



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

亚马逊拉美站点简介

由此学习拉美站点的特色

2.3

亚马逊北美站点简介

由此学习北美站点的特色

2.5

亚马逊欧洲站点简介

由此学习欧洲站点的特色

2.6

亚马逊日本站点简介

由此学习日本站点的特色

2.8

亚马逊印度站点简介

由此学习印度站点的特色

2.7

亚马逊澳洲站点简介

由此学习澳洲站点的特色

2.9

亚马逊中东站点简介

由此学习中东站点的特色

2.10

亚马逊新加坡站点简介

由此学习新加坡站点的特色

2.11

亚马逊土耳其站点简介

由此学习土耳其站点的特色



目录

6. 亚马逊日本站点简介	3
6.1 日本电商及亚马逊日本站点概况	3
6.2 日本消费文化和选品建议	15
6.3 众多日本标杆企业已在亚马逊企业购进行采购	26
6.4 亚马逊日本的产品政策	27
6.5 亚马逊日本站点新卖家扶持	28
6.6 欧美站点卖家拓展日本的扶持资源	33

6.1 日本电商及亚马逊日本站点概况

6.1.1 选择亚马逊日本站点的理由

亚马逊日本站点是亚马逊在亚洲启动最早的站点，长期持续的投入，早已培养出成熟的电商市场。日本距离中国很近，地理位置十分适合中国卖家开展跨境电商业务，同时，日本拥有特殊的消费文化，节日促销整年不间断，不论是对新卖家还是已经开通欧美站点的卖家，亚马逊日本站点都是绝佳选择。

选择亚马逊日本站点，就是选择增长！



选择亚马逊日本站点的 3 大理由

理由 1

投资潜力 **大**

长期投入，高速增长

理由 2

距离中国 **近**

运输时间更短
灵活周转起步压力小

理由 3

拓展起步 **快**

节促活动不间断
流量增长快出单

* 以上运输时效仅供参考，实际时效可能受到各种因素的影响。

日本作为全球第四大经济体，零售电商市场已位列亚洲第二，销售额持续稳步增长，经济实力强劲。



选择日本，就是选择商机！



日本是世界**第四大经济体**
2023 年 GDP 达到
4.2 万亿美元¹



日本经济逆势复苏
预计 2024 年 GDP 增速将达
3.1%²



日本消费者消费实力强
人均 GDP 达到
52,120 美元³



电商规模位居**世界前列⁴**
电商增速预计将比整体零售增速快
10 倍⁵

1. www.dw.com

2. [SMBC, Quarterly Economic Outlook for FY2023-2024](#)

3. imf.org, Japan Datasets

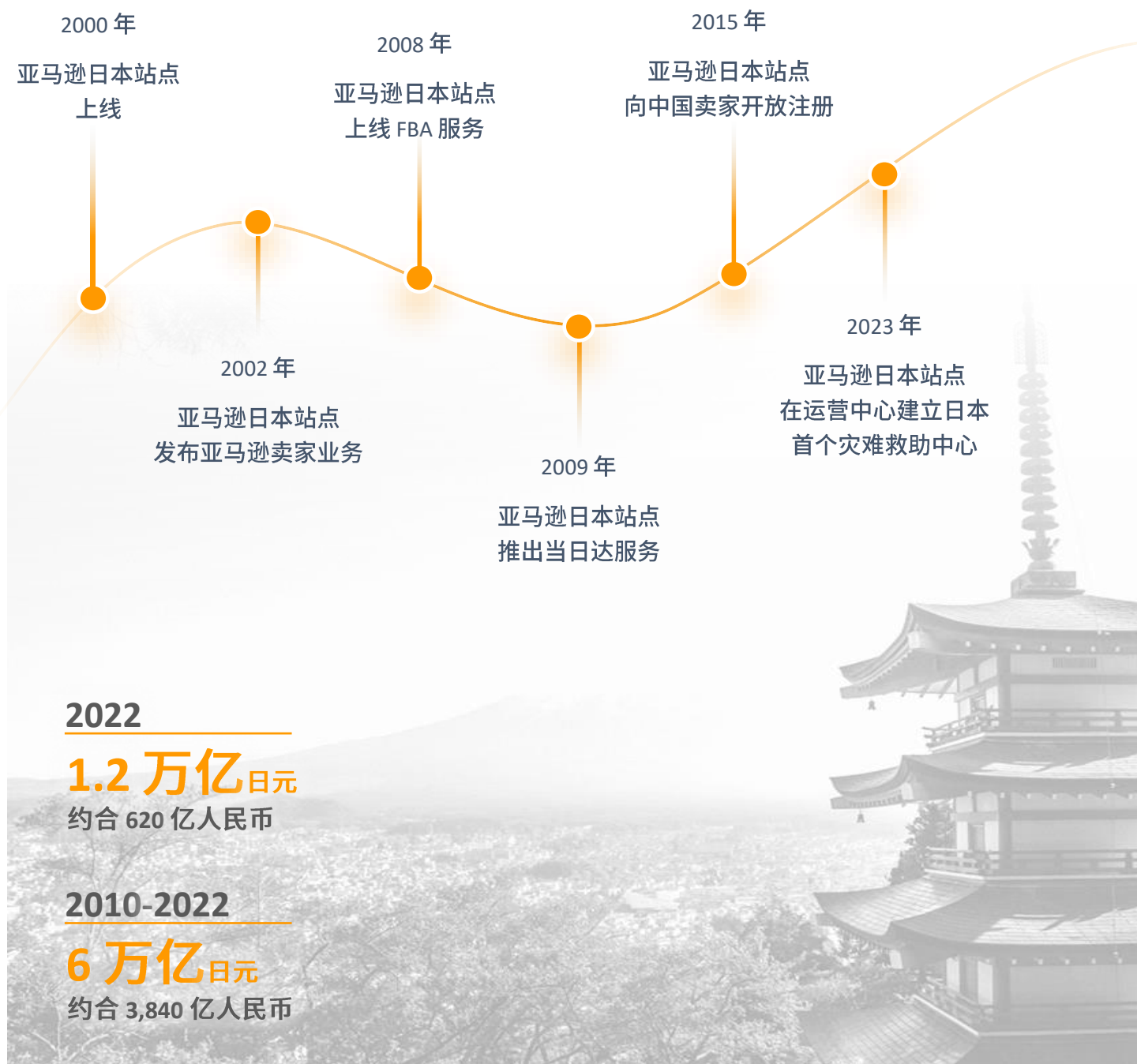
4. [ecommerceDB, eCommerce market in Japan](#)

