

亚马逊全球消费趋势 及选品报告

第五期



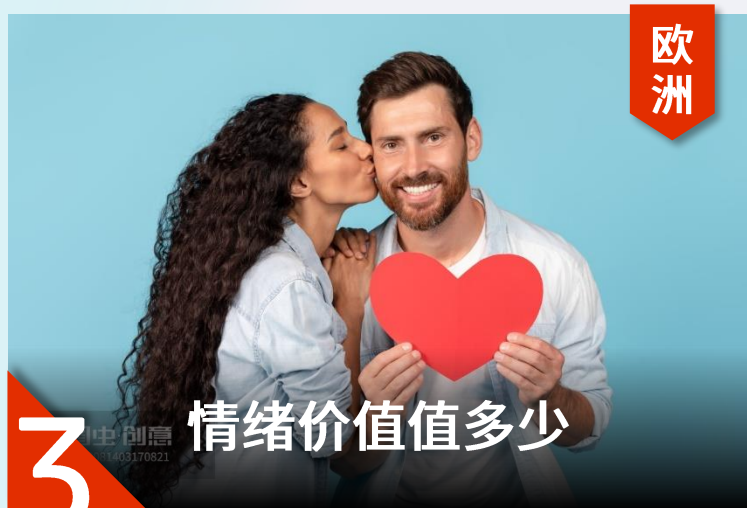
Global
Consumer Trends and
Purchasing Behavior
Report

消费者是企业的生命线

而他们的行为永远在变化

为了让企业真正了解消费者的需求，亚马逊每季度均会撰写及发布此趋势报告，有助于企业发掘尚未被满足的消费需求，促进产品创新。

本期涵盖



使用说明

本期将为您带来全球视野下的美国、欧洲和日本的新消费趋势剖析，同时利用亚马逊官方选品工具商机探测器和选品指南针，助力您高效发掘海外消费者对新选品真实需求情况。

您可前往亚马逊卖家平台，点击“增长 > 商机探测器”及“选品指南针”，搭配全球消费趋势洞察，进一步探索使用亚马逊选品工具，轻松快速掌握第一手消费需求。

买家需求	推广市场详情			搜索量				销售额		
	图片	热门搜索词	点击量最多的商品数量	总计 过去 360 天	增长 过去 360 天	总计 最近 90 天	增长 最近 90 天	售出商品数量 过去 360 天	平均售出 商品数量 过去 360 天	平均价格 过去 360 天
notebook		notebook, journal, spiral notebook								
composition notebook		composition notebook, composition notebook wide ruled, composition notebook college rule								
pocket notebook		pocket notebook, mini notebooks, small notepad								
notebook paper		loose leaf paper, notebook paper, college ruled paper								

亚马逊商机探测器

类目分析 了解更多信息

*“品类透视”为您提供目前在您开展销售的商城的各种分类中，买家的首选、精选以及优惠力度的数据记录。作为卖家，您可以根据以下的透视观点，用合适的商品拓展您的商品分类。此页面上的信息面向亚马逊上所有符合条件的销售合作伙伴提供。

筛选条件

在下面的列表中进行选择以便查看性能数据。类别/商品类型/分类节点的条形长度表示其中的商品在交易站点中的以往需求。

商店名称

- United States
- Germany
- Japan
- United Kingdom

类别

- Home & Kitchen
- Clothing Shoes & Jewelry
- Tools & Home Improvement
- Sports & Outdoors
- Office Products
- Grocery & Gourmet

商品类型

- Curtain
- Picture Frame
- Shelf
- Drinking Cup
- Home Mirror
- Chair
- Artificial Plant

商品类型关键词

- Window Curtain Panels
- Shower Curtain Sets
- Shower Curtain Liners
- Shower Curtains
- Window Valances
- Kids Curtain Panels

亚马逊选品指南针

* 本期数据来源于亚马逊商机探测器&选品指南针，相关信息及建议仅供参考。亚马逊不保证数据或计算的准确性，也不保证公司遵循选品推荐所产生的任何特定结果。

01

从种子到花园



消费趋势剖析

园艺活动势不可挡，美国园艺市场消费高涨

美国作为园艺活动市场规模最大的国家，其园艺文化根深蒂固。美国人积极关注和参与园艺活动，美国家庭普遍拥有自己的花园，种植各种植物和蔬菜。这种园艺热潮也推动着相关的市场和产业也在不断适应和创新，以满足园艺爱好者的需求。随着人们对园艺的兴趣持续增长，预计未来几年园艺活动将继续保持强劲势头。

美国人对于关注和参与园艺活动有着持续、积极的热情

🔥 美国人对家庭园艺关注度高

截止2024年4月，在过去3个月中，全球内话题搜索#home garden的搜索中，热度最高的是美国，其次是英国和加拿大，对其中相关的话题的讨论中，对园艺产品品牌、植物、土壤等的讨论不断增长。

- # Bosch Home& Garden ↑+1750%
- # 多年生植物 ↑+1100%
- # Miracle-Gro (美国园艺品牌) ↑+950%
- # 表土 ↑+500%

每年蒙罗维亚都会对全美房主的园艺兴趣和植物购买习惯展开调研，2024最新调查数据发现，很多美国消费者认为园艺活动是一项积极的活动。

50%的房主认为园艺有益于他们的心理健康和福祉

39%的房主强烈同意在户外种植和工作让人感到精力充沛，焕发活力

“园艺日益成为一项让园丁有机会摆脱生活‘噪音’的活动。”
——蒙罗维亚趋势观察员凯蒂·塔莫尼

美国园艺市场规模庞大

20.3%

家居园艺市场中美国市场规模最大，达到五分之一

55%

的美国家庭拥有花园

33%

的美国家庭表示在草坪和园艺活动上的支出会增加

80%

草坪和园艺活动的参与家庭比例

616美元

平均每家每年在草坪和园艺活动上的花费

在美国园艺市场上，千禧一代已成为不容小觑的重要消费力量

园林爱好者的行列中，年轻人口的比例正在快速攀升至前所未有的高度。特别是千禧一代（18至34岁），他们在美国园艺爱好者中的比例也达到了29%，显示出他们在园艺领域的活跃参与和消费能力。更为重要的是，他们也更加愿意在园艺上进行消费，有71%的被调查者表示未来六个月内他们会增加在园艺上的支出。



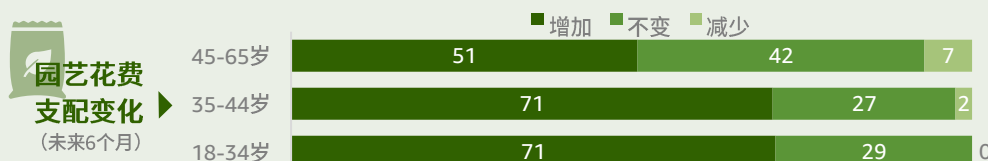
千禧一代美国园艺爱好者占总数29%，年轻家庭，特别是18-34岁和35-44岁年龄组的支出幅度高于老年家庭

数据来源：Google Trends; Monroviaresearch; Raleigh Realty; Gardenpals; 2023年美国全国园艺调查; 2024年ipsos消费者调查

01 从种子到花园



美国年轻客户群体消费力量不容忽视



美国园艺学会鼓励年轻人参与

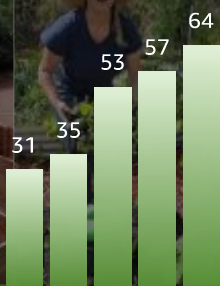
美国园艺学会在2024年提出为青少年花园提供资助，教育工作者可以获得1,000-2,000美元的赠款，以在学校和社区启动或扩展园艺科学和实践园艺，旨在增加青少年接触园艺和园艺科学的机会，并培养来自不同背景的儿童对园艺、自然世界和园艺的终生热情。



这不仅反映了消费者偏好的变化，也预示着园艺产业未来的巨大潜力。随着千禧一代群体对园艺活动的兴趣与日俱增，园艺相关产品和服务的需求也在不断增长，为市场注入了新的活力和机遇。

获取园艺相关信息的主要来源

Q: 请问您获取和了解园艺相关信息的主要渠道有哪些?



园艺书籍、园艺展会、交流活动
请教园艺专家、爱好者
园艺信息相关网站
家人、朋友
社交媒体 (YouTube、Tiktok、INS)

多样化的信息渠道和快速的社交媒体传播进一步推动了园艺热

社交媒体的内容创作者引领园艺流行趋势

社交媒体软件的社会属性和传播属性吸引了不少园艺领域的内容创作者，他们通过分享种植技术、花园生活、新奇产品等，获得一定的浏览量和粉丝关注，并通过社交媒体掌握流行趋势。



Creative Balcony Garden, Turn Your Balcony Into A Beautiful...
Balcony & Garden
515万次观看



gardening idea / The idea of making a rose flower arch with...
mansourigol Garden
123万次观看



美国巴尔的摩的希尔顿·卡特是一位拥有55.4万忠实粉丝的知名园艺博主。他把绿植及养护过程都放在INS上，立刻吸引无数绿植爱好者围观。许多人喜欢他关于植物种植的灵感和建议的分享，也喜欢他设计的瓶中造景台灯、装饰花器以及编织花篮。

01 从种子到花园



园艺需求增长体现在从种子土壤、种植培育到装饰展示各个环节

随着人们对园艺兴趣的提升，这一趋势表现在多个层面。在容器方面，盆栽植物和多功能容器工具需求的上升，对多样化且适应性强的树种也有更多追求。同时，园艺风格上也追求美观与个性化，希望打造复古自然的、居家舒适的环境。园艺设备方面，智能化和电动化工具也越来越受欢迎。

容器上：打造容器花园

对容器提出更高要求：可移动性、临时性、灵活性（悬挂式/平放式）、多样性、抗病性（避免外部土壤传染疾病风险）、观赏性等

室内盆栽/植物 **64%**

多功能容器 **32%**



01

树种上：多样化、适应强

如根据温度情况选择耐寒/耐旱的植物和砾石，不同颜色的植被和设备

46%

多样植物品种、有机品种、能适合气候变化的树种等



02

风格上：追求美观、自然

大众不仅满足于种植活动，还希望环境美观且具有个性化，致力于打造一种既有居家舒适感又充满自然复古气息的园艺风格

Costa Farms推出Greenteriors系列植物，采用亲自然设计原则来增强家居室内装饰

园艺家居产品 **37%**

园艺装饰品 **35%**

自然复古风格的各类园艺产品 **31%**



03

设备上：智能、电动工具

部分消费者的兴趣正从传统的园艺工具转向更现代、高效的技术，智能设备和电动工具效率高，科技感强，而且具有创新性

电动设备 **28%**

智能园艺设备 **17%**



04

未来选品展望

类目：草坪和花园 **Lawn and Garden**

细分选品	园艺椅子	园艺跪垫	花盆架	庭院家具	户外地毯
买家需求	Gardening-workseats	Garden-kneepads	Plant-stands	Outdoor-and-patio-furniture-sets	Outdoor-rugs
热门关键词	garden stool, garden kneeler and seat, garden seat	kneeling pad, gardening kneeling pad	plant stand, outdoor plant stand, corner plant stand	patio furniture set, outdoor furniture	outdoor rug, outdoor plastic straw rug
搜索量增长(过去180天)	-16.21%**	-37.28%**	-38.67%**	-36.19%**	-33.19%**
搜索量增长(过去90天)	90.16%	92.28%	252.99%	115.70%	154.91%
消费者关注					
价格区间分布(美元)					
热门产品特征	材料 皮革 木材 塑料 织物 藤 柳条 金属	闭合类型 拉链 排扣 回弹 穿戴 魔术贴 搭扣	顶部材料 藤 玻璃 木材 塑料 金属	暂无数据	特殊功能 速干 可清洗 轻量级 可逆 防色 防水材料 耐污
选品示例					

