


亚马逊市场分析 - 建模与实现

卖家精灵负责人 - 老陈

2019年7月

- 怎样将选品成功率提升50%?
 - 小白怎样快速成长为数据分析大牛?
- 

OUTLINE

大纲

- 1 亚马逊大数据选品历史回顾
- 2 亚马逊市场分析 – 前人的探索
- 3 一种新的市场筛选和市场分析模型

第一部分

亚马逊大数据选品历史回顾



2012年

|

2016年

- 基于亚马逊站内畅销榜、飙升榜、新品榜
- 市场不饱和、竞争不激烈
- 铺货型卖家的红利期，中国早期大卖基本上都是靠这种模式起家



2016年

|

2017年

基于价格、上架时间、BSR、评论数、预估销量等选

典型筛选条件

- ◆ 上架时间：最近3个月
- ◆ BSR排名：6000以内
- ◆ 评论数：小于50（同类指标是月销量）
- ◆ 评分值：大于4.2
- ◆ 价格：20-40美金



思考题：为什么选品软件在2015年前后才开始萌芽？



2018年

|

2019年

- 加入趋势指标：BSR增长数、评论增长数、销量增长率、留评率等
比如：BSR在5000以内，并且飙升超过10000位
- 加入子类目选择
- 让选品半径从头部爆款延伸到中部（潜力款）

Tips: 选择软件工具时，留意下上面这些指标



为什么我选品多年，对选出的产品依然没有信心？

- 基于细分市场某个例
- 选品维度少，可选类目太集中，一上架就一片红海
- 没有数据支撑，如市场容量、市场竞争、产品生命周期等可量化指标



2019年

|

?

- 基于细分市场
- 先选市场，再选产品
- 选品流程
 1. 选市场
 2. 分析市场
 3. 查看参考蓝本(Top100产品列表)
 4. 测算毛利率



- 亚马逊美国站：25000+细分底层类目（不包括图书、音像等）
- 我们只熟悉不到200个类目，仅占不到1%
- 新进入的卖家只在那10%的熟知领域搏杀





思考题：您最懂的10个行业，如下指标知道多少？

- ◆ Top 100的日均销量？
- ◆ 市场有哪十大品牌和卖家，市场占有率如何？
- ◆ 产品季节性如何，旺季和淡季的销量差距？
- ◆ 产品生命周期是几年，现在处于哪个阶段？
- ◆ 用户一般是购买新款还是老款？
- ◆ 产品价格区间是怎样分布的，在哪个区间还可能有机会？
- ◆ 产品成熟度如何，是否还有提升空间？

第二部分

亚马逊市场分析 - 前人的探索

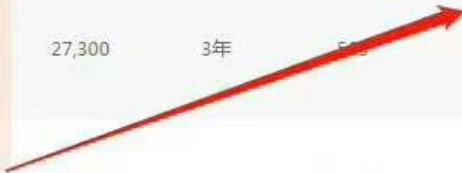


如何分析市场 – 行业先驱 (市场容量)

市场筛选页面 | 基于市场容量和竞争度，初步选择感兴趣的市場

序号	行业名称	行业层级	在售商品数	商品均价	总评论	近30天新增评论	Top20商品平均上架时长	Top20商品平均评论	Top20商品平均评分	行业波动率	行业集中度	品牌效应指数	操作
11	Bath 浴室	2	1,319,781	\$58.13	1,948,328	45,005	3年8月	3,531	4.3	38	46	29	👤
12	Kitchen Storage & Organization 厨房储藏与组织	3/2/3	750,105	\$29.07	1,934,157	44,041	3年4月	294	4.5	47	41	6	👤
13	Home Décor Accents 家居风格装饰	3	2,449,918	\$43.69	1,721,288	27,300	3年	505	4.4	52	35	12	👤
14	Bathroom Accessories 浴室配件	3	874,663	\$67.10	1,633,652	36,603	3年9月	3,704	4.3	35	51	32	👤
15	Coffee & Tea 咖啡和茶	4	197,761	\$29.87	1,527,714	24,067	4年7月	2,046	4.4	27	25	37	👤
16	Cleaning Supplies 清洁用品	2	235,031	\$61.17	1,386,844	28,276	4年1月	936	4.4	24	66	2	👤

