



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

亚马逊拉美站点简介

由此学习拉美站点的特色

2.3

亚马逊北美站点简介

由此学习北美站点的特色

2.5

亚马逊欧洲站点简介

由此学习欧洲站点的特色

2.6

亚马逊日本站点简介

由此学习日本站点的特色

2.8

亚马逊印度站点简介

由此学习印度站点的特色

2.7

亚马逊澳洲站点简介

由此学习澳洲站点的特色

2.9

亚马逊中东站点简介

由此学习中东站点的特色

2.10

亚马逊新加坡站点简介

由此学习新加坡站点的特色

2.11

亚马逊土耳其站点简介

由此学习土耳其站点的特色



目录

7. 亚马逊澳洲站点简介	3
7.1 澳大利亚零售业及电商发展情况	3
7.2 亚马逊在澳洲的发展情况	6
7.3 投资澳洲站点的 5 个理由	9
7.4 亚马逊澳洲站季节性特征及营销日历	17
7.5 亚马逊澳洲站点的选品建议	19
7.6 亚马逊澳洲站点新卖家扶持	57
7.7 亚马逊澳洲站点卖家成功案例	66

7.1 澳大利亚零售业及电商发展情况

澳大利亚为南半球经济最发达的国家，也是世界经济最发达的国家之一。作为全球前 10 大电商市场，澳大利亚的潜力不容小觑。

7.1.1 宏观基础信息

从国土面积来说，澳大利亚有 769.2 万平方公里，差不多相当于美国的 80%，但只有 2,540 万人口¹。2023 年人均收入为 6.4 万美元，互联网普及率高达 96.2%。其中，网购用户占澳洲总人口的 76.3%，在过去 5 年增长近 7%。²

在众多新兴国家 / 地区中，澳洲的电商表现保持持续稳定增长且为中国卖家提供了广阔的发展机遇。第三方数据显示，澳大利亚电商销售额占整体零售的比重还只有 10%³，随着亚马逊在澳大利亚不断投入，未来的增长空间还十分广阔，电商行业收入将在未来五年内超过 612 亿美元，复合年增长率 (CAGR 2023-2029) 达 9.6%。

得益于中国和澳洲产业互补性较强，经贸往来较为紧密。在 2022 至 2023 财年，中国名列澳大利亚第一大进口贸易伙伴，澳大利亚自中国进口额在该财年里增长了 9.4%，达到 1133.75 亿澳元。



人口 **2,540 万人**
平均家庭 **2.7 人**



男性：占 **49%**，年龄中位数 **37 岁**
女性：占 **51%**，年龄中位数 **39 岁**



GDP **2.2 万亿** 美元
世界排名 **No.12**



人口年龄结构相对健康
10-24 岁 **(18.2%)**
25-39 岁 **(21.5%)**
40-54 岁 **(19.3%)**



平均家庭可支配收入
\$11.2 万 美元
32 个发达国家中排名 **No.2**



5G 网络覆盖率 **89.2%**
智能手机持有率 **94.8%**
平板电脑持有率 **76.8%**

1. 澳大利亚统计局，2022 年普查结果 Snapshot of Australia, 2021 | Australian Bureau of Statistics (abs.gov.au)

2. Statista 地区电商报告

3. Statista, 2022



年度消费者价格指数通胀率(CPI-23Q3) **5.4%**
 连续第三个季度降低预计未来5年将持续降低至 **2.6%¹** (2028)



平均拥有房子的大小:
5个房间或以上
 (60%以上家庭符合)

7.1.2 澳洲电商消费者画像²



澳洲电商消费者男女占比相近，女性消费者稍多一些；
 主力群体年龄在 25-34 岁之间，高收入人群



澳洲电商消费者主要购物灵感来源：搜索引擎、社群媒体、购物官网



移动端消费占比逐年增加，桌面端占比仍高于移动端



社群平台用户占澳洲总人口 80%，80% 澳洲人民关心环境可持续，这些都可能影响消费者消费行为



免运费和免费退换是消费者网购体验中最关心的环节；
 促销活动预计未来会更加受消费者关注



澳洲电商消费者最受欢迎的前5类目：
 服饰 (45%)；鞋子 (30%)；食品饮料 (24%)；书籍 / 影像制品 (23%)；美妆个护 (21%)

1. 澳大利亚统计局，2022 年普查结果 Snapshot of Australia, 2021 | Australian Bureau of Statistics (abs.gov.au)

2. 澳洲电商消费者画像数据来源 Euromonitor Australia Household Profile and Economics

7.1.3 澳大利亚 2024 年度消费趋势

结合 2024 年第三方调研机构对于澳洲市场的消费趋势观察及结合亚马逊自有分析，摘选四大趋势，如下：¹



体验派生活

注重工作及生活平衡之上，32% 澳洲消费者表示持续运动、持续追求新体验 {62%}。同时尊重个体差异，悦己不从众 (41%) 消费主义在年轻消费群体更为显著。



消费实用主义

“性价比”一向为澳洲消费者看重的点 {78%}。在通膨压力下，追求优选品质且价格美丽 (59%) 的商品；只有 16% 的消费者选择国际大牌，而同时 41% 的消费者愿意花费更多寻求便利配送。



环保力行

近 70% 澳洲消费者有回收分类习惯，高于全球水平 {56%}。32% 年轻消费者倾向选择碳排放少的购买渠道。48% 的消费者认为与‘具有环保意识并积极践行环保行动’的品牌互动，让他们感到骄傲，他们的选择和行动可以为‘环保’做出贡献。



便利先行者

60% 的澳洲消费者表示在寻找能简化生活的方法和产品，35% 的年轻一代表示他们愿意花钱来节省时间，17% 的 Z 世代和千禧一代消费者有虚拟的居家小助手。便利先行者把有限的时间和精力花给最值得的人和事，拒绝“看起来很忙”。

1. Megatrends Australia-Euromonitor, 2023

7.2 亚马逊在澳洲的发展情况

亚马逊在正式进入澳洲前，就已经在澳洲消费者中具有很高的知名度。

因澳洲地广人稀，当地物流体系不完善，亚马逊多年持续投入重金，使澳大利亚人能够更加便捷的购买到自己想要的商品，这是澳大利亚人钟情于亚马逊的重要原因之一。



7.2.1 影响力卓越！澳洲电商网站流量领先

从2022年6月份起，亚马逊在澳洲站点众多电商网站中月独立访客量不断提升！¹



澳洲电商网站月独立访问量不断提升



7.2.2 澳洲站点 —— 拓展欧美生意第一站

由于澳洲地理位置特殊，与欧美文化融合度高，成为欧美市场的最佳补充。

流量持续增长, 电商网站月访客量不断提升¹

- 2022年6月，亚马逊澳洲站点成为澳洲月独立访问量最高的电商网站之一，并仍在持续增长中。

沿袭欧美热卖选品，高利润反季热卖全年

- 与欧美文化语言高度相似，且特殊地理位置造就了澳洲的反季节热销特色。

丰富的站内外营销资源助力业绩成长

- 免费日常及大促活动机会促进销售倍速成长；
- “国际品牌馆”曝光机会，助力新卖家新产品品牌建设和推广；
- 海量站外流量和曝光，全方位提升品牌在澳洲整体影响力。

无需开通账户，即可销往新西兰

- 一键将您的商品售往新西兰，触达人群扩大20%²，实现一地发货、两地盈利，全面提升您的销售额。

1. [similarweb](#)

2. [similarweb](#)



7.2.3 澳大利亚消费者如何看待亚马逊

第三方调研机构 Pattern¹，围绕亚马逊澳洲站 {Amazon.com.au} 对 2000 名澳洲消费者进行线上购物习惯及对亚马逊看法的调研，从中我们发现：²



为何选择亚马逊？

海量选品

33% 的购物者表示，亚马逊网站提供他们在网上其他平台找不到的商品。

活动丰富

50% 的消费者参与了去年黑五网一的大促活动，其中 66% 的年轻人表示他们清楚亚马逊的“促销机制”并热爱在有促销活动时买入产品。

值得信赖

91% 的受访者表示他们在过去一年不止一次在亚马逊澳洲站进行购物，亚马逊的“客户忠诚度”从去年的 82% 提升至 91%。

体验感升级

67% 的受访者表示在过去一年中，亚马逊的购物体验有明显提升，缺货问题及配送速度相比疫情期间显著改善。

价格锚定器

63% 的澳洲消费者由于亚马逊价格佳，在搜索产品后决定进行了购买。越来越多消费者将亚马逊销售价视为该类产品的“锚定价”。

搜索指南

亚马逊受喜爱程度较去年提升了 71%。澳洲消费者喜欢使用亚马逊进行产品搜索、查询和比价。



在亚马逊上买什么？

家居厨房、电子数码、书籍等

58% 澳洲消费者会考虑在亚马逊购买家居和厨房用品，电子数码产品以及书籍品类凭借超多选品在亚马逊渠道销售的优势明显。

Prime 会员拓展选择品类

过去的 2023 年终，亚马逊澳洲 Prime 会员大幅增加服饰类、个护类以及家电品类购买。

新品牌

42% 的澳洲消费者是在亚马逊上发现了新品牌。
30% 的澳洲消费者表示愿意接受购买新品牌的产品。
46% 的澳洲消费者表示他们愿意与新品牌互动并留评。

1. Marketplace Consumer Trends Report, Pattern, 2023

2. Brand Health Deep Dive, GfK, 2023

7.3 投资澳洲站点的 5 个理由

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



7.3.1 Policy: 内外政策加持，开拓澳洲站点跨境商机

对外深化国际合作



2023年2月，中澳经贸高官三年来首次进行了“云对话”，商务部部长王文涛与澳贸易部长法瑞尔就规划发展中澳经贸下阶段关系等进行了交流，表示中澳经济高度互补，愿推动两国经贸关系高质量发展。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. 凤凰网，《澳贸易部长启程访华，期待“推动解决悬而未决的贸易障碍”》
 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》

7.3.2 Performance: 澳洲电商发达，潜力足商机大

澳洲站点由于其特殊的地理位置和反季节销售属性，在新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度）中表现突出，属于“钱”力站点。

增长空间大，消费者购买力位居全球前列



2023 年澳洲电商市场收入将超过 ¹

432 亿美元



澳洲人平均每人每年在网购上花费 ²

2,033 美元



澳洲电商渗透率达 ³

74%

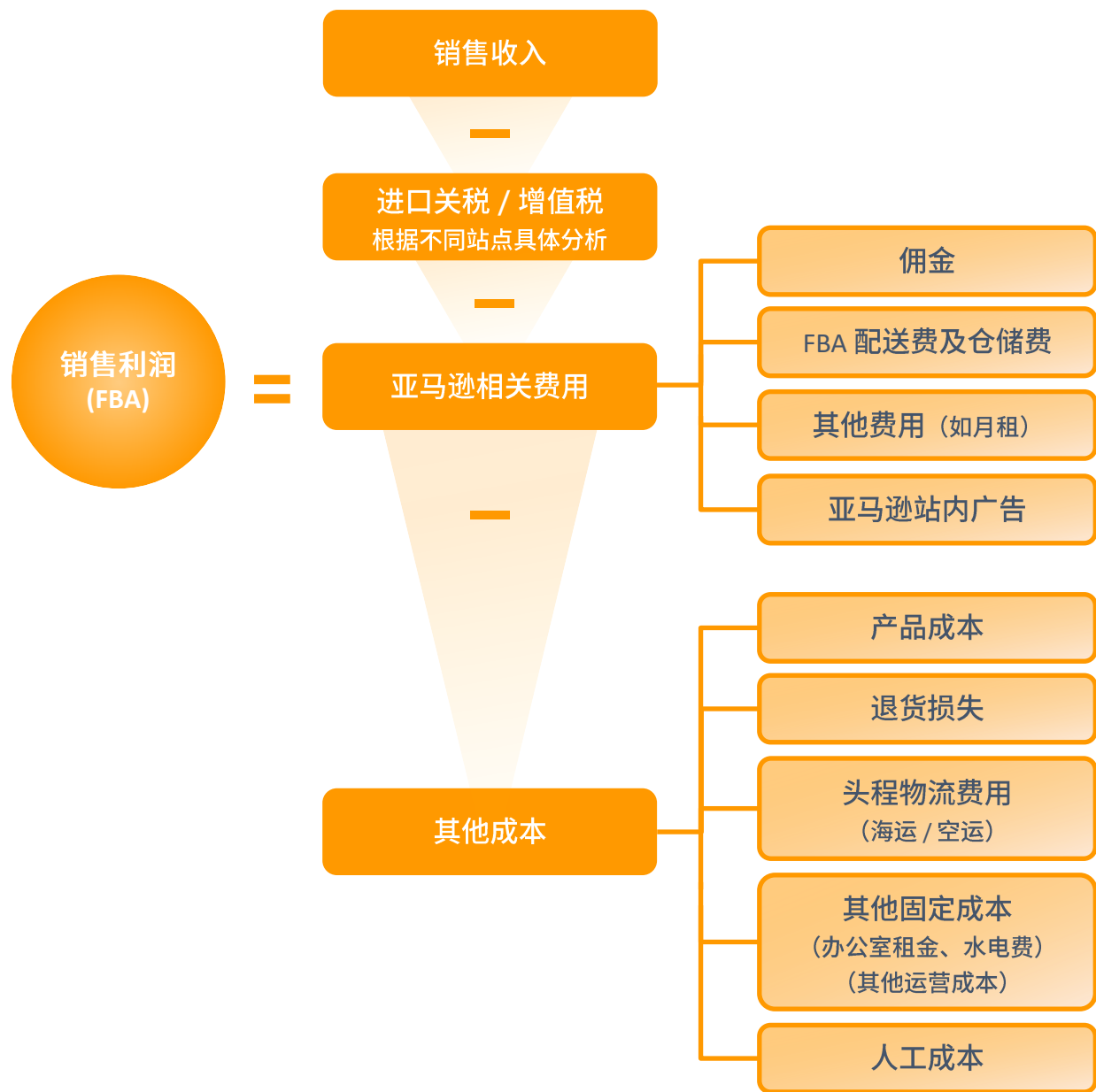
1. Statista, eCommerce - Worldwide

2/3. Ennews, 《亚马逊在澳大利亚每月访问量超 4,100 万次》

7.3.3 Profit: 利润

投入产出成正比，销售利润可观

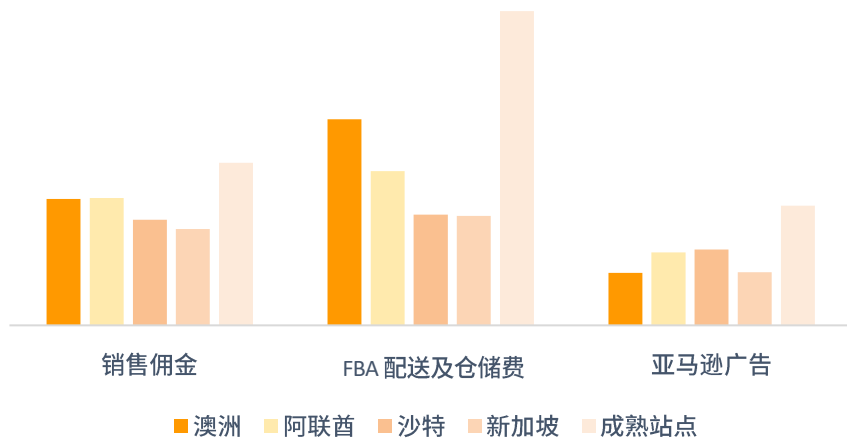
从图中可以看到，与销售利润相关的关键因素中“亚马逊相关费用”和“其他成本”是卖家可控的。因此，亚马逊为新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度）卖家提供各种扶持，以获取更多利润。