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：草坪和花园 **Lawn and Garden**

细分选品	手持割草机	花园软管喷嘴	花园软管	花园剪刀	太阳能喷泉
买家需求	Hand-weeders	Watering-nozzles	Garden-hoses	Garden-scissors	Water Garden & Pond Pumps
热门关键词	weed puller, weed puller tool, grandpas weeder	hose nozzle, garden hose nozzle, hose sprayer nozzle	hose, water hosse	pruning shears, garden shears, pruning shears for gardening	solar fountain, solar water fountain pump
搜索量增长(过去180天)	-11.35%**	-52.41%**	-63.51%**	-33.30%**	-56.66%**
搜索量增长(过去90天)	525.14%	107.75%	58.51%	29.80%	443.32%
消费者关注					
价格区间分布(美元)					
热门产品特征	暂无数据	外部饰面 	颜色 	刀片材料 	材质
选品示例					

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：草坪和花园 Lawn and Garden

细分选品	水壶	花园工具套件	除草机	自动浇花器	自动灌溉系统
买家需求	Watering-cans	Garden-tool-sets	String-trimmers	Self-watering-stakes	Automatic-lawn-drip-irrigation-kits
热门关键词	watering can outdoor, 2 gallon watering can	gardening, gardening tools, gardening supplies	weed eater string, weed eater line	plant watering globes, self watering planter insert	irrigation system for garden, garden watering system
搜索量增长(过去180天)	78.35%	341.94%	-70.7%**	-31.7%**	-48.4%**
搜索量增长(过去90天)	-54.42%**	743.32%	172.9%	11.0%	305.0%
消费者关注					
价格区间分布(美元)					
热门产品特征	材质 	颜色 	颜色 	颜色 	暂无数据
选品示例					

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：草坪和花园 Lawn and Garden

细分选品	自动浇水计时器	室内植物水培	庭院装饰灯	庭院装饰雕像
买家需求	Watering-timers	Plant-germination-kits	Outdoor-step-lights	Outdoor-statues
热门关键词	sprinkler timer, water timer for garden hose, hose timer	暂无数据	garden décor, outdoor décor	暂无数据
搜索量增长 (过去180天)	-66.2%**	48.5%	-46.4%**	-72%**
搜索量增长 (过去90天)	190.1%	0.0%	131.2%	66.90%
消费者关注				
价格区间分布 (美元)				
热门产品特征	颜色 	遮光材料 	遮光材料 	主题
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：服饰衣帽 Clothing Shoes & Jewelry

细分选品	园艺袖套	园艺手套	园艺围裙	花园防水鞋
买家需求	Farmers Defense Gardening Sleeves	Gardening Gloves	Gardening Aprons	Rain Boots
热门关键词	gardening sleeve, sleeves protection for women	gardening gloves, garden gloves for women	gardening aprons, gardeb aprons for women with pockets	rain boot, girl rain boots
搜索量增长(过去180天)	79.8%	-16.9%**	-1.4%**	62.7%
搜索量增长(过去90天)	9.7%	101.2%	84.6%	13.7%
消费者关注				
价格区间分布(美元)				
热门产品特征	<p>颜色</p>	<p>特殊功能</p>	<p>颜色</p>	暂无数据
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：玩具 Toys

细分选品	儿童手推车	园艺工具户外玩具
买家需求	Kids Wheelbarrow	Garden Toys
热门关键词	kids wheelbarrow set, wheelbarrow for kids 2-5	garden toys, toddler garden, garden toy for 3-5
搜索量增长 (过去180天)	64.5%	22.1%
搜索量增长 (过去90天)	97.4%	116.9%
消费者关注		
价格区间分布 (美元)		
热门产品特征	暂无数据	暂无数据
选品示例		

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

02

硬核科技软体验

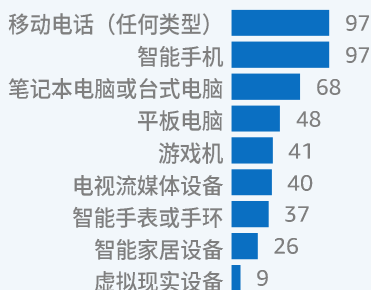


消费趋势剖析

美国消费者追求“硬核”科技

对科技产品的需求不断增长，是全球化和技术进步的必然趋势。科技已深入美国消费者的生活，成为日常不可或缺的一部分。科技含量高的产品在美国的发展前景广阔，美国消费者期待能有原来越多的科技产品走进他们的生活。

美国消费电子产品/数字设备拥有者比例 (%)



美国作为全球科技和消费电子领域的重要参与者，拥有最成熟的消费电子市场

美国占据全世界最大的消费电子市场份额。在经历两年的下降趋势后，美国消费者科技支出预计将在2024年恢复增长。2024年美国消费科技行业零售收入将增至5,120亿美元 (4,665亿欧元)，预测增长2.8%。

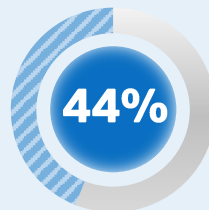
对硬核科技还有更多更高的需求

由福布斯技术委员会提出的关于面向消费者的科技产品的重要特征中提到，消费技术**远不止智能手机**（甚至智能手机也正在开发令人印象深刻的新功能），人们会考虑到**消费技术的娱乐体验价值**，然而这些可能容易被忽略。



58%的消费者期待那些硬核的科技能更多地运用到生活的各个环节中并提升日常生活细节的体验感

44%的消费者认为他们的生活还需要更多的科技



人们不仅期待科技产品提供功能性，对使用体验的重视正在逐渐攀升

对科技产品的期望：既强调功能性也注重体验性



41%

智能、卓越、连接良好、方便且提供无忧体验的产品已成为当今趋势，41%的全球消费者愿意为让他们的生活更轻松的产品支付少量溢价

数据来源：美国消费者技术协会 (CTA) ; Statista (调查截至2024年1月) ; Forbes Technology Council(2023年8月) ; 2024年Ipsos消费者调查; GfK 2023年消费者生活调查

02

硬核科技软体验



消费者眼中提供软性体验的科技产品是这样的……

1 用户友好的：73%

操作简单的、易用的，无论年轻人还是老人都能轻松掌握

2 无线使用：50%

不受空间环境限制、可以无线使用、多种充电方式等

3 个人定制的：48%

能提供个性化体验的、根据自己的喜好和需求进行定制

4 为细节设计：42%

在设计和功能上注重解决用户日常生活中的细小问题和需求，注意到那些看似不起眼但重要的需求

5 灵活便携：38%

灵活便携的、甚至是日常穿戴的形式，如智能眼镜

6 美观时尚：31%

注重美观性，设计符合时尚潮流，甚至当做装饰品，如项链式录音设备

人们期待在“衣食住行”各方面，硬核科技能提供更多舒适便捷的软性体验

在衣食住行等各领域，人们都期望通过科技支持，来提升舒适便捷的用户体验。

各个传统品类产品与科技的融合成为了满足人们日益增长需求的重要途径。例如，智能服装、健康食品、智能家居系统和先进的交通解决方案等，这些科技的应用正在不断满足人们对于品质生活的向往。

那些最基础的日常起居还有未被满足的需求 Q：以下领域中，您希望增强哪些领域的产品体验？（多选）



衣：49%

提升衣物/护理的便捷性和智能体验，使得个人护理、日常穿戴、衣物清洁、保养更加简单高效



食：62%

提高食物的处理速度和保鲜性，让人们享受到更快、更简单、更美味、更健康的饮食和烹饪体验



住：73%

既注意到居住中易忽视的细小环节需求，也要提高一般居家用品的用户体验感，多方面提升居住环境舒适度和安全性



行：52%

出行体验的改善不仅限于交通工具本身，还涉及到整个出行过程中的便利性和舒适性，增强出行的便利性和舒适性

数据来源：2024年Ipsos消费者调查

02

硬核科技软体验



科技产品不仅提供了硬核的功能， 还提供了软性的体验

现代消费者对家居产品的要求已经超越了单纯的基础功能，他们渴望在家中享受到更全面的体验和感官愉悦，力求在各个感官层面上提升居住体验，比如视觉美观、听觉舒适、嗅觉清新等，涉及家具设计、智能家居、室内植物和香薰等。

科技×烹饪：厨房小家电带来极高的饮食烹饪体验

66%的美国人每天喝咖啡，美国人每天要喝掉5.17亿杯咖啡，年轻一代的咖啡摄入量也在增加。



便捷性

家用设计紧凑，实现即时咖啡的满足

个性化选择

自行调整浓度、口感、温度和研磨程度

操作便利

一键式操作、触屏控制

现磨体验

享受专业级别的咖啡体验的同时提升日常生活品质和仪式感

科技×起居：给消费者提供良好感官体验的新宠产品

全球社媒平台上，越来越多年轻人开始分享起了自己的“智能家居体验”：TikTok上，#smarthome（智能家居）这一词条达到98亿观看量；Instagram上，#smarthome的Tag发帖量则达到300万。在全球智能家居市场中，美国凭借创新技术和广泛采用处于领先地位。



(视觉) 智能窗帘

对每日的光照时间进行个性化调节和测试，控制自动调节窗帘开合、定时操作以及语音指令调节



(听觉) 壁画音响

将声音和装饰进行完美结合，创造出一种极致的居家体验



(嗅觉) 空气净化器

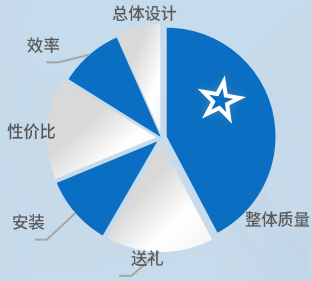


减轻异味、智能调节、远程控制、静音运行，部分具有香薰功能

随着全球消费者对生活品质的追求日益增长，人们希望厨房小家电能够在饮食烹饪方面带来卓越的体验。以咖啡消费为例，市场已经见证了从单纯的功能性需求向高品质体验感的转变。如今，现场磨制咖啡的趋势越来越流行，这一趋势也推动了咖啡机市场的需求不断上升。

数据来源：Statista；美国国家咖啡协会(NCA)

未来选品展望

类目：电子产品 **Electronics**

细分选品	智能手表
买家需求	Smart Watch
热门关键词	smart watch, watch, watches for women
搜索量增长 (过去360天)	11.05%
搜索量增长 (过去90天)	暂无数据
消费者关注	
价格区间分布 (美元)	
热门产品特征	<p>类型</p> 



* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

未来选品展望

类目：无线产品 **Wireless**

细分选品	汽车GPS定位器	Magsafe充电器	对讲机
买家需求	Gps Tracker For Vehicles	Magsafe Charger	Walkie Talkies
热门关键词	tracker, gps tracker for vehicles, gps tracker	magsafe charger, magsafe, magsafe accessories	walkie talkies, walkie talkies long range, walkie talkie
搜索量增长(过去360天)	32.81%	19.92%	39.61%
搜索量增长(过去90天)	46.13%	暂无数据	暂无数据
消费者关注			
价格区间分布(美元)			
热门产品特征	连接技术	颜色	颜色
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

