

自行車產業 跨境電商品類攻略手冊

亞馬遜全球開店

01

台灣製造轉型 挑戰與困擾

02

全球市場概況及消費趨勢

03

跨境電商成為新常態

04

評估跨境電商常見5大問題

05

如何開始？

06

新賣家限時優惠/資源

01

優質台灣製造 挑戰與困擾

自行車製造研發領先全球, 但台灣優質製造面臨轉型危機?

營收集中
代工製造



為少數賣家製造生產,
長久以來制式的代工銷售模式,
如果黑天鵝再次來臨, 我們的選項是甚麼?

台灣品牌
全球拓銷管道不易



代理商手上不缺品牌, 不理人?
歐美既有品牌 通路深透率高,
台灣品牌的機會在哪裡?

面對市場總像隔層紗



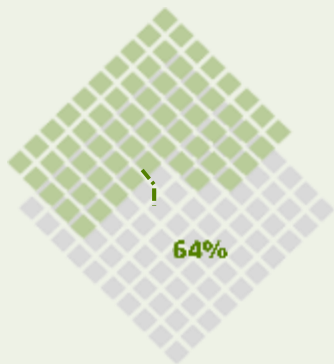
不易收到使用者反饋
收到的使用反饋慢且不精準?
市場現在的趨勢為何?
我的產品有競爭力嗎?

02

全球市場概況及消費趨勢

消費趨勢剖析：「兩輪」代替兩足

環境問題和成本引起了人們出行習慣的改變



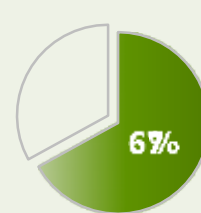
通貨膨脹和燃料成本的驅動

三分之二（64%）的歐洲人表示，由於通貨膨脹和燃料成本，他們不得不重新審視自己的出行習慣。

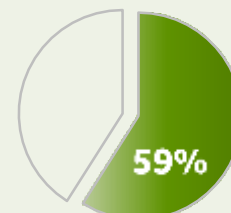
同樣比例的人表示，他們已經改變了日常出行習慣，變得更加環保。

價格適中、停放便利和是否環保

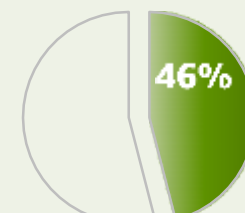
是歐洲消費者選擇出行工具時最重要的3個考慮因素



價格適中

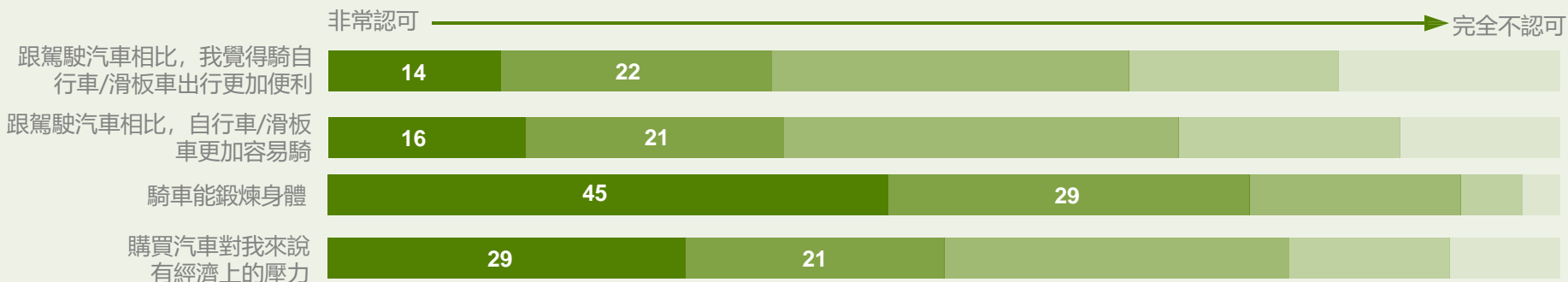


駕駛/停放便利



是否環保

歐洲消費者認為騎自行車/滑板車更契合其出行需求



消費趨勢剖析：「兩輪」代替兩足

人們轉向更多的個人行動裝置，避免與陌生人接近

自新冠疫情和多次封鎖以來，歐洲人已經適應了他們的生活方式，包括他們的出行習慣。一些「更溫和」的交通方式的使用頻率比以前更高，步行（31%的歐洲人表示他們比新冠肺炎之前更頻繁地步行）、自行車（30%的電動自行車用戶更頻繁地使用它，標準自行車則是25%）還有站立式滑板車（28%的個人站立式滑板車用戶更頻繁地使用它）。

一些「更溫和」的交通方式的使用頻率比以前更高



一些與陌生人接近的交通方式的使用率有所下降



相反，一些與陌生人接近的交通方式的使用率有所下降：共乘（27%的使用者使用頻率下降）、公共交通（25%的使用者使用頻率下降）、計程車或汽車共用（25%的使用者使用頻率下降）也有同樣的趨勢。

消費趨勢剖析：「兩輪」代替兩足

歐洲人的出行潮流：不同的出行方式在他們心中有了取捨

自行車：新的歐洲生活方式

50%

在家中至少擁有一輛自行車

46%

在工作日或週末至少偶爾騎一次自行車

25%

已使用電動自行車的歐洲人

年輕人和生活在大城市的歐洲人更願意放棄私家車

年輕的歐洲人更願意放棄私家車

在18歲到34歲的人群中，
40% 的人說他們會這麼做，
12% 的人「肯定會」這麼做

生活在大城市的人也更傾向於放棄私家車，因為他們有**更多交通選擇**

35% 的人在城市可停止擁有私家車，而在小城鎮和農村地區，這一比例為31%

滑板車也贏得不少喜愛

歐洲平均17%的車主（法國和西班牙更高）有自己的站立式滑板車 **17%**

標準滑板車（13%）和電動滑板車（11%）的車主比例相當平均 **13%**

年輕的歐洲人更擅長使用站立式滑板車（在18-34歲的車主中占28%） **28%**

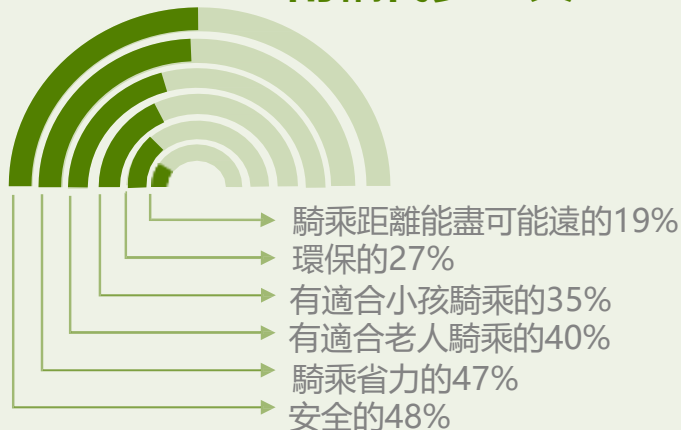
消費趨勢剖析：「兩輪」代替兩足

歐洲消費者對新型出行方式的需求

歐洲人對於兩輪代步工具有著特定的需求，他們期望這種出行工具既安全可靠、騎行舒適，又環保高效，同時能夠滿足較長的騎行距離，具備易操控性，維修便利。

除此之外，他們也有計畫購買出行相關的配件，這反應了消費者對於綜合性能的追求，希望在個人出行中獲得安全、便捷且環保的體驗。這樣的需求也驅使著市場不斷創新，以滿足歐洲人對於高品質兩輪代步工具的不斷提升的期望。

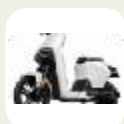
歐洲消費者期待這樣的兩輪代步工具



未來，他們對出行交通工具及其配件都有新的需求



16%
一般自行車



20%
電動自行車

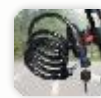
25%
車輛配件/
零件



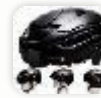
剎車器



坐墊



車鎖



安全帽



11%
電動滑板車

24%
其他出行
裝備



手套



護具



騎行服

潛力產品趨勢展望

細分選品	自行車燈	電動自行車	自行車打氣筒	自行車包	自行車鎖
買家需求	Bike Lights	Electric Bike	Bike Pump	Bike Bag	Bike Lock
熱門關鍵字	bike lights, bike lights front and back, bike front bicycle lights	bike lights, bike lights front and back, bike front	bike pump, bicycle pump, bike pumps for bikes	bike bag, bike frame bag, bike bags for frame	bike lock, bicycle lock, bike locks high security
搜尋量增長 (過去180天)	7%	32%	39%	43%	34%
搜尋量增長 (過去90天)	173%**	14%**	25%**	34%**	14%**
消費者關注					
價格區間分佈 (歐元)					
熱門產品特徵	安裝類型 座椅安裝 支架安裝 手把安裝	支架材質 鋁 碳鋼 合金鋼 碳纖維 鐵 鎂	全長高度 ≥5英寸 4-4.9英寸 3-3.9英寸 ≤1.9英寸	最大邊長 ≥12英寸 8-9.9英寸 ≤7.9英寸	特殊特徵 防鑽 密碼解鎖
選品示例					

* 數據來源：亞馬遜商機探測器&選品指南針2023年11月數據，具有一定時效性，最新數據請以您真實訪問情況為準。

** 搜尋趨勢並不代表最終銷售趨勢，推薦節點選品為銷售高潛力選品。

潛力產品趨勢展望

細分選品	自行車籃	自行車腳柱	電動滑板車	自行車電話支架
買家需求	Bike Basket	Bike Kickstand	Scoter	Bike Phone Holder
熱門關鍵字	bike basket, bike basket mount, bicycle basket	bike kickstand, bike stand kick, bike kick stand	scoter, scoter for kids ages 8-12, scoter for kids ages 4-7	bike phone holder, phone holder for bike, bike phone mount
搜尋量增長 (過去180天)	55%	33%	21%	30%
搜尋量增長 (過去90天)	21%**	23%**	13%	25%**
消費者關注				
價格區間分佈 (歐元)				
熱門產品特徵	材質 塑膠 合金鋼 金屬 藤 鋁 鐵 聚丙烯	外用單面漆 鋁 不銹鋼 鋅 鉻合金	特殊特徵 可折疊 手把高度可調 輕便 發光車輪 防滑腳板 燈光	顏色 黑色 藍色 棕色 紅色 綠色 橙色 灰色
選品示例				

