



2023-Q1

亚马逊类目报告

amazon.com



CONTENTS

目录



P3

编制依据

Preparation basis

P4-P7

母婴类目

Baby

P8-P11

消费电子

Consumer electronics

P12-P15

宠物类目

Pet supplies

P16-P19

运动类目

Sports & Outdoors

P20

关于我们

About us

编制依据



当一个影响较大的事件或创新型产品出现时，会重新引导和培养消费者的行为习惯及生活方式，新的消费者需求就会应运而生

随着新冠疫情对人们生活的影响逐渐降低，后疫情时代到来，消费者逐渐恢复了疫情以前的购物习惯，但疫情带来的经济乏力会导致消费者更有意识地衡量消费抉择，审慎支出

本数据报告由Helium 10中国区市场部门编制。通过本报告，我们希望能帮助跨境卖家从中发现一些值得关注的趋势，并深入探究如何从中获益

www.h10.com.cn

说明：本报告的数据采集均通过Helium10工具

Amazon数据来源：Black Box

Amazon数据来源：Magnet

用户调研工具：Audience

Helium 10自2015年开始收录亚马逊商品数据（2019年开始收录沃尔玛商品数据），至今可调取超20亿条亚马逊/沃尔玛商品数据，是跨境电商一站式大数据选品运营工具

[特别鸣谢]本报告的其他数据信息来源：

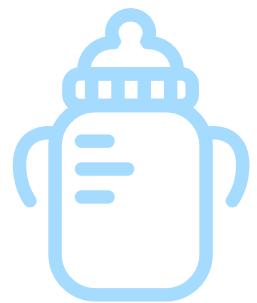
macrotrends.net

kantardworldpanel.com

mintel.com

statista.com

母婴类目



从市场角度来说，母婴类目是个大类目，其中许多小类目的市场需求都非常旺盛，如：婴儿护理、童装、玩具、童车等。据Numerator提供的数据显示，婴儿用品线下平均采购价为6美元，线上销售价格可以翻三倍，平均售价为21美元，这是一个很棒的类目

不过，由于欧美执行严苛的安全法规制度，在亚马逊销售母婴类产品必须提供检测认证进行审核

美国亚马逊站要求所有儿童玩具跟儿童产品必须提供Children's Product Certificate儿童产品证(简称CPC证书)



