



JungleScout

亚马逊和沃尔玛： 电子商务的增长与前景

简介与关键洞察

从在网上购物者心中占据的主要地位，到庞大的物流网络，这两大电子商务巨头存在诸多共同之处。但关键的不同之处，如亚马逊的流媒体服务和沃尔玛长期存在的实体店，使其分别面向不同的受众享有优势。虽然亚马逊在电子商务领域的经验领先沃尔玛近二十年，并且近几年来增长迅猛，但沃尔玛近年来在电子商务领域呈爆炸式发展，使其成为亚马逊为数不多的真正竞争对手之一。

本报告重点关注了各零售商的历史如何影响其当前的成功，消费者眼中亚马逊与 Walmart.com 的主要区别，以及亚马逊和 Walmart.com 的前景以及整个购物市场的前景。

1 亚马逊在电子商务销售和消费者偏好方面遥遥领先，但 Walmart.com 正在迎头赶上。

- 预计到 2021 年底，亚马逊的全球电子商务收入将超过 4,680 亿美元，而沃尔玛的全球在线收入预计将达到 750 亿美元。
- 今年，沃尔玛的电子商务的销售增幅可能达到 89%，而亚马逊的增幅为 16%。

2 沃尔玛实体店颇受寻求便利性和熟悉度的客户的欢迎。

- 选择 Walmart.com 的购物者，注重其价格、提供的知名品牌，以及在店内快速轻松取货和退货的便捷性。
- 与此同时，选择亚马逊的购物者主要被其提供的 Prime 福利和运费所吸引。

3 会员计划福利的升级可能会决定亚马逊和 Walmart.com 未来的成功和客户群体的构成。

- 亚马逊 Prime 和沃尔玛 Plus 向购物者提供类似优惠，包括快速免费送货和产品折扣，但又各有独特的竞争优势。
- Plus 提供加油站福利和便利的店内结账选择，所以沃尔玛可能会持续吸引喜欢店内购物的购物者。
- Prime 包括流媒体服务，亚马逊仍继续重点发展其智能家居设备，因此可能在完全接受数字购物体验的消费者中处于领先地位。

目录

第 1 节 亚马逊和沃尔玛:收入与增长 / 4

- 相关数字
- 竞争大事纪
- 第三方卖家


第 2 节 亚马逊和沃尔玛:谁是购物者? / 8

- 消费者购物的原因
- 类目偏好
- 价格战与运输

第 3 节 亚马逊和沃尔玛:电子商务预测 / 12

- 消费及预测
- 会员增长
- 日用百货与技术领域的竞争
- 实体店购物的前景

第 4 节 关于本报告 / 19

- 方法
 - 数据使用
 - 关于 Jungle Scout
- 

第 1 节

亚马逊和沃尔玛：收入与增长

在本节中，我们将分析亚马逊和 Walmart.com 的发展历程，哪些关键事件促成了其今天的成功，以及 [第三方 \(3P\) 亚马逊卖家](#) 对沃尔玛超市机遇的看法。



