



Shopee

菲律宾 市场概览

2019.11

目录

📍 坐标：菲律宾

- 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

菲律宾是东南亚第二大人口国，年轻人比例大，英语普及率高，经济发展潜力巨大

地理：群岛国家，主要分吕宋、米沙鄢和棉兰老岛三大岛群；全国各地普遍炎热、潮湿，全年分热季、雨季、凉季三季

首都：马尼拉

语言：菲律宾语（官方语言），英语是非常活跃的第二语言

人口：约1.07亿人，同比增长1.4%；男性占比50.3%

宗教：罗马天主教83%；基督新教9%，伊斯兰教5%，

年龄结构：30岁以下人口占总人口的60%，年轻人比例大

文化禁忌：红色、鹤、龟、13



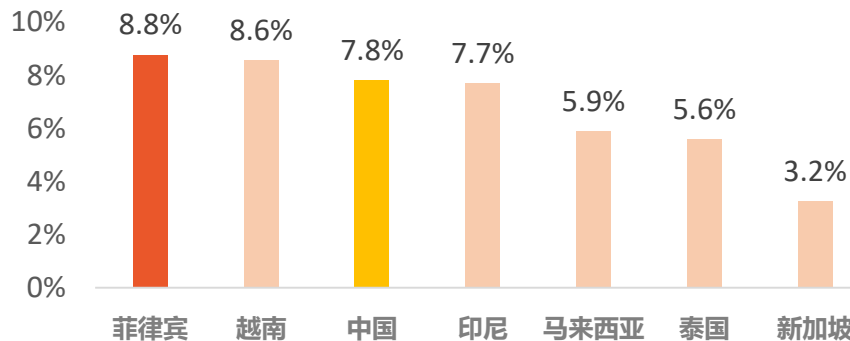
国民经济：2018GDP 3,309亿美元，同比增长6.7%

人均GDP：3,830美元，整体收入水平较低

对外贸易：中国是菲律宾第一大贸易伙伴、第一大进口来源地。2018年，菲律宾自中国进口额350.6亿美元，增长9.3%。



18-24年均复合名义GDP增速东南亚第一



目录

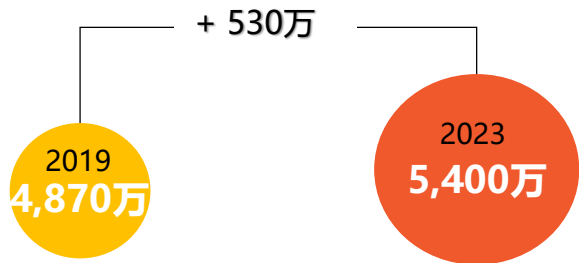
📍 坐标：菲律宾

- 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

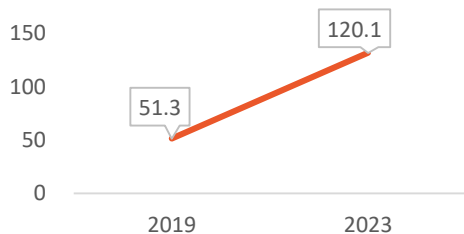
菲律宾电商用户数量及花费持续增加，推动电商市场规模持续扩大，15-25年复合增长达36%

电商用户渗透率直至2023年将达 **47.4 %**

用户数预计可持续增加到5,400万



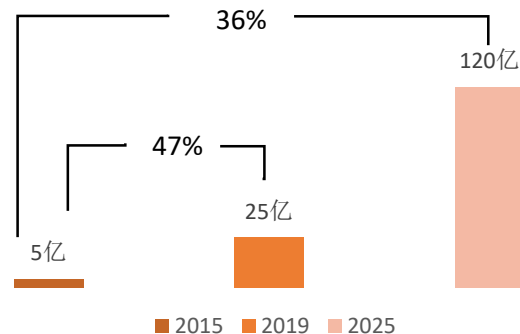
ARPU 持续上涨，2023年预计将达**131.7**美元



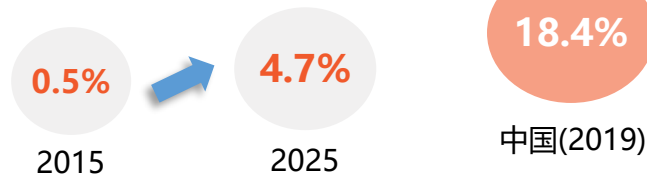
2019年菲律宾电商市场规模**25亿美元**，预计2025年

市场规模可达**120亿**，年均复合增长率 **36%**

菲律宾电商市场规模 (GMV美元)



