

# 物流仓储：多渠道物流

## 课程路径图及内容

### 9.1 多渠道分拨 (MCD)

了解亚马逊多渠道分拨 (MCD) 的优势和使用方法。

### 9.2 多渠道配送 (MCF)

了解亚马逊多渠道配送 (MCF) 的优势和使用方法。



# 目录

<b>2. 多渠道配送 (MCF)</b> .....	<b>2</b>
<b>2.1 多渠道配送概述</b> .....	<b>3</b>
<b>2.2 使用前须知：注册资格、运作模式、费用、限制政策及配送速度</b> .....	<b>5</b>
<b>2.3 如何加入 (onboarding)</b> .....	<b>10</b>
<b>2.4 订单配送指南</b> .....	<b>12</b>
<b>2.5 常见问题解答</b> .....	<b>23</b>

## 2.1 多渠道配送概述

### 2.1.1 什么是多渠道配送？

对于跨境电商卖家来说，更多渠道能够为商品带来更多销售机会。但同时，也往往意味着更高的管理成本。

有些卖家不仅在亚马逊上销售产品，还会在其他电商平台销售相同商品；也有一些卖家可能会有拓展批发业务、测试新品、扩张业务等更各种需求，但不想无限度地增加额外的仓储和物流成本。这时，卖家可能会发现一个理想的方式是将库存集中存放，并且用统一的工具进行多渠道的派送，这能够大大帮助您做好库存管理、并降低成本。

亚马逊多渠道配送 (MCF) 是针对这些需求打造的一个多渠道物流解决方案，可谓是应运而生。MCF 允许卖家使用亚马逊运营中心和物流网络，在10多个国家和地区发展跨境电子商务业务 (B2B 和 B2C)。同时**支持任何渠道的配送服务，包括 eBay、TikTok Shop、Temu 等其他商城和您自己的网站**。MCF 将利用亚马逊的物流网络来分拣、包装和运送您在非亚马逊网站上订购的商品。

下图就是MCF创建订单的界面，您会发现它的使用非常简单。不用担心，详细的使用方法亚马逊会稍后为您介绍。

The screenshot shows the 'Create Multi-Channel Delivery Order' (创建多渠道配送订单) interface. It includes a header with a link to 'Create Bulk Order' (创建批量订单) and a note about ASIN requirements. The form is divided into three main sections:

- 1. 输入买家地址 (Input Buyer Address):** Includes fields for Country/Region (United States), Full Name, Street Address, City, State/Province, and Postal Code. It also has fields for Buyer Contact Information (Phone Number and Email Address).
- 2. 添加商品 (Add Products):** Features a search bar for products by name, MSKU, ASIN, or FNSKU. It includes radio buttons for '仅使用空白包装箱配送' (Use only blank packaging) and '禁止 Amazon Logistics 作为此订单的承运人' (Prohibit Amazon Logistics as carrier). A table with columns for SKU, Product Quantity, and Unit Price is visible. There are also fields for Order Number and Packing Notes.
- 3. 选择配送速度 (Select Delivery Speed):** Offers options for '标准尺寸' (Standard Size) and '加急配送' (Expedited Delivery). It also displays '预计配送详情' (Estimated Delivery Details) including shipping weight, estimated delivery date, latest delivery date, and order total.

Buttons at the bottom right include '创建订单' (Create Order) and '创建保留订单' (Create Hold Order).

\*在美国、英国、西班牙、意大利、法国、德国、加拿大和日本，亚马逊为不超过45.72x35.56x20.32厘米和/或9千克的合乎条件可分类的商品提供无品牌包装。

\*\*数据用于大多数站点。相关信息仅供参考，并可能受多种因素的影响。

\*\*\*数据来源：亚马逊多渠配送内部数据。

## 2.1.2 MCF 与 FBA 的区别

多渠道配送 (MCF) 和亚马逊物流 (FBA) 最核心的区别，其实就是“**谁为谁配送**”：

- 亚马逊物流 (FBA) 是亚马逊卖家、为亚马逊平台上的客户订单进行配送可以选择的物流服务；
- 多渠道配送则是“所有企业”，为“不论来自哪里”的订单进行配送，帮助您推动业务增长。

如果您已经是亚马逊卖家，并且在亚马逊物流中心存放了库存，对您来说就可以基于“为谁配送”来选择使用 MCF 或者 FBA。



产品	库存所有者	销售渠道负责人	亚马逊运营中心/物流提供商
MCF	卖家	卖家	亚马逊
FBA	卖家	亚马逊	亚马逊



## 多渠道配送 (MCF) 优势



### ● 独特方案

唯一支持仓储及配送第三方销售渠道的物流解决方案



### ● 时效稳定

履约达成率高，拣货后最快1个工作日即可完成配送



### ● 自动接入

使用应用程序、插件或直接通过 API 连接到您的销售渠道，以实现订单自动化



### ● 包装中性

订单可按无品牌包装发货，无需额外费用，不包含任何亚马逊标识



### ● 配送便捷

FBA 与 MCF 的结合，使用一个账号在一个平台解决全渠道跨境订单的仓储与物流



### ● 全程透明

价格体系透明，无额外附加费用，且在订单发货后1分钟内提供全程追踪编码

- ① 同时使用 MCF 和 FBA 的**英国亚马逊卖家**在亚马逊上的销售收入平均增加了**29%**\*\*\*。
- ② 同时使用 MCF 和 FBA 的**日本亚马逊卖家**在亚马逊上的销售收入平均增加了**35%**\*\*\*。
- ③ 同时使用 MCF 和 FBA 的**亚马逊卖家**在亚马逊上的销售收入平均增加了**29%-38%**\*\*\*。

