



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

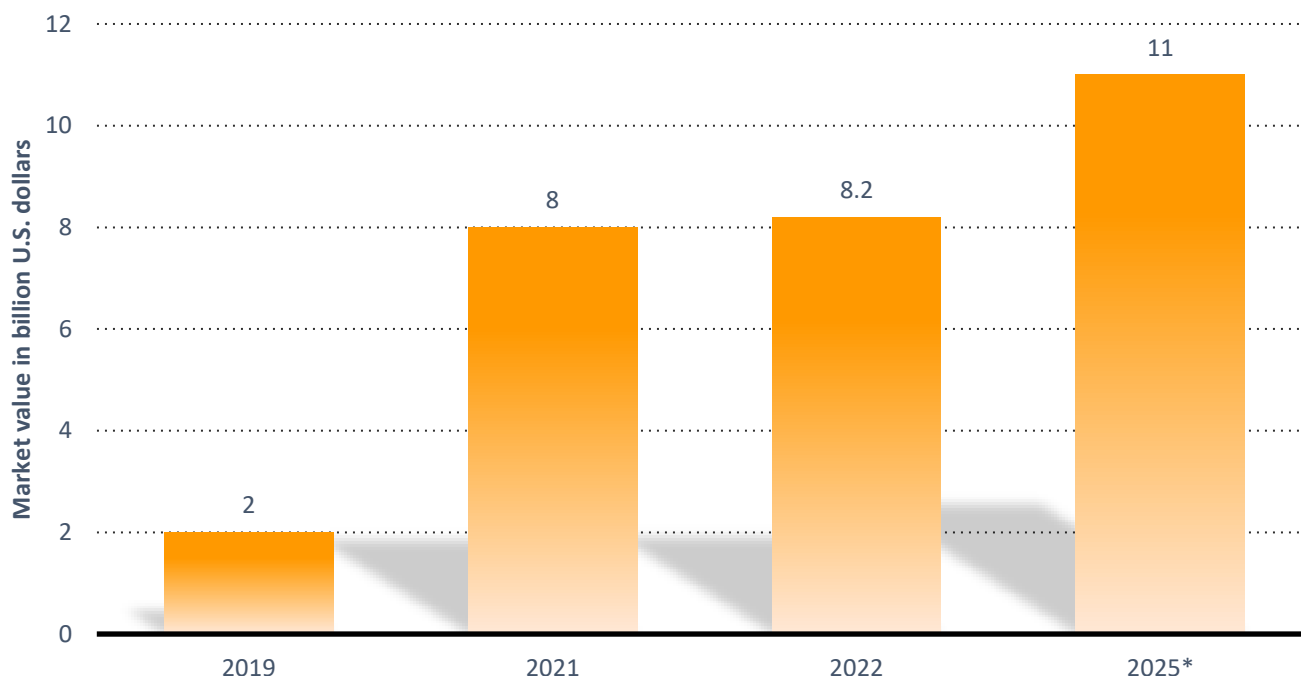
9. 亚马逊新加坡站点简介	3
9.1 新加坡零售业及电商发展情况	3
9.2 新加坡的消费者	4
9.3 亚马逊在新加坡的发展情况	6
9.4 投资新加坡站点的 5 个理由	8
9.5 新加坡的促销季	14
9.6 亚马逊新加坡站点的选品建议	16
9.7 亚马逊新家坡站点新卖家扶持	18
9.8 亚马逊新加坡站点卖家成功案例	26

9.1 新加坡零售业及电商发展情况

新加坡是一个发达的资本主义国家，被誉为“亚洲四小龙”之一，其经济模式被称作为“国家资本主义”。根据2018年的全球金融中心指数 (GFCI) 排名报告，新加坡是继伦敦、纽约、香港之后的**第四大国际金融中心**。整体发展向好，后劲很足。

