



亞馬遜物流(FBA)費用優化全指南

(2026 全新版)

協助賣家實現供應鏈全通路降低成本、提升效率、提升利潤



本資料版權歸亞馬遜國際貿易有限公司（本公司）獨家所有。未經本公司書面授權，任何個人/機構不得複製、出售或以任何形式傳播本資料內容。對於所有侵權行為，本公司將依法追究法律責任。

目錄

CONTENTS

	前言：為什麼FBA費用優化很重要？	03
PART01	全面掌握FBA成本結構	04
PART02	費用優化三步走方法論	06
PART03	費用報告：資料獲取的專業指南	07
PART04	費用分析：資料洞察與精準識別優化機會	10
PART05	費用優化：4大環節系統性優化方案	13
	• 5.1 入庫環節的優化策略 升級	13
	• 5.2 倉儲環節的優化策略 升級	17
	• 5.3 配送環節的優化策略 新增	19
	• 5.4 退貨環節的優化策略 新增	20
	• 5.5 亞馬遜工具應用	21
	附錄	22
	• 亞馬遜官方資源與支援	22

前言

PREFACE

在全球電商競爭白熱化的今天，精準的成本控制已成為賣家致勝的關鍵。本手冊彙集亞馬遜官方2026最新政策解讀、實戰優化策略和真實賣家案例，為您提供**供應鏈全通路費用優化的解決方案**。

核心價值

- 系統性營運優化：涵蓋入庫、倉儲、配送、退貨環節的全流程攻略
- 資料驅動決策：掌握費用報告獲取與分析的方法論
- 政策前瞻解讀：第一時間瞭解FBA政策更新與行動建議
- 實戰案例參考：真實賣家優化實踐，可複製的成功經驗

適用於

- 希望系統性降低FBA費用的賣家
- 希望瞭解FBA費用框架等基本知識的新手賣家
- 關注最新政策變化的跨境電商從業者

無論您是剛接觸FBA的新手，還是尋求進一步優化的資深賣家，本手冊都將為您提供實用的指導和可行的解決方案。

費用透明化-全面掌握FBA成本結構

FBA費用結構

FBA費用
框架一覽

四大核心
費用環節
解析

1.1 FBA費用框架一覽

亞馬遜FBA服務的費用結構是一個**圍繞商品從入庫到配送全生命週期構建的完整體系**。理解這一費用框架是實現有效成本控制的基礎。FBA費用體系主要分為五大環節：**入庫環節**、**倉儲環節**、**配送環節**、**退貨環節**和**清冗環節**。

環節	費用型別	費用說明
入庫環節	入庫配置服務費	將庫存放在距離買家更近的營運中心所產生的成本
	入庫缺陷費	違反貨件要求或者與您的入庫計劃不同的庫存所產生的費用
	其他：預處理費用	包括預處理、商品貼標、包裝
倉儲環節	基本月度倉儲費	對於您存放在亞馬遜營運中心的所有商品，亞馬遜將按自然月和您的庫存平均每日佔用體積收取倉儲費。
	倉儲利用率附加費	對庫存利用率低的賣家收取
	超齡庫存附加費	對存放在亞馬遜營運中心的庫存收取長期倉儲費
配送環節	低庫存水平費（低量庫存費）	庫存水平過低的標準尺寸商品收費
	物流配送費用	配送買家在亞馬遜商城購買的商品而按件收取的費用
退貨環節	退款管理費用	處理客戶退款的管理成本
	退貨處理費	處理退回商品的操作成本
清冗環節	移除費、棄置費、批次清貨費	亞馬遜幫您退還或棄置您存放在亞馬遜營運中心的庫存，或您選擇批次清貨處理所產生的費用。

1.2 四大核心費用環節解析

亞馬遜FBA費用體系中，入庫、倉儲、配送、退貨四大環節的費用佔據了絕大部分成本，是賣家需要重點了解的領域。

入庫配置服務費

入庫配置服務費是指將庫存放置在距離買家更近的地方，提高配送速度所收取的費用。入庫配置服務費在收到貨件的45天后，根據接收數量收取。費用取決於商品尺寸、重量、貨件拆分數量和入庫地點。

月度倉儲費

亞馬遜根據庫存在營運中心佔用的空間收取月度倉儲費，基於按亞馬遜物流政策和要求正確包裝且準備發貨的商品的尺寸，按平均每日佔用體積（立方英尺）計算。

超齡庫存附加費

超齡庫存附加費是對在亞馬遜配送網路中長期存放的庫存商品收取的費用，比如在美國站存放181天及以上的庫存商品將收取該費用。亞馬遜使用每月15日生成的庫存快照評估超齡庫存附加費，此費用在月度倉儲費之外收取。

物流配送費用

亞馬遜物流配送費用是配送買家在亞馬遜商城購買的商品而按件收取的費用。費用在買家訂單發貨時收取，基於商品型別、尺寸分段和發貨重量計算。發貨重量是用於確定費用的商品重量，計算時依據商品的商品重量或體積重量中的較大值。

低庫存水平費

低庫存水平費（又稱低量庫存費）是對庫存水平過低的標準尺寸商品收取的費用。以美國站為例，只有當產品的長期（過去90天）和短期（過去30天）的歷史供貨天數均低於28天時，才會被收取低庫存水平費，只要賣家根據商品銷量維持超過28天以上的庫存，就可以避免支付此費用。

2026年FBA費用政策更新

2026年1月15日起，亞馬遜美國站將實施新的費用政策調整：**平均每件售出商品的亞馬遜物流費用增加\$0.08，漲幅低於商品售價的0.5%**。此次調整不新增FBA費用型別，而是著重優化費用結構，更好地匹配實際營運成本。

