

PART THREE

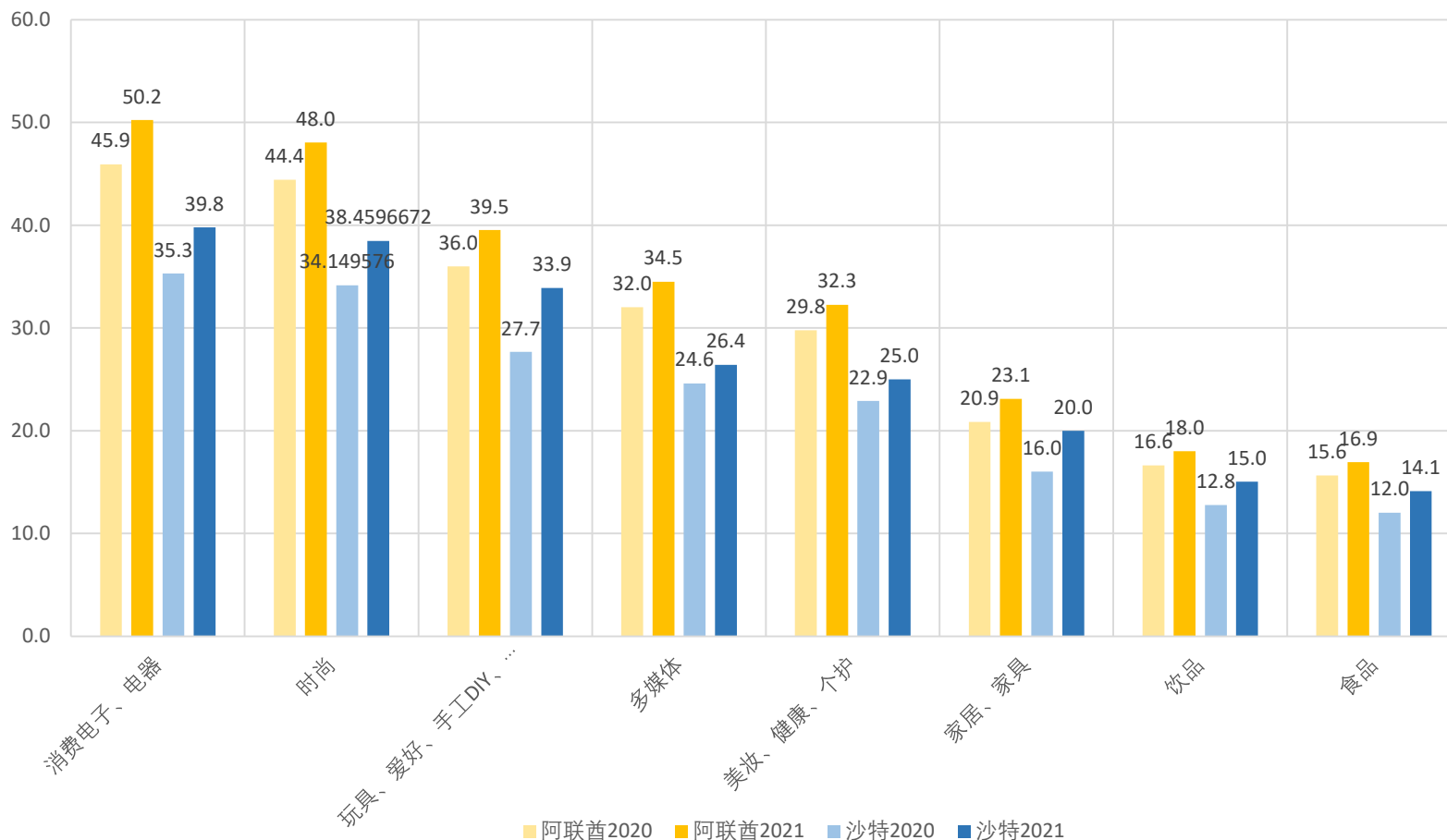
中东站2023 热销品类指南

亚马逊全球开店
amazon global selling

共创全球品牌新格局

各大零售类目的电商渗透率稳步增长，最多消费者愿意上网购买消费电子、电器&时尚品类

2020-2021年零售类目网购渗透率



类目分类说明：

消费电子、电器包含：消费电子产品&家用电器；

时尚包含：服饰、鞋靴、配饰；

玩具手工包含：爱好&文具、玩具&婴儿用品、运动&户外手工DIY、花园、宠物

多媒体包含：书籍、影视、音乐、游戏

美妆个护包含：个人护理、健康、美容护理、家庭护理