2019年底，新加坡的电商交易总额为20亿美元，到2022年，销售规模已达到82亿美元，预计2025年将突破110亿美元¹。

新加坡电商销售趋势



相比其他东南亚国家，如此巨大的电子商务销售额，要归功于新加坡人的网上购物热潮，以及新加坡政府有意将新加坡打造成一个以消费者为中心的国家。

1. Statista, e-commerce in Singapore

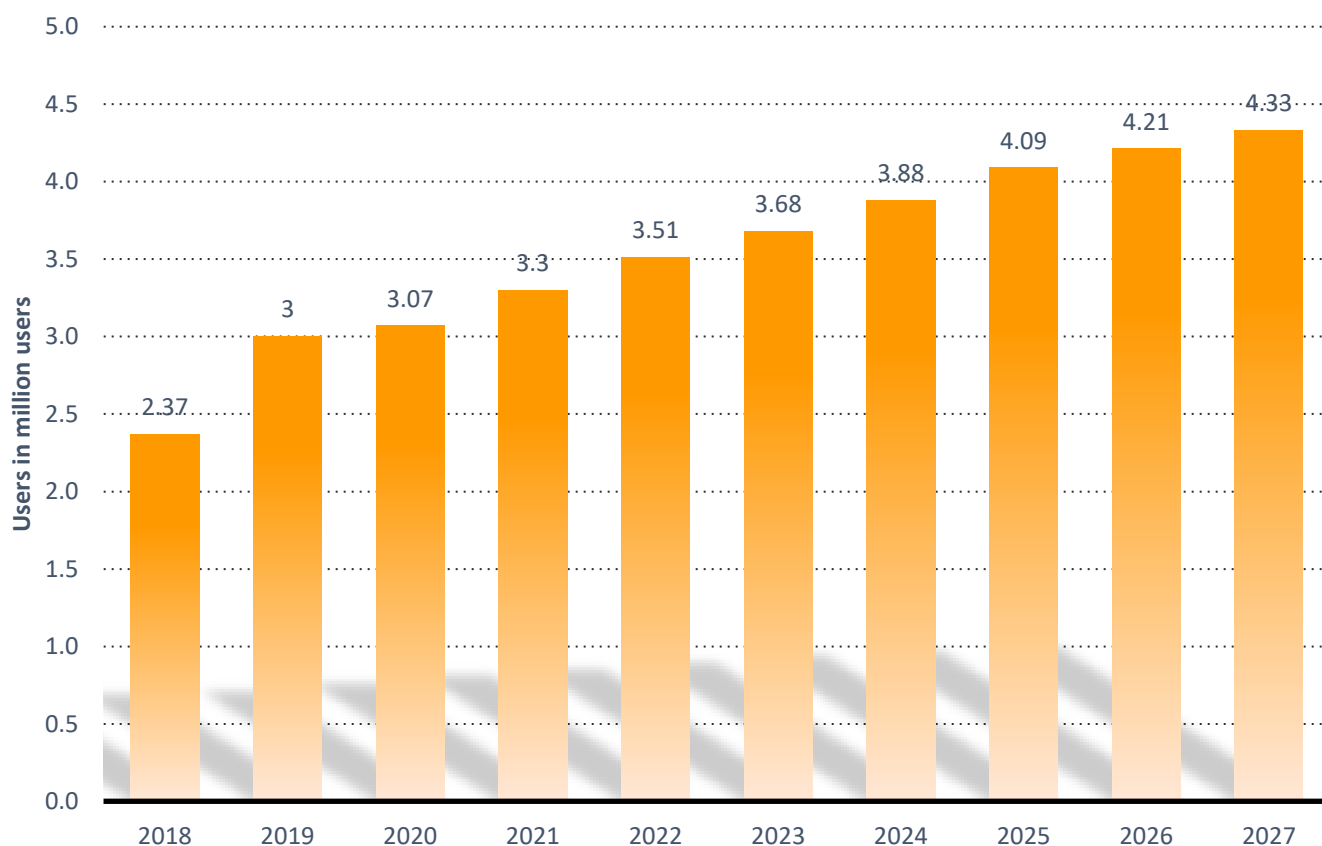


新加坡互联网普及率相当高，2023年已经达到91.8%，预计到2026年将突破94%¹。



同时，新加坡有着非常高的电商渗透率，2023年已拥有368万电商用户，预计2027年将达到433万人²。

2018 - 2027 年新加坡电子商务用户数量 (百万)



1. Statista

2. Statista, e-commerce in Singapore

9.2 新加坡的消费者

新加坡是一个城邦岛国、城市国家，也是一个移民社会。

新加坡人主要是由近一百多年来从亚洲、欧洲等地区迁移而来的移民及其后裔组成的，汇聚了来自世界各地不同种族的人民，文化上兼容并蓄，为这个城市增添了无限魅力。

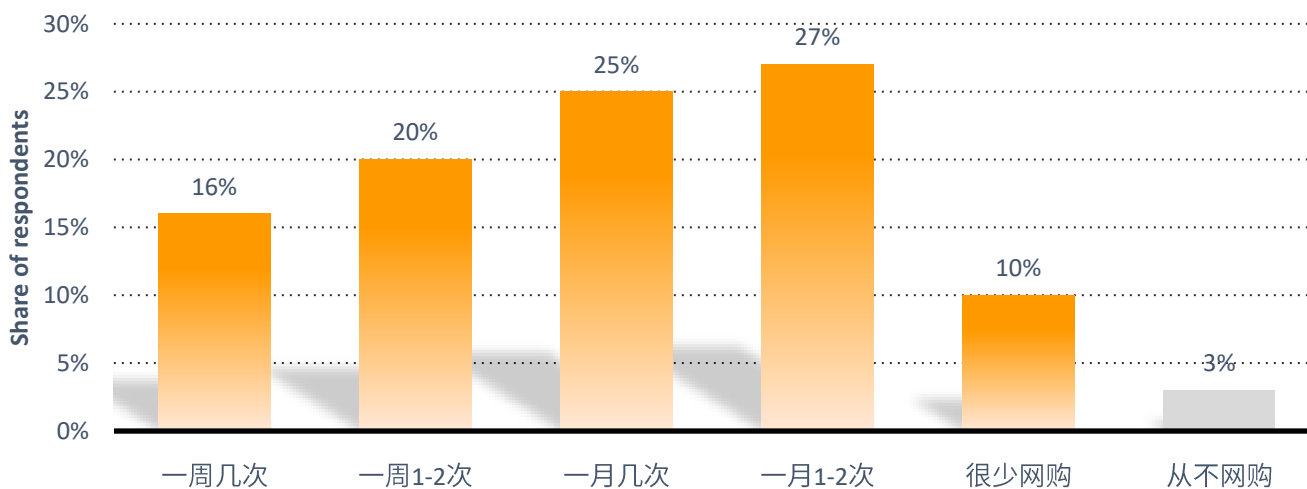
其中华人占 74% 左右，余为马来人、印度人和其他种，英语、华语、马来语、泰米尔语为官方语言¹。

