

# 李斯婷 追求計畫

LISTING從0到1  
新手入門完全指南  
(下篇) 上傳後優化

Listing  
0-100  
公開課



李斯婷是誰？

李斯婷是誰？



## 李斯婷就是商品詳情頁Listing



學習創建Listing是在亞馬遜上開店的第一步。想成為跨境熱銷全球尖子生、實現高效引流熱銷，從0-1打造一條優秀的Listing更是關鍵的一環。為了幫您用正確的姿勢追到李斯婷，亞馬遜全球開店推出**李斯婷追求計畫——Listing 0-100公開課**，為新老賣家提供從0-1、從1-100的Listing學習、進階成長指南，不僅助力新賣家更快上手Listing的創建優化，也可以幫助老買家自省自查，不斷更迭優化，打造高質量的商品詳情頁。

### Listing 優化工具 大全

- 優化Listing工具清單
- 為詳情頁增加更多展示形態
- 發現優化Listing的機會

適用於所有賣家

### 旺季 Listing 備戰指南

- 影響旺季流量和轉化的因素
- 旺季優化Listing的架構與步驟
- 適合不同網站的旺季風格與要素

適用於所有賣家

### 從0到1 新手Listing 指南(下)

- Listing基礎優化方式
- 檢查並修復Listing完整度
- 上傳第一個Listing後的注意事項
- 常見疑難問答

適用於新手賣家

### Listing 健康診斷與 修復

- Listing完整度(IDQ)的重要性、自我檢查修復
- AHR是什麼？影響AHR的Listing要素
- 可能的Listing合規風險避免與處理

適用於所有賣家



# 透過Listing從0-1新手入門完全指南

我們希望能幫助解答以下問題：

## 📄 Listing的作用與組成

Listing在亞馬遜起什麼作用？  
一個Listing是由哪些元素組成的？

## 📄 上傳前準備

上傳第一條Listing前要準備什麼？  
在上傳前該完成哪些手續？

## 🔍 優秀Listing的產生

商品的標題描述要如何撰寫，哪裡找素材和例子？  
Listing的圖片和展示板塊要怎麼優化？

## ✅ 防止下架與自我檢查

我的Listing被下架/限制刊登怎麼辦？如何防止？  
怎麼看我的Listing是否完整且合規？

## 💬 新手常見疑問

商品變體怎麼操作？  
圖片和標題的限制是什麼？可以用HTML嗎？  
關鍵字最多可以有多少個字元？

## 目錄 Contents

### 建立一個優秀的Listing 05

- ┆ [選擇瀏覽節點](#) ..... 05
- ┆ [優化搜尋關鍵字](#) ..... 08
- ┆ [優化標題](#) ..... 09
- ┆ [優化主圖](#) ..... 10
- ┆ [優化附圖](#) ..... 15
- ┆ [優化商品要點](#) ..... 17

### 檢查Listing的完整度及自我修復 21

- ┆ [Listing完整度如何打分?](#) ..... 21
- ┆ [如何檢查並修復Listing?](#) ..... 22

### 在多網站上傳並拓展Listing 23

- ┆ [一鍵Listing通全球V.S.建立國際商品資訊](#) ..... 23

### Listing合規清單 24

- ┆ [圖片合規基本要求](#) ..... 24
- ┆ [標題合規基本要求](#) ..... 25
- ┆ [變體合規基本要求](#) ..... 26

### 常見問題 27

- ┆ [常見問題-優化篇](#) ..... 27

# 建立一個優秀的Listing

李斯婷的美不止一面!



建立與優化

## ► 建立一個優秀的Listing的重要性



## ► 選擇瀏覽節點

### 📖 瀏覽節點的重要性

瀏覽節點分為「分支節點」和「葉節點」，使用葉節點添加商品，分支節點僅用於建立店鋪設計。如果將分支節點用於添加商品，適合買家的商品曝光率將受到限制，這可能會對您的銷量帶來負面影響。如果您未設定瀏覽節點和細化，您的商品將不會包含在細化搜尋中，這會導致錯過許多曝光機會。如右圖所示，使用正確的葉節點對於提高銷量極為重要。

分類正確的商品	分類錯誤的商品
<p>分類: 輕便型數碼相機。</p> <p>該商品顯示在“輕便型數碼相機”分類節點及其上的所有位置中。買家能在“輕便型數碼相機”分類節點中輕鬆找到該商品。</p>	<p>分類: 數碼相機 (分類過於寬泛)</p> <p>該商品顯示在“數碼相機”分類節點中。儘管“輕便型數碼相機”分類節點是該商品的正確節點，但買家無法在其中找到該商品。</p>