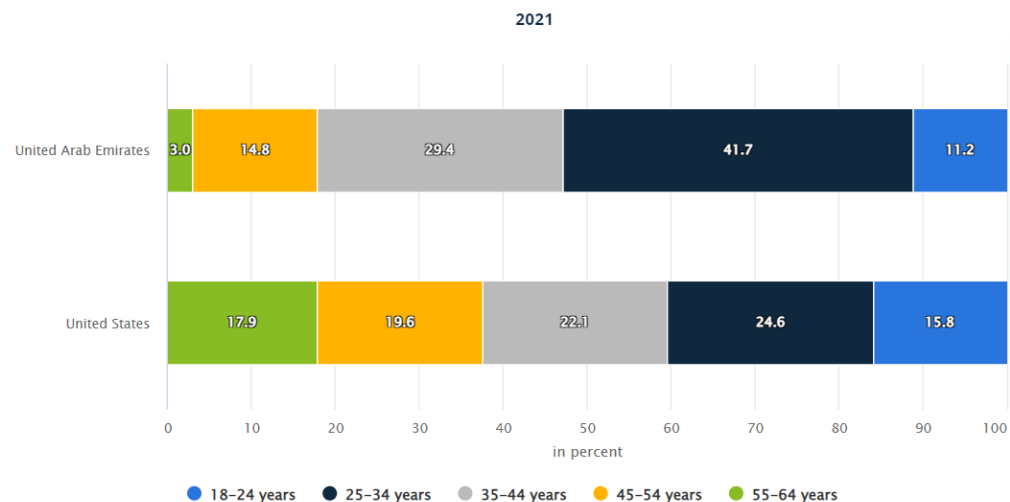
家居家具包含：家居装饰、家具、地板

阿联酋网购消费者画像

阿联酋网购用户画像：中高收入的年轻男性

网购消费群体年轻化

相较于美国网购群体，阿联酋网购消费者群体更为年轻，18-34岁占比超过50%，较美国高出10%

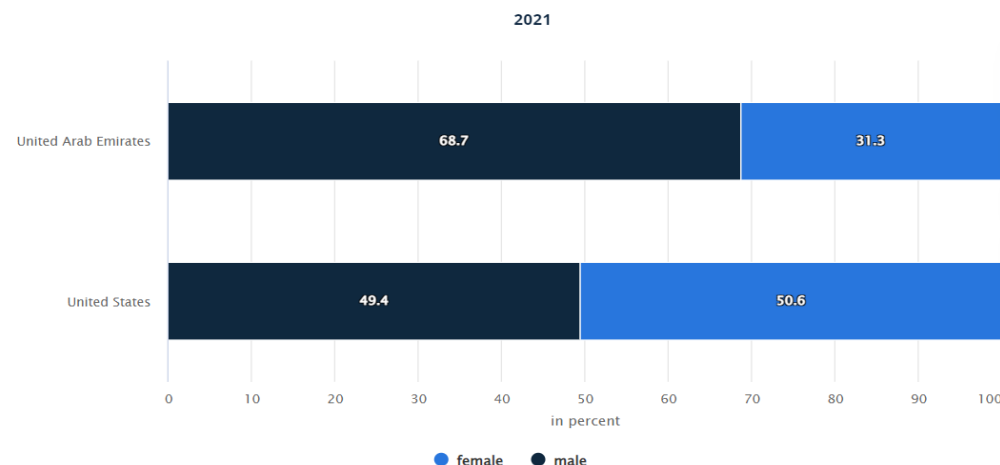


*数据来源:

<https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/united-arab-emirates?currency=USD>
(2021年用户数据)