* 數據來源：亞馬遜商機探測器&選品指南針2023年11月數據，具有一定時效性，最新數據請以您真實訪問情況為準。

** 搜尋趨勢並不代表最終銷售趨勢，推薦節點選品為銷售高潛力選品。

潛力產品趨勢展望

細分選品	女士騎行褲	男士騎行褲	女士防水褲
買家需求	Cycling Shorts Women	Cycling Shorts Men	Waterproof Trousers Women
熱門關鍵字	cycling shorts women, ladies shorts, shorts for women uk	cycling shorts mens, cycling shorts, padded cycling shorts men	waterproof trousers women, womens waterproof trousers, ladies waterproof trousers
搜尋量增長 (過去180天)	193%	89%	3%
搜尋量增長 (過去90天)	67%**	49%**	65%
消費者關注			
價格區間分佈 (歐元)			
熱門產品特徵	<p>顏色</p>	<p>顏色</p>	<p>閉合類型</p>
選品示例			

* 數據來源：亞馬遜商機探測器&選品指南針2023年11月數據，具有一定時效性，最新數據請以您真實訪問情況為準。

** 搜尋趨勢並不代表最終銷售趨勢，推薦節點選品為銷售高潛力選品。

03

跨境電商成為新常態

疫後的全球零售電商，仍持續高速發展



8.9%

2023 全球零售電商
成長率達¹



2.3 倍

全球零售電商
增速是全球零售的¹



\$6 兆

2023 年首次
全球零售電商銷售額突破²



18.4%

2022-2026 全球跨境電商市
場年複合成長率¹



2.3 倍

全球跨境電商增速度
是全球電商增速²



35.6%

至 2026 全球跨境電商
占全球零售電商的比例¹

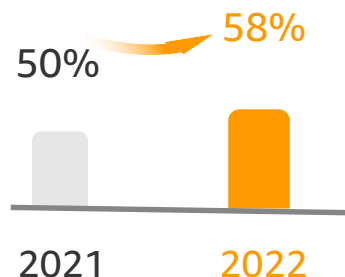
• 數據來源：

- 1. eMarketer, June 2023, <https://forecasts-na1.emarketer.com/5a53f4d9d8690c0d70ffaa04/5a53e370d8690c0d70ffa9a5>
- 2. eMarketer, Global Ecommerce Forecast 2023, July 2023 <https://content-na1.emarketer.com/global-ecommerce-forecast-2023>
- 3. <https://business.amazon.com/en/discover-more/blog/state-of-procurement-2022>

線上消費成為新常態

個人與企業趨於轉往線上購物逐漸成形

線上消費



58% 的消費者

2022 他們仍繼續線上購物¹

2023年 34.1% 全球14歲
及以上人口都在進行線上購物，

人數將超過 27.3 億

個人消費



67% 的消費者認為

疫情的改變增加了
他們對電商的依賴²

企業採購



有 68%

已透過線上³

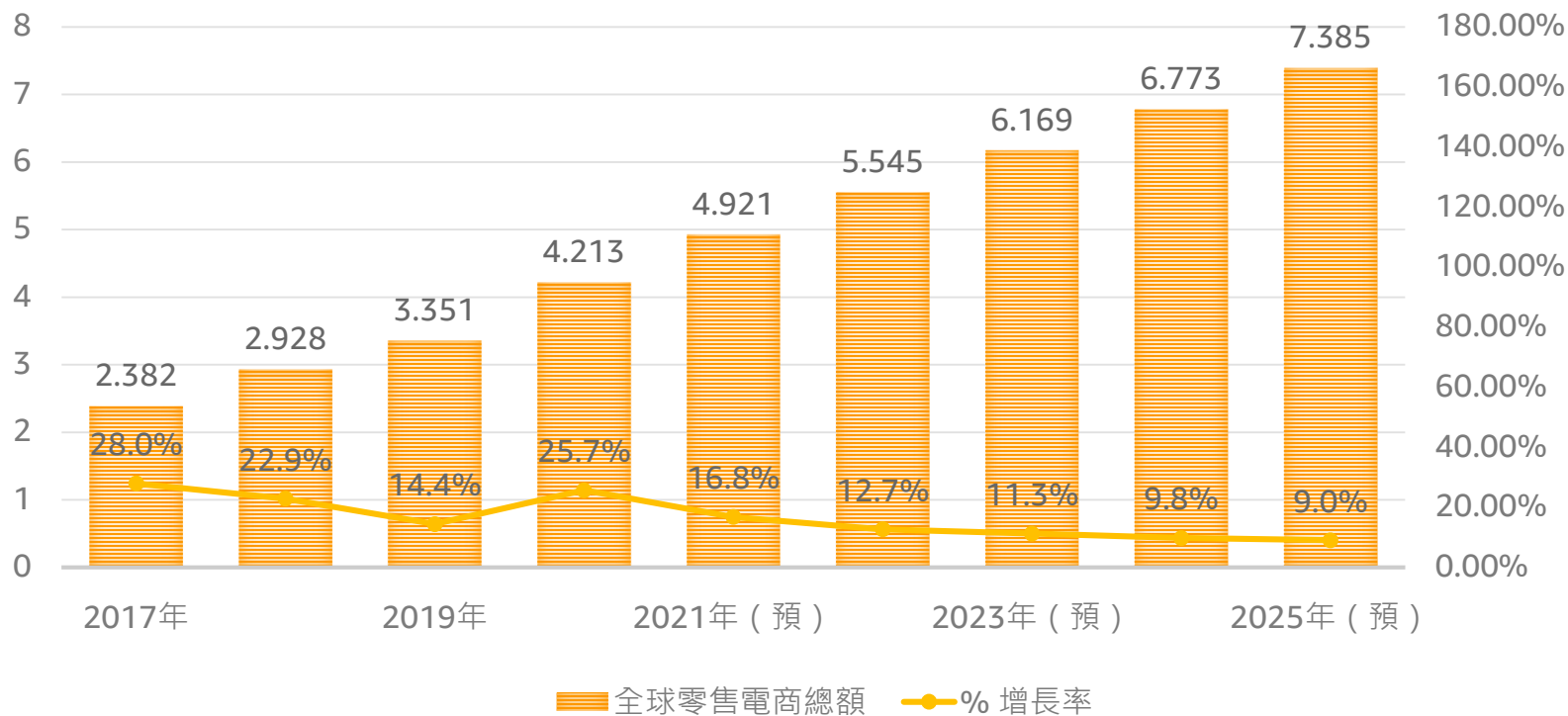
• 數據來源：

- 1. [Survey Reveals Consumers' Shopping Behaviors for the 2022 Retail Peak Season](#)
- 2. <https://www.meteorspace.com/2022/08/15/e-commerce-consumer-buying-behaviour-trends-and-statistics/>
- 3. <https://business.amazon.com/en/discover-more/blog/state-of-procurement-2022>

全球零售電商逆勢而上

過去5年翻一番，未來5年快速增長 年複合增長率是全球整體零售的**近4倍**

全球零售電商總額



預計2024年電商滲透率：

美國 **85%**

英國 **85%**

日本 **91%**

資料來源：

1. 全球零售總額, eMarketer, 2019-2021
2. 全球零售電商總額, eMarketer, 2019-2021
3. Global Cross-border e-Commerce Market 2020, Accenture, 2019



全球B2B電商化趨勢明顯，線上商業採購再創新高

亞馬遜全球開店
amazon global selling

亞馬遜企業購
amazon business

預計從2022年到2030年全球B2B電商生意規模將以**19.7%**的複合年增長率(CAGR)擴大。¹

預計2025年，全球將近**八成**的B2B交易會轉為線上。²

預計2030年全球B2B電商生意規模達**333,173 億**美元³

数据来源

1. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/business-to-business-b2b-e-commerce-market>
2. 中国国际经济交流中心发布《数字平台助力中小企业参与全球供应链竞争》报告
3. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/business-to-business-b2b-e-commerce-market>

