



Shopee

新加坡市场概览

2019.11

目录



📍 坐标:新加坡

- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

新加坡人口密度世界第三，国民富足；华人占比接近3/4，中国是其第一大贸易国

地理：东南亚中南半岛南端的一个城邦岛国、城市国家，富裕的亚洲四小龙之一；亚洲重要的金融、服务和航运中心之一

首都：新加坡城

语言：英语、华语、马来语、泰米尔语

人口：世界人口密度第三高的国家或地区；全国人口已达583万，在本地居民（本国公民及永久居民的总称）中，**华人占74.2%**

年龄结构：人口年龄中位数为41岁



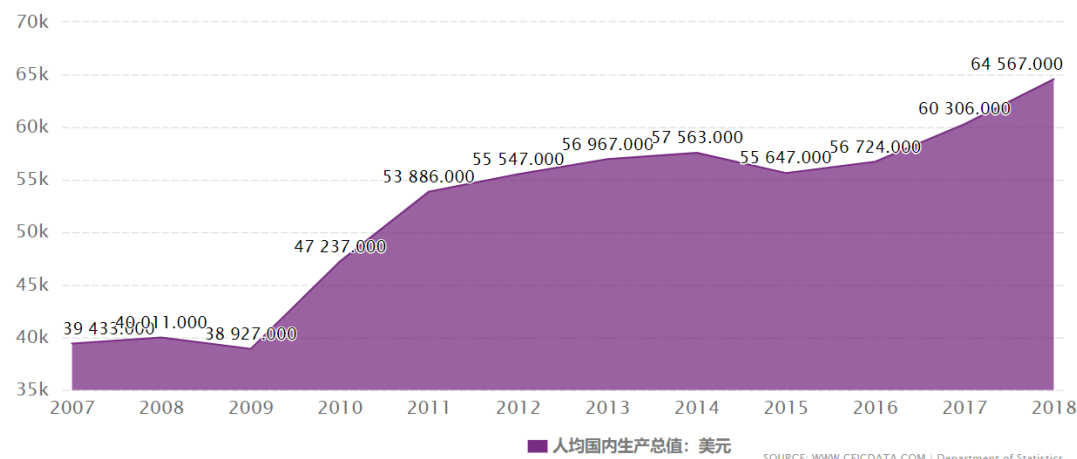
国民经济：2018人均GDP **64,579美元**，增长**7.06%**

人均收入：2018年全国的工资中位数——**4,437新币/月**（23,002.43 人民币）

对外贸易：2018年新加坡从中国大陆进口了**496.62亿美元**，约为同期新加坡进口总额的**13.4%**



2007-2018新加坡人均国内生产总值



目录



📍 坐标:新加坡

1 基础信息

2 电商市场规模及相关设施

