



# 北美站

*New Seller Guidance*

# 新手卖家

# 必读手册

---

## 目录

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 前言 .....                                                    | 1  |
| 新卖家入门大礼包 .....                                              | 2  |
| 第一步：开店前的准备工作 .....                                          | 5  |
| 1. 了解开店流程 .....                                             | 5  |
| 2. 亚马逊北美站开店需要多少钱？ .....                                     | 5  |
| 3. 注册资料准备 .....                                             | 6  |
| 4. 怎么找到靠谱的服务商？ .....                                        | 8  |
| 第二步：启动店铺注册流程 .....                                          | 9  |
| 1. 注册指导手把手教程 .....                                          | 9  |
| 2. 注册阶段可能遇到的申诉流程 .....                                      | 11 |
| 3. 品牌注册 .....                                               | 12 |
| 第三步：选品与合规 .....                                             | 16 |
| 1. 选品推荐和选品方法论 .....                                         | 16 |
| 2. 产品合规认证咨询 .....                                           | 19 |
| 第四步：Listing（商品详情页）上传与合规教程 .....                             | 20 |
| 第五步：FBA 发货教程及亚马逊供应链整体解决方案（Supply Chain by Amazon-SCA） ..... | 25 |
| 1. 亚马逊 FBA 是什么，有哪些优势，开通流程是怎样的？ .....                        | 25 |
| 2. 将库存发往 FBA .....                                          | 27 |
| 3. 亚马逊供应链整体解决方案 SCA 介绍 .....                                | 30 |
| 第六步：新品快速动销 .....                                            | 31 |
| 1. 亚马逊流量地图 .....                                            | 31 |
| 2. 快速获取评论：Vine（绿标） .....                                    | 32 |
| 3. 快速获得流量：广告 .....                                          | 35 |
| 4. 获得有效参考价格（Valid Reference Price） .....                    | 37 |
| 5. 巧妙运用优惠券，有效促进转化率增长！ .....                                 | 38 |
| 6. Prime 专享折扣提报 .....                                       | 40 |
| 怎么联系亚马逊官方客服？ .....                                          | 43 |
| 加入新卖家校友会！ .....                                             | 44 |

## 前言

尊敬的卖家，欢迎您正式加入亚马逊全球开店！在这个充满无限机遇与挑战的跨境电商舞台上，我们满怀热忱地迎接您的到来，并将矢志不渝地陪伴您踏上这趟激动人心的创业之旅。

为助力您顺利迈出坚实的第一步，精心筹备良久，我们为您悉心定制了《新手卖家必读手册》。这本手册是新手卖家开启跨境电商征程的全方位指南，其涵盖内容极为丰富，从至关重要的**前期开店注册环节**，包括详细的注册流程、所需材料以及各类注意事项，到产品推广过程中的**促销工具**、**广告**、**Listing 优化**等关键要素等方面的指导。

各位卖家朋友，在使用手册的过程中，若您碰上棘手难题、手册里找不到解法时，别担心，我们为您准备了**多元的官方团队支持**：

1. 直接在卖家后台联系销售伙伴支持开 case；
2. 推荐您加入新卖家校友会，这里汇聚同行经验，官方经理常驻答疑，助您快速破局；
3. 如果您有运营经理，可以联系 Ta，Ta 会精准帮扶（Ta 也可能联系您进行指导，请留意电话，邮箱）。

期待这些途径能切实帮您解决问题，祝您生意一路畅达。此刻，就让我们携手并肩，以这本手册为指南，满怀信心与憧憬地共同开启属于您的辉煌成功之路。在未来的日子里，愿您在亚马逊的广阔天地里披荆斩棘，收获丰硕成果！

## 新卖家入门大礼包

在着手店铺注册准备前，我们先为您介绍新卖家入门大礼包。大礼包中包含的优惠补贴，能让您轻松起步，开启跨境电商征程。

### 1. 什么是新卖家入门大礼包？

新卖家入门大礼包是一系列针对新卖家的激励措施，目的是鼓励新卖家试用亚马逊提供的产品解决方案，如品牌注册、亚马逊物流以及亚马逊广告，以获取相应的奖励。符合条件的卖家可在美国、欧洲、日本站点各享受高达 52500 \*美元的返还；多站点最高可领 15 万美金销售额返还（美欧日三个站点叠加可获得 15 万美金）。

\*前 5 万美金销售额返还 10%，之后的品牌销售金额返还 5%。返还金额将抵扣下月的销售佣金

### 2. 新卖家入门大礼包都有哪些福利？

2024 年新卖家入门大礼包只要完成四个任务即可领取相应福利，所有福利都是自动领取和自动抵扣的。

🌟 **任务 1：品牌成长** 品牌主 6 个月内在亚马逊品牌后台（Brand Registry）完成品牌注册。（详见本手册第二步-品牌注册）

福利（通过卖家后台搜索“新卖家大礼包控制面板”查看领取情况）：

- 首 5 万美金品牌商品销售额返还 10%！之后的品牌销售金额返还 5%，最高首年或首 100 万美元品牌商品成交额返还 52500 美元\*，返还金额将抵扣下月的销售佣金。

具体计算方法如下：

若卖家在半年内就达到了 100 万美元的品牌商品成交额，就按照 100 万美元的成交额进行返还，即：返还金额为  $\$50000 \times 10\% + \$950000 \times 5\% = \$52500$ ；

若卖家首年结束时品牌商品成交额未达到 100 万美元，则按照实际成交额 X 进行返还，即：当 X

大于 5 万美元, 返还金额=  $5 \times 10\% + (X - 5) \times 5\%$ , 当 X 小于等于 5 万美元, 返还金额=  $X \times 10\%$

### • 200 美元亚马逊评论管理工具 (Vine) 优惠 \*\*

\*注: 已累积返还将在累积时段结束 12 个月后到期。

\*\*注: 要领取 200 美元的亚马逊评论管理工具 vine 费用优惠, 卖家必须在完成品牌注册后 90 天内 (或上线首个可供购买 ASIN 后 90 天内, 以较迟者为准) 注册 vine 计划。

## 📌 任务 2: 业务扩张 加入亚马逊物流 FBA

福利 (从后台交易报表中查看抵扣情况):

若您在发布首个可供购买 ASIN 后 90 天\*内运送库存至亚马逊运营中心可获得:

- 400 美元入库配置服务费优惠(限美国站), 【需要使用亚马逊 AGL 或 SEND (即亚马逊跨境承运伙伴方案) 运输入库】
- 最高 200 美元入库或配送费优惠\*\*\*, 【需要使用亚马逊 AGL 或 SEND (即亚马逊跨境承运伙伴方案) 运输入库】
- 自动加入 FBA 新品入仓优惠计划
- 10%折扣,用于前 100 件亚马逊多渠道配送产品的配送费

所有新加入 FBA 的卖家:

- 前 365 天^内免收仓储利用率附加费
- 前 365 天^内免收低量库存费

\*注: 按 FBA 货件创建日计算 90 天 ^注: 在首次收到亚马逊物流库存之日后开始计算

\*\*\*注: ①若您从目的国境内运输至亚马逊物流中心, 则可以获得 100 美元优惠用于您的亚马逊合作承运人的入库运输费; ②若您从中国直接发货至亚马逊物流中心, 则可以获得 200 美元优惠用于您的亚马逊运营中心配送费,但需要使用亚马逊 AGL 或亚马逊 SEND 服务运输入库。

## 📌 任务 3: 引流转化 卖家在发布首个可供购买 ASIN 的 90 天内使用亚马逊商品推广, 创建一个广告活动

福利 (查看路径 “广告-管理-账单和付款-折扣券”):

- 50 美元亚马逊商品推广广告折扣券^
- 领取后 30 天内未使用过期

^注: 该优惠适用于美国站、日本站、英国站和德国站卖家

## 📌 任务 4: 引流变现 卖家在发布首个可供购买 ASIN 的 90 天内使用亚马逊优惠券

福利 (从后台交易报表中查看抵扣情况):

- 50 美元亚马逊优惠券费用优惠^
- 领取后一年未使用过期

^注: 该优惠券为用于抵扣优惠券佣金费用, 而不是优惠券折扣金额。

# 3. 2024 新卖家入门大礼包的入场资格是什么?

适用于 2024 年 3 月 1 日或之后发布第一个可供购买的 ASIN 的专业卖家 (Professional Sellers)。任务时长基于第一个可供购买的 ASIN 的发布时间计算。

## 4. 亚马逊福利一键查工具包

为了帮助卖家朋友们可以更好地梳理福利参与资质和领取情况, 协助大家顺利叠加 Buff, 亚马逊重磅推出“亚马逊福利一键查工具包”, 整合多个福利项目的资格自测和匹配逻辑。

复制链接, 获取亚马逊福利一键查工具包: <https://gs.amazon.cn/fba/incentive>。

你只需要按照下拉框指示选择适用的情况, 即可迅速为自己筛选福利参与情况和适用教程!

