

亚马逊爆款选品市场调研

10维度分析指标

在选品时如何全面进行市场调研分析是多数卖家头痛的问题，今天在这里跟大家分享下如何通过工具辅助帮助运营进行市场分析方法。

- 一：类目市场概况分析
- 二：行业需求变化及发展趋势
- 三：市场垄断程度维度分析
- 四：卖家类型分布
- 五：市场评分值（产品优劣点）分析
- 六：卖家所属地分布统计
- 七：市场退货率数据及指标
- 八：上架时间-新品机会分布
- 九：评价数量分析
- 十：市场价格区间分析

一：类目市场概况分析

这次市场分析以Bath Rugs（浴室地毯）为例，帮助大家从十个方面来拆解分析市场。

（通过卖家精灵-选市场筛选，具体筛选指标可以参考上面文章）

#	细分市场	样本数量	月总销量	月均销量	平均评分数	平均BSR	平均卖家数	卖家类型	集中度指标	新品数量	商品总数	退货率	操作	
3	Wall & Tabletop Frames (墙壁)	商品: 100 品牌: 30 卖家: 23	966,192	9,661 24,180 (2.5)	182,480 497,585	5,876 4.6	92,025 225,833	1.2 \$19.01	FBA: 48% AMZ: 48% FBM: 0%	商品: 25.0% 品牌: 83.9% 卖家: 90.2%	3 3%	19,223	5.14% 7.07%	
	完整市场路径: Home & Kitchen > Home Décor Products > Photo Albums, Frames & Accessories > Picture Frames > Wall & Tabletop Frames													
	市场路径(中文): 家居用品 厨房, 家居装饰, 相册, 相框, 画框, 墙壁 A+商品占比: 96% 新品平均评分数: 4,799 新品平均价格: \$ 16.81 新品平均星级: 4.7 新品月均销量: 9,001 新品月均销售额: \$151,756 平均重量: 2.66 pounds (1,206 g) 平均体积: 198.71 in³ (3,256 cm³) 平均毛利率: 40.93% 卖家所属地: 美国(58.0%) 搜索购买比: 1.8%													
4	Bath Rugs (浴室地毯)	商品: 100 品牌: 50 卖家: 45	883,358	8,833 21,782 (2.5)	158,272 365,206	8,620 4.4	70,836 95,554	1.3 \$19.03	FBA: 92% AMZ: 5% FBM: 1%	商品: 24.7% 品牌: 70.4% 卖家: 75.0%	1 1%	10,558	9.25% 6.01%	
	完整市场路径: Home & Kitchen > Bath > Bath Rugs													
	市场路径(中文): 家居用品 厨房, 卫浴, 浴室地毯 A+商品占比: 96% 新品平均评分数: 174 新品平均价格: \$ 9.99 新品平均星级: 4.3 新品月均销量: 8,073 新品月均销售额: \$80,649 平均重量: 1.45 pounds (658 g) 平均体积: 259.44 in³ (4,252 cm³) 平均毛利率: 45.24% 卖家所属地: 中国(78.0%) 搜索购买比: 1.5%													
5	Pillowcases (枕头套)	商品: 100 品牌: 80 卖家: 61	762,354	7,623 33,219 (4.4)	103,544 361,903	13,679 4.5	37,822 167	1.4 \$17.66	FBA: 87% AMZ: 8% FBM: 0%	商品: 43.6% 品牌: 59.2% 卖家: 65.2%	5 5%	4,435	N/A N/A	
	完整市场路径: Home & Kitchen > Bedding > Sheets & Pillowcases > Pillowcases													
	市场路径(中文): 家居用品 厨房, 床上用品, 床单, 枕头套 A+商品占比: 93% 新品平均评分数: 3,767 新品平均价格: \$ 14.54 新品平均星级: 3.6 新品月均销量: 8,542 新品月均销售额: \$89,167 平均重量: 0.57 pounds (256 g) 平均体积: 79.19 in³ (1,298 cm³) 平均毛利率: 51.93% 卖家所属地: 中国(60.0%) 搜索购买比: N/A													

