



亚马逊站点介绍

第六章

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

6. <u>亚马逊全球开店澳洲站点简介</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。

6. 亚马逊全球开店 澳洲站点介绍

澳洲地广人稀，消费者购买力强，和中国贸易联系紧密，近年来电商发展快，选品策略和北美类似，再加上澳洲和中国季节相反，全年都可以做生意，吸引了越来越多的中国卖家。

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一，2018年GDP约为1.42万亿美元，人均国内生产总值高达**56,400美元**¹，高于同是英语世界的英国和加拿大。据《2018年瑞士信贷全球财富报告》显示，澳大利亚成为2018全球第二富有国家，个人平均财富为411,060美元²。整体环境良好，发展势头强劲。

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2,500万人口（2018年）³。

澳洲人均GDP位居世界前列



澳洲人均GDP

56,400美元



英国人均GDP

42,490美元

来源：

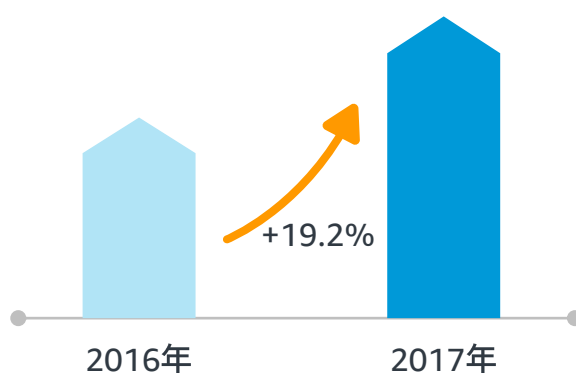
1. Statista
2. 2018年瑞士信贷全球财富报告，澳洲财经见闻
3. 澳洲统计局，澳星网

澳大利亚有着极高的城镇化率（90%）、网络覆盖率（88%，2018年增速2.45%），超过80%的消费者从跨境电商购买过物品，远远超过了全球平均的51.2%。¹



消费者的网购次数也逐年提升，2017年的网购次数比2016年增加了19.2%。²

澳洲电商用户网购次数逐年提升



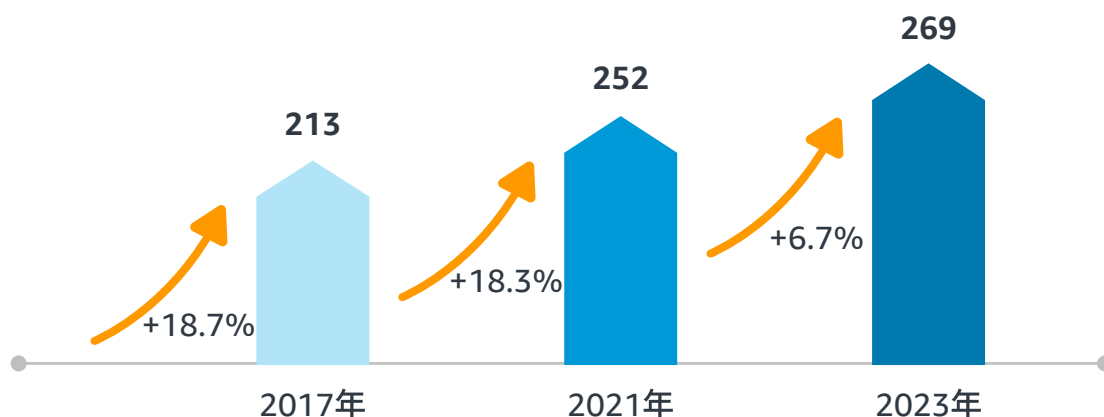
来源：

1. Ecommerce Foundation, 雨果网
2. 澳洲电商报告

按规模计算，澳大利亚是目前全球第十大电商国家，而且仍在快速发展。很大程度上来说，澳大利亚电商的增长是由强劲的经济和基础设施推动的，而不是由消费者数量。

在2017年，澳洲人在电商消费了213亿美金，同比增长18.7%，比传统零售消费增长高16.2%，未来五年预计年增长率将达到7.6%。到2021年，澳大利亚电商规模将达到352亿澳元（约合252亿美元）。到2023年，其电商销售额将达269.05亿美元¹。