未来选品展望

类目：美妆 Beauty

细分选品	激光脱毛仪	吹风机	卷发棒	面部按摩仪
买家需求	Laser Hair Removal	Hair Dryer	Curling Iron	Face Massager
热门关键词	laser hair removal, laser hair removal for women, hair removal device	hair dryer, blow dryer, secadora de pelo para mujer	curling iron, curling iron 1 inch, curling iron 1 1/2 inch	face massager, microcurrent facial device, facial massager
搜索量增长(过去360天)	24.68%	27.08%	22.64%	128.22%
搜索量增长(过去90天)	暂无数据	暂无数据	暂无数据	暂无数据
消费者关注				
价格区间分布(美元)				
热门产品特征	暂无数据	<p>头发质量</p>	<p>头发质量</p>	暂无数据
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

未来选品展望

类目：健康与个人护理

Health & Personal Care

细分选品	发声仪	颈部按摩仪	肌肉刺激器及配件	红光理疗仪
买家需求	Sound Machine	Neck Massager	TENS Unit	Red Light Therapy
热门关键词	sound machine, white noise sound machine, sound machine for sleep	massager, neck massager for pain relief deep tissue, neck massager	tens unit, tens unit muscle stimulator, tens	red light therapy for face, red light therapy, red light therapy for body
搜索量增长(过去360天)	46.41%	86.94%	16.89%	16.89%
搜索量增长(过去90天)	暂无数据	暂无数据	暂无数据	134.34%
消费者关注				
价格区间分布(美元)				
热门产品特征	暂无数据	<p>使用部位</p>	暂无数据	暂无数据
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

未来选品展望

类目：宠物用品 Pet Products

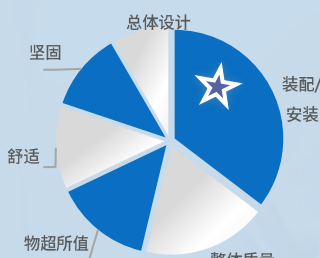
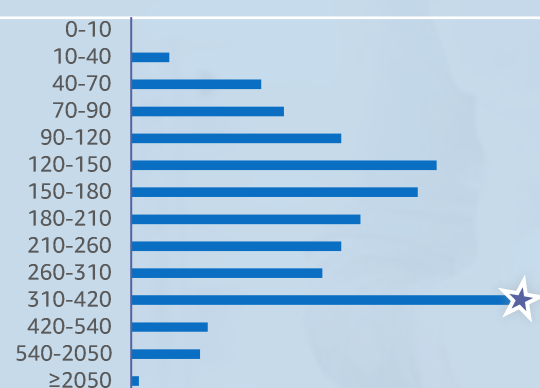
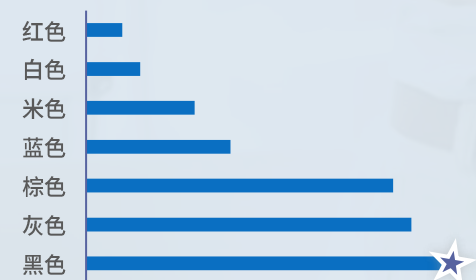
细分选品	智能宠物喂水器	智能猫厕所	狗狗美容吸尘器
买家需求	Smart Pet Water Fountain	Litter Robot	Dog Grooming Vacuum
热门关键词	petlibro water fountain, pet libro water fountain, apedola cat water fountain	self cleaning litter box, litter robot, automatic cat litter box self cleaning	tens unit, tens unit muscle stimulator, tens
搜索量增长 (过去360天)	27.94%	16.04%	113.89%
搜索量增长 (过去90天)	暂无数据	暂无数据	暂无数据
消费者关注			
价格区间分布 (美元)			
热门产品特征	特殊功能 <ul style="list-style-type: none"> 智能应用程序 食品级材料 可调节 计时器 录音 部分控制 定时喂食 	颜色 <ul style="list-style-type: none"> 米色 棕色 绿色 黑色 灰色 白色 	暂无数据
选品示例			

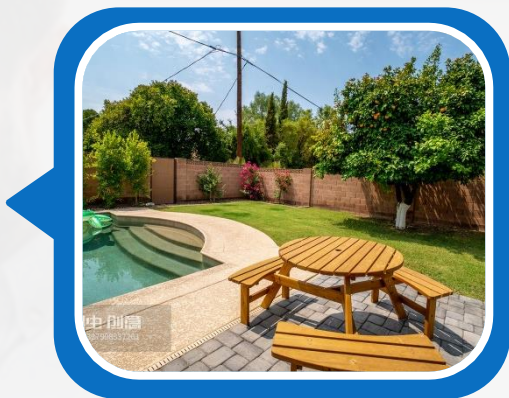
* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

未来选品展望

类目：草坪与花园

Lawn & Garden

细分选品	庭院家具
买家需求	Patio Furniture
热门关键词	patio furniture, patio furniture set clearance sale, outdoor furniture
搜索量增长 (过去360天)	37%
搜索量增长 (过去90天)	-52%**
消费者关注	
价格区间分布 (美元)	
热门产品特征	<p>颜色</p> 



* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

03 情绪价值值多少

消费趋势剖析

人们希望个人的情绪能得到关注，由此满足情绪需求可以带来巨大的商业价值

善用情绪，无论是对个人还是对企业来说，都将成为一项重要的技能。有三分之二的受访者十分希望一个品牌能够帮助自己注意到内在的到强烈情绪。

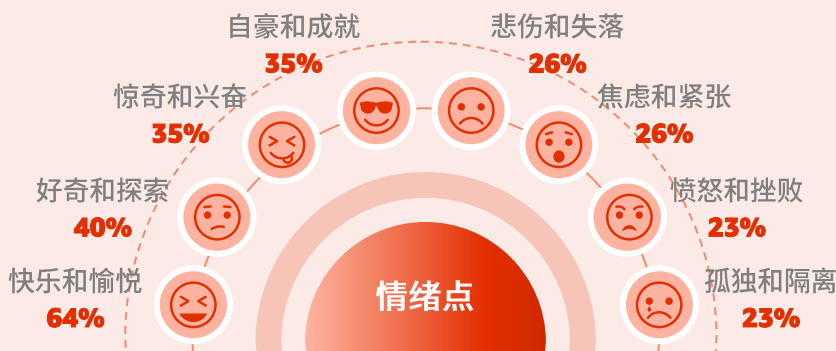
有三分之二的受访者十分希望一个品牌能够帮助自己注意到内在的强烈情绪。

 **77%**

特别在面对各种不确定性的时候，77%受访者表示只是“希望感受到一些什么，证明自己还活着”

人们期待能被关注到的情绪是多样的

Q: 当以下哪些情绪出现时，你希望能被关注到？（多选）



情绪的价值已经超越了个体层面，它不再仅仅是个人内心体验和自我调适的手段。人们的情感可以被数字技术捕捉和分析，进而成为商业领域关注的焦点。情绪的分析 and 利用在商业领域具有巨大的潜力和价值。

消费者希望拥有能振奋情绪、唤起正面情绪的产品或服务

消费者对自己的情感体验越来越重视，并且他们希望这些情感能够得到认可、重视和关心。激发和提升情绪的途径多种多样，其中，通过体验产品或服务来释放和舒缓情感，是一个重要的方式。

借助产品或服务的作用是振奋情绪的一个重要方式

73%的消费者表示压力和焦虑对他们日常生活产生中度和重度的影响，48%的消费者在寻找压力和焦虑的解决方案。

29%的消费者希望品牌可以监测其情绪变化，并根据其心情提供个性化体验

38%的消费者会借助产品来释放和缓解情绪，比如许多产品设计时会注入情绪元素，如情感化的外观设计、互动体验设计、个性体验设计

数据来源：VML2023全球消费者调研；2024年Ipsos消费者调查；EUROMONITOR《2024全球消费者趋势》；2024年IPSOS消费者调查

03 情绪价值值多少

消费者希望拥有那些能够激发积极情绪、引起快乐感受或关注情绪感受的产品或服务。因此，那些能够提供情绪价值，或将情绪元素融入设计中的产品或服务更容易获得消费者的青睐，能够更好地满足人们对于情感需求的追求。

人们钟爱那些能提供情绪价值或将情绪元素融入设计中的产品或服务

2024年“多巴胺经济盛行”将成为一个值得关注的消费趋势，指的是能唤起正面情绪的产品或服务的风行。意大利汽车制造商菲亚特停止生产灰色汽车，引入全新亮色，展现“甜蜜生活”的品牌价值观，菲亚特致力于为道路出行带来快乐，打造积极乐观的品牌形象。



消费者对能提供情绪价值的事物产生兴趣，产品设计应重视情绪化的元素

消费者期望其情感需求得到重视，为此，他们倾向于选择那些能够辅助调控情绪的产品和服务，包括那些具有亲和力设计的产品（采用柔和平滑的形状和温暖色调来激发积极情感）、设计中融入互动性的元素（这些元素通过交流传递情感，并给予用户反馈与满足）、定制化的个性服务（满足用户表达个性的愿望，让其感到被珍视），以及富有故事性的产品或品牌理念（利用故事情节、产品概念激发消费者的情感共鸣）。

消费者感兴趣的融入情绪元素的产品形式是多样的

情感化的外观设计：48%

采用柔和平滑的形状和温暖色调的产品可以给消费者带来舒适和安心的感觉。此外，产品的材质和质感也会影响消费者的情感体验。



提供互动体验的设计：38%

通过交互的形式传递情感，给予使用者回应和满足感，如产品界面采用拟人化元素以示友好，互动式设计让消费者感到参与和互动的乐趣。



个性化定制：37%

可以满足消费者表达个性的愿望，并让其感到被珍视，如个性化定制产品、专属限定版本，可以让消费者感到独特和重要。



有故事、人格等概念：31%

通过讲述品牌故事、产品概念，传递产品价值观和精神，引起消费者的共鸣和认同。



数据来源：Euromonitor《2024全球消费者趋势》；2024年Ipsos消费者调查

03 情绪价值值多少

一些品牌已经关注到了消费者在情绪方面的需求

消费者对情感健康的渴望正在转化为日常生活之中的点滴，而各类品牌也正在升级成为相应的能够提供情绪价值的家电和家具。

LG在CES 2023上展示了MoodUp冰箱，这是一种能够反映人们心情状态的家用电器

冰箱上的LED门板

可以根据私人喜好定制，一共具有23种单独的颜色选项、季节设置、情感预设设置等。

人体传感检测

当MoodUP冰箱的运动传感器检测到有人靠近时，面板会闪烁以示欢迎。



Hug座椅的目标是激活产品与用户的感官联系，从而有效地减少人们的焦虑情绪

手工制作的方式

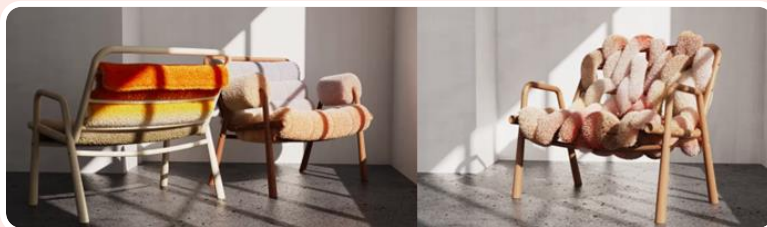
通过手工制作能降低人体的压力激素水平，时间越长，用户与产品的情感联系也会随之增长。

定制化尺寸

椅子的宽度和尺寸由坐姿和角度确定，以提供最佳的身体和情感舒适度。

可选择的材料和制作方式

用户可以选择他们喜欢的制作方法（打孔针、编织、钩编等）装饰不同风格的坐垫。



未来选品展望

类目：家具

Furniture

细分选品	餐椅	床头板	扶手椅
买家需求	Dining Chairs	Headboards And Beds	Armchair
热门关键词	dining chairs, dining chairs set of 4, dining chairs set of 6	headboards for beds, headboard, double headboard	armchair, recliner armchair, bedroom chair
搜索量增长 (过去180天)	26%	24.46%	23.30%
搜索量增长 (过去90天)	-26%**	-0.35%**	-7.73%**
消费者关注			
价格区间分布 (英镑)			
热门产品特征	<p>家具材料</p>	<p>颜色</p>	<p>颜色</p>
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：玩具

