

居家生活 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

跨境電商逆勢而上

03

評估跨境電商常見5大問題

04

如何開始？

05

新賣家限時優惠/資源

01

優質台灣製造 挑戰與困擾

台灣製造領先全球, 但面臨轉型危機?

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,
我們的更多選項是甚麼?

代工利潤
越來越差



來自越南, 印度的低價競爭
各項成本不斷增加...
我的產品售價又被迫凍漲?

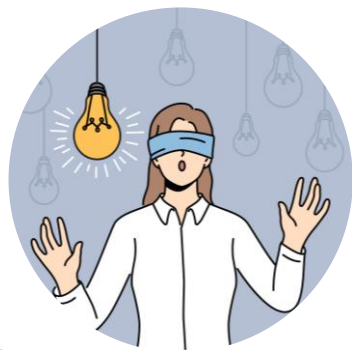
公司營收提升
遇瓶頸



客戶委由Agent開發, Agent有點難drive?
Agent不願意推新產品
開發新客戶耗時又昂貴

致力製造優質產品, 但既有銷售模式總是備感困擾?

面對市場
總是像隔層紗



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?

Buyer強勢
製造商難捍衛權益

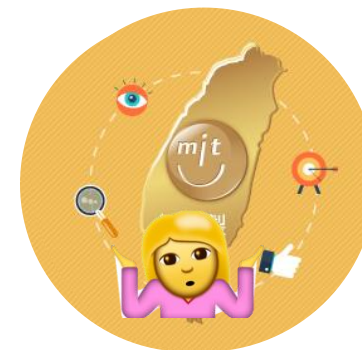


超長付款天數

嚴苛的交貨條件

出大貨時總是擔心 QC 不過關?

MIT好產品
卻無人知曉



台灣消費者

總是以高價從國外買回

台灣製產品?

