



亚马逊站点介绍

课程路径图及内容

2.1

亚马逊全球开店简介

本章将帮助您了解亚马逊全球开店

2.2

选择您的全球业务第一站

本章将协助您学习如何选择目标站点

2.4

亚马逊欧洲站点简介

由此学习欧洲站点的特色

2.3

亚马逊北美站点简介

由此学习北美站点的特色

2.5

亚马逊日本站点简介

由此学习日本站点的特色

2.6

亚马逊澳洲站点简介

由此学习澳洲站点的特色

2.8

亚马逊中东站点简介

由此学习中东站点的特色

2.7

亚马逊印度站点简介

由此学习印度站点的特色

2.9

亚马逊新加坡站点简介

由此学习新加坡站点的特色

2.10

亚马逊土耳其站点简介

由此学习土耳其站点的特色

2.11

亚马逊拉美站点简介

由此学习拉美站点的特色



目录

4. 亚马逊欧洲站点简介	3
4.1 欧洲电商发展情况	3
4.2 亚马逊在欧洲的发展情况	4
4.3 亚马逊欧洲站点热销品类	8
4.4 亚马逊欧洲 KYC 审核	13
4.5 亚马逊欧洲的合规政策	14
4.6 亚马逊欧洲站点多元物流解决方案	18
4.7 欧洲站点新卖家扶持	26

4.1 欧洲电商发展情况

掘金大欧洲：商机无限，入局正当时

欧洲是一个贸易大洲，也是世界的金融中心。高度发达的电商基础设施，让欧洲的电商销售额连连快速增长，即使经历疫情肆虐，依然保持强势趋势。



网购人群

疫情后，欧洲消费者消费习惯与结构发生了很大变化，线上消费力持续上涨。据预测，到2025年欧洲网购人群将超过**5亿**，相当于美国+日本人口总和。



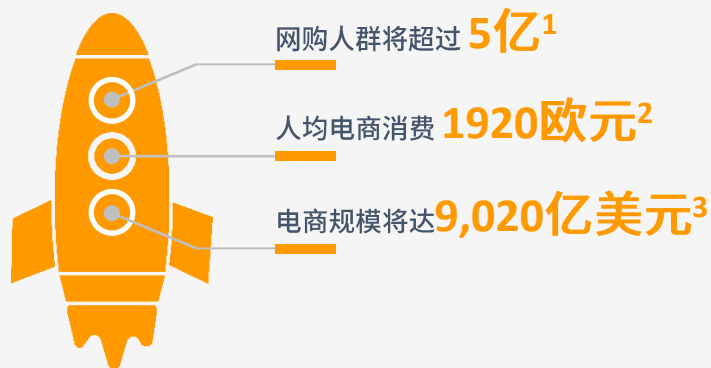
人均电商消费

2021年至今，欧洲电商收入平均年涨幅6%，人均电商消费已达到**1,920欧元**。



电商规模将达万亿美元

2027年，**电商规模将达到9,020亿美元**，远超日本、加拿大等地区。



1. ecommerce news; worldbank

2. Statista

3. Statista

4.2 亚马逊在欧洲的发展情况

4.2.1 亚马逊在欧洲的市场概览

亚马逊在欧洲覆盖9+1大站点，30+ 欧洲国家 / 地区，尽揽欧洲大商机。

亚马逊欧洲站点各具特色，无论从市场大小还是从电商收入来看数据量级都非常大：



成熟五国优势： 电商收入高、电商用户多、市场规模大。



新兴市场和消费者的增速快、潜力高：

新兴市场平均线上消费者比例大，能够被触及到的消费者巨大，目前属于市场蓝海。



出口计划：

无痛、低成本拓展欧洲站点，无需注册新账户，无需额外 VAT，后台一键开启便捷的物流方式。

5大成熟站点 优势十足



5大成熟站点：
英国、德国、法国、意大利、
西班牙

- 2023年电商收入预计**超过4,000亿美元¹**
- 2027年电商用户将**突破2.6亿²**
- 2027年电商市场规模将达**到5,718亿美元³**

4大新兴 + 1个试运营站点 机遇丰富



4大新兴站点：
瑞典、荷兰、波兰、比利时
1个试运营站点：
土耳其

- 平均线上消费者比例高于欧洲平均线上消费者比例，**达到82%⁴**
- 平均线上消费增速高于欧洲整体线上消费增速，**达9.5%⁵**
- 4大站点触及**7,500万 + 消费者⁶**

欧洲出口计划



- 商品**0成本直卖30+个国家 / 地区**
- 无需注册新账户，无需额外注册 VAT 税号
- 亚马逊物流 (FBA) 卖家和自配送 (MFN) 卖家都可以参加

4.2.2 核心成熟五国，掘金大欧洲的优先选择

英国 / 德国 / 法国 / 意大利 / 西班牙站点 —— 实力担当，成熟站点，掘金大欧洲的优先选择



英国站点

英国站点 —— 掘金大欧洲第一站

- 商机无限：电商渗透率高达82.69%¹，预计到2027年，电商规模将超过2,300亿美元²
- 体量庞大：体量和规模仅次于亚马逊北美站点
- 消费者与美国相似：拓展业务更轻松



德国站点

德国站点 —— 大欧洲“黄金路口”