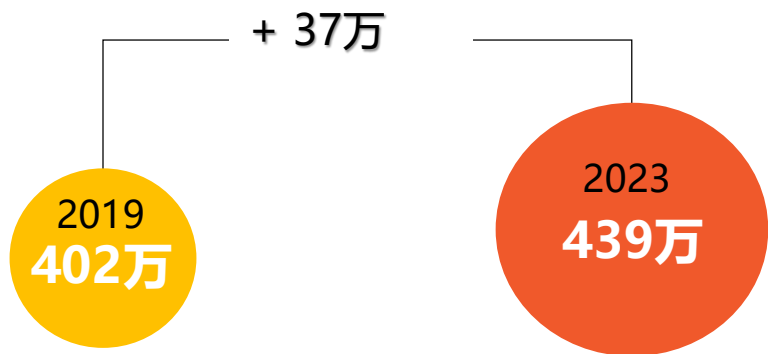
3 人口特征及消费习惯

4 消费品类

新加坡电商规模25年可达70亿美元，政府推出零售业转型路线提振电商收入占比

电商用户渗透率直至2023年将达 **73.2 %**

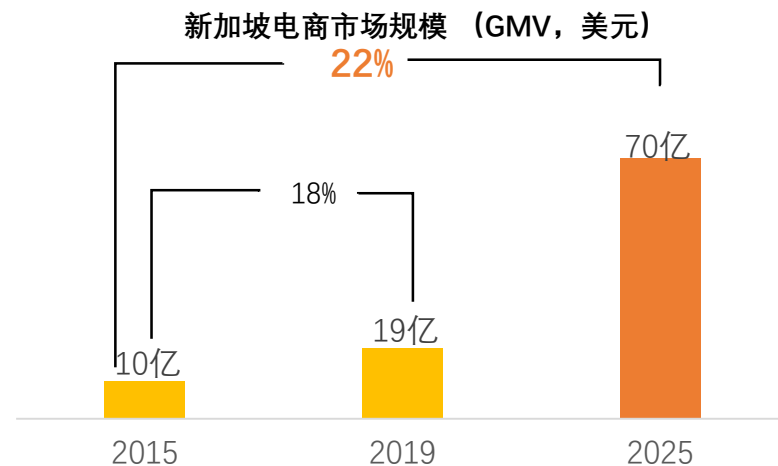
用户数预计可持续增加到439万



ARPU 年复合增长率 **22.7 %**



2019年新加坡电商市场规模达**19亿美元**，预计2025年市场规模可达**70亿**，年均复合增长率 **22%**



新加坡贸易与工业部：
推出零售业转型路线图，多渠道销售将成为新加坡零售业的主要推动力。到2020年，电子商务收入占零售总收入的比重从2016年的3%提高到10%。



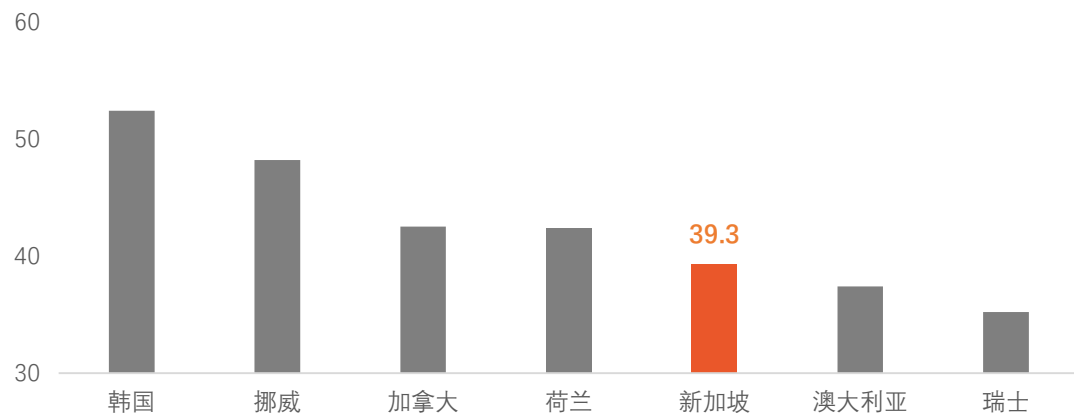
移动互联网方面，新加坡预计20年商用5G将投入使用，继续优化夯实网络基础设施建设

2020年起商用5G服务将投入使用

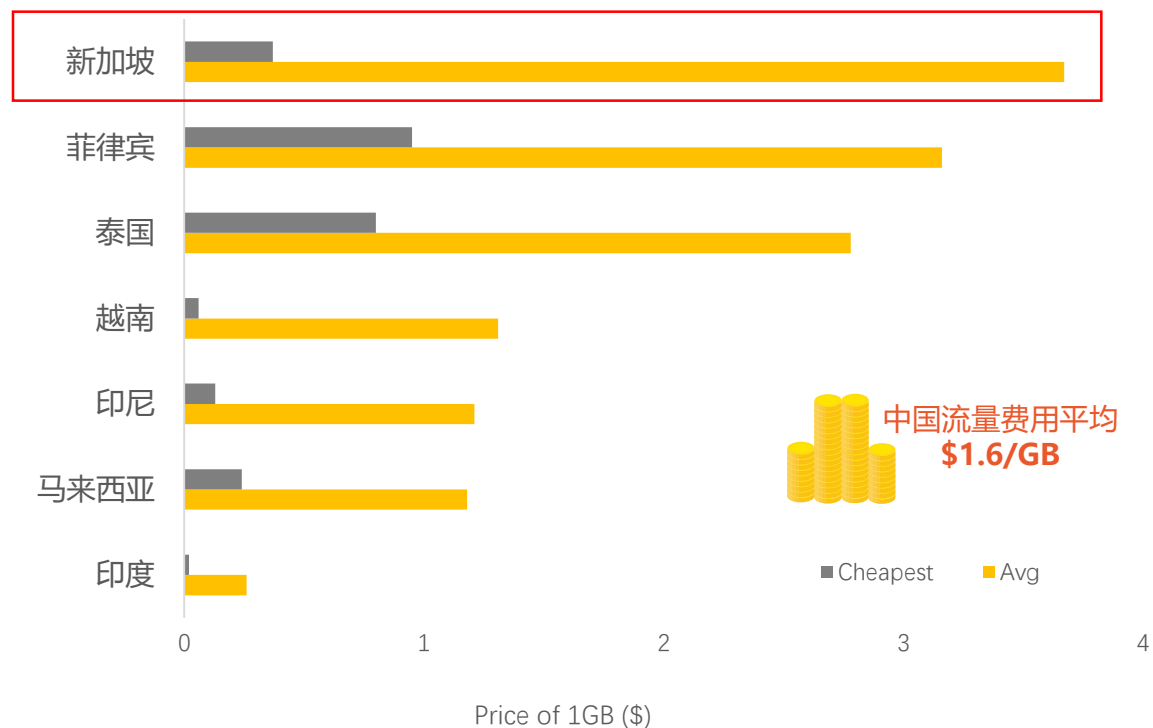
新加坡计划从**2020起将商用5G服务投入使用**，用以加强数字经济发展的根基。新加坡资讯通信媒体发展局预计，截至2022年年底，将有**超过50%的区域**将被5G网络覆盖。

