

1 USD=7.1694 / 1 EUR=8.2681

2025 亚马逊 Prime Day

★亚马逊 2015 年推出 Prime Day 庆祝成立 20 周年，现已超越“黑五”和“网一”，成为最大年度促销活动，带来销售额和 Prime 会员数量增长，还能吸引新客户、留住忠实客户，产生数据用于完善促销策略

★虽正式日期未公布，但可能在 7 月中旬举行，且持续四天。重要日期包括 3 月 18 日可安排 Prime 独家特惠和限时抢购，5 月 5 日可提交 Prime 专属价格折扣，5 月 23 日为安排上述优惠截止日，6 月 9 日和 18 日分别为使用不同发货方式的库存抵达亚马逊配送中心截止日期

★参与热情
超 80% 受访 Prime 会员预计今年 Prime Day 在亚马逊购物，比例较去年上升

★优惠预期
三分之二购物者希望至少 30% 折扣

★支出预期
41% 的人预计支出比去年增加

★购物机会认知
近三分之二购物者认为 Prime Day 比“黑五”和“网一”更适合在亚马逊购物

亚马逊印度推出"Amazon Now"配送服务

Prime Day引发跨平台比价潮

亚马逊印度公司已在班加罗尔部分地区推出了其快速商务服务Amazon Now。该服务可通过亚马逊应用程序上的专属专区使用，目前覆盖班加罗尔的三个邮政编码区，可在10分钟内送达食品杂货和日常必需品。订单金额超过199卢比的订单免运费



最新调查显示，亚马逊Prime Day的影响力已辐射至整个电商行业，82%的参与者在活动期间会同时浏览至少一个其他购物平台，41%的消费者更是会对比三个及以上平台。沃尔玛成为最受欢迎的比价平台（超50%），其次是Target（34%）和谷歌（29%）

TikTok美国销售额年增70%

TikTok数据显示，平台卖家覆盖750多个品类，提供超7000万种商品，美国小型企业销售额同比增长70%，整体销售额同比增120%，女装、美容等为热销类目，76%消费者过去一年通过直播购物

2025 亚马逊 Prime Day 备战指南：10 + 品牌最佳实践

活动前准备

- ★检查库存水平
- 缺货会导致客户流失、失去 Buy Box、订单取消等问题，影响知名度、收入和客户忠诚度；持续销售并保持库存水平对亚马逊 SEO 排名有积极影响。可参考黑五和网一数据制定库存策略，也可借助亚马逊库存绩效指数厘清库存平衡点
- ★验证账户健康状况
- 主动管理账户健康，Prime Day 前几乎每天检查“账户健康”面板，查看“顾客心声”报告和退货报告，避免账户暂停、销售损失和声誉受损
- ★分析历史表现
- 回顾过往广告系列表现、洞察或第一方数据，超越销售数字，考虑优惠类型、力度和广告成本，利用第一方数据个性化营销，同时注意 Prime Day 后 30 天查看退货报告
- ★优化列表
- 优化商品详情页是首要任务之一，包括增加必赢关键词活动预算、提高高展示次数短尾关键词出价、审核和更新商品信息、修复不活跃或被抑制列表、添加精选视频、尽早开始 A/B 测试、优化标题和描述提升 SEO 效果、利用视觉效果和 A + 内容增强品牌影响力，同时监控更改对 Rufus 响应的影响
- ★预留额外每次点击费用出价预算
- Prime Day 竞争激烈，广告位费用高，品牌需提高出价保持曝光度。可确定过去 30 天表现最佳关键词和目标，在 Prime Day 期间提高出价 10 - 15%，监控出价和预算并做出更改，保留更改列表以便活动后恢复
- ★提高社交媒体和其他网站知名度
- 投资亚马逊以外广告位，利用社交媒体渠道打造口碑和投放付费广告，利用网红市场提升需求，还可借助亚马逊影响力者计划