- 电商成熟：预计到2027年，电商规模将达到1,752.6亿美元³
- 消费者购买力强：平均客单价152欧元，比欧洲平均水平高38%⁴
- 地理位置优越：影响力辐射整个欧洲



法国站点

法国站点

- 电商用户5,100万仅次于德国和英国⁵



意大利站点

意大利站点

- 电商收入预计年增长率为11.59%，高于欧洲整体⁶



西班牙站点

西班牙站点

- 电商收入预计年增长率为9.87%，高于欧洲整体⁷

1/3/5/6/7. Statista

2. ecommerceDB

4. Ecommercegermany

4.2.3 新兴站点，大欧洲掘金新赛道

荷兰 / 瑞典 / 波兰 / 比利时 —— 4大站点潜力非凡，海量商机等待发掘

新兴站点电商市场增速快，荷兰、瑞典人均 GDP 高，线上消费能力强；波兰为中欧枢纽，成本低常用作仓储。

- 站在巨人肩膀上的欧洲新锐，拓展事半功倍
- 深受信任，当地用户喜爱亚马逊



荷兰站点

荷兰站点

2022年电商产业价值达333亿欧元，线上订单超过3.4亿个³



瑞典站点

瑞典站点

瑞典是北欧最大的电商地区¹，人均电商消费约为1,971美元，高于新加坡、加拿大等国家²



波兰站点

波兰站点

58.7% 的波兰人每周都会网购，高于日本、澳洲等国家⁵



比利时站点

比利时站点

2022年前9个月，比利时人的网上消费总额为108亿欧元，同比增长23%⁴

土耳其 —— 试运营站点，无限潜力

土耳其位于亚欧大陆交界，地理位置重要，人口多且年轻人口比例高，未来消费者市场潜力很大。



土耳其站点

土耳其站点 (试运营)

人口的中位年龄仅为33.5岁，预示着未来若干年将拥有强大的消费潜力⁶

1/3/6. Statista

2/5. Oosga

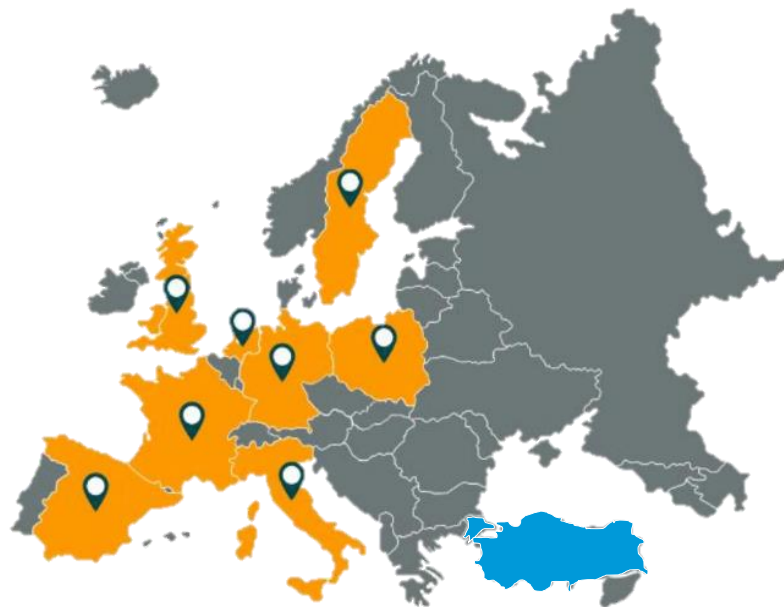
4. BrusselsTimes

4.2.4 官方拓展工具 (EEA)

3天实现商品卖9国，0成本拓客增销!

亚马逊官方提供的拓展工具 EEA，卖家只需上传一次 Listing，就可以同步到全部9个欧洲站点，系统自动翻译为当地语言，实现自动汇率换算。系统的定价规则，可以保障卖家各站点利润率一致。最快3个工作日，卖家就可以快速轻松扩展欧洲站业务。

适用条件：至少拥有一个活跃且账号状态正常的亚马逊欧洲专业卖家销售账户。



4.2.5 欧洲出口计划

欧洲出口计划来解决亚马逊9个站点之外其他国家的问题。对于没有站点的欧洲国家卖家通过设置开启出口计划，可以实现生意全覆盖，**0成本就能提升销量。**

- 一个商品直接卖欧洲 30+ 个国家 / 地区
- 无需注册新账户，只需利用现有的欧洲账号即可激活
- 无需额外注册 VAT 税号，省时又省力
- 无需搬运 Listing，借助现有站点接单海外订单，一键销全球
- 亚马逊物流 (FBA) 卖家和自配送 (MFN) 卖家都可参加