澳洲电商销售趋势（单位：亿美元）



来源：

1. 澳洲电商报告

虽然澳大利亚人更喜欢国内零售商，但跨境商家也越来越受欢迎。在2017年的在线销售中，国外零售商就大约占到消费总额的20%。¹



国外零售占电商销售比例

20%

澳大利亚对中国制造的依赖很高。2018年澳大利亚自中国进口555.2亿美元，增长13.1%，占澳洲进口总额的24.4%，中国继续保持为澳第一大贸易伙伴、第一大出口目的地和第一大进口来源地。²

中国是澳洲核心贸易伙伴



进口额高达

555.2亿美元



中国商品占澳洲进口

24.4%



同比2017年增长

13.1%

而且中澳的贸易联系还在进一步加强，2019年1月1日起，**所有进入澳大利亚的中国商品将免征关税。**³

来源：

1/2/3. <https://www.ecommercefoundation.org/free-reports>,

[Australia Ecommerce Report 2018&Australia Ecommerce Report 2019](#)

http://www.sohu.com/a/275238203_421620

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。根据一份尼尔森报道，访问亚马逊美国站的澳洲消费者转化率高达49%¹。

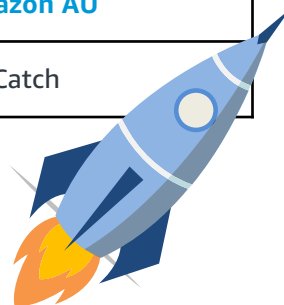
当亚马逊2017年12月进入澳洲后，2018年1月立即成为澳洲TOP5（访问量）电商网站²，超过众多澳洲当地零售网站。

受GST政策（澳大利亚对低价值的进口商品征收的商品及服务税）影响，2018年7月1日起澳洲消费者在搜索欧、美、日站点将自动跳转到亚马逊澳洲站，进一步增加了澳洲站流量，截止2018年12月，亚马逊澳洲站访问量已经位居澳大利亚TOP2³，增速惊人。

亚马逊澳洲站点2018年流量排名⁴

Top 5 电商平台 2018.1
eBay AU
Gumtree AU
Amazon
OzBargain
Amazon AU

Top 3 电商平台 2018.12
eBay AU
Amazon AU
Catch



来源：

1. Neilsen报告，搜狐网
2. 澳洲2018电商报告
3. Alexa网站
4. Alexa网站

亚马逊在澳洲发展迅速的原因之一就是亚马逊在澳洲的持续重金投入。

澳洲地广人稀，当地物流体系不完善，亚马逊通过重金投入，已经开通悉尼、墨尔本、珀斯运营中心。这是澳大利亚人钟情于亚马逊的重要原因之一。

现在，澳洲消费者在亚马逊网站上跨境采购只需满足49澳元即可免运费，澳洲Prime会员在购买自营商品时，无论消费金额均可享受免费配送。所以2018年中旬开放亚马逊Prime会员业务后，会员数量马上以惊人的速度增加。

良好的服务带动了亚马逊会员的快速增长



3大运营中心



80%地区
可以做到**两日达**



部分地区
最快**次日达**



仓库覆盖绝大多数
高频消费区域



普通用户消费
49澳元免运费



Prime会员购买自营商品
均可**免费送货**

澳大利亚的消费者

澳洲的消费者有这样的一些特点：



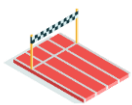
强劲购买力

据统计，在2017年，一个21-34岁的澳洲打工族周收入有1,076澳元（大约相当于5,000人民币），一个全职员工的平均周收入可以达到1,600澳元（大约相当于7,000多人民币）。另外，60岁及以上的澳洲男性公民和55岁及以上的女性公民每月可以从政府那拿到400澳元的养老金¹。



成熟的网购习惯

澳洲移动网络覆盖率、智能手机覆盖率、消费者网购占比都位居世界前列，与之相对应的是澳洲的电商发展十分迅猛。



喜爱运动和户外活动

澳洲人普遍热衷于运动和各种户外活动。网球和游泳在澳洲是最大众化的运动。骑车、徒步旅行、登山、划独木舟、在海滩晒日光浴，都是很多人喜欢的活动。较富有的成年人则喜欢打高尔夫球。青少年则喜欢玩滑板。