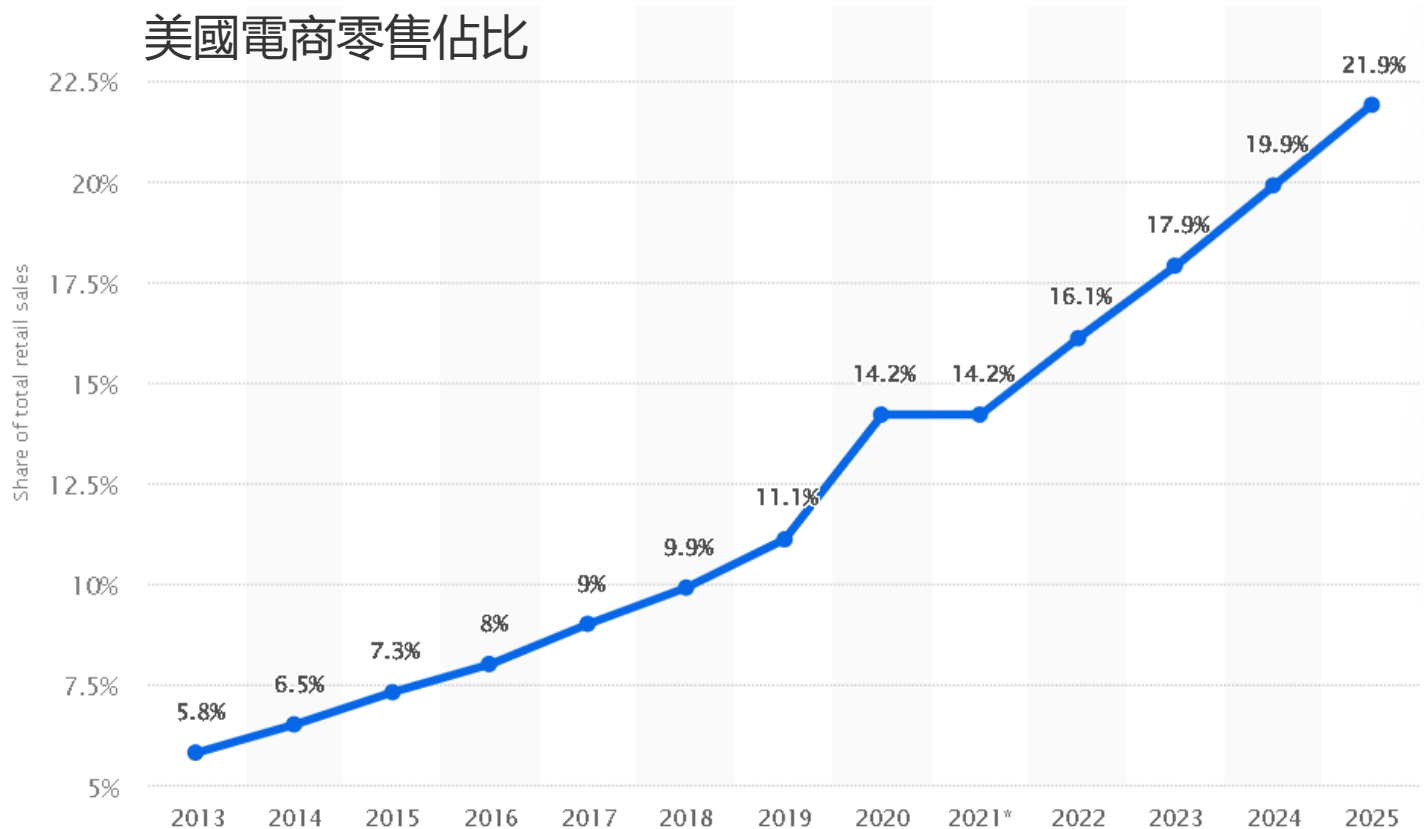
美國電商市場量體全球最大，人均消費也持續提升



Source: [Statista](#)

- 美國電商市場成長並非僅來自於更多人上網購物，而是每個人會越買越多
- 2022年電商人均消費達3,000美元，預計2027年將成長至5,000美元
- 2022-27年複合成長率達10%，明顯高於整體零售成長率

美國電商滲透率持續攀升，疫情後仍穩定成長



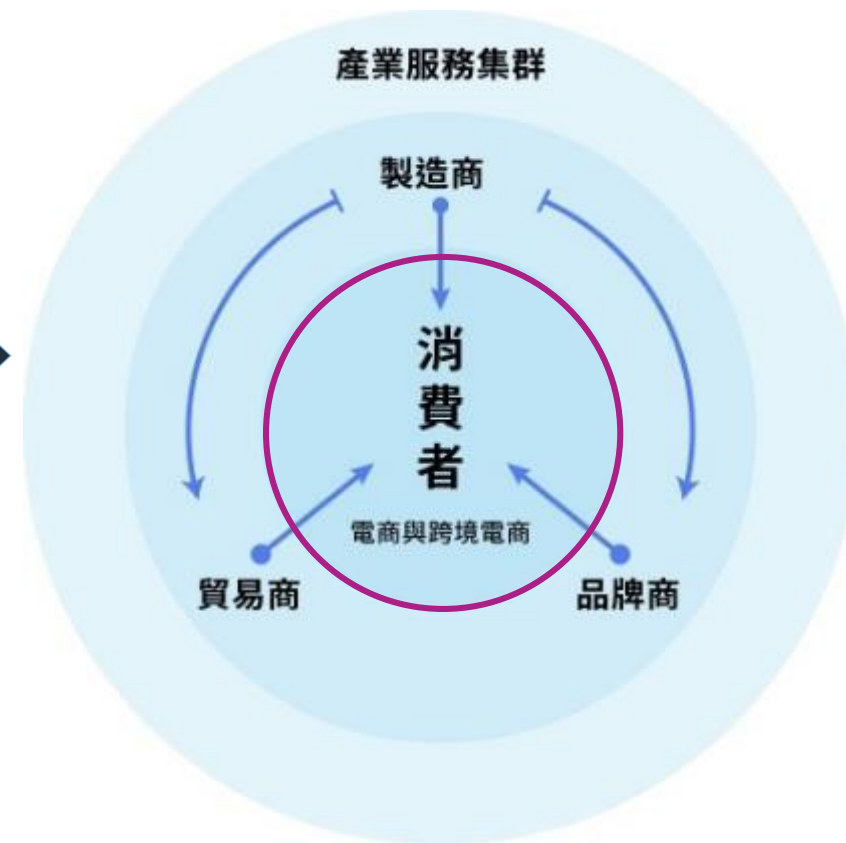
Source: [Statista](#)

- 發展線上策略2020年美國電商滲透率大幅提升，疫情後並無反轉趨勢
- 電商佔比預計在2025年突破20%，總銷售額預計達~1.7兆美元
- 傳統線下零售通路也積極轉往線上

跨境電商翻轉模式 以消費者為中心出發 定義產業新未來

無論是製造商、貿易商或是品牌方可以直達消費者，並且從即時大數據中取得有用的消費者洞察資訊，在產品設計、生產及定價決策擁有更高的自主權，形成高效的生意模式。

跨境電商交易鏈



B2B+B2C 亞馬遜助力台灣賣家擴大海外市場

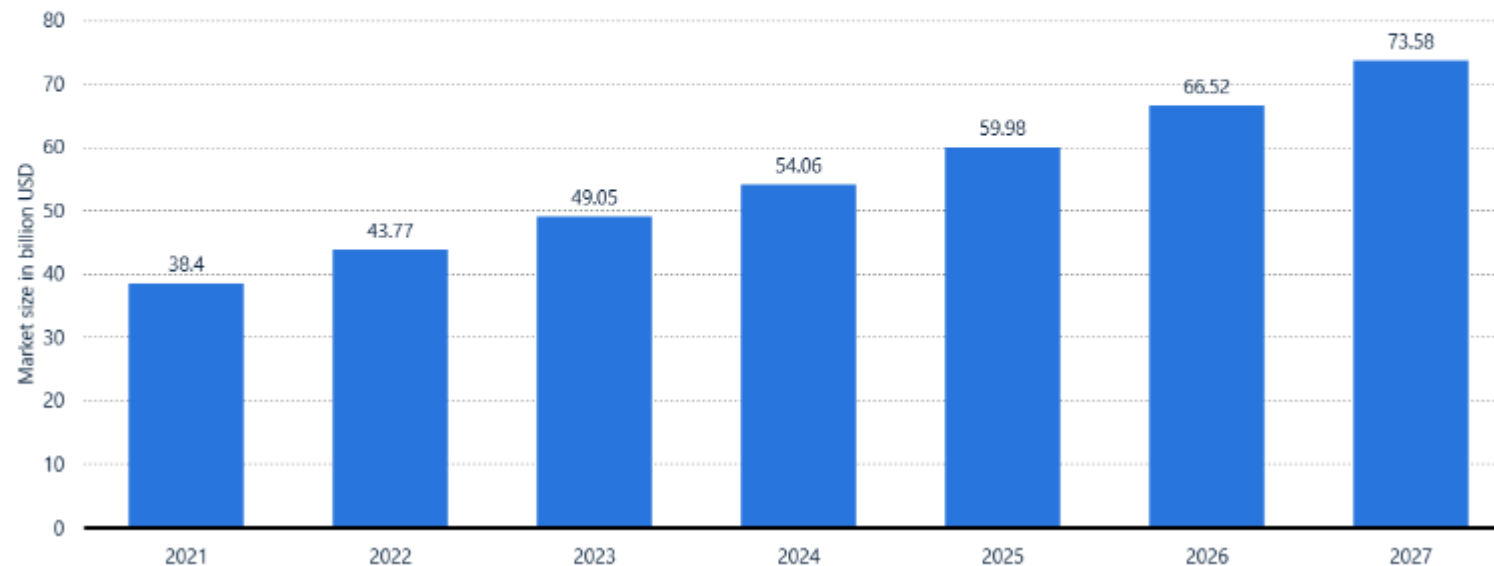


全球自行車產業潛力巨大

2021年底，自行車相關品類的線上線下收入已達 384 億美金。預估至 2027 年，總體市場規模將達 736 億美金。

Worldwide bicycle market size in 2021, with a forecast from 2022 to 2027 (in billion U.S. dollars)

Global bicycle market size forecast 2021-2027



電商上的熱門產品品類

天性自由的外國人對運動和戶外產品幾乎沒有任何抵抗力，戶外出行成為了既能親近自然、與朋友相聚又能保持社交距離的不二之選，催生了戶外出行用品的爆發式增長。



熱銷產品舉例：自行車配件

消費者關注點：尺寸、材質以及耐用性，適用不同型號的自行車，且要留意目前市面上流行的自行車品牌

給賣家的建議：更專注在材質以及產品設計上，耐用安全性建議通過認證的實驗室加以測試，避免後續由於產品質量的問題產生客訴

熱銷站點：北美

亞馬遜上的自行車相關熱門產品品類

品類	熱賣商品	銷售額	成長率
自行車	電動車/ 電輔車	★★★★☆	★★★★★
戶外配件	自行車鏡/ 墨鏡	★★★★★	★★★★★
自行車傳動零件	鍊條/ 花鼓/ 變速器	★★★★☆	★★★★☆☆
自行車零件	車把/ 車架/ 座管	★★★★☆	★★★★☆☆
戶外配件	自行車手套/ 護具	★★★★★	★★★★★
自行車零件	煞車相關	★★★★☆☆	★★★★★
手工具	維修相關	★★★★☆☆	★★★★☆☆

亞馬遜上的自行車相關熱門產品品類

自行車相關 全年重點選品推薦

品類名稱	競爭指數	熱力指數
兒童山地自行車 Childrens-mountain-bicycles	★★☆	☆☆
山地自行車 Mountain-Bicycles	★★★★☆	☆
舒適自行車 Comfort-bicycles	★★	★★
折疊自行車 Folding-bicycles	★★★★☆	★★★★☆
自行車座椅 Bike-saddles-and-seats	★★★★	★★☆
自行車眼鏡和護目鏡 Cycling-glasses-and-goggles	★★★★★	☆
露營衛生用品 Camping-sanitation-supplies	★★★★☆	★★★
帳篷 Tents	★★★★☆	★★★★☆

