

Research FBA

Table of Contents

Part I: About FBA

1. Why Expand via ASC
2. Definition of terms
3. Multi-Account Strategy: Pro & Cons
4. Brand Registry

Part II: Operational Framework

1. Supply Chain Strategy
2. FBA Inventory Management
3. FBA Fulfillment SOP

Part III: Market-Specific Compliance & Operational Guidelines

1. Canada (CAN)
2. EU - UK (GBR, DEU, FRA, ESP, ITA)
3. Japan (JPN)

Part IV: Cost Analysis

Part V: Set up a New Account

1. Create Account
2. Verify Account
3. Account Health Score

Part VI: Annex

Part I: About FBA

1. Why Expand via ASC

Fulfillment by Amazon (FBA) là một phương thức bán hàng trên Amazon mà ở đó người bán chuyển hàng hóa của mình lên các kho của Amazon, khi có đơn hàng đặt mua của khách hàng thì Amazon sẽ thực hiện việc chuyển hàng từ kho của Amazon đến cho khách hàng.

Bảng 1: Phân biệt các kênh bán

	ASC FBA	ASC FBM	AVC
Người bán	Seller	Seller	Amazon
Đơn vị chuyển hàng cho khách	Amazon	Seller	Amazon
Kho	Amazon	Seller	Amazon
Customer Service	Seller	Seller	Amazon

2. Definition of terms

- FBA: Fulfillment By Amazon
- FBM: Fulfillment By Merchant
- FC: Fulfillment Center
- ASC: Amazon Seller Central
- Inner box: Hộp chứa sản phẩm, mỗi hộp chứa một sản phẩm hoặc một combo sản phẩm.
- Master box: Hộp lớn chứa nhiều sản phẩm (inner box) và mỗi hộp chỉ chứa 1 loại sản phẩm (one SKU per box) → Khi chuyển hàng lên Amazon, yêu cầu các sản phẩm phải để trong master box.
- [Product size tier](#): Từ ngày 5/2/2024, Amazon đã phân loại theo các nhóm như bảng sau:

Bảng 2: Phân biệt các size type

Product size tier	Shipping weight	Longest side	Median side	Shortest side	Length + girth
Small standard-size	Up to 16 oz	Up to 15 inches	Up to 12 inches	Up to 0.75 inch	n/a
Large standard-size	Up to 20 lb	Up to 18 inches	Up to 14 inches	Up to 8 inches	n/a

Large bulky	Up to 50 lb	Up to 59 inches	Up to 33 inches	Up to 33 inches	Up to 130 inches
Extra-large 0 to 50 lb	Up to 50 lb	Extra-large exceeds 59 inches for the longest side or 33 inches for the median side or 33 inches for the shortest side or 130 inches for length + girth, or if the products greater of unit weight or dimensional weight exceeds 50 lb.			
Extra-large 50+ to 70 lb	50+ to 70 lb				
Extra-large 70+ to 150 lb	70+ to 150				
Extra-large 150+ lb	Over 150 lb				

3. Multi-Account Strategy: Pro & Cons

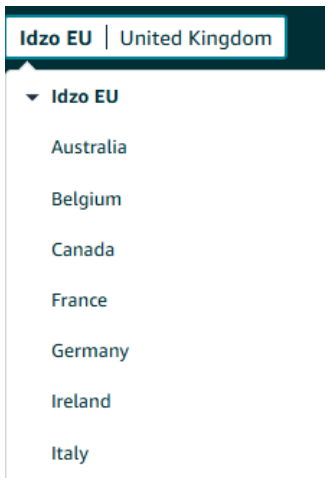
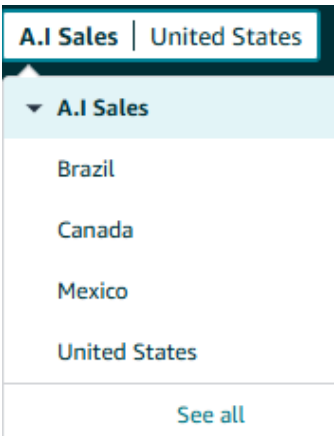
Có hai cách chính để thiết lập tài khoản Seller trên nhiều thị trường. Việc lựa chọn cách phù hợp là một quyết định quan trọng ảnh hưởng đến chi phí, rủi ro và hiệu quả vận hành.

