



Shopee

墨西哥 市场概览

2024.5

目录



📍 坐标：墨西哥

- 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

墨西哥

地理：墨西哥西临太平洋，东傍墨西哥湾与加勒比海，沿海地区是海岸平原，而中部则是高原而且多山，北部是热带沙漠气候，而在南部则有热带雨林气候

首都：墨西哥城

语言：90%+的人口讲西班牙语，是世界上人口最多的西班牙语国家

人口：约1.27亿人口，同比增长0.6%，拉美第二人口大国

宗教：罗马天主教占比88%

年龄结构：25岁以下人口占比41.3%，年轻人比例大



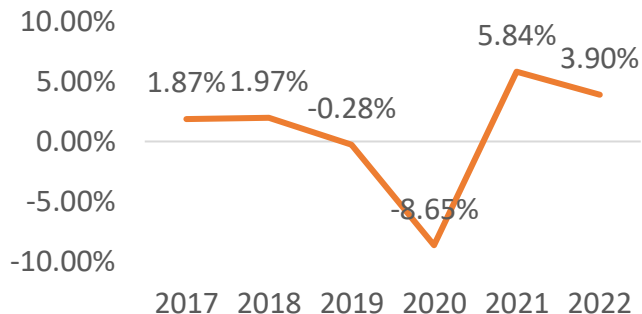
国民经济：2022年GDP 14,659亿美元

人均GDP：11,496.5美元，整体收入水平较高

对外贸易：墨西哥是中国在拉美第二大贸易伙伴，中国是墨西哥全球第二大贸易伙伴，2023年中墨双边贸易额达1,002亿美元，其中中国对墨西哥出口815亿美元。



预计GDP继续保持良好的增速



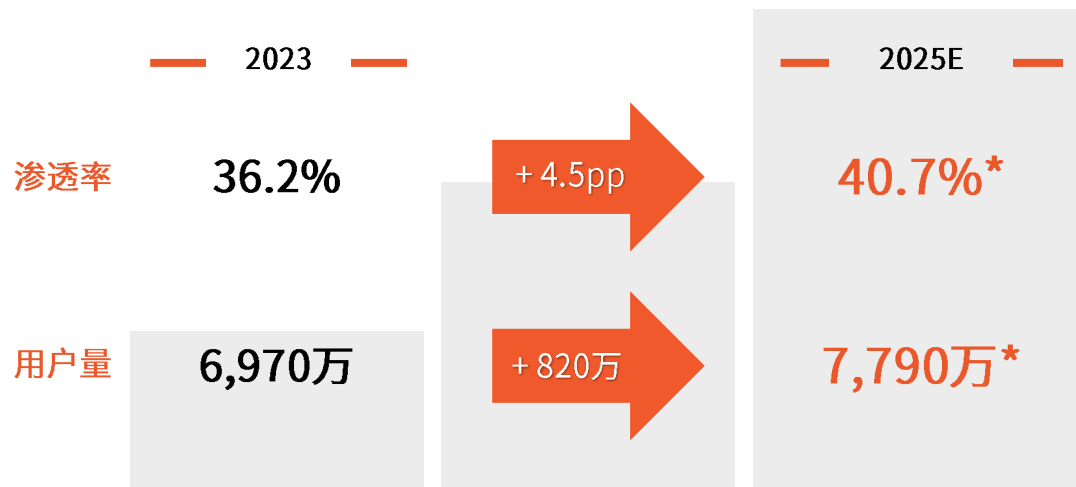
目录

📍 坐标：墨西哥

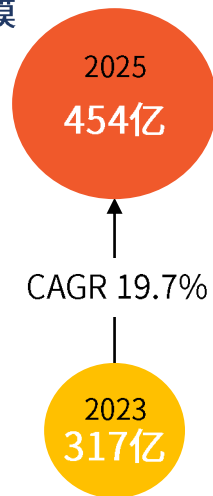
- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

墨西哥电商渗透率提升空间巨大，电商市场规模增长可期

- 2023年线上购物渗透率**36.2%**，仍有较大的增长空间，Statista预测2025年渗透率将达**40.7%**
- 相当于网购用户量从**6,970万**增长到**7,790万**



