



# 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

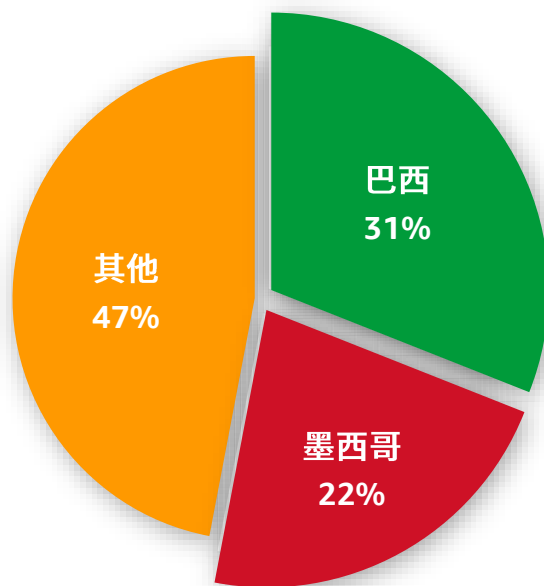
# 目录

<b>4. 亚马逊拉美站点简介</b>	<b>3</b>
<b>4.1 拉美电商概况</b>	<b>3</b>
<b>4.2 拉美的消费者</b>	<b>8</b>
<b>4.3 亚马逊在拉美的发展情况</b>	<b>9</b>
<b>4.4 拉美节日促销备战日历</b>	<b>13</b>
<b>4.5 拉美旺季指南</b>	<b>15</b>
<b>4.6 亚马逊拉美站点物流解决方案</b>	<b>28</b>
<b>4.7 拉美站点新卖家运营起步指南</b>	<b>32</b>
<b>4.8 亚马逊拉美站点入驻指南</b>	<b>35</b>

## 4.1 拉美电商概况

### 4.1.1 拉美电商发展情况

2022年，拉美地区总 GDP 达**6.25万亿<sup>1</sup>**，同比增长13.4%，人均 GDP 超过**9,474美元<sup>1</sup>**，同比增长12.61%。其中，巴西占比31%，墨西哥占比22%。拉美的经济实力不容小觑。



2022年，拉美是全球电商增速最快的地区之一，其中巴西网购渗透率<sup>2</sup>高达**78%**，墨西哥网购渗透率<sup>2</sup>也有**65%**。



巴西网购渗透率  
**78%**



墨西哥网购渗透率  
**65%**

1. [worldbank, GDP \(current US\\$\) - Latin America & Caribbean](#)

2. [Statista, Share of e-commerce consumers in selected Latin American countries in 2021](#)

拉美电商在全球电商格局中增速领先，前景广阔。<sup>1</sup>

2022年，巴西电商份额占拉美地区的**29.5%**，墨西哥占**28.3%**。<sup>2</sup> 2023年，拉美电商保持两位数持续增长，**增长率达15%**。<sup>3</sup>



电商销售额亚洲第二  
**7,571亿美元**



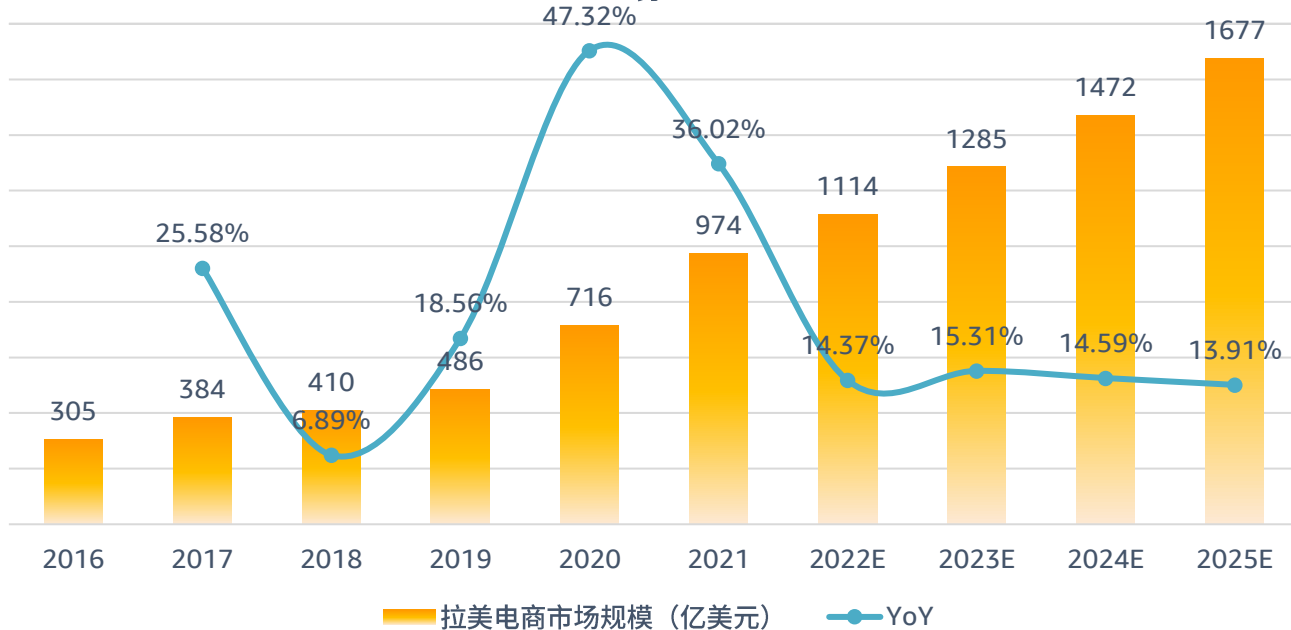
零售电商销售额占比  
整体零售销售额  
**12.9%**



零售电商销售额  
增长率  
**6%**

对比来看，2023至2025年期间，拉美电商仍将保持高速增长，预计到2023年拉美电商规模将**达到1,285亿美元**<sup>4</sup>。

2016 - 2025年拉美电商行业发展趋势<sup>4</sup>



1. 199it, eMarketer: 2022年全球电商市场预测

2. Statista, Distribution of the e-commerce market in Latin America and the Caribbean in 2022, by country

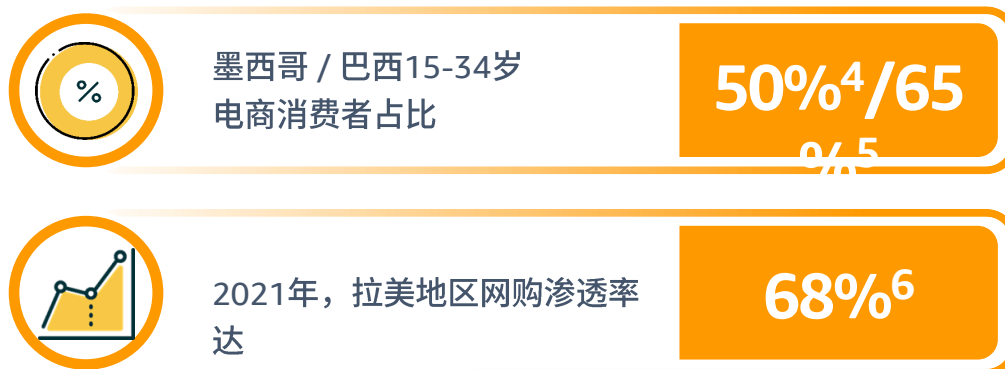
3. eMarketer, Retail Ecommerce Sales in Latin America, 2020-2026