## 如何選擇正確的瀏覽節點？

在賣家後台搜尋「庫存檔案範本、分類商品資訊指南和分類樹指南」，根據商品的分類點擊下載指南。在分類樹指南中可以瀏覽該分類下的所有節點，並進行細化。

Node ID	Node Path	Query	Refinement Link
1	7141124011	Clothing, Shoes & Jewelry	
2	7147444011	Clothing, Shoes & Jewelry/Baby	
3	7028013011	Clothing, Shoes & Jewelry/Baby/Baby Boys	
4	2478436011	Clothing, Shoes & Jewelry/Baby/Baby Boys/Accessories	department_name:baby-boys AND item_type_ke
5	7874755011	Clothing, Shoes & Jewelry/Baby/Baby Boys/Accessories/Bibs & Burp Cloths	
6	7874766011	Clothing, Shoes & Jewelry/Baby/Baby Boys/Accessories/Bibs & Burp Cloths/Bibs	item_type_keyword:baby-bibs
7	21389677011	Clothing, Shoes & Jewelry/Baby/Baby Boys/Accessories/Bibs & Burp Cloths/Bibs/Drooling Bibs	item_type_keyword:baby-drooling-bibs
8	21389675011	Clothing, Shoes & Jewelry/Baby/Baby Boys/Accessories/Bibs & Burp Cloths/Bibs/Feeding Bibs	item_type_keyword:baby-feeding-bibs
9	21389676011	Clothing, Shoes & Jewelry/Baby/Baby Boys/Accessories/Bibs & Burp Cloths/Bibs/Teething Bibs	item_type_keyword:baby-teething-bibs
10			

Node ID	Node Name	BtgRefinement Name	Attribute
339	7874767011	Baby Burp Cloths	Color
340	7874767011	Baby Burp Cloths	Color
341	7874767011	Baby Burp Cloths	Color
342	7874767011	Baby Burp Cloths	Color
343	7874767011	Baby Burp Cloths	Color
344	2376215011	Baby Doll Lingerie	Color
345	2376215011	Baby Doll Lingerie	Color
346	2376215011	Baby Doll Lingerie	Color
347	21389677011	Baby Drooling Bibs	Color
348	21389675011	Baby Feeding Bibs	Color
349	2478435011	Baby Girls' Accessories	Color

建立與優化

## 如何選擇正確的瀏覽節點——單個商品更新

1) 在賣家平台點擊「管理庫存」，輸入想更改的商品ASIN編號，點擊「搜尋」尋找，點擊右側「編輯」。

2) 在編輯頁面上，點擊「重要資訊」，找到「Item Type」，點擊「編輯」。

3) 在彈出的「編輯分類」頁面，選擇正確的葉節點，並點擊「選擇」。

## I 如何選擇正確的瀏覽節點——批次更新

### 1) 下載庫存文件範本

- ① 點擊「庫存 > 批次上傳商品」，打開批次上傳商品界面；
- ② 選擇點擊「產生範本」；
- ③ 「檔案範本」頁面將在另一視窗中打開。從庫存檔案（不含宏）為要使用「庫存檔案範本」更新的商品所屬的分類下載範本。



### 2) 建立我的庫存文件

參考庫存檔案中的「數據定義」和「範例」表，在範本中輸入必要的資訊。

對瀏覽節點和細化進行批次更新時，請輸入以下三項。

- ① 必填屬性（商品管理編號/SKU、標題、品牌名稱等）；
- ② 要修改的資訊（瀏覽節點、細化）；
- ③ 更新/刪除。

### 3) 在「批次上傳商品」頁面點擊「上傳您的庫存文件」，上傳文件。



## ▶ 優化搜尋關鍵字



### 搜尋關鍵字的重要性

準確、豐富的關鍵字，有助於提高商品被搜尋到的幾率，使商品有更多機會被展示。間接的提高商品的點擊率，引入更多流量。



### 關鍵字的尋找方法

#### 1 鎖定消費者追蹤賣點

- ① 透過搜集前台商品資訊鎖定消費者追蹤的賣點—文字&評論。
- ② 透過後台報告提取高頻賣點—廣告報告。



#### 気になるトピックのレビューを読もう

ロボット掃除機    ダストボックス    買ってよかった    買って良かった

掃除してくれる    初めてのロボット    ゴミ捨て    普通の掃除

掃除ロボット    掃除機をかける    掃除機をかける    コスパ最高    値段以上

#### 気になるトピックのレビューを読もう

ロボット掃除機    ダストボックス    保証期間    充電ステーション

初めてのロボット    掃除してくれる    買ってよかった    掃除ロボット

買って良かった    回転ブラシ    方向転換    ゴミ捨て    落下防止

#### 1 跨界找詞豐富詞庫

##### ① 搜尋引擎——關鍵字排行

ウェブ 画像 動画 知恵袋 地図 リアルタイム 求人 一覧

注目キーワード一覧    検索

約252,000,000件

検索ツール

【楽天市場】注目キーワードランキング!

search.rakuten.co.jp > 楽天市場トップ > 全商品一覧 - キャッシュ

楽天市場で最近話題のものから定番まで! 楽天市場でよく検索されている注目キーワードが一目でわかる「注目キーワード一覧」をチェック! 楽天市場は、セール商品や送料無料商品など取扱商品数が日本最大級のインターネット通販サイト・オンライン...