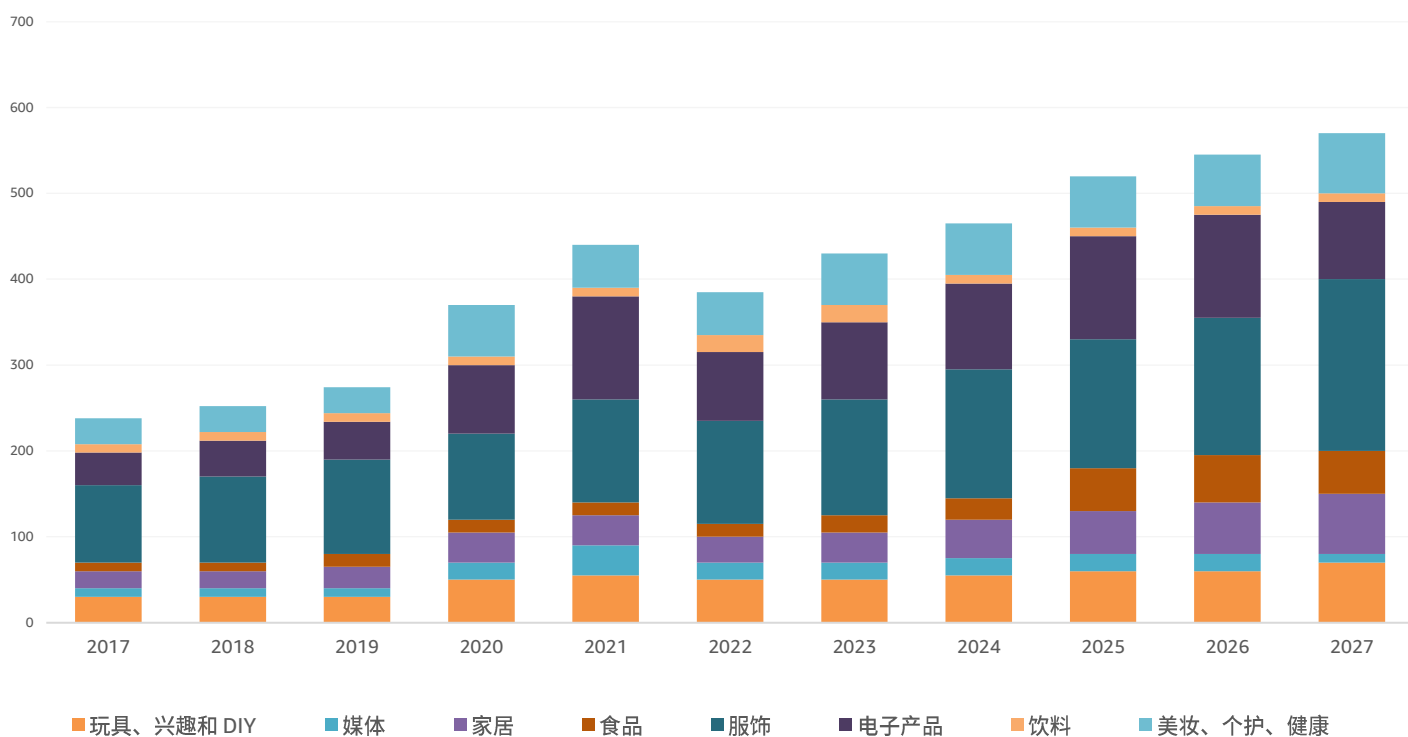
4.3 亚马逊欧洲站点热销品类

4.2.1 亚马逊在欧洲的市场概览

欧洲电商市场近年来持续稳定增长，疫情后的消费习惯和结构更是发生了很大变化，市场潜力巨大。其中，服饰类和消费电子类市场份额最大，美妆、玩具也呈持续性快速增长。

欧洲5国热销品类增长¹

EU5* - (billion USD (US\$))



* EU5: 英国、德国、法国、意大利、西班牙

增速最快的品类主要分布于家居类、家居装饰类、服饰类和电子产品类，这些都是未来的新机遇。

1. eCommerce-(Revenue)

4.2.2 亚马逊欧洲站点热销品类

家居类

热销产品举例

家居纺织品
收纳类
清洁工具类
灯具类

品类点评

- 欧洲亚马逊最大类目，德国站点份额占比明显
- 家居产品，应用场景不同款式变化多，结合季节，节日和流行趋势可以有更多市场机遇

运营重点

- 需注意产品合规、性能要求和知识产权问题
- 把握促销节点和热卖旺季

主要产业带分布

包括但不限于：

- 中山（灯具）
- 南通海门（床上用品家纺）
- 常州邹区（照明/灯具）
- 隆昌（家纺）
- 绍兴（箱式收纳）



服饰时尚品类

热销产品举例

男士T恤
男士休闲裤
女士紧身裤
女士连衣裙

品类点评

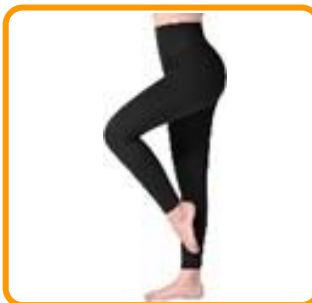
- 服饰依然是增长广阔的主战场，更容易获得流量红利；
- 个性化需求 & 季节性属性较强