Bảng : So sánh Chiến lược Thiết lập Tài khoản

Chiến lược	Mô tả	Ưu điểm	Nhược điểm	Lưu ý	Khuyến nghị cho Yes4All	Cách nhận biết
1. Unified Account (Tài khoản Hợp nhất theo khu vực)	Sử dụng tài khoản hiện có để tạo và liên kết các tài khoản ở thị trường mới (Bắc Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản) thông qua công cụ "Sell	Tiết kiệm chi phí: Tổng phí đăng ký hàng tháng được giới hạn. Quản lý tập trung: Dễ dàng chuyển đổi và quản lý	- Amazon có thể coi các tài khoản liên kết là một nhóm duy nhất, từ đó tính phí theo tổng doanh số, làm mất cơ hội hưởng mức phí ưu đãi tại từng thị trường có doanh số cao độc lập (đặc biệt với dịch vụ như ACCS). - Khó khăn	Rủi ro liên kết: Nếu một tài khoản bị đình chỉ, các tài khoản được liên kết khác có nguy cơ bị ảnh hưởng theo. Phương pháp này giúp tối ưu chi phí và	Nên chọn Separate Accounts theo khu vực	

	Globally" của Amazon.	giữa các thị trường từ một giao diện duy nhất.	trong việc quản lý do chính sách và nhu cầu khách hàng khác nhau giữa các khu vực.	đơn giản hóa quản trị. Rủi ro có thể được kiểm soát bằng cách tuân thủ nghiêm ngặt chính sách của Amazon.		
2. Separate Accounts (Tài khoản Riêng biệt)	Tạo một tài khoản hoàn toàn độc lập cho mỗi thị trường hoặc khu vực, không có sự liên kết nào.	Giảm thiểu rủi ro: Về lý thuyết, vấn đề của một tài khoản sẽ không ảnh hưởng đến các tài khoản khác.	Cực kỳ phức tạp: Yêu cầu thông tin hoàn toàn riêng biệt (email, ngân hàng, thẻ tín dụng, IP, thiết bị) để tránh bị Amazon liên kết và đình chỉ.	Vận hành phức tạp và chi phí có thể cao hơn.		

	Global Account (Tài khoản toàn cầu)	Unified Account (Tài khoản Hợp nhất theo khu vực)	Separate Accounts (Tài khoản Riêng biệt)
Mô tả	Tài khoản được đăng ký bán ở nhiều thị trường (US, CA, EU, JP...)	Tài khoản hợp nhất giữa các nước trong cùng một khu vực (VD: US-CA-MX)	Tài khoản đăng ký độc lập từng quốc gia hoặc khu vực
Cách nhận biết	Thấy nhiều account quốc gia khác nhau dưới một login Amazon	Các quốc gia cùng khu vực hiển thị trong 1 menu dưới 1 tên account (Merchant Token giống nhau) (*)	Mỗi tài khoản login riêng biệt, Merchant Token khác nhau

			
Ưu điểm	<ul style="list-style-type: none"> - Dễ quản lý nhiều thị trường - Không cần tạo thêm tài khoản mới 	<ul style="list-style-type: none"> - Dễ quản lý đa quốc gia từ 1 giao diện - Chia sẻ inventory FBA trong vùng - Đơn giản hóa logistics - Tổng phí đăng ký hàng tháng được giới hạn - Dễ kết nối API/tool 	<ul style="list-style-type: none"> - Tách biệt rủi ro tài khoản - Đàm phán hoặc vận hành tùy biến
Nhược điểm	<ul style="list-style-type: none"> - Dễ bị nhầm lẫn giữa unified và separate - Khó tracking Merchant Token nếu không hiểu cấu trúc 	<ul style="list-style-type: none"> - Nếu 1 quốc gia bị suspend, cả cụm có thể bị ảnh hưởng - Không cá nhân hóa theo từng nước 	<ul style="list-style-type: none"> - Phức tạp khi quản lý nhiều tài khoản - Không chia sẻ inventory/logistics - Yêu cầu thông tin hoàn toàn riêng biệt (email, ngân hàng, thẻ tín dụng, IP, thiết bị) - Vận hành phức tạp và chi phí có thể cao hơn
Khuyến nghị cho Yes4All	<p>Global chỉ là khái niệm tổng quan – không phải loại tài khoản riêng biệt</p> <p>Nên hiểu đây là cấu trúc umbrella, nhưng không dùng để vận hành chính</p>	<p>Cân nhắc kỹ khi liên kết tài khoản mới vào cụm unified. Chỉ nên liên kết khi rõ ràng về legal/account health</p>	<p>Dùng separate để kiểm soát rủi ro & dùng khi muốn scale từng thị trường riêng biệt</p>

Ví dụ:

Tình huống	Phân loại
Tạo 1 tài khoản cho Mỹ (NA) → tự mở thêm CA, MX qua "Sell Globally"	Unified NA
Tạo riêng 1 tài khoản tại Đức (EU) → hệ thống suggest mở thêm FR, IT...	Unified EU
Có 2 tài khoản khác nhau: 1 tài khoản US và 1 tài khoản EU (không liên kết, khác token)	Separate theo khu vực
Có 3 tài khoản: US, CA, JP – không liên kết gì với nhau	Separate theo từng quốc gia

Các account hiện tại thuộc:

- Idzo EU là Global Account sử dụng Sell Globally để liên kết các khu vực NA/EU/Asia, trong đó gồm nhiều Unified Account theo khu vực EU, NA,...
- A.I Sales là Unified Account ở NA

(*) *Seller Central > Settings > Account Info > Business Information > Merchant Token*

4. Brand Registry

Đây là bước đi **bắt buộc** và là nền tảng cho mọi hoạt động marketing và bảo vệ thương hiệu trên ASC. Việc đăng ký nhãn hiệu tại mỗi khu vực và tham gia Amazon Brand Registry là điều kiện tiên quyết để sử dụng các công cụ kinh doanh quan trọng nhất.