ウェブ 画像 動画 知恵袋 地図 リアルタイム 求人 一覧

検索キーワードランキング    検索

約779,000,000件

Google    google trends

All Images News Videos Maps More Settings Tools

About 1,590,000,000 results (0.43 seconds)

Google Trends

https://trends.google.com/trends/

Explore how Google data can be used to tell stories. Visualizing Google data. Welcome to our data visualization project, where we tell stories with data and...

ウェブ 画像 動画 知恵袋 地図 リアルタイム 求人 一覧

keyword-suggest.com    検索

約85,300,000件

検索ツール

キーワードサジェスト

www.keyword-suggest.com/ - キャッシュ

主要検索エンジン、通販モール、オークションを調査“今”検索されているキーワードがわかります。続けての調査は3秒以上開けて行ってください。Google · □ iPhone7 · □ iPhone7 ケース · □ iPhone7plus · □ iPhone7 中古 · □ iPhone7 ...

ヤフーショッピング 検索キーワードランキング (ベター版)

##### ② 本土零售業網站——搜尋欄推薦詞&廣告語

★ macys    STORES DEALS LISTS GIFTS WEDDING REGISTRY

SHOP BY DEPARTMENT

Sale & Clearance    Bed & Bath    Kitchen

Women    All Bed & Bath    All Kitchen

Beauty    Bath    Air Fryers

Men    Bed In A Bag    Bakeware

Kids & Baby    Bedding Collections    Blenders & Juicers

Shoes    Comforters    Coffee Makers

Home    Pillows    Cookware

Sheets & Pillowcases    Cutlery & Knives

ドレス

すべて    メンズ

ドレスパンツ 結婚式

ドレスワンピース

ドレス 結婚式

ドレスワンピース 結婚式

ドレスパンツ

探す

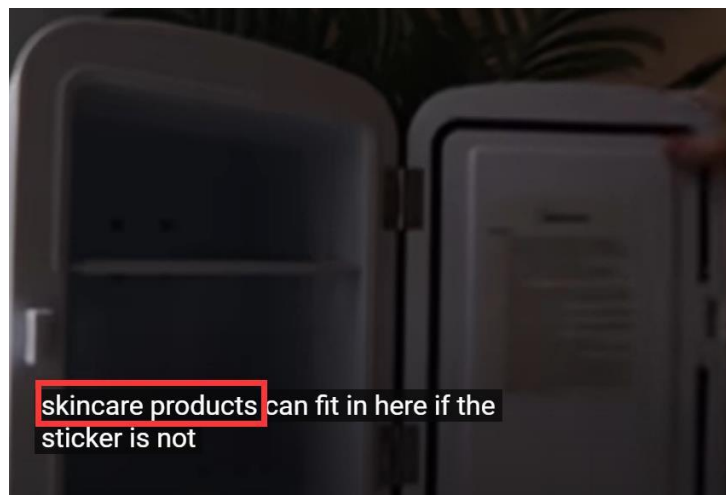
ブランドから探す

ショップから探す

ランキングから探す



### ③ 測評博客/影片



建立與優化

### 關鍵字的埋詞方法

#### 上新期

- ① 關鍵字：大詞，長尾詞，多，廣。
- ② 方法：前台大數據分析；站外搜尋關鍵字；廣告日曆的節日熱詞。

#### 成熟期

- ① 關鍵字：精準詞，高轉化詞。
- ② 方法：廣告報告；評論。

#### 維護期

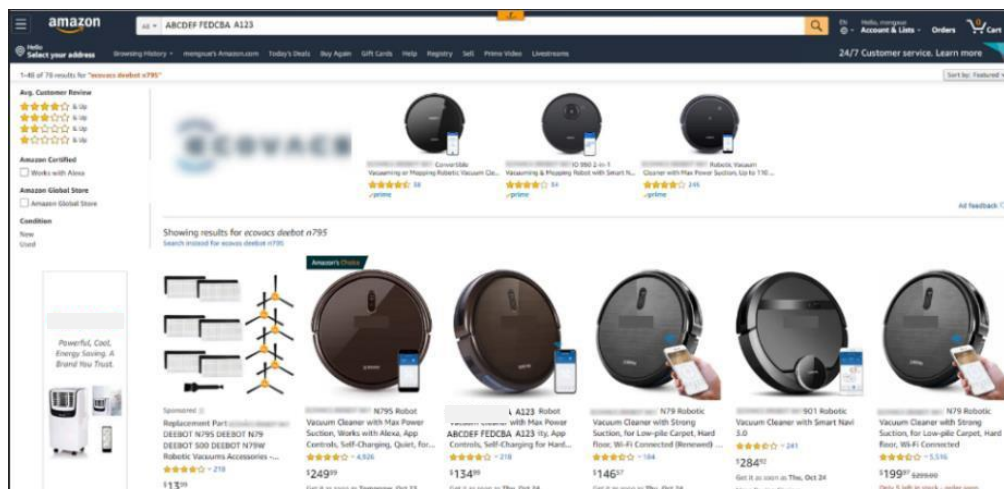
- ① 關鍵字：精準詞，高轉化詞，季節性熱點詞。
- ② 方法：廣告報告；當季熱點詞；評論；站外搜尋關鍵字。