- 2023年墨西哥电子商务市场规模已达到**317亿美元**，预计未来两年以**19.7%**的复合增长率增长到**454亿美元**规模



移动互联网方面，墨西哥网络基础建设较好

墨西哥移动互联网渗透率高，整体网络质量好，具备较强的竞争力



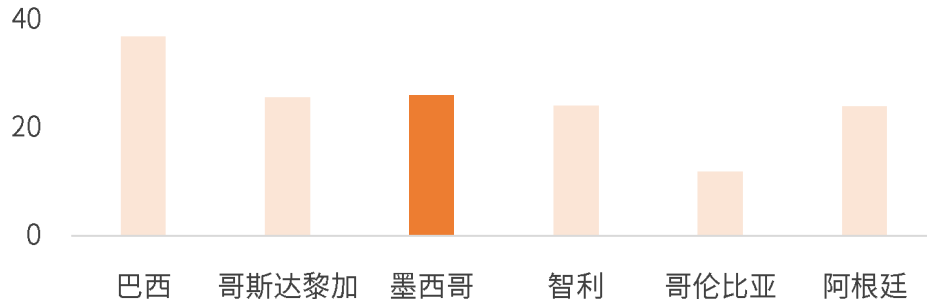
互联网渗透率**83.2%**



智能手机渗透率**97.3%**

墨西哥网络下载速度平均**26.1 Mbps**，处于领先水平

拉美各国下载速度对比 (Mbps)



征税方面，关税0%至35%，增值税16%

主要征收两种税：

1) 关税

- 一般进口关税范围为 0% 至 35%，但大多数进口产品的税率在 3% 至 20% 范围内
- 特殊情况下，某些食品、鞋类和纺织品需缴纳更高的关税



2) 增值税

- 进口商除了要缴纳进口税外，还需在完税金额的基础上再缴纳16%的增值税和0.8%的海关手续费。

物流方面，Shopee墨西哥主要使用自有渠道，时效快，同业内有优势

墨西哥 SLS 卖家费率与参考时效 (MXN)						
目的地	物流渠道	费率				参考时效
		首重(KG)	首重价格	续重单位(KG)	每续重单位价格	
墨西哥	SLS	0.01	52	0.01	2.8	9-30 天

☆☆☆ 250g商品所需运费(人民币)

51.83元

- ✓ 对于中国大陆地区卖家,Shopee在墨西哥的跨境物流主要使用 Shopee 自有渠道 SLS (Shopee Logistics Service) 。
- ✓ 商品从发货到妥投到买家，墨西哥所需平均时间是**25.2天**。

SLS(Shopee Logistics Service)时效及禁运品

以下产品目前尚不可以通过 SLS 渠道运输:

- b. 所有生鲜类和未经加工的食品、预包装食品、肉类及肉制品食品、花生、莲子、银杏（白果）、香菇、有药用价值货治疗功能的食品、宠物食品、植物种子、土壤等颗粒状产品;
- c. 药品、保健品、医疗器械、医疗用品、按摩枪、除虫用品、防蚊手环;
- d. 香烟、雪茄、电子烟及电子烟配件、货币、票据、股票等贵重有价证券;
- e. 易燃易爆物品（如指甲油等含酒精类的产品、压缩气体、粉末）、发胶、染发剂、香水含纯液体产品;
- f. 与武器有关的物品（如瞄准具、模型枪械、玩具枪、弹药类等）及有攻击性的物品（如铁手掌、警棍、刀斧、匕首、弹弓、剑等物品）;
- g. 纯电商品、强磁产品（如喇叭、麦克风）;
- h. 受华盛顿公约所限制货需要动植物检疫证明的动植物产品;
- i. 同赌博有关的产品（如麻将、扑克牌、骰子等）、所有图书及出版物;
- j. 侵权及无品牌授权的产品。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;
- k. 墨西哥可发手机、平板电脑，每个包裹不超过 1 台
- l. 所有黄金白银铂等贵金属及其制品
- m. 其他特殊品类限制要求请以平台政策为准



