2023年10月1日-2024年12月31日期间在沙特或阿联酋站发布首个可供购买的ASIN
- 必须于2023年10月1日-2024年12月31日期间在沙特或阿联酋站完成亚马逊品牌备案，包括当地商标注册备案以及从其他站点品牌授权到中东
- 必须为非沙特 / 阿联酋本地商家

符合以上四项条件的新卖家，登录卖家平台注册加入中东启航礼包！（已有账号卖家不享受），更多详情可参阅[微信推文](#)或详询您的客户经理。

## 8.9 亚马逊中站点的产品政策

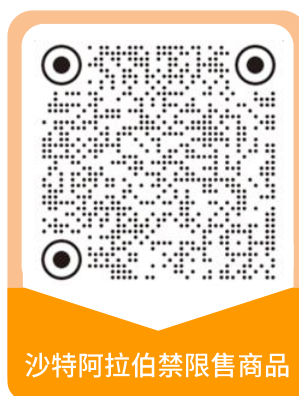
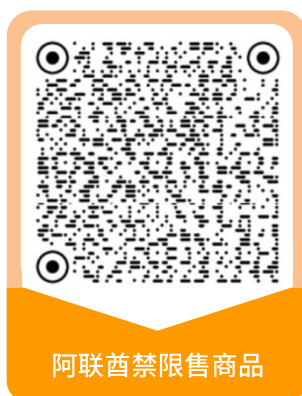
在中东地区销售的商品必须符合当地的法律法规和安全标准。中东地区及地区各国都有其通行的产品认证，以证明产品在质量、安全性等方面符合当地的要求以获得销售和流通的许可。此外，中东各国都有其特定的限制及违禁物品，需要对其充分了解。

### 开放的产品类别：

在亚马逊上有超过 25 个类别可供销售；未经亚马逊明确许可，可以列出这些类别中的大多数产品；有些类别还有卖方必须遵循的其他准则。

### 部分禁限售分类和商品：

请扫描二维码查看



## 8.10 亚马逊中站点卖家成功案例

“为什么他们愿意来中站点拓展生意？”



中站点美妆品类卖家

主营产品：美发梳

我们在中东市场的销售额呈现逐年增长的趋势，增速快，市场份额也在逐年提升。作为具有巨大潜力的新兴市场，中东的物流成本及广告成本较低，免费升仓，免费报活动等扶持相对欧美等成熟市场毛利率更高。值得一提的是，中站点的客户群体与美国站点有着一定相似度，中东消费者的购买力较强，对中国制造产品接受度较好，美妆类产品在当地受到欢迎。在未来，我们相信中东的巨大人口红利将带给品牌进一步的发展。

此品牌这家公司在中站点取得成功的原因是什么？

- 看好中东高利润高增速的市场；
- 利用亚马逊中站点多种大促活动，积极参与其中，长居 best seller 榜单；
- 根据官方提供选品指导，配合中东较强购买力不断创新，开辟高端市场蓝海。

**中站点时尚品类卖家 < 主营产品：男女士手表**

**新市场竞争小，增速快，利润高，活动效果好。**再加上中东地区外来人口多，选品跟欧美印等都有相似性，基本上在其他站点测试出来的爆款都适合。中东时尚品类的增速加上当地的高消费力，我们非常期待在中东地区的腾飞。

**此品牌在中东地区取得成功的原因是什么？**

- **增速高竞对少：**连续 3 个月霸榜中站点 Best Seller；
- **活动多效果好：**上线第四个月销量实现 10 倍增长；
- **客单高利润香：**新市场机会点多成本也较低。

**中站点家具品类卖家 < 主营产品：办公椅**

我们品牌中站点的利润率比其他站点要高 10%，这多亏了中东较低的物流成本和免费升仓和免费报活动的大力扶持。同时，中站点今年会员日经理给提报了 DOTD，表现超出预料，是日常的 8 倍。上线半年时间，日销量对比平日增长 650%，增速非常快，市场潜力巨大。我们接下来会尝试 Sellerflex 物流模式，头部品牌 banner 曝光位和广告资源位置换等项目，配合官方资源才能更好的让我们品牌发展。

**此品牌在中东地区取得成功的原因是什么？**

- 中东增速高竞对少，发展势头迅猛；
- 利润率好，有空间积极配合中东活动日历节奏，短短半年成为家具类目 Top 1；
- 运营更多的使用亚马逊官方项目，销售增速快，所有出海中东的品牌里排名前 60，快速获得市场认可。

# 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

2.7 亚马逊印度站点简介    2.8 亚马逊中站点简介    2.9 亚马逊新加坡站点简介



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...



### 丰富多元的 4x4 培训体系

您可以在亚马逊官方讲堂了解并掌握更多卖家全生命周期的发展要点，快来获取优质学习体验吧



扫码了解更多