相关数字

从全球来看, 2021 年, 沃尔玛的电子商务收入预计将增长 89%, 远超亚马逊 16% 的增幅

全球电子商务收入



全球第三方卖家数量
2021 6.3M



全球第三方卖家数量
2021 114.7k

2021 年的可配送国家/地区
100+ 亚马逊
24 Walmart.com

亚马逊平台上 48 个客户对应一个卖家
 = 6 个客户

第三方卖家机遇

Walmart.com 上 1,918 个客户对应一个卖家
 = 6 个客户

2021 年美国物流/配送中心
150+ Walmart.com
110 亚马逊

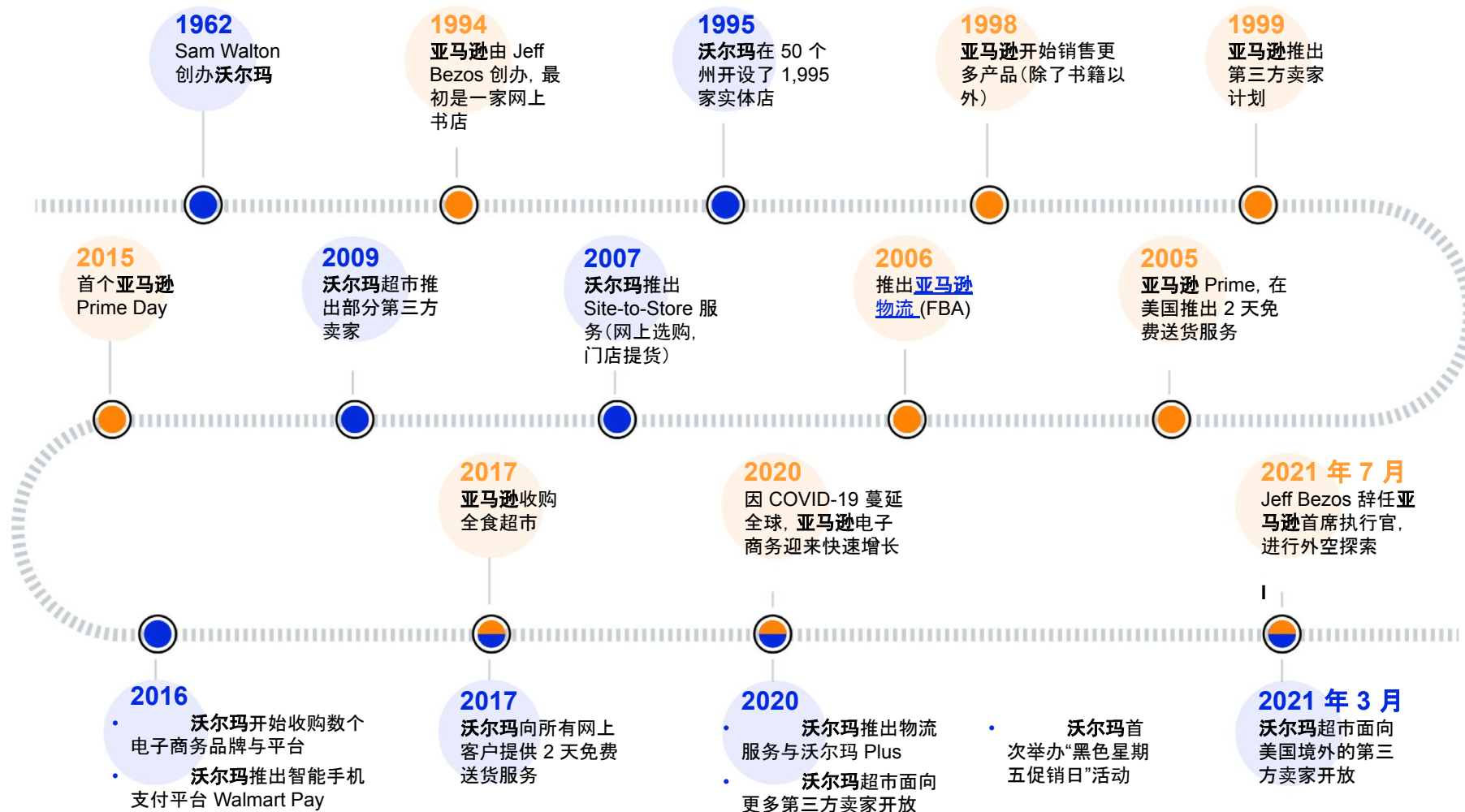
会员订阅
美国 2021 年数据
112M Prime
8.2M Walmart+

网站月度平均访客数
全球
2.65B 亚马逊
457M Walmart.com

每周客户数
全球
300M 亚马逊
220M Walmart
*沃尔玛实体店与 Walmart.com

竞争大事纪

亚马逊自成立以来就是一家电子商务零售商,而拥有近60年历史的沃尔玛则是通过一系列战略收购,近年才开始进军电子商务领域。



第三方亚马逊卖家考虑加入沃尔玛超市, 以扩大其影响力

虽然仅有 7% 的亚马逊第三方卖家同时也是 Walmart.com 的卖家, 但 39% 的亚马逊卖家正在考虑 2021 年开始加入沃尔玛超市网络进行销售。在这些感兴趣的卖家当中,

- 95% 在美国亚马逊市场中销售产品, 59% 在至少一个北美其他市场中销售产品。
- 27% 的历史总销售额超过 100 万美元, 78% 的平均月销售额超过 1,000 美元。
- 87% 认为自己是中级或专家级的亚马逊卖家。
- 54% 拥有 10 个以上活跃的亚马逊产品列表。

亚马逊卖家如何看待沃尔玛超市?