移动网络下载速度平均**39.3 Mbps**，位列世界Top5

世界移动端网络下载速度排名 (Mbps)



移动流量费用平均 **\$3.67/GB**，最低 **\$0.37/GB**，占人均收入比值低



新加坡政府免收400新元以下进口商品的税费，网购消费者跨境购物意愿强

新加坡税收政策

- **400新元以下包裹免税费：**对新加坡消费者来说，400新元或以下（包括成本、保险和运费）通过邮寄和空运的进口商品（烟酒除外）无需缴纳商品和服务税（GST）。



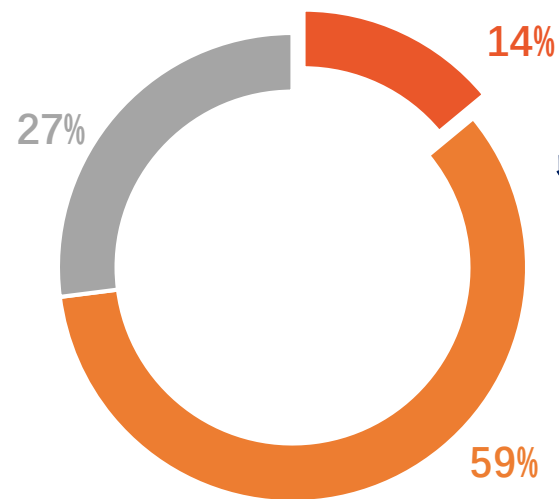
- **赋能中小企业，税收政策谨慎：**作为2018年东盟主席，新加坡对相关税收持谨慎态度，以免影响该地区数百万中小企业的增长。



新加坡网购消费者跨境购物意愿强

- 据PayPal和Ipsos2018年的统计，新加坡超过86%的消费者接受并愿意进行跨境购物，高于日本的6%和中国的43%，在亚太地区名列前茅。
- 据JP Morgan19年的报告，新加坡跨境购物的首选国为中国。

2018年新加坡网购消费者消费取向

跨境购物：**86%+**

■ 跨境购物 ■ 跨境&国内购物 ■ 国内购物

物流行业发展成熟，维持稳健高速增长，电商物流速度在东南亚名列前茅

物流行业维持稳健高速增长，发展势头强劲

新加坡物流概况

- **物流行业发展成熟：**据世界银行《2018年全球物流绩效指数》，从基础设施、服务、跨境程序与时间、供应链能力等方面进行综合评估，新加坡位列世界**第7位**，行业整体成熟稳定。
- **全球物流枢纽：**作为全球物流枢纽之一，新加坡港口众多，机场运量庞大，在物流运输和供应链领域拥有重要地位。
- **国际物流品牌纷纷布局：**新加坡优越的地理位置和成熟的基建吸引众多国际物流品牌入驻，如DHL和联邦快递，TNT等，本土品牌也占据重要的市场份额。



跨境物流可使用shopee自有渠道 SLS (Shopee Logistics Service): **从发货到送达**, 平均**4.8**天到达。

注：详细参见《Shopee跨境物流指导手册》



物流方面，Shopee新加坡主要使用自有渠道，同时通过第三方渠道为卖家提供海运服务

新加坡 SLS Standard Express 卖家费率与参考时效 (SGD)

目的地	物流渠道	费率						时效
		首重 (KG)	首重价格	<=1KG		>1KG		
				续重单位 (KG)	每续重单位价格	续重单位 (KG)	每续重单位价格	
新加坡	SLS Standard Express	0.05	1.6	0.01	0.11	0.01	0.08	5-8 天

250g商品所需运费
 (人民币)
19.7

Lead Time		Ave total	Ave purchase to WHS	Avg WHS to LM	Avg LM to buyer
ID	CGK	9.3	2.3	3.9	3.1
	BDO	10.4	5	3.3	2.1
	SUB	10.4	3.8	4.5	2
MY	WM KUL	9	2.4	3.5	3
	EM BKI/KCH	14.6	2.4	5	7.1
PH		8.1	2.4	2.9	2.9
SG - Express		7.2	2.5	3.5	1.3
TH	Landway	8.8	2.3	4.8	1.6
	Airway	6.8	2.3	2.7	1.7
TW		8.1	2.9	3.6	1.7
VN		7.4	2.3	3.6	1.4