- **Yêu cầu tối thiểu:** Đăng ký nhãn hiệu tại tất cả các thị trường kinh doanh (CAN, EU, GBR, JPN) ngay lập tức, đặc biệt ưu tiên các thị trường "First-to-File" (Ưu tiên cho người đăng ký đầu tiên) như Canada và Nhật Bản để tránh bị chiếm dụng thương hiệu.
- **Lợi ích kinh doanh cốt lõi:**
 - **Brand Protection:** Chủ động phát hiện và báo cáo các hành vi vi phạm, hàng giả.
 - **Enhanced Content:** Tận dụng Brand Registry vào section **A+ Content** để tăng tỷ lệ chuyển đổi lên đến 20%.
 - **Branded Storefront:** Thiết kế **Amazon Storefront** để kể câu chuyện thương hiệu và trưng bày toàn bộ danh mục sản phẩm.
 - **Advanced Advertising:** Truy cập vào các định dạng quảng cáo độc quyền như **Sponsored Brands** và **Sponsored Display**.
 - **Data Analytics:** Khai thác **Brand Analytics** để hiểu rõ hành vi tìm kiếm và mua sắm của khách hàng.

Part II: Operational Framework

1. Supply Chain Strategy

1.1 Các hình thức vận chuyển hàng

Có nhiều phương án để vận chuyển hàng hóa từ nhà máy đến kho FBA, trong đó phổ biến nhất là **Amazon Global Logistics (AGL)**, **3rd Party Logistics (3PL)**, và **Amazon Seller Export & Delivery (Amazon SEND)**

Bảng 3: Phân biệt ba hình thức vận chuyển hàng

Factor	Amazon Global Logistics (AGL)	3rd Party Logistics (3PL)	Amazon Seller Export And Delivery (Amazon SEND)
Định nghĩa	Dịch vụ logistics quốc tế của Amazon. Seller booking trực tiếp từ Seller Central, hàng được vận chuyển bởi đối tác Amazon (DHL, Maersk...) đến kho FBA	Seller sử dụng bên thứ ba bên ngoài Amazon để xử lý vận chuyển quốc tế và nội địa VD: TTL, Apex, DHL Freight...	Giải pháp logistics dành riêng cho seller Việt Nam. Amazon hợp tác với LianLian và đối tác để gom đơn, vận chuyển thẳng từ VN đến kho FBA quốc tế
Đối tượng	- Seller mới, shipment nhỏ/lẻ. - Cần hệ thống auto booking và tích hợp	- Seller có shipment lớn, phức tạp - Cần linh hoạt tuyến, cảng, packing riêng	- Seller tại Việt Nam - Cần tối ưu chi phí vận chuyển, tích hợp quy trình booking và thanh toán vào Seller Central
Tracking	Tích hợp trong SC, có cảnh báo ETA	Tuỳ 3PL, thường dùng tracking system ngoài	Tích hợp ETA và tracking trực tiếp trên SC
Product	Hàng tiêu chuẩn FBA, không hỗ trợ nhiều với hàng <i>fragile/oversize/custom</i>	Hỗ trợ đa dạng loại hàng: <i>fragile, oversize, split-set...</i>	Tối ưu với hàng <i>FBA tiêu chuẩn (Send Air)</i> , hàng oversize / container còn hạn chế

Harmonized System (HS) Code – Mã phân loại hàng hóa quốc tế. Việc xác định đúng HS Code cho từng SKU là điều kiện bắt buộc để đảm bảo thông quan hàng hóa suôn sẻ tại tất cả thị trường.

HS Code là cơ sở để:

- Khai báo hải quan (Customs Declaration)

- Tính thuế nhập khẩu (Import Duty, VAT, JCT...)
- Xác định các chứng nhận hoặc giấy phép đặc biệt cần đính kèm

Lưu ý:

- Việc sai mã HS có thể khiến shipment bị giữ tại cảng hoặc áp mức thuế sai lệch, ảnh hưởng đến toàn bộ profit margin
- Amazon (đặc biệt AGL) yêu cầu nhập mã HS chính xác khi booking shipment
- Seller nên phối hợp với forwarder, đại lý hải quan hoặc sử dụng các nền tảng như tariffnumber.com hoặc mã do WCO/HS phát hành chính thức

