



Shopee

巴西 市场概览

2021.6

目录



📍 坐标：巴西

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

巴西

地理：巴西北部亚马逊平原，南部为世界上第二大的巴西高原，以热带草原气候为主。南端多丘陵、平原，多为亚热带湿润气候，大部分人口居住于此。

首都：巴西利亚

语言：官方语言为葡萄牙语，巴西是全球最大、同时也是美洲唯一的葡语国家

人口：约2.14亿人口，同比增长0.6%，拉美第一人口大国
男性49.2%，女性50.8%

宗教：罗马天主教占比64.6%

年龄结构：25岁以下人口占比37.2%



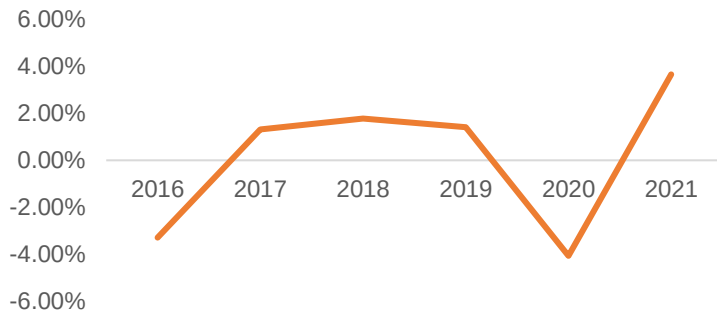
国民经济：2020年 GDP 14,341亿美元

人均GDP：6,783美元，整体收入水平较高

对外贸易：中国是巴西最大的进口合作伙伴，占比超过15%



2021年预期GDP增速大幅回弹



目录

📍 坐标：巴西

1 基础信息

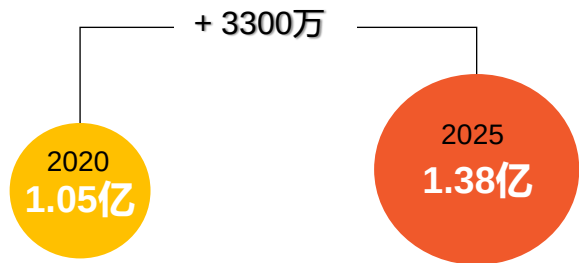
2 电商市场规模及相关设施

3 人口特征及消费习惯

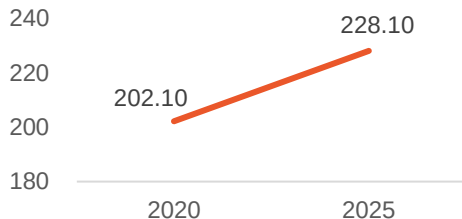
4 消费品类

巴西电商现状：巴西电商用户数量及花费持续增加，推动电商市场规模持续扩大

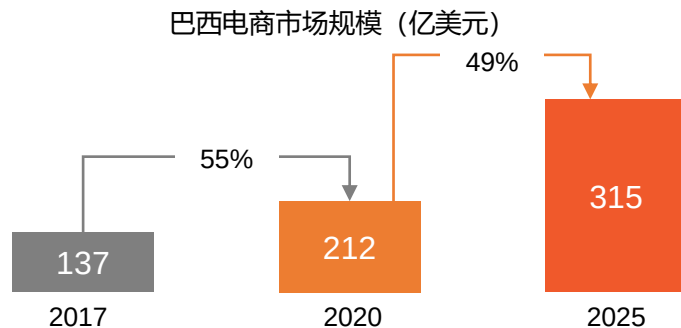
根据Statista预测，网购用户量将从2020年的**1.05亿**增长到2025年的**1.38亿**，预期增长**31%**