- 33% 的亚马逊第三方卖家认为, 2021 年及以后, 沃尔玛网上业务与亚马逊业务之间势必硝烟四起。
- 22% 的亚马逊卖家担心来自沃尔玛的竞争压力。



亚马逊第三方卖家对在 Walmart.com 平台进行销售有何看法?

“作为一个电子商务网上卖家, 我肯定愿意加入沃尔玛这样的可靠大公司。**渠道更多, 成功机会就更多。**”

“**沃尔玛的崛起将毫无疑问**, 他们证明自己确实有能力提供网上业务, 每年的增长速度都十分迅猛。”

“**我担心**我的亚马逊业务会受到沃尔玛竞争压力的影响。”

[沃尔玛]的实体店**是其一大优势。**”

第 2 节

亚马逊和沃尔玛：谁是购物者？

虽然各零售商都有其忠实铁粉，但两者都同时受到大部分消费者的欢迎；很少有 Walmart.com 的购物者绝不在亚马逊平台购物，反之亦然。但通过对在亚马逊或沃尔玛平台购物的消费者的偏好和行为进行分析，我们可以了解亚马逊和沃尔玛的消费者群体未来的分化趋势。

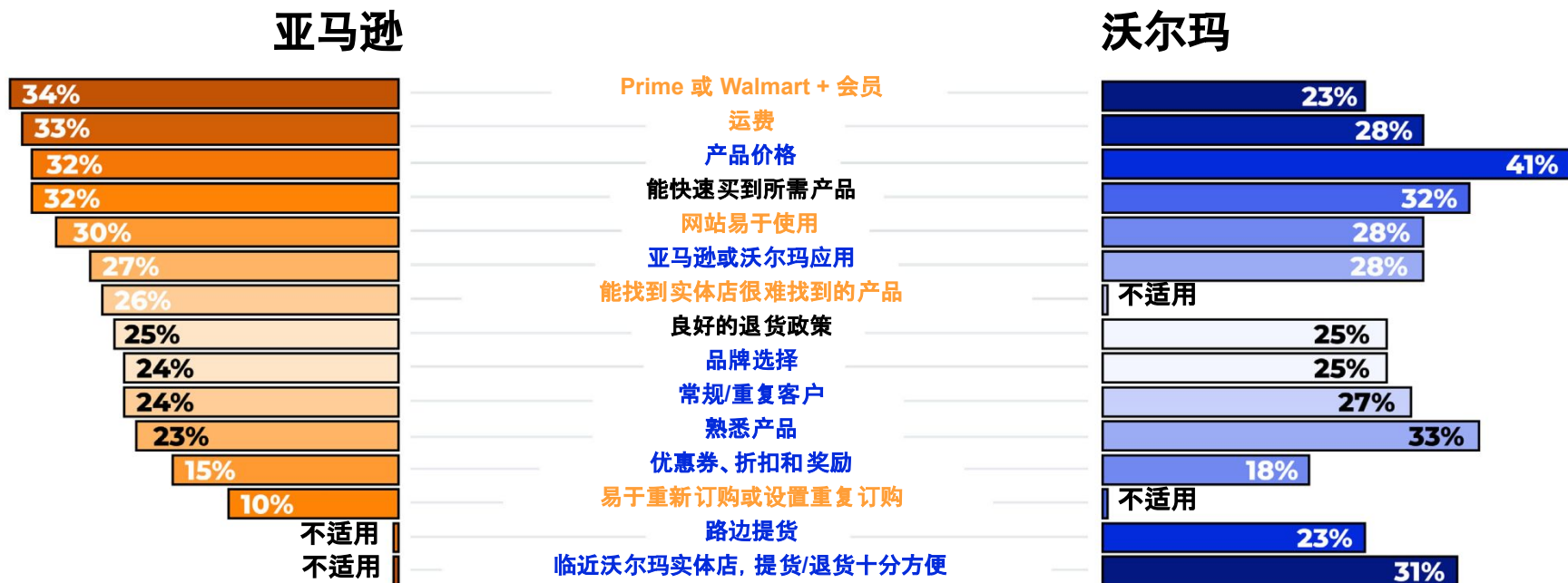
在本节中，我们将探讨亚马逊和 Walmart.com 在美国消费者眼中有何区别。购物者认为各个平台的价值是什么？亚马逊铁粉与喜欢在沃尔玛购物的消费者有何不同？



哪些因素促使消费者选择亚马逊和 Walmart.com 购物?