5. [oosga.com, E-Commerce in Japan: Outlook & Retail Trends in 2023](#)

6.1.2 亚马逊在日本的发展情况

亚马逊早在 2000 年就在日本上线，并长期持续的投入，2010-2022 年投入 6 万亿日元，2022 年投入 1.2 万亿日元，同时实现了电商规模的稳步增长。

目前，亚马逊在日本电商行业遥遥领先于其它电商网站。¹



1. [Source](#)

亚马逊日本站点不仅稳居日本电商领先地位，在消费者心目中的地位也很高。



亚马逊日本站点深受消费者的喜爱



亚马逊日本站流量在日本电商领域持续领先

流量王者¹

(2023/12-2024/2)



日本消费者购买生活必需品时，首选亚马逊的比例

47.5%²

(截至 2023/02)



Prime 会员数量
亚马逊全站第二

全站第二³

(仅次于美国)



深受消费者喜爱原因是什么？

01 丰富的选品

商品种类多，易于搜索并快速找到想要的产品。

02 多种活动促销

深受日本消费者欢迎的 Amazon Points 积分体系。

03 收货速度快 售后体验好

最快当日达，多个日语客服中心。

1. Based on data from 2023/12-2024/02

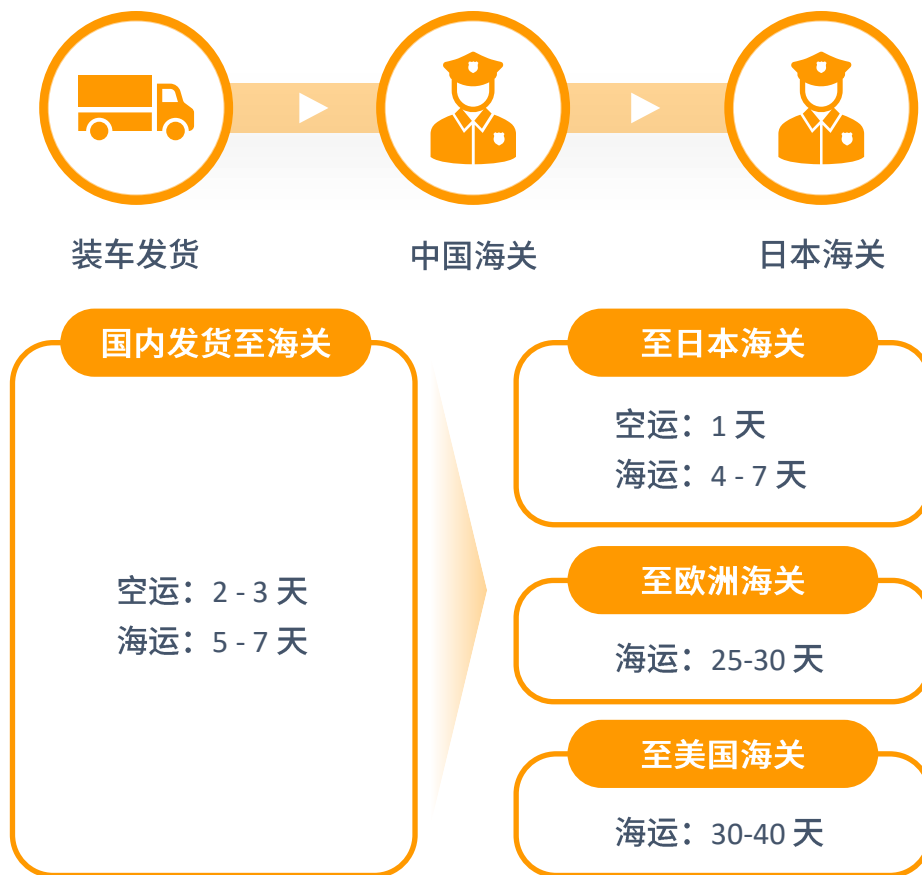
2. Statista, Most popular e-commerce websites and applications for daily necessities in Japan as of February 2024