市场分析报告：

样本商品数 ⑦		100	前10商品		6个月内上架	
样本品牌数/卖家数 ⑦	50/45		前10商品样本总数 ⑦	10	新品数量 ⑦	1
平均BSR ⑦	70,836		前10商品BSR均值 ⑦	71,287	新品占比 ⑦	1.00%
近30天均销量 ⑦	8,833		前10商品近30天均销量 ⑦	21,783	新品评分数(最高/平均/最低) ⑦	274/174/274
近30天均销售额 ⑦	\$158,272		前10商品近30天均销售额 ⑦	\$361,304	新品平均价格 ⑦	\$9.99
平均价格 ⑦	\$19.03		前10商品平均价格 ⑦	\$17.13	新品平均星级 ⑦	4.3
近30天评分平均增长数 ⑦	205		前10商品近30天评分平均增长数 ⑦	543	新品近30天均销量 ⑦	8,073
平均评分数 ⑦	8,620		前10商品平均评分数 ⑦	24,738	新品近30天均销售额 ⑦	\$80,649
平均星级 ⑦	4.4		前10商品平均星级 ⑦	4.4	商品首次上架时间 ⑦	10年3个月 2013-01-21
平均卖家数 ⑦	1.3				商品最新上架时间 ⑦	4个月 2022-12-16
平均重量 ⑦	1.45 pounds 658 g					
平均体积 ⑦	259.44 in ³ 4,262 cm ³					
平均毛利率 ⑦	45.24%					

市场分析报告的顶部数据展示可以理解为对于整个市场的数据概括，我一般分为五个小的板块来进行分析，分别是：市场体量、产品体积重量、毛利润、头部占比、新品机会。（涉及到下面具体展示的内容会在这里一带而过，在专门的板块再给大家做详细讲解，比如新品占比在下面会通过图标和更多的数据结合做出更精准的分析）

1. 市场体量

样本商品数 ⑦		100
样本品牌数/卖家数 ⑦	50/45	
平均BSR ⑦	70,836	
近30天均销量 ⑦	8,833	
近30天均销售额 ⑦	\$158,272	
平均价格 ⑦	\$19.03	
近30天评分平均增长数 ⑦	205	

Bath Rugs (浴室地毯) 近30天均销售额为\$158,272, 平均销量8800, 这个数据是前100件商品近30天月均销售数据。我这边的评判标准为销售额10W以上就已经算是偏中大型的市场（卖家精灵数据，每个卖家评判标准不一样，我的标准可以作为参考），5万内算是小型市场。

商品数量10000+, 对应月均8800的月均销售数据，市场处于供大于求的比例范围。

平均售价19美金，需要看接下来的价格区间才可以进一步判定哪个价格才是市场买家主要接受价格区间。

2. 产品体积重量

平均重量	1.45 pounds 658 g
平均体积	259.44 in ³ 4,252 cm ³

产品体积和重量方面主要方便我们查看是否适合发空运，因为可以发空运的情况下，我们可以大大减少断货的风险。这个产品针对19美金的售价来说不适合发空运，只有发海运，海运的利润率可以使用利润核算工具看下。

The screenshot shows the Jingling software interface. At the top, there's a navigation bar with links like '首页' (Home), '后台' (Backend), '工具' (Tools), and '收藏夹' (Favorites). Below the navigation is a sidebar with various tools categorized under '收藏夹' (Favorites). The main content area displays product volume and weight metrics: '平均重量' (Average Weight) is 1.45 pounds / 658 g, and '平均体积' (Average Volume) is 259.44 in³ / 4,252 cm³. The main content area also lists several SEO and marketing tools, including '大数据选品' (Big Data Product Selection), '运营推广' (Operation & Promotion), and '浏览器插件' (Browser Plugins). A red arrow points to the '利润计算器' (Profit Calculator) tool under '运营推广'.