如果您是 FBA 卖家，且已准备妥当，可以通过 MCF 配送其他渠道的订单！[点击此处](#)，了解更多。

## 2.2 使用前须知：注册资格、运作模式、费用、限制政策及配送速度

### 2.2.1 注册和使用资格

使用 MCF 需要亚马逊账户，但不要求您在亚马逊上销售商品。所有企业均可使用多渠道配送，无论您是否在亚马逊商城销售商品。

**已注册成为亚马逊卖家：**在亚马逊运营中心有库存，如果您是拥有多渠道订单的亚马逊卖家，FBA+MCF 助您一仓管理，完成全渠道订单。

**非亚马逊渠道的跨境电商卖家：**在亚马逊运营中心没有库存，如果您拥有跨境订单马上加入亚马逊，FBA+MCF 物流解决方案助您触达全球消费者。

## 2.2.2 MCF 是如何运作的？

### MCF 的运作流程



#### ① 发送您的库存

将库存直接发送到亚马逊运营中心。



#### ② 亚马逊储存您的库存

亚马逊运营中心将储存和管理您的库存，而您只需为存储的商品支付储存费。



#### ③ 客户购买您的产品

客户可从您的一个销售渠道购买产品。您可以通过批量文件上传或直接与亚马逊的订单 API 集成来提交这些订单。



#### ④ 亚马逊将直接为客户分拣、包装和运送订购商品

亚马逊选择承运商，并与客户共享跟踪信息。



#### ⑤ 客户退货

退货由卖家自行负责，但您可以选择让客户将商品退回到亚马逊运营中心进行处理，或者您也可以按照现有的退货流程进行处理。您可[点击此处](#)了解更多信息。



## 2.2.3 MCF 费用组成

### MCF 费用计算依据



#### ① 配送费

统一费率基于：发货类型（加急/标准）、尺寸、单位重量。



#### ③ 可选服务费

包括：退货、处置标签、打包、泡沫包装。



#### ② 仓储费

按每月每立方米或每月每立方英尺收费。



MCF 定价非常简单，您只需支付配送和储存费用。根据每件商品的尺寸、重量和配送速度，每件商品的起价为6.99美元，多份订单可享受分级折扣，仓储费根据您的库存在运营中心所占空间的日平均体积计算，起价为每立方英尺0.87美元。

### 1

选择速度：

标准 (Standard, 3个工作日)

加急配送 (Expedited, 2个工作日)

### 2

确认尺寸级别：

1. 标准尺寸

2. 超尺寸



### 3

将折扣应用于订购单位。

### 4

尺寸如大于大型标准尺寸，将使用超大级别进行计算。

费用计算方法：**确认产品尺寸和体积>确认单位重量和尺寸重量>将上述数字应用于下表，以确认产品尺寸级别。**

产品尺寸级别	单位重量	最长边	中长边	最短边	长度+周长
小型标准尺寸	16盎司	15英寸	12英寸	0.75英寸	不适用
大型标准尺寸	20磅	18英寸	14英寸	8英寸	不适用
小型超尺寸	70磅	60英寸	30英寸	不适用	130英寸
中型超尺寸	150磅	108英寸	不适用	不适用	130英寸
大型超尺寸	150磅	108英寸	不适用	不适用	165英寸
特殊超尺寸	超过150磅	超过108英寸	不适用	不适用	超过165英寸

Tips 

如何计算非亚马逊网站上订单的运费？

首先，确认产品的尺寸级别。其次，您可以计算装运重量，并使用上页的表格确定适用的费用。[点击此处](#)了解 MCF 提供的其他服务。

MCF 适用于以下 11 个国家和地区，通过全球集成，可轻松推广至新的国家和地区。您可点击下列图标，前往当地费率卡页面，了解更多定价结构信息。[点击此处](#)查看 MCF 主页。

 美国	 加拿大	 墨西哥	 英国	 法国
 德国	 意大利	 西班牙	 澳大利亚	 日本
 印度				



Bala Sarda  
Vadham 创始人  
兼首席执行官

“ MCF 帮助我们为客户提供更快的交货速度和更优惠的价格，从而带来卓越的客户体验。它为我们节省了大量成本，尤其是节假日销售旺季的发货成本。得益于极具竞争力的配送费率，我们可以为客户提供节假日折扣。MCF 是非常可靠的配送解决方案，我们可以与之合作，共同成长。 ”

## 2.2.4 MCF 的限制政策

亚马逊物流 (FBA) 的库存限制政策及库存容量限制同样适用于多渠道配送 (MCF)。您需要遵守亚马逊物流商品预处理要求、安全要求及商品限制条件，亚马逊运营中心拒收商品、弃置或退还商品的相关规定、禁止卖家今后向亚马逊运营中心运送商品的相关规定、对准备工作不足或不合规行为收取额外费用的相关规定、禁用您的销售账户的相关规定，甚至对您处以罚款的相关规定。

某些商品可能有资格在亚马逊上销售，但是不能使用亚马逊物流配送。亚马逊物流商品还须遵守特定的有效期要求以及有温度要求的商品要求，才能有资格使用亚马逊物流。

更多相关课程，您可点击前往查看

- [亚马逊物流 \(FBA\)：商品入仓准备工作](#)
- [亚马逊物流库存仓储限制政策](#)
- [FBA 容量限制](#)