您也可以复制以下链接, 观看【手把手直播课】, 了解新卖家大礼包怎么领取:

[https://ma.globalsellingcommunity.cn/meetings/MeetingPc/Detail?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&id=60232&category\\_one=19279&category\\_two=19344&category\\_three=](https://ma.globalsellingcommunity.cn/meetings/MeetingPc/Detail?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&id=60232&category_one=19279&category_two=19344&category_three=)

## 第一步：开店前的准备工作

亚马逊作为全球知名的电商渠道，为中国出海企业和品牌提供了稳定的购买群体和优质的全球流量。本章节对于如何入驻亚马逊给出全面的指导。

### 1. 了解开店流程

开店前，了解开店流程至关重要，其中账号注册流程主要分为以下两种：

**(1) 通过经理发送的注册链接注册：**卖家提交开店意向——系统发送注册链接（申请后 1-2 个工作日）——卖家通过开店邮箱接收注册链接（邮件内附注册指导手册）——卖家进行注册

**(2) 自行通过亚马逊全球开店官网前往站点注册（简称自注册）：**打开 [gs.amazon.cn](https://gs.amazon.cn)，点击右上角的“前往站点注册”，选择“北美站注册”，在新出现的画面中，点击“创建您的 Amazon 账户”按钮。然后根据注册指导手册注册。

### 2. 亚马逊北美站开店需要多少钱？

主要分为五大费用：

- (1) 产品成本：选品不同，成本可能会出现较大差异；
- (2) 月服务费：每月仅需 39.99 美元，即可开通包括北美及拉美站在内的 18 大站点；
- (3) 销售佣金：亚马逊商城根据不同品类收取不同比例的销售佣金。具体详情请参考各站点销售佣金细则：[美国站](#)；
- (4) 物流费用：跨境电商会涉及多种物流费用，详细费用请复制链接使用亚马逊物流收入计算器进行估算

[https://sellercentral.amazon.com/hz/fba/profitabilitycalculator/index?mons\\_sel\\_locale=zh\\_CN](https://sellercentral.amazon.com/hz/fba/profitabilitycalculator/index?mons_sel_locale=zh_CN)

(5) 商品推广费用：为加速您的业务成功，亚马逊建议在商品上架 90 天内开通并使用广告、优惠券等促销工具，以及品牌工具。

想进一步了解在亚马逊开启跨境电商业务需要多少开店成本？请复制链接打开视频查看：<https://gs.amazon.cn/zhishi/article-240511>

### 3. 注册资料准备

在您开始注册账户前，请务必了解相关资料准备，以便顺利地完成账户注册。以下注册资料均为必须提供的资料，若资料不完整不真实，将无法注册成功。所有卖家必须向亚马逊以及买家提供准确的信息，并在信息发生变化时同步更新。

| 需准备资料          | 中国大陆                             | 中国香港                        | 注意事项                                                                 |
|----------------|----------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 公司商业文件彩色扫描件或照片 | 营业执照                             | 公司注册证明书和商业登记证(这两份必须合并成一个文件) | 1.商业文件必须由中国大陆、中国香港、中国台湾出具;<br>2.剩余有效期超过 45 天;<br>3.商业文件上登记的公司需处于存续状态 |
| 法定代表人身份证件彩色扫描件 | 中国大陆身份证                          | 香港身份证                       | 1.身份证上的姓名需要和商业文件法定代表人姓名、注册亚马逊账号上的姓名一致;<br>2.身份证必须在有效期内               |
| 准确且最新的联系方式     | 1.账号联系人的邮箱和电话号码;<br>2.公司的地址及联系电话 | 请确保联系方式未用于注册过亚马逊店铺          | 准确且最新的联系方式                                                           |

|                           |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>可支持国际付款的多币种信用卡/借记卡</p> | <p>MasterCard/Visa(首选 VISA)</p>                                                                                                      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 请检查是否开通目的国当地货币;</li> <li>2. 信用卡可以不是法人的信用卡, 即信用卡持卡人和账户注册人无需为同一人;</li> <li>3. 请检查信用卡/借记卡是否长久未使用, 若需要请重新激活信用卡/借记卡, 如果是新卡, 请确保有过一次成功消费记录;</li> <li>4. 请检查信用卡/借记卡有效期是否失效或者有效期少于 6 个月, 信用额度是否充足, 且没有任何付款限制;</li> <li>5. 勿使用虚拟信用卡/借记卡;</li> <li>6. 公司账户亦可使用个人信用卡/借记卡, 欧洲信用卡/借记卡信息建议使用法定代表人/受益人所属信用卡/借记卡;</li> <li>7. 在注册完成后及账户运营过程中, 您可随时更换信用卡/借记卡信息, 但频繁更改可能会触发账户审核。</li> </ol> |
| <p>用于接收付款(账户回款) 的银行账户</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 亚马逊全球收款工具(可以直接接收人民币)</li> <li>2. 海外或者香港地区有效银行账户</li> <li>3. 第三方支付服务商帮助开立的有效银行账户</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 收款账号可以是个人/企业的, 也不要求一定是法人的, 但建议您最好设置法定代表人的收款账号。如果您有开通欧洲站的需求, 您的欧洲站点收款账户必须是对公账户(收款账户所有人是注册公司)。</li> <li>2. 您可开通亚马逊全球收款, 使用人民币接收全球付款并直接存入您的国内银行账户;</li> <li>3. 使用当地货币接收亚马逊销售款的卖家需准备海外或中国香港地区或是第三方支付服务商帮助开立的有效银行账户。</li> </ol>                                                                                                                                                |

## 4. 怎么找到靠谱的服务商？

在正式跨境电商生意之前，您可能需要寻找合适的服务商来协助您更好地开展业务。无论是品牌、物流运输，还是合规等环节，选择专业可靠的服务商都将为您带来事半功倍的效果。

亚马逊重磅推出亚马逊 SPN 服务商网络，面向**准备开店和已开店**的卖家朋友，整合优质第三方服务商信息，帮助卖家轻松选择合作服务商，打通出海通道！为了卖家们更好的使用体验，SPN 服务商网络为卖家量身定制了微信小程序及网页两个版本。

🌟 **微信小程序版：**卖家在手机微信中搜索“亚马逊 SPN”，即可找到小程序。



获取 SPN 服务商网络

🌟 **网页版：**同时，您还可在电脑端查看页面并使用。点击链接即可查看 <https://spn.globalsellingcommunity.cn/homepage>

更多关于亚马逊 SPN 服务商网络的信息请访问：<https://gs.amazon.cn/news/news-product-220524>

## 第二步：启动店铺注册流程

亚马逊开店注册并不难，官方注册流程指导手册精心梳理每一步骤，为您提供了清晰、详尽且易于遵循的注册指引。无论是通过经理发送的注册链接注册账号的卖家，还是选择自注册的卖家，都能在其中找到对应的标准化操作流程与关键注意事项，期望借此助力您顺利完成注册。

### 1. 注册指导手把手教程

#### 1.1 新手注册前必看知识点

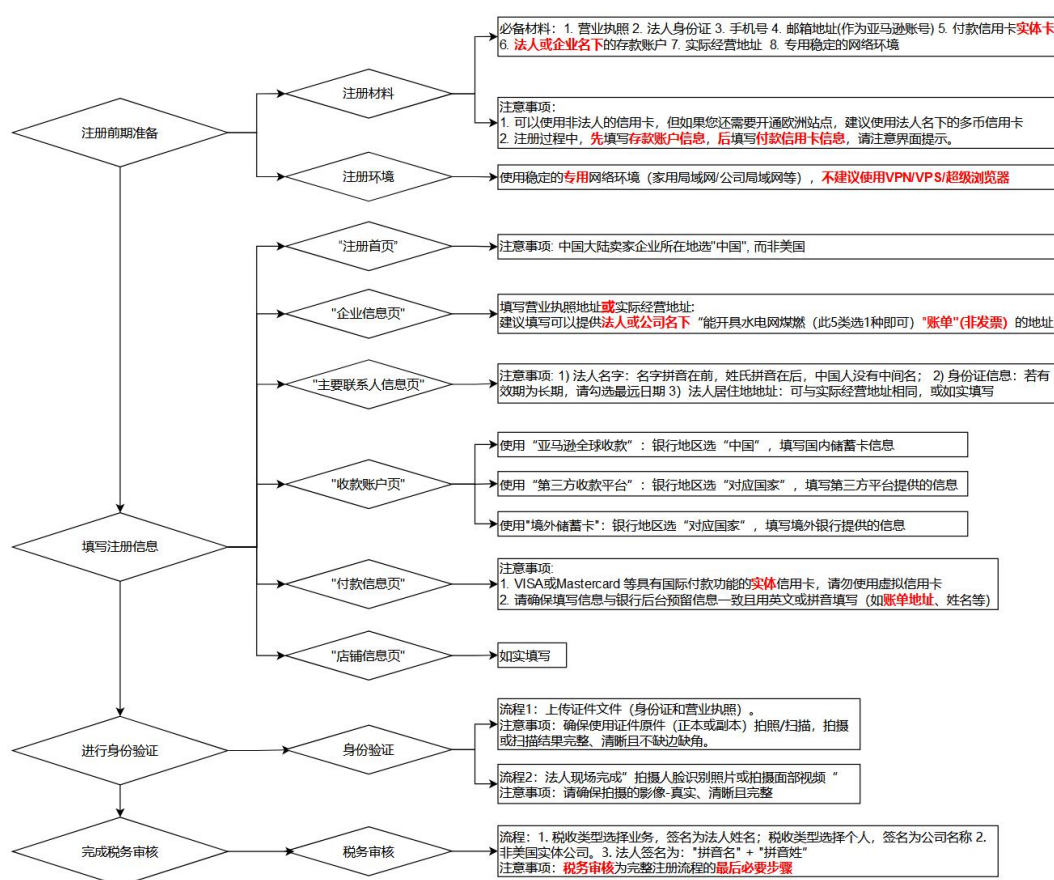
**请注意！为确保注册过程顺利，注册前请阅读以下十大注意事项：**

- (1) 建议在注册前准备好所有材料以保证注册顺利进行，如身份验证阶段需要法人携营业执照原件（正本或副本），身份证原件进行。
- (2) 请确保卖家平台填写和提交的资料完整、真实、有效。在注册界面填写的信息需与提交的文件上的信息一致，提交的文件即为身份验证时出示的文件（公司营业执照和法人身份证），请勿中途变更；
- (3) 建议使用**推荐浏览器(谷歌/苹果 Safari)进行注册**。如果遇到网页报错，无法加载，白屏等情况，请先检查网络环境正常，然后尝试刷新界面，清除浏览器缓存，更换浏览器或设备等；
- (4) 如果因缺乏材料、不会填写、个人原因等导致注册中断，您可以关闭页面，选择方便时间重新进入注册链接，使用申请注册链接的邮箱和设置好的密码登陆（而非重新注册），从中断的界面继续注册；
- (5) 在注册过程中，如果您点击“取消注册”按钮，您的注册将无法继续；
- (6) **注册过程中有些步骤不可逆**，无法返回修改，请您认真检查所填信息，无误后再点击下一步；
  - a. 举例：中国香港卖家请在公司所在国家/地区选择“香港”（此信息提交后便无法更改，选择错误可能导致验证失败）