02

跨境電商逆勢而上

逆境下的全球零售電商，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%

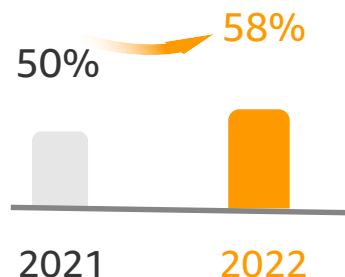
至 2026 全球跨境電商
占全球零售電商的比例¹

• 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%

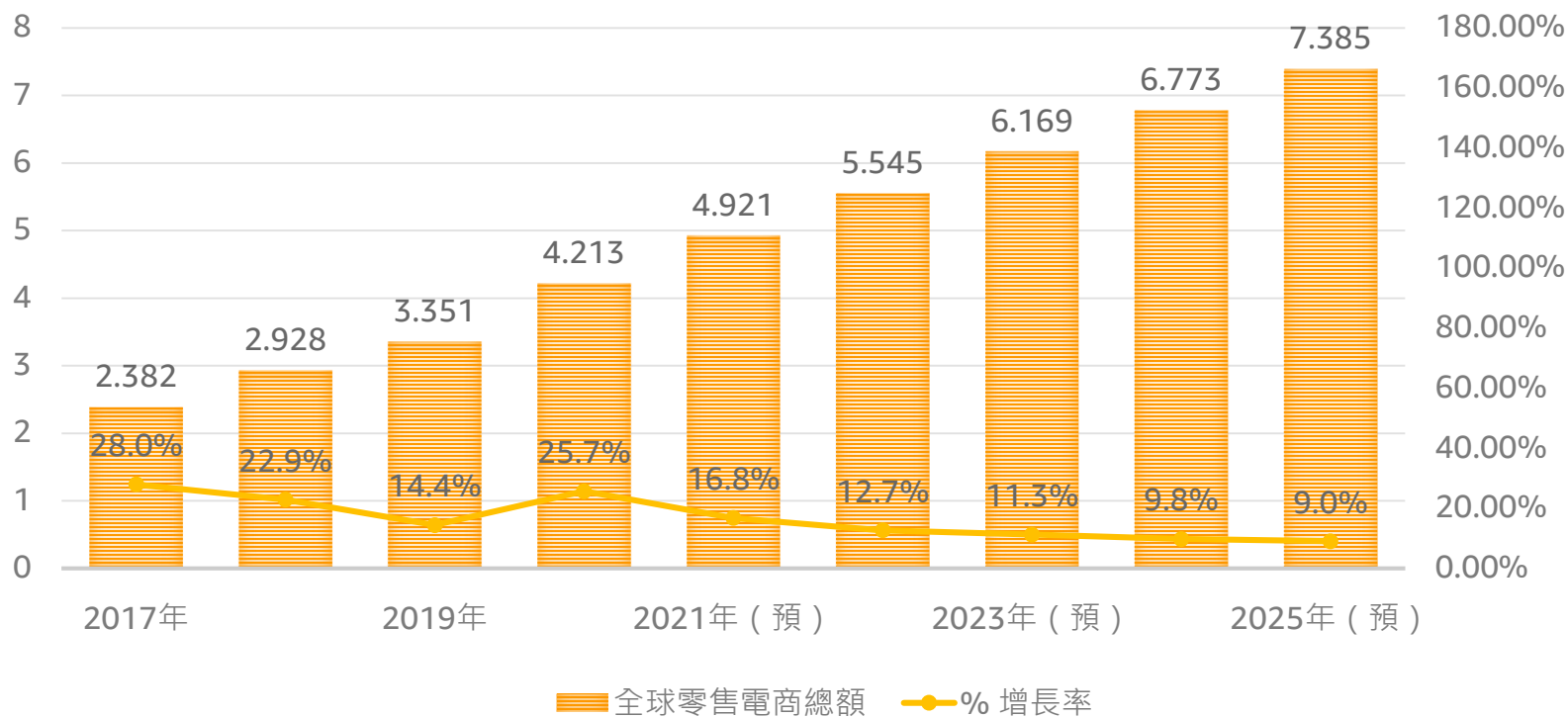
已透過線上³

• 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

B2B+B2C 亞馬遜助力台灣賣家擴大海外市場



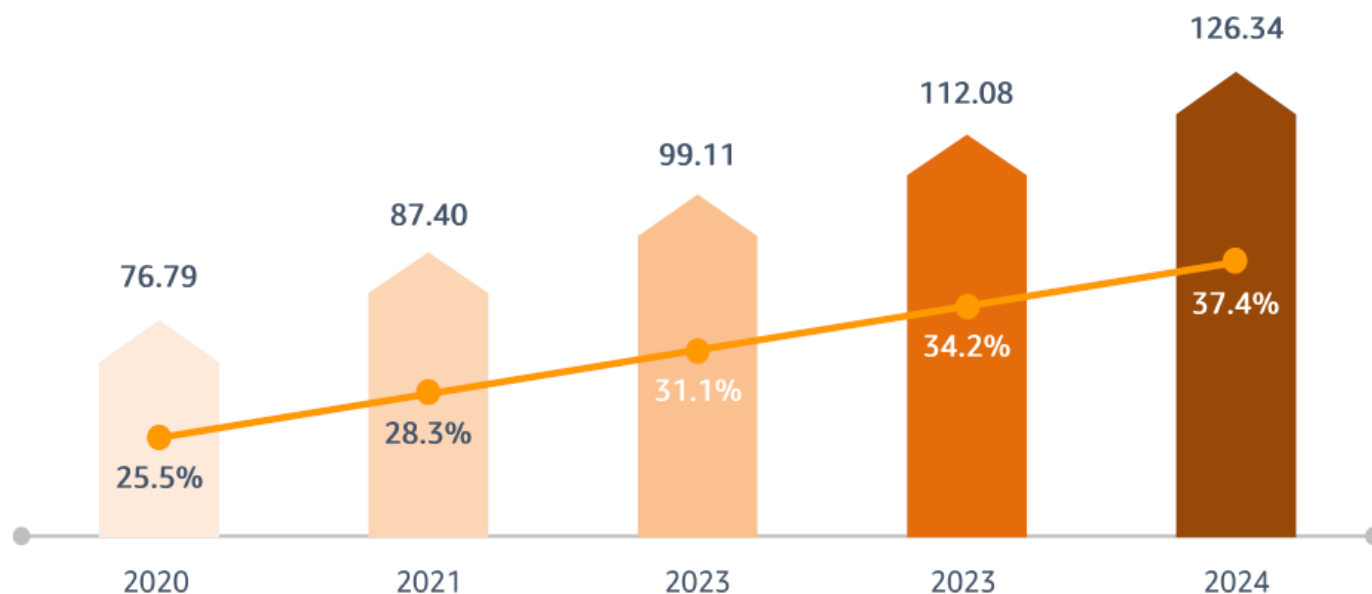
居家生活品類全球市場趨勢預測



2022年全球家居購物市場規模達 \$3,581.7 Billion USD，析師預估2028年市場規模將達到\$7,986.6 Billion USD，2023-2028年複合年增長率 (CAGR) 將達14.6%。

居家生活用品美國市場概況

家具&家居裝飾用品線上銷售額



美國家具及家居裝飾已經從2020年的線上銷售額近768億美金(占該品類美國總體零售額的25.5%)，一路持續成長，預計到2024年底，線上銷量將超過1,260億美金，占零售銷售總額的37.4%

消費者輪廓概覽

消費客群:

以家庭照顧者、工薪階層、白領為主，他們消費力中上，對生活品質有一定要求，所以在乎產品的性價比，同時也追求品質和客製化



消費能力



個性化



CP值

消費頻率:

歐美消費者購買家居用品的頻率都比較高，經常會每季更換，尤其是寢具、窗簾、家居裝飾等。這些在亞洲經常被消費者認為是"耐用品"，在歐美則是一種"消耗品"，更高的消費頻率也為亞洲賣家帶來了更大的市場空間，家用電器的消費頻率則會相對低一些。

此外，由於帶電的產品相較於不帶電的產品客單價更高、使用壽命更長，所以消費者對考慮更換新產品的時間也會更長。

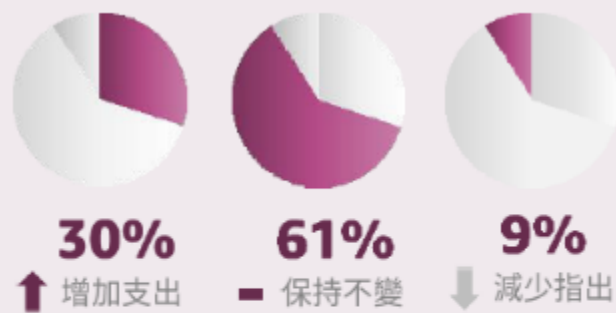
消費者訴求

悅己消費不斷增長

根據美國經濟分析局數據顯示，美國人熱衷於自己的愛好，遊戲、體育和閱讀比疫情前更受歡迎。

美國消費者對興趣愛好等非必需品的支出及計畫

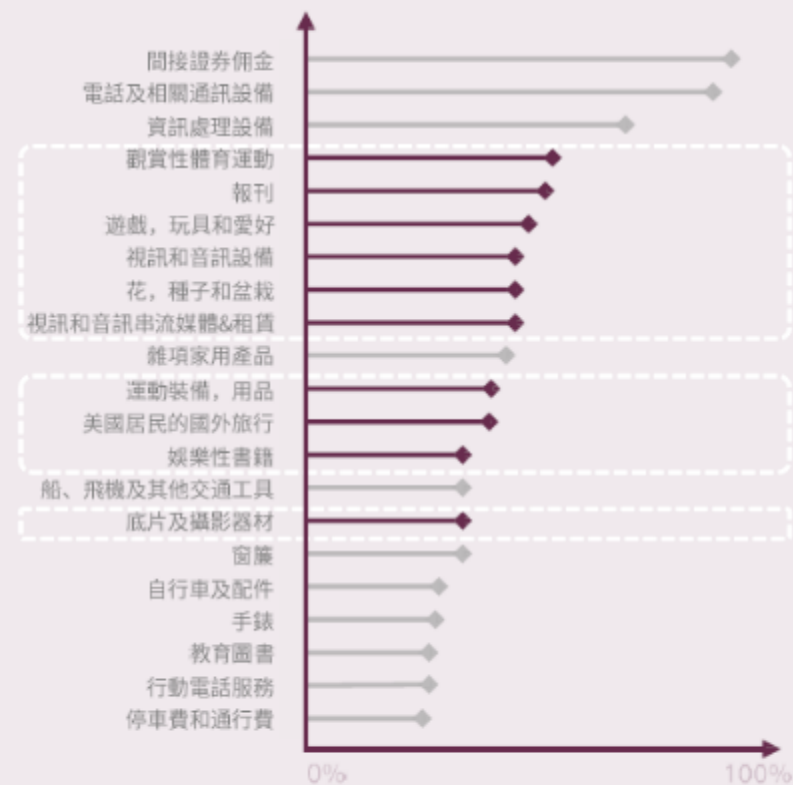
在自己的日常總支出中，19%的消費者會花費5%-30%用於興趣愛好等非必需品上，而11%的消費者會花費3成到5成。在未來，有30%的消費者表示會增加自己這一方面的支出。



