

FBA 大促籌備手冊

CONTENTS

目錄

01

時間表

- [大促籌備時間表](#) 04
- [大促籌備時間表：針對 Amazon 配送 \(FBA\) 賣家](#) 05
- [大促籌備時間表：針對自配送 \(MFN\) 賣家](#) 06

02

大促前

- 選品準備
 - [備貨計畫](#) 08
 - [新選品福利](#) 09
- 發貨準備
 - FBA 賣家
 - [建立貨件](#) 11
 - [發貨節奏](#) 24
 - MFN 賣家 26
 - [購買配送設定](#) 28
 - [配送時效設定](#) 29
- [FBA 入倉準備](#) 31

03

大促中

- FBA 庫存管理
 - [庫存健康](#) 40
 - [倉儲儀表板](#) 43
 - [倉儲容量管理器](#) 44
- FBA 尾端配送
 - [Amazon 配送](#) 45
- [FBA 網站拓展](#) 46
 - [北美：Amazon 配送遠端配送計畫 \(NARF\)](#) 47
 - [歐洲：Amazon 配送歐洲配送網路 \(EFN\)](#) 48
 - [歐洲：Amazon 配送歐洲整合服務 \(Pan-EU\)](#) 49
 - [其他網站拓展：亞馬遜多通路配送 \(MCF\)](#) 50

04

大促後

- [FBA 過剩處理](#) 52
- [MFN 售後服務](#) 53
- [MFN 退貨政策與計畫](#) 54

Amazon 配送大促籌備

時間表

大促籌備時間表



以 2024 年為例

Prime 會員日	3月	3月-4月	3月-4月	3月-5月	4月-6月	4月-8月	6月-7月	6月-7月	7月-8月
黑色星期五、 網路星期一	8月	8月-9月	8月-9月	9月-10月	10月-11月	10月-1月	11月-12月	11月-12月	12月-1月

*請松搢畫平八仔玫够便昂間拽科籌僭昂間茨

大促籌備時間表針對 Amazon 配送 (FBA) 賣家

月份		-4月	-3月	-2月	-1月	大促當月	+1月 -3月	+2月 -2月	-1月	大促當月	+1月	+2月	+3月
時間節點			Deal 活動 (限促) 提交截止日		大促入庫截止日 Prime 會員日 大促	Prime 會員日 大促		Deal 活動 (限促) 提交截止日		大促入庫截止日 BFCM 大促			
Amazon 配送賣家銷售	頭程物流	發貨準備	海運發貨 頭程預約	海運發貨最後 時間 空運發貨	空運補貨	空運補貨	發貨準備	海運發貨 頭程預約	海運發貨最後 時間 空運發貨	空運補貨			
	庫存管理	入庫準備 商品預處理 過剩庫存處理	入庫 AWD 或 倉儲容量管理	入庫 AWD 或 倉儲容量管理	大促營運 倉儲容量管理	不可售庫存處理 過剩庫存處理	入庫準備 過剩庫存處理 不可售庫存處理	入庫 AWD 或 倉儲容量管理	入庫 AWD 或 倉儲容量管理	大促營運 倉儲容量管理	不可售庫存處理 過剩庫存處理	不可售庫存處理 過剩庫存處理	
	尾端配送		審查商品限制 政策	選擇對應的 優惠計畫	提前篩查, 預 防高退貨率	處理退貨	處理退貨	審查商品限制 政策	選擇對應的 優惠計畫	選擇對應的 優惠計畫	處理退貨	處理退貨	
其他		選品, 確認商品 生產計畫	確認銷售計畫				選品, 確認商品 生產計畫	確認銷售計畫					
以2023年為例		三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月	次年一月	次年二月

大促籌備時間表：針對自配送 (MFN) 賣家

月份	-4月	-3月	-2月	-1月	大促當月	+1月 -3月	+2月 -2月	-1月	大促當月	+1月	+2月	+3月
時間節點			Deal 活動 (限促) 提交截止日	大促入庫截止日 Prime 會員日 大促	Prime 會員日 大促		Deal 活動 (限促) 提交截止日		大促入庫截止日 BFCM 大促			
賣家自行配送		海外倉入倉準備	配送設定準備 海外倉庫存管理	自配送承運方準備	售後準備	售後及退貨處理 海外倉入倉準備	售後及退貨處理 配送設定準備	自配送承運方準備	售後準備	售後及退貨處理		
其他	選品, 確認商品 生產計畫	確認銷售計畫				選品, 確認商品 生產計畫	確認銷售計畫					
以2023年為例	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月	次年一月	次年二月

Amazon 配送大促籌備

大促前

選品準備 – 備貨計畫

提前做好備貨計畫，防止旺季補貨不及時

隨著旺季期間訂單量的增加，各位賣家在發貨/補貨的數量和週期方面需要做出調整，提前做好備貨計畫，以防需求量突然提升或者產業的影響，而手忙腳亂。

01

提前做好排期計畫，提前與供應商協商下單，確保貨物供給。

02

參照往年旺季銷售點數，考慮目前產業環境，預估今年年中旺季的銷售量，確定備貨量。

03

提前制定發貨/補貨節奏，建議批量入庫當地倉庫，再根據實際情況調整補貨節奏。

選品準備 – 新選品福利

「新選品計畫」，低至 0 成本 FBA 測新品！



目前版本於 2024 年 3 月發布，新舊賣家均適用



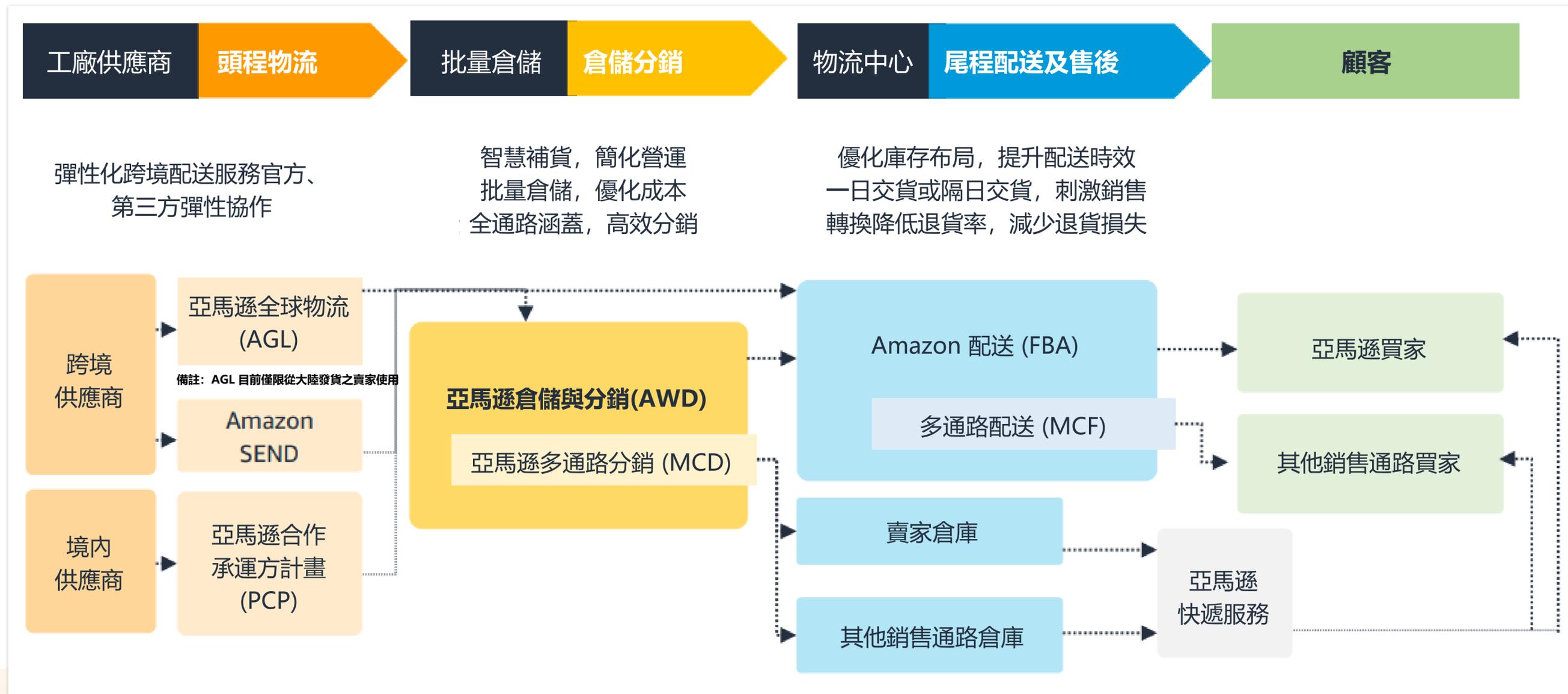
1. 已有 Amazon 配送 (FBA) 賣家必須註冊後才能加入 ([註冊連結](#))
2. 加入 Amazon 配送的新賣家 (2024 年 3 月 1 日或之後上架首個可供購買 ASIN 的 90 天內建立首個 FBA 貨件) 將自動加入本計畫

站點	福利	賣家參與資格	ASIN 參與資格
美國站、加拿大站、日本站、英國站、法國站、德國站、義大利站、西班牙站	平均 10% 銷售額返還 (日本平均 5%)，免費倉儲、免費退貨處理、免費移除 (大量清倉僅限美國和歐洲站點)	<ul style="list-style-type: none">• Amazon 配送 (FBA) 賣家• 庫存績效指標分數 (IPI) 達 300 分或以上，或尚未取得 IPI 分數 (向物流配送中心發送新 ASIN 時) 的賣家方符合參與資格• 專業賣家	<ul style="list-style-type: none">• 新加入 Amazon 配送 (FBA) 的父 ASIN• 2024 年 3 月 1 日後發送到物流配送中心的 ASIN• 符合要求的產品類別的 ASIN*
墨西哥站、阿拉伯聯合大公國站、沙烏地阿拉伯站、新加坡站、澳洲站	免費倉儲、免費退貨、免費移除	<ul style="list-style-type: none">• 專業賣家• Amazon 配送 (FBA) 賣家	<ul style="list-style-type: none">• 新加入 Amazon 配送 (FBA) 的 ASIN• 2024 年 3 月 1 日後發送到物流配送中心的 ASIN• 符合要求的產品類別的 ASIN*

