

李斯婷 追求計畫 LISTING 健康與合規指南

Listing
0-100
公開課



李斯婷就是商品詳情頁Listing!

李斯婷是誰?

李斯婷是誰?



學習建立 Listing 是在亞馬遜上開店的第一步。想成為熱銷全球尖子生、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，也可以幫助老賣家自省自查，不斷更迭優化，打造高品質的商品詳情頁。

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

- 了解 Listing 定義和在亞馬遜商城的角色
- 上傳 Listing 前的準備工作、自查清單
- 上傳第一個 Listing 的具體操作
- 新手常見疑難問答、官方資源

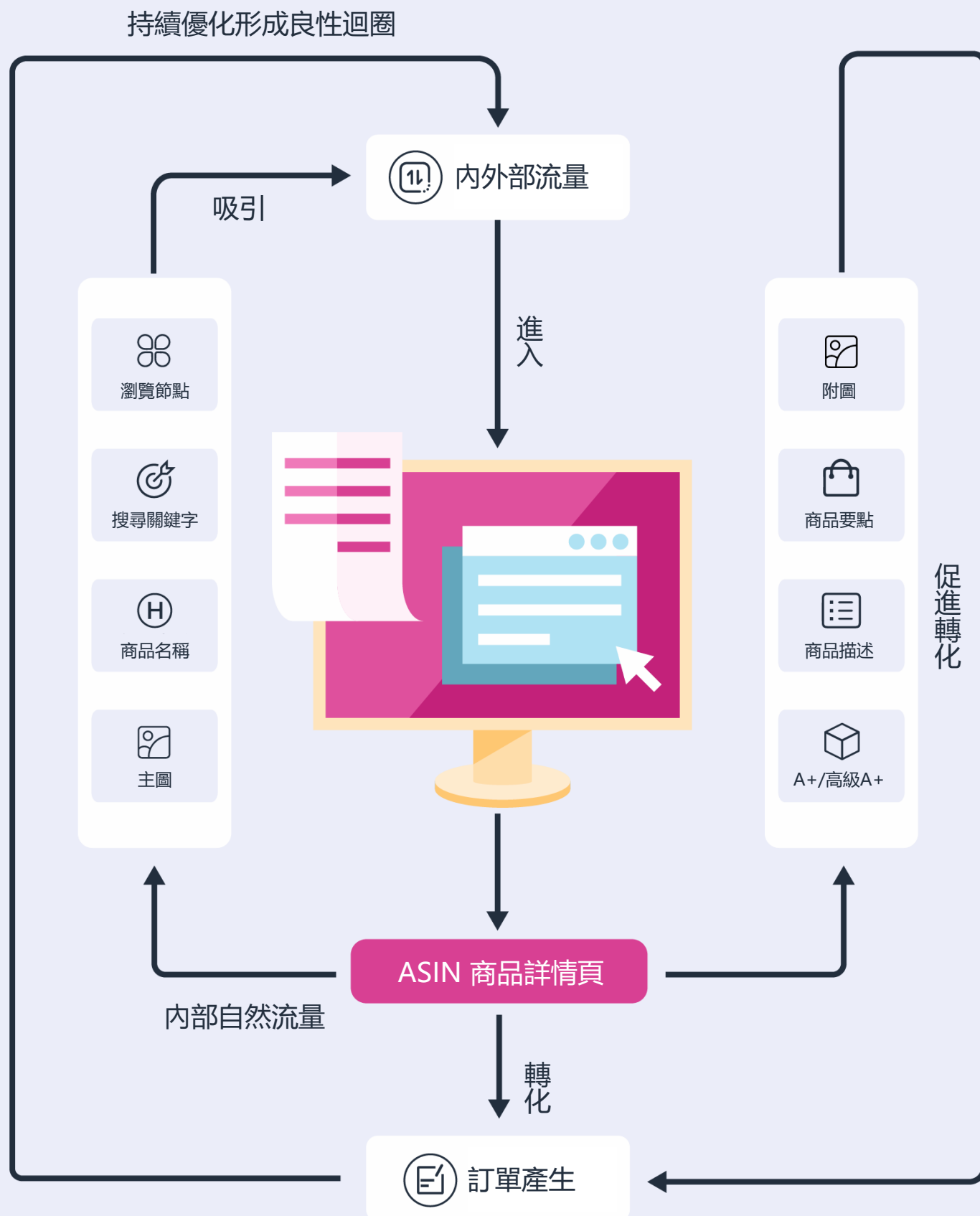
適用於所有賣家

Listing 健康與合規 指南

- Listing 完整度是什麼?
- 自我檢查修復、幫助保障 Listing 帳戶的方案
- FYP/LQD工具, AHR與AHA計畫
- 常見的 Listing 合規風險與處理方式