ARPU 持续上涨，2025年预计将达**228.1**美元



2020年巴西电商市场规模**212亿美元**，预计2025年市场规模可达**315亿**，预期复合增长率达**8%**，累计增长达**49%**



电商/总零售占比预计将持续提升



跨境电商客单价比巴西本地电商高出7%

跨境卖家面临巨大的商机，跨境订单目前仅占26%的电商GMV

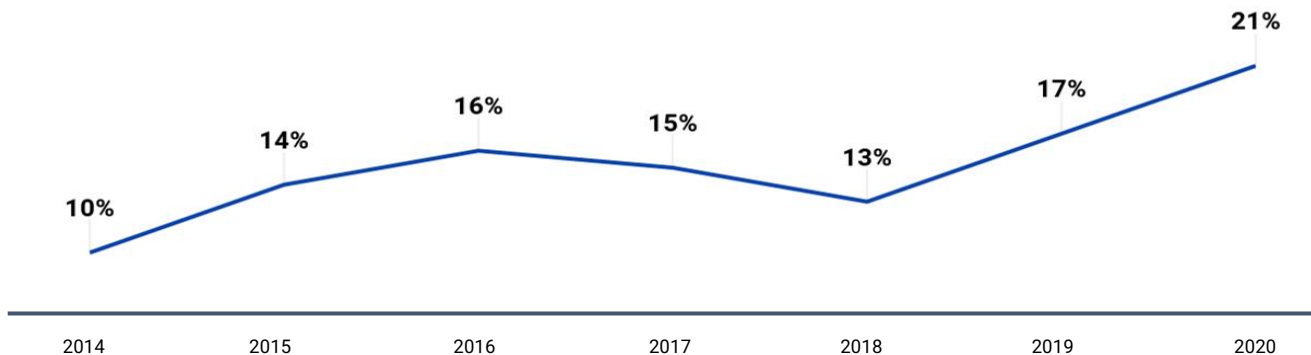
跨境订单量

47.2 MILLION

跨境GMV

USD 4.5 BILLION

巴西跨境占总电商GMV比



移动互联网方面，巴西网络基础建设较好，网络质量和收费都处于拉美领先地位

网络竞争力较强



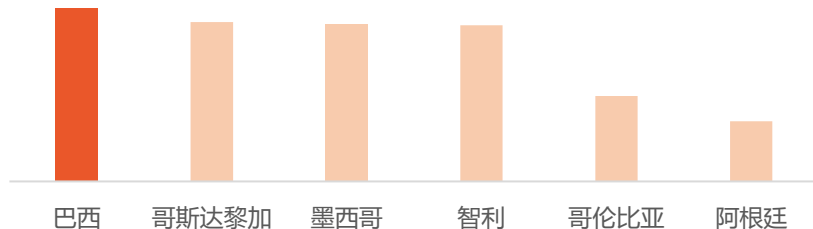
互联网渗透率75%



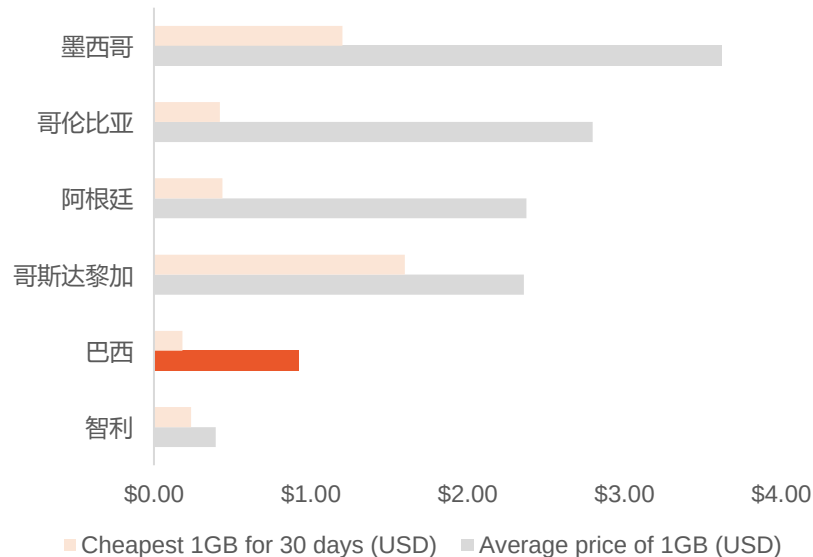
移动手机渗透率96.3%，

巴西网络下载速度平均17.9 Mbps，处于领先水平

下载速度Mbps



移动流量费用平均 \$0.92/GB，最低 \$0.18/GB，
高于拉美地区平均水平



征税方面，50美元以下免税，关税14%，增值税16%

主要征收两种税：

1) 关税

- 巴西关税在0-35%之间，平均数为22.77%;
- 货值50美元以下免征税费
- 货值在50美元和3000美元之间的，须缴纳CIF60%的税费。

2) 销售税

- 货值在50-3000美金之间的，在CIF价和进口关税总和的基础上征收税率约18%的税费
- 里约热内卢19%，圣保罗、米纳斯吉拉斯、巴拉那18%，其他17%



物流方面, Shopee巴西主要使用自有渠道, 物流服务质量和时效行业领先

✓ 对于中国大陆地区卖家,Shopee在巴西的跨境物流主要使用 Shopee 自有渠道 SLS。

巴西 SLS 卖家费率与参考时效 (BRL)								
目的地	物流渠道	费率						时效
		首重 (KG)	首重 价格	<=100g		>100g		