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。

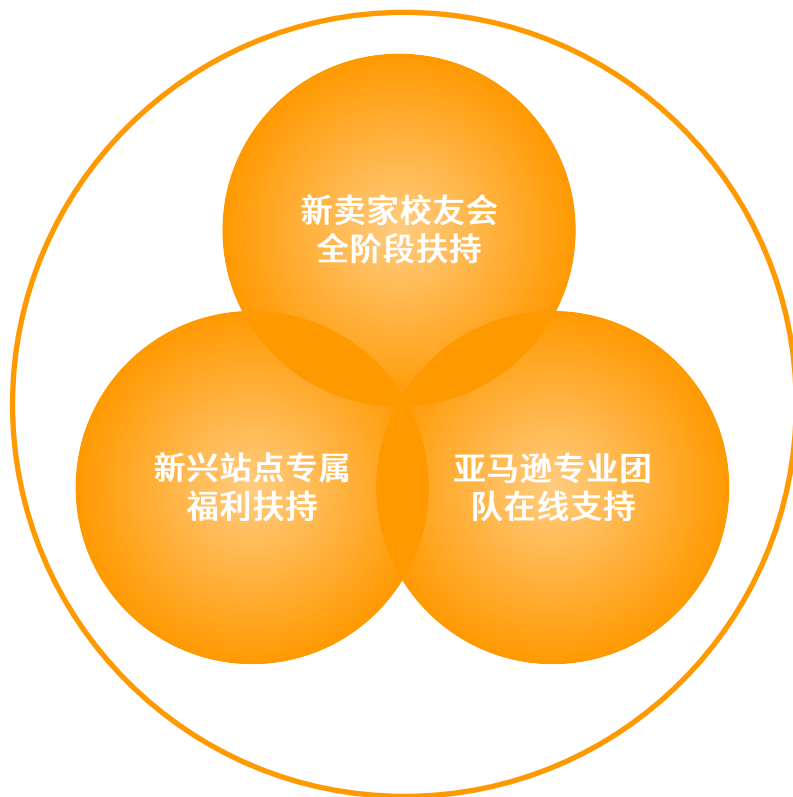
包装尺寸与重量	瑜伽垫					办公椅				
	标准件 (11X12X62 厘米, 2.22 公斤)					大件 (278X56X71 厘米, 19.26 公斤)				
站点	澳洲	阿联酋	沙特	新加坡	成熟站点	澳洲	阿联酋	沙特	新加坡	成熟站点
销售佣金 %	13.0%	13.0%	10.0%	11.5%	15.0%	13.0%	15.0%	15%/10%	11.0%	15%/10%
FBA 配送费 (美元)	7.87	3.81	2.94	6.78	11.41	15.25	8.45	7.48	10.63	30.31
FBA 仓储费 (美元 / 每件产品 / 月)	0.15	0.16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

7.3.4 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：



7.3.5 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



7.3.6 全新“五大利好”助力掘金机遇

亚马逊澳洲站点五大利好政策，如下：

01 首度推出“新卖家大礼包”，帮助新卖家降低上线成本。

品牌打造方面 为品牌卖家提供 **5% 的交易额返还**，最高返还金额可达 **7.5 万澳元**，返还金额将抵扣下月的销售佣金；

FBA 入仓方面 对使用亚马逊承运商伙伴的卖家，提供最高 **150 澳元** 的入库运输费优惠，对使用 Amazon SEND 服务的卖家，入库运输费优惠可达 **300 澳元**；

广告方面 为卖家提供 **75 澳元** 的亚马逊商品推广广告折扣券。

02 推出新的“卖家激励计划”项目，助力新老卖家降低运营成本。

- 广告投放奖励，即最高 **400 澳币** 的广告投放费用奖励；
- 新品入仓奖励，即活动期间针对入仓新品的品牌卖家，提供最高 **3000 澳币** 的费用奖励；
- 合作承运人奖励，即每包裹 **25 澳币** 的合作承运人计划使用费用奖励。

03 亚马逊物流 (FBA) “超大超重件入仓计划”即将上线，支持超大件商品入仓，并提供奖励。

- 卖家 23kg-35kg 区间的非危险大件商品，将可入仓并享受 FBA 后续服务；
- 超大超重件入仓奖励，即活动期间为入仓超重超大件的卖家，提供最高 7.5 万澳币的奖励。

04 亚马逊 Vine 计划即将向澳洲站卖家开放，帮助卖家提高新品的销售。

- 即将在今年向澳洲站卖家开放的亚马逊 Vine 计划，将为符合条件的卖家提供获取高质量消费者评论的机会；
- 通过邀请亚马逊商城上值得信赖的消费者对新产品发布评论，能有效地帮助卖家在快速为新品获取评论和产品反馈的同时，提高新品的销售。

05 首度发布《澳洲消费趋势与选品指南》，为卖家提供精确的选品参考。

以数据和案例为基础,深入剖析澳洲跨境电商行业的发展状况从电商发展、消费者洞察、选品建议等维度出发,为卖家提供实操手册,以更好地了解澳洲消费需求,帮助卖家挖掘更高质量的选品。

7.3.7 小结：澳洲站点的优势

消费者习惯与欧美类似，中国卖家机遇无限



1. 中澳产业互补，**超过 40% 的澳洲消费者近期购买的商品都来自中国**¹；
2. 与欧美文化相近，**热卖选品趋同**，欧美成熟站点卖家可以将选品“一键同步”至澳洲；
3. 地处南半球，季节性商品也可以做到**轻松热卖一整年**；
4. 2023 年澳大利亚人均 GDP 超过 6.5 万美元，排名世界第十²，消费者对高客单价商品的接受度更高；
5. 亚马逊澳洲站是澳洲月独立访客量**最高的电商网站**³；
6. 搭载“新西兰出口计划”，无需支付额外费用，就可以**轻松扩大消费群体**，全面提升销量。

中澳往来紧密，中国卖家竞争力强

1. 在 2022 至 2023 财年，**中国名列澳大利亚第一大进口贸易伙伴**，澳大利亚自中国进口额在该财年里增长了 9.4%，达到 1133.75 亿澳元⁴；
2. 中国卖家在消费电子、家居、美妆个护等品类表现出了**强劲的竞争力**，增长潜力巨大。

7.4 澳洲的促销季

澳大利亚地处南半球，季节与北半球相反，季节变化明显，适合季节性产品反季销售；与欧美节庆节奏相似，节庆相关的爆发选品也有很多机会，可以和欧美站点结合实现全年热卖。





父亲节 < 8月

10月 > 春促

黑色星期五 < 11月

11月 > 网购星期一

Boxing Day < 12月

12月 24-25 日 > 圣诞节

网络周

夏季 湿季 热带北部

“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”。



经理说!

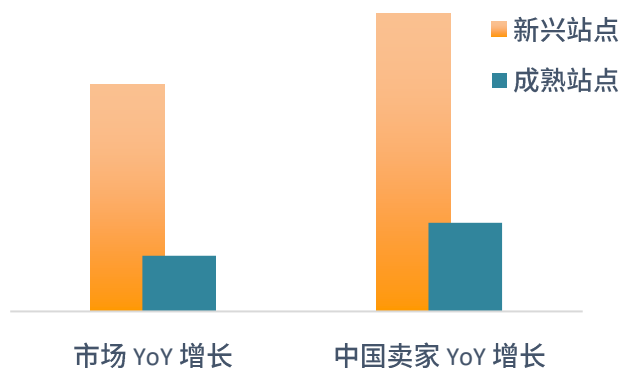
澳洲站年中 6 月财年末大促、7 月 Prime 会员日以及年末 11 月黑五网一为全年销售高峰。大促活动截止入仓时间较早，请提前规划大促活动预计需要货量，尽早进行准备!

7.5 亚马逊澳洲站点的选品建议

7.5.1 新兴站点增幅空间大，各品类潜力足

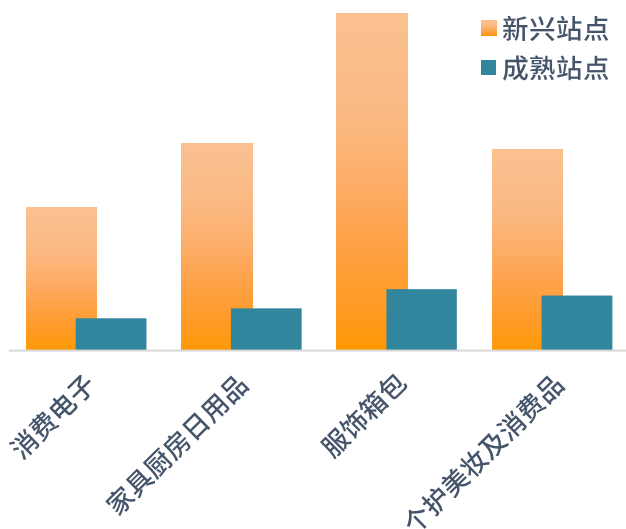
亚马逊新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度）市场增长率**大幅高于**成熟站点，其中中国卖家表现受到市场喜爱，**年增速表现优于平均水平**。

2023 年 YTD 各大站点年增长和中国卖家占比分析

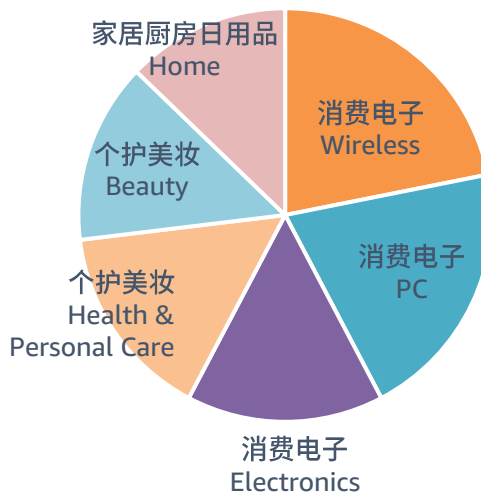


新兴站点（澳洲、阿联酋、沙特、新加坡、印度）跨品类增幅趋势看好，一键通全球，以日用消费品、无线产品和消费类电子产品类等细分品类引领增长。

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





7.5.2 亚马逊澳洲站点服饰品类趋势及洞察 (Apparel)

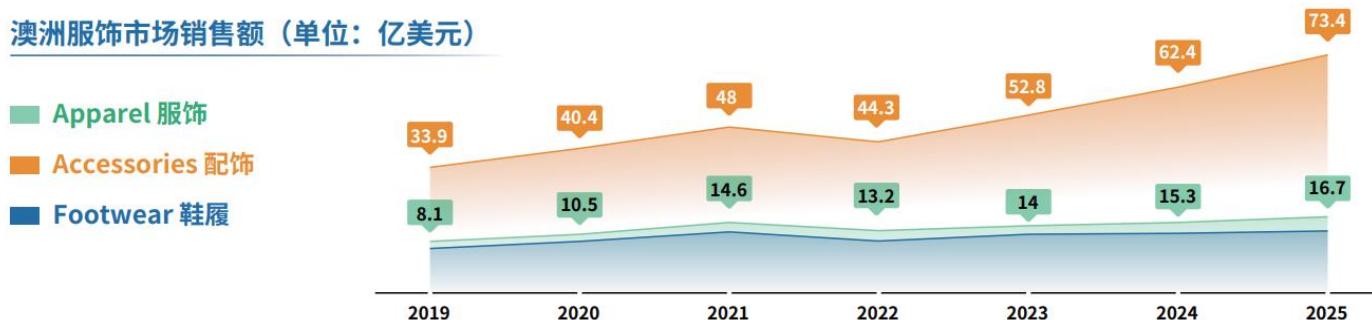
面对持续的通胀压力，超一半 (52%) 的澳洲人民表示他们喜欢寻找极致的性价比，喜欢在有优惠活动时下单。但节俭消费不等于消费降级，仅 19% 的澳洲消费者表示他们会因为便宜而购买品质低的时尚单品。¹



澳洲站服饰品类趋势

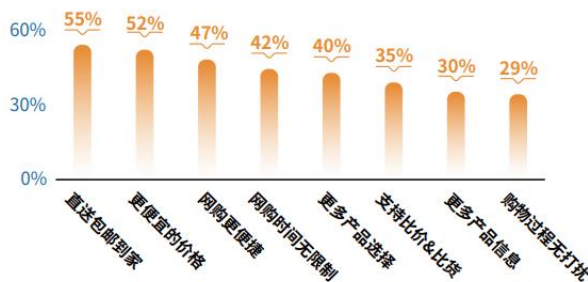
依据第三方数据，澳洲时尚服饰市场销售额（含线下）2025 年将达到 101.8 亿美元。其中，服装类目 (Apparel) 呈现 9.81% 的年增长率，超越鞋靴、配饰。²

澳洲服饰市场销售额 (单位: 亿美元)



在疫情期间，澳洲消费者培养了线上购买时尚服饰的习惯并延续至今。据统计，目前 32% 的服装类销售来自线上³，预计到 2025 年，这一比例将进一步增长至 46%。澳洲消费者选择线上购买时尚品类的主要动力包括：直送包邮到家 (55%)、性价比 (52%)、购物时间便捷 (42%)、支持比较 (35%) 等。⁴

澳洲消费者购买线上时尚单品的原因⁴



1. Euromonitor: AU Megatrends (2023)
 2. Statista: Fashion Ecommerce: Market Data & Analysis (2023 Oct)
 3. Australia Post: Ecommerce Industry Report (2023)
 4. Global Consumer Survey, Australia (2021)



消费趋势洞察

**可持续时尚**
Sustainable
Fashion

澳大利亚消费者选择拥抱可持续时尚，对环保和符合道德标准的服装的需求不断增长。87% 的澳大利亚消费者愿意购买合乎道德和可持续标准的服饰，约有 34% 的受访者愿意为可持续服装多支付 10% 的费用。¹