母婴类目

从数据来看，这是个中规中矩的类目

根据机会指数提示：“宝妈&孕妈产品”和“婴幼儿旅行备”也许会比较值得关注的市场机会；而寝具则荣登“最卷市场”榜首

● 市场容量

类目TOP300关键词的总搜索量(单位:万次)，搜索量越高一定程度上说明该类目的需求越大

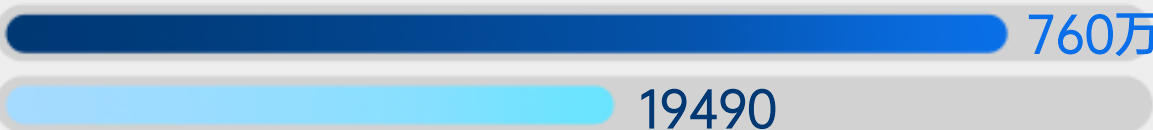
● 机会指数

类目容量(TOP300关键词的总搜索量)与竞品数量的比值，数值越大说明市场机会越好

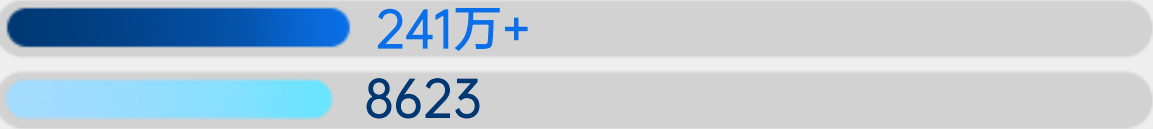
Activity & Entertainment
婴儿娱乐



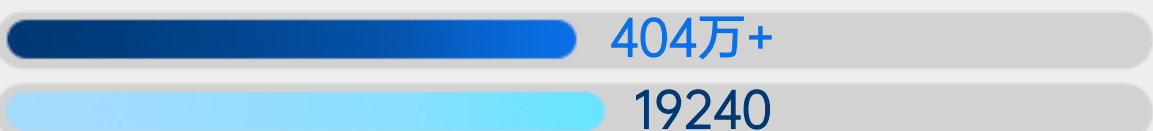
Baby Care
婴儿护理



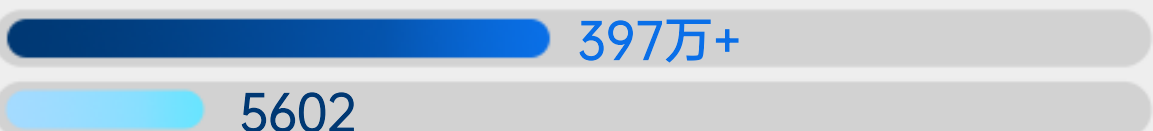
Car Seats
(车载)儿童座椅



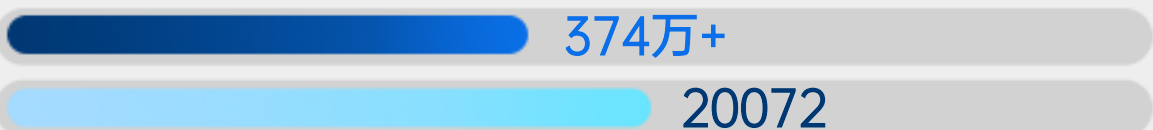
Diapering
尿不湿



Feeding
婴儿奶瓶&餐具



For Moms
宝妈&孕妈用品



Nursery
母婴寝具



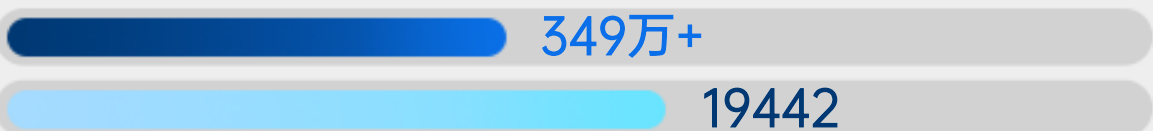
Potty Training
婴儿如厕训练



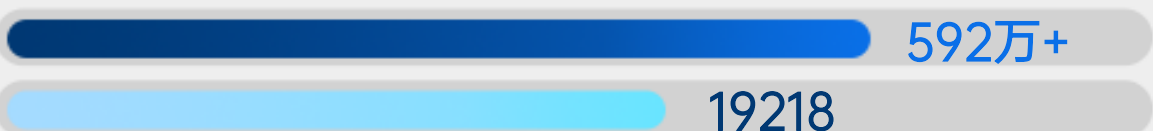
Safety
宝妈&孕妈用品



Strollers
童车

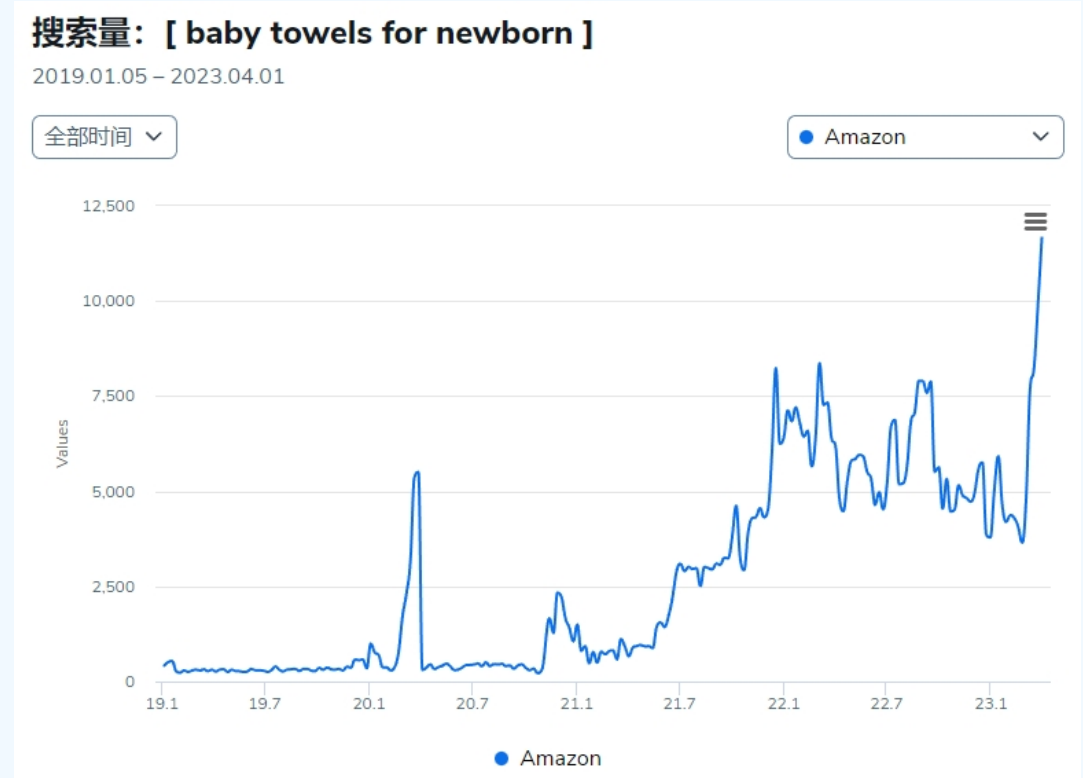
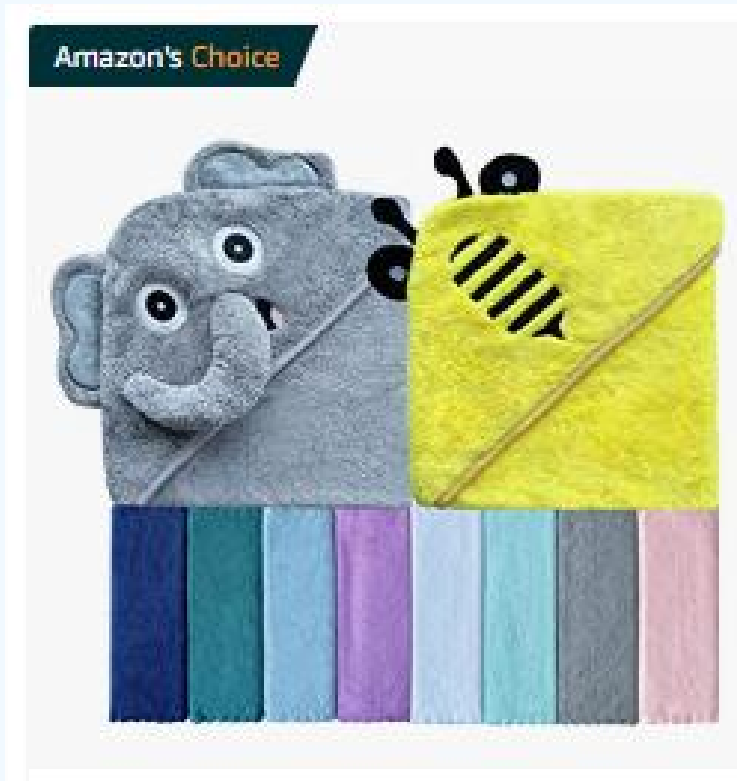


Travel Gear
婴幼儿旅行装备

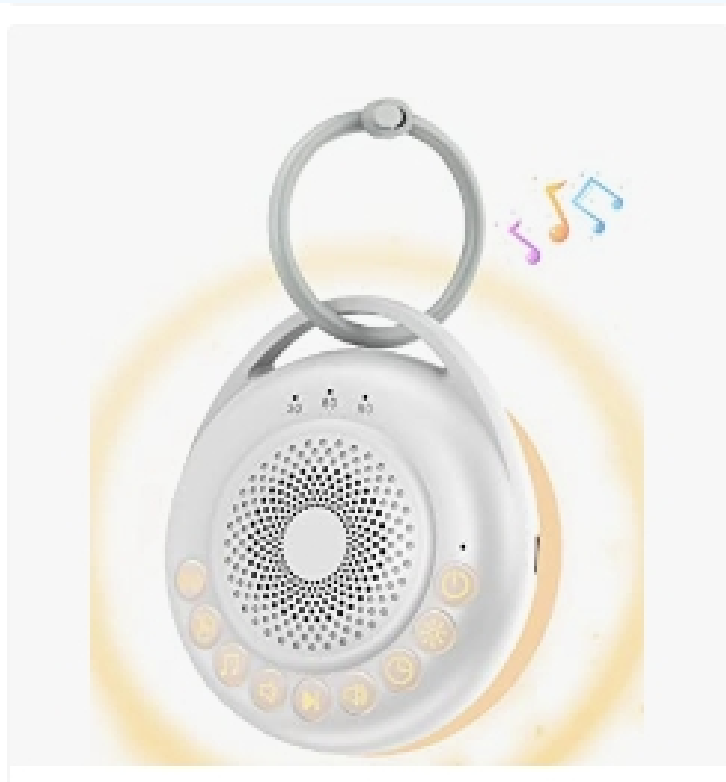


母婴类目

baby towels for newborn: 新生儿襁褓, 该类目的搜索量在3月飙升, 值得关注



baby shusher machine: 婴儿洗漱机, 该关键词的搜索量在3月飙升, 值得关注



注: 图片素材来自amazon.com 如涉及版权问题请及时与我们联系

母婴类目



● 市场需求

根据一季度北美消费者趋势调研来看，美国一季度出生率仅12.023%。(略高于2022年的12.012%)，不过鉴于专家预测未来十年美国的出生率将会持续下降，因此分析师们对于母婴市场增长的看法趋于保守