综合对比三大经济学指标

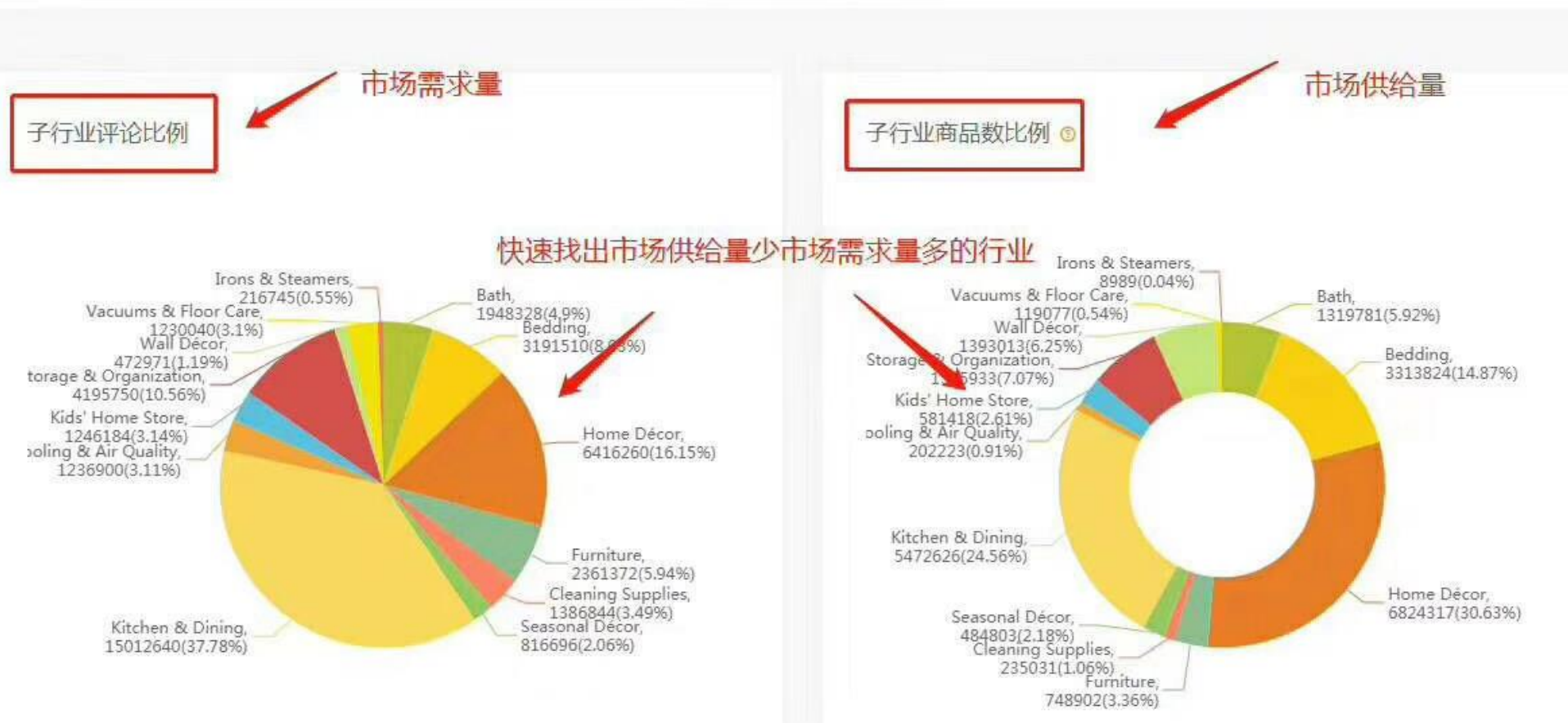




如何分析市场 – 行业先驱 (需求和供应)

供需指数 = 子行业评论数/商品数 找出高评论数、低商品数的行业

Home & Kitchen (家居厨房)



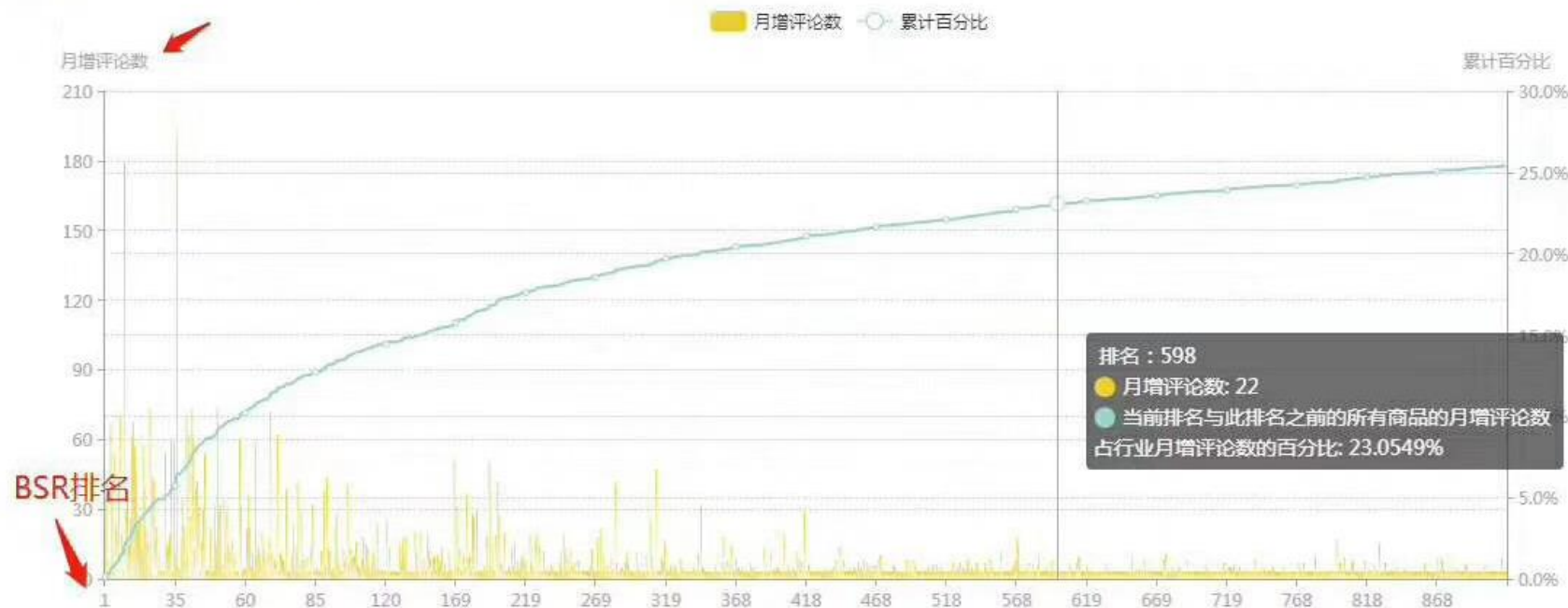


垄断率 = 头部商品的评论增长数 / 总评论增长数

Cleaning Supplies (清洁用品)

Home & Kitchen (家居厨房) > Cleaning Supplies (清洁用品)

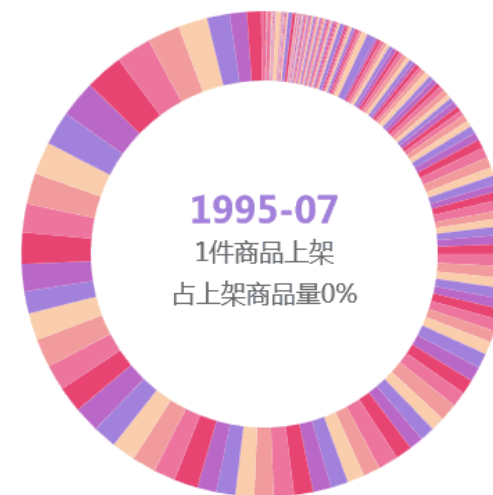
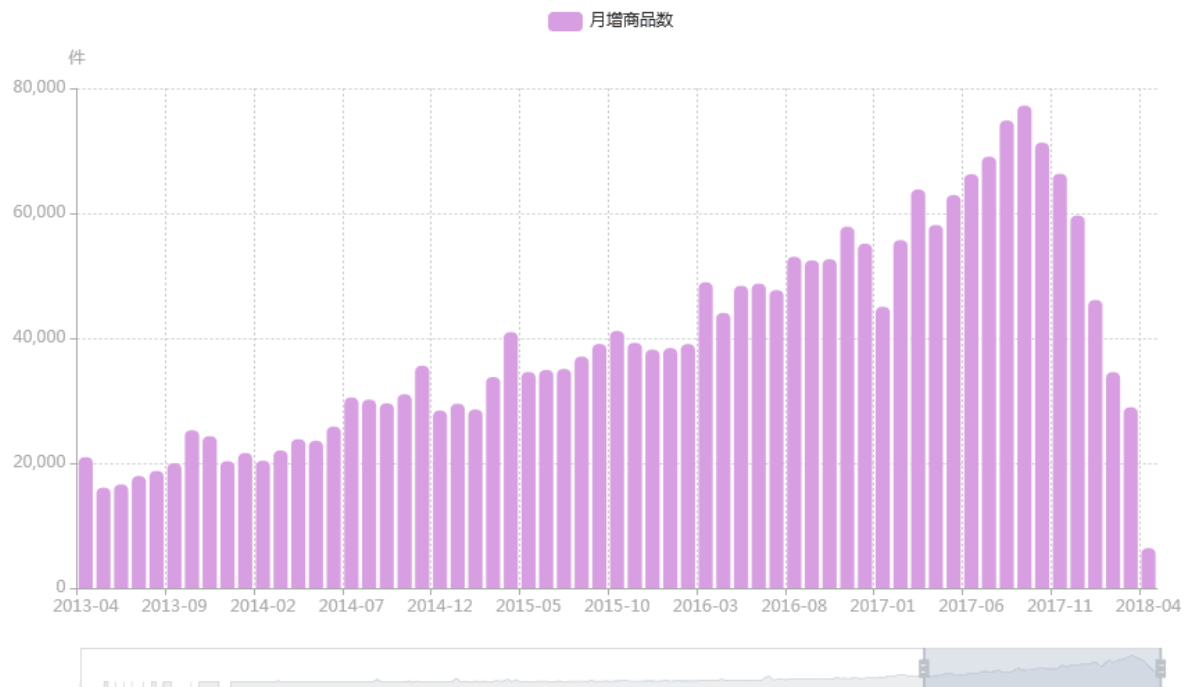
评论数量随排名变化趋势