關於2026年費用政策的詳細更新內容，包括各項費用的詳細調整幅度、新的收費規則以及應對策略，請掃描右方QR Code檢視官方文章：



費用優化三步走方法論

方法論概覽

亞馬遜FBA費用優化是一項系統性工作，需要遵循科學的方法論才能取得持續的成效。三步走方法論為賣家提供了一個清晰、可執行的優化框架，從資料獲取到分析洞察，再到策略執行和效果評估，形成完整的優化循環。



費用優化三步法的核心價值

這一方法論之所以能夠幫助賣家實現持續的費用優化，在於其具備四個核心價值：

系統性：覆蓋從資料獲取到執行落地的完整流程，確保優化工作有章可循。

資料驅動：所有優化決策都基於真實的費用資料和分析結果，避免主觀臆測。

循環管理：透過持續的效果評估和策略調整，形成螺旋上升的優化循環。

可複製性：標準化的流程和方法可以在不同產品、不同時期重複應用，實現規模化的成本管理。

接下來，將為您詳細闡述三步走方法論的每個環節，幫助您掌握詳細的操作方法和實戰技巧。

費用報告2大場景

收費前預估

收費後追蹤

新品開發/包裝更改後等費用預估（FBA收入計算器）
入庫配置選項與入庫總費用估算（入庫決策）

單個/所有ASIN報告（整體監控） 部
分費用獨立報告（成本板塊透視）
API深度剖析（串接您的ERP）

3.1 費用報告獲取路徑與時機

亞馬遜的費用報告體系覆蓋“收費前”和“收費後”兩個關鍵時機，分別服務於預估規劃和實際追蹤的需求。

收費前：預估與規劃工具

亞馬遜物流收入計算器是一種預覽工具，可讓您根據所使用的配送通路比較商品的預計收入。您可輕鬆檢視每種配送選項需要支付哪些費用，還可以輸入預計銷量來計算總收入以及單件售出商品預計費用。

亞馬遜物流收入計算器

已註冊計劃 亞馬遜物流

商品價格 \$ 40

亞馬遜所收費用 US\$6.80 ^

銷售佣金 US\$6.80

固定交易手續費 US\$0.00

交易手續費 US\$0.00

數字服務費用 (2024 年 10 月 1 日生效) US\$0.00

配送費用 US\$6.27 ^

☒ 亞馬遜物流 (標準) US\$6.27

☐ 自配送費用 US\$0.00

☐ 亞馬遜物流遠程配送 US\$9.50

亞馬遜物流配送費用 US\$6.27

基本配送費用 US\$6.27

倉儲成本 US\$0.08 ^

1 月 - 9 月 10 月 - 12 月

每件商品的月度倉儲費 US\$0.08

存儲的平均庫存商品數量 1

預計月銷量 921

每件售出商品的倉儲成本 < US\$0.01

入庫成本 (2024 年 3 月 1 日生效) US\$0.41 ^

根據以下輸入值估算此商品的亞馬遜物流入庫配置服務費。 [亞馬遜物流入庫配置服務費幫助頁面](#)

入庫配置選項

最小貨件拆分 部分貨件拆分 亞馬遜優化後的貨件拆分

地點數量 1

入庫區域 ☒ 西部 ☐ 中部 ☐ 東部

亞馬遜物流入庫配置服務費總額 US\$0.41

每件商品的亞馬遜物流入庫配置服務費 US\$0.41

預估運費 (每個貨件) \$

運費 (每件商品) US\$0.00

其他成本 US\$0.00 ^

PART03 費用報告-資料獲取的专业指南

入庫配置選項與入庫總費用估算功能整合在Send to 亞馬遜中，建立入庫計劃時即可對比不同入庫選項的預估成本（入庫配置費+預估頭程費用）。

選擇入庫配置服務 ①

將庫存運送至更多地點可以尽可能地減少入庫配置服務費用，並提高配送給買家的速度。要降低亞馬遜優化貨件拆分或部分貨件拆分入庫計劃的費用，請確保完成所有貨件，且不要刪除、放棄或按錯誤路線發送任何拆分的貨件。[了解更多信息](#)

您的運輸承運人費用需額外支付，不包含在入庫配置服務費用中。

① 由於西部地區需求量大，您的庫存存在單點入倉時可能會出現接收延遲。

快速選擇：

小包快遞最低費用選項

托拍配送的最低費用選項

亞馬遜優化貨件拆分

5 個貨件

您可以將庫存發往多個位置

區域: 任何

配置費用 \$0.00

預計的運費* \$487.80

總費用起價 \$487.80

區域: 東部

配置費用 \$90.00

預計的運費* \$462.46

總費用起價 \$552.45

區域: 中部

配置費用 \$140.00

預計的運費* \$449.79

總費用起價 \$589.79

區域: 西部

配置費用 \$170.00

預計的運費* \$424.45

總費用起價 \$594.44

區域: 東部

配置費用 \$90.00

預計的運費* \$462.46

總費用起價 \$552.45

* 預估運費是根據 SEND: 亞馬遜合作承運人費率估算的，可幫助您比較不同配置選項的總成本（配置費+運費）。此預估運費並不會被實際收取，僅供比較之用。預估運費是基於您提供的商品尺寸和發貨日期估算的，您的實際運費可能會因您的承運人而異。