2021 年, 65% 的美国消费者在亚马逊购物, 37% 的消费者在 Walmart.com 购物, 两个群体之间存在相当多的重叠, 而且消费者重视每家零售商的原因都各不相同。

为何客户选择...购物



消费者不在亚马逊购物的原因排行

- 1 不需要购买任何产品
- 2 倾向于在实体店购物
- 3 尝试削减开支

消费者不在 Walmart.com 购物的原因排行

- 1 倾向于在实体店购物
- 2 没有 Walmart+ 账户
- 3 不需要购买任何产品

忠实顾客在亚马逊和沃尔玛买什么?

部分消费者在亚马逊或 Walmart.com 购物时存在明显的偏好。

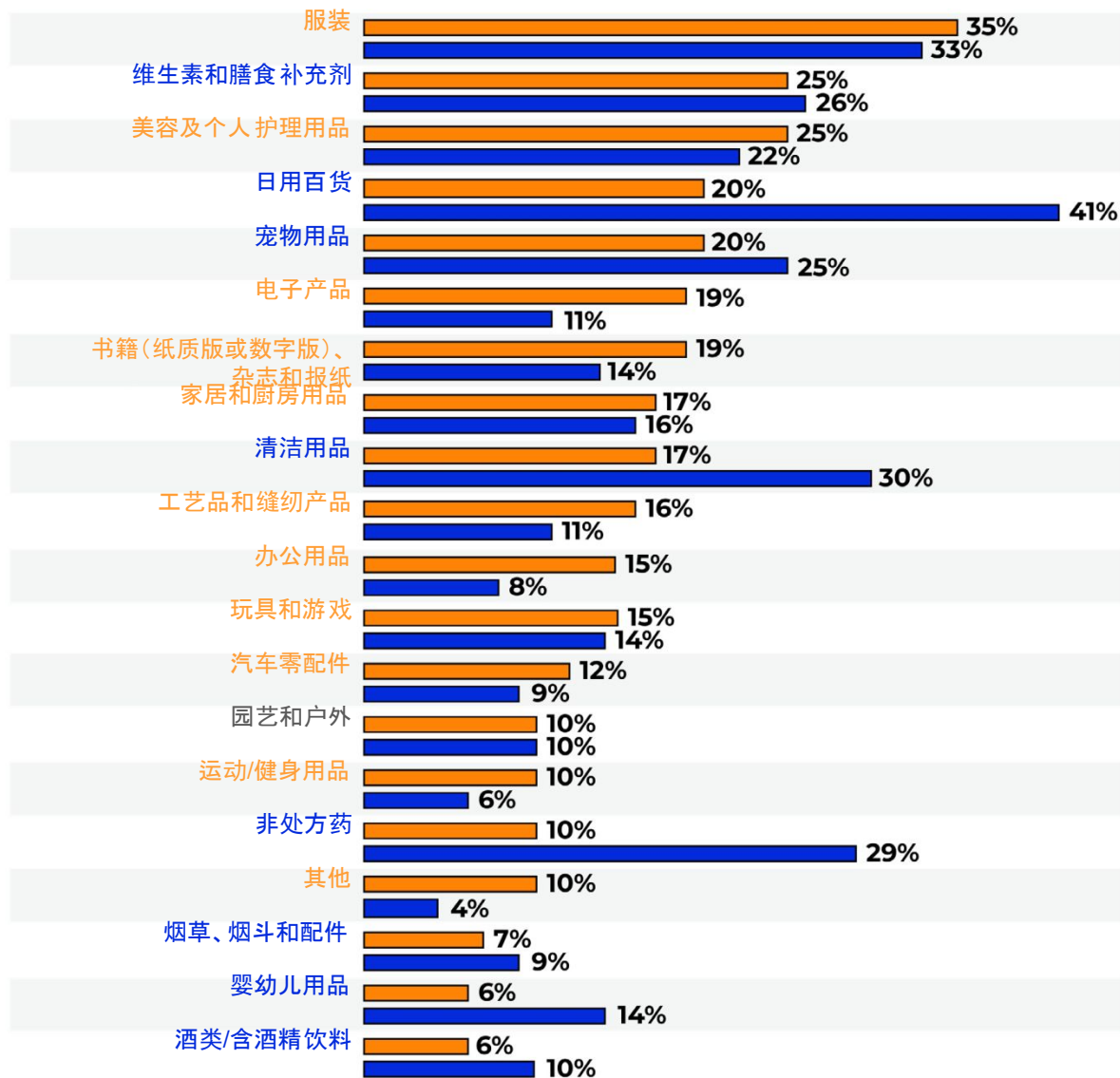


35% 的美国消费者在亚马逊平台购物, 而不是 Walmart.com(亚马逊专属)



9% 的消费者在 Walmart.com 购物, 而不是亚马逊(Walmart.com 专属)

在过去三个月里, 亚马逊独家用户和 Walmart.com 独家用户购买的主要商品 类目如下:



亚马逊和 Walmart.com 铁粉的购物频率?