3. 毛利润

平均毛利率	45.24%
4,252 cm ³	

卖家精灵核算毛利润没有将产品成本与成本头程物流费用核算在内，所以普遍是偏高的，我们在核算的时候需要加上这两方面的费用，一般可以占比30%-40%，扣除之后实际利润率只有5%-15%。证明市场竞争还是比较激烈的，很多在打价格战。

4. 头部占比

前10商品	▼
前10商品样本总数 ⑦	10
前10商品BSR均值 ⑦	71,287
前10商品近30天均销量 ⑦	21,783
前10商品近30天均销售额 ⑦	\$361,304
前10商品平均价格 ⑦	\$17.13
前10商品近30天评分平均增长 数 ⑦	543
前10商品平均评分数 ⑦	24,738
前10商品平均星级 ⑦	4.4

这个板块主要体现前10名占到前100名的各项指标数据的比重在多少，关于销售额来说可以除以看到的前100名的数据，可以得到大致的前10名的销售额占到总体的比重为30%，10%的链接占到30%的市场份额，在可以接受的范围内。（超过40%有一定市场垄断）

5. 新品机会

6个月内上架	▼
新品数量 ⑦	1
新品占比 ⑦	1.00%
新品评分数(最高/平均/最低) ⑦	274/174/274
新品平均价格 ⑦	\$9.99
新品平均星级 ⑦	4.3
新品近30天均销量 ⑦	8,073
新品近30天均销售额 ⑦	\$80,649
商品首次上架时间 ⑦	10年3个月 2013-01-21
商品最新上架时间 ⑦	4个月 2022-12-16

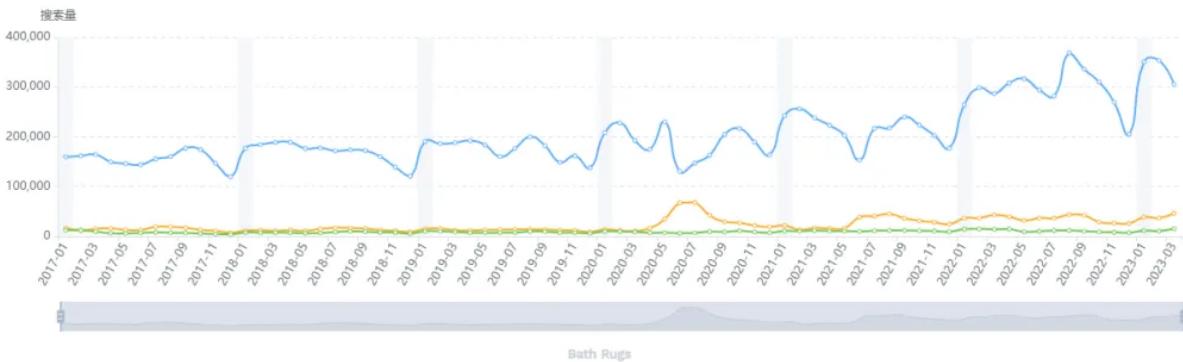
前100内只有1个新品入场，证明市场对于新品并不是太友好，老品已经将这个市场大部分市场份额牢牢把控。

二：行业需求变化及发展趋势

行业需求及趋势

复制到剪贴板

bathroom mats(浴室垫) bathroom rugs(浴室地毯) toilet rug(厕所地毯)



这个图标是类目的核心关键词的发展变化趋势，实际运营产品后会知道核心词的发展代表了细分市场的发展情况，会比整体市场大盘更加的精准。所以可以看到三个细分市场来看，类目整体还是处于上升的发展趋势的。