### 優化標題

### 標題的重要性

會影響商品在搜尋結果當中的顯示情況

有助於讓買家做出正確快速的購買行為





### 優質標題的特點

- | **核心詞：** 1-3個關鍵字；商品定位詞；消費者用來搜尋商品的詞語。
- | **賣點：** 材質/功能/場景等；和其他同類商品形成差異化的詞語。
- | **易讀易懂：** 簡潔清晰格式分明；無詞語堆砌。



### 優質標題建議使用格式

- | **建議格式：** 品牌名+核心關鍵字+（特性詞/功能詞/屬性詞）+其他（規格/受眾/場景/相容等）。
- | **範例：** ABC Bluetooth Speaker, 6W Deep Bass Portable Waterproof Speakers for Outdoor Activities.



### Listing標題寫作總結

- | **建議格式：** 品牌名+核心關鍵字+（特性詞/功能詞/屬性詞）+其他（規格/受眾/場景/相容等）。
- | **範例：** ABC Bluetooth Speaker, 6W Deep Bass Portable Waterproof Speakers for Outdoor Activities.

寫作重點	一定要	一定不要
關鍵字	核心關鍵字往前放，3-5個最佳	堆砌關鍵字、放和自身商品無關的詞
賣點	消費者追蹤的核心賣點一定要寫	從生產角度出發寫賣點
美感	遵守亞馬遜標題格式要求，善用標點和括弧	格式錯亂，無標點
長度	控制字元，儘量精簡	太長，在電腦端顯示不全
表達	無語法、拼寫錯誤，無中式表達	有拼寫和自造詞組甚至純中文

## ▶ 優化主圖



### 主圖的重要性

- | 顧客對於商品最直覺的印象來自主圖，其品質很大程度上影響了點擊率。
- | 主圖還起到將消費者從搜尋結果一覽頁面引導至商品詳情頁面的重要作用。





## 主圖的優化技巧

### I 合理使用陰影和倒影

合理的陰影和倒影可以讓商品更具高品質和真實感，但是要注意陰影和倒影不能超過圖片邊方塊。可以使用P圖方式添加陰影，但應該注意不能分散注意力。



### I 家居類



家居類產品真實商品拍攝，可適當P圖，還原產品本身質感和光澤。



避免在圖片上出現人為修飾上的LOGO，真實展示產品全貌，便於顧客判斷。

### I 飾品類



使用能展示商品賣點角度的平鋪圖。



飾品類商品主圖避免使用模特。



加分項：透過一定角度拍攝，呈現立體圖感；展現細節，尤其是核心賣點。

## 服裝 (男裝、女裝)



使用真人模特拍攝時，應站立姿勢拍攝，自然大方，展現正面上身效果。並根據不同國家審美習慣調整風格。



避免使用非專業模特；  
避免商品被部分裁剪。

## 鞋類



鞋類主圖片推薦僅使用左腳照片，鞋頭朝左，以略微俯視的角度拍攝3/4左右。



圖片佔比不能小於85%，否者容易引起消費者誤解；鞋子角度要統一，鞋頭朝左。

## 時尚品類—拍攝有助於提升視覺效果的圖片

- ① 全身圖：模特頭頂上方留空1行，鞋子下方留空2行。

Lens: 85 mm



- ② 半身圖

頭頂上方留空1行，最長的手指下方空2行截圖圖片；  
如果是更長款的服裝，可以從服裝邊緣往下空2行截圖圖片。

Lens: 85 mm



### ③ 褲子

從腰帶上方2行開始截取圖片，鞋子下方留空2行。



### ④ 泳衣

從腰帶上方2行開始截取圖片，鞋子下方留空2行1行截取圖片；

背面圖-在頭頂上方留空1行，手肘下方4行處截取圖片。



## ▶ 優化附圖



### 附圖的重要性

- 1 附圖可以將商品賣點和特性傳達給賣家，引起買家的興趣，增強商品的黏著度；
- 1 高品質商品圖片不僅會影響商品轉化率，還會影響商品搜尋排名。

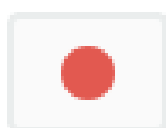


### 附圖的優化技巧

- 1 **基本要求：** Listing應圍繞商品核心賣點進行展示，方便消費者快速相符其購買訴求，做出購買決定；
- 1 **加分技巧：** 在展現形式上，附圖可透過文字、數位、場景等多種形式展現商品，圖片風格建議統一，給消費者優質的瀏覽體驗。