				续重单位 (KG)	每续重单 位价格	续重单位 (KG)	每续重单 位价格	
巴西	SLS	0.03	21	0.01	1.4	0.01	0.9	25-75天

★ ★ ★ 250g商品所需运费(人民币)

54.5元



平均运输时效约30天

*注:

1. 以上费用仅包含运输及清关服务费, 具体征收的关税以海关最新政策为准;
2. 已开通 SIP (Shopee International Platform, 虾皮国际平台) 服务的卖家, 支付运费规则以 SIP 规则为准。

SLS时效及禁运品



以下产品目前尚不可以通过 SLS 渠道运输：

- a. 食品（包括宠物食品）和药品（有目的国许可证的除外）、医疗用品/器械、电子烟及电子烟配件、烟草、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
- c. 受华盛顿公约限制的动植物活体及制品、需进行动植物检疫的种子和植物提取物等
- d. 任何武器或疑似武器物品（如瞄准具、枪支弹药、子弹型/枪型物品等）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）
- 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/液体/固体）和强磁性的产品（如磁铁等）
- f. 疑似侵权或假冒无品牌授权的商品，除非卖家能提供中国海关知识产权备案凭证，目的地国家或地区海关知识产权备案凭证，品牌所有人目的地市场售卖授权，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、腐蚀性物品、化学物品（如硫酸、乙醇等）
- h. 整包寄递的批量纽扣电池，任何可重复使用的充电电池（如笔记本长电池、蓄电池），所有外置电池，任何会导致自动发光、发热、发声的内置电池，非拆卸且大于 100Wh 的内置电池
- i. 含液体（不含酒精和喷雾）超过 30ml 的包裹
- j. 所有黄金白银铂等贵金属及其制品
- k. 其他特殊品类限制要求请以平台政策为准

