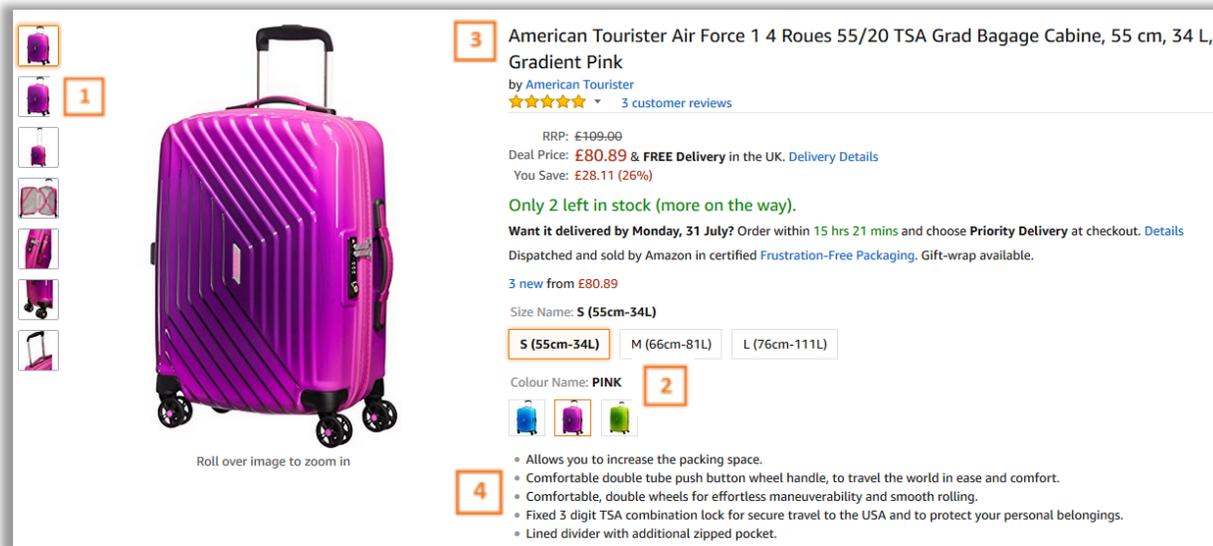


能否在 Amazon 上获得成功，很大程度上取决于您的商品页面的质量。格式一致、准确而详细的商品信息将提高您页面的浏览量，并能积极影响消费者做出购买决定。请注意，不遵守亚马逊要求可能会导致您的商品被隐藏（禁止显示），无法被消费者搜索和浏览。并且您在该类目下的卖家权限也会被撤销。更多信息，请参阅风格指南中的相应部分。



上面的行李箱示例展示了如何在亚马逊上创建合规的商品详情页。在下一部分中，您可以找到创建类似的合规商品详情页的基本要求。

**1 图片：**图片的高度或宽度必须为 1000 像素或以上（以便激活图片放大功能）。纯白背景，仅展示所售商品，并且只能展示所售商品的一个角度——正面图。图片的纵横比必须接近 3:4（宽高比），商品必须占据 85% 以上的图片区域，并且图片应是商品的真实图片（而非草图），不能有任何的文字或数码绘制图形。商品必须平铺拍摄。每种颜色变体都需要提供一张图片。图片需要为：.jpg、.png、.tif 或 .gif 格式。**更多信息，请参阅箱包及旅行配件风格指南第 2-3 页以及自第 12 页起的内容。**

**2 变体：**同一款式商品的所有变体必须创建在同一父商品页面下。在上面的示例中，该行李箱具有 3 种尺寸和 3 种颜色。消费者无需切换页面即可轻松查看并选择所有可选尺寸和颜色。因为每个消费者对每个变体商品的浏览都将计入父商品详情页的浏览总量，这会增加您售出商品的几率（商品详情页的浏览量是决定商品出现在搜索排名顶部的因素之一）。**更多信息，请参阅箱包及旅行配件风格指南第 4-5 页的内容。**

**3 商品标题：**好的商品标题增强消费者对卖家的信任。商品标题的格式必须遵守下面要求：  
手提箱和旅行包： [brand\_name] + [style\_name] + [model\_name] + [item\_length] + [item\_dimensions\_unit\_of\_measure] + [volume\_capacity\_name] + [volume\_capacity\_name\_unit\_of\_measure] + [number\_of\_wheels] + "wheels" + [color\_name] + [lock\_type]  
行李箱套装： [brand\_name] + [style\_name] + [model\_name] + [number\_of\_items] + "pcs" + [color\_name]  
旅行配件： [brand\_name] + [style\_name] + [model\_name] + [color\_name]  
其他： [brand\_name] + [style\_name] + [model\_name] + [volume\_capacity\_name] + [volume\_capacity\_name\_unit\_of\_measure] + [color\_name]

商品标题有长度限制，标题超过 150 个字符的商品将被禁止显示。合规的标题示例：

Samsonite Suitcase **Meteor 75 Centimeters 94 Liters 4 Wheels Midnight Blue Number Lock**, Travelite Luggage Set **Meteor 3 pcs Red**, GoTravel Travel Pillow **Ultimate Black**, Berghaus Trekking Backpack **Twentyfourseven Plus 20 Liters Black**.