收費後：實際費用追蹤

費用預覽報告（"報告"→"付款"→"費用預覽"）是最基礎的追蹤工具，建議每月定期下載以追蹤費用趨勢。交易明細報告（"報告"→"付款"→"交易"）記錄每筆訂單的詳細費用，用於驗證費用計算準確性。

透過單個或所有 ASIN 維度報告，追蹤特定時間段內的高物流成本商品。比如，某商品過去一月物流成本佔比異常，您可以檢視單個 ASIN 報告後，清晰定位出是哪一結構支出過高，進而有針對性地調整營運策略。

產品線優化決策依賴於 ASIN 維度資料，透過比較不同產品的費用結構和利潤表現，賣家可以決定哪些產品值得繼續投資，哪些產品需要重新設計或淘汰。

SKU 成本報告 [了解更多信息](#)

追蹤和分析特定時間段內與您選擇相關的 SKU 費用、成本和淨收入，以識別高成本商品，並簡化業務策略，優化盈利能力。

✓ 步驟 1: 選擇報告匯總級別

在所選時間段內，每種數據類型的匯總合計和按每件售出商品計算的值都包含在報告中。

商城

US

數據匯總級別

MSKU

日期範圍

過去 7 天

- 8 -

Copyright © 2026 亞馬遜. All Rights Reserved. | 版權所有 © 2026 亞馬遜。保留所有權利。

PART03 費用報告 - 資料獲取的专业指南

部分費用獨立報告包括入庫配置服務費、超齡庫存附加費、月度倉儲費等獨立報告，您可以透視每個成本板塊的支出情況，及時辨別出費用突增的細節原因。

付款

費用预览

库存仓储超量费

月度仓储费

退货处理费 (非服装和非鞋靴类商品)

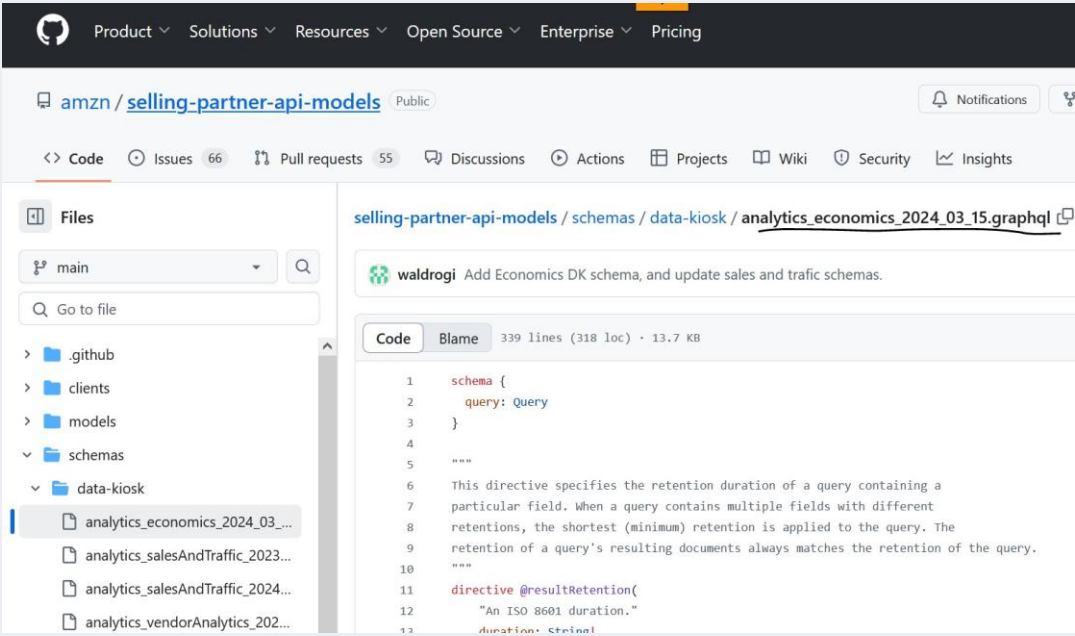
亚马逊物流入庫配置服务费用

超龄库存附加费报告

赔偿数量

激励奖金

藉助API可以串接您的ERP，沒有20萬個SKU的數量限制，還可以按您的需求客製開發。



複製連結到瀏覽器檢視[https : //github.com/amzn/selling-partner-api-models/blob/main/schemas/data-kiosk/analytics_economics_2024_03_15.graphql](https://github.com/amzn/selling-partner-api-models/blob/main/schemas/data-kiosk/analytics_economics_2024_03_15.graphql)

費用分析 - 資料洞察與精準識別優化機會

費用分析的核心是對比：過去與現在的對比，不同ASIN之間的對比

全店維度分析

ASIN維度分析

↓
月度費用對比（月增率/年增率）

費用佔比變化追蹤

季節性因素識別

↓
80/20法則

↓
聚焦佔總銷售80%的主力產品

↓
四象限分析法

↓
明星產品
確保庫存充足，加大廣告投放

↓
流量產品
優化物流/產品成本，提升利潤率

↓
利潤產品
加大廣告投入

↓
問題產品
淘汰

4.1 全店維度的整體分析

全店維度分析是從整體視角發現費用問題的起點，透過對比不同時間段的費用資料，即對比過去與現在的情況，賣家可以識別費用變化的趨勢，識別異常資料。

縱向對比的核心方法

將當月費用與上月或去年同期進行比較，關注兩個關鍵指標：絕對值的變化和佔銷售額比例的變化。費用佔比的突然上升通常是警示訊號。

例如，某服飾品牌發現11月份物流成本佔比從48%上升到52.6%，進一步分析發現是入庫配置服務費、配送費和退貨處理費同時上升，可能與10月份改變入庫方式或包裝設計相關。