季节与中国相反，有本地的穿衣特点

澳大利亚地处南半球，虽然时差与中国只有2-3小时，但是季节却完全相反，12-2月为夏季，3月-5月为秋季，6-8月为冬季，9-11月为春季，故在季节与穿着上与中国有明显差异。澳大利亚人除了在极为正式的场合穿西装、套裙之外，平时一般穿着T恤、短裤，或者牛仔装、夹克衫，喜欢穿紧身内衣、运动服、色彩鲜艳的格子衬衣，戴帽子，穿休闲靴。绝大多数澳洲人都生活在沿海地区，气候较为明媚，因此，他们热衷穿拖鞋，特别是夹脚拖。澳洲人的身高普遍偏高且偏胖，加大码的服装是刚需，所以在服装的选品上，可以多关注加大码的衣服的出口。



澳洲人的生活与习惯

澳洲人住房宽敞，他们热爱园艺，自己修整院子，粉刷房屋，把劳动当做美好的享受。澳洲工作日餐食多为肉排和三明治，传统主食是肉排和牛排。热爱聚会的澳洲人也很喜欢BBQ烤肉，政府甚至会提供免费的BBQ公共设施。

来源：

1. [澳大利亚统计局](#)，雨果网

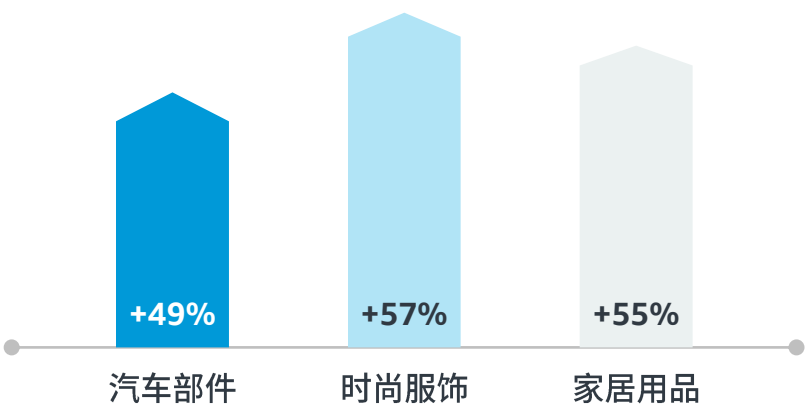
在2018财年，澳大利亚所有垂直领域的销售表现都十分抢眼，澳大利亚零售管理网站Neto的数据显示所有类别的卖家的总销售额平均同比增长30%¹。

2018年澳洲电商总销售额增幅惊人



从增速看，时尚业是所有类别中的领跑者，其销售额以57%的同比增幅位居榜首。家居用品（55%）是总销售额增幅第二快的行业，紧随其后的是利基类别汽车零部件（49%）²。