FBA 發貨準備 - 亞馬遜供應鏈整體解決方案 (SCA)

supply chain by amazon

亞馬遜供應鏈整體解決方案整合亞馬遜多項優勢服務，充分運用亞馬遜先進技術與供應鏈能力，協助賣家快速高效地將商品從源頭直接配送至全球顧客手中。同時不僅支援亞馬遜平台，更涵蓋非亞馬遜銷售通路的倉儲與配送需求。



FBA 發貨準備 – 建立貨件

• Amazon 配送發貨流程：發送至亞馬遜 (STA)

如果您使用 Amazon 配送 (FBA)，您需要將庫存運送到亞馬遜，具體步驟包括建立貨件、包裝商品並使用您選擇的承運方將其運送到亞馬遜指定的物流中心，而**建立貨件是您向 Amazon 配送中心發送貨件的第一步。**

目前，Send to Amazon 是預設且唯一的 FBA 建立貨件操作流程。

賣家可以登入亞馬遜賣家平台，按一下【庫存>管理亞馬遜貨件】，在頁面頂端選擇【Send to Amazon】。在 Send to Amazon 頁面上，按照頁面提供的步驟完成建立貨件。

按一下[此處](#)查看完整圖文及影片教學



Send to Amazon 的優勢



批量操作，流程簡單

更簡化的流程步驟幫助您節省建立貨件的時間，多種發貨方式都可以在同一流程內完成，您還可以批量上傳產品刊登資訊，節省逐一手動填寫的時間。



重複使用範本，操作省時

建立可重複使用的範本，在每次發/補貨時，無須重新輸入箱內物品資訊、包裝箱重量和尺寸，以及貨件的預處理和貼標籤詳細資料。



費用直覺化，比較擇優

選擇最佳庫存配送方案，比較預估的承運方費用，讓您能在單個包裝箱（發往亞馬遜的小包交貨）或棧板（安排零擔或整車裝載 (FTL) 運輸至亞馬遜）兩種配送方式中做出最優選擇。

SCA 頭程物流

亞馬遜全球物流 (AGL)

備註：AGL 目前僅限從大陸發貨之賣家使用

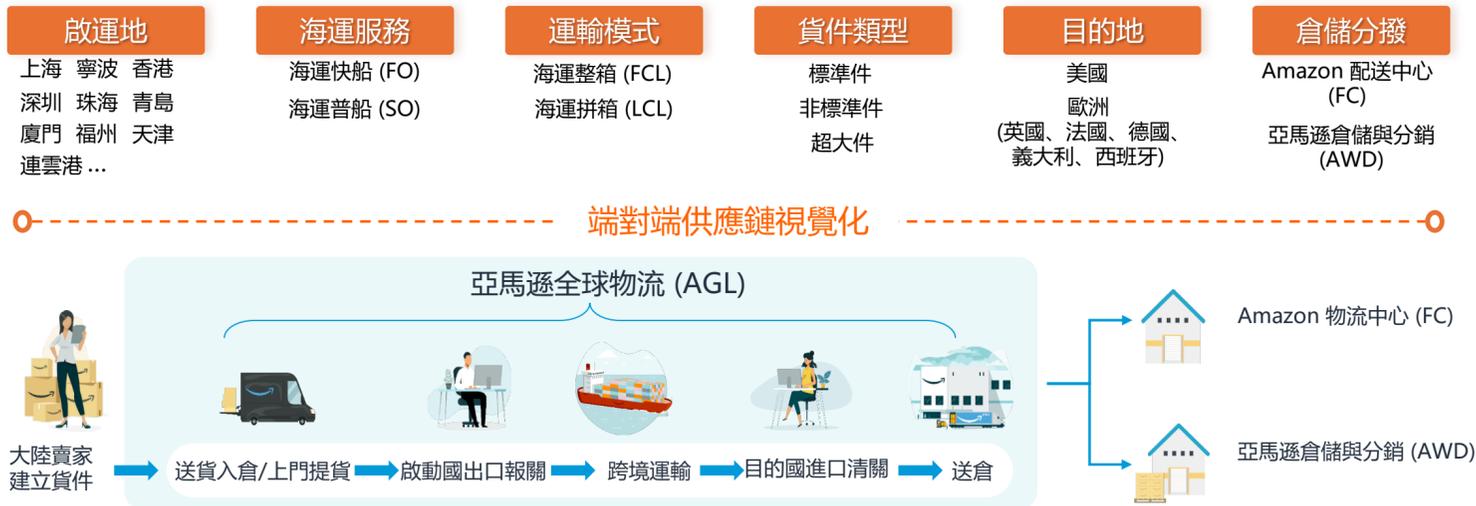
官方物流服務，引領航向

2024 年中美航線年度海運全球排名第三*

亞馬遜全球物流 (Amazon Global Logistics, AGL) 作為亞馬遜供應鏈整體解決方案 (Supply Chain by Amazon) 的核心環節，為 FBA 賣家提供**穩定、高效、方便的官方跨境配送服務**，靠著亞馬遜強大的物流網路、運輸基礎設施及先進技術，將貨物運送至多元倉儲分銷網路，滿足賣家多樣化的物流與倉儲需求，助您在供應鏈管理中贏得先機。

開通 AGL 服務後，賣家可透過賣家平台或亞馬遜全球物流訂艙平台體驗**一站式跨境配送管理**，從補貨/發貨、下單訂艙、入倉、付款到查詢貨件狀態，皆可透過賣家平台全程追蹤，**實現全流程視覺化管理**。

亞馬遜全球物流 (Amazon Global Logistics) 的跨境解決方案



*亞馬遜全球物流 (營運主體為：北京世紀卓越快遞服務有限公司)，依據無船承運方於 2024 年第一季大陸到美國航線的票數統計排名；數據來源於公眾號：羅傑把酒看航運



掃描 QR Code 開通

亞馬遜跨境合作承運方計畫 (SEND)

由亞馬遜篩選的物流合作承運方將賣家入倉貨件從台灣發往目的國亞馬遜倉庫，提供一站式 FBA 頭程入倉服務，具備彈性高效、履約穩定、價格優勢、簡化營運、優先入倉等特點。SEND 已開通台灣至美國的空運及快遞服務。

[SEND 完整教學文件](#)



大促前

大促中

大促後

返回

Amazon SEND (亞馬遜合作跨境承運方計畫) 服務優勢

Amazon SEND (亞馬遜跨境承運方計畫)

由亞馬遜篩選的物流合作承運方，將賣家入倉貨件從台灣運往目的國亞馬遜倉庫，為賣家提供一站式 FBA 頭程入倉服務。

履約穩定

由亞馬遜篩選的物流合作承運人提供服務，承諾95%履約率*。

*履約率由承運商承諾

價格優勢

賣家使用亞馬遜協定價，價格比同時效產品約低5%-20%*，降低頭程物流成本。

簡化營運

頭程入倉流程一站式整合到亞馬遜賣家平台完成。合作承運人提供門到門全程服務和專業的清關服務，減少運營成本。

追蹤透明

頭程入倉流程整合到亞馬遜賣家平台，貨件建立、標籤、追蹤都在賣家中心完成。

Amazon SEND – 時效與費率

2025 Q2Q3 空運門到門費率 (美金/公斤)

承運商: 金匯國際物流

重量	美西	美中	美東
運輸天數	7-8工作天	9-10工作天	10-12工作天
8-24kg	\$7.13	\$7.68	\$7.92
25-49kg	\$6.80	\$7.26	\$7.39
50-99kg	\$5.95	\$6.10	\$6.20
100+kg	\$5.75	\$5.95	\$6.00

2025 Q2Q3 快遞門到門費率 (美金/公斤)

承運商: UPS

重量	Expedited	Express Saver
運輸天數	5 - 7 工作天	2 - 3 工作天
1-10 kg	\$8.26	\$8.76
11-30 kg	\$6.70	\$7.10
31-50 kg	\$6.65	\$7.05
51-100 kg	\$6.09	\$6.45
>100 kg	\$6.10	\$6.47