网购消费者以男性为主

阿联酋68.7%的网购消费者为男性，较美国高出18%

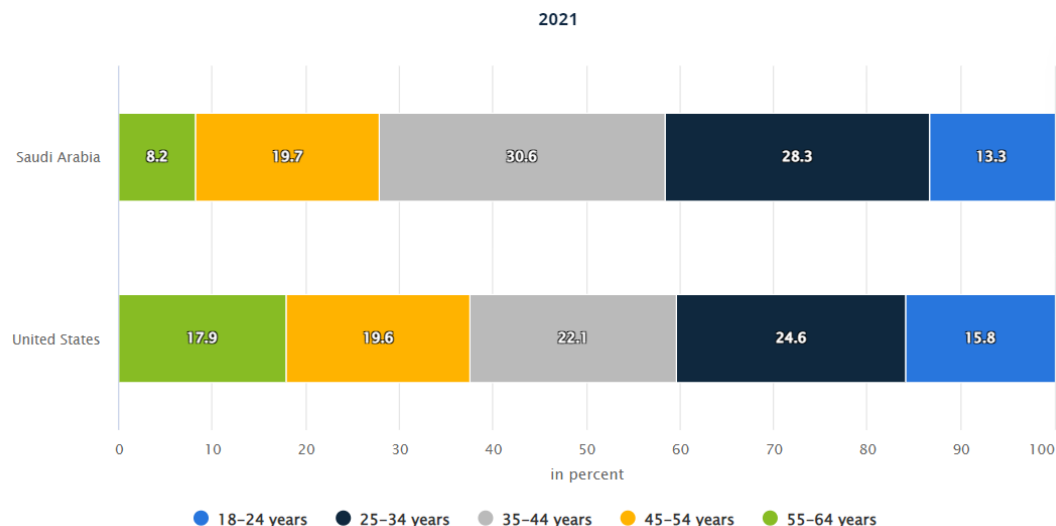


沙特网购消费者画像

沙特网购用户画像：中高收入的中年男性

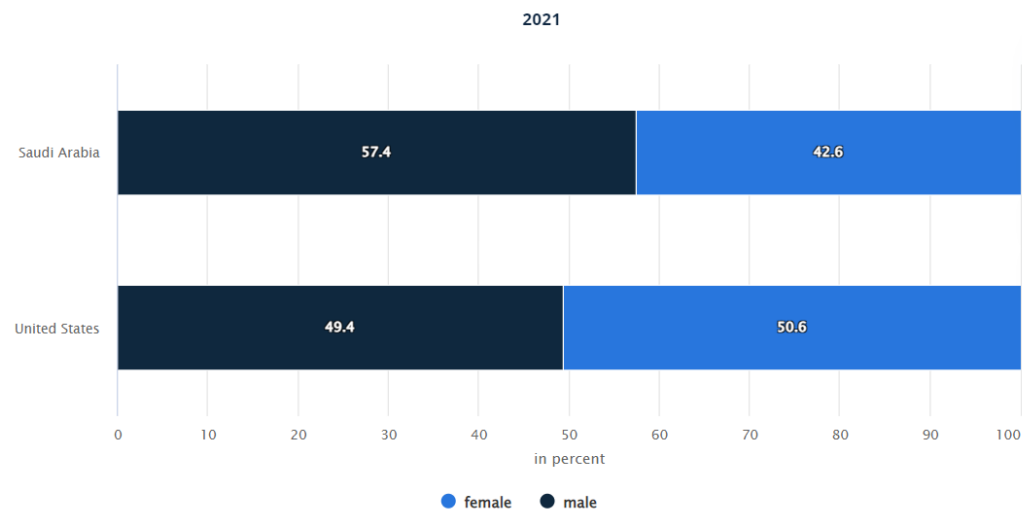
网购消费群体年轻化

相较于美国网购群体，沙特网购消费者群体更为年轻，35-44岁占比超过30%，较美国高出8%



网购消费者以男性为主

沙特57.4%的网购消费者为男性，较美国高出8%



*数据来源:

<https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/united-arab-emirates?currency=USD>
(2021年用户数据)

品类	热卖产品
电脑/笔记本	平板电脑、笔记本电脑、投影仪、显示屏、内存条、鼠键组合、显卡、固态硬盘
电子及配件类产品	头戴式耳机、入耳式耳机、电视、便携式蓝牙音箱、智能手表、HDMI线、USB数据线、支架、智能手表替换表带
无线消费电子类产品	智能手机、手机外壳&保护膜、移动电源(充电宝)、充电器(墙壁插入式&USB适配)
办公用品	打印机墨盒、马克笔、白板、文件夹、标签机
照相摄影器材	单反相机、数码相机、灯光套件、摄影三脚架、电脑望远镜
乐器	音频混合器、USB音频接口、壁挂式麦克风麦克风支架、便携录音机、多功能录音设备