3. Amazon Internal Data

亚马逊在日本能获得如此青睐，取决于得天独厚的运输优势，以及丰富的促销活动。

1) 日本距离近，**聚焦物流和速度**

- 日本与中国**距离近**，物流时间短：从装车发货运送到日本海关，空运最快仅需 **3 天**，海运最快仅需 **5 天**，时间约为至欧美的一半；
- 基于**高效 FBA 配送网络**，日本站的**费用更低**，同时产品退货率在所有市场中最低，因此履约成本也较低；
- 卖家备货压力小，资金周转快。



* 以上运输时效仅供参考，实际时效可能受到多种因素的影响。



卓越的物流履约服务能力



运营中心

超过 **25** 个



配送中心

超过 **50** 个



可当日达的商品数

超 **1 百万**



可次日达的商品数

超 **7 百万**

2) 亚马逊日本站点促销活动丰富，新卖家起步更快

- 亚马逊日本站点全年拥有**近 30 档**节庆促销活动

日本人喜欢过节，全年活动丰富，为了充分迎合节日氛围，亚马逊为卖家安排不断档的促销活动，帮助卖家快速起步。



- 亚马逊还为卖家安排了全年的周期性促销活动

<p>全站点年度大促 🏆</p> <hr/> <p>Prime 会员日、 Prime 会员大促、 黑五狂欢周</p>	<p>每月1次</p> <hr/> <p>全品类月促活动、 时尚品类月促活动</p>	<p>每月1-2次</p> <hr/> <p>时尚品类周末促销活动</p>
---	---	--

6.1.3 中国卖家在亚马逊日本站的成功案例

2015 年中国卖家开始入驻亚马逊日本站，长期持续的投入运营，已经让不少品牌实现了高增长。目前，中国卖家依然持续书写着在亚马逊日本站的成功。



- 整体销售额增长 **20%+** ¹ 2023 VS 2022
- 品牌卖家销售额增长 **50%+** ² 2023 VS 2022
- 年销售额超过 100 万美金卖家数 **40%+** ³ 2023 VS 2022



过去几年入局日本的成功品牌

ANKER

EENOUR

SAGUARO

XREAL

deli

SHOKZ

PERFECT DIARY

ECOVACS
ROBOTICS

JOSINY

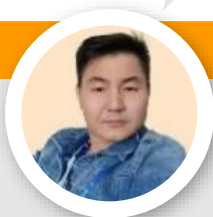
日本大卖说

日本站距离近，欧美卖家已有选品拓展到日亚的机会多。

“日本站的地理位置很有优势，它是离中国较近的成熟站点，这不仅有利于降低物流成本，还能更好地保证物流时效，便于管理和售后，在很大程度上可以实现降本增效。”

1 李杰

SAGUARO 创始人



主营品类：户外鞋

入驻时间：2015 年入驻亚马逊

开通站点：日本、欧洲、美国、加拿大、
澳大利亚

作为同属于亚洲的国家，日本的消费者偏好与国内较为相近，同时，受欧美时尚的影响，日本用户也很容易接受欧美潮流，所以在欧美站大受好评的 SAGUARO 涉水鞋，也有机会被日本站的用户接受。”

日本独特消费文化带来丰富选品机会，销量大且利润率更高。

“在日本，独居是个相当普遍的现象。不论是大城市打拼的年轻人，还是与子女分开居住的退休老年人，独居人群常常需要寻求外部精神依托来排遣孤独。因此，很多人选择养宠物。目前日本宠物赛道规模逐年提升，于是我们针对这个现象推出了专攻宠物类目的品牌 Sinoway。”

2 芦佳

SINOWAY 创始人



主营品类：宠物用品、家居用品、工业用品、
3C 产品等

主要品牌：SINOWAY、Omikamo、MAGHUNT

出海经历：2011 年开始着手日本外贸
2017 年入驻亚马逊日本站

日本站为我们的出海业务解锁相当可观的增长。只要把产品细节做好，客户忠诚度就会很高，带来比欧美站点更高的利润率。”

6.1.4 亚马逊日本站卖家赋能计划

亚马逊为入驻日本站点的卖家提供了全新赋能举措，帮助卖家降本增效，获得更高的利润率，事业腾飞，赢在日本。



降费补贴



流量支持



卖家指南



全新补贴: 降本增效、提升利润



重磅福利 - 佣金下调

01 服饰类目下调*

定价低于 2500 日元的服饰
商品佣金由 12% 降低至 **8%**

02 全类目下调*

价格低于每件商品 750 日元
的商品销售佣金下调至 **5%**

* 从 2024 年 6 月 1 日起, 亚马逊日本站所有价格低于每件商品 750 日元的商品的销售佣金将被下调至 5% (不包含图书、音乐、视频、DVD、软件和视频游戏), 最低费用为 30 日元。其他销售佣金将保持不变; 从 2024 年 5 月 15 日 (当地时间) 起, 日本站定价低于 2500 日元的服饰商品佣金将由 12% 降低至 8%。



新卖家入门大礼包

- 新卖家最高可领 **52,500 美金** 销售额返还
- 还可领取多项折扣优惠



新品入仓优惠计划

- 低至“**0元测**” FBA 新入仓选品



物流优惠和服务升级

- 低于 1000 日元的商品, FBA 配送费 **下调 66 日元**
- Amazon SEND 升级推出**经济服务**, 运费比第三方运输公司平均低 **5%-20%**



全新流量：全方位加码流量，提升品牌影响力

全新站外流量支持

- 三方网站合作
- 搜索引擎曝光
- 联盟营销曝光

全新站内流量支持

- 海外卖家品类专区
- 海外卖家季节活动专区
- 海外卖家专属促销推广页面



全新指南：《日本潮流趋势报告》重磅更新

全新拓展 New!

