



KAUPAN LIITTO

# Amazon lukuina

Jaana Kurjenoja

28.10.2020



# Amazon kasvaa Euroopassa ja haastaa myös suomalaisen kaupan

- Amazon on digikaupan johtaja niin teknologian tai uusien palvelutapojen kehittäjänä ja keksijänä kuin esimerkiksi mainostajana.
- Eurooppaan Amazon pyrkii rakentamaan 1300 varaston, jakelu- ja lajittelukeskuksen verkoston. Jakelukeskuksilla suurimpien kaupunkien lähellä pyritään ratkomaan viimeisen mailin ongelmaa. Isossa-Britanniassa Amazon on vuokrannut noin neljänneksen kaikesta sikäläisestä varastotilasta.
- Toimitukset saman päivän aikana yleistyvät varsinkin niillä markkinoilla, joilla Amazon toimii kiertäjänä.
- Amazon on aloittanut Prime-asiakkailleen USA:ssa Amazon Day -palvelun, jossa asiakas saa itse valita toimituksen ajankohdan.
- Amazon Prime -jäsenille on oma kaksipäiväinen Prime Day, jonka alennukset alittavat Black Fridayn ja Cyber Mondayn alennukset.
- Markkinapaikkojen merkitys hakukoneina kasvaa. Niinpä markkinapaikat, kuten Amazon, eBay, Rakuten tai Alibaba, luovat ekosysteemejä, joissa kehitetään niin hakukoneoptimointia kuin mainontaa.
- Kuten monessa muussakin asiassa Amazon on yksi edelläkävijöistä myös ostopolun nopeuttamisessa omalla mobiiliapplillaan. Prime-asiakkaat saavat ilmaisen nopean toimituksen ja Amazon Pay:n avulla maksaminen helpottuu entisestään. Kun kaupat lisäävät Amazon Payn maksuvälinevaihtoehtoihinsa, niiden potentiaalinen asiakaskuntansa laajenee samalla arvokkaisiin Amazon Prime-asiakkaisiin.
- Varsinkin niche-markkinoilla toimivat kaupat ovat huolissaan Amazonin tulosta omaan maahansa. Amazonin tulon myötä alkaa usein aikaisempaa kovempi hintakilpailu. Valtavan asiakasdatansa ja tiheän jakelukeskusverkostonsa avulla se haastaa muut toimijat kilpailuun myös asiakaspalvelussa ja toimitusnopeudessa.

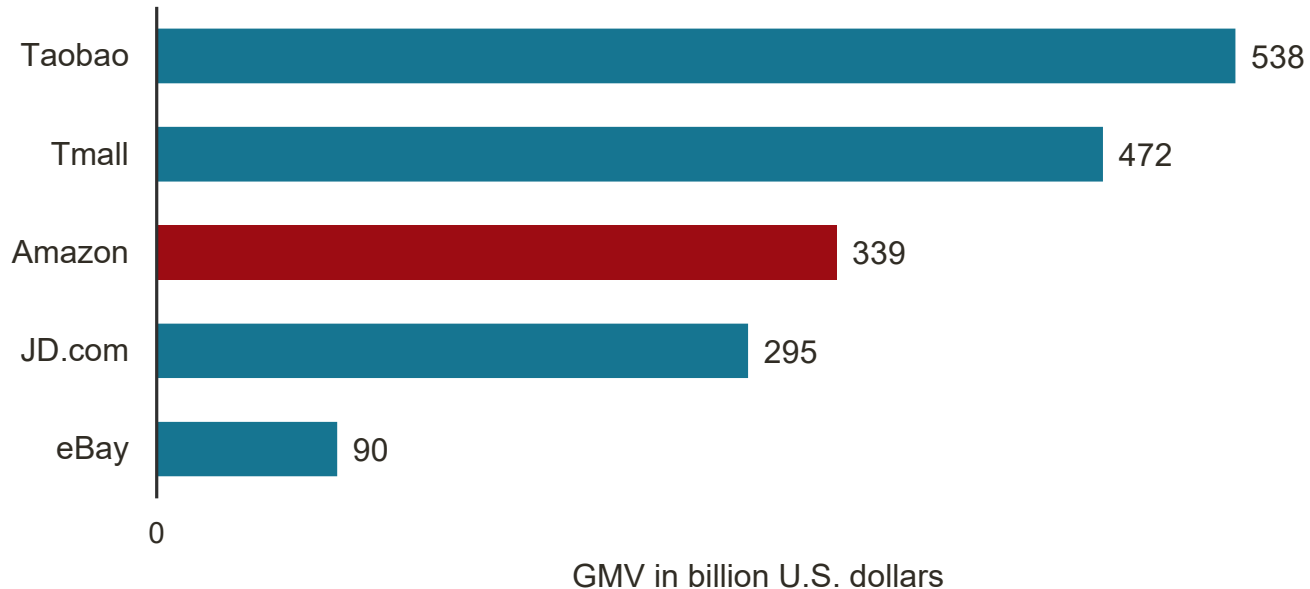


Amazon globaalina yrityksenä



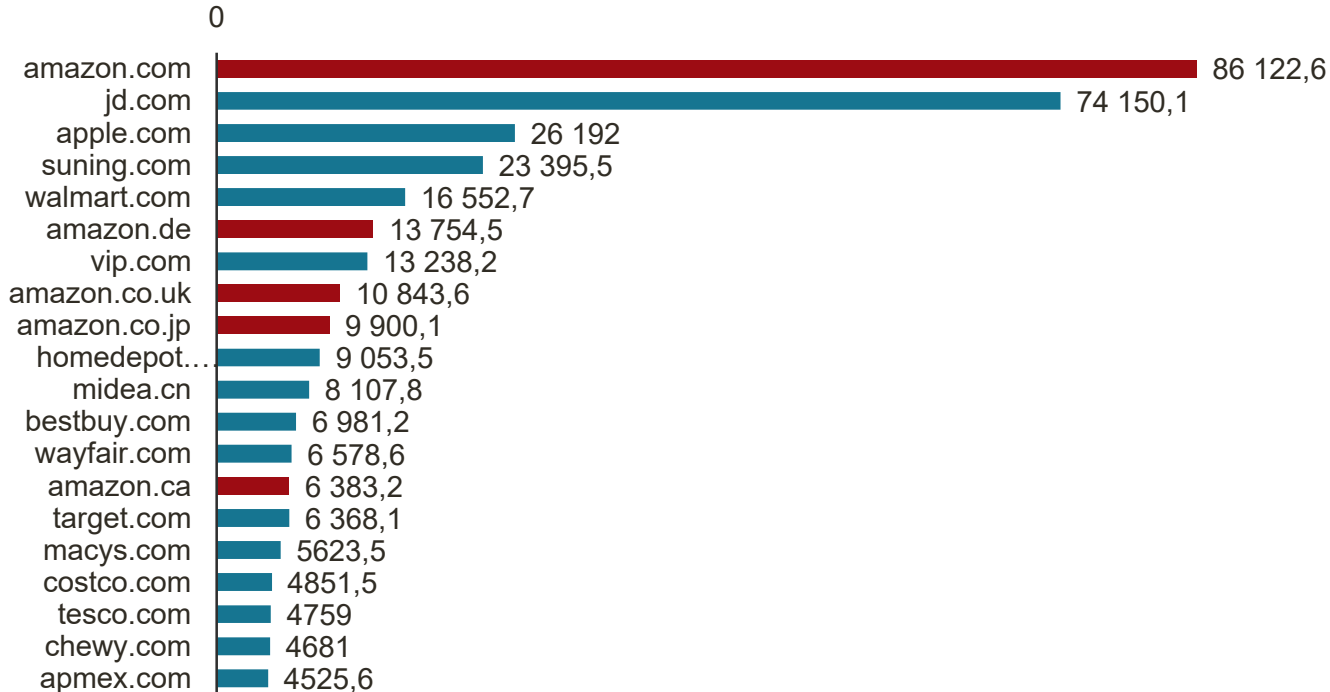
## Most popular online marketplaces worldwide in 2019, based on gross merchandise value (in billion U.S. dollars)