2022年，新加坡总人口约563.7万，其中公民和永久居民396万，作为世界上最为富裕的国家之一，2022年人均 GDP 高达82,807.6美元。²



新加坡消费者很喜欢网上购物，几乎每月都会网购，其中36%的消费者甚至每周都会³。

截至2022年6月，新加坡消费者网上购物的频率



1. 中国外交部

2. worldbank

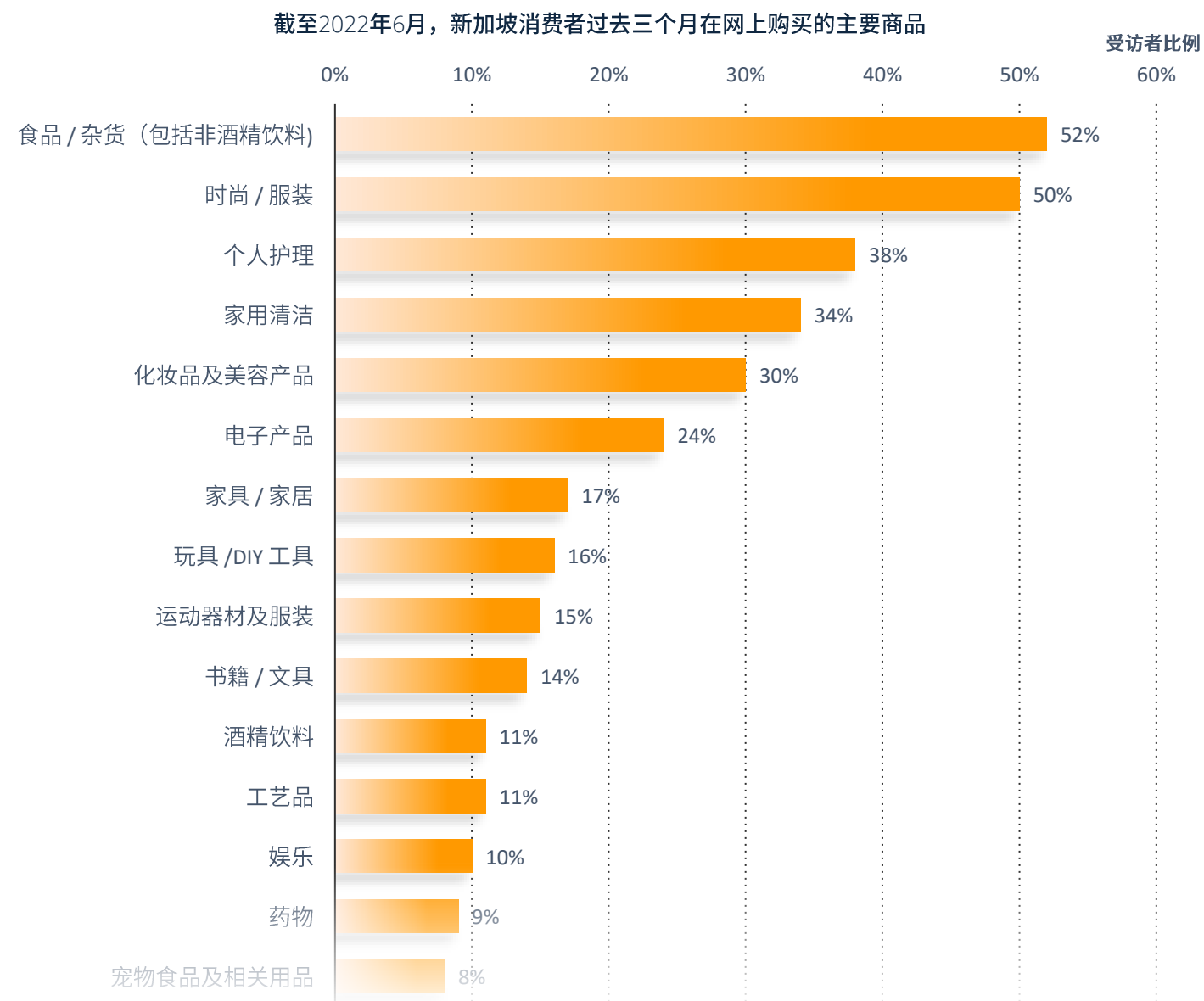
3. Statista, e-commerce in Singapore



根据调查，新加坡千禧一代购物的主要影响因素是¹：

- 免费送货；
- 有机会购买稀有物品 / 难以找到的产品；
- 快速交货；
- 降低运输成本；
- 安全的产品付款方式。

截至2022年，新加坡消费者最喜欢网购的商品主要为：²



1. <https://mediaonemarketing.com.sg/internet-spending-habits-of-singaporeans/>

2. [Statista, e-commerce in Singapore](#)

9.3 亚马逊在新加坡的发展情况

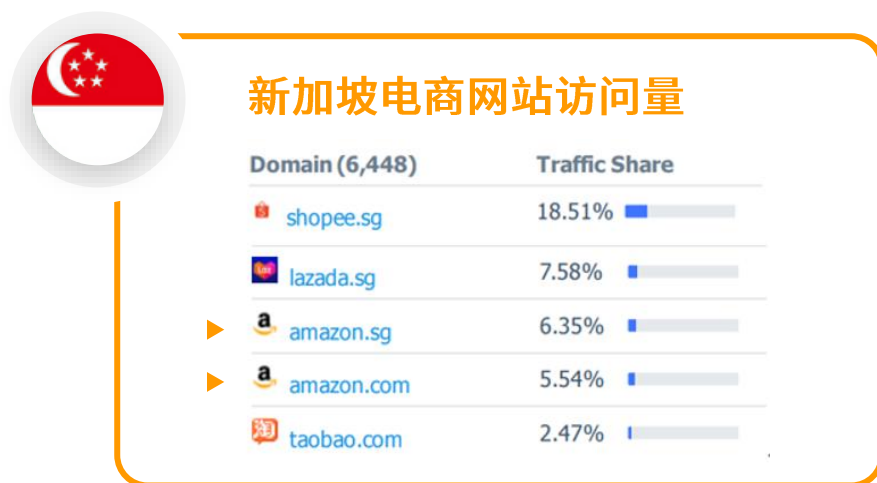
自 2019 年亚马逊新加坡站点上线以来，网站访问量一路飙升，2021 年已经上升至同类电商网站前三位。

