

亚马逊项目介绍

课程路径图及内容

3.1 亚马逊的物流服务

本章将帮助您了解亚马逊物流服务

3.2 亚马逊的赋能服务

本章将帮助您了解亚马逊赋能服务

3.4 亚马逊对卖家的培训支持

本章将帮助您了解亚马逊培训服务

3.3 亚马逊企业购助力掘金企业采购新机遇

本章将帮助您了解亚马逊企业购服务

3.5 亚马逊全球收款卖家使用指导手册

本章将帮助您了解亚马逊全球收款服务

3.7 中国版亚马逊 SPN 服务商网络

本章将帮助您了解亚马逊 SPN 服务商网络的作用及使用方法

3.6 新卖家入门礼包

本章将帮助您了解卖家入门礼包的加入条件与具体福利内容

3.8 新卖家黄金90天

本章将帮助您了解亚马逊新卖家黄金90天最优时间表和行动建议

3.9 新卖家上线欧洲知识宝典

本章将帮助您了解新卖家上线欧洲站的相关事宜

目录

8. 新卖家黄金90天	2
8.1 什么是新卖家黄金90天	3
8.2 新卖家黄金90天最优时间表建议	3
8.3 黄金90天之第一阶段：打基础	4
8.3.1 品牌注册	4
8.3.2 使用亚马逊物流 (FBA)	7
8.3.3 完善、测试并优化 Listing	10
8.4 黄金90天之第二阶段：谋全局	11
8.4.1 使用亚马逊广告工具：商品推广/品牌推广/展示型推广	12
8.5 黄金90天之第三阶段：展实力	14
8.5.1 使用亚马逊优惠券 (Coupons)	14
8.5.2 使用亚马逊 Deal 工具	16
8.5.3 使用品牌保护工具	18
8.6 更多站点卖家福利	20
8.6.1 成熟站点美日欧 (英/法/德/意/西)	20
8.6.2 加拿大站点	22
8.6.3 新兴站点	23
8.6.4 澳洲站点	24
8.7 黄金90天之热门问题集锦	25

8.1 什么是新卖家黄金90天

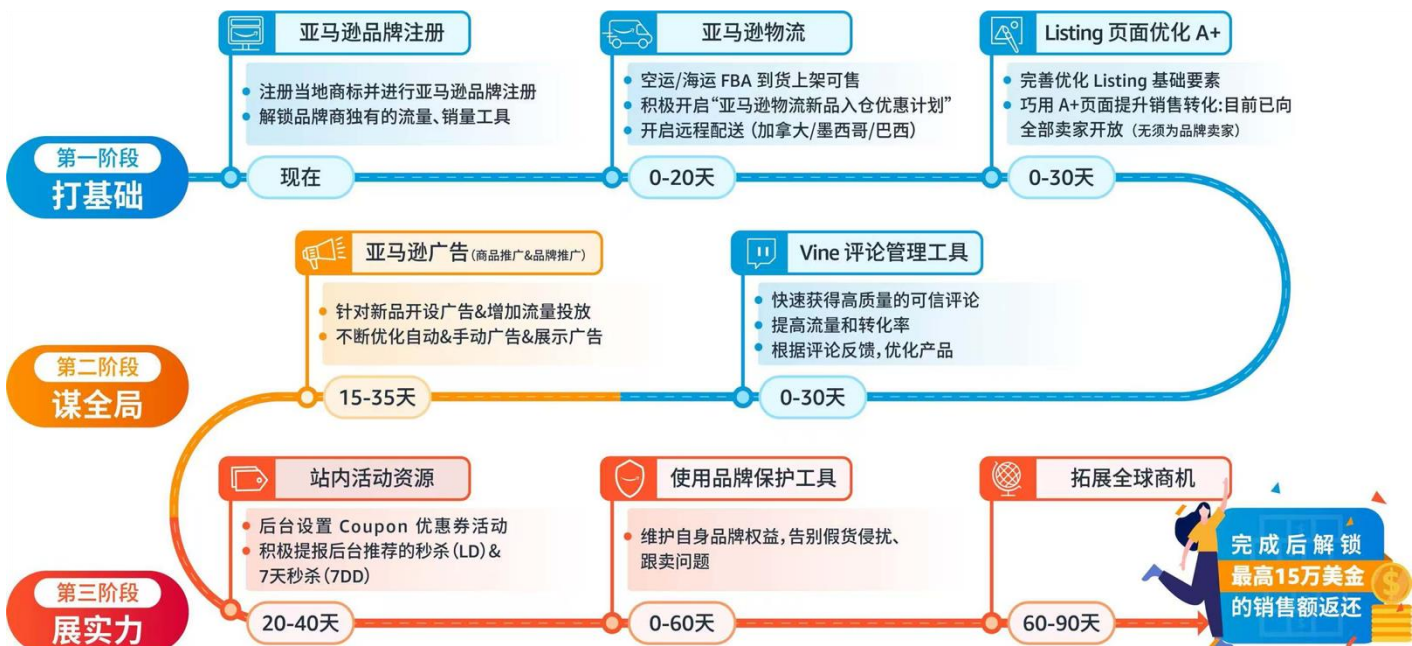
新账号从有可售库存上架开始计算的90天之内（FBA 卖家从产品入库上架起计算，自配送卖家从有可售库存上架开始计算），称之为“**新卖家黄金90天**”。此计划适用于美国站点、加拿大站点、墨西哥站点、巴西站点、日本站点、澳大利亚站点、欧洲五国站点（英国站点、法国站点、德国站点、意大利站点、西班牙站点）、欧洲新站点（荷兰站点、瑞典站点、波兰站点、比利时站点、爱尔兰站点）、阿联酋站点、沙特站点、新加坡站点。数据显示，这90天内开通及使用亚马逊系列工具（如亚马逊物流 FBA、品牌注册、亚马逊广告、优惠券等）的新卖家表现更卓越：



亚马逊为帮助新卖家拓展业务、快速起量，重磅推出新卖家入门大礼包福利（[点此查看详情](#)），卖家们可获得入库运输费、促销工具、评论管理工具和品牌保护工具费用多重优惠！完成品牌注册的卖家还将获得高达5万美金的销售额返还！