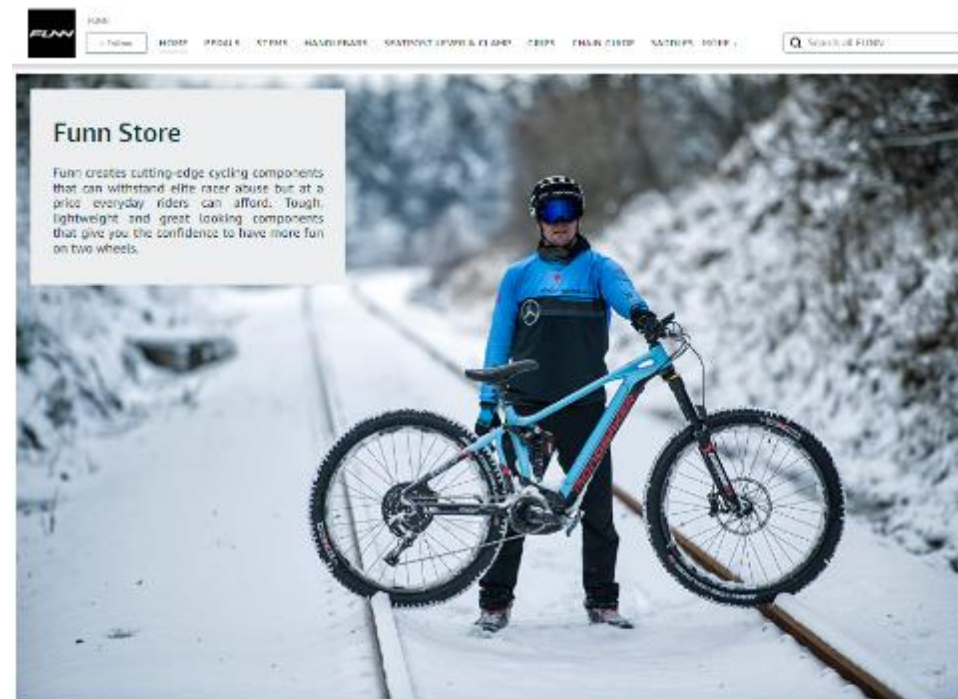
自行車相關 全年重點選品推薦

品類名稱	競爭指數	熱力指數
兒童自行車 Childrens-bicycles	★★☆	★★★★★
自行車訓練配件 Bike-trainer-accessories	★★	★★★
健身自行車 Exercise-bikes	★★★★☆	★★★★
自行車GPS配件 Cycling-gps-units	★★	★★★★☆
自行車輻條及配件 Bike spokes and accessories	★★★	★★★☆☆
室內皮艇存放架 Indoor-kayak-storage-racks	★★☆	★★★★★
自行車兒童座椅 Bike-child-seats	★★	★★★★★
自行車工具 Bike-tool-kits	★★★★☆	★★★☆☆

賣家成功案例 – 品牌商突破海外代理困境

- 開賣年度: 2017
- 賣家型態: 品牌商，已於亞馬遜US、EU、JP等站點販售。
- 銷售成功模式: **強調品牌重塑, 貼近消費者需求**

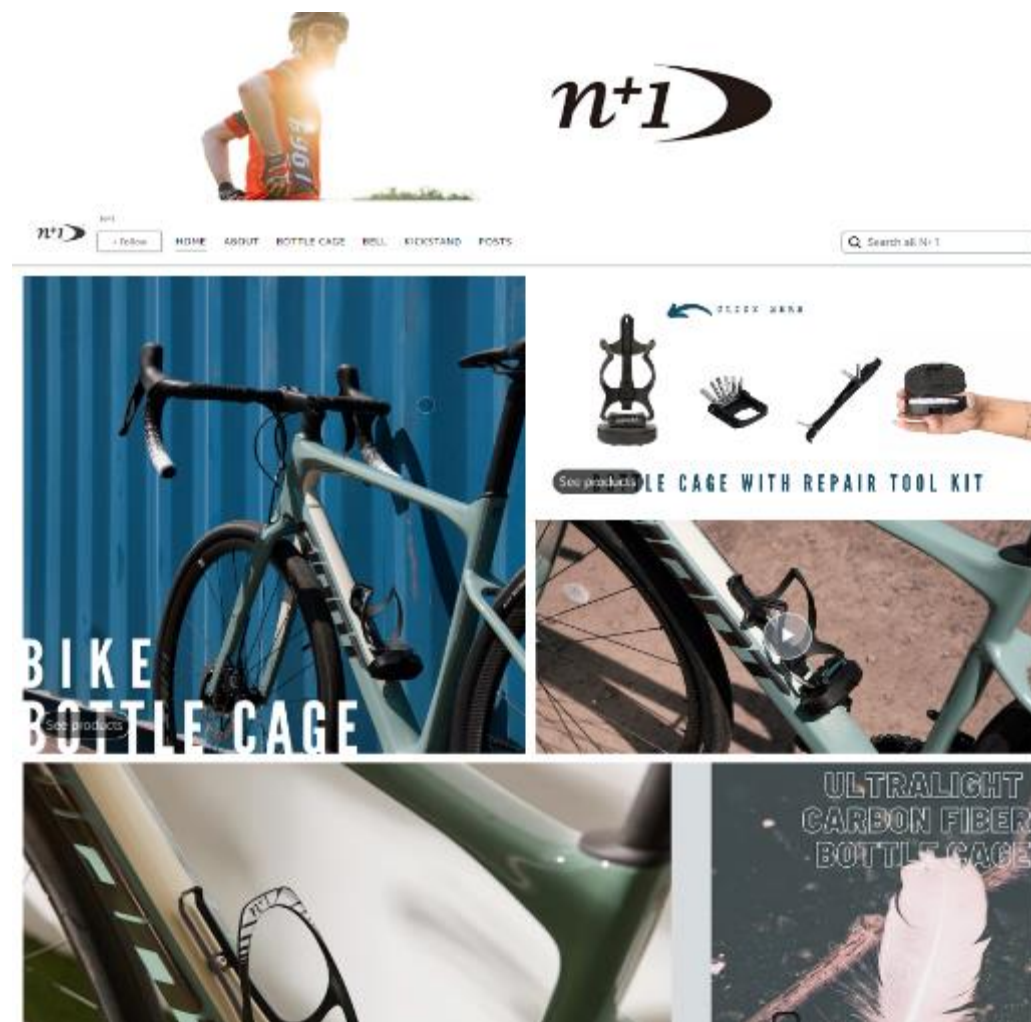
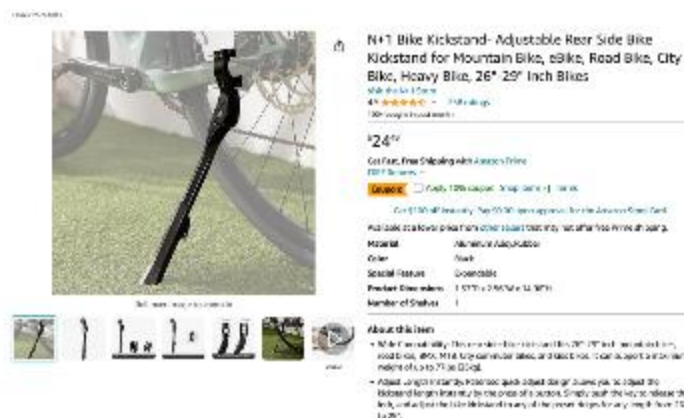
FUNN包辦設計研發及行銷，並委託台灣工廠製作，在尋找美國代理商時，無法找到適合的代理商，因此想試試看在亞馬遜上開店。2022年跟2019比起來，銷量成長兩倍。



賣家成功案例 – 製造商轉型

- 開賣年度: 2022
- 賣家型態: 製造商新闢路徑打造自有品牌
- 銷售成功模式: 融合自身製造經驗，打造優勢產品

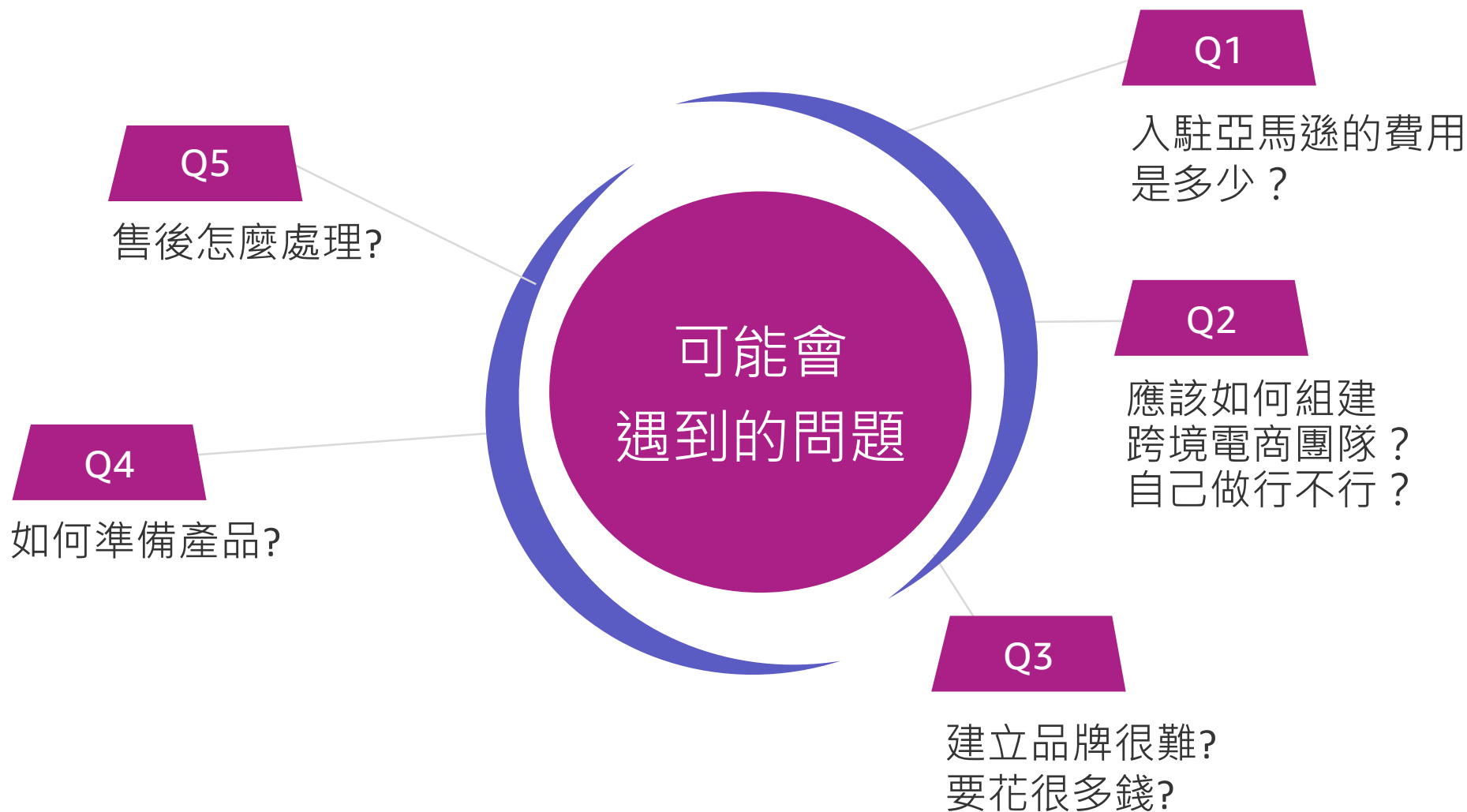
50年的台灣老廠，在不放棄原有的代工製造模式下，年輕一代重新調整產品設計，新闢路徑貼近消費者需求塑造全新品牌，公司一手包辦設計研發及製造，為公司除了既有的製造商業模式外，另闢蹊徑。對比代理商: 亞馬遜銷售品牌有價格的主控權、又有製造商的成本優勢、利潤較可控



