

2022 年 亚马逊新加坡商城 关键产品洞察和趋势



更新日期：2022 年 2 月 4 日

2021年新加坡消费者趋势

智慧国度， 智享生活



2021年，随着居家办公在新加坡成为主流办公方式，智能家居和家庭办公商品（包括机器人吸尘器、智能花园、笔记本电脑、无线产品和手机配件）的销售呈现出上升趋势。

健康与养生



工作与生活的融合使得健康与养生主题在2021年进一步受到关注，基于家庭的健康、健身和护肤理念带动了按摩设备、补充剂、健身手表、香薰机和美容工具的销售。

家庭娱乐



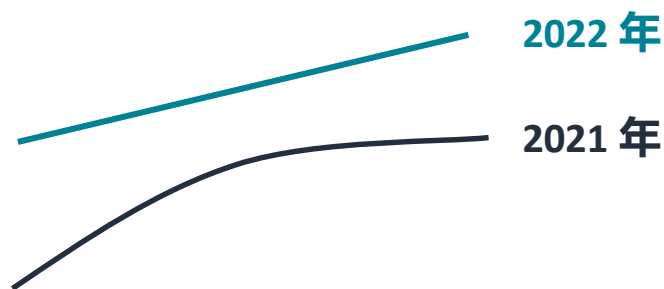
花费大量时间在家放松身心意味着新加坡消费者会寻找视频游戏、棋盘游戏、游戏设备和书籍等多种形式的家庭娱乐用品。

2022年新加坡消费者趋势

根据亚马逊新加坡商城内部数据和外部行业数据，进入2022年，在新加坡，我们预计在新兴的后疫情时代，在线购物商品分类将大致分为三个部分：

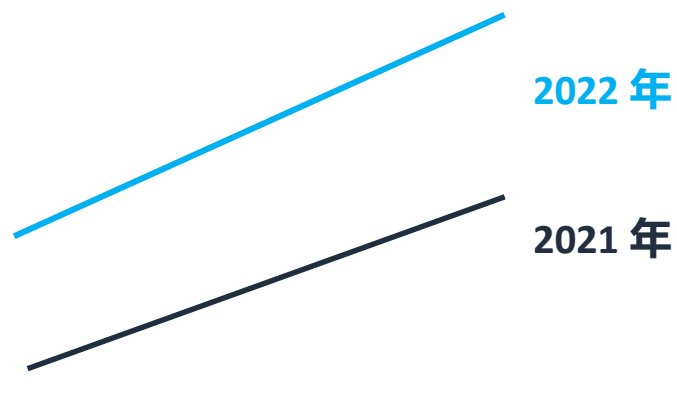
稳定增长

在新的持续习惯或趋势的推动下，在线购物商品分类在后疫情时代已经达到了一个新基准，并实现了稳定增长



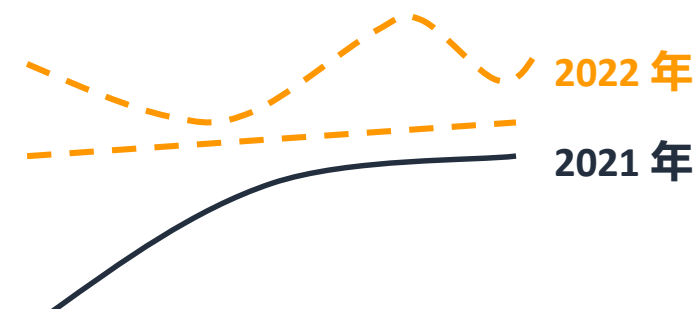
高增长

在线购物商品分类在整个疫情期间增长加速，并且尚待开发的需求将会继续带来增长机会



受新潮流/外部影响

疫情期间，在线购物商品分类见证了数字化趋势的发展对销售的推动，但由于某些外部因素（居家办公、疫苗接种者旅游通道）或该分类可能已达到新的基准，2022年的前景可能并不明朗



2022年新加坡消费者趋势：稳定增长的商品分类

2022年，智能家居、智享生活、智慧国度的发展趋势将在新加坡延续，这一点从**电脑/电脑配件**和**智能生活/无线产品**分类中可见一斑。新加坡消费者是数字技术能手和小工具爱好者，99%的家庭使用台式机/平板电脑/笔记本电脑¹。我们可能会看到对智能手机、智能手表和健身设备及其配件的需求持续存在。许多公司实施的居家办公弹性政策²可能会使USB集线器、笔记本电脑支架和配件销售继续稳定增长³。

稳定增长

在新的持续习惯或趋势的推动下，在线购物商品分类在后疫情时代已经达到了一个新基准，并实现了稳定增长



商品分类



电脑/电脑配件



智享生活/
无线产品

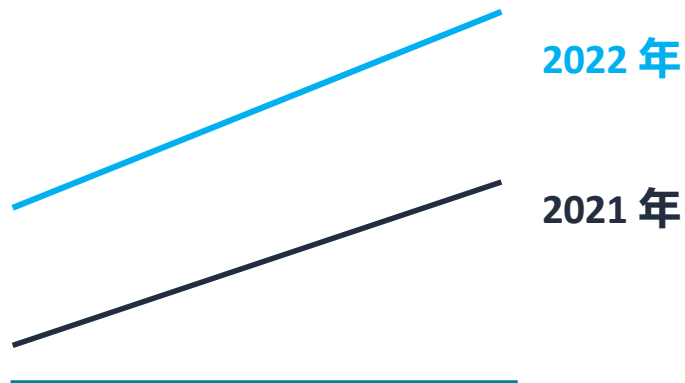
资料来源： 1. IMDA, 2020年: <https://www.imda.gov.sg/infocomm-media-landscape/research-and-statistics/Digital-Society>; 2. 亚洲新闻台, 2022: <https://www.channelnewsasia.com/singapore/crowds-office-areas-return-end-work-home-default-singapore-2412181> 3. 2020 与 2021 年亚马逊新加坡商城内部数据（销售业绩、增长和产品展示）比较

2022年新加坡消费者趋势：高增长商品分类

2022年，**个人卫生和居家保健**趋势将在新加坡延续，这一点在**个护健康**商品分类中可以看出。2022年，新加坡消费者可能会继续在健康方面保持警惕，个人卫生飙升至大流行中第二大最常购买的物品¹。这可能会继续推动对口罩、清洁剂、维生素和补充剂以及健康测量设备的高需求。随着居家养生习惯延续到新的一年，香薰机和香薰油商品可能会在2022年继续增长²。

高增长

在线购物商品分类在整个疫情期间增长加速，并且尚待开发的需求将会继续带来增长机会



商品分类



个护
健康

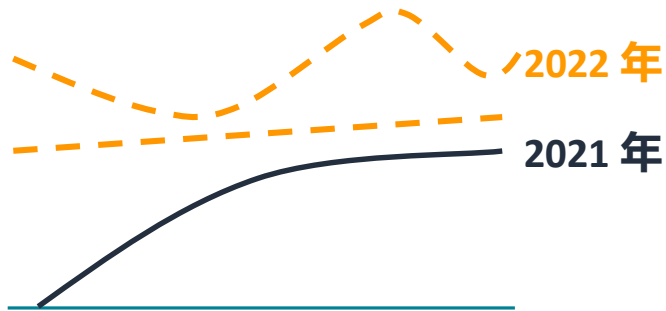
资料来源： 1. Statista, 2020年: <https://www.statista.com/statistics/1129612/singapore-main-products-frequently-bought-from-e-commerce-sites-covid-19/> 2. 2020 与 2021 年亚马逊新加坡商城内部数据（销售业绩、增长和产品展示）比较

2022年新加坡消费者趋势：新常态商品分类

在疫情初起和整个大流行期间，新加坡的居家办公趋势使新加坡消费者开始储备烹饪用品、烘焙用品以及 USB 线和耳麦¹。随着越来越多的新加坡公司鼓励灵活安排返岗办公，减少居家时间，以及**新潮流的出现**，2022年**家居与厨房用品**和**电子产品**的需求可能会达到新的标准，并取决于新加坡人重返办公室后习惯是否会持续。2021年，美妆类商品中显现出护肤品增长趋势，但根据新加坡消费者返回购物中心和办公室的频率，**化妆品**可能会卷土重来²。

受新潮流 /外部影响

疫情期间，在线购物商品分类见证了数字化趋势的发展对销售的推动，但由于某些外部因素（居家办公、疫苗接种者旅游通道）或该分类可能已达到新的基准，2022年的前景可能并不明朗



商品分类



美妆用品



家居/
家用
商品



厨房用品



电子产品

亚马逊新加坡商城的热门商品

美妆用品



面霜



面部保湿霜



乳液



生发护理用品



精华液



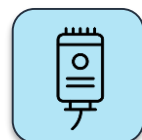
洗发水



口罩



洁面用品

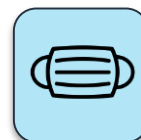


剃毛器



青春痘护理用品

个人防护健康



布制口罩



洗洁精



秤



一次性尿布



草本补充剂



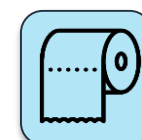
洗涤液



外科口罩



香薰机



卫生纸



维生素

家用商品



儿童照明用品



台灯



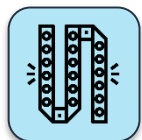
种植工具包



连帽浴巾



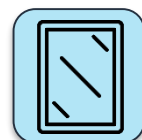
室内外两用地毯



LED 灯带



车灯标记



镜子



夜灯



印刷与冲压制品

厨房用品



烧烤钳



酱料刷



衬衣和
衬衫



晾架



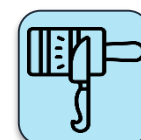
食物和菜肴
运输用品



软管卷盘



替换滤芯



磨刀石



运动水壶



补充剂摇摇杯

资料来源：亚马逊新加坡商城数据，2021年1至12月

版权所有 © 2022 Amazon.com, Inc. 或其附属公司。Amazon、Amazon.sg、Prime 和相关徽标是 Amazon.com, Inc. 或其附属公司的商标