PART04 費用分析-資料洞察與精準識別優化機會

	退貨率	平均售價	入庫配置服務費佔比	棄置訂單費用佔比	移除訂單費用佔比	交易手續費佔比	倉儲利用率附加費佔比	低庫存水平費用佔比	基本月倉儲費佔比	基本配送費用佔比	月度倉儲費佔比	退貨處理費佔比	超齡庫存附加費佔比	退款管理費用佔比	銷售佣金佔比	商品推廣費用佔比	總費用佔比
10月	8%	19.9	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	22.1%	1.0%	1.2%	0.4%	0.7%	15.8%	3.9%	48.0%
11月	10.0%	18.1	1.8%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	23.5%	1.0%	1.3%	0.3%	0.8%	18.5%	4.6%	52.6%

*以上資料僅為示例，不代表賣家真實資料，僅供參考

季節性因素需要特別注意。第四季度（10-12月）的倉儲費率會高於其他月份，這是政策設計的結果而非營運異常。**因此應採用"同期對比"方法**，將當年10月與去年10月對比，而不是與當年9月對比。

費用結構拆解的實戰技巧

將總費用分解為入庫、倉儲、配送、退貨等環節，識別佔比最高和增長最快的費用項。建議建立標準的費用結構分析模板，包含入庫配置服務費佔比、月度倉儲費佔比、超齡庫存附加費佔比、配送費佔比、低庫存水平費佔比等關鍵指標。

當某項費用佔比出現顯著上升時，需要立即分析原因。例如，入庫配置服務費佔比突然飆升，可能原因包括：改變了入庫方式、新增了重量較大的產品、或補貨節奏變化。

4.2 ASIN維度的精細分析

在識別出全店層面的費用異常後，**需要深入到ASIN維度進行更精細的分析，找出實際的"問題產品"。**

80/20法則

按銷售額從高到低排列ASIN，找出利潤好和利潤差的ASIN。實際操作：首先按銷售額從高到低排序**找出貢獻80%銷售額的產品集合**；然後分析這些主力產品的物流費用率，**重點關注銷售額高但物流費用率也高的產品。**

例如，某電子配件製造商透過80/20分析發現，銷售額前80%的產品中有好幾款總費用超過50%。深入分析發現存在各種各樣的問題，比如包裝體積過大（配送費過高）、入庫方案不合適（不知道怎麼省入庫配置費）、有庫存冗餘（超齡額外收費）等問題。

PART04 費用分析-資料洞察與精準識別優化機會

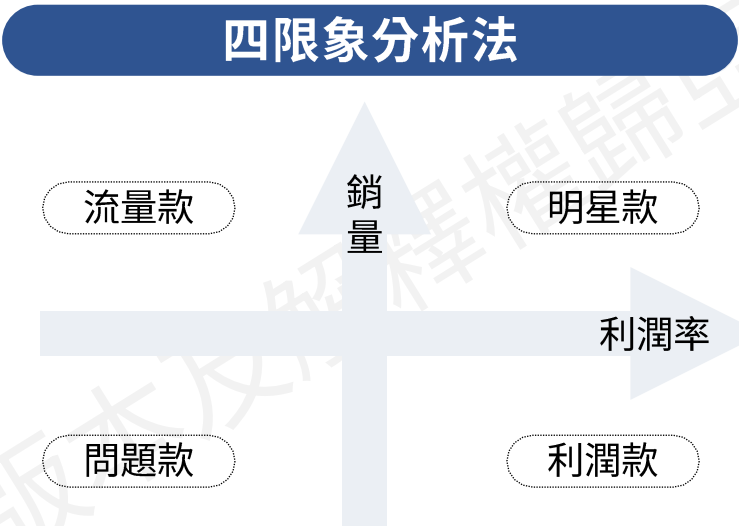
FNSKU	平均銷售價格	銷售額	總費用	費用佔比
SKU1	42.95	219,171.0	77761.71	49.9%
SKU2	37.9	177,641.2	69308.15	69.1%
SKU3	36.89	135,790.3	49400.48	57.1%
SKU4	37.93	129,356.0	46545.08	51.1%
SKU5	55.65	95,599.7	30044.19	42.1%
SKU6	74.85	80,164.3	23416.14	38.5%
SKU7	36.72	73,767.0	28108.74	63.5%
SKU8	42.2	71,024.2	22267.65	39.8%
SKU9	41.96	62,103.2	20552.12	48.6%
SKU10	38.29	53,649.0	20130.6	57.3%
SKU11	41	50,593.7	16213.44	44.9%
SKU12	25.96	50,212.7	19116.68	49.8%
SKU13	41.23	49,390.7	16208.67	45.3%
SKU14	25.59	47,399.1	20713.1	64.3%
SKU15	22.98	46,750.7	18120.2	48.2%
SKU16	29.32	39,670.8	20998.93	54.2%
SKU17	76.69	37,962.1	11487.69	37.0%
SKU18	50.72	37,681.6	13004.11	51.8%
SKU19	33.86	36,097.4	13852.32	52.2%
SKU20	33.98	35,581.6	12429.21	46.8%