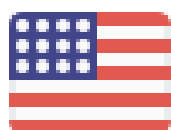


### 1 附圖優化技巧1——本土化風格（時尚類商品為例）



#### 日本站

- 1 多使用形象優雅、溫柔婉約的亞洲模特，東方面孔
- 2 圖片色彩柔和，風格清新
- 3 不要使用飽和度過高的顏色
- 4 建議提供全身搭配方案，但配飾也要相對



美國站

- ① 多使用明艷動人、自信張揚的歐美模特、西方面孔；
- ② 傾向於透過Pose展示身體的曲線美；
- ③ 圖片飽和度相比日本站較高；
- ④ 重點突出款式/顏色的流行元素。



### 附圖優化技巧2——緊跟季節元素

- ① 藍色、綠色、黃色系都非常能體現夏季特點，使用冰塊、海洋、陽光等元素，充分體現夏日特色。





② 花草元素、明媚的光照都能很好地體現春夏特點。



③ 暖色系，紅橘色系，聖誕的阿白綠色系都非常能體現秋冬季特點。



## ▶ 優化商品要點



### 商品要點的重要性

- 可以傳達重要的商品功能，突出有關商品的重要資訊；
- 測試表明，精心編寫的商品要點有助於提升銷量。



Roll over image to zoom in

★★★★☆ 7,579 ratings | 1000+ answered questions  
Amazon's Choice for "add on blink camera"

Price: \$79.99 & FREE Shipping. Details

Configuration: Indoor 1 Camera System

Indoor 1 Camera System \$79.99	Indoor 2 Camera System \$139.99	Indoor 3 Camera System \$189.99	Indoor 5 Camera System \$279.99	Indoor Add-On Camera \$69.99
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	---------------------------------

WORKS WITH ALEXA  
Add voice control by combining with an Alexa device

This item	Required
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Total Price: \$129.98  
Add both to Cart

^ See Less

- MOTION DETECTOR: Built-in motion sensor alarm, when motion detector is triggered, WIFI cameras send an alert to your smartphone and record a short clip of the event to the cloud
- BATTERY POWERED SECURITY SYSTEM: Wireless home camera with 2-year battery life, powered by 2 Lithium AA 1.5v non-rechargeable Lithium batteries (included), data is sent from IP cameras over Wi-Fi
- SMART HOME SECURITY: Simple self-install home monitoring in minutes; easy control wireless cameras with the included iOS & Android apps or via voice through our Amazon Alexa Skill!
- ADVANCED HOME SURVEILLANCE: Home and pet monitoring in real time with video camera "Live View" streaming mode
- FREE CLOUD STORAGE: Totally wire-free, with no monthly fees or service contract required. (Requires iOS 10.3 or Android 5 Lollipop or higher)
- WORKS WITH ALEXA - View live streams, motion clips, arm and disarm your system, and set up smart reorder for batteries through select Alexa-enabled devices.



## 商品要點的特點

- ▮ **突出商品的重要/特殊資訊**：我的商品和別人有什麼不同？我的優勢在哪裡？
- ▮ **緊密結合消費者評論**：買家最為追蹤的點是哪些？



## 商品要點的寫作技巧

品類	基本邏輯	內容TIPS
戶外類	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
消費電子類	特點（最大賣點）+規格+使用方法+搭配性	操作簡單，節電，防水等
服飾類	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
家居類	特點（最大賣點）+尺寸+功能+特徵+承重+場景	<p>1.商品某種特徵會給消費者的生活帶來怎樣改變 (e.g.尺寸小→便於收納，攜帶等)</p> <p>2.人體工學，透氣，使用感受，保養/清洗，組裝方法等</p>



## 商品要點的優化思路

- ▮ **充分把握當地消費者的心理/文化習慣**（日本站VS.美國站-掃地機器人為例）



- THE ULTIMATE ROBOT MOP - The robot mops like you would. You can tell it where and when to clean, and Precision Jet Spray helps tackle sticky messes and kitchen grease
- MOPPING THAT FITS SEAMLESSLY INTO YOUR LIFE - Ideal for multiple rooms and larger spaces. Navigates around objects and under furniture. Cleans finished hard floors including hardwood, tile and stone
- GUIDED BY SERIOUS SMARTS - With navigation, the m6 learns the layout of your home and builds personal Smart Maps, enabling it to expertly clean and navigate in neat, efficient rows. If it's running low on battery, it recharges and resumes cleaning

- ① 購買掃地機器人的日本消費者可能會擔心，使用時噪音會不會很大，是否會影響他人。因此，「低噪音」需要做為一條重要的賣點在日本站單獨提煉出來，且位置要靠前；
- ② 由於文化差異，對於歐美消費者而言，噪音的分貝高低並不是他們對於掃地機器人的核心訴求。因此，「低噪音」這一賣點在歐美站可以不重點突出，相反他們更重視適合大空間、多房間使用，導航是否智慧等。