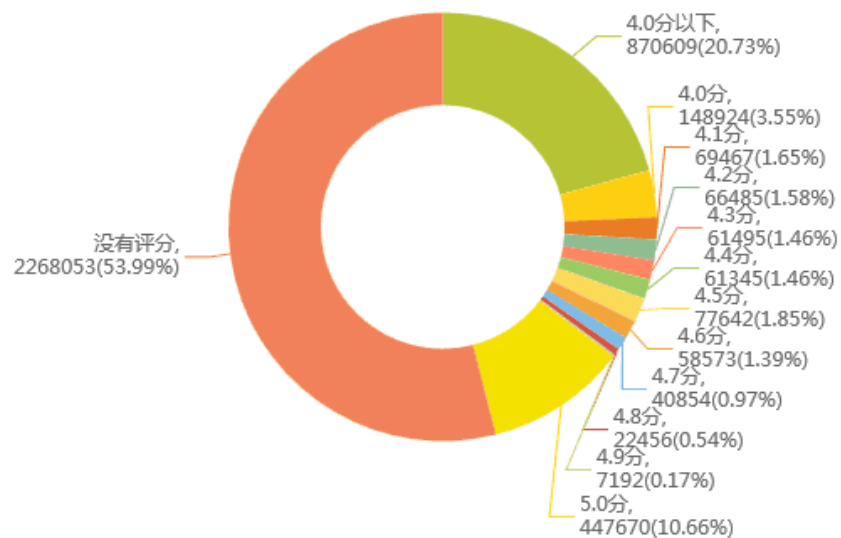
按月份的上架商品数趋势

商品上架时间分布

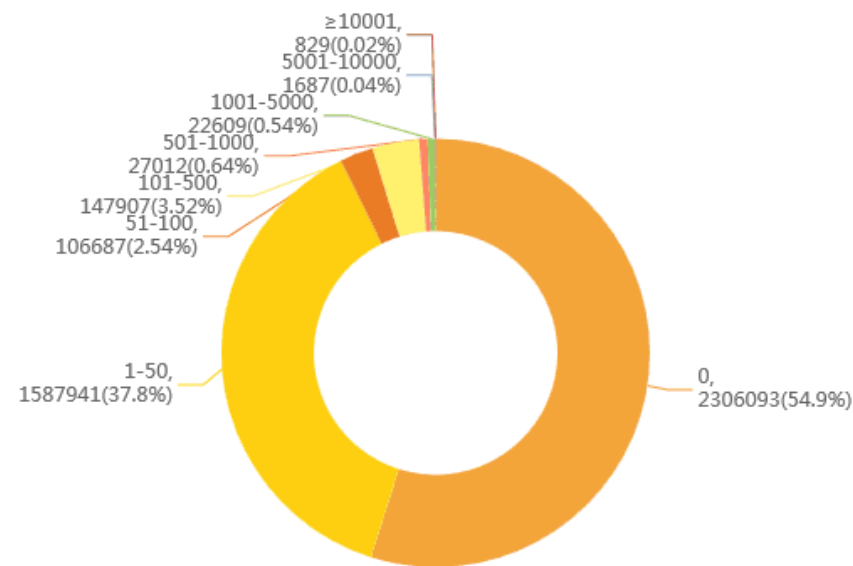




市场成熟度：评分值占比



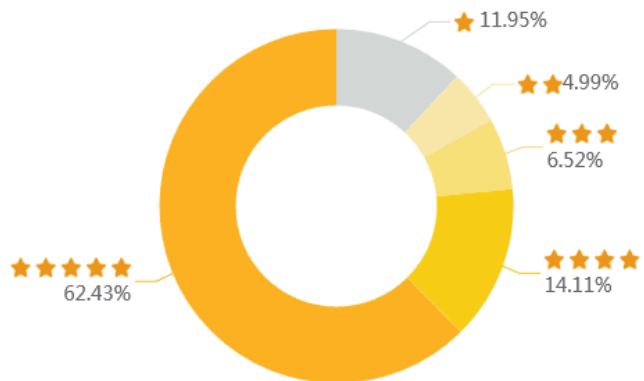
市场壁垒：评论数占比



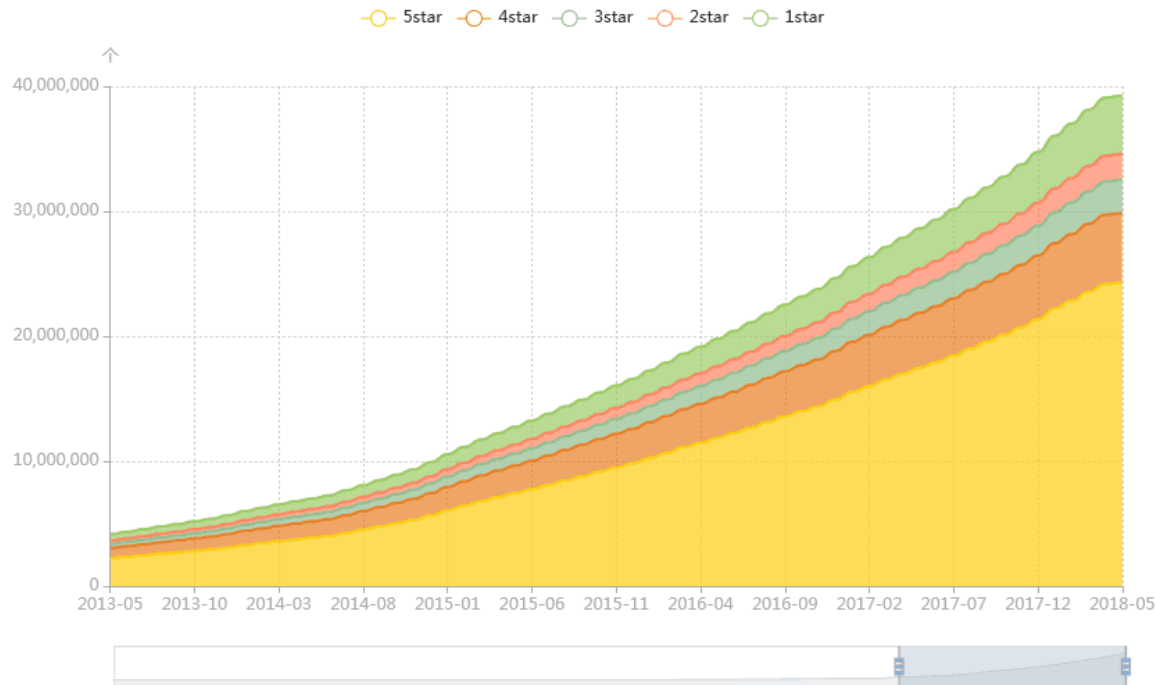


按月份和星级的评论增长趋势

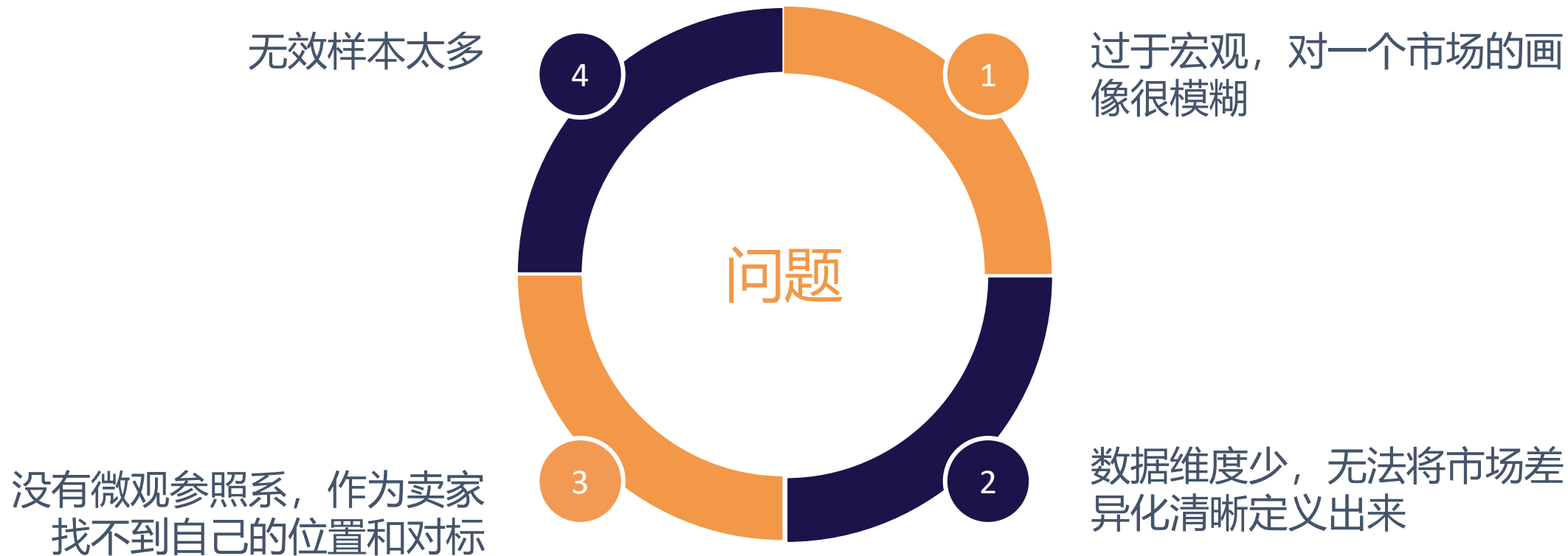
评论星级分布



不同星级的评论趋势

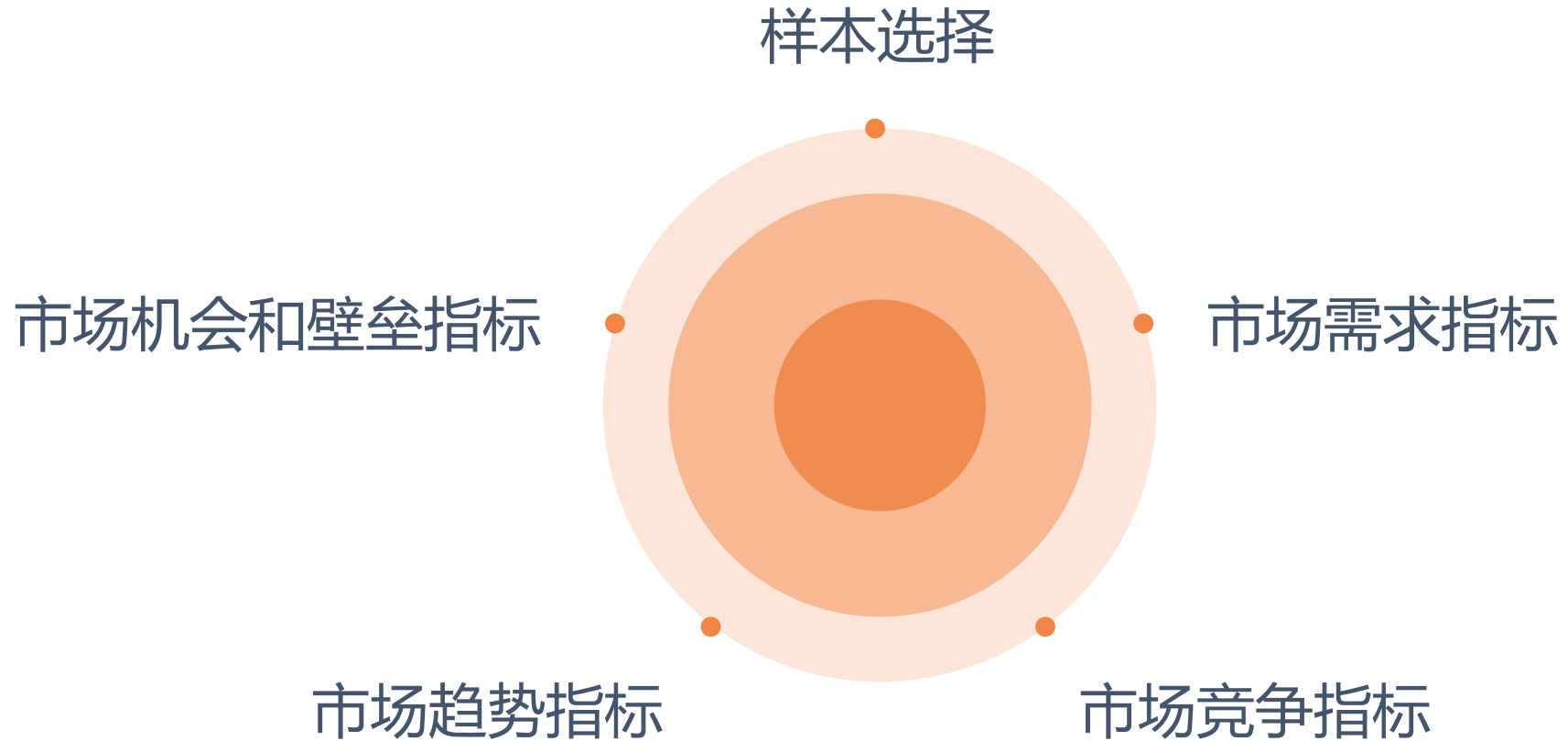


基于该行业所有商品样本



第三部分

一种新的市场筛选、市场分析模型





- 各细分类目月销量Top 100
25000+类目, 300万左右商品
- 亚马逊畅销榜Best Sellers
17000+类目, 200万左右商品
- 核心关键词前5页 (100个左右Listing)
8万左右关键词 (月搜索量1万+)



微观视角

标杆样本

可对标自己



一种新的市场分析模型 – 筛选市场 (排序)

找到的细分行业: 4

商品样本=100

排序规则

新品数量

降序

确定

#	细分市场 ?	样本数量 ?	月总销量 ?	月均销量 头部商品 ?	月均销售额 头部商品 ?	平均价格 ?	平均评论数 平均星级 ?	平均BSR 头部商品 ?	平均卖家数 ?	卖家类型 ?	集中度指标 ?	新品数量 新品占比 ?	