结合我们采集的类目数据来看，Baby Care(婴儿护理)类目依然是需求量最大的类目，但竞争同样激烈(在亚马逊广告系统的建议出价中，该类目相关性较高关键词的单次点击费用为1.8-3.5美金左右)

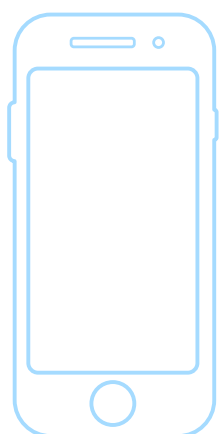
● 市场机会

从宏观的类目数据维度来分析，我们发现每个分类的机会都中规中矩，没有找到特别优秀的细分市场

不过随着后疫情时代的到来，家庭旅游出行的活动需求日渐增加，对于带娃出行的家庭来说，这类用品可以带来很多便利。因此，Travel Gear(婴幼儿旅行装备)或许可以成为一个不错的增长点



消费电子



谈到消费电子类目，大部分卖家们的第一印象就是“红海”；巨大的市场伴随着激烈的竞争，让许多卖家望而却步

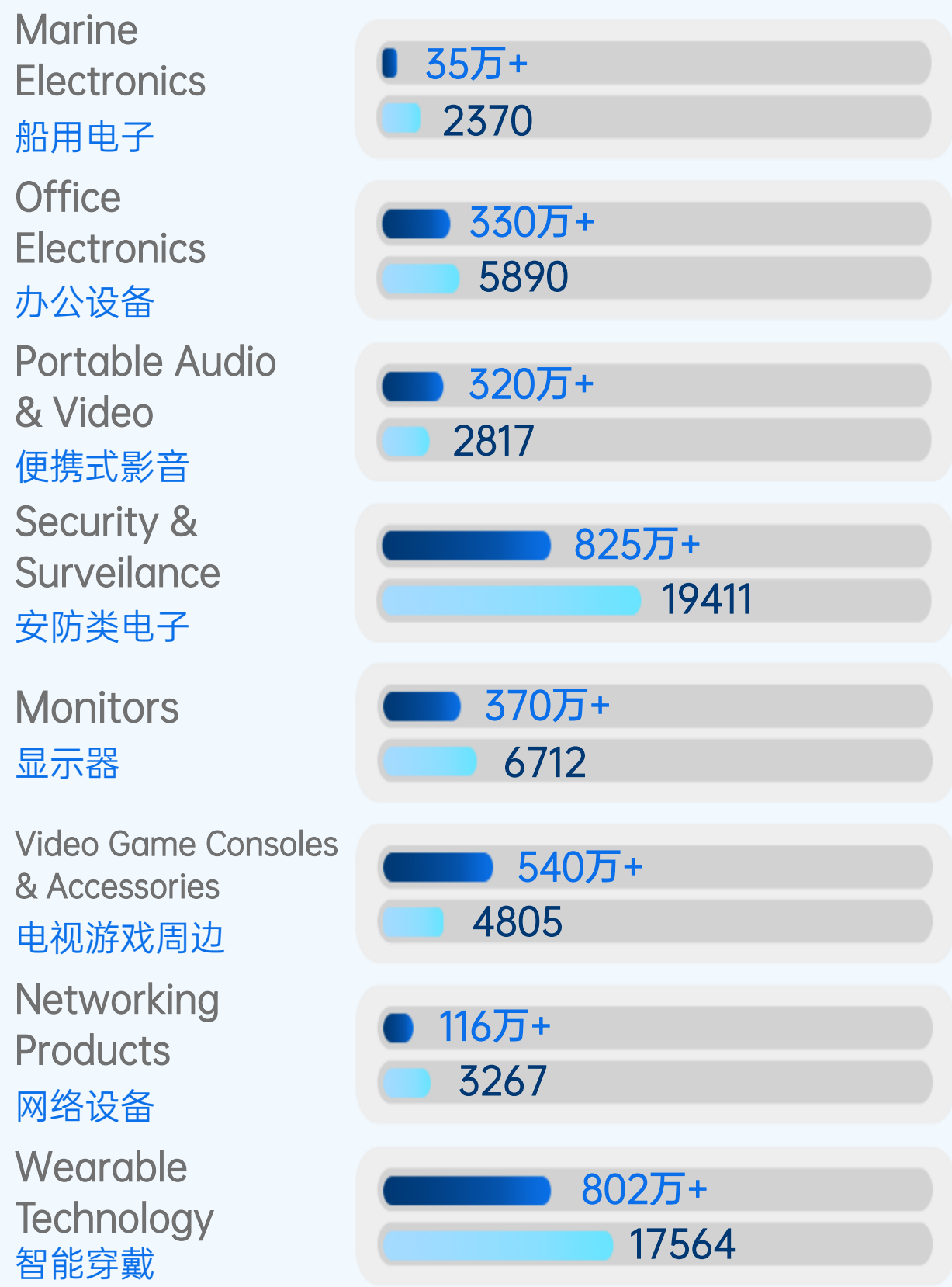
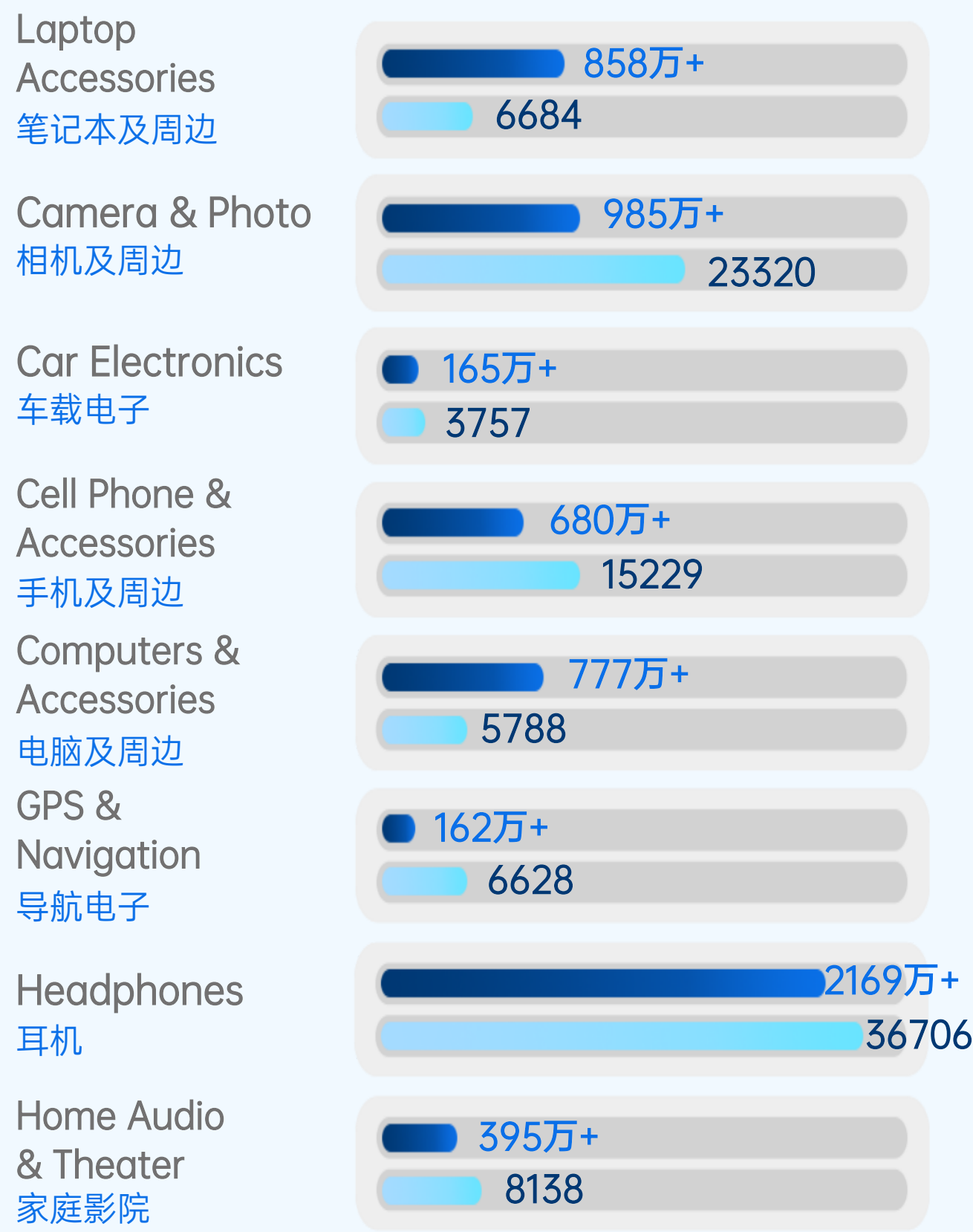
但我们应该注意到，消费电子是亚马逊的起家类目、王牌类目。据macrotrends统计，在互联网创新和人工智能发展的双重加持下，消费电子产品的迭代速度非常迅速。近5年，亚马逊消费电子市场保持着接近8%的年复合增长。因此，消费电子产品在亚马逊上仍然是一个受欢迎且具有竞争力的类别，并且市场随着新产品的发布而不断发展