## 2.2.5 配送速度

多渠道配送可提供两种配送速度（下单到送达）：标准和加急。每个订单的配送时间按从接受订单到交货给买家之间的工作日天数计算。虽然多渠道配送一周7天处理和配送订单，但对于在当天下午2点（太平洋时间）后提交的加急速度订单，其接受日期为下一个工作日。

配送速度 (下单到送达)	配送时间		
	不使用 Amazon Logistics 的订单	包含非标准商品 (如重型/大件) 的订单	配送至非美国本土 各州和领土的订单
加急配送	2至3个工作日	2至4个工作日	3至6个工作日
标准配送	3至5个工作日	3至6个工作日	5至10个工作日

在以下情况下，配送时间可能会更长：

- 已从您所在位置发出但运营中心尚未接收并添加到您的库存中的商品。
- 正从一个运营中心转运到另一个运营中心的库存（显示在[亚马逊物流库存](#)页面上的预留列中）。
- 订单中的商品库存不足（作为最佳实践，亚马逊建议您将运营中心接收并存储的商品数量保持**至少8周的可销售周数和至少100件商品**）。
- 在预计销量巨大的活动（例如 Prime 会员日和黑色星期五）、国家法定节假日，以及亚马逊无法控制的意外情况（如罢工、自然灾害或严重的冬季风暴）期间下达的订单。

更多相关课程，您可点击前往查看

- [库存管理 ABC](#)
- [管理您的库存状况](#)
- [管理您的亚马逊物流库存](#)

## 2.3 如何加入 (onboarding)

### 2.3.1 使用单一库存池配送订单

借助 MCF，卖家可以通过**单一库存池**配送亚马逊以外渠道的所有订单。请各位卖家确保对库存进行合理预测，以满足在亚马逊网站上和非亚马逊网站上销售的需求。



### 2.3.2 注册并设置 FBA 库存池

如果您目前已经在使用 FBA，便可轻松发运非亚马逊订单，[点击此处](#)前往查看详细步骤操作。

如果您是亚马逊新用户，请参照以下步骤**注册并设置您的库存池**：

- 01 创建亚马逊销售账户 ([点此前往](#))，点击右上角的“前往站点注册”，然后选择对应的站点注册。



**02** 将您的产品添加到亚马逊目录 ([点此前往](#))，在配送渠道选择“亚马逊配送 (FBA)”。您也可以[点击此处查看说明](#)。



注意：使用 MCF 需要亚马逊账户，**并需要创建可售的亚马逊物流库存**，但不要求您在亚马逊上销售商品。为防止有人在亚马逊上购买您的产品，您可以在创建产品列表时设置遥遥无期的“开始销售”日期。该设置将在亚马逊商城上隐藏产品，但 MCF 仍将接受来自其他渠道的配送订单。

**03** 根据亚马逊包装指南 ([点此查看](#)) 及发货和路线要求 ([点此查看](#))，准备将您的产品安全运送至运营中心。

**04** 创建您的发货计划，打印亚马逊发货 ID 标签，并将您的货物发送到亚马逊运营中心。[点击此处了解有关将库存发送至亚马逊的更多信息](#)。



## 2.4 订单配送指南

### 2.4.1 MCF 如何配送订单？

#### MCF 配送订单的三种方式



#### ① 单一订单

在卖家平台下单。 ([前往查看详情](#))



#### ② 批量订单

在卖家平台创建。 ([前往查看详情](#))



#### ③ API 集成

从众多服务提供商中进行选择。

([前往查看详情](#))



接下来，亚马逊将为您介绍如何使用多渠道配送 (MCF) 进行订单配送。首先，您可以[点击此处](#)，进入卖家平台的多渠道配送首页。



## 2.4.2 如何在亚马逊卖家平台创建单一 MCF 订单？

### 01 创建配送订单

在“管理 FBA 库存”页面，您可以选择要使用 MCF 发送的产品，然后选择“创建配送订单”。



### 02 转至“MCF 订单创建”页面

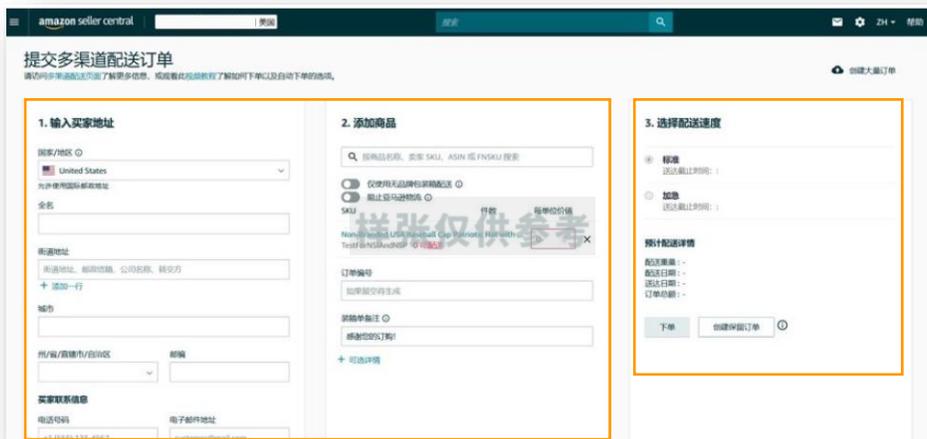
选择订单发运国家和地区。

### 03 输入订单详情

提交所有相关的客户地址和联系详情、订单 ID 和任何装箱单备注，以及每种产品交货数量。添加客户电子邮件便于确认发货时共享跟踪信息。（[点击此处了解跟踪信息](#)）

