



亚马逊“全球开店” 日本站指导手册

*请注意：运营中遇到的基础操作性问题，请登录卖家平台，尝试使用 卖家平台 右上角搜索功能寻找答案。如不能解决，查看 卖家平台 左下角，及时联系卖家支持进行解决。

及时查看您的邮箱（注册邮箱）以及座机 010-8556；021-2325；020-3213 开头的电话，以免错过我们与您的联系或者来自亚马逊的重要通知

目录

上线前 1 个月

- 日本站概览 3

注册前 5 天

- 准备好注册所需资料 4

注册当天

- 注册阶段 4
- 账户类型及收费 4
- 注册指导 4

注册完成后 2 天

- 账户设置 5

上线第 1 周

- 亚马逊品牌注册/备案 5
- 商品上传 6
- 商品流量页及购物车 7

上线第 2 周——玩转跨境物流

- 亚马逊物流（FBA）基础操作 8
- FBA库存管理及常见问题 8
- 处理首个订单 9

上线第 4 周——营销推广周

- 销售指导及建议 9
- 亚马逊站内广告：商品推广、头条搜索广告、品牌旗舰店 9
- 其它营销推广方式 9

密切关注——账户绩效 10

拓展全球——起步北美，销往欧洲 10

上线前 1 个月

1. 日本站概览

1.1 站点介绍

- 将您的商品销售给亚马逊日本站数千万的顾客！ [查看网页](#)

1.2 卖家禁止行为

- 请仔细阅读全球开店规则，这不仅有助于增加您在亚马逊上成功开展业务的机会，也有助于避免出现违规行为。 [查看网页](#)

1.3 日本海关和当地法律

- 请务必了解日本海关和当地法律以确定您的商品是否能在亚马逊日本站(Amazon.co.jp)上销售。 [查看网页](#)
- 如您所销售的商品需要相关认证，建议您查看亚马逊第三方服务商网络选择适合的服务商。
[查看网页：寻找品质合规解决方案提供商](#)

1.4 日本站禁售商品

- 请在开始销售前确认检查所有的商品适用于日本站开店指南准则的指导方针。如发布违禁品列表中的商品，亚马逊可能在事先通知或不通知的情况下：取消商品、暂停卖家使用 亚马逊日本站工具和报告、移除销售权限或永久中止合作。 [查看网页](#)

1.5 日本站上架所需申请的种类及确认事项

- 亚马逊日本站进行销售，特定品类、特定品牌、和特定商品仅可在卖家事先申请展示许可，并审查通过后进行展示。本资料将为您说明需要提交展示申请的情况，如何确认是否需要申请展示许可，展示申请所需准备，以及申请的具体步骤。 [PDF](#)



注册前5天

2. 准备阶段

2.1 产品自查

- ☐ 请确认您的商品没有其它品牌的名称和LOGO，没有侵犯知识产权的图案。请仔细阅读“亚马逊商品质量计划”及“侵犯知识产权”相关学习资料。

[查看网页: 亚马逊商品质量计划](#), [查看网页: 侵犯知识产权](#)

2.2 联系信息

- ☐ 电子邮箱: 请使用您的常用电子邮箱地址作为注册邮箱, 亚马逊将通过该邮箱验证您的身份及发送重要通知;
- ☐ 电话: 注册期间可以联系到您的电话号码, 注册过程中将进行电话认证

2.3 公司卖家

- ☐ 您公司的名称、地址、联系方式

2.4 其他准备

- ☐ Visa/master card等国际信用卡用于扣除月租金
- ☐ 海外银行账户 (包括香港) 用于收款
- ☐ 建议您能以日语填写商品描述及回应客服问题, 您可查看亚马逊第三方服务商网络选择适合的服务商。 [查看网页](#)
- ☐ UPC/EAN 码: 没有UPC可到UPC官网购买, 或查看资料, 了解免除条形码的适用条件和方法 [UPC 官网](#) [查看网页: 免除条形码](#)

注册当天

3. 注册阶段

3.1 账户类型及收费

- 亚马逊账户分为“专业销售计划”和“个人销售计划”两种, 无论您是公司还是个人, 都可通过全球开店完成账户注册并开始销售。两种计划的主要区别在于费用结构和功能使用权限上。 [PDF](#)

3.2 注册指导

- 参考注册指导逐步进行账户注册。 [PDF](#)

注册完成后 2 天

4. 账户设置

4.1 卖家平台介绍

- 卖家平台是在亚马逊上进行销售的所有事项的入口。作为一个卖家您将会花很多时间在卖家平台上，账户注册完成后，请阅读资料了解如何使用卖家平台。[查看网页](#)

4.2 账户信息

- 添加存款账户来收取您的订单所得。[查看网页](#)
- 确认信用卡信息录入正确，实时处于可缴费状态；牢记信用卡账单地址邮编，异地登陆时验证身份时会需要。[查看网页](#)

4.3 账户权限

- 合理设置用户权限。[查看网页](#)