Leading global online marketplaces 2018, by GMV



# Most popular online stores worldwide in 2019, by e-commerce net sales (in million U.S. dollars)

First party net sales

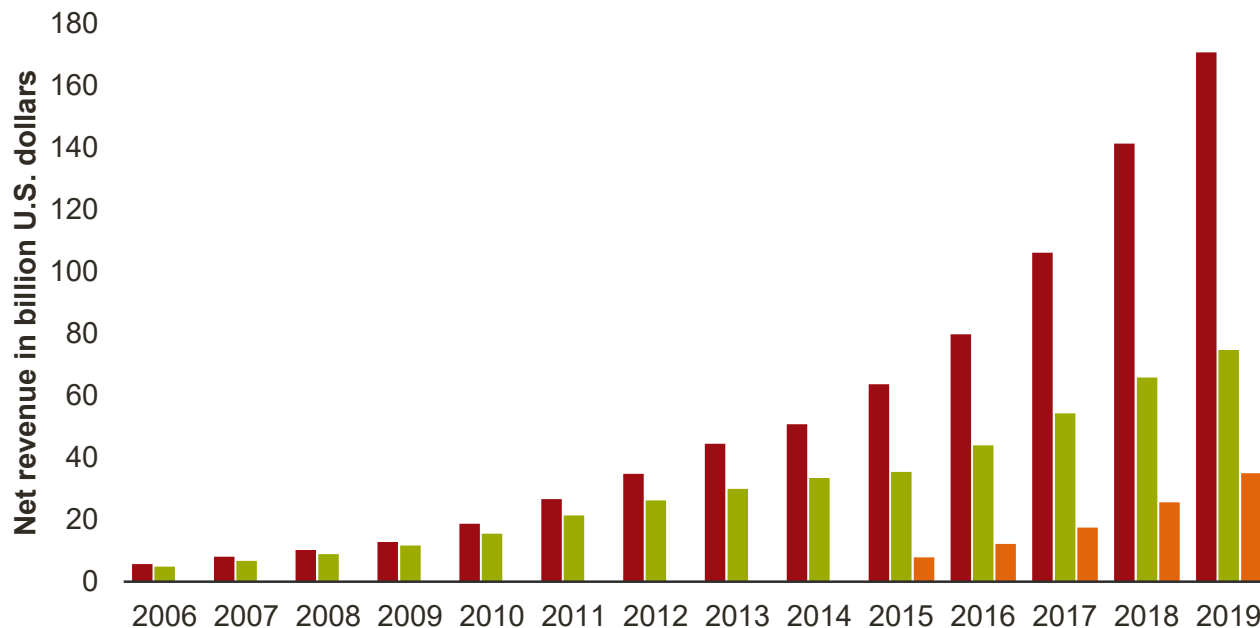


## Leading companies worldwide in 2020, by brand value (in billion U.S. dollars)

	Brand value in 2020 (in billion U.S. dollars)	% brand value change 2020 vs. 2019
Amazon	415,86	32
Apple	352,21	14
Microsoft	326,54	30
Google	323,6	5
Visa	186,81	5
The Alibaba Group	152,53	16
Tencent	150,98	15
Facebook	147,19	-7
McDonald's	129,32	-1
Mastercard	108,13	18
AT&T	105,83	-2
Verizon	94,66	0
Coca-Cola	84,02	4
IBM	83,67	-3
Marlboro	58,25	-19
The Home Depot	57,59	8
SAP	57,58	0
Moutai (Maotai)	53,76	58
Louis Vuitton	51,78	10
UPS	50,75	-8

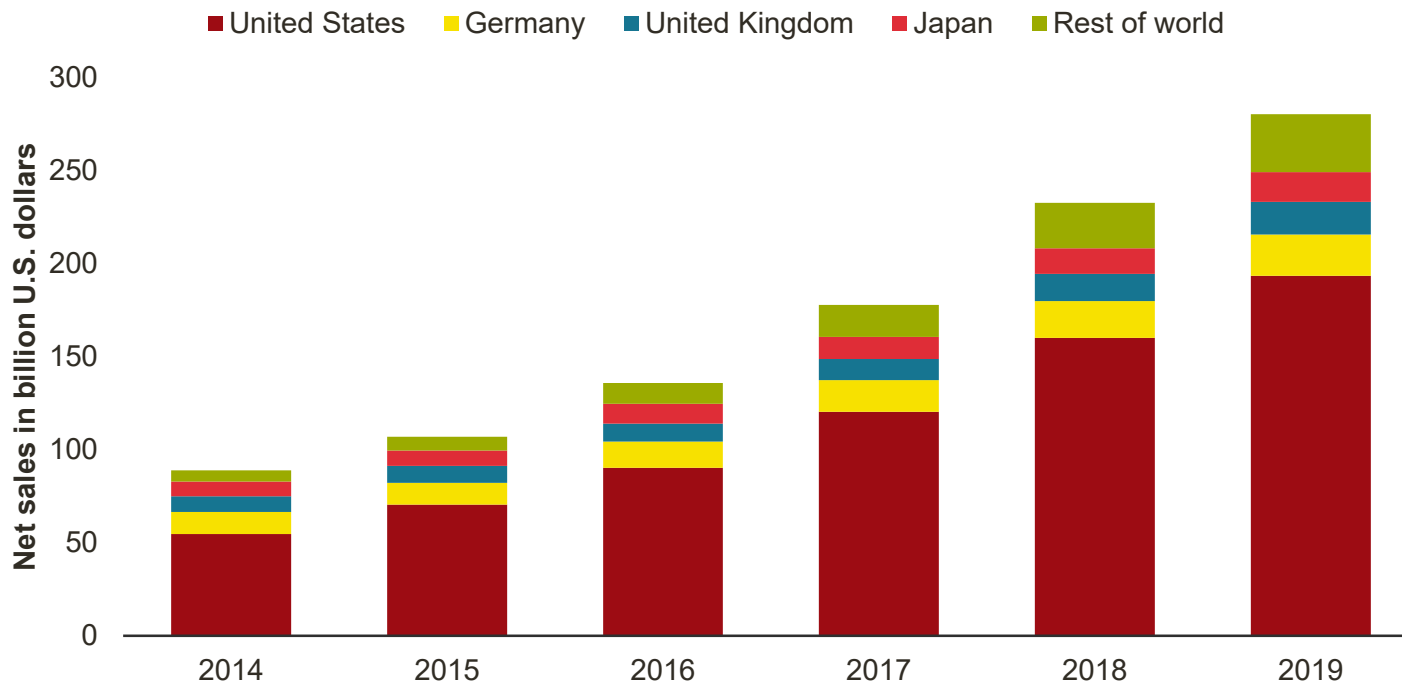
## Annual net revenue of Amazon from 2006 to 2019, by segment (in billion U.S. dollars)