2022 年，亚马逊针对新加坡站点设计独有的促销活动，并同年启动“向马来西亚出口”计划，这一系列的政策将助力新加坡站点卖家掘金东南亚，扬帆马六甲。



9.3.1 影响力卓越!

亚马逊在新加坡站点众多电商网站中访问量不断提升!



9.3.2 宝藏新加坡，放眼东南亚

第四大国际金融中心 —— 新加坡是东南亚地区的核心，电商发展的机遇从这里辐射整个东南亚。

消费力惊人，增长快速

- 新加坡人均 GDP 高达 9.41 万美元，其中人均电商消费金额为 1,222.4 美金，比世界平均水平高 126.4%¹；
- 亚马逊新加坡站点的总访问量从新加坡电商网站第八位上升至前三位²。

高品质选品定位

- 独特的高品质，高质量的选品定位，帮助上线高增长、高需求的热卖品类，得到消费者的青睐。

佣金降本流量开源

- 免月租，免费报活动；
- 站内活动丰富，全年“无休”；“国际品牌周”独家曝光；
- 站点独有的促销活动；站外流量直达选品。

开疆拓土，发展迅速

- 开启“向马来西亚出口”计划，放眼东南亚！一键将您的商品售往马来西亚，实现一地发货、两地盈利，全面提升您的销售额。

1. 《中国 - 东盟电子商务发展报告 2022》

2. Similarweb June 2023

9.4 投资新加坡站点的 5 个理由

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

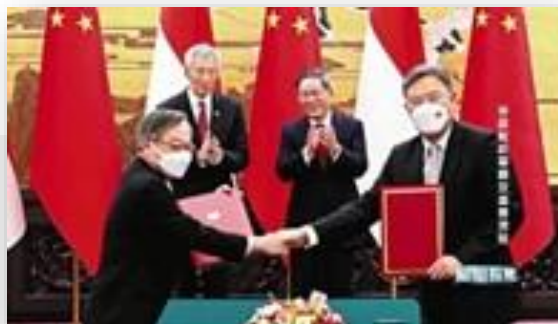


9.4.1 Policy：内外政策加持，开拓新兴站点跨境商机

对外深化国际合作



在国务院总理李强和**新加坡**总理李显龙共同见证下，商务部部长与新加坡贸工部部长于2023年4月共同签署谅解备忘录，承诺彼此“开放的大门越来越大”。¹



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**。²
- 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。³
- 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。⁴
- 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。⁵
- 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。⁶

1. 中国政府网，《中国与新加坡宣布实质性完成自贸协定升级后续谈判》
 2. 中国政府网，《国务院《2023 年政府工作报告》》
 3. 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》
 4. 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”》
 5. 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》
 6. 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》