运营重点

- 供应链要求较高
- 设计开发，时尚风潮把握
- 分季运营 & 库存规划

主要产业带分布

- 包括但不限于：
- 石狮（运动服饰）
 - 杭州（羽绒服、男装、女装）
 - 嘉兴（女装）
 - 常熟（男装、家居服、羽绒服）



厨卫类

热销产品举例

电炊具类
家具类
食物处理器

品类点评

- 海外市场消费者购买厨卫类渗透率高
- 全年都有对应的旺季商品，可根据每一季节特性进行选品与备货

运营重点

- 把握品类旺季节点，提前布局
- 线上销售需完善操作指导，注意品控 & 售后问题。

主要产业带分布

- 包括但不限于：
- 永康（厨具、餐具）
 - 慈溪 / 余姚（厨房家电）
 - 厦门（卫浴）
 - 苏州（扫地机器人 / 吸尘器）



家具家居类产品

热销产品举例

办公桌
桌边椅
沙发
浴室橱柜

品类点评

随着电商发展，家具品选购由线下转移至线上，线下占比较高的商品在线上会有增长的趋势

运营重点

- 专注产品质量及产品设计
- 消费者更偏好性价比产品

主要产业带分布

- 包括但不限于：
- 宁波（室内桌椅）
 - 安吉（办公家具）
 - 佛山（家具）
 - 洛阳（钢制家具）



4.4 亚马逊欧洲 KYC 审核

4.4.1 什么是 KYC

KYC (Know Your Customer) 是亚马逊针对在欧洲站点开店卖家设立的资质审核。为了保证卖家能公平公正地进行交易，亚马逊欧洲站点资质审核 (KYC) 至关重要。

4.4.2 KYC 审核流程

目前 KYC 审核流程已大幅度简化，卖家无需提交更多材料，即可通过审核，立即开始欧洲站点的销售之旅！



完成注册和基本开店资质审核



在卖家平台切换到欧洲站点



完善受益人信息

如果您的账户触发了 KYC 审核（例如开售后当您的账户收款达到一定阈值、或您在卖家后台更改关键信息等），则需要您及时提交资料完成审核。

常见的 KYC 基础资料包括：

- 公司资料：营业执照、公司章程
- 个人资料：首要联系人和受益人* 的身份证件及个人日常费用账单*

* 受益人：指占贵公司25%及以上股份的个人

* 日常账单：如信用卡账单，公共事业账单，个人银行账户综合查询凭证等。
180天内开具，文件上的姓名、地址信息与卖家后台一致。

4.5 亚马逊欧洲的合规政策

4.5.1 亚马逊欧洲站点合规一览

都说欧洲合规复杂？其实只有三类：税务、环境、产品。

亚马逊卖家不一定适用所有的类目要求，这里会逐一介绍这三类合规，只要跟随亚马逊提供的具体合规指引以及解决方案，即可顺利合规经营。



税务合规

增值税 VAT



产品合规

欧盟负责人
其他合规要求



环境合规

生产者责任延伸 (EPR)



4.5.2 欧洲增值税 VAT 合规

增值税 VAT 是针对消费者支出征收的一个税种，在欧洲国家 / 地区之间进行交易、进口商品和运输商品时，需要征收增值税。

1、需要注册增值税 VAT 的业务活动：

- 使用 FBA 或英国 / 欧盟国家海外仓
- 向英国 / 欧盟国家的企业买家销售商品

欧洲 VAT 黄金法则
—— 哪里有库存，哪里就需要 VAT 税号！

2、值得注意的是：

- 卖家在英国产生库存后90天（如申请到额外30天的宽限期，则为**120天**）内需上传有效税号* 英国站点申请120天宽限期的方法请咨询税代或业务经理；
- 在德国产生库存后的24小时内需上传有效税号，否则销售权限将受限。

* 数据来源于第三方税务服务商截止于2023年7月提供的平均时效，不代表亚马逊观点。具体注册时效建议您注册前咨询您的税务服务商，并在注册过程中和税务服务商保持沟通。相关法律、法规、政策及申报要求的整理仅供参考，并非穷尽，且不代表亚马逊对相关法律、法规、政策及申报要求的解读或法律、税务建议。如果您对相关法律、法规、政策及申报要求有任何疑问，敬请联系您的主管部门或您的法律及税务顾问。

3、欧洲各国税号申请时效参考

从时效可以看到英国站点和德国站点都需要卖家尽快做准备，同时可申请时效最快的意大利站点，抢先开启欧洲站点生意。

欧洲各国税号申请时效参考

国家 / 地区	VAT 注册时长 (本国税号 + 欧盟税号)	EORI 注册时长
意大利	1周	4-12周
德国	8-12周	4-8周
英国	最快10-12周	1-2周
法国	4-12周	1-2周
西班牙	8-16周	1-2周
波兰	4-8周	1-2周
捷克	1-4周	2-3周

4.5.3 欧洲产品合规

新的欧盟商品安全法规要求带有 CE 标志的商品（如电器和玩具）需要具有位于欧盟境内的人员作为**商品合规性联系人**（“负责人”），以确保产品安全和消费者的权益。如果卖家在欧盟销售**带有 CE 标志**的商品但没有欧盟负责人则属于违法行为。


常见带有 CE 标志的商品示例

	玩具		建筑类用品		个人防护用品 (护目镜、防尘口罩等)
	无线电设备 (手机、无线传输设备等)		电脑		燃气灶 (器具)
	节能类产品 (窗户、绝缘隔热材料等)		简易压力容器		防爆产品
	机械设备 (装置)		计量测试设备		可能产生噪音的设备 (建筑设备、花园设备)
	非自动的 称重设备		压力设备		船 (运动休闲用途的船舶类产品，船体长度在2.5-24米之间)
	电子电器类 设备中的有 害物质 (电池)		受电磁兼容指令管控的电子电器产品 (遥控汽车)		

4.5.4 欧洲环境合规

生产者责任延伸 (EPR)