數據來源：
Ipsos消費者調查
美國經濟分析局數據

美國消費者購買得更多的是愛好類消費

2020年2月至2023年4月美國實際消費者支出變化百分比



居家用品重點選品推薦

熱門子品類一覽

不帶電家居用品

- DIY藝術類
- 繪畫類
- 家居裝飾
- 室內裝點
- 家居小百貨
- 家裝布藝
- 家居收納
- 床上紡織品
- 床墊

不帶電廚房用品

- 食材保鮮、分類整理
- 廚房不銹鋼廚具、餐具
- 廚房工具、炊具
- 咖啡、茶相關器具和產品
- 廚房收納
- 烘培用具
- 聚會餐飲用品





熱門子品類一覽

帶電家居用品

- 空氣淨化器
- 除濕機
- 風扇、塔扇
- 暖器機
- 吸塵器、電動拖把
- 掃地機器人

帶電廚房用品

- 咖啡機
- 料理機、果汁機、冰沙機、製冰機
- 電熱水壺
- 氣炸鍋
- 壓力鍋、電子鍋
- 烤箱、烤爐

台灣賣家 透過亞馬遜強化全世界銷售網絡



台灣知名品牌



傳統製造商/貿易商轉型

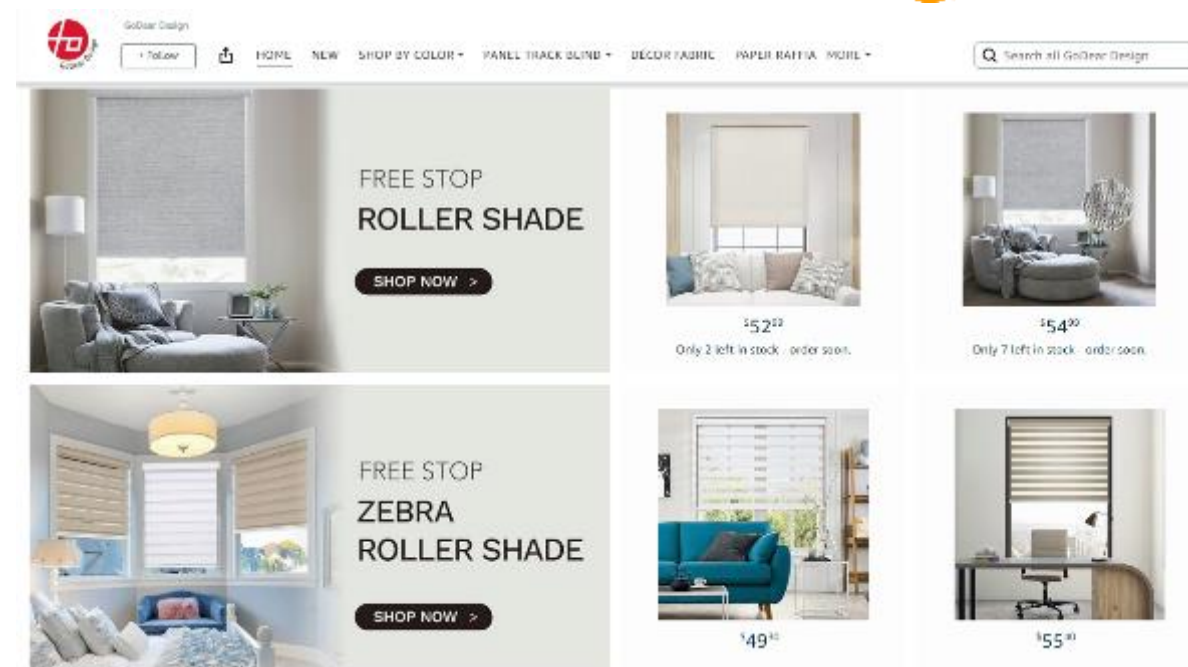


網路新創品牌



賣家成功案例 – 窗簾

- 開賣年度: 2021
- 賣家型態:
工廠 (品牌商) 型態。做了40年的傳統窗簾代工廠轉型經營自有品 牌，在2016年開始發覺代工利潤低、對價格沒有主控權，因此把代工慢慢放掉，成立自有品牌 GoDear Design
- 銷售成功模式: **積極市場研究調整產品**
為符合當地市場做出許多努力調整選品、更改商品尺寸
平均月銷量也相比開店初期成長超過 32倍!
台灣豐富的代工經驗，可以靈活調整產品，加上富有彈性與韌性的學習意願就是台灣增強長期競爭力的一大強項



賣家成功案例 – 電動開罐器

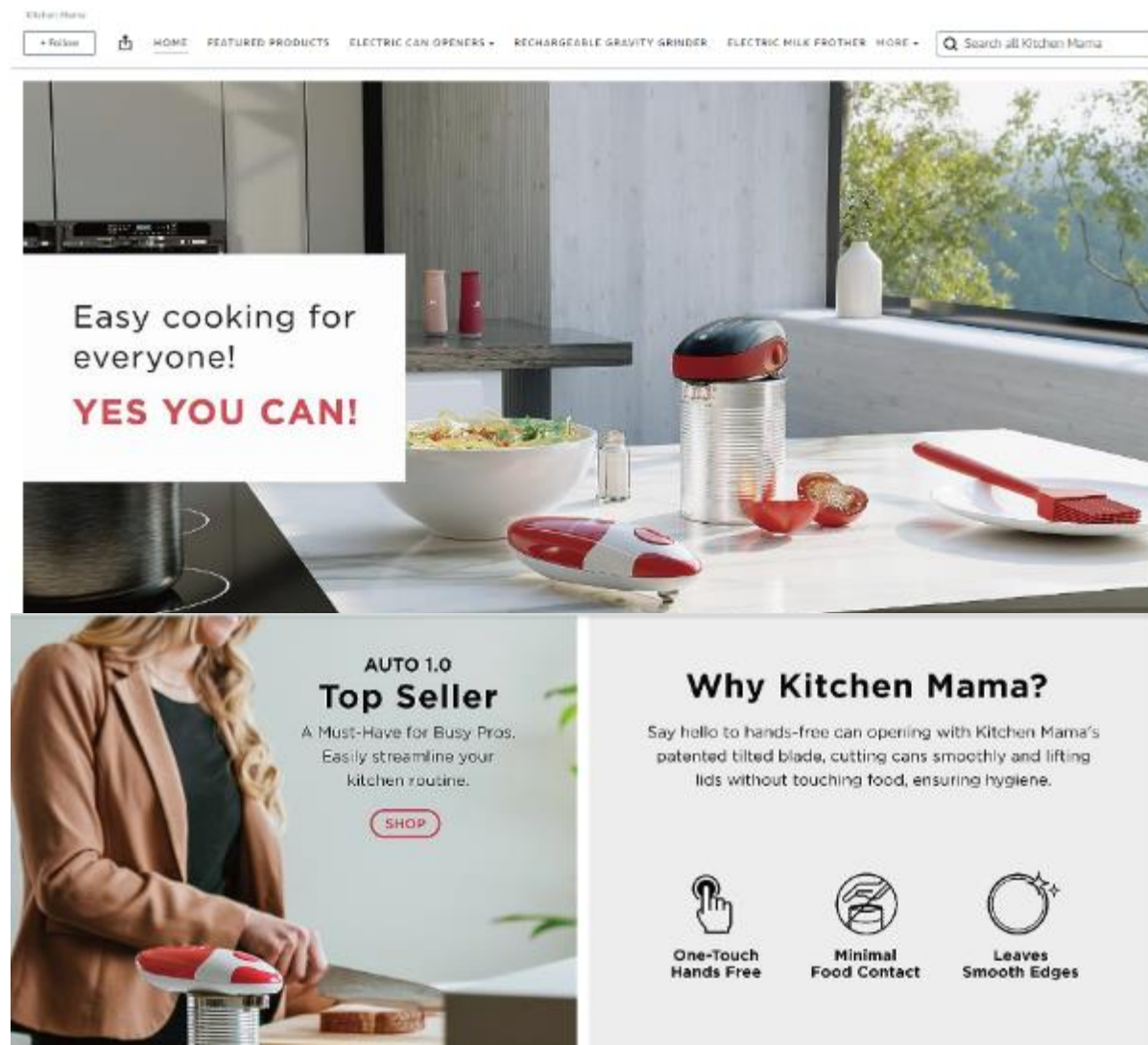
- 開賣年度: 2018

- 賣家型態:

工廠 (品牌商) 型態。Kitchmama原是手工具製造廠轉型，主要生產製造螺絲起子等商品，出貨給貿易商，在面對其他供應鏈低價搶市時，出現很大的經營危機，因此2005年公司啟動轉型之路，投入開發生活消費性商品電動開罐器 (Electric Can Opener)

- 銷售成功模式: **完美的客戶體驗**

Kitchen Mama除了針對不同市場及客戶的回饋來修改說明書的呈現方式，拍攝使用教學影片放上跨境官網，讓消費者更容易學習商品使用，如客服接到客訴產品有問題，一律補寄新品，以解決客戶問題為優先，並藉此建立及轉化對Kitchen Mama品牌的印象。

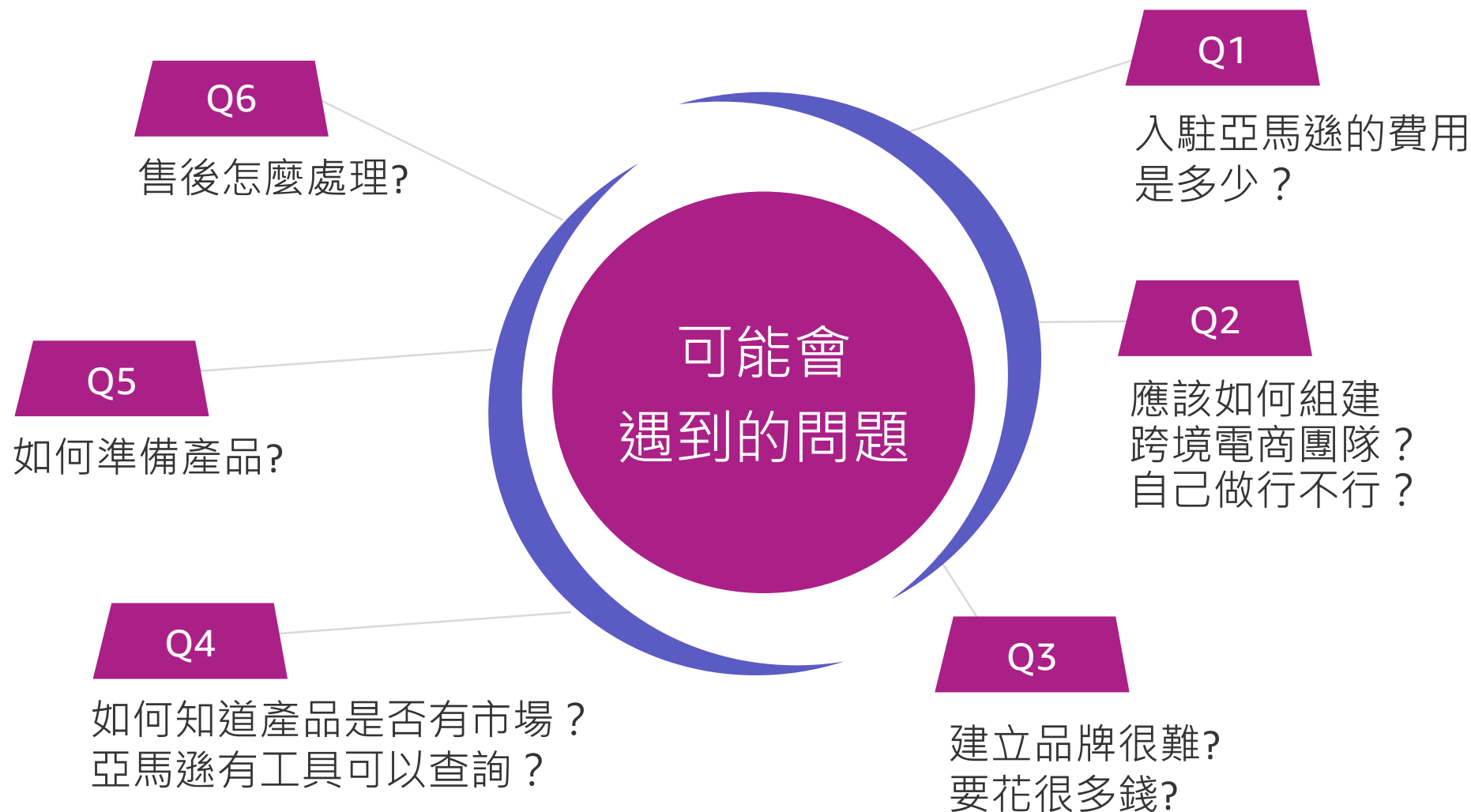


The screenshot shows the Kitchen Mama website interface. At the top, there's a navigation bar with links for 'HOME', 'FEATURED PRODUCTS', 'ELECTRIC CAN OPENERS', 'RECHARGEABLE GRAVITY GRINDER', and 'ELECTRIC MILK FROTHER'. A search bar is on the right. The main content area features a large image of a kitchen counter with a red and white electric can opener, a bowl of salad, and a red spatula. A white text box overlaid on the image says 'Easy cooking for everyone! YES YOU CAN!'. Below this, there are two smaller sections: 'AUTO 1.0 Top Seller' with a 'SHOP' button, and 'Why Kitchen Mama?' which lists three benefits: 'One-Touch Hands Free', 'Minimal Food Contact', and 'Leaves Smooth Edges'.