- 运动户外
- 运动鞋
- 渔具
- 健康个护
- 床上用品

已覆盖

- 男装
- 女装
- 鞋履
- 箱包
- 配饰

全新指南：全周期运营指导，培育本土化实战能力

新卖家首年扶持

- 新卖家首年 1对1 咨询
- 亚马逊新卖家校友会

7大卖家成长服务，覆盖卖家长远发展

- 业绩绩效与运营规划
- 销售转化指导
- 物流与库存指导
- 选品指导
- 品牌打造指导
- 促销广告指导
- 业务拓展建议

6.2 日本消费文化和选品建议

6.2.1 日本市场消费人群及典型选品洞察

日本人口密度很高，气候和中国的青岛、上海等地差不多，季节性消费也类似。他们追求产品质量和性价比，对中国商品的认可程度很高。他们复购率高，留评率低，通常喜欢在下班后上网购物，作为一个老龄化的社会，电商用户中老年人比例较高，也比较依赖日语。

此外，由于日本的文化特性，社会的一些特点极大的影响了他们的消费习惯：

独居经济

1 佐藤

35岁 公司职员

独居，注重自我投资及提升个人价值



消费关注重点

简洁设计 / 便捷性 / 多功能 / 外型小巧，适配小户型

选品机会

- 生活需求：破壁机 / 取暖器 / 电热水壶
- 收纳需求：收纳盒 / 厨房收纳 / 电脑收纳
- 娱乐需求：显示器 / 锻炼设备 / 游戏设备

银发经济

2 爱子

72岁 家庭主妇

享受恬静的退休生活
没有经济负担，健康意识较高



消费关注重点

轻便耐用 / 有传统文化元素 / 性价比

选品机会

- 兴趣爱好：旅行用品 / 渔具 / 高尔夫相关
- 健康相关：加热 & 制冷 / 腿部保健 / 健身
- 宠物相关：宠物包 / 喂食喂水设备

* 以上为示例【数据/内容】，非真实数据，仅供参考。

她经济



尤里

32岁 公司职员

过着忙碌又充实的生活
喜欢在闲暇之余化妆
打扮取悦自己

消费关注重点

节省时间 / 可爱设计 / 有故事有价值的品牌

选品机会

- 美容美妆：脱毛仪 / 美甲工具 / 美妆工具
- 家庭清洁：蒸汽清洁器 / 吸尘器 / 抹布 / 毛巾
- 睡眠用品：床品 / 床头灯 / 眼罩

亚文化



翔太

24岁 学生

享受校园生活的大学生
喜欢和朋友一起去露营

消费关注重点

轻便和简洁 / 多功能 / 舒适性 / 可调节体温

选品机会

- 户外服饰：冲锋衣 / 马甲 / 露营收纳包
- 露营用品：提灯 / 帐篷 / 露营家具

* 以上为示例【数据/内容】，非真实数据，仅供参考。

6.2.2 日本消费文化趋势及选品推荐

日本消费文化趋势：独居经济

到 2025 年，日本每 6 个人中就会有 1 人独居生活¹，在东京，有 50.26% 的家庭是独居家庭²。



有限的居住空间
20 - 25m²³



平均每月的花费
约 1100 美金⁴



购买品类⁵
娱乐、个人发展、健康



喜欢独自享受
娱乐活动

消费者关注重点

- 简介设计便捷性
- 多功能
- 外型小巧可以适配小户型

独居经济带来的机会类目及 Best Seller⁶

生活需求	 <p>便携式破壁料理杯 参考定价：\$27-40</p>	 <p>便携式暖脚器 参考定价：\$23-67</p>	 <p>防干烧电热水壶 参考定价：\$20-53</p>
收纳需求	 <p>可折叠收纳盒 参考定价：\$10-33</p>	 <p>灶具排风口保护罩 参考定价：\$13-20</p>	 <p>显示器增高架 参考定价：\$13-23</p>
娱乐需求	 <p>显示器 参考定价：\$100-333</p>	 <p>腹部滚轮 参考定价：\$13-26</p>	 <p>无线游戏鼠标 参考定价：\$27-100</p>

1. mizuho-rt.co.jp
 2. 东京都，令和2年国勢調査人口等基本集計結果概要について
 3. aeras-group.jp
 4. JILI，世帯の人数、共働き世帯かによって家計の状況はどう違う？
 5. plusonelife-lab.jp
 6. Amazon Ranking（2023年11月）