**运动休闲**
多面手
Athleisure

随着澳洲消费者健康及自我意识的提升，他们在服饰的选择上既追求舒适性用于满足日常运动，同时又兼顾功能性和时尚。例如，经过特氟龙特殊处理的防风防水防污的冲锋衣深受当地消费者喜爱。

**无性别穿搭**
Gender
Fluidity

无性别服饰不仅仅是服饰的选择，更是一种打破偏见、追求自我的态度。在澳洲，63% 的人认为他们的身份被社会所接受¹（例如性别、年龄、种族、民族、宗教）。无性别服饰的消费者群体主要为 95 后，便利的线上购物环境和高性价比的产品让这些年轻消费者更容易轻松“剁手”。

1. Euromonitor: AU Megatrends (2023)



服饰行业强势类目简述

对比澳洲全站点，中国卖家不仅在背包 (Backpacks)、短裤 (Shorts) 和袜子 (Socks) 类目上展现明显优势，并在打底裤 (Leggings) 和运动衫 (Jerseys) 类目中具有竞争力。无论在面料上（比如使用高弹力的性能织物）或者在性价比上中国卖家均可胜出。同时，澳洲消费者在这一类目中偏爱购买知名休闲品牌以及运动品牌，因此打造品牌对于卖家来说尤为重要。

此外，位于南半球的澳洲每年 11 月 - 3 月为夏季（例如户外水上运动用品，从 11 月开始有明显增长趋势），每年 6 月 - 9 月为冬季（例如保暖服饰约 4 月底 5 月初有明显增长），服饰选择与欧美消费相似，建议卖家提前备货。

中国卖家高销量类目推荐

以中国卖家优势细分品类入手，品类高销量选品推荐如下：👉代表既是高销量又是高增长的类目

类目名称	背包	袜子	打底裤 瑜伽裤	短裤 男士内裤	运动衫 针织套头衫
类目名称	Backpacks	Socks	Leggings	Shorts	Jerseys
热卖关键词 (过去 90 天)	backpack; backpacks; kids backpack; mini backpack; toddler backpack	socks; men's socks; Compression socks; running socks; bamboo socks; work socks; white socks; ankle socks; merino wool socks; no show socks men; black socks	Leggings; fleece lined leggings; thermal leggings women; flared leggings; maternity leggings; gym leggings; Seamless leggings; scrunch bum leggings	shorts; gym shorts; menus shorts; running shorts; gym shorts women; basketball shorts; bike shorts; board shorts	jersey kids; soccer jersey; basketball jersey;
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	黑·灰·蓝 L · 17.3inch · M	黑·白·多彩 M · L · 9-12 鞋码	黑·蓝 M · S · L	黑·蓝 M · L · S	蓝·黑·白 L · M · 7-13 岁
消费者偏好	澳洲消费者喜欢直接搜索背包品牌名称进行购买，打造专属品牌很重要。	澳洲消费者注重在袜子的材质颜色和功能上进行搜索，打造舒适耐用的产品很重要。	澳洲消费者喜欢搜索打底裤样式、材质和使用场合。打造集聚运动与日常时尚一体的“运动休闲风 leggings”是趋势。	澳洲消费者喜欢针对运动类型进行搜索，比如足球、篮球。	澳洲消费者喜欢针对运动类型进行搜索，比如足球、篮球。

中国卖家高增长类目展望

结合中国卖家优势细分品类，品类高增长选品展望如下：

类目名称	塑身衣连体衣 Bodysuits	裤子 Pants	T恤 T-Shirts	连衣裙 Casual	腰带 Belts
热卖关键词 (过去90天)	shapewear bodysuits; skims bodysuits women; bodysuits women; baby bodysuits	cargo pants; cargo pants men; men's pants; yoga pants; linen pants; track pants; wide leg pants; work pants; hiking pants; pajama pants	men's t-shirts; women's t-shirts; men's novelty t-shirts; boy's t-shirts;	Dress; summer dresses for women; formal dresses; maternity dress; Christmas dress; white dress; black dress; girls' dress; pink dress	belts; women's belts; men's belts; leather belts; elastic belts for women; women belts for jeans; women belts for dresses; plus size belts
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	黑·肉色·棕 M · S	黑·蓝·灰 M · L · XL	黑·蓝·红 M · L · XL	黑·蓝·绿 M · L · S	黑·棕·多彩 M · XL
消费者偏好	多数关于塑身衣的搜索来自女性消费者，少数搜索是与婴儿服饰相关。	澳洲消费者喜欢按照使用场景进行搜索，男女同款，无性别指向的工装裤是搜索趋势。	澳洲消费者喜欢按照适用人群或颜色、场合进行搜索，比如万圣节T恤。	消费者喜欢或休闲或修身的连衣裙，部分儿童连衣裙，孕妇连衣裙也很受欢迎。	澳洲消费者喜欢按照腰带的材质和使用人群进行搜索。

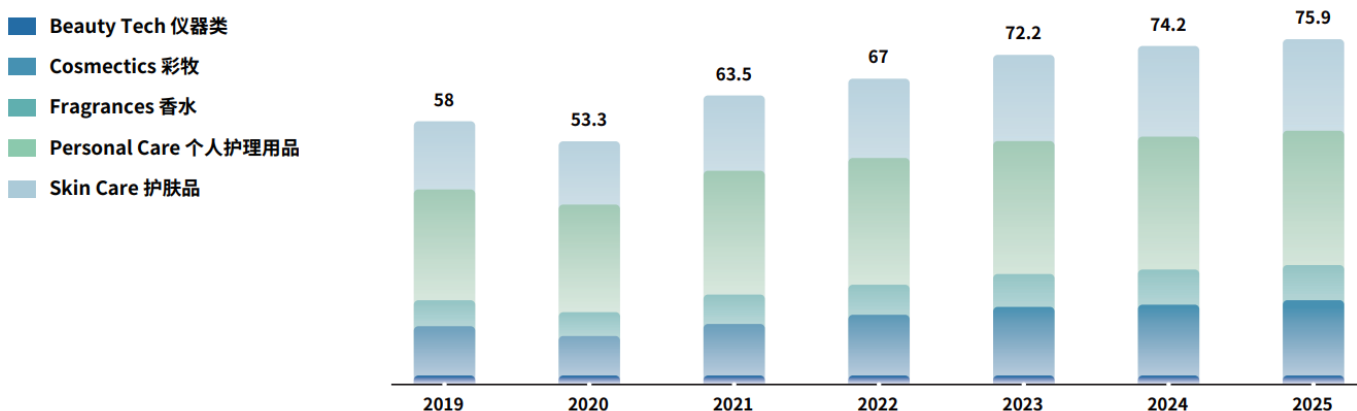
7.5.3 亚马逊澳洲站点美容美妆趋势 (Beauty)



澳洲站美容美妆品类趋势

2024 年，澳大利亚的美容和个人护理的市场体量预计将达到 74.2 亿美元，未来的年增长率预计为 2.41%（2024-2028 年复合年增长率）。按人均消费来计算，预计 2024 年每个澳大利亚人将花费 277.80 美元在美容和个护产品上。¹

澳洲美容及个人护理市场销售额（单位：亿美元）



此外，澳大利亚的美容和个人护理市场正在经历对天然和有机产品需求的大幅上升，其背后的动力是消费者对可持续和环保产品的偏好呈现持续增长的趋势。带有天然和有机标签的产品在未来是打动消费者购买的重要因素。²

随着数字化技术的发展，35% 澳洲消费者喜欢花钱省时间³。由于美妆个护品的多规格、个人化特质以及高复购需求，通过线上完成购买的比例目前占到 25%，预计这一趋势将持续提升，推动品牌商家在线上渠道为顾客添加个性化选择，增强品牌复购意愿及客户互动体验。



1. Key Trends in Australia Beauty - Euromonitor.com (2023)

2. Beauty and personal care market in Australia | Statista(2023)

3. Megatrends Australia-Euromonitor, 2023



消费趋势洞察



更多尝试海外品牌及多元文化
Embrace International Brands and Culture Differences

澳大利亚是世界上最多元化的国家之一，几乎三分之一的居民出生在海外，有 60% 的澳大利亚人认为比起五年前，现在更容易购买国际产品。这一多元文化的背景推动了面向不同文化和种族的产品和服务的需求增长。澳大利亚的超市如 Woolworths 和 Coles 已经开始增加化妆品的更多元的色彩和色号。



更追求性价比和产品质量
Quality and Value for Money

有 59% 的澳大利亚人表示他们正在追求简化生活方式¹，有 33% 试图过上更简约的生活，只在必要时购买新物品。这种慢美容的理念强调美容仪式，提倡使用更少但更高品质的产品，尤其是高端美容产品。为了响应这一趋势，许多品牌已经开始采取措施，如获得认证、提高透明度、改善包装和成分，以及推出更多混合产品。



数字化转型与全渠道策略
Omni-channel Marketing

社交媒体名人及网红对澳大利亚人最近的美妆购买产生的影响在过去三年中增加了 5 个百分点²，这一增长趋势清晰地凸显了社交媒体在澳大利亚美妆市场中的不可或缺的重要性。随着消费者越来越依赖社交媒体获取购买建议和灵感，美妆品牌需要通过社交媒体平台积极参与曝光，以吸引和保持消费者的注意力，并在竞争激烈的市场中脱颖而出。

1. Megatrends Australia-Euromonitor, 2023

2. Beauty and personal care market in Australia | Statista(2023)

美容个护类目简述

澳洲消费者在美妆个护品类中对价格敏感度较高，但也乐于为质量、功能和实用性付出合理的价格。中档价位的产品通常更受欢迎，因为它们提供了良好的性价比，而功能性强、设计独特的产品，比如可重复使用的假睫毛或者美甲产品有较高潜力；另一方面，中国卖家凭借供应链优势可以尝试拓展美容面罩等器材类美妆设备。

此外，澳洲消费者倾向于直接搜索品牌名称进行购买，因此品牌的知名度和独特性尤为重要。

中国卖家高销量类目推荐

以中国卖家优势细分品类入手，品类高销量选品推荐如下：

类目名称	指甲油 Polishes	假睫毛 False Lashes	发带 Headbands	刷子套装 Brush Sets	甲油胶 Gel Polishes
热卖关键词 (过去90天)	gel nail polish; gel nail polish kit; nail polish; gel polish	Lashes; lash clusters; false eyelashes; cluster lashes; lash extension kit; eyelashes; eyelash extension kit; eyelash clusters; DIY lash extension set; individual eyelashes	Headband; makeup headband; skincare headband; spa headband; hair band; headbands for women; skincare headband and wristband	makeup brushes; makeup brush set; make up brushes set; real techniques brushes; makeup brush; make up brushes; makeup brush cleaner	gel nail polish; gel polish; gel nail polish kit; red gel nail polish; gel nail polishes; gel polish set; builder gel; nude gel polish; red gel polish
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	透明·粉·白 15ML · 42ML · 7.5ML	黑·深灰 1 pack · 280 clusters · 10 pairs	黑·粉·白 1 piece · 3 piece set · 6 piece set	黑·金·银 18 pieces set · 5 pieces set · 14 pieces set	透明·白·粉 7.5ML · 15ML · 10ML
消费者偏好	澳洲消费者喜欢直接搜索指甲油品牌名称进行购买，打造专属品牌很重要。	澳洲消费者更喜爱看上去自然、可重复使用和容易拆卸的假睫毛产品。	澳洲消费者在购买发带饰品时，注重产品的款式、舒适性、实用性和性价比。	澳洲消费者对于美妆刷子有品牌忠诚度，喜欢容易清洗和多功能的产品。	澳洲消费者喜欢直接搜索甲油胶品牌名称进行购买，打造专属品牌很重要。

中国卖家高增长类目展望

结合中国卖家优势细分品类，品类高增长选品展望如下：

类目名称	发梳 Hairbrushes	穿戴甲 Nail Tips	发圈 Ponytail Holders	发夹 Clips	面膜 Masks
热卖关键词 (过去90天)	hair brush; wet brush; detangling hair brush; scalp massager; tangle teezer; bamboo brush; thermal brush; hairbrush; tangle teezer brush; ionic hair brush; hair scalp massager; round brush; ionic brush	nail tips; gel x nail kit; gel x; nails; fake nails; gel x nail tips; press on nails; press on nails short; soft gel nail tips; acrylic nail kit; nail kit; gel nail kit; gel nail tips; short almond nail tips; nail extension; nail; gel x nails; gel x tips; false nails	hair ties; hair tie; hair scrunchies; silk scrunchie; silk scrunchies for hair; scrunchies; silk hair tie; scrunchie; hair ties for women; silk scrunchies; hair accessories for women; kids hair ties; hair elastics; hair accessories for women; satin scrunchies	hair clips; hair bow; hair clip; hair claw clip; hair bows; banana clip; claw clips; butterfly hair clips; hair accessories for women; claw clip; hair ribbon; girls hair accessories; kids hair accessories; Butterfly clips; alligator hair clips; hair gems; starhair clips; hair clips for women	pimple patch; face mask skincare; Pimple patches; led face mask light therapy; bubble skincare; sheet mask; lip mask; clay mask; mighty patch; hero mighty patch; facial mask; foot mask; Korean skincare; green tea face mask stick
价格区间 (美元)	<ul style="list-style-type: none"> <= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other 	<ul style="list-style-type: none"> <= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other 	<ul style="list-style-type: none"> <= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other 	<ul style="list-style-type: none"> <= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other 	<ul style="list-style-type: none"> <= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	黑·粉·橙 1 count · 3 count · 4 count	透明·杏仁色·白 500 count · 504 count · 120 count	黑·透明·灰·棕 6 count · 100 count · 1500 count	黑·银·白 1 count · 4 count · 6 count	白·透明·粉 1 count · 24 count · 36 count
消费者偏好	澳洲消费者非常看重发梳产品的功能性，比如防打结、可以做造型、头皮按摩等。	澳洲消费者喜欢直接搜索穿戴甲品牌名称进行购买，打造专属品牌很重要。	澳洲消费者会根据年龄、发量、材质来搜索发圈类产品。	澳洲消费者会根据年龄、造型、材质来搜索发夹类产品。	澳洲消费者非常注重面膜的成分和功能性，比如抗痘、除皱、消除黑眼圈和黑头等。

7.5.4 亚马逊澳洲站点家具品类趋势 (Furniture)