- ✓ 对于中国大陆地区卖家,Shopee 新加坡的跨境物流主要使用 Shopee 自有渠道 SLS,同时还通过第三方渠道为卖家提供 B2C 海运服务。
- ✓ 商品从转运仓到买家，新加坡所需平均时间是**4.8天**，在七个站点中排名**第一**。



SLS时效及禁运品



1. 以下产品目前尚**不可以**通过 SLS Standard Express 渠道运输:

- a. 生鲜食品、药品、医疗用品、电子烟及电子烟配件、香烟、骨灰盒、带气体的产品(如皮球、篮球等)
- b. 货币、假币、邮票、信用卡和借记卡、彩票、证件、成人用品
- c. 受华盛顿公约限制的动植物产品、需进行动植物检疫的种子和植物提取物等
- d. 与枪械有关的物品(如瞄准具、模型枪械、弹药类等)及有攻击性的物品(如铁手撑、警棍、电击器、刀斧、匕首、弹弓、剑等物品)
- e. 易燃易爆物品(如指甲油等含酒精的易燃液体、牙粉、打火机及压缩气体)和强磁性的产品(如磁铁等)
- f. 假冒无品牌授权的商品,否则会被海关扣货,由此产生的罚款和费用将由卖家承担
- g. 毒品、放射性物品、感染性物品、化学物品(如硫酸、乙醇等)
- h. 电动平衡车、纯电池、充电宝(能够给其他设备充电的所有产品)
- i. 同赌有关的产品(如麻将、扑克牌、骰子等)
- j. 含液体(不含酒精和喷雾)超过 200ml 的包裹

2. 新加坡**可发手机、平板电脑**, 每个包裹**不超过 2 台**。



新加坡银行卡体系构建成熟，政府助力电子支付行业发展，移动钱包发展前景大

新加坡支付方式概览

- 银行卡使用普遍：**新加坡经济发达，银行体系完善，银行卡使用普遍，据JP Morgan的数据，新加坡人均借记卡数为1.95，信用卡为1.62。
- 移动钱包受欢迎：**随着电子支付的普及，越来越多的新加坡民众使用移动钱包，据PayPal调查，68%的受访者更喜欢在手机添加银行卡这一形式。
- “智慧国”计划助力电子支付发展：**新加坡政府推出“智慧国”计划推动数字经济基础设施建设，在电子支付领域，建立更快速稳定的电子支付系统和统一的二维码支付标准成为发展的核心。



拥有银行账户
98%



拥有信用卡
49%



拥有电子货币账户
9.5%



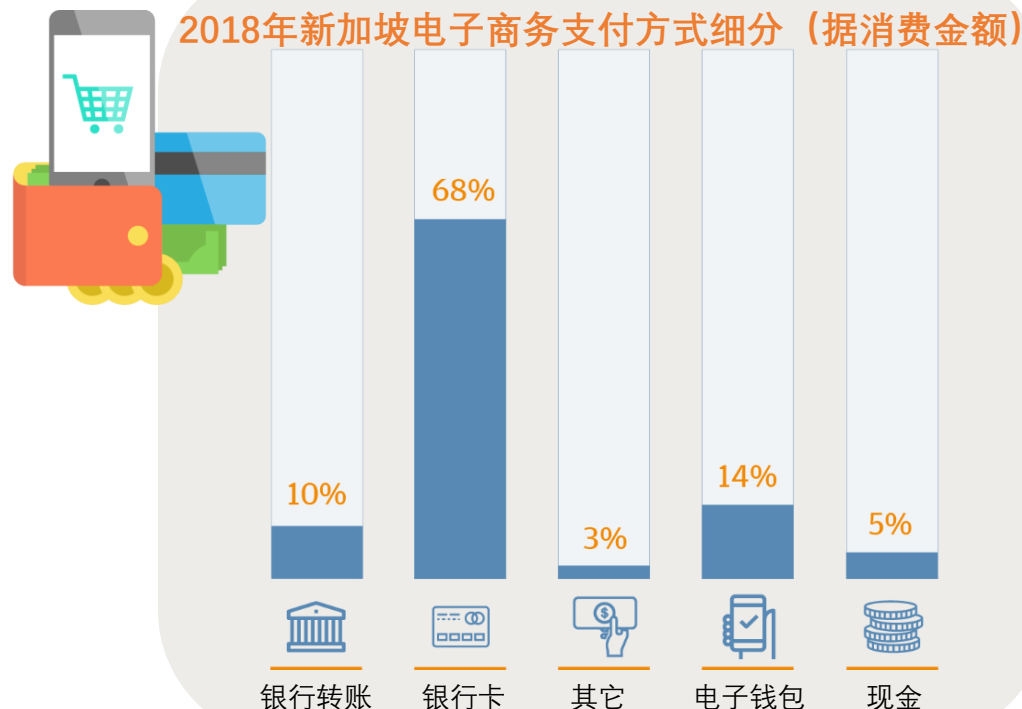
人均信用卡数
1.62

42个活跃于新加坡的移动支付平台



电商支付以银行卡为主，电子钱包发展前景大

- 据JP Morgan报告，以消费金额为基准统计，2018年新加坡电子商务消费中68%由银行卡支付，消费总额高达33亿美元，电子钱包以14%的份额位居第二。随着政府的推动和技术的更新，预计电子钱包的份额会持续增长。