日本消费文化趋势：银发经济

到 2023 年，日本 65 岁以上人口数量已占到总人口数量的三分之一¹。

**精力充沛，追逐潮流
愿意尝试新事物**





91.6% 的老年人拥有网购经历²，2023 年度网购消费额达到 1,300 美金³

**热衷于学习和培养兴趣爱好
(例如，旅游)⁴**





很强的健康意识，在健身上的投入是 30 岁的人的 7 倍⁵

**喜欢养宠物：
超过 60 岁的人当中有 30% 养宠物⁶**



消费者关注重点

- 轻便和耐用
- 有传统文化元素
- 性价比

银发经济带来的机会类目及 Best Seller⁷

<p>兴趣爱好 相关品类</p>	 <p>旅行收纳袋 参考定价：\$7-23</p> <p>旅行用品</p>	 <p>防水头灯 参考定价：\$7-33</p> <p>渔具</p>	 <p>高尔夫球包 参考定价：\$7-167</p> <p>高尔夫相关</p>
<p>健康 相关品类</p>	 <p>电热毯 参考定价：\$20-52</p> <p>加热 & 制冷</p>	 <p>腿部按摩仪 参考定价：\$67-133</p> <p>腿部保健</p>	 <p>踏步机 参考定价：\$40-133</p> <p>健身器材</p>
<p>宠物 相关品类</p>	 <p>宠物包 参考定价：\$20-40</p> <p>宠物笼</p>	 <p>自动喂食器 (猫或中小型犬适用) 参考定价：\$34-66</p> <p>宠物喂食 & 喂水设备</p>	 <p>宠物垫 / 宠物服饰 参考定价：\$7-23</p> <p>其他宠物相关</p>

1. 介護新聞, お探しのページは見つかりませんでした; 总务省统计局
 2. prtimes.jp
 3. senshukai.co.jp
 4/5. daily-ad.jp
 6. 内阁府世论调查
 7. Amazon Ranking (2023年11月)

日本消费文化趋势：她经济

在过去 15 年中，日本拥有工作的女性数量从 58.1% 涨到了 **71.3%**¹，70% 的职场女性在过去一个月内至少有过 1 次网购经历²。



工作生活平衡
75% 的职场女性同时承担超过 **50%** 的家务³



爱美
64% 的职场女性即使工作再繁忙，也想要变美⁴



需要好的休息
50% 的女性表示她们缺乏睡眠⁵



习惯独处
64% 的女性希望有更多独处时间⁶

消费者关注重点

- 节省时间
- 喜欢可爱设计有时胜过实用性
- 喜欢有故事价值主张的品牌

独居经济 带来的机会类目及 Best Seller⁷

<p>美容美妆商品</p>  <p>脱毛器</p> <p>女士电动剃毛器 参考定价：\$7-23</p>	 <p>美甲工具</p> <p>LED 和 UV 美甲灯 参考定价：\$7-20</p>	 <p>美妆工具</p> <p>化妆刷套装 参考定价：\$7-33</p>
<p>家庭清洁用品</p>  <p>蒸汽清洁器</p> <p>加热式地毯清洗机 参考定价：\$53-200</p>	 <p>吸尘器</p> <p>手持多功能吸尘器 参考定价：\$20-67</p>	 <p>抹布 / 毛巾</p> <p>超细纤维抹布 参考定价：\$3-13</p>
<p>睡眠用品</p>  <p>床上用品</p> <p>双面床垫 参考定价：\$13-27</p>	 <p>卧室床头柜</p> <p>夜灯 参考定价：\$13-23</p>	 <p>眼罩</p> <p>遮光眼罩 参考定价：\$13-23</p>

1. gender.go.jp
 2. kurashihow
 3. Prtimes, 働く女性の75%が5割以上の家事を負担～「家事・育児」を家族でいかに協力できるかが今後の課題～
 4. prtimes
 5. Emoor
 6. prtimes
 7. Amazon Ranking (2023年11月)

日本消费文化趋势：户外文化

到 2026 年，日本户外运动的市场规模将达到 **35 亿美元**¹，日本**超过一半** 20 岁以上的人拥有露营经历²，平均累计露营装备花费达 **1700 美金**³。



热衷于个人时光
单人露营的比例
达到 **17%**⁴



过夜的方式
75% 的
露营者在帐篷里过夜⁵



露营天数
平均会在户外待 **1-3 天**⁶



主要的娱乐活动
野炊、休息、欣赏美景⁷

消费者关注重点

- 轻便简洁
- 多功能
- 舒适性自动调温

独居经济带来的机会类目及 Best Seller⁸

户外服饰



防水软壳夹克
参考定价: \$23-133



电热马甲
参考定价: \$33-100
带风扇的空调服
参考定价: \$20-55



露营收纳包
参考定价: \$10-27

露营用品



太阳能 LED 提灯
参考定价: \$10-27



单人露营帐篷
参考定价: \$20-133



超轻折叠露营椅
参考定价: \$13-53

1. 矢野经济研究所
2. [primtimes](https://www.primtimes.com)
3. [campreview](https://www.campreview.com)
4. [hokkaido-np.co.jp](https://www.hokkaido-np.co.jp)
5. [watch](https://www.watch.co.jp)
6. [Primes](https://www.primtimes.com)
7. [news-magazine-campers.com](https://www.news-magazine-campers.com)
8. Amazon Ranking (2023年11月)