操作
1	Toothbrush Travel Containers (牙刷旅行容器)	商品: 100 品牌: 74 卖家: 76	27,763	277 1,929	2,121 11,070	\$12.08	42 4.0	227,493 10,106	2.1	FBA: 90% AMZ: 3% FBM: 7%	商品: 69.5% 品牌: 74.4% 卖家: 74.0%	1 1%	
完整市场路径: Beauty & Personal Care > Oral Care > Toothbrushes & Accessories > Toothbrush Travel Containers													
市场路径(中文): 美容和个人护理, 口腔护理, 牙刷, 牙刷旅行容器													
A+商品占比: 3% 新品平均评论数: 4 新品平均价格: \$10.99 新品平均星级: 3.8													
2	Sonic (声波)	商品: 100 品牌: 39 卖家: 66	67,262	672 4,208	35,678 233,793	\$62.42	768 4.2	65,276 3,281	3.4	FBA: 77% AMZ: 18% FBM: 5%	商品: 62.6% 品牌: 90.4% 卖家: 76.8%	1 1%	
完整市场路径: Beauty & Personal Care > Oral Care > Toothbrushes & Accessories > Powered Toothbrushes & Accessories > Powered Toothbrushes > Sonic													
市场路径(中文): 美容和个人护理, 口腔护理, 牙刷, 电动牙刷, 电动牙刷, 声波													
A+商品占比: 38% 新品平均评论数: 86 新品平均价格: \$37.95 新品平均星级: 4.6													
3	Toothbrush Replacement Heads (牙刷替换头)	商品: 100 品牌: 35 卖家: 59	309,316	3,093 9,644	60,970 182,624	\$21.6	862 4.3	5,527 360	4.0	FBA: 56% AMZ: 40% FBM: 3%	商品: 31.2% 品牌: 81.0% 卖家: 38.5%	1 1%	
完整市场路径: Beauty & Personal Care > Oral Care > Toothbrushes & Accessories > Powered Toothbrushes & Accessories > Toothbrush Replacement Heads													
市场路径(中文): 美容和个人护理, 口腔护理, 牙刷, 电动牙刷, 牙刷替换头													
A+商品占比: 36% 新品平均评论数: 269 新品平均价格: \$17.99 新品平均星级: 4.6													

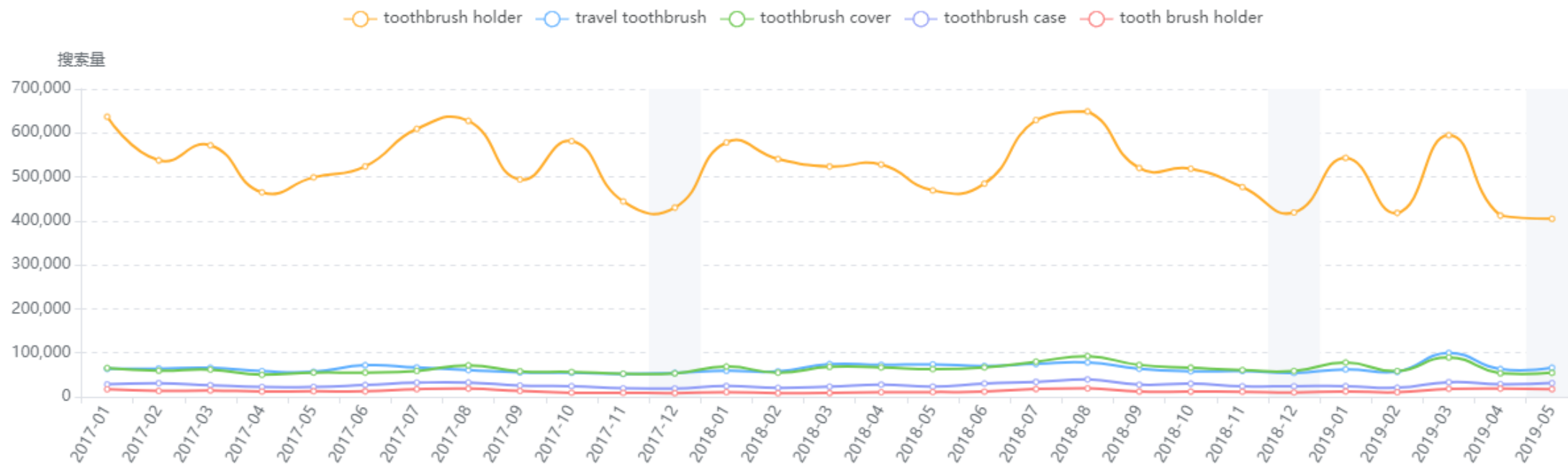


- 细分行业核心关键词Top 5及历史走势
- Top 100商品的销量、销售额
- Top 100商品的评论数



旅行牙刷盒

行业需求及趋势 ?