4.4 配送设置

- 阅读资料，了解如何设置发货国家，能发到的区域、配送所需时间、以及运费。卖家也可选按照商品件数/重量计算运费，并可以按照订单的价格区间设置不一样的运费。所有使用亚马逊物流(FBA)配送的销售商品，无需对配送费用进行设置。[查看网页](#)

正式上线

(以下学习资料需登录您的卖家平台后方可查看；
请注意在卖家平台右上角选择中文语言环境进行观看)



上线第 1 周

5. 亚马逊品牌注册/备案

5.1 针对制造商或品牌所有者的品牌打造

- 商标申请：商标申请服务商向制造商和品牌所有者提供有关在亚马逊上销售的商品的商标申请流程的服务 [查看网页：商标申请服务商](#)
- 品牌解决方案：品牌服务商能为您提供独特和专业的品牌设计和相关咨询服务
[查看网页：寻找品牌服务商](#)

6. 商品上传

6.1 分类审核

- 在上传商品之前，首先了解您所销售的品类是否需要审核及审核的详细步骤。 [查看网页](#)

6.2 商品详情页概览

- 在亚马逊进行购物，买家会在1个页面看到1个商品。本资料将介绍商品页面的特点和好处，了解商品详情页有助于您在上传商品时更好的编写买家将会浏览到的信息。

[查看网页](#)

- 商品主图、品牌名称、商品规格及商品描述的重要性和相关规则 – 概述 [查看网页](#)
- 商品主图、品牌名称、商品规格及商品描述的重要性和相关规则 – 举例 (以服装、时尚饰品类为例) [查看网页](#)

6.3 商品上传准备

- 商品图片：在线销售时，提供高质量的图片至关重要，在无法实地查看和触摸实际商品的情况下，买家只能依赖您的商品图片进行判断，您可借助第三方图片提供商，了解他们的解决方案是否可以满足您的需求 [查看网页：寻找图片提供商](#)

6.4 商品上传的不同方式

- 使用“添加新商品”进行单个商品上传，或匹配已有商品（也就是俗称的合理跟买）
[查看网页](#)
- 使用库存文件一次上传多个商品 [查看网页](#)



6.5 商品描述的翻译

- 自动翻译：如想在Amazon.co.jp站上销售Amazon.com的商品，您无需自行翻译。Amazon每天会把Amazon.com的商品（英文）自动翻译到Amazon.co.jp（日语）。此功能不仅省您的时间，并且省您的费用，因为此功能完全免费。

[自动翻译功能介绍：查看网页](#)

[已翻译且高浏览量的商品：查看网页](#)

- 外部翻译提供商：当您以日语填写商品描述时，请注意商品信息本地化和完整性，符合当地消费者的购买习惯，您可查看亚马逊第三方服务商网络选择适合的服务商。

[查看网页：寻找外部翻译提供商](#)

6.6 活用销售数据优化商品信息

- 如何查看亚马逊日本站公布的销售金额、销售数量等的排行榜或者由品类负责人公布的上架推荐报告 [查看网页](#)

6.7 库存管理页面

- 利用库存管理画面对已上传的商品信息进行确认与修改 [查看网页](#)

6.8 制作纯白背景的方法

- 亚马逊日本站对商品图片的要求是纯白背景。该资料将为您介绍较为实用的扣白底方法，帮助您学习如何简单地制作与亚马逊网页相衬的商品图片。 [查看网页](#)

7. 商品流量及购物车

7.1 增加浏览数

- 了解影响商品浏览数的因素，让您的商品容易被买家搜索到。 [查看网页](#)
- 改善商品详情页信息：如何确认您的商品信息是否需要修改，以及叶节点的添加和修改
[优化商品信息：查看网页](#)
[商品叶节点：查看网页](#)
- 如何设定搜索关键词 [查看网页](#)
- 原创商品的开发和上架：通过提升选品独特性更好地满足买家需求 [查看网页](#)
- 图文版商品详情（A+）：通过图片和文字展现商品魅力 [查看网页](#)，
[查看网页：寻找图文版品牌描述提供商](#)

7.2 提高购买率

- 影响买家购买的因素 [查看网页](#)
- 购买按钮概览及获取 [查看网页](#)
- 图利用自动设定价格功能，您可以设定相应的规则，以及每个商品的上限与下限价格，实现价格的自动更新价格，有效节约您在价格核对与更新操作上所花费的时间。
[入门：查看网页](#)
[应用：查看网页](#)

8. 亚马逊物流 (FBA)

8.1 基础与政策

- FBA介绍、优势及费用 [查看网页](#)
- 亚马逊物流禁止商品 [查看网页](#)
- 对日期和温度敏感的商品 [查看网页](#)

8.2 FBA选品及定价

- 畅销商品/品质不良/FBA推荐商品列表 [查看网页](#)
- FBA计算器：帮助您比较自配送和FBA配送之间的定价及成本差异 [查看网页](#)

