

# 通过亚马逊企业购 基础功能帮助提高销售额

## 课程路径图及内容

### 3.1 亚马逊企业购卖家故事

了解亚马逊企业购优秀卖家故事，触达终端企业买家、提升 B 端销量。

### 3.2 设置企业商品价格及数量折扣价

掌握设置企业商品价格的方法，并通过学习数量折扣的定价模式来吸引到买家的关注，从而获得更多流量及成交量。

### 3.3 批量管理企业商品价格及数量折扣价

通过批量上传文档更新您的商品价格，并使用自动定价功能降低运营难度。

### 3.4 展示卖家资料

完善您的公司资料，从而清晰地向企业及机构买家介绍您的业务情况，赢取他们的信赖并提高购买转化率。

### 3.5 提供质量及多元化认证

查看亚马逊企业购常见的认证类型并掌握如何上传质量认证。

### 3.6 亚马逊企业购欧洲站运营指导专题

亚马逊增值税计算服务（VCS）服务，通过销售报告获取商品的销售状况，从而帮助您深度开拓市场。

# 目录

<b>1. 亚马逊企业购卖家故事</b>	<b>2</b>
<b>1.1 找准产品卖点触达重点买家，工业品也能火遍亚马逊</b>	<b>3</b>
<b>1.2 深耕储能领域，创收亚马逊迄今为止最大单笔商采订单</b>	<b>3</b>
<b>1.3 借力办公用品，从代工厂成长为中国企业出海先锋</b>	<b>4</b>
<b>1.4 文具用品也能实现爆单自由，引海外消费者热购</b>	<b>4</b>
<b>1.5 巧借商用家具东风，实现五年百亿小目标</b>	<b>5</b>
<b>1.6 在亚马逊把小接口做成亿级大生意</b>	<b>5</b>
<b>1.7 中国卖家玩“赚”商业IT生意</b>	<b>6</b>
<b>1.8 闯出跨境生意“冷启动”的一片天，瞄准商机切出蛋糕</b>	<b>6</b>
<b>1.9 挖掘商用餐厨蓝海商机，做全世界的供应商</b>	<b>7</b>
<b>1.10 老牌工厂转型亚马逊跨境，与世界500强做生意</b>	<b>7</b>
<b>1.11 “中国五金之都”永康中的跨境企业先行者</b>	<b>8</b>

## 1.1 找准产品卖点触达重点买家，工业品也能火遍亚马逊

### YESWELDER

专业焊接品牌

**上线业绩** 上线两年，  
目前亚马逊占总跨境销售额的**73%**

➤ **上线站点：**美国站、加拿大站、日本站、澳大利亚站

➤ **主营产品：**工业焊接产品，包括焊帽和焊机等

➤ **运营模式：**自主品牌

➤ **业务模式：**原是 OEM（代工）厂商，为国外焊机品牌加工，现转型跨境电商，独立运营

我们公司2019年上线了亚马逊，打造自主品牌“**YesWelder**”。同时也了解到亚马逊上的商采项目，通过亚马逊企业购为企业买家提供标准的专业焊接产品。

2021年黑五当天，我们在北美站点参加了黑五7天促销和会员专享折扣等活动，销售额再破记录，同比增长**253%**，其中来自企业买家的订单同比增长**314%**。

## 1.2 深耕储能领域，创收亚马逊迄今为止最大单笔商采订单



BLUETTI 德兰明海 - 专业储能品牌

**上线业绩** 2022年，BLUETTI 通过亚马逊企业购成交了一笔达**38万欧元**的单笔采购订单

➤ **上线站点：**美国站、欧洲五国、加拿大站、日本站、澳大利亚站

➤ **主营产品：**便携式储能、户用/商用光伏储能系统

➤ **运营模式：**从 ODM 起家，两年时间实现品牌全球化

公司于2013年成立，2020年正式出海。单在德国站的 B 端销售占比就达到了**13%**。而且在通过企业购多次触达 B 端用户后，德国站的整体复购率达到了**15%**。