### 04 选择配送速度

根据您的偏好选择订单的配送速度。



## 2.4.3 如何在亚马逊卖家平台创建批量订单？

### 01 转至“MCF 订单创建”页面

选择订单发运国家和地区。

### 02 点击页面右上角的“创建批量订单”按钮



### 03 下载批量订单创建模板

按照说明进行填写，以提交多个订单。

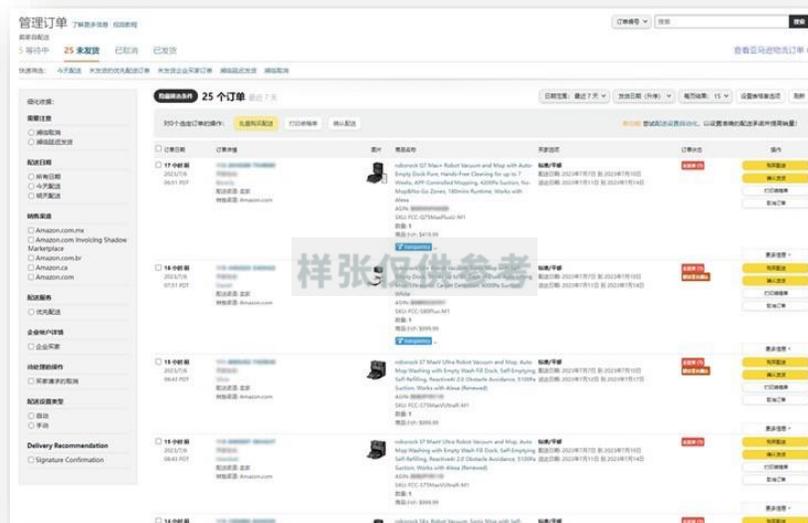


### 通过 CSV 文件上传订单的实践分享

- 将信息添加到 CSV 之前，请查看“数据定义”选项卡中的必填字段。粗体列标题表示必填字段。
- 首先上传单一商品配送请求进行测试。
- 保存文件（以制表符分隔的.txt 文件格式）。
- 完成上传后，检查上传状态是否有任何错误。

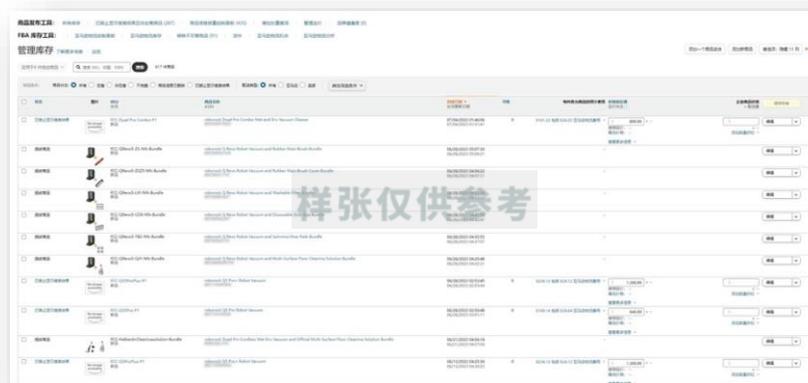
## 2.4.4 如何跟踪订单？

- 在“卖家平台”的顶部导航中，选择“订单”下拉菜单。
- 在搜索栏中输入订单 ID，查找您的订单。
- 点击任何具体订单，查看“订单详情”。在这里，您可以查看每个订单的状态、Swiship 链接，以及进行退货。



## 2.4.5 如何管理库存？

- 转至“管理 FBA 库存”页面。
- 在“卖家平台”的顶部导航中，选择“库存”下拉菜单。
- 选择“管理 FBA 库存”选项。



## 2.4.6 如何通过 API 集成使用 MCF ?

MCF 提供一套强大的 API，通过各种对接工具，将多渠道配送 (MCF) 与您的自有网站、您销售的各种线上渠道和社交媒体商店，以及您使用的订单和库存管理系统连接起来，您能够避免手动创建订单，快速使用应用程序和 API 优化订单处理全流程。

亚马逊打造	第三方集成	定制 API
由 Amazon 打造的免费应用程序可在 MCF 和您选择的销售站点之间提供直接连接。	将 MCF 与您的销售站点以及库存和订单管理系统连接起来的第三方集成。	如果您想构建自己的集成解决方案，则可以使用对开发人员友好的自定义 API。您可以在上线之前使用亚马逊的 <a href="#">动态 MCF Outbound API 沙盒</a> 测试您的代码。

### API 集成优势

#### 01 DIY

借助便于开发人员使用的 API 创建自定义集成。 ([点击此处](#)下载开发人员文档)

#### 02 网店插件

大多数主流的电子商务提供商 (如 Shopify、WooCommerce 等) 都提供插件。无需自定义集成工作。 ([点击此处](#)了解更多信息)

#### 03 库存和订单管理

通过第三方集成 (如店小秘、Channel advisor 等)，可将多渠道配送 (MCF) 与您的直销 (DTC) 电子商务网站、各种电子商务站点和社交媒体商店连接起来。 ([点击此处](#)了解更多信息)

### 更多第三方工具示例

 <a href="#">MCF 与店小秘集成指南</a>	 <a href="#">MCF 与领星科技集成指南</a>	 <a href="#">适用于 Shopify 的 MCF App 指南</a>	 <a href="#">MCF 与赛盒科技集成指南</a>
 <a href="#">MCF 与 Eccang ERP 集成指南</a>	 <a href="#">MCF 与积加 ERP 的集成</a>	 <a href="#">MCF 与马帮的系统集成</a>	 <a href="#">MCF 与赛狐的系统集成</a>