4. 【海通国际】全球电商101: 各市场特点及主要选手简介

## 拉美人口红利大，消费“后劲”强



## 拉美消费者网购习惯逐步养成，在线购物频次提升



## 人均电商消费额逐年提升，在发展中地区中居于前列



1. 发现报告网

2. worldometer, Latin America and the Caribbean Population (LIVE)

3. Statista, E-commerce in Latin America - statistics &amp; facts

4. Statista, Distribution of online shopping users in Mexico in 2022, by age group

5. Statista, Distribution of digital buyers in Brazil in 2022, by age group

6. Statista, Share of e-commerce consumers in selected Latin American countries in 2021

7. Statista, E-commerce spending per capita in selected Latin American countries as of 2022

### 4.1.2 墨西哥：拉美电商桥头堡，电商规模稳步提升



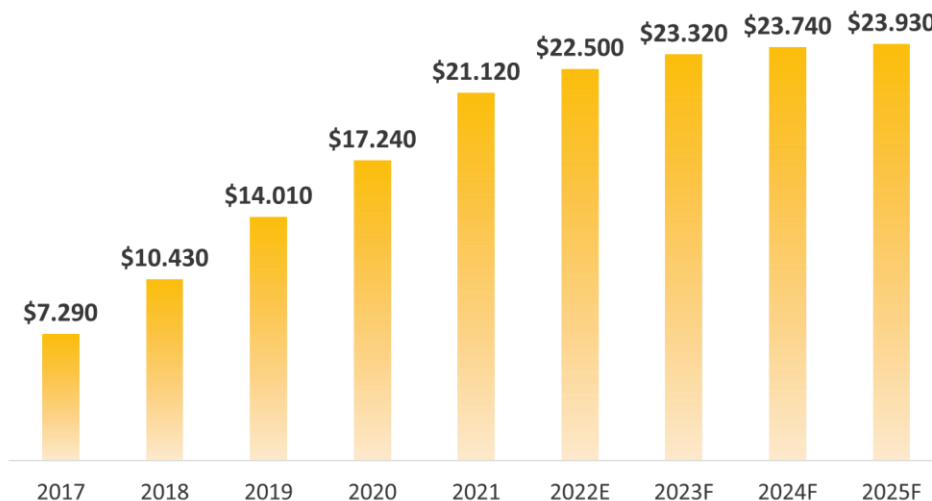
墨西哥零售电商收入预计将在2025年增长到 **239 亿美元**<sup>1</sup>



2023-2027年间墨西哥年均增长率达 **13%**<sup>2</sup>



2021年，每月在线购物至少一次的人占比**超过 36%**<sup>3</sup>



2017-2025 墨西哥电商营收（十亿美元）

1. Statista, Retail e-commerce revenue in Mexico from 2017 to 2027

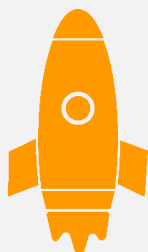
2. [ecommercedb.com](https://www.ecommercedb.com)

3. Statista, Distribution of internet users who made an e-commerce purchase in Mexico in 2021, by shopping frequency

### 4.1.3 巴西：拉美电商头部国家，电商规模持续增长

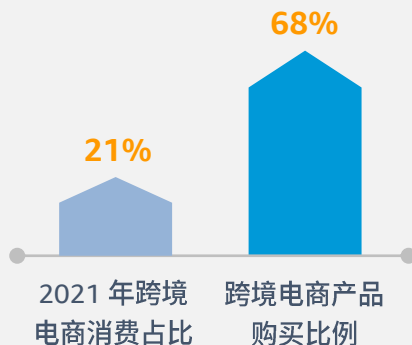
#### 巴西零售电商高速增长

远超拉美和全球电商平均水平，预测 2023 年巴西电商行业规模增长达



17%<sup>1</sup>

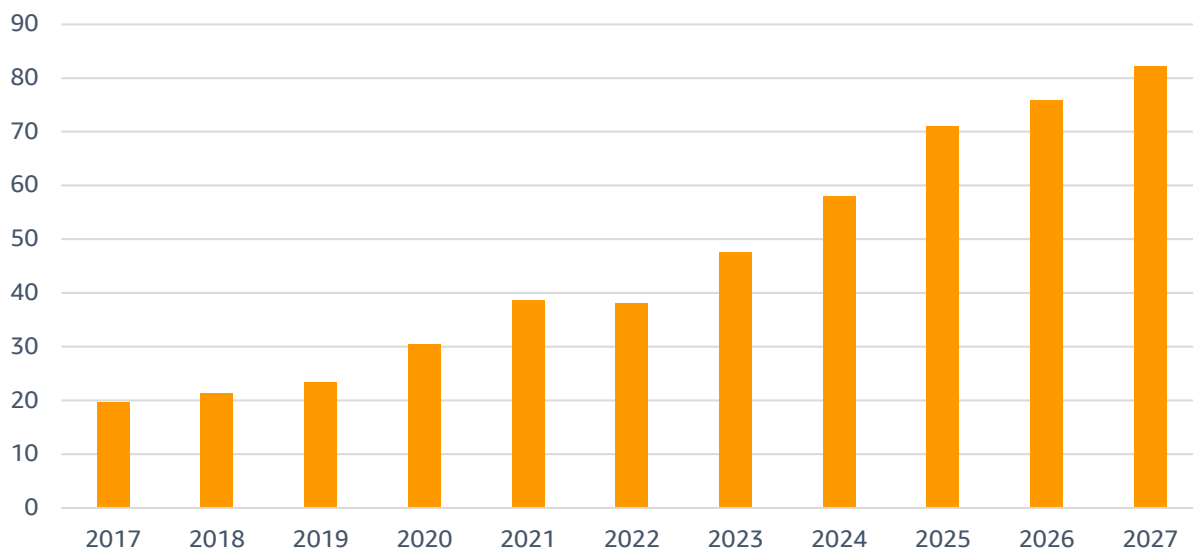
#### 巴西跨境电商消费份额占比高



#### 中巴合作愈发紧密

中国已连续 14 年成为巴西最大的贸易伙伴，2022 年，双边贸易额达

1715 亿美元<sup>4</sup>  
同比增长 4.9%



2017-2027 巴西电商行业营收 (十亿美元)<sup>5</sup>

1. eMarketer, 2022 年全球电商市场预测  
 2. labsnews.com, Ebit|Nielsen: cross border already represents 21% of e-commerce in Brazil  
 3. americasmi.com, THE STATE OF CROSS-BORDER E-COMMERCE IN BRAZIL IN 2022  
 4. 外交部, 中国同巴西的关系  
 5. Statista, Retail e-commerce revenue in Brazil from 2017 to 2027