行业销售趋势

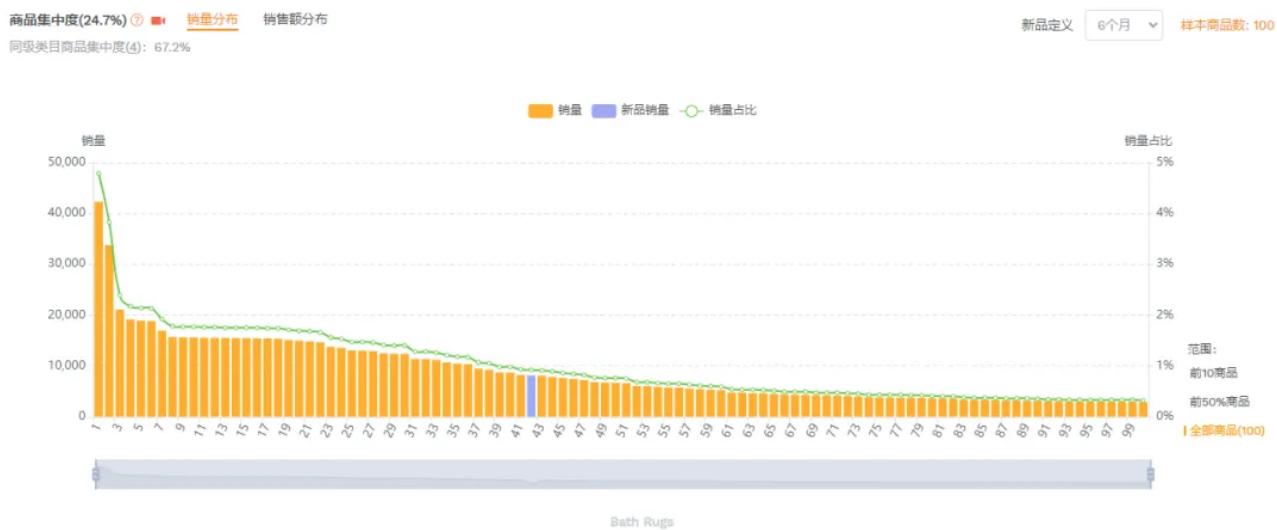
样本商品数: 100

销量 销售额 平均BSR

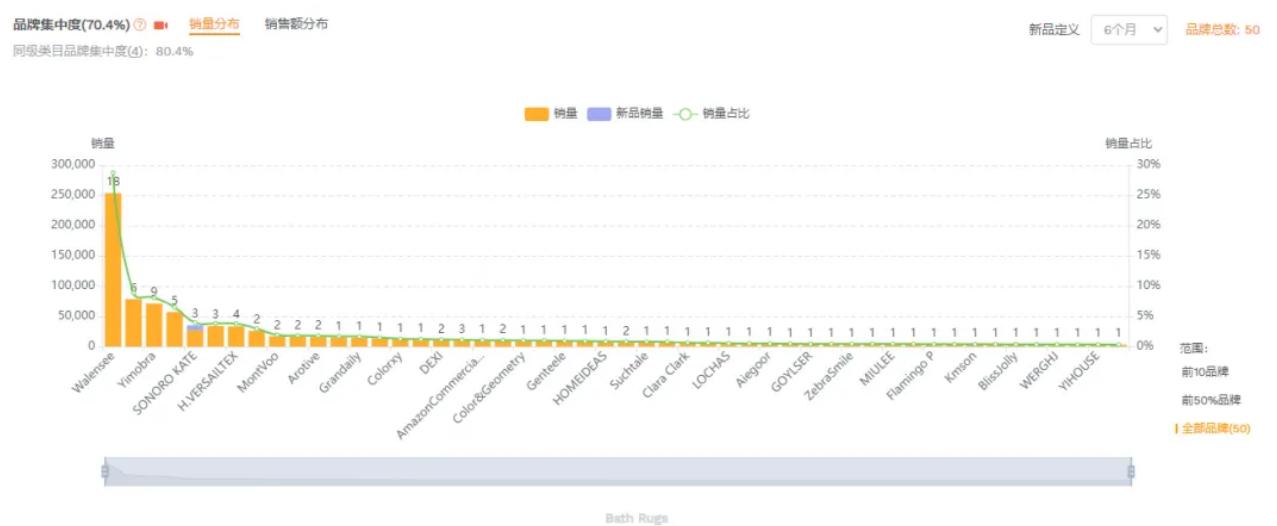


销售数据方面可以反映整体大盘的市场销售情况，可以看到21年的市场销售数据要优于22年，那么有可能是因为受到其他因素的市场影响导致。（建议在实际做品时候选择类目内细分市场趋势观察）