- (7) 如果界面没有明确提示填写中文，所有信息请使用**拼音或英文填写**；
- (8) 开始身份验证前，请确保设备（如手机/或配备有摄像头的电脑等）具有正常运行的摄像功能；
- (9) 注册期间如果有任何疑问，可以点击页面中的“获取支持”按钮，或联系您的客户经理，取得相应支持；
- (10) 注册成功进入后台后，首页下方会显示“提供税务信息”以及“存款方式无效”的通知，请您 **a. 填写并提交税务审核信息 b.将存款方式分配至当前站点，完成上架前准备。**

## 1.2 账号规范注册流程及注意事项

《亚马逊账号规范注册流程图》展示了从注册过程中的各个关键步骤的注意事项，卖家在注册时，只需严格遵循流程图中的注意事项，并同步参照配套的《注册流程指导手册》操作，就能顺利完成注册，轻松开启线上店铺运营的精彩旅程。



## 1.3 注册流程指导手册

注册流程指导手册包含了注册中的详细步骤，卖家依循如下指导步骤逐步操作，即可顺利完成注册并开启店铺运营之旅，轻松踏上成功开店之路。

复制链接打开《卖家注册流程指导手册》：

[https://m.media-amazon.com/images/G/28/AS/AGS/SU/CN\\_GS\\_Registration\\_Guidebook\\_NA.pdf](https://m.media-amazon.com/images/G/28/AS/AGS/SU/CN_GS_Registration_Guidebook_NA.pdf)

或复制以下链接，观看【手把手直播课】，经理后台打开手把手教您如何开店：

[https://ma.globalsellingcommunity.cn/meetings/MeetingPc/Detail?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&id=61112&category\\_one=19279&category\\_two=19358&category\\_three=](https://ma.globalsellingcommunity.cn/meetings/MeetingPc/Detail?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&id=61112&category_one=19279&category_two=19358&category_three=)

## 2. 注册阶段可能遇到的申诉流程

### 2.1 身份验证失败申诉流程

如果您在完成身份验证之后，收到如下邮件，则表示您的身份验证未通过。



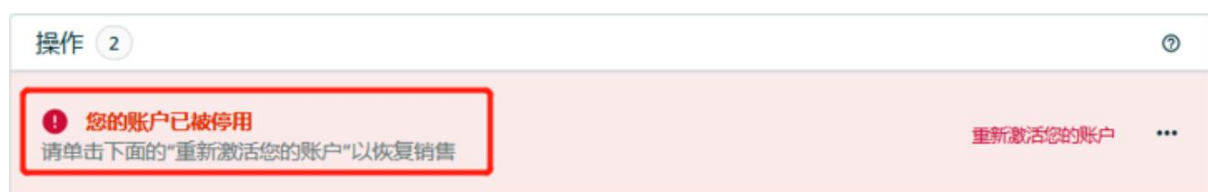
复制链接获取身份验证失败的手把手自助申诉流程：

[https://drive.weixin.qq.com/s?k=AMkAYwcEAA4O4S0BW0#/preview?fileId=s.1970325072143305.6485383484D4\\_f.736750278vqd2](https://drive.weixin.qq.com/s?k=AMkAYwcEAA4O4S0BW0#/preview?fileId=s.1970325072143305.6485383484D4_f.736750278vqd2)

## 2.2 完成注册后的账户审查申诉

如果进入卖家平台收到来自如下邮箱的业绩通知，且内容如截图所示，则说明您很有可能注册遇到账户停用。（邮箱：no-replies-appeals@amazon.com 或 no-replies-appeals@amazon.xx。邮箱地址中的“xx”为亚马逊站点缩写，比如 co.uk、co.jp 等）

以下截图内容仅供参考。



如果您注册遇到账户停用，请回到“卖家注册流程指导手册”1.3 章节，根据手册指导进行申诉。

**成功走完以上流程，即跨越在亚马逊开店的关键里程碑，标志着您已正式在亚马逊开启店铺，开启跨境电商新征程！**

## 3. 品牌注册

### 3.1 为什么要进行亚马逊品牌注册？有哪些优势？

- 进行品牌注册可以享受新卖家入门大礼包福利 — **销售佣金返还和\$200Vine 优惠。**

**新卖家入门大礼包福利提醒！** 品牌主 6 个月内完成品牌注册，将会获得：

- **首 5 万美金品牌商品销售额返还 10%**！之后的品牌销售金额返还 5%，最高首年或首 100 万美元品牌商品成交额返还 52500 美元
- **200 美元**亚马逊评论管理工具（Vine）优惠

- 防止侵权和跟卖：注册品牌后（R 标），通过事前和事后保护结合，监测、拦截、举报、及移除涉嫌侵权内容。
- 全周期的品牌打造工具：解锁 30+ 品牌营销及保护工具，5 大核心运营方向加速品牌成长。

## 3.2 如何在亚马逊上进行品牌注册？

**第一步：注册卖家账户大约前 45 天，在目的销售国家进行商标注册**

**请注意！** 在进行商标注册前阅读以下事项

**商标合规：**

- （1）确保您拥有一个由美国执业律师提交的有效注册的商标。
- （2）避免使用受到美国专利商标局(USPTO)处罚过的律师服务，以防止遭受诈骗。

美国专利商标局的处罚名单：

<https://www.uspto.gov/trademarks/protect/decisions-and-proceedings-search-tool>

- （3）建议您最好直接联系美国执业律师完成商标申请，而不是通过其他中介机构来进行申请。

### 如何注册目的销售国家的商标？—— 通过 IPA 项目

如果想在亚马逊上拥有自己的品牌，需要先注册目的销售国的商标。您可参考下列亚马逊为您提供的律师资讯。

- 🌟 **方案一：**聘请 AMAZON IP ACCELERATOR（简称 IPA）中的律所协助美国商标申请（可以选择**提供中文服务**的律所）。

## 什么是 IPA 项目？

亚马逊专门针对中小企业创建了 IPA 项目，可帮助您研究潜在品牌名称和提交商标申请，让您能够更轻松、更经济有效地保护您的品牌。

(1) 已审查的知识产权律师事务所，帮您节省时间和金钱

访问值得信赖的知识产权律师事务所网络，避开商标注册的弯路，以极具竞争力的价格获得高质量服务。快速获取您的品牌权益

(2) 更快获得品牌注册所提供的品牌保护和打造工具的使用权限，哪怕您的商标申请正在处理中(TM 标)。

(3) 在全球范围内保护您的品牌

当您在新的亚马逊站点扩大品牌影响力时，可以借助值得信赖的专家在其他国家/地区建立知识产权。

复制链接打开 IPA 项目参与指南：<https://gs.amazon.cn/news/news-brand-230731>

👉 方案二：聘请本地律所协助美国商标申请，下列中国律师事务所均具备协助申请美国商标的经验

| 律所               | 联系人        | 电子邮箱                            |
|------------------|------------|---------------------------------|
| 铸成律师事务所          | Lester Li  | amazonIP@changtsi.com           |
| 中国贸促会专利商标事务所     | DING Miao  | dingm@ccpit-patent.com.cn       |
| 欧华律师事务所          | Horace Lam | horace.lam@dlapiper.com         |
| 鸿方知识产权咨询事务所      | Kevin Xu   | kevin.xu@hongfanglaw.com        |
| 金杜律师事务所          | Cissy Zhou | cissy.zhou@cn.kwm.com           |
| 北京厚德致远知识产权代理有限公司 | Liam Zhu   | mail@lzl-ip.com                 |
| 罗思（上海）咨询有限公司     | Hatty Cui  | AmazonCnsellers-Rouse@rouse.com |
| 万慧达知识产权          | Jason Yao  | jasonyao@wanhuida.com           |

\* 注意：亚马逊并不为任何律师或律师事务所背书，亦不就其法律服务提供任何保证。

## 第二步：注册卖家账号的一周内，在亚马逊 Brand Registry 官网进行品牌注册

当您拿到 TM 标回执或 R 标证书后，即可准备在 Brand Registry 官网进行品牌注册。

**请注意！** 在 brand registry 上进行商标注册前阅读以下事项

### 账户健康:

- 1) 如果您为新卖家，请确保您已完成新卖家账户验证至少 48 小时，再提交亚马逊品牌注册(Brand Registry)申请。
- 2) 如果您的卖家账户因违反亚马逊政策而被停用，并且您对此决定有异议，则需要先在账户状况页面申诉来重新激活卖家账户，再提交亚马逊品牌注册(Brand Registry)申请。在您确认以上注意事项后，复制以下链接，获取品牌备案指导！

复制链接获取《品牌注册指导手册》：

[https://www.amazon-brand-registry.com/Brand\\_Registry\\_Application\\_Guide\\_CN](https://www.amazon-brand-registry.com/Brand_Registry_Application_Guide_CN)

## 3.3 亚马逊品牌滥用如何申诉？

部分卖家在进行品牌注册时可能因为一些不合规行为，导致被亚马逊判定为“品牌滥用”，进而影响到整体的店铺运营。为了尽可能帮助卖家避免“品牌滥用”，扫描下方二维码，文章整理了一些常见的可能会被判定为“品牌滥用”的行为，卖家们需要高度注意。同时，如果真的遇到“品牌滥用”的通知，也复制链接复制链接获取品牌滥用申诉指导：

<https://gs.amazon.cn/zhishi/article-240925>

## 第三步：选品与合规

选品堪称亚马逊业务成败的核心关键之一，在亚马逊上，哪些产品能够畅销？究竟该怎样开展选品？本章节 1.1 和 1.2 中，亚马逊为您提供了**官方热卖选品推荐**，同时在章节 1.3 中为您提供**选品方法论**，请您**参考 1.3 选品方法论在章节 1.1 和 1.2 中热卖品中选出合适的产品**。本章节还将给与您**合规咨询的指导**，助力您的选品之路顺畅无阻！