■ North America ■ International ■ AWS



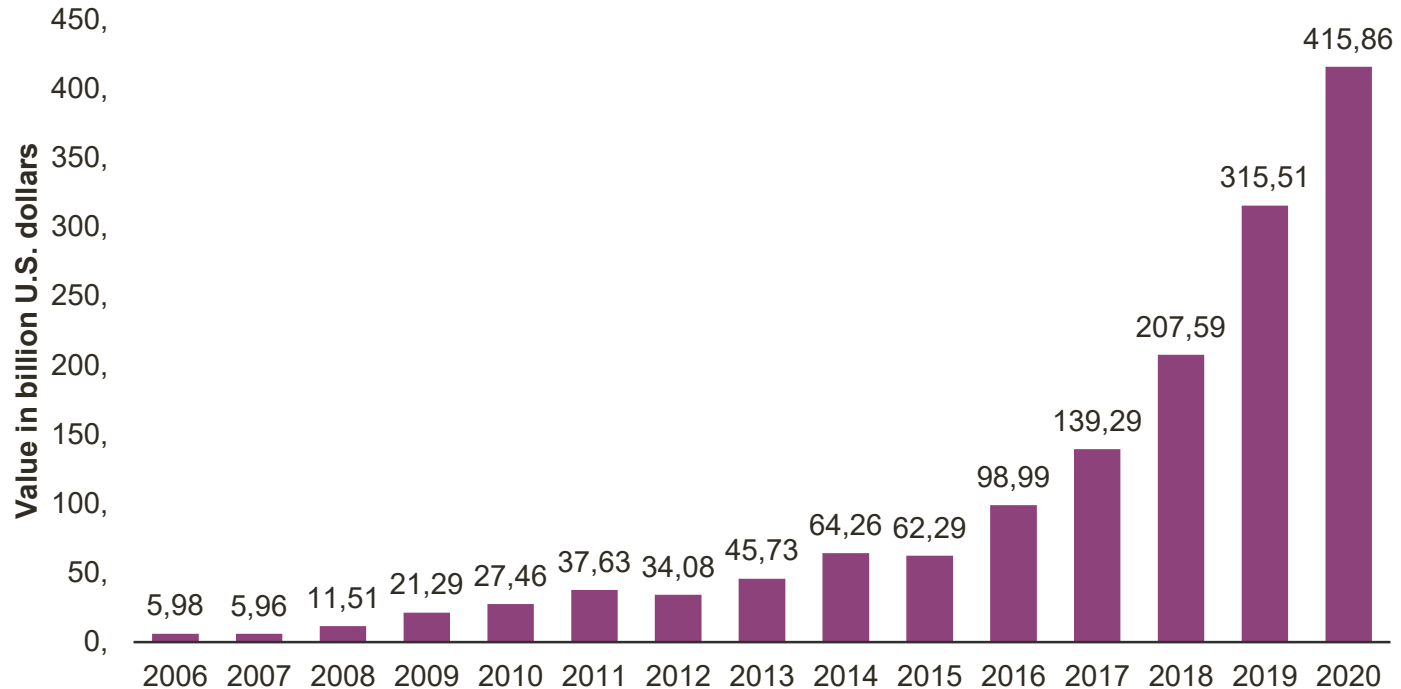
Pohjois-Amerikka on edelleen Amazonin olennaisin toiminta-alue. Pilvipalveluista on nopeasti kasvanut merkittävä liiketoiminta-alue.

## Annual net sales of Amazon in selected leading markets from 2014 to 2019 (in billion U.S. dollars)

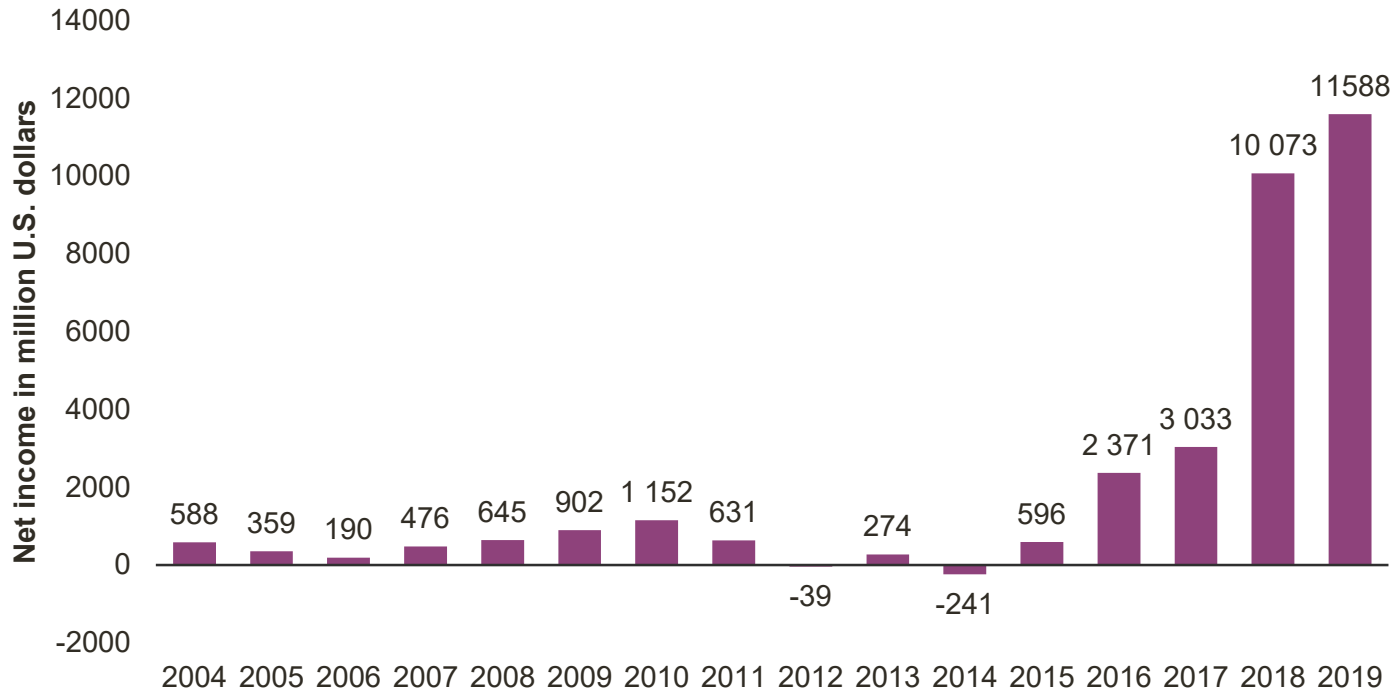




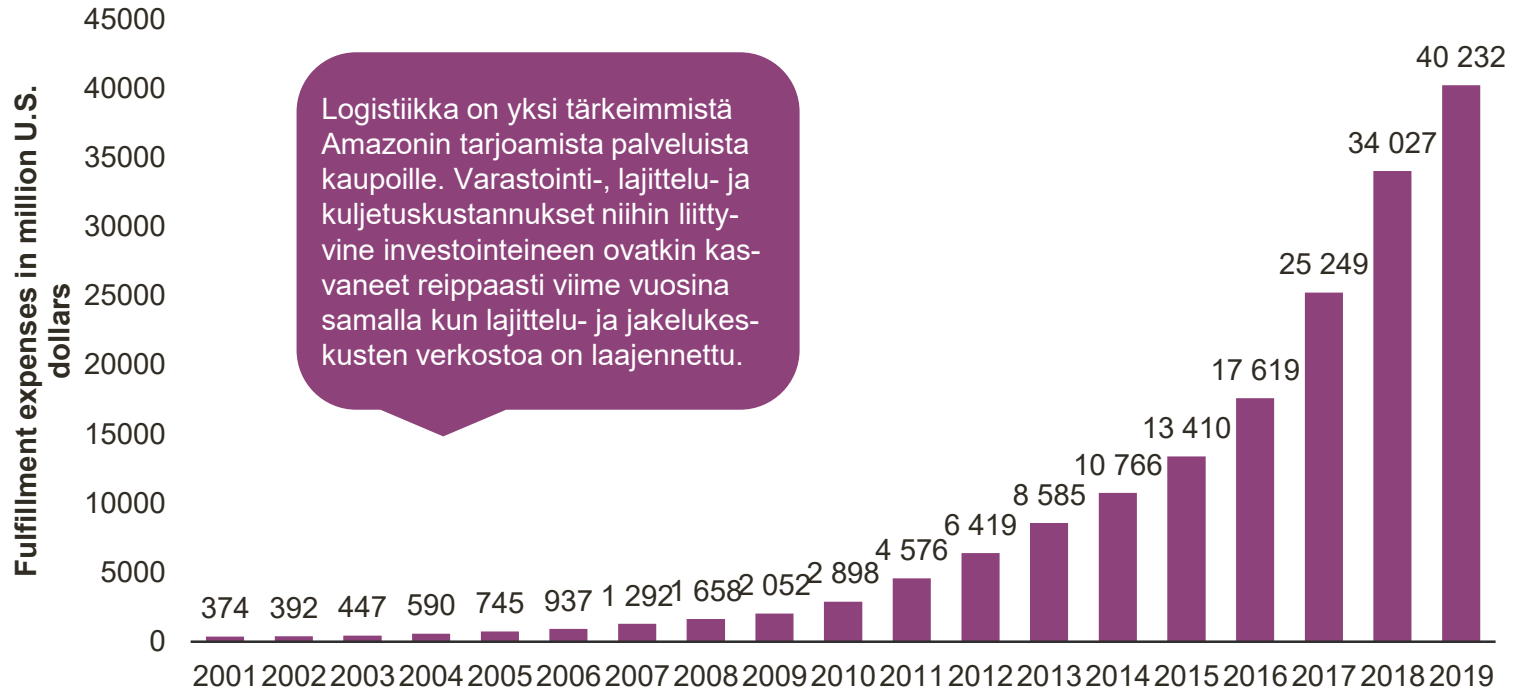
## Amazon's global brand value from 2006 to 2020 (in billion U.S. dollars)



