

Hướng dẫn gửi hàng tới FBA - Tài liệu tổng hợp dành cho nhà bán hàng Việt Nam

Mục lục

Phần mở đầu: Giới thiệu về Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA) **6**

Phần 1: Trước khi gửi hàng **9**

1.1 Tìm hiểu về FBA - Quy định, yêu cầu và các chi phí **9**

1.1.1 Sản phẩm nào có thể sử dụng dịch vụ Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA)? **9**

1.1.2 Các loại phí khi sử dụng FBA **11**

1.1.3 Quy định đóng gói - chuẩn bị sản phẩm theo tiêu chuẩn FBA **24**

1.2 Tìm hiểu các chương trình gửi hàng của Amazon **25**

1.2.1 Chương trình Đối tác vận chuyển xuyên biên giới của Amazon (Amazon SEND) **25**

1.2.2 Dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon (AWD) **29**

1.2.3 Chương trình Ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới (NSI) **33**

1.2.4 Chương trình Ưu đãi sản phẩm FBA mới (NSP) **35**

Phần 2: Trong khi gửi hàng **36**

2.1 In và dán nhãn sản phẩm - Labelling **36**

2.2 Đóng gói hàng - Packaging **36**

2.2.1 Yêu cầu đóng gói cơ bản **39**

2.2.2 Quy định về kích thước & trọng lượng thùng hàng **39**

2.2.3 Quy định về số lượng **39**

2.3 Tạo lô hàng với quy trình Gửi đến Amazon (Send to Amazon) **40**

2.4 Vận chuyển hàng tới Trung tâm hoàn thiện đơn hàng trong quy trình Gửi đến Amazon **41**

(Send to Amazon - STA)

2.4.1 Phân biệt và lựa chọn các phương án vận chuyển **41**

2.4.2 Cách tối ưu chi phí vận chuyển **43**

2.4.3 Theo dõi lô hàng trước khi tới kho **45**

Phần 3: Sau khi gửi hàng **47**

3.1 Theo dõi lô hàng sau khi tới kho **47**

3.1.1 Quản lý lô hàng trên Seller Central **47**

3.1.2 Một số lỗi thường gặp và cách giải quyết **48**

3.1.3 Trạng thái hàng hóa sau khi nhập kho **49**

3.2 Quản lý hàng lưu kho **50**

3.2.1 Chỉ số hiệu suất hàng lưu kho (IPI) **50**

3.2.2 Giới hạn sức chứa FBA (FBA Capacity Limit) **54**

3.3 Hiểu rõ các loại báo cáo về hàng lưu kho **55**

Phần 4: Tài liệu hữu ích **56**

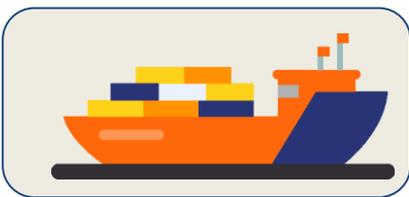
Lời mở đầu

Dịch vụ **Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon** (Fulfillment by Amazon, viết tắt là FBA) là một trong những chìa khóa quan trọng để mở ra cánh cửa xuất khẩu qua thương mại điện tử cùng Amazon. Chính vì thế, đội ngũ Amazon Global Selling Việt Nam gồm Phòng Đào Tạo Nhà Bán Hàng (Seller Education) và Nhóm Quản lý Chương trình FBA đã dày công biên soạn cuốn cẩm nang "**Hướng dẫn gửi hàng tới FBA - Tài liệu Tổng hợp dành cho nhà bán hàng Việt Nam**" với mong muốn đồng hành cùng sự thành công của nhà bán hàng.

Cuốn cẩm nang được xây dựng với ưu tiên về tính hệ thống và dễ tra cứu, gồm tổng quan các tính năng cơ bản trên Seller Central, gợi ý quản lý hàng lưu kho hiệu quả, cùng những cập nhật mới nhất về giao hàng và vận chuyển. Vì thế, cuốn cẩm nang phù hợp với nhà bán hàng mới và nhà bán hàng có kinh nghiệm mong muốn có góc nhìn tổng hợp về FBA.

Đặc biệt, cuốn cẩm nang còn tích hợp hệ thống đường dẫn trực tiếp (link) đến các trang chính sách mới nhất trên Seller Central, các văn bản cần lưu ý từ các nguồn thông tin chính thống, cùng những biểu mẫu được chuẩn hóa bởi đội ngũ Amazon Global Selling Việt Nam.

Đội ngũ mong rằng, với "người bạn đồng hành" này, con đường chinh phục xuất khẩu qua thương mại điện tử của các nhà bán hàng cùng với Amazon sẽ trở nên thuận lợi và vững chắc hơn!

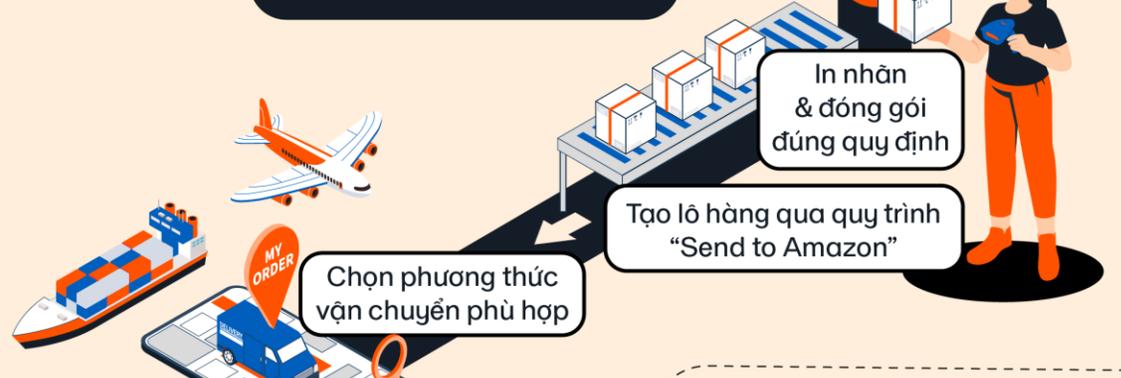


TỔNG QUAN VỀ QUY TRÌNH GỬI HÀNG FBA TỪ A-Z

TRƯỚC KHI GỬI HÀNG



TRONG KHI GỬI HÀNG



SAU KHI GỬI HÀNG



Tổng hợp từ viết tắt

Cụm từ viết tắt	Tên đầy đủ	Giải thích	Trang
FBA	Fulfillment by Amazon	Dịch vụ hoàn thiện thiện đơn hàng bởi Amazon	6
FC	Fulfilment Center	Trung tâm hoàn thiện đơn hàng: Nơi xử lý và hoàn thành đơn hàng	9
AWD	Amazon Warehousing and Distribution	Dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon	8
LCL	Less than container load	Vận chuyển hàng lẻ bằng đường biển: Hình thức vận chuyển mà nhà bán hàng chia sẻ công-ten-nơ chung với những người gửi hàng khác	12
FCL	Full container load	Vận chuyển hàng nguyên công-ten-nơ bằng đường biển: Hình thức cho phép nhà bán hàng sử dụng toàn bộ công-ten-nơ riêng để đóng hàng và vận chuyển.	12
Amazon SEND	Amazon Seller Export and Delivery	Chương trình Đối tác vận chuyển xuyên biên giới của Amazon	25

Phần mở đầu: Giới thiệu về Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA)

Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA - Fulfillment by Amazon) là gì?

FBA là hình thức hoàn thiện đơn hàng do Amazon cung cấp nhằm hỗ trợ nhà bán hàng bán sản phẩm một cách tối ưu. Với FBA, nhà bán hàng chỉ cần vận chuyển hàng đến **Trung tâm hoàn thiện đơn hàng của Amazon** tại các thị trường mục tiêu. Sau đó, Amazon sẽ phụ trách tất cả các khâu còn lại, gồm: lưu kho, lấy hàng, đóng gói, giao hàng đến khách hàng, chăm sóc khách hàng và xử lý trả hàng (nếu có).



Lợi ích của FBA



- **Tiếp cận lượng lớn khách hàng của Amazon:** Sản phẩm FBA được ưu tiên hiển thị và dễ dàng tiếp cận hàng triệu khách hàng đang tìm mua hàng trên Amazon.



- **Giao hàng nhanh, miễn phí vận chuyển:** Các đơn hàng của khách hàng Prime đủ điều kiện sẽ được giao miễn phí trong vòng 1-2 ngày, giúp tăng trải nghiệm khách hàng và tạo lợi thế cạnh tranh cho sản phẩm FBA.



- **Giảm tải gánh nặng quản lý kho bãi và vận chuyển:** Amazon sẽ thay nhà bán hàng thực hiện nhiều khâu như lưu kho, đóng gói và giao hàng, giúp tiết kiệm thời gian và công sức vận hành.



- **Cung cấp các công cụ quản lý doanh nghiệp:** Amazon cung cấp hệ thống theo dõi lưu kho, dán nhãn, đóng gói, cùng với các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển, giúp nhà bán hàng quản lý kinh doanh hiệu quả hơn.

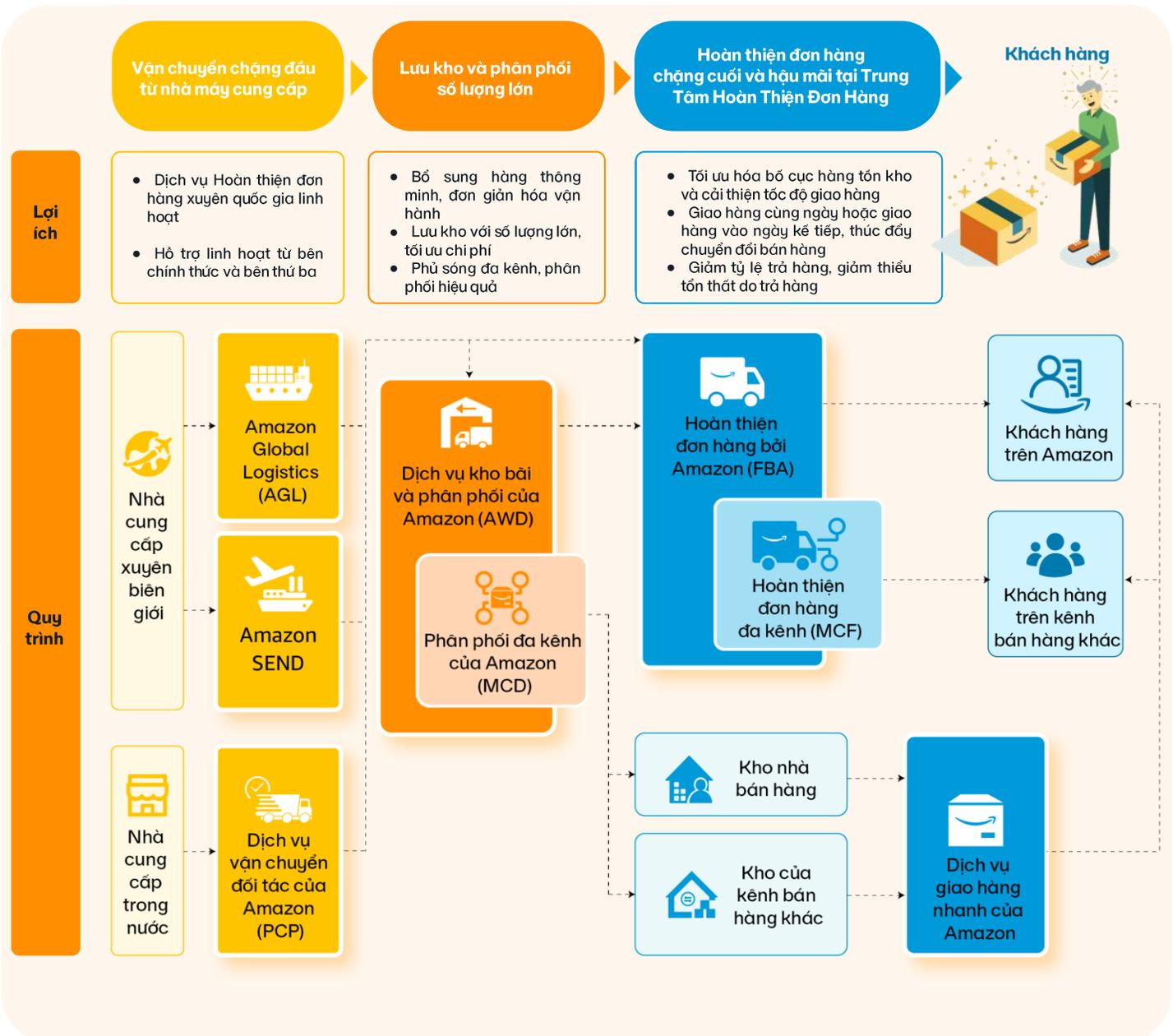


- **Tăng tỷ lệ chuyển đổi:** Sản phẩm có gắn nhãn FBA hoặc Prime thường được tin tưởng hơn, thúc đẩy chuyển đổi bán hàng.

Tại Seller Central, trang thông tin chính thức về dịch vụ Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon có thể xem [tại đây](#).

Giới thiệu giải pháp Supply Chain By Amazon (Chuỗi cung ứng của Amazon)

Giải pháp Chuỗi cung ứng của Amazon tích hợp nhiều sản phẩm lợi thế của Amazon. Giải pháp tận dụng tối đa công nghệ tiên tiến cũng như năng lực chuỗi cung ứng của Amazon để giúp nhà bán hàng giao hàng trực tiếp từ đầu nguồn đến tay khách hàng trên toàn thế giới một cách nhanh chóng và hiệu quả. Đồng thời, giải pháp này không chỉ hỗ trợ Amazon Marketplace mà còn phụ trách cả lưu kho và hoàn thiện đơn hàng cho các kênh bán hàng ngoài Amazon.



Các kênh hỗ trợ nhà bán hàng FBA



Hỏi đáp trực tuyến: FBA Office Hour

- Dành cho nhà bán hàng quan tâm hoặc đang sử dụng dịch vụ FBA.
- Mục tiêu: Tư vấn chuyên sâu, giải đáp trực tiếp các câu hỏi liên quan đến FBA.
- [Nhấp vào đây để tham gia các buổi trao đổi trực tuyến về FBA.](#)



Nhóm ZALO về Amazon SEND & AWD

- Dành cho nhà bán hàng đã, đang hoặc chuẩn bị sử dụng dịch vụ Amazon SEND và AWD.
- Mục tiêu: Hỗ trợ trực tiếp và giải đáp mọi thắc mắc về chương trình Amazon SEND và AWD.
- [Nhấp vào đây để tham gia nhóm Zalo về Amazon SEND & AWD.](#)



Email AGS SCA*

- Dành cho nhà bán hàng sử dụng dịch vụ vận chuyển của Amazon.
- Mục tiêu: Hỗ trợ rà soát, kiểm tra chuyên sâu và xử lý các vấn đề liên quan đến hàng hóa khi sử dụng dịch vụ vận chuyển của Amazon.
- E-mail: agsvn-sca@amazon.com.vn
(Xem hướng dẫn gửi email hỗ trợ bên dưới)



Nhóm Zalo về FBA

- Dành cho cộng đồng nhà bán hàng FBA tại Việt Nam.
- Mục tiêu: Cập nhật thay đổi, chia sẻ gợi ý, lịch đào tạo và thông tin hữu ích về FBA.
- [Nhấp vào đây để tham gia nhóm Zalo về FBA.](#)

Mẫu email liên hệ hỗ trợ

Điền tiêu đề email như hướng dẫn

New message

To agsvn-sca@amazon.com.vn

1 Subject **Tiêu đề (Ví dụ: Hỗ trợ shipment FBAxxxxxxx/AWD to FBA xxxx)**

Gửi AGSVN SCA Team,

Vui lòng hỗ trợ trường hợp của tôi, cụ thể theo thông tin như sau:

- Merchant ID:
- Shipment ID:
- Case ID gửi bộ phận hỗ trợ:
- Vấn đề gặp phải:
- Câu hỏi của tôi:

2

Cảm ơn team!