適用於所有賣家

為什麼Listing的完整度和合規性如此重要？



透過Listing健康與合規指南 希望可以幫助解答以下的問題：

🔍 Listing健康度

為什麼要注意Listing的完整度？
合規對商品詳情頁有多重要？

💬 完整度自評

我的詳情頁是什麼分數，會影響流量嗎？
2023版本的 Listing 自測有什麼重點？

📖 合規性規範彙總

完整的 Listing 規則在哪裡？

📄 商品詳情頁合規自測

我的 Listing 被跟賣、盜圖、濫用該怎麼辦？
合規政策的變動，要如何獲得最新資訊？

✅ 工具與服務

銷量大、ASIN多的賣家，如何保證Listing安全？
詳情頁合規實現自查、不開Ticket的方法？

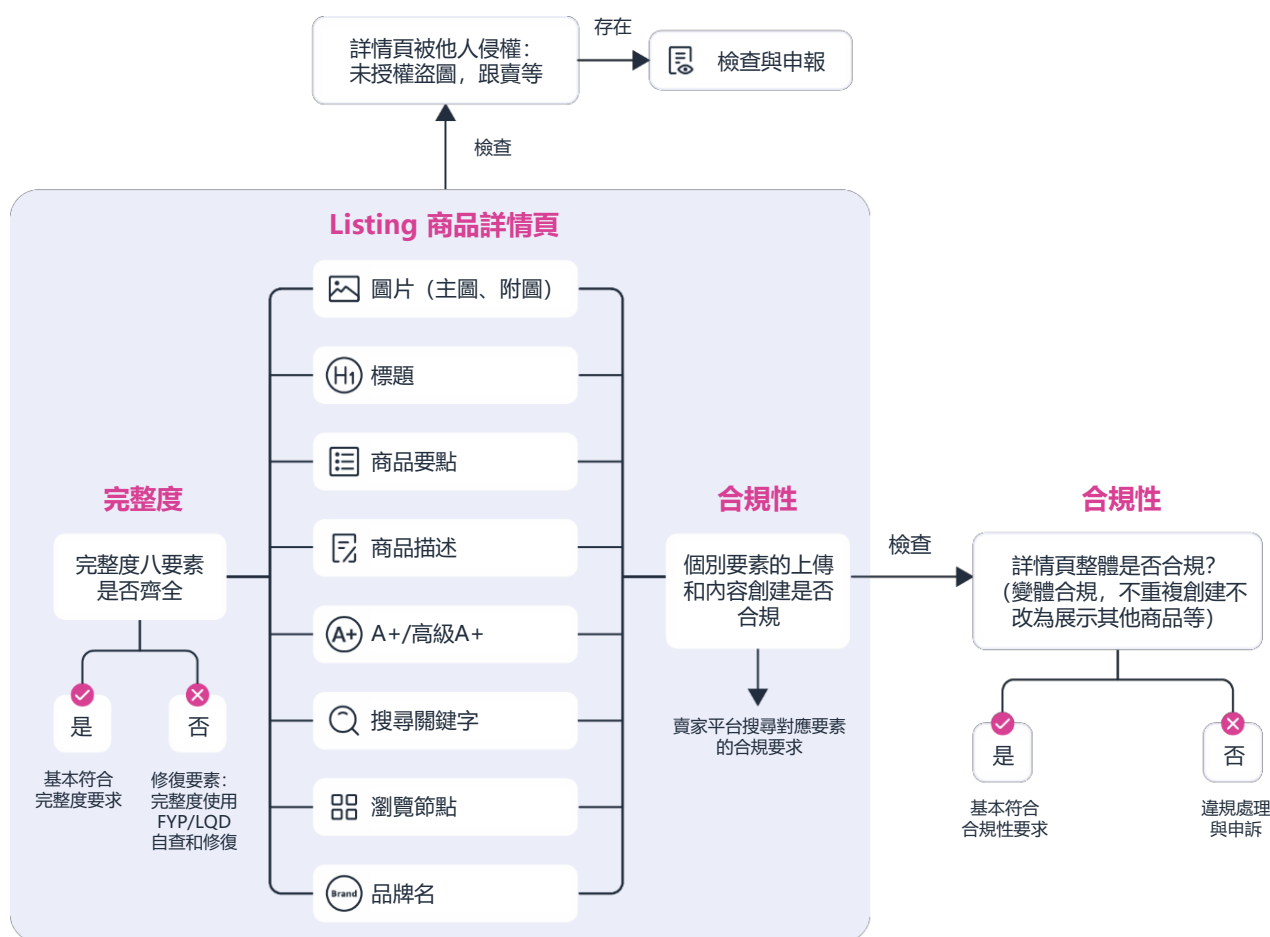
目錄 Contents

Listing 的完整度與合規性	05	變體合規基本要求	15
商品詳情頁「健康檢查」流程圖	05	Listing 常見違規事項	16
完整度	05	七大常見的商品詳情頁面違規	16
合規性	05	如果收到 Listing 違規通知怎麼做？	18
Listing 完整度打分表及解讀	06	舉報其他賣家違規方式	22
什麼是 Listing 的完整度？	06	Listing 被侵權或濫用的處理方式	24
Listing 的完整度為什麼重要？	06	常見的三種侵權類型	24
2023年新版 Listing 完整度打分表	07	常見被侵權或濫用情形	24
Listing 完整度打分表2023年更新要點	08	舉報違規行為工具流程	28
修復/優化 Listing 完整度工具	11	舉報案例彙總	29
優化 Listing 兩大官方工具	11	使用AHR監測 Listing 和帳戶安全	30
Listing 基本上傳合規	13	帳戶健康評等 (AHR)	30
Listing 自查清單	13	帳戶健康度保障 (AHA) 計畫	33
Listing 的八大基本要素應用場景及一般性規範	14	官方資源	34
圖片合規基本要求	14	Listing 品質提升支援	34
標題合規基本要求	15		

Listing的完整度與合規性



▶ 商品詳情頁「健康檢查」流程圖



▶ 完整度

完整度是指Listing的八大要素是否都填寫完整，可以從自測表當中去評估，完整度不夠可能會損失流量或被限制刊登。

▶ 合規性

合規性是指在Listing頁面創建、匹配、變體創建的過程中，是否符合亞馬遜以及所在網站和法規的相關規範，以及八大要素的內容是否都合規。

Listing 完整度打分表及解讀

努力修煉成為一百分的李斯婷!



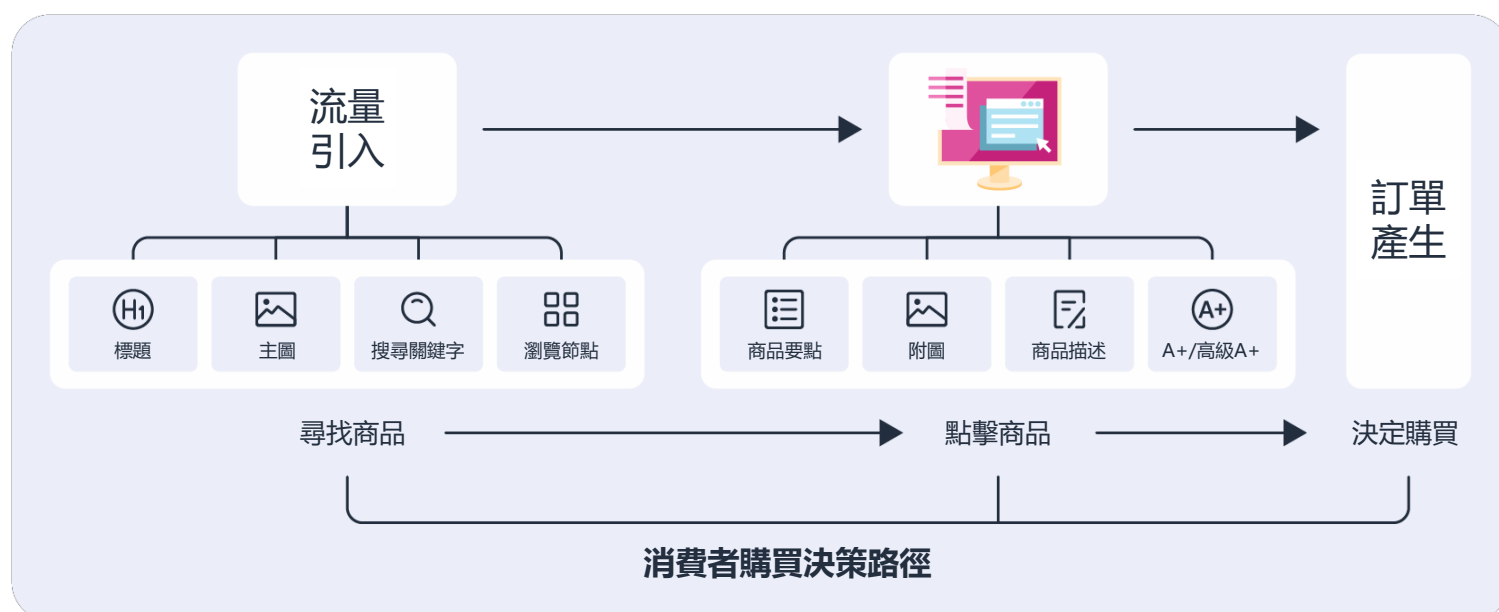
► 什麼是Listing 的完整度?

Listing 是對商品的具體介紹，主要由搜尋關鍵字、瀏覽節點、主圖、附圖、標題、商品要點、商品描述、A+ /高級A+ 等8大基本要素組成，您可以透過2023年新版 Listing 打分表進行評估，避免流量流失或限制刊登。

► Listing 的完整度為什麼重要?