1.2 FBA Global Logistics Routes & Warehouse Addresses

Dưới đây là danh sách các cảng biển quốc tế và mã kho Fulfillment Centers (FCs) mà seller có thể tham khảo khi xây dựng kế hoạch logistics:

- Về cảng xuất khẩu: phần lớn hàng hóa được vận chuyển từ các cảng lớn tại Trung Quốc (Shanghai, Ningbo...), ngoài ra có thể sử dụng các cảng từ Việt Nam tùy theo vị trí nhà máy.
- Về địa chỉ kho Amazon: hệ thống sẽ tự động chỉ định kho cụ thể (có địa chỉ đầy đủ) khi seller tạo shipment trên Seller Central. Tuy nhiên, bảng sau đây cung cấp các mã FC theo lịch sử shipment, và đề xuất những mã FC tiêu biểu ở các cụm thị trường để seller định hướng khi lên kế hoạch vận hành.

a) International Ports List

Cảng Trung Quốc

Port	Location	Note
Shanghai Port	Thượng Hải	Cảng container lớn nhất thế giới, đây là trung tâm AGL (Amazon Global Logistics) chính
Ningbo-Zhoushan Port	Chiết Giang	Chuyên hàng hóa tuyến Mỹ và châu Âu
Shenzhen Port	Quảng Đông	Cảng top 3 Trung Quốc, gần xưởng phía Nam
Xiamen Port	Phúc Kiến	Tối ưu cho seller khu vực Đông Nam Trung Quốc
Qingdao Port	Sơn Đông	Giao tuyến Nhật Bản, Mỹ Tây, Hàn Quốc
Guangzhou Port	Quảng Châu	Cảng hỗ trợ AGL – South China Hub
Dalian Port	Liêu Ninh	Cho seller tại Đông Bắc Trung Quốc

Cảng Việt Nam

Port	Location	Note
Cát Lái	TP. HCM	Cảng container lớn nhất Việt Nam
Cái Mép – Thị Vải	Bà Rịa – Vũng Tàu	Cảng nước sâu – tuyến thẳng Mỹ, EU
Hải Phòng Port	Hải Phòng	Trung tâm xuất khẩu miền Bắc
Đà Nẵng Port	Đà Nẵng	Phục vụ seller miền Trung, tuyến ngắn

Cảng Hoa Kỳ

Port	Location	Note
Port of Los Angeles	California	Lớn nhất Hoa Kỳ. Tuyến từ châu Á
Port of Long Beach	California	Gần LA, dùng cho AGL và 3PL
Port of Seattle	Washington	Tốt cho hàng đi FC miền Tây Bắc
Port of New York/New Jersey	Bờ Đông	Tuyến châu Âu, giao hàng miền Đông
Port of Savannah	Georgia	Dùng cho FC miền Nam và East Coast

b) Amazon Fulfillment Center Address

- Lịch sử shipment đi hàng của các cụm

Country	Shipment created	Shipment name	Ship From	Ship to (AMZ FC)
EU-UK	9 Apr 2024	FBA STA (09/04/2024 07:15)-BHX4	No. 82, Wujin West Avenue Changzhou, Wujin, Jiangsu 213000 CN	Amazon EU SARL (UK) Plot 1, Lyons Park, Sayer Dr Coventry, West

				Midlands CV5 9PF GB (BHX4)
JPN	Dec 27, 2022	FBA STA (2022/12/27 03:58)-TPX2	123-0853 Tokyo トウキョウとアダチクモ トキ 2 - 22 - 14 テン XI XIU LIN JP	TPX2 松崎台2-4-3 印西市, 千葉県 270-1380 JP (TPX2)
CAN	Dec 25, 2023	FBA STA (12/25/2023 07:07)-YEG2	Idzo Inc. 3172 Nasa st unit B (dock 12-17) Brea, CA 92821 US	YEG2 27383 92 Ave Acheson, AB T7X 2X2 CA (YEG2)
USA	Mar 22, 2024	FBA STA (03/22/2024 03:23)-SLC3	idzo 3196 E Miraloma Ave Anaheim, CA 92806 US 7145531634	SLC3 - SALT LAKE CITY, UT US

- Gọi ý những mã FC

Warehouses in Canada (CAN)

FC Code	Address
YVR2	450 Derwent Pl, Delta, BC V3M 5Y9
YYZ1	6363 Millcreek Dr, Mississauga, ON L5N 1L8
YYZ3	7995 Winston Churchill Blvd, Brampton, ON L6Y 0B2
YYC1	293069 Colonel Robertson Way & Crossiron Blvd, Balzac, AB T4A 1C6
YOW1	5225 Boundary Road, Ottawa, ON K4N 1P6
YUL2	3000 Rue Louis-A-Amos, Montréal (Lachine), QC

Warehouses in United Kingdom (GBR)