电商与总零售占比预计将从

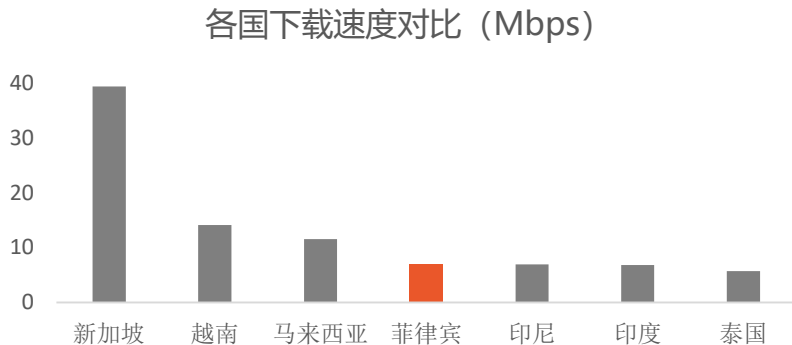


移动互联网方面，菲律宾网络基础建设稍弱，流量费用高于东南亚平均水平，网速较差

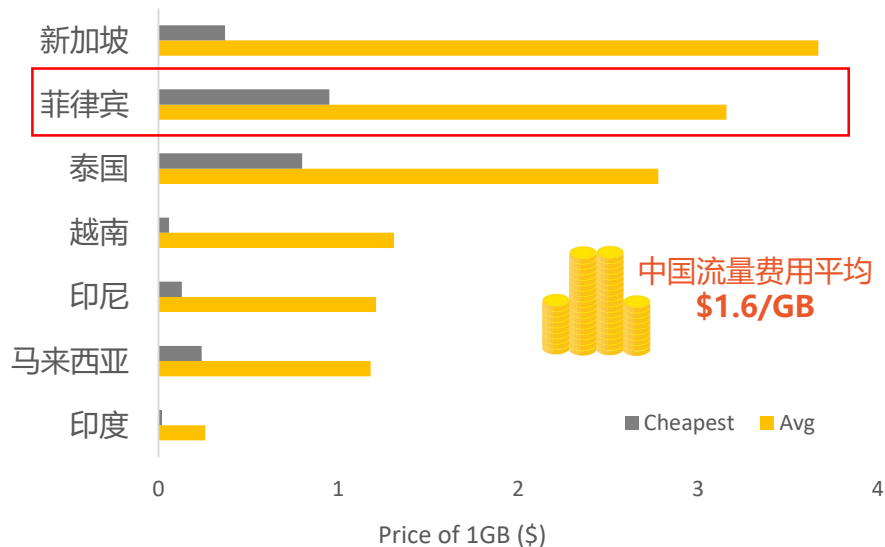
网络竞争力稍弱

根据 IMD 2019年全球网络竞争力排名，从知识、技术和未来适应力三个方面进行评估，菲律宾网络竞争力位于世界55名，在亚太地区14个国家中排名第12。

移动网络下载速度平均7 Mbps，网络速度较差



移动流量费用平均 **\$3.16/GB**，最低 **\$0.95/GB**，高于东南亚平均水平



政府赋能，制定《菲律宾电子商务路线图》，推动电商经济22年占GDP总值超过50%

菲律宾电子商务相关规划及蓝图：

- 菲律宾贸易工业部(DTI) 制定《菲律宾电子商务路线图(2016-2020)/(2020-2022)》。
- 其主要目标是，到2020年，使电子商务经济占GDP的比例从2015年的10%升至25%。
- DTI19年最新数据披露，电子商务经济占GDP的比例有望于2022年达到50%。