*巴西可发手机、平板电脑，每个包裹不超过 1 台



支付方面，信用卡和现金是巴西最主要的线上购物支付方式

巴西支付方式概览



线下交易仍以现金和信用卡为主：目前信用卡和现金分别占据**35%**左右的份额，但现金支付有下降的趋势



线上交易渗透拉美领先：目前，巴西银行和其他金融科技账户渗透率**88%**，在拉美国家中排在首位

2020年巴西主流支付方式

Boleto/
现金支付

线上银行/电子钱包

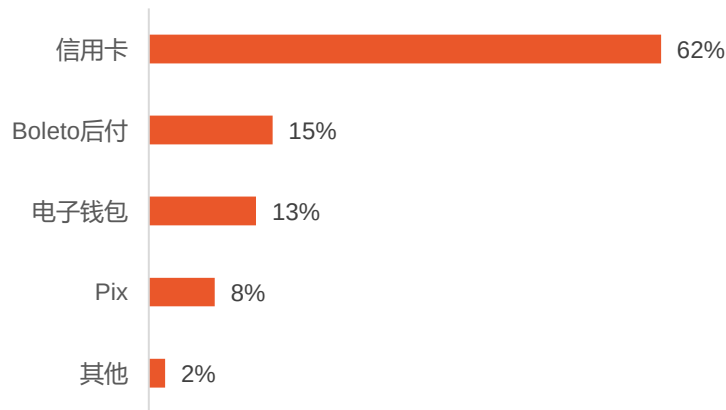


信用卡/储蓄卡



电子商务支付方式

信用卡和Boleto后付是电商交易最主要的方式，
分别占比**62%**和**15%**。



目录

📍 坐标：巴西

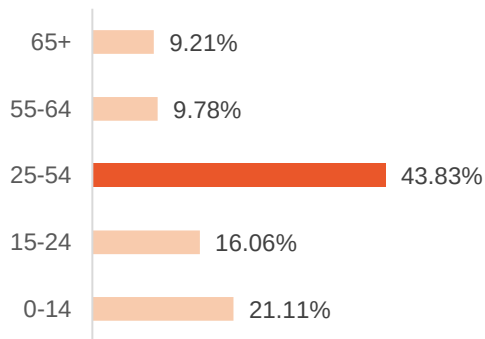
- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

巴西的熟龄人群较大，国家多元开放，具备强网购潜力

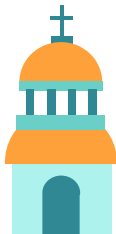
熟龄人群为主力军



44% 的人口
在25-54岁之间；
年龄中位数 33.2



多元的文化



64.6%人口为
罗马天主教徒

- 巴西的宗教融合主义汇集了非洲裔巴西宗教传统、基督教和土著宗教的元素，形成了一个多元的宗教概念
- 巴西的文化习惯受到非洲、葡萄牙、西班牙、意大利和日本等土著人民的文化影响