以上并未详尽列出，[点击此处](#)查看更多集成工具信息。

## 2.4.7 MCF 能否处理客户退货?

当客户联系您要求退货时，您可以选择以下两种处理方式：

### 请客户将退货寄回亚马逊

#### 01 创建退货请求

- 导航至卖家平台的“订单”界面，查看客户订单的详细信息；
- 点击“创建客户退货请求”选项卡；
- 选择客户希望退回的商品的退货数量；
- 请注明退货原因。



#### 02 生成 RMA 表格

- 点击步骤1中的“提交”后，将生成退货授权 (RMA) 表，其中包含以下两个部分：
  - **退货邮寄标签**包含接收和处理退货的亚马逊运营中心的地址。请客户将标签贴在退货包裹上，以便退回亚马逊。
  - **退货授权单**包含退货产品的条形码和商品描述。退货授权单必须与商品一起放在退货包裹内。

#### 03 接收退货

- 亚马逊仓库收到退货后，工作人员会检查产品状况。如果认为产品适合再次出售，亚马逊将把它重新归入您的库存。如果无法出售，您必须实施此处列出的拆除流程；
- 所有 MCF 订单的客户退款必须由您办理，因为订单是在亚马逊站点之外创建的；
- 检查退货状态，查看订单详情页面上的“退货状态”选项卡。了解亚马逊是否已收到退货及商品的处理情况。

### 按照现有的退货流程处理



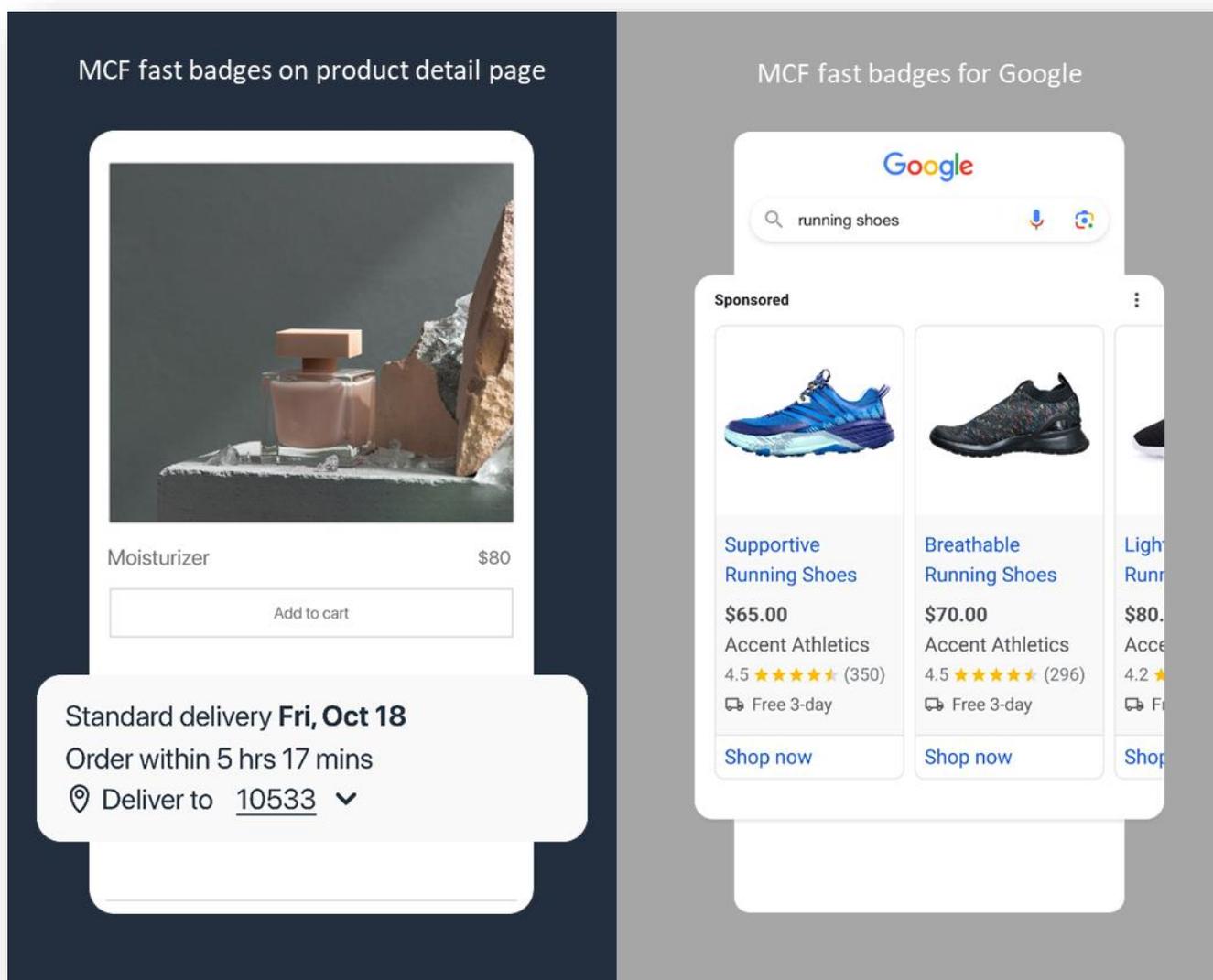
当客户联系要求退货时，卖家也可以按照现有退货流程处理。

无论是哪种情况，您现在都可以从 ReturnGO 中获益，它与 MCF 无缝集成，可以处理商品退回亚马逊运营中心或您自己仓库的请求，还可以管理换货和礼品卡。通过选择将产品退回亚马逊，它可重新归入您的亚马逊库存。**请注意，退货邮费必须由您或客户支付。**