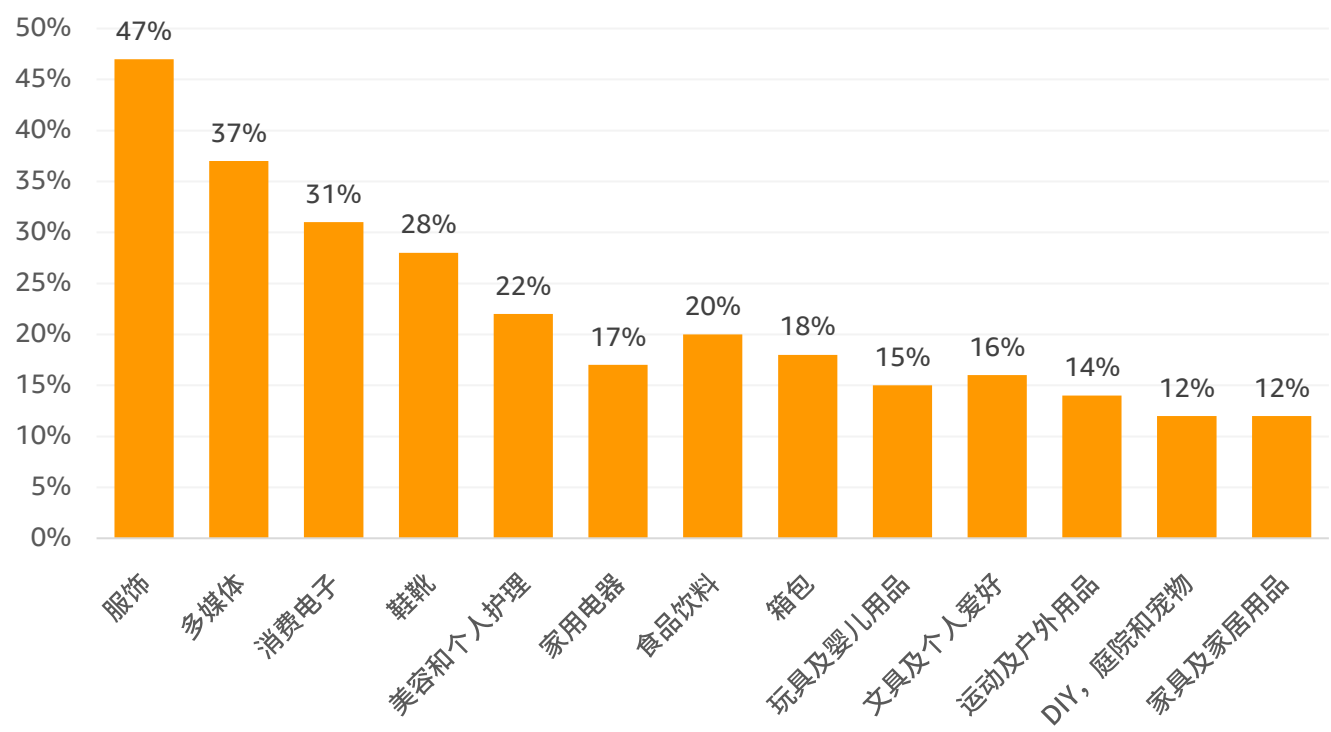
2018年澳洲电商销售增幅前三的品类



来源：
1/2. <https://www.netohq.com/blog/state-of-ecommerce-report-2018>

从购买人数看，过往12个月中，服饰，多媒体，消费电子产品是购买人数最多的三个品类¹。

多数消费者在过去12个月中购买过服饰或多媒体²



来源：
1/2. <https://www.netohq.com/blog/state-of-ecommerce-report-2018>

澳洲男性消费者在网上购买最多的产品为：消费电子，服装，鞋靴¹。

澳洲女性消费者在网上购买最多的产品为：服装，鞋靴，箱包²。



澳洲时尚类商品非常受欢迎，网上购买的每三件商品中有一件是时尚商品。而时尚品类中占比最大的三个品类分别是服饰/鞋靴/箱包³。箱包类在澳洲亚马逊开通半年即进入品类前三，潜力巨大。

品类	热销产品	高占比	高增长	高潜力
服饰	上衣，裤子，运动衣，袜子，内衣，大码女装	✓	✓	
鞋靴	闲鞋，户外鞋，运动鞋，童鞋	✓		
箱包	收纳包，双肩包，儿童包，斜挎包			✓
手表	经典款，现代款，奢侈款，触屏表			✓
珠宝首饰	金饰，银饰，水晶，钻石饰品			✓