日本消费文化趋势：桑拿文化

日本拥有众多知名温泉场所，近年来桑拿呈现出**明显的热潮**，有超过 **1681 万** 日本人每年至少做 1 次桑拿¹。

桑拿爱好者的性别占比

男性 61%, 女性 44%²



日本的洗浴文化

净化心灵 & 社交的场所⁴





与谁同行

独自一人 60%，和朋友家人 40%³



蒸桑拿的主要原因

放空，休闲，对健康有益⁵

消费者关注重点

- 时尚（由于线下渠道桑拿产品选择较少，电商网站是购买相关产品的首选）
- 速干
- 防水

银发经济带来的机会类目及 Best Seller⁶



浴巾
参考定价：\$13-23

毛巾



桑拿帽
参考定价：\$13-27

桑拿服



桑拿包 / 水疗包
参考定价：\$5-17

洗浴用品

1. [kyodonewsprwire](#)
 2. [prtimes](#)
 3. [asoview](#)
 4. [LIXIL](#)
 5. [Saunaandco](#)
 6. Amazon Ranking（2023年11月）

6.2.3 日本消费者注重的购物因素

日本是一个很注重传统文化的国家，日本消费者在传统文化的熏陶下，通常更喜欢独处且精致的生活，对产品的细节要求很高，更愿意花时间在挑选心仪的商品上。

● ● ● 更加注重活动与优惠



日本消费者喜欢在节日大促时购买打折的产品，7月和12月发奖金后会网购“剁手”。

● ● ● 对产品质量要求高



关注品质与细节：对产品、包装乃至标签的材质与做工有较高的要求。

● ● ● 追求完美的购物体验



日本消费者非常关心产品质量，也关心产品的一些细节，包括包装、标签甚至购物凭证；

网购更注重商品的详情页、评论、推荐延伸产品，同类产品之间的比较等。

● ● ● 本土化



日本消费者喜欢地道通俗的产品详细描述，需要产品介绍强调关键部分内容，易读易懂，要求产品符合本土化文化习俗，本土化视觉；

在服务体验上，希望拥有本土化的客服团队。

1. 199IT, 《从大众到个性：日本消费的百年变迁——新消费系列报告二》

6.2.4 亚马逊日本站营销日历

日本是一个四季分明的国家，注重季节感的同时对仪式感也非常看重。可以根据产品不同阶段的增长需求 & 不同用户圈层对应营销节点发起营销活动。





6.2.5 欧美卖家日本掘金选品突破点

日本深受欧美文化影响，欧美潮流及欧美选品在日本也广为接受，欧美热销选品在日本往往有不俗成长潜力。



6.3 众多日本标杆企业已在亚马逊企业购进行采购

众多来自 IT、运输、媒体、餐饮、制造、教育、零售等细分行业的标杆企业，已成为亚马逊企业购的客户。¹ 上线日本站，不仅可以获得日本消费者的青睐，还能够与众多日本企业买家有合作的可能。

<p>IT 服务</p>	<p>运输业</p>	<p>餐饮业</p>	<p>制造业</p>
<p>教育</p>	<p>零售批发</p>	<p>信息产业</p>	<p>不动产</p>
<p>媒体娱乐</p>	<p>人才业</p>	<p>医疗保健</p>	<p>服务业</p>

1. Amazon Business Blog

6.4 亚马逊日本的产品政策

受限商品：[点击这里查看](#)

分类、商品和发布限制：[点击这里查看](#)



日本的小结

1. 电商高度发达，而且还在快速发展
2. 电商用户多，对中国商品认可度高，老龄化社会导致中老年用户占比较高
3. 地理位置与中国接近，物流成本相对低，加之消费能力高，卖家的利润率较好
4. 从气候和文化等角度，消费习惯与中国接近，产品开发较为容易

6.5 亚马逊日本站点新卖家扶持

6.5.1 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，**最高 52,500 美元新卖家专属福利！** 助力卖家实现销售快速增长。

真金白银降成本



首 5 万美金品牌商品销售额 返还 10%！ 之后的品牌销售金额返还 5%，最高首年或首 100 万美元品牌商品成交额 **返还 52500 美元，返还金额将抵扣下月的销售佣金。** *

已累积返还将在累积时段结束 12 个月后到期。若您领取的是 2022 或 2023 版的新卖家入门大礼包已累计的返还将在累计时段结束 24 个月后到期。

* 以上优惠政策自 2024 年 3 月 1 日 (太平洋时间) 生效。

官方指引成长快



最高 **500 美元**，亚马逊工具包优惠试用！

- **200 美元** 评论管理工具 (Vine) 优惠。
- **200 美元** 配送费抵扣 (FBA 首单使用亚马逊跨境物流服务 SEND)，或 **100 美元** 亚马逊合作承运人入库运输费优惠。
- **50 美元** 优惠券费用优惠。
- **50 美元** 商品推广广告折扣券。
- 自动加入“亚马逊物流新品入仓优惠计划”，**低至 0 成本** FBA 测新品。

可视化、自动化



- 符合条件**自动加入**，无需手动操作！
- 卖家后台任务**追踪看板更新**，福利领取进度一手掌握！



* 以上福利均需满足相应条件方可获得，详情参考产品介绍或咨询客户经理。

6.5.2 欧美卖家亦可享受日本站点的新卖家入门大礼包

亚马逊美国站点、日本站点、欧洲站点（英国 / 德国 / 法国 / 意大利 / 西班牙）三个板块的福利相互独立，如果您入驻或运营多站点，最高可以享受 **3 次** 全套新卖家入门大礼包福利。