### 1. 选品推荐和选品方法论

#### 1.1 亚马逊上什么好卖？

亚马逊剖析美欧日最新消费趋势，揭秘海外购物潮流，助卖家选出真正触动消费者心弦的产品。

复制链接获取官方选品报告（请在微信中打开）：

[https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&channel\\_id=27469&channel\\_name=CN+++WeChat%40Subscribe\\_Content&tag\\_id=46e5a1accd04e2a0&id=30285&source=1&jump\\_register\\_type=&wx\\_open\\_off=](https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&channel_id=27469&channel_name=CN+++WeChat%40Subscribe_Content&tag_id=46e5a1accd04e2a0&id=30285&source=1&jump_register_type=&wx_open_off=)

#### 1.2 寻找产业资源

在选品的过程中，如果卖家积极探寻产业资源，深入挖掘并精准掌握供应链资源，就有助于确保商品的稳定供应、品质把控以及成本优化，构建具有竞争力的供应链体系。以下是亚马逊为卖家整理的产业带信息，供卖家选品参考。



| 家具类目           | 3C电子类目       | 小家电类目           | 灯饰类目                 |
|----------------|--------------|-----------------|----------------------|
| 床架、床垫、户外桌椅、沙发等 | 手机、电脑、耳机、音箱等 | 微波炉、电饭锅、风扇、热水器等 | 吸顶灯、户外灯、车库灯、LED变色灯带等 |
| 佛山、东莞          | 深圳           | 顺德              | 中山                   |

华北

| 美妆类目                     | 家居纺织类目                | 智能家电类目                 | 家具类目                           |
|--------------------------|-----------------------|------------------------|--------------------------------|
| 假发片、假睫毛、穿戴甲等<br>青岛、许昌、即墨 | 服装、床品、母婴纺织品等<br>潍坊、青岛 | 智能冰箱、智能电视、智能洗衣机等<br>青岛 | 床架、床垫、客厅桌椅、餐桌椅等<br>廊坊、保定、青岛、潍坊 |

川渝

| 板式家具类目                               | 汽摩配类目                             | 女鞋类目                            |
|--------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| 餐桌椅、橱柜、文件柜、办公桌等<br>崇州、彭州、新都区、双流县、温江区 | 汽车减震器、工程塑料、隔热隔音件、内饰件等<br>成都、重庆、南充 | 女士高跟鞋、女士凉鞋、女士休闲鞋、女士靴子等<br>成都、重庆 |

浙江

| 室内外家具类目                            | 小家电类目                  | 女鞋类目                            | 纺织布艺装饰类目                                   |
|------------------------------------|------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------|
| 家庭办公桌椅、沙发、浴柜等<br>杭州、安吉、海宁、东阳、衢州、宁波 | 空气炸锅、饮水机、电熨斗等<br>慈溪、宁波 | 女士高跟鞋、女士凉鞋、女士休闲鞋、女士靴子等<br>温州、金华 | 床单、枕套、窗帘、沙发套、布艺墙布等<br>杭州、绍兴、萧山、海宁、浦江、嘉兴、湖州 |

江苏

| 卧室及户外家具类目                  | 汽摩配类目               | 智能家电类目                 | 家居纺织类目                                         |
|----------------------------|---------------------|------------------------|------------------------------------------------|
| 庭院桌椅、床架、床垫、床箱等<br>苏州、常熟、南通 | 电动车、倒车镜、汽车灯具等<br>常州 | 智能冰箱、智能电视、智能洗衣机等<br>苏州 | 床单、床笠、枕套、被子、小地毯、窗帘、窗幔等<br>南通、无锡、鹿港、常熟、盛泽、常州、江阴 |



| 鞋类目                      | 服饰及箱包类目                          | 家具家居               | 汽摩配类目              |
|--------------------------|----------------------------------|--------------------|--------------------|
| 体育鞋、户外鞋、拖鞋、涉水鞋等<br>泉州、莆田 | 休闲服饰、运动服装、泳装、瑜伽服等<br>厦门、泉州、福州、莆田 | 铁床、家居、工艺品<br>漳州、福州 | 新能源、按摩器材、汽配等<br>宁德 |

#### 小Tips:

后续亚马逊将为大家持续整理更多产业带信息！

## 1.3 做亚马逊怎么选品？

### 选品方法论

方法一：适用于**已经开店或还未开店**的卖家：

亚马逊首次发布《解析前台数据：亚马逊新手选品攻略》，官方手把手带您走进前台榜单、解读选品信息，更有实操方法教您判断类目机会及自身竞争力水平。

复制链接获取《解析前台数据：亚马逊新手选品攻略》（请在微信中打开）：

[https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&channel\\_id=27469&channel\\_name=CN+--+WeChat%40Subscribe\\_Content&tag\\_id=46e5a1accd04e2a0&id=30310&source=1&jump\\_register\\_type=&wx\\_open\\_off=](https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&channel_id=27469&channel_name=CN+--+WeChat%40Subscribe_Content&tag_id=46e5a1accd04e2a0&id=30310&source=1&jump_register_type=&wx_open_off=)

方法二：适用于**已经成功开店**的卖家：

跟随亚马逊官方《五三选品法》，三个步骤带您从市场需求、产品分析、科学测品完成选品工作。更有五重福利，等您领取使用！

复制链接获取《五三选品法》：

<https://m.media-amazon.com/images/G/28/AS/AGS/pdf/category/AmazonSelection53Playbook.pdf?initialSessionID=458-6416280-7352032&Id=ELCNAGS-cn.bing.com>

## 2. 产品合规认证咨询

在您顺利完成选品之后，作为一个卖家，了解亚马逊关于限制产品，危险品运输仓储及产品安全和合规性的指导方针是很重要的。这有助于您避免由于产品不合规而导致的限制销售问题。

方法一：适用于**已经开店**的卖家，使用【合规性参考工具】。

复制链接获取合规性参考工具使用步骤：

<https://gs.amazon.cn/news/news-brand-211118>

方法二：适用于**已开店和未开店**的卖家，通过 SPN 服务商小程序进行咨询。



微信小程序搜索  
【SPN 服务商网络】



选择合规类别



进入服务商详情页进行  
咨询

更多信息，请访问“选品百宝箱”：<https://amazon.ui00.co/amzsite/>

## 第四步：Listing（商品详情页）上传与合规教程

在您完成选品和备货后，上架与发货就是关键。本章节将手把手教您如何顺利完成上架操作和 FBA 发货，接下来让我们开启亚马逊销售的新篇章。

### 1. 上传 Listing（商品详情页）

Listing 是对商品的具体介绍，也是卖家跨境出海的第一步，由于消费者无法实际接触到商品，所有的商品信息都只能通过 Listing 来展示。一个好的 Listing 是决定消费者是否将最终购买商品的关键。如果 Listing 不完整或不正确，消费者可能难以找到您的商品，从而影响销量。

#### 1.1 上传 Listing 前的准备：

**请注意！** Listing 创建，准备工作要先行。

**(1) 商品合规准备：**在上传商品前需要先准备商品认证，国际标准化组织(ISO)将商品认证定义为“由第三方通过检验评定企业的质量管理体系和样品型式试验来确认企业的商品、过程或服务是否符合特定要求，是否具备持续稳定地生产符合标准要求商品的能力，并给予书面证明的程序。

**(2) 商品编码准备：**要创建 Listing，卖家需要提供一个称为 GTIN（全球贸易项目代码）的唯一商品编码，卖家可以通过以下链接申请。

申请路径: [www.gs1cn.org](http://www.gs1cn.org)

如果卖家的商品没有商品编码，查询亚马逊目录也没有匹配的现有商品，卖家需要**申请全球贸易项目代码豁免**才能创建 Listing。

**(3) 品牌名准备：**上传时品牌名称填写分以下两种情形，卖家根据自己的实际情况填写即可。

### 情形 1：无品牌上传 Listing

如果您暂时没有进行品牌注册和备案，可以在上架产品时勾选【此商品没有品牌名称】，品牌名会自动填写为【Generic】，使用 UPC 上架 Listing。

### 情形 2：有品牌上传 Listing

卖家如果已在亚马逊完成品牌备案，需要申请全球贸易项目代码豁免后，创建 Listing。

**(4) 图片文案准备：**上传前准备好精美的产品图片和文案，以吸引消费者购买下单。

复制链接查看 Listing 图片和文案通用规则要求：

<https://gs.amazon.cn/zhishi/article-241002>

准备好以上四个环节，即可上传 Listing，开启在亚马逊开店的第一阶段。

## 1.2 上传 Listing（商品详情页）的操作：

一切准备好，Listing 就可以开始上传了。在不同的使用场景下，卖家可以选择单个上传与批量上传两种方式上传您的 Listing。

👉 上传方式一：[单个上传](#)，分以下两种情况

- 匹配现有的商品信息（跟卖）
- 创建一个新的商品详情页

👉 上传方式二：批量上传，适合一次添加多件商品。

复制链接获取《上传 Listing 详细指南》：

https://m.media-amazon.com/images/G/28/AS/AGS/SU/CN\_GS\_Listing\_Basics\_1.4  
\_Uploading.pdf?initialSessionID=458-6416280-7352032&Id=SECNSOAbingBZ001&Id  
StackingCodes=SECNSOAbingBZ001%3EELCNAGS-cn.bing.com%3ESECNSOAbing  
BZ001%3EELCNAGS-cn.bing.com%3ESECNSOAbingBZ001

复制链接获取《上传 Listing 常见错误类型》：

[https://m.media-amazon.com/images/G/28/AS/AGS/SU/CN\\_GS\\_Listing\\_Basics\\_1.5\\_Listing\\_Error\\_Code.pdf?initialSessionID=458-6416280-7352032&Id=ELCNAGS-cn.bing.com](https://m.media-amazon.com/images/G/28/AS/AGS/SU/CN_GS_Listing_Basics_1.5_Listing_Error_Code.pdf?initialSessionID=458-6416280-7352032&Id=ELCNAGS-cn.bing.com)