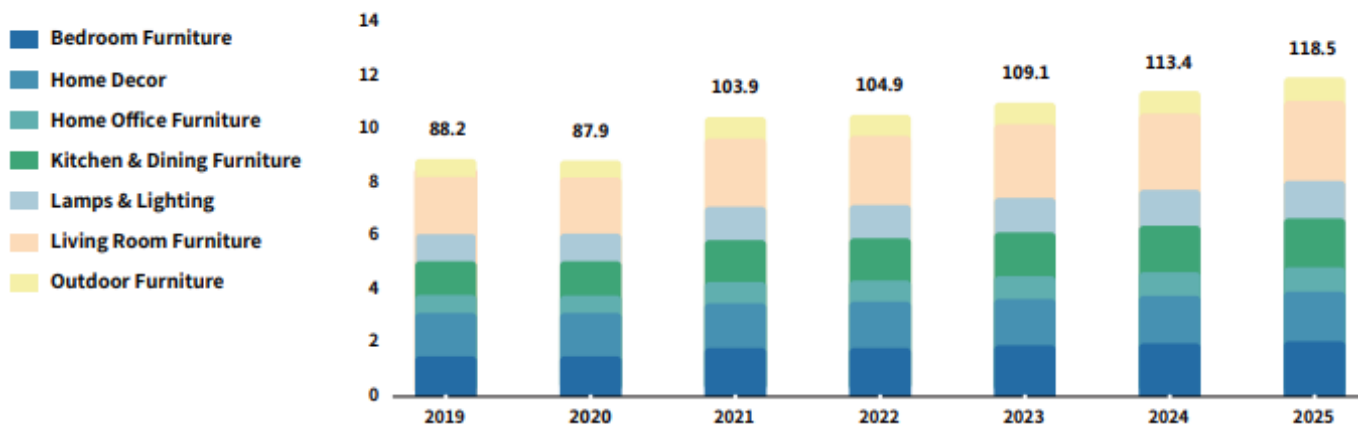
澳大利亚家具市场收入持续增长，澳洲消费者对智能化家具、居家办公家具的需求在疫情后只增不减，36% 的千禧一代表示疫情后仍然每周至少在家工作一次¹。产品上，可持续环保设计以及高性价比单品符合消费实用主义、环保力行、便利先行的年度消费趋势。



澳洲站家具品类趋势

2024 年，澳大利亚家具市场的收入预计将达到 113.4 亿美金，预计年增长率为 4.59%（2024-2028 年复合年增长率）。最大的细分市场是起居室家具，预计 2024 年的市场容量为 28.5 亿美金。在细分品类上，2023 年销售额涉及起居室家具 (33%)，厨房和餐厅家具 (22%)，卧室家具 (16%)，其中家庭办公家具在近 3 年增速最快。²

家具行业细分市场规模 (单位: 亿美元)



此外，家具的线上销售比例在过去的 6 年里显著提升，预计到 2027 年接近 40% 的占比³。澳大利亚家具类目消费者表示，他们的首选是立即在网上购买，但希望购买的是经济实惠的商品。

1. Megatrends Australia - Euromonitor, 2023

2. Online Household Furniture Sales, ibisworld (2023)

3. Furniture - Home Office Furniture, Statista (2023)



消费趋势洞察



混合办公模式推动了家庭办公家具增速
Hybrid Working

受疫情的影响，家庭办公家具出现了强劲增长势头，原因是在家办公和消费者采用混合办公方式的比例持续上升。虽然需求趋于饱和，但由于混合办公趋势的持续存在，以及越来越多的澳大利亚人仍在寻求混合或灵活的工作方式，这使得比以往任何时候都更需要满足这一需求。



可持续环保设计
Eco-Friendly Design

48% 的澳大利亚人认为他们可以通过自己的选择和行动产生影响，促使制造商采用具有生态意识的做法。另外，41% 的受访者表示，他们相信未来气候变化将对他们的生活产生更大的影响¹。为了应对这一趋势，各大企业开始采取各种举措，包括在包装、配方、认证和投资与回收计划等方面进行创新。



智能家居
Smart Furniture

智能家居的日益普及是智能家具需求激增的重要驱动力。随着技术的进步，消费者寻求家具和智能家居之间的无缝集成，这一趋势使用户能够远程控制和监控其生活空间的各个方面。2024 年，预计会有更多家具融入智能技术，如内置充电端口、语音控制，甚至内置扬声器。这些家具将外形与功能相结合，打造出既时尚又实用的家具。

1. Megatrends Australia - Euromonitor, 2023

家具行业强势类目简述

家具品类的销售表现在过去一年内出现了显著的增长，同时其市场规模也在显著增大。除了根据消费者趋势制定策略之外，卖家还可以关注一些新兴的澳洲市场趋势，例如户外家具产品因疫情后的复苏需求而卷土重来、环保理念不断深入人心而促进绿色环保家具的发展，以及智能科技与家具设计的融合，还有多功能和收纳空间设计的兴起。

此外，宠物床的增长也需要引起卖家的广泛重视。这些趋势的出现，推动卖家继续为消费者提供个性化、多样化的产品和解决方案。

中国卖家高销量类目详解

以中国卖家优势细分品类入手，品类高销量选品推荐如下： (👑代表既是高销量又是高增长的类目)

类目名称	床👑 Beds	床架👑 Frames	书柜👑 Bookcases	吧台椅👑 Barstools	储物与家务收纳👑 Storage & Home Organization
热卖关键词 (过去90天)	dog bed; dog bed large; cat bed; dog beds; pet bed	queen bed frame; bed frame; double bed frame; bed; king single bed frame	kids bookshelf; kids' bookcases; kids book shelf; book shelf; book shelf kids	bar stools; bar stool; bar stools set of 4; bar stools set of 2; bar stools set of 3; bar chair	garage shelving; peg board; pegboard; ladder; garage storage
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	灰·深灰·绿 XL·L·M	黑·灰·白 QUEEN·DOUBLE·SINGLE	白·棕·自然 55*60.5*100 cm·均码·6层	黑·白·灰 均码·S·两件套	黑·白·哑光黑 L·S·M
消费者偏好	澳洲消费者对于宠物床的尺寸大小包括是什么宠物类型床比如猫狗需求很明确。	澳洲消费者对大尺寸床架、双人床架的需求比较集中。	澳洲消费者更倾向对儿童书架做搜索。	澳洲消费者在吧台椅的选择上更喜欢组合椅，比如 2 件、3 件、4 件组合。	澳洲消费者对车库的货架，工具箱的货架更有针对性的搜索。

中国卖家高增长类目展望

结合中国卖家优势细分品类，品类高增长选品展望如下：

类目名称	充气床、枕头和配件 Inflatable Beds, Pillows & Accessories	梳妆台 Dressing Tables	充气睡垫 Self-Inflating Sleeping Mats	家具脚垫 Furniture Legs	箱式凳 Ottomans
热卖关键词 (过去90天)	air mattress; bath pillow; air mattress built in pump; pillow	vanity desk; vanity; dressing table; makeup vanity; dressing table with mirror	camping mattress; camping; sleeping mat; camping mattress self inflating; self inflatable mattress	chair leg floor protectors; table legs; furniture legs; desk legs; coffee table legs	ottoman; foot stool; ottomans storage ottoman; ottoman storage
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	灰·白 QUEEN · SINGLE · QUEEN-BLUE	白·黑·黑白 均码 · 10 LED BULBS-WOODEN · 4个柜子	蓝·军绿·海军蓝 单人·双人	黑·米·棕 L-24PCS · R · S	黑·白·灰 L · ONE SIZE · S
消费者偏好	澳洲消费者对双人床、大号充气床垫及配件更乐意搜索。	澳洲消费者除了大量搜索梳妆台的关键词之外,也会对带镜子和灯的梳妆台去进一步搜索。	澳洲消费者对野营睡垫更偏爱。	澳洲消费者对各类型的家具,比如餐桌、咖啡桌、椅子等脚垫的搜索需求很明确外,同时对脚垫的材质,比如橡胶、硅胶等也很有针对性的搜索。	澳洲消费者更喜欢搜索储物功能的长凳和脚凳。

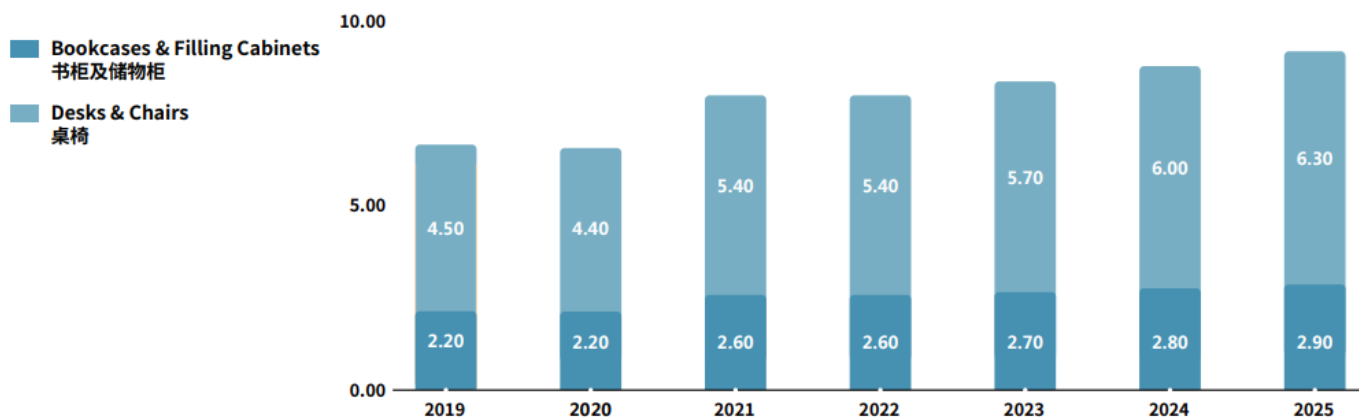
7.5.5 亚马逊澳洲站点办公用品类趋势及洞察 (Office Products)



澳洲站办公用品类趋势

2024 年，澳大利亚办公家具市场规模预计为 24.6 亿美元，预计到 2029 年将达到 29.4 亿美元（在 2024-2029 年以 3.54% 的复合年增长率增长）¹。

办公用品类（部分品类）销售额（单位：亿美元）



办公家具包括办公桌、办公椅、储物柜和其他办公相关的物品。办公家具的需求正在因办公空间和员工数量的不断增加而增加。更多跨国公司进入了澳大利亚，混合制办公模式逐渐兴起，增加了对办公家具的需求。

城市化的不断发展也增加了办公室家具相关的需求。制造商提供了更先进、创新设计的家具，这些家具更健康、更舒适，并且技术含量更高。此外，智能办公器材预计在未来几年将获得显著增长。



1. Home Office Furniture- Statista



消费趋势洞察



技术整合 Integration of Technology

随着远程和混合办公安排变得越来越普遍，对于技术整合的办公用品的需求预计将增加。这包括连接的打印机和扫描仪等智能办公设备，以及视频会议系统等协作工具。



健康和福祉 Health and Wellness

沮丧以及焦虑每年会对澳洲的公司造成 110-120 亿澳元的损失¹。随着对员工福祉的关注日益增加。促进健康和福祉的办公用品预计将有很大的需求。这可能包括人性化的办公家具、空气净化器和减压小工具。



协作和 灵活性 Collaborati on and Flexibility

协同工作能使 73% 的员工做的更好，60% 的员工更有创造性²。随着工作空间适应不断变化的需求，支持协作和灵活性的办公用品将至关重要。这包括模块化的办公家具、便携式白板和可调节的照明解决方案。

1. Black Dog Institute: Workplace wellbeing

2. Coursera Enterprise: Collaboration in the Workplace: Benefits and Strategies



办公用品行业类目简述

响应后疫情时代员工返回公司办公的主流趋势，配件类如便签纸，工牌卡套产品，马克笔等都进入了高需求高增长阶段，工具器械方面中国卖家可以关注高功率多功能的激光打印机，同时便携式小型打印设备的增长可能和逐渐兴起的灵活办公风潮有关，每周不定期的在家办公同时也会促进居家办公设备的需求，比如鼠标，键盘，视频会议设备等。

中国卖家高销量类目推荐

以中国卖家优势细分品类入手，品类高销量选品推荐如下： (👑代表既是高销量又是高增长的类目)

类目名称	马克笔👑 Markers	激光打印机👑 Laser Printers	便签 All-Purpose Labels	壁挂式日历 Wall Calendars	工牌卡套👑 Badge Holders
热卖关键词 (过去90天)	paint pens; brush markers; markers; alcohol markers	3d printer; printer; laser printer; mini printer; 3d printer filament; resin printer	labels; sticker paper; dot stickers; pantry labels; Christmas label stickers; Christmas gift tags; Christmas labels; Christmas tags; NFC tags	calendar 2024; 2024 calendar; calendar; 2024 diary planner; calendar 2024 Australia; magnetic fridge calendar	lanyard; id card holder; retractable keychain; lanyard with card holder; lanyards for cruise ship cards; lanyards; cruise lanyard; retractable lanyard; teacher lanyard
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	黑·蓝·橘·紫 单支·12支·20支	黑·白·深灰 中等尺寸·标准尺寸·P1S组合	白·黑·粉 53MM·100页·20页·50页	透明·多彩 多种尺寸	黑·透明·多彩 多种尺寸
消费者偏好	澳洲消费者偏好多支组合水彩笔套装，12支到20支以上。	澳洲打印机市场强调打印速度，打印分辨率，纸张容量，连接性，以及其他功能，如自动双面打印和移动打印。	澳洲消费者普遍处于办公以及家用用途搜索便签，比如A4纸尺寸商用打印纸或圆点便签。	澳洲消费者主要附加年份进行日历产品搜索，偏爱产品附加一定功能性比如磁吸附性。	澳洲消费者尤其关注工牌卡套的伸缩性这一特点。

中国卖家高增长类目展望

结合中国卖家优势细分品类，品类高增长选品展望如下：

类目名称	打印机 Printers	珠子及珠串套件 Beads & Bead Assortments	标签机 Label Makers	鼠标垫 Mouse Pads	钢笔 Pens
热卖关键词 (过去90天)	mini printer; photo printer; portable printer; portable photocopier; portable mini printer; receipt printer	beads; clay beads; letter beads; clay beads bracelet kit; friendship bracelet kit; alphabet beads; pony beads; bead spinner; glass beads	Label maker; label tape; letratag tap; sticky tape dispenser	mouse pad; mousepad; desk mat; gaming mouse pad; gaming mousepad; mouse pads; white mousepad; desk pad	3d pen; 3d printing pen; 3d pen for kids ages 10-12; pigma micron; gel pens; popcorn pens; calligraphy pens; 3d pen filament
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 ● \$30 - \$50 ● > \$50 ● Other	<= \$15 ● \$15 - \$30 ● \$30 - \$50 > \$50 ● Other	<= \$15 ● \$15 - \$30 ● \$30 - \$50 ● > \$50 ● Other	<= \$15 ● \$15 - \$30 ● \$30 - \$50 ● > \$50 ● Other	<= \$15 ● \$15 - \$30 ● \$30 - \$50 ● > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	黑·白·灰 M·S	白·多彩·彩虹色 7*4mm·6mm·8mm	黑·蓝·红 M·L·XL	黑·白·深灰 L·M·80*30 black	红·黑·渐变色 1.75mm·30cm·12件组套装
消费者偏好	澳洲消费者搜索打印机的时候通常指的是便携式小型打印机，看中的是它的便于操作性。	澳洲消费者主要是通过搜索珠子的材质来搜寻目标产品，比如黏土制成的珠子，用作孩童玩具或者礼物。	澳洲消费者对于标签机有比较强的品牌倾向性，同时看中机器的便于使用性。	澳洲消费者搜索鼠标垫的时候，有一个明显的需求就是围绕游戏属性展开搜索。	澳洲卖家在对于 3D 打印笔的需求有明显的增长，包括了单支以及多支组合套装。