此外，亚马逊也一直在大力投资自己的消费电子产品系列，例如 Echo 智能扬声器和 Fire TV 流媒体设备。这些产品都取得了成功，并且很可能在未来继续成为亚马逊的重点

总体而言，在亚马逊上销售消费电子产品的前景将取决于多种因素，例如产品功能、质量、性价比和客户需求。能够抓准客户需求、打造独特的功能、生产高质量产品、提供出色的客户服务使自己脱颖而出的卖家，更有可能在此类目取得成功

消费电子

耳机市场“独领风骚” 智能穿戴“涨势明显”



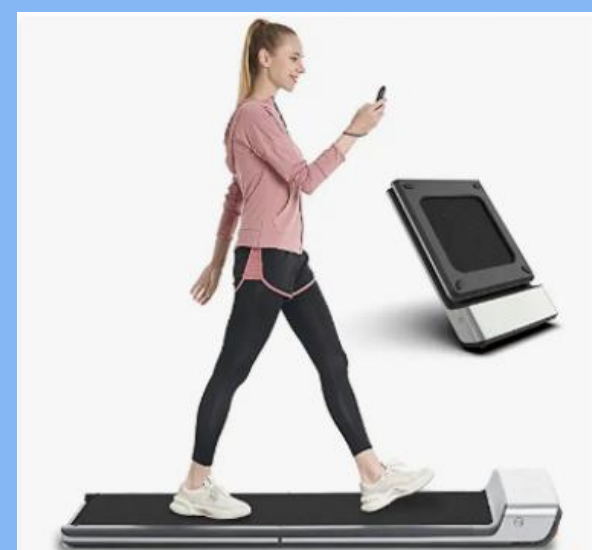
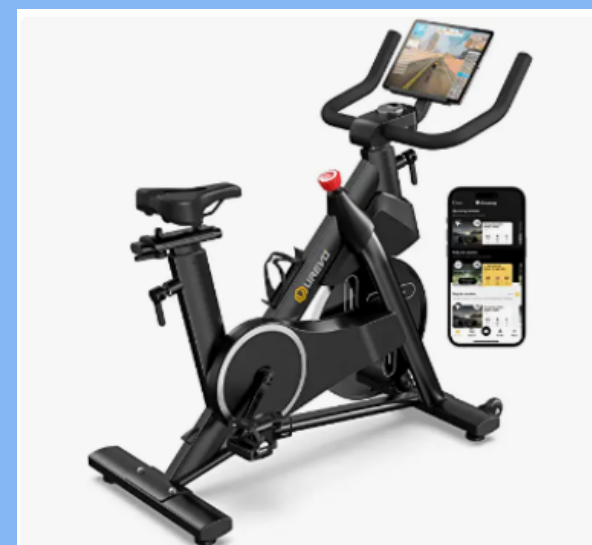
● 市场容量