9.4.2 Performance: 电商发展潜力足，商机大

新加坡站点地理位置特殊，是簇拥在一众东南亚国家中的一颗明珠。“小”站点也有大能量，是开拓东盟的第一步。

基数大，增速快，全球电商发展潜力站点



预计到 2025 年，新加坡电商市场规模将达到¹

114.5 亿美元



网络零售额增长速度排名全球第一²

36.0%



新加坡人均电商消费金额

1,222.4 美元

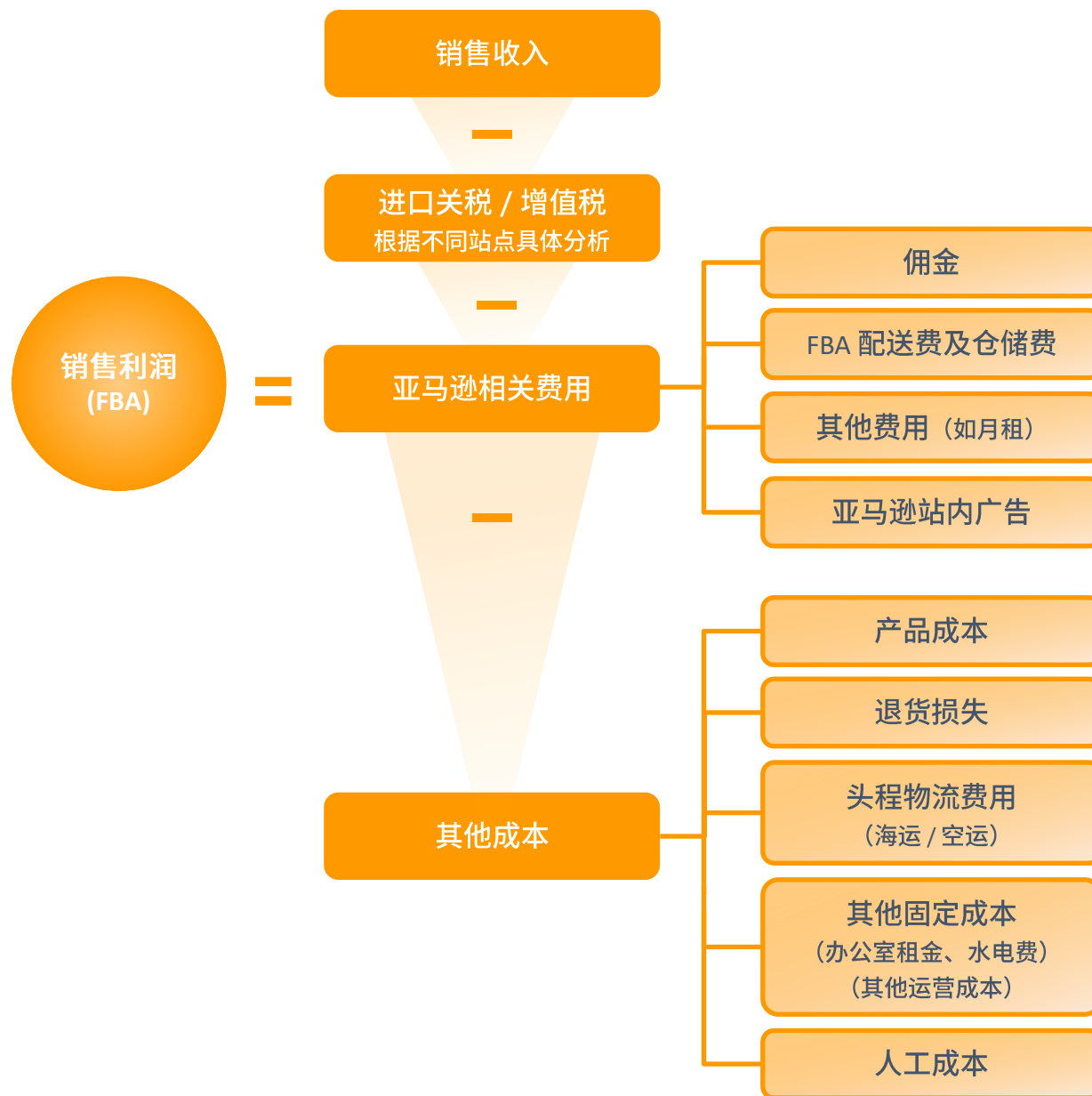
1. Statista

2. 《中国 - 东盟电子商务发展报告 2022》

9.4.3 Profit: 利润

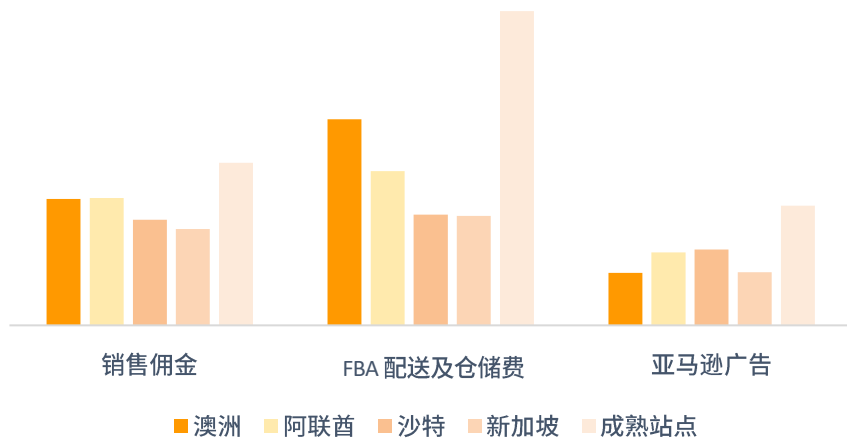
投入产出成正比，销售利润可观

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¹



* 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。

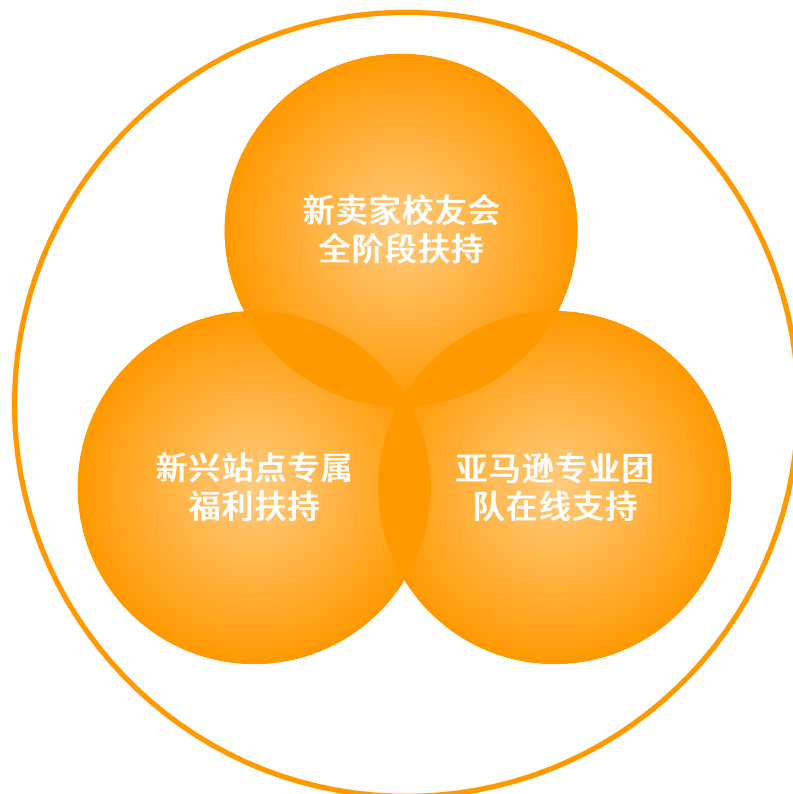
包装尺寸与重量	瑜伽垫					办公椅				
	标准件 (11X12X62 厘米, 2.22 公斤)					大件 (278X56X71 厘米, 19.26 公斤)				
站点	澳洲	阿联酋	沙特	新加坡	成熟站点	澳洲	阿联酋	沙特	新加坡	成熟站点
销售佣金 %	13.0%	13.0%	10.0%	11.5%	15.0%	13.0%	15.0%	15%/10%	11.0%	15%/10%
FBA 配送费 (美元)	7.87	3.81	2.94	6.78	11.41	15.25	8.45	7.48	10.63	30.31
FBA 仓储费 (美元 / 每件产品 / 月)	0.15	0.16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