Send 📎 📧 😊 🔍 📏 ⋮

Điền các thông tin theo mẫu yêu cầu hỗ trợ

(*) Thời gian phản hồi:

- Các vấn đề liên quan tới Amazon SEND/AWD: 2 đến 3 ngày làm việc
- Các vấn đề khác: 4 ngày làm việc



Tips

- Cung cấp đầy đủ thông tin theo mẫu hướng dẫn để nhận được hỗ trợ kịp thời.
- Chỉ gửi yêu cầu hỗ trợ đến email này khi (1) chưa nhận được phản hồi **sau 5 ngày** kể từ khi gửi yêu cầu tới Bộ Phận Hỗ Trợ hoặc (2) không hài lòng với câu trả lời từ Bộ Phận Hỗ Trợ.

Phần 1: Trước khi gửi hàng

1.1 Tìm hiểu về FBA - Quy định, yêu cầu và các chi phí

1.1.1 Sản phẩm nào có thể sử dụng dịch vụ Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon (FBA)?¹

Một số sản phẩm sẽ **bị cấm** hoặc **hạn chế** nhập hàng vào Trung tâm hoàn thiện đơn hàng của Amazon (Fulfillment Center - FC). Trong một số trường hợp, FC vẫn cho phép nhập hàng, nhưng nhà bán hàng phải **tuân thủ nghiêm ngặt** các quy định của hải quan Hoa Kỳ. Nhìn chung, Amazon **không cho phép** kinh doanh các mặt hàng **nhạy cảm với nhiệt độ** như thực phẩm đông lạnh hoặc mặt hàng **có nguy cơ cháy nổ**.



Danh sách tham khảo về các sản phẩm bị cấm kinh doanh trên Amazon

Loại sản phẩm		Thông tin chi tiết
	Đồ uống có cồn (bao gồm cả bia không độ cồn) - trừ những nhà bán rượu đã được phê duyệt	Xem chi tiết tại đây
	Một số loại thuốc	Xem chi tiết tại đây
	Một số mặt hàng điện tử như các thiết bị làm nhiễu, phá sóng, tín hiệu	Xem chi tiết tại đây
	Vũ khí, chất cháy nổ, pháo hoa (ngoại trừ súng sơn và đạn hơi được phép bán với giấy phép) và một số loại súng/vũ khí bán quân dụng khác	Xem chi tiết tại đây
	Một số mặt hàng thực phẩm không vượt qua được kiểm soát chất lượng tại Hoa Kỳ như sản phẩm liên quan tới thịt ngựa, sản phẩm thịt từ Trung Quốc, thịt bò từ Hàn Quốc,...	Xem chi tiết tại đây
	Các mặt hàng nguy hiểm (Hazardous products) như các chất tẩy rửa, chống cháy, pháo hoa, pháo sáng, a-xít, khẩu trang cho trẻ em, các sản phẩm có chứa phốt pho đỏ, thủy ngân lỏng (trong nhiệt kế),...	Xem chi tiết tại đây
	Bóng đèn và các loại thiết bị phát sáng vi phạm quy định về tiêu thụ điện năng, các loại thiết bị chuyển đổi nguồn điện không nằm trong điện áp từ 110-130v	Xem chi tiết tại đây
	Một số mặt hàng y tế như các dụng cụ thủ đường huyết không được phép bán tại Hoa Kỳ hoặc chưa được FDA phê duyệt. Các sản phẩm mang nhãn "tester" (hàng dùng thử), "not for retail sales" (không bán lẻ),...	Xem chi tiết tại đây
	Các sản phẩm liên quan tới cây trồng và hạt giống	Xem chi tiết tại đây
	Các sản phẩm liên quan tới thuốc trừ sâu	Xem chi tiết tại đây
	Một số thiết bị giám sát, ví dụ: máy ảnh gắn trên cúc áo,...	Xem chi tiết tại đây
	Một số sản phẩm liên quan tới thuốc lá, thuốc lá điện tử	Xem chi tiết tại đây
	Các sản phẩm bị cấm khác	Xem chi tiết tại đây

(1) Lưu ý: Đối với một số mặt hàng nhất định, trước khi sử dụng giải pháp FBA, nhà bán hàng nên liên hệ trước với Nhà cung cấp dịch vụ hậu cần (Amazon's Logistics service providers) để kiểm tra về khả năng vận chuyển của sản phẩm.



Danh sách các mặt hàng cấm xuất khẩu từ Việt Nam



Vũ khí, đạn dược và chất nổ, trang thiết bị kỹ thuật quân sự



Đồ cổ và các loại văn hoá phẩm mà nhà nước có yêu cầu bảo tồn, bảo tàng



Gỗ tròn, gỗ xẻ



Các loại hoá chất độc



Động vật quý hiếm hoặc các sản phẩm chế tác từ chúng



Song nguyên liệu

Xem thêm thông tin chi tiết [tại đây](#).



Danh sách các mặt hàng xuất khẩu cần có giấy phép từ Việt Nam

Loại sản phẩm	Thông tin chi tiết
 Thuốc tân dược	Xem chi tiết tại đây .
 Các loại hạt giống	Giấy phép kiểm dịch thực vật do Chi Cục Kiểm Dịch Thực Vật - Cục Bảo Vệ Thực Vật cấp. Xem chi tiết tại đây .
 Các mẫu khoáng sản	Giấy phép khai thác, xuất khẩu và Công văn xin xuất hàng gửi Cục Hải Quan. Xem chi tiết tại đây .
 Gỗ và các sản phẩm từ gỗ	Giấy phép khi xuất khẩu và giấy chứng nhận hun trùng (Fumigation Certificate) như: bàn ghế gỗ, vật dụng bằng gỗ, đặc biệt là các loại gỗ quý hiếm, có giá trị kinh tế cao. Xem chi tiết tại đây .
 Các loại mỹ phẩm	Xem chi tiết tại đây .
 Các loại chất lỏng, bột, than	Công văn gửi hãng hàng không theo Quy định về an toàn bay của hãng hàng không. Xem chi tiết tại đây .
 Sách báo, ổ đĩa cứng	Cần được Sở Thông Tin Và Truyền Thông, Sở Văn Hóa Thể Thao Và Du Lịch kiểm tra nghiêm ngặt trước khi xuất khẩu. Xem chi tiết tại đây .

1.1.2 Các loại phí khi sử dụng FBA



1.1.2.1

Phí vận chuyển - hậu cần

- Phí vận chuyển nội địa tại Việt Nam
- Phí vận tải quốc tế (đường hàng không hoặc đường biển)
- Phí vận chuyển từ cảng đích tới Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (ví dụ ở Hoa Kỳ)
- Các loại phí khác (phí thủ tục hải quan, phí chứng từ, thuế nhập khẩu,...)

Phí hoàn thiện đơn hàng FBA

- Phí hoàn thiện đơn hàng FBA là khoản phí Amazon thu cho mỗi đơn vị hàng được xử lý (bao gồm đóng gói, vận chuyển, dịch vụ khách hàng).

1.1.2.2



1.1.2.3

Phí lưu kho



- Phí lưu kho cơ bản hàng tháng
- Phụ phí sử dụng không gian lưu kho
- Phí lưu kho vượt hạn mức¹
- Phụ phí lưu kho dài hạn²

Các khoản phí khác³

- Phí xử lý hàng trả lại
- Phí yêu cầu loại bỏ, hủy hàng và phí thanh lý
- Phí dịch vụ phân loại vị trí hàng nhập

1.1.2.4



Nhấp vào loại phí mà bạn muốn tìm hiểu để xem thông tin chi tiết ở phần sau của tài liệu. 

(1): Nhà bán hàng sẽ bị tính phí lưu kho vượt hạn mức nếu vượt quá giới hạn lưu kho cho phép.

(2): Nhà bán hàng sẽ bị tính phụ phí lưu kho dài hạn nếu hàng lưu kho vượt quá 181 ngày.

(3): Nhà bán hàng sẽ chỉ phải chịu các khoản phí này nếu sử dụng dịch vụ tương ứng.

1.1.2.1 Phí vận chuyển - hậu cần

Khi sử dụng dịch vụ FBA, nhà bán hàng Việt Nam cần gửi hàng đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng và chịu phí vận chuyển - hậu cần. Chi phí này bao gồm: Phí vận chuyển nội địa (tại Việt Nam và Hoa Kỳ), thủ tục hải quan & chứng từ, phí vận chuyển quốc tế, thuế nhập khẩu,...

Hiện nay, có 2 phương thức vận chuyển quốc tế phổ biến:

Phương thức vận chuyển	Trường hợp sử dụng	Ưu điểm	Nhược điểm	
 Đường biển	Gửi hàng nguyên công-ten-nơ (FCL) - Nhà bán hàng dùng toàn bộ một công-ten-nơ hoặc nhiều công-ten-nơ để đóng hàng của mình	Doanh nghiệp lớn	Chủ động, chi phí tính theo công-ten-nơ	Yêu cầu lượng hàng lớn
	Ghép hàng lẻ (LCL) - Nhà bán hàng chia sẻ công-ten-nơ chung với những nhà bán hàng khác	Doanh nghiệp vừa và nhỏ	Linh hoạt, tiết kiệm chi phí vận chuyển	Thời gian vận chuyển có thể lâu hơn do chờ gom hàng ghép chung đủ một công-ten-nơ
 Đường hàng không	Chuyển phát nhanh (UPS/DHL): Hình thức vận chuyển có tốc độ giao hàng nhanh, thường từ 3-7 ngày, tùy vào điểm đến	Gửi hàng gấp	Nhanh (3-7 ngày), giao hàng tận nơi	Chi phí cao
	Vận tải hàng không thông thường: Dịch vụ do các hãng bay vận tải cung cấp thông qua đại lý vận chuyển (freight forwarder)	Nhà bán hàng đã lên kế hoạch vận chuyển từ trước	Tiết kiệm chi phí hơn chuyển phát nhanh và tốc độ nhanh hơn đường biển	Phát sinh thêm khâu vận hành. (Hàng chỉ được vận chuyển từ sân bay đầu tới sân bay đích (Airport-to-Airport). Các khâu ở chặng đầu và chặng cuối, v.d: lấy hàng, làm thủ tục hải quan, giao đến FC sẽ cần đại lý vận chuyển đảm nhiệm)

1.1.2.2 Phí hoàn thiện đơn hàng FBA

Phí hoàn thiện đơn hàng FBA là khoản phí được Amazon thu để chi trả cho việc xử lý và vận chuyển sản phẩm đến khách hàng. Phí được tính trên mỗi đơn vị sản phẩm và sẽ thay đổi tùy theo danh mục, kích thước, trọng lượng của sản phẩm.

a. Cách tính phí hoàn thiện đơn hàng FBA



Bước 1: Xác định loại sản phẩm

Xác định danh mục của sản phẩm cần tính phí (hàng may mặc, nguy hiểm hay các danh mục khác).



Bước 2: Phân loại kích thước của sản phẩm

- Đo kích thước và trọng lượng của sản phẩm.
- So sánh với [Bảng phân loại kích thước sản phẩm của Amazon](#) để biết được mặt hàng của bạn thuộc nhóm kích cỡ nào.



Bước 3: Tính phí hoàn thiện đơn hàng (Fulfillment Fee)

Dựa trên kích thước và trọng lượng, kiểm tra [Biểu phí hoàn thiện đơn hàng của Amazon](#) để xác định khoản phí cần trả.

b. Công cụ hỗ trợ tính phí

Nhà bán hàng có thể sử dụng các công cụ sau để tính toán phí hoàn thiện đơn hàng FBA nhanh chóng:

<p>Công cụ ước tính phí</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Công cụ Máy tính doanh thu • Công cụ Quản lý hàng lưu kho của bạn - Phí ước tính cho mỗi đơn vị bán ra • Công cụ Dự toán trước lệ phí (Cung cấp ước tính phí bán hàng và phí hoàn thiện đơn hàng hiện tại cho hàng FBA, cùng các thay đổi phí sắp tới cho cả ưu đãi FBA và tự hoàn thiện)
<p>Các loại báo cáo chi phí</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Xem Thanh toán - Giao dịch

1.1.2.3 Phí lưu kho

a. Phí lưu kho hàng tháng

❖ Phí lưu kho cơ bản

Amazon thu phí lưu kho hàng tháng căn cứ vào việc nhà bán hàng sử dụng bao nhiêu không gian lưu kho tại các Trung tâm hoàn thiện đơn hàng. Phí lưu kho cơ bản được tính theo thể tích trung bình hàng ngày bằng foot khối (ft³), dựa trên toàn bộ kích thước sản phẩm sau khi đã được đóng gói đúng cách và sẵn sàng vận chuyển.



■ Thông tin chi tiết về mức phí:

Phí lưu kho cơ bản sẽ thay đổi theo danh mục sản phẩm và tùy từng thời điểm trong năm (vào mùa cao điểm, phí lưu kho sẽ cao hơn so với mùa thấp điểm). Phí sẽ được thu hàng tháng, vào ngày thứ 7 đến ngày thứ 15 của tháng tiếp theo khi phát sinh phí.

Dưới đây là biểu phí lưu kho cơ bản hàng tháng tại Trung tâm hoàn thiện đơn hàng của Amazon (cập nhật vào tháng 7/2025):

Loại sản phẩm	Tháng	Hàng kích thước tiêu chuẩn	Hàng quá khổ
 Hàng hóa không nguy hiểm	 Mùa thấp điểm Tháng 1 - Tháng 9	\$0,78/foot khối	\$0,56/foot khối
	 Mùa cao điểm Tháng 10 - Tháng 12	\$2,4/foot khối	\$1,4/foot khối
 Hàng hóa nguy hiểm	 Mùa thấp điểm Tháng 1 - Tháng 9	\$0,99/foot khối	\$0,78/foot khối
	 Mùa cao điểm Tháng 10 - Tháng 12	\$3,63/foot khối	\$2,43/foot khối



Tips

Phí lưu kho sẽ được Amazon cập nhật thường xuyên. Do đó, nhà bán hàng nên truy cập [Trang Trợ giúp - Phí lưu kho hàng tháng](#) để biết được thông tin về biểu phí mới nhất.

❖ Phí phát sinh: Phụ phí sử dụng không gian lưu kho

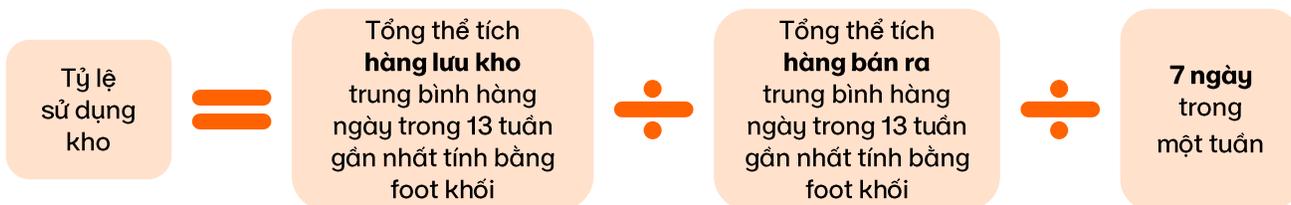
Bên cạnh phí lưu kho cơ bản hàng tháng, Amazon sẽ tính thêm phụ phí sử dụng không gian lưu kho (storage utilization surcharge) đối với nhà bán hàng thỏa mãn **đồng thời cả 4 điều kiện được đề cập** dưới đây:

- ✓ Có tài khoản bán hàng chuyên nghiệp.
- ✓ Lô hàng đầu tiên đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng cách đây hơn 365 ngày.
- ✓ Thể tích hàng lưu kho trung bình hàng ngày từ 25 foot khối trở lên.
- ✓ Tỷ lệ sử dụng kho lưu trữ trên 22 tuần.

Nếu bạn thỏa mãn cả 4 điều kiện trên, phụ phí sử dụng không gian lưu kho sẽ được áp dụng cho tất cả hàng lưu kho tại các Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC) có thời gian trên 30 ngày và được cộng vào phí lưu kho cơ bản hàng tháng.