## 4.2 拉美的消费者

拉美消费者人口比较年轻且数量庞大，偏好性价比高的产品。

典型的拉美消费者具备这些特征<sup>1</sup>：

- **工作生活平衡**：喜欢新的娱乐模式，提倡健康的生活方式
- **节日无处不在**：拉美人天性热情活力，喜欢大型的社交和节庆活动，促销活动更是多于大多数成熟站点
- **精打细算族**：在现今的经济环境下，拉美人养成了精打细算的消费习惯，高性价比产品对他们更具吸引力
- **年轻弄潮儿**：Z 世代的年轻人更喜欢表达自我追求个性，广告效应的敏感度也比较高

下面来看看巴西和墨西哥的消费者画像：

### 巴西消费者画像



- 巴西消费者喜欢整体偏品牌的产品，喜欢购买大品牌并且追求性价比和折扣。小型电子产品及配件受欢迎。
- 旺季购物需求增长明显，且更喜欢设计大胆、夸张、多元化、色彩明艳的产品及设计。
- 对跨境商品，尤其是中国商品的接受度高，其中62%的跨境商品来自于中国<sup>2</sup>。

### 墨西哥消费者画像



- 墨西哥是拉丁美洲人口大国，且平均年龄较低。
- 随着疫情的持续，越来越多墨西哥消费者选择线上购物。
- 墨西哥消费者更加青睐中国有性价比的产品。
- 卖家可以同时操作多个不同体量的类目。
- 目前墨西哥站点营销工具使用较少，利用好墨西哥站点的促销和推广资源，可快速获得销售增长。

1. Euromonitor, Top Five Consumer Trends in Latin America

2. 摩根大通

## 4.3 亚马逊在拉美的的发展情况

### 4.3.1 亚马逊拉美站点的发展历程



### 什么样的卖家适宜进驻拉美？

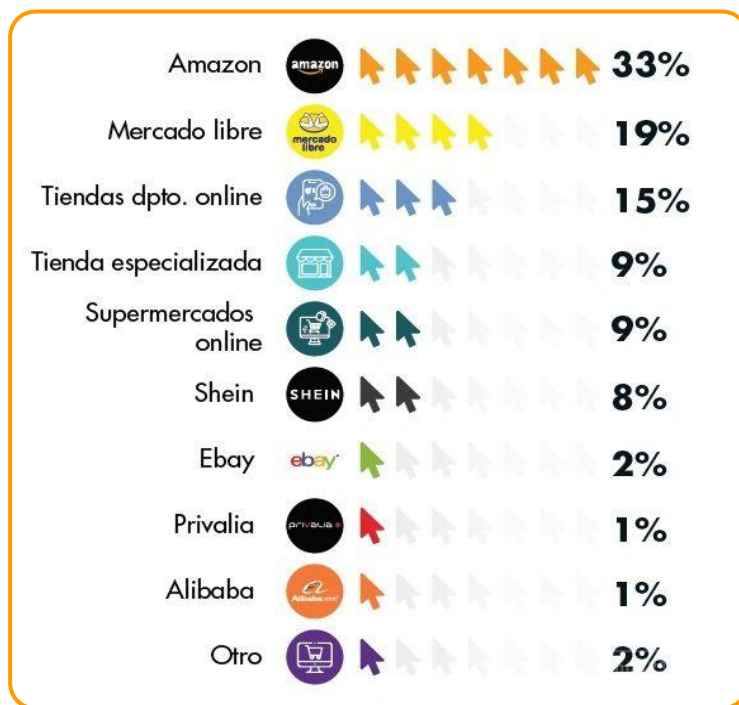
- 1、已经在美国和加拿大站点入驻并希望将生意辐射整个美洲的卖家；
- 2、销售商品以性价比商品为主，多偏向于电子消费及日用品的卖家。

### 4.3.2 亚马逊墨西哥站点现状

亚马逊墨西哥站点流量靠前，消费者满意度高



从网购渠道方面来看，约有 33% 的墨西哥消费者在进行网购时**首选亚马逊**，且对亚马逊的**满意度最高**。<sup>3</sup>



1. [similarweb.com](https://www.similarweb.com)

2. 腾讯网

3. [bullfrag.com](https://www.bullfrag.com)

### 4.3.3 亚马逊巴西站点现状

#### 亚马逊巴西站点月访问量名列前茅<sup>1</sup>



2023年，亚马逊巴西站在巴西电商月访问量排名

**名列前茅**

#### 亚马逊巴西站增速快，增速居于亚马逊全球站点之首<sup>3</sup>



2023年2月访问量达

**1.5亿人次<sup>2</sup>**



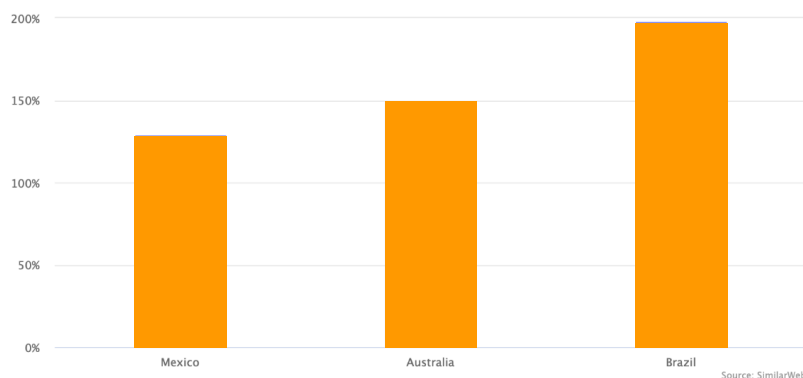
2020年以来3年访问量增速接近

**200%<sup>2</sup>**



到2023年亚马逊巴西站点注册用户数超

**3500万<sup>2</sup>**



亚马逊增速最快站点 (2020-2023)<sup>3</sup>

1. [americasmi.com](https://americasmi.com), BRAZIL E-COMMERCE MARKET DATA [2022]