1. Amazon Seller Central

9.4.4 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：



9.4.5 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

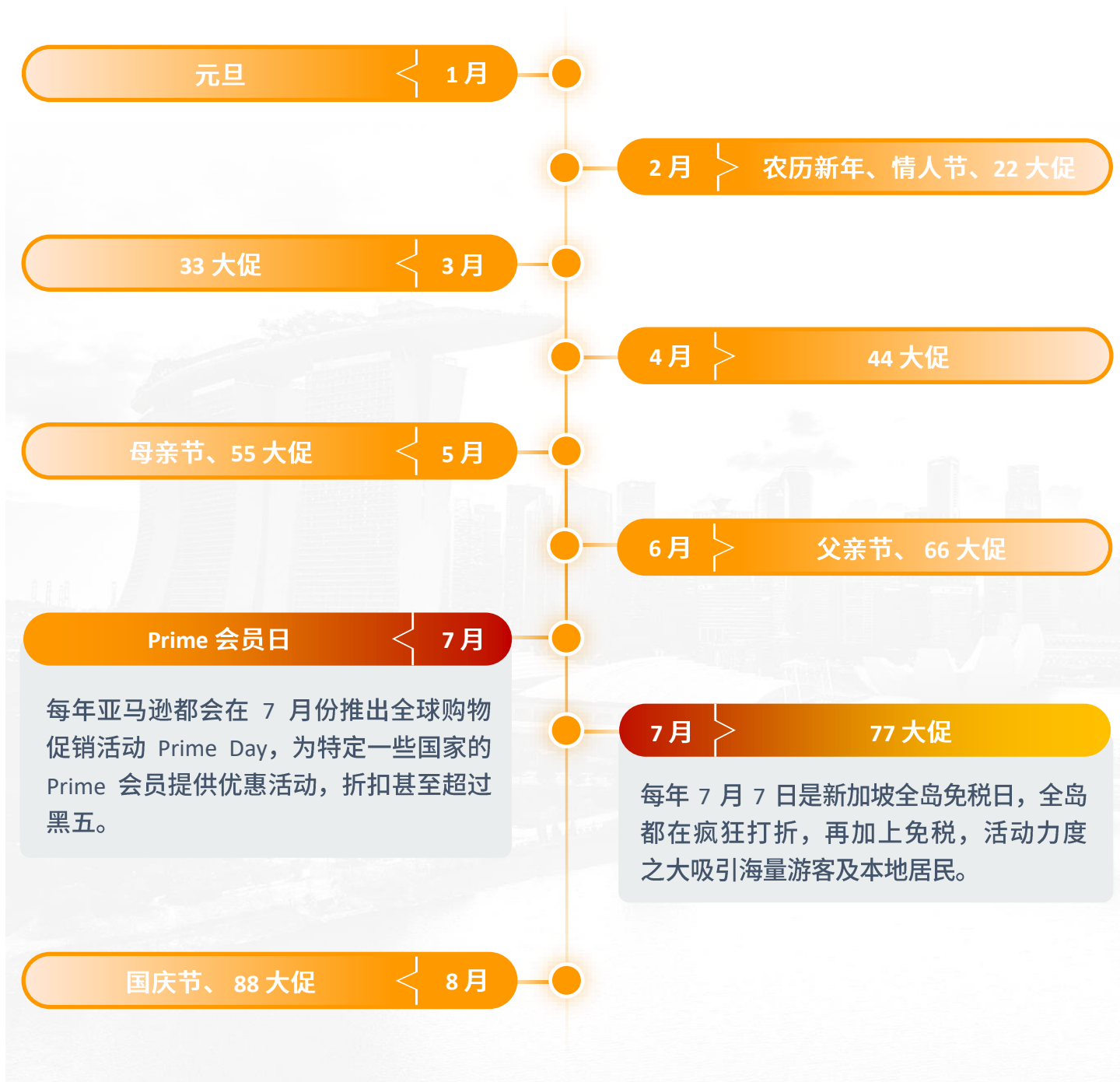


投入产出 / 利润率可观

更低的运营成本，
更高客单价

9.5 新加坡的促销季

新加坡站点的活动资源丰富，促销节日也很多，不仅会同步会员日，黑色星期五这类美国站点的大型活动，同时也流行本岛 77 免税大促，双 11 大促这样的特色活动，让商家可以参与这些促销活动，提升销量。