**更多信息，请参阅箱包及旅行配件风格指南第 6-7 页的内容。**

**4 商品要点和商品描述**可以帮助消费者想象拥有或使用您的商品所带来的体验。在上面的示例中，商品要点部分是消费者无需翻看页面即可看到的第一部分文字内容。请务必包含商品的所有相关信息。商品描述（并未在上述示例图中显示）在商品详情页的下方，撰写一份好的商品描述时，请从消费者角度考虑：他们希望获得什么样的感受、触感以及需要什么？在商品描述中包含商品体验、用途和产品优势的信息，以激发消费者的想象力。**更多信息，请参阅箱包及旅行配件风格指南第 8-11 页的内容。**

本指南旨在帮助您轻松创建目录并最大限度地提高销量。

能否在 Amazon 上获得成功，很大程度上取决于您的商品页面质量。格式一致、准确而详细的商品信息将提高您页面的浏览量，并能积极影响消费者做出购买决定。

为了亚马逊消费者和卖家的利益，我们非常重视您如何在我们的网站上展示商品信息。请阅读以下指南，了解卖家应如何发布商品标题和展示商品图片。不遵守以下规则可能会导致您的箱包类商品页面被移除，并且您在该分类下进行销售的权限被撤销。

## 目录

第一章 图片 .....	2
1.1 图片类型 .....	2
1.2 图片要求 .....	3
第二章 EAN .....	4
第三章 变体 .....	4
第四章 商品标题 .....	7
4.1 标题格式 .....	7
4.2 创建标题的规则 .....	8
第五章 提高曝光率 .....	9
5.1 分类节点 .....	9
5.2 特定商品的属性 .....	10
5.3 要点描述 .....	11
5.4 商品描述 .....	12
5.5 搜索关键词 .....	12
附录：箱包商品合规主图图片示例 .....	13

## 第一章 图片

高质量的图片能更好地表达商品的卖点和特征，刺激消费者购买欲，强化商品品牌。

在网上店铺中，商品图片是您最有价值的营销工具之一。如果商品页面图片质量低或数量少，会导致客户转化率降低，久而久之，这类商品的搜索排名也会越来越低。店铺外观整洁、发布内容格式一致会给消费者带来最佳的购物体验，因此我们要求所有卖家遵守并执行本指南所列要求。

**重要须知：**不遵守所有的[图片必要事项](#)要求的商品页面可能会被禁止显示。您依旧可以在卖家后台“[管理库存](#)”页面的“[禁止显示](#)”视图中查看和访问这类商品，并上传合规的图片和信息。

我们建议您定期检查《[商品信息质量和禁止显示商品报告](#)》，及时了解亚马逊为您检测出的可以提高商品展示以及改善图片质量的机会。

请注意，您仅能上传您有相应版权的图片。

### 1.1 图片类型

在 Amazon 的商品分类中，每种商品能展示多张图片。虽然我们只要求为所有父 ASIN 和子 ASIN（例如每种颜色）上传主图片，但如果您能上传多张具有高分辨率的商品图片，会有助于消费者做出更明智的购买决定。图片文件必须为 JPG、GIF、TIFF 或 PNG 格式（推荐 JPG 格式）。您可以使用以下四类图片来展示您的商品：