支付方面，信用卡和数字钱包是墨西哥最主要的线上购物支付方式

墨西哥支付方式概览



线下交易现金为王：2023年，38%的线下交易依然依赖现金支付



线上交易渗透仍有待提高：根据世界银行统计，仅60%的墨西哥人拥有金融机构或移动支付服务商账户，拉美领先国家如巴西则高达85%。

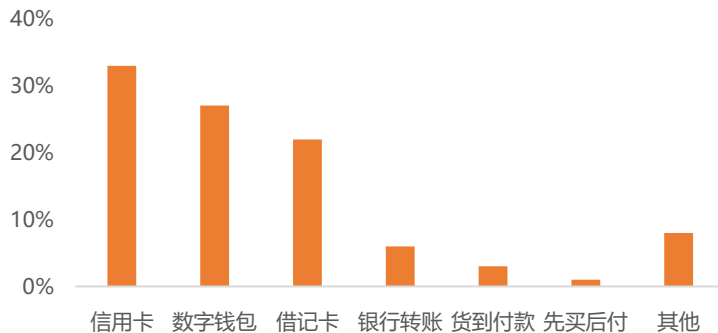
2023年墨西哥主流支付方式



电子商务支付方式

信用卡和数字钱包是电商交易最主要的方式，分别占比**33%**和**27%**。

墨西哥2022年电商支付方式



目录

📍 坐标：墨西哥

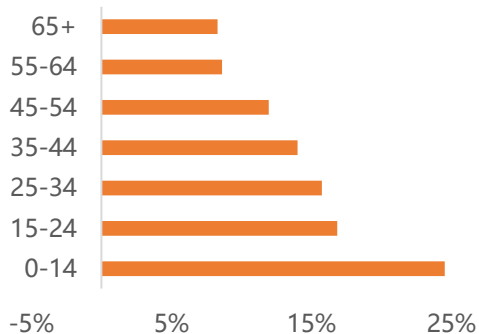
- 1 基础信息
- 2 电商市场规模及相关设施
- 3 人口特征及消费习惯
- 4 消费品类