8.2 新卖家黄金90天最优时间表建议

亚马逊为新卖家推荐可帮助新账号在90天内高效合理安排运营节奏、快速实现出单的最优时间表（卖家可根据实际情况进行调整）：




8.3 黄金90天之第一阶段：打基础

在完成账户注册后的一个月是一个非常关键的打好基础的时期；在这一阶段，将品牌注册、Listing 创建、物流设置这三大基本功打好，为后续打造爆款、获得流量做铺垫。

8.3.1 完成亚马逊品牌注册

当您在亚马逊上销售商品时，通过进行亚马逊品牌注册，即“品牌备案”，可以帮助您进行品牌保护/品牌营销/品牌数据分析，帮助您打造跨境出海品牌形象！因此，新卖家第一阶段完成品牌备案尽早受益！其次商标保护具有地域性限制，建议您提前注册当地商标，可以避免被恶意抢注引起的诸多不便。美欧日等站点的品牌可以授权到中东站使用！[点击查看授权指导](#)。

• 亚马逊卖家注册品牌的短期和长期好处

 <p>方便进行 GTIN 豁免申请，间接省了一些钱</p> <p>省钱</p>	 <p>更好地保护自己的品牌以及 Listing (特别是在品牌火了以后)</p> <p>保护色</p>	 <p>短期可以有很多免费品牌工具可以用，长远来看，可以促进复购，降低流量成本</p> <p>专属工具和流量</p>	 <p>亚马逊品牌打造工具及数据可以更好地帮助卖家进行长远的品牌发展</p> <p>品牌的长远发展</p>
--	--	---	---

• 注册品牌您将获得如下优势

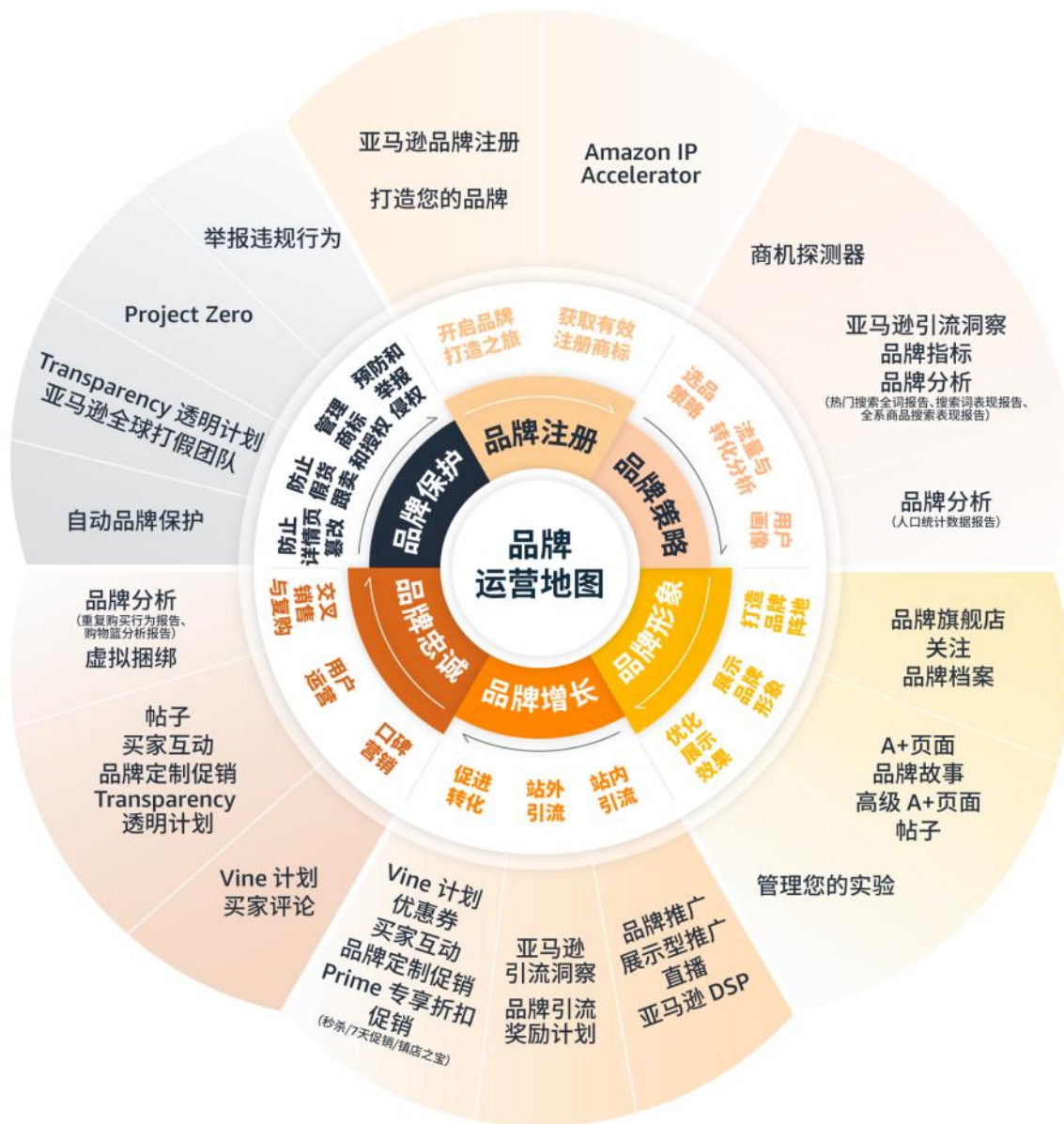
更多、更丰富的商品展现形式	便于拉动品牌其他产品的曝光和销售	更多的品牌曝光容易形成购买记忆点	专属的品牌销售工具和功能	
增加转化	宣传品牌价值	宣传商品/品牌故事	带来流量	促进重复购买

点击此处，立即开始亚马逊品牌注册吧！

您还可按此路径“卖家平台 (Seller Central) 主页 > 学习 > 卖家大学 > 搜索关键词：出海趋势 > 从0到1做品牌 1.3 - 中国品牌的出海趋势”，了解亚马逊品牌注册资质、流程和更多品牌主专属工具。

品牌卖家专属工具有哪些?