04

評估跨境電商常見5大問題

評估跨境電商常見5大問題



Q1

入駐亞馬遜的費用
是多少？

低進入門檻, 亞馬遜銷售成本結構

	交易產生前成本	交易產生後才收費
專業賣家銷售費用	<ul style="list-style-type: none">專業帳戶月費: 39.99 USD/月 (不限站點數)	<ul style="list-style-type: none">銷售佣金: 銷售金額的15%
FBA 倉儲及物流服務	<ul style="list-style-type: none">頭程物流, 進出口清關費用, 關稅FBA倉儲費, 配送費, 入庫配置服務費*	<ul style="list-style-type: none">FBA 配送費
營運成本	<ul style="list-style-type: none">(一次性) 商標, 認證, 條碼費用等人事, 廣告費 (依據點擊收費)	<ul style="list-style-type: none">金流手續費 (提領才收費)

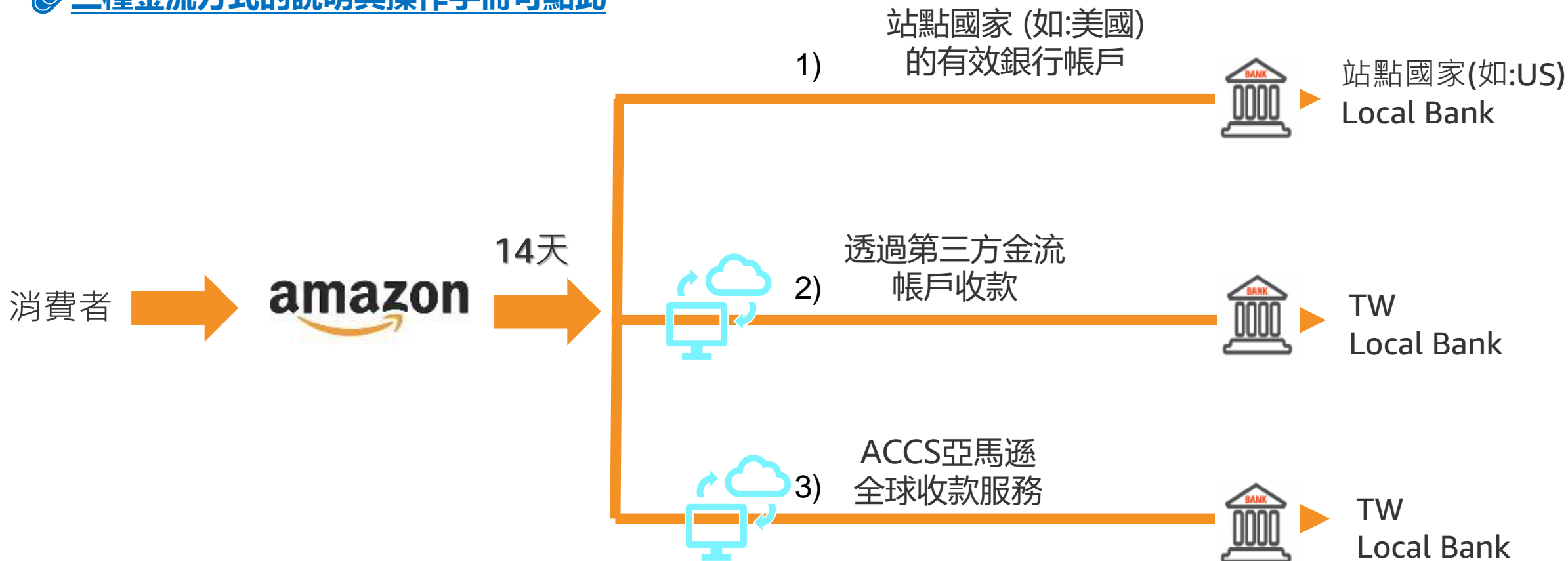
限時優惠: 2024/9/30
前在美國站完成註冊,
6個月月費僅需1美元!

*FBA fee 計算器:



3種金流綁定方式, 亞馬遜每14天打款

[三種金流方式的說明與操作手冊可點此](#)



Q1. 入駐亞馬遜很貴?

一站式跨境出口物流方案，高效開拓國際市場

(賣家負責)

步驟1. 頭程物流

賣家只需將商品送到亞馬遜物流中心

(可使用 **SEND 亞馬遜跨境合作承運方計畫** 或是 **第三方物流服務商** 協助)

NEW!
SEND 亞馬遜合作承運方計畫



比市價優惠 **20%** 頭程空運費用
新賣家享 **\$200** 尾程物流減免

(亞馬遜負責)

步驟2. 亞馬遜物流服務 (Fulfillment By Amazon)

亞馬遜會負責取件、包裝和運送，並為這些商品提供買家諮詢、退貨等客戶服務，為賣家節省大量的人力、物力和財力。

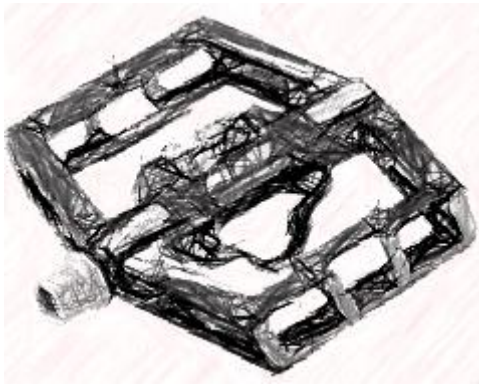


• 當銷量節奏可預期後，利用不同的頭程運輸方式，降低每單位頭程物流運費，獲取更高的利潤



Q1.入駐亞馬遜很貴?

成本結構分析 - 以自行車踏板為例



零售價: \$115

毛利率: 10%~40%

FOB價格	頭程運費 + 關稅 (以快遞為例)	FBA費用	Amazon 銷售佣金	SP 行銷成本	總成本
\$30-\$50	\$10	\$5.69	\$17.25	\$5.5-22.5	\$68.44-105.44

*FBA費用=Fulfillment Fee + 倉儲費 (按平均庫存周轉天數30)

*SP行銷廣告費按綜合5%-20%計算

包裝尺寸	4 x 5.1 x 3 in
包裝重量	1.34 lbs

Q1.入駐亞馬遜很貴?

成本結構分析 - 以自行車腳架為例

零售價: \$24.99

毛利率: 5%~27%

FOB價格	頭程運費 + 關稅 (以快遞為例)	FBA費用	Amazon 銷售佣金	SP 行銷成本	總成本
\$3-\$5	\$5	\$4.75	\$3.75	\$1.5 - \$4	\$18-\$20

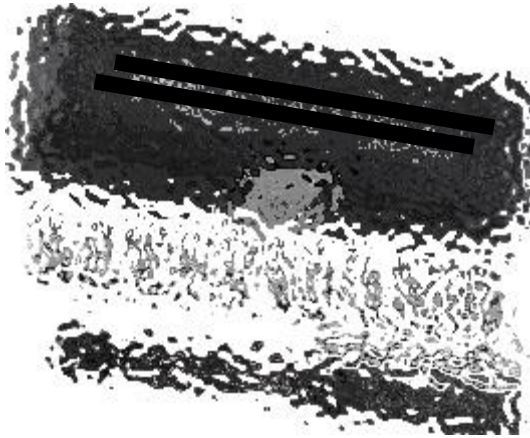
*FBA費用=Fulfillment Fee + 倉儲費 (按平均庫存周轉天數30)

*SP行銷廣告費按綜合5%-20%計算

包裝尺寸	2 x 3 x 15 in
包裝重量	0.7 lbs

Q1.入駐亞馬遜很貴?