*以上資料僅為示例，不代表賣家真實資料，僅供參考

四象限分析法

ASIN維度還可以採用**四象限分類法**，將產品按**銷量**和**利潤率**分為四類，每類採取不同的優化策略：

- 1 **明星款（高銷量、高利潤率）**：確保庫存充足，避免低量庫存費，可加大廣告投入，研發投入鞏固產品實力。
- 2 **流量款（高銷量、低利潤率）**：是費用優化的重點。優化方向包括：FBA費用優化（入庫、倉儲、配送等）、產品成本優化（比如包裝）、流量承接優化。
- 3 **利潤款（低銷量、高利潤率）**：可以考慮透過促銷或廣告擴大銷量，利用規模效應進一步降低單位物流成本。
- 4 **問題款（低銷量、低利潤率）**：需要評估是否值得繼續。如果物流費用率過高導致利潤微薄甚至虧損，應考慮調整定價、改善包裝或直接淘汰。



費用優化 – 四大環節系統性優化方案



5.1 入庫環節的優化策略

入庫環節的優化直接影響**入庫配置服務費**，這項費用自2024年3月引入以來，已成為許多賣家關注的重點。有效的入庫策略不僅能降低入庫成本，還能为後續的倉儲和配送環節奠定良好基礎。

5.1.1 什麼是入庫配置服務費？

入庫配置服務費是亞馬遜幫助賣家調撥庫存至距離消費者更近的營運中心時，所耗費的成本。亞馬遜為賣家提供了入庫配置服務，您可以更加靈活地選擇入庫方式，為消費者提供更快的配送速度。

瞭解更多入庫配置服務詳情，掃描右方QR Code：

▶ 點我看官方教學：pse.is/9blxr8



5.1.2 入庫配置費優化方法 - 實現免入庫配置費

第1步：費用分析

分析入庫配置費的總開支是多少？入庫配置服務費佔銷售額的比例是多少？

該資料在亞馬遜後臺即可獲取，檢視路徑：透過亞馬遜後臺「**進入報告選單 - 進入入庫配置服務費下載報告**」，即可檢視入庫配置服務費的總開支；而後，透過「**進入報告選單 - 進入銷售控制面板**」，即可快速定位銷售額，明確入庫配置服務費佔銷售額的比例。

第2步 選擇合適的入庫方案（分倉決策優化）

不同商品適用不同的入庫策略，**合理的分倉決策應綜合考慮商品重量、銷量和入庫成本三個關鍵因素**。

透過實際計算和分析發現，對於**重量**小於8.5磅的商品，選擇5倉發貨通常更為經濟；而對於重量大於8.5磅的商品，選擇單點入倉可能是更優的選擇。（實際試算需結合每個賣家的頭程運費）**銷量**是決定分5倉是否更划算的另一重要因素。只有月銷量達到或超過5件的SKU，才能滿足亞馬遜優化貨件拆分的基本條件。

另外還要考慮**綜合成本**，即入庫配置費加上頭程費用，對比不同入庫方案的價效比。

亞馬遜入庫配置服務

建立入庫計劃時，賣家可以選擇以下庫存入庫配置選項之一：

- **單點入倉**：將庫存傳送到最少數量的入庫地點（通常是一個地點），亞馬遜代表賣家決定如何在配送網路中放置庫存，但需收取費用。費用可能隨入庫地點變化，例如西部地區費用可能高於其他地區。
- **亞馬遜優化的貨件拆分**：賣家自行將庫存運送至多個入庫地點，可免除相關費用。要獲得資格，貨件中每種商品必須至少包含五個相同的紙箱或托盤，且每個紙箱或托盤中每種商品的數量必須相同，商品組合也必須相同。
- **部分貨件拆分**：將大件庫存傳送至多個入庫地點（但少於使用亞馬遜優化選項提供的數量）可降低費用。此選項不適用於標準尺寸商品的入庫計劃。

如何判斷單點入倉划算，還是多點入倉？先思考2個問題：

1) 從支出成本角度來看，劃不划算？

建議您要**綜合比較一下入庫綜合費用**，其中包括入庫配置服務費和頭程費用。您可以針對不同重量的商品分別計算單點入倉和分5倉的總費用，對比一下哪個更划算。

以某服飾賣家A的情況為例，計算結果顯示，重量小於8.5磅的商品發5倉更划算，重量大於5磅的商品發美西單點更划算。

PART05 費用優化-四大環節系統性優化方案

2) 實際操作可行性上，能不能幹，當SKU眾多時，能分5個倉嗎？

當SKU眾多時，關鍵在於根據月銷量評估哪些SKU能夠分5倉。

比如賣家A有20萬+個SKU，透過全店盤點，發現86%的SKU月銷量都大於5件，那麼這些SKU就可以選擇分5倉發貨的要求，獲得亞馬遜優化的貨件拆分，進而免除入庫配置服務費。

第3步：如何獲得免入庫配置服務費方案

亞馬遜優化的貨件拆分（5倉發貨）是實現免入庫配置費的關鍵策略。該策略允許賣家自行將庫存運送至多個入庫地點，進而免除配置費用。

要獲得資格，**貨件中每種商品必須至少包含五個相同的紙箱或托盤，且每個紙箱或托盤中每種商品的數量必須相同，商品組合也必須相同。**

實際操作上，賣家可以選擇**"先裝箱再分倉"**或**"先分倉再裝箱"**兩種方法

- **先裝箱再分倉：**

適用於使用Send to Amazon發貨的賣家，需要按照要求將相同SKU的商品平均分配到5個箱子中，確保每個箱子中的商品種類和數量完全一致。



掃碼檢視裝箱指南

- **先分倉再裝箱：**

則適用於有API/ERP整合能力的賣家，透過使用FBA Inbound V2024-03-20新API的**"稍後包裝(Pack Later)"**功能，當每種商品發貨數量≥5件時，系統會自動提供**"亞馬遜優化的貨件拆分"**選項。