基础设施

加强互联网基础建设、促进协同发展、积极开展政策研究与对话、实时监控《路线图》的实施效果并及时评估

高速

创建更快的互联网和物流环境、促进市场和人资发展、营造透明的信息公开制度、加速市场准入标准设立、加强电子商务基础设施建设

安全

为电商平台运营提供保障、确保政府机构信息服务的安全、协调电子商务安全保障领域的政策统一（网络空间安全、知识产权、数据隐私等）

税收方面，电商税收框架完善

主要征收两种税：

1) 关税

- 菲律宾关税在0-65%之间，平均数为10.5%;
- 部分商品如笔记本电脑、电器等无需缴纳关税;
- 到岸价值不足**15美元**时，无需缴纳关税。

2) 增值税

- 任何提供商品和服务的个人或实体，无论通过线上、线下渠道，需要在赚取费用之上征收**12%**的增值税;
- 年销售额低于192万比索（约3.7万美元）的企业需缴纳**3%**的增值税。



物流方面，基础设施整体有待改善，政府投资加速基建改善，快递行业为新兴高速发展领域

物流行业维持稳健高速增长，发展前景广阔

高速发展细分领域：

- ✓ 三方物流运输
- ✓ 货运代理
- ✓ 国内快递及仓储



CAGR(2013-2018)
9.2%

CAGR(2018-2024E)
8.2%



物流基础概况与痛点

- 整体物流效率较低：据世界银行《2018年全球物流绩效指数》，从基础设施、服务、跨境程序与时间、供应链能力等方面进行评估，菲律宾整体物流能力位于世界60名
- 地理环境复杂，物流难度大：作为群岛国家，菲律宾人口分散，城市化进程仅有47%
- 物流成本高：复杂的地理环境与以空运为主的运输方式使得菲律宾的物流成本在东南亚地区最高，约占企业销售额的27%

政府赋能，推动物流基础设施建设

- DTI推出**国家物流总体规划**，旨在通过建立高效的运输和物流部门来提高菲律宾的物流能力。
- 菲律宾政府制定的《**大建特建(Build, build, build)**》计划将着力加大物流基础领域的投资。



跨境物流可使用shopee自有渠道
SLS (Shopee Logistics Service):
从发货到送达，平均**5.8**天到达。

注：详细参见《Shopee跨境物流
指导手册》

物流方面，Shopee菲律宾主要使用自有渠道，同时支持COD与非COD支付

菲律宾 SLS 卖家费率与参考时效 (PHP)

目的地	物流渠道	费率				时效
		首重 (KG)	首重 价格	续重单位 (KG)	每续重单位 价格	
菲律宾 A 区	SLS	0.05	73	0.01	4.5	5-15 天
菲律宾 B 区			83		4.5	
菲律宾 C 区			123		4.5	

250g商品所需运费(人民币)



A区: 22.6

B区: 24.0

C区: 29.5

Lead Time		Ave total	Ave purchase to WHS	Avg WHS to LM	Avg LM to buyer
ID	CGK	9.3	2.3	3.9	3.1
	BDO	10.4	5	3.3	2.1
	SUB	10.4	3.8	4.5	2
MY	WM KUL	9	2.4	3.5	3
	EM BKI/KCH	14.6	2.4	5	7.1
PH		8.1	2.4	2.9	2.9
SG - Express		7.2	2.5	3.5	1.3
TH	Landway	8.8	2.3	4.8	1.6
	Airway	6.8	2.3	2.7	1.7
TW		8.1	2.9	3.6	1.7
VN		7.4	2.3	3.6	1.4

- ✓ 对于中国大陆地区卖家,Shopee在菲律宾的跨境物流主要使用 Shopee 自有渠道 SLS。菲律宾支持COD与非COD两种支付方式。
- ✓ 商品从转运仓到买家，菲律宾所需平均时间是**5.8天**。

SLS时效及禁运品



以下产品目前尚**不可以**通过 SLS Standard Express 渠道运输:

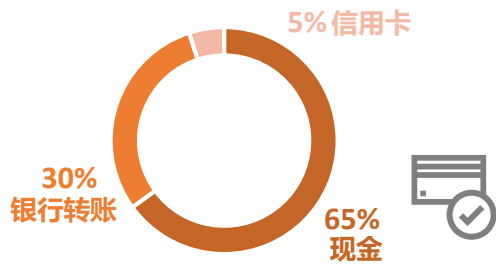
- a. 生鲜食品、药品
- b. 纯电池、充电宝（能够给其他设备充电的所有产品）、电动平衡车
- c. 含液体（不含酒精和喷雾）超过 200ml 的包裹
- d. 电子烟及电子烟配件、香烟、证件、骨灰盒、无人机
- e. 货币、假币、具有货币价值的纪念币和硬币、邮票、彩票、信用卡、借记卡
- f. 与枪械有关的物品（如瞄准具、模型枪械、弹药类等）及有攻击性的物品（如铁手撑、警棍、电击器、刀斧、匕首、弹弓、剑等物品）
- g. 受华盛顿公约限制的动植物产品、需进行动植物检疫的种子和植物提取物等
- h. 易燃易爆物品（如指甲油等含酒精的液体、香水、牙粉、打火机等）、带磁性的产品（如磁铁等）、带气体的产品（如皮球、足球、喷雾等）
- i. 假冒和涉及侵权的产品，否则会被没收并对卖家进行罚款
- j. 毒品、放射性物品、感染性物品、化学物品（如硫酸、乙醇等）

****菲律宾可发手机、平板电脑，每个包裹不超过2台**



支付方面，数字支付重要性日益显现；货到付款仍是主要的电商交易付款方式

菲律宾支付方式概览



信用卡普及率较低：34%的菲律宾人有银行账户，仅有2%有信用卡。

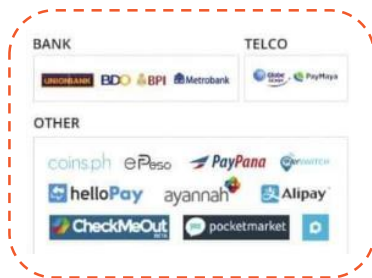


数字支付重要性日益显现：据菲律宾中央银行披露，2018年底国内电子货币账户数已达**3千3百万**，已超过信用卡。电子钱包成为未来发展的趋势，目前活跃账户已达**5百万**。

数字支付平台

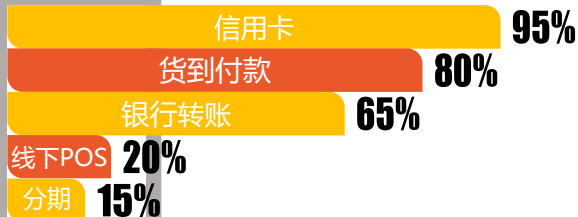


电子钱包



电子商务支付方式

货到付款是电商交易最主要的方式，**80%**的电商卖家提供货到付款服务。



开通各支付渠道的卖家比例

90%+ 订单来自货到付款。



目录

📍 坐标：菲律宾

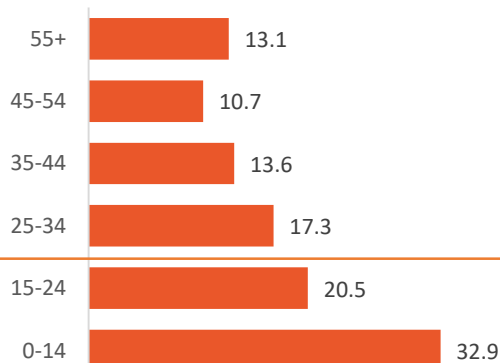
- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

