



# 亚马逊站点介绍

## 第五章

目前亚马逊全球开店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

5. <u>亚马逊全球开店日本站点简介</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。



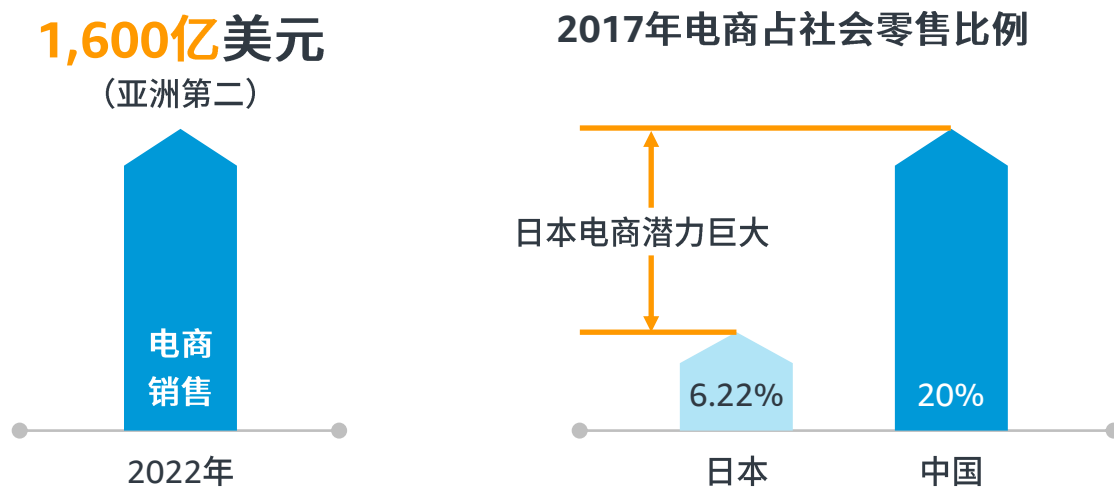
# 5. 亚马逊全球开店 日本站点简介

日本经济发达，日本消费者对商品接受度高，再加上日本和中国距离较近，这些特点让日本站点对中国卖家充满了吸引力。

## 日本零售业及电商发展情况

日本作为全球第三大经济体，电商规模庞大，而且仍在持续成长中。2018年日本电商规模比2017年增长8.96%，总金额达到17.98万亿日元，是亚洲仅次于中国的第二大电子商务国家。到2022年，日本的网络零售额将达到近1,600亿美元<sup>1</sup>。

2017年，日本的电商销售占社会零售的比例是6.22%，中国超过了20%，韩国差不多18%，英国接近16%，美国大约12%<sup>2</sup>，与中国、韩国、英国、美国这些国家相比，日本的电商未来仍有很大的成长空间。



来源：

1. eMarketer, Jan 2019 (除旅行, ticket的金额)
2. 日本经济产业省, 電子商取引に関する市場調査

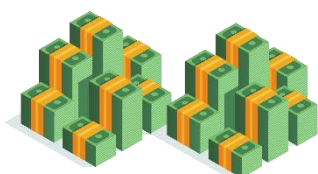
日本拥有成熟电子商务国家的典型特征：互联网和宽带用户普及率高，人均在线支出高。

人口方面，日本有**1.27亿人口**，互联网人口比率高达94%。2017年网购用户规模为7,640万人，占总人口的60.1%<sup>1</sup>。



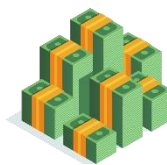
从人均网购消费金额看，日本人均网购年消费1,164美元，超越了美国的1,156美元，且是中国的**近2倍**。到2022年，人均在线消费额将以12.7%的复合年增长率增长，2022年人均消费额将达到2,000美元<sup>2</sup>。