### 1.3 AI 生成 Listing

亚马逊推出生成式 AI 功能，仅用一张图或 URL 就能一键生成 Listing！助力卖家创建高质量产品详情页面

复制链接，获取 AI 生成 Listing 详细指南：

<https://gs.amazon.cn/news/news-brand-240514>

## 2. 优化 Listing (商品详情页)

亚马逊全球开店推出李斯婷追求计划-Listing 0-100 公开课，为新老卖家提供从 0-1、从 1-100 的 Listing 学习、进阶成长指南，打造高质量的商品详情页。

复制链接获取《Lisitng 新手入门完全指南（下篇）》：

https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/ResourcePc/ResourcePcInfo?p  
f\_uid=23802\_1984&id=30123&pf\_type=3&initialSessionID=458-6416280-7352032&l  
d=SECNSOAbingBZ001

复制以下链接，学习【官方直播课】— 解锁 Listing 页面流量密码，打造高转化详情页：  
[https://ma.globalsellingcommunity.cn/meetings/MeetingPc/Detail?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&id=60462&category\\_one=19279&category\\_two=19360&category\\_th](https://ma.globalsellingcommunity.cn/meetings/MeetingPc/Detail?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&id=60462&category_one=19279&category_two=19360&category_three=)  
ree=

## 3. Listing 的重要注意事项！

Listing 健康无小事，轻则完整度不足影响流量转化；重则商品禁止显示、下架。因此确保 Listing 的完整与合规十分重要。

### 3.1 Listing 完整度自查

如果 Listing 不完整或不正确，消费者可能难以找到您的商品，从而影响流量和销量。以下是亚马逊 2024 版 Listing 完整度打分表，请您自查以打造完整度 100 分 Listing。

| 2024新版亚马逊Listing完整度打分表 |                 |        |      |       |      |
|------------------------|-----------------|--------|------|-------|------|
| 分类                     | Listing要素       | 家居生活用品 | 时尚   | 消费电子品 | 消费品  |
| 流量                     | 有分类叶节点          | 10     | 10   | 20    | 10   |
|                        | 有搜索关键词          | 5      | 5    | 10    | 5    |
| 转化                     | 有A+页面           | 12.5   | 12.5 | 10    | 12.5 |
|                        | 有品牌名称           | 5      | 5    | 0     | 5    |
|                        | 有商品描述           | 5      | 5    | 10    | 5    |
|                        | 有1条商品要点         | 5      | 5    | 0     | 5    |
|                        | 有3条或以上商品要点      | 2.5    | 2.5  | 0     | 2.5  |
|                        | 关键属性全都填写        | 25     | 25   | 25    | 25   |
| 标题                     | 10字符<标题长度<200字符 | 5      | 5    | 5     | 5    |
|                        | 标题以品牌名开头        | 5      | 5    | 0     | 5    |
| 图片                     | 图片信息完善度         | 5      | 5    | 5     | 5    |
|                        | 有4张或以上图片        | 5      | 5    | 5     | 5    |
|                        | 主图有缩放功能         | 10     | 10   | 10    | 10   |
| 满分                     |                 | 100    | 100  | 100   | 100  |

### 3.2 Listing 禁止使用的搜索词

违反以下这些规则可能会导致您的 ASIN 被禁止显示，并可能会给您的销售账户状况带来风险。

#### 禁止使用的词语如下:

- 其他品牌名称
- ASIN
- 亵渎性内容
- 临时性陈述，如“新品”或“正在促销”
- 主观性表达，如“最佳”、“最低价”
- 冒犯性词语，包括任何宣扬非法活动或美化仇恨、暴力、种族、性或宗教偏执的词语

#### 禁用词语示例:

- 品牌名称: Apple、Nike、Amazon
- 临时字词: 目前提供、全新、当前、打折、刚刚发布、最后机会、最后时刻、最新、限时、新品、在售、本周(月、年)、今天
- 主观性字词: 惊艳、最佳、便宜、最便宜、有效、最快、划算、最少、最多、流行、趋势

Listing 商品详情页的任何状况，影响的都是商品的整个流量入口，甚至是帐号的健康状态。最新上线的《Listing 健康与合规指南》，内容涵盖 Listing 要素完整度、合规与上传规定、修复工具、申诉办法。透过三大步骤，方方面面保护 Listing 商品详情页的健康度！健康与合规，尽在掌握！

复制链接获取《Listing 健康与合规指南》：

[https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&channel\\_id=27469&channel\\_name=CN+++WeChat%40Subscribe\\_Content&tag\\_id=46e5a1accd04e2a0&id=30158&source=1&jump\\_register\\_type=&wx\\_open\\_off=](https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&channel_id=27469&channel_name=CN+++WeChat%40Subscribe_Content&tag_id=46e5a1accd04e2a0&id=30158&source=1&jump_register_type=&wx_open_off=)

## 第五步：FBA 发货教程及亚马逊供应链整体解决方案 (Supply Chain by Amazon-SCA)

### 1. 亚马逊 FBA 是什么，有哪些优势，开通流程是怎样的？

#### 1.1 亚马逊物流（FBA）是什么？

亚马逊物流（FBA）全称为 Fulfillment By Amazon，为卖家提供便捷的一站式配送及售后服务。卖家将商品批量发送至亚马逊运营中心之后，由亚马逊负责帮助卖家存储商品；当商品售出后，由亚马逊完成订单分拣、包装和配送，并为这些商品提供买家咨询、退货等客户服务，帮助卖家节省人力、物力和财力。对于中国卖家而言，即为将商品配送至海外亚马逊仓库，并由亚马逊完成后续配送及售后服务。

#### 1.2 亚马逊物流（FBA）有哪些优势和好处？

- 高质流量转化：2 亿 Prime 会员首选

数据显示，使用亚马逊物流（FBA）的卖家评级获得 20%-25% 的销售额提升。

使用亚马逊物流（FBA）配送的商品带有 Prime 标记，更易触及亚马逊全球超过 2 亿的优质 Prime 会员，**帮助曝光及销量提升**。亚马逊物流（FBA）有助于提高客户对商品的满意度，从而赢得更多成交机会，**提升复购率**。

- 高速订单配送：**最快当日达**

2023 年，亚马逊物流（FBA）为 Prime 会员提供了有史以来其最快的配送速度，实现超过 70 亿件商品当日或次日达。与美国其它次日达服务相比，亚马逊物流（FBA）的费用平均要低 70%。符合要求的商品将有资格享受亚马逊 Prime 当日达或次日达服务，**帮助卖家加快配送速度，改善客户体验**。

- 高效运营售后：**7\*24 小时当地语言客户服务**

售后服务：亚马逊利用分布在全球 **130 多个地点的客服专员网络**，通过聊天、电话或邮件渠道提供全天候本地语言支持，帮助卖家回复客户咨询。退货退款：当退货发生时，亚马逊物流（FBA）将为您管理商品退货，为您**减少时间成本，运营省心更省力**。

- 新卖家（仅限制专业销售账户）可以享受以下五重福利！

🌟 一重福利：不限 FBA 库容！

首次开启 FBA 后，您可以享受 39 周无限库容，不用担心旺季库容受限！

🌟 二重福利：不怕库存太少！

第一批库存被接收的 365 日内免收低量库存费！

🌟 三重福利：不怕库存太多！

向运营中心发送首个货件的时间在 52 周以内免收仓储利用率附加费！

🌟 四重福利：享高达 52,500 美元现金返还！

2024 版新卖家入门大礼包，提供首五万美金品牌销售额返还 10%，单站点最高可返 52,500 美元！真金白银帮亚马逊新卖家高效体验亚马逊“高能道具”，降低试错成本，轻松开启您的跨境业务！

🌟 五重福利：测品 0 成本，平均 10% 返还！

测品无烦恼！符合要求的亚马逊物流新选品，美国站和加拿大站可享平均 10% 销售额返还，更有免费仓储、免费移除、免费退货处理等多项优惠福利！复制链接获取 2024 年新品入仓优惠计划领取步骤：

[https://gs.amazon.cn/fba/sandbox?ref=as\\_cn\\_aggs\\_fba\\_sandbox\\_tp](https://gs.amazon.cn/fba/sandbox?ref=as_cn_aggs_fba_sandbox_tp)

## 1.3 卖家如何开通亚马逊物流（FBA），开通流程是怎样的？

如果卖家有意开通亚马逊物流（FBA），可以依照下面四步流程完成操作。

### 第一步：创建卖家的亚马逊账户

创建卖家的亚马逊销售账户，登录卖家平台。

### 第二步：创建商品信息或将自配送商品转为亚马逊配送

对于新上架产品：添加商品至亚马逊目录后，在选择配送渠道时，请选择“亚马逊将会配送并提供客户服务（亚马逊配送）”

对于自配送产品转亚马逊配送：在“管理库存”页面，选择您希望使用 FBA 配送的商品，然后从页面右上角“应用于 x 件选定商品”的下拉菜单中选择“转换为亚马逊配送”。

### 第三步：准备卖家商品

根据亚马逊包装指南以及运输和路线安排要求准备商品，以便商品安全稳妥地运送至运营中心。

### 第四步 将卖家商品运至亚马逊

创建 FBA 货件（详细步骤在本章节 2 中）：创建入库计划、打印亚马逊货件编号标签，并将卖家货件运送至亚马逊运营中心。

## 2. 将库存发往 FBA

### 2.1 发货前准备、贴标、包装教程

向亚马逊运营中心运送库存时，请务必遵循亚马逊的包装指南。观看包装视频教程，了解如何包装、贴标和配送以确保安全性和效率。复制下方链接，在卖家后台打开并学习：

👉 亚马逊物流准备视频教程：

[sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/G201003440](https://sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/G201003440)

👉 亚马逊物流贴标视频教程：

[sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/G201079410](https://sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/G201079410)

👉 亚马逊包装视频教程：

[sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/G201079430](https://sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/G201079430)

