



# 亞馬遜站點介紹

## 第一章

目前亞馬遜已經向賣家開放了13站點，本章將介紹亞馬遜全球開店是什麼，如何選擇目標站點，以及這些對賣家開放的站點的特點，包括他們的零售和電商發展狀況、消費習慣等。基於這些訊息，賣家可以判斷自己出口跨境電商業務應該從哪個站點開始。

# 目錄

1. 亞馬遜全球開店簡介 .....	3
1.1 什麼是亞馬遜全球開店 .....	4
1.2 亞馬遜全球開店的優勢 .....	5

本學習資料共有九章內容，如需學習其他章節，請參考[相關閱讀頁的查找指南](#)，查找您想學習的內容。



# 1. 亞馬遜全球開店簡介

現在您已經了解到出口跨境電商是一個新的風口，本章將向您介紹亞馬遜全球開店如何幫助您邁出拓展全球業務的第一步。

1.1 [什麼是亞馬遜全球開店](#)

1.2 [亞馬遜全球開店的優勢](#)

## 1.1 什麼是亞馬遜全球開店

亞馬遜成立於1995年7月，總部在美國西雅圖。2017年，亞馬遜全球開店業務進入台灣，旨在藉助亞馬遜全球資源，幫助賣家抓住跨境電商新機遇，發展出口業務，拓展全球市場，打造國際品牌。

目前，亞馬遜美國、加拿大、墨西哥、英國、德國、法國、義大利、西班牙、荷蘭、瑞典、波蘭、日本、澳洲等13大海外站點已面向台灣賣家開放。



亞馬遜全球開店已在台灣設立辦公室，立足當地、輻射周邊地區，通過物流、金融、運營、技術、人才培訓等各類服務資源的整合，搭建互聯互通、共生共融的本地化跨境電商產業服務集群，為當地及周邊地區企業出口提供一站式服務，幫助品牌商、製造商、貿易商轉型升級，加速當地跨境電商出口發展。

[點擊這裡](#)訪問亞馬遜全球開店官網。

## 1.2 亞馬遜全球開店的優勢

亞馬遜作為國際知名的電子商務網站，推出的“亞馬遜全球開店”項目獨具優勢。



品牌優勢



流量優勢



服務優勢



### 亞馬遜的品牌和流量優勢

剛開始做出口跨境電商，自己還沒有品牌或者品牌還不是國際性的品牌，也沒有自己的客戶基礎，這時候最大的挑戰是怎麼讓消費者信任自己，以及讓更多的消費者找到自己，在這兩方面，亞馬遜的優勢明顯。

亞馬遜在多個國家都是很受歡迎的電商網站，入駐亞馬遜網站更容易贏得消費者的信任。例如美國零售聯合會旗下的媒體雜誌 STORES Magazine 發布了《Favorite 50》報告，列出了年度最受美國消費者歡迎的50大電商網站排名，亞馬遜在美國位列第一<sup>1</sup>。在德國，市場調查公司Innofact與安永-帕特農（EY - Parthenon）的聯合調查顯示，亞馬遜以26%的支持率排第一<sup>2</sup>。

在流量方面，迄今為止，亞馬遜能將商品配送至185個國家和地區，覆蓋3億國際用戶。在很多國家，亞馬遜的流量排名都很高，入駐亞馬遜全球開店就等於可以直接享受這些寶貴流量的扶持。



### 亞馬遜的優質客戶資源

亞馬遜有高品質的Prime會員以及亞馬遜企業購業務（Amazon Business）客戶資源。亞馬遜企業購是亞馬遜針對企業客戶所提供的企業採購業務，它的目標是為喜愛亞馬遜網站的企業及機構客戶提供更豐富的選品、便利的採購體驗，同時它也為賣家提供了聯結全球數百萬優質企業及機構買家的高效渠道，這些企業客戶包括大型醫院系統、政府、世界500強企業、大學等，可以進一步提高賣家在亞馬遜網站上的銷售額。

來源：

1. 雨果網
2. 雨果網



### 亞馬遜全球化的出口跨境電商配套服務

作為國際性的電子商務網站，亞馬遜以及亞馬遜的服務提供商網路可以為賣家提供全球物流、當地配送、全球收款、稅務、知識產權等全面的出口跨境電商配套服務，簡單的說，賣家通過亞馬遜全球開店做出口跨境電商，做好選品、產品質量把控、電商運營等核心工作就可以了，其它很多事情都可以藉助亞馬遜的配套服務搞定，這樣就極大的降低了賣家的工作量，能讓賣家把精力聚焦在主業上，更快、更好增加銷售。



### 亞馬遜的更多賦能服務

為了讓賣家不僅發展的更快，而且能走得更遠，能更持續的成長，亞馬遜還推出了“品牌+”、“製造+”、“時尚+”、“服務+”等賦能服務，幫助不同類型的賣家走向長期成功。