FC Code	Address
---------	---------

BHX1	Rugeley, Staffordshire, WS15 1NZ
BHX2	Coalville, Leicestershire, LE67 1GQ
BHX3	Daventry, NN11 8QL
BHX4	Coventry, CV5 9FA
CWL1	Swansea, SA1 8QX

Warehouses in EU (Đại diện DEU)

FC Code	Address
PRG2	Saran, Loiret, 45520
MRS1	Montélimar, 26200
LYS1	Sèvrey, 71100
LIL1	Lauwin-Planque, 59553
DTM2	Werne, NRW, 59368
HAM2	Winsen (Luhe), Lower Saxony, 21423
MUC3	Graben, Bavaria, 86836
BER3	Brieselang, Brandenburg, 14656

Warehouses in Japan (JPN)

FC Code	Address
NRT5	Kawagoe, Saitama, 350-1182
HND3	Kawajima, Saitama, 350-0195
KIX2	Daito, Osaka, 574-8531
FSZ1	Odawara, Kanagawa, 250-8560
NRT1	Ichikawa, Chiba, 272-0193
NRT2	Yachiyo, Chiba, 276-8525

NGO2	Tajimi, Gifu, 507-8585
KIX4	Fujiidera, Osaka, 583-8533
HND8	Hachioji, Tokyo, 192-0032

***Lưu ý:** Đây là những mã kho phổ biến cho từng thị trường, xem đầy đủ các mã kho tại [LINK](#)*

1.3 2025 FBA inbound placement service fee

- Từ năm 2025, Amazon tiếp tục áp dụng phí dịch vụ chia kho (Inbound Placement Service Fee) cho seller gửi hàng FBA vào **hệ thống Amazon FC tại Mỹ**.
- **Mục tiêu:** cải thiện tốc độ giao hàng & hiệu quả mạng lưới fulfillment bằng cách phân phối hàng gần nơi có nhu cầu cao.
- [Tham khảo chính sách](#)

Inbound Placement Options

Option	Fee & Packing Requirement	Gửi hàng đến	Đối tượng
Amazon-Optimized Splits	Miễn phí phí chia kho nếu đóng gói đúng	Nhiều FC (do Amazon chọn)	Seller có volume lớn, hàng đồng nhất
Minimal Shipment Split	(~\$0.30-\$1.00+/unit) Không yêu cầu gì về packing	1 FC	Seller mới, shipment nhỏ
Partial Shipment Splits	Giảm phí, không bắt buộc đóng gói nhiều như optimized	2-3 FC	Seller bán Large Bulky size Note: Không áp dụng cho Standard-size từ 20/02/2025

2. FBA Inventory & Capacity Management

- a) **FBA Capacity Limits**: Amazon đặt giới hạn dung lượng lưu kho (cubic feet/m³) hàng tháng cho các sản phẩm lưu trong kho FBA
- **Các loại selling accounts**:
 - **Individual selling accounts**: giới hạn cố định: **15 ft³/tháng**.
 - **New professional selling accounts (≤ 39 tuần)**: không giới hạn, để xây dựng lịch sử bán.
 - **Professional selling accounts (≥ 39 tuần)**: giới hạn được thiết lập dựa trên:
 - IPI Score (thể hiện hiệu suất tồn kho)
 - Lịch sử bán hàng & tốc độ quay vòng
 - Sử dụng dung lượng trước đó và khả năng kho
- **Hậu quả khi vượt giới hạn**: không bị charge phí nhưng:
 - Không thể tạo thêm shipment mới cho tháng đó
 - Phí overage không áp dụng – Amazon sẽ giới hạn đơn gửi mới.

- b) **Inventory Performance**
- **Sell-through Rate**
 - Sell-through rate cao giúp tăng điểm IPI, duy trì hoặc mở rộng Capacity Limit.
 - Sell-through rate thấp → bị đánh giá là slow-moving inventory → tăng nguy cơ aged inventory fee và giảm dung lượng được phân bổ.
- **Low-Inventory-Level Fee**
 - Từ năm 2024, Amazon áp dụng phí phạt cho các SKU bán chạy nhưng bị thiếu hàng thường xuyên
 - Amazon đo lường thời gian SKU có tồn kho vs không tồn kho trong 30–90 ngày gần nhất.
 - Nếu tỷ lệ thiếu hàng vượt ngưỡng (theo ngành hàng), seller sẽ bị tính Low Inventory Level Fee
- **Inventory Performance Index (IPI)**
 - Là chỉ số Amazon dùng để đánh giá hiệu quả quản lý hàng tồn kho toàn tài khoản, thang điểm từ 0 đến 1000
 - **Điểm IPI ≥ 400** được xem là ngưỡng tối ưu để tránh bị giới hạn dung lượng lưu kho (Capacity Limits)
 - Chỉ số này được cập nhật **hàng tuần** và đánh giá dựa trên 4 yếu tố chính
 - **Excess Inventory %**: Tỷ lệ hàng vượt quá mức bán hợp lý.
 - **Sell-through Rate**: Tốc độ bán so với lượng hàng tồn.
 - **Stranded Inventory**: SKU không thể bán được do lỗi listing.
 - **In-stock Rate**: Mức độ duy trì hàng có sẵn cho các ASIN bán chạy.