## 2.4.8 MCF 快速徽章

亚马逊多渠道配送 (MCF) 现已推出 MCF 快速徽章功能，使得您在电子商务网站的产品详情页和 Google 产品列表广告中显示快速配送日期。这项功能还能通过在购物者购物旅程的早期展示 MCF 的快速配送速度，帮助您增加流量、转化率和销售额。

下图中的 NXTRND (一家使用 MCF 的运动服装公司) 就是通过将 MCF 快速徽章功能添加到其网站后，网站上的购物者转化率和销售额增加了近9%。



此外，MCF 快速徽章功能目前还适用于使用 Shopify 的 MCF 应用程序、WebBee、NeverSettle、MCF API 或 Google 广告的卖家。

接下来，亚马逊将为您介绍如何启用 MCF 快速徽章，您还可[点击此处](#)，具体了解如何在电子商务网站和广告中启用 MCF 快速徽章的分步说明。

## 如何启用 MCF 快速徽章

要启用 MCF 快速徽章，您可以选择以下五种方法：

1. 使用 Shopify 的亚马逊 MCF 应用程序
2. 使用 WebBee 的 Shopify 亚马逊 MCF 应用程序
3. 使用 WooCommerce 的 NeverSettle 扩展
4. 使用销售合作伙伴 API
5. 使用 Google 产品列表



### 方法1 使用 Shopify 的亚马逊 MCF 应用程序

1. 登录 Shopify 管理员，然后导航到您的商店。
2. 在搜索字段中，点击 Apps 过滤器，然后输入“Amazon MCF”。更多信息，请参阅 [MCF App for Shopify 用户指南](#)和 [Amazon Multi-Channel Fulfillment \(MCF\) App for Shopify 演示](#)。
3. 点击 Amazon MCF app for Shopify 导航到亚马逊卖家平台的应用页面，然后登录。
4. 在侧边菜单中，点击 Settings，然后在 MCF Fast Badges 标签页上开始您的自定义设置。
5. 点击 Customize widget，打开 Shopify 的主题编辑器，然后将 MCF Fast Badges 添加到您的产品页面。
6. 在 Shopify 的主题编辑器中打开 Product information 菜单，转到 Template，然后点击 Add block。
7. 在 Add block 菜单中，点击或搜索 MCF Fast Badges app block。
8. 通过修改 MCF Fast Badges App Block 菜单中的设置来自定义应用程序块，然后点击 Save。

**注意：**自定义选项包括文本颜色、字体、对齐方式、内边距和外边距。默认情况下，该块出现在页面底部，但您可以将其移动到不同位置。

**最佳实践：**将应用程序块放在 Add to cart 按钮下方，使 MCF Fast Badges 对购物者更加可见，有助于提高转化率。

9. 在产品详情页面上验证 MCF Fast Badges 应用程序块：
  - 保存自定义设置后，打开一个产品页面。默认情况下，产品页面会根据邮政编码显示配送估计时间。
  - 更新邮政编码，点击 Submit 保存更改并根据更新的位置生成预计配送日期。

## 方法2 使用 WebBee 的 Shopify

亚马逊 MCF 应用程序 Amazon MCF by WebBee Shopify 应用程序提供了一个无代码解决方案，可以集成 MCF Fast Badges。

1. 安装 Amazon MCF by WebBee Shopify 应用程序，然后完成入门步骤，包括链接卖家平台和映射 SKU。
2. 在 Shopify 管理员账户中转到销售渠道并打开在线商店。
3. 要打开自定义页面，转到 Themes，然后点击 customize。
4. 在 Home Page 菜单中，点击 Product。
5. 在侧边菜单中，点击 Add Block，然后转到 Apps。
6. 选择 Amazon MCF by WebBee 的 Custom Input Form。产品页面会出现一个新块。
7. 将 MCF Fast Badges 小部件拖放到 Add to cart 按钮下方，方便购物者参考。
8. 应用更改并返回商店，点击 Save。
9. 在 Shopify 网站上打开前端页面，在 Themes 中点击 Preview。
10. 选择一个精选产品。客户可以在购买产品之前输入邮政编码检查预估配送时间。
11. 尝试不同的邮政编码以查看每个邮政编码的配送估计时间。

**注意：**您可以在主题设置中更改此功能的位置，以更好地与您的商店布局集成。

12. 返回产品页面，验证配送估计时间是否显示。

**注意：**您可以随时了解亚马逊多渠道配送的新功能、最佳实践等。此外，提交时您必须填写公司名称和电子邮件信息。

## 方法3 使用 WooCommerce 的 NeverSettle 扩展

Amazon Multi-Channel Fulfillment (MCF) for WooCommerce 扩展设置页面显示为设置为 Send with Amazon 的产品启用 MCF Fast Badges 的选项。

1. 访问者在 Product SKU 页面上会看到一个文本提示，要求添加美国邮政编码。添加所需信息后，会显示配送日期估计。
2. 要更改配送邮政编码，请在 Product SKU 页面上更新并应用更改。