Ngược lại, nếu không đáp ứng chỉ một trong bốn điều kiện, nhà bán hàng chỉ cần thanh toán phí lưu kho cơ bản hàng tháng.

Công thức tính tỷ lệ sử dụng kho



Ví dụ:

- Lượng lưu kho trung bình hàng ngày (trong 13 tuần gần nhất): 65.000 foot khối
- Lượng hàng bán ra trung bình hàng ngày (trong 13 tuần gần nhất): 250 foot khối

Tỷ lệ sử dụng kho = 65.000 foot khối ÷ 250 foot khối ÷ 7 = 37,14 (tuần)

■ Thông tin chi tiết về mức phí:

Dưới đây là bảng phụ phí sử dụng không gian lưu kho tại Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (cập nhật đến tháng 7/2025):

Mùa thấp điểm (tháng 1 - tháng 9)		
Tỷ lệ sử dụng kho	Kích thước tiêu chuẩn (tính trên mỗi foot khối) ²	Quá khổ (tính trên mỗi foot khối) ²
Dưới 22 tuần	Không áp dụng	Không áp dụng
22 - 28 tuần	\$0,44	\$0,23
28 - 36 tuần	\$0,76	\$0,46
36 - 44 tuần	\$1,16	\$0,63
44 - 52 tuần	\$1,58	\$0,76
Trên 52 tuần	\$1,88	\$1,26
Nhà bán hàng mới ¹ , nhà bán hàng cá nhân và nhà bán hàng có thể tích hàng lưu kho trung bình hàng ngày dưới 25 foot khối	Không áp dụng	Không áp dụng

Mùa cao điểm (tháng 10 - tháng 12)		
Tỷ lệ sử dụng kho	Kích thước tiêu chuẩn (tính trên mỗi foot khối) ²	Quá khổ (tính trên mỗi foot khối) ²
Dưới 22 tuần	Không áp dụng	Không áp dụng
22 - 28 tuần	\$0,44	\$0,23
28 - 36 tuần	\$0,76	\$0,46
36 - 44 tuần	\$1,16	\$0,63
44 - 52 tuần	\$1,58	\$0,76
Trên 52 tuần	\$1,88	\$1,26
Nhà bán hàng mới ¹ , nhà bán hàng cá nhân và nhà bán hàng có thể tích hàng lưu kho trung bình hàng ngày dưới 25 foot khối	Không áp dụng	Không áp dụng



Tips

Phụ phí sử dụng không gian lưu kho sẽ được Amazon cập nhật thường xuyên. Do đó, nhà bán hàng nên truy cập [Trang Trợ giúp](#) để biết được thông tin về biểu phí mới nhất.

(1): Nhà bán hàng mới là nhà bán hàng đã gửi lô hàng đầu tiên đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng **trong vòng 365 kể từ ngày lập tài khoản**. Sau 365 ngày, những nhà bán hàng này sẽ bị thu phụ phí sử dụng không gian lưu kho dựa trên tỷ lệ sử dụng kho của họ.

(2): Phụ phí sử dụng không gian lưu kho chỉ áp dụng cho hàng lưu kho có thời gian lưu trữ trên 30 ngày.

❖ Công thức tính phí lưu kho hàng tháng và ví dụ thực tế

Công thức tính phí lưu kho hàng tháng

Phí lưu kho mỗi sản phẩm

=

Số lượng hàng lưu kho trung bình hàng ngày

×

Thể tích mỗi sản phẩm

×

Mức phí áp dụng

Ví dụ

		Ví dụ 1: Khi nhà bán hàng phát sinh phụ phí sử dụng không gian lưu kho	Ví dụ 2: Khi nhà bán hàng không phát sinh phụ phí sử dụng không gian lưu kho
Thông tin sản phẩm mẫu	Phân loại kích thước	Kích thước tiêu chuẩn	Kích thước tiêu chuẩn
	Phân loại hàng hóa	Không phải hàng hóa nguy hiểm	Không phải hàng hóa nguy hiểm
	Số lượng hàng lưu kho trung bình hàng ngày	150	120
	Thể tích mỗi sản phẩm	0,06 foot khối	0,06 foot khối
	Tháng tính phí	Tháng 8	Tháng 10
	Tỷ lệ sử dụng kho	27 tuần	18 tuần
	Số lượng hàng lưu kho trung bình hàng ngày đã lưu trữ trên 30 ngày	30	15
Cách tính phí	Phí lưu kho cơ bản hàng tháng	150 sản phẩm × 0,06 foot khối × \$0,78* = \$7,02 <i>*(mức phí lưu kho cho hàng kích thước tiêu chuẩn tháng 8)</i>	120 sản phẩm × 0,06 foot khối × \$2,40*** = \$17,28 <i>*** (mức phí lưu kho cho hàng kích thước tiêu chuẩn tháng 10)</i>
	Phụ phí sử dụng không gian lưu kho	30 sản phẩm × 0,06 foot khối × \$0,44** = \$0,792 <i>** (phụ phí cho sản phẩm tiêu chuẩn có tỷ lệ sử dụng kho từ 22 - 28 tuần vào tháng 8)</i>	\$0 (do tỷ lệ sử dụng kho < 22 tuần)
	Tổng phí lưu kho	\$7,02 + \$0,792 = \$7,812	\$17,28 + \$0 = \$17,28

b. Phí lưu kho vượt hạn mức

Nếu lượng hàng lưu kho của nhà bán hàng vượt quá giới hạn sức chứa cho phép, nhà bán hàng sẽ bị tính thêm một khoản phí gọi là phí lưu kho vượt hạn mức. Chi phí này sẽ được cộng dồn vào phí lưu kho hàng tháng, cũng như phí lưu kho dài hạn nếu có.

❖ Thông tin chi tiết về mức phí

Phí lưu kho vượt hạn mức là 10 USD/foot khối/tháng, được tính dựa trên thể tích hàng lưu kho trung bình hàng ngày và số ngày vượt hạn mức (cập nhật vào tháng 7/2025).



Tips

Mức phí sẽ được Amazon cập nhật thường xuyên. Do đó, nhà bán hàng nên truy cập [Trang Trợ giúp - Phí lưu kho vượt hạn mức](#) để biết được thông tin về biểu phí mới nhất.

❖ Công thức tính phí lưu kho vượt hạn mức và ví dụ thực tế

Công thức tính phí lưu kho vượt hạn mức

Phí lưu kho vượt hạn mức hàng tháng

=

Lượng hàng lưu kho vượt hạn mức hiện tại

×

Mức phí lưu kho vượt hạn mức hàng ngày

×

Số ngày còn lại trong tháng

+

Phí đã phát sinh trong tháng (nếu có)

Trong đó:

- Lượng hàng lưu kho vượt hạn mức hiện tại = Không gian lưu trữ nhà bán hàng đang sử dụng - Giới hạn sức chứa
- Mức phí lưu kho vượt hạn mức hàng ngày = \$10 / Tổng số ngày trong tháng
- Số ngày còn lại trong tháng = Tổng số ngày của tháng - Ngày hiện tại + 1

Ví dụ

- Không gian lưu trữ nhà bán hàng đang sử dụng: 600 foot khối
- Giới hạn sức chứa FBA: 500 foot khối
- Tháng hiện tại: Tháng 6 (30 ngày)
- Ngày hiện tại: Ngày 10
- Mức phí lưu kho vượt hạn mức hàng ngày = \$10 / 30 = **\$0,33/foot khối/ngày**
- Phí lưu kho vượt hạn mức đã phát sinh trước đó trong tháng = \$500

Phí lưu kho vượt hạn mức = (600 - 500) x 10/30 x (30 - 10 + 1) + \$500 = \$1.200

Kết luận: Nếu nhà bán hàng lưu kho vượt quá 100 foot khối so với Giới hạn sức chứa cho phép vào ngày 10 tháng 6 và đã phát sinh \$500 phí trước đó trong tháng thì **phí lưu kho vượt hạn mức ước tính của tháng 6 sẽ là \$1.200.**

c. Phụ phí lưu kho dài hạn

Đối với các hàng lưu kho từ **181 ngày trở lên**, nhà bán hàng sẽ bị thu phụ phí lưu kho dài hạn. Khoản phí này được tính bằng cách sử dụng báo cáo nhanh hàng lưu kho vào **ngày 15 của tháng** và được cộng với phí lưu trữ hàng tháng.



Lưu ý

Trung tâm hoàn thiện đơn hàng sẽ tính thời gian lưu kho của hàng hóa dựa trên **nguyên lý First-in, First-out**. Nghĩa là mỗi khi Trung tâm hoàn thiện đơn hàng lấy hàng và chuyển hàng cho người mua, hệ thống sẽ trừ đi sản phẩm được lưu trữ lâu nhất.

❖ Thông tin chi tiết về mức phí

Bảng tổng hợp mức phụ phí lưu kho dài hạn

Ngày đánh giá hàng lưu kho	Hàng tháng (ngày 15 hàng tháng)
Hàng đã lưu kho từ 181-210 ngày	\$0,50/foot khối (ngoại trừ một số mặt hàng)
Hàng đã lưu kho từ 211-240 ngày	\$1,00/foot khối (ngoại trừ một số mặt hàng) ¹
Hàng đã lưu kho từ 241-270 ngày	\$1,50/foot khối (ngoại trừ một số mặt hàng) ¹
Hàng đã lưu kho từ 271-300 ngày	\$5,45/foot khối
Hàng đã lưu kho từ 301-330 ngày	\$5,70/foot khối
Hàng đã lưu kho từ 331-365 ngày	\$5,90/foot khối
Hàng đã lưu kho từ 366 ngày trở lên	\$6,90/foot khối hoặc \$0,15/sản phẩm (tùy theo giá trị nào lớn hơn)

Cập nhật 06/2025



Tips

Phụ phí lưu kho dài hạn sẽ được Amazon cập nhật thường xuyên. Nhà bán hàng vui lòng truy cập [Trang Trợ giúp - Phụ phí lưu kho dài hạn](#) để biết được thông tin về biểu phí mới nhất.

(1): Không bao gồm các mặt hàng được liệt kê trong danh mục quần áo, giày dép, túi xách, trang sức và đồng hồ.

4 bước để xác định các sản phẩm đang hoặc có nguy cơ bị tính phụ phí lưu kho dài hạn

Bước 1

Đăng nhập vào [Seller Central](#), truy cập mục Hàng lưu kho (Inventory) trên thanh menu chính.

Bước 2

Chọn Hàng lưu kho FBA (FBA Inventory) để xem danh sách các sản phẩm đang lưu trữ tại kho Amazon.

Bước 3

Di chuyển đến cột "Thời gian lưu kho (Inventory Age)" trong bảng dữ liệu.

Bước 4

Tại đây, hãy lọc các sản phẩm có thời gian lưu kho trên 180 ngày hoặc gần vượt mốc này (ví dụ: 91-180 ngày) để xác định số lượng hàng đang hoặc sắp bị tính phụ phí lưu kho dài hạn. Xem hình minh họa bên dưới.

1 Truy cập Seller Central, vào menu "Hàng lưu kho"

2 Chọn "Hàng lưu kho FBA"

3 Di chuyển đến cột "Thời gian lưu kho"

4 Lọc các sản phẩm có thời gian lưu kho trên 180 ngày hoặc gần vượt mốc này

Tóm tắt danh sách 90 ngày qua	Phí hàng lưu kho ở mức thấp	Tổng quan về hàng lưu kho ở mức đơn vị	Khuyến nghị và trạng thái về tình trạng hàng lưu kho đơn vị	Đơn vị dự trữ ước tính	Thời gian lưu kho ước tính ngày	Phụ chi lưu kho
--	0	FBA	FBA	0	0-60; 61-90; 91-180; 181-330; 331-365; 365+ chi tiết	Tổng
--	0	FBA	FBA	0	0-60; 61-90; 91-180; 181-330; 331-365; 365+ chi tiết	Tổng
--	0	FBA	FBA	0	0-60; 61-90; 91-180; 181-330; 331-365; 365+ chi tiết	Tổng

Ví dụ

Ví dụ thực tế về cách tính phụ phí lưu kho dài hạn

Sản phẩm mẫu:

- Đồ chơi kích thước 11 x 8 x 2 inch ($\approx 0,102$ foot khối)



Số lượng sản phẩm	Thời gian lưu kho ¹	Phí tính theo thể tích (foot khối)	Phí tính theo từng sản phẩm	Phụ phí lưu kho dài hạn phải trả
1 sản phẩm	181 ngày	$0,102 \times \$0,50/\text{foot khối} =$ \$0,05	Không áp dụng	\$0,05
2 sản phẩm	300 ngày	$0,102 \times \$5,45/\text{foot khối}$ $\times 2 \text{ sản phẩm} =$ \$1,11	Không áp dụng	\$1,11
10 sản phẩm	Trên 365 ngày	$0,102 \times \$6,90/\text{foot khối}$ $\times 10 \text{ sản phẩm} =$ \$7,038	$\$0,15/\text{sản phẩm}$ $\times 10 \text{ sản phẩm} =$ \$1,50	\$7,038



Tips

- Nếu hàng lưu kho dưới 365 ngày, Amazon chỉ tính phí dựa trên thể tích của sản phẩm.
- Nếu hàng lưu kho trên 365 ngày, Amazon sẽ tính phí theo thể tích hoặc số lượng sản phẩm, và chọn mức phí cao hơn.



Các công cụ giúp giải phóng hàng lưu kho lâu ngày

Thanh lý FBA (FBA Liquidation)



Công cụ cho phép nhà bán hàng bán nhanh hàng lưu kho dư thừa thông qua các nhà cung cấp dịch vụ thanh lý của Amazon.

Công cụ giúp thu hồi một phần giá trị sản phẩm thay vì chịu phí tiêu hủy hoặc lưu kho dài hạn.

Xem chi tiết [tại đây](#)

Ưu đãi cửa hàng (Outlet Deal)

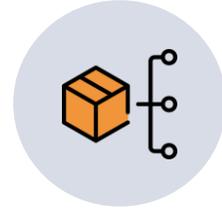


Công cụ hỗ trợ đẩy nhanh hàng lưu kho bán chậm bằng cách đưa sản phẩm vào các chương trình giảm giá trên [trang Outlet của Amazon](#).

Công cụ giúp tiếp cận khách hàng tiềm năng và tăng cơ hội bán hàng.

Xem chi tiết [tại đây](#)

Phân loại và bán lại hàng FBA (FBA Grade and Resell)



Công cụ cho phép nhà bán hàng chọn phân loại các sản phẩm hoàn trả hoặc hàng lưu kho không thể hoàn thiện theo tình trạng hàng hóa, ví dụ: Giống như mới (*Like new*), Rất tốt (*Very Good*), Tốt (*Good*) và Có thể chấp nhận được (*Acceptable*) và bán lại trực tiếp trên Amazon, giúp giảm thất thoát.

Xem chi tiết [tại đây](#)



1.1.2.4 Các khoản phí khác

Ngoài 3 khoản phí chính là phí vận chuyển - hậu cần, phí hoàn thiện đơn hàng và phí lưu kho, nhà bán hàng còn cần lưu ý một số khoản phí bổ sung khác. Những loại phí này có thể ảnh hưởng đáng kể đến chi phí vận hành nếu không được quản lý đúng cách.