- c) **Aged Inventory Surcharge**: Đây là khoản phí phạt áp dụng cho các đơn vị đã được lưu trữ trong kho FBA trong thời gian dài (thường từ 181 ngày trở lên), được tính bổ sung vào Monthly Storage Fee

3. FBA Fulfillment Workflow

Để đảm bảo hàng hóa được vận chuyển và nhập kho FBA một cách suôn sẻ, cần tuân thủ quy trình sau:

1. Tạo Listing: Mỗi sản phẩm bắt buộc phải có listing đang hoạt động trên Seller Central tại thị trường mục tiêu trước khi tạo shipment.

2. Chuẩn bị & Dán nhãn sản phẩm:

a) Barcode

- **Manufacturer Barcode** (UPC/EAN): Dành cho sản phẩm có Brand Registry và được Amazon cho phép.
- **FNSKU** (Amazon Barcode): Bắt buộc nếu không đủ điều kiện. Phải dán đè lên barcode gốc.

b) Packaging

- Sản phẩm cần đóng gói bảo vệ khỏi va đập.
- Bộ sản phẩm cần nhãn "Sold as set"

3. Tạo Shipment Plan

- Truy cập: "Send to Amazon" trên SC
- Chọn sản phẩm, số lượng
- Amazon sẽ phân phối hàng đến 1 hoặc nhiều kho FBA

4. Đóng thùng và dán nhãn

- Đóng sản phẩm vào master box
- Tuân thủ giới hạn: mỗi thùng tối đa **50 lbs / 25 inches** mỗi cạnh (nếu không oversize)
- In và dán nhãn FBA Box ID

5. Chọn đơn vị vận chuyển & gửi hàng

- Chọn Amazon Global Logistics (AGL) hoặc 3PL
- Cập nhật thông tin tracking
- Thanh toán phí vận chuyển (nếu có) trong SC

6. Theo trạng thái nhập kho

- Theo dõi tiến trình: Shipped → Checked-in → Receiving
- Kiểm tra inbound reconciliation nếu có chênh lệch

Part III: Market-Specific Compliance & Operational Guidelines

Phần này tóm tắt các hành động vận hành và tuân thủ pháp lý cốt lõi, bắt buộc cho từng thị trường.

1. Canada

- **Đăng ký Non-Resident Importer (NRI):** Bắt buộc để nhập khẩu hàng hóa vào Canada. Quy trình này bao gồm việc lấy Business Number (BN) từ Canada Revenue Agency (CRA).
- **Đăng ký GST/HST (Thuế hàng hóa và dịch vụ/Thuế giá trị gia tăng phối hợp):** Bắt buộc ngay từ lần bán hàng đầu tiên khi sử dụng FBA, không áp dụng ngưỡng doanh thu.
- **Thiết kế bao bì song ngữ:** Tuân thủ yêu cầu về tiếng Anh và tiếng Pháp, đặc biệt là các quy định nghiêm ngặt của Quebec.
- **Tuân thủ an toàn sản phẩm:** Đảm bảo sản phẩm tuân thủ *Canada Consumer Product Safety Act (CCPSA)* và các tiêu chuẩn CSA liên quan.

2. Châu Âu (DEU, GBR, FRA, ESP, ITA)

- **Chỉ định đối tác tuân thủ:**
 - **Importer of Record (IOR):** Tìm một nhà môi giới hải quan hoặc công ty giao nhận vận tải để đóng vai trò là IOR. Amazon sẽ không làm việc này.
 - **EU Responsible Person (RP):** Bắt buộc phải chỉ định một RP có trụ sở tại EU để chịu trách nhiệm về tuân thủ sản phẩm theo General Product Safety Regulation (GPSR). Tên và địa chỉ của RP phải có trên sản phẩm/bao bì.
- **Đăng ký VAT:** Bắt buộc phải đăng ký VAT tại bất kỳ quốc gia nào lưu trữ hàng tồn kho (ví dụ: Đức, Anh). Không có ngưỡng doanh thu cho người bán FBA.
- **Áp dụng chiến lược "Tồn kho Kép":** Do Brexit, phải gửi các lô hàng riêng biệt đến kho FBA tại Anh và kho FBA tại một nước EU (ví dụ: Đức).
- **Tuân thủ dấu CE & UKCA:** Đảm bảo các sản phẩm áp dụng có dấu **CE Marking** hợp lệ. Hiện tại, Anh vẫn chấp nhận dấu CE, giúp đơn giản hóa việc tuân thủ cho cả hai thị trường.
- **Tuân thủ hóa chất (REACH):** Đảm bảo sản phẩm tuân thủ quy định **REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals)**, đặc biệt là giới hạn đối với các Substances of Very High Concern (SVHCs). Cần có báo cáo thử nghiệm hoặc tuyên bố tuân thủ từ nhà cung cấp.