三：市场垄断程度维度分析



品牌有一定的集中度，第一名的品牌有18个链接在前100名，并且占到了整体的28%的市场份额，加上其他二三名垄断在70%，已经超出了垄断程度的标准40%。

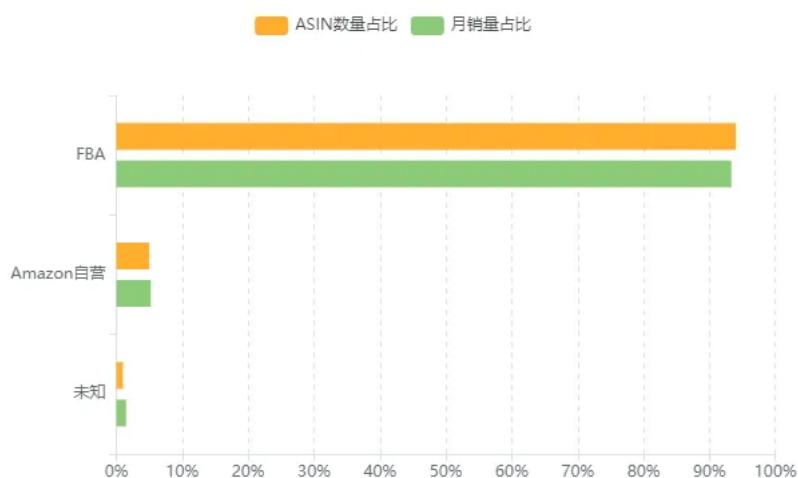


买家数据和品牌数据对应一致，也是偏高的垄断情况，所以可以得出客户在购买产品时更倾向于品牌产品，或者说对品牌有一定的忠诚度，想要在这个类目做精品会更加困难。

四：卖家类型分布

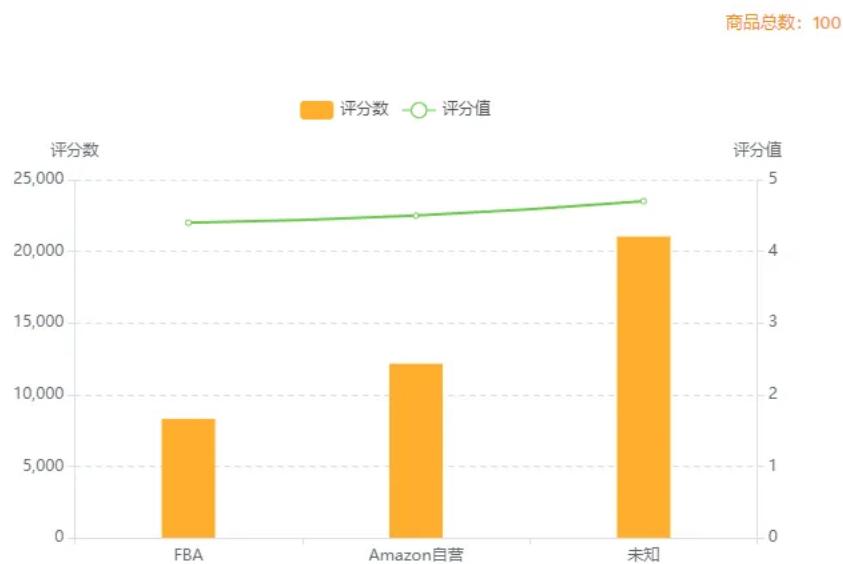
卖家类型分布情况可以帮助我们看到亚马逊自营的产品和FBM的产品占比数量情况。

卖家类型分布



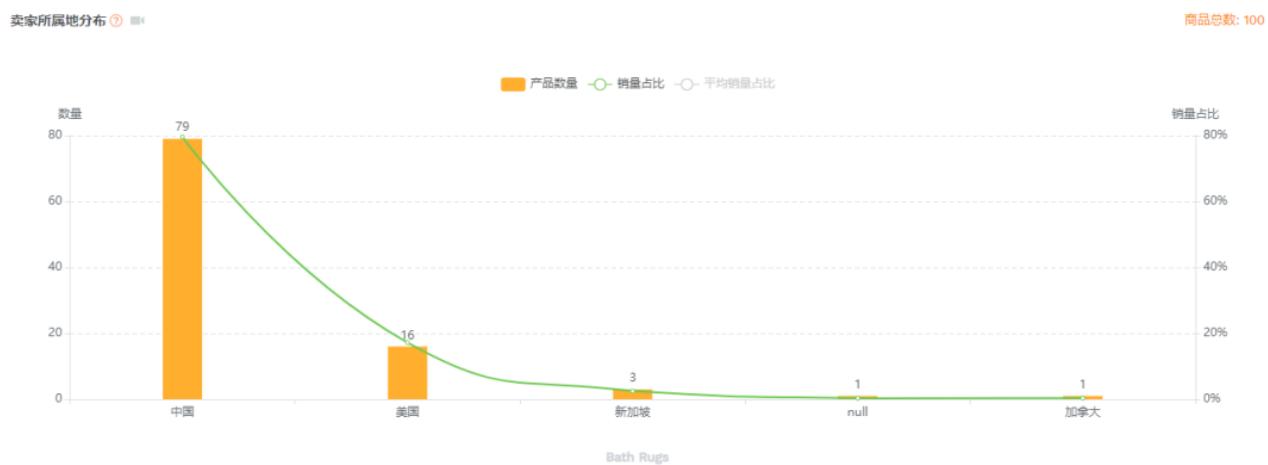
一定要避开亚马逊自营链接所垄断的市场，亚马逊会给自身的链接流量倾斜，对第三方卖家很不利。