如果您在美国 / 欧洲站点已有品牌，更可以轻松一键获取品牌销售额返还！



6.5.3 亚马逊物流新品入仓优惠计划

为了帮助卖家以更低的成本测试更多的新选品，符合要求的卖家和 ASIN 将加入亚马逊物流新品入仓优惠计划，选品不限量！



* 以上优惠政策自 2024 年 3 月 1 日（太平洋时间）生效

大礼包中的 5% (NBB) 返还将首先生效，使用完成后即可开启无限量新选品最高平均 5% 的品牌销售额返还。此外，亚马逊将扩大非标准尺寸选品参与该计划的资格范围，还将为符合条件的卖家和相关的选品提供 Vine 产品相关福利。

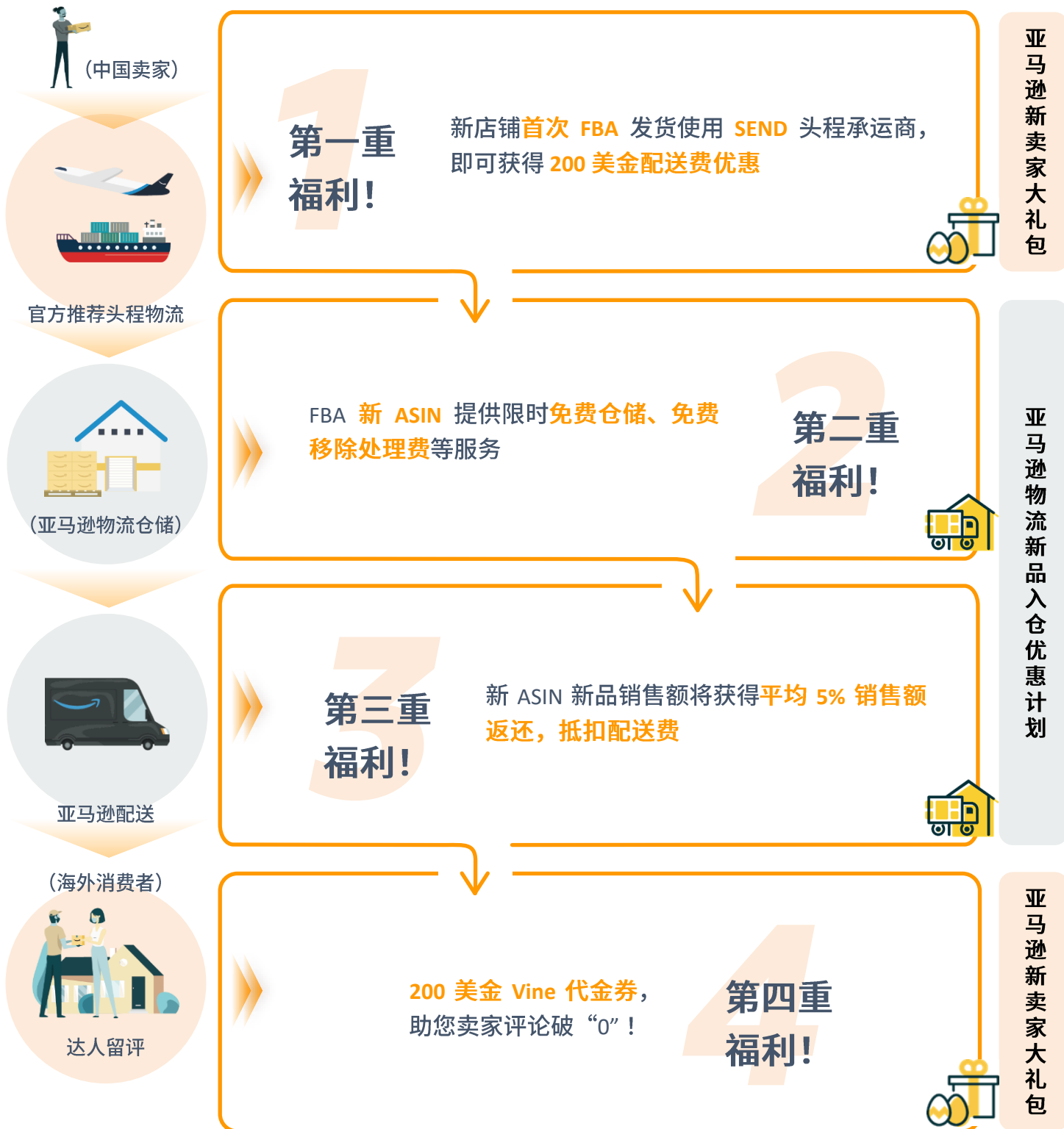


2024 年，亚马逊物流新品入仓优惠计划升级！

亚马逊将为符合要求的 FBA 商品 Amazon Vine 阶梯式收费优惠，每个父 ASIN 在 Vine 计划中注册 2 件商品免费，注册 10 件商品享受 \$75 每次的优惠。

6.5.4 亚马逊新卖家 FBA 福利

亚马逊还为新卖家提供了 FBA 福利“四重奏”，低至“0元”的 FBA 测品攻略！





6.5.5 亚马逊物流 SEND 头程 + 新品入仓优惠计划案例分享



卖家

经理，我要发 2 个 ASIN，每个 ASIN 50 个产品，12*20*32，FBA 优惠可以给我省多少钱呢？

最新福利！

FBA 新 ASIN 平均可返 5% 销售额
(不与新卖家大礼包叠加)