欧洲非常注意环保公益，因此**针对德国和法国**制定了环境政策，要求所有生产者对其在市场上所推出商品的整个生命周期负责，即从商品设计开始到商品生命周期结束，包括废弃物收集和处理。



德国

德国包装法：
如果您销售**带包装**的商品，需要提前上传**德国包装法注册号 (LUCID)**并通过**亚马逊验证**

德国电气与电子设备：
若卖家在德国销售属于**电气与电子设备废料指令**管辖的商品，亚马逊将会收集并验证您的 **WEEE 注册号**



法国

法国 EPR
法国销售 EPR 适用的商品，但未向亚马逊提供相应的有效 EPR 注册号，亚马逊会自动为您注册并加入亚马逊的**“代您付款”服务**

在**法国 / 德国**销售商品，亚马逊将帮助您确认销售商品是否符合所在国家 / 地区的生产者责任延伸 (EPR) 要求。一些常见的适用品类如家居、纺织类等，需要在法国申请 EPR，如果您还没有自主申请，亚马逊会自动代扣代缴。

法国 / 德国常见 EPR 商品分类和举例

ERP 商品分类	 德国	 法国
包装	✓	✓
电气与电子设备 (WEEE)	✓	✓
电池*	✓	✓
家具		✓
轮胎		✓
印刷品		✓
纺织品		✓
化学品		✓

4.6 亚马逊欧洲站点多元物流解决方案

4.6.1 多元物流解决方案

亚马逊欧洲站点提供成熟多元的物流解决方案，为你解决物流及库存痛点，主要两种方式：

- **亚马逊物流 FBA：**

绝大部分亚马逊卖家选择亚马逊物流 FBA，从头程、尾程到库存管理每一个阶段都有多元化解决方案。

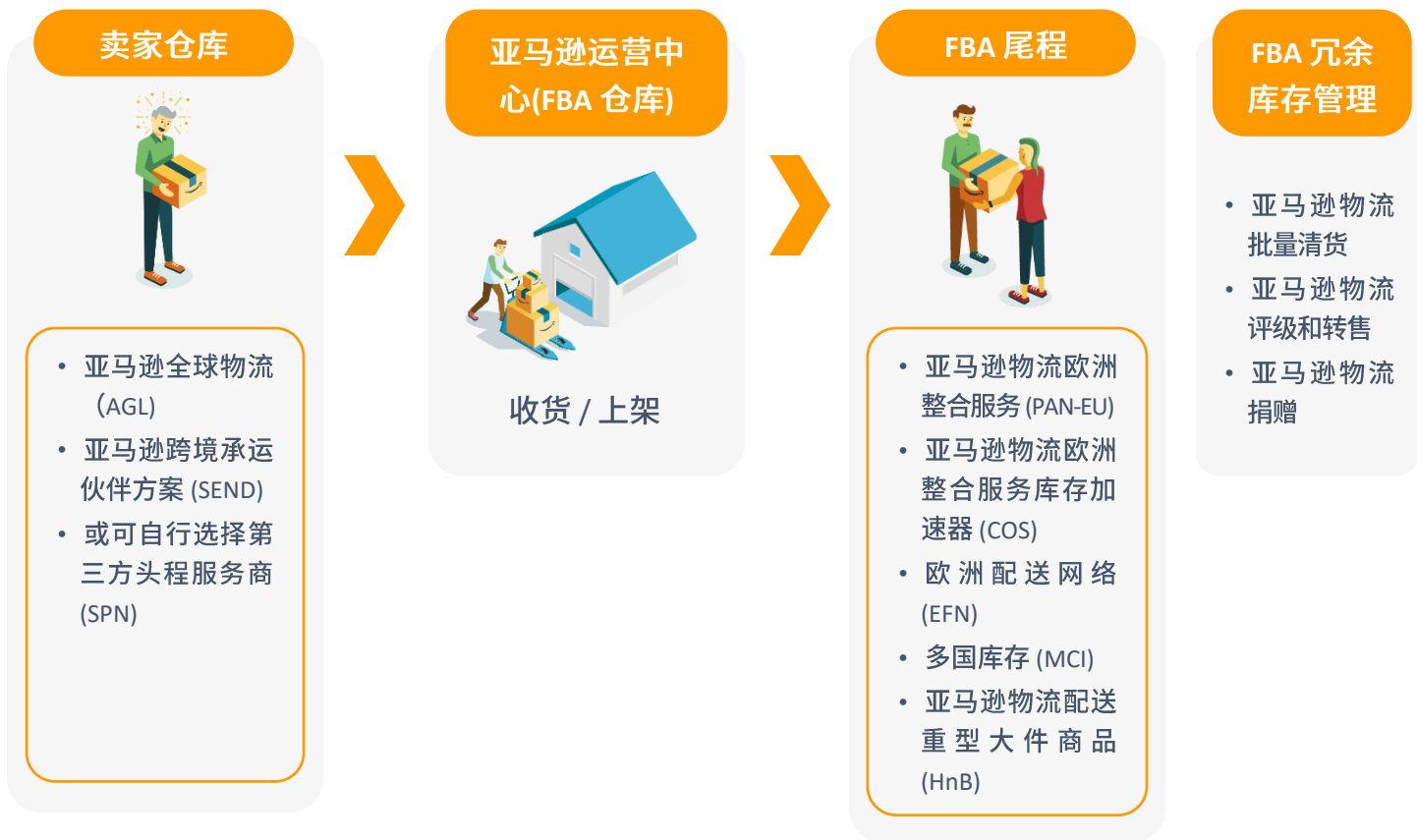
使用 FBA，卖家就不用每天打包货物，只要隔一段时间发一批货到亚马逊运营中心就可以了，这样复杂繁琐的物流和后勤工作都交给亚马逊，卖家节省大量的精力，从而更好地全力拓展全球销售业务。