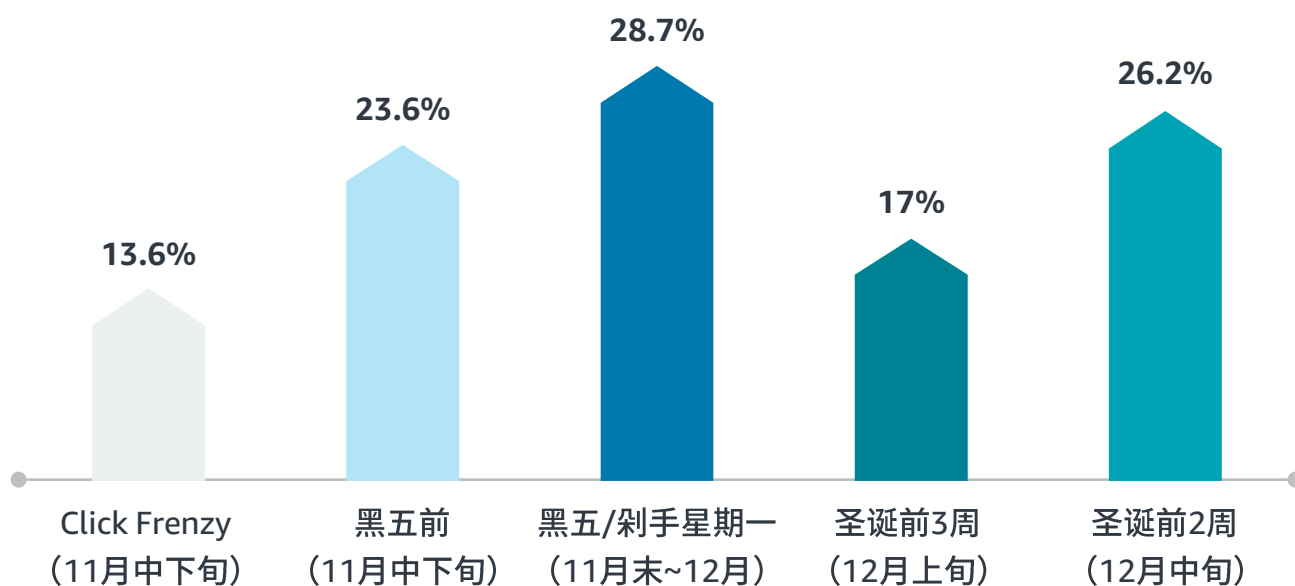
来源：

1/2/3. https://auspost.com.au/content/dam/auspost_corp/media/documents/2018-ecommerce-industry-paper-inside-australian-online-shopping.pdf

从2018年几个促销季可以看出，节日销售增长明显¹：

- 财年末（EOFYS）销售额以30%同比增长位居榜首
- 黑五/剁手星期一（Black Friday/Cyber Monday）销售额最高
- 黑五/剁手星期一（Black Friday/Cyber Monday）销售额同比增长28.7%
- 人们在黑五/剁手星期一、圣诞节前两周就开始大量购物

澳洲促销季销售增长明显



来源：

1. [Inside Australia Shopping: A preview of the 2019 eCommerce industry report](#)

澳洲最重要的几个促销季：

返校季

1月

每年1月返校高峰季，澳洲消费者大量支出集中在新教科书、文具、学生鞋、校服、笔记本电脑上。

2018年中小学生的学习用品支出增加43%，平均花费将达到829澳元，远高于2017年的472澳元。这足以说明澳洲返校季期间强大的消费者购买潜力。¹

母亲节

5月

每年的5月13日是母亲节。此节日并非中国独有，而是非常具有国际性。在这一天，消费者会购买礼物来感谢母亲。

3月

复活节

复活节（3月26日）是欧洲最古老最有意义的基督教节日之一。它庆祝的是耶稣的复活，象征着重生和希望，是仅次于圣诞节的重大节日。因为复活节在每年的三、四月份，此时正是澳洲的秋天，很多夏季衣服和用品都会打折销售。

6月

财年末大促

每年7月1日到10月31日是澳大利亚的法定报税期，在报税的过程中，按照澳大利亚的财年制度，不少工作相关的开销，包括工作服装的购买、清洁，交通工具、差旅费用、进修费用等都可以进行税务扣除。因此，到了财年末——每年的6月，各大商家纷纷进行清仓大特卖，财年末促销的疯狂程度和打折力度不逊于黑五、Boxing Day，折扣力度通常高达3~7折，火爆全澳，所以澳洲消费者已经养成了在财年末购物的消费习惯，财年末促销进而演变为澳洲最激烈的打折促销旺季。

来源：

1. 澳洲新闻网站CRN，搜狐网

Prime Day

7月

每年为庆祝亚马逊成立，亚马逊都会在7月份推出全球购物促销活动Prime Day，为特定一些国家的Prime会员提供优惠活动，折扣甚至超过黑五。澳洲的Prime Day期间，家居、消费电子、时尚类产品都大受欢迎。

圣诞节

12月

在澳大利亚，12月25日的圣诞节的地位堪比中国的春节。与北半球不同，澳大利亚的圣诞节没有雪，对澳大利亚人而言，圣诞节意味着盛夏，盛夏意味着海边。因此，澳大利亚的圣诞节又被称为“仲夏圣诞节”。穿着比基尼圣诞服，在海滩上堆个沙雕版的圣诞老人，非常具有南半球圣诞节特色。

11月

黑色星期五

今年“黑五”进入澳洲站已经是第7个年头，这个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。

亚马逊澳大利亚的产品政策

受限商品：[点击这里查看](#)

存在安全风险的商品的销售限制：[点击这里查看](#)

发布限制：[点击这里查看](#)

召回和商品安全：[点击这里查看](#)



澳大利亚的小结

1. 地广人稀，高度发达，人均财富世界第二
2. 电商高度发达，而且仍在持续发展
3. 与中国贸易联系紧密，对中国商品依赖度高
4. 和北美语言一致，文化类似，生活习惯相似，可以参考北美的选品策略，可以分摊运营成本
5. 地处南半球，与中国、美国、欧洲等地季节相反，有利于卖家在北半球过季产品的继续销售，全年生意都可以做

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。