Bảng tóm tắt sau đây sẽ giúp bạn nắm rõ từng loại phí và cung cấp nguồn tài liệu chi tiết¹

Phí xử lý hàng trả lại			
Điều kiện áp dụng	Cách tính phí	Ví dụ minh họa	Tài liệu tham khảo
<ul style="list-style-type: none"> Sản phẩm không thuộc danh mục quần áo, giày dép: Phí chỉ áp dụng nếu tỷ lệ trả hàng lớn hơn ngưỡng quy định. Danh mục quần áo, giày dép: Luôn áp dụng phí khi khách hàng trả hàng. 	<ul style="list-style-type: none"> Tính theo mỗi đơn vị bị trả lại. Phí phụ thuộc vào kích thước, trọng lượng và loại sản phẩm. 	<p>Đồng hồ có kích thước tiêu chuẩn cỡ nhỏ: 3,4 oz.</p> <p>Nếu tỷ lệ trả hàng <i>lớn hơn</i> 12%, phí xử lý hàng trả lại = \$1,84/sản phẩm</p>	Chi tiết phí xử lý hàng trả lại

Phí yêu cầu loại bỏ/ huỷ/ thanh lý hàng			
Điều kiện áp dụng	Cách tính phí	Ví dụ minh họa	Tài liệu tham khảo
<p>Khi nhà bán hàng yêu cầu Amazon loại bỏ hoặc xử lý hàng tồn kho tại Trung tâm hoàn thiện đơn hàng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tính theo đơn vị. Phí phụ thuộc vào kích thước và trọng lượng. 	<p>Sách có kích thước tiêu chuẩn: 0,5 lb.</p> <p>Phí yêu cầu loại bỏ = \$1,04/sản phẩm</p>	Chi tiết phí yêu cầu loại bỏ hàng lưu kho

Phí phân loại vị trí hàng nhập ²			
Điều kiện áp dụng	Cách tính phí	Ví dụ minh họa	Tài liệu tham khảo
<p>Khi nhà bán chọn gửi hàng về một địa điểm thay vì phân bố theo phương án tối ưu của Amazon.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tính theo đơn vị. Phí phụ thuộc vào kích thước, trọng lượng và địa điểm. 	<p>Gửi 100 sp tiêu chuẩn cỡ lớn (<12 oz) đến Bồ Tây Hoa Kỳ:</p> <p>Phí dịch vụ phân loại vị trí hàng nhập tối thiểu = \$0,34 x 100 = \$34</p>	Chi tiết phí dịch vụ phân loại vị trí hàng nhập

(1): Các mức phí nêu trong ví dụ được cập nhật theo biểu phí tháng 7/2025 và có thể thay đổi theo thời gian. Nhà bán hàng nên thường xuyên truy cập Trang Trợ giúp của Amazon để theo dõi biểu phí mới nhất.

(2): Phí dịch vụ phân loại vị trí hàng nhập FBA không áp dụng cho các sản phẩm có kích thước cực lớn. Để biết thêm thông tin, hãy truy cập Bảng phân loại kích thước sản phẩm.

1.1.3. Quy định đóng gói - Chuẩn bị sản phẩm theo tiêu chuẩn FBA

 Hạng mục	 Quy định/ Yêu cầu	 Lưu ý
Thông tin sản phẩm	<ul style="list-style-type: none"> FNSKU duy nhất cho mỗi biến thể (màu sắc, kích cỡ, phiên bản). Chỉ một mã barcode hợp lệ trên mỗi sản phẩm. Không sử dụng barcode mờ, trùng, không thể quét hoặc barcode cũ. Thông tin hàng hóa phải chính xác, đặc biệt là kích thước sản phẩm đăng tải trên Trang chi tiết sản phẩm (Listing). 	<p>Nếu khai báo sai kích thước (ví dụ: đăng tải là kích thước tiêu chuẩn nhưng thực tế là cỡ lớn), nhà bán hàng có thể bị từ chối nhập kho hoặc tính thêm phí.</p>
Đóng gói & Bao bì	<ul style="list-style-type: none"> Mỗi sản phẩm phải được đóng gói trong bao bì riêng. Không chấp nhận gửi rời phụ kiện (Ví dụ: Điện thoại và sạc phải được đóng gói chung). Đối với sản phẩm đựng trong hộp có lỗ thông hơi: Phải vượt qua bài thử nghiệm rơi từ độ cao 1m (khoảng ~3 feet). Đối với sản phẩm dễ vỡ hoặc chứa chất lỏng: Phải vượt qua bài thử nghiệm tương tự với điều kiện chất lỏng không được rò rỉ ra ngoài hoặc sản phẩm không bị vỡ. 	<p>Sản phẩm đựng trong hộp có lỗ thông hơi nếu không vượt qua bài thử nghiệm rơi, cần được đóng gói vào túi poly có cảnh báo nghẹt thở.</p>
Sản phẩm có hạn sử dụng	<ul style="list-style-type: none"> Ghi ngày hết hạn theo định dạng MM-DD-YYYY trên từng đơn vị sản phẩm và thùng hàng. 	<p>Nếu gửi hàng nhiều đợt với hạn sử dụng khác nhau, nên thêm ngày hết hạn vào tên FNSKU để thuận tiện trong việc kiểm soát và xử lý hàng hóa.</p>

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng xem [tại đây](#).

1.2 Tìm hiểu các chương trình gửi hàng của Amazon

1.2.1 Chương trình Đối tác vận chuyển xuyên biên giới của Amazon (Amazon SEND)

Chương trình Đối tác vận chuyển xuyên biên giới của Amazon (Amazon SEND) là chương trình vận chuyển quốc tế được Amazon và các nhà vận chuyển thiết kế dành cho nhà bán hàng Việt Nam đang sử dụng hình thức Hoàn thiện đơn hàng bởi Amazon - FBA. Nhà bán hàng từ Việt Nam có thể mua dịch vụ vận chuyển, thanh toán và theo dõi đơn hàng ngay trên Seller Central.

Cách thức hoạt động của chương trình Amazon SEND



Lợi ích chính của Chương trình Amazon SEND



Đảm bảo thời gian giao hàng đúng hạn

Nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển hoàn thiện đơn hàng được Amazon sàng lọc cung cấp dịch vụ và cam kết **tỷ lệ giao hàng đúng hạn là 95%***. Chất lượng dịch vụ đã được Amazon phê chuẩn và đảm bảo việc giao hàng vào kho FBA, ngay cả trong mùa cao điểm.



Vận hành hiệu quả

Amazon SEND cung cấp dịch vụ trọn gói và tích hợp trên Seller Central, với nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển tận nơi và dịch vụ thông quan chuyên nghiệp, giúp giảm chi phí vận hành. Ngoài ra, tham gia chương trình Amazon SEND, nhà bán hàng sẽ được lựa chọn sử dụng dịch vụ hậu cần của một trong 3 nhà vận chuyển uy tín sau:

- UPS: Vận chuyển đường hàng không (5-7 ngày)
- Dragon Pacific Express (DPE): Vận chuyển đường hàng không (6-12 ngày)
- Vinalink - VNL: Vận chuyển đường biển (35-48 ngày)



Giá cả ưu đãi

Nhà bán hàng sử dụng mức giá thỏa thuận của Amazon, thấp hơn khoảng **5% - 15%** so với các dịch vụ có cùng thời gian vận chuyển khác, giảm bớt chi phí hoàn thiện đơn hàng chặng đầu. Chi phí lấy hàng tại các kho phân bổ linh hoạt, giúp tiết kiệm chi phí lấy hàng.



Theo dõi rõ ràng

Quy trình nhập kho chặng đầu được tích hợp vào Amazon Seller Central. Việc tạo, đánh dấu và theo dõi lô hàng đều được hoàn thành trong Seller Central.



Gửi hàng trước, trả tiền sau

Nhà bán hàng chỉ cần thanh toán phí vận chuyển trong sau 30 ngày sau khi hàng đã được giao tới Trung tâm hoàn thiện đơn hàng



Hỗ trợ nhà bán hàng mới

Chương trình cung cấp hỗ trợ \$200 phí hoàn thiện đơn hàng cho các nhà bán hàng mới lần đầu gửi hàng FBA.

Vui lòng xem [Chương trình Ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới](#) và [Chương trình Ưu đãi sản phẩm FBA mới](#) để biết thêm chi tiết.



Nhận hàng ngay tại kho

Chương trình Amazon SEND hỗ trợ lấy hàng tại tất cả các tỉnh thành ở Việt Nam.

* Tỷ lệ hoàn thành do hãng vận chuyển cam kết.

So sánh Chương trình Amazon SEND với các hãng vận chuyển ngoại tuyến khác

Chương trình Đối tác vận chuyển xuyên biên giới của Amazon (Amazon SEND)

Hàng vận chuyển ngoại tuyến



Tính tiện lợi



Cung cấp dịch vụ trọn gói và tích hợp trên Seller Central, hỗ trợ mở tài khoản/ tạo đơn/ theo dõi hành trình trực tiếp, tự động thanh toán bằng tài khoản của nhà bán hàng (tùy thuộc vào tình trạng áp dụng thực tế).

Thao tác cần thực hiện thủ công nhiều bước hơn, mất thêm thời gian xử lý.



Tính kinh tế



Cung cấp cho nhà bán hàng giá gom đơn của Amazon, thấp hơn 5%-15% so với các dịch vụ tương tự trên thị trường.

Những nhà bán hàng vừa và nhỏ với số lượng đơn hàng nhỏ sẽ ít cơ hội lựa chọn nhà vận chuyển với mức giá cạnh tranh và dịch vụ đa dạng.



Tính hợp quy



Sử dụng các kênh phù hợp quy định, thông quan nhanh chóng và không phải lo lắng về rủi ro.

Một số hãng vận chuyển cung cấp mức giá cạnh tranh nhưng không bao gồm đầy đủ dịch vụ nên dễ phát sinh sự cố về thủ tục hải quan.



Tính kịp thời



Amazon lựa chọn các nhà cung cấp dịch vụ có nguồn lực vận chuyển đầy đủ, thời gian giao hàng ổn định, đáng tin cậy.

Chất lượng dịch vụ có thể không đồng đều, hoặc thiếu năng lực giải quyết tình huống vận hành, dẫn đến không thể đảm bảo thời gian vận chuyển và ảnh hưởng đến việc bổ sung hàng kịp thời cho các cơ hội kinh doanh.

Câu hỏi thường gặp về chương trình Amazon SEND



1

Tôi có cần phải trả thêm chi phí gì cho nhà vận chuyển hay không?

Không cần. Nhà bán hàng sẽ không phải trả thêm bất cứ khoản phí nào cho nhà vận chuyển ngoài giá đã được hiển thị trên Seller Central, ngoại trừ thuế nhập khẩu (nếu có), các chi phí liên quan tới Cam kết hải quan (bond) nếu nhà bán hàng tự đứng tên làm người nhập khẩu (IOR).



2

Tôi có thể gửi những mặt hàng nào trong chương trình?

Nhà bán hàng có thể gửi hầu hết các mặt hàng qua Chương trình Amazon SEND, trừ các hàng hóa đặc biệt như hàng nguy hiểm, hàng có chất độc hại.



3

Tôi có phải đăng ký trước để dùng Chương trình Amazon SEND hay không?

Nhà bán hàng không cần đăng ký trước. Chương trình Amazon SEND luôn có sẵn để sử dụng khi nhà bán hàng lựa chọn chương trình này trong quá trình tạo lô hàng FBA.



4

Ai sẽ chịu trách nhiệm giao hàng đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng?

Nhà vận chuyển sẽ phụ trách việc giao hàng tới tận Trung tâm hoàn thiện đơn hàng. Ngoài ra, trong suốt quá trình gửi hàng, đội ngũ Amazon cũng hỗ trợ nhà vận chuyển để giao hàng trong thời gian quy định.



Để biết thêm thông tin chi tiết về Chương trình Đối tác vận chuyển xuyên biên giới của Amazon (Amazon SEND), vui lòng tham khảo:

- Tài liệu liên quan: [Giới thiệu Chương trình Amazon SEND](#)
- Trang trợ giúp: [Chương trình Amazon SEND từ Việt Nam đến Hoa Kỳ và các hãng vận chuyển hợp tác của Amazon](#)



Tips

Nếu gặp bất cứ vấn đề nào liên quan đến Chương trình Amazon SEND, nhà bán hàng có thể gửi thông tin về hòm thư agsvn-sca@amazon.com.vn để được hỗ trợ nhanh nhất.

1.2.2 Dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon (AWD)

Dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon (AWD) là giải pháp toàn diện giúp nhà bán hàng lưu kho số lượng lớn với chi phí tối ưu, đảm bảo hàng luôn sẵn sàng tại FC mà duy trì được chi phí vận hành ở mức thấp. AWD cung cấp dịch vụ lưu trữ hàng hóa ở chặng cuối với số lượng lớn và thời gian dài, giúp tối ưu chi phí và cho phép bạn bổ sung hàng hóa liên tục để duy trì ổn định các hoạt động bán hàng và phân phối.



Lợi ích của AWD

1. Không lo hết hàng



- **Tự động bổ sung hàng về FBA** dựa trên thuật toán thông minh, giúp tăng tốc độ giao hàng;
- Sau khi nhập kho AWD, sản phẩm có thể được tìm kiếm và mua ngay;
- Không giới hạn dung lượng kho và có thể nhập kho bất cứ lúc nào;
- Thời gian xử lý ổn định.

2. Tối ưu chi phí



- Không phát sinh thêm phí dịch vụ phân loại vị trí hàng nhập;
- Phí lưu kho trung bình của AWD có thể **tiết kiệm tới 80%***, không biến động theo mùa cao điểm và không có phụ phí lưu kho dài hạn;
- Hệ thống tự động bổ sung hàng, giúp duy trì hàng lưu kho FBA hợp lý, tiết kiệm phí lưu kho ở mức thấp hoặc tiết kiệm phụ phí sử dụng không gian lưu kho.

* Nguồn: Hội nghị nhà bán hàng Amazon Accelerate 2023

3. Đơn giản hóa vận hành



- Chỉ cần nhập kho tại một điểm duy nhất, Amazon hỗ trợ phân phối kho tự động;
- Dễ dàng theo dõi hàng lưu kho và trạng thái bổ sung hàng tại bất kỳ thời điểm nào qua Seller Central.

4. Mở rộng đa kênh



- Dễ dàng quản lý **nhiều kênh bán hàng** khác nhau.
- Có thể tích hợp sử dụng **Phân phối đa kênh (MCD)** để vận chuyển hàng loạt sản phẩm đến các kênh bán hàng khác ngoài Amazon, từ đó, chủ động và tối ưu quản lý việc cung cấp hàng hóa cho tất cả các kênh bán hàng từ một kho hàng duy nhất.



Cách tính phí AWD

Dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon (AWD) bao gồm 3 loại phí chính: phí lưu kho AWD, phí xử lý (hàng nhập và hàng xuất), và phí vận chuyển. Từ 01/04/2025, Dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon sẽ tính phí theo các cấp độ:

Mức phí được áp dụng khi nhà bán hàng sử dụng dịch vụ vận chuyển hoặc nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển của riêng mình để gửi hàng đến kho AWD.



Mức phí cơ bản

Mức phí được áp dụng khi SKU có sử dụng tính năng tự động bổ sung hàng của AWD để vận chuyển hàng lưu kho từ kho AWD đến FC.

Giảm **10%** phí lưu kho so với mức cơ bản.



Mức phí lưu trữ thông minh

Mức phí được áp dụng khi nhà bán hàng chọn sử dụng Dịch vụ chuỗi cung ứng do Amazon quản lý như Amazon SEND, Dịch vụ AGL,... Truy cập [Dịch vụ do Amazon quản lý](#) để đọc thêm thông tin chi tiết.

Giảm **20%** phí lưu kho so với mức cơ bản và giảm **10%** phí vận chuyển.



Mức phí quản lý của Amazon (AMS)

Chi phí AWD*	Mức phí cơ bản	Mức phí lưu trữ thông minh	Mức phí quản lý của Amazon
Phí lưu kho AWD	\$0,48/tháng/foot khối	\$0,43 /tháng/foot khối <i>(giảm 10% so với mức phí cơ bản)</i>	\$0,38/tháng/foot khối <i>(giảm 20% so với mức phí cơ bản)</i>
Phí xử lý hàng nhập của AWD	\$1,35/thùng	\$1,35/thùng	\$1,35/thùng
Phí xử lý hàng xuất của AWD	\$1,35/thùng	\$1,35/thùng	\$1,35/thùng
Phí vận chuyển	\$1,15/foot khối	\$1,15/foot khối	\$1,04/foot khối <i>(giảm 10% so với mức phí cơ bản)</i>

Ví dụ

Trong tháng 9, thể tích hàng lưu kho trung bình tại kho AWD là **20 ft³**, có **2 thùng bổ sung** với tổng thể tích **3 ft³**.

