



亚马逊站点介绍

第九章

目前亚马逊已经向中国卖家开放了14个站点，本章将介绍亚马逊全球开店是什么，如何选择目标站点，以及这些对中国卖家开放的站点的特点，包括他们的零售和电商发展状况、消费习惯等。基于这些信息，卖家可以判断自己出口跨境电商业务应该从哪个站点开始。

目录

9. <u>亚马逊新加坡站点简介</u>	3
----------------------------	---

本课件共有九章内容，如需学习其他章节，请参考相关阅读页的找课指南，查找您想学习的课程。

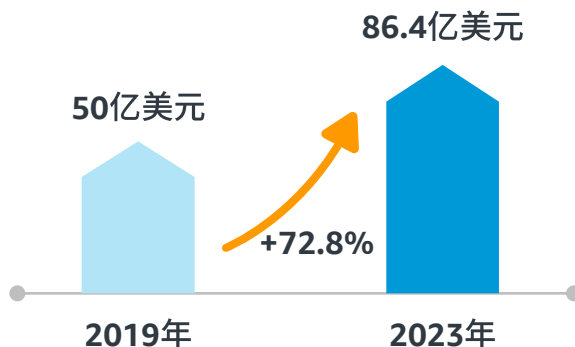
9. 亚马逊新加坡站点简介

新加坡位居“亚洲四小龙”之首，电商销售持续增长。由于和中国地理位置相近，华人众多，亚马逊在当地美誉度高，对中国卖家来说潜力很大。

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，新加坡的电商总额达到50亿美元，预计年增长率（CAGR 2019-2023）将达到14.7%，到2023年，销售规模将达到86.4亿美元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。

新加坡互联网普及率2019年达到91%，2023年预计可达到97%。。同时有着非常高的电商渗透率，2019年达到70%，2023年预计达到73.2%²。

2019年新加坡互联网和电商渗透率



来源：

1. Statista, 雨果网
2. Statista

新加坡的消费者

2019年，新加坡总人口约570万，其中公民和永久居民396万¹，作为世界上最为富裕的国家之一，2019年人均GDP高达6.5万美元²。

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³。



来源：

1. [新加坡统计局](#)
2. [新加坡统计局，雪球网](#)
3. [中国外交部](#)

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

新加坡电商销售排名靠前的产品²



时尚



家居



食物



个人护理



玩具/DIY工具



电子电器

来源：

1. <https://mediaonemarketing.com.sg/internet-spending-habits-of-singaporeans/>
2. [Statista Digital Market Outlook, eCommerce, Singapore report, retrieved in Sep 2019](#)

亚马逊在新加坡的发展情况

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，同时也会庆祝中国春节、新加坡国庆日这样的特色活动，让商家可以参与这些促销活动，提升销量。新加坡的主要促销节日如下：

活动/品类促销	活动开始日期	活动结束日期	时长（天数）
Back to School 返校季	2019/12/19	2020/1/10	31
Chinese New Year 中国春节	2019/12/29	2020/2/8	41
St Valentine Day 情人节	2020/2/2	2020/2/14	14
Mother's Day 母亲节	2020/4/25	2020/5/10	15
Hari Raya 开斋节	2020/5/12	2020/5/25	14
Great Singapore Sale 新加坡热卖会	2020/6/1	2020/6/31	30
Father's Day 父亲节	2020/6/8	2020/6/21	14
Prime Day 会员日	待定	待定	3
National Day Deals 国庆日	2020/8/1	2020/8/10	10
Halloween 万圣节	2020/10/5	2020/10/31	26
Deepavali 屠妖节	2020/10/25	2020/11/14	19
Top 100 Toys Top100玩具	2020/11/1	2020/12/25	54
11.11 双十一	2020/11/9	2020/11/11	3
Black Friday Cyber Monday 黑五网一	2020/11/27	2020/12/1	5
Christmas (& Year end Clearance) 圣诞节	2020/12/9	2020/12/26	14
Top 10 Gifts Top10礼品	2020/12/11	2020/12/25	43

如需了解更多详情，[请点击这里](#)

中国卖家在新加坡的独特优势

- 中国是新加坡最大的贸易伙伴，新加坡消费者对中国商品依赖性很高
- 由于中国和新加坡签订有中新自贸协定（China-Singapore Free Trade Agreement，简称CSFTA），中国商品出口到新加坡时几乎是零关税