类目TOP300关键词的总搜索量(单位:万次), 搜索量越高一定程度上说明该类目的需求越大

● 机会指数

类目容量(TOP300关键词的总搜索量)与竞品数量的比值, 数值越大说明市场机会越好

消费电子



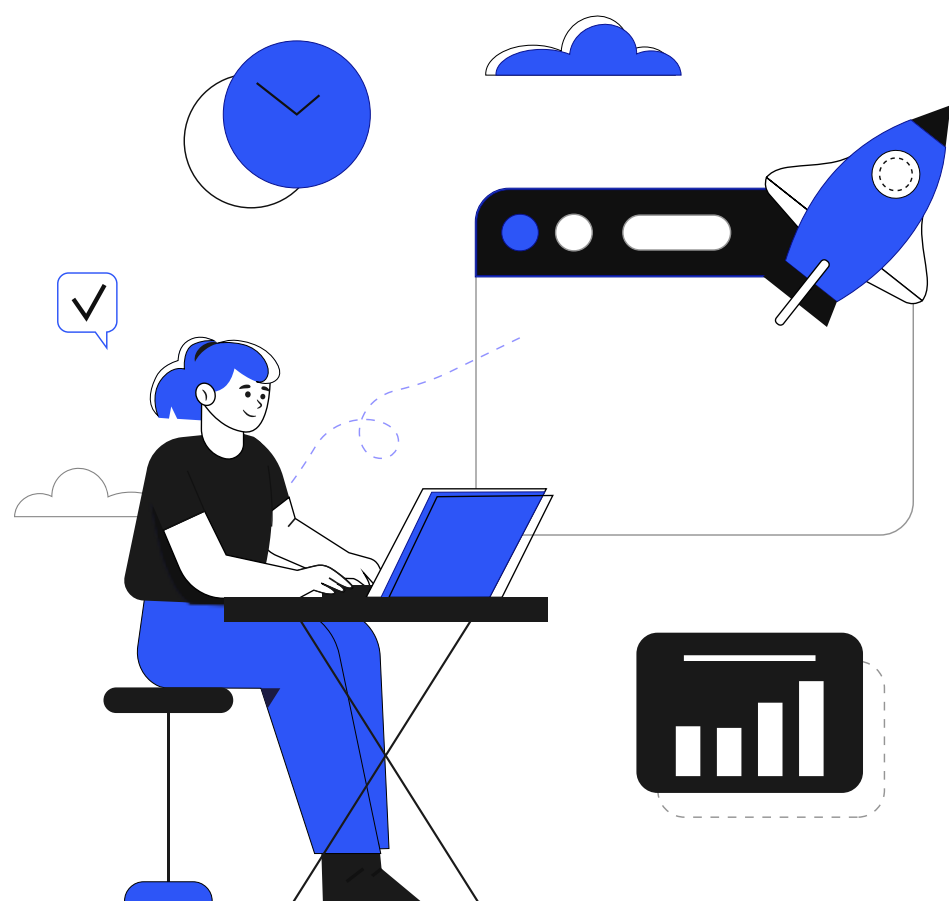
消费电子品类有哪些流行趋势？

随着5G+物联网的发展，许多产品同步升级迭代。一季度，在对亚马逊的榜单进行分析后我们发现，以家庭为中心的消费需求在不断增长，如：

- 1) 家庭+健康
- 2) 家庭+娱乐
- 3) 家庭+健身
- 4) 家庭+安全

注：图片素材来自amazon.com 如涉及版权问题请及时与我们联系

消费电子



市场需求

消费电子品类在amazon.com是消费频次最高的品类。据macrotrends报告显示，消费者在购买消费电子产品时的核心关注点为**质量可靠性**和**产品易用性**，性价比仅排第三

美国的线上消费电子产品的的主力消费客群为：男性群体，35-54岁之间。这一年龄段的男性可自由支配的收入较高，并且对于生活品质有一定追求，因此在产品开发时，想办法满足“中年男士”的需求，才能更好的帮助产品打开市场

市场机会

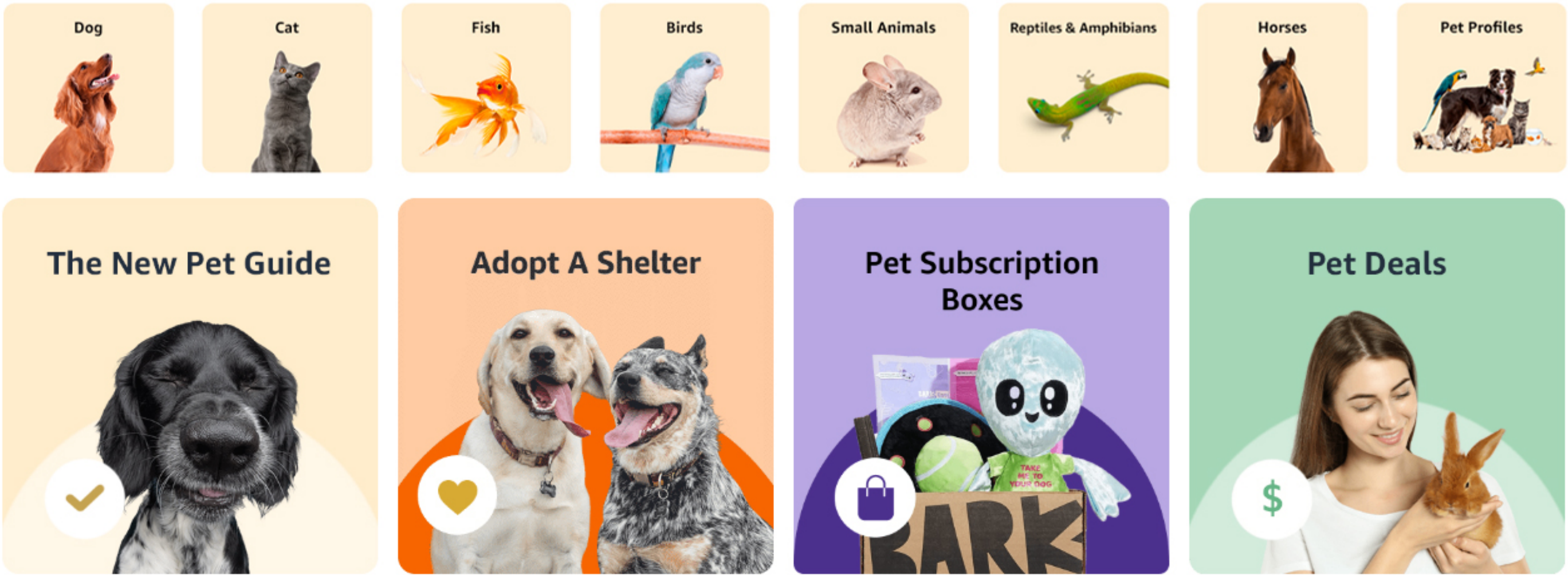
[智能健身设备] 随着人口老龄化带来的健康问题，经济下行导致的心理压力加剧等因素，健康科技正获得越来越多的关注。mintel最新研究表明，相比智能手环等已很容易在市场上买到的健康科技产品，消费者对家用智能健身设备等新型健康科技产品十分感兴趣

[3D打印周边] 3D打印机变得越来越小，原本硕大的机型已缩减到能放在办公桌上。在向轻小方向发展的同时更加个性化，也越来越便宜了。3D打印技术的大规模应用不仅将颠覆现有制造行业，还将缩小概念与实物原型的差距从而培养创业精神。随着3D打印的持续发展，材料、颜料、打印头等周边耗材将迎来新一轮增长

