

如何选择适合自己的类目

什么样的类目算好做的类目？

- 利润率高
- 市场销量大
  - 总体市场容量大
  - 长尾产品依然有可观的销量
- 竞争小
  - 品牌垄断不高
  - 卖家集中度不高
  - AMZ占比低
  - 反馈数量少
  - 新品容易冲进去
  - 不需要认证
- 门槛低
  - 投入资金要求不高
  - 运输方便
    - 体积大
    - 太重的
    - 带电带磁
- 风险小
  - 反面案例：鞋子
  - 反面案例：服装

综合分析自己的优势

- 自己的兴趣和爱好
- 自己手头和身边的资源优势
- 专业的知识或经验

无明确类目选品

- 不锁定类目
- 月均销量最低：美国200，日本100，欧洲50
- 平均评论数最大：美国255，日本100，欧洲170以内
- 亚马逊自营占比最高：美国30，日本25，欧洲30
- 新品数量最小值：美国10，日本10，欧洲也是10
- 平均卖家数最大值：3或者4

#	细分市场	样本数据	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 平均链接	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	商品总数	操作
25	Sprinklers (喷水玩具)	商品: 100 品牌: 65 卖家: 72	123,358	1,233	34,722	\$29.56	159 4.2	15,578 691	1.6	FBA: 86% AMZ: 12% FBM: 2%	商品: 27.8% 品牌: 45.4% 卖家: 43.3%	49 49%	592	   

完整市场路径: Toys & Games > Sports & Outdoor Play > Pools & Water Toys > Sprinklers  
市场路径(中文): 玩具与游戏 > 运动户外玩具 > 泳池及水上乐园 > 喷水玩具  
A+商品占比: 16%    新品平均评论数: 46    新品平均价格: \$ 28.75    新品平均星级: 4.4

优秀案例

- 品牌数量和卖家数量最好都超过50
- 月总销量：美国大于3万，日本大于1万
- 头部商品月均销量/前100商品月均销量=A, A小于3算优秀
- 头部商品月均销售额/前100商品月均销售额=B A约等于B最好
- 平均评论数越少越好
- 平均卖家数越少越好
- 商品集中度和品牌集中度小于60%最好
- 新品数越多越好

结合卖家精灵选市场功能分析类目数据

确定了大类怎么选子市场

- 锁定某大类目
- 月均销量最低：美国150，日本70，欧洲35
- 平均评论数最大：美国400，日本150，欧洲300
- 亚马逊自营占比最高：美国30，日本25，欧洲30
- 新品数量最小值：美国6，日本6，欧洲6
- 平均买家数最大值：3或者4
- 优秀指标同上

手头有产品如何分析该类目是否好做

- 先找到该产品的核心关键词，以关键词搜索，看是否有数据
- 在亚马逊找到类似产品，查看它的类目子节点，以节点名字查询
- 缩短关键词或者类目节点名字查询
- 选大类目，然后去翻你要找的子类目

结合google趋势分析类目趋势

- 找准该产品的主关键词
- 分析5年的google搜索数据
  - 5年数据呈上升趋势——优秀
  - 5年数据呈平稳——良好
  - 5年数据呈下降——不好
- 分析12个月内google搜索趋势
  - 查看是否为季节产品
  - 结合5年数据，分析是否受疫情影响