01 完成品牌注册



- **品牌注册**：解决如何在亚马逊上注册品牌的问题
- **品牌保护**：解决如何保护品牌权益的问题
- **品牌忠诚**：解决如何深耕用户，进一步推动品牌增长的问题
- **品牌策略**：解决卖什么、卖给谁、怎么卖的定位问题
- **品牌形象**：解决将定位落地，向消费者传递品牌信息的问题
- **品牌增长**：解决通过多种渠道进行推广，促成销售转化的问题

品牌卖家福利

适用站点

美国站点、加拿大站点、墨西哥站点、巴西站点、日本站点、澳大利亚站点、欧洲五国站点（英国站点、法国站点、德国站点、意大利站点、西班牙站点）、欧洲新站点（荷兰站点、瑞典站点、波兰站点、比利时站点、爱尔兰站点）、阿联酋站点、沙特站点、新加坡站点

适用卖家

卖家要求：必须注册为专业卖家（Professional Sellers）。

时间要求：

站点	发布首个可供购买的 ASIN 的时间
美国站点、日本站点、欧洲五国站点（英/法/德/意/西）	无要求*
澳洲站点	2024年1月1日或之后
加拿大站点	2025年1月1日或之后**
沙特站点、阿联酋站点	2025年7月22日或之后
墨西哥站点	2025年8月6日或之后**
新加坡站点	2025年8月28日或之后
欧洲新站点（荷兰、瑞典、波兰、比利时、爱尔兰）	具体日期即将公布，敬请期待！
巴西站点	具体日期即将公布，敬请期待！

* 如果卖家是美国站点、日本站点、欧洲五国站点销售的卖家，在2022年3月1日至2024年2月29日（太平洋时间）期间发布首个可供购买的 ASIN，请参考2022年或2023年新卖家入门大礼包相关任务及福利条件。

** 新卖家必须使用本地 FBA 或卖家自配送。若卖家之前使用亚马逊物流远程配送（NARF）在加拿大、墨西哥、巴西销售，只要满足卖家要求与时间要求，且开启 NARF 的时间需要在2023年8月1日或之后，也符合福利资格。

品牌主专享福利

需完成任务：品牌主6个月内完成品牌注册

具体福利：

- 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52,500美元¹
- 200美元亚马逊评论管理工具（Vine）优惠²

注：1.已累积返还将在累积时段结束12个月后到期。若您领取的是2022或2023版的新卖家入门大礼包已累积的返还将在累计时段结束24个月后到期。2.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。

8.3.2 使用亚马逊物流 (FBA)

亚马逊物流 (FBA) 全称为 Fulfillment By Amazon, 是指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。



• FBA 的核心优势:



• 赢得“购买按钮”

亚马逊物流 (FBA) 的配送及售后服务有助于提高买家对卖家商品的客户满意度, 获得更多的商品评价, 从而为卖家的商品赢得“购买按钮”的机会。



• 触及海量 Prime 会员

Prime 会员相较一般的亚马逊买家, 拥有更高的忠诚度, 更大的购物需求。使用亚马逊物流 (FBA) 配送的商品会带有 Prime 标记, 更易触及亚马逊全球海量、优质的 Prime 会员, 帮助曝光及销量提升。



• 次日达/隔日达配送服务

符合要求的商品将有资格享受亚马逊 Prime 隔日达或次日达服务, 帮助卖家加快配送速度, 改善客户体验, 提高买家复购率。



• 全天候专业客服

亚马逊使用当地语言为亚马逊物流 (FBA) 商品提供全天候专业客服, 帮助卖家回复买家咨询, 减少时间成本, 运营省心更省力。

• 全站点 FBA 利好政策：

卖家在发布首个可供购买 ASIN 后90天内创建首个 FBA 货件，即可解锁以下福利：

a) 100美元亚马逊合作承运人费用优惠或200美元亚马逊运营中心配送费用优惠

适用站点：美国站点、日本站点、欧洲五国站点（英/法/德/意/西）、澳洲站点

- 如果卖家是首次注册亚马逊物流（FBA）服务，亚马逊将向卖家提供100美元亚马逊合作承运人费用优惠¹，或200美元亚马逊运营中心配送费优惠²。
- 要领取该项费用优惠，卖家必须在线上首个可供购买 ASIN 后90天内创建首个 FBA 货件。
- 卖家可选择使用亚马逊合作承运人、亚马逊全球物流或 Amazon SEND，运送库存至亚马逊运营中心，以获取相应的优惠。
- 并非只有亚马逊物流（FBA）的新 ASIN 才能获得此减免优惠，优惠将适用于未来一年内的物流费用。一年内未使用的优惠将过期。
- [点击此处](#)了解 Amazon SEND 项目的详细信息。

b) 自动注册亚马逊物流新品入仓优惠计划

适用站点：美国站点、日本站点、欧洲五国站点（英/法/德/意/西）、澳洲站点、加拿大站点

- 亚马逊物流新品入仓优惠计划为符合条件的亚马逊物流（FBA）新 ASIN 提供限时免费仓储、免费移除和免费退货处理等服务。
- 新父 ASIN 均可获得上述费用减免优惠，没有数量限制。
- 卖家在线上首个可供购买 ASIN 后90天内创建首个 FBA 货件，即可自动加入该计划。
- 注册加入亚马逊物流新品入仓优惠计划的卖家，可享受亚马逊物流（FBA）新选品中最多10件商品的 Vine 计划注册费75折。
- 您可以在[该计划页面](#)了解更多关于新品入仓优惠计划的内容。

c) 10%亚马逊多渠道配送费用折扣

适用站点：美国站点、日本站点、欧洲五国站点（英/法/德/意/西）

- 前100件亚马逊多渠道配送商品可享受配送费用9折优惠，使卖家能够利用亚马逊的配送网络和专业知识，通过任何非亚马逊渠道按时配送买家订单。

d) 400美元入库配置服务费优惠

适用站点：美国站点

- 400美元的入库配置服务费抵免额，使卖家可以通过将库存发送到单个配送中心，并让亚马逊代表卖家在亚马逊的物流网络中调配库存。

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，但需使用亚马逊全球物流（AGL）或 Amazon SEND 运输入库。

e) 多种费用减免及优惠

适用站点：美国站点、日本站点、欧洲五国站点（英/法/德/意/西）

- 前365天内免收仓储利用率附加费：在收到亚马逊物流库存后的前 365 天内免收仓储使用费。
- 前365天内免收低量库存费：在首次收到亚马逊物流库存之日后的前 365 天内将免除低量库存费。
- AWD 仓储费9折：在第一批货发往亚马逊仓库后90天内，自动享受90天 AWD 仓储费9折（目前只有美国站点可以使用 AWD 服务）。