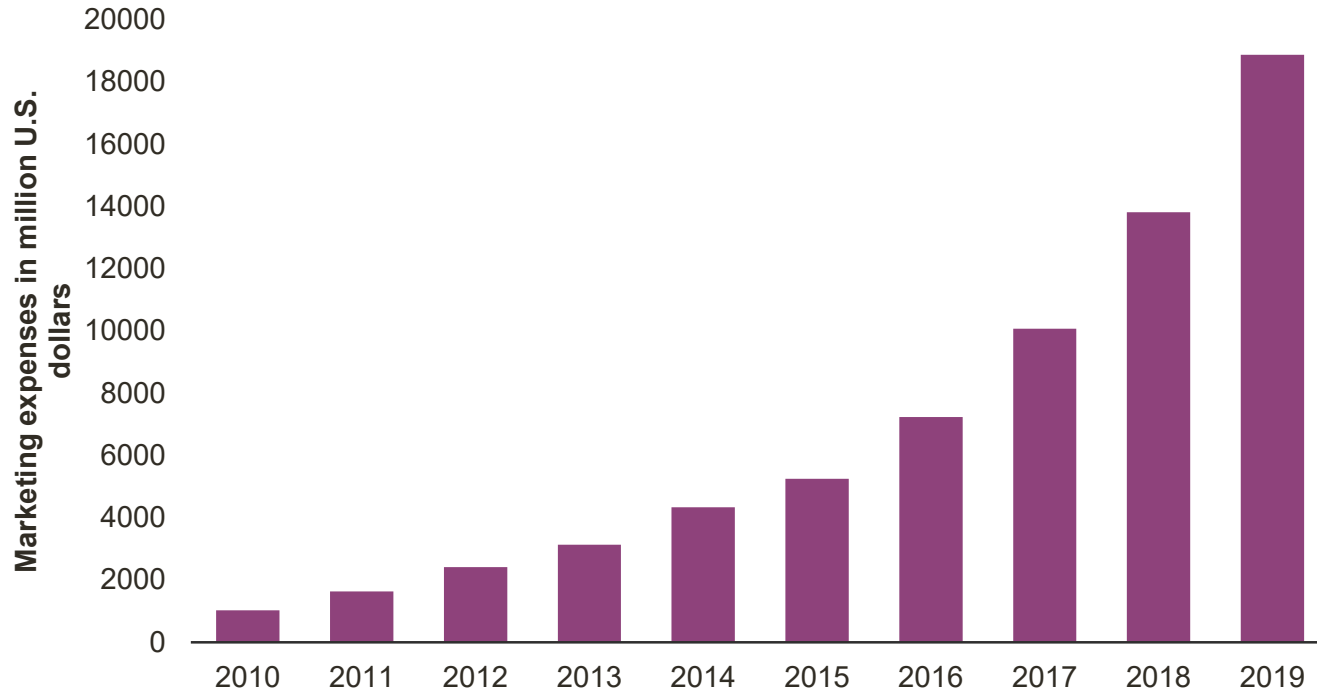
## Annual net income of Amazon.com from 2004 to 2019 (in million U.S. dollars)



## Annual fulfillment expenses of Amazon from 2001 to 2019 (in million U.S. dollars)



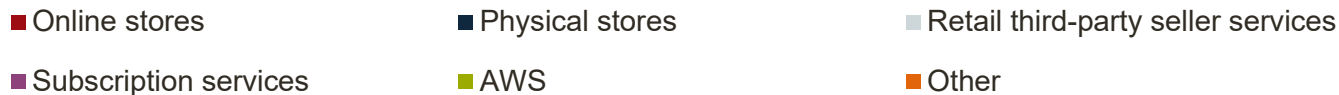
## Annual global marketing costs of Amazon from 2010 to 2019 (in million U.S. dollars)



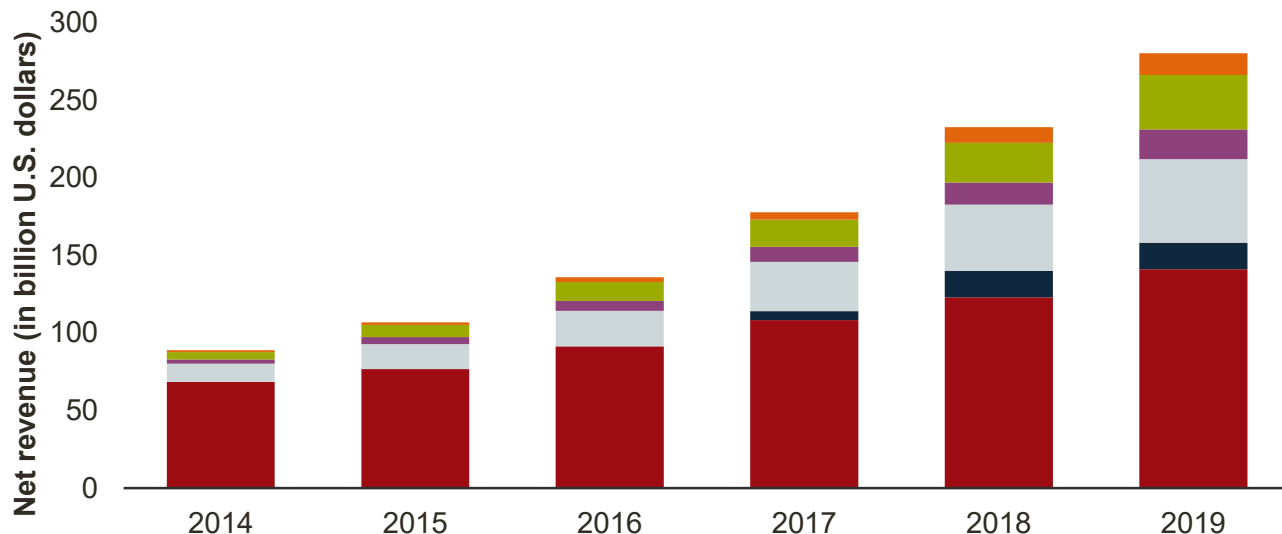
# Amazon palvelualustana



## Global net revenue of Amazon.com from 2014 to 2019, by product groups (in billion U.S. dollars)



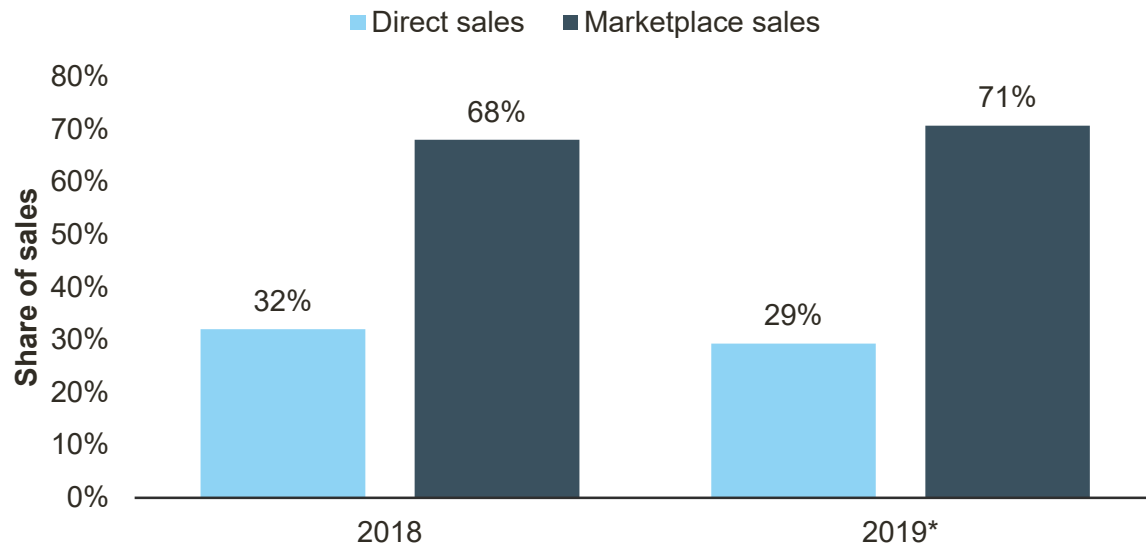
Digitaalisen vähittäiskaupan (joko oma tai alustalla toimivien kauppojen myynti kuluttajille) sijaan Amazonin ansaintalogiikassa on yhä tärkeämpää myydä alustapalveluja muille verkkokaupoille sekä tilauspalveluiden ja pilvipalveluiden liikevaihto.