7.5.6 亚马逊澳洲站点宠物品类趋势及洞察 (Pets)

澳洲为宠物大国之一，有宠家庭占 69%。其中 85% 的宠物主人表示，养宠对他们的生活和身心健康有积极影响。澳洲宠物总数量达到 2,870 万只，超出澳洲总人口 300 多万，人均“拥宠比”达到 1:1.3。疫情后，预计 350 万个家庭正在积极计划在未来 12 个月内添加新宠物。¹

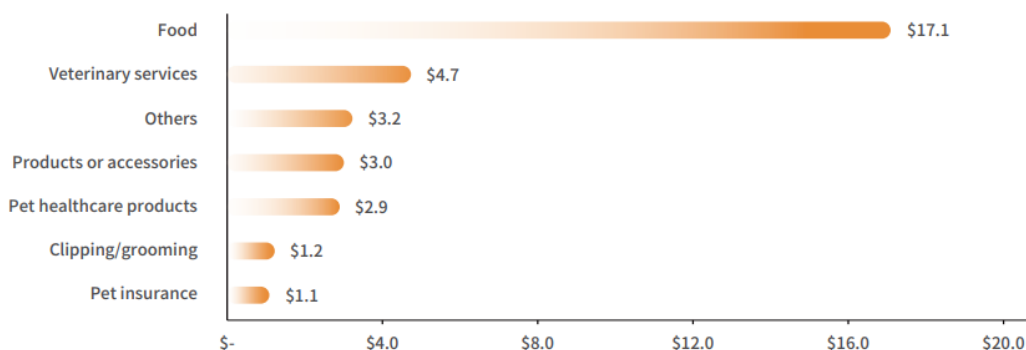
爱宠经济的刺激下，澳洲消费者追随健康养宠、便利养宠、高质量养宠的消费趋势寻求个性化、定制化、带有附加价值的产品功能。



澳洲站宠物品类趋势

狗是澳洲最受欢迎的宠物，约 40% 的澳洲家庭选择狗作为宠物，紧接着是猫 (27%)，鸟类 (10%)，鱼 / 水族类 (10%)。¹

2022年澳洲宠物行业总支出,按类别(\$ billions)



据估计，澳洲消费者在宠物品类每年的支出将超过 330 亿美元，旨在为宠物提供食物、健康和配套产品，其中食物占有所有支出的 51%，其次是兽医 (14%)，产品与配件 (10%)。¹

1. Pets in Australia: A national survey of pets and people, Animal Medicines Australia

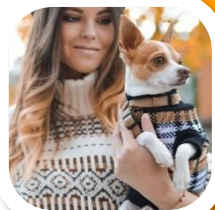


消费趋势洞察



高质量养宠
Caring for
Health &
Quality

疫情后，养宠成本一路攀升，但仍有 27% 的澳洲宠物主表示他们愿意为宠物提供高质量的生活环境、产品配件和服务类花销，包括美容、体检和参加训练课程。与 2021 年的估值相比，澳洲养宠家庭在狗上的支出稳定在 205 亿美元，在猫上的花销约为 91 亿美元。¹



智能便利
养宠
Digitalization
&
Convenience

60% 的澳洲消费者表示他们在寻找能简化生活的方法和产品²，在养宠赛道，澳洲消费者偏好移动购物，更简洁、透明的订阅服务受到青睐。宠物膳食补充剂的在线购买量的比例从 14% 上升到 25%¹，这是由 Z 世代和千禧一代领导的消费趋势（33% 对比老一辈的 17%）在产品端，从自动喂食器 (Automatic Feeder)、到宠物摄像头 (Pet Watch Camera)、再到自洁猫砂盆 (Automatic Cat Litter Box)，在过去 12 个月 AU Google Trends 的关键词搜索上分别提升了 +180%，+60% 和 +140%³。



人宠共享
时刻
Petstagram
&
Companion

在澳大利亚，宠物被当作家人对待，“陪伴”是澳洲人养宠的第一大原因。85% 的养宠家庭认为宠物能为他们带来了无差别的“爱”，他们愿意参与能带宠物出席的线下活动，比如户外营地徒步。19% 的年轻宠物主喜欢在社交媒体分享他们与宠物的互动时刻，17% 的宠物主为宠物购买或制作 DIY 服装（2019 年为 13%）。¹

1. Pets in Australia: A national survey of pets and people, Animal Medicines Australia
2. Megatrends Australia-Euromonitor, 2023
3. Google Trends

宠物品类热门类目简述

宠物食品、干粮、罐头、小零食等细分类目占据澳洲站宠物品类半壁江山，而中国卖家的机会点覆盖在与食物相关的工具、产品及配件上，比如喂食器、食物分装、储物工具等。中国卖家依托价格优势、产品创新性在宠物用品类目体现出强势竞争力，比如床、喂食器、玩具等，差异化竞争明显。

中国卖家高销量类目推荐

以中国卖家优势细分品类入手，品类高销量选品推荐如下： (👑代表既是高销量又是高增长的类目)

类目名称	床👑 Beds	自动喂食器👑 Automatic Feeders	猫爬架 Play Towers & Trees	狗背带 Vest Harnesses	互动玩具👑 Interactive Toys
热卖关键词 (过去90天)	Dog bed; dog bed large; dog beds cat bed; dog beds medium; pet bed; human dog bed	Automatic cat feeder; cat feeder; dog water dispenser; cat feeder automatic; pet feeder; automatic pet feeder	Cat tree; cat tower; cat scratching post; cat tree tower; cat tower for indoor cats; cat tree tower for large indoor cats	Dog harness; dog harness no pull; puppy harness; dog harness and leash set; small dog harness	Cat toys; cat toy; laser pointer; dog puzzle; cat toys for indoor cats; interactive toys for dogs; dog toys for boredom interactive; dog puzzle feeder
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	灰·浅灰·深灰·绿·黑 XL·L	白·黑·蓝·灰 3.5L	灰·米色·绿·浅灰·木色 135cm·184cm·35英寸	黑·粉·红·蓝·紫 中号·大号	蓝·灰·绿·白·红·橘 一包一个·L·M
消费者偏好	澳洲消费者喜欢按照宠物类型，比如“猫狗 + 尺寸大小”进行搜索。	澳洲消费者喜欢按照动物类型、容量进行搜索，会关注产品的兼容性、操作的互动性。	澳洲消费者喜欢按照猫爬架的形状、尺寸或者使用场景进行搜索。	澳洲消费者喜欢按照品牌名或者背带独特的功能进行搜索。	互动玩具类型多样，澳洲消费者喜欢按动物类型，使用场地和产品特征进行搜索。



中国卖家高增长类目展望

结合中国卖家优势细分品类，品类高增长选品展望如下：

类目名称	自动饮水器 Fountains	狗项圈 Basic Collars	球类玩具 Balls	抓板 Scratching Pads	宠物碗盆 Basic Bowls
热卖关键词 (过去90天)	Cat water fountain; pet water fountain; cat fountain; cat water fountain filter; dog water fountain	Dog collar; dog cone; dog collars for medium dogs; dog collars for small dogs; puppy collar	Dog toy; dog toys; dog ball; cat Toys; herding ball for dogs; dog ball thrower; cat toy	Cat scratcher; cat scratcher cardboard; cat scratching post; cat scratch; cat scratch protector; Cat; dog nail file scratch board	Dog bowl; slow feeder dog bowl; dog water bowl; dog bowl stand; dog bowls; elevated dog bowl
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	白·透明·蓝·银 均码·2.4L	黑·蓝·红·粉·黄 M·S·L	橘·蓝·绿·红 M (1个/包)· L (1个/包)· M (2个/包)	棕·透明·多彩· 深灰·白 L·51cm*25cm*42cm	黑·灰·蓝·银·白 L(1个/包)·2L
消费者偏好	澳洲消费者喜欢按照宠物类型或者容量进行搜索。	澳洲消费者喜欢按照宠物大小或者产品特性进行搜索。	澳洲消费者喜欢按照宠物类型、品牌名或者球类玩具的形状进行搜索。	澳洲消费者喜欢按照抓板的大小、造型，比如横向、竖向进行搜索。	澳洲消费者喜欢按照宠物碗盆的材质和功能进行搜索比如陶瓷/硅胶，比如可升降。

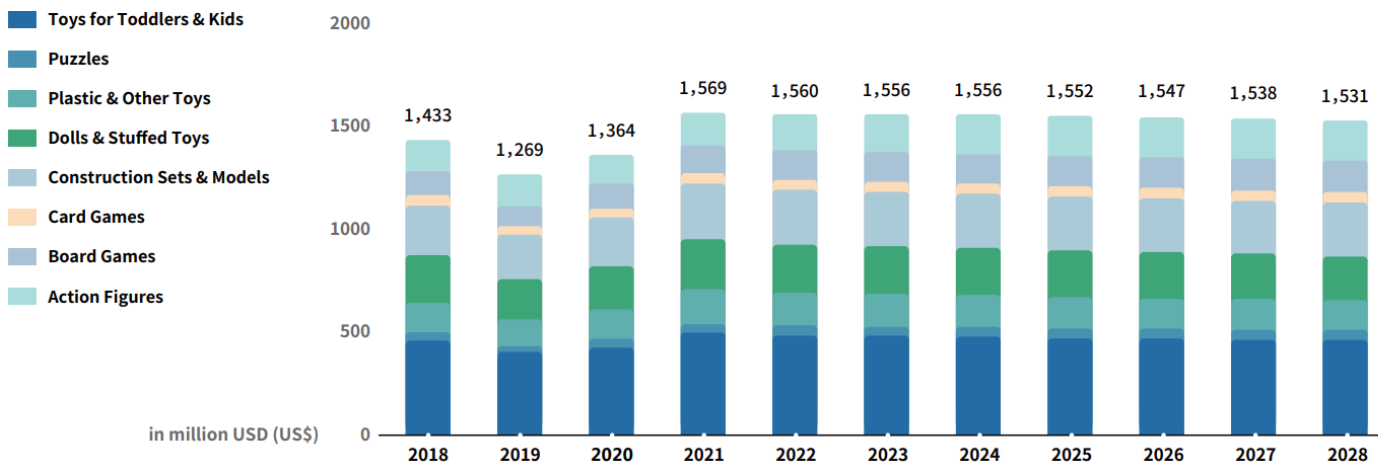
7.5.7 亚马逊澳洲站点玩具品类趋势及洞察 (Toys)

2024 年澳大利亚玩具和游戏市场规模预计为 15.6 亿美元，预计至 2029 年将维持在 15.3 亿美元，在预测期内（2024-2029 年）复合年增长率为 -0.39%。非电子类传统玩具市场有较为明显的价格偏好性波动。据不完全统计，2024 年每人每年花在玩具上的费用为 59 美元。¹



澳洲站玩具品类趋势

2024年澳洲玩具行业总支出，按类别 (\$ millions)



玩具市场驱动因素：随着当地早教市场的兴起，父母优先考虑孩子的学习和发展，当地市场对益智玩具的需求正在激增。

由于社交媒体的推动，除了儿童玩具，预计成年人对经典玩具及 IP 玩具的热爱将持续增长，这可能会导致对收藏和可定制玩具的需求增加。

1. Statista Market Insights, <https://www.choosi.com.au/documents/the-cost-of-kids-report-whitepaper.pdf>



消费趋势洞察



教育玩具的兴起与家长的选择

Rise of Educational Toys

后疫情时代，家长更注重通过玩具促进孩子技能发展，导致教育和学前玩具销量上升，尤其是积木、拼图、科学套件和编程玩具。这些玩具培养孩子的批判性思维和创造力，家长愿意投资高价值产品。随着家庭共处时间增加，对益智玩具的需求显著增长。



“Kidults”玩具市场的扩展与文化影响

Expansion of the “Kidults”

玩具的受众不仅仅是小朋友。澳洲网络热词：“kidults”出现，这个词指的是广泛的成年人，包括单身人士、丁克，喜欢二次元的成年人，以及在千禧一代和 X 世代。具有流行 IP、怀旧元素的玩具或社交媒体上流行的玩具的受欢迎程度激增。制造商意识到了瞄准这一人群的潜力，并开始生产重新构想的经典玩具和游戏版本以吸引“小孩”，这带来了对复古视频游戏机、棋盘游戏和收藏小雕像等产品的需求增长。



社媒推动线上线下玩具 IP 大联动

Online and Offline Toy IP Collaborations

社交媒体营销是玩具和游戏增长的关键，如以卡通形象为原型设计的毛绒玩具在短视频平台上受欢迎。头部品牌通过创新和 IP 维持竞争力，如乐高持续创新产品和提供沉浸式体验，墨尔本乐高游乐场和《Lego Masters》节目增强消费者情感，同时利用新影视作品延长 IP 寿命。

玩具品类热门类目简述

中国卖家以产品多样性、高性价比、可提供多种组合套件等因素在儿童益智玩具、节日聚会周边产品、毛绒玩具等细分类目呈现明显优势。针对成年人喜欢的玩具例如复古游戏机、IP手办，电动玩具等，中国卖家紧跟流行趋势，抓住了高增长机会点。Building Sets 类目虽然体量和增速较大，但头部品牌市场占有率高，竞争较强。澳洲消费者对玩具的需求丰富，并配合重要的节日节庆进行消费。建议中国卖家注重玩具本土化及全球文化影响，尽早创建品牌对自身的设计 / IP 进行保护。

中国卖家高销量类目推荐

以中国卖家优势细分品类入手，品类高销量选品推荐如下： (👑代表既是高销量又是高增长的类目)

类目名称	分类益智玩具 Sorting & Stacking Toys	节日气球及周边 Balloons	儿童 COS 服饰 Costumes for Kids & Toddlers	洗澡玩具 Bath Toys	音乐玩具 Musical Toys
热卖关键词 (过去 90 天)	montessori toys for toddlers; montessori toys for babies; baby toys; busy board	balloon garland; birthday decorations; baby shower decorations; balloon pump; water balloons	spiderman costume; elsa dress; elsa costume; cheerleader costume; mermaid costume	baby bath toys; whale bath toy sprinkler; baby bath tub	crawling crab baby toy; baby tissue box toy; fisher price toys; baby einstein; baby musical toys
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	多彩·蓝·粉 S · L · M	多彩·白·金·黑 S · L · M	多彩·黑·粉 S · M · 4-5 YEARS	白·黑·多彩 9.8"*5.3"*4.5" · 58*28 · L	多彩·绿·蓝 S · 1 COUNT · 均码
消费者偏好	澳洲消费者喜爱高性价比，多功能性的益智分类玩具，套件组装。	对于气球周边：气球充气机，节日装点气球套装；具有特色的充气气膜 市场需求大。	澳洲消费者喜欢多场景的不同儿童服饰，动漫，消防，警察，医生主题热销。	澳洲消费者喜欢套装组合，高性价比。产品有品质，简约，带动儿童创造力产品。	澳洲消费者喜欢颜色艳丽，功能多样的产品，具有可爱外形的产品。