▶▶ 一表总结新卖家使用 FBA 所有福利

FBA 费用一览		福利内容	资格要求
入库环节	入库配置服务费	\$400入库配置服务费优惠	卖家在发布首个可供购买 ASIN 后 90天内创建首个 FBA 货件
	入库缺陷费	-	-
仓储环节	基本月度仓储费	接收库存120天内，免收每个父 ASIN 前100件商品（大件为50件）月度仓储费，此外，新卖家首次开启 FBA 后，39周无限库存	新加入亚马逊物流（FBA）非媒介类和二手商品的 ASIN
	仓储利用率附加费	接收库存365日内，免收仓储利用率附加费	首次使用 FBA
	超龄库存附加费	-	-
	AWD 仓储费用	若卖家使用 AWD 进行海外仓储，接收库存90天内，默认享受 AWD 仓储费9折优惠	首次使用 FBA
配送环节	低量库存费	接收库存365日内，免收仓储利用率附加费	首次使用 FBA
	尾程配送费	\$200亚马逊运营中心配送费优惠	<ul style="list-style-type: none"> • 首次使用 FBA • 上线首个可供购买 ASIN 后90天内创建首个 FBA 货件 • 使用 AGL 或 Amazon SEND 运送库存至亚马逊运营中心
		接收库存120天内，每个父 ASIN 新品最多有100件商品（大件为50件），享受销售额平均10%返还，可抵扣 FBA 配送费	新加入亚马逊物流（FBA），非媒介类和二手商品的 ASIN
退货环节	退货处理费	接收库存180天内，免收每个父 ASIN 前20件商品的退货处理费	新加入亚马逊物流（FBA）非媒介类和二手商品的 ASIN
	退款管理费	-	-
清冗环节	移除、弃置或批量清货费	接收库存180天内，免收每个父 ASIN 前100件商品（大件为50件）批量清货费	新加入亚马逊物流（FBA）非媒介类和二手商品的 ASIN

8.3.3 建立、完善并优化 Listing

Listing 是展示产品所有信息的独立商品页面，包含：商品名称、品牌名称、图片、商品要点、商品描述、搜索关键词、A+/高级 A+页面、分类节点。完整丰富的 Listing 内容可以大幅度提高产品引流促转化。因此 Listing 的完善和优化作为三大基本功之一，新卖家更需要掌握相关的内容为后续打造成功产品做铺垫。

2024年1月1日正式实行了全新升级的 Listing 完整打分表，请根据新版打分表来检测 Listing 质量和优化方向，掌握高分诀窍，实现高效且高质的优化进阶！

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	消费电子产品	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
	关键属性全部填写	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

关于 Listing 优化还有疑问？您也可按此路径“卖家平台 (Seller Central) 主页 > 学习 > 卖家大学 > 搜索关键词：Listing”，获取更多 Listing 优化的建议。

8.4 黄金90天之第二阶段：谋全局

在黄金90天的第一阶段，完成品牌注册之后相较于其他卖家，您的商品更能获得买家的信任度。同时在使用 FBA 后，您的产品将获得更高的客户满意度。对于 Listing 的优化也将助力于广告流量的转化，那么现在就可以开始考虑，如何获得更多的流量了！

• 为何选择亚马逊广告？



• 更懂消费者

亚马逊与消费者有特殊的联系，这种联系可以帮助卖家与更加活跃的受众建立联系。



• 更相关的信息

亚马逊广告可帮助卖家在正确的时间，向正确的受众展示高度相关的信息。



• 更直观的数据

亚马逊广告数据可以提供重要的见解，帮助卖家规划和优化自己的营销策略，从而获得理想的效果。

01

02

03

04 使用亚马逊广告工具

8.4.1 使用亚马逊广告工具：商品推广/品牌推广/展示型推广

选择亚马逊广告是更高效获取流量的方式之一：数据显示，在卖家为新品开启商品推广活动后，其浏览量提高248%，销量提高123%，订购数量提高122%*。

1. 亚马逊广告更懂消费者，可以帮助卖家与更加活跃的受众建立联系；
2. 亚马逊的广告可以帮助卖家在正确的时间，向正确的受众展示高度相关的信息；
3. 通过使用亚马逊广告，可视化的数据可以帮助卖家规划和优化自己的营销策略，从而获得理想的效果。

三大基础搜索广告工具



商品推广 (Sponsored Products) :

通过在购物搜索结果中显示的广告来提高单个商品的曝光量，帮助激发消费者购买意向并提升销售额。



品牌推广 (Sponsored Brands) :

通过在购物搜索结果中显示包含您的商标、自定义标题和商品的广告，帮助消费者发现并关注您的品牌。



展示型推广 (Sponsored Display) :

通过易于创建和管理的展示广告，根据消费者的兴趣吸引在亚马逊网站内外的消费者。

The screenshot displays a grid of sponsored advertisements for electric blankets. It includes:

- 展示型推广 (Sponsored Display):** Located on the left, it features a product image and a 'Shop now' button.
- 商品推广广告 (Sponsored Products):** Multiple listings for electric blankets with details like price, ratings, and 'Save with coupon' tags.
- 品牌推广视频广告 (Sponsored Brands Video Ad):** A video ad for a 'Heated Blanket Electric Throw' with a 'Save 20% with coupon' tag.