**注意：**只有当产品有库存并位于您的亚马逊配送 (FBA) 库存中时，才会显示配送估计时间。

#### 方法4 使用销售合作伙伴 API

首先，在卖家平台设置销售合作伙伴 API 集成，以访问 MCF (Fulfillment Outbound) API，步骤如下：

1. 使用您的卖家平台或 MCF 账户登录，然后选择市场。
2. 要创建开发者配置文件，在侧边菜单中导航到 Apps, Services, 然后 Develop Apps。
3. 提供您的联系信息，然后设置以下选项：
  - 私人开发者：我构建的应用程序将我自己的公司与亚马逊服务API集成。
  - 组织开发者 ID (如适用)。
  - 角色应包括 [Product Listing、Amazon Fulfilment、Inventory and Order Tracking]。您无需为 MCF 选择任何受限角色。

**注意：**配置文件审批可能需要1-3个工作日处理。

4. 在表单中回答 Use Case 和 Security Control 问题。
5. 点击 Register 提交您的私人开发者配置文件以待审批。
6. 要创建私人应用程序，在配置文件获得批准后，转到卖家平台的 Developer Central 页面，然后点击+Add new app client。
7. 出现提示时，输入应用程序名称和 API 类型，然后选择以下角色 [Product Listing, Amazon Fulfilment, Inventory and Order Tracking]。
8. 点击 Save and Exit。
9. 创建应用程序后，点击 Edit app 下拉箭头，然后点击 Authorize。
10. 要获取亚马逊登录凭证 (带刷新令牌)，点击 Authorize the app。
11. 使用客户端凭证和刷新令牌从 SP-API <OAuth>端点提取访问令牌。
12. 使用访问令牌调用<Production>和<Sandbox>端点。

**注意：**只有出站接口沙盒会响应动态响应。其他接口，包括列表、入站和库存接口，会响应静态响应。商家和开发者可以通过调用 Listings API 在卖家平台创建和更新产品列表，并使用卖家平台 UI 或调用入站接口进行入站产品库存管理。接下来，使用 DeliveryOffers API 获取单个产品的 MCF Fast Badges。

## 方法5 使用 Google 广告

**重要提示：**当您提交表单以使用 Google 的 MCF 快速徽章时，您同意与 Google 共享 MCF 目录中所有列表的产品标识符，这些将被视为您与 Google 之间的 Google 商家中心服务条款下的“内容”。

### 要选择加入 Google 的 MCF 快速徽章

1. 转到 Google for Retail 获取您的 Google 商家中心 (GMC) 账户 ID 和网站 URL。
2. 转到[设置页面](#)
3. 将 Opt-in 开关切换到“On”位置。
4. 输入您的 GMC 账户 ID 和网站 URL。
5. 如果您有多个 GMC 账户 ID 和网站 URL，点击 Add another GMC Account ID and Website URL 输入其他信息。
6. 输入所有必要的详细信息后，点击 Save 选择加入该计划。这将开始与 Google 共享数据。**注意：**亚马逊允许最多10个工作日使选择加入在您的广告中生效。
7. 横幅消息将确认您的选择加入状态。

### 如果要退出 Google 的 MCF 快速徽章

1. 转到[设置页面](#)
2. 将 Opt-Out 开关切换到“Off”位置。
3. 点击 Save 选择退出该计划。横幅消息将确认您的选择退出状态。这将停止与 Google 共享数据。**注意：**亚马逊允许最多10个工作日使选择退出在您的广告中生效。
4. 要稍后重新选择加入，您可再次访问表单并将 Opt-in 开关切换到“On”位置。

**重要提示：**请确保您的 GMC 和 URL 仍然有效。

## 2.5 常见问题解答

### 开始使用

#### 如何注册获取多渠道配送服务？

如果您是亚马逊销售新手，请[点击此处](#)与亚马逊联系。如果您正在使用 FBA 进行销售，请[点击此处](#)获取更多信息。

#### 我是否需要成为亚马逊卖家才能使用多渠道配送服务？

不需要。使用 MCF 需要亚马逊卖家平台账户，但不要求您在亚马逊上销售商品。为防止有人在亚马逊上购买您的产品，您可以在创建产品列表时设置遥遥无期的“开始销售”日期。该设置将在亚马逊商城上隐藏产品，但 MCF 仍将接受来自其他渠道的配送订单。

#### 我可以使用当前的 FBA 库存来完成多渠道配送订单吗？

可以。如果您是使用 FBA 的现有亚马逊卖家，您的库存将同时服务于亚马逊客户和 MCF 销售渠道客户。

#### 我可以告诉客户他们的订单由亚马逊多渠道配送进行交付吗？

可以。您可以[点击此处](#)使用“亚马逊配送”徽章。您还可以在网站上使用“亚马逊配送”字样，以改善客户的结账体验，减少购物车放弃情况。

#### MCF 在哪些国家和地区提供？

MCF 已在[美国](#)、[加拿大](#)、[墨西哥](#)、[英国](#)、[法国](#)、[德国](#)、[意大利](#)、[西班牙](#)、[澳大利亚](#)、[日本](#)、[印度](#)提供。（[点击站点](#)前往相关页面了解更多信息）

### ✔ MCF 对我的库存绩效指数 (IPI) 分数有何影响?

IPI 分数可衡量您管理 FBA 库存的效率和成效。多种因素会影响您的 IPI 分数。其中一个重要因素是您需要采取措施，保持已售库存和现有库存之间的平衡，避免库存过剩（库存过多）。利用 MCF 提高销售率，这有助于避免库存过剩，从而增强您获得较高 IPI 分数的能力。