03

評估跨境電商常見5大問題

評估跨境電商常見6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

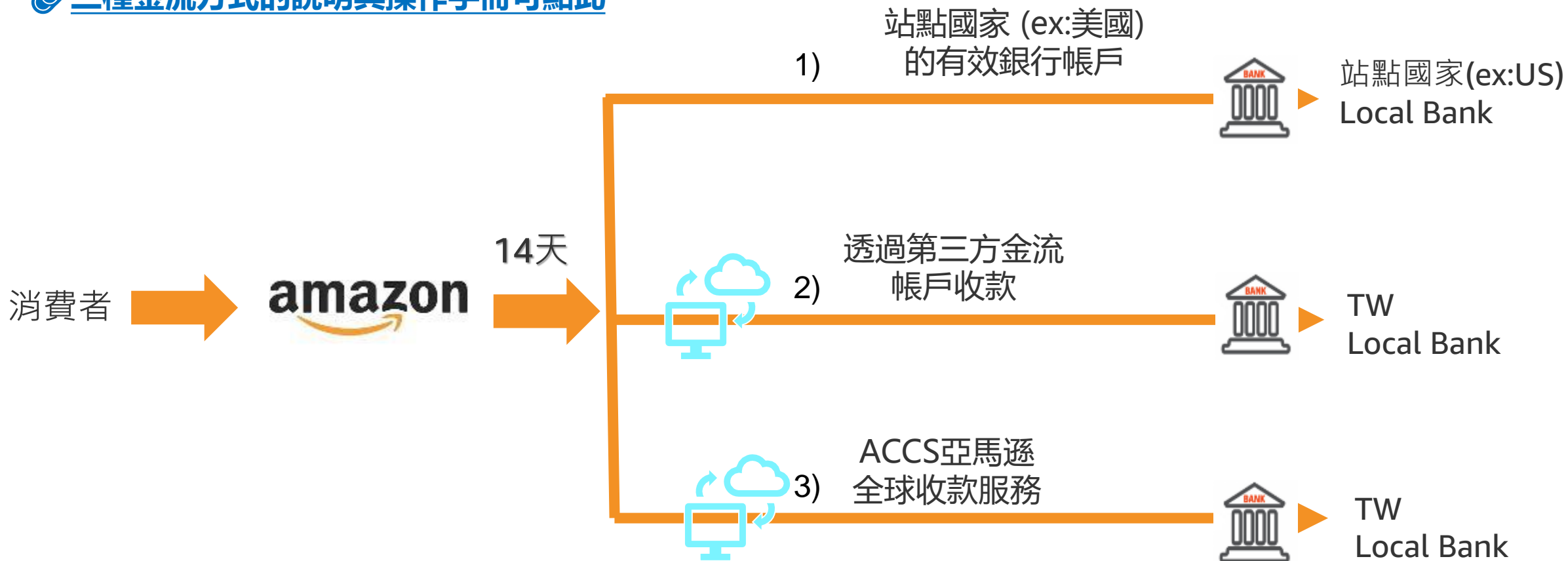
	交易產生前成本	交易產生後才收費
專業賣家銷售費用	<p>限時優惠: 2024/9/30 前在美國站完成註冊, 6個月月費僅需1美元!</p> <ul style="list-style-type: none">專業帳戶月費: 39.99 USD/月 (不限站點數)	<ul style="list-style-type: none">銷售佣金: 銷售金額的15%
FBA 倉儲 及物流服務	<ul style="list-style-type: none">頭程物流, 進出口清關費用, 關稅FBA倉儲費, 配送費, 入庫配置服務費*	<ul style="list-style-type: none">FBA 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)

*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)

(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。



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

- 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?

利潤試算

10x3 Inch Stainless Steel Screws - 1200 Pieces



小東西但大包裝有時可降低成本增加利潤

產品終端售價 (US\$)	\$185.00	100%
銷售成本 (US\$)	\$99.44	54%
亞馬遜銷售佣金	\$27.75	15%
廣告費	\$18.50	10%
安規費用	\$0.02	0%
跨境金流手續費	\$1.85	1%
退貨處理費預留	\$5.55	3%
FBA物流費(至消費者)	\$11.97	6%
FBA倉儲費(抓3個月)	\$1.23	1%
關稅	\$0.00	0%
頭程物流費用	\$2.57	1%
產品成本	\$30.00	16%
銷售毛利 (US\$)	\$85.56	46%

*此成本結構分析表有經適當處理，非賣家真實資料，僅供參考

利潤試算

Kitchen Sink- Holder



運費本身會有一個基礎金額，若產品終端售價較低，要注意是否還有利潤空間

產品終端售價 (US\$)	\$15.00	100%
銷售成本 (US\$)	\$11.57	77%
亞馬遜銷售佣金	\$2.25	15%
廣告費	\$1.50	10%
安規費用	\$0.00	0%
跨境金流手續費	\$0.15	1%
退貨處理費預留	\$0.45	3%
FBA物流費(至消費者)	\$4.32	29%
FBA倉儲費(抓3個月)	\$0.12	1%
關稅	\$0.05	0%
頭程物流費用	\$0.22	1%
產品成本	\$2.50	17%
銷售毛利 (US\$)	\$3.43	23%

*此成本結構分析表有經適當處理，非賣家真實資料，僅供參考

利潤試算

Fabric Sofa Set



大尺寸商品運費及倉儲費較高，但若產品有特色
可適當提高賣價以維持較好的銷售毛利

產品終端售價 (US\$)	\$2,050.00	100%
銷售成本 (US\$)	\$1,469.68	72%
亞馬遜銷售佣金	\$216.07	11%
廣告費	\$205.00	10%
安規費用	\$2.05	0%
跨境金流手續費	\$20.50	1%
退貨處理費預留	\$61.50	3%
FBA物流費(至消費者)	\$95.31	5%
FBA倉儲費(抓3個月)	\$16.77	1%
關稅	\$0.00	0%
頭程物流費用	\$552.48	27%
產品成本	\$300.00	15%
銷售毛利 (US\$)	\$580.32	28%

*此成本結構分析表有經適當處理，非賣家真實資料，僅供參考

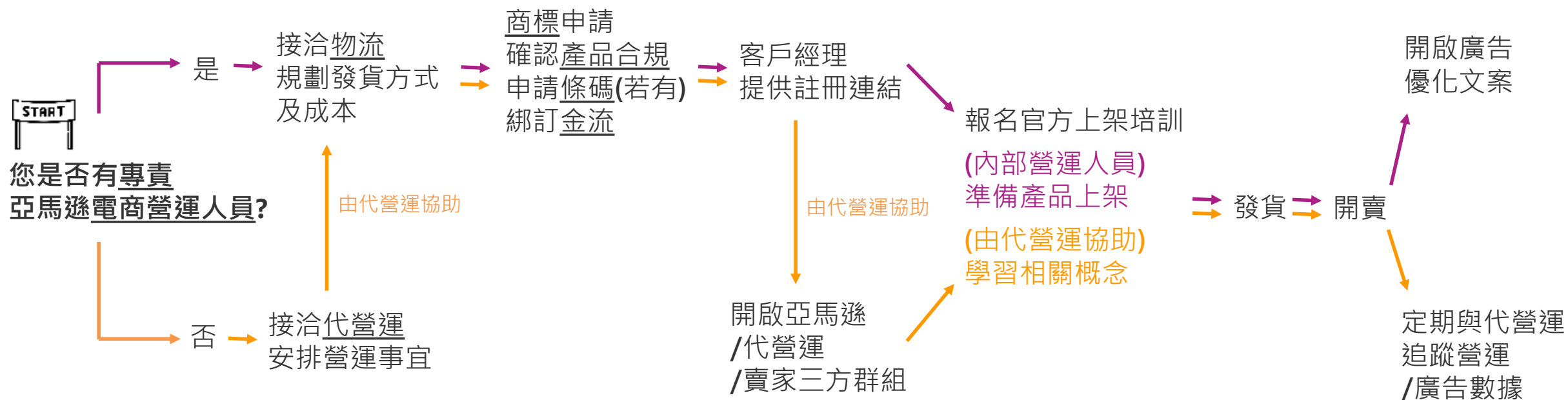
Q2

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!