成本結構分析 - 以自行車工具為例



零售價: \$79.99

毛利率: 20%~40%

FOB價格	頭程運費 + 關稅 (以快遞為例)	FBA費用	Amazon 銷售佣金	SP 行銷成本	總成本
\$10-20	\$5-8	\$5.69	\$12	\$5-\$16	\$37.69-\$61.69

*FBA費用=Fulfillment Fee + 倉儲費 (按平均庫存周轉天數30)

*SP行銷廣告費按綜合5%-20%計算

包裝尺寸	8.7 x 1 x 1 in
包裝重量	1.69 lbs

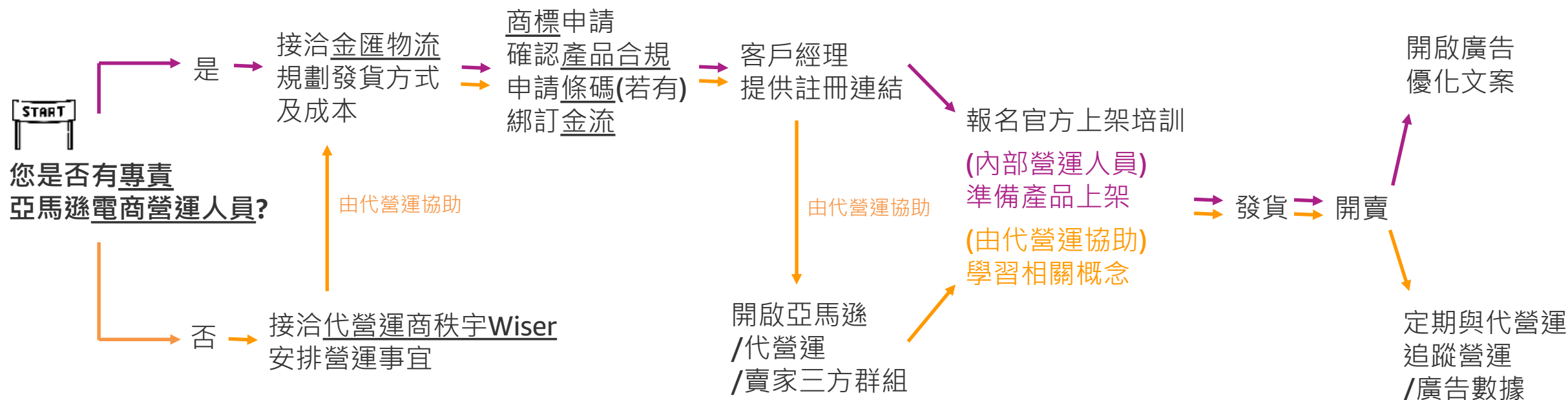
Q2

應該如何組建跨境電商團隊？
自己做行不行？

Q2. 組建電商團隊,
自學或外包?

如何開始? 從有無電商營運人員判斷 開啟不同路徑

不管公司內部有無電商營運人員, 全方位資源讓您順利出海!



Q2. 組建電商團隊,
自學或外包?

資源1. 官方專屬客戶經理 - 免費一對一 年度輔導 官方上線輔導團隊 - 七大主題專人 一對一免費 諮詢

註冊帳號前

註冊帳號與品牌

開通帳號後

開始銷售後



選品分析 輔導



成本分析 輔導



賣家帳號 註冊流程手把手



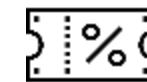
亞馬遜品牌 註冊流程手把手



商品上架&FBA 發貨問題輔導



商品廣告 開啟手把手



Coupon 開啟 手把手

提供欲販售商品的
搜尋量、銷量趨勢、
平均價格及熱門關
鍵字等建議。

分析亞馬遜銷售產
生之四大成本，幫
助您推算可能的銷
售毛利。

在您擁有註冊連結
後，協助您更好地
瞭解註冊流程及問
題排除。

在您擁有銷售目的
國商標後，協助您
開通亞馬遜品牌功
能。

(需向經理索取專屬
代碼)手把手帶您上
架與出貨，以及排
除上架/發貨問題。

手把手帶您開啟第
一支自動廣告，增
加曝光 (賣家需自行
決定預算範圍)。

手把手帶您開啟第
一次亞馬遜優惠券，
透過促銷增加曝光
(賣家需自行決定
預算範圍)。

- ✓ 每場30min專人一對一免費輔導
- ✓ 高效協助您解決問題，並了解日後如何自行排解障礙、順利開賣
- ✓ 客製化提供各項主題建議，會後統整重點資訊助您輕鬆評估



報名連結

資源2. 完整學習資源 沒經驗也能快速上手

開賣前 必修課

開賣後 營運寶典

準備	刊登產品	物流	廣告	品牌工具	旺季與促銷	賣家帳戶健康
帳號註冊流程 ★	商品上架 ★	上架具體操作 ★	亞馬遜物流 ★	廣告課程總整理 ★	從0到1做品牌 ★	旺季與促銷 ★
賣家平台導覽 ★	Listing是什麼 ★	跨站點上架 ★	什麼是FBA	廣告概念解析 ★	品牌註冊流程 ★	銷售旺季概覽
產品合規	GTIN條碼	Listing被移除?	FBA發貨操作 ★	商品推廣廣告 ★	品牌營運地圖 ★	建立促銷工具 ★
新賣家合規自查 ★	GTIN豁免申請 ★	錯誤代碼8541	FBA入倉前準備	建立廣告活動 ★	品牌行銷基礎 ★	促銷工具使用方法
合規性參考工具	Listing資源	錯誤代碼5665	FBA庫存管理	優化廣告活動	註冊VINE計畫 ★	有效利用促銷
品牌註冊流程 ★	Listing優化	錯誤代碼5461	FBA新選品計畫	廣告預算說明	品牌旗艦店 ★	優惠券設定教學 ★
品牌註冊必備	Listing客服	建立商品變體	FBA費用概述	廣告競價說明	品牌數據分析工具	Prime專享折扣
品牌註冊手冊 ★	需品類審核清單 ★	亞馬遜企業購	FBA費用計算機 ★	廣告報告指標	A+內容說明 ★	如何提報Deal活動
選品趨勢與工具	品類審核步驟 ★	B2B數量折扣	賣家自配送簡介	提高廣告業績	Listing加影片	備戰銷售旺季
學習資源彙整	定價入門	商品補充文件上傳	物流FAQ指南	品牌專屬廣告	A+最佳實踐	旺季準備指南
報名註冊手把手	報名上架手把手	報名上架問題排除	報名發貨手把手	報名廣告手把手	報名品牌註冊手把手	報名優惠券手把手
						賣家帳戶健康
						亞馬遜政策
						客戶服務指標
						避免退換貨
						處理負評
						提升客服體驗
						舉報違規行為
						帳戶/刊登違規
						品牌保護計畫
						帳戶健康評等

資源3. 免費官方培訓課程 帶您掌握出單秘笈

線上直播

新手賣家必修課

在家也能輕鬆學習亞馬遜營運知識

- **開賣前準備**
選品與成本計算
安規與政策大全
選品入門
亞馬遜後台操作
- **上架刊登**
上架商品的必備實操
Listing優化案例分享
常見Listing錯誤解析與開Case指南
- **跨境物流**
一次搞懂跨境物流與FBA
從台灣到銷售地的發貨實務操作

立即報名

觀看錄影

實體培訓

基礎營運實操課

上機實作, 即時免費諮詢官方資深講師

- **Listing優化技巧課**
一次說清楚Listing怎麼寫、怎麼改、怎麼錯!
- **物流實操課**
FBA全解析、常見誤區大揭密
- **促銷工具實操課**
亞馬遜引流工具清單式分享
- **基礎廣告課**
自動 vs 手動廣告全教學、ACoS廣告效益計算詳解

查看單課開班狀況

資源4. 台中跨境電商體驗中心, 在地資源協助

結合產、官、學、研界的力量，加速中南部賣家之電商外貿能力、人才培訓與電商技能的快速發展。



三大服務內容:

1. 實體課程培訓

- 基礎營運實操課
- 開店實戰工作坊
- 服務商專題講座

2. 賣家社群與交流

3. 成功賣家經驗分享

學員真實反饋:

- ✓ 非常實用，有說明到一些很小的細節，講解仔細
- ✓ 有講到主題重點及後台怎麼操作，主題實用，建立我很多的新操作方向
- ✓ 環境很棒，講師的分享含金量很高

地址：臺中市中區綠川西街 145 號 2 樓

Q2. 組建電商團隊,
自學或外包?

資源5. 熟悉自行車產業的第三方服務商 堅強跨境支援體系



Q3

建立品牌好像難？
要花很多錢？

品牌建立兩大元素: 品牌名 + 銷售目的國商標

- 建議申請銷售目的國商標*, 以及進行亞馬遜品牌註冊
 - 首年或首100萬美元品牌商品**成交額5%回饋**
 - 保障品牌商權益
 - 銷售增長優於非品牌賣家



資料調研顯示¹, **80%**的消費者通過亞馬遜**發現新品牌和新商品**; 亞馬遜全球開店官方資料也顯示, 品牌賣家的**銷售增速**是整體賣家銷售增速的**1.5倍**².

- 品牌註冊流程:
(優質商標服務商協助申請)