网购消费意愿攀升



2020年，巴西电
商市场的增幅达
35%

- 疫情期间，56%巴西消费者首次尝试网购，其中94%愿意保持这一习惯

巴西电商消费人群及习惯概览 (1/3)：巴西用户已形成网上购物习惯，以熟龄人群是主力军



巴西拥有**1.6亿**网民，约占总人口的**76%**，
其中**96.3%**是移动手机用户
并有约**76%**的人尝试过线上购物



巴西网民网络使用时间较长
日均网络使用时长：**10h8m**
日均互联网媒体使用时长：**3h42m**

从**性别**上看，更多的男性参与网上购物

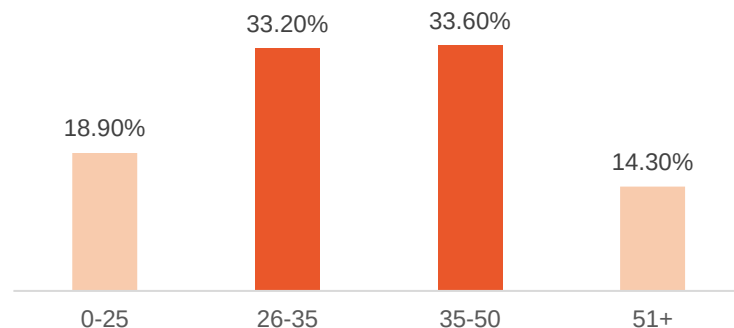


58%的男性



42%的女性

从**年龄**上看，网购人群主要集中在26-50岁之间



巴西电商消费人群及习惯概览（2/3）：促销活动受捧，电子、时尚、玩具品类位列Top3

对于巴西人而言，**跨境购物是生活的常态**。据调查，巴西人最喜欢购买来自中国的跨境商品，**每10位巴西消费者中就有7位**在线购买过来自中国的商品

中国是巴西最受欢迎的跨境网购市场



从**消费品类**上看，电子、时尚、家居用品为主流类别



电子产品
56.6亿美元



时尚美妆
45.1亿美元



玩具
40.9亿美元

食品个护、电子、玩具为增长最快的类别



食品个护
+27.1%



时尚美妆
+24.0%



玩具
+23.9%

巴西电商消费人群及习惯概览 (3/3)：社交媒体是重要的投放渠道之一，主要面向年轻用户



巴西有**1.5亿**社交媒体用户，同比增加了**7.1%**

油管最受欢迎，其次是**WhatsApp**，**脸书**

广告受众人群（月活跃用户）

油管



1.27亿

女

53%

男

47%

脸书



1.3亿

女

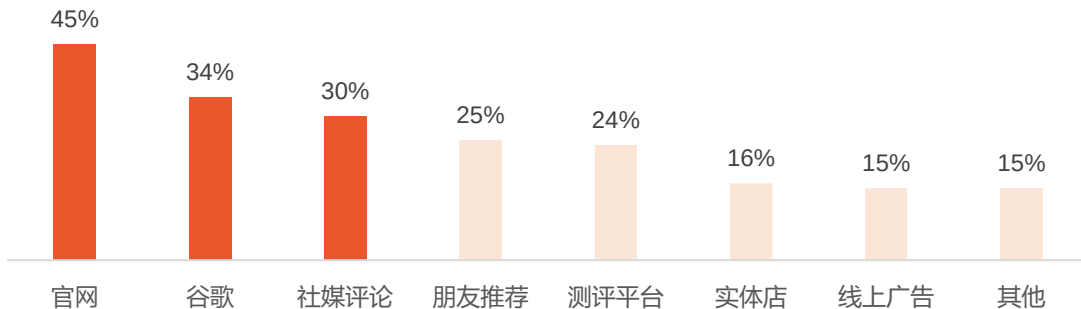
53%

男

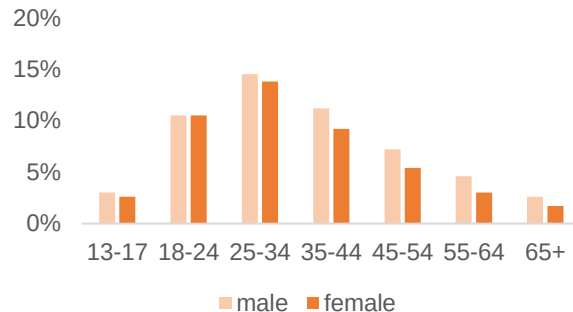
47%



巴西人对商品的了解主要通过**官网**、**搜索**和**社交媒体**



社媒用户：年轻人为主





人气网红 Duda Fernandes

Youtube粉丝**256万**

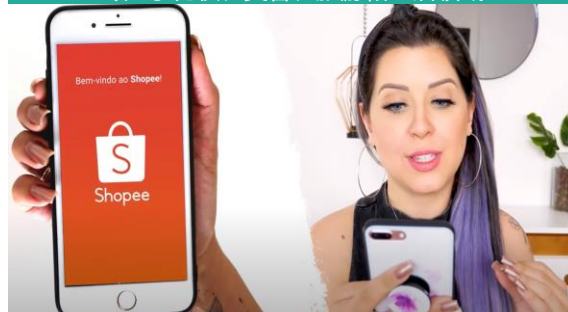
专注于美妆的试用和推荐



美妆网红 Janaína Isabel

Youtube粉丝**136万**

专注于化妆、美容、旅游和生活领域



美妆网红 Andressa Ganacin

Youtube粉丝**224万**

专注于美妆和生活领域



人气游戏网红 Fiaspo

Youtube粉丝**397万**

专注于游戏测评和推荐



科技测评 Escolha Segura

Youtube粉丝**176万**

专注于科技产品开箱和测评

2021年 Shopee APP在巴西关注度高涨，在app总榜和购物榜均排名靠前

32.5M 巴西Shopee APP下载量 (2021.4)

1,419% 下载增长率(2021.4同比)

根据AppBrain统计:

✓ **21年app总榜排名第三：**Shopee2021年安卓总榜排名第4，是唯一上榜的电商平台app

✓ **21年购物app排名第一：**Shopee2021年google play购物app排行榜排名第一

Rank	App	Category	Rating	Installs
1	 Kwai - Watch cool and funn... by KWAI	Video Players & Editors	★★★★☆ 4.3	100 M+
2	 CapCut - Video Editor by Bytedance Pte. Ltd.	Video Players & Editors	★★★★☆ 4.4	100 M+
3	 Shopee: Compre e Venda O... by Shopee	Shopping	★★★★★ 4.7	50 M+
4	 Resso by Moon Video Inc.	Music & Audio	★★★★☆ 4.2	50 M+
5	 TikTok by TikTok Pte. Ltd.	Social	★★★★☆ 4.4	1 B+