目录

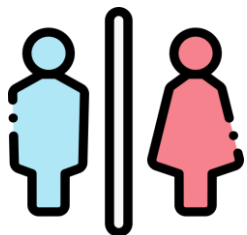


📍 坐标: 马来西亚

- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

新加坡人口老龄化初现，华裔人口占比接近3/4，高人口密度催生网购需求

逐步步入老年社会



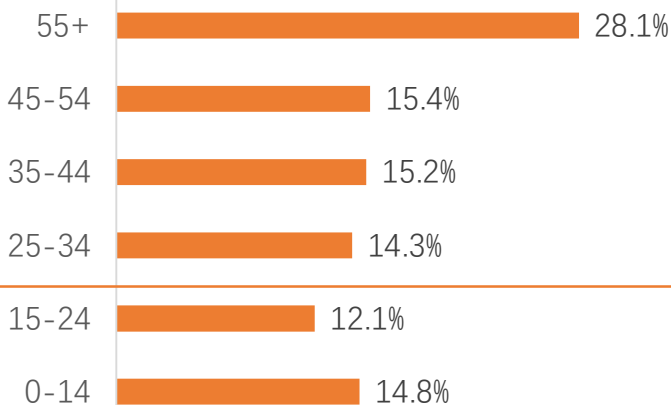
性别分布均衡

近**30%**的人口

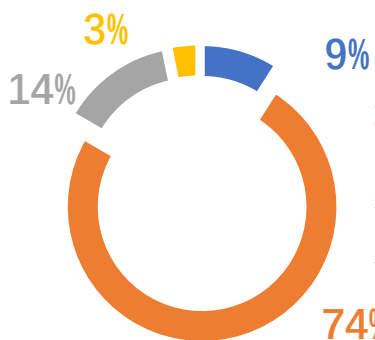
957:1000

在55岁以上;

2018年新加坡人口分布



华裔人口众多



华裔占新加坡总

人口数近**3/4**;

各宗教分布较为均衡

■ 印度裔 ■ 华裔 ■ 马来裔 ■ 其它

宗教	占比 (%)
佛教	33.2%
基督教	18.7%
不信教	17.5%
伊斯兰教	14.0%
新教	12.0%
道教	11.0%

高人口密度催生网购需求

据世界银行统计，新加坡人口密度在**世界排行Top3**，低失业率与高度发达的经济协同催生更庞大的网购需求

世界地区人口密度排行 (每平方千米)