亚马逊新加坡商城的热门商品

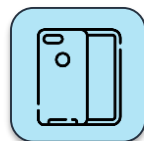
智享生活



活动追踪器



手机壳/套



外壳



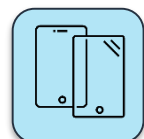
电源充电器



便携式移动电源



替换表带



屏幕保护膜



屏幕保护膜和箔



无 SIM 卡和解锁的手机



智能手表

电脑配件



USB 集线器



内置固态硬盘



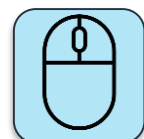
笔记本电脑支架



显卡



绘图屏



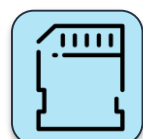
电脑鼠标



显示器



笔记本电脑

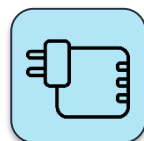


微型 SD 卡



路由器

电子产品



适配器



连续输出照明



以太网电缆



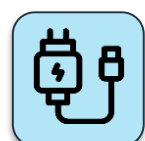
延长线



耳麦



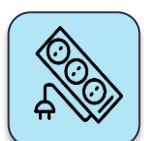
入耳式耳机



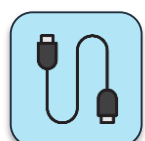
闪电数据线



覆耳式耳机



电源插座和电涌保护器



USB 数据线

商品分类聚焦：

电脑/电脑配件



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察



推动此分类增长的关键趋势

智慧国度：2020 年，新加坡有 15 岁以下子女的家庭中有 99% 拥有台式机、笔记本电脑或平板电脑¹

居家办公/混合办公：

从 2022 年 1 月起，许多上班族将享有灵活安排在办公室或是居家办公的福利，87% 的新加坡雇主允许员工在家办公，而全球平均水平仅为 79%²

资料来源：

1. IMDA, 2020 年 : <https://www.imda.gov.sg/infocomm-media-landscape/research-and-statistics/Digital-Society>
2. 亚洲新闻台, 2022 年 : <https://www.channelnewsasia.com/singapore/crowds-office-areas-return-end-work-home-default-singapore-2412181>

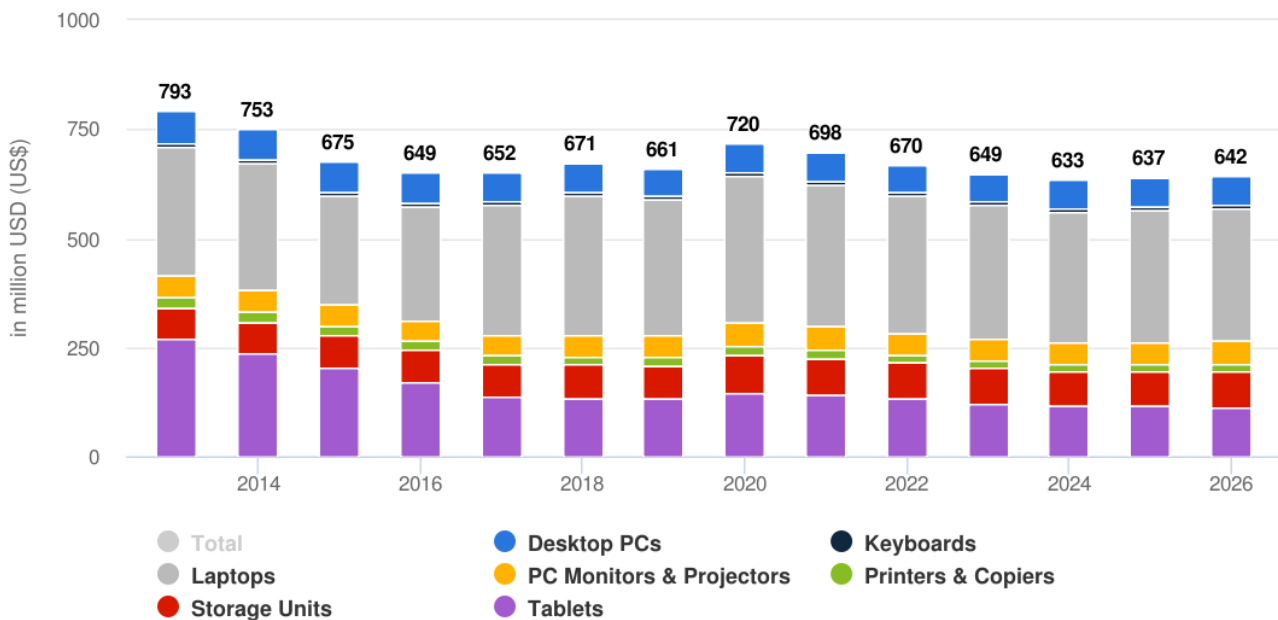
商品分类聚焦：

电脑/电脑配件：新加坡的行业格局

在新加坡，电脑和电脑配件是一个稳定或可说缓慢增长的商品分类，这是因为目前计算机、平板电脑和笔记本电脑的普及率很高，已近饱和，消费者正将目光转向移动/无线设备。但是，在线收入份额仍在增长，预计将从2021年的19.7%增加到2025年的37%。

Computing - Revenue by Segment

Singapore (million USD (US\$))

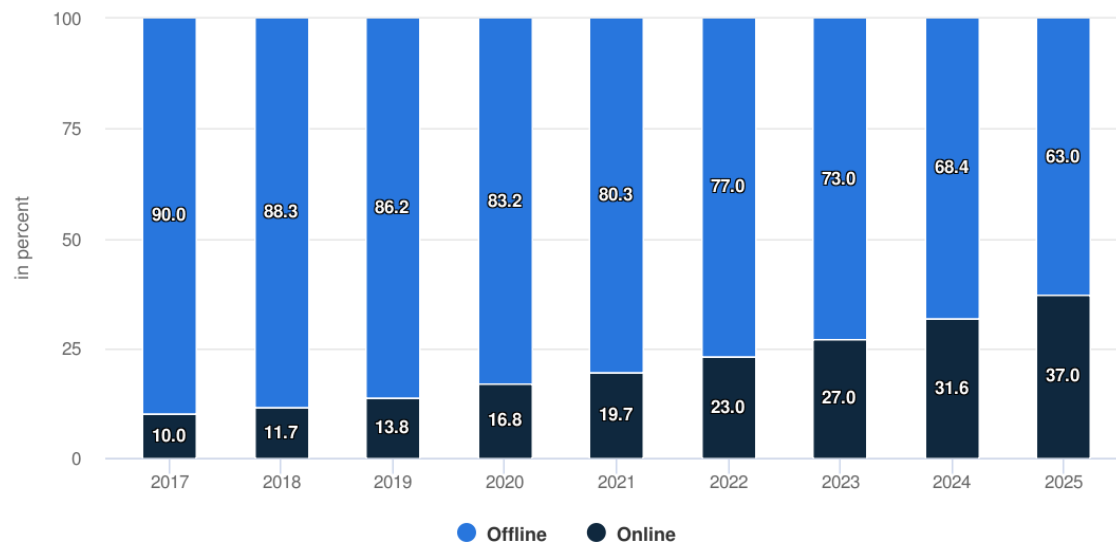


Source: Statista

statista

Computing - Online Revenue Share

Singapore (percent)



Source: Statista

statista

资料来源：Statista，2021年

版权所有 © 2022 Amazon.com, Inc. 或其附属公司。Amazon、Amazon.sg、Prime 和相关徽标是 Amazon.com, Inc. 或其附属公司的商标