菲律宾人口结构以年轻人为主，人口红利显现；中产阶级崛起有利于电商发展

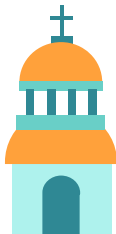
以年轻人为主



近**60%**的人口
在30岁以下；
年龄中位数 25.2



天主教国家

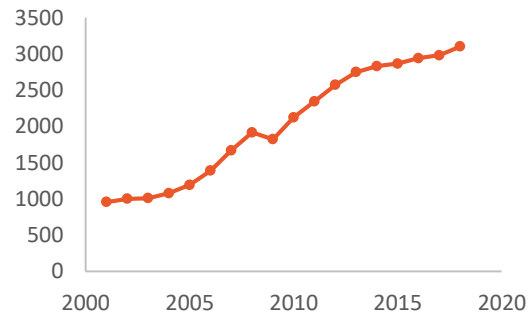


世界第**3**大天主
教国家；
92%基督徒

- 因宗教因素反对避孕与堕胎，新生儿众多
- 圣诞节地位崇高，圣诞假期长度世界排名第一
- 菲律宾的社会和政治受天主教影响很大

中产阶级崛起

人均GDP产值(美元)



- 菲律宾GDP维持高速增长，据世界经济论坛预测，到2030年，菲律宾中产阶级的购买力将超过意大利中产阶级。

菲律宾电商消费人群及习惯概览（1/3）：用户画像以青年男性为主，消费时间偏好午后与晚间

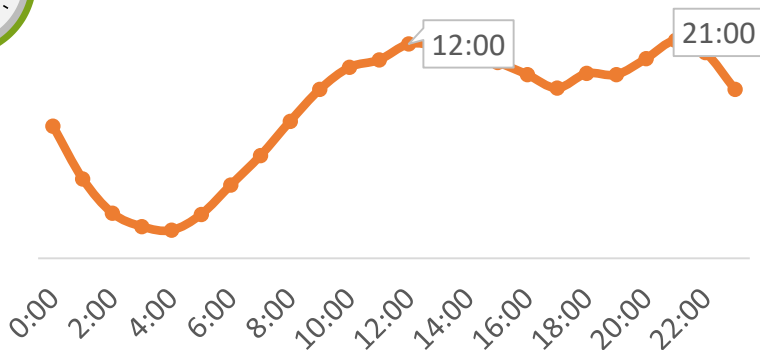


菲律宾拥有7640万网民，占总人口的**71%**，
其中活跃移动互联网用户**7144万人**。
智能手机渗透率为**55%**

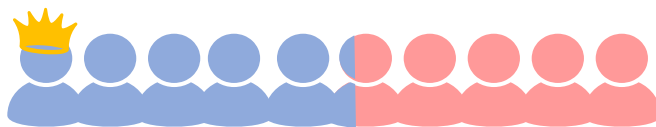


菲律宾网购用户手机App活跃时间段

- 活跃时间：12点与21点
- 类型：午间和晚间双重活跃型

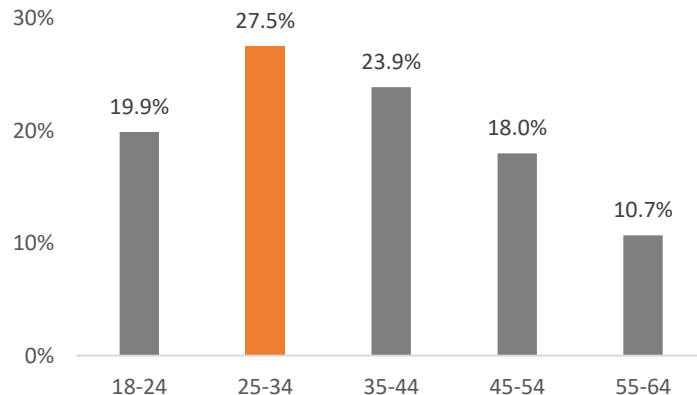


从**性别**上看，男性网上购物者略多于女性



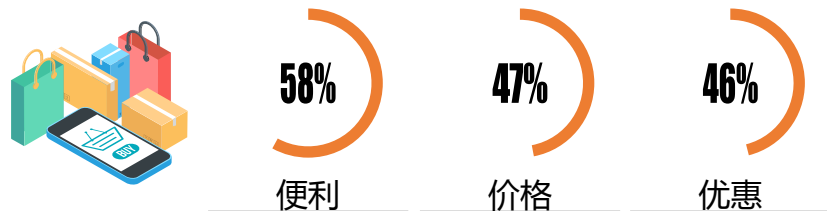
52% > 48%

从**年龄**上看，主要网上购物者年龄为25-34岁



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

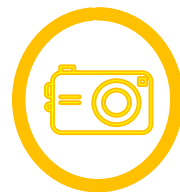
从**消费动机**上看，便利、价格和优惠是菲律宾人网购的主要因素。网购的首要原因是线上购物免于外出与便宜的快递，此外，由于菲律宾人价格敏感，电商的**促销活动**十分有吸引力。