数据来源：亚马逊研究，全球广告主，2021年1月1日至2022年3月31日，依据新品上架后30至90天内的广告活动

亚马逊推荐上线90天内的新卖家，使用站内引流第一步：商品推广（Sponsored Products）

商品推广（Sponsored Products）具备如下优势：

- 增加商品曝光
- 增加商品的销售机会
- 关联度高、投放精准



01

02

03

04 使用亚马逊广告工具

简单四步开始您的新产品广告

STEP 1

检查资格要求

拥有处于激活状态的专业卖家账户，商品在有效类别内，具有购买按钮资格；

STEP 2

选择商品

选择要进行广告宣传的商品；

STEP 3

设置预算

每天只需要\$10，就可以帮助您提高销量；

STEP 4

选择自动投放或手动投放

如果选择自动投放，将由亚马逊为您推荐关键词，匹配与商品相关的消费者，输入一个竞价，您的工作就完成啦。

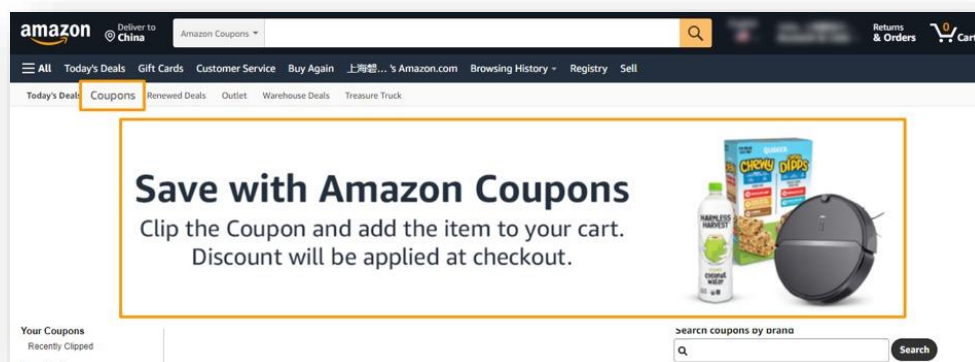
您也可按此路径“卖家平台（Seller Central）主页 > 学习 > 卖家大学 > 搜索关键词：商品推广或品牌推广”，了解更多详情。

8.5 黄金90天之第三阶段：展实力

当卖家经历以上两个阶段，已经**有了一定的销量基础**，**就有机会获得促销推荐**。您可以开始使用优惠券（Coupons）、秒杀等促销工具，进一步促进转化，持续刺激销量。同时，还可以使用**品牌保护工具**，保障安全高效的运营。

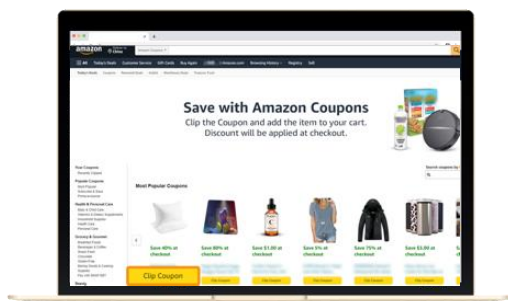
8.5.1 使用亚马逊优惠券（Coupons）

亚马逊优惠券（Coupons）是为单个商品或一组商品创建的折扣，其设置门槛较低，还有专属流量入口展示，是您吸引流量、节约成本的优质之选，因此非常适用于新品或者刚起步的卖家。

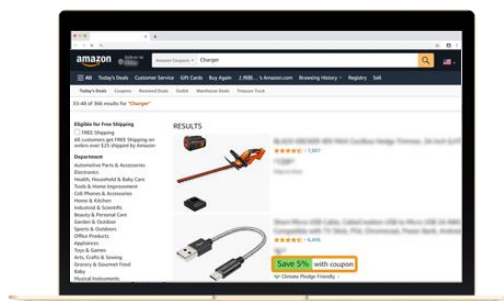


(专属的促销页面)

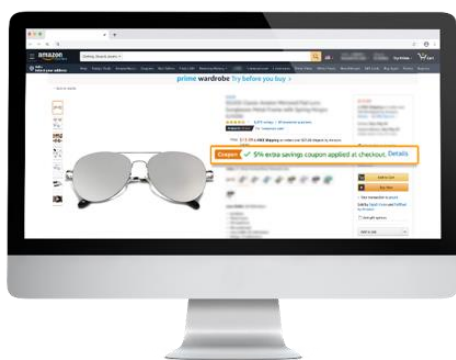
您所创建的优惠券信息通常会显示在下列页面中：



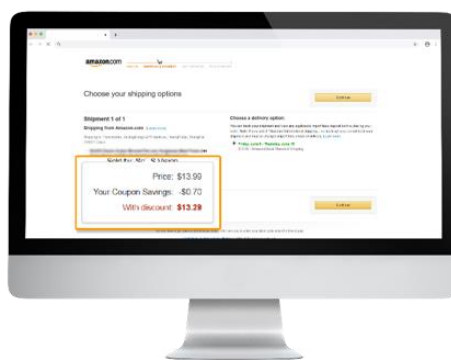
(专属的促销页面)



(搜索结果的商品列表页)



(商品详情页 Listing)



(买家确认加购商品的结算页面和购物车中)

01

02

03

04

05 使用促销工具

• 亚马逊优惠券 (Coupons) 的优势:



• 精准触达目标客群

能针对不同客户群 (如 Prime 会员、母亲或学生) 提供定制优惠券。



• 增加商品被发现的可能性

亚马逊会自动推广优惠券, 搜索结果和优惠券主页均设置了特别的促销标志, 在 PC 端和移动端均有专属页面露出。

• 提报优惠券的ASIN价格通用条件:



- ASIN需要有历史价格 (Was Price)*
- ASIN的当前价格 (Current Price) 至多比历史价格 (Was Price) 高30%
- 折扣后的价格 (当前价格减去优惠券折扣价格) 至少比ASIN的历史价格 (Was Price) 低5%

* 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



如果您的ASIN是**新品**或者**评价超过4.0星 (至少有5条评论)**, 即使没有历史价格 (Was Price) 也可以提报优惠券! 这为新品或评价较少的商品提供更大的灵活性, 帮助它们获得更多转化!

新卖家使用优惠券利好政策



上线首个可供购买 ASIN 的**90天内**, 使用亚马逊优惠券, 即可获得**50美元**亚马逊优惠券费用减免, 领取后一年未使用过期。建议卖家们提前发布并拿下优惠券, 为后期旺季促销做准备!