掃碼檢視“稍後包裝”詳細指南

5.1.3 入庫配置費常見誤區避坑

誤區一：選擇單點入倉支付入庫配置費會提升貨件上架速度

實際情況：

- 入庫配置服務費是為了承擔亞馬遜將您的貨物在全美多個區域調撥的成本
- 單點入倉後貨物需要先調撥到區域倉，再進一步調撥至需要上架的多個倉庫，所以整體上架時效需要更長
- 旺季時單點入庫美西倉庫可能面臨接收延遲風險，多點入庫可相對降低風險。

PART05 費用優化 - 四大環節系統性優化方案

2. 誤區二：每個SKU必須發貨5箱以上（或是5的倍數）才能獲得免費五點分倉選項

實際情況：

- 只需確保每件商品包含5個相同的紙箱
- 或包含相同商品組合的紙箱至少5個
- 混箱發貨時確保SKU種類和數量一致

3. 誤區三：分五倉會導致頭程物流費用上漲，一定不划算

實際情況：

- 需要考慮供應鏈全域性成本進行對比。單點入倉成本=頭程費用+入庫配置費+固定費用
- 分五倉成本=美西美中美東頭程費用+固定費用
- 雖然分五倉頭程成本有所增加，但可減免大量入庫配置費，所以綜合來看仍有成本優化空間

賣家案例

家居賣家案例

從分散發貨到成本可控，年省6位數

背景

- 年銷售額千萬級家居品類賣家
- 二季度利潤下滑，尋求突破

核心問題

1. 入庫配置服務費佔比1.3%，高於行業平均水平
2. 不同產品線使用同一套物流管理邏輯，發貨策略未分層優化
3. 對亞馬遜倉儲成本結構缺乏深度認知，未意識到入庫配置費優化的重要性

優化方案

1. 精準定位可優化ASIN
 - 7-8磅以內標準件產品切換至免入庫配置服務費方案
 - 鎖定產生入庫配置費的大頭SKU
 - 制定差異化發貨策略
2. SKU分層發貨策略實施
 - 快消類標準件：採用集中發貨模式，達到批次優惠閾值
 - 高客單大件產品：按需發貨，重點優化包裝標準化
 - 低週轉配件類：與其他產品組合發貨，提升箱體利用率
3. 調整發貨模式，提升效率
 - 固定每2-3天集中發貨一次
 - 滿足免費分倉箱數要求
 - 優化包裝流程，提升箱體利用率

成效

- 入庫配置費降低0.4%
- 發貨工作效率提升30%
- 建立可持續的成本管控制度

汽配賣家案例

自動化改造+資料驅動，年省10萬美元

背景

- 主營汽車配件
- 每週大量混箱發貨需求

核心問題

1. 入庫配置費佔銷售額1.1%，年度額外成本約10萬美元
2. 發貨流程依賴人工操作，效率低下且易出錯
3. 缺乏資料驅動的決策機制，優化效果難以持續

優化方案

1. 精細優化入庫配置費
 - 透過ERP工具結合"稍後包裝"功能實現自動分倉分箱
 - 基於產品重量實施差異化發貨策略
 - 追溯到工廠端調整箱規，確保重量在最優區間
2. 發貨流程"自動化"改造
 - ERP系統自動建立貨件
 - 系統自動分倉分箱
 - 人工僅需做最終審核
 - 發貨準備時間減少50%以上
3. 讓資料說話，持續優化
 - 設計分五倉和單倉的A/B測試方案
 - 基於真實資料做出最優決策
 - 建立持續追蹤和回饋機制

成效

- 入庫配置費降至0.8%以下
- 營運效率大幅提升
- 建立標準化發貨流程

*以上案例僅供參考，實際優化方案需根據每個賣家的實際情況進行評估和調整。

5.2 倉儲環節的優化策略

倉儲環節的費用優化主要聚焦於**超齡庫存費的預防與治理**。合理的庫存管理不僅能夠降低倉儲費用還能提高庫存健康水平，改善整體營運效率。

超齡庫存費預防與治理（以美國站為例）

超齡庫存費預防是避免額外費用的最佳策略。**建議賣家建立庫齡預警機制，特別關注庫齡在150-180天區間的商品。**

預防措施主要包括：

- 建立庫存健康定期檢查機制，每週或每兩週審查一次庫齡接近180天的產品；
- 為接近超齡的商品建立促銷活動，透過價格折扣、多買多省或特價促銷加速銷售；
- 考慮季節性因素，提前規劃季末清倉活動。

對於已進入**超齡狀態（超過181天）的庫存**，則需要採取積極的**治理措施**。**關鍵是把握費用收取的時間節點：亞馬遜於每月15日評估超齡庫存附加費，費用在18-22日收取。**因此，賣家應在每月14日晚11:59（太平洋時間）前提交移除請求，即使在清點日前未實際移除庫存，也不會產生超齡庫存附加費。

治理超齡庫存的詳細方法包括：

- 將商品標記為亞馬遜**Outlet**商品並促銷（最低折扣20%）
- **提交移除或棄置訂單**（當月14日前）
- 啟動**自動移除功能**，對於長期滯銷的商品自動處理