amazon.sg

商品分类聚焦：

电脑/电脑配件



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察

热门商品¹

- USB 集线器
- 内置固态硬盘
- 笔记本电脑支架
- 显卡
- 绘图屏
- 电脑鼠标
- 显示器
- 笔记本电脑
- 微型 SD 卡
- 路由器



amazon.sg

在销售方面，笔记本电脑和存储设备在这一分类中占据主导地位。高增长商品包括显卡和内置固态硬盘 (SSD)。

您是否知道亚马逊新加坡商城消费者更有可能是技术达人或早期技术采用者²？

资料来源：

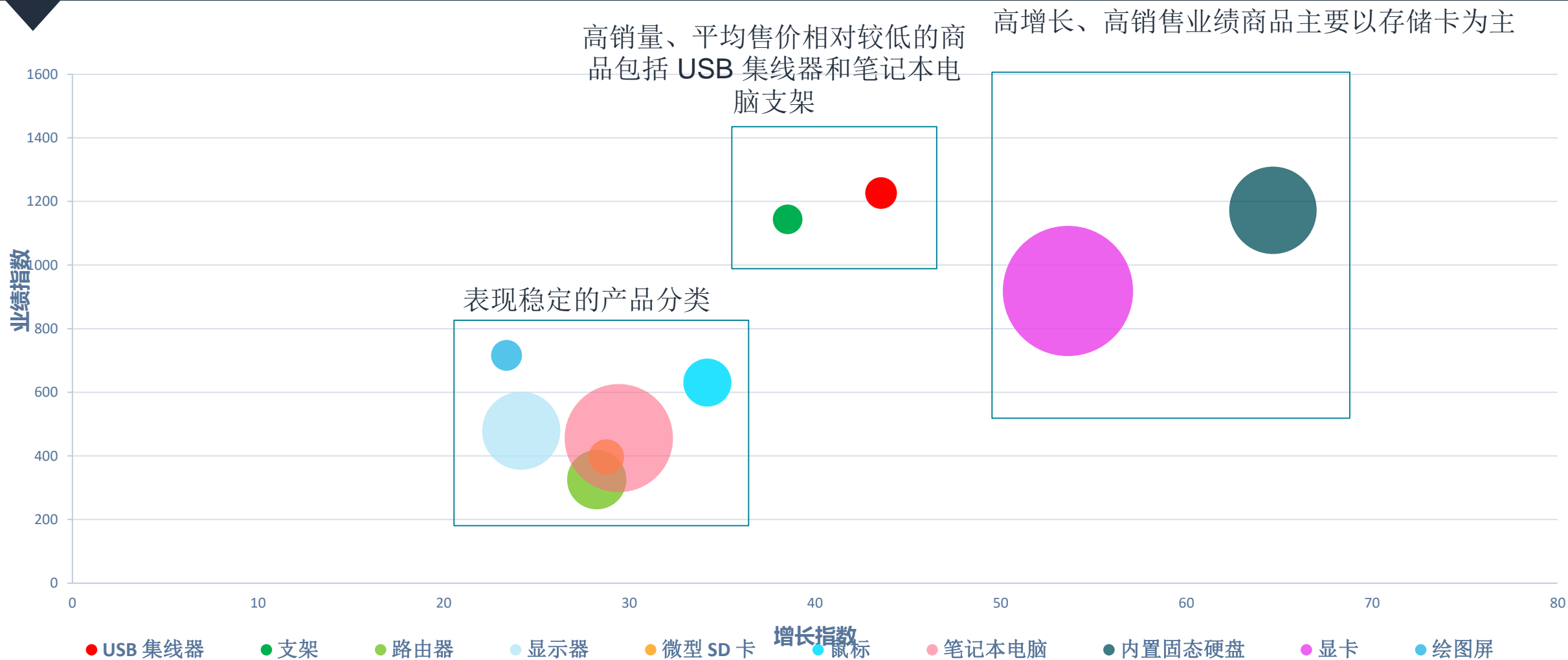
1. 2021 年 1 至 12 月亚马逊新加坡商城内部数据

2. IPSOS 新加坡消费者调研，2021 年

amazon.sg

商品分类聚焦：

电脑/电脑配件：按销售业绩指数和增长指数划分的商品类型



1.销售业绩是基于亚马逊新加坡商城 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数等数据来衡量的

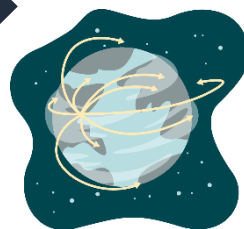
2.增长表现是基于 2020 年与 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数的同比变化来衡量的

3.气泡大小反映了与同类其他商品相比的指数化收入

商品分类聚焦：
**智享生活/
无线产品**



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察



推动此分类增长的关键趋势

5G 网络：2021 年，新加坡推出了第一个 5G 独立网络。高速互联网开启了智能设备改善日常生活的可能性¹

智能家居：智能家居正在崛起。59% 的新加坡消费者使用智能家居设备，主要用于智能扬声器、电视或流媒体设备 (39%) 形式的娱乐、智能家电 (18%) 以及智能能源/照明 (17%)²

数字健康：智能手表和健身追踪器是观察新加坡数字健身类商品增长情况的关键产品³

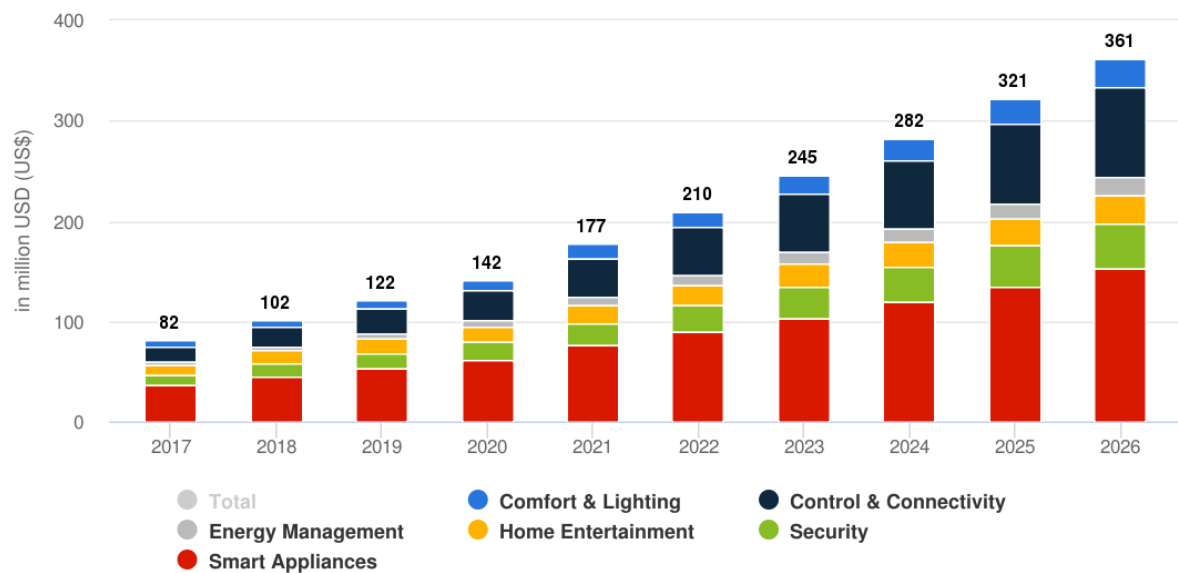
资料来源：

1. 《今日报》，2021 年：
<https://www.todayonline.com/singapore/explainer-singapores-first-5g-standalone-network-finally-here-whats-buzz-over-it-and-how>
2. Statista, 2021 年：全球消费者调查
3. Statista, 2021 年：新加坡数字健身和健康设备

智享生活/无线产品：新加坡的行业格局

到 2026 年，智能家居类商品市场规模预计将达到 3.61 亿美元。考虑到当前的中等用户普及率、较长的产品更换周期以及不断增加的 5G 设备连接能力，未来几年此类商品的采用率将稳步增长。智能手表是数字健身类商品收入的主要来源。

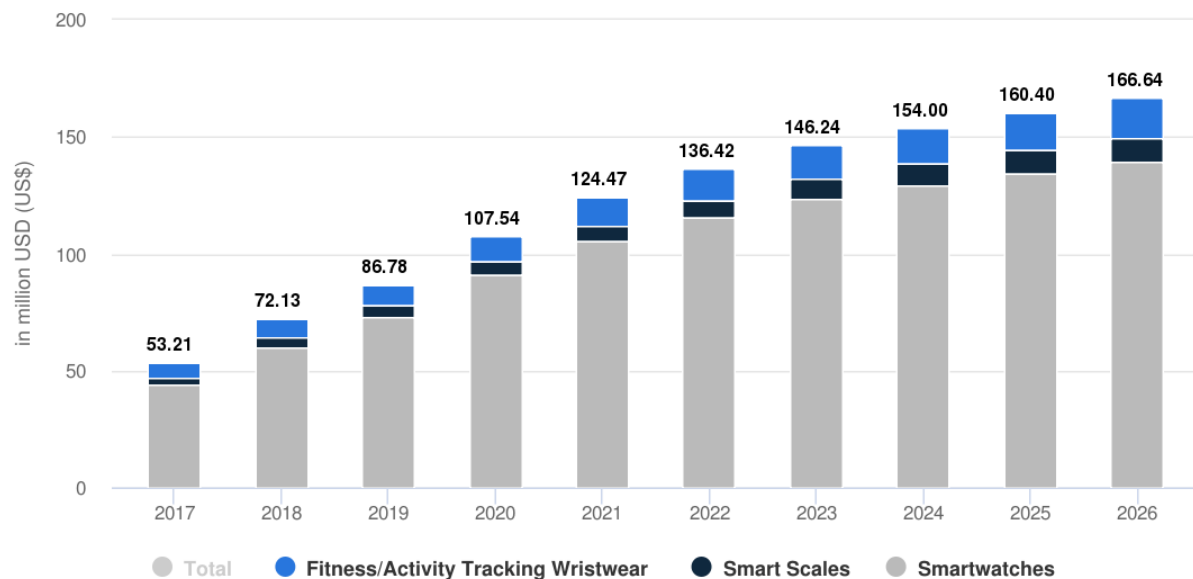
Smart Home - Revenue
Singapore (million USD (US\$))



Source: Statista

statista

Digital Fitness & Well-Being Devices - Revenue by Segment
Singapore (million USD (US\$))



Source: Statista

statista

您知道吗？

资料来源：

1. Kantar, 2018 年：
<https://www.ceotodaymagazine.com/2018/02/how-to-extend-the-lifespan-of-your-smartphone/>
2. Google 购物研究, 2021 年
3. CNBC, 2019 年：
<https://www.cnbc.com/2019/05/17/smartphone-users-are-waiting-longer-before-upgrading-heres-why.html>
4. **详细信息：** 新加坡； Statista 数字市场展望； 2010 至 2025 年
5. CNET 2021年：<https://www.cnet.com/tech/tech-industry/singapore-has-the-highest-smartphone-adoption-in-the-world/>
6. GovInsider, 2020 年：<https://govinsider.asia/citizen-centric/how-singapore-is-using-wearables-to-design-health-campaigns-hpb/>

- 在美国，消费者平均每 24 个月会更换一部智能手机。新加坡也是如此，消费者平均每 12 个月会更换一次智能手机¹。对于新加坡消费者来说，更新换代周期是购买消费类电子产品的主要原因。² 由于更多的仅 SIM 卡计划和价格更高的新手机型号，新加坡智能手机的生命周期可能会随着全球趋势而增加³
- 新加坡智能手机普及率 2020 年为 88.4%，预计到 2025 年将达到 93.4%。⁴
- 新加坡客户平均拥有 3.3 台联网设备，是世界上最高的设备之一。⁵
- 新加坡健康促进局积极推动新加坡居民使用智能手表和健身追踪器，以保持健康并获得奖励⁶