墨西哥年轻人口居多，城镇化程度高，消费力和我国水平相当

年轻人口居多



41.3% 的人口
在25岁以下；
年龄中位数 29.2



天主教国家

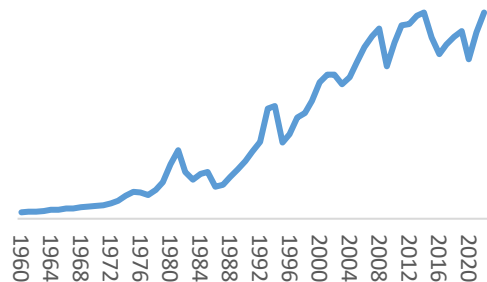


88%人口为天主教徒；世界第二大天主教国家

- 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
- 墨西哥的社会和政治受天主教影响很大

消费力强

墨西哥人均GDP趋势 11497



- 墨西哥**81%**人口居住在城镇，2022年人均GDP在**11,497美元**左右的水平，和中国相当。

墨西哥电商消费人群及习惯概览（1/3）：墨西哥用户已形成网上购物习惯，以年轻群体为主



墨西哥拥有**1.07**亿网民，占总人口的**83%**，

其中**97.3%**是移动手机用户

墨西哥**75%**的网上购物是通过**手机**进行的，

而笔记本电脑和平板电脑分别受到**36%**和

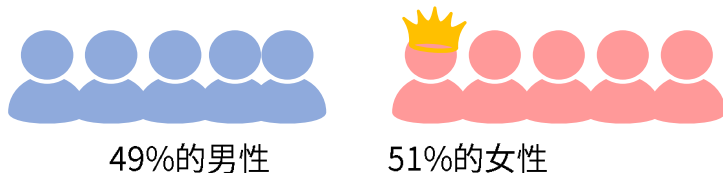
29%的用户的青睐。



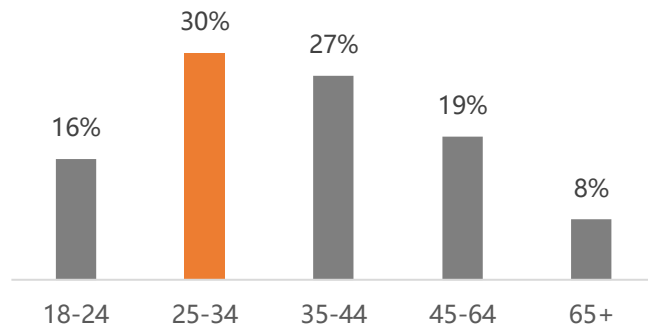
墨西哥网民网络使用时间较长，

日均网络使用时长：**7h37m**

从**性别**上看，更多的女性参与网上购物



从**年龄**上看，主要网上购物者年龄为25-34岁



墨西哥电商消费人群及习惯概览（2/3）：促销活动受捧，电子、时尚、食品品类位列Top3

从**消费动机**上看，**包邮**和**折扣**是墨西哥网购人群最关注的两方面因素。由于大部分人群价格敏感，电商的**促销活动**十分有吸引力。



包邮



折扣

✓ 此外，墨西哥人也会出于特定目的进行购物，例如支持环境可持续发展、支持具备良好员工关怀的企业等。



从**消费品类**上看，电子、时尚、食品为主流类别



电子产品
108.2亿美元



时尚美妆
50.7亿美元



食品
54.7亿美元

家具、家居用品、食品为增长最快的类别



家具
+19.0%



家居用品
+18.9%



食品
+18.2%

墨西哥电商消费人群及习惯概览 (3/3)：社交媒体重度使用，广告引流接受度高



墨西哥有**9,020万**社交媒体用户，占总人口的**70%**

网民平均每天花**7.5**小时上网，其中**3.2**个小时活跃于各种社交媒体

脸书最受欢迎；其次是**WhatsApp**，**INS**

广告受众人群（月活跃用户）

脸书

**9,223万**女 52%
男 48%

Ins

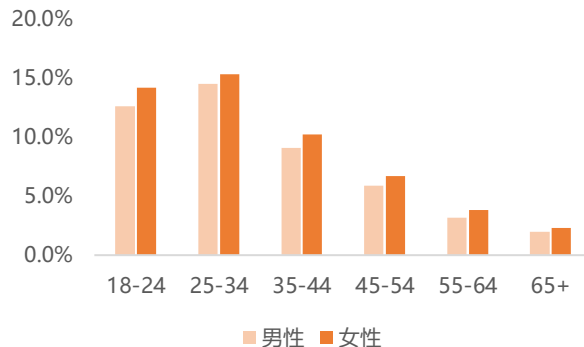
**6,987万**女 50%
男 50%**43%**

- **43%**的网购消费者通过社交媒体进行购物

29%

- **29%**的网购消费者通过直播进行购物

社媒用户：年轻人为主



目录

📍 坐标：墨西哥

- 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

一月

二月

三月

四月

五月

六月

七月

八月

九月

十月

十一月

十二月

情人节
2月14日

儿童节
4月30日

父亲节
六月的第三个周日

返校季
八月末

国庆节
9月16日

亡灵节
11月1日-2日

El Buen Fin
11月的第三周

黑色星期五&
网络星期一
11月末

圣诞节
12月16日-1月6日

母亲节
5月10日

Hot Sale
5月29日-6月6日



热销品类



手机配件



珠宝手表



家居生活



时尚配饰



女性服饰

潜力品类



母婴玩具



美容美妆



文具



箱包



运动户外



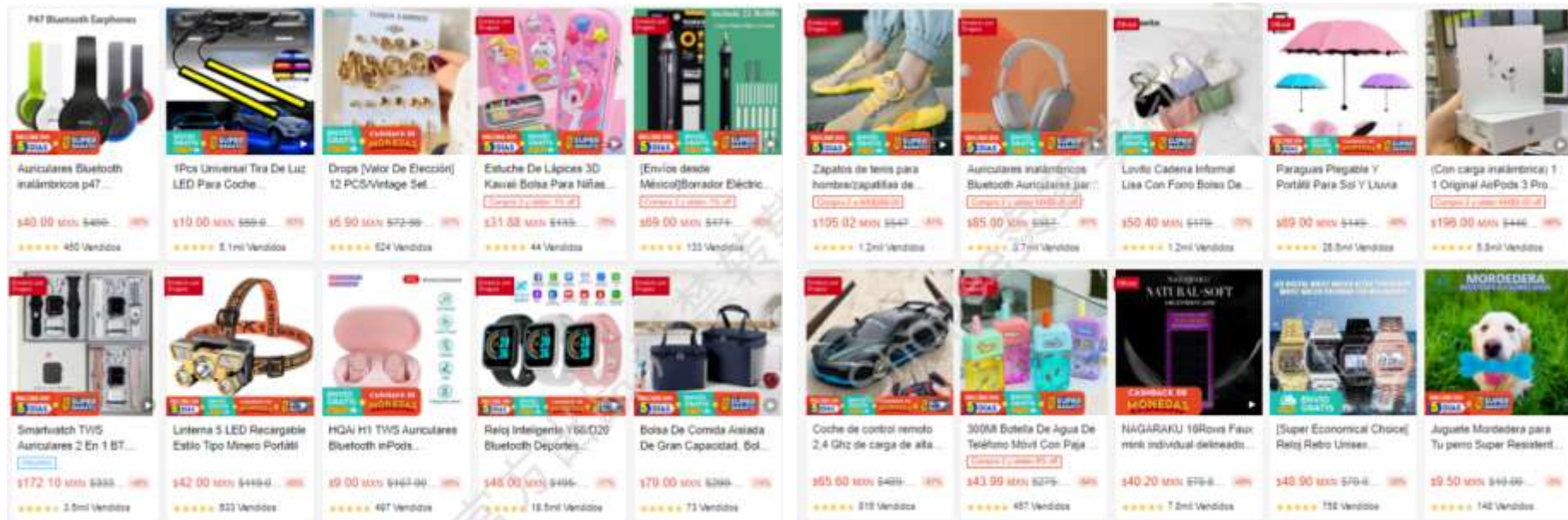
宠物用品



汽车配件



男性服饰



➤ 关注虾皮卖家学习中心“[Shopee市场周报](#)”，获取更多最新市场动态！



Shopee

Thank you

Gracias

2024.05