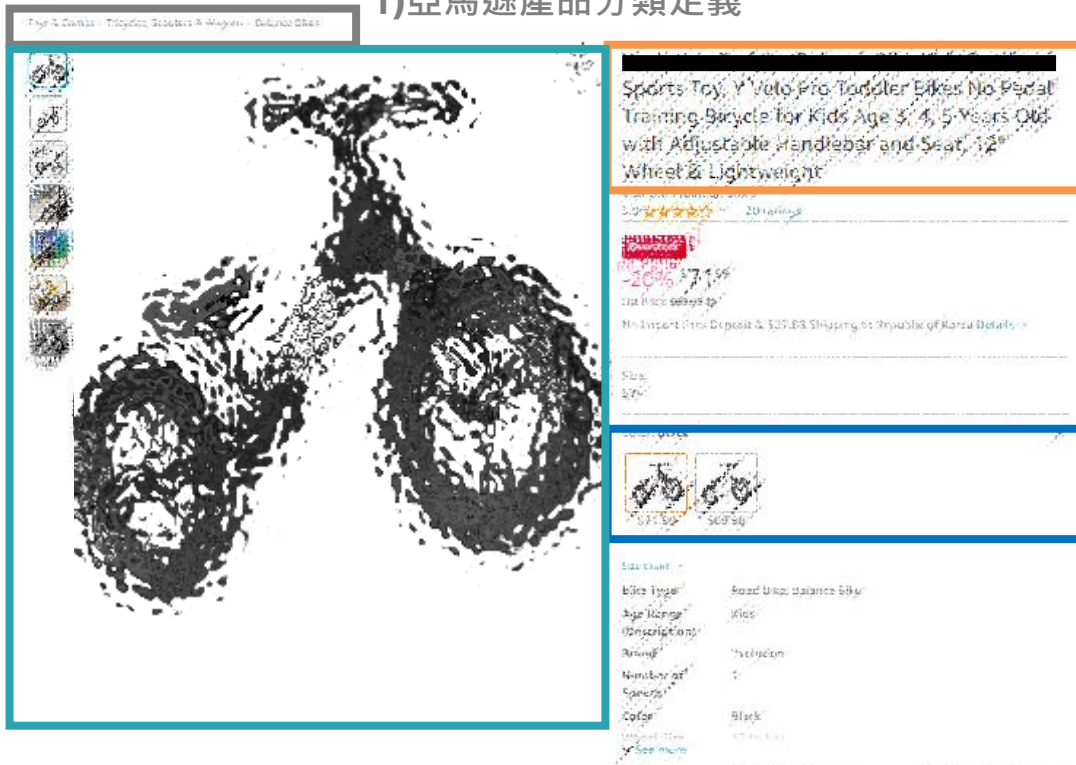


* 申請美國商標費用約 NT\$35k~\$60k

幫產品自我介紹: 產品介紹頁

1) 產品圖片:
1張主圖 (去背/白底) +
其他圖片 (規格、情境、
產品) + 影片

1) 亞馬遜產品分類定義



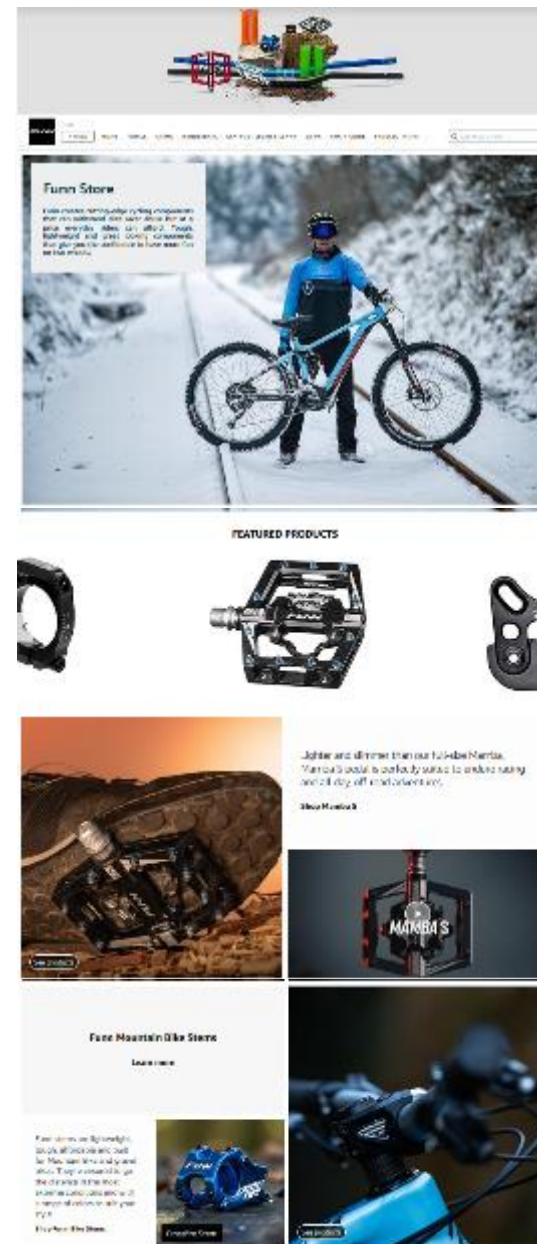
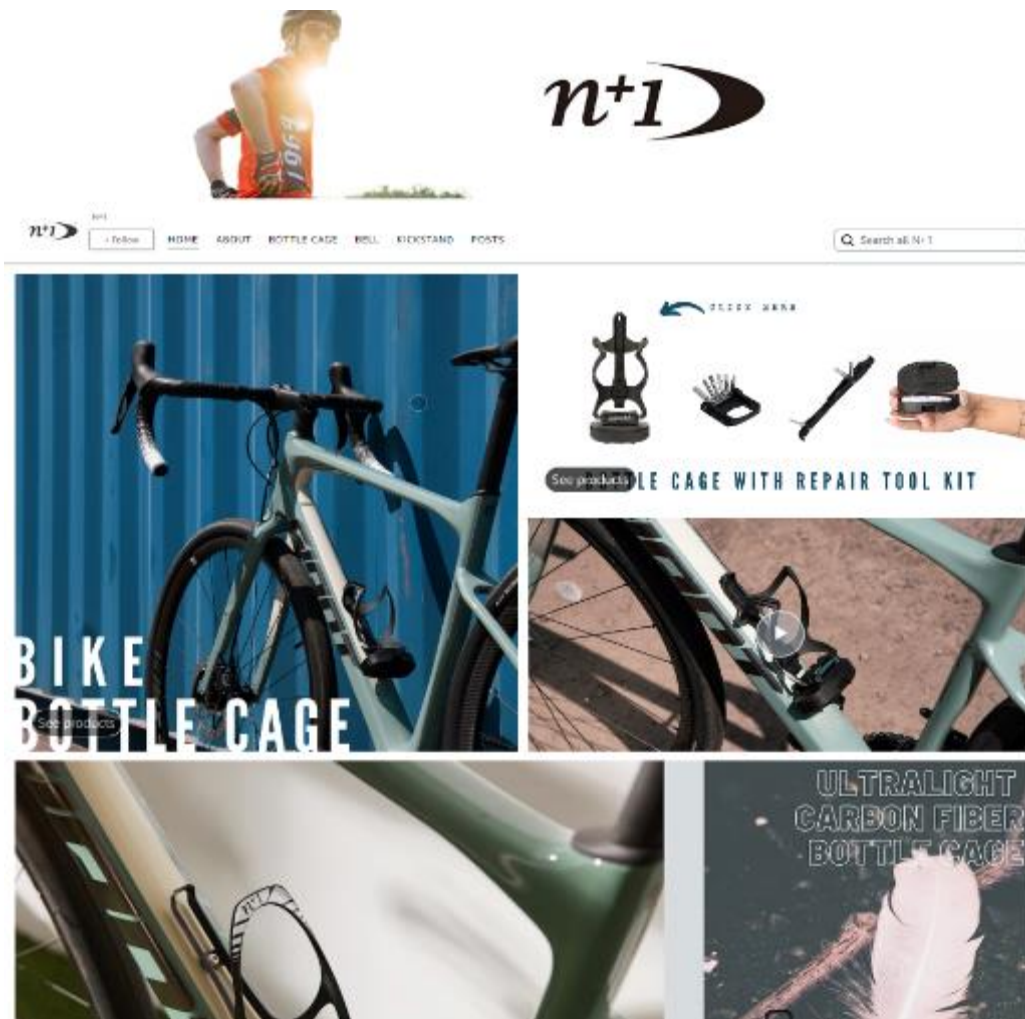
2) 產品頁面標題

3) 設定父子變體

4) 產品特定的簡要說明, 共五項

Q3. 建立品牌很難很貴?

幫品牌自我介紹: 建立品牌館



Q4

如何準備產品？

首批少量數量上架及準備產品可銷售的包裝

1. 完成產品研發及生產
 - 首次上架可用**5個SKU以內** 先行上架測試
2. 確認單個產品包裝
 - 減少包裝體積、單件重量可以節省運費及倉儲費用



確認產品合規性, 自行車與零部件對應標準

PUSH BIKE



EU 歐盟要求

- EN 71
- 2009/84/EC

US 美國要求

- ASTM F963
- CPSIA

KIDS BIKE



EU 歐盟要求

- ISO 8098
- EN 71

US 美國要求

- 16 CFR 1512
- CPSIA

BICYCLE



EU 歐盟要求

- ISO 4210
- EN 16054

US 美國要求

- 16 CFR 1512
- CPSIA

E-BIKE



EU 歐盟要求

- EN 15194
- EN 17404 eMTB

US 美國要求

- ANSI/CAN/UL 2849
- 16 CFR 1512
- FCC 15B

CARGO BIKE



EU 歐盟要求

- EN 15194
- DIN 79010
- prEN 17860 series

US 美國要求

- ANSI/CAN/UL 2849
- 16 CFR 1512
- FCC 15B



歡迎聯繫第三方服務商 **SGS**
以了解更多資訊

確認產品合規性, 配件與人身安全部品



Accessory 各式配件

- Bell 鈴鐺 : ISO 14878
- Cycle Lock 車鎖 : EN 15496
- Luggage rack 貨架 : ISO 11243
- Children seats 兒童座椅 : EN 14344、ASTM F1625
- Trailer 拖車 : EN 15918、ASTM F1975



Safety Equipment 人身安全部品

- Sunglasses 太陽眼鏡 : ISO 12321-1、ANSI Z80-3
- Helmet 安全帽 / 頭盔 : EN 1078、CPSC 1203
- Gloves 手套 : ISO 21420、EN 388
- Protective Clothing 防護裝 : EN 1621 series

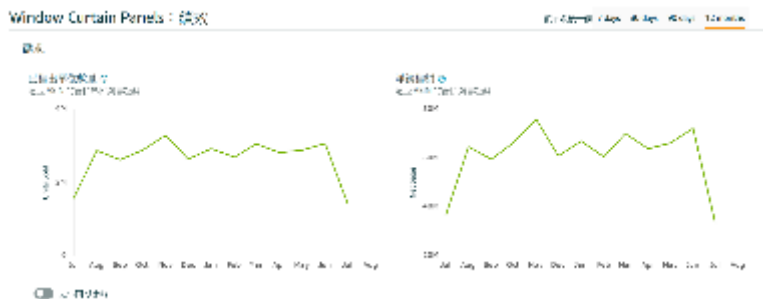


歡迎聯繫第三方服務商 **SGS**
以了解更多資訊

免費AI選品工具協助洞察商機 快速查看產品銷售數據

兩大選品工具，亞馬遜後台可免費使用

選品指南針-類別分析



機會瀏覽器



工具	適用站點	功能	維度
1. 選品指南針 (品類分析)	美國、日本、 英國、德國	1. 快速了解品類銷量季節性趨勢、 退貨率及熱門商品特徵 2. 一次解鎖多站點市場數據	過去一年的銷售數量及金額 搜尋購買率、退貨原因及比例 競爭賣家/品牌/商品數量 受歡迎的商品特徵
2. 機會瀏覽器	美國、日本、 歐洲9國	1. 深度探索市場情況， 全方位判斷新手友好度 2. 一次解鎖多站點市場數據	搜尋成長率、銷量、價格帶 競品資訊、熱搜關鍵字 頂尖商品集中程度、新品友好度 購買驅動因素、消費者評論、退貨分析