立即掃QR code 報名免費主題輔導服務

亞馬遜全球開店
amazon global selling

- ✓ 每場皆為30min專人一對一免費輔導，報名後請留意報名成功信件
- ✓ 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
- ✓ 若不知道專屬經理，問卷中請選“不知道/不確定我的帳戶經理”，將會有專人為您確認帳戶經理並聯繫您

註冊帳號前



選品分析
輔導

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。



成本分析
輔導

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。

註冊帳號與品牌



賣家帳號
註冊流程手把手

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。



亞馬遜品牌
註冊流程手把手

在您擁有銷售目的國商標後，協助您開通亞馬遜品牌功能。

開通帳號後



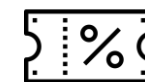
商品上架&FBA
發貨問題輔導

(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。



商品廣告
開啟手把手

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)。



Coupon 開啟
手把手

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)。

Q2. 組建電商團隊,
自學或外包?

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

資源5. 熟悉居家生活用品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
(此金額為商標服務商報價, 依據不同服務商會有不同報價)

幫產品自我介紹: 產品介紹頁



5 pack



Airtight Food Storage Container 5pk Set Lid 4" REGULAR Seal Stackable Plastic Canister Jar, Kitchen Cupboard Pantry Organizer, Spice Pasta Snack Candy Bean Christmas Gift for Women Mom

Visit the [Store](#)
4.7 ★★★★★ 1,709 ratings | 100+ bought in past month

Price: **\$32.99** (\$6.60 / Count)
FREE Returns
Join Prime to buy this item at \$27.38

Available at a lower price from other sell

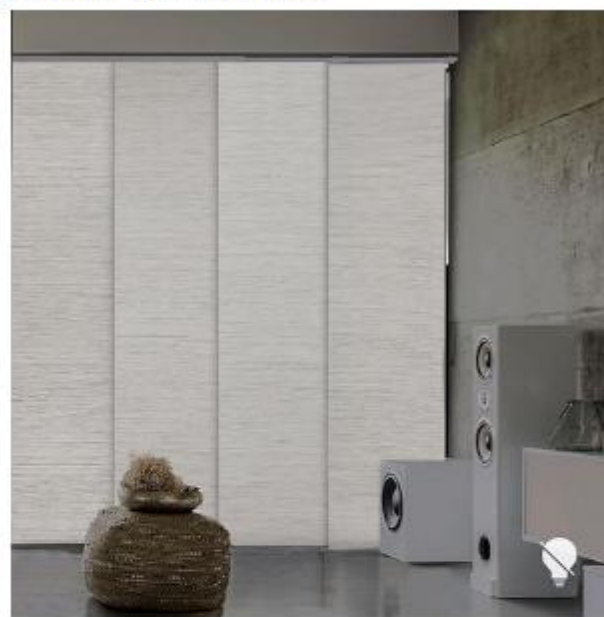
Buying multiple items?

- Item Shape: **4" Regular Variety 5pk**
- 4" Rectangular 1.1qt 3pk
 - 4" Rectangular Variety 4pk
 - 4" Regular Variety 10pk
 - 4" Reg**
 - 5" Large 1.8qt 3pk
 - 5" Large Var

Brand	
Color	White
Material	Silicone, Plast
Material Feature	Reusable, BP/
Capacity	2 Liters

About this item

- A THOUGHTFUL GIFT CHOICE: A good



99% Blackout Adjustable Vertical Blinds 45.8"- 86" W x Up to 96" H Extendable Sliding Panel Track Window B Grayish Metallic Luster Trimmable Natural Woven Panel Curtain, Mica +

Visit the [Store](#)
4.5 ★★★★★ 1,348 ratings | Search this page
100+ bought in past month

Price: **\$189.99**
FREE Returns

Buy more, save more

10 units **Lowest price**
-5% **\$180.49**

Available at a lower price from other sellers that may not offer free Prime sh

Buying multiple items? [Go to multi-select](#)



Size: 45.8"-86" W x 96"H
Material: Paper, Poly, Aluminin

Product: 96"L x 45.8"W

Dimensions:

Brand:

Color: Mica +

Opacity: Blackout

Roll over image to zoom in



6 VIDEOS

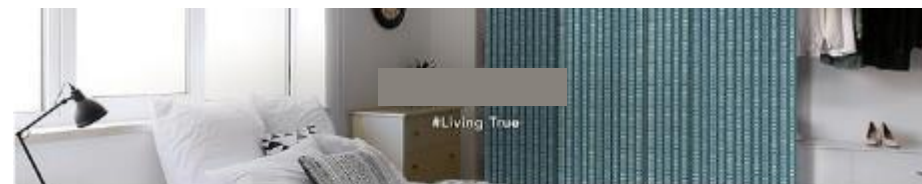
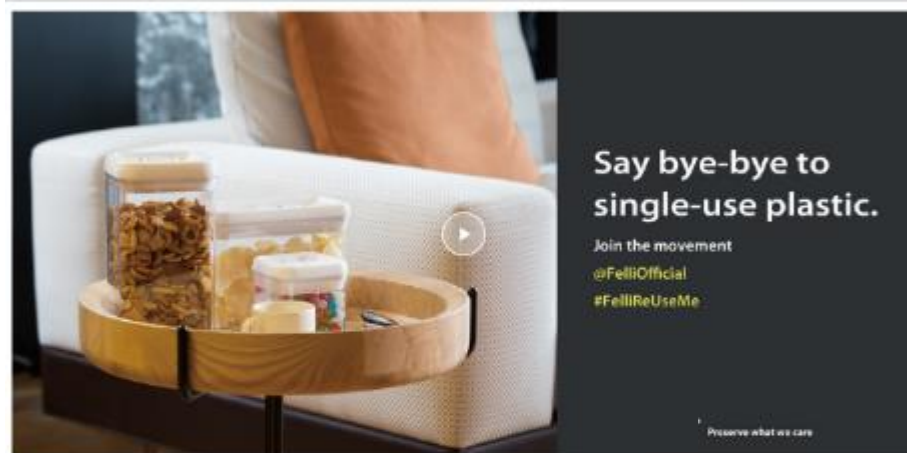
Roll over image to zoom in



9 VIDEOS

Q3. 建立品牌很難很貴?