- **亚马逊“购买配送”服务（卖家自发货）：**

卖家自发货,即由卖家自行负责商品仓储、打包、发货、客服等全部环节。卖家可将商品从中国直接配送给海外的消费者，或者从卖家的海外仓配送给买家。亚马逊仅作为销售的网站。少部分因为产品特点（比如超大件等）或经营模式的卖家会选择自发货作为补充。

亚马逊欧洲站点 FBA 多元解决方案



FBA 四大优势不容错过



扩大商品的全球销售，触及亚马逊千万欧洲 **PRIME会员**



次日达 / 隔日达配送服务**优化物流成本**，新品提供优惠物流促销计划



更多机会**获得购物车**，加大，商品曝光与参与促销活动的机会



省心省力，提高绩效，**7x24小时服务**，休假也可以正常销售

4.6.2 多样化头程物流解决方案

亚马逊欧洲站点为您提供了两种头程解决方案：AGL/SEND

亚马逊全球物流 AGL

- 优势：
 - 欧洲五国**锁仓功能**
 - 海运整箱散装直接入仓
 - 全程货物**追踪**
 - 德国航线为海运卖家新增鹿特丹目的港选项，加快目的港清关速度，减少查验时间

跨境物流服务	启运港	目的地	门到门时效
海运 (FCL)	盐田、宁波、上海 厦门、青岛、天津 福州、香港	英国	42 - 47 个自然日
		德国、法国、 意大利、西班牙	50 - 55 个自然日
海运 (LCL)	盐田、宁波、上海 厦门、青岛	英国	54 - 59 个自然日
		德国	67 - 72 个自然日

* 备注：以上运输时效仅供参考，实际依据港口拥堵状况、海关查验速度，FC 入库时效等为准

- 端到端流程：





亚马逊跨境承运伙伴方案 Amazon SEND

- **优势：**
 - **履约稳定：**由亚马逊筛选的物流合作承运人提供服务，承诺 95% 履约率
 - **高效运营：**头程入仓流程一站式集成到卖家中心完成。合作承运人提供门到门全程服务和专业的清关服务，减少运营成本优先锁仓:在英国德国提供快捷锁仓服务，入仓流程简化高效
 - **价格优势：**卖家使用亚马逊协议价，价格比同时效的产品约低 5%-20%*，降低头程物流成本
 - * 对比承运商的同时期报价，具体以实时报价为准
 - **追踪透明：**头程入仓流程集成到卖家中心，货件创建，打标，追踪都在卖家中心完成

中国至欧洲空运	时效
中国至英国空运	平均 8-10 自然日
中国至德国空运	平均 11-13 自然日

* 备注：平均时效数据基于实际承运商时效数据；市场数据参考市场相同价格产品平均时效

端到端流程：





4.6.3 尾程物流多元解决方案

针对在欧洲多国家布局生意的卖家，亚马逊提供了多元化的尾程物流解决方案，以实现不同国家之间的高效配送和共享库存。主要有三大类配送类型：包括广受好评的亚马逊物流欧洲整合服务，新上线的 COS 以及跨境配送和 MCI。