运营负责人表示：‘卖家平台的企业购相关数据报告提供了海外客群的新洞察，帮助我们开拓新的 B 端商机。’

案例来源：亚马逊全球开店微信公众号推文

1. 《吸引1W+观看的焊接视频有什么魔力？253%销售增长，工业品竟能火遍亚马逊》
2. 《拿下一笔38万欧元订单，年销暴增2800%! 这两个亚马逊“大盈家”如何做到?》

## 1.3 借力办公用品，从代工厂成长为中国企业出海先锋

**乐歌 Loctek®**

— 线性驱动 健康办公 智能家居 跨境电商 —

行业头部制造商转型  
智能升降桌等人体工学产品

上线  
业绩

一年时间企业端销量增长**39倍**

- ▶ **上线站点：**美国、德国、英国、日本与法国五大站点
- ▶ **运营模式：**自主品牌（有独立知识产权）
- ▶ **业务模式：**原是 OEM（代工）厂商，以外销为主，为海外品牌做 OEM 代工

借助亚马逊优质资源和服务，我们发掘了 B 端业务这块潜力巨大的“富矿”。与上百家企业客户合作了**定期采购**的生意，采购金额已高达**数千万美金**，并一直保持**110%**的增速发展。不仅如此，我们更是开展了国际化布局战略，最终成就**中国人体工学第一股**。

## 1.4 文具用品也能够实现爆单自由，引海外消费者热购

**deli 得力文具**

国民文具用品

上线  
业绩

上线仅三年，  
亚马逊就占总跨境销售额的**90%**

- ▶ **上线站点：**美国站、欧洲站、日本站
- ▶ **主营产品：**学校用品、订书机、桌面收纳、彩铅和卷笔刀
- ▶ **运营模式：**自主品牌
- ▶ **业务模式：**原为国际品牌做贴牌加工，后转向品牌线下分销，现转型跨境电商

我们的桌面收纳、订书机以及彩铅等文具在亚马逊上都是爆品。2021年在亚马逊总体销售额同比增长**323%**。每到文具品类相关的促销节点更是销量大增，复购率也相当高，来自企业端的销售额更是较前一年增长**485%**！

案例来源：亚马逊全球开店微信公众号推文

1. 《成功卖家 | 乐歌十五年磨一剑，成就上市梦》
2. 《厉害了！销售额增长323%，国民文具品牌—得力如何在亚马逊乘风破浪？》

## 1.5 巧借商用家具东风，实现五年百亿小目标



国内专注人体工学办公椅的头部品牌

上线  
业绩

2021年，亚马逊销售额高达**3亿**人民币

- **上线站点：**美国站、欧洲站、印度、日本等全球多站
- **主营产品：**工学座椅、智能书桌、儿童学习桌椅、游戏座舱、老人椅等
- **运营模式：**自主品牌
- **业务模式：**传统制造商转型

“

面临国内竞争格局激烈、国外销售壁垒难以打破的困局，我们在2019年开通了亚马逊美国站，通过亚马逊企业购将品牌和产品直接带到海外消费者面前。

如今，我们已成为欧洲多个站点的**行业领导者**，实现了品牌化的全球跃升，品牌销售额在美国站排名 **Top10**。

”

## 1.6 在亚马逊把小接口做成亿级大生意



切入多场景办公 IT 需求品牌

上线  
业绩

多个爆品日均订单**1000+**，斩获亚马逊 **Best Sellers**，单个企业买家一次下单超过**50万**美金。2021年亚马逊整体业绩增长**3-4倍**，B 端销量年增长超过**118%**，从千万级的卖家向亿级卖家跃升

- **上线站点：**美国站、欧洲站
- **主营产品：**集线器、扩展坞
- **发展历程：**2013年成立、2018年上线亚马逊、2019年开通亚马逊企业购
- **亮眼成绩：**获得沃尔玛、戴尔、雷神等世界500强订单，达成战略合作