中国卖家高增长类目展望

结合中国卖家优势细分品类，品类高增长选品展望如下：

类目名称	卡片机 Flash Cards	毛绒玩具 Stuffed Animals	玩具卡车 Trucks	悠悠球 Yo-Yos	复古游戏机 Handheld Games
热卖关键词 (过去90天)	flash cards; yoto cards; learning & education toys; toddler flash cards; alphabet flash cards	squishmallow; jellycat; giant teddy bear; squishmallows; teddy bear; pokemon plush	remote control car; monster jam; garbage truck toy; fir truck toy	yoyo; magic yoyo; yoyo string; diabolo; unresponsive yoyo	miyoo mini plus; retro game console; retro handheld game console; anbernic; gameboy
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	多彩·蓝·绿 M · S · L	多彩·棕·白 12inch · 120cm · L	蓝·多彩·红 L · M · S	多彩·蓝·黑·粉 S · M · L	蓝·黑·红 S · 19cm
消费者偏好	澳洲消费者喜欢高性价比，产品品质强的产品。播放声音清晰度，卡片质量好，词汇丰富度多，会更受欢迎。	澳洲消费者比较喜欢体型较大的毛绒玩具。经典的卡通形象，在当地市场会更受欢迎。	澳洲消费者喜欢品质较强，高客单价，尺寸较大的卡车玩具。带遥控装置的会更受欢迎。	澳洲消费者喜欢经典款式的 Yoyo 球，带有球包、手套、球绳的组合会更受欢迎。	澳洲消费者喜欢可以和电视直连，包含多种不同经典老款游戏的产品，对产品品质要求较高。

7.5.8 亚马逊澳洲站点电脑品类趋势及洞察 (PC)

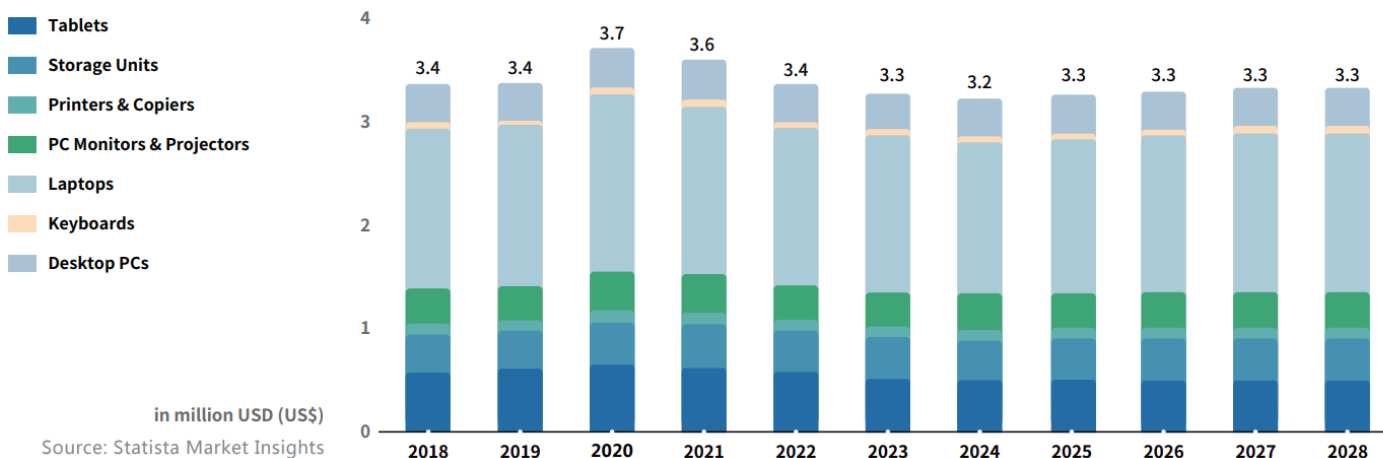
预计到了 2024 年，澳大利亚电脑设备及其配件市场将迎来 33 亿美元的庞大规模，并有望在 2028 年稳步攀升至 34 亿美元。¹

在 2024 至 2028 年的预测期间，市场将保持 0.99% 的复合年增长率，展现出稳健的发展态势。在线销售将贡献市场收入的 43.6%，并且这一比例预计将在 2028 年突破 50% 的大关，反映出电子商务在消费电子领域的日益重要性。¹



澳洲站电脑品类趋势

2024年澳洲电脑行业总支出，按类别 (\$ Billions)



在澳大利亚，消费者对电子设备的偏好与全球趋势保持同步。智能手机成为澳大利亚人最常使用的电子设备，紧随其后的是电视、笔记本电脑和耳机。

全球游戏产业的蓬勃发展也对电脑及其配件市场产生了积极影响，推动了市场向高性能游戏设备（如处理器、显示器、键盘等）的进一步扩展，以满足玩家对极致游戏体验的追求²。

1. Statista Market Insights,

2. Consumer Electronics - Australia | Statista Market Forecast



消费趋势洞察



个性化与专业化推动高端消费增长
Personalization and Professionalization

澳大利亚消费者日渐青睐那些能够彰显个性并贴合个人喜好的产品，并愿意为此承担产品溢价。例如，专为满足游戏爱好者对专业级设备追求而开发的高性能游戏笔记本电脑，便是这一趋势的生动体现。在澳大利亚游戏市场迅猛增长的背景下（预计复合增长率达 9.42%）¹，对于高端游戏配件的需求也呈现出持续上升的态势，进一步推动了市场的繁荣发展。



灵活工作安排趋势下的一体化办公解决方案
Integrated Office Solutions

疫情催化了居家办公模式的普及，消费者对灵活工作安排的需求不断增长。这促使电脑配件市场迎来了新的发展机遇，特别是那些支持 Wi-Fi、USB、以太网等多样化连接方式的配件。这些产品不仅满足了用户在创意工作中的多任务处理需求，还通过跨系统投屏等功能，实现了工作与家庭环境之间的无缝切换，为用户提供了高效、便捷的一体化家庭办公解决方案。



寻求性价比与功能性的“平衡点”
"Balance Point" Between Cost-effectiveness and Functionality

在生活成本不断上升的背景下，澳大利亚消费者在购买普通电子产品及配件时，注重寻找安全性、功能与性价比之间的平衡。根据 YouGov 的一项调查，绝大多数 (77%)² 的澳大利亚消费者认为价格是未来购买电子产品时的首要考虑因素。满足功能需求并确保易用性是消费者选择配件的主要驱动力。

1. <https://www.statista.com/outlook/emo/electronics/consumer-electronics/gaming-equipment/australia#sales-channels>

2. What do Aussie consumers consider when looking to purchase consumer electronics? (yougov.com)

电脑品类热门类目简述

电脑配件如显示器、键盘等是中国卖家的强项，不断优化以适应消费者习惯、提升兼容性和耐用性，并提供高性价比。针对后疫情混合办公趋势，便携式键盘和多功能数位板等成为新兴需求。PC 产品须满足澳洲市场对性能、实用性及个性化的全面需求。

中国卖家高销量类目推荐

以中国卖家优势细分品类入手，品类高销量选品推荐如下： (👑代表既是高销量又是高增长的类目)

类目名称	迷你主机👑 Minis Mini PC	USB 接口 USB Hubs	显示器👑 Monitors	键盘👑 Keyboards	USB 数据线👑 USB cables
热卖关键词 (过去 90 天)	Mini PC; gaming PC; minisforum; mini desktop computers	USB C hub; USB C to HDMI; powered USB HUB; USB C docking station	Gaming monitor; foldable monitor; curved display; 4K monitor	Gaming keyboard; mechanical keyboard; Bluetooth keyboard; wireless keyboard and mouse set	USB C cables; USB A to USB C; USB extension cable; micro-USB cable
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	黑 16G + 500G	灰·黑·银 五合一	黑·白·银 24 寸·27 寸	黑·白·碳灰	黑·灰·白 1m·2m
消费者偏好	在 mini 主机选择上，澳洲消费者更偏好选择更具性价比的中国品牌。	澳洲消费者因为居家工作的原因，需要同时执行多项任务。	澳洲消费者根据显示器的使用场景进行搜索，例如游戏显示，解决同时执行多项任务、跨系统投屏等问题。	游戏玩家消费者寻求高性能设备以满足电竞需求。	澳洲消费者会根据使用需求进行搜索。

中国卖家高增长类目展望

结合中国卖家优势细分品类，品类高增长选品展望如下：

类目名称	键盘套组 Keyboard cases	数位笔 Styli	数位板 Graphic Tablets	迷你 SD 卡 Micro SD	HDMI 数据线 HDMI
热卖关键词 (过去 90 天)	iPad keyboard case; iPad pro keyboard; apple magic keyboard	apple pencil; stylus; iPad pen; stylus pen	drawing tablet; kids drawing pad; Wacom; writing tablet; artist glove	Micro SD; SD card; Nintendo switch memory card	HIDMI cable; HDMI to USB C; 4K HDMI cable; mini HDMI to HDMI
价格区间 (美元)	<= \$15 ██████████ \$15 - \$30 ██████████ \$30 - \$50 ██████████ > \$50 ██████████ Other ██████████	<= \$15 ██████████ \$15 - \$30 ██████████ \$30 - \$50 ██████████ > \$50 ██████████ Other ██████████	<= \$15 ██████████ \$15 - \$30 ██████████ \$30 - \$50 ██████████ > \$50 ██████████ Other ██████████	<= \$15 ██████████ \$15 - \$30 ██████████ \$30 - \$50 ██████████ > \$50 ██████████ Other ██████████	<= \$15 ██████████ \$15 - \$30 ██████████ \$30 - \$50 ██████████ > \$50 ██████████ Other ██████████
最受欢迎颜色尺寸	黑·灰·白 IPAD·9.7英寸	黑·灰·白	黑·蓝·粉	黑·白 256G·512G	黑·灰 2m·3m·1m
消费者偏好	疫情后混合办公模式的盛行，导致澳洲消费者需要更便携、更高效且轻量化的办公工具组合。	居家办公导致澳洲消费者需要更便携更高效的办公工具，且更具性价比的产品。	澳洲消费者购买数位板出于个人工作需求或儿童早教需要，比较看重产品技术参数及产品与设备（电脑 / 平板 / 手机）系统的兼容性。	澳洲消费者寻求更具性价比的迷你 SD 卡，为满足工作储存或游戏储存需要，头部品牌效应大。	澳洲消费者会根据使用需求，比如设备、数据线长度来搜索线材。

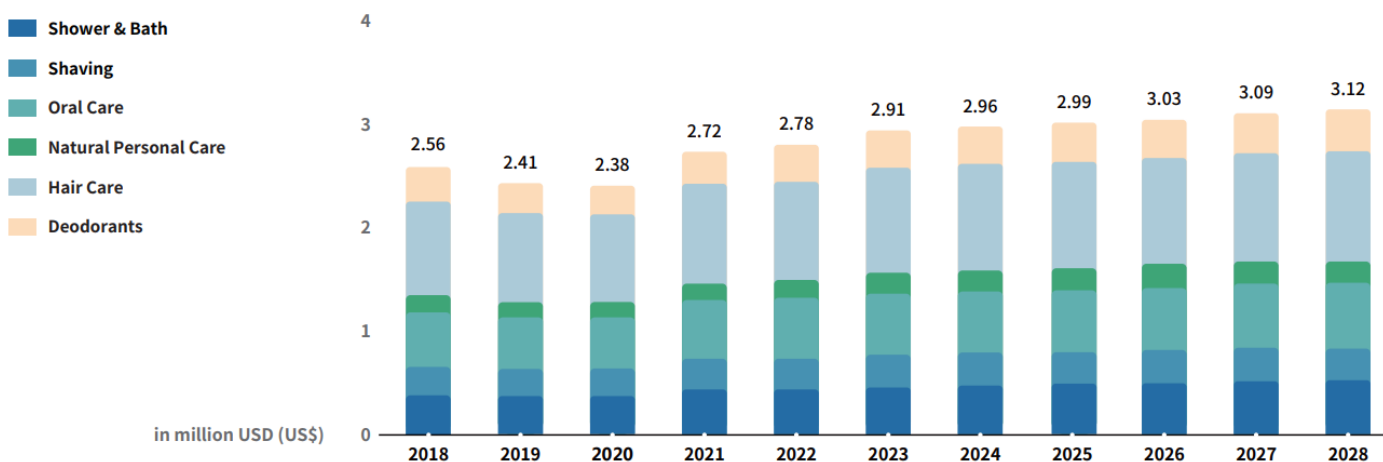
7.5.9 亚马逊澳洲站点健康个护品类趋势及洞察 (Health & Personal Care)

澳大利亚美容和个人护理产品的市场规模预计将从2023年的29.1亿美元增长到2028年的31.2亿美元，在预测期内(2024-2028)复合年增长率为1.32%¹。受化妆品和护肤品人均支出增加的推动，澳大利亚的美容和个人护理行业正在蓬勃发展，是增长最快的消费市场之一。



澳洲站健康个护品类趋势

2024年澳洲健康个护行业规模，按类别 (\$ Billions)



增长的主要原因是高可支配收入和个人对个人美容和卫生的认识的提高。

此外，近年来，随着年轻消费者进入市场，发生了代际转移。社交媒体、国际化和电子商务渠道进一步强化了这一变化，这些渠道对消费者购买美容产品的行为产生了持久的影响¹。

1. Personal care market insights in Australia | Statista (2024)



消费趋势洞察



更追求性价比和自有品牌 Value for Money and Private Brands

由于高通货膨胀率，美容和健康产品变得越来越昂贵，消费者在购买产品时被迫做出更考虑性价比的选择。据某项调研澳大利亚只有 19% 的受访者表示他们打算在未来 12 个月内增加总支出。大约 42% 的澳大利亚人表示，他们希望将来有更多的储蓄，比上年有所增加。此外，将近 20% 的受访者表示，他们计划在 2023 年增加在自有品牌产品上的支出。自有品牌产品正在成为平衡消费者对功效和可负担性需求的重要替代品。¹