宠物类目



Shop by Pet



在美国，宠物通常被视作家庭成员对待。由于宠物的多样性(包括猫、狗、马、鸟等)，该类目在过去几年中越来越受欢迎。根据美国宠物产品协会的数据，70%的家庭(约9050万家庭)拥有一只宠物。在美国，2022年用于喂养和照顾宠物的支出超过 1096亿美元，预计至2027年之前，该市场会继续保持6.2%的年增长

宠物类目

● 市场需求

根据Helium 10类目数据显示，宠物猫及宠物狗依然主导着整个宠物类目

不过，“撸猫市场”还是要比“狗狗市场”略大一些



● 市场容量

类目TOP300关键词的总搜索量(单位:万次)，搜索量越高一定程度上说明该类目的需求越大

● 机会指数

类目容量(TOP300关键词的总搜索量)与竞品数量的比值，数值越大说明市场机会越好

Birds

宠物鸟

428万+

3702

Cats

宠物猫

1885万+

24968

Dogs

宠物狗

1529万+

19106

Fish &

Aquatic Pet

水生宠物

304万+

1212

Horses

马

45万+

2634

Reptiles &

Amphibians

爬行&两栖类宠物

146万+

2095

● 市场机会

2023亚马逊宠物类目搜索趋势：**宠物派对**、**宠物焦虑症**

[宠物派对] 美国人将宠物视为家庭成员，并为其提供生日庆祝、服装、玩具和零食等奢华享受

[宠物焦虑症] 宠物主依靠动物伙伴来缓解压力；同时，根据美国研究公司KantarGroup的调查显示，57%的美国宠物狗主人认为他们的宠物焦虑不安



宠物类目



[飙升榜高频词] 安全、智能

根据Helium 10对亚马逊宠物类目New Release榜单调研得出的结果，近期的宠物类目飙升榜产品主打的是“安全”及“智能”这两个维度

美国宠物主对宠物安全非常重视，具象体现为宠物的保护和安全设备而宠物智能用品则是使用互联网及自动化技术，可以与智能终端进行数据互动的宠物用设备，根据功能可分为：智能喂食设备、智能居住设备、智能娱乐设备等

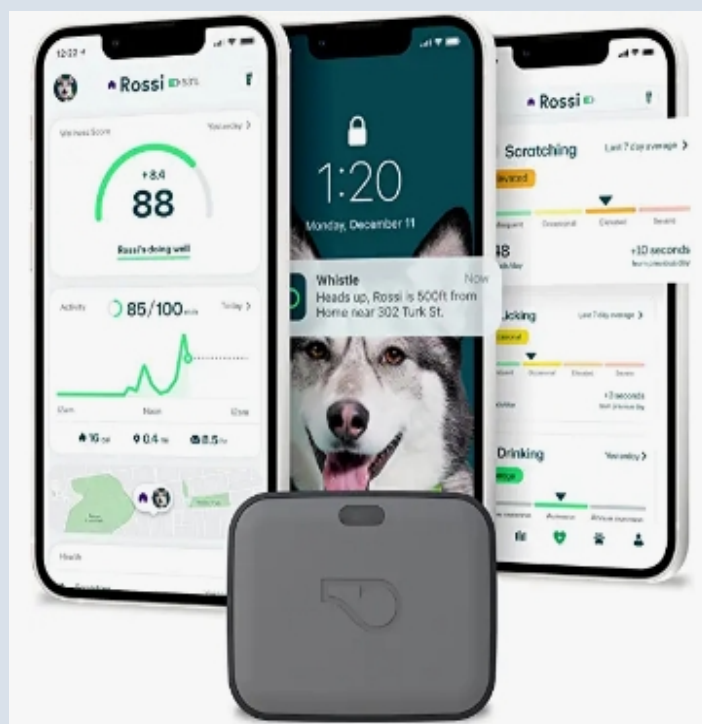
cat villa



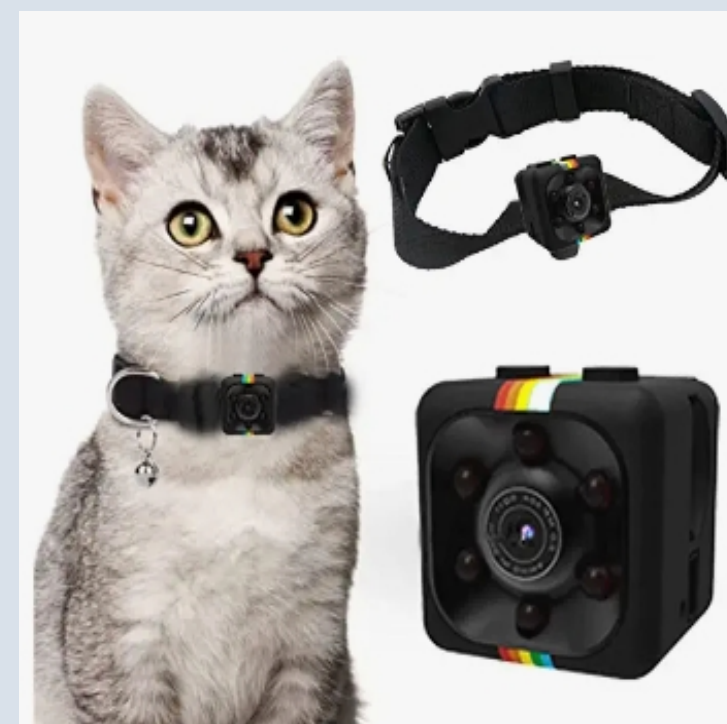
folding dog stairs



dog GPS tracker



camera collar



注：图片素材来自amazon.com 如涉及版权问题请及时与我们联系

宠物类目



[热销品高频词] 交互、健康

根据Helium 10对亚马逊宠物类目Best Sellers榜单商品调研得出的结果，热销榜以消耗品为主；除此之外，宠物健康方面的产品体量也非常大，包括身体健康及心理健康