“

UtechSmart 抓住了 Type-C 风口，打造出众多搭载 Type-C 接口的明星单品。让创始人 Max 意识到**直接触达用户的重要性**：不仅可以**优化产品、提升品质，更能丰富产品线、打造品牌**。这个认知推动了 UtechSmart 入驻亚马逊企业购。

”

案例来源：亚马逊全球开店微信公众号推文

1. 《销售过亿，年销暴涨200%! 办公品类疯狂圈粉，如何击中海外亚马逊买家“心巴”》
2. 《多个爆品日均订单1000+，年销翻3-4倍! 他在亚马逊把小接口做成亿级大生意》

## 1.7 中国卖家玩“赚”商业 IT 生意



HollyView  
转型自主品牌

上线  
业绩

2022年仅上半年，亚马逊企业购 B 端销售额就超过去年全年销售额；美国站和日本站订单量同比增长**40%**和**60%**

- **上线站点：**美、加、日、英、德、法、意、西、波兰、荷兰、澳大利亚、阿联酋
- **主营产品：**无线麦克风、无线图像传输系统、无线通话系统
- **运营模式：**2013年注册成立；2019年上线亚马逊；2020年开通亚马逊企业购
- **业务模式：**连续5年业绩年增长率均超40%

Hollyview 一开始做贴牌生意。直到2017年，觉得这条路无法持续发展，便决定做自有品牌，主要生产影视拍摄相关产品，**现在基本上每年都能维持40%以上销售业绩增长。**

## 1.8 闯出跨境生意“冷启动”的一片天，瞄准商机切出蛋糕

**AstroAI**

年轻企业“破浪”出海

上线  
业绩

2017年创业，从2017年到去年，AstroAI 的业绩有很明显的提升，同比2021年，在2022年达到了**300%+**的销售增量，这些基本都是加入企业购后带来的增长

- **上线站点：**北美站点和欧洲五国站点
- **主营产品：**汽车周边及工具产品
- **运营模式：**自主品牌
- **亮眼成绩：**同比2021年，在2022年达到了300%+的销售增量

对于 AstroAI 来说，最常用的工具是**企业价格与数量折扣 (BPQD)**，目前欧洲5大站点95%的ASIN都设置了BPQD，并且最高的数量折扣设定到了20%。**利用好企业购的定价工具，不仅可以获得额外的商品曝光展示，还可以加速企业买家做购买决策。**

案例来源：亚马逊全球开店微信公众号推文

1. 《多个爆品日均订单1000+，年销翻3-4倍！他在亚马逊把小接口做成亿级大生意》
2. 《拿下一笔38万欧元订单，年销暴增2800%！这两个亚马逊“大赢家”如何做到？》

## 1.9 挖掘商用餐厨蓝海商机，做全世界的供应商

# KITMA

深耕商用餐厨品类十余年

**上线业绩** 上线半年，成为当年全球范围内工业商用分类中国卖家中的 **Top1**

- **上线站点：** 美国站
- **主营产品：** 一站式商用餐厨产品，包括后厨设备、器皿、餐桌餐饮、收银设备等
- **运营模式：** 自主品牌
- **业务模式：** 曾为海外知名品牌做代工现转型跨境电商，成立独立品牌

面对沉没成本、押货成本、不可控风险以及3年自建站探索的失败，我们在‘亚马逊圈内人’的推荐下，了解到了亚马逊并决定在这上面开启 B 端的业务！上线**一周**就成交了一笔**千元美金**订单；30天内，实现第一个日销售过万美金；**3个月内**，月销售额就突破了**20万美金**。

## 1.10 老牌工厂转型亚马逊跨境，与世界500强做生意

# AIKE

顺应时代变化，开拓跨境转型新道路

**上线业绩** 销售额连续4年翻倍增长，多款单品获得 **Best Seller**，获麦当劳、马自达、甲骨文、希尔顿等500强知名企业采购订单

- **上线站点：** 北美、欧洲多个站点
- **主营产品：** 干手器、皂液器
- **运营模式：** 自主品牌
- **卖家类型：** 集研发、生产、经验一体化的工厂型卖家

