



传媒互联网产业行业周报： PRIMEDAY 刺激海外需求 小 额消费占比高



本周观点

海外消费需求释放,2022 年全球亚马逊 PrimeDay 预计同比增长 17%。今年会员日为 7 月 12 日至 13 日,预计实现全球销售额 125 亿美元,同比 17%,销售商品数量超过 3 亿件,同比增长超过 20%。

会员数量:2022 年 4 月亚马逊全球会员数量已超 2 亿,其中美国地区会员数量达 1.64 亿,同比 2.5%,预计 2025E 可达 1.76 亿。

平台结构:多个零售巨头参与 PrimeDay 推动网上零售业务增长。大促期间 Prime 会员群体中,62%表示仅在亚马逊购物,24%已在其他平台下单,13%可能会考虑其他平台。

商家结构:PrimeDay 第三方商家参与度提升,2020-2022 年第三方商家销售额占比呈逐年上升态势,分别为 35.1%、36%、37.2%,在消费电子、家居、食品、服饰等多个品类中购买第三方品牌品牌的消费者数量占比高于自营。

品类结构:PrimeDay 期间销售品类前三分别为家居必需品、健康和美妆类产品、消费类电子产品,近三成消费者购买相关品类产品。

价格结构:受经济影响,超过 35%消费者表示今年花费更少,34%等待大促折扣释放购物欲望。用户更倾向于小额消费。今年客单价为 52.26 美元,其中,57%的订单价格小于 30 美元,26%超过 100 美元;76%商品价格小于 30 美元,5%超过 100 美元。

投资建议

建议长线布局优质互联网资产，下半年投资方向关键词：细分龙头/疫后修复/降本增效。互联网平台方面，关注本地生活龙头美团，经营数据增长强劲；社交壁垒强的腾讯，短期主要是产品线和行业压力；具备自营优势的京东；以及农活电商基本盘稳固，社区团购龙头优势显现的拼多多。游戏板块建议关注重点游戏《奥比岛：梦想国度》即将上线的吉比特。

行业要闻

7月12日，国家发展改革委发布《“十四五”新型城镇化实施方案》。强调推进城镇基础设施向乡村延伸。建设数字乡村，以需求为导向逐步推进5G网络和千兆光网向乡村延伸。发展联结城乡的冷链物流、配送投递、电商平台和农贸市场网络。

7月13日，在2022阿里云合作伙伴大会上，20余家伙伴与阿里云发布场景化联合解决方案，覆盖政务、金融、制造、汽车、交通、电力、零售等十多个行业。将产业智能 OpenTrek 的核心原子能力全面向伙伴开

++

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_44192