Rank	App	Rating	Installs
1	 Shopee: Compre de Tudo Online by Shopee	★★★★★ 4.6	50 M+
2	 SHEIN-Fashion Shopping Online by ZOETOP BUSINESS CO., LIMITED	★★★★★ 4.7	100 M+
3	 Mercado Libre: compra fácil y rápido by Mercado Libre	★★★★★ 4.8	100 M+
4	 Americanas: Compras Online com O... by B2W Digital	★★★★☆ 4.3	50 M+
5	 Magazine Luiza: Compras Online co... by Magazine Luiza	★★★★☆ 4.6	50 M+

目录

📍 坐标：巴西

- 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

营销日历

巴西狂欢节

巴西狂欢节是巴西最盛大的节日，在每年大斋首日前一个星期五下午至大斋首日的中午之间举行，人群会跟随著节奏在城市的街道上跳舞、唱歌。2019年里约热内卢的狂欢节就吸引了超过**600万人**参与狂欢。



巴西情人节

巴西的情人节在6月12日，这一天也是巴西的“月老”——天主教神父圣·安东尼奥的纪念日，在节日的前后几天都有公众庆祝活动，因而是所有巴西民众的节日。节日里小朋友们都穿上特色服装，情侣们结伴跳舞庆祝。



1月

新年
返校季大促

2月

狂欢季大促 ★

3月

女神节
国际消费者权益日

4月

复活节

5月

母亲节

6月

巴西情人节 ★

7月

冬季促销

8月

父亲节

9月

9.9 超级购物节 – All ★

10月

10.10 品牌购物节 ★
儿童节
万圣节

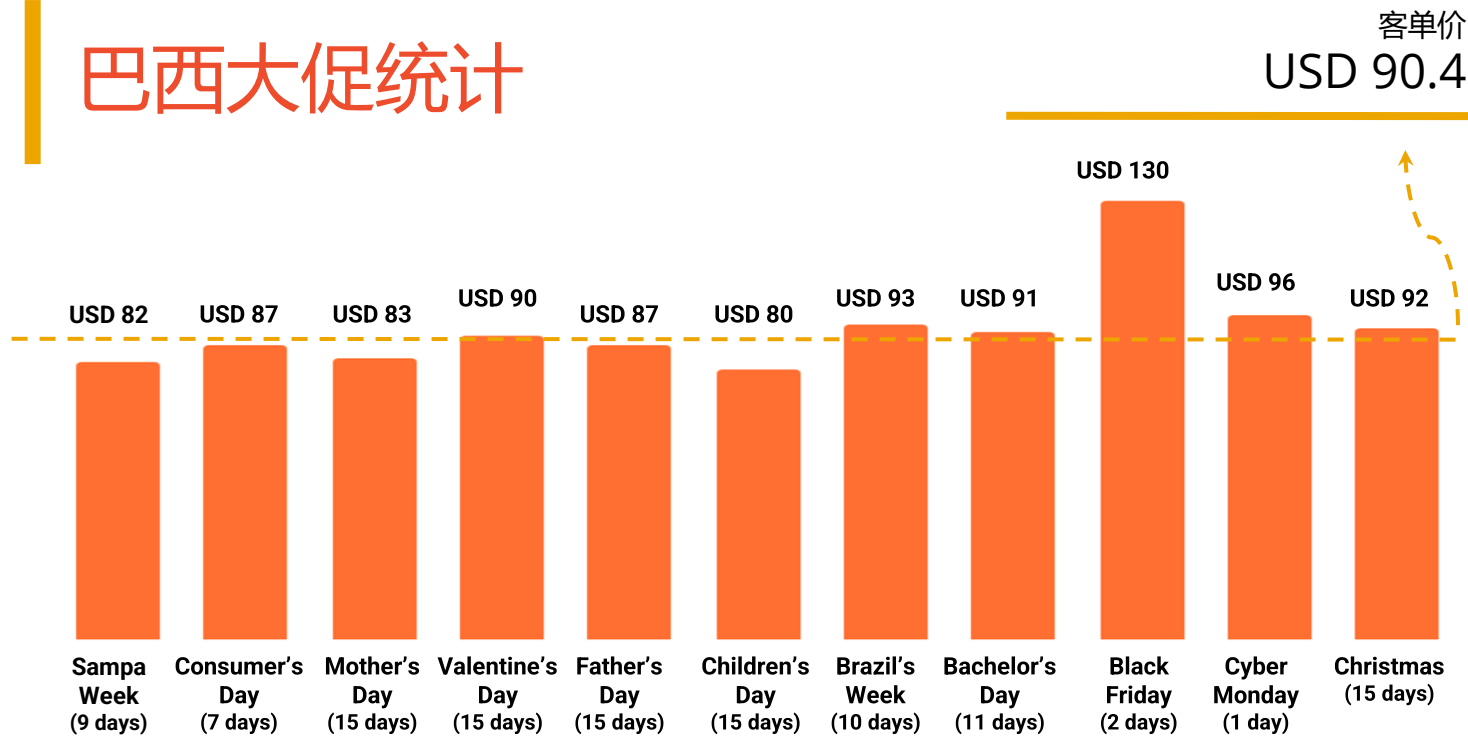
11月

11.11 超级大促 ★
黑色星期五 ★

12月

12.12 Shopee生日大促 ★
圣诞节

巴西大促统计



热销品类



手机配件



美容美妆



珠宝手表



时尚配饰



家居生活

潜力品类



男装



女装



消费电子



运动户外



母婴玩具



消费客群

- 主要消费群体为**15-34岁**的偏年轻人群，男女性消费者比例**基本持平**
- 65%都是**安卓用户**，IOS用户比例相对比较少



消费偏好

追求产品性价比

受欧美影响，用户整体比较偏向品牌产品，但对价格又比较敏感，尤其喜欢购买大品牌并且低于市场价的产品