2018年初，AIKE 艾克了解到很多 B 端客户在亚马逊上生意都做得很好，意识到传统外贸也应顺应时代变化，抓住跨境电商机遇，果断选择上线**亚马逊美国站点**，同步开通亚马逊企业购。开通至今，**超过30%的订单来自 B 端买家**，在亚马逊的销售业绩每年都在**翻倍**。AIKE 艾克在亚马逊上还获得了麦当劳、马自达、甲骨文、希尔顿、海外政府机构等不同行业的知名企业及机构的商采订单，同时美甲店、小型餐馆、民宿等小型 B 端客户也是他们主要的客群。

案例来源：亚马逊全球开店微信公众号推文

1. 《成功卖家 | 型德国际：从犹豫3年到7天上线，Amazon Business 让我做全世界的供应商》
2. 《3个运营撬动上亿业务！老牌工厂转型亚马逊跨境，与世界500强做生意！》

## 1.11 “中国五金之都”永康中的跨境企业先行者

**哈尔斯**  
HAERS

中国杯壶专家，全球销量领先

上线  
业绩

作为杯壶制造的龙头企业，哈尔斯秉持着**工匠精神打磨产品，并且加速培育自主品牌，探索并拓展新商机**

- **上线站点：**美国、日本、欧洲站
- **主营产品：**真空器皿、杯壶制造，如保温杯、保温瓶（壶）、汽车杯等不锈钢保温器皿。
- **运营模式：**自主品牌

“

开通亚马逊企业购后，哈尔斯的 **B 端业务有大幅的增长**，直接将产品卖给终端企业采购用户，B 端客户更看重卖家的生产研发实力、产品性价比、产品质量的稳定性、以及供货的长久性，更有利于哈尔斯同时在 C 端与 B 端的双赛道布局。

”

**CROWN**皇冠

打造线上全球化品牌

上线  
业绩

同处永康产业带的皇冠工具是一家深耕五金工具产业25年的企业，早期以代工起家，后开始了品牌化转型。在欧美线下五金工具市场基本被国外品牌垄断的情况下，**皇冠通过亚马逊打造线上全球化品牌，开拓了发展新机遇**。皇冠也兑现了“做中国人自己的电动工具品牌”承诺

- **上线站点：**欧洲等多站点
- **主营产品：**五金工具
- **运营模式：**自主品牌
- **亮眼成绩：**皇冠在中国工具行业已名列前茅，产品畅销欧洲、亚洲、美洲、澳洲三十多个国家和地区

“

在海外开拓过程中，通过亚马逊数据报告，皇冠得以精准定位消费人群，并根据不同站点的消费者需求偏好以及亚马逊的用户反馈，对产品进行优化和调整。为满足不同使用场景下消费者对电动工具的需求差异，皇冠进行多样化的品类延伸，为用户提供更好的产品服务和消费体验。

”

案例来源：亚马逊全球开店微信公众号推文

《爆燃！<匠起东方·中国骄傲>正式上线，亚马逊带你见证中国产业带的腾飞！》

# 恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

## 课程路径图

3.1 亚马逊企业购卖家故事

3.2 设置企业商品价格及数量折扣价

3.3 批量管理企业商品价格及数量折扣价



动动手指，一键点亮页面右下角的“👍”  
让我们为您带来更多实用的学习资料！



请扫二维码填写课程反馈  
让我们持续优化您的体验

## 延伸学习课程



### 亚马逊企业购

- 什么是亚马逊企业购？
- 将亚马逊企业购添加到卖家账户
- 通过亚马逊企业购基础功能帮助提高销售额
- 通过亚马逊企业购高阶功能及项目获得专属选品推荐
- 企业买家热购品类

除了本章的通过亚马逊企业购基础功能帮助提高销售额，亚马逊企业购系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多…



### 亚马逊官方讲堂

由官方金牌讲师授课，为有意向开店及已开店的中国卖家，量身打造线上及线下精品付费培训。



扫码了解更多