商品分类聚焦：
智享生活/
无线产品



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察

热门商品¹

- 活动追踪器
- 手机壳/套
- 外壳
- 电源充电器
- 便携式移动电源
- 替换表带
- 屏幕保护膜
- 屏幕保护膜和箔
- 无 SIM 卡和解锁的手机
- 智能手表



amazon.sg

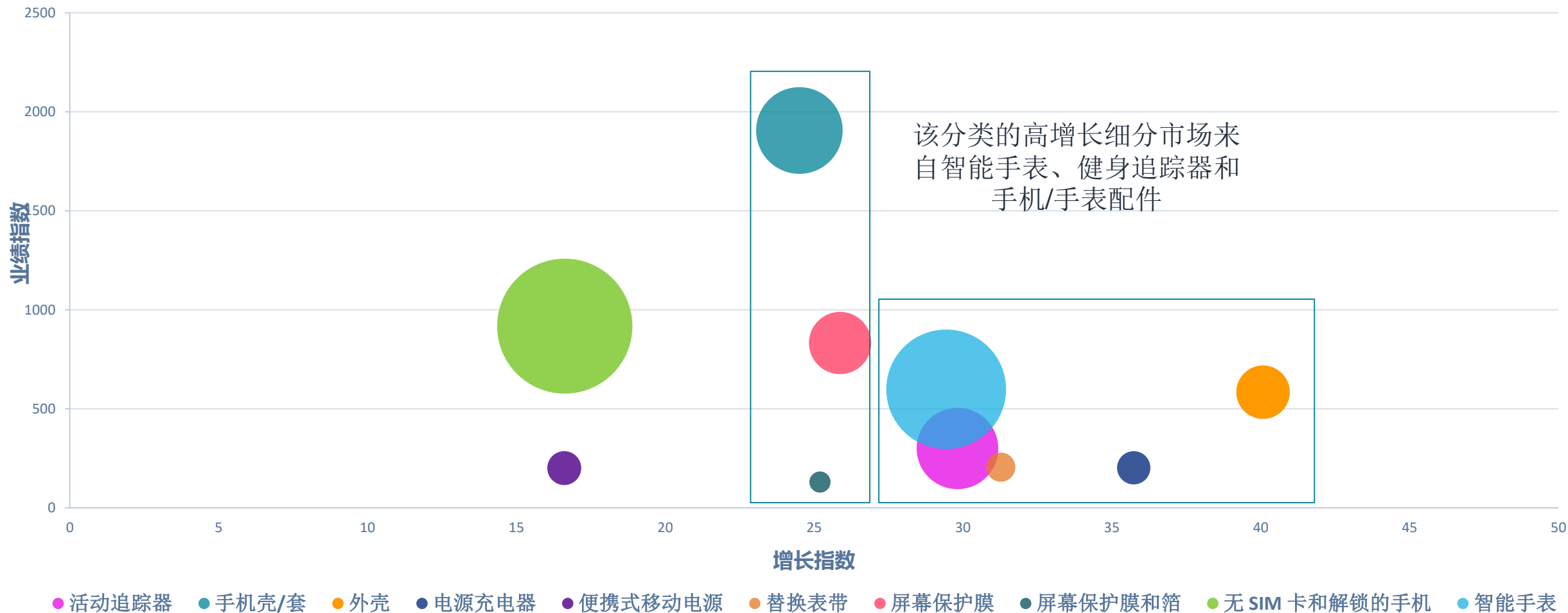
在销售方面，智能手表和活动跟踪器在该分类中占据主导地位。高增长商品包括手机壳和手机/手表配件（充电器、替换表带）。

资料来源：

1. 2021 年 1 至 12 月亚马逊新加坡商城内部数据
2. IPSOS 新加坡消费者调研，2021 年

商品分类聚焦：

智享生活/无线产品：按销售业绩指数和增长指数划分的商品类型



1.销售业绩是基于亚马逊新加坡商城 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数等数据来衡量的

2.增长表现是基于 2020 年与 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数的同比变化来衡量的

3.气泡大小反映了与同类其他商品相比的指数化收入

版权所有 © 2022 Amazon.com, Inc. 或其附属公司。Amazon、Amazon.sg、Prime 和相关徽标是 Amazon.com, Inc. 或其附属公司的商标

商品分类聚焦： 个护健康



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察

资料来源：

1. Statista, 2020 年：
<https://www.statista.com/statistics/1129612/singapore-main-products-frequently-bought-from-e-commerce-sites-covid-19/>
2. 亚洲新闻台, 2021 年：
<https://www.channelnewsasia.com/watch/145-new-gyms-opened-last-six-months-increase-membership-sign-ups-others-video-2008126>

推动此分类增长的关键趋势

个人和公共卫生：佩戴口罩的要求和对 COVID 19 新变种病毒的警惕将使消费者对个人卫生和保健品持续保持高需求。2020 年疫情初起时，个人卫生用品销量暴涨，成为新加坡网上购买频率第二高的商品¹

健身和健康意识：

尽管新加坡国土面积很小，但在疫情的进一步刺激下，新加坡民众非常注重健康。即使在 2021 年上半年的疫情期期间，新加坡也涌现出 176 家新健身房，对健身房会员的需求在不断增长²。其所产生的溢出效应还会影响到补充剂、维生素以及健康秤需求。



商品分类聚焦： 个护健康



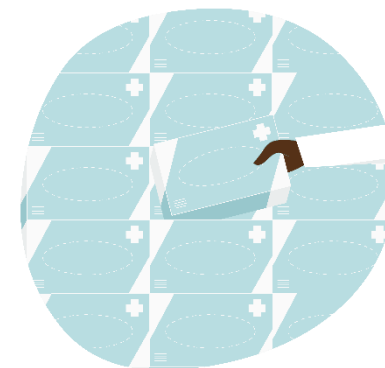
值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察

资料来源：

1. Statista, 2020 年：
<https://www.statista.com/statistics/1129612/singapore-main-products-frequently-bought-from-e-commerce-sites-covid-19/>
2. 亚洲新闻台, 2021 年：
<https://www.channelnewsasia.com/watch/145-new-gyms-opened-last-six-months-increase-membership-sign-ups-others-video-2008126>