2. [similarweb.com](https://similarweb.com), [amazon.com.br](https://amazon.com.br)

3. [nocnocstore.com](https://nocnocstore.com), Amazon Brazil Growth: 200% Increase in Traffic

### 4.3.4 亚马逊拉美站点的物流优势

#### 毗邻美国，低成本试水，快速拓展增量

拉美地理位置特殊，距离美国很近，对于美国亚马逊卖家而言，可以通过物流远程配送计划或自配送方式，一键同步美国 Listing 到拉美站点，助力卖家低成本测款、快速拓展广阔的拉美生意。

物流流程及时效：



物流远程配送时效约 7-8天 \*（以墨西哥 NARF 为例）  
亚马逊卖家收款并待支付目的国关税、税费和清关费用

\* 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。

## 4.4 拉美节日促销备战日历

### 全年大促不停，出单起步快

拉美消费者追求性价比，热衷大促，**全年活动超过20多次**，抓住流量优势，新卖家即可快速起势。



巴西全年大促日历：

巴西人热情活力，几乎 365 天都在过节，丰富的节日带来旺盛的购物需求和电商流量。重点关注 Prime 会员日、黑五网一和消费者周、母亲节。





墨西哥全年大促日历：

墨西哥人更加追求性价比，全年3次大促带来巨大电商流量，可重点关注 Hot Sale 热销节、Buen Fin 墨西哥购物节、假日优惠。



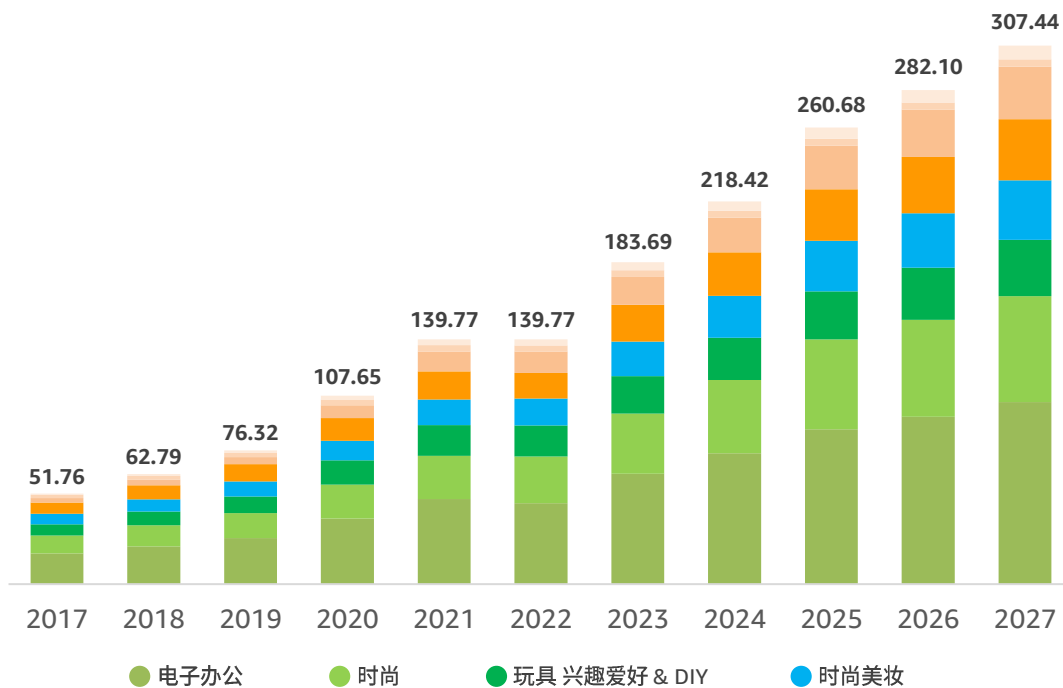
## 4.5 拉美热销品类

### 4.5.1 拉美地区电商热销品类情况

2022年，拉美地区体商品的电商销售额预计将近**1,400亿美元<sup>1</sup>**。

其中，电子消费品和时尚品类在拉美电商销售量居于前列：

- 到2027年，**电子消费品**在拉美地区的销售额将突破**1,000亿美元<sup>1</sup>**
- 到2027年，**时尚品类**将达到**605亿美元<sup>1</sup>**



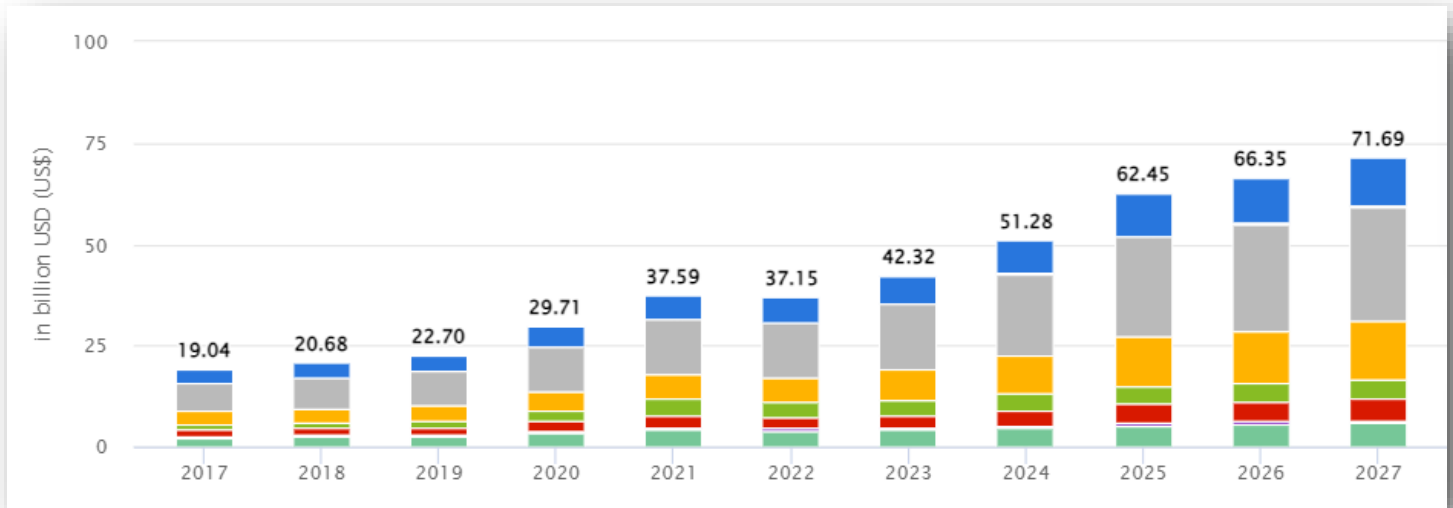
电子消费品、汽摩配、医药用品、膳食补充剂、宠物、手工艺品在拉美电商增长率居前<sup>2</sup>