Chi phí AWD:

- **Phí lưu kho AWD:** 20 x \$0,48 = \$9,60
- **Phí xử lý:** 2 x \$1,35 x 2 = \$5,40
- **Phí vận chuyển:** 3 x \$1,15 = \$3,45

Kết luận: Tổng chi phí AWD: \$9,60 + \$5,40 + \$3,45 = **\$18,45**

*Bảng phí trên được cập nhật đến tháng 7/2025 và có thể thay đổi theo thời gian. Nhà bán hàng nên thường xuyên truy cập [Trang Trợ giúp - Phí Dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon \(AWD\)](#) để theo dõi biểu phí mới nhất.



Ví dụ về tiết kiệm chi phí với dịch vụ AWD

So với Trung tâm hoàn thiện đơn hàng, phí lưu kho trung bình của AWD thấp hơn rõ rệt: Số lượng sản phẩm trong mỗi thùng càng nhiều thì chi phí lưu kho trên mỗi sản phẩm tiết kiệm càng lớn. AWD tính phí như nhau cho cả mùa thấp điểm (tháng 1-9) và mùa cao điểm (tháng 10-12). Do đó, sử dụng AWD vào mùa cao điểm có thể giúp tiết kiệm đáng kể chi phí lưu kho.



Nhà bán hàng X

- Số lượng sản phẩm mỗi thùng: **20**
- Tổng số ngày cung ứng (DoS): **140**
- Thể tích trung bình mỗi thùng: **3,62 foot khối**

Dưới đây là bảng so sánh chi phí giữa 4 phương án lưu kho chỉ sử dụng FBA, kết hợp thêm dịch vụ AWD cơ bản, AWD lưu trữ thông minh và dịch vụ do Amazon quản lý (AMS):

Mùa thấp điểm (tháng 1 - tháng 9)

Phương án lưu kho	Chi phí (USD/sản phẩm)	% tiết kiệm so với FBA
Chỉ dùng FBA (Bao gồm phí lưu kho và phí dịch vụ phân loại vị trí hàng nhập)	0,98	-
AWD - Mức cơ bản*	0,83	14,8%
AWD - Lưu trữ thông minh*	0,80	18,5%
AWD - Amazon quản lý*	0,74	24,2%

Mùa cao điểm (tháng 10 - tháng 12)

Phương án lưu kho	Chi phí (USD/sản phẩm)	% tiết kiệm so với FBA
Chỉ dùng FBA (Bao gồm phí lưu kho và phí dịch vụ phân loại vị trí hàng nhập)	2,44	-
AWD - Mức cơ bản*	0,83	65,9%
AWD - Lưu trữ thông minh*	0,80	67,4%
AWD - Amazon quản lý*	0,74	69,7%

*Giả định rằng trong toàn bộ thời gian lưu kho (WoC), sản phẩm lưu trữ tại Trung tâm hoàn thiện đơn hàng trong 4 tuần và quãng thời gian còn lại được lưu trữ tại kho AWD.

Để ước tính số tiền có thể tiết kiệm khi sử dụng AWD, nhà bán hàng có thể tham khảo **Tài liệu hỗ trợ tính toán chi phí và lợi ích** [tại đây](#) hoặc truy cập **trang dịch vụ AWD** để tải file hướng dẫn tính toán chi phí.

Amazon Warehousing and Distribution (AWD)
An easy, efficient, and cost-effective upstream bulk storage and distribution solution for your business

Prepare for Prime Day: Inbound to AWD by May 15
Prime Day is only a few months away. Plan ahead and inbound early to AWD. Inventory received in AWD by May 15 will ensure it's Prime-badge ready for Prime Day. [Send to AWD](#)

Manage service **Learn about the service** ← Hình ảnh chỉ mang tính chất minh họa

Explore AWD

- What is AWD?
- Costs
- Hear what sellers have to say
- Eligibility
- Get started
- Frequently asked questions
- Need help?

What is Amazon Warehousing and Distribution?

Amazon Warehousing and Distribution (AWD) is a low-cost bulk storage solution for your inventory distributed to Amazon store and other distribution channels. Watch "Introduction to AWD" to learn more.

Low-cost storage

- Enjoy simple, pay-as-you-go pricing that has no peak season surcharges and includes FBA inbound placement services
- Realize additional savings when you use auto-replenishment and Amazon managed services

Streamlined operations

- Seamlessly integrate with FBA network for optimized fulfillment
- Save time and resources with intuitive and simple tools
- Send shipment to AWD
- [Learn more](#)

Download 2025 AWD Fees Benefits Calculator

Nguyên tham khảo thông tin chi tiết về Dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon (AWD):



Tài liệu liên quan:

- [Giới thiệu Dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon \(AWD\)](#)
- [File hướng dẫn tính phí AWD](#)



Trang trợ giúp:

- [Hàng lưu kho theo dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon \(AWD\)](#)
- [Báo cáo Số cái hàng lưu kho theo Dịch vụ kho bãi và Phân phối của Amazon \(AWD\)](#)
- [Bổ sung hàng từ kho AWD đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng](#)
- [Phân phối đa kênh bằng dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon \(AWD\)](#)

1.2.3 Chương trình Ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới (NSI)

Chương trình Ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới (New Seller Incentives - NSI) là một gói hỗ trợ toàn diện nhằm giúp nhà bán hàng mới khởi đầu thuận lợi và phát triển nhanh chóng trên Amazon. Chương trình này cung cấp nhiều ưu đãi về chi phí và công cụ hỗ trợ bán hàng, giúp giảm thiểu rủi ro và chi phí ban đầu cho nhà bán hàng mới.

Điều kiện tham gia

Nhà bán hàng sẽ được tự động tham gia chương trình Ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới (NSI) nếu đáp ứng cả 2 điều kiện sau:

ASIN đầu tiên được đăng bán từ ngày 1 tháng 3 năm 2024 trở đi (theo giờ Thái Bình Dương).

Đăng ký tài khoản Nhà bán hàng chuyên nghiệp (Professional Seller).



Các ưu đãi nổi bật

Ưu đãi dành riêng cho nhà bán hàng có thương hiệu			
Thời điểm áp dụng	Hạng mục	Nội dung ưu đãi	Giá trị
Ngay sau khi hoàn tất Đăng ký thương hiệu	Doanh số bán hàng thương hiệu	Hoàn tiền 10% cho 50.000 USD đầu tiên và 5% cho 950.000 USD tiếp theo	Tối đa \$52.500
Trong vòng 90 ngày sau khi Đăng ký thương hiệu	Đánh giá sản phẩm	Ưu đãi khi tham gia chương trình Amazon Vine	\$200

Ưu đãi cho tất cả nhà bán hàng			
Thời điểm áp dụng	Hạng mục	Nội dung ưu đãi	Giá trị
Trong vòng 90 ngày kể từ ngày có ASIN đầu tiên được bán	Quảng cáo	Giảm giá quảng cáo Sản phẩm tài trợ (Sponsored Products)	\$50
Trong vòng 90 ngày kể từ ngày có ASIN đầu tiên được bán	Khuyến mãi	Giảm giá khi sử dụng Phiếu giảm giá (Coupons)	\$50
Trong 365 ngày đầu	Lưu kho FBA	- Miễn phụ phí sử dụng không gian lưu kho - Miễn phí lưu kho mức thấp	0 USD phụ phí
Khi sử dụng dịch vụ (ở Hoa Kỳ)	Phí dịch vụ phân loại vị trí hàng nhập	Giảm phí dịch vụ phân loại vị trí hàng nhập	\$400
Khi sử dụng dịch vụ	Vận chuyển nội địa	Ưu đãi phí vận chuyển khi sử dụng Chương trình Đối tác vận chuyển của Amazon (Amazon Partnered Carrier)	\$100
Khi sử dụng dịch vụ	Vận chuyển quốc tế	Giảm phí hoàn thiện đơn qua Dịch vụ hậu cần toàn cầu của Amazon (AGL) hoặc Chương trình Đối tác vận chuyển xuyên biên giới của Amazon (Amazon SEND) .	\$200
Khi tạo sản phẩm FBA mới	Sản phẩm mới	Tự động tham gia Chương trình Ưu đãi sản phẩm FBA mới	Chi tiết ở trang sau
100 đơn hàng đầu tiên thông qua MCF	Hoàn thiện đơn đa kênh (MCF)	Giảm phí hoàn thiện đơn hàng	10% giảm phí



Tips

- Các ưu đãi có thời hạn và có thể yêu cầu hoàn thành các điều kiện nhất định để được hưởng.
- Thông tin về chương trình chính thức có hiệu lực từ ngày 1 tháng 3 năm 2024 (GMT-7) và được áp dụng cho đến khi có thông báo mới từ Amazon.
- Để biết thêm chi tiết và cập nhật mới nhất về Chương trình NSI, vui lòng truy cập:
 - Trang chính thức của Amazon: [Chương trình Ưu đãi dành cho nhà bán hàng mới](#).
 - [Trang Trợ giúp trên Seller Central](#).

1.2.4 Chương trình Ưu đãi sản phẩm FBA mới (NSP)

Chương trình Ưu đãi sản phẩm FBA mới (New Selection Program - NSP) của Amazon được thiết kế để hỗ trợ nhà bán hàng giới thiệu sản phẩm mới thông qua dịch vụ FBA. Chương trình cung cấp nhiều ưu đãi về phí lưu kho, phí xử lý trả hàng, phí thanh lý,... giúp nhà bán hàng tăng trưởng doanh thu nhanh chóng, giảm thiểu rủi ro và tối ưu chi phí vận hành khi đưa sản phẩm mới ra thị trường.

Điều kiện tham gia

Nhà bán hàng hiện tại: Cần đăng ký để tham gia vào chương trình (đăng ký [tại đây](#)).

Nhà bán hàng mới gửi hàng tới các Trung tâm hoàn thiện đơn hàng của Amazon trong vòng 90 ngày kể từ ngày đăng bán thành công ASIN đầu tiên sẽ được tự động tham gia chương trình.

❖ Các ưu đãi nổi bật

Thị trường	Quyền lợi	Điều kiện để NBH nhận ưu đãi	Điều kiện để ASIN nhận được ưu đãi
US, CA, JP, UK, FR, DE, IT và ES	<ul style="list-style-type: none"> Trung bình hoàn tiền 10% (5% đối với Nhật Bản) Miễn phí lưu kho, trả hàng, hủy hàng và phí thanh lý (chỉ áp dụng tại US/EU) 	<ul style="list-style-type: none"> Tham gia vào FBA NBH chưa có điểm IPI, hoặc có điểm IPI ≥ 300 (tại thời điểm gửi ASIN mới tới kho FBA) Có tài khoản bán hàng chuyên nghiệp 	<ul style="list-style-type: none"> ASIN mới bán FBA lần đầu ASIN được nhập kho sau 1/3/2024 ASIN nằm trong nhóm hàng được ưu đãi *
MX, SG, AU, UAE, SA	<ul style="list-style-type: none"> Miễn phí lưu kho, trả hàng, hủy hàng 	<ul style="list-style-type: none"> Tham gia vào FBA Có tài khoản bán hàng chuyên nghiệp 	<ul style="list-style-type: none"> ASIN mới bán FBA lần đầu ASIN được nhập kho sau 1/3/2024 ASIN nằm trong nhóm hàng được ưu đãi*

(*) ASIN nằm trong nhóm hàng Truyền thông - Media & hàng đã qua sử dụng không được hưởng các ưu đãi này.



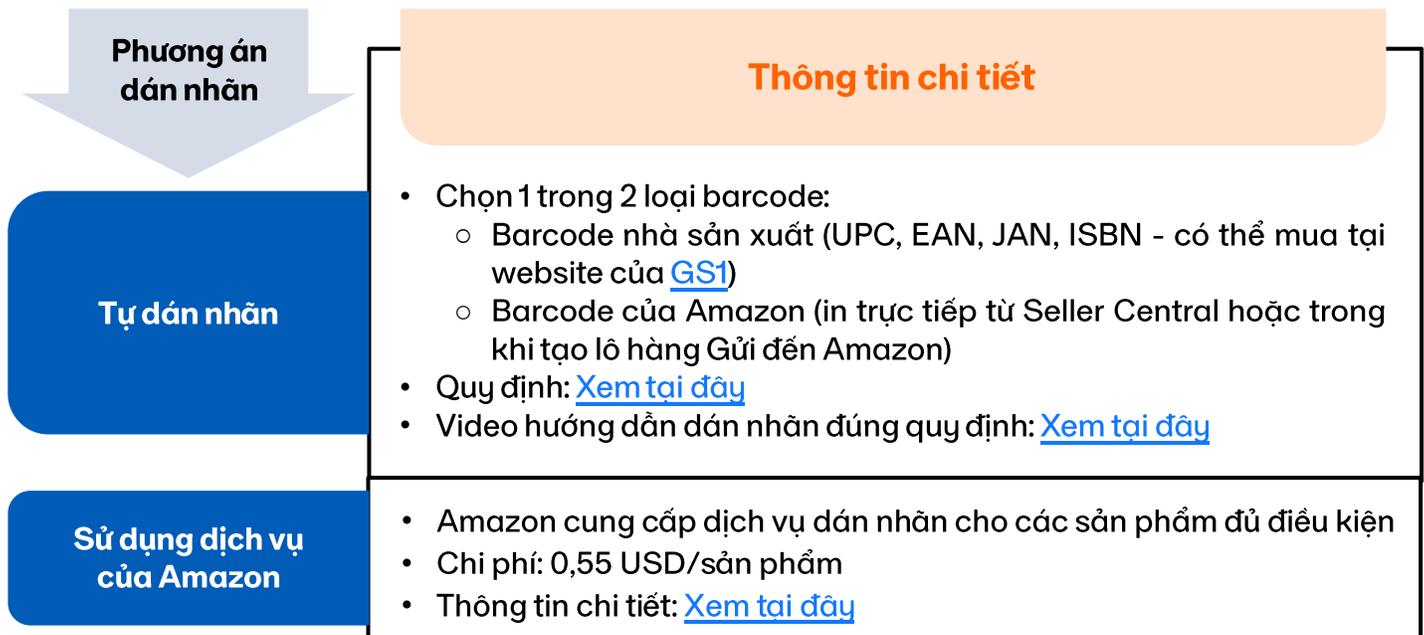
Tips

- Ưu đãi có thể thay đổi tùy theo khu vực và yêu cầu đáp ứng một số điều kiện để được hưởng.
- Chương trình chính thức có hiệu lực từ ngày 01/03/2024 và áp dụng đến khi có thông báo mới từ Amazon.
- Để biết thêm chi tiết và cập nhật mới nhất về Chương trình NSP, vui lòng truy cập:
 - Trang chính thức của Amazon: [Chương trình Ưu đãi sản phẩm FBA mới](#).
 - [Trang Trợ giúp trên Seller Central](#).

Phần 2: Trong khi gửi hàng

2.1 In và dán nhãn sản phẩm - Labelling

Nhà bán hàng có thể chọn 1 trong 2 phương án in và dán nhãn:



2.2 Đóng gói hàng - Packaging

Nhà bán hàng có thể chọn 1 trong 2 hình thức đóng gói hàng sau đây:



[Phương án 1] Tự đóng gói hàng & vận chuyển

Với phương án này, nhà bán hàng sẽ tự thực hiện toàn bộ quy trình **đóng gói, dán nhãn và vận chuyển hàng hóa** đến FC của Amazon.

Nhà bán hàng có thể cân nhắc tham gia **Chương trình Vận chuyển trong bao bì sản phẩm** (SIPP - Ships in Product Packaging) để tối ưu chi phí vận chuyển và đơn giản hóa quy trình gửi hàng.