Toys

细分选品	科学套件	拼图	磁性积木
买家需求	Science Kit	Jigsaw Puzzles	Magnetic Building
热门关键词	science kit, science, science kits for kids age 8	jigsaw puzzles for adults 1000, 1000 piece jigsaw puzzles for adults, jigsaw puzzle	magnetic tiles, magnetic building blocks, magnetic tiles for kids
搜索量增长(过去180天)	67.90%	86.73%	74.74%
搜索量增长(过去90天)	-64.72%**	-49.38%**	-52.85%**
消费者关注			
价格区间分布(英镑)			
热门产品特征	<p>年龄区间</p>	<p>主题</p>	<p>年龄区间</p>
选品示例			




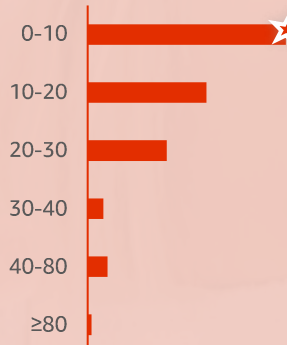
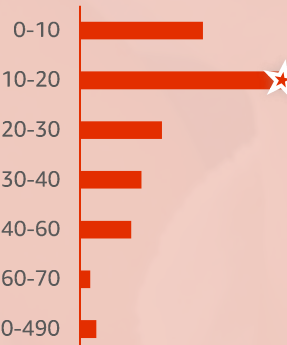
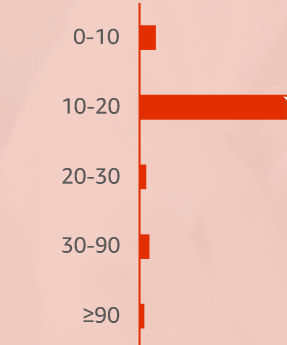
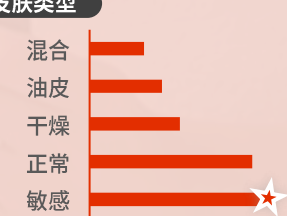
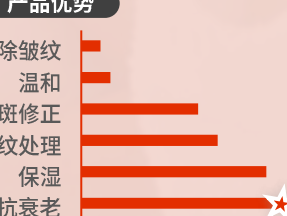
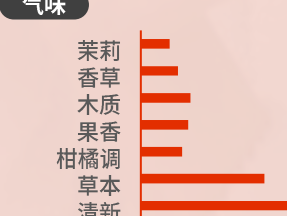

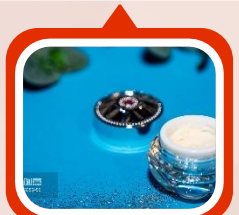

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：美妆

Beauty

细分选品	皮肤护理	眼霜	女士香水
买家需求	Skincare	Eye Cream	Perfume For Women
热门关键词	skincare, skin care, skincare set	eye cream, eye cream for dark circles and puffy eyes, dark circle eye cream	perfume for women, perfume, womens perfume
搜索量增长(过去180天)	33.28%	24.43%	63.30%
搜索量增长(过去90天)	-41.38%**	11.15%	-65.78%**
消费者关注			
价格区间分布(英镑)			
热门产品特征	<p>皮肤类型</p> 	<p>产品优势</p> 	<p>气味</p> 
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：电子产品 **Electronics**

细分选品	收音机	电视支架	睡眠耳机
买家需求	Radio	TV Mounts	Sleep Headphones
热门关键词	radio, dab radio, dab radio mains powered	tv wall bracket, tv bracket, tv wall mount	sleep headphones, snoozeband, headband headphones
搜索量增长 (过去180天)	25.24%	17.48%	58.13%
搜索量增长 (过去90天)	-28.30%**	-23.20%**	-18.06%**
消费者关注			
价格区间分布 (英镑)			
热门产品特征	兼容设备 	最大可支持尺寸 	暂无数据
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：健康与个人护理

Health & Personal Care

细分选品	漱口水	安全剃刀
买家需求	Mouthwash	Safety Razor
热门关键词	mouthwash, listerine mouthwash, listerine	safety razor, single blade razor, double edge razor
搜索量增长(过去180天)	0.74%	17.37%
搜索量增长(过去90天)	11.75%	5.74%
消费者关注		
价格区间分布(英镑)		
热门产品特征	<p>效果</p> <ul style="list-style-type: none"> 抗白化 日常清洁 牙菌斑去除 抗菌 清新口气 口臭治疗 	<p>皮肤类型</p> <ul style="list-style-type: none"> 混合 敏感 正常
选品示例		

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

04

沉默的旅行



消费趋势剖析

沉默的旅行成为一种越来越受欢迎的健康趋势

安静的旅行是受欢迎的

Pinterest的《2024 年夏季旅行报告》查看了2023年到2024年的全球用户数据，显示人们使用（和搜索）“平静的地方”和“安静的生活”等术语的比例逐年高得多。人们对更安静、更安宁的生活方式的追求日益强烈，这种对简单的渴望也延伸到了旅行中。



寻求安静并不意味着只是坐在一个安静的房间里。而是让自己沉浸在自然宁静的环境中，远离城市生活的噪音和干扰。这一趋势引起了旅行者的兴趣，他们希望为自己的生活充电，并与自己和周围的世界重新建立联系；引起这个趋势的另外一个原因是，对真实而有意义的旅行体验的渴望。

西欧对“沉默的旅行”

表现出浓厚的兴趣

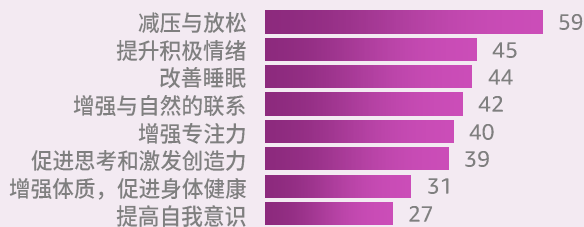
西欧的人们对于“沉默的旅行”产生了浓厚的兴趣，他们渴望在旅途中享受一份宁静，远离城市的喧嚣和噪音。他们希望出行的方式是安静的，没有噪音干扰，能够让他们放松心情，沉浸在大自然的美好之中，也能让他们更加亲近自然。



人们越来越想逃离科技驱动的生活的噪音，拥抱安静，安静的旅程对健康有很大的影响。全球健康研究所（GlobalWellnessInstitute）预测，未来两年健康旅游将增长21%

远离各种噪音的安静旅行对健康极为有益

消费者认为安静旅行的积极影响



专家认可安静旅行的重要和益处

“在混乱的现代生活中，寻找安静和专注的时刻可以深刻地影响心理健康。安静的行动对心理健康有很多好处，改善情绪，减少焦虑和抑郁的症状。”

——精神病学家瑞安·苏尔坦博士

一次安静的散步足够活跃，它能让你保持兴奋，这正在激活你的感官，这会刺激你的大脑，让你保持专注。


——纽约心理治疗师金伯林·谢伯德

数据来源：Pinterest《2024年夏季旅行报告》；全球健康研究所(GWI)《全球健康经济监测报告2023》；2024年Ipsos消费者调查


04 沉默的旅行





低科技旅行回归： 尝试在旅途中戒掉智能设备的做法越来越多

 英国旅行搜索引擎Skyscanner指出Z世代已经厌倦了不断地在社交媒体上发布信息，相反，他们开始选择更复古的技术来记录他们的旅行，比如宝丽来相机和便携式摄影机。

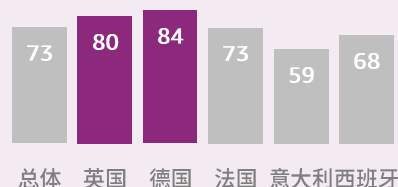
 芬兰东海湾国家公园Ulko-Tammio声称在2023年夏季成为首个无手机旅游目的地，他们鼓励游客进行“数字禁食”，更好地与自然接触。

 VML Intelligence向世界各地的人询问了他们旅行的原因，排在第一位的答案是收获纯粹的快乐，紧随其后的就是亲近自然。这推动了低科技旅行的回归，它让旅行者能充分享受周遭环境。

 FTLO Travel目前提供完全无需手机的行程。该公司面向20多岁和30多岁的单身旅行者，最近推出了一系列新的无手机国际团体旅行，专门针对那些不想在旅行时看屏幕的人。

 英国公司Unplugged宣传为期三天的数字戒毒，游客需在入住期间将手机锁起来，他们会在办理入住手续时给游客一部古老的诺基亚哑机。

我享受安静、远离噪音和干扰的旅程
(比较同意+非常同意)



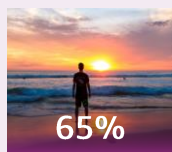
我希望旅行过程是安静、亲近自然、
没有噪音干扰的
(比较同意+非常同意)



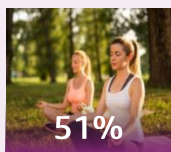
安静的旅行并不意味着单调， 它是形式多样的、丰富的

人们理解中的安静旅行是形式多样的

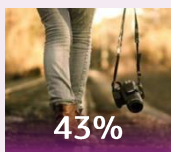
Q: 您认为以下哪些活动属于安静的、远离噪音和干扰的旅程? (多选)



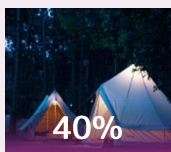
亲近自然的体验活动 (看日出、观海)



默想徒步/散步、户外冥想



远离电子设备/智能设备干扰的旅程



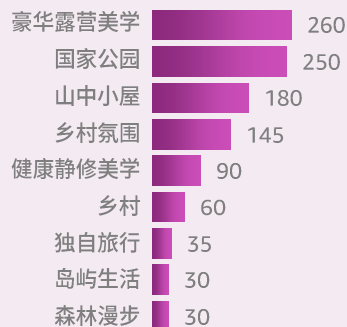
在僻静的环境度假、露营



安静的创作活动 (外出摄影、画画、阅读写作)

较热门的安静旅行趋势

各旅行相关话题搜索量
增加幅度

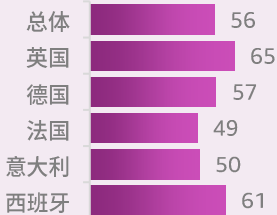


04 沉默的旅行



无声的行程需要安静的工具来辅助

未来六个月计划进行一次及以上的安静的旅行 (%)

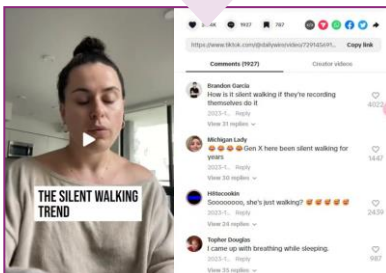


追随“无声行走”潮流的创作者们

这是一个很好的例子，说明我对不断的刺激有多依赖。

我太兴奋了，去散步，听听自己的想法，这个想法太棒了。

我一直在分享我早晨安静的散步，我把这当做与狗狗共度时光的一种方式，并把我的脚步融入其中。



未来六个月内，您计划购买哪些产品来打造一个安静有趣的旅程



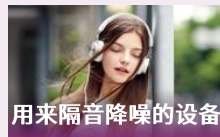
营造静谧环境的工具

(白噪音机器、轻柔音乐播放设备、遮光布、安静灯光的灯具等)