热衷购买轻小件产品

热卖产品整体以轻小件为主，小型电子产品及手机配件受欢迎。男性偏向耳机、智能穿戴、游戏类产品；女性则偏向壳膜、自拍配件等

热卖手机品牌配件需求大

小米、三星、摩托罗拉、Apple为线上热卖手机品牌，相关配件需求较大；华为、oppo、vivo巴西市场占有率比较低

TOP1 手机壳



TOP2 智能穿戴



重点热销类目

TOP3 便携影音



TOP4 充电类配件





消费客群

- 主要消费群体为**18-34岁**的偏年轻人群
- 整体偏好欧美风格，喜欢大胆、夸张、多元化的妆容



消费偏好

偏爱浓妆，妆面较厚重，注重突出面部轮廓

- 底妆偏爱深色系，区别于亚洲女性喜欢美白，巴西女性追求小麦肤色
- 对眼妆的追求高，喜欢烟熏妆、大浓妆，假睫毛和眼线必不可少

季节需求与中国季节相反

- 巴西冬季为6月起，保湿护肤品及配套工具（如精华、洁面仪）畅销
- 夏季为12月起，防晒霜等产品热卖

节日妆容偏好夸张风格

- 在巴西狂欢节、万圣节、圣诞节等特殊节日中，或派对场合中，巴西人喜欢极其夸张的妆容

TOP1 彩妆



TOP2 美甲



重点热销类目

TOP3 美发护理



TOP4 护肤品





消费客群

- 主要消费群体为18-34岁的偏年轻人群



消费偏好

追求时尚潮流及性价比

对价格敏感度高。首饰类时尚元素丰富多元且更新快，如复古混搭风、休闲沙滩风、嘻哈风均有热销品，材质上偏好925银

偏欧美风首饰热卖

简约/复古风首饰产品受欢迎，且消费者偏好叠搭及高性价比套装

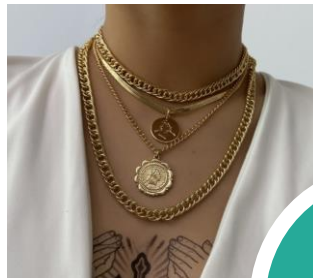
手表类热销元素稳定

女表方面偏好优雅简约风。男表偏好休闲商务风，高品质品牌石英表也较受欢迎，此外运动机械手表及智能手表、手环均较热销

情侣群体购买需求大

情侣群体热衷于购买情侣款手表及手链等，对戒及婚戒也热度较高

TOP1 项链



TOP2 石英表



重点热销类目

TOP3 耳钉



TOP4 手链





消费客群

- 主要消费群体为**18-34岁**的偏年轻人群，**女性群体**为主



消费偏好

偏好欧美街头风与日韩风

巴西时尚配饰整体偏欧美街头风。同时也受韩流影响较大，日韩风饰品也较热卖，偏好高性价比的多色系多件套装

一年四季均有墨镜佩戴需求

墨镜为配饰类Top热卖子类目，风格偏好复古猫眼风及经典欧美风等时尚款，同时骑行运动款及感光变色功能款也较受青睐

热衷购买风格夸张的节庆配饰