巧用优惠券好处多! 那么, 优惠券应该如何设置呢? 您可按此路径“卖家平台 (Seller Central) 主页 > 学习 > 卖家大学 > 搜索关键词: Coupon”, 获取相关技巧。

8.5.2 使用亚马逊 Deal 工具

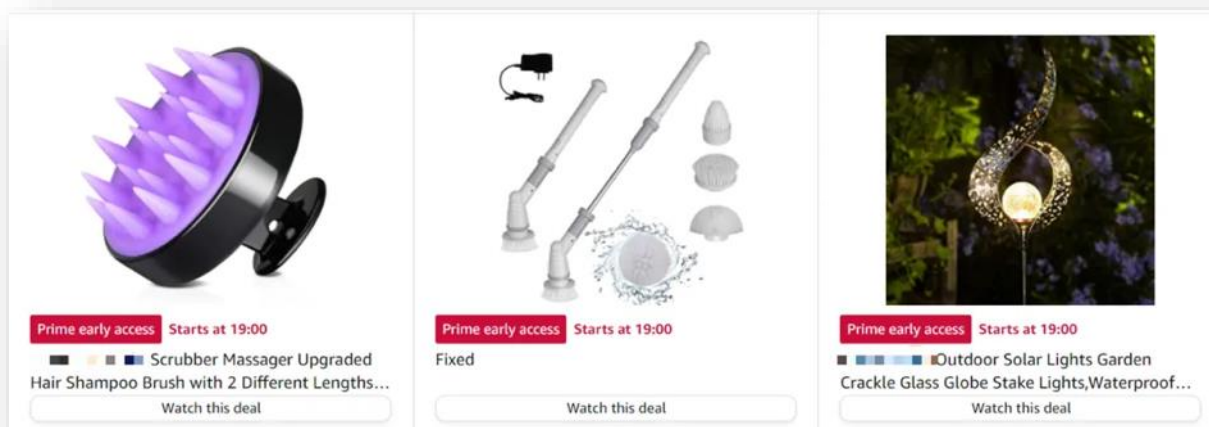
对于表现优秀的商品将有机会获得亚马逊 Deal 促销资格！帮助您达到短期内冲击销量，长期内持续完善品牌和店铺的显著效果！

亚马逊三大 Deal 工具



秒杀 (Lightning Deal, 简称 LD) :

是一种限时、短时间高流量的展示活动，通常在活动页面上显示有限的几个小时，时间结束即恢复原价。秒杀有利于提高商品曝光度，不仅能帮您**短时间内捕获大流量**，还能有效减少库存积压！



01

02

03

04

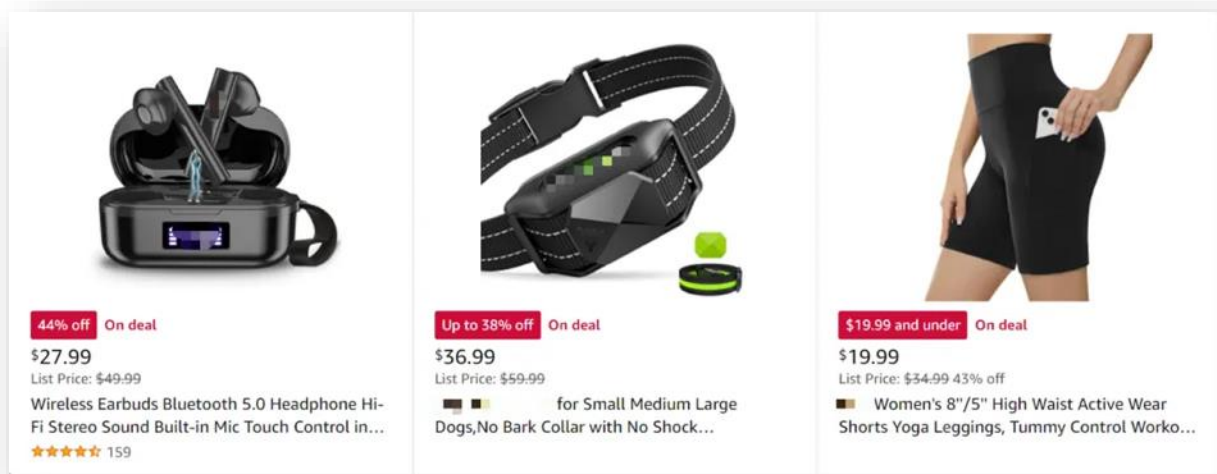
05 使用促销工具

亚马逊三大 Deal 工具



7天促销 (7 Day Deal, 简称7DD) :

参与7天促销的商品将会在促销页面显示7天的时间 (可能会根据具体的情况有所减少)。创建7天促销, 不仅有助于**提升销量**, 还能有效**减少库存积压, 提高仓库使用率!**



镇店之宝 (Deal of The Day, 简称 DOTD) / 顶级促销 (Top Deal) :

作为促销中流量最高、提报要求也最严格的展示活动, 其时长为24小时, 且始终排在今日 Deal 最上端, 因此流量最多, 非常适用于有实力的产品。镇店之宝 DOTD 有利于**突破排名瓶颈, 提高品牌知名度, 打造明星爆款产品。**

(接下页)