静音低噪设计的工具

(低噪音发动机、车辆、便携静音电器如风扇等便携出行工具)



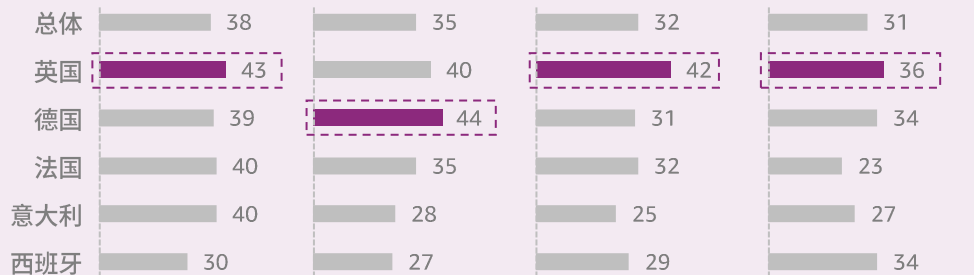
用来隔音降噪的设备

(如隔音帐篷、隔音板和隔音材料、降噪耳机、音箱、降噪麦克风)



低科技产品

(复古摄像机、胶卷相机、蜡烛火柴等减少电子设备干扰和噪音)



静默行走掀起风潮，在行走中与自己建立联系、感受自我

在TikTok上风靡一时的“无声行走”趋势，来自于播客主持人马迪·迈奥 (Mady Maio) “无意中发起了一场运动”：“不带AirPods，不听播客，不听音乐。只有我，我自己和我”，这个视频目前已获得近50万次观看。在没有任何音乐、播客或视频的情况下散步，尽可能地拔掉插头，尽可能地专注于当下。这一趋势在抖音上迅速蔓延开来。

生活教练兼Life Architecture的创始人Bayu Prihandito指出，大流行加剧了焦虑和抑郁的感觉，使得像安静行走这样的做法作为一种自然的心理健康方法更具吸引力。研究发现，步行练习与较低的抑郁和焦虑水平以及较高的幸福感和生活满意度有关。



数据来源：2024年Ipsos消费者调查

未来选品展望

类目：家居装修 Home Improvement

细分选品	墙板	防尘片	可移动浴缸	电池供电壁灯	油漆磨边机
买家需求	Wall Panels	Dust Sheets	Portable Bath	Battery Operated Wall Lights	Paint Edger
热门关键词	wall panels, 3d wall panels, wall panelling, wood panels for walls	dust sheets, dust sheets for decorating, decorating sheets dollar	portable bathtub adult, portable bath, bath tub	battery operated wall lights, rechargeable wall lights indoor, wall lights battery operated	paint edger tool, paint edger, cutting in tools for painting
搜索量增长(过去180天)	32.18%	8.17%	23.78%	154.68%	32.50%
搜索量增长(过去90天)	25.01%	17.55%	25.09%	38.08%	84.29%
消费者关注					
价格区间分布(欧元)					
热门产品特征	暂无数据	暂无数据	颜色与表面处理	饰面类型	暂无数据
选品示例					

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

未来选品展望

类目：玩具 Toys

细分选品	捏捏乐、水晶泥
买家需求	Needoh
热门关键词	needoh, nee doh, needoh nice cube
搜索量增长(过去180天)	277.23%
搜索量增长(过去90天)	33.85%
消费者关注	
价格区间分布(欧元)	
热门产品特征	<p>主题</p>



* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

未来选品展望

类目：美妆 Beauty

细分选品	卷发梳	底妆
买家需求	Curly Hair Brush	Baked Foundation
热门关键词	denman hairbrush, curly hair brush, bounce curl brush	laura geller baked balance and brighten foundation medium, laura geller, laura geller foundation
搜索量增长 (过去180天)	57.35%	188%
搜索量增长 (过去90天)	38.10%	91.88%
消费者关注		
价格区间分布 (欧元)		
热门产品特征	<p>效果</p> <ul style="list-style-type: none"> 减少静电 生发 增强光泽 打造风格 顺滑发质 理顺头发 	<p>皮肤色调</p> <ul style="list-style-type: none"> 非常浅 深色 中等肤色 浅色
选品示例		

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

未来选品展望

类目：摄像

Camera

细分选品	随身携带轻巧摄像头
买家需求	Body Camera
热门关键词	body camera, body cameras with audio and video, body cam
搜索量增长 (过去180天)	7.47%
搜索量增长 (过去90天)	7.70%
消费者关注	
价格区间分布 (欧元)	
热门产品特征	<p>特殊功能</p>

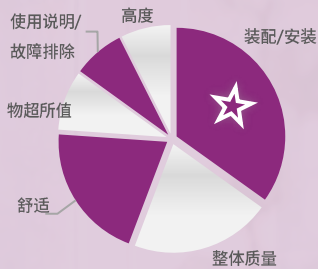
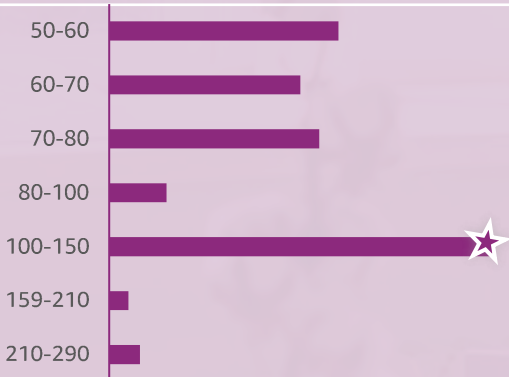



* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

未来选品展望

类目：家具

Furniture

细分选品	跪椅
买家需求	Kneeling Chair
热门关键词	kneeling chair, kneeling chairs, posture chair
搜索量增长 (过去180天)	13.24%
搜索量增长 (过去90天)	27.09%
消费者关注	
价格区间分布 (欧元)	
热门产品特征	<p>框架材料</p> 



* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

05

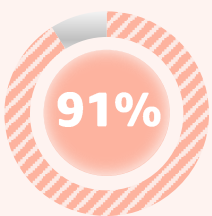
睡眠正苏醒



消费趋势剖析

日本睡眠不足问题引关注，改善睡眠势在必行

日本睡眠时间不足且在全球中都尤为突出



91.4%的受访者表示理想的睡眠时间为6小时以上

实际能确保6小时以上睡眠的人仅有54.4%



睡眠时长处于世界较低水平

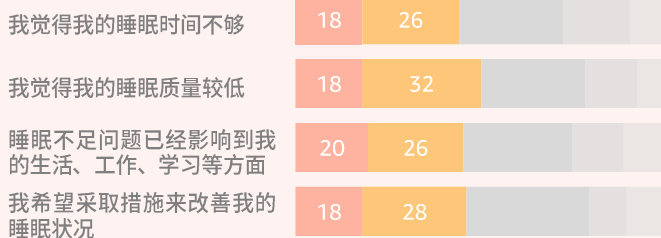
↓ 日本人的平均睡眠时间为6小时50分钟，同经济合作与发展组织其他成员的平均睡眠时间相比，日本人的睡眠时间仍低不少，处于世界较低水平。

🔍 2020年到2024，受调查人员有关平均睡眠质量的分数几乎保持不变，睡眠质量有待改善。

睡眠问题亟需改善

日本超过50%的儿童因忙碌的日程和智能手机而睡眠不足；只有29%的日本消费者对自己的睡眠感到满意，而57%的30多岁的日本女性有3个或以上的睡眠问题。

非常认可 → 完全不认可



数据来源：日本劳动安全卫生综合研究所2023年《过劳死等防止对策白皮书》；日本BRAIN SLEEP 2024年调研；AsiaNewsNetwork（东京大学和日本理化学研究所2023年联合调研结果）MINTEL 2023；2024年 Ipsos 消费者调查

05

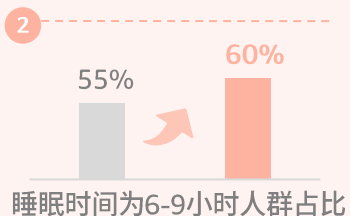
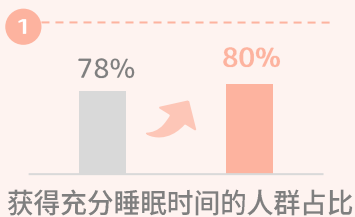
睡眠正苏醒



日本政府关注睡眠情况并鼓励改善睡眠

“健康日本21”计划

日本厚生劳动省将推出的2024至2032年“健康日本21”计划中已经设定了相关目标：



日本健康睡眠指南针2023

厚生劳动省2023年版的健康睡眠指南针对各年龄层提出建议：

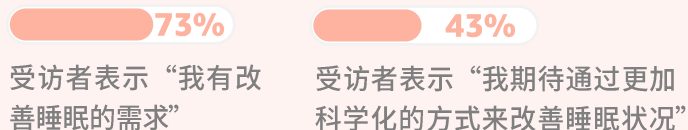


睡眠协会组织的建立与合作

日本睡眠协会与学术界和医学界合作，旨在通过传播与睡眠相关的科学的信息和政策建议，促进工业界和当地社区的社会实施，改善日本的睡眠状况与整个社会的福祉，并防止因睡眠问题造成的经济损失。

日本消费者期望通过各种方式改善睡眠状况

很多日本人有意改善睡眠情况



未来花在改善睡眠上的支出变化

Q: 跟以前相比，您未来花在改善睡眠上的支出会增加、减少还是不变？（单选）



数据来源：日本厚生劳动局；日本睡眠科学学会；2024年 Ipsos 消费者调查

05

睡眠正苏醒



日本人期待通过以下方式改善睡眠

Q: 您有可能会采取以下哪些措施来改善您的睡眠情况? (多选)

 <p>69%</p>	<p>生活方式的调整</p> <p>通过运动、饮食、规律作息等方式</p>	 <p>40%</p>	<p>营造良好的睡眠环境</p> <p>使用遮光窗帘、耳塞、白噪音机等辅助工具</p>
 <p>61%</p>	<p>优化床铺舒适度</p> <p>舒适的、高质量的床垫、枕头、被套及其他床上用品</p>	 <p>24%</p>	<p>实用科技产品辅助</p> <p>睡眠跟踪设备、智能床垫、智能床头柜</p>
 <p>56%</p>	<p>护理放松和减压</p> <p>通过按摩、睡前护理放松身心，如蒸汽眼罩、助眠精油、睡眠面膜等</p>	 <p>13%</p>	<p>寻求专家帮助</p> <p>通过咨询专家和医生，采取药物治疗或干预</p>

日本企业的努力：

为受睡眠不足困扰的日本人提供一剂“良药”

 <p>Brain Sleep</p> <p>Brain Sleep枕头是一款透气性较高的枕头，可在人入睡后使身体内的热量散出，提高睡眠质量。该公司发起众筹后，引起了超预期的巨大反响，最终实现正式上市销售。公司还提供各种服务和产品，以尖端的睡眠医学和快速发展的IT技术来提高睡眠质量。</p>	 <p>Panasonic</p> <p>Eolia Sleep空调是松下控股（Panasonic HD）旗下的松下推出的空调。通过床边的专用传感器测量人的头部附近的温度和湿度，以调整合适空调温度，还能与该公司的照明灯联动，逐渐提高室内照明灯亮度，为用户营造舒适的起床氛围。</p>	 <p>Homerion</p> <p>HOMERION好玛睡眠蛋是专门针对失眠严重这一问题而设计的，它可通过声音治疗、光疗、按摩、气味疗法等多种技术手段帮助用户放松身心，从而帮助用户缓解失眠、改善睡眠质量，让用户在享受健康舒适的睡眠体验中提高生活质量。</p>
--	--	---