- **54%** 的亚马逊独家购物者每周在亚马逊购物一次或以上。
- **57%** 的 Walmart.com 独家购物者每周在 Walmart.com 购物一次或以上。

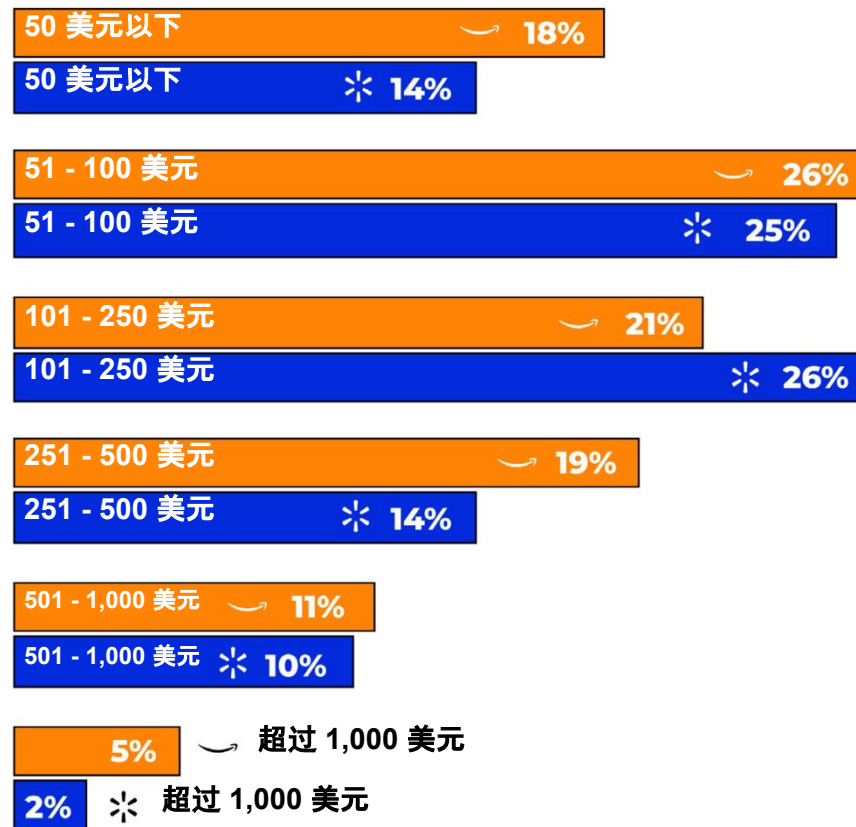
谁更在意价格和运输速度?

- 亚马逊和 Walmart.com 购物者都想享受低价和快速运输。
 - **76%** 的亚马逊独家购物者和 **67%** 的 Walmart.com 独家购物者在网上购物时, 会寻找价格最低的产品。
 - **61%** 的亚马逊独家购物者和 **56%** 的 Walmart.com 独家购物者在网上购物时, 会寻找运输速度最快的产品。
- 说到运输速度时, Amazon.com 独家购物者会更加挑剔。
 - **76%** 的亚马逊独家消费者表示, 他们在网上购物时会寻找运费最低的产品, 而在沃尔玛独家消费者中的这一比例为 **64%**。

还有哪些因素能将沃尔玛独家购物者和亚马逊独家购物者区分开来?

- **73%** 的沃尔玛独家购物者的家庭年收入低于 5 万美元, 而在亚马逊独家购物者中这一比例为 **54%**
- **44%** 的沃尔玛独家购物者的孩子不满 18 岁, 而在亚马逊独家购物者中这一比例为 **39%**
- **41%** 的沃尔玛独家购物者年龄在 18-34 岁之间, 而在亚马逊独家购物者中这一比例为 **32%**

亚马逊和 Walmart.com 的客户最多愿意花费多少钱?