**父 ASIN 的主图：**每个父商品有且仅有一张主图片。您必须提供一张父商品主图片。

**子 ASIN 的主图：**每个子 ASIN（与某个 SKU 对应）必须有一张主图片，仅能展示对应颜色的一个角度。您必须为销售的每种颜色选项提供一张子商品主图。主图非常重要，因为主图会展示在搜索结果页面上。

**辅图：**辅图应该展示商品的不同侧面，用于阐明商品的用途和细节，例如从不同的角度来展示商品。您最多可为每个父 SKU 或子 SKU 添加八张辅图。



**Swatch 图片：** Swatch 图可用来展示商品图案或细节的近距离特写。您可为每个子 SKU 提供一张 Swatch 图。Swatch 图会展示在商品详情页面上的“颜色”名称旁边。如果没有 Swatch 图，则会显示子商品主图。

## 1.2 图片要求

✓ <b>必要事项</b>	主图要求：	<ul style="list-style-type: none"> <li>每件父ASIN和子ASIN（颜色/尺码变体）商品都必须有一张主图。</li> <li>主图必须是纯白背景（Hex #FFFFFF 或 RGB 255-255-255）。</li> <li>箱包类商品主图必须平铺拍摄。</li> <li>主图只能展示一个角度，且必须展示商品的正面。</li> <li>主图必须仅展示订单包含的所售商品（不能包含多余的饰品）。</li> <li>主图必须展示完整的商品（商品任何部分都不能被剪裁）。</li> <li>主图的纵横比必须接近 3:4（宽高比），商品最长边必须占据图片 85% 以上的区域。</li> </ul>
	所有图片：	<ul style="list-style-type: none"> <li>图片必须为高清专业图片，单边必须至少为 1000 像素，以便激活图片放大功能。</li> <li>图片中商品颜色必须与所售商品的颜色一致。</li> </ul>
✓ <b>优选事项</b>	所有图片：	<ul style="list-style-type: none"> <li>每件父ASIN和子ASIN商品都应该有辅图以展示商品不同角度。</li> </ul>
✗ <b>禁止事项</b>	主图要求：	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品没有主图，或图片使用占位符（如“临时图片”或“无可图片”），都被禁止。</li> <li>主图禁止非纯白背景图，或街拍背景图（阴影超过两侧或商品上部都被禁止）。</li> <li>主图必须是真实照片，不能是绘图、草图或其他电脑制图。</li> <li>主图不能有任何边框、商标、水印、文字、色块、插入图片，或数码绘制图形。</li> <li>主图不能展示多个角度或多种配色/尺码，除非作为整套出售（此时，标题中必须提及商品数量，且商品包装必须具有其特定制造的商条形码）。</li> <li>主图不能出现可见的模型模特，衣架或支架。</li> <li>主图不能使用真人模特拍摄。</li> <li>主图不能展示任何商品包装、商品盒、吊牌、证书或说明书。</li> <li>主图中商品不能被剪裁或被折叠。</li> <li>主图不能展示背面或侧面视图。</li> <li>主图不能是黑白照片。</li> <li>主图不能是自拍照。</li> <li>主图不能包含实际不在订单内的商品或配件；必须且仅能展示消费者最终得到的商品。</li> </ul>
	所有图片：	<ul style="list-style-type: none"> <li>禁止展示模糊、色素差锯、有齿状边缘的图片。</li> <li>禁止低于1000像素的图片。</li> </ul>

请参阅[附录](#)，查看合规主图图片示例。

## 第二章 EAN

EAN（欧洲商品编号，现称为“国际商品编码”）是每件商品所具有的唯一编码，共 13 位数字，用于标识商品。

该编码应由制造商提供，亚马逊希望每位卖家的商品都有 EAN。

**重要须知：**对于 EAN（`external_product_id`）缺失或有误的商品，如果这些商品属于 EAN 已知的品牌，则会被禁止显示。您可以继续在卖家后台账户中“[管理库存](#)”页面的“[禁止显示](#)”视图中查看和访问这类商品，并上传合规的图片和信息。

如果您是商品制造商（包括定制或手工商品制造商、自有品牌所有者或品牌白标商品生产商），您必须拥有全球贸易项目代码（GTIN）或制造商编码。如果您是没有条形码的商品制造商，那么您需要申请“亚马逊品牌注册”。在亚马逊进行品牌注册备案后，您的品牌将获得一个全球目录编码（GCID），当您在亚马逊上发布新商品时，可使用该编码代替制造商编码或全球贸易项目代码。如果您销售的商品不符合申请“亚马逊品牌注册”的条件，它们可能仍有资格享受 EAN 豁免。更多信息，请登录卖家后台，然后搜索关键词“品牌注册”，或点击此[链接](#)。