- 商品集中度：前5/10/20产品销量占前100产品销量的占比
- 品牌集中度：前10品牌销量占前100产品销量的占比
- 卖家集中度：前10卖家销量占前100产品销量的占比
- 卖家发货类型占比：Amazon自营、FBA、FBM
- 商品价格区间分布：不同价格区间代表不同的细分市场

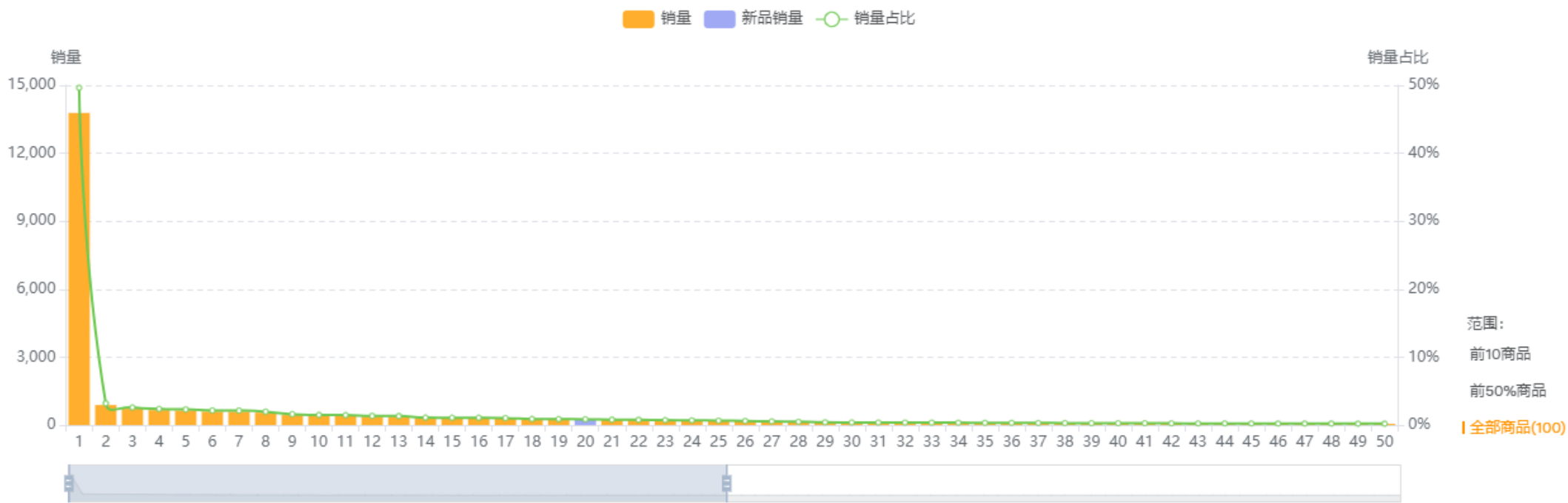


旅行茶具盒

商品集中度(69.5%) 销量分布 销售额分布

新品定义 3个月

样本商品数: 100