❖ **Chương trình Vận chuyển trong bao bì sản phẩm (SIPP)**

[Chương trình Vận chuyển trong bao bì sản phẩm \(SIPP\)](#) cho phép nhà bán hàng sử dụng dịch vụ FBA để gửi sản phẩm đến khách hàng trong bao bì gốc của sản phẩm mà không cần thêm vật liệu đóng gói từ Amazon. Điều này giúp giảm chi phí và thời gian hoàn thiện đơn hàng, giảm thiểu chất thải bao bì và tăng cường nhận diện thương hiệu. Chương trình cung cấp phí hoàn thiện đơn hàng FBA thấp hơn đối với các sản phẩm có chứng nhận SIPP với trọng lượng **từ 50 lb trở xuống**. Mức giảm cụ thể sẽ phụ thuộc vào kích thước và trọng lượng của sản phẩm.

❖ **Lợi ích của Chương trình SIPP**

1

Giảm phí hoàn thiện đơn hàng FBA: Sản phẩm được chứng nhận SIPP có thể được giảm phí hoàn thiện đơn hàng từ \$0,04 đến \$1,32 cho mỗi đơn vị, tùy thuộc vào kích thước và trọng lượng sản phẩm. Để biết thông tin chi tiết về mức phí, vui lòng tham khảo [tại đây](#).

2

Tăng cường nhận diện thương hiệu: Sản phẩm đến tay khách hàng trong bao bì gốc, giúp thương hiệu nổi bật hơn và tạo ấn tượng tốt với khách hàng.

3

Thân thiện với môi trường: Giảm sử dụng vật liệu đóng gói bổ sung, giúp hạn chế chất thải và hướng đến phát triển bền vững.

[Phương án 2] Đóng gói và tạo lô hàng Gửi đến Amazon (Send to Amazon)

Nhà bán hàng sẽ tạo lô hàng trực tiếp trên Seller Central thông qua công cụ Gửi đến Amazon (Send to Amazon - STA).

❖ Chương trình Gửi đến Amazon (Send to Amazon - STA)

Gửi đến Amazon (Send to Amazon - STA) là quy trình tạo lô hàng đơn giản với hướng dẫn từng bước dành cho nhà bán hàng FBA khi gửi hàng vào hệ thống FC của Amazon. Quy trình được thiết kế chi tiết, giúp nhà bán hàng dễ dàng thực hiện các bước: Chuẩn bị hàng hóa, dán nhãn, chọn phương thức vận chuyển và gửi hàng đến FC một cách hiệu quả.

❖ Lợi ích của quy trình Gửi đến Amazon (Send to Amazon):

- 1 Giao diện thân thiện, dễ thao tác**, phù hợp với cả nhà bán hàng mới và nhà bán hàng đã có kinh nghiệm.
- 2 Tự động đề xuất số lượng và kho tiếp nhận**, giúp tối ưu quy trình nhập kho.
- 3 Tích hợp tùy chọn sử dụng dịch vụ AWD** hoặc chương trình tích hợp "Amazon SEND to AWD" (nếu đủ điều kiện).
- 4 Giảm lỗi trong quá trình tạo lô hàng** nhờ hệ thống hướng dẫn rõ ràng.
- 5 Dễ dàng theo dõi tiến trình lô hàng** thông qua Seller Central.

Xem hướng dẫn cụ thể về quy trình tạo lô hàng Gửi đến Amazon (Send to Amazon) [tại đây](#).

2.2.1 Yêu cầu đóng gói cơ bản

Bước/Thời điểm	Yêu cầu	Chi tiết/Hướng dẫn cụ thể	Lưu ý đặc biệt
Trước khi đóng gói	Chọn loại thùng	Sản phẩm phải được đặt vào thùng có 6 mặt và đóng kín	Không dùng túi, thùng hở hoặc thùng không hình khối chuẩn
Khi xử lý sản phẩm có hạn sử dụng	Ghi hạn sử dụng	<ul style="list-style-type: none"> In hạn sử dụng trên mỗi sản phẩm và trên thùng Định dạng: MM-DD-YYYY, cỡ chữ ≥ 36 	Áp dụng với tất cả sản phẩm có hạn sử dụng
Khi tạo lô hàng trên Seller Central	In nhãn thùng từ Seller Central	<ul style="list-style-type: none"> Dán ở vị trí dễ quét (tránh mép, giữa thùng, hoặc khu vực dễ rách) Không che nhãn bằng băng dính trong 	Phải dùng đúng mã nhãn in từ hệ thống
Khi sử dụng nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển của Amazon (Amazon Partnered Carrier)	Dán nhãn vận chuyển (shipping label)	Thêm nhãn vận chuyển bên ngoài thùng (ngoài nhãn lô hàng)	Kiểm tra nhãn hợp lệ & đúng vị trí
Nếu sử dụng pallet	Nhãn pallet	Dán nhãn ở cả 4 mặt của pallet	Bắt buộc với đơn hàng dùng hình thức giao pallet

2.2.2 Quy định về kích thước & trọng lượng thùng hàng



Kích thước

Yêu cầu

- ✓ Thùng chứa sản phẩm tiêu chuẩn không vượt quá 25 inch ở bất kỳ cạnh nào.
- ✓ Thùng hàng có thể vượt quá kích thước 25 inch nếu chứa 1 sản phẩm quá khổ có kích thước dài hơn 25 inch nhưng phải tuân theo điều kiện của nhà vận chuyển.
- ✓ Không có kích thước tối đa cho các thùng hàng, tuy nhiên nhà bán hàng tuân theo điều kiện của đơn vị vận chuyển để đảm bảo hàng hóa được vận chuyển đúng cách.



Trọng lượng

- ✓ Thùng không được vượt quá giới hạn trọng lượng tiêu chuẩn là 50 lb, trừ khi chứa 1 sản phẩm duy nhất nặng hơn 50 lb.
- ✓ Nếu vượt quá 50 lbs: Dán nhãn "Team Lift" (Nhiều người nâng)
- ✓ Nếu vượt quá 100 lbs: Dán nhãn "Mechanical Lift" (Máy nâng)
- ✓ Thùng chứa trang sức/đồng hồ: Không quá 40 lbs

2.2.3 Quy định về số lượng

Hình thức đóng gói	Giới hạn
Lô hàng lẻ vận chuyển bằng xe tải (LTL)	Tối đa 5.000 thùng/lô hàng
Sản phẩm đóng gói theo kiện	Tối đa 150 sản phẩm/thùng
Sản phẩm đóng gói riêng lẻ	Không giới hạn tuy nhiên không nên đóng gói quá nhiều sản phẩm trong cùng một thùng để tránh làm chậm trễ việc nhập kho

2.3 Tạo lô hàng với quy trình Gửi đến Amazon (Send to Amazon - STA)

Hướng dẫn truy cập (5 bước):

1 Truy cập Seller Central

2 Chọn "Hàng lưu kho (Inventory)"

3 Chọn "Lô hàng (Shipments)" để truy cập vào mục "Hàng đợi vận chuyển (Shipping Queue)"

4 Di chuyển con trỏ chuột đến mục "Lô hàng (Shipments)"

5 Tại danh mục được thả xuống, nhấp vào "Gửi đến Amazon (Send to Amazon)".

Để tìm hiểu kỹ hơn về quy trình gửi hàng, vui lòng tham khảo [tại đây](#).

Một số quy định về lô hàng trên Seller Central

- ✓ Mỗi lô hàng sẽ được nhập kho nếu tuân thủ đúng theo những gì đã nhập trên Seller Central.
- ✓ Nhà bán hàng có 75 ngày kể từ lúc tạo lô hàng tới lúc giao hàng tới kho của Amazon. Sau 75 ngày, lô hàng sẽ bị đóng và nhà bán hàng sẽ phải tạo lô hàng mới, đồng nghĩa với việc cần in lại nhãn thùng hàng/nhãn pallet.
- ✓ Trong một số trường hợp, nhà bán hàng vẫn có thể nhập kho sau 75 ngày nhưng điều này khá rủi ro. Do đó, nhà bán hàng vẫn nên tuân thủ mốc 75 ngày.
- ✓ Nếu nhà vận chuyển kịp đặt lịch hẹn nhập kho với Amazon trước khi lô hàng bị đóng thì sau đó lô hàng này vẫn có thể nhập kho.
- ✓ Nếu muốn mở lại lô hàng đã bị đóng, nhà bán hàng cần liên hệ quản lý tài khoản Amazon để được hỗ trợ.

2.4 Vận chuyển hàng tới Trung tâm hoàn thiện đơn hàng trong quy trình Gửi đến Amazon (Send to Amazon - STA)

2.4.1 Phân biệt và lựa chọn các phương án vận chuyển

Khi tạo lô hàng bằng quy trình Gửi đến Amazon (Send to Amazon - STA), nhà bán hàng sẽ nhìn thấy các tùy chọn vận chuyển sau:

Tùy chọn 1: Sử dụng nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển của Amazon (Amazon Partnered Carrier)

Đây là các đơn vị vận chuyển đã được Amazon tích hợp sẵn vào hệ thống. Nhà bán hàng có thể đặt dịch vụ vận chuyển trực tiếp trên Seller Central trong quá trình tạo lô hàng Gửi đến Amazon (STA). Hệ thống sẽ tự động hiển thị giá vận chuyển, thời gian giao hàng và ngày lấy hàng tương ứng với địa chỉ lấy hàng mà nhà bán hàng cung cấp. Phí vận chuyển sẽ được trừ trực tiếp vào tài khoản Amazon của nhà bán hàng.

Khi sử dụng phương án này, nhà bán hàng cần in thêm một nhãn vận chuyển (Shipping Label) bên cạnh nhãn thùng hàng (Box Label) và dán lên từng thùng.



Thông tin chi tiết

- [Nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển của Amazon](#)
- [Câu hỏi thường gặp về chương trình Đối tác vận chuyển của Amazon](#)

Tùy chọn 2: Sử dụng Hãng vận chuyển không hợp tác với Amazon (Non-Partnered Carrier)

Với phương án này, nhà bán hàng phải tự liên hệ và làm việc với hãng vận chuyển riêng để gửi hàng đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng của Amazon. Đơn vị vận chuyển sẽ chịu trách nhiệm lấy hàng và đặt lịch hẹn nhập kho.



Tips

Các đơn vị vận chuyển có thể đặt lịch hẹn giao hàng đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng thông qua hệ thống Carrier Central. Tuy nhiên, không phải đơn vị nào cũng có thể truy cập hoặc quen thuộc với hệ thống này. Do đó, trước khi lựa chọn, nhà bán hàng cần xác nhận kỹ với đơn vị vận chuyển về khả năng giao hàng đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng của Amazon.

Tùy chọn 3: Sử dụng Dịch vụ tích hợp vận chuyển tới AWD bằng Chương trình Amazon SEND (Amazon SEND to AWD)

Khi tạo lô hàng bằng quy trình Gửi đến Amazon (Send to Amazon - STA), nếu nhà bán hàng đủ điều kiện, hệ thống sẽ hiển thị tùy chọn "Gửi hàng đến kho AWD bằng Amazon SEND (Amazon SEND to AWD)". Khi lựa chọn phương án này, nhà bán hàng có thể mua dịch vụ vận chuyển quốc tế Amazon SEND ngay trên Seller Central để gửi hàng trực tiếp tới các trung tâm lưu trữ hàng của AWD với nhà vận chuyển uy tín và mức giá cạnh tranh.

Việc tích hợp Amazon SEND vào AWD mang đến nhiều **lợi ích cho nhà bán hàng**, bao gồm:



Quy trình đặt lịch vận chuyển (booking) nhanh chóng và giấy tờ đơn giản.



Thuận tiện: Amazon SEND to AWD cho phép nhà bán hàng đặt lịch vận chuyển, thanh toán và theo dõi lô hàng của mình trực tiếp trên Seller Central.



Nhận được hỗ trợ đặc biệt trong vận hành.



Giá cả cạnh tranh.



Để biết thêm chi tiết, bạn có thể tham khảo:



Trang chính thức của [Chương trình Amazon SEND](#)



[Video giới thiệu Dịch vụ vận chuyển tới AWD bằng Amazon SEND \(Amazon SEND to AWD\)](#)



Liên hệ hỗ trợ:



Email: agsvn-sca@amazon.com.vn



Webinar hàng tuần: Tham gia [Phiên live của Amazon](#) để được hướng dẫn chi tiết và giải đáp thắc mắc.



Gợi ý chọn nhà vận chuyển

- Ưu tiên sử dụng các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển của Amazon tại Việt Nam trên trang [Nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển của Amazon Global Selling Việt Nam](#).
- Nhà bán hàng nhỏ nên liên hệ nhiều đơn vị để so sánh giá và dịch vụ.
- Khi chọn hãng vận chuyển, hãy luôn yêu cầu điều kiện DDP (Delivered Duty Paid) - tức nhà vận chuyển sẽ lo toàn bộ thủ tục hải quan, thuế và giao hàng đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC). Amazon không hỗ trợ bất kỳ giấy tờ hay người liên hệ nào trong quá trình này, nhà bán hàng phải tự làm việc với đơn vị vận chuyển.
- Tham khảo cách chọn nhà vận chuyển [tại đây](#).
- Tham khảo tài liệu dành cho nhà vận chuyển [tại đây](#).

2.4.2 Cách tối ưu chi phí vận chuyển

Tùy từng mặt hàng, tùy từng thời điểm và số lượng gửi hàng, nhà bán hàng sẽ cần điều chỉnh kế hoạch gửi hàng phù hợp. Dưới đây là một số gợi ý khi lựa chọn hình thức vận chuyển và cách kết hợp với các giải pháp khác như kho bãi:

Kích thước hàng hóa	Số lượng sản phẩm trong mỗi lô hàng		
	< 200 đơn vị	200 - 5.000 đơn vị	> 5.000 đơn vị
Nhỏ (kích thước tiêu chuẩn)	Chuyển phát nhanh hoặc LCL (*)	LCL (**)	FCL + Kho trung gian (***)
Trung bình (từ "kích thước lớn tiêu chuẩn" đến "lớn công kênh")	Chuyển phát nhanh hoặc LCL	LCL (**)	FCL + Kho trung gian (***)
Lớn (hàng kích thước cực lớn)	LCL	FCL + Kho trung gian (***)	FCL + Kho trung gian (***)

Ghi chú:

LCL: Less than container load - Hình thức vận chuyển đường biển mà nhà bán hàng chia sẻ công-ten-nơ chung với những người gửi hàng khác.

FCL: Full container load - Hình thức vận chuyển đường biển mà nhà bán hàng sử dụng công-ten-nơ của riêng mình để đóng hàng.

Kho trung gian (Warehousing): Là phương án nhà bán hàng thuê một kho trung gian ở quốc gia đích để chứa hàng tạm thời.

(*) Với các lô hàng nhỏ (dưới 200 hoặc 300 - 400 sản phẩm), chuyển phát nhanh đôi khi rẻ hơn vận chuyển đường biển. Nguyên nhân là vì khi vận chuyển theo hình thức LCL, dù hàng ít, nhà bán hàng vẫn phải chịu chi phí giấy tờ và hải quan như lô hàng lớn. Ngoài ra, nếu Trung tâm hoàn thiện đơn hàng nằm sâu trong nội địa, phí vận chuyển càng cao. Trong khi đó, chuyển phát nhanh tính theo kg và không phụ thuộc vào địa chỉ nhận tại Hoa Kỳ hay EU, nên nhiều trường hợp sẽ tiết kiệm hơn.

(**) Đây là hình thức phổ biến nhất để vận chuyển hàng qua kho Amazon vì tính kinh tế. Nhưng vận chuyển theo hình thức này sẽ lâu hơn do hàng đóng chung với các người gửi hàng khác.

(***) Với các nhà bán hàng lớn hoặc cần gửi lô hàng số lượng lớn, chi phí tính trên mỗi sản phẩm sẽ thấp. Phương án này khá phức tạp nên nhà bán hàng cần áp dụng một số cách để giảm chi phí và hạn chế rủi ro.