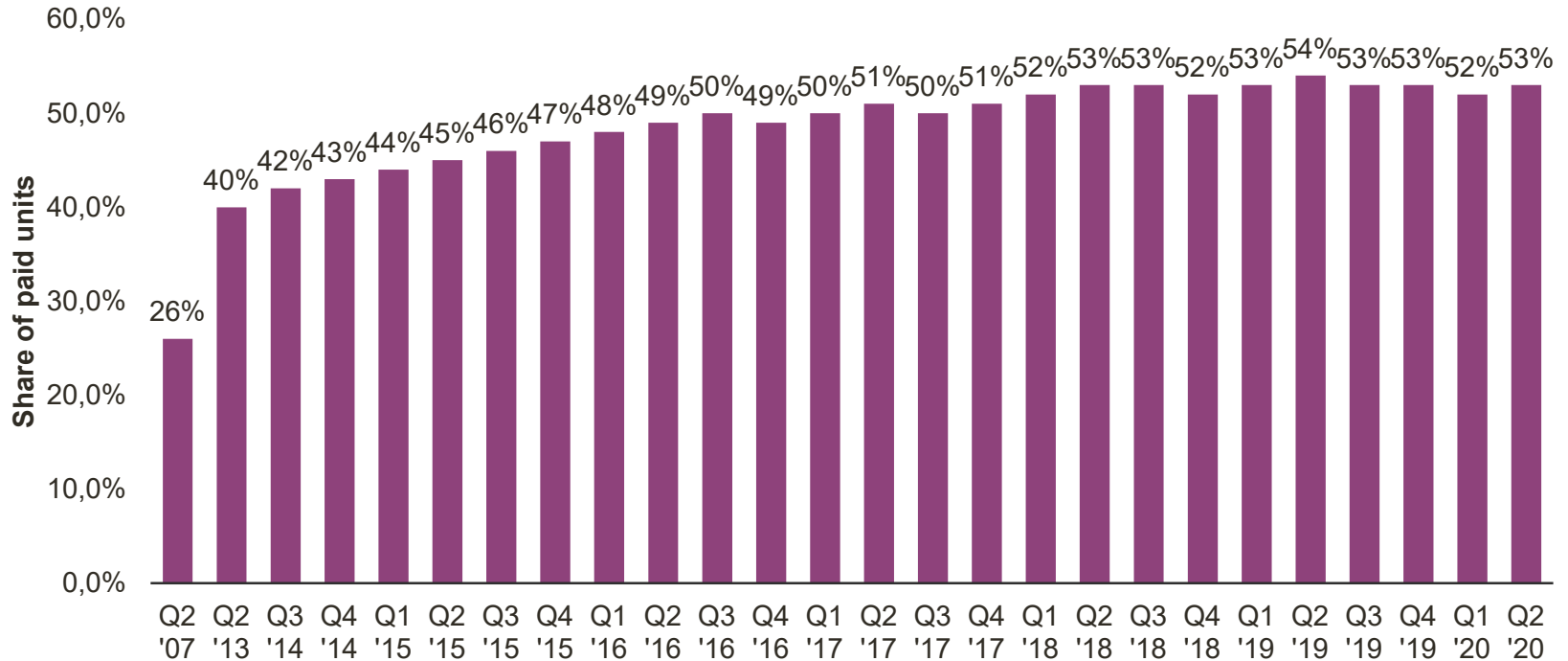
## Distribution of Amazon retail e-commerce sales in the United States from 2018 to 2019, by segment

U.S. Amazon retail e-commerce sales 2018-2019, by segment

Amazon saa suurimman osan vähittäiskaupan myyntituloistaan kolmansien osapuolten myynistä. Kun Amazon ja muut markkinapaikat tarjoavat kauppoille koko palvelupaketin tuoteasettelusta maksamiseen ja asiakaspalveluun, valmiin käyttäjäkunnan potentiaalisiksi asiakkaiksi sekä vielä tehokkaat hakukonetoiminnot, kannustin myydä markkinapaikan kautta on suuri. Markkinapaikka auttaa näkyvyydessä myös kapeilla niche-markkinoilla, joten sen ulkopuolelle jääminen voi olla pienelle erikoistujalle vaikeaa.



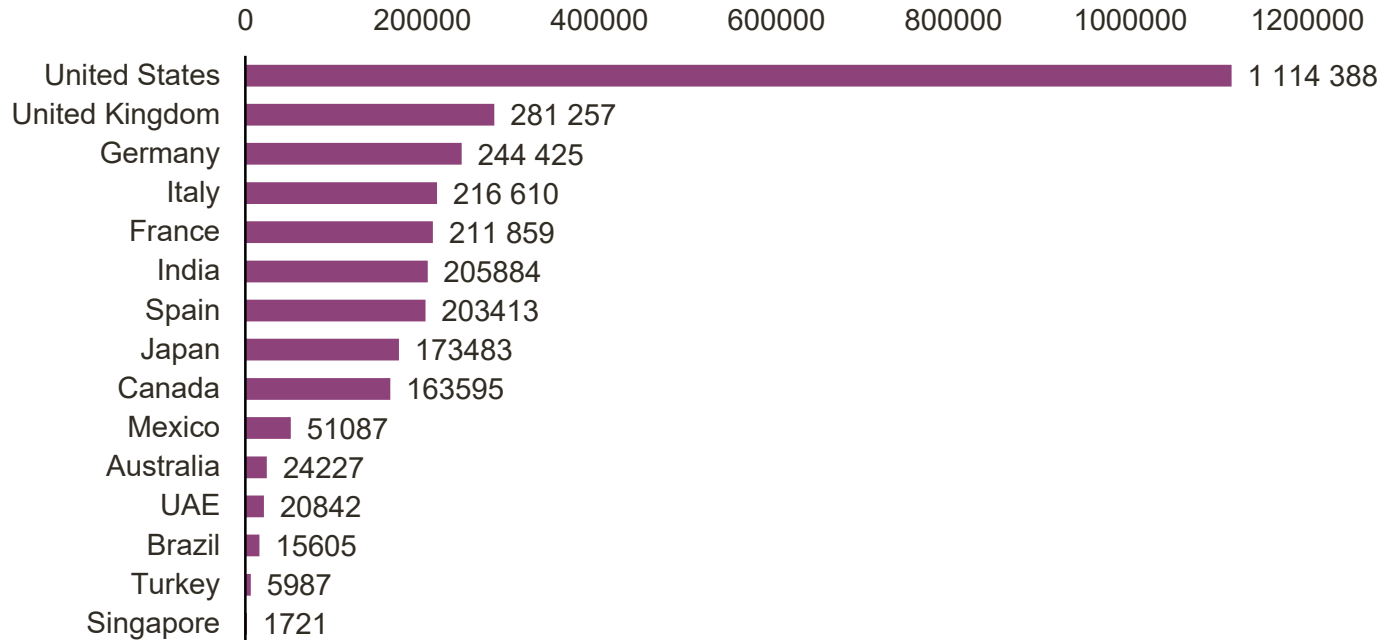
## Percentage of paid units sold by third-party sellers on Amazon platform as of 2nd quarter 2020





# Number of active Amazon marketplace sellers in 2019, by country

Number of Amazon marketplace sellers 2019, by country



# Reasons for internet users in the United States to shop on Amazon as of January 2020

Key factors for U.S. users to shop via Amazon 2020

Varsinkin niche-markkinoilla toimivat kaupat ovat huolissaan Amazonin tulosta omaan maahansa. Amazonin tulon myötä alkaa usein aikaisempaa kovempi hintakilpailu. Valtavan asiakasdatansa ja tiheään jakelukeskusverkostonsa avulla se haastaa muut toimijat kilpailuun myös asiakaspalvelussa ja toimitusnopeudessa. Amazon Prime toimii usein digikanavien kanta-asiakasjärjestelmien esimerkkinä.