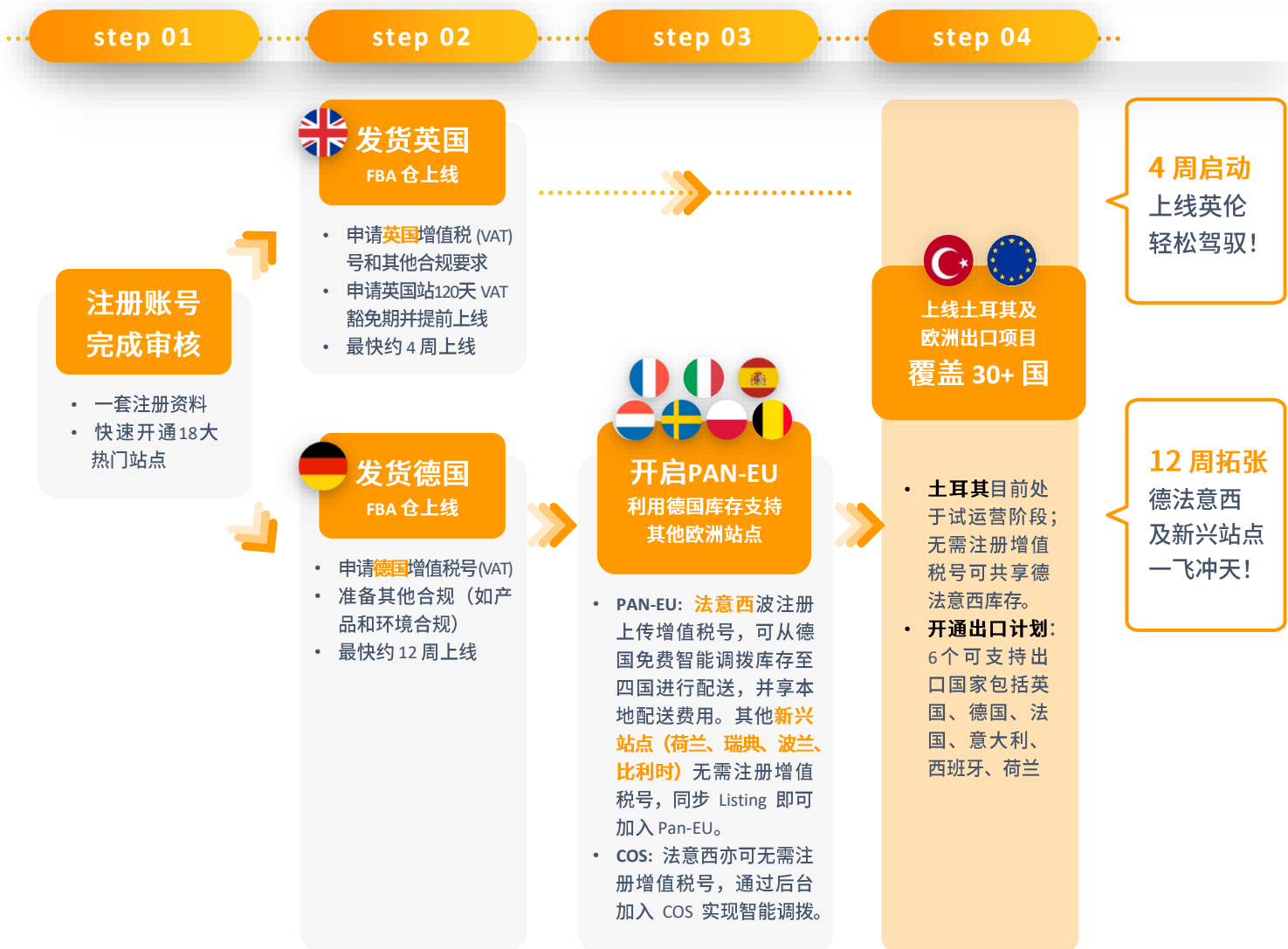
Pan-eu: 可以享受头程发一国，亚马逊智能管理库存分配和调拨，满足欧盟多国销售，并享受本地配送费，隔天或2天达提高消费者满意度。要求是至少需要两国 VAT。那有的卖家可能只先申请到了一国 VAT，还有办法吗？可以推荐去使用 COS 仅需要一国 VAT 即可享受内亚马逊物流欧洲整合服务的产品，解锁4国仓储，本地配送费用可送到欧洲多达7国！方便省钱又安全合规！

欧洲配送网络 (EFN)	多国库存 (MCI)	亚马逊物流欧洲整合服务 (PAN-EU)	亚马逊物流欧洲整合服务库存加速器 (COS)
<p>头程发一国，跨境派送欧盟和英国多国销售订单</p>	<p>头程直接多国发货 / 补仓，当地配送满足各国销售订单</p>	<p>头程发一国，亚马逊智能管理库存分配和调拨，满足欧盟多国销售，并享受本地配送费</p>	
<p>优势：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 头程仅需一国入仓 • 头程费用低 • 操作管理便捷 <p>* 欧盟和英国之间的远程配送网络已恢复，您可在英国或欧盟单边入仓，并通过远程配送将库存配送到另一边，费用为本地配送费 + 跨境配送费</p>	<p>优势：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 无需手动加入 • 免跨境派送费用 • 操作管理便捷 • 隔天配送 	<p>优势：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 头程仅需一国入仓 • 智能库存分配 • 免跨境派送费用（最高节省 53% 配送成本） • 隔天或 2 天即可送达 	<p>优势：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 仅需在欧盟 4 国内有一国 VAT 即可加入 • 享有 Pan-eu 的配送 / 费用优势 • 需手动加入 <p>* 需注册至少 2 国 VAT</p>

[点击这里](#)，了解欧洲开店税务合规要求和流程。

4.6.4 欧洲新卖家上线推荐路径方案

针对多元解决方案，亚马逊向欧洲新卖家推荐最佳路径，从英国和德国双边入仓，并使用亚马逊欧洲物流整合服务，高效低成本拓展上线到欧洲5国。此路径的优点是**费率低**，**订单时效好**，**适合深耕欧洲的卖家**。



注：以上为亚马逊推荐卖家上线欧洲的攻略，卖家应根据自身业务实际情况做合理选择。



注意

务必把握“新卖家黄金90天”，即每个新站点上线后前黄金 90 天，加速引流 出单，包括品牌注册、Listing 优化、亚马逊广告、提报活动等运营动作。

4.6.5 亚马逊“购买配送”服务（卖家自发货）

针对多元解决方案，亚马逊推荐自配送作为 FBA 的补充。当商品体积、重量过大，或者商品有品类限制时，可根据库存情况，自由转换配送模式为自配送。

卖家可以通过卖家平台或者使用“购买配送”服务 API，直接向合作的物流承运商购买物流配送服务，并打印货件标签。

自配送方式的亮点有哪些呢？

- 帮助提升有效追踪率 (VTR)
- 隐去卖家关于配送体验的负面反馈，不会影响订单缺陷率
- 亚马逊商城交易保障索赔保护 (A-to-Z)，免遭因物流配送相关原因造成的索赔
- 有助于应对欧洲电子增值税新规