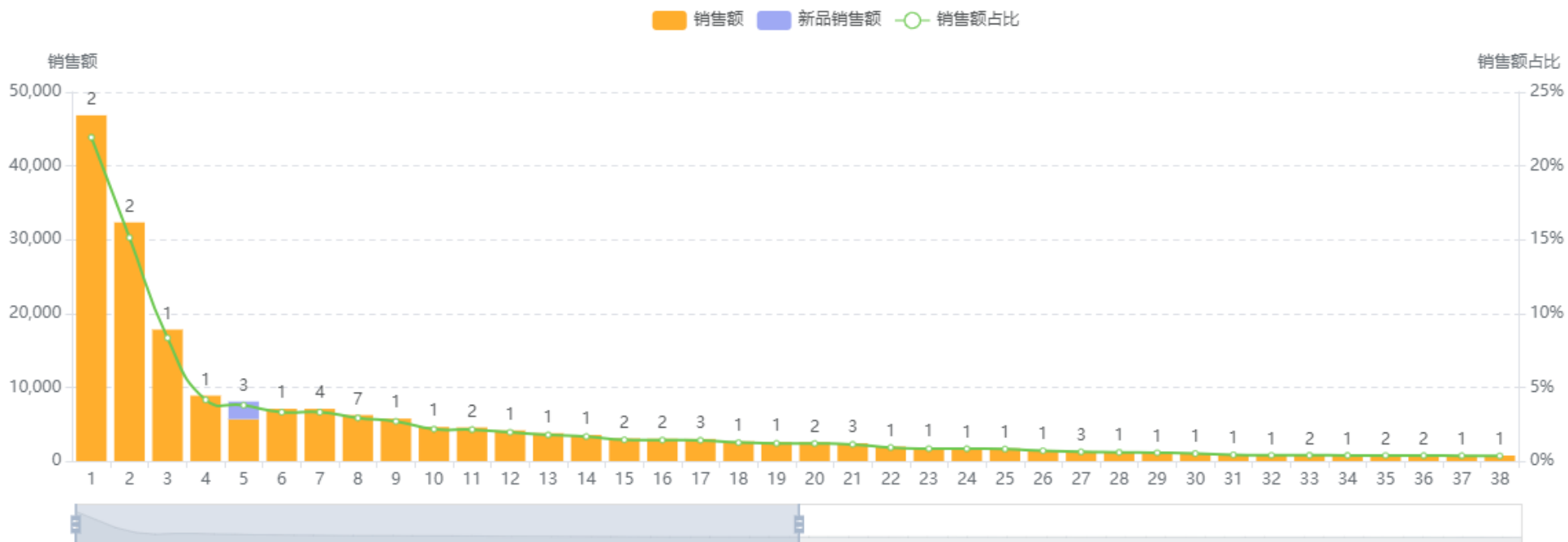
旅行茶具盒

品牌集中度(74.4%) 销量分布 销售额分布

新品定义

3个月

品牌总数: 74

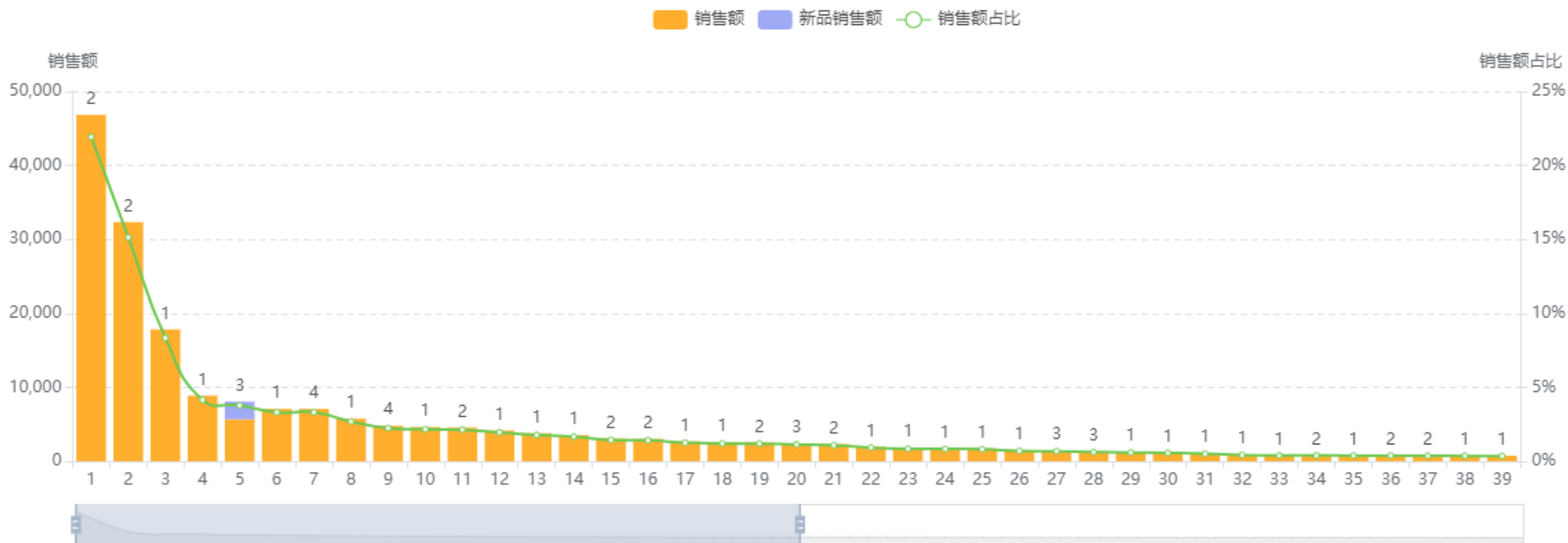




旅行茶具盒

卖家集中度(74.0%) 销量分布 销售额分布

新品定义 卖家数: 76

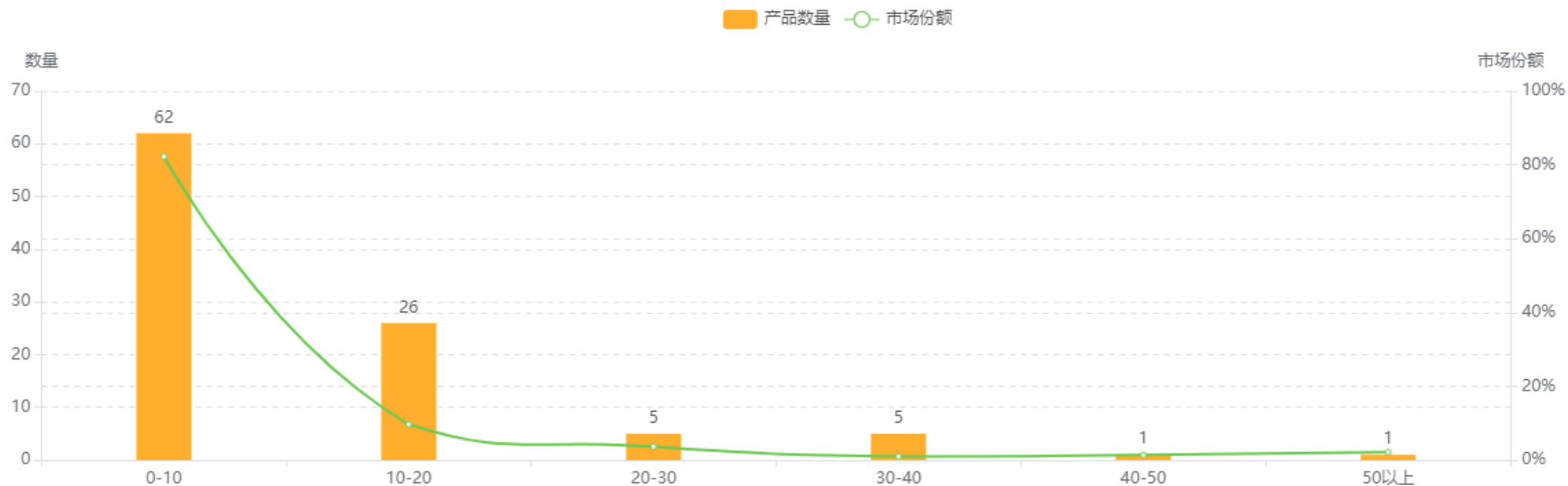




旅行茶具盒

价格分布 ?