# Amazon Euroopassa



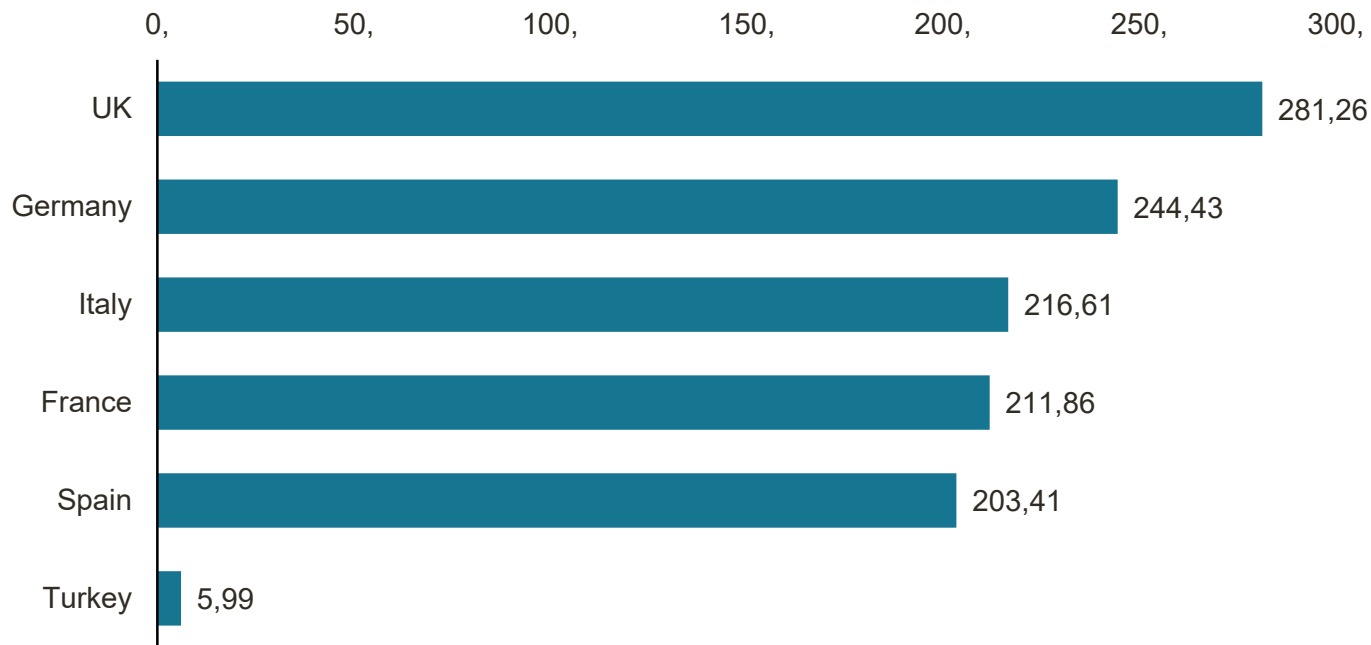
# Distribution of online shopping expenditure in selected countries as of February 2019, by platform

Online shopping dollar spend in selected countries 2019, by platform

	<b>Brand websites</b>	<b>Amazon</b>	<b>Other marketplaces</b>	<b>Retailer sites</b>	<b>Other</b>
Belgium	19%	29%	22%	14%	16%
Czechia	22%	4%	24%	33%	18%
Germany	10%	52%	19%	13%	5%
Spain	16%	48%	19%	10%	8%
France	14%	47%	16%	16%	7%
Netherlands	17%	9%	45%	18%	11%
UK	12%	38%	22%	21%	7%
United States	11%	52%	11%	22%	3%

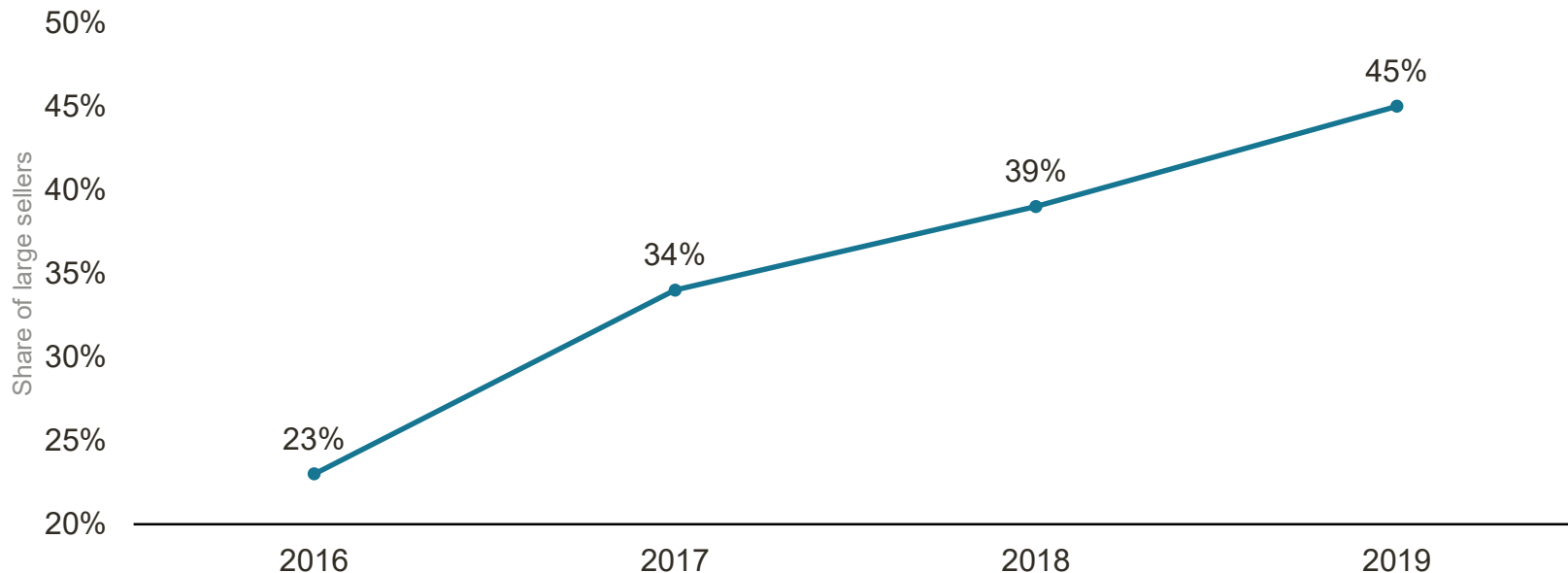
## Number of active Amazon marketplace sellers in Europe in 2019, by country

Number of Amazon marketplace sellers 2019, by country (in 1000's)