1. Statista, Retail e-commerce revenue in Latin America and the Caribbean from 2017 to 2027, by category

2. AMJ, THE TOP-SELLING PRODUCTS IN LATIN AMERICA 2023-24

## 4.5.2 亚马逊巴西 Top 品类增长情况

巴西 Top 品类增长<sup>1</sup>



- 总计
- 美妆个护
- 饮料
- 电子办公
- 时尚
- 食品
- 家具
- 娱乐媒体
- 玩具 兴趣爱好 & DIY

1. Statista 2023, eCommerce - Brazil

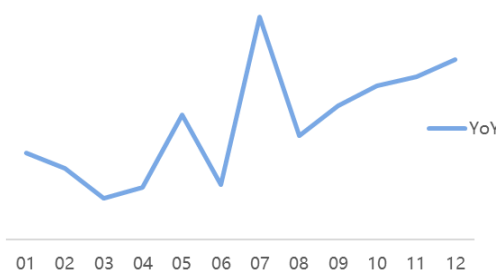
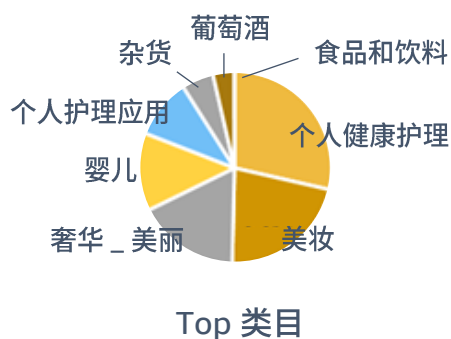
### 4.5.3 巴西热卖类目概况

2022年，**消费电子类**、**消费品**是巴西在线购物最热销的品类，其中电子产品，个人电脑，无线产品在2022全年的销售趋势一路向好，在年底达到峰值。

**家具及生活用品**和**时尚品类**也表现突出，箱包、手表成为2022年度销售黑马，在年中和黑五的促销季得到爆发式增长，强势进入巴西在线购物的 TOP 类目。



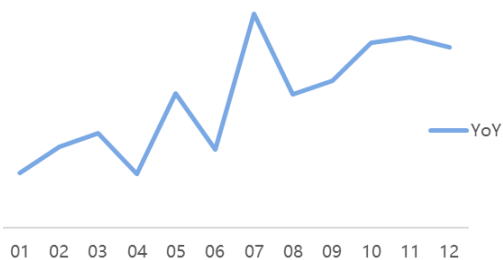
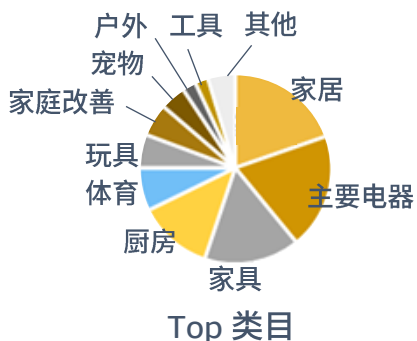
#### 消费品<sup>1</sup>



2022 年销售金额趋势



#### 家具生活用品<sup>2</sup>

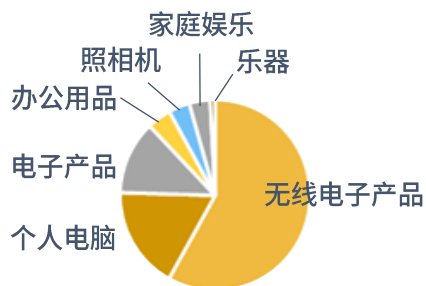


2022 年销售金额趋势

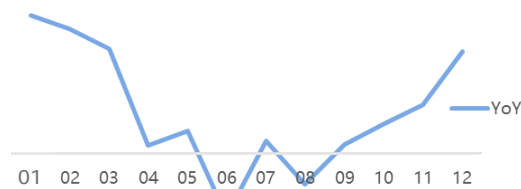
1/2. Amazon internal data



### 消费电子<sup>1</sup>



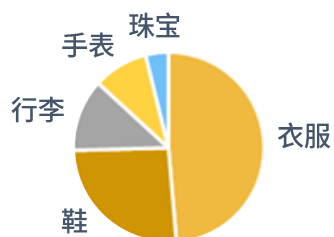
Top 类目



2022 年销售金额趋势



### 时尚用品<sup>2</sup>



Top 类目



2022 年销售金额趋势

1/2. Amazon internal data

## 4.5.4 亚马逊巴西站点热销品类

### 消费电子品类推荐

- 消费者主要关注产品质量和质保，功能性和软件兼容情况
- 品类点评：巴西是电子消费品进口大国，对电子品类需求旺盛，蓝牙耳机、智能音箱、麦克风为常年热销产品

#### 01 智能手机



##### 消费者关注

电池、相机功能、NFC 功能

##### 价格参考

R\$900 - R\$1898

##### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准

#### 02 无线耳机



##### 消费者关注

音质、电池续航、佩戴舒适度

##### 价格参考

R\$50 - R\$350

##### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准

#### 03 智能手表



##### 消费者关注

功能性、适配性

##### 价格参考

R\$25 - R\$200

##### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准



智能手环



蓝牙音箱



数位板



移动硬盘



平板电脑



内存条

## 生活用品类推荐

- 消费者主要关注产品质量和实用性
- 品类点评：巴西人口数量位居世界第五<sup>1</sup>，众多人口对生活用品需求较高，智能家居，厨房小家电为常年热销产品