空運SEND官方LINE帳號



電話: 886-2-26530032 *138

快遞SEND UPS LINE帳號

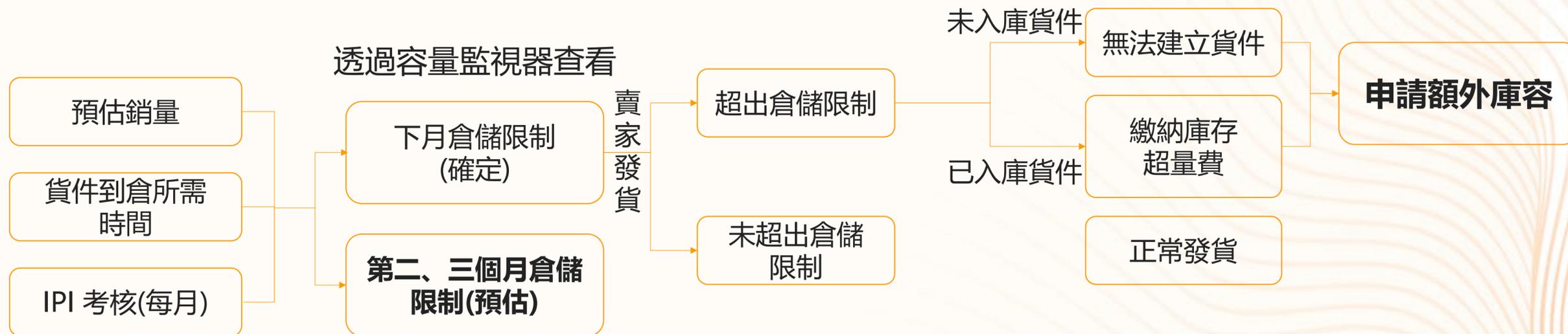


電話: 0800 365 868

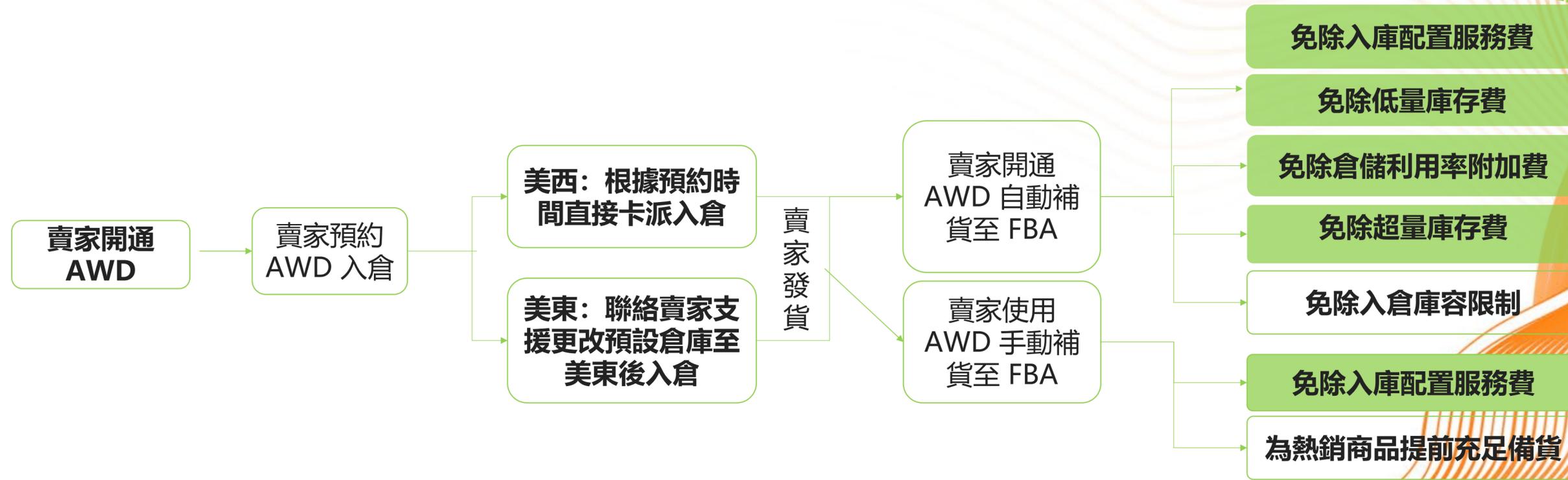
- 費用包含兩地卡車費、兩地報關費、空運費與進口代理人費用 (快遞如需正式報關需另外計算)
- 材積重計算方: 空運 - 長X寬X高/6000, 快遞 - 長X寬X高/5000
- 提貨至送達美國FBA倉, 均不收額外手續費

FBA 發貨準備 – 使用 AWD 的入倉流程

Amazon 配送入倉流程



AWD 入倉流程



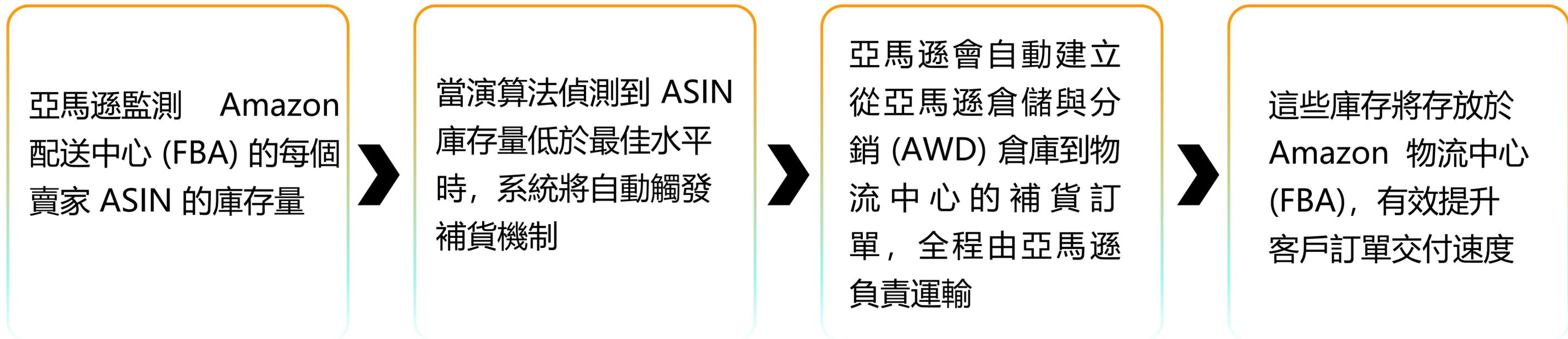
FBA 發貨準備 – 批量發貨至 AWD，確保旺季安全庫存



*您可以使用任意頭程物流承運方發貨至AWD倉庫，AGL 目前僅限從大陸發貨之賣家使用

AWD 如何自動補貨

貨物進入亞馬遜倉儲與分銷 (AWD) 倉庫後，賣家可以選擇亞馬遜自動補貨或手動補貨。
當賣家選擇自動補貨時，亞馬遜會透過一系列演算法，代表您自動向 Amazon 配送中心 (FBA) 補貨。



省心省力

避免缺貨

無庫容限制

免附加費用

FBA 發貨準備 – AWD 的優勢

智慧入倉 FBA, 高效分銷全通路

無懼斷貨

- 依演算法智慧補貨至 FBA, 提升配送效率
- 入庫後商品立即可被搜尋與購買
- 無庫容限制, 隨時入庫
- 入庫與出庫時效穩定

優化成本

- 相較於 FBA, AWD 的批量倉儲費用更低, 且無旺季調價
- 維持 FBA 合理庫存, 避免低量庫存費/超量庫存費/倉儲利用率附加費

多通路擴展

- 透過多通路分銷 (MCD), 將商品批量運送至其他銷售通路, 實現單一庫存池管理全通路供貨

簡化營運

- 單點入倉, 代為分倉調撥
- 追蹤透明, 隨時透過賣家中心查看庫存及補貨狀態

FBA 發貨準備 – 哪些商品可以使用 AWD

ASIN 條件

✓支援標準件 ASIN：產品長度/寬度/高度均不超過 25 英寸，重量不超過 50 磅

✗不支援以下 ASIN：危險品、需溫度控制、帶電產品、混裝 ASIN 紙箱



配送方式

目前只接受目的國為美國，頭程方式不受限。
可運送的箱子：任何一側都小於 25 英寸且重量不超過 50 磅的箱子，**單個箱子只能包含 150 件單一 SKU 的商品，不能混裝。**



未來，AWD 會開放帶電產品，敬請期待.....

FBA 收入計算機

Amazon 配送收入計算機是一個**免費**預覽工具，賣家可透過選擇不同配送通路來比較商品的預計成本及收入，輕鬆查看每種配送選項需支付的費用，也可透過輸入預計銷量來計算總收入以及單件售出商品預計費用。

複製連結到瀏覽器中開啟，或掃描下方 QR Code 進入：<https://sellercentral.amazon.com/hz/fba/profitabilitycalculator/>

Amazon 配送收入計算機可計算的費用：

1. 銷售佣金
2. 亞馬遜商城所售商品的 Amazon 配送費用，包括鋰電池費和大件商品特殊處理費 (如適用)
3. Amazon 配送入庫配置服務費用
4. 月度倉儲費 (計算機假定庫存商品儲存在所選國家/地區)
5. 長期倉儲費
6. 可變交易手續費

注意：應支付的費用和顯示的利潤為預估值，可能會有所變動。



AWD 如何收費

亞馬遜倉儲與分銷 (AWD) 費用包含三類：**倉儲費、處理費和運輸費，無其他額外費用。**

AWD 基本費率	2025 年 4 月 1 日之後
倉儲費 (基本費率)	\$0.48/立方英尺/月
處理費 (基本費率)	入庫處理費: \$1.35/箱 出庫處理費: \$1.35/箱 (僅在入庫和出庫時一次性收取)
運輸費 (基本費率)	\$1.15/立方英尺

符合條件，即可享有 **AWD 優惠費率方案**，共分兩級：

AWD 折扣費率	具體折扣	需滿足條件
智慧倉儲費率	倉儲費享 9 折 \$0.48→\$0.43/立方英尺/月	1. 自動補貨率 ≥70% 過去 90 天內該 SKU 的 70% 或更多庫存是透過 AWD 自動補貨至 FBA 2. 總歷史供貨天數 ≥70 天 該 SKU 在 AWD 和 FBA 中的庫存量必須等於或大於 70 天
亞馬遜管理費率	倉儲費享 8 折 \$0.48→\$0.38/立方英尺/月 運輸費享 9 折 \$1.15→\$1.04/立方英尺	使用亞馬遜供應鏈智慧託管服務，即： 1. 使用亞馬遜全球物流 (AGL)、Amazon SEND 或合作承運方計畫 (PCP) 作為上游運輸或承運服務供應商 2. 自動補貨率 ≥70% 過去 90 天內該 SKU 的 70% 或更多庫存是透過 AWD 自動補貨至 FBA 3. 總歷史供貨天數 ≥70 天 該 SKU 在 AWD 和 FBA 中的庫存量必須等於或大於 70 天

AWD 收費範例



假設:

AWD 庫存當月平均倉儲體積: **20 立方英尺**

當月入庫 AWD 箱數: **1 箱**

當月出庫 AWD 補貨至 FBA 箱數: **1 箱 (1.5 立方英尺)**

基本費率	智慧倉儲費率	亞馬遜管理費率
倉儲費 = $\$0.48 \times 20 = \9.60 入庫處理費 = $\$1.35 \times 1 = \1.35 出庫處理費 = $\$1.35 \times 1 = \1.35 運輸費 = $\$1.15 \times 1.5 = \1.725	倉儲費 = $\$0.43 \times 20 = \8.60 入庫處理費 = $\$1.35 \times 1 = \1.35 出庫處理費 = $\$1.35 \times 1 = \1.35 運輸費 = $\$1.15 \times 1.5 = \1.725	倉儲費 = $\$0.38 \times 20 = \7.60 入庫處理費 = $\$1.35 \times 1 = \1.35 出庫處理費 = $\$1.35 \times 1 = \1.35 運輸費 = $\$1.04 \times 1.5 = \1.56
AWD 當月費用 = 倉儲費 + 處理費 + 運輸費 = \$14.025	AWD 當月費用 = 倉儲費 + 處理費 + 運輸費 = \$13.025	AWD 當月費用 = 倉儲費 + 處理費 + 運輸費 = = \$11.86