### ✔ FBA 与 MCF 有何区别?

亚马逊物流 (FBA) 支持您配送亚马逊上的订单，而多渠道配送 (MCF) 支持配送任何亚马逊以外的渠道（包括您自己网站）上的订单。（[点击此处了解 FBA 更多信息](#)）

### ✔ 亚马逊是否会与其他公司共享我的数据?

不会。亚马逊会收集分销和配送服务所需的数据，并严格禁止将非公开的卖家专有数据用于这些服务之外的目的。

## 发货和包装

### ✔ 多渠道配送的送货速度如何?

卖家可以根据发货地选择 Standard（3个工作日）和Expedited（2个工作日）的送货速度。

### ✔ 下单后多久发货?

对于根据现有库存（即已收到并存放在运营中心的库存）提交的订单，标准订单和加急订单一般将在1天内发货。



### 多渠道配送订单使用什么包装？

MCF 提供无品牌包装计划，卖家可以在英国使用无品牌包装配送 MCF 订单。所有 MCF 卖家均自动加入该计划，无需支付额外费用。符合条件的可分类商品可使用无品牌包装\*。不可分类的库存（任何大于45.72x35.56x20.32厘米或9千克的物品）不符合条件，不能通过本计划发货。

### 如何跟踪我的多渠道配送订单？

通过“卖家平台”中的“订单”选项卡查找您的 MCF 订单。如果订单尚未发货，订单发货详情中会有预计发货日期和预计送达日期。一旦订单发货，您就可以看到与货物相关的跟踪号码，以及 Swiship 跟踪网站的链接，该网站可提供已发货包裹的实时更新，无论是哪家承运商。

### 如何取消已创建的 MCF 订单？

在发货标签生成之前，您可以取消 MCF 订单。点击相应“订单详情”页面中的“取消”按钮。对于在发货前成功取消的 MCF 订单，您无需支付任何费用。如果订单中的部分商品已发货，则按已发货商品收费。如果您在取消订单时需要卖家支持，请点击[此处联系亚马逊](#)或点击[此处前往相关页面给亚马逊写信](#)。

### 如何获取现有订单方面的支持？

您可以[点击此处](#)查看订单交付情况、申请赔偿或报告订单的其他问题。

## 赔偿

### 多渠道配送下的退货如何处理？

当客户联系您要求退货时，您可以选择将商品退回亚马逊运营中心，它可重新归入您的亚马逊库存（[点击此处](#)了解更多信息）。您还可按照现有的退货流程进行退货。

\*在美国、英国、加拿大和日本，亚马逊为不超过45.72x35.56x20.32厘米或9千克的合乎条件、可分类的商品提供无品牌包装。

### ☑️ 亚马逊客服会处理 MCF 订单吗？

不会。您负责为 MCF 订单提供客户服务，包括处理交货查询以及更换、退款和退货请求。

### ☑️ 如果客户未收到 MCF 订单怎么办？

如果订单未送达，请联系“卖家支持团队”，为丢失的商品申请赔偿。赔偿金额根据 FBA 货件丢失和损坏赔偿政策计算。亚马逊的赔偿对象是您，而不是客户。您负责与客户一起解决此类问题。如需从您的库存中发送替换商品，请提交第二份 MCF 订单以进行替换。（[点击此处了解更多赔偿政策](#)）

### ☑️ 客户订单丢失/损坏后如何获取赔偿？

**亚马逊和承运商出错：**如果亚马逊承担损坏责任，您可以提交赔偿申请。如果您自行处理退货，请在提交申请时提供受损商品的图片。如果亚马逊处理退货，您将获得 FBA 货件丢失和损坏赔偿政策和亚马逊服务业务解决方案协议的相关 FBA 服务条款所要求的赔偿。（[点击此处了解更多赔偿政策](#)）

**非亚马逊和承运商出错：**对于订单交付后发生的任何损坏，您必须确定是退款还是换货。亚马逊不对有缺陷的商品或不在运营中心或合作承运商控制范围内的损坏商品承担责任。如果商品损坏且亚马逊或承运商没有过错，您可能希望将商品直接寄给您，而不是寄回运营中心。

**注意：**对于为配送非客户订单而创建的 MCF 配送订单，亚马逊不提供补偿。例如，利用 MCF 将库存运回自己的仓库。如需满足赔偿条件，请[点击此处](#)创建标准移除订单。

## 与亚马逊联系



扫码了解更多关于多渠道配送

# 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

9.1 多渠道分拨 (MCD)

9.2 多渠道配送 (MCF)



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



### 物流及库存管理

- 物流仓储：基础知识
- 物流仓储：费用中心
- 物流仓储：亚马逊供应链整体解决方案
- 物流仓储：跨境物流
- 物流仓储：头程入仓
- 物流仓储：仓储分销

除了本章的多渠道分拨 (MCD)，  
物流仓储：多渠道物流系列中还有  
更多内容等着您，别忘了持续学习  
更多...



### 官方讲堂 - Level 0： 零基础快速出单实操

专为0-3个月新卖家设计，全  
覆盖亚马逊运营基本技能  
覆盖详情页、物流、广告促销等  
运营亚马逊基本技能；包含详细  
的卖家平台操作讲解、实操演示  
与多个互动环节。



扫码了解更多



### 官方讲堂 - 运营实操班

入门知识一网打尽

快速学习亚马逊运营理论，从0  
到1掌握亚马逊运营实操技能。



扫码了解更多