未来选品展望

类目：家居

Home

细分选品	身体抱枕	除湿片	百叶窗	儿童用枕头***
买家需求	抱き枕	除湿シート	すだれ	子供枕
热门关键词	抱き枕, だき枕, だきまくら おすすめ	除湿シート, 除湿シート シングル, じょしつしーと寝具用 シン グル	すだれ, すだれ 屋外, 簾 屋外	子供枕, 枕 子供, 子供用枕
搜索量增长 (过去180天)	-4.16%**	-5.77%**	-73.46%**	37.88%
搜索量增长 (过去90天)	-16.23%**	17.71%	14.51%	-21.49%**
价格区间分布 (美元)				
热门产品特征	グレー ホフイト エレガントグレー ネイビー ブラクン 柴犬のコタロウ ブルー ピンク ライトグレー グリーン	シングル 90×180 90×190CM ダブル 90×180CM セミダブル ベッド対応シングル シングル・90×180CM 110×180 90×180CM	ブラウン ブラック ナチュラル だき枕だきま すめ ホワイト ページ 炭化した色 シャンパンゴールド ライトブラウン グレー シルバー	子ども用 ホワイト パープル アンパンマン ピカチュウポッチャマ サンエックスすみっこぐらし (おとまり会) ピカチュウイーブイ パウパトロール ポケモンピカチュウ (ウイंक) すみっこぐらし
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 过去90天内无平台大促等因素，相关搜索有所下降。

*** 产品推荐为最新节点，同一名称下的节点可能对应不同路径。

未来选品展望

类目：家居

Home

细分选品	直颈枕头***	蒲团	特大号盒装床单	毯子
买家需求	ストレートネック 枕	布団	キングサイズ ボックスシーツ	毛布
热门关键词	ストレートネック 枕, 首枕, ストレートネック	布団, 掛け布団, 掛け布団 シングル	ワイドキングボックスシーツ, キングサイズ ボックスシーツ, ボックスシーツワイドキング	毛布, ブランケット, 毛布 シングル
搜索量增长 (过去180天)	15.07%	85.62%	6.77%	217.59%
搜索量增长 (过去90天)	-16.51%**	-55.06%**	-12.91%**	-68.79%**
价格区间分布 (美元)	<p>0-10 10-20 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 1000-2000 其他</p>	<p>0-10 10-20 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 1000-2000 其他</p>	<p>0-10 10-20 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 1000-2000 其他</p>	<p>0-10 10-20 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 1000-2000 其他</p>
热门产品特征	63CM×43CM×20CM 至極 57CM×41CM STANDARD 極柔 スタンダード 60CM×35CM 新・ハイブリッド3層構造シ ングル 幅64×奥行40×厚さ (10-13CM)	シングル セミダブル ダブル 1.シングル【本掛け: 1.2KG】 1.シングル【充量1.0KG】 150×210 140×200CM 150×211CM 140×200CM	シングル・100×200CM シングル シングル・100×200CM セミダブル・120×200CM セミダブル・120×200CM ダブル・140×200CM ダブル・140×200CM セミダブル ダブル シングル-セミダブル兼用	シングル 140×200CM 140×200 ダブル 140×200CM シングル・140×200CM シングル(約140×200CM) セミダブル 01) シングル 1シングル
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 过去90天内无平台大促等因素，相关搜索有所下降。

*** 产品推荐为最新节点，同一名称下的节点可能对应不同路径。

未来选品展望

类目：家居 Home

细分选品	床垫	真丝枕套	百叶窗	被炉被褥长方形
买家需求	敷布団	シルク 枕カバー	ブラインド	コタツ布団 長方形
热门关键词	敷布団, 敷き布団, 敷き布団 シングル	シルク 枕カバー, 枕カバーシルク, シルク	ブラインド, ブラインドカーテン, ブラインドカーテンレール	コタツ布団 長方形, こたつ布団, 火爐布団 長方形
搜索量增长 (过去180天)	9.75%	31.79%	-3.70%**	263.19%
搜索量增长 (过去90天)	27.71%	-6.64%	8.87%	-79.82%**
价格区间分布 (美元)	<p>0-10 10-20 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 1000-2000 其他</p>	<p>0-10 10-20 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 1000-2000 其他</p>	<p>0-10 10-20 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 1000-2000 其他</p>	<p>0-10 10-20 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 1000-2000 其他</p>
热门产品特征	シングル 1.シングル (100×200×3CM) ダブル シングル (100×200CM) (圧縮梱包) セミダブル 2.シングル (100×200×5CM) 3.ブラック (100×200×5CM) 100×210シングル (圧縮梱包) シングルロング (100×210CM) (圧縮梱包) シングル (100×200CM)	43×63CM B-43×63CM 43×63CM 43×63CM 43CM×63CM 50×70CM C-50×70CM 35×50CM A-35×50CM枕カバー	幅80×丈220CM 幅180×丈210CM 幅180×丈180CM 幅180×丈135CM 幅160×丈135CM 幅180×丈220CM 幅90×丈135CM 幅90×丈180CM 幅160×丈180CM 幅160×丈220CM	185×235CM 185×185CM 190×240CM 190×190CM 205×285CM 205×245CM 200×240 190×240 内形 (幅69CM) 185×185CM
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

**季节性商品，10月开始上涨，夏季搜索量对比冬季下降。

未来选品展望

类目：家居

Home

细分选品	直颈枕	穿戴毯子***	腰痛垫	颈枕
买家需求	ストレートネック枕	着る毛布	腰痛クッション	ネックピロー
热门关键词	ストレートネック枕, 首枕, ストレートネック	着る毛布, 着る毛布メンズ, 着る毛布レディース	腰痛クッション, 低反発座布団, 座布団椅子	ネックピロー, ネックピロー飛行機, ネックピローエア
搜索量增长 (过去180天)	15.07%	757.51%	22.25%	0.39%
搜索量增长 (过去90天)	-16.51%**	-82.33%**	-11.46%**	-2.84%**
价格区间分布 (美元)				
热门产品特征	横幅24CM×縦幅15CM×高12CM 普通 29×30×11CM 幅約28CM奥行15CMくぼみの高さ9CM高さ11CM長: 約38CM幅: 約33CM厚办: 約15CM 長さ67CM×直径9.5CM (約) 横幅24CM×縦幅15CM×高12CM M高さ約11CM幅20CM長さ21CM高さ9CM 長: 約32CM幅: 約38CM	グレー ブラック ブルーブラウン ネイビー ピンク グレージュ チャコールグレー ページュ グリーン	46×39×7CM 縦38×横40-42CM 63×50×33CM 36CM×41CM×12CM 63×33×50CM 42×31×8 幅50CM×高さ63CM×厚み33CM 大 40×43×11CM 49×40×11CM	グレー ブラック 1.ピンテージブラック ブルー ネイビー ダークグレー 01グレーK143-ブラック 透明 アッシュグレー
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

*** 季节性商品，10月开始上涨，夏季搜索量对比冬季下降。

未来选品展望

类目：家居

Home

细分选品	飞机脚踏垫	羽绒被套 双人	缝隙胶带	电热毯
买家需求	フットレスト 飛行機	敷き布団カバー ダブル	隙間テープ	電気毛布
热门关键词	フットレスト 飛行機, 飛行機 フットレスト, 飛行機 足置き	敷き布団カバー ダブル, 敷き布団カバー セミダブル, ミダブル 敷き布団カバー	隙間テープ, 隙間風防止テープ, 隙間風防止	電気毛布, 電気毛布 敷き, 電気毛布 掛け
搜索量增长 (过去180天)	-16.28%**	3.70%	104.11%	829.86%
搜索量增长 (过去90天)	-11.92%**	-23.68%**	-42.20%**	-74.94%**
价格区间分布 (美元)				
热门产品特征	<p>通常 43×25×13CM 約55×55cm ワンサイズ F M 40×20×15CM 01.本体 15×15×35CM L40×30×15CM 1.本体</p>	<p>シングル シングル: 105×215CM シングルロング 敷き布団カバー/シングルロング 敷き布団カバー (シングル・ 105×215CM) ダブル 01.シングル 敷き布団カバー (シングル・ 105×215CM) ・全周ゴム フィット式 セミダブル: 125×215CM 1シングル</p>	<p>30CM×30CM×12MM厚8M 1000×0.12CM×94CM 10M 6M 1袋 幅940MM 910MM×910MM×厚50MM 415MM×910MM×厚50MM 3 枚入10M</p>	<p>140 × 80 CM シングル 1) 敷毛布 188×130CM 188×130 140×80CM 180×130CM 2) 約140×80CM (敷毛布) 190×130CM 140 × 82 CM</p>
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：家居

Home

细分选品	单间加湿器	全屋加湿器	床垫
买家需求	ワンルーム用加湿器	家全体用加湿器	マットレス
热门关键词	加湿器， 加湿器 小型， 加湿器 スチーム式	加湿器， 加湿器 小型， 加湿器 スチーム式	マットレス， マットレス シングル， マットレス シングル 3つ折り
搜索量增长 (过去180天)	778.99%	778.99%	18.98%
搜索量增长 (过去90天)	-71.19%**	-71.19%**	-10.23%**
价格区间分布 (美元)			
热门产品特征	480ML LARGE 8畳 6畳 木造8.5畳 260ML 300ML 1) ミスト量ゲージなし 適用床面積：14畳まで 6L	LARGE MEDIUM X-LARGE 2) ~14畳 10畳 42畳 13L EXTENDED X-LARGE 20畳 21L	シングル セミダブル ダブル 1. シングル【硬さ190N密度25D】 01. シングル 2. シングル A: シングル 厚さ5CM セミシングル 1. シングル
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：保健

Health

细分选品	香薰扩散器	头皮按摩	咬合垫	按摩器
买家需求	アロマディフューザー	頭皮マッサージ	マウスピース	マッサージ機
热门关键词	アロマディフューザー, ディフューザー, アロマ	頭皮マッサージ, ヘッドスパ, エトヴォス	マウスピース, マウスピース 歯軋り, 歯軋り マウスピース	マッサージ機, マッサージ, 首 マッサージ
搜索量增长 (过去180天)	16.76%	11.53%	9.46%	8.21%
搜索量增长 (过去90天)	-24.59%**	-28.46%**	3.79%	-20.08%**
价格区间分布 (美元)	<p>0-10 ★ 10-20 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 500-1000 1000-2000 其他</p>	<p>0-10 10-20 ★ 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 其他</p>	<p>0-10 10-20 ★ 20-30 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 300-500 500-1000 其他</p>	<p>0-10 10-20 20-30 ★ 30-40 40-50 50-70 70-100 100-150 150-200 200-300 其他</p>
热门产品特征	1個 (×1) 500ミリリットル (×1) 直径65MM×30MM中約 108MM×高さ約169MM 小 ONE SIZE 10×10×12CM 6畳 100ミリリットル (×1) 普通	1個 (×1) 1本 (×1) W200×L415×H23MM 径7.2×高さ5.2CM 硬さベーシック 30×3×8センチメートル (×1) 360ミリリットル (×1) ブルー 1リットル (×1) GJSZ-1	4個 2個 (×1) 1箱 1個 (×1) 单品 3個 3個 (×1) 6個 10個 (×1) 2個入り	ホワイト WHITE ブラウン ブラック BLACK 4.ゴールド レッド グレー GRAY 3.ローズゴールド
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：保健