AWD 費用節省範例

相比 FBA Amazon 物流中心，AWD 的平均倉儲費更低：

- 每箱的商品件數越多，每件商品節省的平均倉儲費越多
- AWD 在非旺季 (1 月-9月) 和旺季 (10 月-12 月) 的收費相同，因此，旺季使用 AWD 能節省更多倉儲費



賣家 A	
每箱件數：12	箱子平均體積：1.5 立方英尺
FBA 可維持銷售周數 (WOC)：12 周	件數：約 17 萬 60% 非旺季，40% 旺季



賣家 B	
每箱件數：35	箱子平均體積：1.5 立方英尺
FBA 可維持銷售周數 (WOC)：12 周	件數：約 43 萬 60% 非旺季，40% 旺季

使用 AWD 節省的費用		
	激	整合費率
非旺季 (1 月-9 月)	20.9% 每件	32.3% 每件
旺季 (10 月-12 月)	57.5% 每件	63.7% 每件
全年大約節省*	\$ 65,258	\$ 78,717

使用 AWD 節省的費用		
	基本費率	整合費率
非旺季 (1 月-9 月)	63% 每件	68% 每件
旺季 (10 月-12 月)	73% 每件	77% 每件
全年大約節省*	\$ 172,093	\$ 183,841

同時，還能節省以下費用：

- 入庫配置服務費
- 倉儲利用率附加費
- 低量庫存費
- 超量庫存費

同時，還能節省以下費用：

- 入庫配置服務費
- 倉儲利用率附加費
- 低量庫存費
- 超量庫存費

FBA 發貨準備 – 發貨節奏

關注物流時效變化，及時調整發貨節奏

旺季可能會對港口營運、集卡運輸、物流倉儲等方面造成不同程度的影響，例如拖車、貨運司機等資源短缺，價格上漲，運輸時效延遲等。

旺季期間商品跨境配送運輸和 FBA 商品入庫的所需時間也可能會比平時延長。因此，賣家需要在綜合考慮的基礎上，多留意最新情況，**彈性選擇跨境配送運輸方式並合理規劃發貨時間。**

小訣竅

如果出現特殊情況，部分港口和倉庫可能會臨時管控而影響正常營運。每個物流承運方可能會有不同的解決方案。在此提醒大家，多留意相關政策最新情況，時刻追蹤跨境配送形勢變化，彈性調整發貨計畫，以免影響出貨。

右述門到門運輸時效的預估，是基於截止到 2022 年 3 月 22 日的行情而做的平均時效預估，具體運輸時效可能會由於旺季行情變化等因素發生變化，僅供參考。

您可以根據 FBA 入倉截止時間及運輸時效的預估，倒推出最晚發貨時間。建議您提早安排發貨，適當多預留 1-2 週或更長的運輸時間，防止突發事件等不確定因素的影響，以及旺季物流運輸可能產生的運力資源短缺等情況。

門到門平均運輸時效預估								
目的國	運輸方式							
	海運整櫃普船	海運拼櫃普船	海運拼櫃普船	海運拼櫃普船	海運拼櫃普船	海運拼櫃普船	空派	快遞
美國	45-55 天 (美西)	50-60 天 (美西)	21-30 天 (美西)	25-38 天 (美西)	該航線沒有此服務	該航線沒有此服務	10-15 天	5-7 天
	55-65 天 (美東)	60-70 天 (美東)						
歐洲	50-60 天	55-65 天	該航線沒有此服務	該航線沒有此服務	35-45 天	30 天	10-15 天	10 天
日本	12-15 天	55-65 天	該航線沒有此服務	該航線沒有此服務	該航線沒有此服務	該航線沒有此服務	10 天	3-5 天

FBA 發貨準備 – 發貨節奏

對於FBA賣家，我們的建議是

提前安排運輸



您需要提早諮詢物流商或者貨運代理，了解最新時效和運費情況。綜合自身實際情況和運輸時效變化，提前規劃發貨/補貨計畫，提前預約船期/艙位，儘量預留更多的運輸時間。

入倉提前預約



空運和海運入倉都需要提前預約，建議您儘量選擇更熟悉FBA入倉流程的物流公司。零擔(棧板)貨運卡車和集裝箱卡車入倉，需要更長的等候時間排隊入庫。

「海加派」或「空加派」



「海加派」或「空加派」的配送方式即目的國內的尾程運輸使用快遞的方式進行入倉。請讓您簽約的物流商及時提供尾程快遞的追蹤單號上傳到賣家平台。同時，也可以在目的國當地選擇 Amazon 合作承運方，運輸您的貨件入倉。

獲得免入庫配置費選項 按一下查看指南



想要獲得「亞馬遜優化的貨件拆分」，以免除入庫配置服務費，請確保您的貨件同時滿足以下兩個條件：
每件商品 (SKU) 至少包含 5 個相同的紙箱或棧板；
每個紙箱或棧板中，必須包含相同的商品組合，且每件商品在每個紙箱或棧板中的數量也必須相同。

批量入庫至 AWD



批量入庫至 AWD，開啟自動補貨模式，避免爆倉和缺貨。
AWD 不受庫容限制，入庫 AWD 商品即可被搜尋和購買，省事省心防缺貨，批量存儲降低成本。有效避免旺季爆倉和缺貨！

使用更快的運輸方式



快遞方式入倉 (如 UPS、DHL Express、FedEx) 不需要入倉預約，可以確保賣家的貨物快速及時入倉，並避免長時間等候而錯過旺季熱銷。

*請確保在賣家平台建立貨件的過程中選擇「Small parcel delivery (SPD)」及正確的國際快遞公司名稱。

MFN 發貨準備 – 旺季籌備

績效穩

自我檢查五大**績效指標**，保障旺季銷售權限，**心態穩**

使用「**購買配送**」服務保障配送績效，**指標穩**

反應快

使用亞馬遜客戶服務 (CSBA)，買家問題**回覆快**



時效準，流量高

善用**配送設定自動化功能 (SSA)**，到貨時間**預測準**

提報 **Prime 會員獨家折扣**，獲取更多高品質流量，提高**銷量和轉化**

MFN 出貨準備 – 出貨節奏

對於自配送賣家，我們的建議是

建議您及時聯絡您的物流承運方和倉庫，確定您的物流承運方和倉庫在此期間是否可以正常攬收貨件及發貨。並根據需要做好以下安排：

自行配送 (MFN) ASIN 可以正常銷售



如果您的自行配送 (MFN) ASIN 可以正常銷售，而處理時間和物流運輸時間會延長，建議您根據實際情況，即時調整您的備貨/處理時間 (Handling Time) 和物流運輸時間 (Transit Time)。

部分自行配送 (MFN) ASIN 可以正常發貨



如果您有部分自行配送 (MFN) ASIN 可以正常發貨，建議您對不可以正常發貨的自行配送 (MFN) ASIN 進行暫時停售處理：登入【賣家平台】--【庫存】--【管理庫存】--在【商品狀態】選擇【在售】--在【配送類型】的地方選擇【賣家】--在【編輯】按鈕中選擇【停售商品】