由於消費者無法實際接觸到商品，所有的商品資訊都只能透過 Listing 來展示，如果 Listing 不完整或不正確，不僅可能會影響商品的上線展示，還可能會讓消費者難以找到您的商品，從而影響銷量。所以保證 Listing 的完整度至關重要。

以下從消費者的購買流程帶您了解高品質的 Listing 如何提高點擊率和轉化率。



▶ 2023年新版 Listing 完整度打分表

亞馬遜 Listing 完整度打分表					
分類	Listing 要素	家居生活用品	時尚	消費電子品	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+頁面	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
	選填屬性全部填寫	25	25	25	25
標題	10字元<標題長度<200字元	5	5	5	5
	標題以品牌名開頭	5	5	0	5
圖片	圖片合規	5	5	5	5
	有4張或以上圖片	5	5	5	5
	主圖是高清版本並支持縮放	10	10	10	10
滿分		100	100	100	100

80~100分：ASIN 具有所有核心屬性

70~79分：ASIN 缺少某一個核心屬性，有改善空間

60~69分：ASIN 缺少1-2個核心屬性，有改善空間

50~59分：缺乏3-4個核心屬性，需要改善

1~49分：缺乏4-5個核心屬性，曝光轉化會受到嚴重影響，急需改善

0分：創建了 ASIN 但存在合規問題，或缺乏所有要素，在搜尋和瀏覽介面被限制刊登

🚨 建議賣家以**80分**為自我診斷和基礎優化的標準

▶ Listing 完整度打分表2023年更新要點

☰ 新增三項得分指標，Listing 輕鬆得高分

▮ 提升 Listing 標題的品質

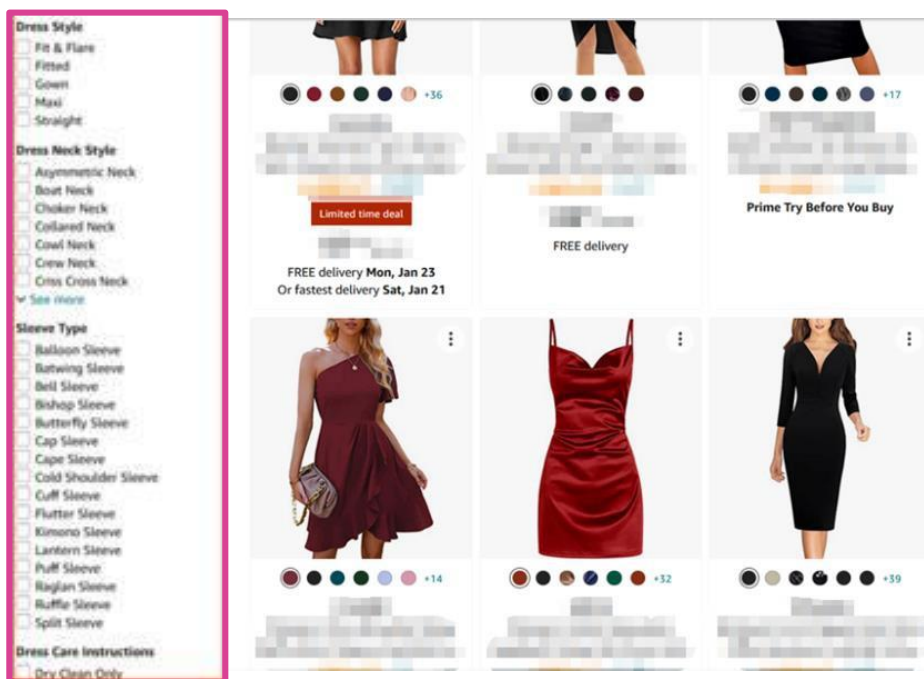
- ① 標題長度應當控制在10字元到200字元之間。
- ② 標題應當以「品牌名稱」欄位填寫的品牌名為開頭，如果是無品牌產品，此項不得分。

▮ 選填屬性全部填寫

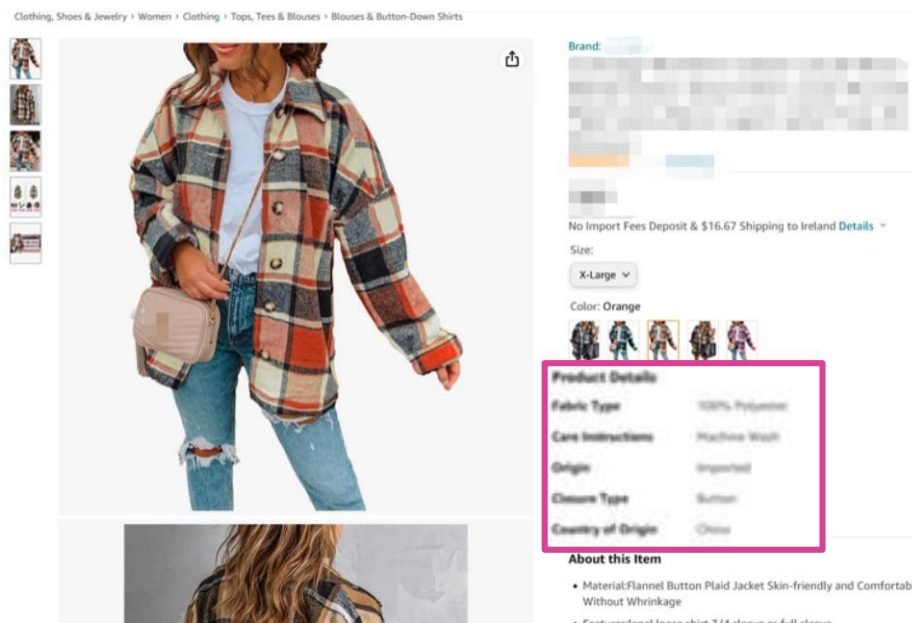
- ① 選填屬性就是指 Listing 上傳頁面系統推薦的屬性，用於豐富產品資訊。
- ② 完善選填屬性不僅能為消費者提供更多維度的介紹，還是重要的引流管道。

● 選填屬性通常出現在以下兩個地方：

- ① 搜尋結果頁面最左側：在填寫了選填屬性後，您的產品就會在選定後的搜尋結果頁面中顯示，帶來更大流量。



- ② 在 Listing 頁面上，消費者也可以看到選填屬性的相關資訊，從而對您的產品有更加深入和全面的了解。



● 在哪裡可以設定這些選填屬性？（以女裝為例）

① 單個上傳

② 批量上傳（自訂庫存範本中的「商品資訊完善」）

提升圖片品質與合規性

- ① 主圖需採用純白色背景 (RGB 色值為255、255、255)。
- ② 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)。
- ③ 單一正面角度展示商品本身，不得展示不出售的配件或者Logo/浮水印/色塊/文字等，商品應佔據主圖85%以上。
- ④ 圖片的最長邊大於等於1,600圖元，圖片最長邊不得超過10,000圖元。
- ⑤ 檔案格式應當是JPEG、TIFF或GIF檔案格式，但首選JPEG (不支持.gif格式的動圖)。
- ⑥ 鞋靴主圖片應採用單只鞋靴，呈45度角朝向左側。
- ⑦ 女裝和男裝主圖片應採用模特照。
- ⑧ 所有兒童和嬰兒服裝圖片均應採用平放拍攝照 (不借助模特)。



優化原有得分指標，評估結果更科學

圖片方面

Listing 頁面中「至少包含3張圖片」更改為「至少包含4張圖片」。

轉化方面

Listing 頁面中「至少有4條商品要點描述」轉變為「有3條或以上商品要點描述」。

各項指標對應分值調整

由於得分指標的總量增長，因此各項得分指標的對應分值也有相應調整。

閱讀更多

亞馬遜發佈2023新版Listing自測指南，低於80分立即檢查

修復/優化 Listing 完整度工具

李斯婷「體檢」計畫



Listing 一直扮演著極其重要的角色，開店第一步賣家要透過上傳 Listing 來展示商品；上線後，Listing 的合規性與完整度在一定程度上決定了商品的顯示、曝光與排名。因此各位賣家還需要透過不斷優化 Listing 來提升商品的轉化與銷量。

根據亞馬遜往年數據顯示，Listing 完整度A級（完整度高）的產品，無論是流量、出單率、還是出單量都明顯優於 Listing 完整度 B-E 級（完整度較低）的產品。

*以上數據來自2022年亞馬遜調查結果，僅供參考。

▶ 修復/優化 Listing 的兩大官方工具

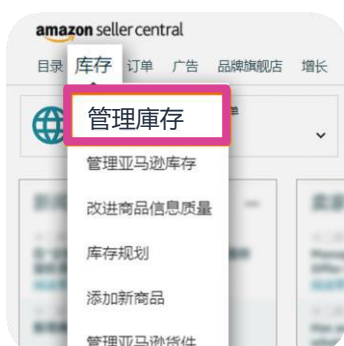


修復商品工具 FYP (Fix Your Product)