● ● ● 正常情况下 FBA 销售该商品

FBA 月度仓储费	¥ 1,190
FBA 库存移除费	¥ 120
FBA 退货处理费	¥ 934

共计 **JPY ¥ 2,244**

SEND 头程 200 美金抵扣 + 新品入仓优惠计划
—— 超低成本 FBA 测款

● ● ● 使用 SEND 头程 + 注册新品入仓优惠后

FBA 配送费减免	- ¥ 28,540 (200 美金)
FBA 月度仓储费	¥ 0
FBA 库存移除费	¥ 0
FBA 退货处理费	¥ 0

共计 **JPY ¥ 0**

* 以 12*20*32(cm) 的货物为标准，50 件商品，移除 2 件计算。

亚马逊经理



使用 SEND 头程 + 新品入仓优惠后，您可以：

立省 2,244 + 28,540 = 30,784 日元！

6.6 欧美站点卖家拓展日本的扶持资源

6.6.1 拓展您的生意到日本 - 轻松实现跨站点运营

运营成本？



品牌 5% 销售额返还

对于欧美首次授权到日本销售的品牌同样适用，最高可返还 52,500 美元。

新品入仓补贴

对于入仓日本站 FBA 的新品进行现金补贴、免除仓储费等扶持。

服务商列表

包括头程物流、海外仓、翻译、合规认证的四部分服务商联系方式及折扣码。

日本站选品？



全球商品需求

依据大数据轻松发掘您在亚马逊日本站点的商机。

商机探测器

查看具体品类的表现，深挖亚马逊日本站点机会。

语言问题？



官方免费翻译 ASIN 一键搬家




“翻译 - 上传”一条龙服务，中英语译日语。

官方 Listing 优化

使用 Listing 工具将您的亚马逊日本站点本土化，持续高效引流。

6.6.2 掘金日本扶持资源盘点

如果您在美国站点已有品牌，并想拓展业务到日本站点，亦可享受与新卖家同等的扶持资源：

	扶持项目	美国	日本
 官方项目扶持	新卖家黄金 90 天计划	√	√
	新卖家入门大礼包	√	√
	亚马逊物流新品入仓优惠计划	√	√
	全年高频活动 (全年 10 次月促, 5 大活动资源)		√
 官方工具扶持	选品工具 - 选品指南针	√	√
	选品工具 - 商机探测器	√	√
	全新仓储管理政策 (新账户开收 39 周不限制库容)	√	√
	Listing 全球同步及翻译工具	√	√
	SPN 服务商网络	√	√
	SEND 亚马逊跨境承运伙伴方案	√ *	√ *
 官方团队扶持	新卖家校友会	√	√
	核心卖家优选计划	√	√
	Top deal 促销提报	√	√ 对销售门槛要求更低
	官方日语客服		√

* 新店铺首次使用 FBA+SEND 发货，享受最高 200 美元尾程配送费优惠。

6.6.3 官方工具 - 选品神器

亚马逊开发的选品工具（选品指南针 / 商机探测器）可以帮助卖家探索日本消费者的需求，并分析出日本国内高需求的商品，帮助卖家探索、评估并且抓住掘金日本的最有利机会。

● ● ● 选品指南针

精准拓展欧美 ASIN 到日本站点



提供高需求选品推荐，帮助卖家在现有销售类目下，推荐相似类目 ASIN，以及提供历史市场数据供卖家分析参考，拓展更多高需求产品，以及**不同产品的性能和功能的需求与竞争情况**。

- 北美站卖家平台首页“**增长**”菜单自助使用；
- **每周更新**，预判**未来 120 天内**目标商城的需求；
- 对有拓展日本站潜力的商品给出**推荐报价、需求机会**。

● ● ● 商机探测器

挖掘新需求，拓展新品类



提供**日本消费者的消费偏好特点**，具体到不同产品的性能和功能的需求与**竞争情况**，帮助卖家开拓新的品类机会。

商品

搜索词

洞察

趋势

四大板块综合分析，精准挖掘“爆品”机会点！

6.6.4 官方工具 - 免费翻译

亚马逊为掘金日本的卖家提供了两大免费翻译工具，帮助您轻松打破语言障碍，销售、沟通无障碍！

GSO 翻译服务

一键同步欧美 Listing 到日本



1. 支持中文 / 英语译日语；
英语译德语 / 法语 / 西班牙语 / 意大利语；
2. “翻译-创建-上传”一条龙服务！
3. 打破每周 800 个 ASIN 限制，无限制上传！
4. 7 个工作日完成“翻译 + 上传”。
* 依具体字数，时间会有调整。

Gengo 免费翻译服务

本土专业人工翻译



1. 日本专属，支持中文 / 英语译日语；
2. 日本本土专业 Listing 翻译团队提供的翻译服务！
3. 日本本土化语言打造更符合日本消费者消费习惯的 Listing！
4. 7 个工作日完成翻译并回传卖家。
* 依具体字数，时间会有调整。

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

2.5 亚马逊欧洲站点简介

2.6 亚马逊日本站点简介

2.7 亚马逊澳洲站点简介



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