### 協助消費者營造真實應用場景（日本站為例）



**中譯：**【適用場景】不僅可以做為音樂播放機，也可以做為室內裝飾品來使用。可以應對家裡的客廳、辦公室、咖啡店、酒店大廳、俱樂部等各種各樣的場景。功能性和鑒賞性並存。最適合送禮，可以送給家人、戀人、朋友、照顧過自己的前輩等，這是一件能讓喜歡音樂的人和喜歡古董的人感到高興的好禮物

- ① 營造真實的應用場景，可以讓消費者有身臨其境使用商品的感覺，一定程度上能激發消費者的購買意願；
- ② 日本消費者喜歡閱讀與使用場景相關的內容，在Listing中加入多種實際使用場景，更容易增加其購買欲望。例如「音樂播放機不僅可用來聽音樂，還是有生活情調的復古裝飾品，也可做為禮品送給既喜歡欣賞音樂，又喜歡老物件有品味的人」。

### 使用場景等介紹中加入季節/時令/節日等熱點詞語



**中譯：**【材質】表面採用亞克力素材，背面採用PVC素材，防水效果非常好。在林中，草地，沙灘等地面使用時能有效隔絕地面的濕氣和涼氣

【適用場景】墊子有一定的厚度，即使長時間坐著也不容易疲憊。是非常適用於野餐，賞花，爬山，遠足等出遊活動。可以和家人一起使用

商品要點優化總結

寫作重點	一定要	一定不要
寫多少	5行賣點都寫全	只寫2-3個賣點
寫什麼	寫消費者最追蹤的賣點	只寫自己認為重要的點
怎麼寫	每行提煉一個小標題，對應一個賣點	堆砌文字、沒有重點 大段文字未體現核心賣點
加分技巧	短語比長句好，使用類比、數位、排比等手法更加分	全是陳述句、感歎句 大段的主觀表達

## 檢查Listing的完整度並自我修復

不斷修煉做更好的李斯婷!



### ▶ Listing完整度如何打分? (流量及轉化影響指標解讀)

亞馬遜Listing完整度打分表		
得分要點 (核心屬性)	得分點性質	分數
瀏覽節點為葉節點 (10分)	基本要素	70
有搜尋關鍵字 (20分)		
有品牌名稱 (10分)		
有商品描述 (10分)		
有2-3點商品要點 (20分)		
有4-5點商品要點 (10分)	進階要素	70-100
有A+頁面 (10分, 時尚品類不適用)		
有3張以上圖片 (10分)		
主圖有縮放功能 (10分)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>┆ 80分-100分: ASIN具有所有核心屬性</li> <li>┆ 70分-79分: ASIN缺少某一個核心屬性, 有改善空間</li> <li>┆ 60分-69分: ASIN缺少1-2個核心屬性, 有改善空間</li> <li>┆ 50分-59分: 缺乏3-4個核心屬性</li> <li>┆ 1分-49分: 曝光轉化會收到嚴重影響, 急需改善</li> <li>┆ 0分: 建立了 ASIN但存在合規問題, 或缺少所有要素, 在搜尋和瀏覽頁面被限制刊登</li> </ul> <p><b>*建議賣家以80分做為自我診斷和基礎優化標準</b></p>		

影響指標	要素	傢俱生活用品	時尚品類	消費電子類	消費品
流量	瀏覽節點為葉節點	20	20	20	20
	有搜尋關鍵字	15	10	15	15
轉化	有品牌名稱	15	20	15	15
	有商品描述	15	10	15	15
	有1條商品要點	2.5	5	2.5	2.5
	有2-3條商品要點	5	5	5	5
	有4條以上商品要點	7.5	0	7.5	7.5
	有A+頁面	10	0	10	10
	有3張或以上圖片	5	10	5	5
	主圖有縮放功能	5	20	5	5
滿分		100	100	100	100

## ▶ 如何檢查並修復Listing?



### 修復商品工具 (Fix Your Product)

修復商品工具(Fix Your Product, 簡稱FYP)可以協助賣家發現並修復因Listing詳情頁品質問題而被搜尋抑制的SKU (如缺少顏色或尺寸、主圖缺少、標題長度過長)。

❗ **入口:** 庫存 > 管理庫存 > 已限制刊登搜尋結果且非在售商品

#### ❗ 操作建議

- ① 「庫存Inventory」下拉式功能表中點擊「管理庫存Manage Inventory」；
- ② 點擊「已限制刊登搜尋結果且非在售商品」；
- ③ 在「修復商品」頁面點擊「在搜尋結果中限制刊登」查看詳情，並根據提示進行修改。



### 商品刊登品質儀表板 (Listing Quality Dashboard)

商品刊登品質儀表板(Listing Quality Dashboard簡稱LQD)是賣家平台上一種工具，可以向賣家突出顯示重要的商品資訊。這些突出顯示的建議旨在幫助廣告主提高商品的曝光率，帶來全新的商品詳情頁面體驗，還有可能減少消費者退貨。