修復商品工具 (Fix Your Product, 簡稱FYP) 可以幫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、主圖缺失、標題長度過長)。

| **適用網站:** 所有網站通用

| **操作方法:**



Step1: 「庫存-Inventory」下拉式功能表中，點擊「管理庫存 (Manage Inventory)」。



Step2: 點擊「限制刊登 (Suppressed)」。



Step3: 在「修復商品」頁面，點擊「搜尋結果中限制刊登」查看詳情。

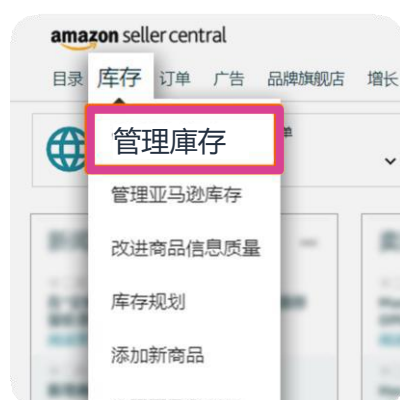


商品刊登品質儀表板 (Listing Quality Dashboard)

商品刊登品質儀表板 (Listing Quality Dashboard, 簡稱LQD) 是賣家平台上的一種工具, 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說明賣家提高商品的曝光率, 帶來全新的商品詳情頁面體驗, 還有可能減少消費者退貨。

| **適用網站:** 所有網站通用

| **操作方法:**



Step1: 「庫存-Inventory」下拉式功能表中, 點擊「管理庫存 (Manage Inventory)」。



Step2: 點擊「商品刊登品質儀表板」



Step3: 查看需要補充屬性值的商品或者直接在搜尋框內輸入 ASIN 號/ SKU 號/ 商品標題, 找到對應產品 (如果搜尋不到結果代表該產品沒有需要補充的屬性)



Step4: 點擊「查看所有 x 個缺失屬性」查看所有缺少的屬性



Step5: 根據提示補充完整相應的屬性值, 添加完成後, 點擊「保存並關閉 (Save and close)」

Listing 基本上傳合規

上傳不規範，李斯婷兩行淚



Listing 出現標題、主圖、搜尋詞等不合規的情況，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，因此亞馬遜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 的八大要素使用場景及一般性規範

- 1 瀏覽節點 (Browse Node)**
方便消費者在Amazon網站上更輕鬆地找到您所發佈的商品。
- 2 搜尋關鍵字 (Search Term)**
解釋商品的詞，用於消費者搜尋產品，不會顯示在前台。
- 3 圖片 (Product Image)**
每件商品都需要配有一張或多張商品圖片，包括主圖和附圖。
- 4 標題 (Title)**
是最直觀明了的傳達商品品牌、型號、性能資訊的組成部分。
- 5 商品要點 (Bullet Point)**
傳達重要的商品功能，突出有關商品的重要資訊或特殊資訊。
- 6 商品描述 (Product Description)**
是對商品更深入的文字說明。
- 7 A+ /高級A+ (商品圖文詳情)**
可以透過圖片和文字的組合來提高商品宣傳效果。
- 8 品牌名稱 (Brand Name)**
在「品牌名稱」欄位輸入所賣商品的品牌。

▶ 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"> ☑ 主圖片應該採用純白色背景（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、實物模型或預留位置），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
圖片最長邊	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 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 ☑ 圖片最長邊不得超過10,000圖元
圖片格式	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 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）
時尚品類圖片	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 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（不借助模特）



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

- ☑ 如多件商品捆綁銷售，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"> ☑ 商品應基本相同（ASIN的設計和功能相似點一致） ☑ 這些商品共用同一標題 ☑ 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
變體主題	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 正確使用變體主題 ☑ 變體主題只應用於指定用途
屬性值	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 只能選擇提供的屬性值
支持條件	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 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】選項卡才會顯示

Listing 常見違規事項

約束你我，只為成就更好的李斯婷

▶ 七大常見的商品詳情頁違規

| 為已有詳情頁面的商品創建重複頁面

Q 賣家小A看到亞馬遜平台上的一款商品銷售的很好，並且自己也有此商品的貨源，準備跟賣。為了避免銷售競爭，請問小 A 可以重新創建一個新的詳情頁面嗎？

A 不可以！為已有詳情頁面的商品創建重複頁面可能會導致賣家的 ASIN 創建或銷售權限被暫停或永久撤銷。

⚠ 溫馨提醒：除了商品詳情頁面違規以外，賣家在選品上也要注意所選的商品是否有侵權嫌疑。

| 違規使用變體

Q 賣家小 B 為了方便管理上架的商品資訊，請問小B是否可以把更新後的2代掃地機器人和舊版的一代掃地機器人放在同一組變體中？

A 不可以！賣家不能添加不屬於父變體的子變體。所有的子變體必須與父變體的型號一致，詳情頁面上的資訊也必須適用於所有子變體。

| 將商品發佈在錯誤的分類中

Q 賣家小 C 覺得申請嬰兒類商品的銷售流程太繁瑣了，請問賣家是否能將這類商品上架為玩具類商品銷售？

A 不可以！賣家需要時刻確保商品上架在正確分類裡。需要注意的是，亞馬遜會對上架的商品分類進行定期調整，所以賣家有義務確保上架的商品在正確的類目中。

| 詳情頁面上的內容不正確或亞馬遜的政策不允許

- Q** 賣家小 D 為了不讓買家了解到商品的源頭，請問賣家是否能將商品的生產商資訊填寫為自己的店鋪名稱？
- A** 不可以！賣家必須如實填寫詳情頁面上的所有資訊，這包括但不限於生產商以及品牌資訊，任何誤導資訊都可能導致違規。

| 商品詳情頁面上濫用關鍵字

- Q** 賣家小 E 想要在耶誕節期間提高自己售賣的掃地機器人的搜尋曝光度，請問賣家是否能在掃地機器人的商品詳情頁面上添加耶誕節的熱門詞語？
- A** 不可以！詳情頁面上的所有資訊必須與商品是一致的，如果盲目追求商品曝光度，而忽略所使用的詞語是否與商品有實際聯繫，這類操作是違規的。

| 數字下載濫用

- Q** 賣家小 F 想銷售一款軟體，請問賣家是否能使用電子形式發貨？
- A** 不可以！賣家不允許透過電子郵件、亞馬遜消息系統、網路連結或任何其他電子形式的軟體啟動碼、註冊連結、許可密碼或序號方式發貨。賣家僅可以在亞馬遜商城上銷售以實體形式發售的完整零售版軟體。

| 將商品詳情頁面更改為展示其他商品

- Q** 賣家小 G 原先上架的某個ASIN是銷售T恤的，過了夏季之後，天氣轉涼，原本的衣服設計也由短袖改為長袖，短袖款已不再銷售，請問賣家是否可以在原本的詳情頁面上把短袖改為長袖繼續銷售？
- A** 不可以！賣家應該為新品創建獨立的商品詳情頁面。

▶ 如果收到 Listing 違規通知怎麼辦？



賣家平台申訴

商品詳情頁面違規通常被標記後會顯示在「政策合規性」下的「違反政策警告」裡。

政策合規性	
目標: 0個問題	帳戶健康評等 Beta 良好
涉嫌侵犯智慧財產權	0
智慧財產權投訴	0
商品真實性買家投訴	0
商品狀況買家投訴	0
食品 and 商品安全問題	0
上架政策違規	0
違反受限商品政策	0
違反買家商品評論政策	0
其他違反政策	0
查看全部(0)	
違反政策警告	2

❗ 收到違規通知後，賣家可根據自身情況選擇承認違規或者不承認違規。具體流程如下：

承認違規

如果賣家承認違規，在違規 ASIN 旁邊，點擊「申訴」按鈕後，勾選承認違規的選項，進行提交。

政策合規性 [提供回饋](#)
 違反政策的警告數量：2
 2022年6月11日-2022年12月8日
 目標：0條警告
 亞馬遜制定了相應政策，以確保維護對買家安全、對賣家公平的商城環境。違反這些政策可能會導致帳戶被停用。請查看我們的[政策完整清單](#)，了解更多詳細資訊。

賣家論壇：[向其他賣家和亞馬遜詢問](#)

帳戶健康詳等Beta 良好

原因	日期	採取的操作	後續步驟
變體不正確	2022/11/28	已發送警告	申訴

We have removed your listing because one or more buyers have complained about the authenticity of your product.