(Xem trang tiếp theo)



Gửi lô hàng lớn: Cách tối ưu chi phí và vận hành

Gửi hàng với số lượng lớn giúp **giảm chi phí trên mỗi sản phẩm**, đặc biệt với các phương án như FCL (full container load) và sử dụng **kho trung gian**. Tuy nhiên, cách làm này **phức tạp**, nên nhà bán hàng cần lưu ý một số điểm sau:

1 Thỏa thuận rõ ràng với đơn vị vận chuyển

Cần thỏa thuận rõ với đơn vị vận chuyển về Phí lưu kho & Phí xử lý phát sinh khi chia nhỏ lô hàng.

2 Chọn vị trí kho trung gian hợp lý

Ưu tiên kho gần Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC) thường được chỉ định hoặc gần cảng để giảm phí vận chuyển nội địa.

3 Tính toán kỹ nhu cầu bán hàng

Dự đoán chính xác nhu cầu bán hàng để tránh tồn kho quá lâu & phát sinh phí lưu kho dài hạn.

4 Gợi ý tối ưu chi phí cho hàng công kênh

Tối ưu cách đóng gói & chọn kho chuyên lưu trữ (ít dịch vụ đi kèm) để tiết kiệm chi phí.



Gợi ý dành cho lô hàng > 5000 đơn vị: Tích hợp dịch vụ Kho bãi và Phân phối của Amazon (AWD)

Nếu gửi > 5.000 đơn vị/lô hàng và sử dụng phương án **FCL + kho trung gian**, hãy cân nhắc dùng **AWD làm kho trung gian** để:

1. **Lưu trữ hàng tạm thời với chi phí thấp**, giảm áp lực cho Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC)
2. **Dễ dàng bổ sung hàng từ kho AWD đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng**, tránh phụ phí mùa cao điểm
3. **Toàn bộ quy trình nằm trong hệ thống Amazon**, vận hành trơn tru
4. **Tiết kiệm thời gian**, mọi thao tác quản lý thực hiện ngay trên Seller Central

2.4.3 Theo dõi lô hàng trước khi tới kho

Thông thường, nhà bán hàng sẽ dựa vào cập nhật từ phía nhà vận chuyển để nắm được tình hình hàng hóa của mình đang ở đâu. Tuy nhiên, nhà bán hàng cũng có thể tự kiểm tra và có hành động cần thiết nếu thấy hàng vận chuyển chậm.

Nhà bán hàng có thể theo dõi lô hàng của mình như sau:

Phương thức vận chuyển	Thông tin cần có	Địa chỉ tra cứu
 Vận chuyển đường biển	Số Master Bill of Lading (MBL) của hãng tàu*	https://www.track-trace.com/bol
 Vận chuyển hàng không	Số AWB	https://www.track-trace.com/aircargo
 Chuyển phát nhanh	Số AWB / Tracking ID	Tra cứu trên website của hãng vận chuyển: UPS / DHL / FedEx...

* Số House Bill of Lading (HBL) thường không dùng để tra cứu trực tiếp. Số HBL này chỉ mang tính tham khảo.



Với phương thức vận chuyển đường biển và đường hàng không, nhà bán hàng có thể tra cứu được từ lúc hàng được lấy tại Việt Nam cho tới khi hàng được đưa ra khỏi cảng/sân bay ở nước đến. Còn chặng từ cảng tới Trung tâm hoàn thiện đơn hàng, nhà bán hàng sẽ cần kiểm tra trực tiếp với nhà vận chuyển.



Với phương thức chuyển phát nhanh, nhà bán hàng có thể tra cứu được toàn bộ quá trình hàng di chuyển từ lúc lấy hàng tới lúc giao hàng đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng.



Với những lô hàng sử dụng Chương trình Đối tác vận chuyển xuyên biên giới của Amazon (Amazon SEND), nhà bán hàng có thể kiểm tra trực tiếp ở trên Seller Central (trong phần "Theo dõi lô hàng").



Tips

- Sử dụng các hãng vận chuyển liên kết với Amazon để tích hợp dễ dàng hơn.
- Lưu giữ bản sao của tất cả tài liệu vận chuyển để đối chiếu khi cần.

Câu hỏi thường gặp về chương trình Amazon SEND



1

Tại sao việc cung cấp thông tin theo dõi lại quan trọng?

Khi bạn cung cấp tên hãng vận chuyển, phương thức và mã theo dõi, Amazon có thể cập nhật trạng thái vận chuyển theo thời gian thực. Điều này giúp Amazon lên kế hoạch tiếp nhận hàng hiệu quả, nhanh chóng hơn và sớm đưa sản phẩm vào hệ thống để sẵn sàng bán cho khách hàng.



2

Tôi nên nhập gì nếu hãng vận chuyển của tôi không có trên Seller Central?

Nếu bạn không thấy hãng vận chuyển của mình được liệt kê trong menu thả xuống của quy trình Gửi đến Amazon, vui lòng chọn "Khác". Chúng tôi sẽ bổ sung dẫn các hãng vận chuyển.



3

Làm sao chỉnh sửa mã số theo dõi?

Bạn có thể chỉnh sửa thông tin theo dõi lô hàng cho đến khi lô hàng được giao. Để chỉnh sửa thông tin này, hãy thực hiện một trong các thao tác sau:

- Trong Seller Central, truy cập "Hàng đợi vận chuyển" và nhấp vào "Theo dõi lô hàng". Trên trang "Tóm tắt lô hàng", hãy chuyển đến thẻ "Theo dõi lô hàng" và chỉnh sửa mã số theo dõi đã nhập.
- Khi sử dụng các chương trình tích hợp như Amazon Marketplace Web Service (MWS), hãy gửi lại thông tin theo dõi đã cập nhật.



Nếu câu hỏi của bạn chưa được giải đáp ở trên, hãy xem thêm các vấn đề thường gặp khi theo dõi lô hàng và cách xử lý cụ thể [tại đây](#).

Phần 3: Sau khi gửi hàng

3.1 Theo dõi lô hàng sau khi tới kho

3.1.1 Quản lý lô hàng trên Seller Central

Khi hàng đã được gửi đến Amazon, quá trình nhập kho không diễn ra ngay lập tức. Nhà bán hàng nên thường xuyên kiểm tra **tiến độ xử lý lô hàng** để nắm bắt tình trạng và kịp thời xử lý nếu có vấn đề phát sinh.

Bạn có thể theo dõi quá trình này bằng cách truy cập vào mục "**Quản lý các lô hàng FBA**" (**Shipping Queue**) trên Seller Central, sau đó chọn lô hàng muốn kiểm tra. Toàn bộ thông tin sẽ được thể hiện rõ trong phần "**Thẻ sự kiện liên quan đến lô hàng**" (**Shipment Event**).

Minh họa trạng thái lô hàng FBA theo từng giai đoạn

The screenshot displays a vertical timeline of shipment events for a shipment created on June 4, 2025. The events are as follows:

- 4 tháng 6, 2025 3:10 SA:** Lô hàng đã tạo (Shipment created).
- 5 tháng 6, 2025 2:49 CH:** Đang vận chuyển (In Transit). Callout: Hàng đang vận chuyển và đã đặt lịch hẹn giao hàng tới Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (thời gian hẹn giao hàng được hiển thị trong mục "Lịch hẹn giao hàng - Delivery Appointments").
- 10 tháng 6, 2025 5:43 CH:** Đã đăng ký (Checked-in). Callout: Hàng đã tới kho Amazon và được đăng ký để chuẩn bị quét mã nhập kho. Tuy nhiên lô hàng đã đăng ký này chưa có nghĩa là đã bắt đầu nhận hàng.
- 6 tháng 7, 2025 5:28 SA:** Đã đóng lô hàng thành công (Closed). Callout: Không phát hiện sự cố với lô hàng. Amazon đã nhận đúng số lượng đơn vị như dự kiến. Không có sai sót nào được ghi nhận. Nếu có chênh lệch về số lượng trong quá trình tiếp nhận lô hàng, hệ thống cũng sẽ hiển thị thông tin tại đây.

Additional details from the screenshot:

- A red double-headed arrow indicates a 10-day window from the 'Đã đăng ký' event to the 'Đã đóng lô hàng thành công' event.
- A table for 'Delivery Appointments' shows a scheduled date of 8 thg 6, 2025 with a status of 'Closed'.
- A table for 'Chuyển trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC)' shows a list of 5 items.
- A 'Bước tiếp theo' (Next step) box suggests going to the 'Trang tổng quan hiệu suất hàng nhập' to track performance.

Để không bỏ lỡ các thông báo quan trọng từ Amazon và đảm bảo sản phẩm được đăng bán đúng tiến độ, nhà bán hàng có thể tìm hiểu **Thông tin chi tiết về từng trạng thái của lô hàng và cách xử lý** [tại đây](#).

3.1.2 Một số lỗi thường gặp và cách giải quyết



1 Tại sao nhà vận chuyển báo rằng đã giao hàng nhưng tôi thấy trên Seller Central hàng vẫn trong trạng thái "Đang vận chuyển (In transit)"?

Khi nhận hàng từ phía nhà vận chuyển, Amazon sẽ nhận theo từng thùng carton hoặc theo pallet. Sau đó, hàng sẽ được đưa đến một khu vực để các nhân viên kho mở kiện hàng và scan từng đơn vị sản phẩm. Vì vậy sẽ có trường hợp nhà vận chuyển đã giao hàng tới kho nhưng hàng chưa được cập nhật lên Seller Central do kho cần thời gian để mở hàng và kiểm tra (trạng thái "Đang nhận hàng - Receiving").



2 Tại sao hàng của tôi ở trạng thái "Đã giao (Delivered)" nhưng mãi không chuyển sang "Đã đăng ký (Check in)"? Mất bao lâu để Amazon nhận hàng?

Thông thường, Amazon sẽ cần thời gian để nhận hàng (tối đa 10 ngày, tùy vào mặt hàng và số lượng hàng). Các mặt hàng quá khổ sẽ có thời gian nhận hàng lâu hơn. Các mặt hàng giao theo hình thức Vận chuyển hàng cỡ nhỏ (SPD/Small-parcel delivery) sẽ có thời gian nhận hàng nhanh hơn.



3 Tôi muốn đẩy nhanh tiến độ nhận hàng cho lô hàng của mình.

Amazon không thể đẩy nhanh tiến độ nhận hàng theo cách thủ công cho mọi lô hàng. Lô hàng của bạn có thể vẫn ở trạng thái "Đang nhận hàng (Receiving)" lâu hơn dự kiến vì có thể đang gửi sản phẩm đến các Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC) khác gần với khách hàng hơn. Việc không tuân thủ yêu cầu đóng gói, chuẩn bị hoặc vận chuyển của Amazon cũng có thể làm trì hoãn việc nhận hàng.



4 Tình trạng lô hàng của tôi bị sai. Làm cách nào để có thể thay đổi tình trạng lô hàng?

Thông thường, [tình trạng lô hàng](#) được cập nhật tự động dựa trên thông tin theo dõi được cung cấp. Đôi khi trạng thái có thể không hiển thị như mong đợi nếu dữ liệu giữa hãng vận chuyển và hệ thống Amazon không đồng bộ. Có thể mất đến 10 ngày để trạng thái lô hàng của bạn thay đổi thành "Đã đăng ký (Check in)" sau ngày giao hàng theo lịch trình.



3.1.3 Trạng thái hàng hóa sau khi nhập kho

Nhà bán hàng có thể kiểm tra trạng thái hàng lưu kho của mình thông qua giao diện "Quản lý hàng lưu kho FBA - Manage FBA Inventory". Các thao tác cụ thể như sau:

Thiết lập bộ lọc FBA

Bạn có thể nhanh chóng lọc danh sách để chỉ hiển thị hàng lưu kho FBA bằng cách:

- Trên thanh **Bộ lọc (Filters)**, bên cạnh mục **Hoàn thiện đơn hàng bởi (Fulfilled by)**, nhấp chọn **Amazon**.
- Để sắp xếp danh sách hàng lưu kho FBA, bạn chỉ cần nhấp vào tiêu đề của cột mong muốn.

Thiết lập tùy chọn hiển thị (Preferences)

Bạn có thể nhanh chóng lọc danh sách để chỉ hiển thị hàng lưu kho FBA bằng cách:

- Ở góc trên bên phải của trang **Quản lý hàng lưu kho (Manage Inventory)**, nhấp vào **Tùy chọn hiển thị (Preferences)**.
- Trên trang **Tùy chọn hiển thị hàng lưu kho (Manage Inventory Preferences)**, chọn (để hiển thị) hoặc bỏ chọn (để ẩn) các cột bạn muốn. Các cột riêng dành cho hàng lưu kho FBA gồm:
 - **Hàng có sẵn để bán (Available):** Số lượng sản phẩm hiện có sẵn để giao cho khách hàng.
 - **Hàng đang nhập kho (Inbound):** Số lượng sản phẩm đang nằm trong kế hoạch vận chuyển, đang trên đường đến kho Amazon hoặc đang được xử lý tại kho.
 - **Hàng không thể hoàn thiện (Unfulfillable):** Số lượng sản phẩm hiện đang ở kho Amazon nhưng không đủ điều kiện để bán (hư hỏng, hết hạn, v.v.).
 - **Hàng đang được xử lý (Reserved):** Số lượng sản phẩm đang:
 - Được xử lý tại Trung tâm hoàn thiện đơn hàng
 - Thuộc về đơn hàng của khách đang chờ xử lý
 - Đang được chuyển đến kho Amazon khác
 - **Phí dự tính (Fee Preview):** Dự tính chi phí Amazon sẽ thu khi sản phẩm được bán. (Xem thêm tại mục [Xem trước phí](#))
 - **Hoàn thiện đơn hàng bởi (Fulfilled by):** Cho biết sản phẩm đó hiện đang được Amazon hoàn thiện hay do nhà bán hàng tự hoàn thiện đơn hàng.

The screenshot shows the 'Manage All Inventory' page in Seller Central. At the top right, there are buttons for 'Add a variation' and 'Add a product'. Below these, there are search filters for 'Listing status' (set to 'Updated') and 'Fulfilled by' (set to 'All'). A 'Preferences' button with a gear icon is highlighted with an orange box. The main table displays inventory items with columns for Listing status, Product details, Performance, Inventory, Price and shipping cost, and Estimated fees. A sample row is visible for 'Utopia Home 3-Pack 20 Gallon Fabric Grow Bags, 300G Thickened Nonwoven Fabric Planters Pots, Aeration Fabric Pots with Handles, Nonwoven Fabric Bags Suitable for Vegetables Flowers Mushroom.' with an available quantity of 25 units and a price of \$35.00.

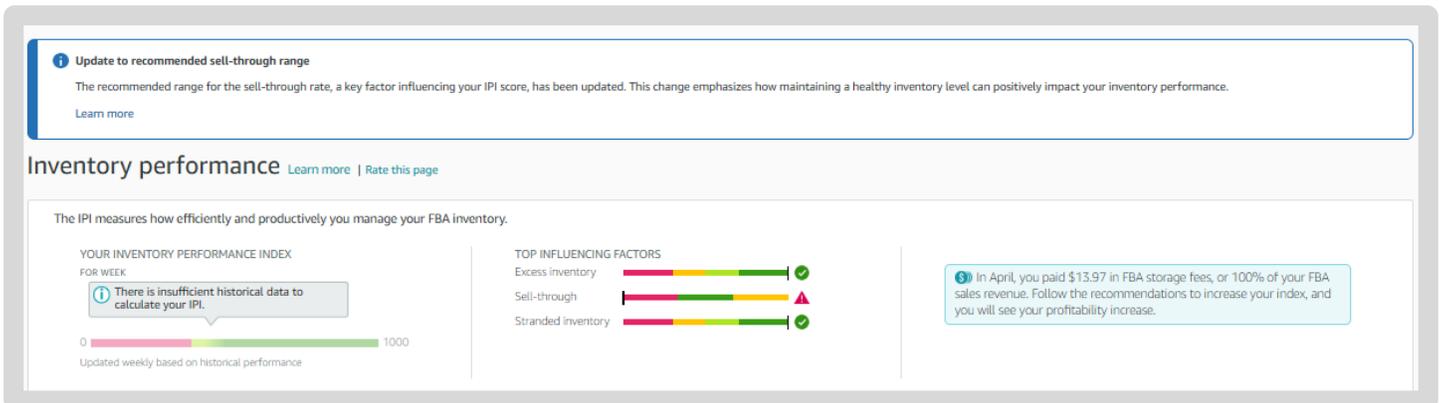
Trang Quản lý hàng lưu kho FBA

Tham khảo thêm:

- [Tính năng quản lý hàng lưu kho FBA](#)
- [Quản lý báo cáo hàng lưu kho FBA](#)

3.2 Quản lý hàng lưu kho

3.2.1 Chỉ số hiệu suất hàng lưu kho (IPI)



Chỉ số hiệu suất hàng lưu kho (Inventory Performance Index hay IPI) là chỉ số đánh giá hiệu suất quản lý hàng lưu kho FBA của nhà bán hàng theo thời gian.