五：市场评分值（产品优劣势）分析



评分值可以一定程度上侧面反映市场内产品有没有无法解决的痛点。如果说有的话那么普遍评分值会偏低，但是图标上的评分值都在4分以上，证明没有明显的痛点，客户纠纷会少很多。

六：卖家所属地分布统计



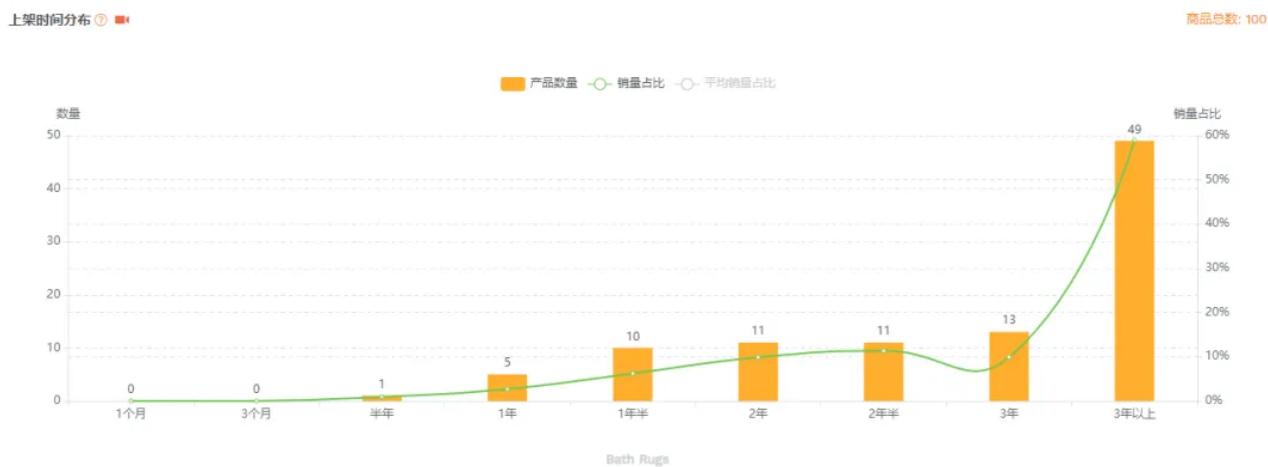
卖家所属地也是需要考量标准，如果主要是美国卖家几乎没有中国卖家就要小心了，是否对国内卖家有限制，还是此类产品国外客户对中国制造产品有意见。

七：市场退货率数据及指标



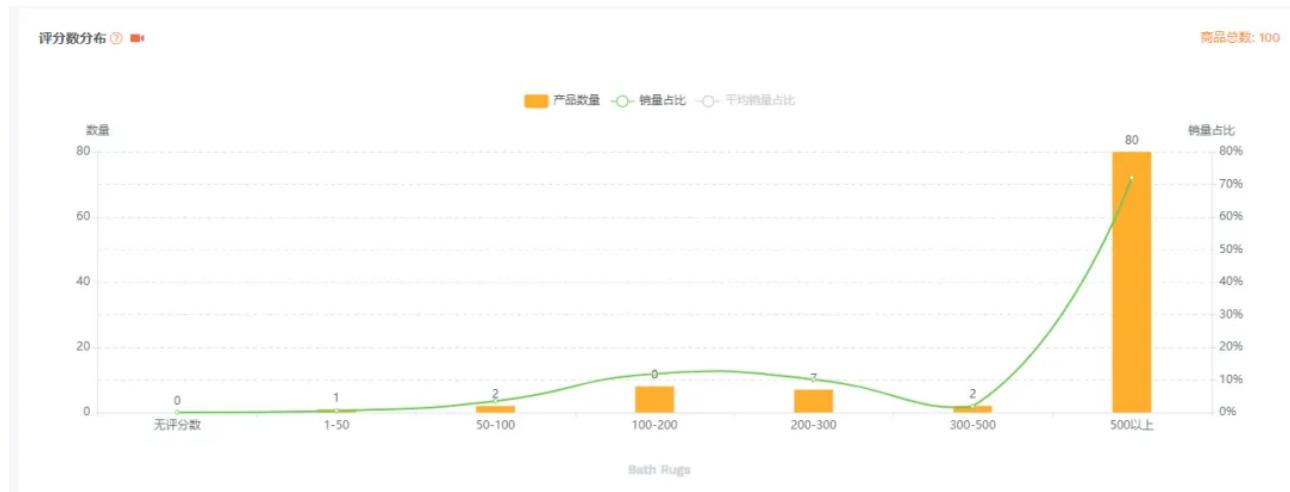
产品退货率是重点考量指标之一，退货率过高证明售后占比越高。亚马逊是个轻售后重产品的平台，如果你的退货率过高证明产品有问题，不管是流量还是绩效都会有一定影响，甚至可以直下架listing。