Address your listing violation

Please indicate you (on behalf of yourself and the business you represent) understand and agree with the statements below:

- I acknowledge that my listing violated Amazon ASIN creation policy and I do not wish to reactivate my listing.

→ 承認違規

Submit

Has your listing been deactivated in error?

If you believe your listing has been deactivated in error, please provide an explanation [here](#).

→ 不承認違規

You will be asked to provide an explanation and supporting evidence or documentation. If you wish to acknowledge the issue instead, please complete the form above.

We're here to help

View your performance in [Account Health](#).

主要的申訴方式分為以下這四種，系統將根據賣家的違規歷史分配不同的申訴方式，具體還請查看申訴頁面上的申訴要求。

- ① **閱讀並勾選承認違規的選項 (ASIN級別申訴)**：只需要詳細閱讀所顯示的內容進行勾選，便可完成申訴。

解決您的違規問題

此頁面僅供閱讀。

我們檢測到您違反了銷售政策和賣家行為準則政策。有關亞馬遜的銷售政策和賣家行為準則政策，請參閱：</gp/help/G1801>。

接下來我該怎麼辦？

- 請訪問以上連結查看亞馬遜的政策。
- 找出導致違規行為的根本原因，然後採取相應的預防措施，確保日後不會再出現。
- 選中下面的核取方塊以確認該違規行為，選中此核取方塊即表示您承認這些缺陷的存在，並承諾對這些缺陷進行改進。處理可能導致帳戶被停用。

如果我不確認違規行為，會怎麼樣？

違規行為將保留在您的「帳戶健康度」頁面上，我們建議您將違規行為處理當成一項持續性工作，以確保帳戶健康度始終處於良好狀態，如不處理違規行為，帳戶可能會被停用。

我確認我已查看並了解亞馬遜的銷售政策和賣家行為準則政策，並承諾採取相應措施，防止此類違規行為日後再次出現，我同時還知曉，如果日後再次發生違規行為，可能需要制定處理此類違規行為的行動計畫，不處理可能導致帳戶被停用。

提交

- ② **修改詳情頁面 (ASIN級別申訴)**：如果看到政策合規性頁面下的「後續步驟」顯示「編輯」按鈕，則表示賣家需要從商品詳情頁面上移除違規資訊便可透過申訴。

商品政策合規性 提供反饋

商品政策合規性 0

2022年8月21日 - 2023年2月16日

目標：0 個問題

亞馬遜政策可確保提供對買家安全、對賣家一視同仁的店鋪環境。違反這些政策可能會導致內容被移除或帳戶被停用。以下是與您的帳戶關聯且違反亞馬遜政策的所有商品記錄。請查看我們政策的完整列表，了解更多詳細信息。

賣家論壇：向其他賣家和亞馬遜問問

賬戶狀況評級 **1000**

This rating reflects your adherence to Amazon's selling policies. [Learn more](#)

0 100 200 1000

添加篩選條件 應用的篩選條件： **涉嫌侵犯知識產權 (2)** X

排序方式 日期：最近 - 最早

原因	日期	哪些商品會受到影響？ ASIN	採取的操作	賬戶狀況評級影響	後續步驟
			商品已移除		編輯

③ 閱讀並勾選承認違規的選項後，在空白框做詳細解釋說明（帳戶/ASIN級別申訴）：除了進行勾選之外，還需要根據問題填寫相應的解釋說明。

解决您的违规问题

接下来该怎么办？

- You can view your violations on "账户状况" 页面

请确认了解并同意以下声明：

我已查看原始通知，并已知晓我的商品违反了亚马逊政策。

我确认，我已制定并完成了所有必要的纠正措施，用来防止今后出现任何违反亚马逊政策的情况。

选择并确认您已完成的以下补救措施（选择其中一项）：

我已经纠正了账户中违规的商品信息或内容。

提供您已更正的 ASIN 的列表，并需要说明对每个 ASIN 进行了哪些更正：
(例如，ASIN#K123456789：删除违规且 Q13 的 ASIN 进行了修正/更正)

提供解釋說明

为已采取的纠正措施提供佐证文件（如适用）：

将文件拖放到此处或选择文件。

接受的文件类型：图片 (jpg, gif, png), 文档 (pdf, docx, xls), 电子表格 (xlsx, csv), 电子邮件 (eml)。文件大小不能超过 10MB。

其他

提交

根本原因選擇其中一項就會跳出對應選項及附件

④ 測驗答題（帳戶/ASIN級別申訴）：需要觀看相關的政策教育視頻，並完成測試。在通過測驗後，還需要仔細閱讀並勾選選項，點擊「提交」完成申訴流程。

因为您的迟发率超过了 4%，您的账户目前面临被停用的风险。

如何避免账户被停用？

您的账户仍处于活跃状态，但是，要将此违规行为从“账户状况”页面移除，您必须先观看一段简短的培训视频，然后完成一项测验，最后对相关声明进行确认。

完成本培训模块大约需要 10 分钟。

amazon seller university

Die Richtlinien zur Rate verspäteter Lieferungen einhalten

请表示您（代表您自己和您代表的企业）理解并同意以下声明：

我确认我已阅读并同意遵守亚马逊政策合规性。

我已经确定了导致我的迟发率超过 4% 的问题，并且已采取措施防止该问题再次发生。

提交

不承認違規

否認違規的帳戶/ASIN 級別申訴流程保持不變，與「承認違規」的申訴路徑在同一個頁面，通常顯示在「承認違規」入口的下面。賣家需要點擊圖片裡的「在此處」去提交沒有違規的支持性證據或檔案。