3. Nhật Bản (JPN)

- **Chỉ định Attorney for Customs Procedures (ACP) - Đại Diện Thông Quan:** Đây là yêu

cầu **quan trọng nhất và không thể thiếu**. Là một công ty không có trụ sở tại Nhật, Yes4All bắt buộc phải chỉ định một ACP để có thể hoạt động với tư cách là IOR.

- **Đăng ký Japan Consumption Tax (JCT):** Bắt buộc nếu doanh thu chịu thuế vượt quá 10 triệu JPY trong giai đoạn cơ sở. Nên đăng ký tự nguyện để có thể phát hành hóa đơn đủ điều kiện cho khách hàng B2B.
- **Bản địa hóa toàn diện:** Thuê các chuyên gia bản ngữ để dịch và điều chỉnh nội dung sản phẩm, marketing và dịch vụ khách hàng cho phù hợp với văn hóa Nhật Bản.
- **Tuân thủ luật pháp địa phương:** Đảm bảo sản phẩm tuân thủ các quy định của Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) và các luật liên quan khác.

Part IV: Cost Analysis

Bảng dưới đây tóm tắt các chi phí chính cần xem xét. Đây là một công cụ quan trọng để lập kế hoạch tài chính và định giá sản phẩm.

Bảng 4: Tổng hợp phí vận hành FBA theo quốc gia

Cost Type	Definition	CAN	GBR	EU	JPN
Referral Fee (Commission)	% hoa hồng Amazon từ doanh thu mỗi đơn	~15% (min \$0.40)	~15% (min £0.25)	~15% (min €0.30)	8–15%
FBA Fulfillment Fee	Phí xử lý đơn hàng (pick, pack, ship, CS, return)	từ \$5.92	từ £3.26	từ €3.28	từ ¥318
Monthly Storage Fee	Phí lưu kho theo thể tích trung bình tồn	\$40–77/m ³	£0.75/ft ³	€19.8–41.7/m ³	~¥15/m ³
Aged Inventory Surcharge	Phí lưu kho dài hạn (tồn >181 ngày)	\$6.90/unit or \$0.15/ft ³	\$6.90/unit or \$0.15/ft ³	\$6.90/unit or \$0.15/ft ³	~¥250+
Returns Processing Fee (optional)	Phí xử lý khi khách trả hàng	\$3–5	£2–4	€2–4	¥100–300
Removal Fee (optional)	Phí yêu cầu Amazon trả hàng về seller	\$0.50–\$1.50/unit	\$0.50–\$1.50/unit	\$0.50–\$1.50/unit	¥50–100
Disposal Fee (optional)	Phí yêu cầu Amazon tiêu hủy hàng	\$0.50–\$1.50/unit	\$0.50–\$1.50/unit	\$0.50–\$1.50/unit	¥50–100
Inbound Placement Service Fee (optional)	Phí phân phối hàng nội bộ giữa FC	\$0.30–0.40/unit	£0.25–0.35	€0.20–0.35	

- **Biểu phí Amazon.ca (Canada)**

<https://sellercentral.amazon.ca/help/hub/reference/external/G201411300>

- **Biểu phí Amazon.co.jp (Nhật Bản)**

<https://sellercentral.amazon.co.jp/help/hub/reference/external/GPULGVGS8UQUUCSPG>

- **Biểu phí Amazon Châu Âu (Đức, Pháp, Ý, Tây Ban Nha)**

<https://sellercentral.amazon.de/help/hub/reference/external/GABBX6GZPA8MSZGW>

- **Phụ lục D: Biểu phí Amazon.co.uk (Vương quốc Anh)**

<https://m.media-amazon.com/images/G/02/sell/images/240425-FBA-Rate-Card-UK.pdf>

- **FBA fulfillment fee:** Cụ thể mức phí cho từng Product size tier. [LINK](#)