Thế nào là điểm IPI ở trạng thái tốt?

Chỉ số IPI có giá trị nằm trong khoảng **từ 0 đến 1000**. Nhà bán hàng nên giữ cho điểm IPI càng cao càng tốt và cần duy trì ở mức trên 400. Nếu thấp hơn, nhà bán hàng sẽ bị hệ thống đánh giá là quản lý hàng lưu kho chưa hiệu quả và bị hạn chế không gian lưu trữ trong kho. Việc này có thể khiến nhà bán hàng không thể chuyển thêm sản phẩm đến Trung tâm hoàn thiện đơn hàng của Amazon, đồng thời làm tăng chi phí lưu trữ.

Trên Trang tổng quan Hiệu suất hàng lưu kho, điểm IPI tốt thường nằm trong vùng Tốt (xanh nhạt) hoặc Xuất sắc (xanh đậm), giúp nhà bán không bị giới hạn không gian lưu trữ.



4 yếu tố chính ảnh hưởng đến điểm IPI

Tỷ lệ phần trăm hàng lưu kho dư thừa (Excess inventory percentage)

- Là tỷ lệ sản phẩm có thời gian lưu kho quá 90 ngày so với nhu cầu dự báo.
- Hàng dư thừa khiến điểm IPI giảm để cho thấy bạn nhập hàng quá nhiều so với tốc độ bán hàng.
- Muốn cải thiện tỷ lệ này, bạn nên điều chỉnh số lượng hàng nhập sao cho phù hợp với sức chứa và nhu cầu thực tế.

Tỷ lệ bán hàng FBA (FBA sell-through rate)

- Là yếu tố quan trọng nhất để biết tốc độ bán hàng so với tốc độ nhập hàng.
- Nếu bán chậm hoặc tồn kho nhiều, tỷ lệ này sẽ giảm.
- Bạn cần theo dõi chặt chẽ để đảm bảo quá trình luân chuyển hàng hóa được hiệu quả.

Tỷ lệ hàng lưu kho bị mắc kẹt (Stranded inventory percentage)

- Là tỷ lệ hàng đã vào kho FBA nhưng không được bán vì lỗi đăng tải sản phẩm (listing).
- Nhà bán hàng cần nhanh chóng cập nhật hoặc chỉnh sửa thông tin đăng tải sản phẩm tại trang [Xử lý hàng tồn kho bị kẹt](#) để không ảnh hưởng đến điểm IPI.

Tỷ lệ hàng FBA trong kho (FBA In-stock rate)

- Là chỉ số đo lường khả năng duy trì hàng trong kho đối với các sản phẩm FBA để giúp bạn biết liệu mình có đủ hàng trong kho để đáp ứng nhu cầu bán hàng gần đây hay không.
- Cách tính: so sánh lượng hàng có sẵn để bổ sung trong 30 ngày gần nhất Với số lượng hàng đã bán ra của từng SKU trong 60 ngày qua.



Câu hỏi thường gặp về Chỉ số IPI



1

Tại sao tôi không có điểm IPI?

Chỉ những tài khoản bán hàng chuyên nghiệp, có hàng lưu kho tại Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC) và có hoạt động gần đây sẽ được tính điểm IPI. Nếu bạn mới bắt đầu sử dụng dịch vụ FBA hoặc không có hoạt động nào trong 13 tuần qua, hệ thống có thể chưa đủ dữ liệu để tính điểm IPI cho bạn. Ngoài ra, nếu bạn chỉ dùng FBA để giao hàng cho các kênh khác (không bán hàng trên Amazon), bạn cũng có thể sẽ không có điểm IPI.



2

Điểm IPI được tính như thế nào?

Điểm IPI (Inventory Performance Index) được Amazon tính toán **tự động bằng hệ thống máy học**, nhằm đo lường **hiệu suất quản lý hàng lưu kho FBA** của bạn. Mặc dù có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến điểm IPI, một số **yếu tố quan trọng bao gồm:**

Yếu tố ảnh hưởng	
Tồn kho dư thừa	Tính toán dựa trên nhu cầu, vòng quay sản phẩm, và tuổi thọ hàng tồn
Tỷ lệ bán hàng (Sell-through)	So sánh giữa lượng hàng bán và lượng lưu kho trong 90 ngày
Hàng lưu kho bị mắc kẹt (Stranded inventory)	Các sản phẩm không thể bán do lỗi listing hoặc lỗi tài khoản
Tỷ lệ hàng FBA trong kho (FBA In-stock rate)	Đo lường mức độ duy trì hàng lưu kho cho các ASIN bán chạy

Lưu ý:

- Amazon thường yêu cầu tối thiểu **400 điểm** để duy trì quyền lưu kho không giới hạn.
- Khi bạn thực hiện các thay đổi để cải thiện điểm IPI, **kết quả sẽ không thay đổi ngay lập tức**. Hệ thống sử dụng phương pháp tính trung bình theo thời gian (rolling average), nên điểm số sẽ cải thiện dần theo thời gian.
- Hệ thống được thiết kế có **tính đến yếu tố mùa vụ và gián đoạn tạm thời**, nhằm đánh giá hiệu suất **dài hạn** một cách công bằng. Điều này giúp bạn **có thêm thời gian để điều chỉnh** khi có biến động bất ngờ và vẫn giữ vững hiệu quả quản lý hàng lưu kho.





3

Cách tốt nhất để cải thiện điểm IPI của tôi là gì và tôi nên ưu tiên điều gì trước?

Để cải thiện điểm IPI, bạn nên tập trung vào các việc sau:

- Duy trì cân bằng giữa hàng bán ra và hàng lưu kho tại Trung tâm hoàn thiện đơn hàng;
- Tránh hàng lưu kho dư thừa và lưu kho lâu ngày;
- Tránh chịu phí lưu trữ dài hạn;
- Khắc phục các vấn đề về Thông tin đăng tải sản phẩm (Listing);
- Lưu kho các sản phẩm phổ biến với số lượng hợp lý để đáp ứng nhu cầu khách hàng.

Bạn có thể sử dụng các công cụ trong mục [Hàng lưu kho FBA](#) để theo dõi, lọc và hành động theo khuyến nghị của Amazon.



4

Điểm IPI của tôi ảnh hưởng đến Giới hạn sức chứa như thế nào?

Nếu có Tài khoản bán hàng chuyên nghiệp, bạn sẽ nhận được Giới hạn sức chứa dựa trên chỉ số hiệu suất hàng lưu kho (IPI) cùng với các yếu tố khác như dự báo doanh số bán hàng của ASIN, thời gian chờ giao hàng và năng lực của Trung tâm hoàn thiện đơn hàng. Bằng cách cải thiện Chỉ số hiệu suất hàng lưu kho (IPI), bạn có thể nhận được Giới hạn sức chứa cao hơn.



5

Làm sao tôi biết điểm IPI nào được dùng để xác định Giới hạn sức chứa của tôi?

Amazon sẽ thông báo trước **4 - 8 tuần** về ngưỡng IPI và khoảng thời gian đánh giá để xác định Giới hạn sức chứa. Bạn có thể xem điểm IPI hiện tại và các tuần đánh giá liên quan trong Trang tổng quan hiệu suất hàng lưu kho, ngay bên dưới điểm của bạn.



Nếu bạn vẫn còn thắc mắc cần được giải đáp, vui lòng tham khảo thêm: [Các câu hỏi thường gặp về Chỉ số hiệu suất hàng lưu kho \(IPI\)](#).

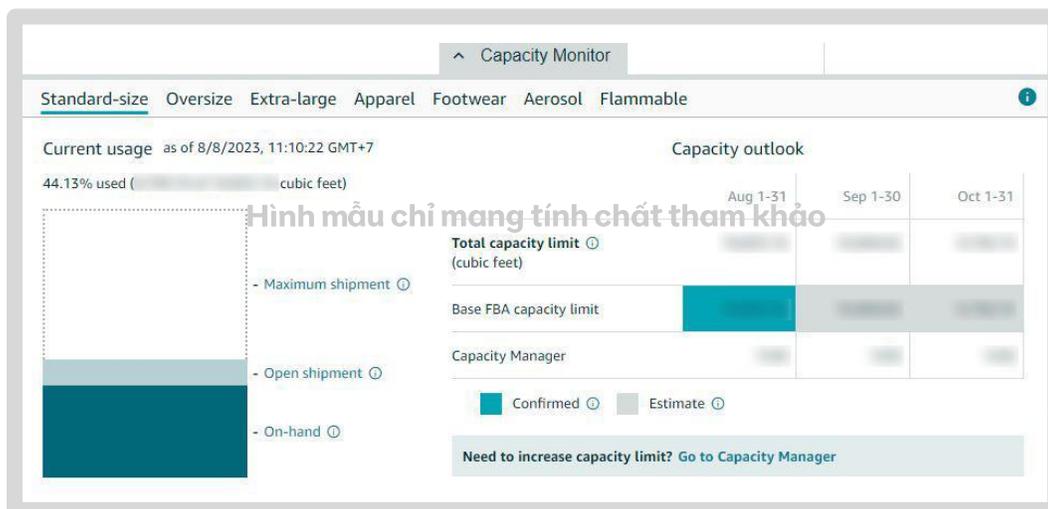
Để biết thêm chi tiết về Chỉ số IPI và cách cải thiện hiệu suất hàng lưu kho, bạn có thể tham khảo các tài liệu sau:

- [Trang Trợ giúp - Hiệu suất hàng lưu kho](#)
- [Tài liệu hướng dẫn cải thiện Chỉ số IPI](#)
- [Câu chuyện thành công về cải thiện Chỉ số IPI](#)
- [Tìm hiểu về Mức hàng lưu kho tối thiểu \(MIL\)](#)

3.2.2 Giới hạn sức chứa FBA (FBA Capacity Limit)

Dưới đây là bảng tóm tắt nội dung chính liên quan đến Giới hạn sức chứa FBA kèm đường dẫn tham khảo tài liệu trên Seller Central:

Chủ đề	Nội dung chính	Tài liệu tham khảo
Khái niệm về Giới hạn sức chứa FBA	Giới hạn sức chứa là số lượng hàng tối đa nhà bán hàng được phép gửi và lưu trữ trong hệ thống Trung tâm hoàn thiện đơn hàng của Amazon. Giới hạn này được tính theo tháng và đo bằng thể tích (foot khối).	Thông tin chi tiết về Giới hạn sức chứa FBA
Cách thiết lập Giới hạn sức chứa FBA	Amazon sẽ cập nhật mức Giới hạn sức chứa mỗi tháng, dựa trên nhiều yếu tố như Chỉ số hiệu suất hàng lưu kho (IPI), lịch sử bán hàng, dự báo doanh số bán hàng, tình trạng lưu kho, khả năng tiếp nhận của Trung tâm hoàn thiện đơn hàng,.... Nhà bán hàng có thể theo dõi mức dung lượng này qua công cụ Trình quản lý sức chứa trên hệ thống Seller Central.	<ul style="list-style-type: none"> • Thông tin chi tiết về Giới hạn sức chứa FBA • Video giới thiệu Giới hạn sức chứa FBA
Trình quản lý sức chứa FBA	Trình quản lý sức chứa FBA là công cụ hỗ trợ theo dõi và quản lý Giới hạn sức chứa, cho phép nhà bán hàng gửi yêu cầu tăng thêm sức chứa nếu cần.	<ul style="list-style-type: none"> • Video hướng dẫn • Thông tin chi tiết về Trình quản lý sức chứa



Tips

Vào **tuần thứ 3 của mỗi tháng** Amazon sẽ đặt ra Giới hạn sức chứa FBA cho tháng sắp tới và Giới hạn ước tính cho **2 tháng tiếp theo**. Nhà bán hàng có thể căn cứ vào thông số này để lập kế hoạch cho hàng lưu kho. Nếu muốn có thêm không gian lưu trữ, nhà bán hàng có thể yêu cầu Amazon tăng thêm Giới hạn sức chứa FBA theo nhu cầu của mình. Tuy nhiên, sức chứa bổ sung sẽ tùy thuộc vào khả năng nhận hàng của Trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC).

3.3 Hiểu rõ các loại báo cáo về hàng lưu kho

 Loại báo cáo	 Nội dung chính	 Tài liệu tham khảo
<p>Thống kê hàng lưu kho hiện có</p>	<p>Thống kê toàn bộ hàng trong hệ thống Trung tâm hoàn thiện đơn hàng, bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hàng đang nhập kho (Inbound) • Hàng không thể hoàn thiện (Unfulfillable) • Hàng đang được xử lý (Reserved) • Hàng có sẵn để bán (Available) 	<p>Xem báo cáo</p>
<p>Thời gian lưu kho & Dự báo chi phí lưu kho dài hạn</p>	<p>Đây là báo cáo đầy đủ nhất về tình trạng lưu kho. Báo cáo cung cấp chi tiết cho từng mã ASIN, bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thời gian lưu kho • Phụ phí lưu kho dài hạn ước tính • Doanh số theo thời gian • Số tuần bán hàng có thể duy trì (Weeks of Cover - WoC) 	<p>Xem báo cáo</p>
<p>Chi phí lưu kho theo ASIN</p>	<p>Báo cáo chi tiết về chi phí lưu kho, cách tính phí và thông tin lưu kho, thời gian lưu kho của từng ASIN.</p>	<p>Xem báo cáo</p>
<p>Hoàn trả & xử lý hàng trả lại</p>	<p>Theo dõi trạng thái các yêu cầu loại bỏ hàng (Removal Orders) của nhà bán hàng, bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hàng bị loại bỏ (Removal) • Hàng thanh lý (Liquidation) 	<ul style="list-style-type: none"> • Xem báo cáo • Tìm hiểu thêm về hoàn trả hàng



Tips

Để quản lý hàng lưu kho hiệu quả và tránh tình trạng thiếu hụt hoặc dư thừa, thừa, nhà bán hàng có thể áp dụng các biện pháp sau:

- Cài đặt cảnh báo tồn kho tự động trong Seller Central để nhận thông báo khi mức lưu kho kho giảm xuống dưới ngưỡng quy định.
- Phân tích dữ liệu bán hàng nhằm dự đoán nhu cầu và tối ưu hóa kế hoạch nhập hàng tiếp theo.

Phần 4: Tài liệu hữu ích

Nhà bán hàng có thể tham khảo thêm các nguồn tài liệu sau đây để cập nhật mới nhất về hướng dẫn bán hàng trên Amazon:



- Tài liệu cơ bản dành cho nhà bán hàng mới:
 [Thư viện kiến thức bán hàng trên Amazon](#)
- [Lịch đào tạo và Khóa học dành cho tất cả nhà bán hàng](#)
- Tài liệu nâng cao dành cho nhà bán hàng:
 [Học viện nhà bán hàng trên Seller Central](#)

Khám phá thêm nhiều ngành hàng khác cùng với 2 công cụ dành cho nhà bán hàng trên Amazon:

- Công cụ Trình khám phá cơ hội mua sản phẩm (OX):
 <https://sellercentral.amazon.com/opportunity-explorer>
- Công cụ Hướng dẫn về sản phẩm trên thị trường (MPG):
 <https://sellercentral.amazon.com/selection/category-insights>