每逢巴西特殊节日如圣诞节/万圣节/狂欢节，节日气氛单品如圣诞帽等热销。此外，派对场合也对亮晶款发饰及夸张帽子等配饰需求大

TOP1 眼镜



TOP2 发饰



重点热销类目

TOP3 帽子



TOP4 皮带





消费客群

- 主要消费群体为**女性**，**低价小商品**、**新奇轻小件**受欢迎



消费偏好

厨房用品——匹配欧式西餐

- 平常主要吃欧式西餐，食物中肉类比重较大，故烤肉工具较畅销
- 对烘焙用品需求也较大，一些常见厨房用品也很畅销

家居饰品——偏好地中海风格

- 巴西人较注重室内装修和布置，室内装饰风格接近于地中海风格
- 巴西派对节日用品也有很大市场

照明设施——装饰性产品及轻小件热销

- 照明设备畅销品，首先是装饰灯带，智能蓝牙灯泡
- 其次是USB灯管，小台灯等轻小件

收纳整理——各类收纳产品均受欢迎

收纳整理类物品无明显的风格倾向，旨在把家庭物品收纳规整

重点热销类目为厨房用品、家居装饰、照明设备和收纳整理。

TOP1 厨房用品



TOP2 家居装饰



重点热销类目

TOP3 照明设备



TOP4 收纳整理





消费客群

- 主要消费群体为**18-34岁**的偏年轻人群



消费偏好

整体偏好欧美风

穿搭风格偏向多元化和大胆，追求性感——色彩明亮，紧身性感及简约舒适款均较受青睐

易受KOL宣传影响

当前流行趋势、KOL的宣传和时尚元素更能影响她们购买决策，款式偏年轻

季节需求与中国季节相反

巴西冬季为6月起，连衣裙、卫衣畅销；夏季为11月起，比基尼、T恤等产品热卖；内衣及睡衣为四季长青款，全年热销

正式场合的着装需求大

参加派对、毕业季和婚礼等场合的礼服长裙需求量较大

重点热销类目为连衣裙、T恤、内衣&比基尼和裤装。

TOP1 连衣裙



TOP2 T恤



重点热销类目

TOP3 内衣 比基尼



TOP4 裤装





消费客群

- 主要消费客群为**25-40岁的成熟男性**
- 拥有较强消费实力，男装客单价仅次于鞋靴类目，排名第二



消费偏好

整体偏好欧美风

倾向休闲舒适的穿衣风格。巴西人体型较为高大，服装尺码与亚洲有很大区别，清晰具体的尺码表非常重要

季节需求与中国季节相反

巴西冬季为6月起，外套、卫衣畅销；夏季为11月起，T恤、短裤等产品热卖；运动装、内裤全年热销

热衷购买运动球衣

巴西人热爱足球，球衣需求量较大，但需注意品牌侵权问题

重点热销类目为T恤、裤装、运动装和内裤。

TOP1 T恤



TOP2 裤装



重点热销类目

TOP3 运动装



TOP4 内裤





Shopee

Thank You

Obrigada

2021.06