- “**品牌+**” 服務通過提供品牌相關的配套服務，可以幫助賣家建立自己的品牌，或者從中國品牌變成國際品牌。
- “**製造+**” 通過諮詢以及其它配套服務，協助中國傳統製造企業轉型和升級，走向海外。
- “**時尚+**” 則聚焦於幫助服飾、鞋靴、珠寶、手錶、箱包這5大品類的賣家開拓時尚業務，打造自主時尚類品牌。
- “**服務+**” 依托亞馬遜國際化的資源和先進的運營經驗，為中國賣家提供全階段、可信賴、高效的服務，例如官方講堂、專屬客戶經理服務成長計劃、新賣家啟航計劃、官方商品詳情頁優化服務等服務，賦能賣家的出口跨境電商業務。



### 亞馬遜全球開店的本地化服務

亞馬遜全球開店團隊針對台灣賣家的特點和需求，不斷整合物流、金融、運營、技術、人才培訓等各類服務資源，搭建了互聯互通、共生共融的本地化跨境電商產業服務集群，為品牌商、製造商、貿易商提供了一站式的服務，協助他們快速搶占出口跨境電商這種下一代的貿易鏈的賽道，打造了眾多成功的案例。

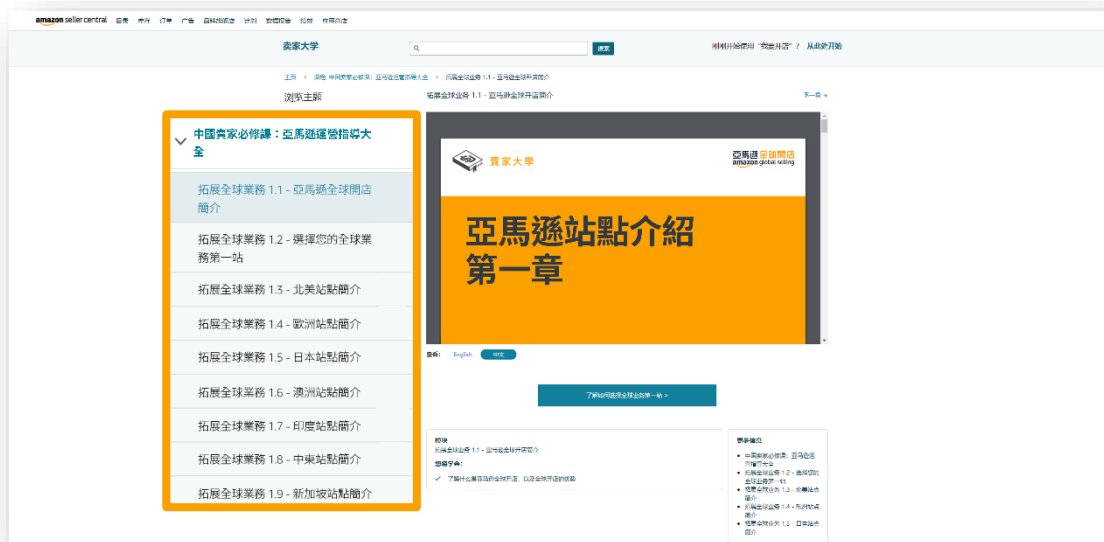
# 相關閱讀

## 亞馬遜站點介紹

- 亞馬遜全球開店簡介
- 選擇您的全球業務第一站
- 北美站點簡介 (美國/加拿大/墨西哥)
- 歐洲站點簡介 (英國/法國/德國/義大利/西班牙/荷蘭/瑞典/波蘭)
- 日本站點簡介
- 澳洲站點簡介
- 印度站點簡介
- 中東站點簡介
- 新加坡站點簡介

**查找路徑：**亞馬遜賣家平台 > 績效 > 賣家大學 > 搜索學習資料名稱

**快速鏈接：**亞馬遜賣家大學 [北美站點](#)、[歐洲站點](#)、[日本站點](#)



學習更多相關內容：

- 新手賣家選擇目標站點必讀，搜索“全球開店”

# 延伸學習

掃描下方的QR Code，關注“**亞馬遜全球開店**”台灣臉書粉絲專頁，查看線上直播課程並及時了解相關資訊。





# 學習反饋

如果您覺得相關內容對您有幫助，請點亮頁面右下角的“✓”向我們提供反饋，謝謝！

The screenshot shows the Amazon Seller Central interface. The main content area features a large orange banner with the text "亞馬遜站點介紹 第一章" (Introduction to Amazon Sites Chapter 1). A sidebar on the left lists various topics, with "中國買家必修課：亞馬遜運營指導大全" (China Buyer Mandatory Course: Amazon Operation Guide) highlighted. A callout box on the right asks "這有用嗎?" (Was this helpful?) with a green checkmark selected. Another callout box at the bottom right also asks "這有用嗎?" with a green checkmark selected. The page includes navigation links, a search bar, and a list of modules.