✓ 此外，菲律宾人渴望购买**本地找不到的商品**，这也是促使菲律宾电商消费者在线购物的主要原因之一。



从**消费品类**上看，电子、时尚、家居用品为主流类别



电子产品
2.3亿美元



时尚美妆
2.0亿美元



家居用品
1.5亿美元

食品个护、电子、玩具为增长最快的类别



食品个护
+16%



电子产品
+15%



玩具
+13%

菲律宾电商消费人群及习惯概览 (3/3)：社交媒体重度使用，网红经济发展潜力大



菲律宾有**7600万**社交媒体用户

网民平均每天花**10**小时上网，其中**4**个小时活跃于各种社交媒体

脸书最受欢迎；其次是**油管**，**Ins**



- 在做出购买决策前，菲律宾消费者平均进行**6-7次搜索**。
- **90%**的互联网用户搜索过在线购买的产品或服务。
- Facebook 能够影响用户的购买行为。41%的Facebook用户曾在Facebook看到信息后购买电子产品。
- 对于美容、时尚类产品，菲律宾人倾向在**时尚博主**、**KOL**的引领下追赶时尚潮流。

广告受众人群 (月活跃用户)

脸书



7500万

女 53% 男 47%

Instagram



1100万

女 64% 男 36%

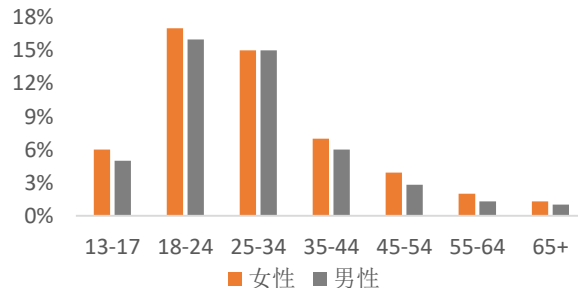
活跃的社交媒体平台



油管

96%网民使用过

社媒玩家：年轻人为主，女性居多



19Q3Shopee下载量排名居首，MAU及流量名列第二，综合流量超1,800万

菲律宾19Q3排名Top5的电子电子商务平台 据PC端及手机App端综合流量排名



据iPrice Group公布的19Q3菲律宾电商相关数据：

- ✓ **总下载量第一：**从App总下载量来看，Shopee排名榜首
- ✓ **月活用户排名No.2：**以App月活跃用户作为评价依据，Shopee位列第二
- ✓ **综合访问量排名No.2：**以PC端和移动端综合访问量为评价依据，Shopee月访问量超过1,800万，名列第二
- ✓ **应用商店表现优异：**19Q3，Shopee在越南苹果商店和Google Play的排名中同时位居榜首

Merchants	Buwanang Website traffic	AppStore Rank	PlayStore Rank
1 LAZADA Lazada	35,619,900	#2	#2
2 Shopee Shopee	18,174,000	#1	#1
3 ZALORA Zalora	1,539,500	#3	#3