宠物看病贵是美国宠物主的一大痛点，因此作为“家人”的宠物主非常关心宠物的身心健康。2023 Q1亚马逊搜索趋势中，宠物健康检测产品以及伴宠设备

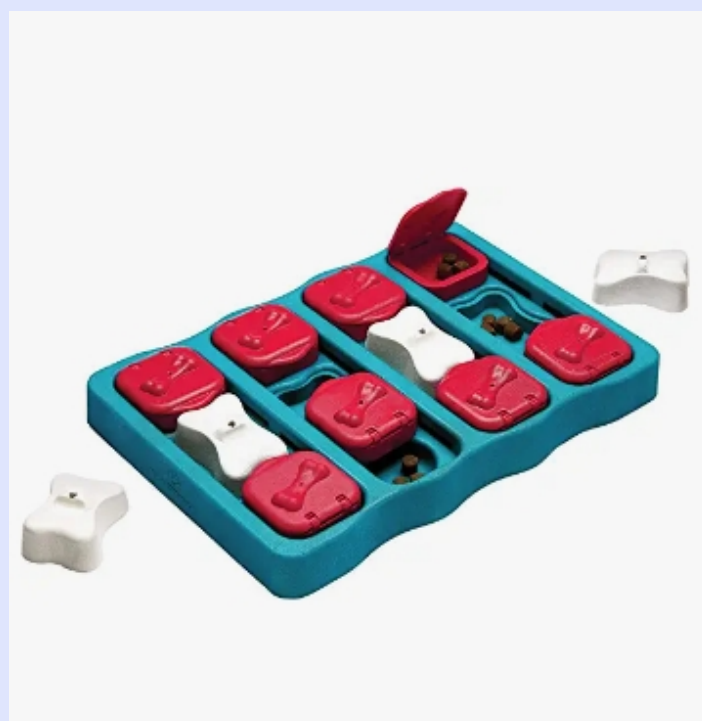
portable dog paw cleaner



cat lollipop treats



dog brick interactive treat puzzle



pet interactive Whack-A-Mole



注：图片素材来自amazon.com 如涉及版权问题请及时与我们联系

运动类目



据统计机构Statista数据显示，美国运动和户外市场在2023年预计增长20.1%，达到249.3亿美元。同时，Statista预测了美国运动和户外收入年增长率（GAGR 2023-2027）为10.68%。因此，2027年该市场的规模将达到374.1亿美元

2023年，摆脱了疫情控制的美国人对于户外运动的热情分外高涨。原本是小众运动的高尔夫、滑雪、飞盘、匹克球的运动在近几年成为美国发展最快的运动。各个年龄群体的运动爱好者们都在健身房之外找到了替代的户外运动方式。特别是匹克球，这项结合了网球、羽毛球和乒乓球等多种元素的球类运动，已经凭借其易上手、技术门槛低和适用全年龄阶层的特点成为美国增长最为迅速的运动

随着人们逐渐适应并偏爱居家办公的模式(许多美国公司也乐于提供居家办公的条件)，这种模式可以为员工节省下很多通勤时间。因此，很多人在期间养成了晨起运动或者在午休时动一动的习惯

当然，Statista机构的调查显示，户外运动对于美国人的意义也不再局限于锻炼身体。对于户外运动者来说，结伴远足、户外锻炼成为了新的社交方式，也成为了与家人朋友增进情感的一种好方式



运动类目

Accessories

运动配件

595万+

4151

Exercise & Fitness

健身及锻炼

1138万+

18966

Hunting & Fishing

打猎及钓鱼

228万+

3010

Outdoor Recreation

户外休闲

333万+

2341

Sports Medicine

运动药物

171万+

13890

Shoes

运动鞋

501万+

5743

Clothing & Uniforms

运动服及球衣

176万+

2381

● 市场容量

类目TOP300关键词的总搜索量(单位:万次), 搜索量越高一定程度上说明该类目的需求越大

● 机会指数

类目容量(TOP300关键词的总搜索量)与竞品数量的比值, 数值越大说明市场机会越好



健身及锻炼类目机会最大

从数据报告看来, 健身及锻炼类目的机会和体量依然是最大的

药虽好! 卖不了

运动药物这个细分类目是运动市场当中竞争最小的一个类目。但是经了解, 中国卖家几乎不可能在亚马逊上销售此类商品

运动类目

● 市场需求

cat lollipop treats



gel ice pack for injuries



[户外运动TOP5] 跑步、远足、骑自行车、露营、钓鱼是最受美国人欢迎的5项户外活动

[运动康复] “雪场尽头是骨科”、“跑步过量伤膝盖”、“骑行太久易腰突”.....

是的，运动中伤病在所难免，在运动人群数量增加的同时，因运动而受伤患病的人数也会上升。因此，对于康复类产品的需求是存在的

[女性运动产品] 女性对于美丽的追求是不会停止的，随着女性消费群体经济地位的提升，各大户外品牌都在不断提升对于女性消费群体的重视，其中就包括2022年大火的女性户外品牌lululemon。目前，除了Lululemon这样以女性产品起家的企业之外，其他各大国际龙头也都在加快女性户外产品的布局

[运动社交] 美国人十分重视运动的社交属性，Statista数据调查显示，参与户外运动的人当中，有超过48%想要通过户外运动认识更多志同道合的人
报告还提到，和独自运动相比，群体运动时在运动的时长和距离上都会有显著增加。除此之外，户外运动还可以增进家庭感情

pickleball set



曾经风靡一时的智能呼啦圈



注：图片素材来自amazon.com 如涉及版权问题请及时与我们联系

运动类目

● 市场机会

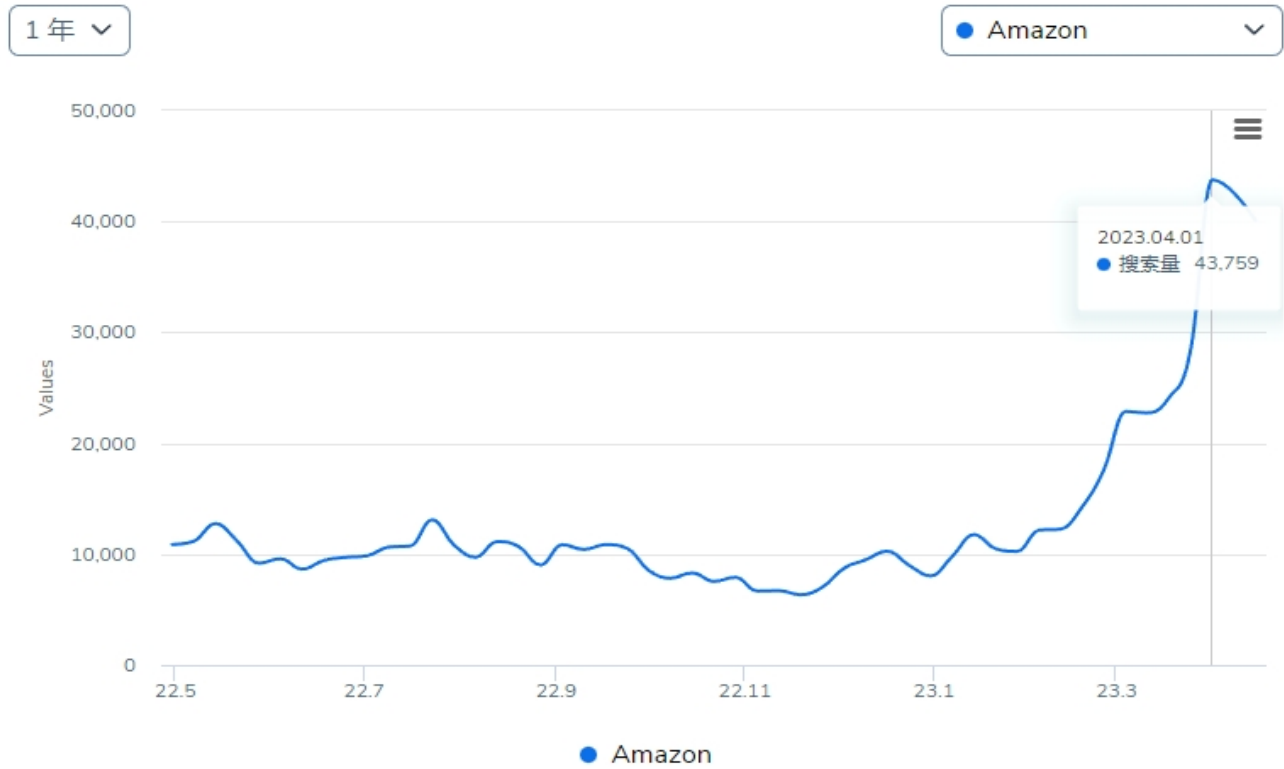
运动户外产品有着一定的季节性趋势，通常在夏季会更受消费者关注；因此，Q1的整体类目销量会略微有一些“惨淡”，但我们依然在Q1的类目数据中找到了一些昂扬向上的趋势