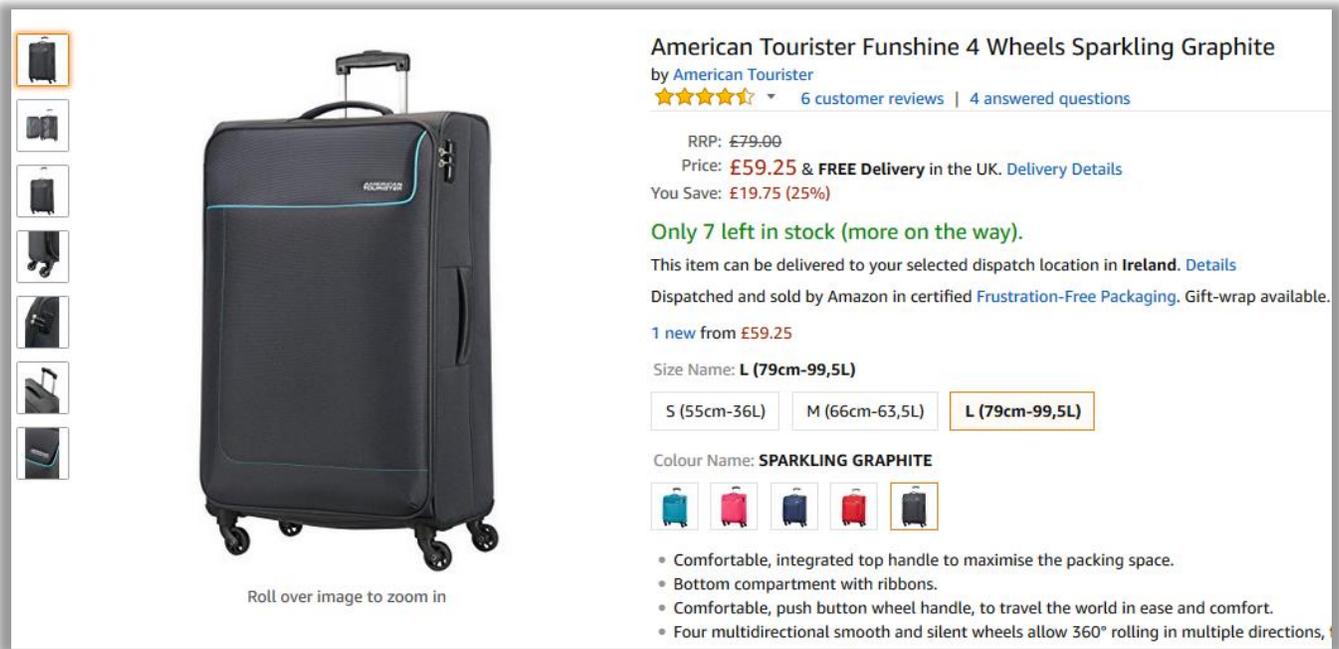
对于已经在 Amazon 上销售的商品，请确保在现有 ASIN 商品页面上销售，请勿使用新的条形码重新创建商品页面，这会造成商品页面重复。为了消费者的最佳购物体验，重复的商品页面会被移除。

---

## 第三章 变体

我们将同一商品的不同尺寸和颜色称为“变体”。变体可以方便消费者轻松地在一个商品详情页面上找到想要的颜色或尺码。

要创建变体，您必须创建一个不包含任何颜色或尺码信息的“父”商品，其对应的“子”商品则包含所有的表带颜色/尺寸组合。与同一参考内容相关的所有变体必须添加到同一商品页面。



在上面的示例中，父商品是行李箱没有颜色和尺码信息，变体是这个行李箱的所有颜色和尺码（3 种尺寸和 5 种颜色）。我们已使用变体关系在同一商品页面上创建了所有尺码商品。请务必将同一父商品的所有变体都关联在一起，这样做的原因有两个：

- 消费者无需切换页面即可轻松看所有可选尺寸和颜色。更加顺畅的导航体验便于消费者轻松查看各种选择，从而提高消费者的购买率。
- 每位消费者对其中一个子商品详情页面的浏览量均将计入父商品的详情页面浏览量。因为浏览量是决定商品出现在搜索排名顶部的因素之一，最终将提高商品的售出几率。

### 创建变体的规则

<p>✓ <b>必要事项</b></p>	父 ASIN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 父商品是个不可售占位符</li> <li>- 有一个单独的 SKU</li> <li>- 只包含通用信息（适用于所有变体商品）</li> <li>- 绝对不能有 EAN，价格，尺码或颜色等信息</li> <li>- 在库存模板中，“parent-child”列必须填“Parent”</li> <li>- 在库存模板中，“parent sku”列，值为空。</li> <li>- 在库存模板中，“relationship type”列，值为空</li> <li>- 在库存模板中，“variation theme”列，必须有一个有效值（查看下面列出的不同商品类型对应的变体主题）</li> <li>- 必须遵守<a href="#">父商品标题要求</a>，创建父标题</li> </ul>
	子 ASIN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 子商品是实际销售的商品，彼此之间存在颜色，尺码的差异。</li> <li>- 各自有单独的 SKU</li> <li>- 如果您的商品存在不同尺码或颜色，您必须创建变体（子 SKU），即便您只销售一种变体。</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>- 子商品必须包含 SKU，价格，尺码和/或颜色信息。如果您创建的是“BandColor”变体，您的商品必须要有一个对应的 Ring_Size 值；创建其他的变体主题亦同理</li><li>- 在库存模板中，“parent-child”列，必须填“Child”</li><li>- 在库存模板中，“parent sku”列，必须填对应的父 ASIN SKU</li><li>- 在库存模板中，“relationship type”列，必须填“Variation”</li><li>- 在库存模板中，“variation theme”列，必须有一个有效值（查看下面列出的不同商品类型对应的变体主题）</li><li>- 必须遵守<a href="#">子商品标题要求</a>，创建子标题</li></ul>
--	--	--