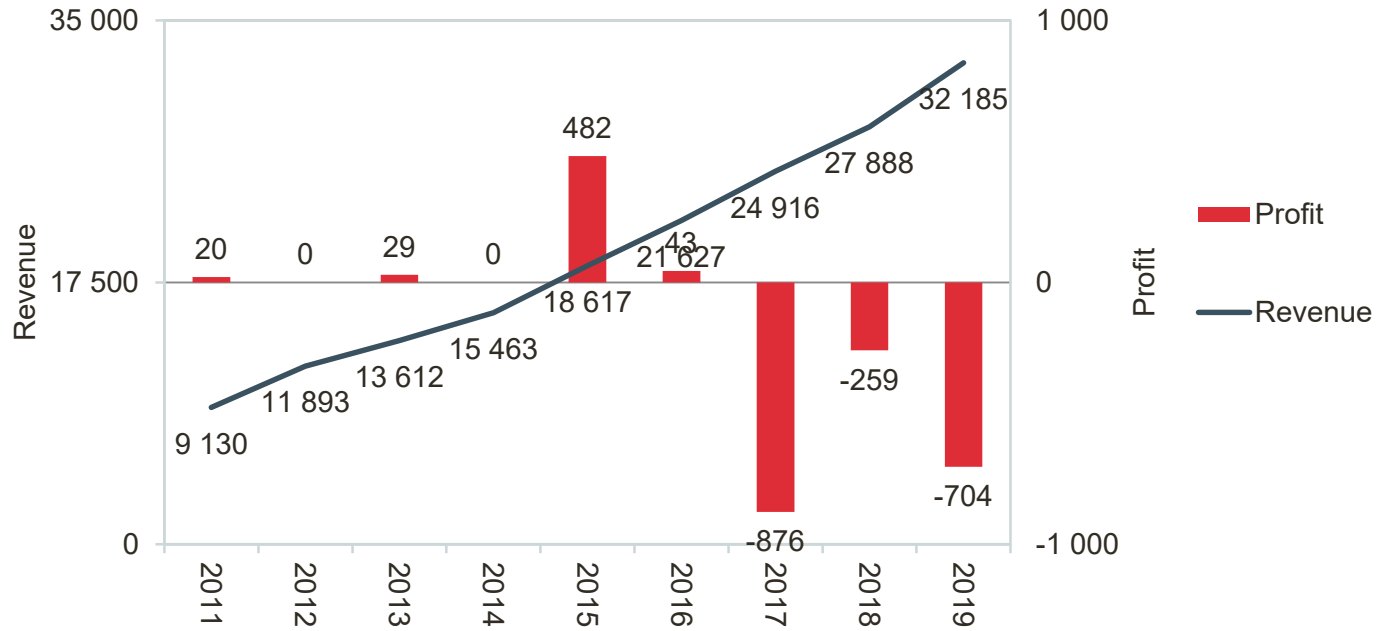


## Share of large sellers on Amazon Europe Marketplace that were based in China from 2016 to 2019

Share of China-based top sellers on Amazon Europe Marketplace 2016-2019

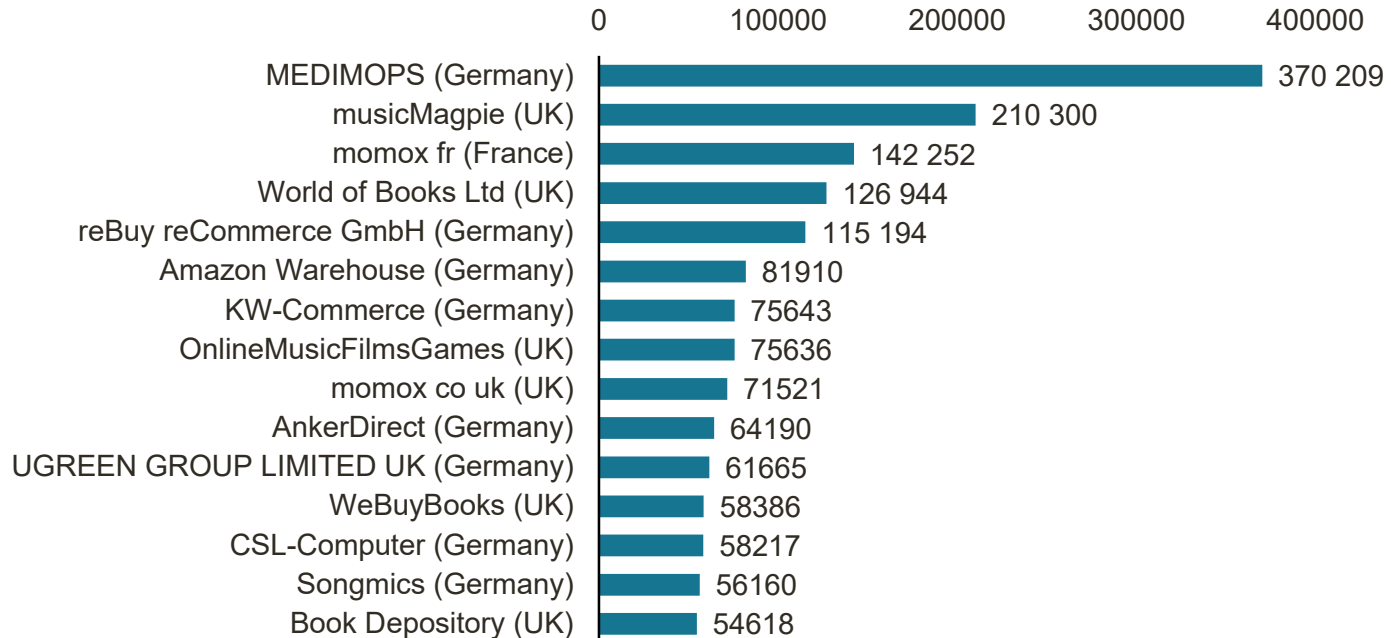


## Revenue and profit of Amazon Europe 2011-2019 in million Euros



## Leading 15 sellers ranked by the number of feedbacks they received on Amazon.com in Europe as of January 2020\*

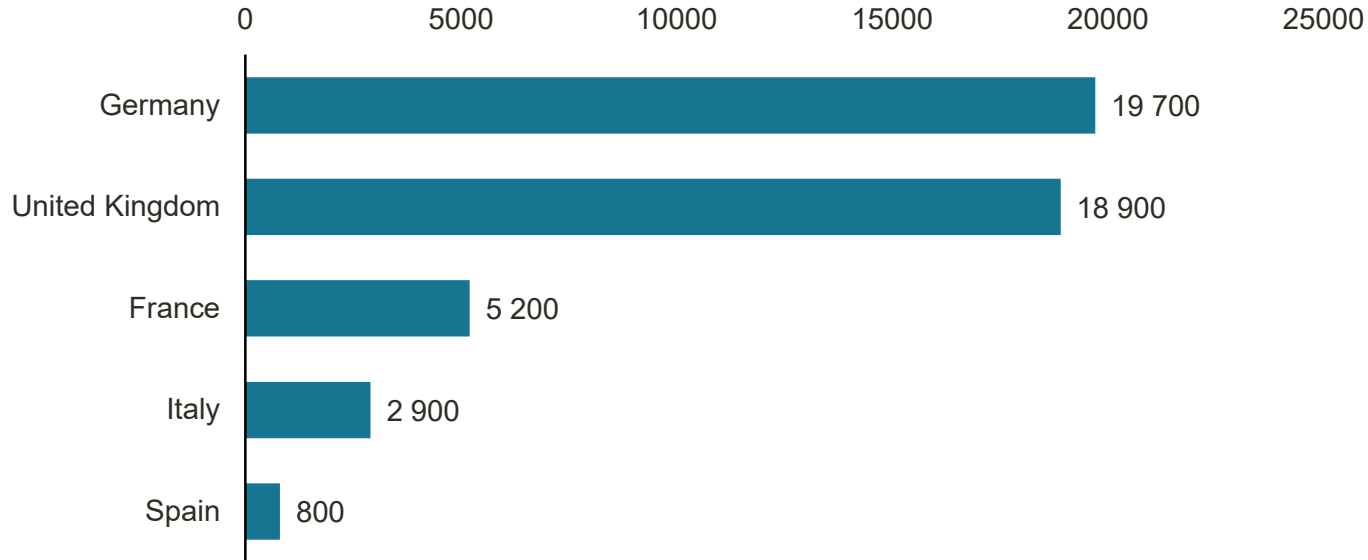
Leading sellers on Amazon.com in Europe January 2020, based on feedback