新加坡互联网渗透率高，用户网购习惯已建立，渗透率高达73%，移动端网购成首选



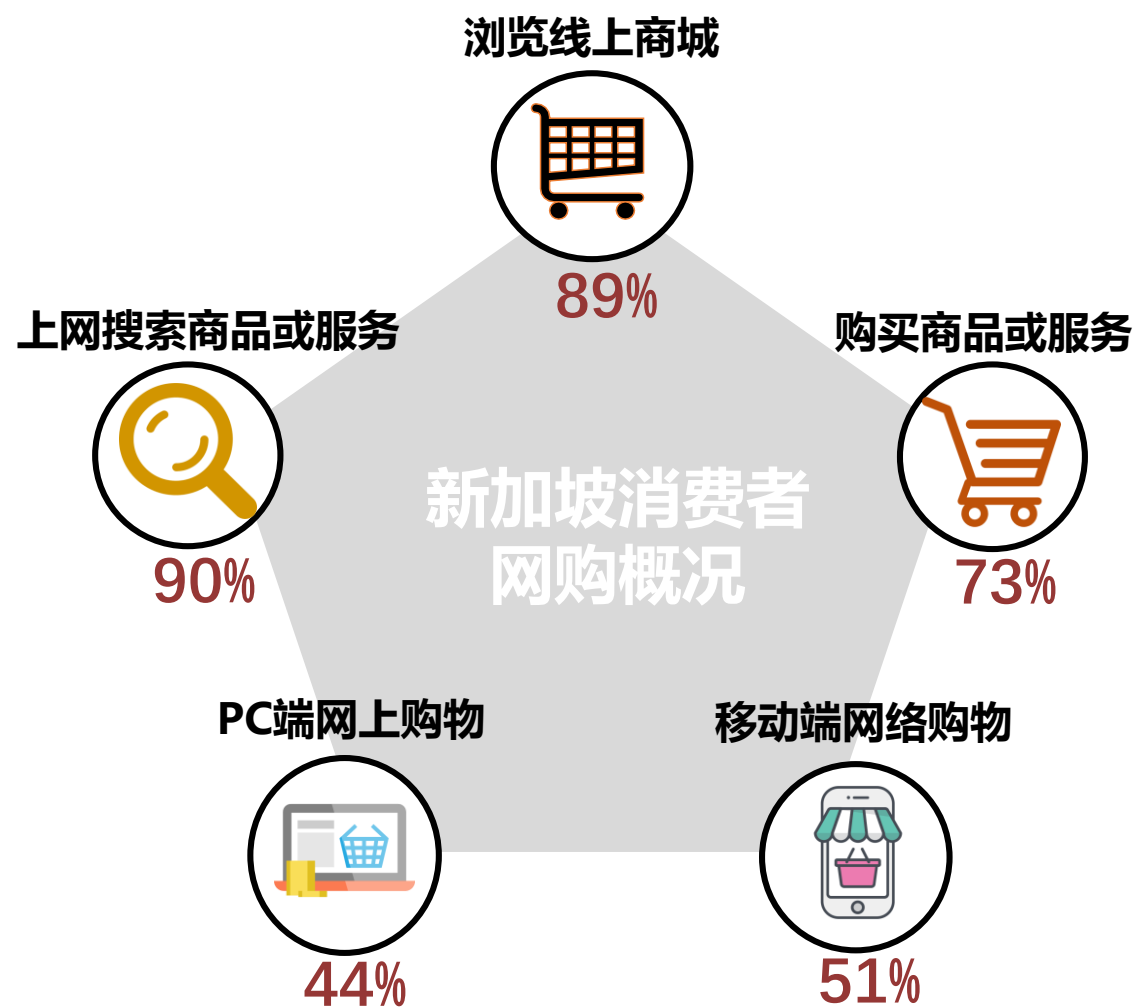
互联网用户数：**492万**
渗透率：**84%**



移动互联网用户数：**458万**
渗透率：**79%**

新加坡互联网用户与消费者网购情况概况

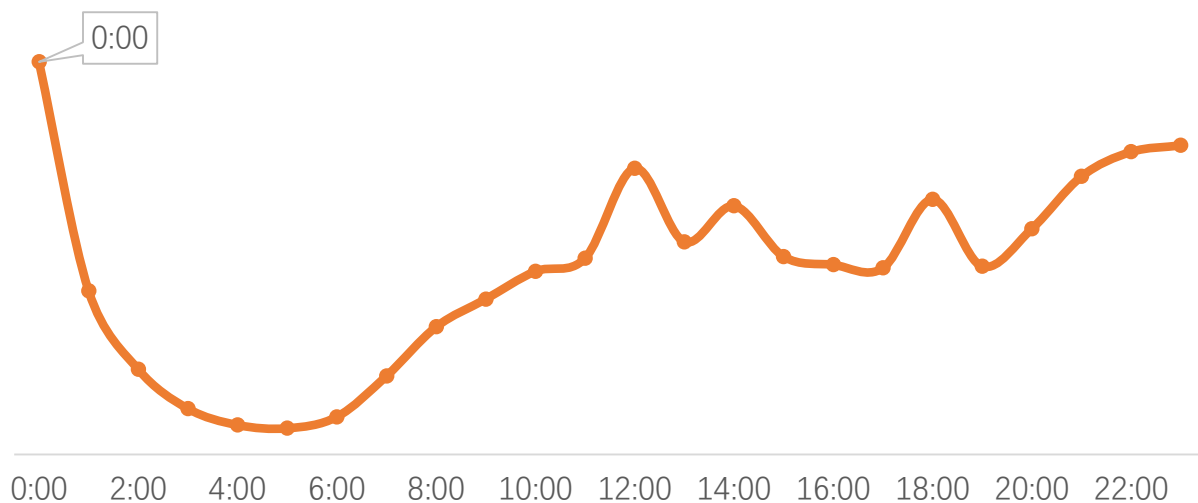
- **互联网覆盖率高：**得益于出色的互联网基础建设，新加坡整体互联网渗透率高达84%，移动互联网渗透率也接近80%
- **网购渗透率高：**据统计，新加坡通过网络购买商品和服务的用户高达73%，整体渗透率高，购物习惯已建立
- **移动端网络购物成为首选：**目前，移动端网购渗透率已达51%，超越了PC端的44%，手机App成为用户首选