重点选品推荐

- 18-44岁客户群为主
- 男性为主
- 当地娱乐活动较少，购物成主流消遣方式

热销子品类

- 1) PC及配件
- 2) 电子及配件类产品
- 3) 无线消费电子类产品

01 投影仪



消费者关注

分辨率；与电脑兼容性；音频效果，灯泡耐久度

价格参考

300-500 USD

认证要求及其他

CE认证

02 无线蓝牙耳机



消费者关注

入耳式；舒适度；蓝牙连接稳定性；续航时间

价格参考

50-75 USD

认证要求及其他

CE认证；FBA发货-电池认证（如：SDS）

03 移动电源



消费者关注

电池容量；充电功率；安全性

价格参考

25-40 USD

认证要求及其他

CE认证；FBA发货-电池认证（如：SDS）

消费电子品类 前10爆款产品	智能手机	笔记本电脑、平板电脑	投影仪	显示屏	移动电源
	固态硬盘	手机壳、保护膜	蓝牙便携音响	智能手表	无线耳机

品类	热卖产品
家居家具	空气净化器、灯具、家居装饰、台灯、夜灯、触控式台灯、装饰灯、LED灯、床品、床垫相关家具
厨卫用具	手持式吸尘器、熨斗、烘焙纸、空气炸锅、扫地机器人、除湿机、吊顶风扇、咖啡机、电水壶、搅拌器、电动搅拌器、厨房地垫
工具及附件耗材	手持电筒、花洒、游泳池清洁设备、指纹锁、汽车加湿器、精密螺丝刀套件
户外/运动	球拍、心率测量器、室内自行车、瑜伽垫、家庭健身房设备、阻力带、滑板、游泳护目镜及游泳帽、健身包
家具	床、床垫、办公椅、餐桌椅、电竞椅、书桌、咖啡桌、笔记本电脑桌、沙发
汽配/轮胎	汽车配件、蓝牙配件、Aux接口适配器、汽车电池充电器、胎压监测器、汽车吸尘器、挡风玻璃、汽车座椅配件、紧急闪光灯
玩具	玩具赛车、棋盘游戏、儿童服饰、积木、芭比娃娃、磁铁、遥控机器人
户外花园用品	防紫外防护伞、花园浇水设备、灭虫灯、灌溉系统、窗户清洗套件、太阳能手电筒

重点选品推荐

- 疫情带来的巨大变化使大部分人居家办公，家居类产品迅速发展
- 玩具品类在中东市场总量排名第三，需求高，增速快，潜力大

热销子品类

- 1) 厨房类
- 2) 玩具类
- 3) 家具类

01 空气炸锅



消费者关注

操作方便；炸锅容量大小；食谱选择

价格参考

50-150 USD

认证要求及其他

CE认证；FBA发货-电池认证（如：SDS）

02 棋盘游戏



消费者关注

趣味性；互动性；适龄儿童玩具

价格参考

25-40 USD

认证要求及其他

CE认证；符合GCC儿童玩具法规的
EU Declaration of Conformity/ECAS证书/ILAC出具的测试报告/ G标志证书四选一

03 电竞椅



消费者关注

舒适性，可多角度躺后仰，可调节高度

价格参考

70-200 USD

认证要求及其他

无

家居及硬件设施品类 前10爆款产品	扫地机器人	积木	LED灯带	空气炸锅	手持吸尘器
	LED 灯泡	桌椅	午餐盒	收纳容器	熨斗

品类	热卖产品
美妆	香水、脱发及护发产品、牙线、无线水牙线
健康与个人护理	面膜、身体乳、足部按摩机、蓝牙体脂秤
个人护理电器	理发器、非接触式红外i温度计、剃须刀及修剪器
宠物用品	猫粮、猫砂宠物电吹风、电苍蝇拍、宠物配件

重点选品推荐

- 中东消费年轻人占比较大，对于个护美妆需求逐年提升

热销子品类

- 1) 美妆类
- 2) 个护类
- 3) 宠物类

01 香水



消费者关注

香味，便携性

价格参考

75-100 USD

认证要求及其他

产品包装图片

沙特站需要SASO SABER认证

02 直发器



消费者关注

功率，实用性

价格参考

40-45 USD

认证要求及其他

CE认证

03 猫粮



消费者关注

配料，健康性

价格参考

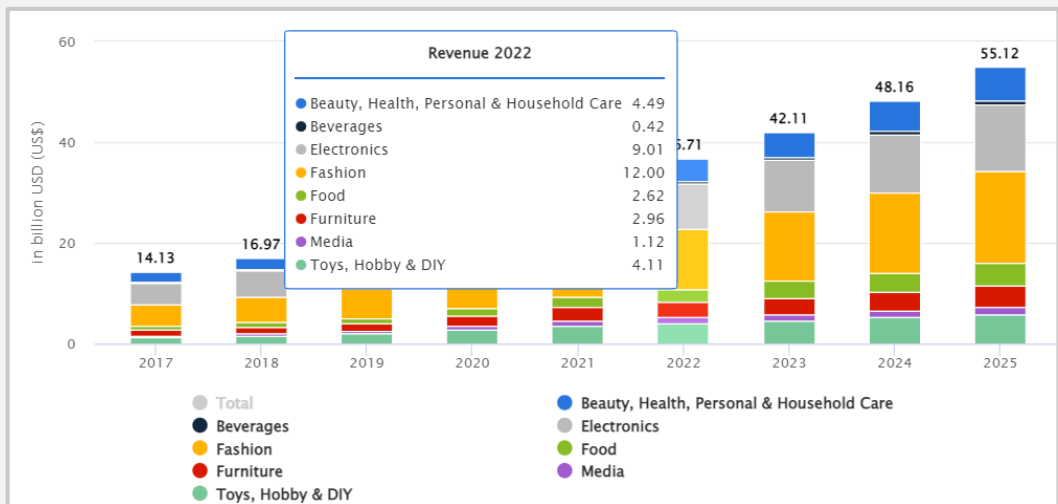
40-45 USD

认证要求及其他

无

美妆个护品宠物类 前10爆款产品	香水	洗发水	复合维生素	洗面奶	面霜
	身体乳	直发器	吹风机	猫粮	猫砂

中东市场电商规模，时尚占比第一



Category	Average Revenue
Beauty, Health, Personal & Household Care	358.20
Beverages	39.04
Electronics	422.40
Fashion	936.80
Food	188.40
Furniture	554.30
Media	182.70
Toys, Hobby & DIY	434.60

Category	Average Revenue
Beauty, Health, Personal & Household Care	240.20
Beverages	9.81
Electronics	222.10
Fashion	255.10
Food	58.20
Furniture	39.41
Media	15.25
Toys, Hobby & DIY	72.87

电商发展迅速 GCC六国2022年电子商务规模约367亿美元，对比21年增长15%；

时尚类目占比大 时尚类目占比33%，约120亿美元，占据类目第一，其次是消费电子，家具家居和玩具；

人均消费 沙特人均年消费额达\$532，时尚品类人均年消费\$255，类目第一；阿联酋人均年消费额达\$1827，时尚品类人均年消费\$936，类目最高。

女士时尚热卖品类

热卖产品及品类

Customer Insights - Top Product Types - Apparel

内衣 长裤 T恤 太阳眼镜 泳衣 内裤 裙子 汗衫 袜子 帽子	短裤 睡衣 贸易 外套 短裙 西服外套 紧身连体裤 双肩背包	运动套装 无袖外衣 束腹带 内衣 工作服 围巾 紧身裤 皮带 束腰带	夹克 拖鞋 纱丽服 外套 衬衣 首饰 套装 床上用品 眼睛框架 凉鞋	手提包 钱包 外套 睡衣 发夹 眼镜 宽松裤套装
---	--	---	--	---

男士时尚热卖品类

热卖产品及品类

消费者洞察-热卖产品类型-男士时尚品类

Polo衫 运动短裤 男士平角游泳裤 帽衫 T恤 帽子 下身服饰 袜子 贸易 运动向官府是 田径套装 塑形衣 休闲衬衫 针织衣物 上身 混合装扮 眼镜框	球袜及其他 Polo衫 混合装扮 运动服饰 男士衬衫 短裤 夹克 睡衣套装 传统西服 皮带 男士短裤 游泳装备 山地车套装 针织衣物	男士运动套装 工作服沙滩短裤 帽子 中性服饰 袜子 连裤衫 经典套装 眼镜 时尚配件	男士夹克 Polo衫 配件 茅山 保暖套装 下装 山地车套装 儿童男装 休闲夹克Tees 休闲童装 长款打底裤 足球服饰	足球服饰 眼睛框架 休闲服饰 长裤 皮带 短裤 汗衫 裙装 休闲童装 男士配件 传统皮具
---	--	---	--	---

重点选品推荐

- 对时尚品类的需求不亚于任何欧美国家
- 快时尚今年深受中东女性喜爱

热销子品类

- 1) 服饰类
- 2) 鞋类
- 3) 手表类

01 袜子



消费者关注

材质（棉质）；耐磨

价格参考

5-20 USD

认证要求及其他

无

02 运动鞋



消费者关注

舒适度；耐磨度；轻便性

价格参考

15-50 USD

认证要求及其他

无

03 手表



消费者关注

时尚；款式多样

价格参考

15-50 USD

认证要求及其他

无

消费电子品类 前10爆款产品	手表	运动鞋	拖鞋	背包	项链
	手表配件	发带	皮夹	上衣	袜子

中东时尚品类风格偏好

- **颜色**上，中东人最喜欢**纯色**，比如白色、灰色、咖啡色、黑色、绿色以及**金光闪闪的色调**
- **包装**上，商品的包装要精美，最好不要出现中文，需要注意的是包装上女性着装不能太暴露
- **服装**上，面料多以棉麻、雪纺、化纤等**轻薄**的材料为主；除穿着长袍，日常女性穿搭也非常**时尚**，款式多样，追求**潮流风格**
- **首饰**上，女性偏好**珠光宝气、款式夸张**的风格；男性则偏好**皮革元素**；
- **鞋子**上，中东人偏爱**凉拖**（甚至常年四季都是夹脚凉拖）



门槛低

人口普遍年轻化，服饰鞋子类
市场大，门槛最低

服饰类目，内衣及上下装 TOP 3 销量



内衣

四季款品类最为热销，更注重舒适度



上装

真“快消”品类，款式迭代速度快



下装

访问量好，增速快，客单价相对更高

增速快

眼镜，手表，珠宝和箱包等高
增速产品，潜力最大

鞋靴类目 TOP 3 销量



跑鞋

基本纯色款热销，喜好知名品牌



拖鞋人字拖

天气常年炎热，拖鞋必备



一脚蹬

简洁方便，舒适偏好家居风

蓝海市场

阿联酋男士用品，儿童服饰，
蓝海市场，指数增长

箱包类目 TOP 3 销量



旅行箱包

基本纯色热销，家庭旅行必备



箱包配件

皮夹卡包等受欢迎，增长幅度高



日常包

大尺寸tote 包受欢迎，喜好简洁款式

卖家经验分享

2019年底入驻中东站，年增长 170%，目前拥有多个类目best seller

站点优势

- 新兴市场扶持力度大，且竞争相较于成熟站点更小
- AE高端消费者群体多，客单价高，利润空间大，年对年增长高

供应链优势

- 稳定的供应链体系
- 完善的物流系统
- 比行业标准更严格的质量检验

运营优势

- 全球布局，资源共享
- 灵活度高，执行力强的运营团队
- 卓越的客户服务

选品优势

- 自有产品研发团队，坚持原创设计
- 注重知识产权保护，拥有300多项专利
- 品牌发展战略

成功卖家资料

开始于美国站点，2020年初转战中东地区，一年内销量5倍增长。

🌐 站点优势

1. 站点流量大，竞争力比较小，新品都能获得不错的流量
2. 卖家都是处于同一条起跑线
3. 中东购买力强、依赖出口，中国商品深受青睐！

🏭 供应链优势

1. 具备工厂资源，成本优势明显
2. 产品能够根据市场回馈及时做调整
3. 懂得自己的产品，了解使用者需求

📊 运营优势

1. 安排独立的运营人员，熟悉亚马逊运营流程
2. 在备货方面采取更精细的数据分析，基于数据分析指定备货、补货计划

📦 选品优势

1. 选品上选择比较有供应链优势且热销的服饰类目
2. 中东轻工业稀缺，大量服装、轻工业产品依赖进口
3. 根据顾客评论调整产品不同的颜色以及功能差异，发现中东服饰方面的消费习惯正在慢慢向欧美靠拢

亚马逊全球开店
amazon global selling

共创全球品牌新格局

MIDDLE EAST

亚马逊全球开店
amazon global selling

共创全球品牌新格局

THANKS