❗ **入口:** 庫存 > 管理庫存 > 商品刊登品質儀表板

#### ❗ 操作建議

- ① 「庫存Inventory」下拉式功能表中點擊「管理庫存Manage Inventory」；
- ② 點擊「商品刊登品質儀表板」；
- ③ 查看需要補充屬性值的商品或者直接在搜尋方塊內輸入ASIN編號/ SKU號/商品標題，找到對應商品(如果搜尋不到結果代表該商品沒有需要補充的屬性)；
- ④ 點擊「查看所有x個缺少屬性」查看所有缺少的屬性；
- ⑤ 根據提示補充完整相應的屬性值，添加完成後，點擊「Save and close」。

## 多網站上傳並拓展Listing

讓李斯婷在國際舞台大放光彩



建立了一個完整的Listing後，同步到其他國家與網站來拓展業務。現在亞馬遜已經有兩個不同的 Listing 同步工具，分別是「一鍵Listing通全球」和「建立國際商品資訊」，有了這兩套同步工具，只要發佈一次商品，就可以在全球多個網站同步並銷售，協助您以一個國家或地區營運的工作量，發展全球業務。

### ► 一鍵Listing通全球V.S.建立國際商品資訊

	一鍵Listing通全球	建立國際商品資訊(BIL)
<b>上線時間</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022年新上線</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>初代Listing同步工具</li> </ul>
<b>賣家入口</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>已無縫嵌入現有Listing建立和編輯流程中；操作介面友好</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在賣家平台擁有單獨的入口(三級入口)</li> </ul>
<b>同步方式</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>都支援以SKU為單位的Listing翻譯和同步</li> <li>都支援從一個源網站向單個或多個目標網站的同步</li> <li>*建立國際商品資訊還支援以整個商品目錄為單位的Listing翻譯和同步</li> </ul>	
<b>定價同步規則</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>靈活性強：</b>可個性化編輯ASIN在不同網站的價格</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>統一度高：</b>透過統一的商品定價規則來同步定價</li> </ul>
<b>適用賣家</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>帳戶健康狀態良好的賣家</li> <li>全球帳戶或關聯帳戶的賣家使用 體驗更佳</li> <li>全球範本功能僅專業銷售計畫賣家可使用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>適合加入專業銷售計畫的賣家</li> <li>擁有對應的聯合帳戶或關聯帳戶的賣家</li> </ul>

### ► 閱讀更多

[一鍵 Listing 通全球 V.S.建立國際商品資訊](#)

[點擊全面了解Listing是甚麼](#)

# Listing合規清單

合規，讓李斯婷更放心！



Listing出現標題、主圖、搜尋詞等因素不合規的情況，商品或內容將被限制刊登，消費者將無法搜尋或瀏覽到您的商品，因此我們為您準備了合規基本要求自查表，對Listing資訊的合規進行全方位的檢查，確保您的商品合規可售！

## ▶ Listing自查清單

- ☑ 商品是否缺少主圖片；
- ☑ 商品是否缺少品牌屬性、商品描述屬性或要點屬性；
- ☑ 商品資訊的名稱長度不能超過200個字元；
- ☑ 商品是否缺少有效UPC；
- ☑ 商品的「分類（商品類型）」欄位中不能沒有值；
- ☑ 建議顯示完整的「服裝與配飾」類商品；
- ☑ 需要符合商品圖片要求；
- ☑ 商品變體需合規；
- ☑ 標題不能錯誤使用。



▶ 圖片合規基本要求

自查內容	合規要求
主圖	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑主圖片應該採用純白色背景 (RGB色值為255, 255, 255)</li> <li>☑主圖必須是實際商品的專業照片 (不得是圖形、插圖、實物模型或佔位符), 且不得展示不出售的配件、可能令買家產生困惑的支撐物、不屬於商品一部分的文字, 或者 logo、浮水印、內嵌圖片</li> </ul>
圖片最長邊	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑圖片的最長邊不應低於1,600圖元, 滿足此最小尺寸要求可在網站上實現縮放功能</li> <li>☑圖片最長邊不得超過10,000圖元</li> </ul>
圖片格式	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑亞馬遜接受JPEG (.jpg)、TIFF (.tif) 或GIF (.gif) 檔案格式, 但首選JPEG (伺服器不支持.gif格式的動圖)</li> </ul>
時尚品類圖片	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑鞋靴主圖片應採用單只鞋靴, 呈45度角, 朝向左側</li> <li>☑女裝和男裝主圖片應採用模特照</li> <li>☑所有兒童和嬰兒服裝圖片均應採用平放拍攝照 (不藉助模特)</li> </ul>



圖片品質注意點

- ☑ 圖片在尺寸、顏色等方面與商品描述相符
- ☑ 可在圖片上識別出商品
- ☑ 圖片是照片, 而非繪畫
- ☑ 圖片的拍攝角度突出了商品優點
- ☑ 商品對焦清晰且採光效果出色
- ☑ 特寫畫面不會被高光或陰影所遮蔽
- ☑ 商品至少佔據85%的圖片畫面
- ☑ 圖片描繪了完整的商品
- ☑ 背景簡單明了, 不會對商品本身形成干擾