热门商品

- 织物/布制口罩
- 餐具洗涤剂
- 一次性尿布
- 草本补充剂
- 洗涤液
- 外科口罩
- 健康秤
- 香薰机
- 卫生纸
- 维生素

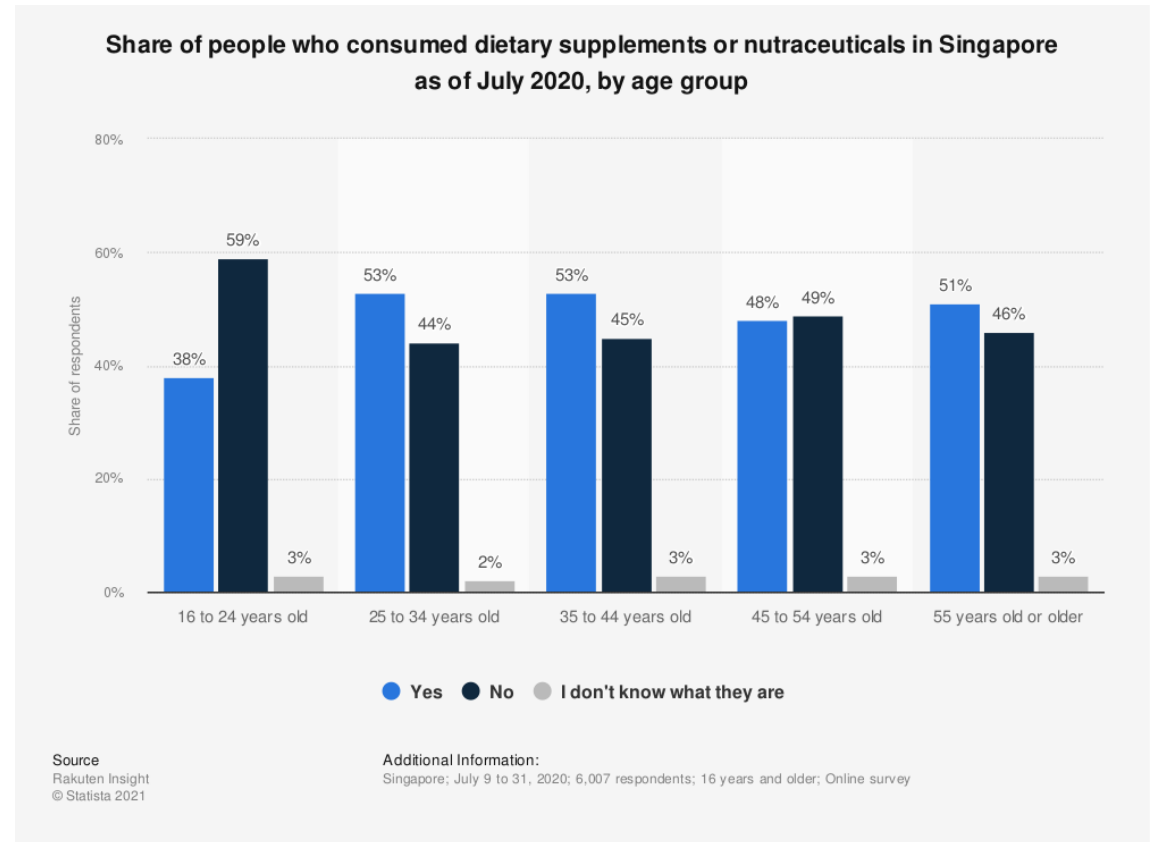


amazon.sg

维生素、织物口罩、清洁洗涤剂和卫生纸构成了该分类增长和业绩的主要部分。

在新加坡，所有年龄段的人都会服用补充剂。

您知道吗？



资料来源：

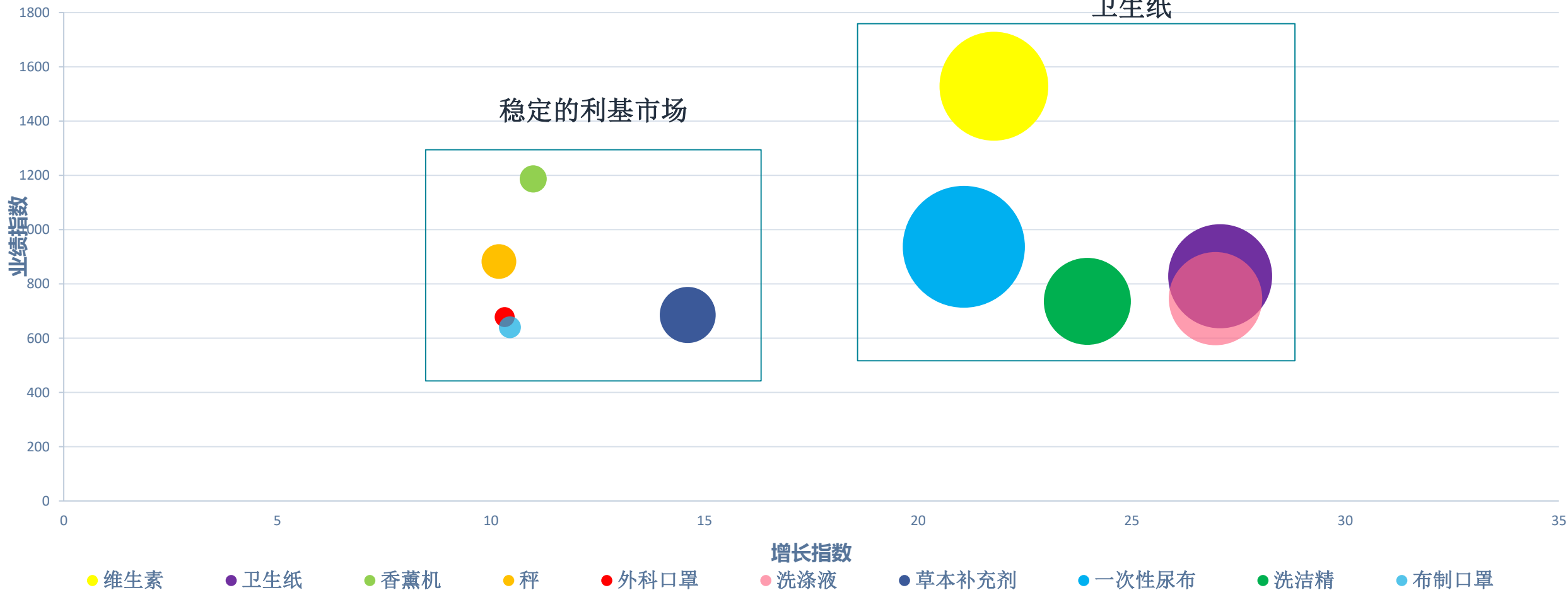
1. Rakuten, 2020年: <https://insight.rakuten.com/inquiry/>

2. Statista, 2020年: 2,974名受访者; 16岁及以上; 在服用膳食补充剂的1,779名女性和1,195名男性受访者中; 在线调查

- 在25至34岁和35至44岁两个年龄段的受访者中，均有53%的人表示服用了膳食补充剂（维生素或草本补充剂）¹
- 64%的男性和67%的女性每天服用补充剂

商品分类聚焦： 个护健康：新加坡的行业格局

高增长的个人护理商品巨头包括维生素、织物口罩、清洁洗涤剂 and 卫生纸



- 1.销售业绩是基于亚马逊新加坡商城 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数等数据来衡量的
- 2.增长表现是基于 2020 年与 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数的同比变化来衡量的
- 3.气泡大小反映了与同类其他商品相比的指数化收入

商品分类聚焦：
美妆用品



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察

推动此分类增长的关键趋势

开放社交活动：从 2022 年 1 月起，新加坡将不再将居家办公默认为常态，这可能会推动彩妆类商品的增长，而护肤品在经历了 2021 年健康趋势洗礼之后已达到了一个新的水准。

推动需求的 5 大关键美容趋势：

- 清洁美容
- 含有亚洲成分的商品/韩式美妆
 - 独立品牌
 - 特定的护肤需求
 - 男士护肤品

资料来源：

1. 亚洲新闻台，2022 年：
<https://www.channelnewsasia.com/singapore/work-home-return-office-1-jan-vds-2378516>

值得关注的新加坡美容行业趋势



特定的皮肤需求

自疫情以来，与戴口罩相关的痤疮和皮肤问题有所增加。消费者对富含益生菌和维生素的护肤品的兴趣增大。



男士护肤品

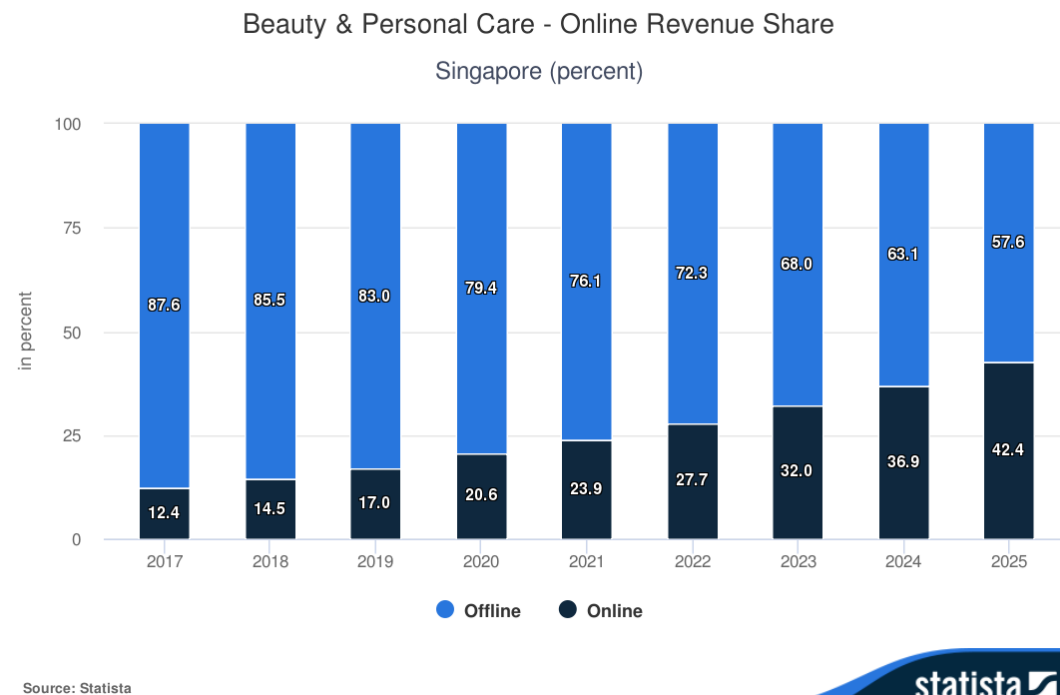
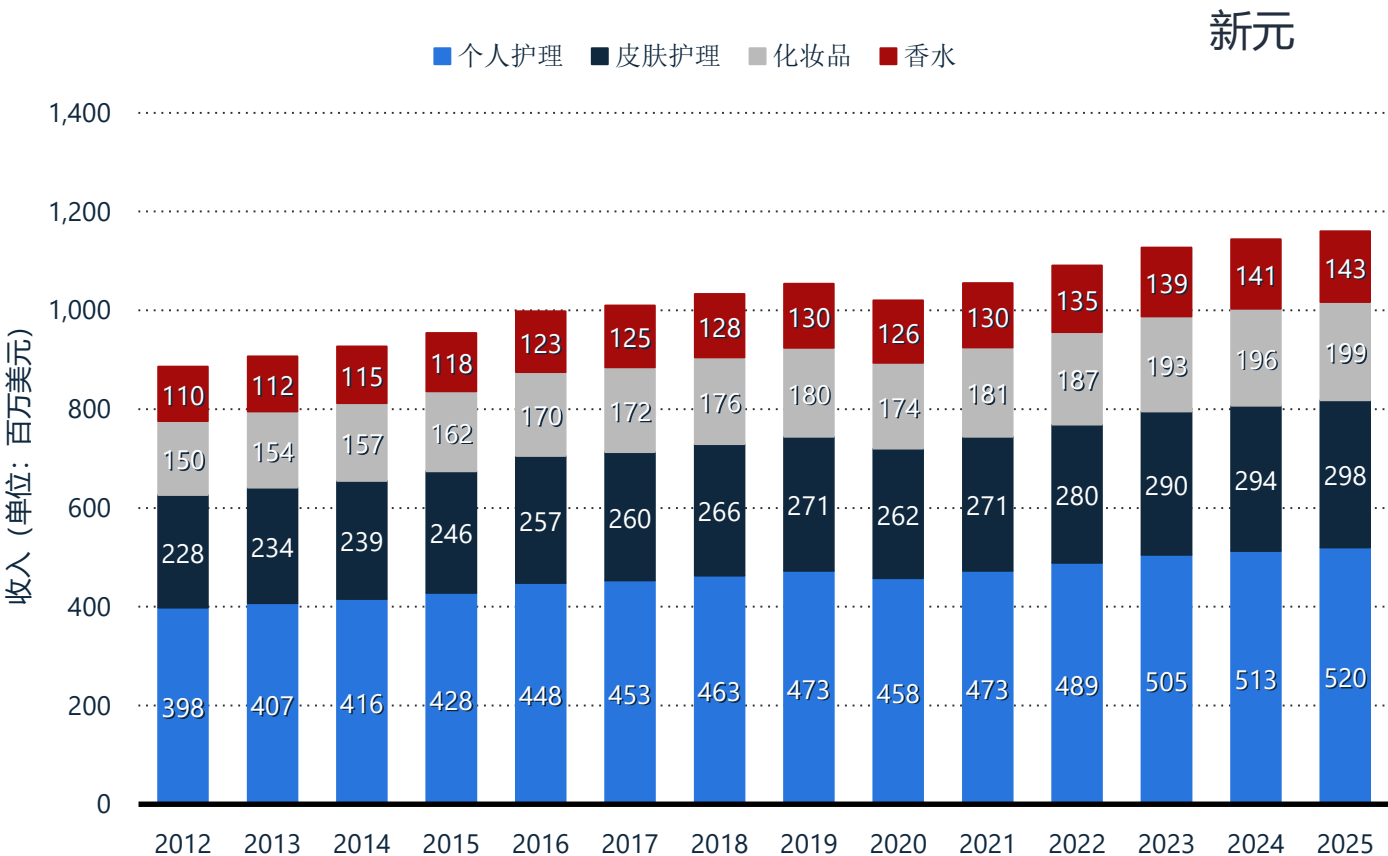
男性在护肤品上的支出越来越多，一些人在美容方面的支出高达每月 296 美元

资料来源：国际贸易管理局，2021 年：<https://www.trade.gov/market-intelligence/singapores-beauty-and-personal-care-market>

商品分类聚焦：

美妆用品：新加坡的行业格局

新加坡的美容类商品增长因疫情影响在 2020 年有所下降，但仍实现了同比增长。尽管美容化妆用品的增长趋势在很大程度上依赖于办公室和社交活动的逐步开放，但在线增长态势仍然强劲，到 2025 年，预计在线收入份额将达到 42.4%。新加坡购物者是高端购物者，大多数人每次购物在护肤品上的花费为 50 至 199 新元。60% 购物时在化妆品上花费 50 至 199 新元