“黑五 Black Friday”是源于美国的打折节日，在美国已经有超过 60 年的历史。

“黑五”的到来是继感恩节之后、圣诞节之前最令人激动的消费时刻。在这一天，无论是线上商家还是线下实体店，都会推出大量的打折和优惠活动，在年底进行最后一次大规模的促销。

“网一 Cyber Monday”是“黑五”的延续。“黑五”过后不久，商品优惠将转变为网络星期一销售。实际上，“网一”的优惠通常最早在“黑五”后的下一个星期六和星期日开始到达，“黑五”“网一”的营销将持续整个星期，这种现象被称为“网络周”。

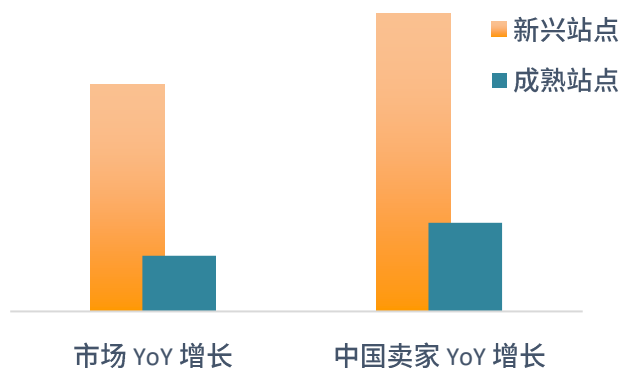
“双 11”的热浪正逐渐辐射至全球。2018 年开始新加坡也有了“双 11”大促活动，新加坡消费者对“双 11”的兴趣也一年比一年浓厚。近年来大促期间电商销量疯狂飙涨，甚至超过中国。

9.6 亚马逊新加坡站点的选品建议

9.6.1 新兴站点增幅空间大，各品类潜力足

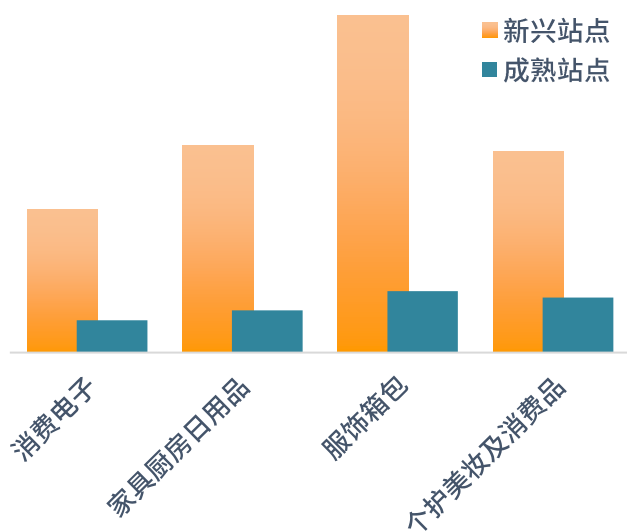
亚马逊新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度）市场增长率**大幅高于**成熟站点，其中中国卖家表现受到市场喜爱，**年增速表现优于平均水平**。

2023 年 YTD 各大站点年增长和中国卖家占比分析

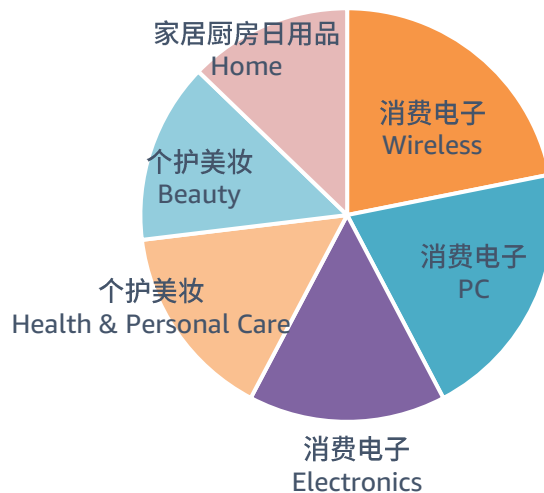


新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度）跨品类增幅趋势看好，一键通全球，以日用消费品、无线产品和消费类电子产品类等细分品类引领增长。

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



9.6.2 亚马逊新加坡站点热销品类

重点选品扶持，精准类目推荐



新加坡消费者画像

- 25-34 岁客户群为主，为新加坡最高收入增幅人群；
- 新加坡消费者更喜欢在大型购物节、促销时购物；
- 产品喜好：1) 对品牌商品热衷 2) 追求高品质产品；
- 消费热卖选品涵盖电子产品类、电脑配件类、智能生活类、家居用品类、厨房用品、个人护理、美妆用品类。

