



2024亞馬遜 刊登資訊新版評分表

作為商品展示的門面和成交的管道，刊登資訊商品詳情頁的重要性不言而喻。為了幫助賣家打造更優質刊登資訊，提供消費者必要的資訊以提升購物體驗，

亞馬遜全新升級的新版「刊登資訊完整度評分表」

將於2024年1月1日全面正式上線！

各位賣家請標記儲存，使用新版評分表進行刊登資訊品質自測，
並按建議步驟修改與補充。

注意！新版標準全面實施後，現有商品詳情頁如不修正，
評級可能受到影響並降低，建議立即採取行動！

亞馬遜刊登資訊完整度打分表

分類	刊登資訊要素	家居生活用品	時尚	消費性電子產品	消費品
流量	有瀏覽節點	10	10	20	10
	有搜尋關鍵字	5	5	10	5
轉化	有A+內容管理員	12.5	12.5	10	12.5
	有品牌名稱	5	5	0	5
	有商品描述	5	5	10	5
	有1條商品要點	5	5	0	5
	有3條或以上商品要點	2.5	2.5	0	2.5
	關鍵屬性全都填寫	25	25	25	25
標題	10個字元<標題長度 <200個字元	5	5	5	5
	標題以品牌名開頭	5	5	0	5
圖片	圖片資訊完善度	5	5	5	5
	有4張或以上圖片	5	5	5	5
	主圖有縮放功能	10	10	10	10
滿分		100	100	100	100

得分80分以上 (A等級) 視為一個完整度合格的刊登資訊。

建議賣家以80分為自我診斷的標準，若低於80分，

需要立刻進行改善

A	80-100分	具有所有要素或僅缺少一個
B	70-79分	缺少1-2個要素, 有改善空間
C	60-69分	缺少2-3個要素, 有改善空間
D	50-59分	缺少3-4個要素, 需要改善
E	10-49分	缺少4-5個核心屬性, 曝光轉化會受到嚴重影響, 急需改善
F	0分	建立了ASIN但存在合規問題, 或缺少所有要素, 在搜尋和瀏覽介面被限制刊登

注意: 導致直接F級的扣分項

即使其他刊登資訊要素完整, 如有對流量或轉化產生嚴重影響的缺陷, 如「缺少主圖」、「標題長度超過200個字元」、「缺少顏色/尺寸等重要屬性」等都將直接導致完整度F級, 刊登資訊將被禁止顯示, 應儘快結合「修復商品工具」, 自查修復。

路徑: **賣家平台** > **庫存** > **管理所有庫存** > **在搜尋中遭到隱藏和不可售商品**

直接導致刊登資訊評級為F的扣分項

影響指標	扣分點	家居生活用品	時尚品類	消費電子品	消費品
流量	ASIN被隔離	-100	-100	-100	-100
流量	ASIN被抑制搜尋	-100	-100	-100	-100
合規	ASIN被網站拒絕	-100	-100	-100	-100
完整度	缺少主圖	-100	-100	-100	-100
完整度	缺少商品名稱	-100	-100	-100	-100
	商品要點超過10條	-5	-5	-5	-5

新增得分項

2024年升級版的得分內容包括：

- ☑ 關鍵屬性全部填寫
- ☑ 10個字元 < 標題長度 < 200個字元
- ☑ 標題以品牌名開頭
- ☑ 圖片資訊完善度



以上得分項有助於提升刊登資訊品質，
帶來更多流量



同時便於消費者快速瞭解產品資訊，
做出購買決策，提升銷量

關鍵屬性全都填寫



- ▶ 指刊登資訊上傳頁面系統推薦的屬性，用於豐富產品資訊，**填寫越多得分越高**，全部填寫即為滿分。
- ▶ 清晰、正確的屬性能夠說明消費者更好地瞭解產品資訊，從而**做出購買決策**，並且**減少後續可能的退貨**。

關鍵屬性填寫路徑：

▶ 單個產品上傳頁面

填寫路徑：**賣家平台** ▶ **新增產品** ▶ **商品詳情**

商品編輯單個上傳頁面標記為**Required**屬性組**全部填寫**，標記為**Recommended**屬性組盡可能完善填寫

▶ 批量上傳頁面

填寫路徑：**賣家平台** ▶ **型錄** ▶ **透過上傳新增產品**
下載試算表 ▶ 選擇「**下載試算表**」獲取商品範本
詳細操作步驟請點[此連結](#)

下載對應類別產品庫存檔範本，在[Data Definitions]表格裡標記為**Required**屬性組**全部填寫**，標記為Preferred和Optional選填項的[基礎 Basic]，[發現 Discovery]，[商品資訊完善 Product Enrichment]，[尺寸 Dimension]屬性組儘量完善填寫

關鍵屬性顯示位置：

搜尋結果頁的最左側、刊登資訊頁面中

“

10個字元 < 標題長度 < 200個字元

”