01

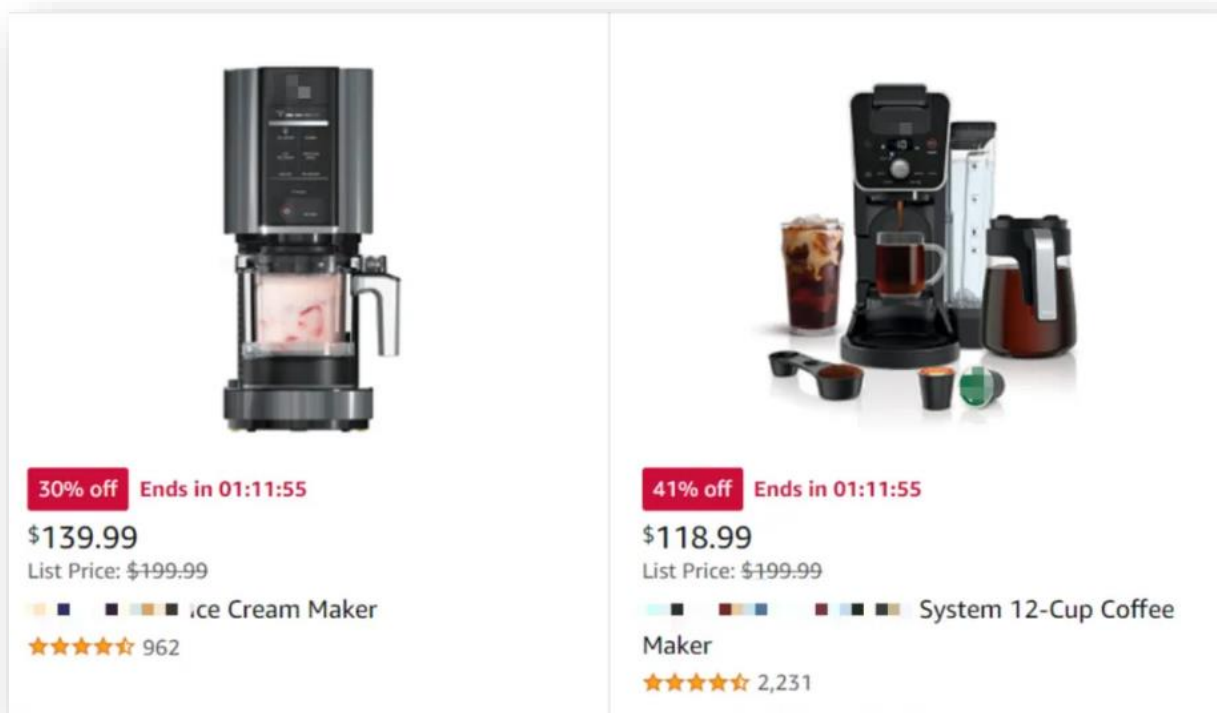
02

03

04

05 使用促销工具

亚马逊三大 Deal 工具



若您希望了解 Deal 工具的介绍和操作，请按此路径“卖家平台（Seller Central）主页 > 学习 > 卖家大学 > 搜索关键词：Deal > 亚马逊促销与旺季 2.4 - Deal 活动”，获取相关信息。

8.5.3 使用品牌保护工具

当您已经小有名气，展露头角之后，您需要开始维护自身品牌权益，告别假货侵扰、跟卖问题，让消费者放心购买，保障销量更稳定！

亚马逊为您提供了多种品牌保护工具，为您的品牌保驾护航。**这些品牌保护工具分别适用哪些场景、如何使用？**

您可按此路径“卖家平台（Seller Central）主页 > 学习 > 卖家大学 > 搜索关键词：品牌保护”，进入“亚马逊品牌保护1.1”一览品牌保护工具、定位、对比；点击“亚马逊品牌保护1.2”查看如何高效举报违规行为；选择“亚马逊品牌保护程1.3”，了解事先预防假货跟卖的 Transparency 透明计划；查看“亚马逊品牌保护1.4”，获取手动移除假冒商品 Project Zero 的更多信息。

01

02

03

04

05

06 使用品牌保护工具

事前自动保护



自动品牌保护工具：

通过机器学习，亚马逊可以利用品牌提供的信息实施预测性保护，力图识别和移除潜在的不良商品信息，有效保护品牌名称、Logo（徽标）、创建报价的限制和创建 ASIN 的限制。



Transparency 透明计划：

Transparency 透明计划是亚马逊为品牌卖家和消费者提供的一项商品追踪和真伪验证服务，它会对每一件商品进行追踪，防止品牌的假货商品在亚马逊上销售。品牌选择商品加入后，需要为商品应用 Transparency 透明计划代码，以帮助事先预防假货销售、加强售后买家互动、帮助发现供应链问题。

事后主动保护



举报违规行为工具：

您可以使用该工具的搜索和举报功能，授权知识产权所有人及其代理人，将涉嫌侵犯知识产权的行为通知亚马逊，从而有效保护品牌商标、版权和专利。



自助式假冒商品移除 Project Zero：

Project Zero 计划拥有自动保护、自助式假冒商品移除、商品序列化三大功能，并结合利用亚马逊和品牌的综合优势，力争将假冒商品的数量降至零。

01

02

03

04

05

06 使用品牌保护工具

8.6 更多站点新卖家福利

8.6.1 成熟站点美日欧（英/法/德/意/西）

新卖家入门大礼包为卖家准备了4条任务支线，完成即可获得相应福利！

入场资格：**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。

任务1：

品牌主6个月内完成品牌注册

福利：

- **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52,500美元¹
- 200美元亚马逊评论管理工具（Vine）优惠²

任务2：

加入亚马逊物流（FBA）

福利：

若您90天内运送库存至亚马逊运营中心可获得（按 FBA 货件创建日计算90天）：

- 400美元入库配置服务费优惠（限美国站点）
- 最高200美元入库或配送费优惠³
- 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⁴内免收仓储利用率附加费
- 前365天⁴内免收低量库存费
- 前90天 AWD 仓储费9折

(接下页)

任务3:**90天内使用亚马逊商品推广，创建一个广告活动****福利:**

- 单站点最高1,000美元⁵亚马逊商品推广广告折扣券
- 欧洲五国(英/法/德/意/西) 每个站点开启广告都可以在该站点领取一次广告折扣券
- 领取后30天未使用过期

任务4:**90天内使用亚马逊优惠券****福利:**

- 50美元亚马逊优惠券费用优惠
- 领取后一年未使用过期

注：1.已累积返还将在累积时段结束12个月后到期。若您领取的是2022或2023版的新卖家入门大礼包已累计的返还将在累计时段结束24个月后到期。2.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。3. 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，但需使用亚马逊全球物流（AGL）或 Amazon SEND 运输入库。4. 在首次收到亚马逊物流库存之日后开始计算。5. 阶梯式奖励，花费越多，获得的折扣券金额越大。卖家需要在开启广告活动的30天内，达到相应的花费等级；各站点代金券金额使用本地货币单位，美元金额仅供参考，实际金额以卖家平台信息为准。