Jungle Scout

亚马逊选品及运营一站式工具

50万亚马逊卖家选择的选品运营工具

店铺销售全方位分析

透视企业财务运营状况
掌握各个产品的营收趋势



自动化库存管理

准确预测备货量以及备货时间节点



一键验证产品市场需求

透视历史销售、历史定价和销售估算



跟踪追查竞品ASIN

精准定位竞品ASIN的流量词
快速筛选出其核心关键词及竞品关键词



站外引流就用

JumpSend

推新品、清库存

280K

83%

20万+

www.jumpsend.com



关键词趋势分析， 配合PPC广告打排名

某关键词过去30天或90天
的搜索量对比变化，直观了解关键词的
总体热度趋势和季节性变化

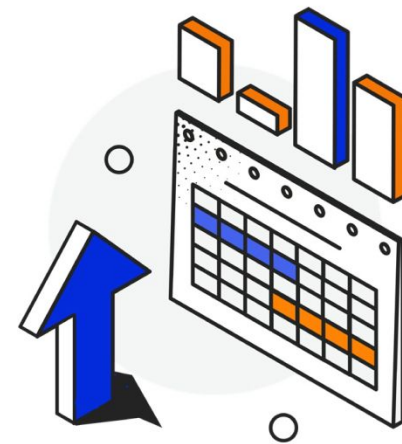


想获取更多亚马逊行业产品数据，【扫码】回复【试用】
可**免费领取**JS插件+网页版全功能产品8天试用

第 3 节

亚马逊和沃尔玛： 电子商务预测

在本节中，我们将着眼于亚马逊和 Walmart.com 的未来，这取决于两家公司为赢得客户忠诚度所采取的措施、以及消费者对购物前景的展望。



亚马逊和 Walmart.com 电子商务的前景



亚马逊以高价和低价 **进军日用百货领域** (全食市场和 Amazon Fresh), 吸引了广泛的消费者。



沃尔玛**历来可帮助客户省钱, 且颇受欢迎**, 但却不得不与亚马逊业已十分庞大的产品目录和不断扩大的实体足迹相竞争。

亚马逊购物者与沃尔玛购物者: 消费与预测

“沃尔玛的现有客户群将成为电子商务卖家的一大吸引力。卖家喜欢 Walmart.com 市场并不那么拥挤——至少目前如此——因此, 他们会非常乐意为自己的业务新增一个分销渠道。”

Mike Scheschuk
Jungle Scout 首席营销官

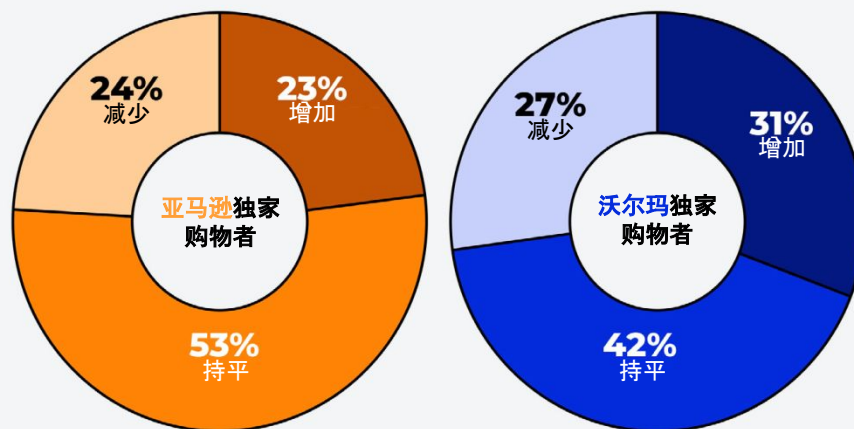
2021 年, 65% 的消费者在亚马逊购物, 37% 的消费者在 Walmart.com 购物。

如果将消费者细分为偏好其中一个平台的消费者:

- **35%** 的消费者选择在亚马逊平台购物, 而不是 Walmart.com
- **9%** 的消费者在 Walmart.com 购物, 而不是亚马逊

有趣的是, 57% 的亚马逊独家网上购物者也会在沃尔玛实体店购物。

亚马逊和沃尔玛铁粉: 2021 年的网上消费



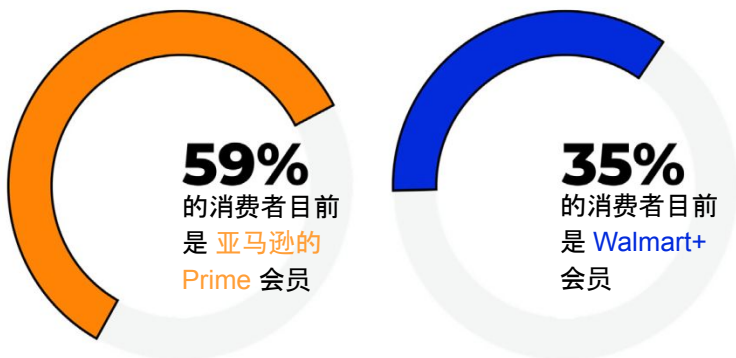
会员增长

“消费者通过亚马逊 Prime 和沃尔玛 Plus 享受了不同的福利。卖家可以通过在沃尔玛超市销售商品，接触到更广泛的客户群体，从而补充其亚马逊受众。”

Connor Folley
Jungle Scout 企业副总裁

亚马逊和 Walmart.com 都为客户提供会员计划，承诺在产品和运输方面提供便利和折扣。亚马逊 Prime 和沃尔玛 Plus 的主要区别包括价格、亚马逊的流媒体服务和沃尔玛的实体店福利。

亚马逊 Prime 和 Walmart+ 在美国具有广泛的吸引力



- 45% 的消费者曾在亚马逊 Prime Day 购物。
- 33% 的消费者过去曾购买过沃尔玛的每日特惠产品。
- 2020 年 12 月，沃尔玛的“黑色星期五促销日”活动使网上假日销售额 [同比飙升 124%。](#)

亚马逊 Prime 与 Walmart+: 条款与福利

亚马逊 Prime		Walmart+
\$119	会员年费	\$98
30 天	免费试用期	15 天
Prime Day 最近: 2021 年 6 月 21-22 日	事件	每日特惠 最近: 2021 年 6 月 20-23 日
免费第二天送货，2 天内送达，无最低购买限度要求	运输	免费第二天送货，2 天内送达，无最低购买限度要求
Amazon Fresh 为 35 美元以上的订单提供免费配送服务；全食超市的多种产品提供折扣	日用百货产品	从沃尔玛实体店免费送货
网上节目（音乐、电影、书籍）；订阅并省钱	其他	汽油折扣；处方药折扣；店内手机即扫即走功能

在 COVID-19 期间, 亚马逊和沃尔玛如何为客户提供服务

亚马逊



空运:

- 将其航空货运机队从 [50 架增加到 70 架](#), 弥补 COVID 导致的运输延误
- 2021 年 8 月, 亚马逊在辛辛那提/北肯塔基国际机场开设了 [中央航空货运枢纽](#)



投资 [25 亿美元](#) 在弗吉尼亚州阿灵顿建立第二个总部, 到 2031 年创造 25,000 个工作岗位

沃尔玛



将本地 [微型物流中心](#) 加入其实体店销售网络



通过 Walmart Grocery 应用, 将路边提货产品 [扩展](#) 到非日用百货商品

在高科技购物和广告工具方面的投资

亚马逊



构建更广泛的数字生态系统(包括 Twitch 游戏、Amazon Music 和 Amazon Studios 媒体服务以及医疗保健服务)



可扩大广告影响力的 Amazon Alexa 设备

沃尔玛



截至 2021 年 9 月, 与 Meredith 合作, 向购物者提供 [AI 助力膳食计划工具](#), 将可购食谱与沃尔玛产品进行匹配



通过 [沃尔玛 Connect 合作伙伴](#) 加强广告宣传

亚马逊欲在实体零售和日用百货领域一决高下

“客户想要购物方便。许多客户会将购买的商品退回到当地的沃尔玛，而不是退回到亚马逊。”