## 2.2 亚马逊物流创建货件教程

当您准备好向亚马逊发送库存时，首先要创建一个入库计划，即创建一个货件。扫描下方二维码即可获取“发送至亚马逊”（Send to Amazon）创建货件来的最新操作流程。

复制链接获取亚马逊物流(FBA)创建货件操作最新指南：

<https://gs.amazon.cn/news/news-brand-240526>

或复制以下链接，观看【手把手直播课】，经理手把手教你创建 FBA 货件：

[https://ma.globalsellingcommunity.cn/meetings/MeetingPc/Detail?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&id=60900&category\\_one=19279&category\\_two=19358&category\\_three=](https://ma.globalsellingcommunity.cn/meetings/MeetingPc/Detail?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&id=60900&category_one=19279&category_two=19358&category_three=)

## 2.3 亚马逊官方及合作跨境物流服务（AGL & SEND）

跨境供应链非常复杂，需要您找到多个物流服务商之间协调沟通。亚马逊为您提供柔性化跨境物流服务，**官方、三方灵活赋能**解决方案：AGL（亚马逊全球物流）和 SEND（亚马逊跨境承运伙伴方案），为您化解物流难题。

**新卖家入门大礼包福利提醒！**若您发布首个可供购买的 ASIN 的 90 天内使用 AGL 或者 SEND 服务运送库存至亚马逊运营中心可获得：

- 400 美元入库配置服务费优惠（限美国站）

- 最高 200 美元入库或配送费优惠

亚马逊全球物流 (Amazon Global Logistics, 即: AGL) 为 FBA 卖家提供稳定、高效、便捷的官方跨境物流服务, 依托亚马逊强大的物流网络和运输基础设施及先进的技术, 将货物运输至多种仓储分销网络, 满足卖家多元化的物流与仓储需求, 助力卖家制胜供应链管理。

开通 AGL 服务: 关注亚马逊全球物流公众号 — 开通服务 — 开通 AGL — 填写信息 — 确认邮件完成开通 (大约 5 个工作日)



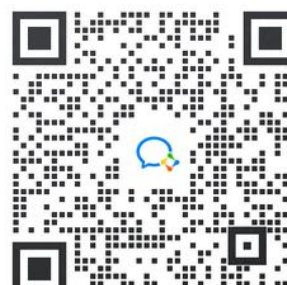
亚马逊 SEND (亚马逊跨境承运伙伴方案) 是由亚马逊官方甄选的物流合作承运伙伴提供的一站式 FBA 头程入仓服务, 旨在将卖家货件从中国发往目的国的亚马逊运营中心。亚马逊 SEND 能够提供海运和空运两种货运服务, 涵盖从发货到入库的 6 大关键环节: 创建货件→上门取货或卖家送货→出口报关→跨境运输→目的国进口清关→分仓。只需 7 步, 即可开通 Amazon SEND, 享受方便快捷、成本更低且更加稳定的发货体验。



**SEND 开启流程：**进入卖家后台，点击【目录】，选择【库存】菜单中的【货件】选项 — 进入 Send to Amazon 页面，确认要发送的库存 — 选择【亚马逊合作承运人】— 货件打印 标签与追踪。



扫码获取 SEND 实时价卡



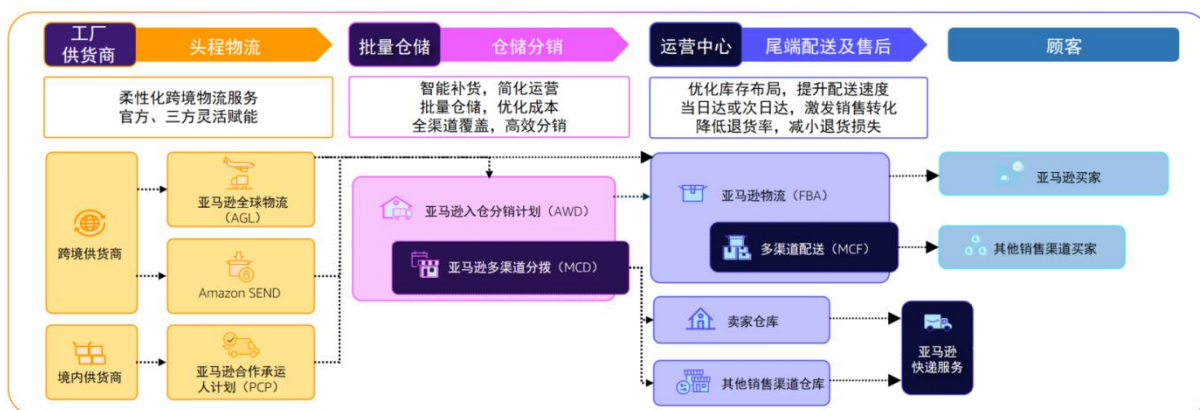
加入官方群获取优惠

有关 Amazon SEND(亚马逊跨境承运伙伴方案)的更多信息：

<https://gs.amazon.cn/logistics/send>

### 3. 亚马逊供应链整体解决方案 SCA 介绍

亚马逊供应链整体解决方案整合亚马逊多个优势产品，充分利用亚马逊先进的技术和供应链能力，帮助卖家快速、高效地将商品从源头直接配送到世界各地的顾客。同时，不仅支持亚马逊，还覆盖非亚马逊销售渠道的仓储和配送。



扫码获取亚马逊供应链整体解决方案 SCA 完整介绍



## 第六步：新品快速动销

在亚马逊成就出色生意，核心要点聚焦于两处：其一是提升商品曝光量，吸引更多买家目光以获取流量；其二是促使浏览商品的买家果断下单，实现转化的飞跃。本章节将深入阐释新品推广阶段极具价值的官方资源，涵盖用于获取评论的 Vine 工具、助力促销的优惠券以及广告投放课程，全方位助力新品在亚马逊网站迅速开启热销之路，高效达成订单转化。

### 1. 亚马逊流量地图

为了帮助您更好地理解亚马逊买家是如何找到并购买商品的，我们特别准备了《亚马逊流量地图》，这张图清晰地展示了买家在亚马逊上的购物路径，帮您一眼看懂流量关键点。

复制链接获取《2024 亚马逊流量地图》：

[https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&channel\\_id=27469&channel\\_name=CN+++WeChat%40Subscribe\\_Content&tag\\_id=46e5a1accd04e2a0&id=30247&source=1&jump\\_register\\_type=&wx\\_open\\_off=](https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&channel_id=27469&channel_name=CN+++WeChat%40Subscribe_Content&tag_id=46e5a1accd04e2a0&id=30247&source=1&jump_register_type=&wx_open_off=)

## 2. 快速获取评论：Vine（绿标）

**新卖家入门大礼包福利提醒！** 如果您在完成品牌注册后 90 天内（或上线首个可供购买 ASIN 后 90 天内，以较迟者为准）注册 Vine 计划，即可获得：

- 200 美元 Vine 计划优惠。

### 2.1 什么是 Vine 计划？

亚马逊 Vine 计划是亚马逊**向品牌卖家开放**的一款评论管理工具，可以帮助卖家为商品**获得优质评论**。参与亚马逊 Vine 计划的卖家，将商品免费提供给亚马逊精心挑选的 Amazon Vine 评论者（也称为 Vine Voice，Vine 发言人）领取和试用，**快速获取真实可靠的商品评论**，从而帮助更多买家了解产品并做出购买决策。

了解更多关于 Vine 产品评论计划信息：

<https://gs.amazon.cn/news/news-brand-231016>

### 2.2 Vine 计划怎么收费？

 **免费档：**

每个父ASIN可最多为2件商品免费注册Vine计划，并可免费获得最多2条评论。

#### 📌 低价档:

当一个父ASIN注册3-10件商品时，注册费用为75美元，最多可获得10条Vine评论。

#### 📌 原价档:

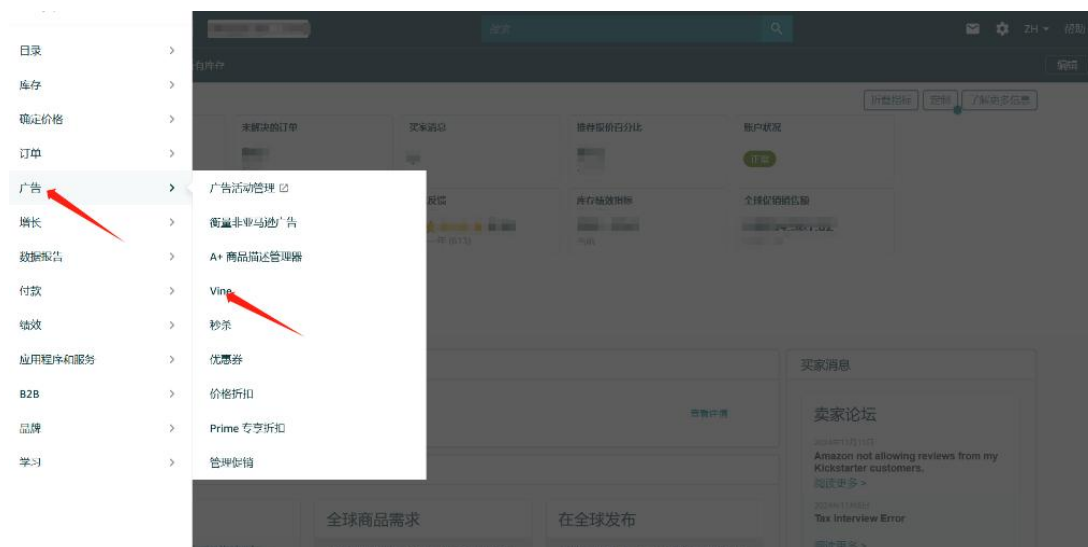
当一个父ASIN注册11-30件商品时，注册费用为200美元，最多可获得30条Vine评论。