幫品牌自我介紹: 建立品牌館



Q4

如何知道產品是否有市場？
亞馬遜有工具可以查詢？

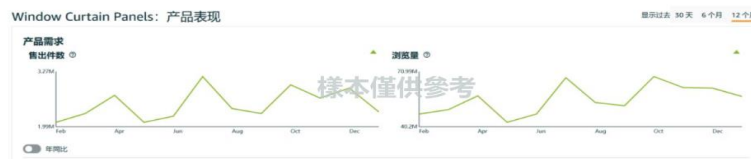
Q4如何知道產品是否有市場？

免費選品工具：(註冊帳號後即可使用) 路徑：賣家後台 > 目錄Catalog > 增長Growth

善用亞馬遜兩大選品工具，助您快速掌握選品與市場機會！



工具	適用站點	功能	維度
選品指南針-類別分析	美國、日本、英國、德國	<ol style="list-style-type: none"> 快速了解品類銷量季節性趨勢、退貨率及熱門商品特徵 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
機會瀏覽器	美國、日本、歐洲9國	<ol style="list-style-type: none"> 深度探索市場情況，全方位判斷新手友好度 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



選品指南針-類別分析



機會瀏覽器

立即報名選品輔導
官方顧問提供您客製化選品建議

Q5

如何準備產品？

申請商標以在亞馬遜進行品牌註冊

	什麼可以申請?*	保護年限*	特性*	申請的好處
商標	<ul style="list-style-type: none"> 文字、圖形、符號都可以申請。 建立品牌好形象、提升競爭力。 預防產品被仿冒、侵權、跟賣。 	10年	<ul style="list-style-type: none"> 商標類別共45大類，分為商品或服務，須按照國際標準(尼斯分類)提供，其目的是以便更有效地管理商標註冊和保護。 商標類別的設立有助於確定商標的使用範圍，並使消費者能夠更容易地辨認和區分不同類型的商品或服務。 	<ul style="list-style-type: none"> 早受益: 擁有商標才能申請亞馬遜品牌註冊，由於註冊商標耗時長，所以越早註冊商標，才能越早進行亞馬遜品牌註冊，比同行更早收穫品牌商獨有的權益。 加快新店出單: 只有進行了品牌註冊，才可以在商品刊登中使用品牌名稱，以及圖文、影片、品牌旗艦店等品牌打造工具，新店鋪也能快速出單。
專利	<ul style="list-style-type: none"> 發明專利: 配方、化學式、製造方法 	20年	<ul style="list-style-type: none"> 有排他性的權利 有時間性的限制 	<ul style="list-style-type: none"> 專利權人擁有對於其專利所涵蓋的發明的獨家控制權。換句話說，其他人在未經專利權人許可的情況下，不得在商業上製造、使用、銷售或引進該專利所涵蓋的產品或方法。 這種排他性確保了專利權人能夠單獨享有其發明所帶來的經濟利益，並防止他人不當地利用該發明從中獲利。
	<ul style="list-style-type: none"> 設計專利: 形狀、花紋、色彩 	15年	<ul style="list-style-type: none"> 專利是一種無形的資產，儘管專利本身沒有形體，但它具有價值 	
	<ul style="list-style-type: none"> 新型專利: 構造、裝置、組合 	10年	<ul style="list-style-type: none"> 專利具有地域性，這表示專利權僅在專利被授予的國家或地區有效。 	

*台灣、美國及大部分國家

申請商標以在亞馬遜進行品牌註冊

商標申請圖樣範例

純文字商標



註冊號：02361235

純圖樣商標



註冊號：01723261

圖+字商標



註冊號：01216018

文字圖像化商標



註冊號：01710676

專利申請範例

資料處理

發明專利

(保護20年)

配方、化學式、製造方法



設計專利

(保護15年)

形狀、花紋、色彩

三眼鏡頭



機殼組裝構造

新型專利

(保護10年)

構造、裝置、組合

確認產品合規性, 注意各國限用物質

地區	相關合規規定
美國	<ul style="list-style-type: none"> • FCC：針對無線電相關產品，如Wi-Fi、藍牙、微波等設備 • DOE：針對小家電涉及電器相關產品 • FDA：食物接觸材料如微波爐、鍋、碗等需要符合相關要求 • 需要有能源標籤和電光源標籤的產品： • 電視機、電冰箱、冷藏櫃、冰櫃、洗衣機、室內空調、吊扇等
歐洲	<ul style="list-style-type: none"> • 需遵循CE、RoHS、WEEE（適用於電子電器產品）、食品接觸材料（Regulation EC NO. 1935/2004） • 如果銷售電器或電子設備（EEE），則可能需要遵守歐洲關於收集和回收電器與電子設備廢料（WEEE）的2012/19/EU指令（電器與電子設備廢料指令），以及實施這一指令的國家/地區法律。 • 有害物質限制（RoHS）指令：指令2011/65/EU限制了某些有害物質在電器與電子設備中的使用（RoHS），旨在推動對電器與電子設備廢料（WEEE）進行環保的回收和棄置。為了實現這一目標，RoHS指令限制在此類設備中使用某些有害物質。
日本	<ul style="list-style-type: none"> • 需遵循《電氣設備與材料安全法》（PSE）、無線電波法（適用於無線電波產品） • 同時，日本食品衛生法要求產品不得含有對人體造成危害的有毒有害物質，並設置相應的檢驗標準，只有通過了檢測和檢驗才能將產品出口到日本國內並進行銷售，日本厚生勞動省也會依據相應標準進行管控。具體要求可以參考【賣家平台】。

瞭解更多合規資訊可諮詢專業機構；或參考各網站合規說明（限制商品、產品安全、亞馬遜物流危險品等），請掃碼查看：



家居用品銷售建議



在既有產品上增加小功能

可以針對消費者日常生活中的小煩惱，對現有產品進行改造，這樣最簡單的家居小物也能讓消費者眼前一亮。



使用可回收材料

材料選擇上，若能使用可回收材料，會更受消費者青睞。



考慮個性化方向

由於家居產品大多數具有多種屬性，如材質、花色(顏色和圖案)、樣式、尺寸，所以建議賣家多考慮個性化，並給出更有競爭力的價格。



考慮消費者需求

歐洲五國消費者對於相同產品喜好略有不同，如床墊，德國人喜歡偏硬質地，法國人喜歡鬆軟的床墊，建議賣家可以針對不同區域消費者偏好做相應設計。

家居用品銷售建議



品牌獨創性和產品品質

建議提高獨創性和品質。



尋找細分品類(niche)

多留意近年來增長迅速的小品類，可以從市場容量、增長速度，產品難度係數等方面考慮，如近年，居家藝術手工品類(home arts, crafts & sewing 下的fabric)花布類表現不俗。