目录

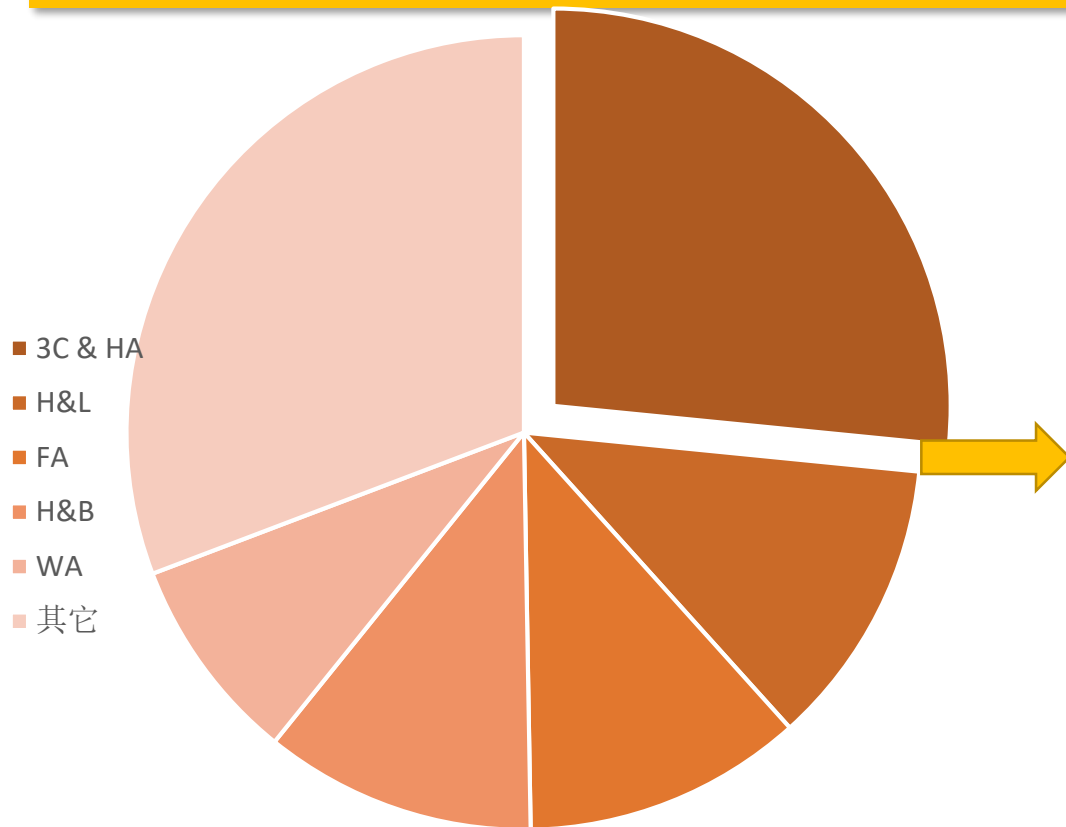
📍 坐标：菲律宾

- 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

CALENDAR

营销日历





3C & HA: 手机配饰、便携式音频设备、充电器

H & L: 装饰品、储物收纳、厨房用具、灯具

FA: 珠宝、发饰、眼镜、手表

H & B: 化妆工具、个人护理、眼妆、唇妆

WA: 内衣/睡衣、上衣、裙装

5大热门品类

手机及
配件

家居
用品

女装

母婴
用品

女性
饰品

手机及配件

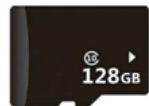
手机配饰、便携式音频、可穿戴设备

- ✓ 菲律宾常见手机型号为Redmi Note 7、Redmi 7、Realme 3、Pocophone、Honor 10 Lite、Huawei Y6 Pro 和Huawei Y7 Pro。
- ✓ 菲律宾男性购买力强，手机及相关配件一直十分畅销。既有时尚潮流外表，又有超高性价比的单品更受青睐。
- ✓ 便携式音频、可穿戴设备受欢迎。

手机及配件重点子类目解析



多彩U盘
340比索



SD卡+UDB存储器
280比索

存储设备

增长快、新SKU效率高
建议收件：120-400比索



智能手表
330比索



蓝牙手表
460比索

可穿戴设备

跨境主打品类，增长速度快
建议售价：130-630比索



运动耳机
150比索



无线蓝牙耳机
220比索

耳机

热卖商品

家居用品

装饰用品、装修用品、收纳用品、餐厨用品

- ✓ 菲律宾市场年轻人口及新家庭数量多，在家居品类方面的消费需求旺盛。
- ✓ 厨具、餐具是热销的长尾类目，发展潜力大。
- ✓ 圣诞节在菲律宾十分重要，带有圣诞图案的家居单品出单快。

家居用品重点子类目解析



Stainless Steel Eco Metal Straw Set (PH)

₱155 - ₱200



♡ 1744 ★★★★★ (939)

不锈钢吸管



1-pc./1-piraso Modern Curtains for Home Printin...