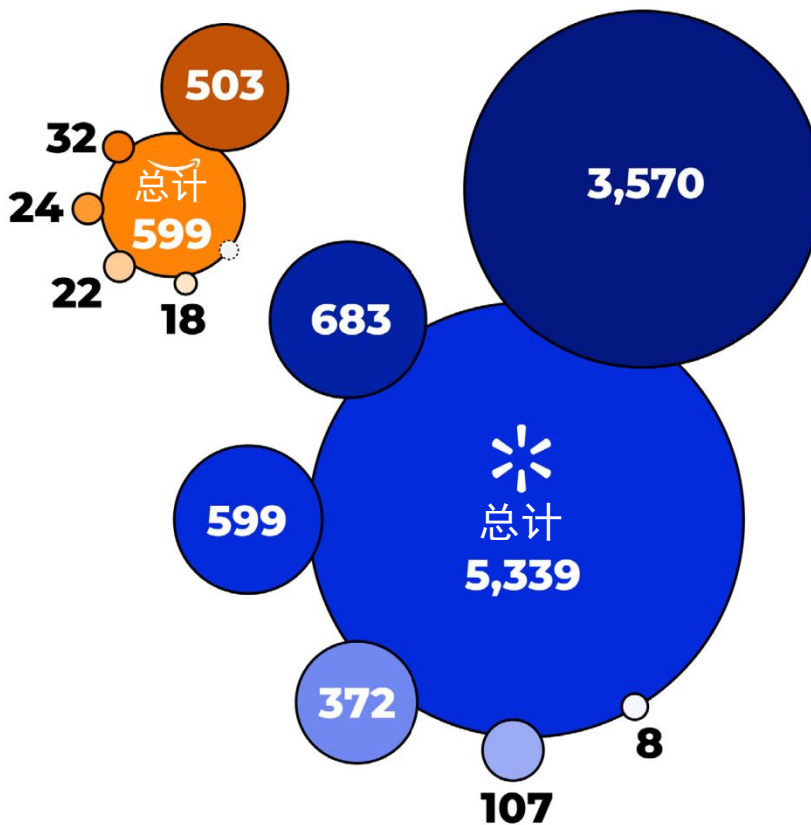
Mike Scheschuk
Jungle Scout 首席营销官

实体零售足迹:亚马逊和沃尔玛



599
全美零售商店总数

- **503** 全食超市
- **32** 亚马逊四星级门店(包括设备、书籍等产品, 设提货与退货中心)
- **24** 亚马逊书店
- **22** Amazon Go 商店(无人收银便利店)
- **18** [Amazon Fresh](#) 日用百货商店
- 计划开设[百货商店](#)



5,339
全美零售商店总数

- **3,560** 沃尔玛综合购物中心
- **683** 社区超市
- **599** 山姆会员店
- **372** 沃尔玛折扣店
- **107** 小型概念商店(包括Amigo 和沃尔玛校园店)
- **8** 便利店

实体店购物的前景

“20 多年来, 网上购物日趋普及, 而 COVID 更是加剧了这一趋势。网上购物将继续发展, 而沃尔玛和亚马逊都提供多渠道销售机会, 助力卖家覆盖所有潜在的客户接触点。”

Eva Hart
Jungle Scout 企业专家

近三分之二 (62%) 的消费者认为, 在将来, 大部分消费者将在网上购物。对于大部分产品类目, 计划网上购买的消费者都更青睐于亚马逊, 而不是 Walmart.com 或其他网上商店。

但沃尔玛实体店购物仍然很受欢迎, 对于必需品类目尤其如此。沃尔玛第三季度的实体店购物比例上升至 61% (第一季度为 54%)。

2021 年占消费者购物总额的百分比



亚马逊利用实体店购物(尤其是日用百货)长久以来的流行程度, 扩大其实体店覆盖范围, 推出了一系列全新的日用百货商店, 并计划开设类似于百货商店的大型实体零售店。

第 4 节

关于本报告

方法

本报告的洞察数据来自《[Jungle Scout 2021 年消费者趋势报告](#)》，消费者趋势报告调查是一项面向 1,000 多名美国成人消费者开展的、关于其购买偏好和行为的季度匿名调查。本报告中的大部分分析都来自于将亚马逊购物者与沃尔玛或 Walmart.com 购物者进行比较的结果。

本报告还引用了《Jungle Scout 2021 年[亚马逊卖家报告](#)》的数据，该调查是一项针对近 5,000 名亚马逊企业家、企业主和主要品牌开展的年度调查。

文中还引用了其他外部来源数据。

数据使用

我们诚邀您阅读《[Jungle Scout 2021 年亚马逊与沃尔玛对比报告](#)》，并在分享、参考和发布报告的结果时注明“Jungle Scout”以及[本页面的](#)网页链接。

如需了解更多详情、请求获得具体数据或媒体资产，或者联系本报告的作者，请通过 press@junglescout.com 联系我们。

关于 Jungle Scout

[Jungle Scout](#) 是领先的亚马逊销售一体化平台，其使命是提供强大的数据和洞察，帮助企业家和品牌在亚马逊发展成功的业务。