新加坡网购用户晚间活跃度高；线上网购品类Top3为电子产品、时尚美妆与生活家居

新加坡网购用户手机App活跃时间段

- 活跃时间：22点-24点
- 类型：晚间活跃型



2018年新加坡各品类线上消费额 (单位：百万美元)



新加坡网民社交媒体粘性强，社交电商经济为品牌引流和转化提供契机，有效促进广告营销



- ✓ 新加坡网民平均每天花**7**小时上网，社交媒体的每天浏览时间超过**2**小时，人均拥有**8.8**个社交平台账户。
- ✓ 2018年活跃用社交媒体用户达460万，占总人口的**79%**；移动社交媒体用户达420万，占总人口的**72%**
- ✓ 在网民中**油管**、**WhatsApp**及**脸书**最受欢迎，网民渗透率均在**80%**之上



- ✓ **57%**的消费者会在社交媒体平台搜寻相关产品的促销优惠。
- ✓ **56%**的消费者会阅读用户评论
- ✓ **网红经济**为品牌引流和转化提供契机

社交媒体使用状态

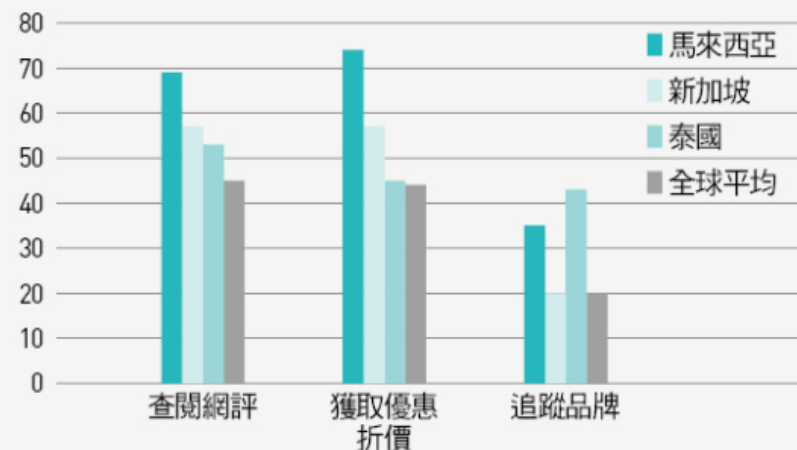


每天浏览时间
2h 8m

网民中各社交平台渗透率



使用社交媒体辅助购物比例(%),PWC



Shopee 19Q2手机App下载量居首，竞争力逐步攀升，MAU及综合访问量均名列Top3

据App Annie联合iPrice Group与SimilarWeb 19Q2共同发布的报告：

- ✓ **总下载量第一：**从App总下载量来看，Shopee排名榜首
- ✓ **月活用户排名Top3：**以App月活跃用户作为评价依据，Shopee位列Top3
- ✓ **综合访问量排名Top3：**以PC端和移动端综合访问量为评价依据，Shopee月访问量超过280万，名列Top3
- ✓ **应用商店表现优异：**19Q2，Shopee在苹果商店和Google Play的排名中同时位居榜首

Merchant	Monthly Web Visits	AppStore Rank	PlayStore Rank
1 Lazada	7,554,700	#2	#2
2 Qoo10	7,159,700	#4	#3
3 Shopee	2,843,700	#1	#1

The Top Five E-commerce Platforms in Singapore, Q2 2019

Ranking the Top E-commerce Mobile Shopping Apps* and Websites (on desktop and mobile web) in Singapore



Apps with the Highest Monthly Active Users

- Lazada
- Qoo10
- Shopee
- Taobao
- EZBuy



Apps with the Highest Number of Total Downloads

- Shopee
- Lazada
- Qoo10
- EZBuy
- Wish



Websites with the Most Visits (desktop & mobile web)