8.3 FBA货件准备及创建

- 在卖家后台上架您的商品后，将决定使用FBA的商品转化为亚马逊配送 [查看网页](#)
- 给FBA产品贴标及打包 [查看网页](#)
- 怎样缩短FBA产品在物流中心的收货时间而迅速上架 [查看网页](#)
- 如您单次入仓数量为15箱以下且商品种类为25种以下，您可将配送箱内的商品信息直接输入卖家平台 [视频](#)
- 如您单次入仓数量为16箱以上或商品种类为25种以上，请使用Excel文件上传信息 [视频](#)

8.4 头程

- 如何将货件运送到亚马逊运营中心，并且顺利入仓。 [视频](#)
- 访问亚马逊第三方服务商网络了解FBA国际物流提供商
[查看网页：寻找FBA国际物流提供商](#)

8.5 库存管理

- 如何通过库存管理实现利润上涨，使用库存健全化工具，圈定库存改善的空间和方法，防止错失销售机会。 [基础：查看网页](#) [应用：查看网页](#)

8.6 常见问题

- 无法正常入仓的常见原因和问题解答 [查看网页](#)



此时若您收到订单建议2天内完成

9. 卖家自配送订单处理

9.1 如何处理首个订单

- 当您收到亚马逊的第一笔订单，您需要学习如何处理新订单，如何跟买家沟通，如何处理退货。
[查看网页](#)

9.2 管理订单页

- 学习使用管理订单页面，并使用订单报告提高效率。 [查看网页](#)

9.3 客户服务

- 如何提供一流的客服至关重要 [查看网页](#)

上线第 4 周

10. 营销推广

10.1 销售数据与旺季准备

- 销售指导工具简介：为您提供个性化的销售建议，指导您最大限度提升销售效率 [查看网页](#)
- 如何使用销售指导工具 [查看网页](#)
- 根据2016年10~11月期间季节性较强商品的FBA销售额走势，了解到销售额上升开始期和高峰期，并参考交货时间 [查看网页](#)
- 根据2016年8~9月期间季节性较强商品的FBA销售额走势，了解到销售额上升开始期和高峰期，并参考交货时间 [查看网页](#)
- 各品类在Amazon.co.jp的销售排名数据
每周更新：[查看网页](#)
每月(5号左右)更新：[查看网页](#)

10.2 亚马逊商品推广

- 点击付费广告：广告适用品类和情况、注册方法、广告推广活动的设置、创建广告组(自动/手动投放)、关键词匹配类型、如何理解广告数据、广告费用、常见问题等 [查看网页](#)

10.3 其它营销推广方式

- Amazon积分计划的优势和设定 [概要：查看网页](#) [设定：查看网页](#)
- 促销：使用多种促销功能向买家提供卖家独有的附加值，了解促销功能和具体设置步骤
[免运费：查看网页](#) [购买折扣：查看网页](#)
- 秒杀：限时促销优惠，参与秒杀的商品会在亚马逊促销页面（亚马逊访问量最大的页面之一）显示有限的几个小时（通常为 8 小时）。推荐商品参与秒杀有助于提高商品的曝光量和销量。 [查看网页](#)
- 亚马逊物流订购省：买家可以选择由亚马逊定期配送他们经常使用的商品 [查看网页](#)
- 预约订单：当商品发售日离上架在3天以上（即预售）时，可以在上架时设置预约订单
[查看网页](#)

10.4 第三方广告优化提供商

- 借助外部广告优化专家，通过广告推广活动来帮助您在亚马逊上增加销售额
[查看网页：寻找广告优化提供商](#)

密切关注

11. 账户绩效

11.1 卖家绩效

- 卖家绩效目标的定义和要求：亚马逊对于让数百万满意买家保持信任非常重视。我们建立了一些针对卖家的绩效目标，未能满足这些目标可能会导致您的销售权限遭到删除。

[视频](#) [查看网页](#)

- 如何查看您的卖家绩效目标 [查看网页](#)
- 如何解读您的卖家绩效目标 [查看网页](#)

11.2 销售限制

- 如您的账户出现销售异常，亚马逊会评估您的账户，我们会尽量不影响您的销售 [查看网页](#)

11.3 商品质量及法规 [查看网页](#)

11.4 违反政策规定 [查看网页](#)

11.5 销售权限移除进行申诉 [查看网页](#)

拓展全球

12. 销往北美

12.1 注意事项

- 北美站注册指导 [PDF](#)
- 北美站卖家资质审核（亦称“卖家身份验证”）要求和流程 [查看网页](#)

14. 销往欧洲

14.1 注意事项

- 注册欧洲站需要的资料 [PDF](#)
- 欧洲站注册指导 [PDF](#)
- 欧洲税务：如果您在任何欧洲国家/地区销售商品，您可能将需要注册增值税(VAT)。请您了解增值税详情，并查看可提供其他指导的税务顾问名单，以及适用于亚马逊卖家的增值税咨询费折扣优惠。 [查看网页：了解增值税详情](#) [查看网页：寻找外部税务顾问](#)
- 欧洲小语种翻译：您必须使用当地语言发布商品信息，如果您对该语言不熟悉，您可以寻找外部翻译提供商进行翻译 [查看网页：寻找外部翻译提供商](#)