Health

细分选品	足底按摩	按摩垫	足浴
买家需求	足裏マッサージ	マッサージシート	足湯
热门关键词	足裏マッサージ, 足ツボ, 足ツボマッサージ	マッサージシート, シートマッサージャー, 寝ながらマッサージ	足湯, 足湯 バケツ, フットバス
搜索量增长 (过去180天)	-23.96%**	11.87%	64.48%
搜索量增长 (过去90天)	-9.43%**	-24.04%**	-37.36%**
价格区间分布 (美元)			
热门产品特征	1個 (×1) SMALL 2) 足先太もも 足先ふくらはぎ 1) 足先ふくらはぎ MEDIUM 1) 骨盤おしり 39×34.5×25CM 30.5CM×31CM×1CM W400×L340×H480MM	1年保証 通常 シートマッサージャー 幅53.5×高さ15×長さ26.5CM LARGE THANK YOUセット あたため機能なし ギフト クリスマスセット 誕生日セット	18×39×33CM 深型 B-HA03001 1台 LARGE 深型タイプ 39.0×43.5×20.5CM 浅型 XX-LARGE 1個 (×1)
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：宠物

Pets

细分选品	猫笼																												
买家需求	猫ケージ																												
热门关键词	猫ケージ, キャットケージ, 猫ケージ																												
搜索量增长 (过去180天)	-14.11%**																												
搜索量增长 (过去90天)	-24.02%**																												
价格区间分布 (美元)	<table border="1"> <caption>价格区间分布 (美元)</caption> <thead> <tr> <th>价格区间 (美元)</th> <th>分布情况</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>0-10</td><td>低</td></tr> <tr><td>10-20</td><td>低</td></tr> <tr><td>20-30</td><td>低</td></tr> <tr><td>30-40</td><td>低</td></tr> <tr><td>40-50</td><td>低</td></tr> <tr><td>50-70</td><td>中</td></tr> <tr><td>70-100</td><td>高 (★)</td></tr> <tr><td>100-150</td><td>中</td></tr> <tr><td>150-200</td><td>低</td></tr> <tr><td>200-300</td><td>低</td></tr> <tr><td>300-500</td><td>低</td></tr> <tr><td>500-1000</td><td>低</td></tr> <tr><td>其他</td><td>低</td></tr> </tbody> </table>	价格区间 (美元)	分布情况	0-10	低	10-20	低	20-30	低	30-40	低	40-50	低	50-70	中	70-100	高 (★)	100-150	中	150-200	低	200-300	低	300-500	低	500-1000	低	其他	低
价格区间 (美元)	分布情况																												
0-10	低																												
10-20	低																												
20-30	低																												
30-40	低																												
40-50	低																												
50-70	中																												
70-100	高 (★)																												
100-150	中																												
150-200	低																												
200-300	低																												
300-500	低																												
500-1000	低																												
其他	低																												
热门产品特征	2段 91L×57W×129H CM 3段 [バリアフリー3]取付可能幅: 約78.5CM- 71L×77W×13H CM XL (3×3) [スリム]取付可能幅: 約73.5CM- 63L×96W×24H CM 96L×25W×67H CM 70L×43W×89H CM																												



* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

06 生活在别处



消费趋势剖析

日本户外活动一直有着稳定且庞大的市场

日本的户外活动市场一直保持着稳定且庞大的规模，这一现象背后有着多重因素的推动。日本丰富的自然景观也为户外活动提供了得天独厚的条件，无论是登山、徒步、露营还是各种探险活动，都能在日本找到理想的场所。

此外，随着户外文化的普及和社交媒体的推广，户外活动也逐渐成为了一种时尚潮流，吸引了大量年轻人的参与。

2023年日本的体育和户外收入约达到**26.9亿美元**

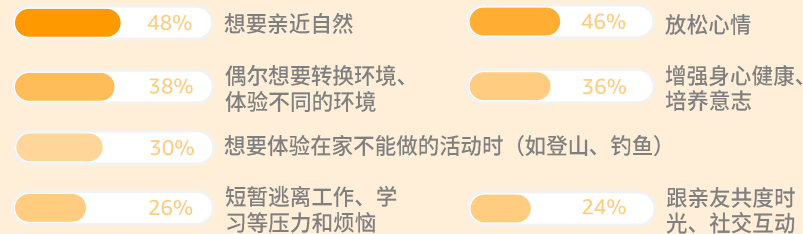
2023-2027年的年增长率为**10.25%**，这一增长使其稳居世界领先的户外市场之列



日本是继中国、美国、英国和德国之后的**第5大**户外零售市场

总有不同的原因吸引着大家去到户外活动

Q: 请问以下哪些原因会吸引您进行户外活动? (多选)



33%

的人群表示，每月会进行1次及以上的户外活动

比起单一特定的户外活动，把家搬到户外，在户外生活一天的形式越来越受欢迎

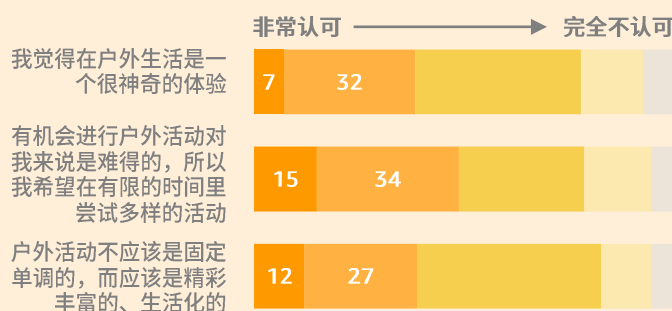
日本消费者不再满足于单一的户外活动，越来越多的人开始寻求以生活的形式在户外度过一天，将日常生活中融入到自然环境中去。人们觉得自己不仅仅是游客，更像是将自己的一小部分生活融入了自然之中，从而达到了一种与自然和谐共生的生活状态。

06 生活在别处



比起到户外进行一项特定的活动（如运动），**54%**的被访者表示更愿意以生活的形式在户外度过一天，尝试丰富的生活类活动。

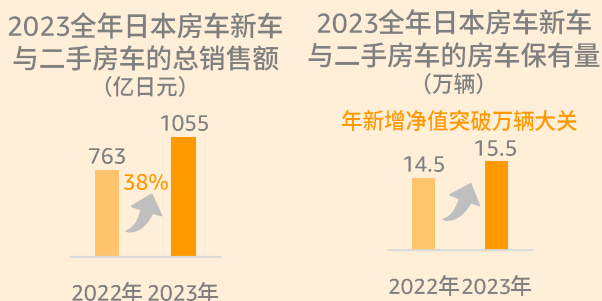
日本人期待且有能力在户外度过生活化的一天，尝试更加丰富的活动观念变化



房车露营兴起体现日本消费者户外观念的转变

房车文化正在逐步融入日本人的日常。由于日本国土面积狭小、庞大的人口基数和特定的道路状况，经过三十多年的发展，日本房车市场已经形成了适应国家特色的微型房车。

房车露营活动也在逐渐增加



协会和机构也在支持房车活动的增长

专门提供露营车服务的租赁机构在不断增加

价格会因店铺和季节的不同而有所不同，但通常在24小时15000日元到25000日元之间。

支持者正在推动为露营者安装专用基础设施

得到协会正式认可的房车公园也在增加，截至2023年6月，全日本共有**350多家**。房车停车场提供供水、排水和废物处理，以及大型停车位、24小时洗手间和100v 交流电源。



在以车中住宿为代表的户外热潮带动下，房车文化不断繁荣，日本房车协会认为房车有着非常旺盛的需求，整体保持稳定增长的趋势，房车市场规模也在持续扩大。享受退休生活的老年人、有小孩的家庭等越来越开始享受这种乐趣。

数据来源：2024年Ipsos消费者调查；日本房车协会（JRVA）发布的《2023年度报告》；日本传播基金会（nippon.com）

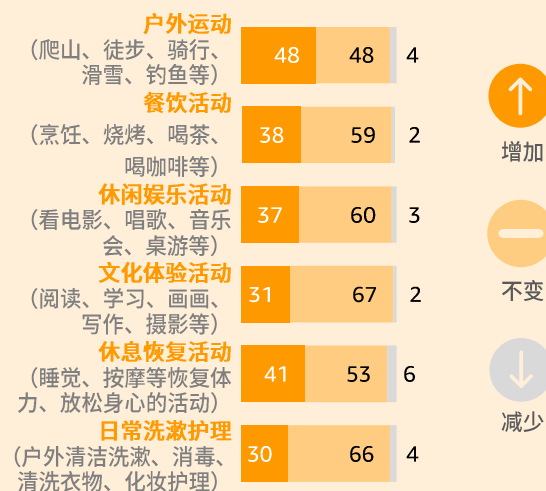
06 生活在别处



不仅是运动，在户外进行放松休息、餐饮、娱乐和文化体验活动也不鲜见

人们有意向增加除了户外运动之外的休息恢复活动、餐饮活动、休闲娱乐活动

Q: 户外活动的时候，你预计进行以下活动的频率是提高、降低还是不变呢？（横向单选）



增加



不变



减少

户外生活方式的革新，带来了各种相关用品的无限商机

放松休息类



烹饪餐饮类



休闲娱乐类



阅读创作类



护理清洁类



未来选品展望

类目：运动用品 Sports

细分选品	露营拖车	急救包	换衣帐篷
买家需求	キャリーカート	救急セット	着替えテント
热门关键词	キャリーカート, カート, キャリー	救急セット, ファーストエイドキット, 救急箱セット	着替えテント, 簡易トイレテント, トイレテント
搜索量增长 (过去180天)	-16.31%**	-0.48%**	23.32%
搜索量增长 (过去90天)	-4.83%**	14.72%	66.53%
消费者关注			
价格区间分布 (美元)			
热门产品特征	ブラック レッド AMAZON限定イエロー ベージュ ダークグリーン カーキ グリーン ワンカラー グレー (オリーブ × タン)	1個 (×1) やや小さめ 専用ケース入り 19種類110点セット 救急バッグ 単層 Sサイズ 10インチ 直径 27MM、長さ 93MM、レバー幅 62MM 21×15×7CM	ONE SIZE 120×120×190 1人 4人 120×120×90CM 120×120×90CM 150S 1.2M×1.2M×1.9M (CM)：W120×D120×H127 大
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：运动用品 Sports

细分选品	单燃烧器	多用途工具
买家需求	シングルバーナー	マルチツール
热门关键词	シングルバーナー, キャンプコンロ, ガスコンロ キャンプ	マルチツール, マルチツール 電動, ツール
搜索量增长 (过去180天)	1.19%	15.69%
搜索量增长 (过去90天)	-23.29%**	-8.35%**
消费者关注		
价格区间分布 (美元)		
热门产品特征	シルバー マルチ ブラック カーキ メタリックコーラル グレー サンドベージュ グリーン	シルバー ブラック レッド 青 ブラウン コヨーテ ウッド グリーン トランスルーセントレッド ホワイト
选品示例		

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：运动用品 Sports

细分选品	睡袋	露营垫	露营椅
买家需求	寝袋	キャンプマット	キャンプ椅子
热门关键词	寝袋, シュラフ, 寝袋 冬用	キャンプマット, インフレーターマット, キャンプマット	アウトドアチェア, キャンプ椅子, キャンプチェア
搜索量增长 (过去180天)	90.52%	-28.16%**	-40.18%**
搜索量增长 (过去90天)	-31.55%**	-21.76%**	-22.26%**
消费者关注			
价格区间分布 (美元)			
热门产品特征	90×200CM 2.5KG 1.8KG 1800 1.4KG 1400 2.2KG 1KG	ブラック グレー ホワイト A-ネイビー B-グレー シングル (ネイビー) R5.8-マミー型-シルバー レッド R5.8-長方形-シルバー ベージュ	ブラック ベージュ オリーブ グリーン カーキ グレー グレージュ レッド ブラウン
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：服饰商品 Apparel