热销品类



**电子
产品**

便携式显示器 墨盒
高功率充电器 充电宝



**厨房
用具**

真空保温杯 厨房用品收纳盒
高功率充电器 充电宝



**个护及
美妆**

护肤精油套装 淡香水
手提旅行袋 除臭剂



家具

茶几 办公椅
木制书架 便携式野餐桌



**家用
电器**

空气净化器
小冰箱 家用电钻



**摄像
设备**

Mini 数码相机
单反相机配件



箱包

旅行行李箱
手提旅行袋 鞋包



**办公
用品**

油性马克笔套装
水彩笔 记事本

9.7 亚马逊新家坡站点新卖家扶持

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！**

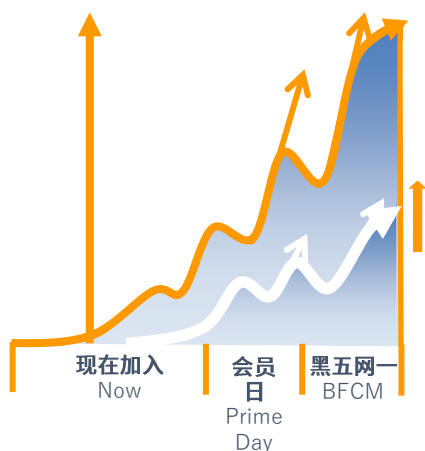


轻松来：抢占先机，加速布局

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

- 新加坡站点已全部覆盖 FBA/MFN 服务。



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。



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。

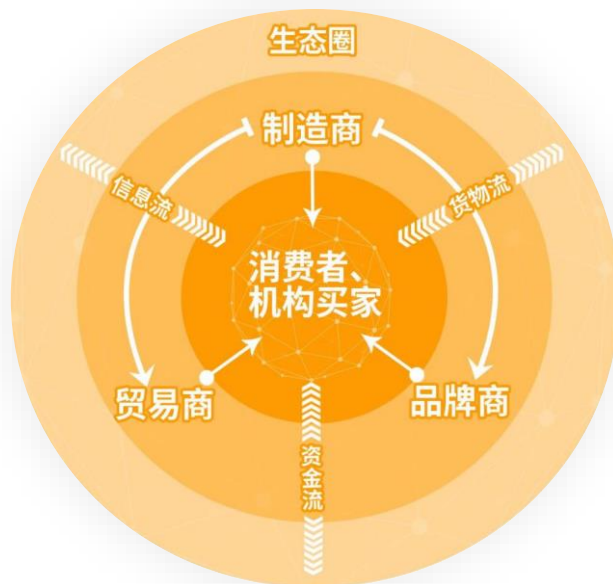


出口计划

- 马来西亚“出口计划”1 个 SKU，可同步销往新加坡和马来西亚，（无需额外操作，亚马逊物流将负责配送您的订单至马来西亚）；
- 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，免费
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

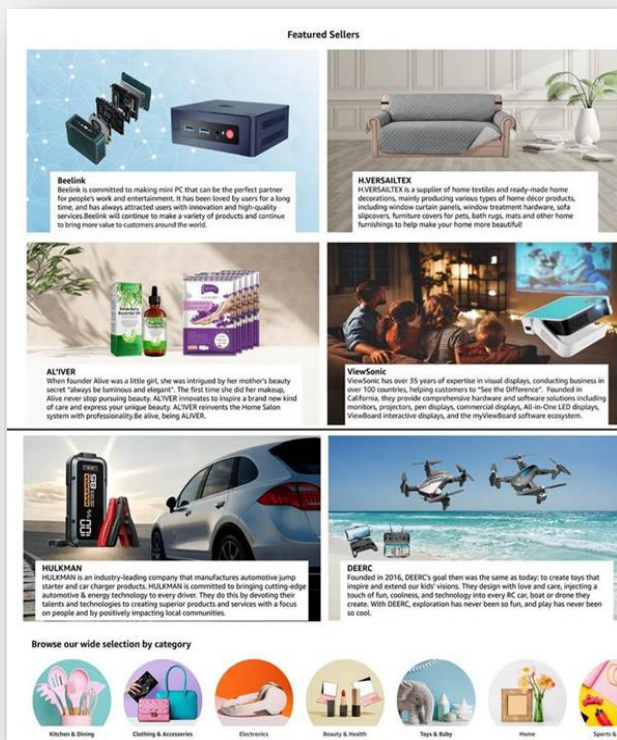
1) 丰富的站内外营销资源助力业绩成长

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>免费站内 促销活动 Deal</p>	<p>秒杀 Lightning Deal 超强流量加持 快速冲击销量</p>	<p>顶级促销 Top Deal 商品的顶流配置 镇店之宝升级版</p>	<p>7天促销 Best Deal 稳定的销量增长 商品预热首选</p>
	<p>优惠券 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>大型促销及 引流活动 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>站外流量 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)

- 新加坡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) 新加坡站点专属福利 & 扶持



亚马逊新兴站点 专属福利 (新加坡站点)

专属佣金优惠

全站点开通仅需一份月租

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

新加坡站点“出口计划”：一个 SKU，可同时卖到新加坡和马来西亚

免费提报促销

站外达人及活动引流

“品牌周”引流项目

定向卖家促销活动补贴

国际品牌馆曝光引流机会

头部品牌 banner 曝光位

9.8 亚马逊新加坡站点卖家成功案例

“为什么他们愿意来新加坡站点拓展生意？”



新加坡站点电子品类卖家

主营产品：电子产品

对于新加坡市场的潜力我们一直非常看好。因为新加坡属于发达国家，人均消费水平高，并且很看重产品的品质，这跟我们的品牌定位非常契合，所以我们的产品在新加坡市场受到了消费者的一致好评。

新加坡利润比成熟市场可观，同时用户粘性很强，客户还会经常给我们反馈很多产品的改进意见。同时对于新卖家的扶持也是非常给力，免费的促销提报和品牌周 (Brand Week) 给我们带来了很多的流量，让我们拥有更大的机会去向消费者呈现我们的优质产品及新款产品。

此品牌在新加坡站点成功的原因是什么？

- 依托新加坡站点潜力，连续三年高速增长，业绩翻十倍；
- 专属品牌周流量扶持，助力热销品半个月成为 Best Seller；
- 品牌国际化，结合高潜选品指南，进行新品首发。

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

2.8 亚马逊中东站点简介 2.9 亚马逊新加坡站点简介 2.10 亚马逊土耳其站点简介



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