### 01 迷你风扇



#### 消费者关注

静音舒适、风速可调节

#### 价格参考

R\$40 - R\$330

#### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准

### 02 安保摄像头



#### 消费者关注

质量、质保、功能性

#### 价格参考

R\$200 - R\$500

#### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准

### 03 显示器支架



#### 消费者关注

灵活、防滑、紧固

#### 价格参考

R\$180 - R\$400

#### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准

1. 中国商务部

## 日用百货类推荐

- 消费者主要关注产品质量、安全性、功能性
- 品类点评：消费品类多样，消费者对于产品实用性需求较高。化妆品、剃毛器、头发护理保健类产品较为热销

### 01 空气炸锅



#### 消费者关注

功率、温度、电压

#### 价格参考

R\$270- R\$600

#### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准

### 02 车载 USB



#### 消费者关注

安全性、易于安装、兼容性

#### 价格参考

R\$40 - R\$100

#### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准

### 03 宠物用品



#### 消费者关注

安全性、材质

#### 价格参考

R\$50 - R\$200

#### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准

## 服饰配件类推荐

- 消费者主要关注产品质量，美观实用，性价比
- 品类点评：巴西地处南半球，和中国季节相反，适合把握季节时点反季销售

### 01 石英时尚手表



#### 消费者关注

品牌、质量、美观时尚、舒适度

#### 价格参考

R\$100 - R\$300

#### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准

### 02 双肩背包



#### 消费者关注

质量、外观、舒适度

#### 价格参考

R\$50 - R\$200

#### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准

### 03 人字拖



#### 消费者关注

质量、舒适度、性价比

#### 价格参考

R\$10 - R\$100

#### 认证要求及其他

具体产品要求以卖家后台提示为准



太阳镜



行李箱



女士手提包组合



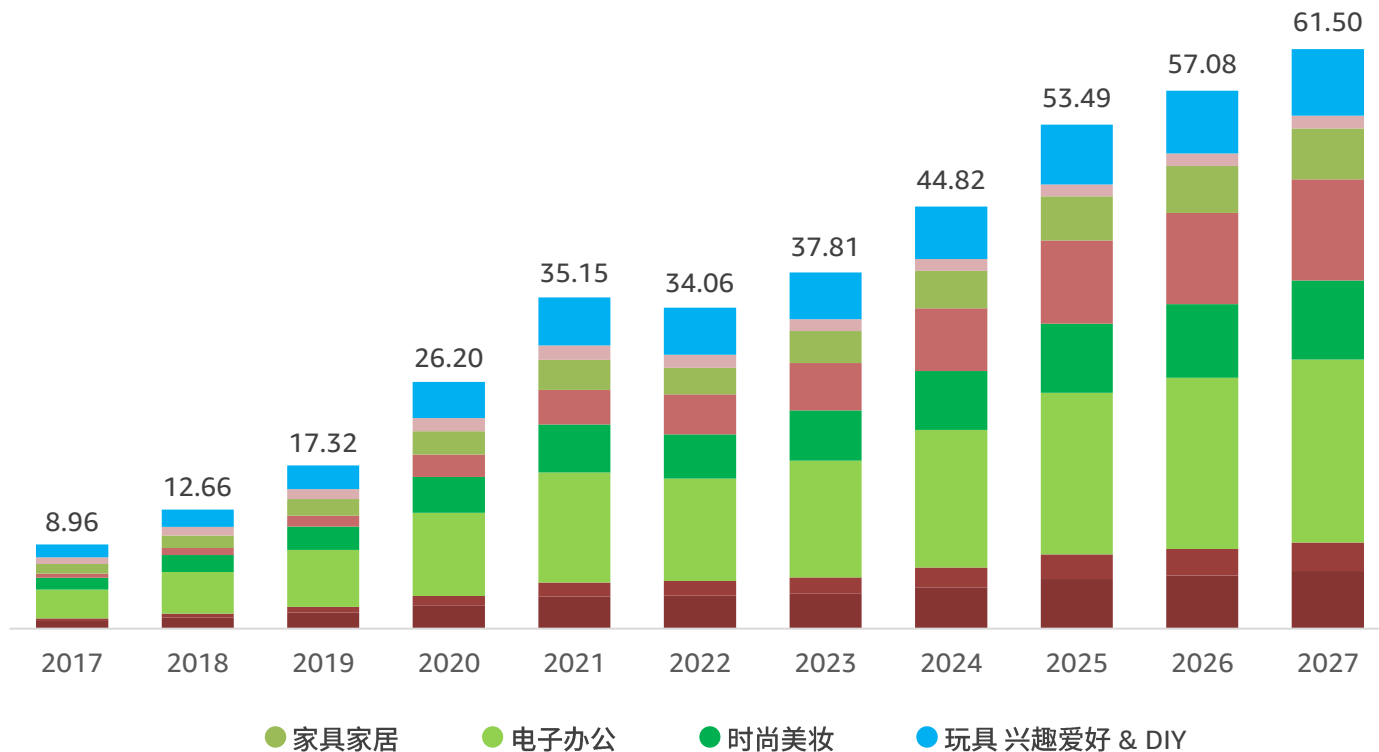
基础款 T 恤组合



靴子

### 4.5.5 亚马逊墨西哥 Top 品类增长情况

墨西哥 Top 品类增长<sup>1</sup>



1. Statista, eCommerce - Mexico

## 4.5.6 亚马逊墨西哥站点热销品类

### 电子办公类产品

- **热销产品举例：**耳机 / 耳内耳廓、智能手表、唱机、网络摄像头、3D 打印机
- **品类点评：**更新迭代快，需根据自身优势，契合流行趋势，把握促销节点和热卖旺季
- **运营重点：**出色的产品质量及产品设计，更创新的产品功能
- **产业带：**集中于珠三角地区（东莞 / 深圳等）

节点产品名	渗透率	销售额体量	增长情况	均价增长
屏幕保护膜	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
监视器	★★★☆☆	★★★★★	★★★★★	★★★★★
配件	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
耳机	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
投影仪	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
便携式蓝牙音箱	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★



### 家具家居类产品

- **热销产品举例：**台灯、塔式风扇、天花板吊灯、落地灯、梳妆台灯具、独立式鞋架 & 衣架
- **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
- **产业带：**浙江宁波慈溪、广东中山（灯具）

节点产品名	渗透率	销售额体量	增长情况	均价增长
 户外壁灯	★★★★★	★★★★★★	★★★★★	★★★☆☆
 热水器及零件	★★★★★	★★★★★★	★★★★★	★★★☆☆
 灯、灯泡和指示灯	★★★★★★	★★★★★★	★★★★★★	★★★☆☆
 护膝	★★★★★	★★★★★★	★★★★★	★★★☆☆
 地毯	★★★★★★	★★★★★★	★★★★★★	★★★★★★
 手电筒（标准）	★★★★★	★★★★★★	★★★★★★	★★★☆☆
 吊扇	★★★★★	★★★★★★	★★★★★★	★★★☆☆



### 厨房类产品

- **热销产品举例：**电动台面搅拌机、电动打蛋器、可重复使用的午餐袋、午餐盒、厨房存储和收纳配件、饼干模具、开瓶器
- **品类点评：**随着电商发展，更多细分需求可以在线上满足疫情催生更多在家做饭与带饭外食的需求
- **运营重点：**耐用性、安全性；优秀的外观设计
- **产业带：**福建闽侯 / 南平、江苏徐州、山东滨州（商用餐厨）、浙江绍兴

节点产品名	渗透率	销售额体量	增长情况	均价增长
碗碟架	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
饮水机	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
厨房收纳架	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
碗碟	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
便当盒	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
桌布	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
搅拌机	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
抹刀	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
午餐袋	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★