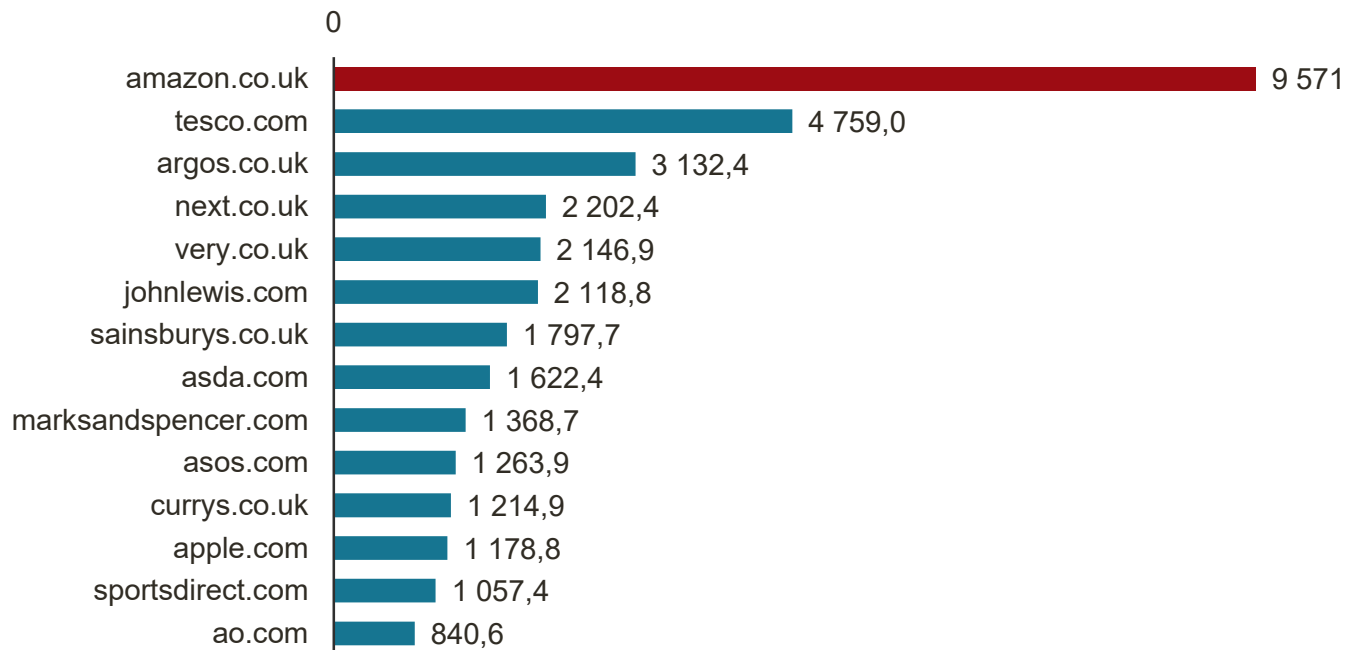


# Estimated number of Amazon employees in transport and logistics in European countries as of 2019

Employment in Amazon transport and logistics in Europe 2019, by country

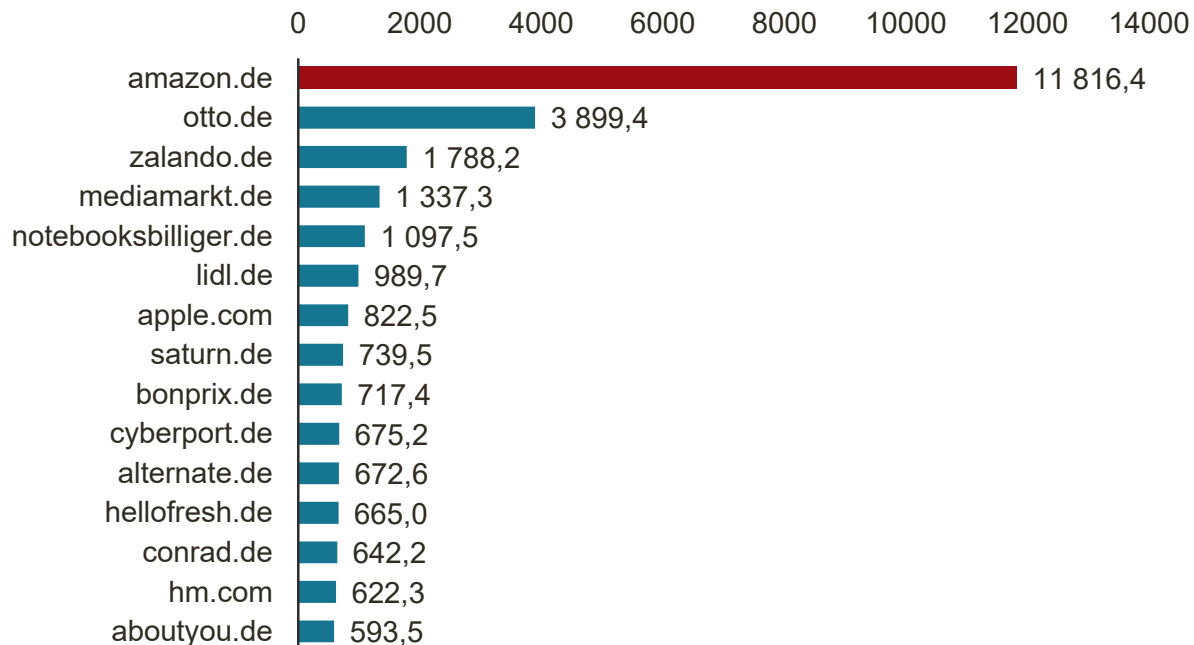


## Most popular online stores in the United Kingdom in 2019, by e-commerce net sales (in million U.S. dollars)

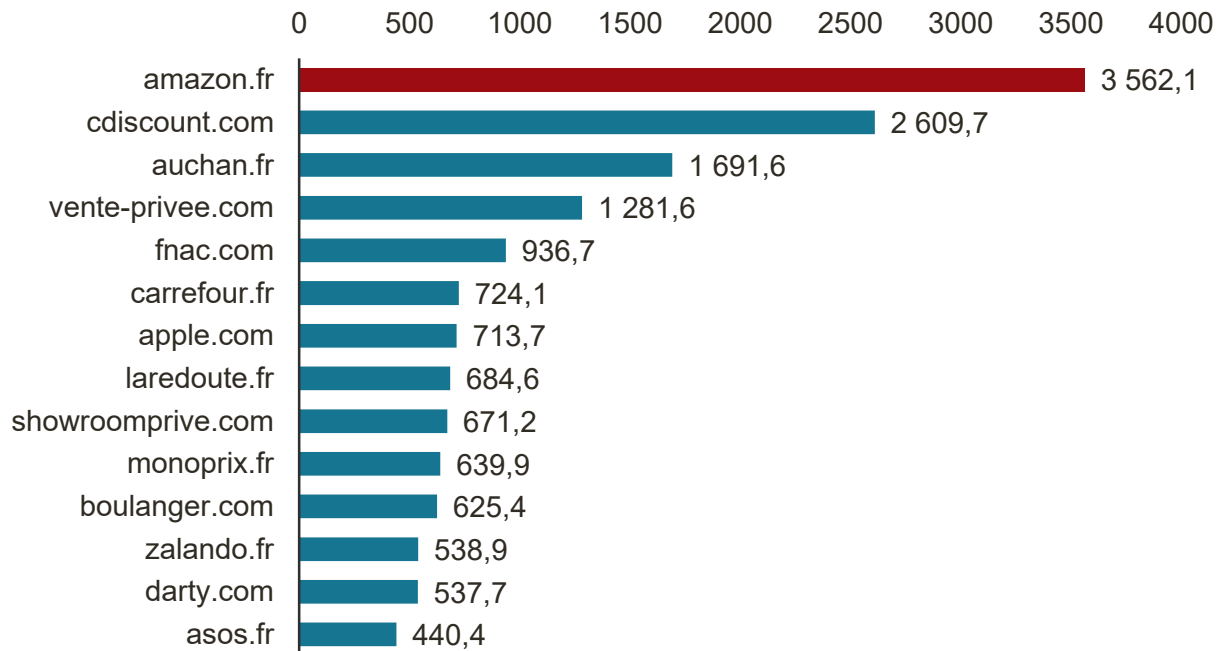


## Most popular online stores in Germany in 2019, by e-commerce net sales (in million U.S. dollars)

Amazon on investoinut voimakkaasti jakeluverkostoon ja logistiikkaan, markkinointiin, data-analytiikkaan sekä tuotteiden ja palveluiden jatkuvaan kehittämiseen ja innovointiin – kanta-asiakasohjelmista virtuaaliassistentteihin. Se tarjoaa etuja, joita kuluttajat arvostavat, esim. ilmainen toimitus, se on aggressiivinen hintakilpailija ja pitää kuluttajien mielenkiintoa yllä vaikkapa videoilla drone-kokeiluista. Kuluttajat pitävät Amazonista!



## Most popular online stores in France in 2019, by e-commerce net sales (in million U.S. dollars)



Suurimmista tuoteryhmistä vain muodissa Amazon ei ole viiden suurimman verkkomyyjän joukossa Ranskassa.



**Lisätietoja:**

**Jaana Kurjenoja**

pääekonomisti

Kaupan liitto

[jaana.kurjenoja@kauppa.fi](mailto:jaana.kurjenoja@kauppa.fi)

p. 040 820 5378