商品总数: 100





- 行业生命周期
- 行业季节性、节假日性、事件性
- 产品生命周期：比如最近2年上架的产品最受欢迎

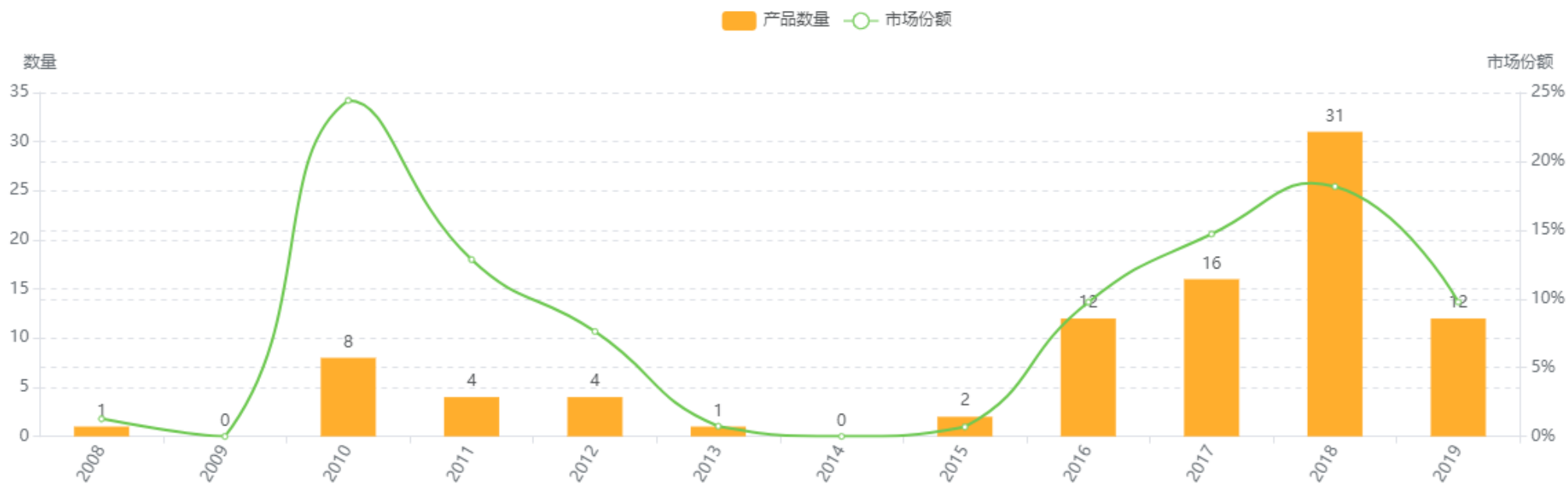




浴帽

上架趋势分布

商品总数: 100





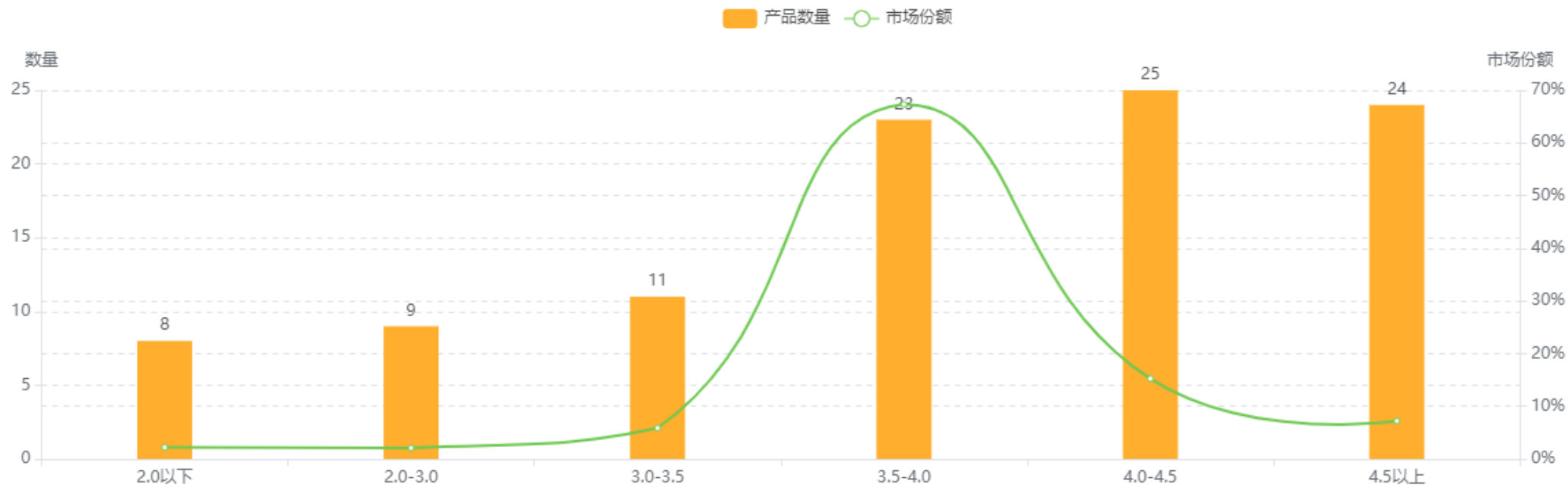
- 新品占比：数量和销售额
- A+商品占比：市场成熟度指标
- 产品评分分布：4.0分以上商品占比越大越成熟
- 产品评论数分布：0-50评论数区间占比越高代表进入壁垒越低



旅行茶具盒

评分值分布 ?

商品总数: 100





旅行茶具盒

评论数分布 ?

商品总数: 100

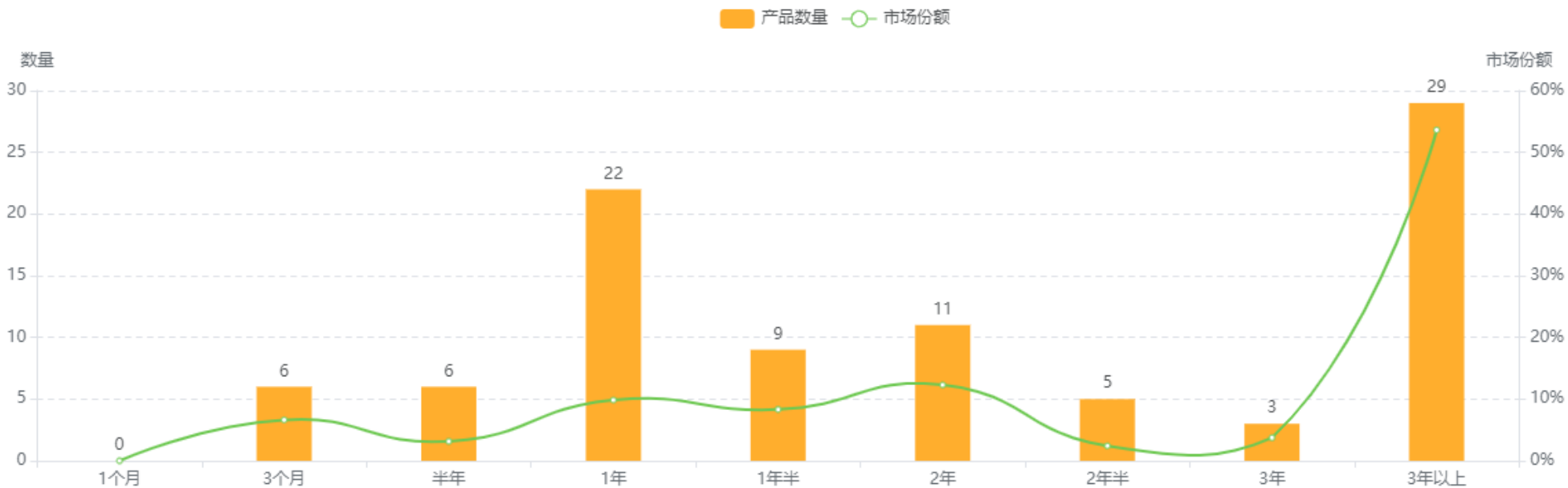




浴帽

上架时间分布 ⓘ

商品总数: 100





思考题（值得花一个月时间思考）

- 为什么微观标杆样本（Top 100）可以用来分析市场？
- 它和全样本分析有何优势和劣势？
- 畅销榜、销量Top100、关键词前5页的适用场景？
- 用销量Top 1000商品是否更有参考价值？



向亚马逊市场分析建模做出贡献的前辈致敬



数据脉

自2017年6月就持续为亚马逊市场提供分析模型和数据。

提出了基于BSR Top100的商品集中度、品牌集中度/垄断性、价格分布、评论分布、评分分布、发货类型分布等多维度图表。



跨境知道

自2018年5月就持续为亚马逊市场提供分析模型和数据。

提出了基于BSR Top100的市场容量、商品集中度、品牌集中度/垄断性、价格分布、评论分布、评分分布、发货类型分布等多维度图表。



喜课

自2018年4月就持续为亚马逊市场提供分析模型和数据。

提出了基于BSR Top100和关键词前3页的市场容量、市场趋势、产品生命周期、竞争度指标、价格分布、评论分布、评分分布、发货类型、产品规格分布等多维度图表。

谢谢!

Thank you



扫码关注：卖家精灵

输入“705” 领取一个月体验券

和此PPT