- Lazada
- Qoo10
- Shopee
- ezbuy
- ZALORA

目录



📍 坐标:新加坡

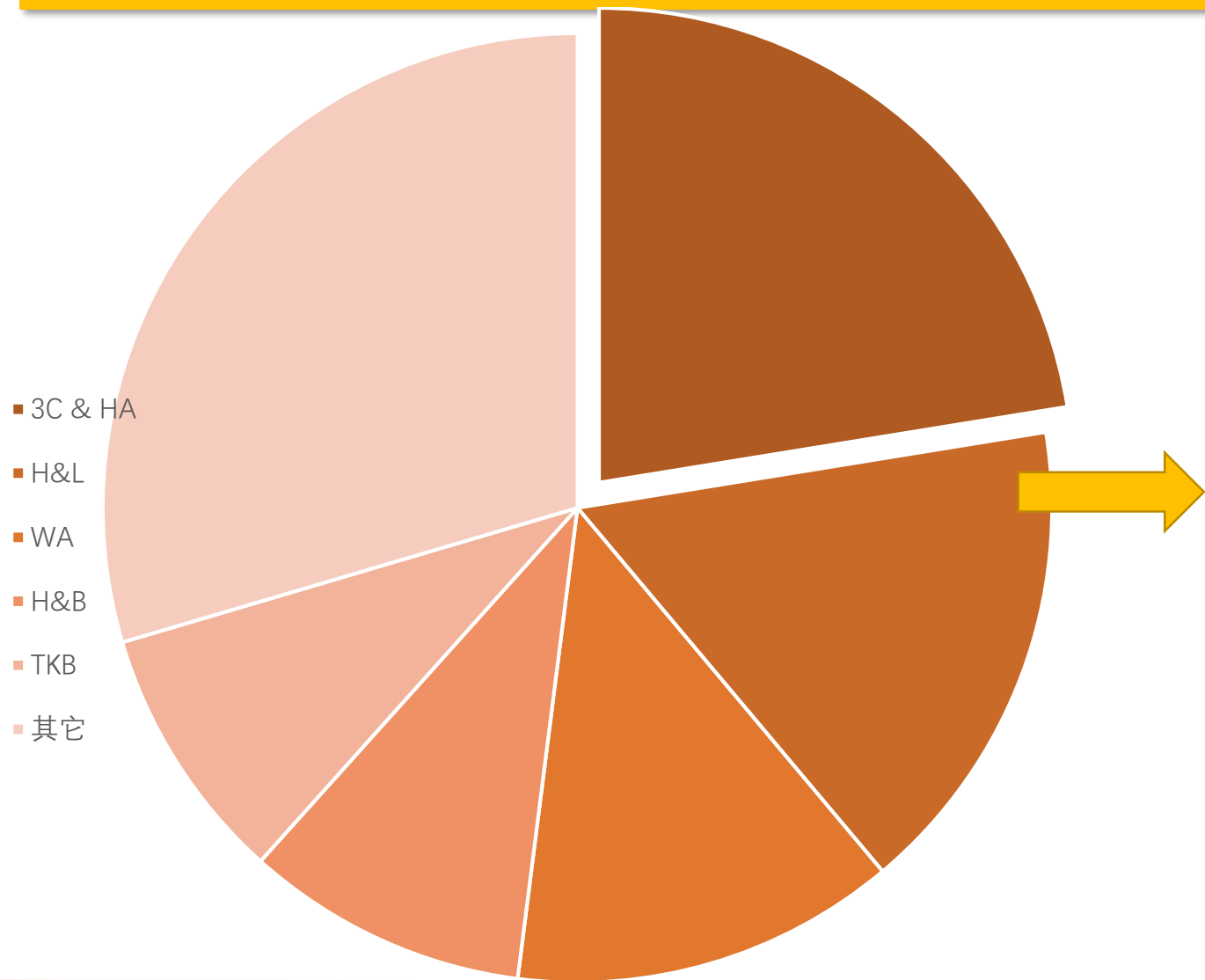
- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

活动：Shopee每月在各大站点都有丰富的节日活动

CALENDAR

营销日历





3C & HA: iPhone手机壳、安卓手机壳、手机配饰、iPhone手机壳

H & L: 装饰、厨房用具、文具、储物收纳

WA: 上衣、内衣/睡衣、裙装

H & B: 化妆工具、化妆品、护肤品

TKB: 玩具、童装、婴儿装

跨境订单占比最高的5大热门品类

家具
用品

女装
品类

3C
产品

儿童
玩具

美妆
保健

家居品类 子类目解析

No.1 | 家居 Home & Living

★ 家具 Furniture

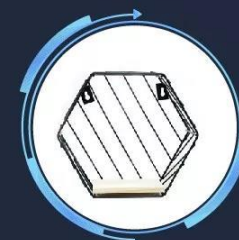
★ 卫浴 Bathroom

灯饰 Lighting

安保用品 Security

家具、卫浴、灯饰是Shopee新加坡特别关注的子类目，未来将有更多丰富的高质量的商品进入这一大市场，特别是卫浴方面的花洒哦！

热卖款式一览



珠宝配饰品类 子类目解析

No.2

珠宝配饰

Jewellery & Accessories



眼镜 Eyewear

发饰 Hairwear

高级珠宝 Fine Jewellery

时尚珠宝 Fashion Jewellery

珠宝配饰是新加坡市场特别关注的品类，值得跨境卖家们多留意。当地流行趋势丰富，INS风、欧美时尚风、日韩小清新都备受喜爱。

热卖款式一览



男士消费类 子类目解析

Shopee新加坡市场最热卖的男性类目及商品为：**男式时尚、手机及配件、电脑及配件**。结合网红合作、社交媒体宣传、App内互动等多元渠道推广，可以有效提振流量输入。