掃碼檢視詳細步驟

賣家案例

UNP戶外品類的庫存精細管理

背景

- 戶外裝備品類領先賣家
- 產品具有明顯的季節性特徵
- 庫存管理面臨多重挑戰

核心問題

- 1 季節性產品庫存壓力大
 - 旺季**9月**需求集中
 - 淡季庫存積壓嚴重
 - 備貨決策難以把控
- 2 多變體庫存難管理
 - 不同顏色款式庫存分散
 - SKU眾多增加管理難度
 - 資金佔用壓力大
- 3 庫存週轉效率待提升
 - 部分SKU庫齡過長
 - 銷售週轉率參差不齊
 - 缺乏系統管理方法

優化方案

- 1 建立差異化庫存策略
 - 四季款：維持**15**倍月銷量
 - 季節款：提前**35**倍備貨
 - 新品：初期**15**倍月銷預測
- 2 動態庫存水平控制
 - 旺季**9月**：維持**34**個月庫存
 - 淡季：維持**12**個月安全庫存
 - **庫齡管理/清貨策略**：Outlet促銷 → 批次清貨 → 亞馬遜回收
- 3 建立“正向週轉機制”
 - 監控關鍵指標：銷量月增率/年增率；產品評價數量/品質；退貨率變化趨勢
 - 基於資料預測調整庫存
- 4 季節性庫存提前規劃
 - 提前一季規劃備貨
 - 建立多倉庫存調配機制
 - 靈活應對市場變化

實施效果

- 逐步優化備貨節奏
- 超齡庫存顯著減少
- 旺季缺貨情況改善
- 資金使用效率提升

請馬上自查！你的FBA庫存可能存在“負回款”，教你每月14號前止損！

01 什麼是負回款庫存？

負回款ASIN = 淨收入 < 0 + 超齡庫存附加費 > 0

簡單來講，就是過去12個月平均每件賣出回款為負值的ASIN，即綜合收入 < 綜合成本，持續產生超齡庫存附加費。賣得越多，虧得越多的隱形殺手！

02 如何快速識別負回款庫存？

第一步：下載ASIN維度成本報告，判斷ASIN盈利狀況

報告下載路徑：賣家平台 → 報告 → 銷售成本與費用 → 亞馬遜利潤分析控制面板 → 下載ASIN維度報告
檢視綜合收入與成本的表現，關注2個核心指標：

- 淨收入<\$0 → 確認虧損
- 超齡庫存附加費>\$0 → 確認超齡

淨收入 < 0 + 超齡庫存附加費 > 0 就是負回款庫存了。



第二步：下載亞馬遜物流庫存報告，檢視負回款ASIN分佈

下載FBA庫存報告，匹配上述負回款的ASIN，檢視庫齡分佈和庫存數量。並特別關注庫齡已經超過，或即將超過365天與456天的超長庫存。根據2026年亞馬遜FBA超齡庫存費新政策：庫存超過12個月（356天以上），超齡倉儲費用最高可達月度倉儲費的13倍。

報告下載路徑：賣家平台 → 庫存 → 亞馬遜物流庫存 → 請求下載.csv檔案

第三步：及時促銷/清貨——最大化回收價值

01 短期行動：建立促銷清倉

Amazon Outlet促銷：針對負回款+超齡的庫存，可標記為Amazon Outlet商品進行銷售。

02 中長期決策：根據促銷情況，進一步根據商品屬性來清貨

⚠ 重要提示：只要在每月14號前提交清貨請求，即使15號庫存還在，也不會計入本月超齡費！

提交清貨訂單路徑：賣家平台 → 庫存 → 管理FBA庫存 → 選擇ASIN → 建立移除/處置訂單 → 選擇"批次清貨"。

商品型別	處理策略
季節性商品	旺季未到或旺季已過：考慮移倉儲存；或部分輕或移除減少損失
非季節性產品	測品失敗/銷售週轉差：批次清貨，加大移除力度

5.3 配送環節的優化策略

配送環節的費用通常佔據FBA總費用的最大部分，其優化空間也相應較大。**自有包裝發貨計劃（SIPP）和商品尺寸認證是降低配送費用的兩大核心攻略。**

5.3.1 自有包裝發貨計劃（SIPP）

SIPP計劃是亞馬遜為使用FBA的賣家推出的一項優惠計劃，允許賣家將商品以原包裝配送給買家，無需亞馬遜提供任何其他包裝。**2026年加入SIPP，標準件每件節省\$0.04-\$0.23，大件商品加入SIPP每件少付\$1.51-\$4.04（美國站為例）。**SIPP的優勢：

- **成本節省：**每件商品最高節省4美元FBA配送費
- **品牌曝光：**外包裝展示品牌標識，直接提升曝光
- **環保貢獻：**減少包裝材料使用，樹立品牌環保形象

適用對象：所有FBA賣家

開放站點：美國站、英國站、德國站、法國站、義大利站、西班牙站、加拿大站

申請加入SIPP的流程



掃碼檢視詳細步驟

審核通過後，相關商品即可享受配送費減免。

5.3.2 FBA商品尺寸認證

自2026年5月5日起，亞馬遜更新了歐洲站亞馬遜物流（FBA）商品包裝尺寸的認證政策：您提供的經認證尺寸將直接用於計算FBA費用。簡單來說，您主動提交準確的商品包裝尺寸，亞馬遜就以您提供的尺寸來收費。

⚠ 截止日期：2026年7月17日

您需要在截止日期前驗證現有商品的包裝尺寸，或提供更新的認證尺寸。如果您未在截止日期前完成驗證，系統將預設您現有的尺寸資料已通過認證。

重要提醒：本次需要關注的是尚未認證的英法意西標準件商品 + 德國站的大件商品。



掃碼檢視詳細步驟

5.4 退貨環節的優化策略

亞馬遜2025年推出了一個被嚴重低估的工具——部分退款（Partial Refund）。從每一筆退貨裡多回收一些價值，是多數賣家忽略的第二條路！

5.4.1 部分退款

部分退款是亞馬遜的退貨成本優化工具。邏輯很簡單：當消費者發起退貨時，系統給買家一個新選項——“你不用把商品寄回來，我們退你一部分錢（如售價的30%）。”買家保留商品，賣家保留大部分貨款。優勢：