环保意识正影响着澳洲人的消费 Eco Economic

对气候变化的担忧和可持续购买的重要性正在影响澳大利亚人的购物选择。这反映在美容和个人护理产品中越来越多的有机、环保和无残忍的产品。据某项调研 48% 的澳大利亚人认为他们可以通过选择和行动来改变环境。大约 41% 的受访者，包括 43% 的 Z 世代，表示，他们相信气候变化将来对他们的生活的影响将比现在更大。各公司正在采取举措做出回应，在包装、配方、认证方面进行创新，并投资回收计划。¹



澳大利亚消费者寻求全面投资于自己的健康习惯 Increasing invest in Wellness Routines

疫情使澳大利亚消费者对自己的健康和福祉越来越感兴趣，重点是全面管理他们的健康。随着生活方式变得越来越忙碌，消费者正在寻求简化他们的健康和保健程序，并被从更广阔的视角看待健康的产品所吸引，包括身体健康、由内而外的美、营养和心理健康。这推动了各种消费者健康类别的增长，因为消费者正在寻找能够满足情绪调节、放松和压力管理以及睡眠问题等传统上服务不足的需求状态和功能的产品。²

1. Budgeteers and Eco Economic in Australian Beauty and Personal Care | Euromonitor (2023),

2. Consumer Health in Australia | Euromonitor (2023)



健康个护品类热门类目简述

疫情前的习惯和生活习惯的恢复导致运动和户外活动呈上升趋势。随着体育馆在 2023 年重新开放，消费者恢复了日常锻炼方式，筋膜枪、体重秤、冷热敷需求依旧高涨。同时外出旅游，亲朋好友聚会机会增多，药盒、礼品袋、行李箱称重器也是中国卖家可以关注的品类。

中国卖家高销量类目推荐

以中国卖家优势细分品类入手，品类高销量选品推荐如下： (👑代表既是高销量又是高增长的类目)

类目名称	筋膜枪	浴室用电子体重秤	睡眠眼罩👑	药盒👑	冷热敷👑
类目名称	Electric Handheld Massagers	Digital Bathroom Scales	Sleep Masks	Pill Organizers	Hot & Cold Packs
热卖关键词 (过去 90 天)	massage gun; muscle massage gun; massage; massager; theragun	weight scale; bathroom scales; scale; scales; body weight scale; smart scale	sleep mask; eye mask; eye mask for sleeping; silk eye mask	pill organizer; pill box; travel pill organizer; medicine organizer; weekly pill organizer	ice pack; migraine cap; ice packs for injuries; perineal ice packs for postpartum; headache cap; knee ice pack; heat pack; wheat bag heat pack
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	黑	黑·白	黑·灰	黑·蓝·多彩	黑·蓝·深灰
消费者偏好	澳洲消费者在购买筋膜枪时，注重产品的轻便性，多功能性，实用性和性价比。	澳洲消费追求性价比，体重秤的准确和灵敏度，及追踪健康指标的便捷性也是消费十分重视的。	澳洲消费者在购买睡眠眼罩时，注重产品的舒适性、遮光效果和性价比。	澳洲消费者购买药盒满足日常，老年人使用，及旅行需求，便携，方便取用及颜色易区分很重要。	澳洲消费者会根据使用需求进行搜索。



中国卖家高增长类目展望

结合中国卖家优势细分品类，品类高增长选品展望如下：

类目名称	礼品袋 Gift Bags	精油 Essential Oil Singles	行李箱 称重器 Luggage Scales	挖耳勺 Earwax Removal	清洁用具 Cleaning Tools
热卖关键词 (过去90天)	party bags; gift bags; gift bag; kids party bags; lolly bags; cellphone bags; paper bags	rosemary oil for hair growth; peppermint oil; spearmint oil for facial hair; rosemary oil; lavender essential oil	luggage scale; digital luggage scale; luggage weight scale; travel scale	ear cleaner was removal; ear cleaner; ear was removal tool; ear was removal camera; ear cleaning	damp duster; household & cleaning; broom; portable washing machine; Window cleaner; Duster; feather duster
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	白·棕·透明 S· 100 Count (pack of 1) · 12 Count (pack of 1)	迷迭香·玫瑰 100ML · 30ML	银·黑	黑·白	白·黑
消费者偏好	礼品袋的需求有明显季节性，第四季度澳洲消费者会高频搜索相关词汇，聚会和儿童礼物也是澳洲消费者购买的原因。	澳洲消费者非常看重精油类产品的功能性，比如头发护理，增发，头皮清洁。	澳洲消费者会因旅行等需求搜索产品，他们十分看重行李箱称重器的轻便及准确度。	澳洲消费者喜欢无线可视，性能稳定可靠，操作简便，清理干净挖耳勺。	澳洲消费者会根据品牌及使用需求来搜索清洁工具。



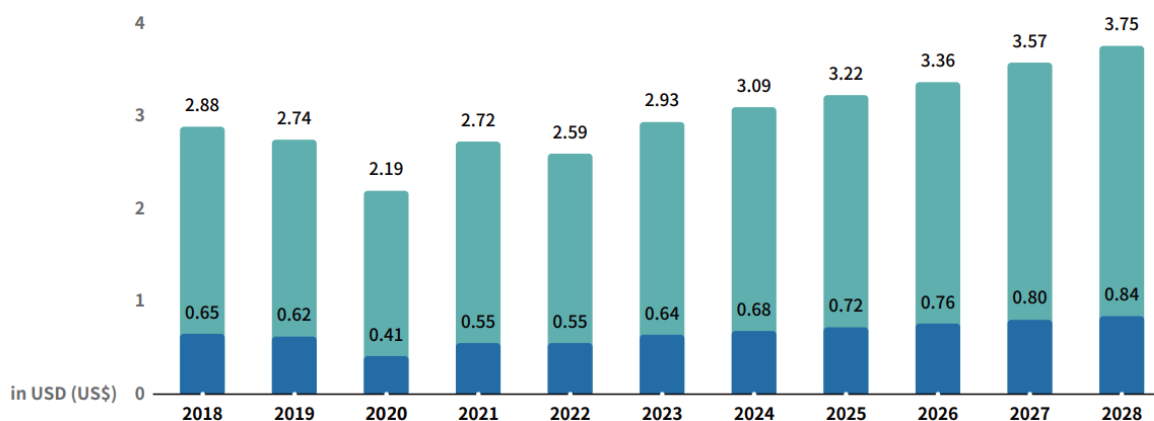
7.5.10 亚马逊澳洲站点珠宝 & 手表品类趋势及洞察 (Jewelry & Watch)

根据市场分析，澳大利亚的手表和珠宝市场在 2024 年有望实现显著增长，预计收入将达到 37.7 亿美元。这一增长趋势预计将持续至 2028 年，期间年增长率预估为 5.04%。在全球范围内，中国供应商表现尤为突出，预计在 2024 年将创造高达 950 亿美元的收入。¹



澳洲站珠宝 & 手表品类趋势

2024年澳洲珠宝&手表行业 (\$ Billions)



在产品类别上，非奢侈品领域的销售占据了市场的主导地位。预计到 2024 年，非奢侈品将贡献约 82% 的销售额。这可能与消费者对价格更为敏感以及对实用性和性价比的重视有关。

销售渠道方面，线上销售渠道正逐渐成为重要的销售方式。受疫情期间消费习惯改变的影响，线上购物的便利性得到了消费者的认可，预计到 2025 年，线上销售在手表和珠宝市场中的占比将达到 25%。这一趋势表明，数字化转型对于手表和珠宝零售商来说是一个不可忽视的机遇。²

1. Statista Market Insights

2. <https://www.euromonitor.com/jewellery-in-australia/report>



消费趋势洞察



实验室培育钻石的兴起

Rise of Lab-Grown Diamonds

实验室培育钻石在澳大利亚市场越来越受欢迎，特别是在 2023 年生活成本危机期间，因为它们提供了更具竞争力的价格。另一方面，培育钻以其伦理和环境可持续性属性受到千禧一代的青睐，实验室培育的方式保证了无冲突钻石的来源，并与传统钻石开采相比，具有更小的碳足迹。



黄金珠宝的复兴

Revival of Gold Jewelry

黄金珠宝在澳大利亚市场经历了显著的复兴，从过去的过于炫耀的形象转变为简约和优雅的选择。社交媒体平台如 Instagram 推动了黄金珠宝的流行，消费者追求时尚和个性化的表达。黄金珠宝因其高质量感知而受到年轻一代的欢迎，尤其是黄色黄金和实心黄金产品。2022 年底黄金类珠宝已经占整体珠宝首饰类 47% 的份额，并且维持了增势。¹



男士珠宝的兴起

Emergence of Men's Jewelry

年轻一代和男性名人及影响者正在挑战传统的性别规范，导致男性对个性化珠宝的需求增加。曾经主要面向女性客户的品牌现在推出男性专属系列和中性设计。网上购物的便利性，特别是直接面向消费者的电子商务网站，进一步促进了男士珠宝的增长。



手表市场迎来分化

Fragmentation of the Watch Market

传统手表市场中的中端手表面临着来自价格谱系两端的压力，低端市场的数字原生品牌和快时尚品牌提供了经济实惠的替代品，而高端市场则吸引了寻求奢侈品牌的消费者。高端手表市场预计将持续增长，因为消费者越来越将高端手表视为长期价值和投资机会。

1. <https://www.euromonitor.com/jewellery-in-australia/report>

珠宝 & 手表品类热门类目简述

澳大利亚珠宝市场中，名人效应显著，消费者倾向于追随明星所佩戴的首饰款式，如耳环、手链和项链等。在选择材质时，黄金和白金首饰受到优先青睐，其次是银制饰品。顾客对价格较为敏感，更倾向于选择性价比高的实用型首饰，而非奢侈品牌。

此外，手表的可更换表带，无论是机械表还是智能表，都拥有坚实的消费者群体，这反映了消费者对个性化选择的高度需求。

中国卖家高销量类目推荐

以中国卖家优势细分品类入手，品类高销量选品推荐如下： (👑代表既是高销量又是高增长的类目)

类目名称	智能手表表带 Smartwatch Replacement Bands	耳环 Earrings	手链 Bracelets	项链 Necklaces	表带 Watchbands
热卖关键词 (过去90天)	apple watch band; apple watch strap; samsung galaxy watch 6 band; apple watch ultra band; fitbit versa 2 bands; apple watch bands; apple watch ultra 2 Band; iwatch band; apple watch bands for woman; samsung watch 6 band; apple watch band 40mm; apple watch se band; samsung galaxy watch 4 band	gold earrings; earrings; taylor swift earrings; snake earrings; heart earrings; silver earrings; gold hoops; chunky gold earrings; pearl earrings	taylor swift friendship bracelet; friendship bracelet; taylor swift merch; Bracelet; taylor swift; cartier love bracelet; taylor swift bracelet; eras tour bracelet; friendship bracelets; taylor swift bracelets	Necklace; gold necklace for; Women; snake necklace; gold necklace; snake jewellery; chain silver chain; silver necklace; gold chain; cross necklace; gold jewellery for women	fitbit versa 3 band; garmin vivofit jr 3 band; fitbit charge 5 band; fitbit charge 4 band; fitbit inspire 3 bands; fitbit luxe straps; watch bands; fitbit ace 3 band; fitbit charge 6 band; watch strap
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	黑·银·玫瑰金 38mm·40mm·41mm	银·金·黑 均码·S·M	黑·银·多彩 均码·S·17cm	铂金·黑 均码·S·M	黑·银·石墨色 22mm·20mm
消费者偏好	澳洲消费者偏黑、银、玫瑰金的智能手表表带。	消费者青睐价格便宜的金银耳饰。	消费者青睐价格便宜各种颜色的手链，尤其是演唱会期间的明星周边。	澳洲消费者偏爱搭配服装的铂金或深色项链。	澳洲消费者尤其关注表带适配度和舒适性这一特点。

中国卖家高增长类目展望

结合中国卖家优势细分品类，品类高增长选品展望如下：

类目名称	戒指 Rings	鞋子装饰 Shoe Decoration Charms	首饰清洁护理 Cleaning & Care	胸针和别针 Brooches & Pins	珠串 Bead Charms
热卖关键词 (过去90天)	fidget ring; rings; gold rings; gold ring; mens ring; cartier love ring; snake ring; ring adjuster; engagement rings silicone ring; ring sizer	jibbitz for crocs; crocs jibbitz; Jibbitz; crocs charms; crocs jibbitz charms; taylor swift; crocs charms; crocs jibbitz; taylor swift merch; taylor swift; crocs charms	ultrasonic jewellery cleaner; ultrasonic cleaner; jewellery cleaner; ultrasonic retainer cleaner; retainer cleaner ultrasonic; dental pod; jewelry cleaner; ultrasonic jewellery cleaner solution; retainer; cleaner ultrasonic jewelry cleaner	social battery pin; enamel pin pins; Brooch; enamel pins; brooches for women Pin; lapel pin; hat clip; pin backs; palestine pin	pandora charms; Pandora; pandora charm; crocs jibbitz; jibbitz for crocs; Pandora; charms Australia; crocs charms water beads; harry potter charms pandora
价格区间 (美元)	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other	<= \$15 \$15 - \$30 \$30 - \$50 > \$50 Other
最受欢迎颜色尺寸	银·粉·黑 7·10·9	多彩·随机 均码·S	白·蓝·银 多种型号	黑·银·多彩 均码·S·M	银·粉·彩虹色 均码·9mm·11mm
消费者偏好	澳洲消费者搜索戒指通常会有明确的材质或者颜色偏好，比如银或金戒指，同时喜欢成对购买。	澳洲消费者主要喜欢购买整包随机搭配的鞋扣来装饰洞洞拖鞋，也会有不同卡通或者动漫主题的偏好。	澳洲消费者看中机器的功能性和使用便捷性。	澳洲消费者偏好成套且便宜的别针。	澳洲卖家比较注重珠串的品牌，偏好银色系进行搭配。