资料来源：Statista 消费者市场展望；Statista；ID 1222662

版权所有 © 2022 Amazon.com, Inc. 或其附属公司。Amazon、Amazon.sg、Prime 和相关徽标是 Amazon.com, Inc. 或其附属公司的商标

amazon.sg

商品分类聚焦： 美妆用品



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察

热门商品

- 剃毛器
- 面霜
- 面部保湿霜
- 洗面奶
- 生发护理用品
- 乳液
- 口罩
- 精华液
- 洗发水
- 青春痘护理用品



amazon.sg

该类别在 2021 年以护肤和护发产品为主。鉴于更多新加坡客户可能会在 2022 年重返办公室、旅行和社交活动，因此化妆品可能会卷土重来。

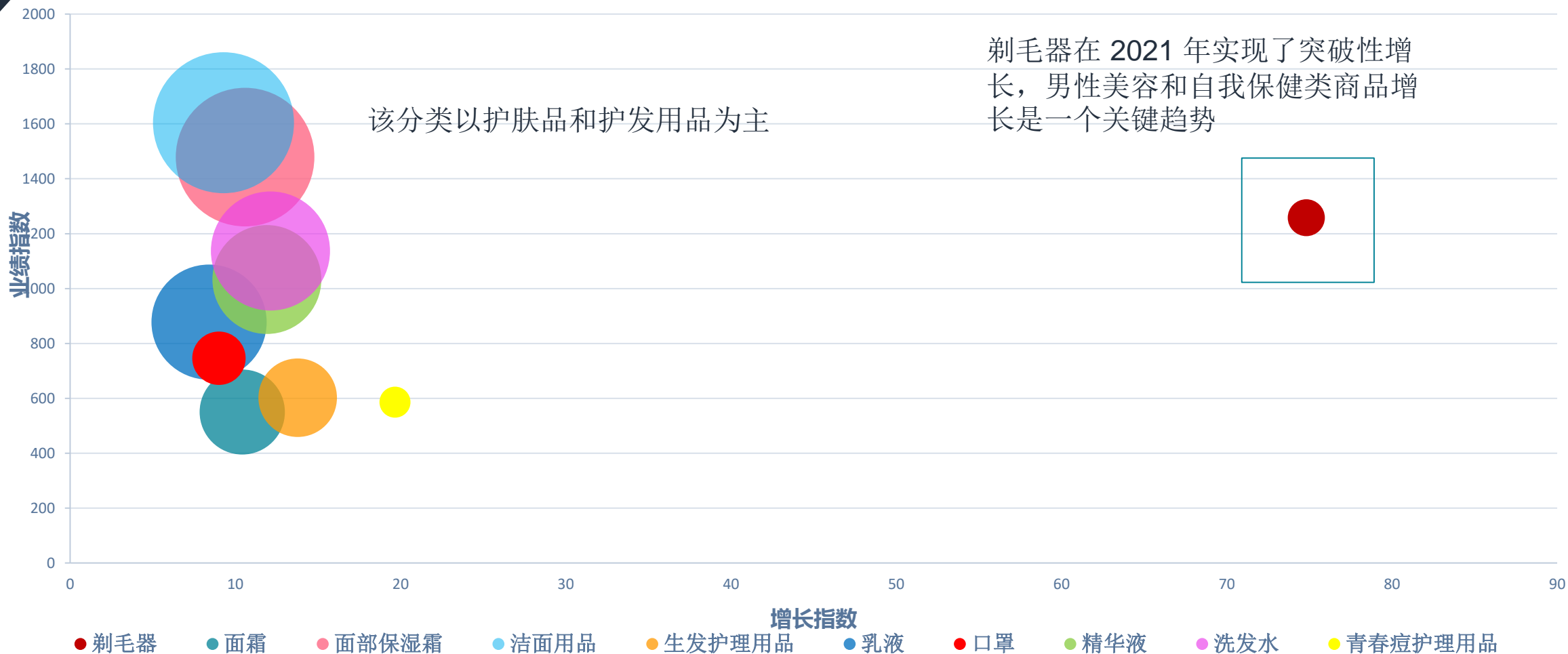
购买护肤品和美容产品的前 3 大驱动因素是：1) 优惠和折扣 2) 其他人的推荐 3) 想要尝试新品牌²。与其他类别相比，推荐是更强大的购买驱动力，因此卖家应优先考虑为该类别保持积极和有用的评论。

资料来源：

1. 2021 年 1 至 12 月亚马逊新加坡商城内部数据
2. Google 购物研究，2021 年

商品分类聚焦：

美妆用品：按销售业绩指数和增长指数划分的商品类型



- 1.销售业绩是基于亚马逊新加坡商城 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数等数据来衡量的
- 2.增长表现是基于 2020 年与 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数的同比变化来衡量的
- 3.气泡大小反映了与同类其他商品相比的指数化收入

商品分类聚焦：

家居/
家用
商品



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察

推动此分类增长的关键趋势

智能照明：技术进步降低了具有更高能效的 LED 灯的成本。可支配收入的增加也创造了对各种亮度和颜色的 LED 灯的需求。¹

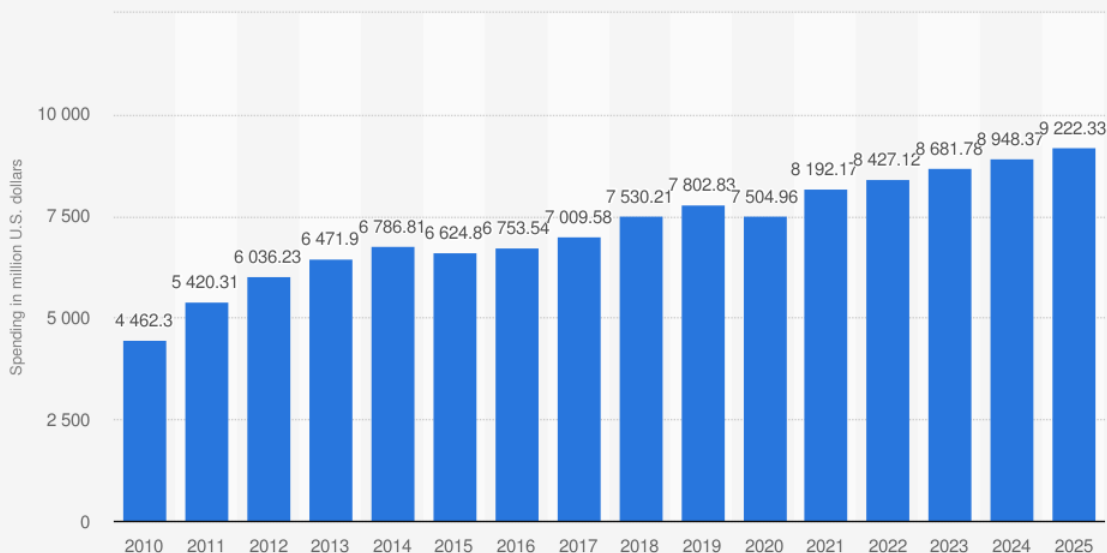
资料来源：

1. Yahoo, 2021 年：<https://sg.news.yahoo.com/smart-lighting-market-growth-trends-162000460.html>

家居用品/日用品：新加坡的行业格局

家庭/家居产品类别是外部驱动的增长类别与在居家办公动向。总体而言，到 2025 年，家用设备和日常维护类别仍有望增加。智能照明解决方案类是一个快速增长的子品类，预计到 2025 年收入将比 2021 年翻一番，年增长率（2022-2025 年复合年增长率）为 19.08%。在照明细分市场，总收入的在线渗透率将从 2021 年的 21.5% 增加到 2025 年的 34.5%。

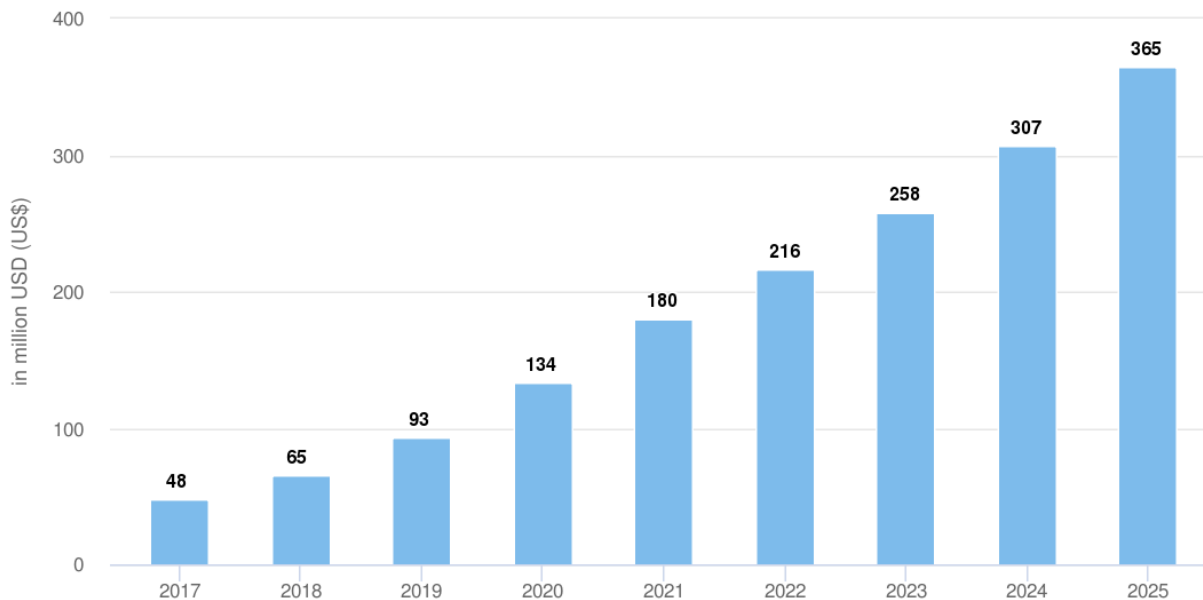
Forecast of the total consumer spending on furnishings, household equipment and routine maintenance of the house in Singapore from 2010 to 2025 (in million U.S. dollars)



Source: Statista © Statista 2021

Additional Information: Singapore; 2010-2019; All values are estimates.