您的帳戶被錯誤停用？

如果您認為您的帳戶被錯誤停用，請[在此處](#)提供說明。

您將被要求提供解釋和支持性證據或檔案，如果您想承認有違反政策，請填寫上面的表格。

我們會隨時提供幫助

在[帳戶健康度控制台](#)中查看您帳戶的績效。

如果發現其他賣家有不合規的詳情頁面也可以透過以下管道舉報違規行為。

舉報其他賣家違規方式



賣家平台舉報方式

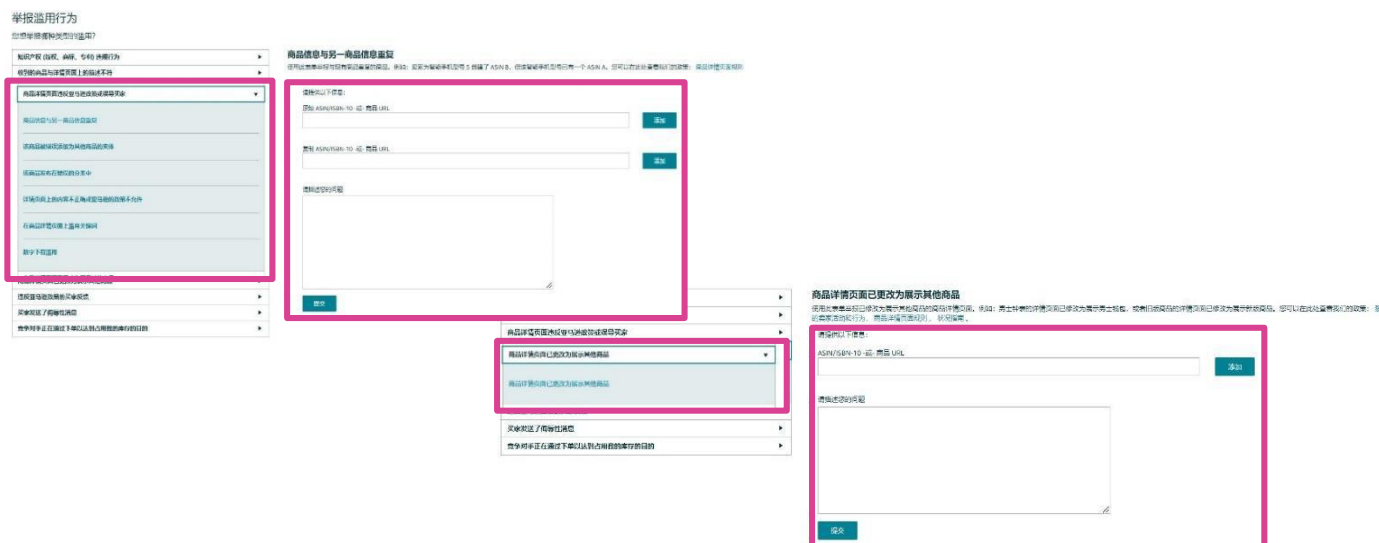
- ① 點擊「績效 > 帳戶健康度」，在「帳戶健康度」大標題下，點擊「舉報濫用亞馬遜政策的行為」。

帳戶健康度 [發表回饋](#)

要在亞馬遜上銷售商品，您必須達到以下績效目標和政策要求。請在[這裡](#)填入您的緊急聯繫電話號碼，以便我們能在重要、可能危及您的銷售權利的情況發生時，能及時與您聯繫。

[舉報濫用亞馬遜政策的行為。](#)

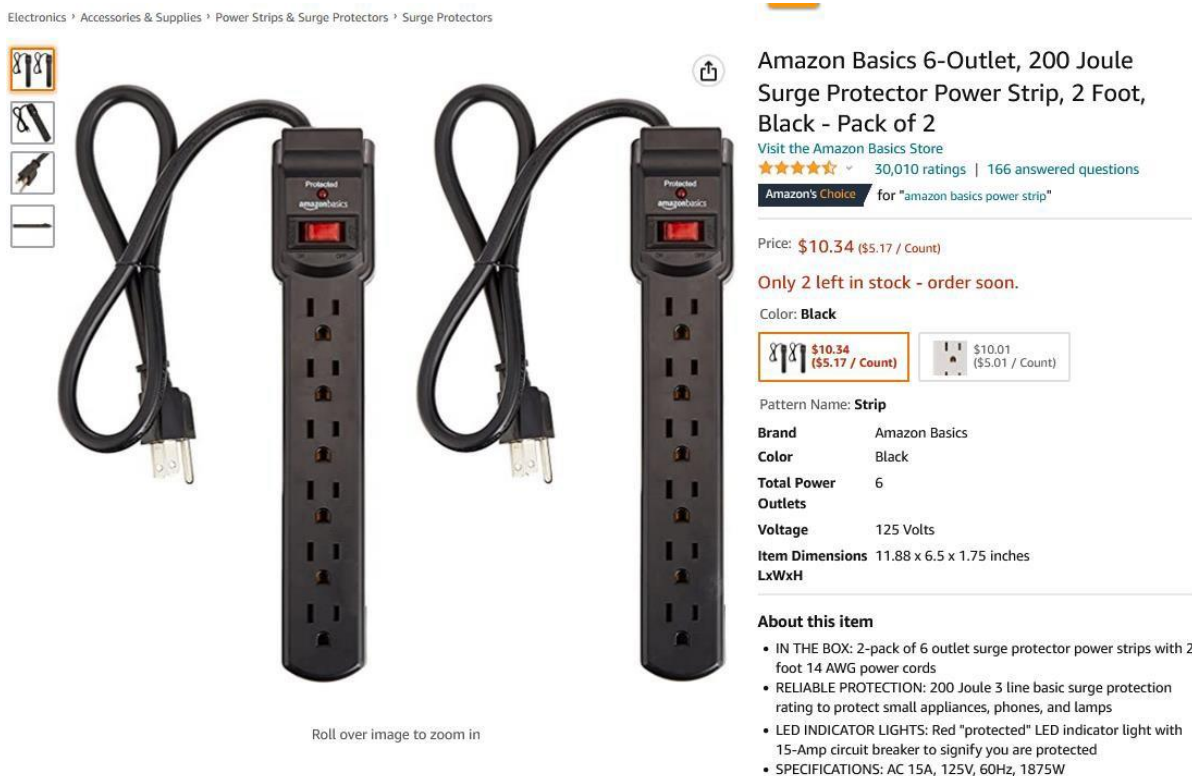
- ② 點擊「舉報濫用亞馬遜政策的行為」後，選擇合適的違規類別，如下圖所示詳細的違規類別可能分佈在「商品詳情頁面違反亞馬遜政策或誤導買家」或者「商品詳情頁面已更改為展示其他商品」。選擇違規類別後，請填寫所涉及的ASIN或商品URL，以及所發現違規的具體問題，最後點擊「提交」。





商品詳情頁面前端舉報通道

① 在商品詳情頁面上找到「報告錯誤的商品資訊」的通道。



報告錯誤的商品資訊

② 點擊「報告錯誤的商品資訊」後，可看到「提告問題」的視窗，請在視窗上填寫問題的詳情，以及意見，最後點擊「提交」。

报告问题 ✕

请告诉我们关于这个问题的详情。

页面的哪个部分? ▼

问题是什么? ▼

意见 (可选填)

i Please don't enter personal info. For questions about an order, go to your account

提交

► 閱讀更多

| [商品詳情頁面違規及申訴指南](#)

常見違規事項

Listing 被侵權或濫用的處理方式

保護李斯婷的正確方式



▶ 常見的三種侵權類型：商標侵權、版權侵權、專利侵權

- ▶ **商標：**商標是指公司用來識別其商品或服務並將其與其他公司的商品和服務區分開來的文字、符號或設計，或其組合（如品牌名稱或Logo）。
- ▶ **版權：**要獲得版權保護，作品必須是由作者原創，如影片、電影、歌曲、書籍、音樂作品、影片遊戲和繪畫等，且必須具有一定程度的創新性。原創作品的作者通常擁有該作品的版權。
- ▶ **專利：**專利是針對發明的一種法律保護形式。已公佈的專利可授予其所有者禁止他人在固定年限內製造、使用、提供銷售、銷售或將發明進口至專利註冊國家的權利，專利有三種主要類型：發明、實用新型專利和外觀設計專利。

▶ 常見被侵權或濫用情形



案例一

Mike 發現 A 店鋪直接挪用了他拍攝的一組服裝照片，並抄襲了他的商品要點，放到自己的 Listing 中。Mike 應該如何維權？

- ▶ **溫馨提示：**如果賣家盜的圖，是帶有 Mike 的商標，其實可以舉報商標侵權，並選擇「商品詳情頁面非法使用我的商標」；如果只是搬運圖，不帶商標，則可以投訴版權侵權。