根據形勢變化即時調整站內推廣

使用站外平台(YouTube, Tiktok, Instagram, Facebook) 導入流量促進銷售



留意節日、假日贈禮需求

作為禮品需求贈送，產品敘述、包裝上也可以加入內容



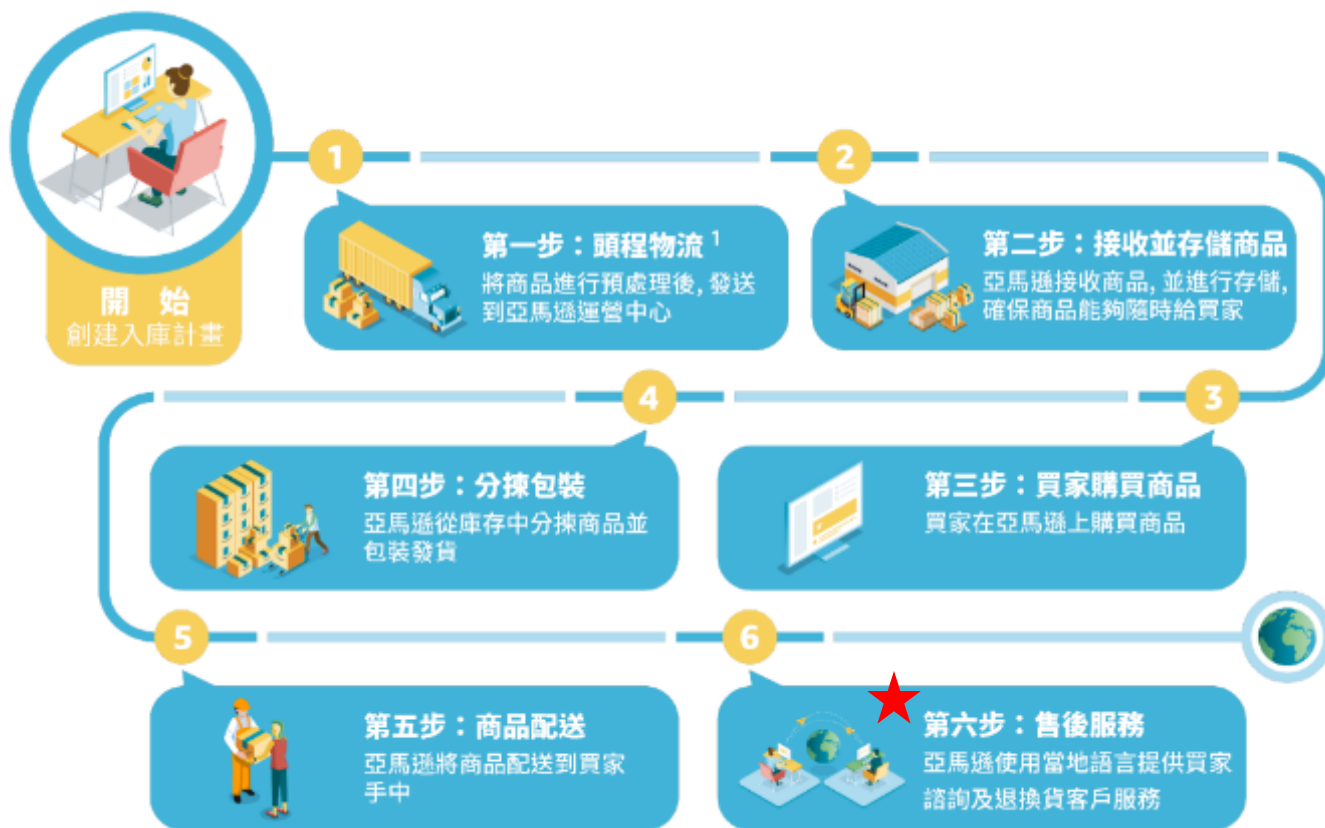
智能家居也是一大趨勢

提升產品功能，帶給消費者便利滿足生活需求

Q6

售後怎麼處理？

FBA倉庫 (Fulfilled by Amazon)協助退貨處理



FBA發貨手冊: https://m.media-amazon.com/images/G/28/TWGS/CN_GS_FBA_1.1_Intro.pdf?ref=as_tw_ags_su&initialSessionID=358-6962855-3801335&Id=SETWSOAGKWSPEXPO&IdStackingCodes=SETWSOAGKWSPEXPO



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

04

如何開始?



30天開賣準備計畫*

準備與註冊 [1~2 週]

商品上架 [1~2 週]

發貨 [2~3 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

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

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

*供參考
詳細時程視賣家準備狀況而定

註冊後
關鍵流程

亞馬遜旺季日曆

重點銷售檔期為: 1) 返工季, 2) 父親節, 3) Prime day

	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
返工季			返工季									
父親節						父親節						
Prime 會員日						Prime day						
返校季								返校季				
黑五網一											黑色星期五 網購星期一	
聖誕節												聖誕節

FAQ – 常見問題彙整

常見問題	參考
1. 如何定價?	<ul style="list-style-type: none"> • 很多賣家會低估前期成本導致定價太低。可以多蒐集市場資料，了解競爭對手的定價、你的定位、戰略等面向來定價，不要僅由成本加成來考量。 • 使用FBA，可參考亞馬遜的包材尺寸來打包產品，避免尺寸不符需要用更大的箱子裝箱，而產生額外的費用 • 成本的相關計算可以參考本文件 03評估跨境電商常見5大問題，利潤試算章節。
2. 第一次出貨量如何抓	<ul style="list-style-type: none"> • 第一次出貨的賣家由於沒有歷史資料可以參考，在出貨時可以考量下列幾點安排出貨量： <ol style="list-style-type: none"> 1. 是否可以忍受缺貨，在缺貨情況下是否可以用空運快速補貨 2. 產品的材積及重量會產生的可能倉儲費及退倉費用 3. 若沒有已知熱銷產品，是否需要少量多樣並且高頻次的出貨來測試市場累積資料 4. 販售品類的搜尋量已及熱銷程度 (可利用後台工具查詢)
3. Listing設計注意事項	<ul style="list-style-type: none"> • 應考量出貨市場居家風格設計商品圖片，如出貨北美可參考美式居家風格來準備圖文 • 參考其他賣家的文案 • 文案準備可參考本文件 03評估跨境電商常見5大問題，幫產品自我介紹: 產品介紹頁章節 • 亞馬遜官方Listing相關課程: https://gs.amazon.com.tw/learn/su/su-05
4. 旺季日曆怎麼配合	<ul style="list-style-type: none"> • 可以運用旺季日曆提前規劃一整年產品開發、備貨、出貨日程以及廣告策略 • 提前規劃運用亞馬遜促銷工具 • 搭配節慶更新品牌旗艦店網頁的視覺設計，讓消費者有新鮮感 • 旺季日曆可參考本文件 04 如何開始 章節

05 

新賣家限時優惠/資源 

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



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



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

代營運: 善恩創新  **DRS** Direct
Retail
Service

Rovi Kuo 02-2837-8995 ext.110
rovi.kuo@drs.network

商標: 律聯國際智慧財產權事務所  律聯商標專利
宏鼎Rulebook

02-2970-1028
service@rulebook.com.tw

頭程物流: 好好物流  **YES**
LOGISTICS

Andy Lin 02-2554-5146
ching.cc.lin@yeslogistics.com

金流: AirWallex  **Airwallex**

Matthew Chan
matthew.chan@airwallex.com