所有自行配送 (MFN) ASIN 均無法配送

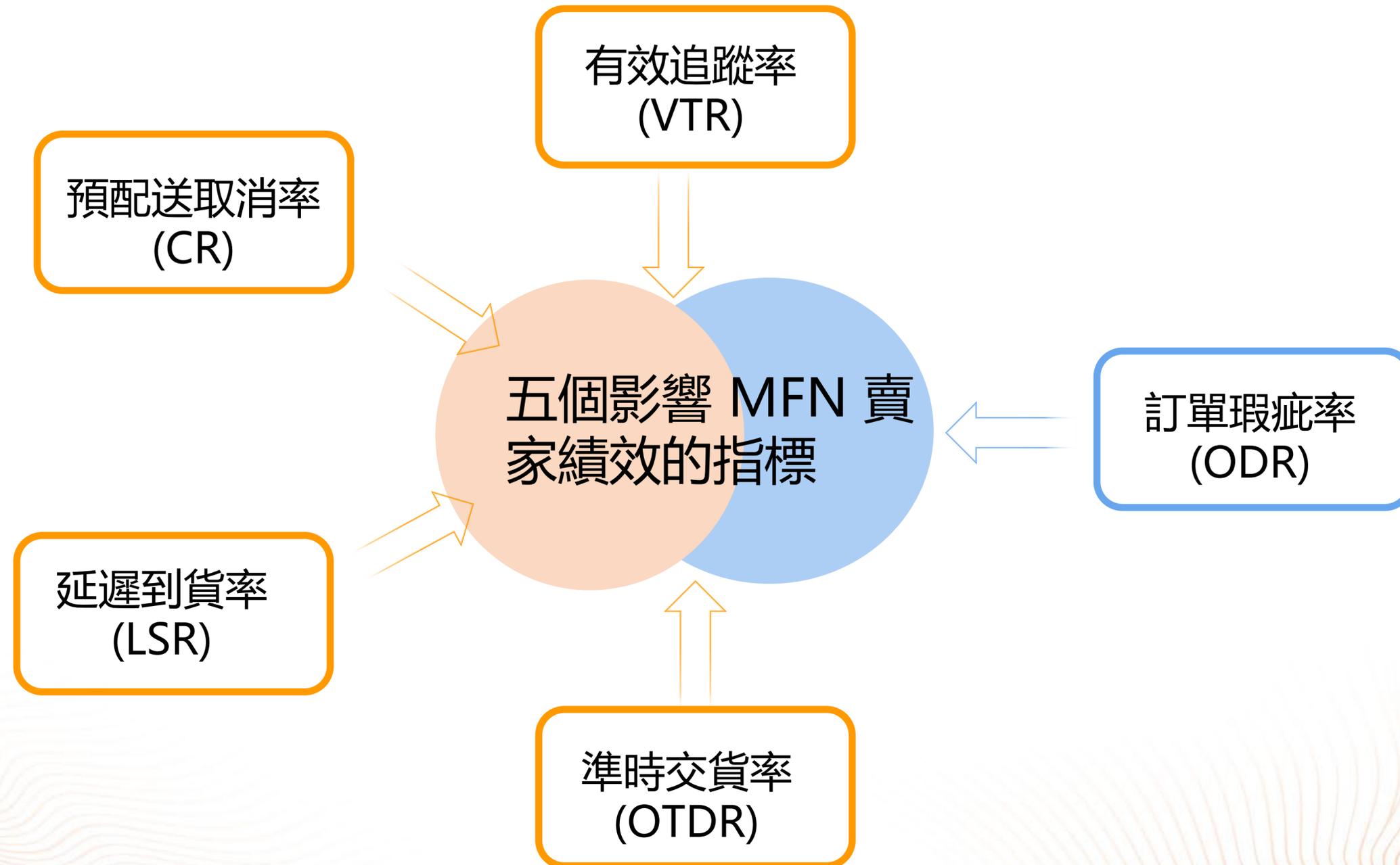


如果您沒有支援攬收、配送的物流承運方或您的倉庫商品無法交付給物流承運方，即您的所有自行配送 (MFN) ASIN 都無法配送，建議您開啟「假期模式」。

請注意：開啟假期模式只會影響您的自行配送 (MFN) Listing，您使用 Amazon 配送 (FBA) 出售的商品還會正常接收買家訂單。

MFN 出貨準備 – 配送績效指標

您可以了解影響 MFN 賣家績效的指標



*註：橘色圖形內指標僅適用於賣家自配送訂單

MFN 發貨準備 – 「購買配送」服務設定

- 自配送 (MFN) 賣家發貨準備 [按一下下載「購買配送」服務指導手冊](#)



▭「購買配送」服務 ▭ 第三方廠商承運方 ▭ 海外倉

使用「購買配送」服務或第三方廠商承運方後，除列印標籤和打包發貨外其他步驟全部由亞馬遜或第三方廠商承運方完成。

MFN 發貨準備 – 時效優化

• 自配送 (MFN) 賣家配送時效設定

預計配送時間 = 備貨 / 處理時間 + 物流運輸時間 + 任何節假日 (如有)

開啟 SSA 之前

賣家自行設定

賣家預估填寫

難

系統自動新增

開啟 SSA 之後

賣家自行設定

系統動態計算
最新運輸時間

準

系統自動新增

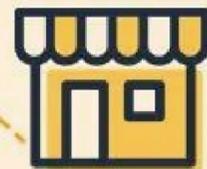
根據所選物流商及產品線動態計算!



發貨地址



送達



買家地址

配送設定自動化 (Shipping Setting Automation, 簡稱 SSA) : 您只需要在 SSA 中設定您的**出貨地**和**使用的物流服務**, SSA 會根據這些資訊, **自動計算**從出貨地址送達買家地址所需的運輸時間, 以此提高預計配送時間的準確性。

該**免費功能**可以幫助自配送賣家**有效優化預計到貨時間**, 輕鬆開啟, 動態計算, 提高準確性!

目前 SSA 已在**美國、歐洲 (英國/德國/法國/義大利/西班牙)、日本站、澳洲站**全面開放。

FBA 入倉準備

• Amazon 配送 (FBA) 旺季入倉 6 大黃金法則

黃金法則 1：檢查庫容限制和商品入倉資格

順利入倉第一步，您需要先確認您的商品是否被允許入倉，主要從以下兩方面來考量：

①查看 Amazon 配送 (FBA) 商品入倉數量限制及可用庫容情況

目前，歐美 FBA 賣家僅收到單一 Amazon 配送倉儲容量限制，這一限制將同時適用於入庫體積和在庫體積，賣家需要考慮現有額度，組織發/補貨計畫。

▶ 請注意！

無論您的 IPI 分數是否達標，在歐美網站都會受到 Amazon 配送 (FBA) 補貨數量限制！

②審查商品是否符合 Amazon 配送 (FBA) 商品限制政策

雖然多數賣家可能認為這是基本常識，但根據近期收到的案例回饋，我們仍需再次強調：在使用 Amazon 配送 (FBA) 銷售商品前，請務必詳閱 FBA 商品政策，明確可配送商品的規範要求。

您可以造訪賣家平台，查看「[Amazon 配送商品限制](#)」說明頁面

黃金法則 2：匹配並完善產品刊登資訊

確認商品可以入倉後，還需要檢查商品編碼、分類、尺寸等資訊是否準確無誤，避免由於商品刊登出現問題，導致產生無在售資訊的亞馬遜庫存。此時，您需要特別注意以下兩點：

①確認 EAN/UPC 是否與 ASIN 相匹配，ASIN 是否與 Amazon 配送 (FBA) 編碼 (FNSKU) 一致

②完善產品刊登資訊，填寫重要的 ASIN 屬性

請您務必提供完整、準確的最新數據。



FBA 入倉準備

• Amazon 配送 (FBA) 旺季入倉 6 大黃金法則

黃金法則 3：做好商品預處理工作

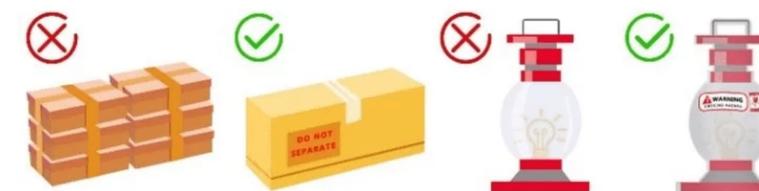
「實名」後的商品即將踏上運輸道路，在這之前，您需要按照要求對您的商品進行預處理，以確保您的商品能夠被 Amazon 配送 (FBA) 物流中心順利接收入庫。預處理主要分三步走：

▲ 第一步：做好商品包裝

在包裝單件商品時，請注意根據您的商品特性，按照以下要求包裝產品：

- ▲ **成套產品包裝**：Amazon 配送 (FBA) 不負責組裝，因此組裝/套裝產品不能分離
- ▲ **包裝的密閉性和強度**：適用於粉末、液體、流體、絨毛製品、易碎物品等
- ▲ **包裝的安全性**：適用於塑膠袋防窒息、鋒利物品、易碎品、帶電池物品、高貨值物品等
- ▲ **貼標籤**：需要按要求貼亞馬遜標籤、重物標籤、安全警示標籤、混裝發貨標籤等
- ▲ **行銷材料**：亞馬遜不接受行銷材料(如預定價的標籤、宣傳冊、商品價格標籤或其他非亞馬遜標籤)
- ▲ **易融或具有有效期的商品**：適用於食品、電池、需要溫控的物品等
- ▲ **其它**：包含但不限於其它客戶須知或產業要求必須註明的資訊等

💡 包裝小課堂



套裝不拆分，易碎品完全固定。



紡織品需密封塑膠袋有窒息警告標籤。



包裝液體、乳膏等需雙重密封。

FBA 入倉準備

• Amazon 配送 (FBA) 旺季入倉 6 大黃金法則

▲ 第二步：做好商品裝箱處理

在商品裝箱的過程中，您是否也犯過以下的錯誤呢？這可都是小編在運輸現場看到的真實案例哦。

在包裝整箱貨件時，請注意貨件需要符合以下要求：



✘ 危險包裝：

用了扎帶以及訂書針，容易誤傷物流中心工作人員。



✘ 無外包裝：

直接使用銷售包裝易導致商品損壞。

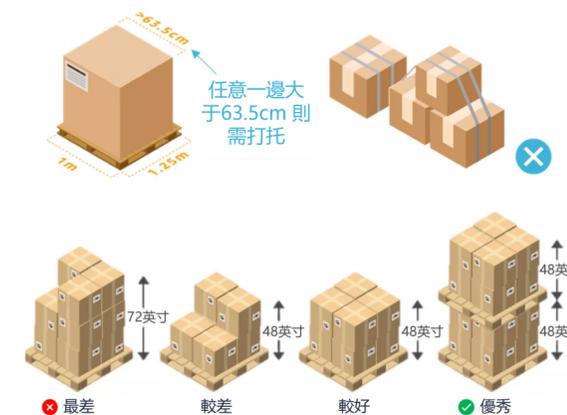


✘ 過度包裝：

打包膜過分纏繞導致貨件難以分離。

◆ 安全性

紙箱任意一邊尺寸不得超過 63.5cm (日本站尺寸不得超過 50cm×60cm×50cm)，超過則要放置在 1m×1.25m 的棧板上 (英國站放置在 1.2m×1m，歐洲其他站放置在 1.2m×0.8m 的棧板上)。



💡 整箱貨件包裝建議

以下是亞馬遜建議您採用的雙層棧板紙箱堆疊方式 (1in=2.54cm)，Amazon 配送中心接受雙層棧板，前提是棧板必須能夠安全裝卸，且不會在運輸過程中造成商品殘損。您可以根據需要雙層堆疊棧板，以便盡可能提高貨運效率。請遵循有關雙層託盤的下述指南：

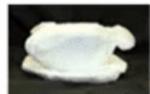
- ▲ 兩個棧板堆疊的總高度不得超過 100.00 英寸即 254 公分 (每個棧板 50.00 英寸即 127 公分)。
- ▲ 棧板頂部與集裝箱頂部之間至少留出 6 英寸即 15.24 公分的空間，以便叉車安全卸載棧板。
- ▲ 箱子應均勻整齊疊放，不得讓箱子露出棧板邊緣。
- ▲ 箱子應堆疊在旋轉層中，以確保貨堆穩固。
- ▲ 堆磚法：較重的箱子應放在貨堆底層和棧板上，以防止較輕的箱子被壓扁或損壞。
- ▲ 堆疊箱子時應確保側面和頂部齊平，以確保貨堆穩固。
- ▲ 堆疊棧板時留出足夠的空間，以便卸載。
- ▲ 堆疊棧板的重量和箱子堆疊位置應居中，以確保穩固，並防止棧板在運輸過程中傾斜或掉落。