### 家具类产品

- **热销产品举例：**家庭办公室桌椅、酒吧凳、浮动货架、茶几、咖啡桌、床架、地毯
- **品类点评：**因疫情在家办公 / 生活周边产品需上升，货值高体积大，准入门槛高
- **运营重点：**关注产品品质；供应链与资金链把握；安装操作指引
- **产业带：**浙江宁波 / 杭州、广东佛山（家具）、福建闽侯 / 南平 / 龙岩、江苏徐州、山东潍坊寿光（板式家具）、江西赣州

节点产品名	渗透率	销售额体量	增长情况	均价增长
椅子	★★★★★	★★★★★★	★★★★★	★★★★★
沙发	★★★★★	★★★★★★	★★★★★	★★★★★
扶手椅	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
浮动货架	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
收纳架	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
扶手沙发	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
储物收纳柜	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★



## 4.6 亚马逊拉美站点物流解决方案

根据拉美不同站点的情况，亚马逊提供卖家不同的物流解决方案。

- 亚马逊物流 (FBA)
- 亚马逊物流远程配送
- 卖家自配送 (MFN)

目前墨西哥站点已经向中国卖家开放亚马逊物流和亚马逊物流远程配送两大配送模式，巴西站点自发货物流已经全面打通，并正式开启远程配送。



### 亚马逊物流 FBA

第一时间触达忠诚  
消费者，提高销售，  
省心省力！



### 亚马逊物流远程配送

共享美国 FBA 库  
存  
一键同步 Listing，  
低成本测款！



### 卖家自配送 MFN

配送方式自由，  
多家物流服务商  
可选择！

不同配送模式的商品均可使用亚马逊推广广告和促销工具，助力拉美生意增长。



### 4.6.1 墨西哥物流解决方案：In country FBA

开启墨西哥亚马逊物流 (FBA)，卖家需先注册 RFC 税务识别号，便可使用墨西哥当地亚马逊物流 (FBA) 的库存与销售，将商品更快配送给消费者，提高产品的竞争力。

#### 什么是 RFC



墨西哥政府的税制改革法规，要求亚马逊作为卖家每月总销售额的所得税及增值税预扣代理人，向墨西哥政府缴纳税款。

#### 为什么需注册 RFC 税务识别号



首次创建墨西哥亚马逊物流 (FBA) 货件的卖家，还需 RFC 税务识别号上传至亚马逊卖家平台，方可激活亚马逊物流 (FBA) 功能。

#### RFC 税务识别号的优势



注册 RFC 纳税登记号，可以让您能够开启墨西哥本地 FBA 销售，同时让您的缴税申报方式更灵活，无需预扣税金，对现金流管理更友好。

#### FBA 的优势



提高销售



加大曝光



优化成本

- 吸引新买家
- 触及 Prime 会员
- 流量扶持
- 参与促销活动
- 省心省力
- 7x24小时专业客服人员



**2024 全新 RFC 税号补贴计划**  
最高补贴额度可达 **100%**!

预计覆盖 **80%**  
注册墨西哥税号的新卖家

\* 亚马逊保留对本项目 / 活动的解释权，请联系亚马逊墨西哥站点经理了解详情。



**请注意，以上信息仅供参考。**

它不构成任何税务、法律或其他专业建议，不得作为此类建议使用。如果您有任何问题或需要进一步的细节，您应该咨询您的专业顾问。

## 4.6.2 拉美物流解决方案：亚马逊物流远程配送计划

亚马逊物流远程配送计划就是利用储存在美国亚马逊运营中心的 FBA 库存，配送墨西哥、巴西的销售订单。省去您同时管理多个站点库存、跨境运输，及进口关税等事项，帮助您轻松拓墨西哥或巴西 \* 的销售机遇。



开启便捷：

美国 FBA 卖家只需一步即可快速开启，开始低成本测款！



低成本测款，快速锁定墨西哥 / 巴西潜力爆款



后台支持一键开启，无需额外操作



一键同步美国站点 Listing 至墨西哥或巴西，提高上架效率



无需 RFC 和 CNPJ 税号



退货将直接发回美国，并受 FBA 买家退货政策约束



亚马逊为买家提供专属语言查询服务，卖家无需担心语言沟通障碍



Prime 会员  
免费本地配送



### 对商品的要求

受限商品、禁售商品和危险品不符合该计划！

您可通过“卖家平台（美国站点）> 库存 > 亚马逊物流远程配送”页面，下载“ASIN 状态报告”，查看哪些商品符合条件。

### 4.6.3 拉美物流解决方案：自发货模式

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。



自发货物流



购买配送



第三方海外仓模式

配送方式自由,投入成本灵活,仓储方式自由。

**多家物流服务商**已完成亚马逊系统对接。

针对卖家自配送(MFN)订单的线上发货服务。助力维护卖家绩效指标,符合一定条件可隐去配送负面评价。

物流商服务完备,直接备货巴西,解决大件重件难题。



#### 自发货物流的优势



投入成本灵活



仓储方式自由



测试新品简便



选品范围广泛



配送方式自由



#### 注意

亚马逊仅作为信息资源提供这些列表。如果您选择使用 SPN 服务商,您将直接与该服务商签约,该服务商将向您提供您的方向的服务。亚马逊服务商网络不为服务商提供认证或者授权。



## 4.7 拉美站点新卖家运营起步指南

### 4.7.1 新卖家黄金 90 天计划：行动指南

亚马逊全力扶持新卖家来拉美站点开店，黄金 90 天计划为新卖家“引流”并快速“出单”。

#### 引流利器



**物流配送**  
0-28 天

- 亚马逊物流（墨西哥）海运，FBA 到货上架可售
- 自配送（巴西）选择合规物流商，提升有效追踪率 (VTR)



**亚马逊广告**  
15-35 天

- 针对新品开设广告 & 增加流量投放；
- 不断优化自动 & 手动广告 & 展示广告。



**站内活动资源**  
20-40 天

- 后台设置 Coupon 优惠券活动；
- 积极提报后台推荐的秒杀 (LD) & 7 天秒杀 (7DD)。

#### 出单利器



**品牌早起步：亚马逊品牌注册**  
0-20 天

- 注册当地商标并进行亚马逊品牌注册；
- 解锁品牌商独有的流量、销量、保护工具。



**页面优化 A+**  
0-30 天

- A+ 图文展示商品：欧美及新站点须先完成品牌注册，日本站点可以直接操作；
- 出单：品牌分析等数据工具提供优化思路。



**提升可售 ASIN 数量 & 质量**  
60-90 天

- 积极增加店铺的新选品
- 利用后台“商品信息质量控制面板”