舉報路徑：



舉報成功的關鍵：

- ① **反復檢查：** 確保所提供的被侵權圖片/文字/商標有出現在被舉報的詳情頁中，且與被侵權內容一致，所提供的舉證圖片需要足夠清晰。
- ② **準備資料：** 版權註冊編號、版權作品連結、或版權作品的書面說明，提前準備好。
- ③ **圖片一致：** 舉證的圖片，需要與被舉報的圖片完全一致，比如，舉證的圖片為同一模特展示同一商品，但拍攝角度不同，會被認為是無效的舉證。



案例二

服裝賣家 Mike 發現有人在跟賣他的一款熱銷產品，但 Mike 並未把自己品牌授權給任何人去售賣，可以舉報嗎？怎麼舉報？

溫馨提示：只有當品牌所有者，確認「跟賣」造成了商標權、版權或專利侵權時，才有可能舉報成功。

- ① 「跟賣」的商品，您是否驗證過，對方在銷售的是假貨，還是在冒充您的品牌？
- ② 您目前是否擁有 R 標？
- ③ 如果對方銷售的並非假貨，不管他有 R 標還是 TM 標，都無法舉報其商標侵權。

舉報重點：

- ① 舉報前，先進行測試購買 (Test Buy) 來證明跟賣產品為假貨；
- ② 使用舉報違規行為工具，選擇「商標侵權 > 商品為假冒商品」進行舉報。
- ③ Test Buy 收到貨後，再舉報，並準備好 Test Buy 的訂單編號。

● **確認對方銷售的是假貨，且擁有 R 標。**

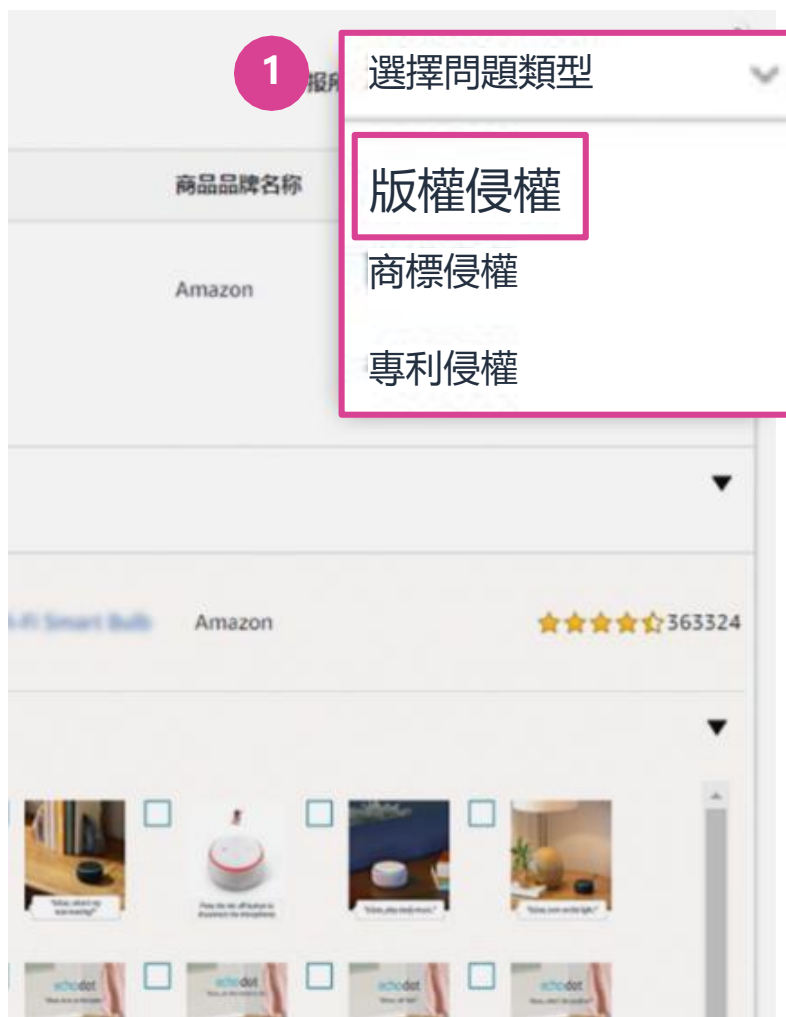
舉報路徑：

● **確認對方銷售的是假貨，且僅擁有 TM 標。**

針對 TM 標，雖然目前不能進行商標侵權的投訴，但可以檢查一下，對方是否對您的版權造成的侵權。比如：您購買了對方的產品後，發現不僅產品是假貨，還擅自使用了您擁有版權的圖片，擅自仿照了您的產品包裝。此時，雖然您尚未能以「商標侵權」為由進行舉報，但可以投訴對方「版權侵權」。

! 進行舉報前，同樣需要進行 Test Buy。

舉報路徑：



其他資訊

哪一項最能描述您的問題？為什麼我不能選擇下面的某些選項？

2

商品實物或其包裝屬於或包含版權內容。示例包括：

- 商品實物或其包裝受版權保護，或在未經授權的情況下使用了版權圖片或文本，但該內容不是您的音訊、影片、軟件或書面作品的完整副本
- 商品實物或其包裝的形狀受版權保護，並具有與其功能分開的藝術性
- 在未經授權的情況下在商品詳情頁面（而不是商品實物或其包裝）上使用版權圖片
- 在未經授權的情況下在商品詳情頁面（而不是在商品實物或其包裝）上使用版權文本
- 在未經授權的情況下再版、重新複製或使用版權音訊、影片、軟件或書面作品（例如書籍或雜誌）