FBA 入倉準備

• Amazon 配送 (FBA) 旺季入倉 6 大黃金法則

◆ 包裝材質要求

紙箱不能用打包帶、鬆緊帶、膠帶附加打包帶來捆綁；
不能使用大型訂書釘或尼龍纖維膠帶。

建議使用的包裝材料範例		不建議使用的包裝材料
 (氣泡膜包裝)	氣泡膜包裝	泡沫條
 (包裝紙材)	完整的紙張 (較厚重牛皮紙為佳)	碎紙包裝
	可充氣的充氣墊	碎紙
 (氣墊緩衝材)	聚乙烯泡沫板	聚酯泡沫碎屑
	僅適用於歐洲和日本站點	發泡膠
 (泡沫板)	聚乙烯捲筒	所有類型的泡沫填充顆粒, 包含由可生物分解材料或玉米澱粉製成的填充物
	報紙	

*具體包裝材料，請根據您的商品特性來選擇。

▶ 請注意！貨件包裝不能踩的「雷區」！

當包裝箱出現如下問題時，也可能被拒絕接受：

- ▲ 箱子變形 (包裝箱損壞、破裂或髒汙)
- ▲ 箱子外表褪色 (或實際顏色與描述不符)
- ▲ 商品外露
- ▲ 袋子撕裂

◆ 超重標籤張貼

超重的紙箱上需要按規範張貼標籤。



*不同的搬運方式，各國的超重標準也不相同，具體標準如下：

▲ 多人搬運超重標準：

美國 >22.5 公斤；歐洲 >15 公斤；日本 >15 公斤

▲ 機械搬運超重標準：

美國 >45 公斤；歐洲 >30 公斤

◆ 查驗包裝是否合格小竅門！

建議您在包裝箱打包完畢後，輕輕地晃動一下：

- ▲ 若箱內物品**未發生移動**，表示此箱貨件的包裝符合標準；
- ▲ 若箱內物品**產生位移**，則建議您進一步完善包裝方式。

FBA 入倉準備

• Amazon 配送 (FBA) 旺季入倉 6 大黃金法則

▲ 第三步：正確為商品貼標籤

做好包裝後，為便於在整個配送過程中對商品進行有效追蹤，發往 Amazon 配送中心的每件商品的外包裝上必須貼有單獨、清晰的條碼。

◆ 認識常見條碼，隨需選擇

▲ 製造商條碼

商品製造廠商提供的商品原始條碼，用於標識商品的基本資訊。符合條件的條碼包括 UPC、EAN、JAN、ISBN。

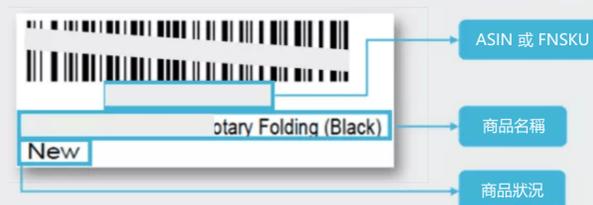
製造商條碼：

製造商條碼是商品製造廠商提供的商品原始條碼，用於標識商品的基本資訊。不需要額外貼標籤，操作較少，適用於願意接受共用庫存的賣家。編碼通常以 **B0** 開頭。



亞馬遜條碼說明：

亞馬遜條碼是由亞馬遜提供的專屬商品識別碼，採用此條碼可使每位賣家的商品與庫存保持獨立性。當買家購買商品時，亞馬遜只會使用賣家入庫的商品進行配送。編碼以 **X00** 開頭。



▲ 亞馬遜條碼

亞馬遜條碼是由亞馬遜提供的商品條碼，用於商品的標識和跟蹤。對於未使用製造商條碼進行追蹤的所有商品，都必須黏貼亞馬遜條碼。

在亞馬遜條碼和相關文本周圍要保留足夠的空白：兩側保留 0.25 英寸，上下保留 0.125 英寸。這是亞馬遜近期發現賣家經常忽略的問題，如果留白不夠，可能會導致條碼無法掃描。

▶ 請注意！

以下商品分類**必須黏貼亞馬遜條碼**，不可使用製造商條碼替代：



外用商品 (如護膚品、洗髮精和化妝品)



具有有效期的商品



消費類商品



經過預處理，但條碼無法掃描的商品

FBA 入倉準備

• Amazon 配送 (FBA) 旺季入倉 6 大黃金法則

◆ 貼標籤實務操作：規避錯誤，遵照範例

貼標籤時，請注意避免以下常見錯誤：

▲ **缺少標籤**：商品已送達，但沒有對應的條碼。

▲ **貼錯標籤**：商品已送達，但條碼與實際商品不符。

▲ **無法掃描**：條碼已經髒汙或模糊不清；或者標籤黏貼在邊角位置或彎曲部位；**缺少亞馬遜條碼要求的要素，如：名稱、狀況、FNSKU、留白等**，從而導致條碼無法掃描。

▲ **預處理錯誤**：您貨件中的一件或多件商品已送達，但在貼標籤、包裝和預處理或配送要求等方面存在錯誤。

打標籤的錯誤示範



✘ 標籤遺失：

紙箱六面都沒有標籤無法識別。



✘ 標籤錯置：

標籤識別後顯示「藍色水瓶」，但商品實為帽子。



✘ 標籤無法識別：

標籤被膠帶多次重複覆蓋，導致掃描 QR Code 機無法讀取標籤。

正確示範

請貼在箱子上醒目的位置
不要貼在箱子的接縫處或邊緣。



FBA 入倉準備

• Amazon 配送 (FBA) 旺季入倉 6 大黃金法則

黃金法則 4：提供準確的箱內物品資訊

做好商品預處理後，您需要透過賣家平台的使用者介面上傳裝箱單，告知亞馬遜每個紙箱的箱內物品資訊，以便亞馬遜提前做好收貨規劃，加快您的商品的入倉處理速度。如果您不提供準確的箱內物品資訊，亞馬遜會手動處理每個箱內的物品，這不僅會產生額外的人工處理費，還會延遲您的商品上架時間。

目前正值旺季，貨件數量增加，亞馬遜完成貨件入庫所需時間可能會比平時延長，為了保證您的商品被順利接收，**請一定按照要求提供箱內物品資訊、紙箱重量和尺寸等資訊。**

賣家可以透過「發送至亞馬遜」(Send to Amazon) 工作流程、發/補貨工作流程、Amazon 商城網路服務，提供箱內物品資訊。

🔍 具體操作請[按一下此處觀看圖文教學](#)

黃金法則 5：規範化貨件，安全運輸

了解入倉合規政策，規範您的貨件，確保運輸配送安全高效。

① 規範化貨件，確保穩定運輸

針對不同的貨件尺寸，您需要採取不同的貨件固定集裝方式。請一定嚴格遵守要求，否則，如果像以下案例一樣未按要求裝運，就會導致拒收，大大增加物流成本和溝通時間！

② 選擇可靠的物流承運方，確保安全運輸

為更高效確保您的運輸配送安全性，建議您選擇可靠的頭程物流承運方。

FBA 入倉準備

• Amazon 配送 (FBA) 旺季入倉 6 大黃金法則

黃金法則 6：及時填寫承運方名稱和追蹤資訊

為了在旺季期間，更高效地接收您的庫存，同時避免接收過程中出現延遲，自 **2021 年 10 月 1 日開始**，亞馬遜美國站的賣家必須為您的 **Amazon 配送 (FBA) 貨件** 填寫承運方名稱和追蹤資訊。亞馬遜將會根據您每個貨件追蹤資訊的缺失情況，來衡量您的追蹤資訊瑕疵率。

為了貨件能夠更快接收，請確保包裹貨件的追蹤編碼與每個包裝箱上的 Amazon 配送包裝箱編號標籤一一正確對應。

您可以透過賣家平台標準化貨件建立流程、貨件一覽頁面上的追蹤貨件索引標籤，以及 Amazon 商城網路服務向亞馬遜提供追蹤資訊。

▲ 對於包裹貨件，每個包裝箱均需要提供追蹤編碼 (如果有)

▲ 對於汽運零擔(棧板)和整車裝載 (FTL) 貨件，每個貨件均需要提供貨運累進編號 (PRO)

使用 **Amazon 合作承運方計畫(PCP)**或**亞馬遜跨境配送服務**的賣家，無需提供這些資訊，亞馬遜會為賣家產生對應的追蹤資訊。

◆ 如何輸入承運方和追蹤資訊？

①如果您使用 Amazon 合作承運方 (PCP) 或使用亞馬遜跨境配送服務進行配送，則無需輸入承運方或追蹤資訊，因為亞馬遜會為您產生這些資訊。您可以在**貨件一覽**頁面的**追蹤貨件索引**標籤中按追蹤編碼和承運方狀態追蹤您的貨件。

②如果您使用自己的承運方進行配送，請使用以下兩種方法之一：

▲ **使用賣家平台時**：您可以在建立貨件時從下拉式功能表中選擇承運方。使用新的「發送至亞馬遜」(Send to Amazon) 工作流程時，您可以在完成工作流程後按一下追蹤貨件連結，進入追蹤貨件索引標籤。

🔍 如果更多操作資訊，請參考「[發送至亞馬遜](#)」(Send to Amazon) 說明頁面

或者，您也可以**在貨件處理進度中輸入追蹤資訊**，方法是按一下貨件旁的追蹤貨件，然後跳至追蹤貨件索引標籤。您可以使用條碼掃描器或試算表批量上傳追蹤資訊。為了幫助將更新追蹤資訊時的使用者錯誤降至最低，亞馬遜將向您顯示訊息和提醒，以提示您重新檢查輸入的值。