abs stimulator(腹肌生成器)在3月大火。产品有没有效果另说，总之搜索量较以往暴增；看起来许多人都想在夏天到来之前获得好身材，对于美的追求是全球同步的

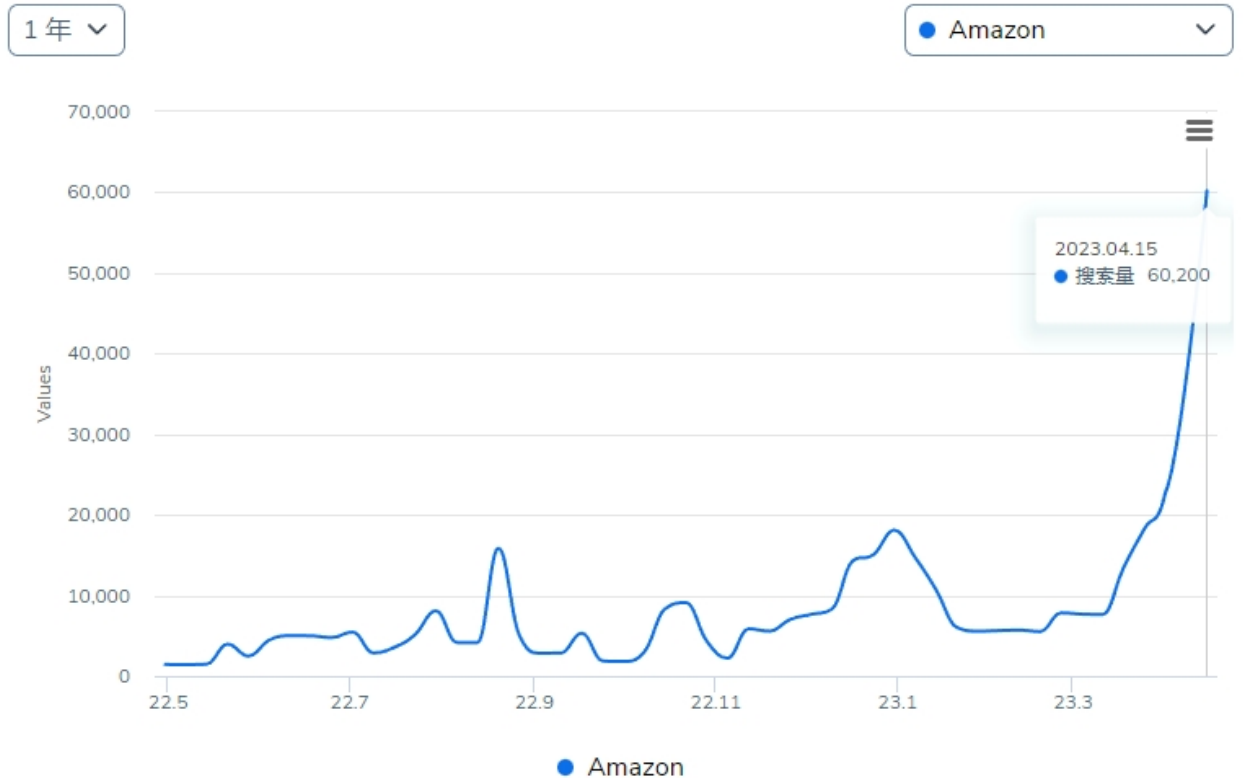
搜索量: [abs stimulator]

2022.04.30 – 2023.04.15



搜索量: [mini steppers for exercise]

2022.04.30 – 2023.04.15



mini steppers(mini踏步机)同样在3月份有一个非常大的搜索量飙升趋势

我们对于该关键词进行了产品调研，并未发现很好的市场机会。但这个大趋势不应被浪费，卖家们可以利用搜索趋势的上涨进行广告投放等市场活动，抓住这一机会

注：图片素材来自amazon.com 如涉及版权问题请及时与我们联系

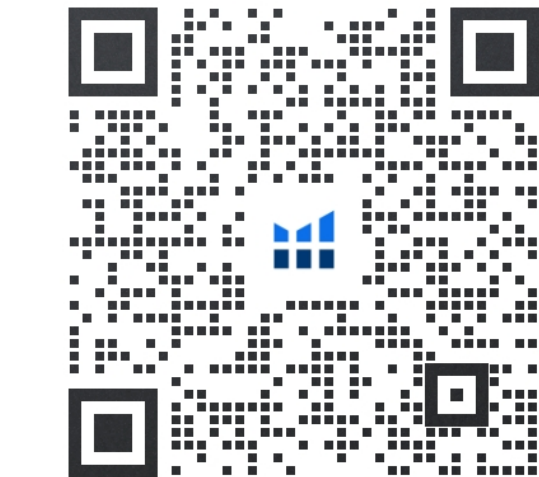
关于我们



Helium 10和Pacvue同是全球电商数据平台Pacvue旗下品牌

- Helium 10为全球电商从业者提供数据分析工具(选品、关键词优化、市场调研)、社群资源和培训课程等，有30款工具可以支持亚马逊/沃尔玛卖家的业务增长
- Pacvue为品牌大卖家提供电商品类数据平台，以及适用于亚马逊/沃尔玛/eBay等多个电商平台的“SaaS广告软件+电商咨询”，DSP投放，SlickDeals站外引流等服务，为企业客户链接品牌出海新机遇

www.h10.com.cn



扫码添加客服 获取更多资讯
我们定期推出各类跨境数据报告