**重要须知：** 请注意，不遵守这些变体规则可能导致您的 ASIN 被禁止显示。

**注意：** 如果您想创建多件捆绑销售的行李箱套装，在添加尺码和重量属性的时候，您应该添加最大件行李箱的商品信息。套装中的其他较小商品（例如手提箱，化妆包等）的具体信息，例如尺码、容量、和重量，应该在商品描述中列举。

## 第四章 商品标题

好的商品标题有助于建立消费者对卖家的信任。

标题是消费者对您商品的第一印象，同时消费者也会基于此判断您是否是值得信赖的专业卖家。保持标题简洁、信息丰富且准确，并确保您采用的是亚马逊要求的语法。标题违反规则会导致 ASIN 被禁止显示。如果您遵守要求，您会在搜索队列中达到最佳“曝光”，从而增加消费者满意度。

请注意，在亚马逊上，每个特定商品都只有一个商品详情页面，即使有多个卖家针对该特定商品提供了报价也是如此。因此，标题不应包含特定于一位卖家的信息，即使这位卖家是商品信息的最初创建者。不遵守下面列出的标题规则可能导致您的手表类商品被移除，您的手表类商品销售权限被撤销。

### 4.1 标题格式

我们规定了四类标题的标准模板。标题的创建是依据于您上传到库存文件模板中的属性值。为下面这些商品创建标题时，请遵守下面列举的属性顺序进行填写。

**手提箱和旅行包:**

[brand\_name] + [style\_name] + [model\_name] + [item\_length] + [item\_dimensions\_unit\_of\_measure] + [volume\_capacity\_name] + [volume\_capacity\_name\_unit\_of\_measure] + [number\_of\_wheels] + "wheels" + [color\_name] + [lock\_type]

[品牌] + [款式] + [型号名称] + [商品长度] + [商品长度单位] + [容量] + [容量单位] + [轮子数量] + "Wheels" + [颜色] + [锁类型]

示例： Samsonite Suitcase Meteor 75 Centimeters 94 Liters 4 Wheels Midnight Blue Number Lock

**行李箱套装:**

[brand\_name] + [style\_name] + [model\_name] + [number\_of\_items] + "pcs" + [color\_name]

[品牌] + [款式] + [型号名称] + [商品件数] + "pcs" + [颜色]

示例： Travelite Luggage Set Meteor 3 pcs Red

**旅行配件:**

[brand\_name] + [style\_name] + [model\_name] + [color\_name]

[品牌] + [款式] + [型号名称] + [颜色]

示例： Go Travel Travel Pillow Ultimate Black

**其他，例如书包，双肩包，邮差包:**

[brand\_name] + [style\_name] + [model\_name] + [volume\_capacity\_name] + [volume\_capacity\_name\_unit\_of\_measure] + [color\_name]

[品牌] + [款式] + [型号名称] + [容量] + [容量单位] + [颜色]

示例： Berghaus Trekking Backpack Twentyfourseven Plus 20 Liters Black

属性	定义	限制条件	有效值示例
[brand_name] [品牌]	商品品牌或制造商名	字母数字字符串：，最少 1 个字符，最多 50 个字符。请不要使用“unknown”，也不要添加“Ltd.”。	Samsonite
[style_name] [款式]	适合该商品的款式名	查看特定类目的库存文件中有效值清单	Suitcase

[model_name] [型号名称]	制造商描述的型号名称。这个字段可以用来进一步描述商品（用 1-2 个最能体现产品最重要的特色的词）	自由字段，最多 50 个字符。不要使用数字，因为这并不能为消费者带来任何价值。	Meteor
[item_length] [商品长度]	商品长度	数字，小数点左边最多 10 位数，小数点右边最多 2 位数。不要使用逗号。	55
[item_dimensions_unit_of_measure] [商品长度单位]	用来描述商品长度的单位	查看特定类目的库存文件中有效值清单	Centimeters
[volume_capacity_name] [容量]	包/行李箱的容量有多少	数字，小数点左边最多 10 位数，小数点右边最多 2 位数。不要使用逗号。	19
[volume_capacity_unit_of_measure] [容量单位]	容量单位	从这些值中选择：cup, gallon, liter, ounce, pint, quart.	liter
[number_of_wheels] [轮子数量]	行李箱的轮子数量	A whole number.	4
[lock_type] [锁类型]	商品包含的锁的类型	查看特定类目的库存文件中有效值清单	Number Lock