▲ **使用整合商 (如 Amazon 商城網路服務) 時**：您可以配置並使用可用的 API 來共用追蹤資訊。

🔍 如需了解更多要求和操作細節，請查看「[承運方和追蹤資訊要求](#)」說明頁面

提前篩查，預防旺季高退貨率



買家改變購買決定

- 買家購買後改變了心意；
- 收到商品後覺得不適合自己的需求；
- 買家臨時資金緊張需要退貨。

01



產品品質問題

- 商品實際品質與描述不符；
- 商品存在瑕疵或損壞；
- 商品使用效能無法滿足買家期望。

02



商品描述不準確

- 產品參數、尺寸、功能、顏色、面料等資訊描述有誤；
- 圖片展示與實物存在差異；
- 買家收到的商品與預期不符。

03



客戶服務問題

- 賣家的售後回應速度及態度不佳；
- 賣家無法及時解決買家的問題。

04



物流運輸問題

- 商品在運輸中損壞或遺失；
- 配送時間超出承諾的時間範圍；
- 收到商品包裝破損。

05

分析退貨原因

這一類產品旨在協助賣家深入分析產品退貨的根源原因，透過數據採擷、智慧分析等手段，為賣家提供可操作的優化建議。

Amazon 配送退貨頁面 (FBA Returns Page)

查看每個 Amazon 配送 (FBA) 退貨商品數據，如特定時段內的退貨情況、買家評價、歷史數據等；了解商品退貨主要原因，並根據提供的建議進行對應優化。

買家之聲 (Voice of Customer)

了解買家對商品的回饋，以此來優化對應的商品及商品刊登。

合身洞察 (FIT Insights Tool)

基於退貨數據、尺碼表、買家評價等快速分析服飾商品版型問題，例如尺寸和適合度，並提供優化建議。

客戶退貨分析與洞察報告 (Customer Return Analytics and Insights)

利用客戶回饋，為賣家提供整合的客戶情緒分析，並提供同品類表現較好的對標產品等參考資訊。同時提供更具體和實務操作的商品頁面/產品改進建議。

完善商品資訊

這一類產品主要協助賣家改善線上商品資訊的完整性和準確性，提升買家的購物體驗。

商品生命周期支援 (Product Lifecycle Support)

為買家提供已購商品的售後支援，協助買家直接與賣家聯絡，更深入了解商品細節，有效降低退貨率。

尺碼表自助工具 (Size Chart Self-serve Tool)

品牌賣家 (包括品牌授權賣家) 可上傳、編輯尺碼表，以提升商品資訊準確性。

Amazon 配送大促籌備

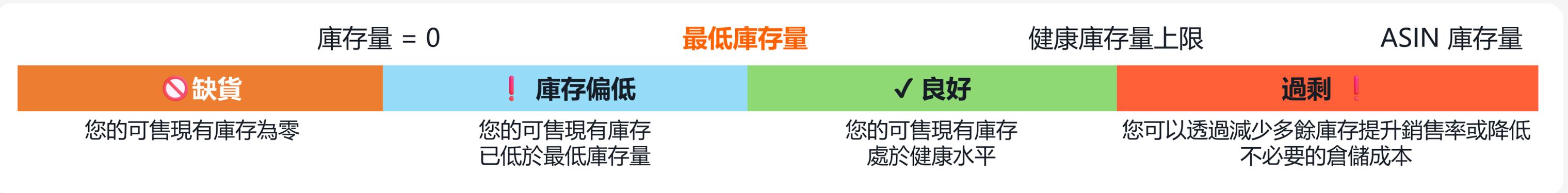
大促中

FBA 庫存管理 – 庫存量指標

維持最佳庫存量： 庫存量指標

*目前適用於美國/歐洲賣家

最低庫存量 (Minimum Inventory Level) 是亞馬遜透過庫存管理與機器學習模型，根據需求預測及補貨設定等參數，為每項商品量身訂製的最低庫存量，即下一批入庫貨件抵達前，您需在 Amazon 物流中心維持的最低可售商品數量。維持最佳庫存量的賣家在 4 週內銷量成長 15%*!



*數據來源：2023 年亞馬遜 Accelerate 賣家大會。*實際情況可能與平均水平不同。

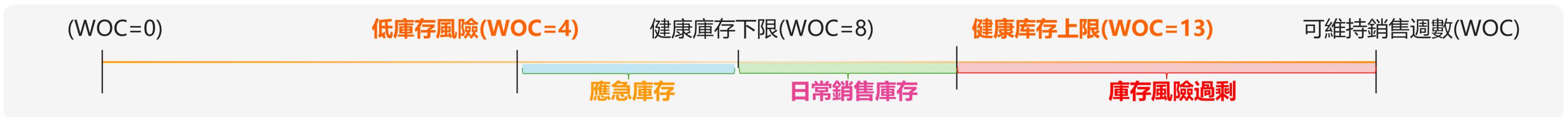
可維持銷售週數和缺貨風險

*目前適用於 UK/JP 賣家

可維持銷售週數 (WOC) =

現有庫存 + 亞馬遜調配中的庫存

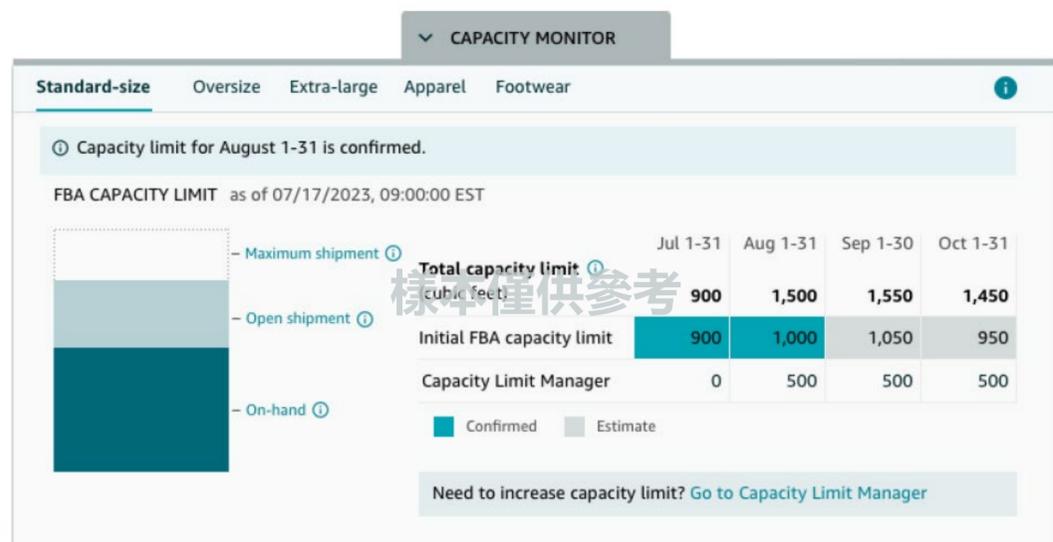
每週平均銷量



FBA 庫存管理 – 倉儲儀表板

• Amazon 配送 (FBA) 倉儲儀表板

賣家可以在【庫存績效儀表板】和【發送至亞馬遜 (STA)】頁面底部的[容量監控程式](#)中查看容量限制和容量使用情況。



在頂部，可以使用索引標籤選擇存放類型；

在左側，可以按庫存狀態 (例如在庫庫存和在途庫存) 查看目前庫容使用情況；

在右側，可以查看下個月的已確定的倉儲容量，和此後兩個月的預估倉儲容量。



重要提示

賣家的月度倉儲容量由兩部分組成：**亞馬遜當月為賣家指定倉儲容量額度**，加上賣家透過倉儲容量管理器申請並獲批的額外倉儲容量 (詳細資料見下頁)。按這個維度細分的倉儲容量來源也會在倉儲儀表板上展示。

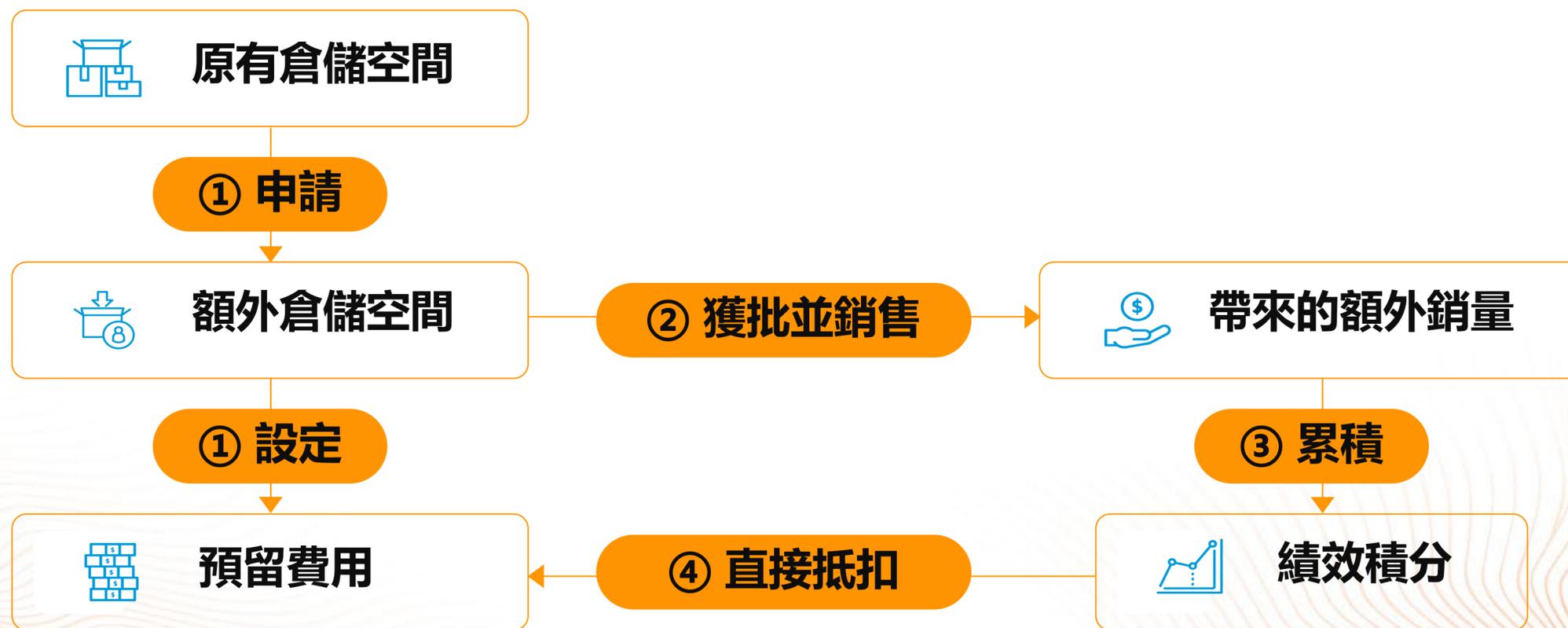
對預估倉儲容量額度的任何更改都將透過賣家平台上的倉儲儀表板進行展示。

FBA 庫存管理 – 倉儲容量管理器

• Amazon 配送 (FBA) 倉儲容量管理器

如果賣家希望為進貨商品增加倉儲空間，並且相信這批商品會受到買家的歡迎，那麼可以透過[倉儲容量管理器](#)申請額外倉儲空間來提升賣家在旺季的銷售表現。

借助這一工具，賣家可以為銷量強勁的商品申請更多的 FBA 庫容空間，並且透過這部分空間帶來的銷量贏取績效積分，從而抵扣倉儲空間費用。



尾端配送 – Amazon 配送 (FBA)