### 日本人均网购消费力强劲



日本人均网购消费  
**1,164美元**

=



中国人均网购消费

×

**2**

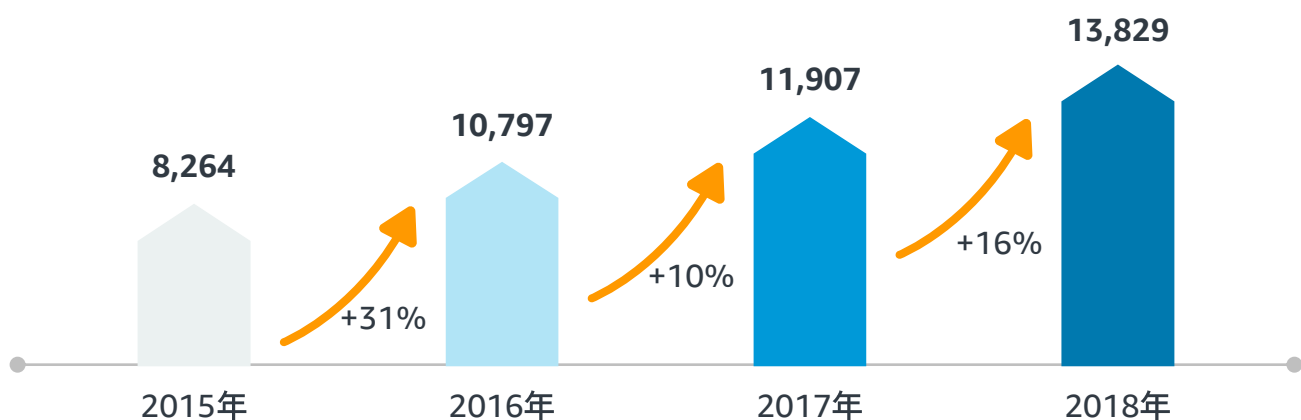
来源：

1/2. [http://www.chachaba.com/news/html/peixun/mba/20180604\\_389964.html?timer=tc](http://www.chachaba.com/news/html/peixun/mba/20180604_389964.html?timer=tc)  
<http://baijiahao.baidu.com/s?id=1566272709565401&wfr=spider&for=pc>  
<https://services.amazon.co.jp/services/sell-on-amazon/marketing.html>

## 亚马逊在日本的发展情况

在日本电商行业，亚马逊从2013年到2018年都实现了稳步增长。目前，亚马逊在日本电商行业排名第一<sup>1</sup>，遥遥领先其它电商网站。

亚马逊日本站销售额快速增长（单位：百万美元）



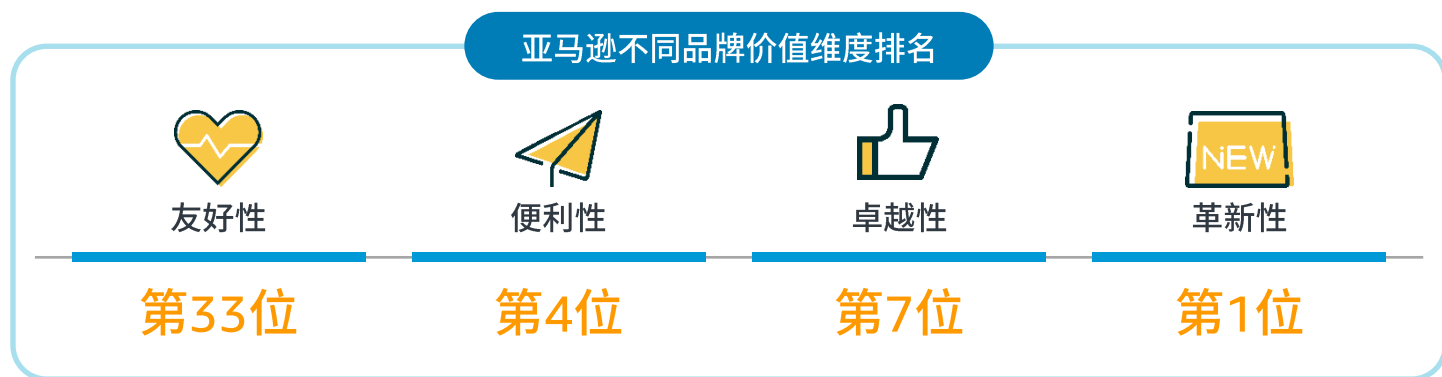
来源：

1. <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1018724/000101872419000004/amzn-20181231x10k.htm#s52F7FEDACEA351758F06B0012FFEA2EF>

而且，亚马逊不仅销量第一<sup>1</sup>，在消费者心目中的地位也很高。

在日经BP consulting实施的基于品牌友好性、便利性、卓越性以及革新性四个维度的日本品牌价值调查中，消费者选出的消费品B2C“最有价值品牌”中，亚马逊位于第一位，这也是亚马逊三年来第二次获得第一位<sup>2</sup>。

亚马逊日本站在2018年实施的“2018会员日”创造了历史最大的新增Prime会员数量。亚马逊品牌价值之高和以及Prime会员的新引力可见一斑。



### 亚马逊品牌价值在日本荣登榜首

排名		企业名称	综合打分	
2019	2018		2019	2018
1	3	亚马逊日本	94.4	83.5
2	11	YouTube	91.8	78.6
3	7	NISSIN日清食品	86.3	80.2
4	17	MUJI无印良品	85.3	75.0
5	1	Google	83.7	89.4