\* 请注意，亚马逊仅作为信息资源提供这些列表。如果您选择使用 SPN 服务商，您将直接与该服务商签约，该服务商将向您提供您的方向的服务。亚马逊服务商网络不为服务商提供认证或者授权。

## 4.7.2 拉美出单利器：打造高转化 Listing

为了降低运营难度，亚马逊研发打造官方工具，帮助卖家提高出单转化，从此**运营不愁**！

### 建立国际商品信息 (BIL)

- 自动翻译上传
- 自动同步目标商城价格



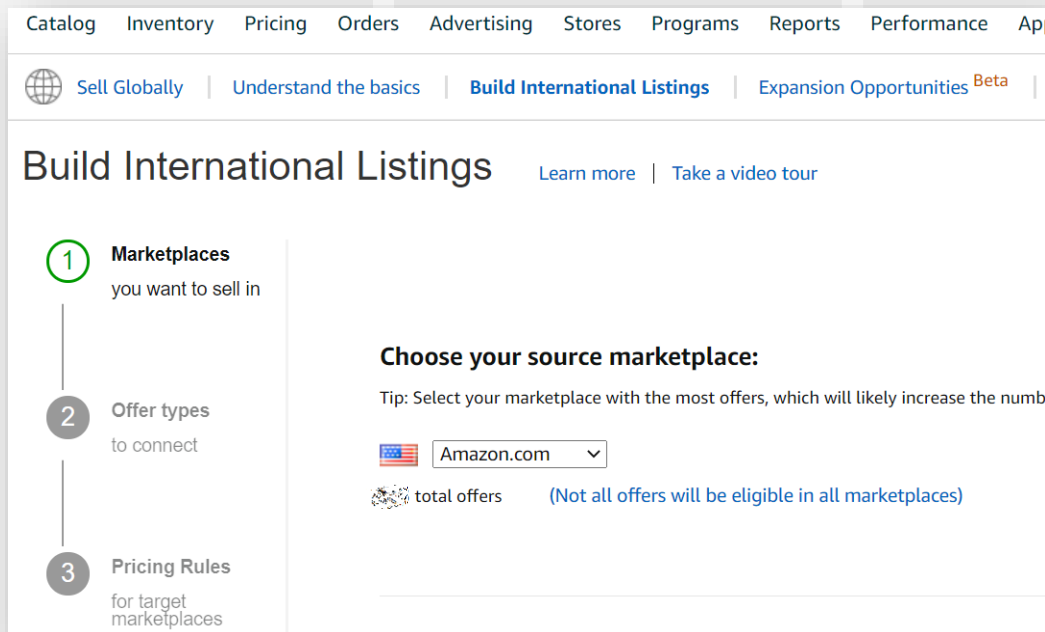
### 官方 Listing 翻译上传服务 (GSO)

- 翻译 - 上传一条龙服务
- 支持英译德法意西
  - 每周无限制上传
  - 7个工作日完成翻译以及上传



### 一键 Listing 通全球

- 新商品，第一次上传 Listing 到全球多站点
- 亚马逊在售商品拓展至全球多站点
- 批量添加多个商品并在全球多站点销售
- 一站式多站点编辑商品信息



此外，已获得美国站点**品牌备案**的商家，在巴西站点还可以直接使用 UPC 豁免、A+ 等功能。

### 4.7.3 多种营销资源，出单先人一步

#### 站内 + 站外，全方位帮助您引流，实现快速出单

促销是提升整体销量的一种有效途径，能帮助卖家推广畅销商品、减少积压库存、释放 FBA 仓储空间。亚马逊全方位引动海量营销资源，助力卖家引流出单。



#### 优惠券 Coupon

卖家可以通过优惠券为单个或者一组商品创建折扣，在亚马逊商城 PC 端和移动端皆有露出，是您推广商品的好帮手！



#### 站内 促销活动

##### 秒杀

Lightning Deal  
超强流量加持，快速  
冲击销量

##### 7 天促销

Best Deal  
稳定的销量增长  
商品预热优选

##### Prime 会员专享折扣

Prime Exclusive Discounts  
Prime 会员标志，深受  
用户欢迎



#### 商品推广 Sponsored Products

使用商品推广，商品将体现在商城更加醒目的位置，助力您的商品得到更高的转化，高效推动消费者的购买决策！



#### 站外流量

全新流量资源，适用于新品首发、品牌折扣、清仓大促。集合优质同类选品，直接触达对应消费人群，实现热卖。



#### 参与亚马逊年度大促活动

在 Prime Day 和黑五等大促活动期间，亚马逊会通过营销投入来提高站点流量（包括电视和平面广告）。

#### 提高整体销量

促销是提升销量的一种有效途径，能帮助您推广畅销商品、减少积压库存、释放 FBA 仓储空间。

## 4.8 亚马逊拉美站点入驻指南

### 如何入驻亚马逊拉美站点？

新卖家只需一套注册资料即可快速开通亚马逊 19 大热门站点！

- 北美及拉美（美国、加拿大、墨西哥、巴西）
- 欧洲（英国、德国、意大利、法国、西班牙、荷兰、瑞典、波兰、比利时）
- 日本
- 新兴站点（澳大利亚、阿联酋、沙特、新加坡、印度）



同步开启拉美站点，只需三步，省时又省力。

下面来看看巴西和墨西哥站点的入驻步骤：

#### 亚马逊巴西站点



##### Step01 开通后台：

如您已开通北美联合账户，直接在北美账号下拉菜单选择巴西站；

如未开通，需要先开通北美联合账户专业账号，无需注册巴西 VAT/GST 税号；

如您开通了北美联合账户但还没有巴西站点，请联系您的巴西站客户经理。

##### Step02 账号设置：

设置存款和付款账户信息，存款方式支持美国银行卡或第三方支付工具。

##### Step03 快速同步：

使用亚马逊官方工具，快速同步选品。

#### 亚马逊墨西哥站点



##### Step01 开通后台：

如您已开通北美联合账户，直接在北美账号下拉菜单选择墨西哥站，确保墨西哥站点是在售状态；

如未开通，请提交您的注册资料，直接开通北美联合账户。

##### Step02 账号设置：

向墨西哥站添加收款和付款信息，同美国站点使用一样的收付款信息即可。

##### Step03 上传产品：

通过亚马逊官方 Listing 同步工具，把商品上传到墨西哥站。

# 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 亚马逊拉美站点简介    📍 2.5 亚马逊欧洲站点简介



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…



### 亚马逊官方培训

#### 丰富多元的 4x4 培训体系

您可以在亚马逊官方讲堂了解并掌握更多卖家全生命周期的发展要点，快来获取优质学习体验吧



扫码了解更多