亚马逊新加坡的产品政策

开放品类：

亚马逊对卖家开放的品类达 20 多种，销售这些品类的商品无需获得亚马逊的事先审批。

需要审批的品类：

销售某些品类的商品需要得到亚马逊的事先审批。亚马逊限制这些品类的销售，以确保卖家的商品满足质量要求、上线标准以及品类的其他特殊要求。这些标准有助于提升顾客从亚马逊购买商品的信心。

管制商品限制：

为确保在亚马逊出售的商品符合本地规范，对于特定商品，必须提交要求的文件，证明商品对顾客是安全的。这些文件要求适用于新加坡和使用亚马逊物流（FBA）服务的卖家，是对限制类商品和内容的补充。

如需了解更多详情，请点击[这里查看](#)



新加坡的小结

1. 经济发达，对电商接受度高
2. 同属华语圈，更容易理解消费者需求
3. 亚马逊在新加坡有很高的知名度和美誉度，Prime会员比例很高

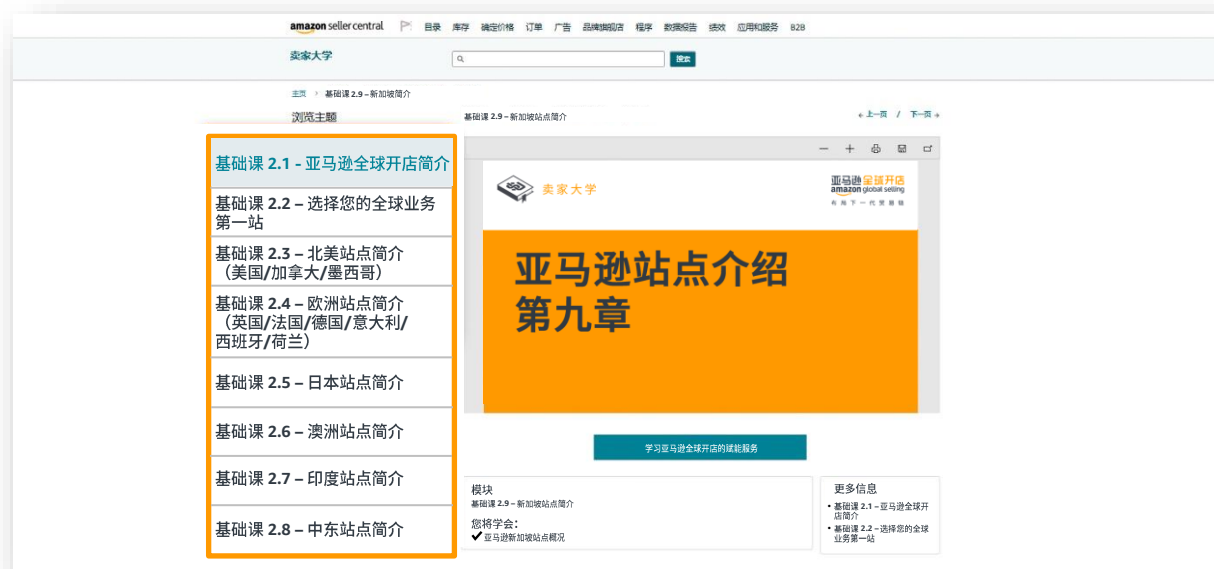
相关阅读

亚马逊站点介绍

- 亚马逊全球开店简介
- 选择您的全球业务第一站
- 北美站点简介（美国/加拿大/墨西哥）
- 欧洲站点简介（英国/法国/德国/意大利/西班牙/荷兰）
- 日本站点简介
- 澳洲站点简介
- 印度站点简介
- 中东站点简介
- 新加坡站点简介

找课路径：亚马逊卖家平台 > 绩效 > 卖家大学 > 搜索课程名称

快速链接：亚马逊卖家大学 [北美站点](#)、[欧洲站点](#)、[日本站点](#)



学习更多相关课程：

- 了解更多亚马逊官方项目及资源，搜索“亚马逊项目”

延伸学习

您也可以[点击这里](#)，查看亚马逊每周[线上直播课程](#)或扫描二维码关注“[亚马逊全球开店](#)”微信公众号及时了解相关资讯。