来源：

- <https://www.bci.co.jp/netkeizai/article/5492>
- <https://consult.nikkeibp.co.jp/branding/brand-japan/>

## 日本的消费者

日本人口为1.24亿人（2019年1月数据值），是世界人口第十一大国。日本人口密度很高，是世界平均人口密度7.5倍，我国人口密度的2.5倍。日本也是一个严重的老龄化社会，65岁以上人口占全国总人口的28.06%<sup>1</sup>。

气候和青岛、上海等地差不多，季节性也消费类似。



日本社会的一些特点极大的影响了他们的消费习惯，例如：

- 日本企业通常**一年两次发奖金**，发奖金后的时间通常也是消费的旺季；
- 春天的**3、4月是日本的搬家季**。这是因为日本租房一般会有2年的更新期，一般社员会每两年在大概3、4月搬一次家，同时大学新生以及企业新社员也会在这个季节找房子。搬家或者第一次找房子都会需要收纳用品，清洁用品；
- 日本有自己的独有旺季，例如**7月和8月的夏季出游季**。这两个月天气舒服，同时也是日本追祭祖先的孟兰盆节的时间，大量日本人会选择出游，所以需要购买夏季用品和户外用品，另外这个季节也台风也比较多，防灾用品比较受欢迎。



春季搬家季（3月-4月）  
新生，新入社员的搬迁  
每两年左右的房租契约



夏季出游季（7月-8月）  
孟兰盆节（7月-8月）  
祭祖+出行（一般7连休）

来源：

1. [日本总务省](#)，[新浪网](#)



日本电商用户消费能力强，追求产品质量和性价比，对中国商品的认可程度很高。他们复购率高，留评率低，通常喜欢在下班后上网购物，作为一个老龄化的社会，电商用户中老年人比例较高，也比较依赖日语。

对于不同品类的商品，日本消费者也有自己的消费习惯。



**消费电子**  
喜欢简约设计  
需要日语说明书



**厨房小家电**  
小巧简洁



**家居家装和日用百货**  
喜欢环保又便利的产品  
注重收纳、实用  
设计、尺寸和中国类似



**服装**  
按场合穿衣  
相对简洁、配饰丰富  
版型和中國类似



**运动品类**  
越到夏季销量越高



**饮食**  
较清淡  
器皿考究

下面举一些例子：

- 1. 消费电子产品：**例如充电器、数据线、键盘等，日本消费者更喜欢简约设计的款式，颜色上也以黑、白纯色为佳，另外一定要配备日语的说明书，这样能降低退货率和客服压力；
- 2. 厨房小家电：**日本的住宅相对美国来说，对空间利用率要求会更高，所以小巧简洁的产品更受欢迎；
- 3. 家居家装和日用百货：**在日本，黑色、白色、灰色、卡其、米白色等素色产品更受日本消费者青睐。日本的生活节奏很快，能帮助消费者节省时间，环保又便利的商品都有很大潜力。日本人均居住面积小，一个人住的比较多，注重收纳，喜欢实用、便利、环保、高效率、易收纳，又能提升生活幸福感的家居小物；气候条件和中国类似，和中国身高体型接近，产品设计和尺寸也和中国类似产品差不多；
- 4. 服装：**通常喜欢纯色、相对简洁的设计，会精心挑选凸显个性的配饰。日常按场合穿衣，不同场景对服装、鞋包需求比较细分，例如工作通勤穿商务装，日常穿休闲装，指定假日穿着礼服，所以服装的需求大。消费习惯比较仔细谨慎，时尚类产品退货率远低于全球平均，身高体型与中国大部分地区一样，四季分明，利于季节性备货；
- 5. 运动品类：**日本的运动品类销量随着气温趋势变化波动，越到夏季销量越高；
- 6. 饮食类：**相对比较清淡，uber eats（外卖）盛行，对食物器皿比较讲究。

## 亚马逊日本的产品政策

受限商品：[点击这里查看](#)

分类、商品和发布限制：[点击这里查看](#)



### 日本的小结

1. 电商高度发达，而且还在快速发展
2. 电商用户多，对中国商品认可度高，老龄化社会导致中老年用户占比较高
3. 地理位置与中国接近，物流成本相对低，加之消费能力高，卖家的利润率较好
4. 从气候和文化等角度，消费习惯与中国接近，产品开发较为容易

# 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。