#### 4.2 创建标题的规则

✓ <b>必要事项</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 使用上面的公式。</li> <li>- 父 ASIN 标题最多 <b>80</b> 个字符，子 ASIN 标题最多 <b>150</b> 个字符</li> <li>- 每个单词首字母需大写（请检查下面列举的特例）</li> <li>- 使用阿拉伯数字（比如要写“2”，而非“two”）</li> <li>- 对于捆绑销售商品，请在标题后的括号中注明数量，比如（pack of 2）</li> <li>- 标题只能包含所售商品的信息</li> <li>- 仅包含英语文本</li> </ul>
✗ <b>禁止事项</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 禁止添加上面公式要求之外的参数</li> <li>- 禁止超过 <b>150</b> 个字符</li> <li>- 禁止全部大写单词</li> <li>- 禁止使用有攻击性词语</li> <li>- 禁止词语重复使用</li> <li>- 对于上面公式中的同一参数，禁止使用同义词或多个词来描述</li> <li>- 禁止使用额外的搜索关键词</li> <li>- 禁止包含价格和/或运费</li> <li>- 禁止包含数量，除非标题说明了是捆绑销售</li> <li>- 父商品标题中禁止包含颜色和尺码信息</li> <li>- 禁止大写连词（and, or, for）、冠词（the, a, an）、或少于五个字母的介词（in, on, over, with 等）</li> <li>- 禁止使用特殊符号（例如!, *, £, ?, %, 引号, 省略号...等）</li> <li>- 禁止包含具有主观评论或特定于某个卖家的信息，例如“Terrific Item”，“Best Seller”，“Sale”，“Free Delivery”，或“Great Gift”等词语。</li> <li>- 禁止包含如下信息：额外的配饰，或顾客可以单独购买的商品等</li> </ul>

## 第五章 提高曝光率

准确且完整的信息有助于消费者更轻松地找到相应商品，并增加商品被售出的几率。

消费者可以通过以下两种方式之一来搜索和查找商品：**搜索** - 在亚马逊自己的网站或外部搜索引擎（如 Google）上搜索；或者**浏览** - 在亚马逊网站导航上浏览。大多数消费者会结合使用浏览和搜索功能。因此，请务必确保您的商品已针对搜索进行了优化，归入了正确的目录分类下，并且具有正确的属性（商品数据），以便消费者对结果进行筛选。

**提高曝光率的基本规则：**

- 始终为商品分配[分类树指南](#)中所提供的最为详细的分类节点，以确保您的商品可在浏览和搜索时显示。使用分类树指南中有黑色标记的分类节点编号，而不是浅灰色的根节点（仅供导航）。
- 应使用商品描述，而不是卖点，因为商品描述有助于提高销量，并降低商品退货率：请根据制造商提供的官方信息使用简洁的语言来描述商品。商品描述是网站算法中参考信息之一。
- 搜索关键词将使您的商品在消费者进行自定义搜索时显示出来。

### 5.1 分类节点

通过分类节点，商品可在亚马逊目录中归入相应分类。它相当于超市的部门。

每个部门都有一个节点，您可在最新的[分类树指南](#)中查找节点。如果您没有为您的商品分配一个节点，您的商品将无法被发现。

<p>✓ <b>必要事项</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 请务必使用最新版本的<a href="#">分类树指南</a></li> <li>- 每件商品只能使用一个节点：确定最相关的子分类。在库存模板中“recommended_browse_nodes”列填分类节点编号。</li> <li>- 请务必为您的商品选择分类树指南中最详细的分类节点，否则，当消费者在分类目录中精确搜索时，您的商品不会被显示出来。为了能使您的商品精确地显示出来，请使用分类树指南里黑色的节点 ID，请不要使用仅用于导航的灰色节点 ID。</li> <li>- 如果您对分类有疑问，请使用“<a href="#">商品分类工具</a>”（<a href="#">点击这里来获得帮助</a>），您也可以前往亚马逊网站，查找亚马逊上销售的相似商品，然后查看该商品所属的分类。</li> </ul>
<p>✗ <b>禁止事项</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 请不要为您的商品分配不相关的分类节点。搜索和浏览功能意味着当消费者不想要某件商品的时候，这件商品不会出现。如果搜索和浏览结果混杂充满了消费者不想要的结果时，不管这些不相关商品是来自于您还是其他卖家，消费者将无法找到他们想要的商品。这也将有可能是您的销售损失。</li> <li>- 不要使用灰色的节点，否则您的商品将在浏览结果中消失不见。</li> </ul>