💰 **省錢**：避免二次銷售產生的配送費、銷售佣金、推廣費

🛡️ **零風險**：亞馬遜三重系統防線過濾惡意買家（詳見誤區1）

🔓 **零門檻**：開通免費、全品類適用（危險品、衛生用品、不可退貨商品除外）、無客單價限制

適用對象：所有FBA賣家

開放站點：美國站、英國站、德國站、法國站、義大利站、西班牙站

核心公式

只要部分退款金額 < 二次銷售綜合成本

開通就是賺！

5.4.2 三大誤區拆解

誤區1：“開通部分退款 = 被買家佔便宜”

亞馬遜設定了三重防線：系統審核、觸發條件、頻次限制，替你把關

誤區2：“我的退貨率低/客單價低/可售率高，沒必要開”

低客單、低退貨率，照樣省出一筆可觀的費用。

誤區3：“退貨原因是不會安裝/尺寸不合，部分退款沒用”

與其花時間打包寄回，不如拿一筆退款、商品留著送人或轉賣。



[掃碼檢視詳細步驟](#)

5.5 亞馬遜費用和利潤工具

為幫助賣家瞭解FBA費用政策，並提升盈利能力，亞馬遜提供多款官方工具和服務支援，從成本預估到費率查詢，再到盈利診斷，助您掌握關鍵資料，優化營運策略。

利潤分析控制面板

透過**亞馬遜利潤分析控制面板**，賣家可在ASIN維度清晰檢視商品效益，並**直觀看到本次費用更新對每件商品的影響**。利於提前優化定價與補貨節奏，降低不確定性，穩住利潤率。

更多詳情請複製連結到瀏覽器檢視：<https://sellercentral.amazon.com/economics>

費用頁面

幫助您**瞭解FBA各項費用構成及計算方式**，包括FBA費用、推廣費用

配送費用等全方位費用明細。請掃碼檢視“費用頁面”工具詳解



掃碼檢視詳細指導

亞馬遜物流收入計算器

亞馬遜物流收入計算器是一種預覽工具，可讓您根據所使用的配送通路比較商品的**預計收入**。您可輕鬆檢視每種配送選項需要支付哪些費用，還可以輸入預計銷量來計算總收入以及單件售出商品預計費用。請複製連結到瀏覽器檢視：<https://sellercentral.amazon.com/revcal>

費用預覽報告

此報告顯示了針對您當前的亞馬遜物流庫存估算的亞馬遜銷售和配送費用，以及即將針對您的賣家自配送商品和亞馬遜物流商品推出的費用變更（如果有）。

賣家案例

OBSCOT高科技產品配送優化實踐

- 智慧視覺裝置品牌
- 產品單價較高(300-400美金)
- 對物流配送品質要求高

背景介紹

- 1 配送成本居高不下
- 2 產品易損耗增加成本
- 3 退貨處理費用高企

主要挑戰

- SIPP計劃帶來的每件1.32美元的節省
- 透過海外倉可以進行產品標籤和外箱標籤的更換
- 可以將退換貨商品以新品方式發給顧客

實施成效

創新優化方案

1. SIPP計劃全面應用

- 15款主力產品加入SIPP
- 重新設計產品包裝
- 配送費節省132美元/件

實際執行：

- 優化外包裝尺寸和材質
- 確保符合SIPP要求
- 監控配送品質回饋

2. SIPP計劃全面應用

- 利用德國、英國等地海外倉接收退貨
- 建立標準化退貨處理流程
- 對退貨商品進行二次品檢
- 符合條件的商品重新貼標後再次銷售

實際執行：

- 透過海外倉進行產品標籤和外箱標籤更換
- 將退換貨商品以新品方式發給顧客
- 解決中小賣家退貨難以被服務商承接的痛點

3. 退貨品檢升級

- 建立海外倉二次品檢
- 可二次銷售商品透過FBM
- 不合格商品就地處理

詳細流程：

- 制定品檢標準
- 培訓品檢人員
- 建立處理機制

*以上案例僅供參考，實際優化方案需根據每個賣家的實際情況進行評估和調整。



官方文件與學習中心

- 善用 [SU Learning Navigator](#)：從關鍵字搜尋到學習路徑，一站式學習中心助你快速找到 FBA 費用相關課程與資源。
- 亞馬遜賣家平台幫助頁面和賣家大學：登入賣家平台，可檢視全面的 FBA 政策、費用說明和操作指南
- 亞馬遜官方線上課程：前往 [賣家大學官方課程中心](#)，觀看 FBA 費用優化專場講解，涵蓋從入門到進階的各類主題。

重要提示

FBA 費用優化是一項系統工程，需要賣家在入庫、倉儲、配送、退貨等多個環節持續投入和優化，才能實現長期穩定的成本節約效果。建議賣家根據自身情況，循序漸進地實施優化方案，逐步建立起完整的費用優化體系。

亞馬遜政策和費用標準會定期調整，建議在做重大營運決策前，務必查閱賣家平台的最新官方文件，確保資訊準確性。本手冊提供的內容基於編寫時的政策，實際執行請以亞馬遜官方最新公佈為準。