八：上架时间-新品机会分布



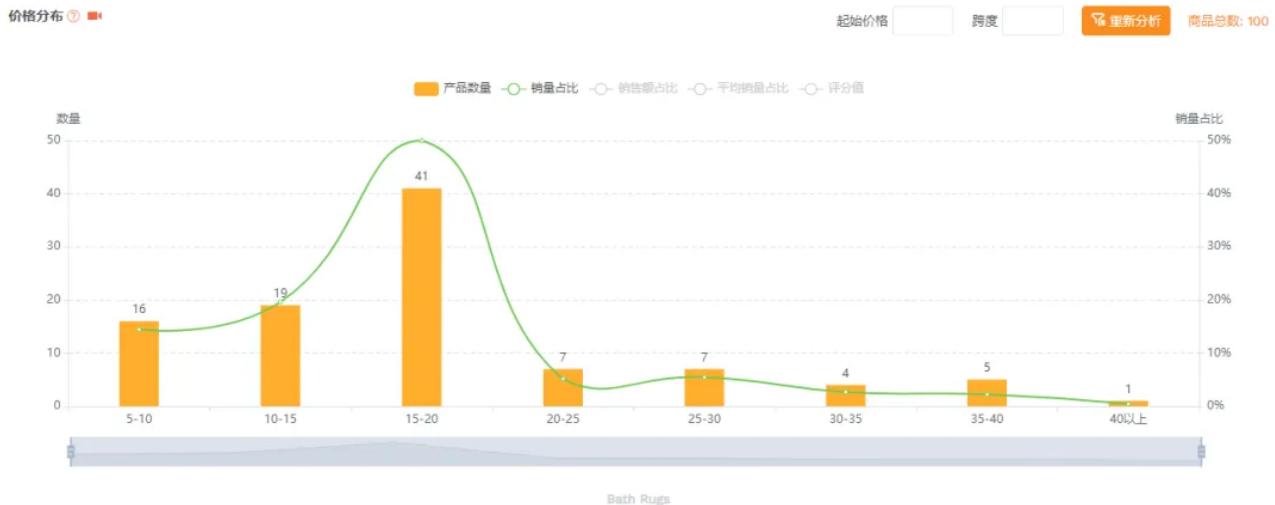
一般来说半年内会评判为新品，因为路上需要一定时间。那么半年内的产品链接数量越多证明新品进入市场的机会越大，一般比值至少在5%以上，如果低于5%证明新品机会很小，不建议入场。

九：评价数量分析



评价数量也是尽量越小越好，图表中主要的listing评论数量都在500以上，如果通过白帽手段短时间很难做到500评论，低评论数偏高证明产品不需要很高的评论数量也可以有不错销量。

十：市场价格区间分析



最后是价格区间评判，通过图标观察客户群体最容易接受的价格区间是15-20美金之间，20-35美金已经算是中高端的售价针对此类产品，15美金内算是低端产品。那么在入场时建议以15-20美金或者20-30美金作为切入点，做中端或者中高端市场比较好做市场沉淀。

以上就是类目分析的十大指标拆解，希望能对大家选择市场有一定的帮助