7.5.11 亚马逊澳洲站热卖类目百强榜

亚马逊澳洲站 2024 年热卖细分类目“百强榜”全年趋势增幅可帮助卖家针对季节性及大促前备货：

服饰 (Apparel)			美容美妆 (Beauty)			家具 (Furniture)			办公用品 (Office Products)			宠物 (Pets)		
细分类目 (英)	细分类目 (中)	全年销量曲线	细分类目 (英)	细分类目 (中)	全年销量曲线	细分类目 (英)	细分类目 (中)	全年销量曲线	细分类目 (英)	细分类目 (中)	全年销量曲线	细分类目 (英)	细分类目 (中)	全年销量曲线
Sun Hats	太阳帽		Temporary Tattoos	纹身贴纸		Towel Racks	毛巾架		Desk Chairs	办公椅		Litter Boxes	猫砂盆	
Jackets	夹克		Nail Drills	美甲打磨器		Barstools	吧凳		Self-Stick Notes	便利贴		Chew Toys	狗狗磨牙玩具	
Skullies & Beanies	毛线 / 针织帽		Hair Extensions	假发片		Soap Dishes	香皂盒		Pencils	铅笔		Collars	狗项圈	
Tights	紧身打底裤 / 裤袜		Makeup Bags	化妆包		Comfort Mats	地垫脚垫		Iron-on Transfers	热转印贴纸		Stairs & Steps	宠物楼梯台阶	
Skirts	半身裙		Serums	精华液		Storage & Home Organisation	收纳		Engraving Tools	雕刻打磨工具		Bowls	宠物碗盆	
Cover-Ups & Sarongs	泳衣披巾 / 沙滩披巾		Sponges	美妆蛋 / 海绵 / 粉扑		Bedside Cribs	移动婴儿床		Label Tapes	标签胶带		Bags	狗狗拾便袋	
Kids' Backpacks	儿童背包		Rollers	卷发筒		Racks & Holders	沥水架		Binders & Binder Accessories	活页夹及配件		Bark Collars	止吠项圈	
Compression Socks	弹力袜		Hair Oils	护发精油		Stools	凳子		Easels	画架		Squeak Toys	发声玩具	
Internal Frame Hiking Backpacks	内支撑式登山包		Face	护肤品		Chairs	椅子		Greeting Cards	贺卡		Booster & Car Seats	车载座椅	
Hiking Daypacks	登山徒步小背包		Wigs	假发		Serving Trolleys	餐车 / 小推车		Ribbons	丝带		Repellents	驱虫剂	
Cases	眼镜盒		Eyelashes Adhesives	假睫毛胶水	Free Standing Shoe Racks	自立式鞋架		Luggage Tags	行李牌		Toys	玩具		
Sweatpants	运动裤		Body Sunscreens	防晒霜	Area Rugs	装饰地毯		Clay & Dough	橡皮泥		Catnip Toys	逗猫玩具		
Aprons	围裙		Day Care	日间护肤品	Ottomans	脚凳		Filament 3D Printing Materials	灯丝 3D 打印材料		Playpens	游戏围栏		
One Pieces	连衣裙		Brushes	化妆刷	Bathroom Shelves	浴室置物架		Scanners	扫描仪		Clothing	宠物衣服		
Briefs	内裤		Essential Oil Singles	精油	Cots	婴儿床 / 折叠床		Inkjet Ink Cartridges	墨盒		Brushes	宠物按摩梳 / 去浮毛梳		
Scarves	围巾		Oils	油	Over the Toilet Storage	马桶上方置物架		Moulds	模具		Training Leads	训练牵引绳		
Tracksuits	运动服 (套装)		Wrinkle & Anti-Aging Devices	抗皱产品	Hangers	衣架		Airbrush Materials	颜料喷枪工具		Basic Leads	遛狗绳		

玩具 (Toys)			个护 (Health & Personal Care)			电脑 (PC)			珠宝手表 (Jewelry & Watch)		
细分类目 (英)	细分类目 (中)	全年销量曲线	细分类目 (英)	细分类目 (中)	全年销量曲线	细分类目 (英)	细分类目 (中)	全年销量曲线	细分类目 (英)	细分类目 (中)	全年销量曲线
Yo-Yos	悠悠球		Digital Scales	电子秤		Routers	路由器		Watch Boxes	手表盒	
Handheld Games	掌上游戏机		Power Flossers & Irrigators	电动冲牙器		USB Network Adapters	USB 网络适配器		Brooches & Pins	胸针和别针	
Cake Toppers	蛋糕装饰		Ear Plugs	耳塞		HDMI	高清多媒体接口 (HDMI)		Studs	耳钉	
Hand Spinners	指尖陀螺		Massage Balls	按摩球		Projectors	投影仪		Bead Charms	串珠	
Miniatures	微型摆件		Footrests	脚凳		Cases	平板电脑保护壳		Pocket & Fob Watches	袖珍手表和口袋手表	
Costume Outfits	变装服饰 / 化妆服		Foot Cushions & Pads	足部前掌垫		Enclosures	硬盘外接盒		Jewellery Sets	珠宝套件	
Chess	象棋		Orthotic	矫形垫		Docking Stations	扩展坞		Smartwatch Replacement Bands	智能手表替换表带	
Play Tents	游戏帐篷		First Aid Kits	急救包		CPU Fans	中央处理器 (CPU) 风扇		Cufflinks	袖扣	
Masks for Adults	成人面具		Gift Boxes	礼品盒		Keyboard & Mouse Sets	键盘和鼠标套装		Boxes	收纳盒	
Plush Pillows	蓬松公仔抱枕		Nail Files & Buffers	指甲锉和抛光器		Wireless Audio Receivers & Adapters	无线音频接收器和适配器		Watches	手表	
3-D Puzzles	3D 拼图		Snap-On Neck Massagers	便携式颈部按摩器		Stands	笔记本电脑支架		Watchwinders	手表自动上弦器	
Kitchen Playsets	厨房过家家玩具		Electric Foot & Leg Massagers	电动足部按摩器		Gaming Keyboards	游戏键盘		Jewellery	珠宝首饰	
Party Packs	派对装饰 / 道具套组		Snore Reducing Aids	减少打鼾辅助器		Mains Chargers	电源充电器		Tie Clips	领带夹	
Bubble Makers	泡泡机		Travel Pillows	旅行枕头		Mice	鼠标		Belly Chains	肚脐链	
Science	科学实验玩具		Plasters	创可贴		DVI Cables	数字视讯接口 (DVI) 线缆		Jewellery Making Kits	珠宝 DIY 制作套件	
Dollhouses	娃娃屋		Kitchen Scales	厨房秤		Sleeves	笔记本电脑包		Tiaras	皇冠头饰	
Fidget Blocks	百变魔方 / 魔尺		Replacement Brush Heads	替换刷头		Graphic Tablets	数位板		Beads & Bead Assortments	串珠组合	

7.6 亚马逊澳洲站点新卖家扶持

2024 年，全球消费需求持续转向线上，中国出口跨境电商持续增长，海外电商机遇广阔。对于中国出海品牌和卖家来说，持续挖掘新增量，在全球市场解锁新蓝海，是大势所趋。

亚马逊看到，近年来越来越多的中国企业正在加速布局全球业务。诸如澳洲、中东、拉丁美洲、印度等快速崛起的新兴国家 / 地区，凭借其高速增长的经济实力、互联网渗透率与旺盛的消费需求，为中国卖家带来了新的机遇。其中，澳洲电商的增长最为持续且稳定，为中国卖家提供了更为广阔的发展机遇。

7.6.1 新卖家扶持政策

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！**

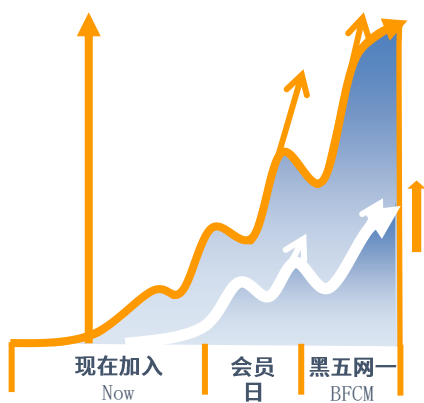


轻松来：抢占先机，加速布局

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。

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 (LOG)

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

- 澳洲站点已全部覆盖 FBA/MFN 服务；
- 使用 FBA 物流发货，悉尼、墨尔本、珀斯和布里斯班共 7 个仓库对中国卖家开放；
- FBA 物流可实现澳洲 95% 地区商品当 / 次日达。



头程无忧

- Pre-S 头程拼货优惠方案；
- SEND 亚马逊跨境承运伙伴方案；
- 丰富的物流服务商系统；
- 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。

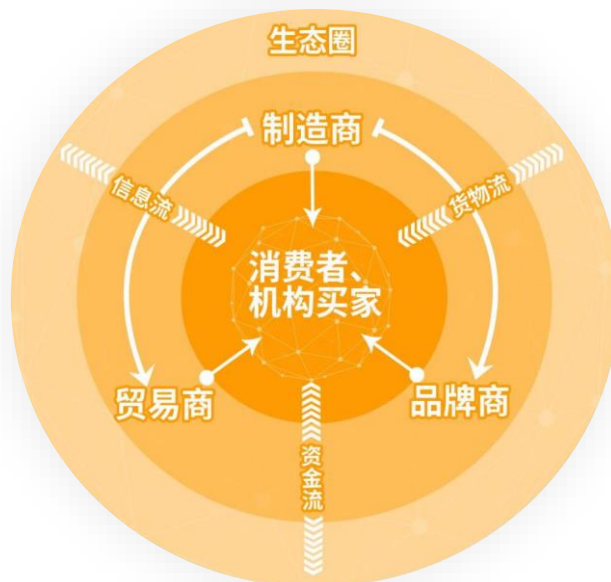


出口计划

- 新西兰“出口计划”1 个 SKU，可同步销往澳洲和新西兰，（无需额外操作，亚马逊物流将负责配送您的订单至新西兰）；
- 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，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

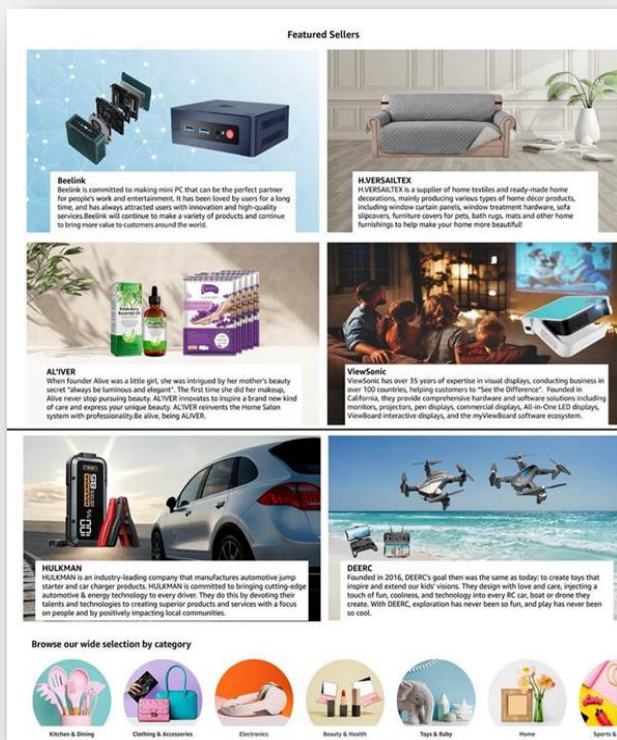
1) 丰富的站内外营销资源助力业绩成长

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)

- 澳洲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) 澳洲站点专属福利 & 扶持



亚马逊新兴站点 专属福利 (澳洲站点)

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

Trasparency 透明计划

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

SEND 亚马逊跨境承运伙伴方案

澳洲站点“出口计划”：一个 SKU，可同时卖到澳洲和新西兰

免费提报促销

站外达人及活动引流

国际品牌馆曝光引流机会

7.6.2 专业服务支持

亚马逊不仅为入驻澳洲站点的新卖家设计扶持政策，并且持续提供专业的服务支持，帮助中国卖家更为顺利的拓展澳洲市场。

新星卖家成长计划

提供从注册到出单的一站式扶持，帮助卖家快速上手，出海出单快人一步：

- 官方经理每日群内答疑
- 亚马逊官方直播课程
- 最新行业动态及实时政策解读
- 同行经验交流，真实卖家互动
- Listing 优化指导服务
- 有机会成为“卓越卖家”与经理面对面交流

亚马逊客户经理全年一对一指导

服务范围包括但不限于选品、广告、运营以及物流指导，现在入驻，福利持续到 2024 年底。

强大的服务商网络

亚马逊为卖家带来 Amazon SPN 小程序，内含物流、广告优化、税务、合规、第三方收款，培训六大板块的服务商信息，提供全方位支持！

* 请注意，亚马逊仅作为信息资源提供这些列表，如果您选择使用 SPN 服务商，您将直接与该服务商签约，该服务商将向您提供您的方向的服务。亚马逊服务商网络不为服务商提供认证或者授权。

7.7 亚马逊澳洲站点卖家成功案例

“为什么他们愿意来澳洲站点拓展生意？”



针对澳洲消费力强的特点，某澳洲站点电子品类卖家通过 **Listing 同步工具**，优先同步北美热销高客单价产品上线澳洲。



澳洲站点电子品类卖家

主营产品：Mini PC

上线之初，单量超出我们的预期！

澳洲费用成本低，消费能力强，对比成熟站点利润更高。我们获得经理邀请，成为第一批参与国际品牌馆活动卖家，占据最佳曝光位，迅速成为 Best seller。日常充分把握促销节奏。

Prime Day 前期，我们结合澳洲团队的建议：优化 Listing 和备货数量。活动期间与澳洲团队沟通获得了更优质的曝光，当天销量对比前期日均，提升 11 倍。产品在澳洲地区增长迅速，我们已经加大对澳洲站点的投入。

此品牌在澳洲站点成功的原因是什么？

- **流量助推**：得到澳洲强劲站点流量助推，使其首月成为 Best Seller；
- **选品定位明确**：结合澳洲市场定位，优选欧美高客单价产品；
- **善用大促**：Prime Day 首日销量是日均销量的 11 倍。



澳洲站点电子品类卖家

主营产品：智慧宝宝摄像机

我们在澳洲站点的销售额一直在持续增长！自从 2020 年入驻澳洲站点后每年平均增长超过 5 倍，年收入占全球站点近 25%。今年在澳洲大促期间更是增长快速，有着品牌周的加持以及通过澳洲团队为我们提报促销，我们在今年的会员日销售额已完全超过上月整月的销售额！跟去年相比的表现也是增幅迅速，让我们看到了我们的品类在澳洲市场的潜力！

此品牌在澳洲站点的业绩亮点：

- 产品技术实力过硬，三个 SKU 超越 200 万澳币；
- 品牌深耕当地市场，Baby 品类头部品牌；
- 澳洲站点内优选品牌周及促销资源扶持。



澳洲站点电子品类卖家

主营产品：无线耳机

在欧美站点成功热卖后，我们决定拓展业务版图，将产品同步到更多的新兴站点。相对其他成熟站点，澳洲站点的利润更为客观。欧美及澳洲消费者偏好非常接近，几乎可以直接将欧美的选品及运营经验“一键复制”，轻松拓展。随澳洲站点 2022 年整体流量上涨，店铺增长迅猛。

此品牌在澳洲站点的业绩亮点：

- 2017 年入驻澳洲站点大获成功，后续产品同步到多个新兴站点；
- 高潜选品位列前茅，主力产品品类排名超过多个国际大牌；
- 依托澳洲站点潜力，销量年对年增长达 412%。

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

2.6 亚马逊日本站点简介

2.7 亚马逊澳洲站点简介

2.8 亚马逊印度站简介



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...



亚马逊官方培训

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