8.6.2 加拿大站点

入场资格：

- 必须注册为专业卖家（Professional Sellers）。
- 适用于**2025年1月1日或之后**发布第一个可供购买的 ASIN 的专业卖家（Professional Sellers）。
- 可供购买的 ASIN 必须使用本地 FBA（发往加拿大的运营中心）或卖家自配送。
- 任务时长基于第一个可供购买的 ASIN 的发布时间计算。

注意：

若您之前使用亚马逊物流远程配送（NARF）在加拿大销售，只要满足卖家要求+时间要求（开启 NARF 的时间需要在2023年8月1日或之后），也可获得福利资格。

任务1：

品牌主6个月内在加拿大站点完成品牌注册

福利：

- 71,000加元预付代金券，可抵扣销售佣金

注意：

- ① 首7万加元品牌销售额，每笔订单可按销售额10%的等额代金券抵扣佣金；7万加元之后的品牌销售额，每笔可按销售额的5%抵扣佣金，直到71,000加元佣金代金券全部使用完毕
- ② 代金券将在发放12个月后到期

任务2：

90天内运送库存至亚马逊运营中心

福利：

- 免低量库存费、仓储利用率附加费
- 可加入“新品入仓优惠计划”，享受更多物流福利

注意：

加拿大站点卖家如何加入“新品入仓优惠计划”：访问卖家平台“亚马逊物流新品入仓优惠计划”[帮助页面](#)，点击页面中的“立即注册”

任务3：

90天内使用亚马逊商品推广广告活动

福利：

- 最高1,250加元亚马逊商品推广广告折扣券
- 领取后30天内未使用过期

注意：

阶梯式奖励，花费越多，获得的折扣券金额越大。卖家需要在开启广告活动的30天内，达到相应的花费等级。

8.6.3 新兴站点

入场资格：

- 必须注册为专业卖家（Professional Sellers）。
- 新卖家必须在以下时间发布首个可供购买的 ASIN：
 - 沙特站点：2025年7月22日或之后
 - 阿联酋站点：2025年7月22日或之后
 - 墨西哥站点：2025年8月6日或之后
 - 欧洲新站点（荷兰/瑞典/波兰/比利时/爱尔兰）：具体日期即将公布，敬请期待！
 - 巴西站点：具体日期即将公布，敬请期待！

任务时长基于第一个可供购买的 ASIN 的发布时间计算。

任务1：

品牌主6个月内完成品牌注册

福利：

- 约50,000美元预付代金券，抵扣销售佣金

注意：

- ① 沙特站点、阿联酋站点、墨西哥站点、巴西站点：每笔可按销售额的5%抵扣佣金，直到约5万美元的预付代金券全部使用完毕；
- ② 欧洲新站点：首5万美元品牌销售额，每笔订单可按销售额10%的等额代金券抵扣佣金；5万美元之后的品牌销售额，每笔可按销售额的5%抵扣佣金，直到约5万美元等值代金券全部使用完毕；
- ③ 各站点代金券金额使用本地货币单位，美元金额仅供参考，实际金额以卖家平台信息为准。代金券将在发放12个月后到期。

任务2：

90天内使用亚马逊商品推广广告活动

福利：

- 最高1,000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

注意：

- ① 阶梯式奖励，花费越多，获得的折扣券金额越大。卖家需要在开启广告活动的30天内，达到相应的花费等级；各站点代金券金额使用本地货币单位，美元金额仅供参考，实际金额以卖家平台信息为准。
- ② 欧洲新站点、巴西站该福利后续公布。

8.6.4 澳洲站点

入场资格：**适用于2024年1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。

任务1： 品牌主6个月内在澳洲站点完成品牌注册

福利：

- **品牌商品成交额5%返还！** 最高首年75,000澳元。已累积返还将在累积时段结束12个月后到期

任务2： 90天内运送库存至亚马逊运营中心

福利：

- 最高300澳元入库或配送费优惠

注意：

- ① 若您从澳洲发货，则可获得150澳元亚马逊合作承运人（PCP）的入库运输费优惠
- ② 若您从中国发货，则可获得300澳元亚马逊运营中心配送费优惠，但需使用 Amazon SEND 运输入库

任务3： 90天内使用亚马逊商品推广广告活动

福利：

- 最高1,500澳元亚马逊商品推广广告折扣券
- 领取后30天内未使用过期

注意：

阶梯式奖励，花费越多，获得的折扣券金额越大。卖家需要在开启广告活动的30天内，达到相应的花费等级



8.7 黄金90天之热门问题集锦



想用亚马逊物流（FBA），需要收取哪些费用呢？新卖家有没有优惠政策可以享受？

当您使用亚马逊物流（FBA）配送方式时，您将需要支付的物流费用包括：亚马逊物流订单的配送费用、月度库存仓储费、长期仓储费、移除订单费用和弃置订单费用、退货处理费，以及计划外服务费用。



商标申请需要多久？听说要10个月到1年，才可以进行亚马逊品牌注册？

商标申请所需时长，不同的国家/地区，略有不同。但“需要等待10个月到1年才能进行亚马逊品牌注册”已经是过去式啦！目前，只要进行了商标申请，有了待处理商标（Pending TM）就可以进行亚马逊品牌注册。一般只需1-2个月，就可以拿到待处理商标，新手卖家也可以享受品牌商权益，快速起量！



新卖家想开广告，应该如何设置？把握怎样的节奏呢？

商品推广适用于亚马逊上单个商品的广告，有助于提高商品的知名度，从而提升商品销量。

- STEP1: 开启自动广告，了解买家搜索行为；
- STEP2: 开启手动广告，主动出击；
- STEP3: 持续优化广告，精准投放。



恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

课程路径图

3.7 中国版亚马逊 SPN 服务商网络

3.8 新卖家黄金90天

3.9 新卖家上线欧洲知识宝典



动动手指，一键点亮页面右下角的“👍”
让我们为您带来更多实用的学习资料!



请扫二维码填写课程反馈
让我们持续优化您的体验

延伸学习课程



拓展全球业务

- 爆发中的跨境出口电商
- 亚马逊站点介绍
- 亚马逊项目介绍

除了本章的亚马逊项目介绍，拓展全球业务系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多...



Level 0: 零基础快速出单实操

实操演示教新手运营

您可以在亚马逊官方讲堂了解并掌握更多新手运营要点,快来获取优质学习体验吧!



扫码了解更多