Lamps & Lighting - Revenue Singapore (million USD (US\$))



Source: Statista

statista

商品分类聚焦：

家居/
家用
商品



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察

热门商品¹

- 儿童照明用品
- 台灯
- 种植工具包
- 连帽浴巾
- 室内外两用地毯
- LED 灯带
- 车灯标记
- 镜子
- 夜灯
- 印刷与冲压制品



amazon.sg

照明解决方案在这一分类中占据主导地位。随着居家时间越来越多，室内植物种植工具包成为新晋成员。

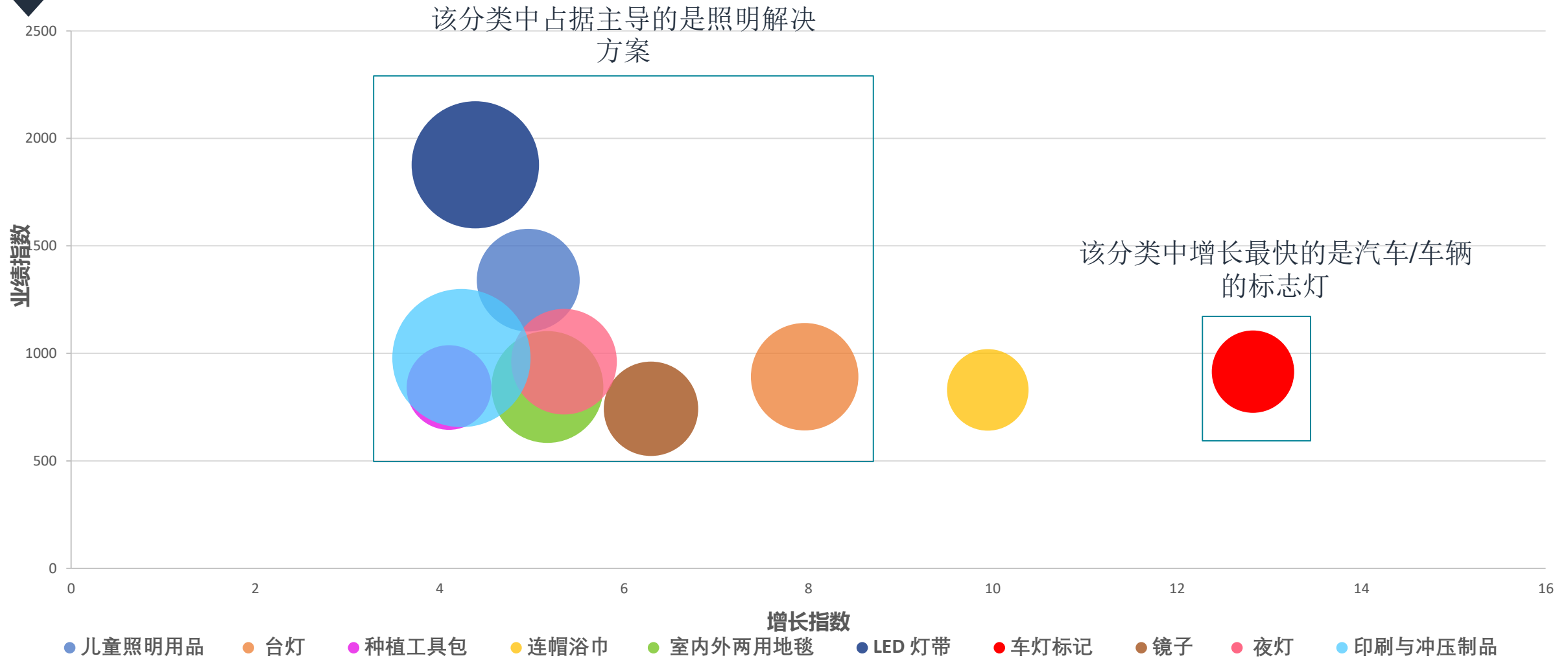
资料来源：

1. 2021 年 1 至 12 月亚马逊新加坡商城内部数据

2. IPSOS 新加坡消费者调研，2021 年

商品分类聚焦：

家居用品/日用品：按销售业绩指数和增长指数划分的商品类型



1.销售业绩是基于亚马逊新加坡商城 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数等数据来衡量的

2.增长表现是基于 2020 年与 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数的同比变化来衡量的

3.气泡大小反映了与同类其他商品相比的指数化收入

版权所有 © 2022 Amazon.com, Inc. 或其附属公司。Amazon、Amazon.sg、Prime 和相关徽标是 Amazon.com, Inc. 或其附属公司的商标

商品分类聚焦：

厨房用品

值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察



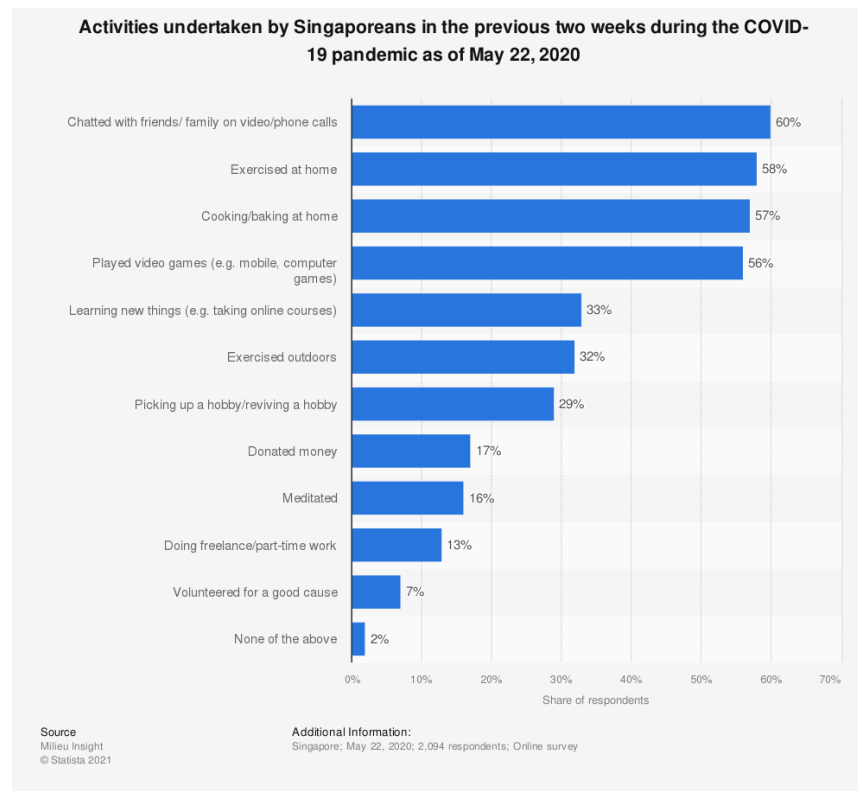
推动此分类增长的关键趋势

热情满满的家庭厨师：由于封锁限制，大多数新加坡人都在寻找不同以往的娱乐方式，包括学习新技能 (33%) 或研究烹饪/烘焙 (57%)。¹ 2022 年，随着更多新加坡员工回归职场（从 2022 年 1 月起增加到 50%），这些爱好或可带来新的增长潮流。

资料来源：

1. Statista, 2021 年

疫情期间，厨房用品类商品越来越受欢迎，有 57% 的新加坡人在封锁隔离期间在厨房里大展拳脚，58% 的人选择居家锻炼。随着越来越多的人因混合办公安排而返回职场，这些爱好可能会在 2022 年形成一种新的常规购买模式。



商品分类聚焦：

厨房用品



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察

热门商品¹

- 烧烤钳
- 酱料刷
- 衬衣和衬衫
- 晾架
- 食物和菜肴运输用品
- 软管卷盘
- 替换滤芯
- 磨刀石
- 运动水壶
- 补充剂摇摇杯



amazon.sg

就销售业绩指数而言，运动水壶在这一分类中占据主导地位。高增长商品包括食物和菜肴运输用品以及烧烤钳等烹饪配件。

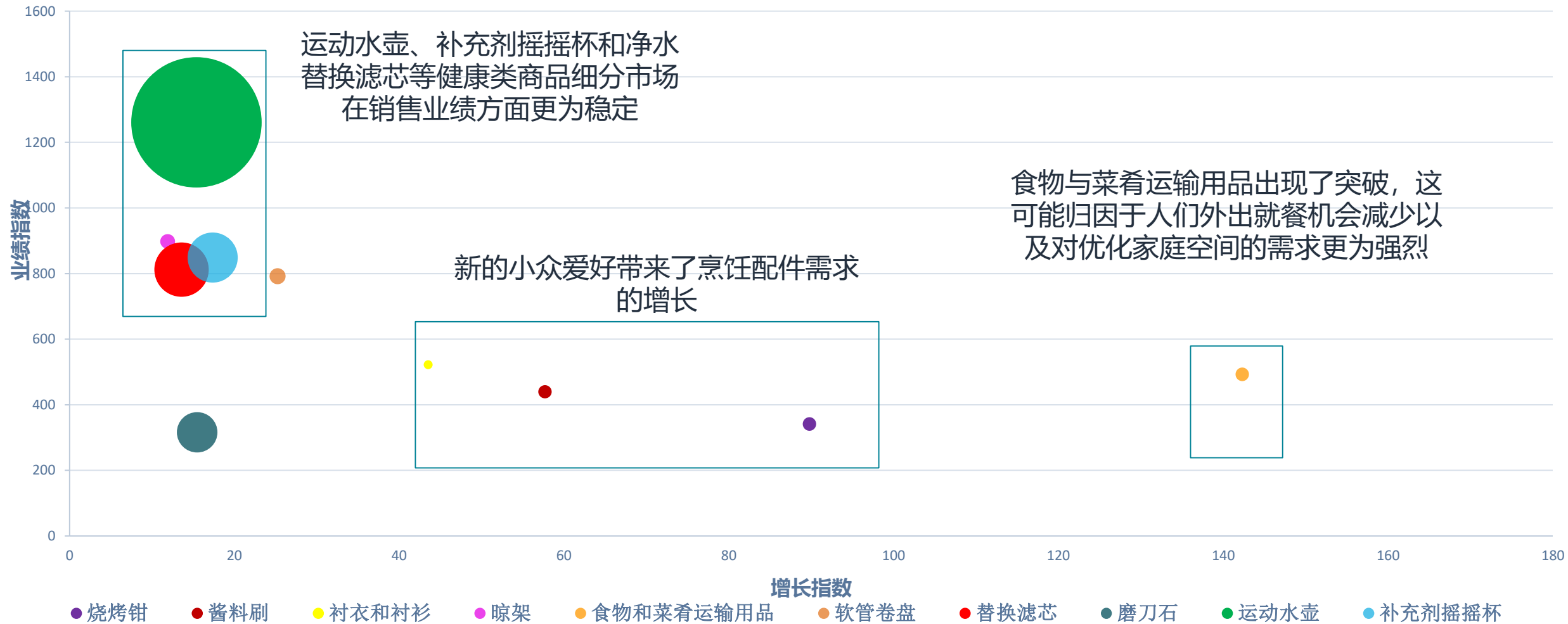
资料来源：

1. 2021年1至12月亚马逊新加坡商城内部数据

2. IPSOS 新加坡消费者调研，2021年

商品分类聚焦：

厨房用品：按销售业绩指数和增长指数划分的商品类型



1.销售业绩是基于亚马逊新加坡商城 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数等数据来衡量的

2.增长表现是基于 2020 年与 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数的同比变化来衡量的

