

跨境电商亚马逊诸多地区站点情况剖析那个站点好做

产品名称	跨境电商亚马逊诸多地区站点情况剖析那个站点好做
公司名称	郑州密顾商贸有限公司
价格	3980.00/套
规格参数	亚马逊云时代:跨境电商云时代 蚂蚁店长:9980 地址:河南云时代跨境电商产业园
公司地址	河南自贸试验区郑州片区(郑东)万通街85号郑商和谐大厦1号楼8层805号
联系电话	15738399141

产品详情

最近亚马逊开店挺火的，但是亚马逊那么多站点，在哪个站点开店比较好呢？下面小编就给大家简单介绍一下各个站点的优劣势。

北美站：中国制造在北美站最受欢迎，美国消费者购买过的跨境电商所在地中，我国位居榜首(56%)；我国商品位于美国进口总额TOP1，2018年1-6月美国自中国的进口额为2497.4亿美元，增长8.6%，占美国进口总额的20.2%（数据来自亚马逊全球开店）。虽然我国商品北美站非常受欢迎，但是据报告，2017年美国站新入驻卖家数量达391,905个，平均每天有1,176个，共有738,985个卖家上架产品，卖家入驻数量巨大，竞争力也会非常大。

欧洲站：“欧洲站的销量占比，目前来说已经超过美国，我们之前也没有想过欧洲的市场会有这么好。”这句话来自鲸米科技有限公司的创始人Nick Liu。欧洲拥有超过3.4亿网上购物用户，只需开通一个英国站，就可以通过5个站点

销往28+个国家和地区。调查发现，许多卖家会选择只在亚马逊英国销售，但是，这样的话将错过近70%的欧洲市场，并大大限制潜在销售额。亚马逊在欧洲也拥有高知名度和上佳信誉，高访问量和海量顾客群将有助于在欧洲地区开疆拓土，为商品带来更高的曝光度。但是目前德国站需要交纳VAT税。

日本站：日本电子商务只占整个零售市场的5.43%，蕴含巨大消费潜力。亚马逊在日本非常受欢迎，2017年成为最深受日本客户信任的电商品牌，PC端浏览量在电商网站中排名第一。但是因为历史问题，日本人对中国人及产品并不友好。所以，如果没有过硬的产品和过硬的日语客服，劝各位想在亚马逊开店的各位还是放弃日本市场。

澳洲站：澳大利亚最大的贸易伙伴就是我国，商品进口总额TOP1毋庸置疑也是我国的商品，其跨境消费率在世界排名中也是第一。有人认为亚马逊澳洲站是跨境电商新蓝海，但我的看法不一样。澳大利亚位于南半球四面环海，领土面积769万平方公里，人口只有2400万，可谓是地广人稀。一方面人口基数少，市场也会小；另一方面因为其地理环境，物流成本也会增加。另外，澳大利亚政府试图通过新的GST法案来保护当地的企业，并对商品的进口进行控制，澳大利亚政府去年7月1日实施了新的GST法案，导致亚马逊澳洲站产品选择减少。

中国站：相信大多数国人网上购物极少或者没有在亚马逊上面进行，甚至有的人根本就不知道亚马逊中国站，这里做一下简单介绍。亚马逊进军中国市场始于2004年，当时亚马逊以7500万美元收购卓越网，正式进入我国市场，起初为卓越网，之后命名为卓越亚马逊，一直到2011年变更为亚马逊中国。而当时淘宝才刚创立一年，京东才开辟电子商务领域创业实验田，两家在我国独大的电商平台还不具规模，我国电商也才刚刚起步，如此来看，亚马逊算是抢占了先机，也具有一定的优势。不过，这么多年过去了，亚马逊并没有发挥出先发优势，甚至错过了在中国的最好发展时机，其电商市场份额也从2008年15.4%

掉到现在还不到1%。尤其在本土电商如阿里巴巴和京东的竞争挤压之下，亚马逊在中国电商市场难掩落寞。出现这种情况的原因有五个方面：1、忽视中国电商市场差异；2、对中国团队的不信任；3、市场决策失误；4、亚马逊在我国用户体验差；5、亚马逊中国核心高层没有电商零售背景；6、亚马逊引以为傲的FBA在我国没有任何优势。所以，想在亚马逊开店的话，中国站就不用考虑了。