“购买配送”服务已开通的站点及物流承运商：

承运商可配送站点	英国 德国 法国 西班牙 意大利	荷兰	瑞典	波兰
中国邮政	✓			
燕文	✓	✓	✓	✓
云途	✓	✓	✓	

4.6.6 亚马逊新兴站点共享库存

亚马逊欧洲新兴站点（包含土耳其）支持亚马逊物流 FBA 和自发货。亚马逊物流 FBA 可共享欧洲五国库存，无需担心头程，无需额外 VAT 税号。指定国家仓库配送到新站点可享受本地配送费优惠，高达57%，具体国家对应关系可以看表格。

欧洲新兴站点共享欧洲五国库存			
国家	物流模式	优势	VAT 税号注册要求
 荷兰 瑞典 比利时	<ul style="list-style-type: none"> FBA: 可共享英德法意西五国库存 	<ul style="list-style-type: none"> 从德国配送, 享本地配送费, 相较跨境配送费可节省48-57% 	无
	<ul style="list-style-type: none"> 自发货 	<ul style="list-style-type: none"> 从德国或法国配送, 享本地配送费, 相较跨境配送费可节省57% 	
 波兰	<ul style="list-style-type: none"> FBA: 可共享英德法意西五国库存 	/	无
	<ul style="list-style-type: none"> FBA: 可启用本地仓库 	<ul style="list-style-type: none"> 享波兰本地配送费, 相较跨境配送费可节省 83% 使用欧洲配送网络 (EFN), 将商品配送至德国, 可享受德国国内费用优惠 中欧计划 (CEP): 加入该计划后, 亚马逊将自行决定如何在德国、波兰和捷克共和国的亚马逊物流运营中心之间分配库存。卖家需要在波兰和捷克共和国办理增值税 (VAT) 登记, 使用此服务不需要额外付费 CEP 配送优惠: 对于加入了 CEP 中欧计划的卖家, 从德国配送的每件 FBA 商品最高可节省 €0.26 的配送费用 	需注册波兰 VAT 税号
	<ul style="list-style-type: none"> 自发货 	/	无
 土耳其	<ul style="list-style-type: none"> FBA: 可共享德法意西四国库存 	<ul style="list-style-type: none"> 亚马逊物流跨境配送 (CBF), 卖家承担的费用和欧洲四国本地配送费相近, 关税和其余配送费由买家承担 	无
	<ul style="list-style-type: none"> 自发货 	<ul style="list-style-type: none"> 自发货卖家可自行选择第三方头程服务商 (请务必使用 DDP 模式; 需设置“预计总配送时间”少于 30 天; 可选择 DE Listing 同步) 	

- 相关费率可进入对应站点的卖家平台搜索“亚马逊物流配送费用”了解详情。
- 相关法律、法规、政策及申报要求的整理仅供参考, 并非穷尽, 且不代表亚马逊对相关法律、法规、政策及申报要求的解读或法律、税务建议。如果您对相关法律、法规、政策及申报要求有任何疑问, 敬请联系您的主管部门或您的法律及税务顾问。

4.7 欧洲站点新卖家扶持

5.7.1 新卖家入门大礼包

在新卖家入门大礼包 (New Seller Incentives) 中，亚马逊基于过往数据分析，为新卖家提供一系列起步阶段的官方操作建议（主要包括品牌注册、加入亚马逊物流、使用商品推广、使用亚马逊优惠券等），同时针对这些操作，提供一系列费率优惠，为卖家降低采取这些操作的风险及成本，助力卖家实现销售快速增长。

- 首年或首100万美元品牌商品成交额 5% 返还
- 200美元亚马逊评论管理工具 (Vine) 优惠
- 最高200美元入库运输费优惠**
- 自动加入亚马逊新品入仓优惠计划
- 50美元亚马逊商品推广广告折扣券
- 50美元亚马逊优惠券费用优惠

2023版新卖家入门大礼包已于2023年3月1日（太平洋时间）在美国站点、日本站点、英国站点、法国站点、德国站点、意大利站点及西班牙站点正式生效。

符合以下两项条件的新卖家将会**自动加入**新卖家入门大礼包计划：

- **专业卖家：**卖家必须注册为专业卖家 (Professional Sellers)
- **2023年开始销售：**卖家必须于2023年3月1日（太平洋时间）或之后发布首个可供购买的 ASIN.*

* 如果您在 2022 年 1 月 1 日至 2023 年 2 月 28 日（太平洋时间）期间发布首个可供购买的 ASIN，请参考 2022 年新卖家入门大礼包相关任务及福利条件。

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

2.3 亚马逊北美站点简介 2.4 亚马逊欧洲站点简介 2.5 亚马逊日本站点简介



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



拓展全球业务

- 爆发中的跨境出口电商
- 亚马逊站点介绍
- 亚马逊项目介绍

除了本章的亚马逊站点介绍，拓展全球业务系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多...



Level 0: 零基础快速出单实操

三天纯干货课程直播

您可以在亚马逊官方讲堂了解并掌握更多新手运营基本技能，快来获取优质学习体验吧！



扫码了解更多