• Amazon 配送 (FBA)

Amazon 配送 (FBA)，是指賣家將商品批量發送至國外 Amazon 配送中心，由亞馬遜負責幫助賣家提供存放、分揀、包裝和配送等綜合服務，並為這些商品提供買家諮詢、退貨等客戶服務，幫助賣家節省人力和物力。現在亞馬遜全球各大網站都已經開始有 FBA 服務的涵蓋。



[按一下了解更多 Amazon 配送 \(FBA\) 的詳細資料](#)

FBA 網站拓展

- 亞馬遜工具助您拓展到其他地區和銷售網站

拓展到其他地理國家

- 北美: Amazon 配送遠程配送計畫 (NARF)
- 歐洲: Amazon 配送歐洲配送網路 (EFN)+ Amazon 配送歐洲整合服務 (Pan-EU)
 - 單國入倉, 拓展九國



拓展到其他銷售網站

- 於亞馬遜銷售: 立即加入亞馬遜, 即可使用 Amazon 配送 (FBA) + 多通路配送 (MCF), 助您觸及全球消費者
- 於其他網站銷售: Amazon 配送 (FBA) + 多通路配送 (MCF), 助您一倉管理多站點, 完成全通路訂單



北美地區拓展：Amazon 配送遠端配送計畫 (NARF)

透過 Amazon 配送遠端配送計畫 (NARF)，美國境內賣家可以向加拿大和墨西哥買家銷售商品，而無需將庫存運入這兩個國家境內。當您在加拿大和墨西哥網站上註冊該計畫並建立商品時，Amazon 配送遠端配送計畫 (NARF) 將使用您在美國物流中心的庫存，直接向買家跨境配送訂單。

🕒 配送到墨西哥一般需要 5-9 天，配送到加拿大一般需要 7-12 天。

👤 訂單將顯示在您的加拿大或墨西哥賣家帳戶中，具體取決於買家在哪个商城購買您的商品。



賣家資格

- 01 在美國站點註冊 Amazon 配送 (FBA) 的專業賣家；
- 02 擁有 Amazon 配送 (FBA) 出口的北美統一帳戶；
- 03 開啟 Amazon 配送 (FBA) 出口設定。

商品資格

並不是所有商品都符合該計畫的要求，您可透過「賣家平台 > 庫存 > Amazon 配送遠端配送」頁面，下載 ASIN 狀態報告，查看哪些商品符合條件。

歐洲地區拓展：Amazon 配送歐洲配送網路 (EFN)



Amazon 配送歐洲配送網路 (EFN)

指的是歐盟之間的遠端配送網路，利用 EFN，賣家可以將商品入倉、並存放在歐盟國家的任意一網站（德國、法國、義大利、西班牙），使用當地物流中心的庫存配送來自其他歐洲商城的訂單，進而最大化賣家對庫存的控制能力和庫存的彈性。英國脫歐後，正式退出歐盟的單一網站和關稅同盟；自今年 3 月起，英國和歐盟之間的歐洲遠端配送網路已重啟。



開啟方式

歐洲間各國的 EFN 無單獨的註冊流程。賣家僅需使用對同的 FNSKU 將商品同步到其他歐盟網站，並在對應網站中將商品轉換為 Amazon 配送時，您便可以自動加入歐洲配送網路。

歐洲地區拓展：Amazon 配送歐洲整合服務 (Pan-EU)

Amazon 配送歐洲整合服務 (Pan-EU)

這是亞馬遜特別為拓展歐洲地區的賣家推出的倉儲配送解決方案。賣家可根據業務拓展重點，彈性設定庫存倉儲國家 (法國、義大利、西班牙、德國、波蘭和捷克共和國)。

賣家可以透過在更多的國家、地區註冊增值稅稅號，或手動開啟更多倉儲國家，允許亞馬遜在更多國家/地區銷售和存放您的商品。



實現邏輯



其他網站拓展：亞馬遜多通路配送 (MCF)

亞馬遜多通路配送 (MCF) 是由亞馬遜供應鏈提供的一種依賴 Amazon 配送網路的全通路物流解決方案。賣家將庫存發送到 Amazon 配送中心，亞馬遜將存放庫存並配送賣家線上銷售通路 (包括賣家自己的網站、社交媒體和其他商城) 下的所有訂單。按一下[這裡](#)建立 MCF 訂單。

擁有多通路訂單的亞馬遜賣家： Amazon 配送 (FBA) + 多通路配送 (MCF)，助您一倉管理多網站，完成全通路訂單

擁有跨境訂單的賣家： 馬上加入亞馬遜，即可使用 Amazon 配送 (FBA) + 多通路配送 (MCF)，助您觸及全球消費者



Amazon 配送大促籌備

大促後

FBA 過剩處理

• Amazon 配送 (FBA) 庫存銷售及清理「四步法」

第 1 步

拓網站

系統完備的亞馬遜解決方案助您開拓多國網站，快速去庫存

第 2 步

促銷售

優惠券、Prime 獨家折扣和促銷活動等手段助您降價清倉

STEP 3

移貨品

精選海外倉存放您的多餘庫存

STEP 4

清過剩

各項庫存移除計畫幫您最大化回收庫存剩餘價值

[按一下](#)查看庫存銷售及變現「四步法」完整解決方案

MFN 售後服務

• 自配送 (MFN) 售後：CSBA 服務



亞馬遜客戶服務（簡稱CSBA）為跨境電商自配送訂單提供客戶服務，讓您售後無憂。加入該服務後，CSBA 團隊將使用海外商城的官方語言，為您的自配送訂單提供 7*24 全年無休的即時客戶服務。

優勢

- 降低交易索賠、退換貨率和訂單瑕疵率
- 免費試用，優惠費率

現在加入享受首次加入 30 天免費：

[美國網站按一下此處](#)

[德國網站按一下此處](#)

[日本網站按一下此處](#)

*日本站符合要求，享受 90 天免費試用

加入亞馬遜客戶服務 (CSBA) 的賣家

30%

平均客戶退貨率

快 6 倍

平均買家消息回饋時長

未加入亞馬遜客戶服務 (CSBA) 的賣家

42%

平均交易索賠率

37%

平均帳戶差評率

38%

平均訂單瑕疵率

註：2018 年 1 月至 2019 年 3 月中參加日本站客服 (CSBA) 的賣家實際值，結果僅供參考，並非承諾和預測實際結果

大促前

大促中

大促後

返回

MFN 退貨政策與專案

- 您可以了解亞馬遜自配送 MFN 退貨方式

歐洲站 由於歐洲網站涵蓋 5 個國家，且每個國家的退貨運費不盡相同，建議賣家參考上述的 3 種退貨方式，選擇適合自己的方式。不過無論您選擇哪種處理訂單商品退貨方式，請遵守亞馬遜退貨政策。

日本站

配送訂單金額
為價值低於
1,000 日元*

退貨至在目的國國內：

提供有效境內退貨地址。

不退貨退款：

亞馬遜將為符合要求的退貨向買家發放退款，並且不要求退回商品，即不退貨退款。

退貨至在目的國國內：

提供有效境內退貨地址。

不退貨退款：

和買家協商發放全額退款。

退貨至台灣：

尋求相關物流服務商的「付費國際退貨配送標籤」退貨至台灣。

美國站

配送訂單金額
為價值低於
25 美元*

退貨至在目的國國內：

提供有效境內退貨地址，亞馬遜將使用此地址為買家產生預付費退貨標籤。

不退貨退款：

亞馬遜將為符合要求的退貨向買家發放退款，並且不要求退回商品，即不退貨退款。

退貨至在目的國國內：

提供有效境內退貨地址，亞馬遜將使用此地址為買家產生預付費退貨標籤。

不退貨退款：

和買家協商發放全額退款。

退貨至台灣：

尋求相關物流服務商的「付費國際退貨配送標籤」退貨至台灣。

*該金額含消費稅但不含運費

MFN 退貨政策與計畫

- 您可以了解亞馬遜退貨服務商計畫

亞馬遜美國站自配送退貨有地方收！退貨服務提供者計畫上線(RP)

亞馬遜退貨服務提供者計畫(RPP)指的是，當買家發起退貨，賣家需要為自己正在銷售的網站提供一個買家所在國家或地區的退貨地址。賣家可以按照退貨管理需求，從一批經過亞馬遜審核的服務提供者中，選擇與適合自己退貨服務的提供商進行合作。退貨服務提供者將接收退貨商品，並進行評級，評估其狀況，提供價值回收服務，如轉售、維修和清貨，並將回收價值轉交給賣家。

如何註冊？



亞馬遜不參與退貨服務提供者計畫 (RP) 的任何服務，所以其費用構成因參與此計畫的服務提供者而異。

DAY ONE