標題長度小於200個字元, 並多於10個字元, 包括字母、數字、運算符號、標點符號和其他符號在內

推薦使用工具:

▶ 修復商品工具

Fix Your Product

可檢查商店中哪些商品的標題需要修改

使用路徑: 賣家平台 ▶ 庫存 ▶ 在搜尋中遭到隱藏和不可售商品

▶ 產生商品內容

Generate Listing Content

輸入關鍵字或欄位, 可產生刊登資訊標題、

商品描述和五點描述

使用路徑: 賣家平台 ▶ 新增產品



標題以品牌名開頭

TITLE

標題以「品牌名稱」欄位填寫的**品牌名**開頭
(如品牌名為abcd, 則標題應為abcd xxxxxxxxxxxxxxx);
如果是無品牌產品, 則此項不得分

推薦進行亞馬遜「**品牌註冊**」：

即「品牌備案」, 是使用亞馬遜品牌工具的前提

<https://brandservices.amazon.com/cn>



圖片資訊完善度



考察商品圖片所傳達的資訊豐富程度，目的是給消費者傳遞更清晰豐富的產品資訊，帶來更好的購物體驗。

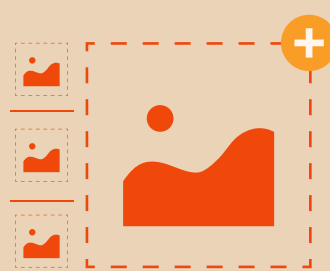
如何提升圖片資訊完善度？

- ▶ 根據不同類目產品特性，從**產品本身 + 多角度 + 使用場景 + 尺寸/細節展示**等角度盡可能豐富圖片傳達的產品賣點資訊。

至少包含4張圖片

主圖高解析度可縮放

確保符合合規要求



- ▶ 確保主圖、附圖符合類別**合規要求**：

- ☑ 主圖需採用純**白色背景** (RGB色值為 255、255、255)
- ☑ 主圖必須是實際商品的專業照片 (不得是圖形、插圖、實物模型)
- ☑ 單一正面角度展示**商品本身**，不得展示不出售的配件或者標誌/浮水印/色塊/文字等，商品應佔據**主圖85%**以上
- ☑ 圖片的最長邊不應低於1,600像素，滿足此最小尺寸要求可在網站上實現**縮放功能**。圖片最長邊不得超過10,000圖元
- ☑ 亞馬遜接受PEG、TIFF或GIF檔案格式，但**首選JPEG** (不支援.gif格式的動畫)
- ☑ 鞋靴主圖片應採用單只鞋靴，**呈45度角朝向左側**
- ☑ 女裝和男裝主圖片應採用**模特照**
- ☑ 所有兒童和嬰兒服裝圖片均應採用**平放**拍攝照 (不透過模特兒)



瀏覽節點



- ▶ 是用於對產品進行分類的**終端節點**，方便買家通過搜尋和瀏覽功能來尋找商品。
 - ▶ 買家在瀏覽時可以通過選擇特定的商品分類和子分類來進一步縮小搜尋範圍，鎖定想要購買的產品。**為準確引流，需要將分類選到瀏覽節點 (即最小分類) 上。**
-
- ▶ 說明頁面搜尋【庫存檔範本和分類樹指南】轉至【**庫存檔範本和分類樹指南**】，從表中的相關連結下載相應的分類樹指南。
 - ▶ 上傳庫存範本檔時，使用**相應的分類節點編號**。
注：歐洲站請搜尋【庫存檔範本】，日本站請搜尋【**庫存檔範本、分類商品資訊指南和分類樹指南**】



搜尋關鍵字



準確豐富的關鍵字，有助於提高商品被搜尋到的幾率，間接地提高商品的**點擊率**，引入**更多流量**。

如何最佳化搜尋關鍵字？

- ☑ 透過蒐集亞馬遜商城中同類商品的**賣點文字描述**和**消費者評論**中鎖定消費者關注的賣點
- ☑ 透過賣家平台的**廣告報告**提煉高頻賣點
- ☑ 透過搜尋引擎尋找**目標網站當地的搜尋關鍵字網站**，進行關鍵字排名查看
- ☑ 透過**目標網站當地的零售業網站**，查看搜尋欄推薦和相關產品廣告語
- ☑ 透過相關產品的**海外測評部落格或影片**，查看買家關注的商品賣點
- ☑ 透過**亞馬遜商機探測器**定位關鍵字