₱75



♡ 3335 ★★★★★ (1205)

窗帘



AB Markdown Sale Double Size 4in1 Bedsheet Set...

~~₱399~~ ₱239



♡ 3246 ★★★★★ (2438)

床品



FAIRY LIGHTS or PIXIE LIGHT /LED 5m

₱39 - ₱99



♡ 8491 ★★★★★ (2774)

灯饰

女装

韩式风格与大码服饰

- ✓ 不同地区购物偏好不同，在米沙鄢和棉兰老岛，购买最多的商品是韩式服装和鞋类。
- ✓ 韩式风格的连衣裙、上衣和外套在菲律宾市场颇受欢迎，出单迅速。
- ✓ 大码服饰在菲律宾市场发展潜力极强。
- ✓ 内衣、睡衣和泳衣也是跨境卖家发展潜力十足的品类。

女装品类重点子类目解析

露肩T恤



180比索

运动文胸



182比索

复古花卉裙



287比索

短袖休闲T恤套装



260比索

女士运动衫



300比索

带**碎花图案**和**简约风格**的服装受欢迎

婴童用品

女童时尚、男童时尚、婴儿时尚

- ✓ 婴童用品是菲律宾市场热销大类，跨境产品款式丰富。
- ✓ 菲律宾买家对价格比较敏感，建议卖家设定合适的价格，7美金以下的商品较为抢手。
- ✓ 动漫图案受买家的喜爱，小猪、独角兽在菲律宾很受欢迎。
- ✓ Terno在菲律宾语中表示“套装”，服装套装加上这一关键词可提高搜索率。
- ✓ 菲律宾季节性明显，选品时需注意当地气候。

婴童品类重点子类目解析

女童时尚



上装

棉质，吊带背心，白色基本款，长袖卫衣，独角兽等卡通图案

建议售价：
150-250比索



下装

棉质，印花或纯色图案均可，弹力打底裤，连脚长筒袜

建议售价：
60-250比索



裙子

清凉可爱风格，蝴蝶结，水果印花元素，排队纱裙

建议售价：
60-270比索



包包

汪汪队（某知名动画），立体卡通人物，公主或动物卡通图案元素

建议售价：
400比索

婴儿时尚



配饰

蝴蝶结发带，帽子，可变形手表，毛巾

建议售价：
40-100比索



围嘴

婴儿围兜，围裙

建议售价：
60-200比索



套装

蕾丝，纱裙，派对，绅士连体裤，新生儿多件套组

建议售价：
200-280比索



女童配饰

爬行护膝，防滑

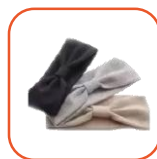
建议售价：
40-100比索

女性配饰

首饰、手表、眼镜、发饰

- ✓ 发饰、首饰、手表、眼镜是女性配饰的重点二级类目。
- ✓ 菲律宾买家对价格比较敏感，倾向于选择**50比索**以内的眼镜、首饰、发饰，**100比索**以内的手表。
- ✓ **韩国风**的配饰是热销产品，选品时可多考虑**珍珠、金属、可爱动物耳、蝴蝶结**等元素。
- ✓ 产品要求时尚美观，图片有产品实物、模特图、多选项为佳。

女性配饰重点子类目解析



发饰

发带、发夹、假发、头巾、发圈

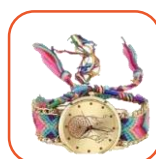
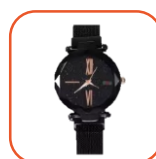
**可爱风格，蝴蝶结，印花，
马卡龙色**



首饰

耳饰、戒指、手链、项链

水钻、金银、星座等元素
施华洛世奇风、波西米亚风、朋克风



手表

指针手表、数码手表、情侣手表

石英手表、运动款手表、带有卡通形象的经典款手表是热销产品，
抖音同款表热卖。



Shopee

Thank you

Salamat

2019.11