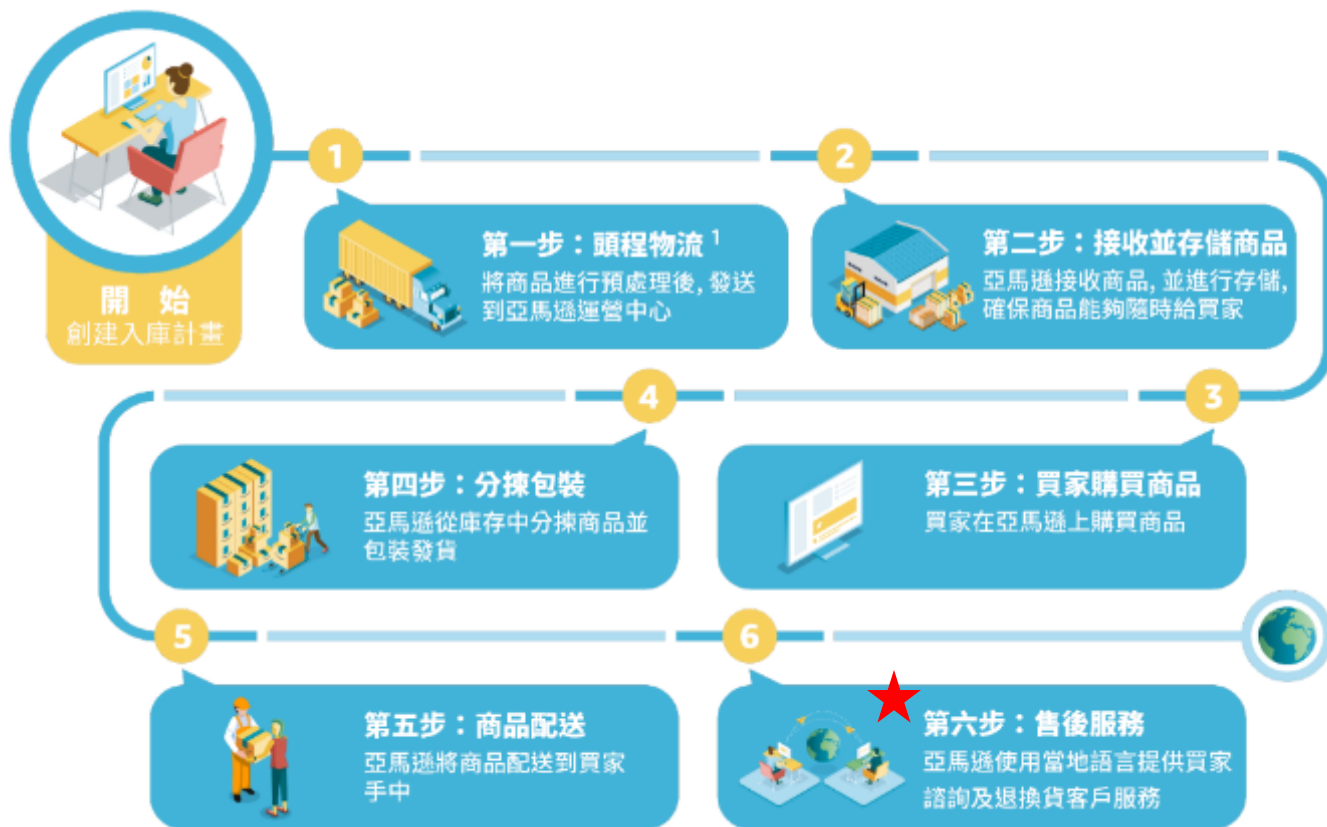
掃碼獲得
選品建議



Q5

售後怎麼處理？

FBA倉庫 (Fulfilled by Amazon)協助退貨處理



7*24小時專業客服支援

休假也可以正常銷售，運用更多有助於您管理業務的工具，減輕營運壓力



省心退貨處理

FBA協助做退貨的可銷售性判斷，可繼續銷售產品將回復上架



多種產品翻新方式

針對判斷無法繼續販售之退貨產品，FBA提供重新包裝服務、翻新服務。您亦可與逆物流服務商Return Helper合作，其提供客製逆物流方案，提升海外退貨彈性方案及降低成本

05

如何開始?

- 開賣前準備

30天開賣準備計畫*

準備與註冊 [1~2 週]

完成帳號註冊

[3~5天]

- 登入賣家平台開始註冊
- 登入賣家平台完成審查



與服務商接洽

[7~10天]

- 申請銷售國商標
- 選擇存款方式
- 產品認證
- 接洽物流服務商

拿到銷售國商標的TM標
即可至亞馬遜註冊品牌



註冊品牌

[1~3天]

- 前往官網註冊亞馬遜品牌
- ❖ 申請品牌的好處

商品上架 [1~2 週]

使用賣家平台，觀察市場數據

[1~3天]

選品指南針(講義)

- 過去一年銷售量走勢及季節性
- 轉換率及退貨率
- 市場喜好特徵

機會瀏覽器(講義)

- 市場規模
- 競品特徵
- 搜尋關鍵字
- 客戶評論分析

準備上架內容

[7天]

上架前準備

- 產品認證、條碼
- 品類銷售許可(部分)

準備刊登素材

- 選擇產品分類
- 5~8張商品圖片
- 標題/五點描述/商品描述/關鍵字/價格

完成上架操作

[1~3天]

選擇上架方式

- 跟賣上架
- 逐一上架
- 批量上架

解決上架報錯

- 開立銷售夥伴客服指南

發貨 [2~3 週]

準備發貨

[7天]

- 準備產品包裝
- 決定寄貨方式與發貨數量
- 建立 FBA 發貨計畫
- 完成商品預處理與貼標
- 交給頭程物流服務商出貨



商品入倉開賣

[7~14天]*

- 商品完成入倉
- 開賣

*以空運為例

註冊後關鍵流程

*供參考, 詳細時程視賣家準備狀況而定

運動及戶外旺季日曆

運動類目/月份	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
健身和休閒遊戲	無明顯季節性									
戶外耐用品										
★ 騎行										
戶外服飾										
滑板衝浪滑雪										
高爾夫										
打獵										
團體運動-長曲棍球										
團隊運動-田徑運動										
團隊運動-網球										
團隊運動-棒球, 壘球										
團隊運動-足球										
團隊運動-橄欖球										
團隊運動-籃球										
團隊運動-曲棍球										

06 

新賣家限時優惠 

2024 新賣家入門大禮包，最高可達10%銷售額回饋！

新賣家入門大禮包提供新賣家低成本試用亞馬遜產品解決方案的機會，除了可以更低成本輕鬆嘗試之外，亦可透過這些解決方案幫助新賣家更快的成長。

可在美國、歐洲、日本站點各享受最高5萬美元的回饋；多站點最高可享15萬*美金銷售額佣金回饋。
(*前5萬美金銷售額回饋10%，之後的品牌銷售金額回饋5%。)

1 品牌主6個月內完成品牌註冊

- 首5萬美金品牌商品銷售額回饋10%！之後的品牌銷售金額回饋5%，最高首年或首100萬美元品牌商品成交額回饋52500美元。
- 200美元亞馬遜評論管理工具(Vine)優惠

2 90天內運送庫存至亞馬遜營運中心

- 400美元庫存配置服務費優惠 (限美國站)
- 最高200美元入庫或配送費優惠
- 自動加入FBA新品入倉優惠計畫
- 10% 折扣，用於前 100 件亞馬遜多管道配送產品的配送費

3 90天內使用亞馬遜商品推廣，創建一個廣告活動

- 50美元亞馬遜商品推廣廣告折扣券

4 90天內使用亞馬遜優惠券

- 50美元亞馬遜優惠券費用優惠

*細節詳情請見亞馬遜官網



跨境電商強化企業的全球佈局



輕量化投入，更快速

無須搭建海外團隊
低成本 快速建立營銷管道



多角化經營，更避險

B2B + B2C 雙管齊下
強化企業經營韌性



數據化營運，更精準

即時銷售報告
消費者及品類消費趨勢
數據驅動, 推進公司產品開發

開啟跨境電商全球商機， 今天就是好時機！

跨境電商帶您與世界接軌，獲得全球消費市場資訊，
開發出更優質的MIT好產品！



立即掃碼
專人30分鐘 免費成本分析諮詢

若想獲得更多最新消息與學習資源，可參考以下官方資訊：

Facebook
粉絲專頁



官方網站



賣家大學



LINE Official Account

好友 募集中

@gs.amazon.tw



DAY ONE



附件

亞馬遜全球開店
amazon global selling

熟悉自行車產業的第三方服務商 堅強跨境支援體系

代營運: 秩宇有限公司

Albert Huang 0921-258378
albert.huang@wwwiser.com.tw

產品合規檢測

SGS

林曼雯 02-22993279#3507
Vanessa.Lin@sgs.com

頭程物流: 金匯國際物流



Linda Tsai 02-26530032 Ext 170
lindatsai@goldenwelltw.com

商標



姚漢婷 Anna 0975205855
ip@gold-keen.com

金流: Payoneer

派安盈 (Payoneer)
台灣客服專線: 02-77417935

逆物流: Return Helper 

Alyse Chen 0983406811
alyse@returnhelper.com

第三方物流服務商 自行車廠商專屬特惠服務方案



金匯國際物流股份有限公司 amazon spn

- FBA 美國及日本線 物流集貨方案，輕運量到規模運量，跟賣家一起成長。
- 多元增值服務供客戶選擇：FBA 澳洲、新加坡、歐洲 物流服務、海外倉儲、代辦進口人、使用Payoneer收款等...
- 線上即刻試算物流運費
- 系統管理訂單及海外庫存，出貨無時差、追蹤零距離。



FBA海運 頭程物流方案

趕快掃描 QR CODE 直接諮詢

金匯保有因市場波動調整的權利

澳洲	日本	美國
一條龍門到門服務	一條龍門到門服務	派送費另計
起運價	起運價	起運價
\$20800	\$23800	\$21800
首 CBM	首 CBM	首 2CBM
量大優惠另計 請洽詢業務	加贈申請ACP服務 量大優惠另計 請洽詢業務	量大優惠另計 請洽詢業務

金匯物流
為您佈局全球市場

*請以服務商實際報價為主