细分选品	背包	随身携带的小包	折叠伞	男士雨衣
买家需求	リュック・バックパック	キャリーオンバッグ小さめ	折りたたみ傘	レインウェアメンズ
热门关键词	リュック・バックパック, ビジネスバッグ・リュック, fila リュック	野球リュック, 野球 バッグ, 野球バック, 少年野球 バッグ	折りたたみ傘, 傘, 折りたたみ傘 丈夫 軽量	バイクレインウェア, ゴルフレインウェアメンズ, レインウェアメンズ
搜索量增长 (过去180天)	-1.95%**	22.09%	-16.33%**	-29.75%**
搜索量增长 (过去90天)	-32.88%**	17.02%	99.67%	68.80%
消费者关注				
价格区间分布 (美元)				
热门产品特征	ブラック レッド AMAZON限定イエロー ベージュ ダークグリーン カーキ	ブラック ネイビー BLACK ブラック/ブルー ブラック/クリア ブラック ブラック/レッド ブラック/ゴールド ブラック×レッド ブラック/ホワイト	ブラック ネイビー ブルー BLACK ホワイト ベージュ グレー ピンク グリーン あんずいろ	L M LL XL 3L 2XL 4L S 3XL 5L
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：鞋靴箱包 Shoes

细分选品	手提箱	袋中包	悬挂式旅行袋
买家需求	キャリーケース	バッグインバッグ	トラベルポーチ 吊り下げ
热门关键词	キャリーケース, スーツケース, スーツケース 機内持ち込み	バッグインバッグ, バックインバック, インナーバッグ	トラベルポーチ 吊り下げ, 吊り下げポーチ, ハンギングポーチ
搜索量增长 (过去180天)	4.14%	3.23%	-22.08%**
搜索量增长 (过去90天)	-12.18%**	10.19%	15.81%
消费者关注			
价格区间分布 (美元)			
热门产品特征	ONE SIZE ワンサイズ SMALL MEDIUM M S Sサイズ Sサイズ (40.5L/機内持込) Sサイズ/機内持込 (1-3泊) Mサイズ	A4 FREE SIZE 1個 (×1) M タテ トートバッグ用 S PC18バッグインバック ヨコ L	XL 約16×19×6CM FREE SIZE ONE SIZE 1個 (×1) 3個アソート L 3 PACK M 38×35×15CM
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：鞋靴箱包 Shoes

细分选品	护照盒	鞋盒
买家需求	パスポートケース	シューズケース
热门关键词	パスポートケース パスポートケース 首下げ パスポートカバー パスポートケース スキミング防止 セキュリティポーチ スキミング防止 パスポートケース	シューズケース, シューズバッグ, ゴルフシューズケース
搜索量增长 (过去180天)	8.38%	16.05%
搜索量增长 (过去90天)	25.41%	56.97%
消费者关注		
价格区间分布 (美元)		
热门产品特征	ONE SIZE 2.5CM × 14.0CM × 23.5CM FREE 13.5 × 9.5 × 0.5CM FREE SIZE パスポートケース M 23 × 13 × 3CM 19/14 21.3 × 16 × 0.7CM	ブラック グレー ブラック 特大サイズ ブラック 2枚セット ブルー ピンク ネイビー ブラック 2枚組 グレー 2枚セット オレンジ
选品示例		

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

未来选品展望

类目：美妆用品 Beauty

细分选品	指甲刀	眉毛	烫发器
买家需求	爪切り	アイブロウ	ヘアアイロン
热门关键词	爪切り, 爪切り日本製, 爪切り高級	アイブロウペンシル, アイブロウ, 眉毛ペンシル	ヘアアイロン, ストレートアイロン, サロニアヘアアイロン
搜索量增长 (过去180天)	13.15%	18.27%	30.30%
搜索量增长 (过去90天)	2.75%	-6.32%**	-22.03%**
消费者关注			
价格区间分布 (美元)			
热门产品特征	シルバー ブラック 白 101 (单品) ホワイト ガンメタスマーキーブラック ピンク 黒 ブルー レッド	ライトブラウン ナチュラルブラウン 03 モダンベージュ ブラウン チャコールブラウン 02 マイルドウッドイー クリア ダスキーローズ 03 ナチュラルブラウン 01 グレーストーブ	アソート クリアブラック ホワイト 白 オレンジ 赤 ホワイト×ピンク、ホワイト×ブルー、 ピンク×ピンク おまかせ ブルー ピンク
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：厨房用品 Kitchen

细分选品	便携式净水器	开瓶器	炊具	耐热玻璃容器
买家需求	携带净水器	ワインオープナー	クッカー	耐熱ガラス容器
热门关键词	携带净水器, 净水器 災害, 净水器 アウトドア	ワインオープナー, コルク抜き, ワインオープナー	クッカー, クッカーセット, キャンプクッカー	イワキ 耐熱ガラス容器, イワキ 耐熱ガラス容器 セット, イワキ
搜索量增长 (过去180天)	131.41%	40.19%	-8.35%**	25.38%
搜索量增长 (过去90天)	51.70%	-23.68%**	-20.69%**	1.83%
消费者关注				
价格区间分布 (美元)				
热门产品特征	ホワイト ブラック スチールシルバー ブルー マットブラック スケルトン	シルバー ホワイト ブラック 黒 イエロー	マルチ ブラック シルバー グリーン 無 ブルー ブラウン 黒 チャコールビザオープン	1.2L 500ML 200ML 一膳分 M LARGE 高: 16CM (ショート) 450ML 大盛 800ML L 2個 (×4)
选品示例				

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：厨房用品 Kitchen

细分选品	小型便携式洗衣机	加热器	読書灯
买家需求	小型洗濯機	ヒーター	ブックライト
热门关键词	小型洗衣机, 迷你洗衣机, 桶式清洗机	電気ストーブ, ヒーター, ファンヒーター	読書灯, 読書ライト, 読書灯 ベッドサイド
搜索量增长 (过去180天)	-8.29%**	835.69%	39.42%
搜索量增长 (过去90天)	7.28%	-78.55%**	-1.63%**
消费者关注			
价格区间分布 (美元)			
热门产品特征	ステンレス脱水槽 携帯に便利なスリムタイプ (100G) 小型 しっかり洗えるおうちタイプ (200G) 中 約27×24×165MM 幅27.4×奥行28.8×高さ21.4CM 折り畳み式洗濯機 容量2KG ブルー SMALL	ホワイト ブラック 1) ピュアホワイト×マットブラック グレー SILVER ブラウン CLASSIC SILVER	ブラック PURE WHITE GREY ホワイト ブルー シルバー ゴールド NEW GREY YELLOW GREEN ライム
选品示例			

* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：电器 Major Appliances

细分选品	便携式冰箱
买家需求	ポータブル冷蔵庫
热门关键词	車載冷蔵庫, ポータブル冷蔵庫, 車冷蔵庫
搜索量增长 (过去180天)	-61.61%**
搜索量增长 (过去90天)	8.88%
消费者关注	
价格区间分布 (美元)	
热门产品特征	18L 30L CR PRO 20L 40L 25L MEDIUM 50L X-LARGE 28L 22L

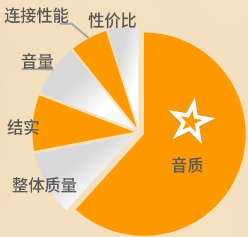
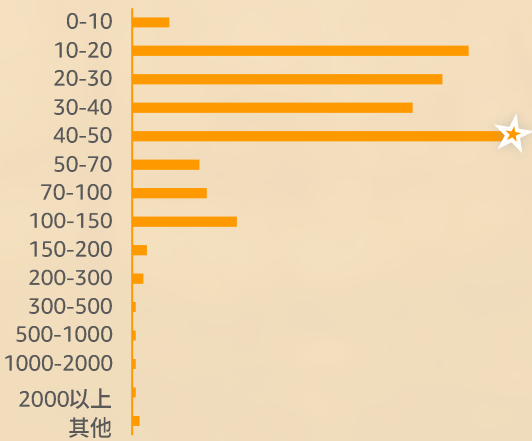


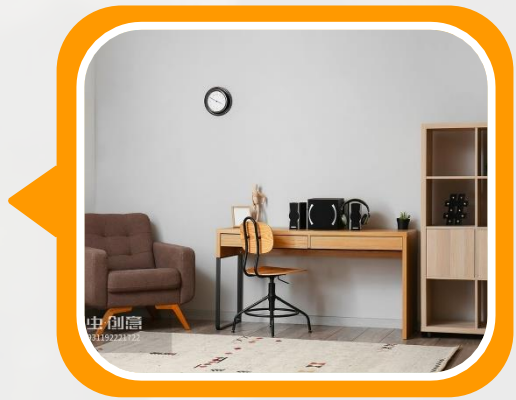
* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：音乐器具 Musical Instruments

细分选品	扬声器
买家需求	スピーカー
热门关键词	スピーカー, スピーカー bluetooth, ブルトゥーススピーカー
搜索量增长 (过去180天)	13.76%
搜索量增长 (过去90天)	-20.18%**
消费者关注	
价格区间分布 (美元)	
热门产品特征	ブラック ホワイト ブルー グレー トリプルブラック レッド ブラック&プラス ナチュラルウッド シルバー ラックスシルバー



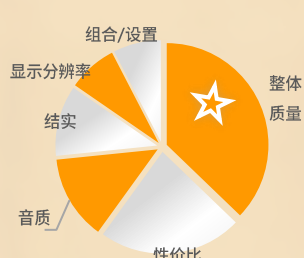
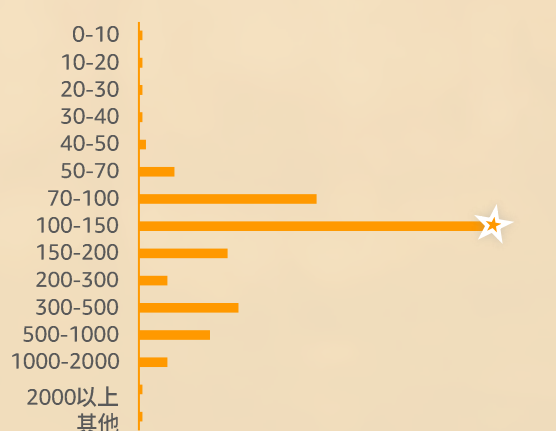
* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：PC产品

PC

细分选品	投影仪
买家需求	プロジェクター
热门关键词	プロジェクター, プロジェクター 家庭用, プロジェクター 小型
搜索量增长 (过去180天)	39.17%
搜索量增长 (过去90天)	-26.20%**
消费者关注	
价格区间分布 (美元)	
热门产品特征	ブラック ホワイト グレー ANDROID TV 11.0-ホワイト ダーク ワイト 白い シルバーグレー



* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。

** 搜索趋势并不代表最终销售趋势，推荐节点选品为销售高潜力选品。

未来选品展望

类目：电子产品 **Electronics**

细分选品	变压器
买家需求	变压器
热门关键词	变压器， 变压器 海外旅行用， 变压器 100v 220v
搜索量增长 (过去180天)	12.41%
搜索量增长 (过去90天)	24.51%
消费者关注	
价格区间分布 (美元)	
热门产品特征	ホワイト ブラック グレー シルバー 黒 4 USB ポート+TYPE-C 100W BLACK ブルー



* 数据来源：亚马逊商机探测器&选品指南针2024年4月数据，具有一定时效性，最新数据请以您真实访问情况为准。