▶ 舉報違規行為工具 (Report a Violation) 流程

被侵權或濫用處理方式

版權侵權的舉報流程

Step 1

登入亞馬遜賣家平台 → 品牌 → 品牌保護 → 點擊「舉報違規行為」



Step 2

輸入 ASIN、商品連結、或上傳圖片，搜尋涉嫌侵權的 ASIN



Step 4

右上角選擇具體的侵權類型



Step 3

舉報商標侵權：勾選舉報的 ASIN 或某個跟賣賣家的 offer
舉報版權侵權：勾選要舉報的 ASIN 或圖片



Step 5

選擇具體的侵權行為 → 按實際情況選擇侵權行為



Step 6

提供舉報資料 → 根據自身情況如實提供版權註冊編號、版權作品連結，或版權作品的書面說明，並詳細描述侵權原因



Step 7

填寫正確的、可聯繫的郵箱並提交



▶ 舉報案例彙總

情景	舉報前的準備	在舉報違規行為工具中選擇 哪種侵權類型
<p>跟賣: 有賣家來跟賣我的產品，且沒有我的授權</p>	<ol style="list-style-type: none"> 進行 Test Buy，證明跟賣產品為假貨。「跟賣」不等於「侵權」，只有當跟賣的產品是假貨時，才可能造成侵權 如證實為假貨，準備好測試購買訂單號；訂單店鋪需要與被舉報店鋪一致 Test Buy 訂單送達後，再提交舉報 	<p>商標侵權 > 商品為假冒商品</p>
<p>產品貼假標: 有賣家拿了我的商標貼到自己的產品和包裝上</p>	<p>同上，須在舉報前進行 Test Buy，證實產品或包裝確實濫用商標，再進行舉報</p>	<p>商標侵權 > 商品或其包裝上有我的商標</p>
<p>Listing盜商標: 有賣家拿了我的品牌名和 Logo 用於自家的標題、圖片、商品詳情頁中</p>	<p>舉報時，正確選擇疑似被侵權的品牌名和商標</p>	<p>商標侵權 > 商品詳情頁面非法使用我的商標（例如在商品名稱、商品圖片、商品描述中）</p>
<p>盜商品要點/圖片: 有賣家盜用了我的商品要點或商品圖片，用於自家 Listing 上</p>	<ol style="list-style-type: none"> 確認您擁有版權的圖片、文字確實出現在被舉報的詳情頁中，且與被侵權內容一模一樣 準備好版權註冊編號、版權作品連結、或版權作品的書面說明 如舉報圖片的版權侵權，舉證的圖片，需與被侵權圖片一模一樣 	<p>版權侵權 > 商品詳情頁面上使用了未經授權的文本</p> <p>版權侵權 > 商品詳情頁面上使用了未經授權的圖片</p>
<p>產品盜設計: 未經授權，有賣家拿了我的原創設計圖案，用於自己的產品上</p>	<ol style="list-style-type: none"> 進行 Test Buy 證明將要舉報的商品或包裝，確實使用了您的原創設計圖案 如證實，準備好測試購買訂單號；訂單店鋪需要與被舉報店鋪一致 Test Buy 訂單送達後，再提交舉報 	<p>版權侵權 > 實際商品或其包裝包含非盜版的未授權版權內容或圖片</p>
<p>產品抄襲: 我家產品申請過專利，但有賣家未經技術授權，仿造了我的「同款」產品進行售賣</p>	<ol style="list-style-type: none"> 您擁有的專利，在WIPO中有專利號，專利狀態不能處於「審核中」 所提供專利外觀和被舉報產品外觀需要一致/高度相似 	<p>專利侵權 > 視所持專利類型選擇「設計專利」或「實用專利」</p>

使用AHR監測Listing和帳戶安全

靈活運用李斯婷的健康監測工具



▶ 帳戶健康評等 AHR (Account Health Rating)

帳戶健康評等 (Account Health Rating, 簡稱AHR) 功能, 可以展現賣家帳戶因不符合某些亞馬遜銷售政策而被停用的風險。該指標會顯示在亞馬遜賣家平台「帳戶健康度」頁面上。

三種帳戶健康狀況一覽:



—— 綠色
200-1,000分
帳戶健康



—— 黃色
100-199分
帳戶存在停用風險



—— 紅色
0-99分
帳戶已被停用或有停用風險

追蹤每項違規行為的嚴重程度，依據：嚴重、高、中、低的等級，優先解決對帳戶健康度產生最大負面影響的違規行為。

		排序方式
		帳戶健康評等影響：從高... 
帳戶健康評等影響		後續步驟
嚴重	<p>範例</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 透過測試購買來確定商品為假冒或盜版 ② 索求商品評論或包含不合規的插頁 ③ 試圖損害或辱罵其他賣家 	<p>提交新信息</p> <p>狀態：我們已完成評估。</p>
高	<p>範例</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 所有權人提交有效的侵權通知 ② 賣家舉報商品侵權或假冒 	<p>提交新信息</p> <p>狀態：我們已完成評估。</p>
中	<p>範例</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 誘導買家離開亞馬遜網站以規避銷售流程 ② 操縱搜尋結果或銷售排名 	<p>提交新信息</p> <p>狀態：我們已完成評估。</p>
低	<p>範例</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 買家舉報收到過期商品或狀況不符的商品，例如二手商品按新品狀況發佈 ② 商品詳情頁顯示錯誤的商品變體 	<p>提交新信息</p> <p>狀態：我們已完成評估。</p>

 作為賣家，需要定期檢查帳戶面板有無異常情況。

▶ 一張圖了解為什麼要檢測 Listing 合規?

🚨 解决以下违反政策的行为可避免对您的销售账户造成不必要的影响。

🚫 您的账户已被停用。 [查看申诉](#)

账户状况 [发表反馈](#)

要在亚马逊上销售商品，您必须达到以下绩效目标和政策要求。请在这里填入您的紧急联系电话号码，以便我们能在重要、可能危及您的销售权利的情况发生时，能及时与您联系。

举报滥用亚马逊政策的行为。

客户服务绩效	政策合规性	配送绩效
<p>卖家自配送 亚马逊配送</p> <p>订单缺陷率 不适用 不适用</p> <p>目标: 低于 1%</p> <p>订单缺陷率包含三个不同的指标:</p> <ul style="list-style-type: none"> 负面反馈 不适用 不适用 亚马逊商城交易保障索赔 不适用 不适用 信用卡拒付索赔 不适用 不适用 <p>查看详情</p>	<p>账户状况评级 <small>Beta</small></p> <p>存在风险</p> <p>配送方: 卖家和亚马逊</p> <p>涉嫌侵犯知识产权 0</p> <p>知识产权投诉 4 ⚠️</p> <p>商品真实性买家投诉 0</p> <p>商品状况买家投诉 0</p> <p>商品安全买家投诉 0</p> <p>上架政策违规 1 ⚠️</p> <p>违反举报商品政策 2 ⚠️</p> <p>违反买家商品评论政策 0</p> <p>查看全部(7)</p> <p>违反政策警告 0</p>	<p>卖家自配送</p> <p>迟发率 不适用</p> <p>目标: 低于 4%</p> <p>配送前取消率 不适用</p> <p>目标: 低于 2.5%</p> <p>有效追踪率 不适用</p> <p>目标: 超过 95%</p> <p>在此处查看配送资格</p> <p>查看详情</p>

提問

該賣家的 AHR 分數在標準之內，帳戶為何還是停用？

解答

AHR 是一個整體的分數，帳戶停用是因為 Listing 違規。

🚨 因此建議賣家們需要時時監控帳戶健康度，確保績效達標。以避免帳戶停用。

▶ 帳戶健康度保障 (AHA) 計畫

如果想要及時發現帳戶問題，更好地保障帳戶健康度，可加入「帳戶健康度保障 (Account Health Assurance, 簡稱AHA)」計畫。

| 什麼是帳戶健康度保障 (AHA) 計畫？

帳戶健康度保障 (AHA) 計畫是面向一直保持較高帳戶健康評等 (AHR) 的專業賣家提供的一項新權益。且加入帳戶健康度保障 (AHA) 計畫無需任何費用。

| 加入帳戶健康度保障 (AHA) 計畫的好處

① 遇到帳戶停用，亞馬遜主動聯繫

參與帳戶健康度保障 (AHA) 計畫後，如果您遇到可能導致帳戶停用的問題，帳戶健康度專員將透過您在亞馬遜賣家平台登記的聯繫方式主動與您取得聯繫，一步步告知您問題所在以及解決方法。

② 賣家72小時及時協同解決，安心營運

當亞馬遜聯繫您時，只要您在72小時內積極協同解決問題，亞馬遜便不會停用您的銷售帳戶，以幫助您繼續銷售商品。對於帳戶健康度良好的賣家，參與此保障計畫意味著您可以更加安心地經營業務。

| 適用站點

目前僅在美國和加拿大網站的專業賣家，未來將在其他國家/地區的網站推出。

| 加入帳戶健康度保障 (AHA) 計畫的滿足條件

- ① 帳戶健康評等 (AHR) 分數至少有6個月保持在250分或以上；若降到250分以下，250分以下的天數累計不得超過10天；
- ② 在系統中設定過有效的緊急聯繫電話。

▶ 閱讀更多

| [解析亞馬遜帳戶健康度保障 \(AHA\) 計畫](#)

官方資源

「官宣」是我最大的底氣！



► Listing 品質提升支援

有針對性的免費 Listing 優化指導，多平台通路，適合所有賣家

- | Listing 排名規則及品質評估標準解析
- | Listing 政策紅線解讀，預防下架
- | 全店鋪 Listing 診斷，完善 Listing 完整度
- | 核心要素（標題/關鍵字/瀏覽節點）優化建議

► 功能優勢



補全 Listing 知識盲點



突破 0 銷售



促轉化

► 更多資源

- | [賣家小白新手村線上班](#)
- | [亞馬遜全球開店官方網站#Listing話題文章](#)