Suitcase:



✓ **Right:**  
“Luggage/Luggage/Suitcases” (Browse Node ID: 1769590031)

✗ **Wrong:**  
“Luggage/Luggage”  
(Browse Node ID: 1769585031 = not enough detail → cannot be found in suitcases)



## 5.2 特定商品的属性

**Weight**

Up to 2.4 kg

2.5 kg - 3.4 kg

3.5 kg - 4.4 kg

4.5 kg & more

**Casing**

Hard

Hybrid

Soft

**Number of Wheels**

2

4

**Features**

Expandable

Laundry Compartment

Packing Straps

Shoe Compartment

Telescopic Handle

Zip Closure

消费者可以使用搜索栏或左侧导航栏中的细化分类（筛选选项）来搜索商品。对于每个筛选条件，库存文件模板中都有一个相对应的属性字段。对于大多数属性，您都可以在钟表库存文件中找到预定义有效值，进而从中为您的商品选择相应的值。您可在其他字段中填写自由文本信息。如果您未填写相应字段，那么当消费者选择其中一个条件进行搜索时，您的商品将不会显示在结果中，从而导致您错失提高销量的机会。建议您尽量准确且完整地填写这些属性，以便建立消费者对您的信任并避免出现退货。

细化分类的信息也会出现在商品详情页面上，因而会增加商品被内部和外部搜索引擎搜到的概率。消费者可以从商品规格表中确定某个重要的属性。规格表在商品图片下方，消费者经常用此对比不同的商品。

Product Specifications	
Colour Name: Pink	
Height	27 centimetres
Length	63 centimetres
Width	43 centimetres
Volume	60 litres
Weight	3 kilograms
Material Type	Polyester
Shell Type	Soft
Number of Wheels	4
Lock Type	TSA Lock
Special Features	4 Wheels, Telescopic Handle, Zip Closure

### 箱包类商品所使用的主要筛选选项

建议您提供尽可能多的信息，并定期查看卖家后台，以获取最新版本的箱包及旅行配件库存文件模板，因为细化分类和有效值会定期更新。您可以下载该文件，以使用新的有效值更新目录，尤其是对于以下属性：

- **Brand\_name:** 请务必使用品牌的官方拼写形式；请勿在“品牌”字段输入卖家的公司名称（如果您的商品不属于任何品牌，则请填写“制造商”字段）。
- **Style\_name**
- **Model\_name**

- Color\_name
- Color\_map
- Model\_number

**重要须知：**如果您未对这些属性填写有效信息，您的商品将被禁止显示，无法供消费者搜索和浏览。填写库存文件模板时，所有标注为“Required”的必填选项中，您都需要填写信息。如果“Required”一栏为空，您的 ASIN 有可能会被禁止显示。

### 手提箱尺码

消费者也会有时也会使用非常规的测量值（高度，长度，宽度）来查找某个特定手提箱尺寸，这时，为了帮助消费者更好的找到商品，您也应该把每件商品归入以下三类尺码：S，M 和 L。

	Small	Medium	Large
Size	S	M	L
（箱子直立在轮子上的）高度(cm)	59 cm 以下	60 – 69 cm	70 cm 以上
容量（L）	44 L 以下	45 L – 99 L	100 L 以上
耐用周期	最多 3 天	1-2 周	2-3 周
是否可以用作手提行李	Yes	No	No

### 特色

这个属性包含大量的特定商品的信息。下面表格中的特殊属性可以作为筛选选项，也可以加到商品详情页上。

Special Characters as filter options:	Special Features allocation by Product Type		
<b>Features</b>	<b>Suitcases &amp; Trolleys</b>	<b>Travel Duffel</b>	<b>Backpacks &amp; Schoolbags</b>
<input type="checkbox"/> Expandable	Expandable	Back Strap	Chest Strap
<input type="checkbox"/> Laundry Compartment	Laundry Compartment	Shoe Compartment	Earphone Cord Support
<input type="checkbox"/> Packing Straps	Packing Straps	Shoulder Strap	Fits DIN A4
<input type="checkbox"/> Shoe Compartment	Shirt Compartment	Telescopic Handle	Fits letter
<input type="checkbox"/> Telescopic Handle	Shoe Compartment	Wheels	Helmet Compartment
<input type="checkbox"/> Zip Closure	Telescopic Handle		Hip Belt
	Zip Closure		Hydration
			Integrated Rain Cover
			Laptop Compartment
			Snowboard Strap
			Telescopic Handle
			Wheels