## ▶ 標題合規基本要求

- ☑ 如多件商品同捆銷售，請在商品標題後面添加 (pack of X)
- ☑ 請勿全部使用大寫字母
- ☑ 使用阿拉伯數字 (「2」而不是「two」)
- ☑ 拼寫出測量單位 (「6 inches」而不是「6」)
- ☑ 請勿使用符號，如 ~ ! \* \$ ? \_ ~ { } [ ] # < > | \* ; / ^ ~ |。
- ☑ 請勿使用環境依存文字或顏文字
- ☑ 請勿包含商品價格或促銷資訊，如「打折」或「免運費」
- ☑ 請勿使用主觀性評價用語，如「熱門商品」或「Best Seller」
- ☑ 請勿在標題中包含您的賣家名稱

**注意：**亞馬遜對標題的具體字數要求，因網站和品類而異，詳情請在賣家平台搜尋各網站的「風格指南」。

## ▶ 變體合規基本要求

自查內容	合規要求
商品	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 商品應基本相同 (ASIN的設計和功能相似點一致)</li> <li>☑ 這些商品共用同一標題</li> <li>☑ 商品僅在幾個特定方面 (如顏色或尺寸) 有所不同，且不會改變商品的核心本質和性質</li> </ul>
變體主題	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 正確使用變體主題</li> <li>☑ 變體主題只應用於指定用途</li> </ul>
屬性值	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 只能選擇提供的屬性值</li> </ul>
支援條件	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑ 只有在銷售的商品分類支援變體的情況下，【變體主題】下拉清單和【變體】索引標籤才會顯示</li> </ul>

## ▶ 閱讀更多

[上傳Listing的具體操作及品質自查](#)

## 常見問題

### 李斯婷「秘密」大公開！



#### ► 優化篇

##### Q 我如何知道我的Listing缺了哪些要素？

A 您可以使用Listing完整情況自查工具—商品刊登品質儀表板 (Listing Quality Dashboard)進行查漏補缺。該工具不僅能夠開啟商品概覽體驗，還能夠幫您提高商品曝光度。

##### Q 產品有曝光沒點擊怎麼辦？

A Listing的流量和多個要素相關，有曝光說明瀏覽節點和搜尋關鍵字沒有問題。沒有點擊說明在搜尋結果的頁面上並沒有脫穎而出，可以考慮更多地優化主圖和標題。

##### Q 主圖不符合規定，會不會直接影響Listing？

A 亞馬遜對商品合規性的要求高，如果頁面有不合規的情況卻未適時修改，之後會被限制刊登，甚至影響帳戶。如果在大促活動前，累積販售一段時間的商品頁面被限制刊登，那更是得不償失。建議各位賣家都要儘快修改所有合規問題！

##### Q 如果圖片涉及侵權被刪除了怎麼辦？

A 如果圖片涉及侵權，是嚴重的違規情況。亞馬遜對於侵權的處理嚴格，侵權可能會影響帳號。在這裡也要提醒大家，合規是做亞馬遜的第一準則！更多基礎合規與要素問題，賣家們也可以前往亞馬遜「賣家大學」學習。

##### Q 我的產品有很多注意事項的，我應該寫在五大賣點裡嗎？

A 注意事項建議放在「產品描述」裡。「商品要點(也稱商品要點)」的作用是傳達重要的商品功能，只突出有關商品的重要資訊或特殊資訊。「產品描述」是商品功能更詳細的介紹，做為商品要點的補充。

**Q 商品要點建議使用多少字元？要不要寫滿呢？**

**A** 要點最好清晰簡潔。一般建議您將所有五個要點（不是每個要點）的總長度控制在1,000個字元以內。少於1,000個字元可以提高可讀性。

**Q Listing顯示詳情頁已被刪除，提交相應的報告之後是否可以重新售賣呢？**

**A** 注意事項建議放在「產品描述」裡。「商品要點（也稱商品要點）」的作用是傳達重要的商品功能，只突出有關商品的重要資訊或特殊資訊。「產品描述」是商品功能更詳細的介紹，做為商品要點的補充。

**Q 商品要點建議使用多少字元？要不要寫滿呢？**

**A** 要看被刪除的原因是什麼。如果是因為侵權或不合規而被下架，則解決了侵權問題或修改了不合規的內容後，可以重新銷售。如果是由於您的產品是禁售商品、受限產品或召回商品而被遮罩，部分可以重新發佈（已遮罩的商品顯示在【管理庫存】頁面上的狀態為【非在售（已屏蔽）】。狀態旁邊顯示紅色圖示，則此商品不得重新發佈，顯示黃色圖示，則可以重新發佈。）

**Q 請問產品是用 APP 控制的，主圖是可以放一個小小的手機嗎？**

**A** 不可以。主圖片必須是實際商品的專業照片，不得展示無關配件或可能令買家產生困惑的道具。