Đề xuất phân bổ sản phẩm theo Product size tier

Product Size Tier	Mục tiêu	Ưu điểm	Nhược điểm
Small Standard-Size	Tăng tốc độ quay vòng hàng, tối ưu chỉ số IPI, giảm phí lưu kho	Phí thấp (~\$3-4), turnover nhanh	Margin thấp hơn, dễ bị cạnh tranh giá
Large Standard-Size	Cân bằng giữa volume và margin, tối ưu packaging và AOV	Vẫn thuộc Standard → phí hợp lý, packaging đa dạng	Cạnh tranh mạnh trong nhóm phổ thông
Large Bulky	Phân khúc sản phẩm có giá trị cao, ít cạnh tranh, định vị khác biệt	Dễ branding riêng biệt, giá bán cao hơn, biên lợi nhuận ổn định	Phí xử lý cao, vận chuyển nặng, khó scale
Extra-Large 0-50 lb	SKU flagship hoặc tạo điểm nhấn thương hiệu với giá trị cao	Lợi nhuận tuyệt đối cao, hỗ trợ branding mạnh	Chậm xoay vòng, tốn dung lượng FBA, handling khó hơn
Extra-Large 50-150+ lb	Chỉ nên bán nếu lợi nhuận/giá trị cao vượt trội hoặc thị trường ngách	Độc quyền, cạnh tranh thấp, có thể tạo đột phá doanh thu	Phí rất cao (>\$30+), giới hạn FBA nghiêm ngặt, thường phải xử lý riêng hoặc dùng FBM

Part V: Set up a New Account

1. Create Account

Đối với cách set up tài khoản theo **Separate Accounts** (New seller)

Cần tạo account mới theo hướng dẫn của Amazon và chuẩn bị các document sau để verify account:

- Credit card
- Phone number (in order to also receive PIN verification)
- Company registration details
- Company name
- Business email address

- Business license Primary Contact Person Information.
- Beneficial Owner Information
- Bank account information to receive sales (Currently, Amazon supports U.K. and U.S. bank accounts, as well as bank accounts in all Eurozone countries.)
- UPC/ EPN for your products
- VAT number

Đối với cách set up tài khoản theo **Linked Global Accounts**

Nếu đã có Seller Account trên Amazon thì có thể link qua các nước khác bằng cách đăng ký qua Linked Accounts on your Sell Globally page on Seller Central.

2. Verify Account

Phần này sẽ làm việc cùng FA-AC để submit đúng Bank account và document của người đăng kí account.

VAT Registration

Tùy từng nước mà sẽ có quy trình VAT Registration khác nhau, các bước chính:

- Understand VAT
- Choose Tax provider
- Check Tax provider agreement
- Contact Tax provider
- VAT application form
- Collect document Tax provider
- Create VAT process

Brand Register (if any)

Brand Health Issue

3. Account Health Score

Tracking Account Health Score: [Link](#)

Nhóm chỉ số	Mô tả	Ngưỡng Amazon yêu cầu	Hành động nếu vượt ngưỡng	Source
Order Defect Rate (ODR)	Tỷ lệ đơn hàng bị lỗi, bao gồm khiếu nại A-to-z, đánh	< 1%	Negative Feedback Rate	ODR

	giá tiêu cực và yêu cầu hoàn tiền qua ngân hàng.		A-to-z Guarantee Claim Rate Chargeback claims	
Late Shipment Rate	Tỷ lệ đơn hàng xác nhận trễ so với thời hạn cam kết xử lý.	< 4%	Điều chỉnh SLAs, kiểm tra carrier	Link
Pre-fulfillment Cancel Rate	Tỷ lệ đơn bị huỷ trước khi xác nhận giao hàng, thường do hết hàng.	< 2.5%	Kiểm tra tồn kho, dự báo đơn hàng	Link
Valid Tracking Rate	Tỷ lệ đơn có thông tin tracking hợp lệ và đúng chuẩn carrier.	> 95%		Link
On-Time Delivery Rate	Tỷ lệ đơn được giao đúng hạn theo promise date.	> 90%		Link
Policy Compliance	Số lượng lỗi chính sách (hàng giả, IP, chất lượng sản phẩm, v.v.).	0	Click vào từng lỗi → appeal/xử lý	Link
NCX – Negative Customer Experience	Tỷ lệ trải nghiệm khách hàng tiêu cực (trả hàng, đánh giá xấu, phản nản).	Giữ dưới ngưỡng cảnh báo tùy category	Kiểm tra feedback, điều chỉnh mô tả, packaging	Link
IP Complaints / Product Policy Violations	Số lần bị khiếu nại vi phạm sở hữu trí tuệ (bản quyền, nhãn hiệu, hàng giả).	0	Appeal / cung cấp hóa đơn / POA chi tiết	Link

Nếu Account Health của ASC > [250 điểm](#) liên tục trong 6 tháng với không quá 10 ngày dưới 250, Amazon sẽ có 1 chương trình "bảo hiểm" thông báo trước hành động để tránh vô hiệu hóa tài khoản trước 48 tiếng.

Lưu ý:

- Điểm Account Health tối đa là 1000.
- Điểm AHS cần **duy trì > 200** để tài khoản được xem là "Healthy" và tránh nguy cơ bị cảnh báo hoặc đình chỉ.
- Mỗi vi phạm chính sách hoặc cảnh báo sẽ làm giảm điểm. Amazon không công bố rõ công thức tính, nhưng càng nhiều policy violations, ODR cao, hoặc phản hồi tiêu cực từ khách hàng, điểm sẽ càng giảm.