### 5.3 要点描述

要点描述是对您商品的主要特征进行概述的关键词或简短语句。通过要点描述，消费者应能够了解商品的主要特征和特性，然后才会决定阅读“商品描述”以了解更多详情。要点描述显示在商品详情页面中商品描述上方的“技术详情”部分，但同时还会上传到亚马逊搜索和外部搜索结果中。它们有助于消费者对商品进行评估，因此任何与特定商品无直接关联的信息都会影响消费者做出购买决定。示例：

✓ <b>必要事项</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 确保信息真实、表述清晰</li> <li>- 描述商品最重要的特征或属性，如商品尺寸、规格或独特的制造信息</li> <li>- 使用阿拉伯数字来表示数值（“2”，而非“two”）</li> <li>- 注明单位，例如 inches 或 feet</li> </ul>
✗ <b>禁止事项</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 禁止使用结束标点符号，如句号或感叹号</li> <li>- 禁止包含商品价格或运费信息</li> <li>- 禁止包含主观或具有时效性的评论，如“great value”或“hot this year”</li> <li>- 禁止包含任何特定于某个卖家的信息</li> <li>- 禁止使用 HTML 标记或标准键盘上没有的特殊字符（如 ®、©、™ 或其他 1 类高位 ASCII 字符）</li> <li>- 禁止包含价格或快递信息</li> </ul>

我们不要求您所有的字段都填写信息 - 3 个好的要点要比 5 个差的要点效果更好

#### 5.4 商品描述

您可以在商品描述部分为商品撰写详细的描述以取代卖点。详细的商品描述可提高您的销量并减少消费者退货。您可以发布有关品牌的基本信息或有关款式或材质的信息。

✓ <b>必要事项</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 使用此字段充分描述商品，将其与其他类似商品区别开来。</li> <li>- 使用品牌、材质、剪裁和型号，来描述商品的独特特征。</li> <li>- 根据制造商提供的官方信息，用简单的语言表达。</li> <li>- 使用正确的语法和完整的句子，而不是列点。</li> <li>- 包含商品的准确尺寸，护理方式。</li> <li>- 简洁但要包含关键信息。</li> </ul>
✗ <b>禁止事项</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 禁止将此字段留空，否则您将错失说服客户购买商品的机会。</li> <li>- 请勿提供有关供应商或报价的特定信息，因为商品描述会针对同一商品的所有卖家显示，因此信息必须适用于所有供应商。</li> <li>- 请勿在此字段中包含商品价格或配送详情。</li> </ul>

#### 5.5 搜索关键词

您还可以添加其他字词，以帮助消费者在 Amazon 上搜索时找到您的商品。这些字词不会影响外部搜索引擎（如 Google）上的搜索。请注意，您在“商品标题”和“品牌”字段提供的很多内容已纳入搜索范围，因此无需再次添加这些信息。搜索词可以包含商品属性和描述商品的不同方式（如果相关）。示例包括同义词和规格，例如，对于钟表来说，其他搜索词可以是材质、款式或佩戴场合。请注意，禁止在商品标题中使用搜索关键词。

✓ <b>必要事项</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 使用商品标题中没有提到的字词。</li> <li>- 使用同义词来描述商品</li> </ul>
✓ <b>优选事项</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 使用所有可用字段</li> <li>- 借助 Google Trends 或 Google Insight 搜索解析来确定合适的搜索词</li> </ul>
✗ <b>禁止事项</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 禁止在标题中添加搜索关键词</li> <li>- 禁止使用错误的属性（例如错误的材质、高端品牌等），这会导致您的账户被暂停。</li> <li>- 禁止使用主观形容词（例如 nice、available）或时效性词语（例如“on sale”）</li> <li>- 禁止提及供应商名字</li> <li>- 禁止重复标题中的信息，我们的算法中已涵盖标题信息</li> <li>- 禁止使用复数或拼写变体，因为我们的算法中已涵盖这些变体</li> <li>- 禁止使用通用词（例如 watch）</li> </ul>

## 附录：箱包商品合规主图图片示例

请使用这些合规主图图片作为参考：

Suitcases and travel bags/行李箱和旅行包：



Backpacks/登山背包：



Backpack Accessories/登山配件：



Pack Pocket/贴袋：



## Packing organisers/收纳:



## Wallets, Card Cases & Money Organizers/钱包, 卡包和零钱袋:



## Waist packs/腰包:



## Umbrellas/雨伞:

