



Giới thiệu Amazon Marketplace Chương 3

Hiện nay Amazon đã mở rộng 17 Marketplace tới người bán Việt Nam, chương này sẽ giới thiệu tổng quan về Bán hàng toàn cầu Amazon, làm thế nào để lựa chọn Marketplace mục tiêu, những đặc điểm của Marketplace dành cho người bán Việt Nam, bao gồm tình trạng phát triển bán lẻ và thương mại điện tử của họ, thói quen người tiêu dùng... Với những thông tin trên, người bán có thể tự tin phán đoán mình nên chọn Marketplace nào để bắt đầu kinh doanh thương mại điện tử xuyên quốc gia.

Mục lục

3. <u>Giới thiệu Marketplace Bắc Mỹ</u>	3
3.1. <u>Giới thiệu Marketplace Mỹ</u>	4
3.2. <u>Giới thiệu Marketplace Canada</u>	8
3.3. <u>Giới thiệu Marketplace Mexico</u>	12

Tài liệu này bao gồm 9 chương, nếu cần học các chương khác vui lòng tham khảo tài liệu hướng dẫn trên [Trang đọc liên quan](#), tìm tài liệu mà bạn muốn học.

3. Giới thiệu Marketplace Bắc Mỹ

Amazon Marketplace Bắc Mỹ bao gồm 3 Marketplace là Mỹ, Canada, Mexico, có những đặc điểm như: sở hữu lượng tiếp cận lớn, thành viên Prime đông, dịch vụ FBA mạnh mẽ, nguồn lực kinh doanh đa dạng; chỉ cần không ngừng tìm kiếm cơ hội, thì có thể trở thành một mảnh đất màu mỡ để tạo ra những mặt hàng bán chạy.

- 3.1. [Giới thiệu Marketplace Mỹ](#)
- 3.2. [Giới thiệu Marketplace Canada](#)
- 3.3. [Giới thiệu Marketplace Mexico](#)

3.1. Giới thiệu Marketplace Mỹ

Tình hình phát triển ngành bán lẻ và thương mại điện tử Mỹ

Mỹ là một nền kinh tế phát triển sôi nổi, năm 2018, quy mô ngành bán lẻ đã đạt 6036,42 tỷ USD, tăng 5% so với cùng kỳ¹, dẫn đầu nhóm nước phát triển. Mặc dù 5% không phải con số lớn, nhưng nếu đối chiếu với quy mô ngành bán lẻ của nước Mỹ, đây là một tốc độ tăng trưởng đầy ấn tượng.

Quy mô thương mại điện tử Mỹ vô cùng lớn, năm 2019 đạt 586,92 tỷ USD, tăng 14% so với cùng kỳ, trong 5 năm này, tốc độ tăng trưởng trung bình đạt 13,1%², tăng trưởng bình quân hàng năm hơn 3,7%³ so với ngành bán lẻ trong cùng thời kỳ, chiếm 9,46%⁴ trên tổng bán lẻ toàn xã hội. Từ góc độ quy mô thương mại điện tử và tỷ trọng bán lẻ toàn xã hội, có thể thấy trong các cường quốc về kinh tế, Mỹ chỉ xếp sau Trung Quốc.



Quy mô ngành bán lẻ đạt
6.036,42 tỷ USD



Tốc độ tăng trưởng chung của ngành bán lẻ
5%



Doanh thu thương mại điện tử đạt
586,92 tỷ USD



Tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử so với bán lẻ gần
4 lần

Nguồn (Nguồn dữ liệu bằng tiếng nước ngoài)

1. [US Department of Commerce, qq.com](#)
2. [eMarketer Global E-Commerce Report 2019, Sohu.com](#)
3. [Thepaper.cn](#)
4. [News.startup-partner.com](#)

Người tiêu dùng Mỹ

Nước Mỹ có lãnh thổ rộng, diện tích lớn thứ 3 trên thế giới, khí hậu hàn đới và nhiệt đới đều có, bốn mùa phân hóa rõ ràng.

Trong các quốc gia phát triển, dân số nước Mỹ lớn nhất, năm 2018 đạt 328 triệu người¹ cũng là nước có tỷ lệ sinh cao nhất trong các nước phát triển, dân số tăng trưởng nhanh nhất, văn hóa đa dạng nhất.

Là nơi “khai sinh” của Amazon, Amazon đứng đầu tiên trong Top 10 Website được yêu thích nhất tại Mỹ, lượng truy cập trung bình mỗi năm đạt khoảng 1,78 tỷ, chiếm 54,1%² tổng lượng truy cập. Trong lĩnh vực thương mại điện tử, thị phần của Amazon tiếp tục tăng, năm 2017 chiếm 28% trên tổng doanh số bán hàng thương mại điện tử của Mỹ³.

Tính đến ngày 30 tháng 6 năm 2017, thành viên Prime chiếm hơn 50% số người dùng Amazon tại Mỹ và 75% các gia đình trung lưu đã mua thành viên Prime. Mỗi năm họ chi tới 1.400 đô USD trên Amazon, cao hơn gấp đôi so với người dùng thông thường, sức mua rất lớn⁴.



Dân số cao nhất trong các nước phát triển

328 triệu



Doanh thu thương mại điện tử của Amazon chiếm tỷ lệ

28%



Thuộc Top 10 Website được yêu thích nhất
Lượng truy cập Website chiếm tỷ lệ

54,1%



Phần trăm mua hội viên Prime
Gia đình trung lưu đạt

75%

Nguồn (Nguồn dữ liệu bằng tiếng nước ngoài)

1. [U.S. Census Bureau](#)

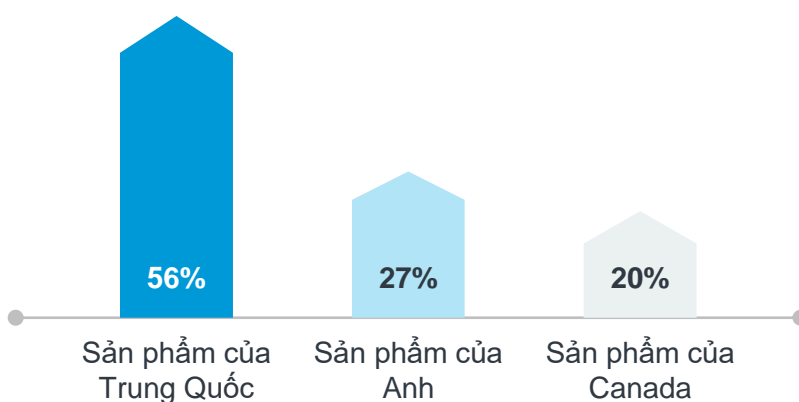
2. [Similar Web-2018 Q1 The Most Popular US Consumer Electronics E-Commerce Sites](#)

3. [2018 Internet Queen report, Amazon.cn](#)

4. [Consumer Intelligence Research Partners \(CIRP\), qq.com](#)

Dân số đông, thu nhập cao, nền văn hóa đa dạng, môi trường khí hậu bốn mùa phân hóa rõ ràng, mà ngành thương mại điện tử vẫn đang phát triển nhanh, dịch vụ kinh doanh cực kỳ phong phú, chỉ cần nắm bắt chính xác cơ hội, thì Mỹ sẽ trở thành mảnh đất “màu mỡ” để tạo ra những mặt hàng bán chạy.

Tỷ lệ nhập khẩu các sản phẩm từ nước ngoài vào Mỹ



Nguồn (Nguồn dữ liệu bằng tiếng nước ngoài)

1. [Marketing-Whitepaper on Cross-border Export E-commerce Internet Marketing 2017-2018, Amazon.cn](#)

Chính sách sản phẩm Amazon Mỹ

Sản phẩm được phép kinh doanh: [Nhấp vào đây để xem](#)

Sản phẩm hạn chế: [Nhấp vào đây để xem](#)



Tổng kết về nước Mỹ

1. Nền kinh tế với quy mô khổng lồ, sôi động và tăng trưởng ổn định.
2. Thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ, Amazon là thương hiệu đi đầu trong ngành thương mại điện tử.
3. Dân số đông, văn hóa đa dạng, bốn mùa rõ rệt, nhu cầu cũng phong phú.

Nguồn (Nguồn dữ liệu bằng tiếng nước ngoài)

1. [Marketing-Whitepaper on Cross-border Export E-commerce Internet Marketing 2017-2018. Amazon.cn](#)

3.2. Giới thiệu Marketplace Canada

Tình hình phát triển ngành bán lẻ và thương mại điện tử Canada

Canada có dân số 37 triệu người¹, năm 2018, lượng người sử dụng thương mại điện tử đạt 26,8 triệu, và dự kiến sẽ tăng lên 28,3 triệu người vào năm 2022². Năm 2018, doanh số thương mại điện tử của Canada đạt khoảng 24 tỷ USD, và mức chi tiêu bình quân đầu người hàng năm là 897,75 USD³. Ước tính năm 2020, doanh thu thương mại điện tử Canada sẽ chiếm 10%⁴ trên tổng bán lẻ toàn xã hội.

So với các quốc gia có ngành thương mại điện tử phát triển như Mỹ hay Trung Quốc, Canada với nền kinh tế phát triển có tỷ lệ người mua sắm trực tuyến cao, nhưng tỷ trọng ngành thương mại điện tử so với tổng bán lẻ toàn xã hội vẫn thấp, so với các nước phát triển khác, mức chi tiêu cho thương mại điện tử bình quân đầu người cũng thấp hơn, nhưng vẫn còn không gian phát triển lớn cho ngành này.



Tổng dân số

37 triệu



Tỷ lệ người mua sắm trực tuyến

72,4%



Mức chi tiêu cho thương mại điện tử bình quân đầu người

897,75 USD

Nguồn (Nguồn dữ liệu bằng tiếng nước ngoài)

1. [Statistics Canada, Sohu.com](#)

2. [Statista, Ebrun.com](#)

3/4. [Statista, Ebrun.com](#)

Người tiêu dùng Canada

Văn hóa, vị trí địa lý, mức độ phát triển kinh tế và xã hội của Canada có nhiều nét tương đồng với Mỹ, nhu cầu lựa chọn sản phẩm, ngôn ngữ, tính thời vụ và hoàn thiện đơn hàng của người tiêu dùng tương tự Amazon Marketplace Mỹ, điều này đã giúp việc mở gian hàng trên Amazon Canada (Amazon.ca) đơn giản, nhanh chóng, trở thành cơ hội phát triển không rào cản, đầy tiềm năng.

Tại Canada, nhóm người tiêu dùng lớn tuổi, từ 45 tới 54 tuổi và trên 55 tuổi cũng lên mạng thường xuyên, định kỳ. Và không thể không kể đến nhóm người trên 60 tuổi, nhóm người tiêu dùng có tốc độ tăng trưởng nhanh nhất ở Canada. Nhìn chung độ tuổi trung bình của Canada khá cao, khoảng 40,7 tuổi, cao hơn các quốc gia khác trên thế giới¹.

Hiện nay, Amazon là một trong những sàn bán lẻ trực tuyến có quy mô lớn nhất, phát triển nhanh nhất tại Canada. Amazon Canada thu hút gần 16 triệu² lượt truy cập không trùng lặp mỗi tháng, tổng thời gian truy cập trang web là 505 triệu phút³. Lượng truy cập rất lớn và còn đang tăng nhanh, tốc độ phát triển cũng gấp đôi so với Amazon Marketplace Mỹ (Amazon.com).



Thói quen người tiêu dùng
tương tự Mỹ



Độ tuổi trung bình **40,7**



Thời gian truy cập Amazon
theo tháng
Đạt **505 triệu phút**

Có vài điểm khác biệt nhỏ là Canada đất rộng người thưa và người tiêu dùng chú trọng đến trải nghiệm dịch vụ hoàn thiện đơn hàng và hậu mãi, người bán sử dụng dịch vụ Amazon FBA có thể cải thiện sự hài lòng của người tiêu dùng Canada ở cả hai khía cạnh. Theo thống kê, tỷ lệ chuyển đổi sản phẩm đạt cam kết giao hàng (nhập kho FBA) Prime cao hơn gần 80%.

Ngoài ra, có một bộ phận người dân sử dụng tiếng Pháp, nhưng người bán cứ yên tâm sử dụng tiếng Anh để tạo thông tin sản phẩm, công cụ phiên dịch của Amazon sẽ tự động chuyển thành giao diện tiếng Pháp.

Nguồn (Nguồn dữ liệu bằng tiếng nước ngoài)

1. [Statista, Cifnews.com](#)

2. [ComScoreMyMetrixFebruary2019, Multiplatform, Amazon.cn](#)

3. [Alexa.com site info, May 2018, Amazon.cn](#)



Thời trang (Fashion) là mặt hàng mua sắm online bán chạy nhất ở Canada, chiếm 7,07 tỷ USD trên doanh thu toàn thị trường; sau đó là mặt hàng Điện tử & Truyền thông (Electronics & Media), với tổng doanh thu khoảng 6,36 tỷ USD. Dự kiến tới năm 2022, xếp hạng trên thị trường Canada vẫn giữ nguyên như thế, Thời trang (Fashion) là danh mục được ưa thích nhất, tổng doanh thu ước đạt 10,14 tỷ USD, đứng thứ hai là Điện tử & Truyền thông (Electronics & Media), doanh thu ước đạt 7,61 tỷ USD. ¹

Theo khảo sát, 83% người tiêu dùng Canada sẽ mua sản phẩm từ các nhà bán lẻ quốc tế, và mức độ tiếp nhận mua sắm xuyên quốc gia rất cao. Canada là một quốc gia thương mại nổi tiếng thế giới, mà các sản phẩm của Việt Nam cũng rất phổ biến và ưa chuộng tại đây. Trong xếp hạng số liệu nhập khẩu năm 2017 vào Canada, Mỹ đứng đầu (tổng kim ngạch nhập khẩu 207 tỷ USD), Trung Quốc đứng thứ hai (tổng kim ngạch 46,7 tỷ USD), tiếp theo là Mexico, Đức và Nhật Bản. ²

Top 5 quốc gia nhập khẩu vào Canada lớn nhất năm 2017



Ngoài ra, người tiêu dùng Canada rất coi trọng việc bảo vệ môi trường do đó thói quen mua sắm và tiêu dùng cũng bị ảnh hưởng sâu sắc, chẳng hạn như người Canada chú trọng thực phẩm hàng ngày và sẽ không ngần ngại mua thực phẩm hữu cơ, sạch tự nhiên tốt cho sức khỏe³.

Nguồn (Nguồn dữ liệu bằng tiếng nước ngoài)
1/2/3. [Statista](#), [Cifnews.com](#)

Chính sách sản phẩm Amazon Canada

Sản phẩm bị hạn chế: [Nhấp vào đây](#) để xem



Tổng kết về Canada

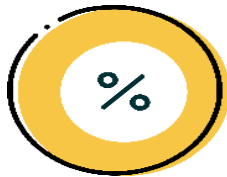
1. Kinh tế phát triển, so với lĩnh vực thương mại điện tử tại quốc gia phát triển khác, còn nhiều không gian phát triển tiềm năng.
2. Vị trí địa lý, thói quen tiêu dùng tương tự Mỹ, giảm khó khăn khi vận hành.
3. Đắt rộng người thừa, yêu cầu về dịch vụ hoàn thiện đơn hàng cao.

3.3. Giới thiệu Marketplace Mexico

Tình hình phát triển ngành bán lẻ và thương mại điện tử Mexico

Khu vực Mỹ Latinh là khu vực có tiềm năng tăng trưởng nhất thế giới, và Mexico tại Marketplace Bắc Mỹ là quốc gia có tốc độ phát triển kinh tế nhanh nhất cũng là nền kinh tế lớn thứ hai tại Mỹ Latinh¹.

Thương mại quốc tế của Mexico phát triển ngày càng mạnh mẽ, năm 2018 kim ngạch thương mại đạt kỷ lục lên tới 915,2 tỷ USD, tăng 10,3% so với cùng kỳ. Trong đó kim ngạch nhập khẩu đạt 464,28 tỷ USD, tăng 10,4%. Xét về đối tác thương mại, các quốc gia Mexico chủ yếu nhập khẩu là Mỹ, tiếp theo là Trung Quốc. Năm 2018, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa từ Trung Quốc của Mexico là 83,5 tỷ USD, tăng 12,6%, chiếm khoảng 18,0%.²



Tỷ lệ người mua sắm trực tuyến

72,4%



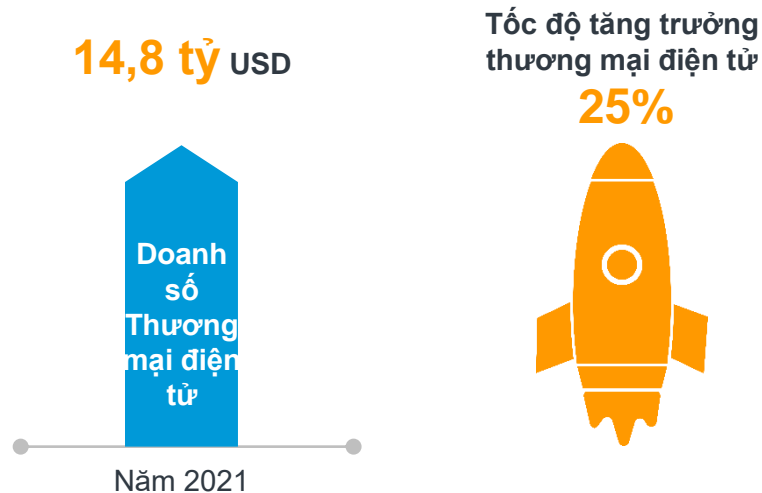
Tăng trưởng nhập khẩu đạt

12,6%

Nguồn (Nguồn dữ liệu bằng tiếng nước ngoài)

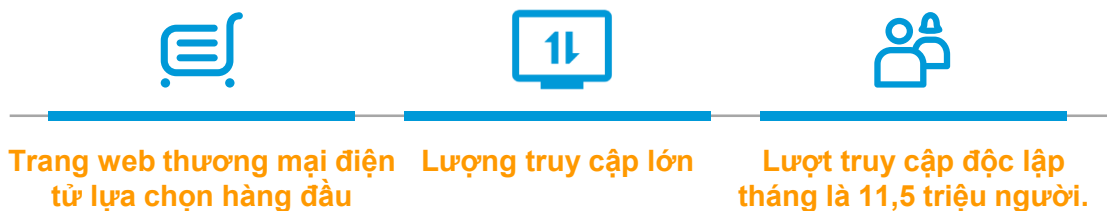
1. [Economic Commission for Latin America and the Caribbean of UN, Sohu.com](#)
2. [Mexico Economy Secreariat, Cifnews.com](#)

Do ngành công nghiệp nhẹ của Mỹ Latinh kém phát triển, ít sự lựa chọn hàng hóa, nên nhiều người tiêu dùng ưa thích mua sắm trực tuyến. Theo đà phát triển của kinh tế, quy mô thương mại điện tử ở Mexico cũng tăng nhanh, dự kiến từ năm 2017-2021, doanh thu tăng trưởng 75%, đạt 14,8 tỷ USD. Mặc dù thế, hiện nay doanh thu bán lẻ thương mại điện tử chỉ chiếm 3,1% trên tổng ngành bán lẻ của Mexico, trong vài năm tới dự kiến sẽ duy trì tăng khoảng 25%, tiềm năng phát triển lớn¹.



Amazon tham gia thị trường Mexico từ năm 2015, trong vòng vài năm ngắn ngủi đã trở thành một trong những công ty thương mại điện tử quy mô lớn, phát triển nhanh nhất. Amazon hiện là trang web bán hàng trực tuyến được ưa thích nhất ở Mexico và cũng là trang web thương mại điện tử sở hữu lượng truy cập nhiều nhất² với hơn 11,50 triệu lượt người mỗi tháng³. So với các quốc gia khác mà Amazon đã gia nhập, Amazon Mexico tuy tuổi đời vẫn còn non trẻ nhưng đang phát triển đầy mạnh mẽ.

Amazon ở Mexico



Do áp lực cạnh tranh của Amazon Mexico khá thấp, người bán Việt Nam còn nhiều cơ hội phát triển. Tất cả các công cụ có sẵn trên Marketplace Mỹ đều có thể áp dụng tại Mexico, và danh mục sản phẩm bán chạy, kinh doanh, dịch vụ hoàn tất đơn hàng và xu thế mua sắm tương tự Amazon.com. Nhiều người bán hàng Việt Nam, đặc biệt là các chủ thương hiệu, do có khả năng lựa chọn sản phẩm độc đáo, nên việc tăng trưởng kinh doanh vô cùng thuận lợi.

Nguồn (Nguồn dữ liệu bằng tiếng nước ngoài)

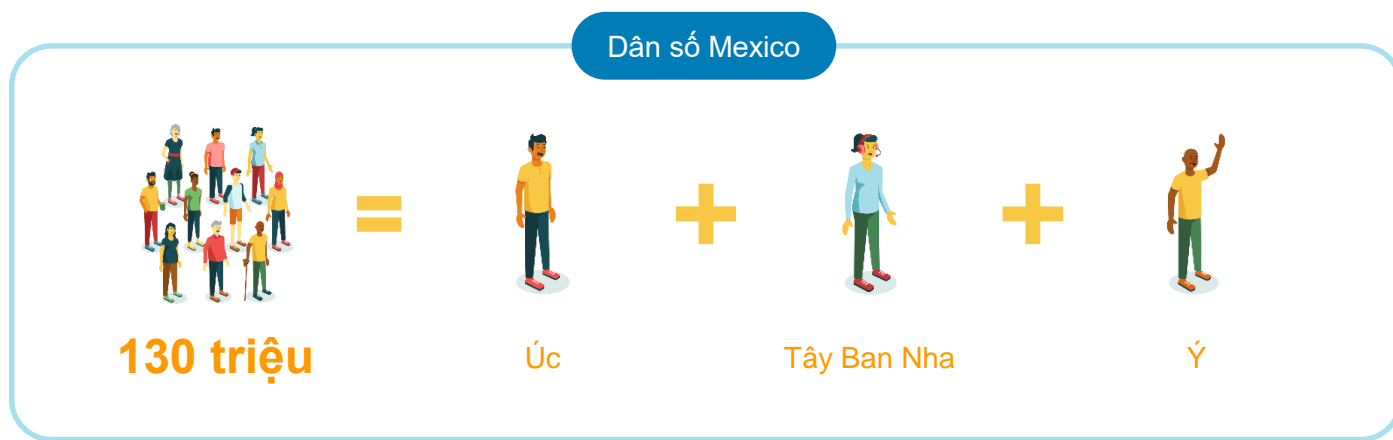
1. <http://asociaciondeinternet.org.mx>

2. ComScore MyMetrix Feb., 2019, Multiplatform

3. ComScore MyMetrix Feb., 2019, Multiplatform

Người tiêu dùng Mexico

Mexico có dân số 130 triệu người, đứng thứ 11 trên thế giới, là quốc gia nói tiếng Tây Ban Nha đông dân nhất và là quốc gia đông dân thứ hai ở Mỹ Latinh, vượt qua cả tổng của Úc, Tây Ban Nha và Ý. Đây là một quốc gia với độ tuổi trung bình khá trẻ, rơi vào khoảng 30, tuy tốc độ tăng dân số giảm nhưng tổng dân số vẫn tăng đều.



Có hơn 79 triệu người sử dụng Internet ở Mexico, chiếm 61,7% tổng dân số, tỷ lệ thâm nhập thấp hơn nhiều so với thị trường cùng thuộc Marketplace Bắc Mỹ như Mỹ và Canada. Trong đó, hơn 50% người dùng Internet sẽ mua sắm trực tuyến, và tỷ lệ mua hàng của người dùng điện thoại di động cao hơn gấp ba lần so với trên PC¹. Sau khi phân tích nhóm người tiêu dùng, những người ưa chuộng và thường xuyên mua sắm trực tuyến rơi vào độ tuổi trẻ 18-34². Theo đà tăng trưởng của kinh tế, ngày càng nhiều người sử dụng Internet, tạo nguồn lực khổng lồ để phát triển lượng người dùng thương mại điện tử.

Bởi vì vị trí địa lý gần gũi, nên nhu cầu về sản phẩm có tính thời vụ cũng tương tự như Mỹ. Hơn nữa do Mỹ có sức ảnh hưởng rất lớn tại Bắc Mỹ nên những sản phẩm được bán chạy tại đây hay Mexico cũng khá tương đồng. Nhưng người tiêu dùng càng ưa chuộng sản phẩm có miêu tả phù hợp với tiếng Tây Ban Nha.

Việc hiểu chính xác nhu cầu người tiêu dùng Mexico vô cùng quan trọng, chẳng hạn hàng hóa thứ cấp cũng được bán với giá khá cao nên việc kinh doanh những sản phẩm ấy có thể thu lại lợi nhuận không nhỏ.

Bởi vì nền kinh tế đang phát triển, nên sản phẩm chất lượng tốt giá thành hợp lý cũng là một trong những phẩm chất mà người tiêu dùng coi trọng. Người tiêu dùng Mexico có quan niệm tiêu dùng trước/thanh toán trả góp sau rất sâu sắc, nếu họ mua đồ dùng có giá cao trong trung tâm thương mại, họ thường chọn thanh toán trả góp.

Nguồn (Nguồn dữ liệu bằng tiếng nước ngoài)
1/2. [Research on Internet users' habits in Mexico](#)

Chính sách sản phẩm Amazon Mexico

Sản phẩm được phép kinh doanh: [Nhấp vào đây](#) để xem



Tổng kết về Mexico

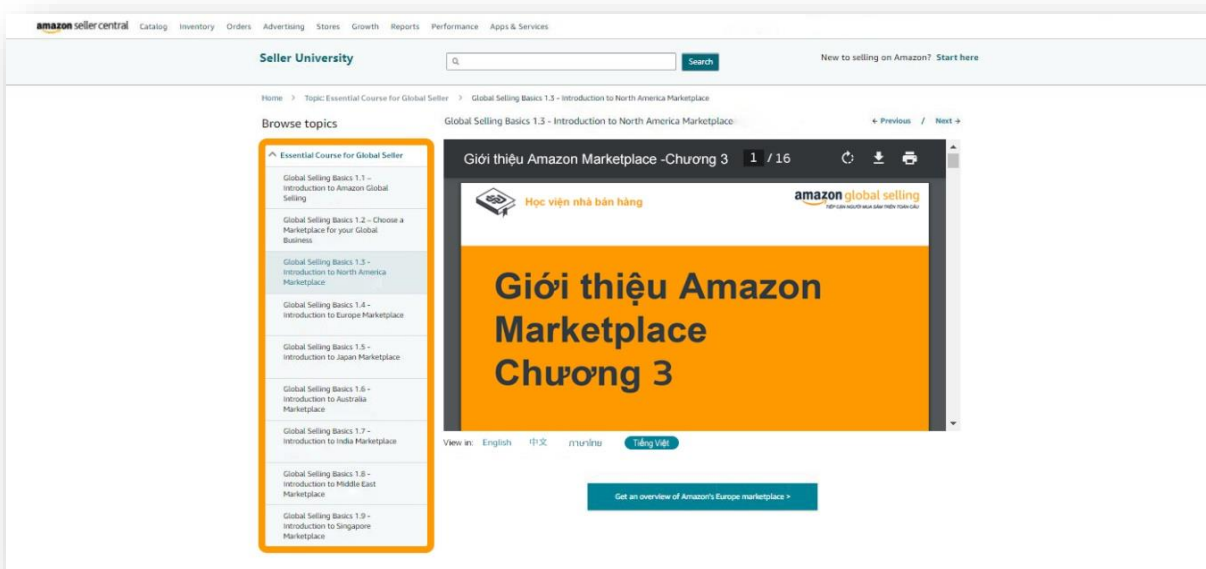
1. Tuy nền kinh tế không sánh bằng Mỹ hay Canada, nhưng tốc độ tăng trưởng nhanh, tiềm năng phát triển thương mại điện tử dồi dào.
2. Sản phẩm bán chạy hay có tính thời vụ tương tự như Mỹ
3. Dân số đông và trẻ, thích thứ mới mẻ và có yêu cầu về giá cả

Tài liệu liên quan

Giới thiệu Amazon Marketplace

- Giới thiệu Bán hàng toàn cầu Amazon
- Lựa chọn Marketplace đầu tiên cho hoạt động kinh doanh toàn cầu của bạn
- Giới thiệu Marketplace Bắc Mỹ (Mỹ/Canada/Mexico)
- Giới thiệu Marketplace Châu Âu (Anh/Pháp/Đức/Ý/Tây Ban Nha/Hà Lan/Thụy Điển/Ba Lan)
- Giới thiệu Marketplace Nhật Bản
- Giới thiệu Marketplace Úc
- Giới thiệu Marketplace Ấn Độ
- Giới thiệu Marketplace Trung Đông
- Giới thiệu Marketplace Singapore

Cách thức tìm kiếm bài học: Amazon Seller Central > Hiệu suất > Học viện nhà bán hàng > Tìm kiếm tên bài học
Link dẫn: Học viện nhà bán hàng [Marketplace Bắc Mỹ](#), [Marketplace Châu Âu](#), [Marketplace Nhật Bản](#)



Tham khảo nhiều bài học hơn:

- Nhà bán hàng mới tham gia chọn Marketplace mục tiêu cần phải đọc, tìm kiếm "Bán hàng toàn cầu"