推薦使用工具：

亞馬遜商機探測器
Product Opportunity Explorer

透過關鍵字搜尋，找該目標的熱門搜尋詞

使用路徑：**賣家平台** ➔ **成長** ➔ **機會瀏覽器**

亞馬遜品牌分析報告
ABA

可查看各類別的熱門關鍵字、關鍵字搜尋量和競爭度

使用路徑：**賣家平台** ➔ **品牌** ➔ **品牌分析**





A+內容管理員

A+

- ▶ A+內容管理員顯示在電腦端刊登資訊的最下部，可以透過圖片和文字的組合來**提高商品宣傳效果**。
- ▶ A+內容管理員與普通商品描述頁面不同的是，它可以透過豐富的圖文、影片等展現出商品的實際使用場景，營造商品使用氛圍，展現商品功能，大大增加商品頁的吸引力，**提升刊登資訊轉化率，從而提升銷量**。

推薦使用工具：

A+內容管理員

A+

可用圖文等區塊自訂商品詳情頁，最佳化展示效果

使用路徑：**賣家平台** ▶ **廣告** ▶ **A+內容管理員**



商品要點



- ▶ 商品要點透過傳達商品的主要功能和賣點，可以和其他同類產品**形成差異化**。
- ▶ 簡潔的、好的商品要點有助於顧客更進一步地瞭解商品資訊，瞭解商品魅力，**進一步提升商品對顧客的吸引力**。

各類別商品要點撰寫邏輯：

品類	基本邏輯	內容提示
戶外用品	特點 (最大賣點) + 尺寸 + 材質 + 功能 + 特徵 + 使用方法 + 場景	組裝方法, 牢固程度, 防水, 便攜等
消費電子品	特點 (最大賣點) + 規格 + 使用方法 + 適配性	操作簡單, 節電, 防水等
時尚品類	材質 + 尺寸 + 設計理念 + 商品特點 + 場景	加工工藝, 適合人群, 伸縮性, 吸汗速幹, 透氣, 防臭等
家居生活用品	特點 (最大賣點) + 尺寸 + 功能 + 特徵 + 承重 + 場景	1.商品某種特徵會給消費者的生活帶來怎樣改變 (例如, 尺寸小 → 便於收納、攜帶等) 2.人體工學, 透氣, 使用感受, 保養/清洗, 組裝方法等

推薦使用工具：

產生商品內容

Generate Listing Content

輸入關鍵字或欄位, 可產生刊登資訊標題、

商品描述和五點描述

使用路徑: **賣家平台** ➔ **新增產品**



商品描述



- ▶ 商品描述是對商品更深入的文字說明。詳細描述不僅僅是商品功能更詳細的介紹，更是商品要點的補充。
- ▶ 商品描述可以幫助消費者想像擁有或使用商品所帶來的體驗，讓賣家能夠提供盡可能接近實體店的購物體驗。在手機端上，商品描述顯示在五點描述之前。所以，一個好的商品描述，**可以增加顧客對產品的信任，從而促進轉化。**

推薦使用工具：

產生商品內容

Generate Listing Content

輸入關鍵字或欄位，可產生刊登資訊標題、

商品描述和五點描述

使用路徑：**賣家平台** ➔ **新增產品**

推薦調整步驟



第1步

最佳化內容：自測整體ASIN情況，制定更新計畫

所需時間：1-2周

可用工具：

- 新版評分表
- 成長機會
- 修復商品(Fix Your Product, FYP)
- 商品資訊品質儀表板(Listing Quality Dashboard, LQD)

第2步

最佳化內容：補充商品資訊、上傳圖片、批量更新

所需時間：4-6周

可用工具：

- 產生商品內容(最佳化標題、商品描述、五點描述)、
- (圖片)風格指南
- 建立國際商品資訊(BIL)
- 一鍵Listing通全球(LOSG)

第3步

最佳化內容：檢查刊登資訊、同步各網站ASIN

所需時間：2周

可用工具：

- 修復商品(Fix Your Product, FYP)
- 商品資訊品質儀表板(Listing Quality Dashboard, LQD)
- 建立國際商品資訊(BIL)
- 一鍵刊登資訊通全球(LOSG)

常見問題整理

無品牌產品標題品牌名應該如何書寫？

如果是無品牌產品，在「標題以品牌名開頭」項預設不得分

Q1

如何完善關鍵屬性完整度？

- 1.商品編輯單個上傳頁面標記為**Required**屬性組**全部**填寫，標記為**Recommended**屬性組盡可能完善填寫
- 2.批量上傳商品範本選擇「更新商品詳情」，範本中標記為**Required**屬性組**全部**填寫，標記為**Preferred**和**Optional**選填組盡可能完善填寫

Q2

如何提升圖片資訊完善度？

- 1.確保主圖、附圖符合類別合規要求
- 2.根據不同類別產品特性，從產品本身+多角度+使用場景+尺寸/細節展示等角度盡可能豐富圖片傳達的產品賣點資訊，多參考競品熱賣商品的圖片，取長補短

Q3

以上新版評分標準將於2024年1月1日正式實施
請各位賣家即刻將現在的刊登資訊與此標準進行對照調整
提升刊登資訊品質!