3.气泡大小反映了与同类其他商品相比的指数化收入

版权所有 © 2022 Amazon.com, Inc. 或其附属公司。Amazon、Amazon.sg、Prime 和相关徽标是 Amazon.com, Inc. 或其附属公司的商标

商品分类聚焦：
电子产品



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察



推动此分类增长的关键趋势

居家办公/混合办公：

从 2022 年 1 月起，许多上班族将享有灵活安排在办公室或是居家办公的福利，多达 50% 的人将回到办公室¹

家庭娱乐：

2022 年第一季度已开放旅游线路但有所限制，因此家庭娱乐趋势可能会持续下去，音乐和游戏娱乐也会推动对耳麦的需求。

资料来源：

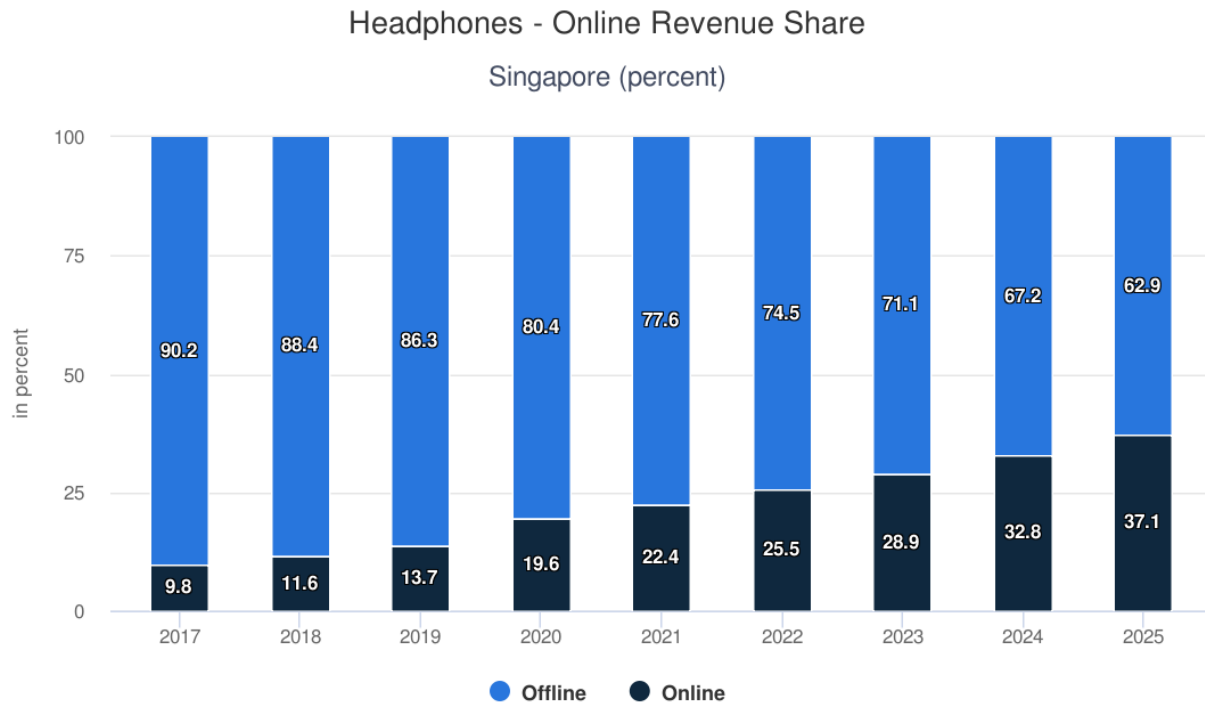
1. 亚洲新闻台，2022 年：

<https://www.channelnewsasia.com/singapore/work-home-return-office-1-jan-vds-2378516>

商品分类聚焦：

电子产品：新加坡的行业格局

疫情带来的居家办公趋势推动了电子产品分类的增长。随着越来越多的公司鼓励混合办公，对家庭办公配件、电缆管理和耳机等设备的需求可能会形成一种新潮流。就耳机而言，到2025年，预计在线收入份额将增长到总收入的37%。



Source: Statista

statista

随着新加坡游戏娱乐的增长，用作游戏配件的耳麦和耳机带来了不容错过的机遇。41%的新加坡玩家每天都会玩游戏，据报道，受新冠肺炎疫情影响，51%的玩家在游戏上花费更多。

资料来源：Statista，2021年；

版权所有 © 2022 Amazon.com, Inc. 或其附属公司。Amazon、Amazon.sg、Prime 和相关徽标是 Amazon.com, Inc. 或其附属公司的商标

amazon.sg

商品分类聚焦：
电子产品



值得关注的主要趋势和新加坡消费者洞察

热门商品¹

- 适配器
- 连续输出照明
- 以太网电缆
- 延长线
- 耳麦
- 入耳式耳机
- 闪电数据线
- 覆耳式耳机
- 电源插座和电涌保护器
- USB 数据线



amazon.sg

在销量方面，耳麦和覆耳式耳机在这一分类中占据主导地位。高增长商品包括电源插座和电涌保护器。

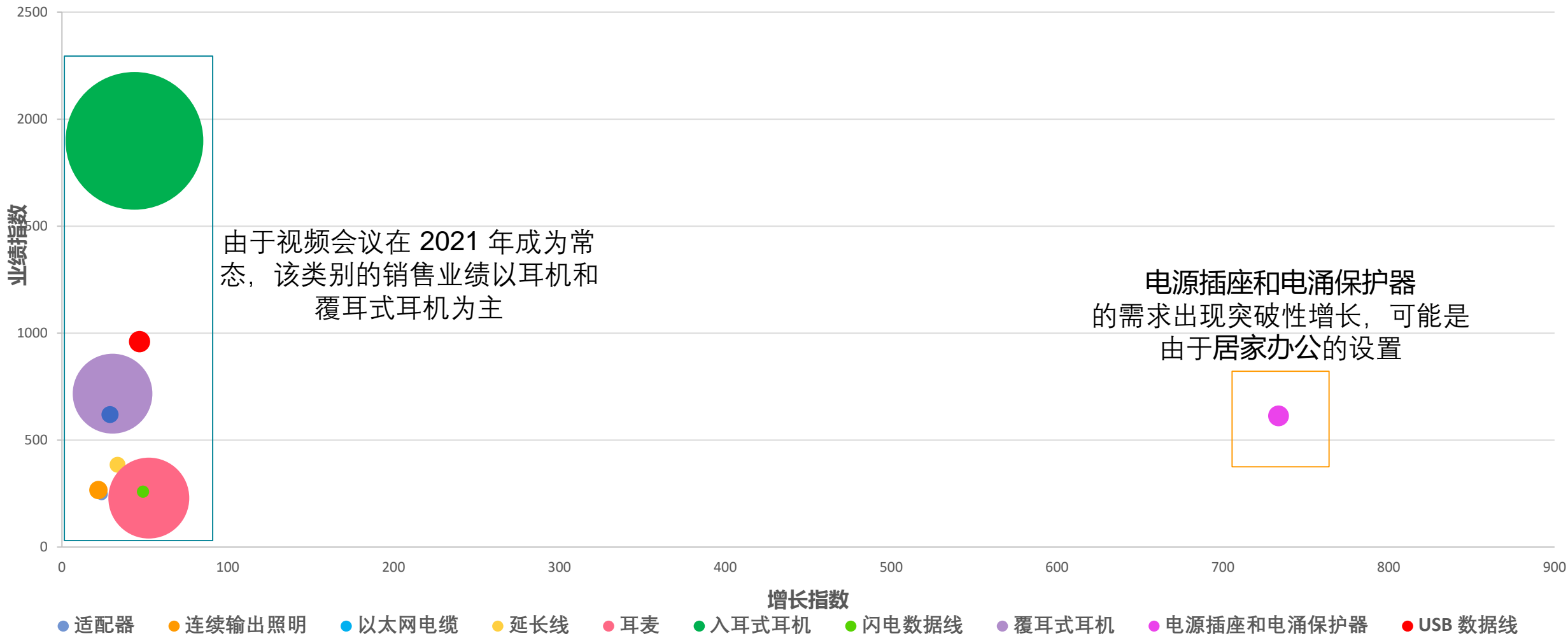


资料来源：

1. 2021年1至12月亚马逊新加坡商城内部数据

商品分类聚焦：

电子产品：按销售业绩指数和增长指数划分的商品类型



1.销售业绩是基于亚马逊新加坡商城 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数等数据来衡量的

2.增长表现是基于 2020 年与 2021 年 1 至 12 月的销售额、销售量和产品展示次数的同比变化来衡量的

3.气泡大小反映了与同类其他商品相比的指数化收入

版权所有 © 2022 Amazon.com, Inc. 或其附属公司。Amazon、Amazon.sg、Prime 和相关徽标是 Amazon.com, Inc. 或其附属公司的商标