## 2.3 Vine 计划参与资格:

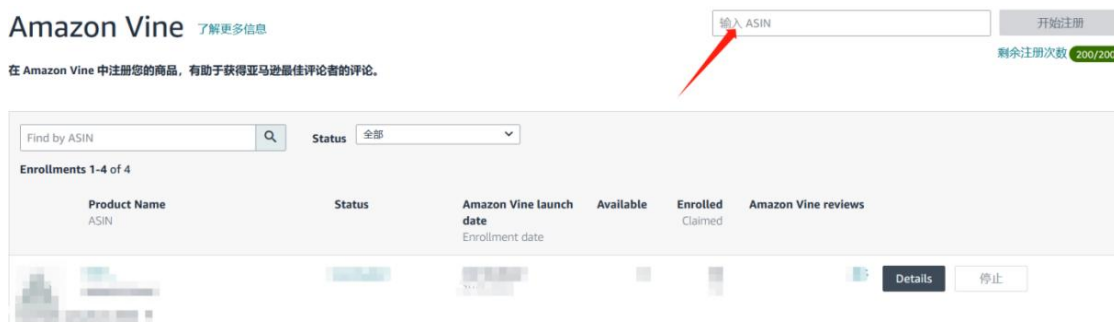
- 须在亚马逊[完成品牌注册](#)（Brand Registry）并开通销售权益的亚马逊品牌所有者（Brand Owner）
- 拥有专业销售账户（Professional Selling Partner）
- 商品为亚马逊物流（FBA）配送，并有[可用的 FBA 库存](#)。暂不支持亚马逊物流远程配送计划（NARF）
- 商品详情页面评论（Customer Review）及[评级（Rating）](#)总数少于 30 条。
- 处于“全新未使用产品（NEW）”状况
- 非成人用品/数字软件或应用程序/超重产品
- 配有标题、图片和描述的商品
- 在注册时已发布的商品，而非待发布商品

## 2.4 如何注册 Vine 计划?

第一步：进入卖家后台 — 【广告】 — 【Vine】



第二步：输入 ASIN - 【开始注册】， 请注意每个父 ASIN 只能注册一次，一经注册，数量不能再进行修改！



第三步：关注进度。在控制面板中查看 ASIN 是否被领取、评论是否被发布。对于从注册日起 90 天内没有被任何 Vine 发言人领取的 ASIN，卖家可以撤销该 Vine 计划，并可对该 ASIN 再次注册。

| 商品名称<br>ASIN                         | 状态   | Vine 发布日期<br>注册日期        | 可售 | 已注册<br>已认领 | Vine 评论 |       |
|--------------------------------------|------|--------------------------|----|------------|---------|-------|
| Ae<br>A6 C<br>Au<br>Ten.<br>Fa<br>5" | 等待评论 | 2022/12/28<br>2022/12/28 | 19 | 30<br>29   | 23      | 详情 停止 |

## 3. 快速获得流量：广告

### 3.1 为什么要投放广告？

亚马逊新品期是卖家推广新产品的关键阶段，也是产品生命周期的黄金阶段。如果卖家在新品期，投放推广广告可以为卖家在**短时间内快速提高商品曝光度和转化机会**，从而吸引更多潜在客户，促进销售增长，为产品未来的发展奠定良好的基础。

### 3.2 亚马逊的广告类型有哪些？

- **品牌推广：**品牌推广（Sponsored Brands）是一种广告解决方案。通过在搜索结果页顶部位置放置丰富的展示和视频创意素材吸引您的受众注意力让您的品牌占据顶部位置。不仅可以在顾客购物旅程中利用静态图片位置来提升品牌曝光度和顾客购买意向 还能帮助提高品牌旗舰店或商品详情页的流量。
- **展示型推广：**展示型推广（Sponsored Display）是一种适用于所有企业的展示广告解决方案。通过使用机器学习和多格式的创意素材 展示型推广可帮助企业触达在亚马逊站内及数千个应用程序和网站浏览的顾客。
- **品牌旗舰店：**品牌旗舰店（Stores）是卖家在亚马逊上最重要的品牌阵地，优质的品牌旗舰店可以获得更多曝光机会，购物者搜索您的品牌时，搜索栏自动推荐您的品牌旗舰店；相关数据显示，对于在过去 90 天内进行过更新的品牌旗舰店，其回头客的数量增加了 10.6%，由此产生的人均销售额增长了 13.1%。亚马逊品牌旗舰店由一个或多个页面组成，每个页面内包括标题、商品、文本、图片、视频、图文拼贴、智能推荐等组合模块。无论您的品牌规模如何，品牌旗舰店都能为您提供一个沉浸式的空间，向受众介绍您的品牌故事、使命和产品。并且使用品牌旗舰店不需要额外计费也不需要掌握任何网页开发技能。
- **亚马逊 DSP：**亚马逊 DSP 是以程序化方式购买广告的需求方平台。您可以通过亚马逊 DSP 投放流媒体电视、在线视频、音频和展示广告触达亚马逊站内及站外的新受众和现有受众。无论广告主是否在亚马逊上销售商品都可以使用亚马逊 DSP。亚马逊 DSP 提供自助式服务和管理式服务选项。自助式服务客户对其广告活动有全面的控制

权；管理式服务选项适合希望访问亚马逊 DSP 广告库存且具有咨询服务的公司或程序化广告经验有限的公司通常需要 50000 美元的最低支出（这一费用可能因国家或地区而异）。

### 3.3 亚马逊的广告投放官方课程

亚马逊特别面向新手卖家推出官方初级入门课程以及中级课程，助力您在业务前期成功构建科学合理的广告投放体系，进而收获更优的广告投放成效。

**新卖家大礼包福利提醒！** 90 天内使用亚马逊商品推广，创建一个广告活动，将会获得：

- 50 美元亚马逊商品推广广告折扣券（符合条件自动发放和自动抵扣）

### 3.1 初级入门课程推荐

学完本系列课程，您将学会：

- 🏆 亚马逊广告基本逻辑
- 🏆 商品推广自动广告，手动关键词投放和手动商品投放
- 🏆 提升关键词投放效率的方法和技巧
- 🏆 商品投放的使用场景和实用技巧
- 🏆 如何搭建一个有效的商品推广广告结构

复制链接获取《亚马逊广告全链路基本功》：

<https://advertising.amazon.com/academy/student/path/61961?activeLocale=zh-cn>

### 3.2 中级课程推荐

学完本系列课程，您将学会：

- 🔑 关键词流量分析
- 🔑 关键词的基本要素：匹配方式、否定、应用场景
- 🔑 关键词找词拓词的方法
- 🔑 关键词拿量出单的优化思路

复制链接获取《高效获取搜索流量-关键词投放》：

<https://advertising.amazon.com/academy/student/path/61920?activeLocale=zh-cn>

更多官方广告课程请关注【亚马逊广告】公众号

## 4. 获得有效参考价格 (Valid Reference Price)

### 4.1 什么是有效参考价格 (VRP) ?

亚马逊上的有效参考价有以下两种形式：

**市场价 (List Price)**：市场价由卖家提供。卖家所提供的市场价应该代表卖家或其他零售商或其他卖家最近售出或计划售出大量相关商品时所采用的价格。如果卖家没有现成的市场价，那么卖家可以采用过去为该商品设定的初始价格，或者打算为该商品设定的初始价格。

**历史价格 (Was Price)**：历史价格由系统会自动计算，并随时间变化。是指过去 90 天客户支付价格的中间值，不包括限时促销期间的价格。

### 4.2 为什么要获得有效参考价格 (VRP) ?

商品提报**亚马逊 Prime 专享折扣**必须拥有有效参考价格，否则无法提报。这一规则对旺季促销意义重大：若产品缺失有效参考价格，将无缘 Prime 专享折扣这一重要促销渠道。在竞争激烈的大促期间，这无疑会使产品曝光与销量大打折扣，影响销售业绩。

### 4.3 怎么获得有效参考价格 (VRP) ?

- 合理设置 **List Price** (建议零售价)

在新品上架初期合理地填写 List Price（建议零售价），可以提高系统验证成功的机率，例如可以参加同类型产品或者其他渠道的销售价格；

- 快速获得历史销售记录，生成 “Was Price”（历史价格）

新品上架后，为新品设置价格折扣活动或者优惠券，帮助产品尽快出单，加速为新品获得 VRP 以及建议销售历史记录，生成 “历史价格”。

## 5. 巧妙运用优惠券，有效促进转化率增长！

在新品推广前期，产品缺少评论时，巧妙运用优惠券，可以更快地吸引买家下单，促成交易转化！

**新卖家入门大礼包福利提醒！** 90 天内使用使用亚马逊优惠券，将会获得：

- 50 美元亚马逊优惠券费用优惠

**优惠券提报资格：**

(1) ASIN 必须有历史价格（Was Price）

“历史价格” 是过去 90 天客户支付价格的中间值，不包括限时促销期间的价格。

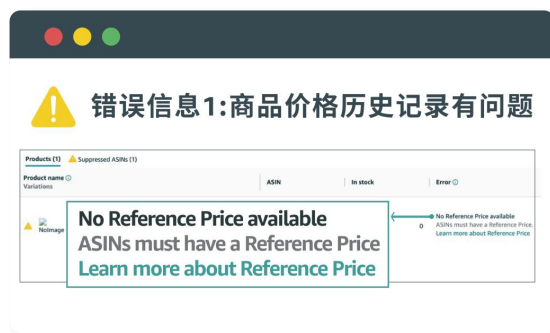
(2) ASIN 的当前价格（Current Price）须至多比历史价格（Was Price）高 30%

(3) 折扣后的价格必须至少比 ASIN 的历史价格低 5%

(4) 折扣范围必须是基于 ASIN 当前站点价格的 5%-50%之间

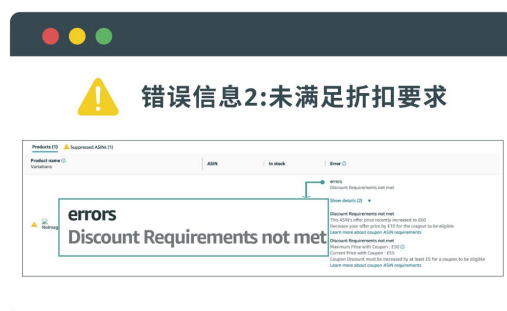
## 优惠券常见报错:

- ❌ **商品价格历史记录有问题:** ASIN 不符合优惠券价格历史记录要求或者 ASIN 没有“历史售价”，“历史售价”是通过买家在亚马逊商城为该商品支付的 90 天中间价来确定的。



- ✅ **解决办法:** 您可以利用亚马逊广告或价格折扣等其他促销手段为您的 ASIN 带来销量，从而让系统生成【历史售价】。

- ❌ **未满足折扣要求:**



情况一：“降低您的商品价格以符合此优惠券的要求”

- ✅ **解决办法:** 调整您的商品价格（Your Price）最多可以比历史售价（Was Price）高 30%。

例如：您的历史售价（Was Price）是 100 美元，那您的商品价格（Your Price）最多只能设置为 130 美元，否则优惠券会无法生效。

情况二：“提高优惠券折扣以符合此优惠券的要求”

- ✅ **解决办法:** 调整“净价格”（Net Price）（您的商品价格 - 优惠券折扣）必须要

比历史售价至少低 5%。

优惠券新规全面解析，请访问：<https://gs.amazon.cn/news/news-notice-240319>

或复制以下链接，观看【手把手直播课】，带您解读优惠券新规：

[https://ma.globalsellingcommunity.cn/meetings/MeetingPc/Detail?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&id=60280&category\\_one=19279&category\\_two=19344&category\\_three=](https://ma.globalsellingcommunity.cn/meetings/MeetingPc/Detail?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&id=60280&category_one=19279&category_two=19344&category_three=)

更多新品快速出单攻略，复制链接获取《亚马逊新品冷启动指导手册 Pro》：

[https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&channel\\_id=27470&channel\\_name=CN+++WeChat%40Service\\_Content&tag\\_id=187fbf891e1c3a60&id=30305&source=1&jump\\_register\\_type=&wx\\_open\\_off=](https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&channel_id=27470&channel_name=CN+++WeChat%40Service_Content&tag_id=187fbf891e1c3a60&id=30305&source=1&jump_register_type=&wx_open_off=)

## 6. Prime 专享折扣提报

Prime 专享折扣是面向 Prime 会员的一种折扣促销，被广泛用于符合 Prime 配送条件的 FBA 商品。在黑五网一大促期间，Prime 专享折扣会有一个**额外的活动标签**。这种折扣形式可以帮助您有效提升销量，稳定**吸引更多优质会员**关注店铺。

**Prime 专享折扣提报要求：**

- (1) 商品的评级必须至少为 3 星，或者没有评级。
- (2) 折扣必须至少比面向非会员的非促销价格（即“您的商品价格”或“销售价格”，以较低者为准）优惠 10%。对于特殊活动（例如 Prime 会员日和黑色星期五）特定的折扣，此要求可能会有所变化。
- (3) 等于或低于过去 30 天最低价
- (4) 专业卖家评分至少为 4 或暂无评分，商品评分至少为 3.5 或暂无评论

(5) 商品必须有参考价格

(6) 会员专享折扣价格必须比参考价格低至少 5%

卖家自配送商品除满足以上要求以外，其他资格标准如下：

- (1) 您的账户必须具有延迟派送率，并在促销开始前一个月的延迟派送率不应超过 4%。
- (2) 您的账户必须具有订单缺陷率，并在促销开始前一个月的订单缺陷率不应超过 1%。
- (3) 您的账户必须具有配送前取消率，并在促销开始前一个月的配送前取消率不应超过 0.5%。
- (4) 您的付款预留政策必须设置为送达后 7 天或更长时间。
- (5) 商品必须免费配送。

### Prime 专享折扣提报方法：

为了简化卖家创建和管理价格折扣的流程，现在卖家可通过“价格折扣（Price Discounts）”进行“Prime 专享折扣（Prime Exclusive Discounts）”的创建。

创建路径：卖家平台 -> 广告 -> 价格折扣，在创建新折扣时选择“Prime 买家”作为受众类型。

| 筛选条件 |      | <input checked="" type="checkbox"/> Amount Off | <input checked="" type="checkbox"/> Percentage Off | <input checked="" type="checkbox"/> Fixed Price | <input checked="" type="checkbox"/> 已计划 | <input checked="" type="checkbox"/> 禁止显示            |
|------|------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| 商品详情 |      | 设置 Prime 折扣，以固定价格或者百分比折扣                       |                                                    |                                                 |                                         | 最低折扣价格下限，这将确保 Prime 折扣价在低于最低折扣价格时被禁止显示，防止因折扣过大带来亏损。 |
| SKU  | ASIN | 您的价格                                           | 促销价格                                               | Prime 折扣                                        | 您的最低价格                                  | Prime 折扣价格                                          |
|      |      | US\$49.99                                      | -                                                  | 将固定价格设置为 US\$39.99                              | US\$39.99                               | US\$39.99                                           |

### 大促期间 Prime 专享折扣常见报错：

✖ “无参考价格”：系统未抓取到参考价格

❗ 禁止显示。无参考价格  
了解更多信息

❗ 禁止显示。无参考价格  
了解更多信息

👉 解决办法：

- (1) 如该 ASIN 为未出单新品 ASIN，建议尽早尝试使用优惠券或广告达成持续稳定出

单，获取由亚马逊自动抓取的原价格（Was Price）作为参考价；

(2) 如该 ASIN 为已出单，可尝试将过去最多销量的售价设为 List price 再验证。具体操作请参考官方推文 <https://mp.weixin.qq.com/s/3GqIMIL3-nbP8wVC49aEpw>

- ✖ “亚马逊内部政策标记”：商品可能属于受限类目/不适合推广的类目或 listing 属性/图片是否包含不适合推广的要素（烟草/武器/枪支/医疗器械/成人用品/杀虫类商品/激光类商品/危险品等）。



👉 解决办法：如果是被系统错误标记，需要开 case 找亚马逊销售伙伴支持移除标记。

- ✖ “价格限额错误”：Prime 折扣价不符合要求



👉 解决办法：将 Prime 折扣价设置为，“您的价格”或“促销价格”较低者\*（1-20%）。

- ✖ “Prime 折扣价格低于允许的最低价格”



👉 解决办法：当前的 Prime 折扣价格低于卖家设置的最低 Prime 折扣价格，需要修改 Prime 促销折扣金额或者最低 Prime 折扣价格。

- ✖ “Prime 折扣价格必须低于该 ASIN 过去 30 天的最低价格”



👉 解决办法：请点击对应折扣感叹号了解更多信息，将折扣价格 A 调整为小于或等于

B, 即可生效。

更多新品快速出单攻略, 复制链接获取《亚马逊新品冷启动指导手册 Pro》:

[https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf\\_uid=23802\\_1984&pf\\_type=3&channel\\_id=27470&channel\\_name=CN+--+WeChat%40Service\\_Content&tag\\_id=187fbf891e1c3a60&id=30305&source=1&jump\\_register\\_type=&wx\\_open\\_off=](https://ma.globalsellingcommunity.cn/app/resources/resourceFront/resourceInfo?pf_uid=23802_1984&pf_type=3&channel_id=27470&channel_name=CN+--+WeChat%40Service_Content&tag_id=187fbf891e1c3a60&id=30305&source=1&jump_register_type=&wx_open_off=)

## 怎么联系亚马逊官方客服?

在亚马逊网站运营过程中, 您可能会遇到一些不懂的问题, 可以进入卖家后台咨询对应版块的销售伙伴支持, TA 会为您解决问题以及提供专业的回答!

第一步: 进入后台-点击【帮助】-【获取资源和帮助】



## 第二步：选择想要咨询的问题模块联系销售伙伴支持

### 获取帮助

将您转接至相关员工之前，我们可能会询问您一些跟进问题。  
[转至问题日志](#) | [获取有关新问题的帮助](#)

您的问题出现在哪个商城？ [重要说明](#)

选择商城

美国

选择一项服务 ①

我要开店

选择要解决的问题

☐ 在亚马逊物流库房中丢失的库存  
针对运营中心丢失的库存请求调整或赔偿

☐ 商品不可购买  
调查非在售或屏蔽的商品

☐ 品牌 - 更新  
调整或更新详情页面上的品牌名称信息

☐ 亚马逊物流退货赔偿  
解决与亚马逊物流退货、退款和赔偿相关的问题

☐ 添加新商品  
了解如何创建商品信息或针对商品信息错误进行调整 (5461、5665、8572、8541)

☐ 商品名称、描述和要点更新  
修复详情页面上错误的或缺少的详情，如商品名称、要点或描述

☐ 在亚马逊物流库房中残损的库存  
针对库房中残损或弃置的库存，请求调整或申请赔偿

☐ 入库时丢失的库存 (国际实验室认可合作组织、入库丢失、库房管理系统)  
请求对亚马逊物流货件中丢失的商品进行调整或提出异议

[我的问题未列出](#)

## 加入新卖家校友会！

### 1. 什么是新卖家校友会？

**新卖家校友会**是亚马逊全球开店官方成立的卖家社区，致力于帮助卖家在亚马逊首年的起步和成长。根据卖家不同的运营阶段，我们将带给您针对性的、全阶段的支持。从注

册指导到物流方案，从店铺出单到活动大促，我们专注于为每一个卖家带去全站点的海



### 金牌讲师海量直播课程

直播互动，精准解读。囊括选品/FBA/广告/listing/账户安全等热点内容

### 同行牛人交流运营干货

与行业资深卖家共同剖析生意痛点交流跨境热点话题



### 丰富详尽的官方学习资料

《新卖家成长地图》《新卖家开售秘籍》助您轻松上手



### “明星卖家”剖析成长经历

和一群卓越卖家欢聚一堂开麦对线听大卖分享运营心路



### 官方资讯解读及时避坑

跨境出海政策资讯，亚马逊官方福利与扶持，经理第一时间为你导读



## 3. 如何加入新卖家校友会？



现在扫码添加即享官方全站点的海量资源和手把手的全年扶持！

